



Gare

Roncaglia Relationship Marketing vince la gara per l'erogazione di servizi per il nuovo programma loyalty di Enel Energia

L'esito della gara consolida una relazione avviata ormai da tre anni, in cui la costante ricerca dell'innovazione e la capacità di creare una relazione dinamica ed ingaggiante con i consumatori ha consentito all'attuale programma, enelpremia 3.0, di raggiungere significativi risultati e di ottenere importanti riconoscimenti e premi sia in ambito nazionale che internazionale.

Nuova sfida vinta per il **Gruppo Roncaglia**, che si aggiudica la **gara per l'erogazione di servizi per il nuovo programma loyalty di Enel Energia**

L'esito della gara consolida una relazione avviata ormai da tre anni, in cui la costante **ricerca dell'innovazione** e la capacità di creare una relazione **dinamica ed ingaggiante** con i consumatori ha consentito all'attuale programma, enelpremia 3.0, di raggiungere significativi risultati e di ottenere importanti **riconoscimenti e premi** sia in ambito nazionale che internazionale.

“È una sfida che ci pone nuovi ed interessanti stimoli per innovare nel mondo della loyalty”, afferma **Giulia Roncaglia**, general manager della **Roncaglia Relationship Marketing**. *“L'aggiudicazione della gara ci rende particolarmente orgogliosi e sempre più desiderosi di misurarci nel raggiungimento di **nuovi traguardi** nell'ambito della strategia di engagement e relationship”.*

Roncaglia ed Enel Energia hanno lavorato in questi mesi alla chiusura dell'attuale programma e all'avvio del nuovo, che è **on-air dal 7 novembre**.