



Aziende

TikTok, quando il divertimento si trasforma in vero business



Audiweb

La "normalità" pre-autunnale è donna e si fa sentire bene anche in rete

5



FRANCESCO COMI

Poltrone

Francesco Comi entra in intarget in qualità di Chief Business Developer Officer

7

3 PageGroup

Tecnologia e Digital: le figure professionali più richieste

Mercato Pizza e Hamburger protagonisti digitali con Al.ta Cucina e Uber Eats

11

22 Partnership

René Caovilla affida alle cure di Triboo il suo e-commerce

Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 236 milioni - App 330 milioni
Visitatori unici: Web 7.2 milioni - App 1.2 milioni
Visite: Web 21.6 milioni - App 15 milioni
Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2020 - App (iOS + Android)

AutoScout24 Italia S.r.l. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (MI)

Sales Director: Michele Mango, +39 02 21080829 - michele.mango@autoscout24.com - www.autoscout24.it

WebAds Srl - Via Olmetto, 21, 20123 Milano (MI), +39 02 92889700 - info@webads.it - www.webads.it



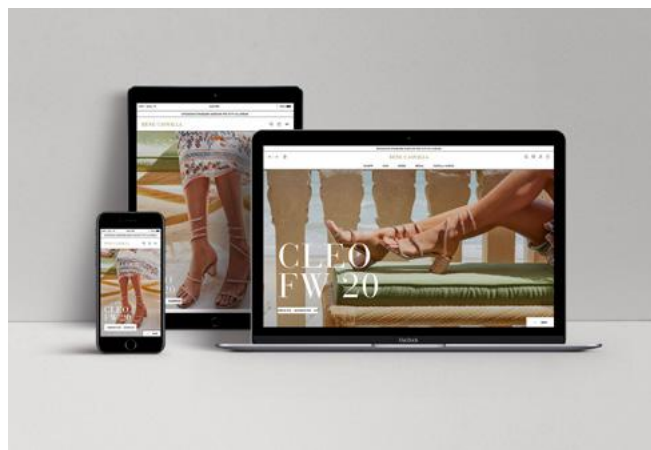
Partnership René Caovilla investe nell'e-commerce e passa a Triboo

René Caovilla, storico brand Made in Italy conosciuto a livello internazionale per l'altissima artigianalità delle calzature, ha scelto Triboo, Gruppo attivo nel settore digitale e quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, per il rifacimento del sito e il potenziamento delle attività di digital marketing. La partnership è nata nel 2019, quando Triboo, con il contributo di Ephoto, parte del Gruppo, ha iniziato a collaborare per la gestione dei canali social e la produzione dei contenuti foto/video del brand Caovilla, supportando una strategia di comunicazione focalizzata su un continuo rafforzamento della brand awareness e su una pianificazione adv mirata ad aumentare l'engagement ed il tasso di conversione al livello worldwide.

FLUIDITÀ

La nuova piattaforma digitale del brand è interamente gestita da Triboo, che ne ha sviluppato il design tailor-made sotto la direzione di Edoardo Caovilla, sulla piattaforma Magento 2.3. allo scopo di offrire all'utente un'esperienza del brand a 360 gradi. La strategia omnicanale adottata per sviluppare il progetto mette al centro dell'attenzione la cura per i dettagli, la manodopera e la tradizione. L'anima e il look del nuovo sito valorizzano i contenuti della pagina, strettamente legati alla storia e ai valori del brand. Un'esperienza di navigazione completamente rinnovata permette a ogni visitatore di accedere con facilità e immediatezza all'ampia gamma di modelli iconici e stagio-

Il brand delle iconiche scarpe gioiello, interamente Made in Italy, punta sul commercio elettronico e si affida al gruppo come partner digitale

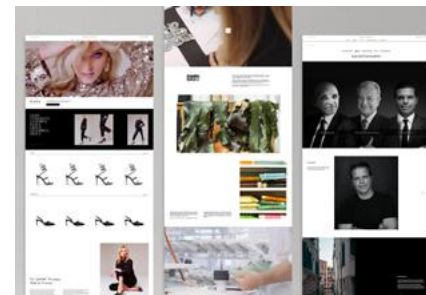


nali. Il design moderno, adattabile ai diversi devices, garantisce una navigabilità veloce e intuitiva. L'esperienza di navigazione diventa, così, sempre più fluida, facilitata anche dall'introduzione di innovativi metodi di pagamento e differenti valute.

LA STORIA

È stata creata anche una sezione interamente dedicata al Caovilla

World attraverso cui l'utente potrà scoprire la storia dell'azienda e della famiglia che ha trasformato le calzature in "raffinati oggetti d'arte chiamati scarpe". L'export è un punto di forza per il brand veneziano; di conseguenza l'e-commerce, attivo a livello globale, è disponibile in sei lingue: italiano, inglese, francese e da oggi anche in russo, cinese e spagnolo. Tutte le attività di digi-



tal marketing, e-mail marketing e Seo sono state implementate per permettere al brand di inserirsi efficacemente su un panorama internazionale.

RISPOSTE A 360 GRADI

"René Caovilla e Triboo condividono l'etica dell'eccellenza e la cura per i dettagli; siamo molto contenti di questa recente collaborazione e lavoreremo insieme per creare contenuti e servizi sempre più all'avanguardia per soddisfare le diverse esigenze dei nostri clienti", commenta Edoardo Caovilla, Ceo e Direttore Creativo di René Caovilla. "Siamo estremamente orgogliosi di poter collaborare con René Caovilla, a oggi, uno dei principali brand del lusso e massimo rappresentate del vero Made in Italy", commenta Giulio Corno, Ceo di Triboo. "Il Gruppo da me fondato propone ai propri clienti un'offerta strategica completa, modulata sulla base delle diverse attività di posizionamento necessarie alla realizzazione di ciascun progetto digitale. Attraverso questo approccio, Triboo è in grado di rispondere a 360 gradi alle necessità dei brand e si inserisce oggi tra le più affermate e strutturate realtà a livello nazionale e internazionale".