

Federico Rocco

Head of Martech Proposition, DGS
Head of Strategy, A.I.Gen., a DGS Company
CEO of Kettydo, a DGS Company
CEO of Urbistat, a DGS Company

Federico Rocco è stato fra i primi esploratori del digital marketing in Italia. Dopo un inizio da startupper, si dedica a progetti speciali per i gruppi L'Espresso, Feltrinelli, Ras, Virgilio, passando per il marketing strategico di Allianz, fino alla fondazione della propria digital agency.

Oggi ricopre diversi incarichi nell'ambito del Gruppo DGS e delle società controllate nell'ambito della Marketing Consultancy & Technology, con l'obiettivo di guidare la proposition Martech del Gruppo e supportare i clienti nell'implementazione strategie in grado di aumentare le performance di business attraverso il miglioramento della relazione fra Persone e Brand, fondendo competenze e soluzioni agili di marketing technology.

Ha creato e sviluppato il Continuous Engagement Model, una metodologia unica nel suo genere che integra competenze e soluzioni di Customer Profiling, Experience Strategy, Content Design e Technology, accelerate attraverso l'AI e la GenAI, al fine di supportare le Aziende nel profilare i comportamenti dei propri clienti e a coinvolgerli attraverso servizi innovativi ed esperienze ricche di significato, quotidiane e personalizzate.