

AGENZIE

GreatPixel: obiettivo 2020 i 2 milioni di euro

L'agenzia digitale GreatPixel chiude l'anno con un segno decisamente positivo: il fatturato sale sino a raggiungere quota un milione e mezzo di euro, pari a una crescita del 40% rispetto al 2018. Cresciuto anche l'organico che durante il 2019 si è arricchito di alcune figure chiave tra le quali spiccano Dorian Tireli, nuovo head of DesignOps, e Tommaso Carapelli che continuerà la sua collabo-

razione in azienda come head of UX/UI Design. «A questo punto l'obiettivo del 2020 – ha dichiarato Giovanni Pola – sarà quello di centrare i 2 milioni di euro di ricavi. Ma durante l'anno che sta per arrivare, abbiamo anche altri obiettivi legati alla ricerca e alla sperimentazione. Ovvero vogliamo continuare le collaborazioni di prestigio che abbiamo già in essere con associazioni e università al

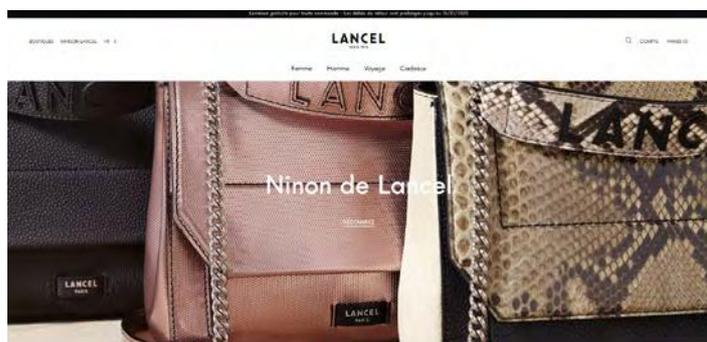
fine di rafforzare la nostra presenza legata al retail, all'e-commerce e al design all'interno della business community. Proseguiremo quindi il lavoro svolto con il POLI.design sia sui corsi di formazione che sulla Experience Design Academy di cui siamo core partner. In quest'ambito, tre anni fa abbiamo lanciato il laboratorio di Experience Matters che nel 2020 si arricchirà di un nuovo percorso - che ve-

drà in prima linea anche le imprese - dedicato al tema delle esperienze conversazionali, i cui risultati verranno presentati la prossima primavera a Milano all'interno di un convegno dal titolo "Beyond Conversational". Abbiamo poi iniziato una collaborazione con lo Iulm su un ambito di ricerca dedicato al Retail, inoltre continueremo il percorso con Netcomm, di cui siamo partner ufficiali anche per il Netcomm Award dove saremo impegnati nella verifica dei criteri di qualità su cui saranno assegnati i premi della giuria. In tutti questi ambiti cercheremo di valorizzare le esperienze concrete che abbiamo maturato in questi due anni di vita professionale - dal tema dell'Offering Design, all'utilizzo della nostra metodologia di lavoro NEKTA[R] - per conseguire nuovi clienti soprattutto negli ambiti telco, servizi, utility, moda e retail che poi sono i settori sui quali abbiamo già lavorato con successo nel corso di questo 2019 che sta per andare in soffitta».



BUDGET IN MOVIMENTO

Piquadro affida a Triboo anche l'e-commerce della maison Lancel



Triboo è stata scelta per il lancio dell'e-store di Lancel, maison parigina di pelletteria di lusso acquisita nel 2018 dal gruppo Piquadro, che già si avvale del supporto e della consulenza di Triboo per la gestione degli store online dei brand The Bridge e Piquadro. Oltre ad assistere

il brand nella gestione del proprio store online, attivo al momento in Europa, Svizzera, Usa, UK, e Russia, Triboo si occuperà anche dell'implementazione di attività mirate ed efficaci di Digital Marketing e dell'ottimizzazione Seo. Dopo l'acquisizione di Lancel dal gruppo Richemont, il gruppo Piquadro ha registrato ricavi per 147,5 milioni di euro per l'esercizio chiuso al 31 marzo 2019 e portato l'utile a 34,5 milioni di euro.

