

Jaguar Land Rover e Gruppo Roncaglia: una solida partnership in ricerche e analisi

22 maggio
2018

ATTUALITÀ



Si rinnova per il sesto anno consecutivo la **partnership** fra **Jaguar Land Rover Italia** e **Gruppo Roncaglia** per le ricerche sulla prospect experience, mirate a valutare il livello di gradimento e soddisfazione dell'esperienza vissuta dai potenziali acquirenti negli showroom dei due marchi.

La ricerca è realizzata dalla Roncaglia Consumer Intelligence, società del Gruppo specializzata nella lettura del mercato e nell'analisi degli andamenti in ottica predittiva, basati su ricerche di mercato tradizionali e su Smart Data, per interpretare i comportamenti e le attitudini del consumatore lungo il percorso di interazione con una marca e per supportare i clienti nella definizione di strategie volte a migliorare le proprie performance.

L'indagine sulla prospect experience permette di monitorare nel tempo l'esperienza vissuta dai potenziali clienti nelle concessionarie, valutando i risultati della rete vendita con analisi dettagliate per brand, per dealer e per singolo venditore, e di sviluppare un survey per analizzare le motivazioni della mancata finalizzazione degli acquisti di vetture per le quali è stato richiesto un preventivo.

Questa solida collaborazione con un player di primo piano come Jaguar Land Rover Italia attesta il radicamento del Gruppo Roncaglia nell'automotive, settore in cui l'agenzia negli anni ha curato campagne e ricerche per brand come Mercedes-Benz, Smart, Toyota, Ford, Lexus, Volkswagen veicoli commerciali, e conferma inoltre l'importanza strategica della unit dedicata alle Ricerche, che si è evoluta per offrire una gamma di servizi sempre più completa ed al passo con le esigenze dei clienti.

*"Abbiamo sviluppato un sistema integrato di analisi e monitoraggio dei diversi touch point, che rappresentano i momenti ed i luoghi, sia fisici sia digitali, di interazione di un brand con i suoi potenziali acquirenti", spiega **Camilla Roncaglia**, amministratore unico della Roncaglia Consumer Intelligence. "Questo sistema permette la costruzione di un'esperienza coerente con l'immagine ed i valori che il brand vuole comunicare e riveste un'importanza strategica per l'aumento delle quote di mercato dei nostri clienti".*