

IL CORAGGIO DEL DIGITALE

Nicola Antonelli
luisaviaroma.com

Sommario

- La cultura digitale in azienda
- Gli step fondamentali per gestire un e-commerce di successo (to do pratici)
- Case history: LUISAVIAROMA.COM
- Fattori fondamentali per il successo
- KPI che permettano alle azienda di capire la loro vicinanza o lontananza dall'obiettivo

La cultura digitale

Un processo di crescita continuo



3 Punti principali

- Piccoli passi per grandi risultati
- L'importanza della formazione
- Il digitale come vero strumento di competitività

CREATED USING

POWTOON



Gli step fondamentali per creare
un e-commerce di successo

La scelta tecnologica



Oggi i costi per l'accesso alla tecnologia sono molto più bassi che in passato; ma è necessario non sottovalutare la scelta del partner e della piattaforma.

L'integrazione con i sistemi aziendali



Non si può prescindere da una perfetta integrazione tra i sistemi informatici aziendali e la piattaforma e-commerce.

I tempi di pubblicazione degli articoli, nonché l'aggiornamento delle quantità disponibili in magazzino sono key factor fondamentali

La strategia di marketing



- La definizione del budget
- La definizione dei cluster
- La scelta dei canali
- La personalizzazione del messaggio

I servizi fondamentali su cui investire



- logistica
- customer service
- sistemi di pagamento
- internazionalizzazione



IL CASE HISTORY

Da Firenze una vetrina sul mondo

luisaviaroma.com

CREATED USING

POWTOON

THE COMPANY



In the Florence headquarters, approx. **200 people** from **15 different countries** work to produce and maintain LUISAVIAROMA.COM in **8 languages**.

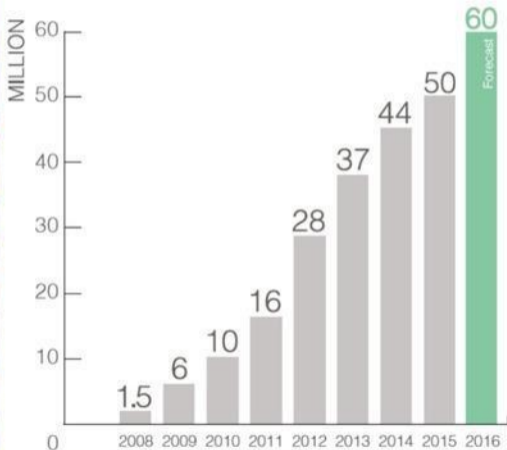
ENGLISH ITALIAN GERMAN CHINESE RUSSIAN SPANISH FRENCH KOREAN

Created **entirely in-house**, the site is developed by the company's own Graphic Design team and IT department. Customer Service operatives all work from the main office, as well as the Marketing and Buying teams.



E-COMMERCE ANALYTICS

VISITS PER YEAR



1.500.000 unique visitors accessed LUISAVIAROMA.COM in 2008.

Approx. 60.000.000 visitors will access LUISAVIAROMA.COM in 2016.



30%
Bounce Rate



5 mins
Time on site



250 million
Page Views



6 Pages
Page/Visit



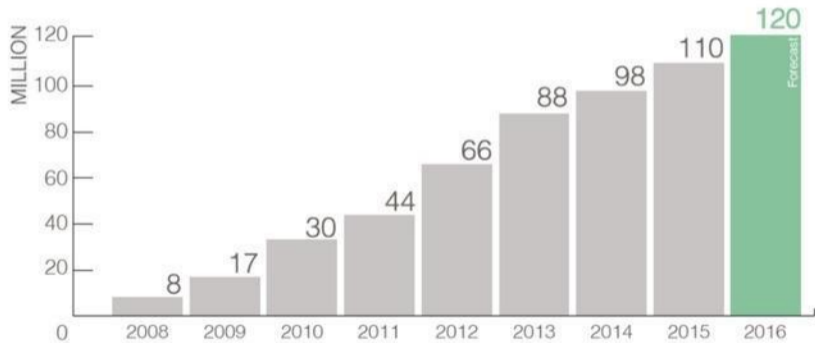
45%
New Visitors



CREATED USING

POWTOON

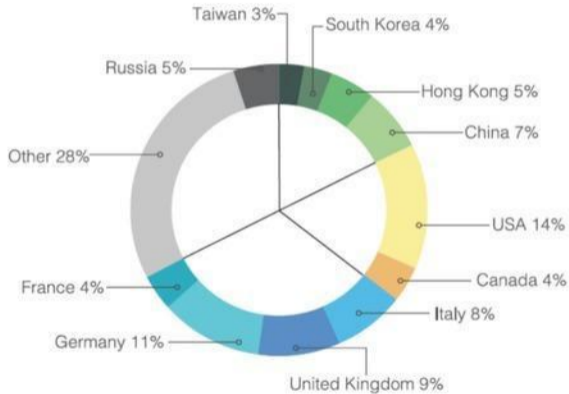
SALES GROWTH



CREATED USING

POWTOON

E-COMMERCE SALE PER COUNTRY



SOCIAL NETWORKS

Since 2009, LUISAVIAROMA has integrated the use of social networks in its web-communication strategy. LVR was one of the first companies to believe and invest in new social network channels.

Over the past years, social networks fans and followers have grown into a community of active and loyal supporters. Today, LUISAVIAROMA reaches 7 million contacts a month.



CREATED USING

POWTOON

CUSTOMER SERVICE



PACKAGING & SHIPPING

All orders are shipped from LUISAVIAROMA headquarters in Florence in boxes that are prepared with maximum care and using the finest materials, from the signature shoe bags to the personalized ribbon.



PERSONAL SHOPPER

Our multi-lingual Customer Service is available to answer questions, provide support for clients and offer fashion suggestions. Our luxury garments and accessories are shipped worldwide.

FREE SHIPPING AND IMPORT FEES INCLUDED TO: Australia, Bahrain, Canada, China, European Union, Hong Kong, India, Japan, Kuwait, Macau, New Zealand, Norway, Oman, Philippines, Qatar, Saudi Arabia, Singapore, South Korea, Switzerland, Taiwan, Turkey, United Arab Emirates and U.S.A.

SEE IT FIRST, BUY IT FIRST



LUISAVIAROMA.COM's success is partly due to the fact that designer collections are available online in advance for pre-order. The full Fall/Winter collections, including items from the runway, are published online in June and the Spring/Summer collections in December.

CREATED USING

POWTOON



I fattori chiave del successo

- L'intuizione e la visione
- Il Time to market (fatto è meglio che perfetto)
- L'internazionalizzazione
- I servizi
- La scelta dei prodotti

I KPI chiave

Il traffico

Partendo dal presupposto che per avere clienti è necessario avere traffico sul sito, questo è il primo e fondamentale KPI da tenere in considerazione.

I KPI chiave

Il traffico - le metriche

Le metriche fondamentali da tenere in considerazione sono:

- % nuovi utenti
- Frequenza di rimbalzo
- Tempo speso sul sito

I KPI chiave

Le conversioni

Avere molti utenti sul sito è sufficiente. E' quindi fondamentale prestare attenzione alle metriche di conversione per capire se il progetto sta funzionando.



I KPI chiave

Le conversioni - le metriche

Le metriche fondamentali sono:

- Tasso di conversione
- Transazioni/Fatturato
- Scontrino medio
- Tempo all'acquisto



Grazie!

<https://it.linkedin.com/in/nicoantonelli>