

Volkswagen Veicoli Commerciali affida al Gruppo Roncaglia il monitoraggio esperienza clienti

Il marchio automotive amplia la collaborazione con l'agenzia

di Caterina Varpi 15 gennaio 2018

Condividi questo articolo



Volkswagen Veicoli Commerciali avvia con il [Gruppo Roncaglia](#) una collaborazione triennale per ricerche sulla **prospect experience**, a seguito di una **gara** che ha coinvolto diverse agenzie.

Il progetto, realizzato dalla **Roncaglia Digital Marketing** coadiuvata dagli **specialisti del Gruppo** in **ricerche di mercato**, analizzerà **l'esperienza vissuta dal potenziale cliente che ha richiesto un preventivo per un veicolo commerciale Volkswagen**, sia recandosi presso un dealer del brand od anche senza passare fisicamente alla concessionaria.

Verrà **valutato il grado di soddisfazione del prospect** a seguito dell'esperienza vissuta e sarà effettuata una successiva analisi per approfondire le motivazioni che hanno portato al non acquisto o all'acquisto di un brand diverso da parte di coloro che hanno richiesto un preventivo.

Il Gruppo Roncaglia produrrà inoltre in modo sistematico dei **report per il business**, fornendo analisi dettagliate, contenenti insights, trend e dati rilevanti per permettere al brand di definire azioni mirate per incrementare la conversione dei preventivi in contratti.

Il Gruppo Roncaglia ha messo a punto una specifica metodologia di ricerca, portata avanti negli anni con altri brand automotive e non. La durata del progetto per Volkswagen Veicoli Commerciali permetterà di **monitorare su un triennio comportamenti e attitudini dei clienti**.

“Siamo molto soddisfatti dell'ampliamento della nostra collaborazione con Volkswagen Veicoli Commerciali, per cui già svolgiamo attività CRM e social – afferma **Camilla Roncaglia**, azionista del Gruppo, che ha chiuso il 2017 con una **crescita del 20% del fatturato rispetto all'anno precedente**. – Il nuovo incarico di monitoraggio prospect experience sottolinea ancora una volta l'importanza crescente che questa tipologia di ricerca sta assumendo nell'ambito delle strategie di comunicazione legate a risultati aziendali”.