



GRUPPO RONCAGLIA LANCIA LA PIATTAFORMA RETAIL SHARE PER AGEVOLARE IL RAPPORTO TRA RETAILER E POTENZIALI CLIENTI **IN EVIDENZA**

dimensione font + -

Publicato in News

Vota questo articolo (0 Voti)

È stata lanciata da Gruppo Roncaglia la nuova piattaforma Retail Share, progettata per le esigenze delle aziende dotate di una rete vendita sul territorio: l'obiettivo consiste nell'agevolare il rapporto tra i retailer e i loro potenziali clienti, rafforzando, al tempo stesso, la brand reputation.

Nel dettaglio, **Retail Share** viene presentata come uno strumento ricco di funzioni, in grado di supportare lo sviluppo delle competenze social e digital dei singoli retailer, facilitando la gestione dei canali di comunicazione, ottimizzando i flussi e consentendo la diffusione di una brand image coordinata. **Gruppo Roncaglia**, inoltre, mette a disposizione anche i propri consulenti specializzati in *retail marketing*, supportati da un team operativo dotato di competenze social, creative e IT, per costruire strategie e attività di comunicazione integrate nazionale-locale mirate ad accrescere la profittabilità degli store per un ottimale rapporto euro/mq.

La piattaforma è resa personalizzabile per diversi comparti merceologici e permette di tenere aggiornata la rete vendita in merito sia alle novità del marchio che del mondo social. In particolare, il brand può mettere a disposizione della rete i materiali approvati, che vengono agevolmente condivisi sui canali social ufficiali. Attraverso un piano editoriale dinamico, il singolo retailer, quindi, può calendarizzare i contenuti e caricare quelli realizzati in autonomia, in modo da ottenere una visione complessiva di tutte le pubblicazioni tramite un unico strumento.

Retail Share permette anche il *bulk scheduling*, cioè la programmazione massiva di un singolo post su un'ingente quantità di pagine social. Inoltre, la piattaforma targata **Roncaglia** offre una repository di documenti formativi e informativi per mantenere i retailer sempre aggiornati e per sfruttare al meglio tutte le potenzialità offerte dal web e dai canali social. Oltre a ciò, **Retail Share** offre la possibilità di gestire in modo centralizzato *KPI* e *reporting*, ottenendo una visione dei risultati sia su singolo retailer che in termini globali.



Camilla Roncaglia, Client Service Director del Gruppo, dichiara: "Oggi, un canale social è un touchpoint importante quanto un punto vendita. Con Retail Share, abbiamo voluto implementare un processo win-win per il brand e per i retailer, che permette di ottimizzare gli investimenti evitando sovrapposizioni".

Poi, **Roncaglia** sottolinea: "Si tratta, inoltre, di un processo dinamico, dove la condivisione delle informazioni e l'ottimizzazione dei tempi diventano il punto focale dell'intera attività di marketing".