

Snaitech e il suo approccio omnichannel

Seconda giornata di IGE - Italian Gaming Expo: Alessandro Graziosi sul palco per parlare di multicanalità e omnicanalità nel gaming online

Roma, 19 aprile 2024 – Dopo il successo della prima giornata di IGE – Italian Gaming Expo, Snaitech torna sul palco del Palazzo dei Congressi affrontando un tema di grande attualità: il rapporto tra canale fisico e digitale applicato al settore gaming.

Il lockdown ha riscritto le regole della quotidianità e ha imposto una potente accelerazione ad alcuni trend già in corso. Nel mondo del gioco la propulsione dettata dalla “nuova normalità” è stata impetuosa, una rivoluzione digitale rafforzata dall’avvento dell’Intelligenza Artificiale e dalla grande corsa a creare esperienze di gioco il più possibile personalizzate capaci di andare incontro ai gusti e alle aspettative degli utenti. A cambiare è stata anche la loro modalità di fruizione del gioco, con una propensione sempre più marcata al continuo passaggio fluido tra online e retail.

Uno scenario che emerge in modo estremamente chiaro anche dalla survey presentata da **Andrea Manusardi**, Senior Research Manager BVA Doxa, in apertura della conferenza “**Trasformare la Diversificazione in Vantaggio: Multicanalità e Omnicanalità nel Gaming Online**” nel corso della quale si sono confrontati **Alessandro Graziosi** Chief Digital Officer di Snaitech, **Alessandro Fiumara**, Managing Director Digital & Betting - CEO GBO Italy Lottomatica e **Marco Bedendo**, Direttore Generale, Microgame.

Secondo la ricerca BVA Doxa, l’85% degli utenti si dichiara multicanale e solamente il 15% utilizza in via esclusiva l’online rendendo evidente come la divisione rigida tra canali di fruizione dell’esperienza di gioco appare quanto mai superata e obsoleta.

“Sposare il concetto di omnicanalità oggi vuol dire riconoscere quella che è una tendenza ampiamente dimostrata. Se per l’online possiamo puntare su un’offerta più ampia a cui il nostro utente può accedere ovunque si trovi e in qualunque momento, per il retail a fare la differenza saranno i servizi e la socialità” ha commentato Graziosi *“Per questo in Snaitech, oltre a rafforzare l’engagement digitale, stiamo declinando un concetto di user experience che partirà dai touch point digitali e si espanderà a quelli presenti nei punti vendita ponendo il cliente al centro ed i canali intorno in un ecosistema da fruire con la stessa familiarità e confidenza a seconda delle occasioni”*.

Ufficio stampa Snaitech

E-mail: ufficio.stampa@snaitech.it

Cell: 348.4963434



SNAITECH S.P.A. in breve Snai S.p.A. a Socio Unico

PI. 01729640464 - C.F. e Reg. Imp. Milano
Monza - Brianza - Lodi 00754850154
Cap. soc. € 97.982.245,40 i.v.
PEC: snaispa@snaitech.legalmail.it
R.E.A. MI 1584464

MILANO

Piazza della Repubblica, 32
20124 Milano
Italia
T.: +39 02 896301
F.: +39 02 89630299

PORCARI

Via L. Boccherini, 39
55016 Porcari (LU)
Italia
T.: +39 0583 2811
F.: +39 0583 281356

ROMA

Via Goito, 58/A
00185 Roma
Italia
T.: +39 06 996901
F.: +39 06 99690350