

Il Gruppo Roncaglia al Web Marketing and Communication

Autore: Redazione

h 18.31 - 21/03/2019

<p>21 Marzo 3/4/5 Aprile 2019</p>	 <p>in collaborazione con</p>
<p>Web Marketing & Communication VII edizione Seminario in 4 incontri</p>	<p>Misurare, valutare, progettare: il futuro della comunicazione è nei numeri</p> <p>Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" Economia via Columbia 2</p>

All'università di Tor Vergata di Roma giornata inaugurale del seminario giunto alla settima edizione

Il Gruppo Roncaglia è intervenuto alla giornata di apertura di **"Web Marketing and Communication. Misurare, valutare, progettare: il futuro della comunicazione è nei numeri"**, il ciclo di seminari organizzato dal Master in Economia e Gestione della Comunicazione e dei Media dell'Università di Roma "Tor Vergata" in collaborazione con Eikon Strategic Consulting Italia e FERPI - Federazione Relazioni Pubbliche Italiana.

Il ruolo dei dati nell'era digitale

Giunto alla sua VII edizione, il seminario, curato da Elisabetta Pattuglia e Paola Aragno, **quest'anno affronta il ruolo dei dati nell'era digitale** attraverso gli interventi di professionisti e top manager di primarie realtà d'impresa, che approfondiscono il tema anche attraverso l'analisi di case history aziendali. Per il Gruppo Roncaglia è intervenuto Giuseppe Maria Ardizzone, strategic planner, che ha illustrato tre progetti realizzati dal Gruppo in cui i dati hanno fornito insights di natura strategica: Be Human, loyalty per Unieuro con lo storytelling e la gamification; 4Matic AdaptiveStory, per Mercedes-Benz Italia, con l'integrazione tra racconto tradizionale e informazioni generate dalle API di Google, e MB Data for Good, dove un'opera d'arte è stata generata dai dati della telemetria di un motore di Formula 1.