

DIGITOUCH AGENCY NATUZZI

PER IL MARCHIO DELL'ARREDAMENTO MADE IN ITALY, L'AGENZIA HA DEFINITO E MESSO IN ATTO UN PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA A LIVELLO MONDIALE E HA PROGETTATO UNA PIATTAFORMA IN GRADO DI OFFRIRE IL QUADRO DEL ROI OMNISCANALE.

CLIENTE E PROGETTO

Natuzzi, Dashboard per l'analisi di progetti Omniscannel

AZIENDA ASSOCIATA IAB

DigiTouch Agency, agenzia storica del Gruppo DigiTouch

CONTESTO

Natuzzi, realtà di eccellenza nel settore dell'arredamento made in Italy, presidia il mercato italiano e internazionale con i marchi Natuzzi Italia, Divani&Divani e Natuzzi Editions e dispone di una fitta rete di negozi monomarca e franchising. Natuzzi ha affidato a DigiTouch Agency la definizione e implementazione di un piano di comunicazione integrata e omniscanale a livello worldwide. Per capitalizzare l'investimento del brand, l'agenzia ha creato una Dashboard tailor-made, finalizzata alla raccolta dei dati e dei risultati legati agli investimenti Omniscannel di Natuzzi.

TARGET

Il brand si rivolge in particolare a tre cluster di utenti: i Bourgeois Prosperity, ovvero famiglie medio alto spendenti con genitori sui 45-65 anni, i Sophisticated Singles, ossia single tra i 25 e 44 anni medio alto spendenti, i Careers and Family, ovvero famiglie con bambini con genitori tra i 35 e i 54 anni medio spendenti.

OBIETTIVI

Natuzzi ha la necessità di comprendere l'impatto delle attività di comunicazione online sulle visite nei negozi fisici e vorrebbe disporre di un modello di attribuzione che definisca il contributo di ogni singolo canale online nel portare visite in negozio; questo modello permetterebbe al brand di avere insight utili all'ottimizzazione delle attività finalizzate all'aumento delle visite in



store. Il progetto implementato da DigiTouch Agency è volto anche al raggiungimento di obiettivi strategici, quali: favorire un'integrazione tra retail fisico e canale digitale in ottica Omniscannel e agevolare l'interazione tra gli utenti e il brand tramite landing page dedicate.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

DigiTouch Agency si è attivata su più fronti. Lato media, ha disegnato e implementato un piano di comunicazione integrata, basato sulla realizzazione di progetti specifici per singolo paese e singola promozione e sviluppato sui differenti canali e piattaforme che il mondo del marketing digitale offre. Con il supporto dei colleghi dell'agenzia E3, ha inoltre curato la produzione dei materiali grafici. Lato monitoraggio, DigiTouch Agency ha creato una tracking map per monitorare tutte le attività di conversione possibili e favorire la successiva analisi del comportamento di navigazione degli utenti e della loro interazione con il brand sulle landing page e sui siti di Natuzzi. Grazie alla creazione di una dashboard personalizzata, DigiTouch Agency ha offerto l'opportunità a Natuzzi di aggregare dati provenienti da diverse fonti (advertising online, CRM del cliente, altre fonti dati) per favorire l'analisi sugli utenti e sui dati rilevati dalle campagne omniscannel e trarre utili insight per ottimizzare gli investimenti futuri, migliorando le performance a livello globale.



RISULTATI

Grazie alla relazione di partnership tra Natuzzi e DigiTouch Agency è stato possibile integrare i dati dell'intera customer journey e visualizzarli su una piattaforma unica e integrata che incrocia i dati di sell-out, con le visite in store e con i risultati online, fornendo un quadro chiaro dell'efficacia degli investimenti e delle azioni di business implementate.