

COMUNICATO STAMPA

Sergio Rossi sceglie la piattaforma Digital Human Experience di Gruppo DigiTouch per realizzare la campagna vendite in Secret Room virtuali

Interazione e personalizzazione alla base del progetto B2B di Digital Human Experience curato da Conversion E3 per il brand d'alta moda. Risultato: più di 100 incontri virtuali con buyer di settore svolti con successo nelle prime settimane.

MILANO, 2 novembre 2020 – Con l'obiettivo di svolgere la propria campagna vendite della collezione Primavera-Estate 2021 in modalità digitale al fine di ovviare alle limitazioni di spostamento tra Paesi imposte dall'emergenza Covid-19, Sergio Rossi ha scelto la tecnologia "Digital Human Experience" sviluppata e offerta da Gruppo DigiTouch, *Cloud Marketing company quotata sul mercato AIM Italia (AIM: DGT.MI)* e ha contribuito in modo determinante all'evoluzione di una piattaforma che originariamente era pensata per il mondo consumer e che grazie al lavoro a quattro mani tra Sergio Rossi e il Gruppo è stata implementata con nuove caratteristiche innovative, ritagliate sulle esigenze specifiche del mondo B2B.

L'incontro tra il know-how di DigiTouch e la visione audace del team guidato da Riccardo Sciutto, CEO di Sergio Rossi Group, ha creato una piattaforma capace di portare umanità ed emozione all'esperienza digitale. Questo ha permesso ai buyer di fruire di un'esperienza interattiva distintiva e ricca, annullando la distanza spaziale e favorendo il loro coinvolgimento nell'incontro virtuale con la forza vendita del brand.

Gruppo DigiTouch, attraverso la sua agenzia Conversion E3, ha creato delle Room Virtuali che Sergio Rossi ha deciso di chiamare Secret Room all'interno delle quali il brand ha potuto svolgere il cerimoniale di vendita, partendo dall'accoglienza del buyer nella stanza virtuale, proseguendo con la presentazione della collezione e concludendo con la vendita. L'intera *journey* è avvenuta in modo digitale ed è stata connotata da un'elevata interazione tra venditori e buyer. Le Secret Room sono state personalizzate in termini di sfondo con background, animazioni, pop up con immagini e condivisioni di file. I partecipanti hanno potuto interagire ponendo direttamente delle domande e fruendo dei contenuti condivisi, come i video di catwalk di sfilata o le immagini real-time dei modelli delle scarpe direttamente dallo showroom di Milano Brera. Altra particolarità, le Secret Room sono state accessibili attraverso un link privato, condiviso con i buyer attraverso una DEM dedicata. L'assenza di registrazioni alla piattaforma e l'immediatezza dell'accessibilità hanno offerto ai partecipanti un'esperienza fluida e naturale.

«A gennaio il mondo è cambiato per sempre mettendoci davanti a una realtà sanitaria e sociale struggente, ma aprendo anche nuove opportunità di business per chi ha avuto il coraggio e l'audacia di coglierle. Ho seguito il mio istinto per continuare a svolgere il nostro lavoro con successo e riuscire a comunicare con il mondo esterno in maniera nuova ma senza tralasciare il fondamentale aspetto umano. Ho cercato il giusto equilibrio tra tecnologia ed emozione, che oltrepassasse i limiti della distanza e la freddezza della tradizionale video call. La nostra visione ha trovato espressione grazie alla tecnologia del Gruppo DigiTouch che ha implementato il suo know-how dando vita alla Secret Room di Sergio Rossi. Questa nostra idea innovativa ci

ha permesso di raggiungere risultati molto importanti e non scontati in un momento di difficoltà senza precedenti», Riccardo Sciutto, CEO, Sergio Rossi Group.

«È innegabile che la pandemia abbia portato grandi cambiamenti e rivoluzionato diversi paradigmi. Qualche mese fa ci siamo interrogati su come cambiare la customer journey in ottica omnichannel per generare conversioni e siamo riusciti a impostare un nuovo paradigma dell'experience: grazie alla tecnologia abbiamo trasportato l'esperienza offline online e grazie alla creatività abbiamo umanizzato il digitale. È proprio in questo binomio tecnologia-creatività che è racchiusa l'anima strategica della piattaforma Digital Human Experience e siamo felici che la collaborazione già attiva con Sergio Rossi ci abbia permesso di poter evolvere la piattaforma», commenta Alberto Rossi, *Amministratore Delegato* di Conversion E3.

«Siamo lieti di aver ampliato la nostra partnership e ringraziamo Sergio Rossi che ancora una volta si è dimostrato pioniere sul mercato contribuendo a sviluppare un format originale e innovativo; siamo anche felici di aver messo a disposizione del brand la nostra innovativa soluzione tecnologica, che si inserisce e si integra nell'ampio progetto di digital performance marketing curato dal nostro Gruppo per il brand da fine 2019. Lo spirito di innovazione e il time to market sono fondamentali nel settore in cui operiamo e siamo orgogliosi di aver saputo implementare in tempi brevi e con massima efficacia una nuova tecnologia in risposta a esigenze emergenti», commenta Simone Ranucci Brandimarte, *Presidente* di Gruppo DigiTouch.

Team Credentials:

- Alberto Marra - Client Partner
- Chiara Nava - Account Manager
- Valentina Manta - Project Manager
- Federico Zimbaldi - Design Supervisor

BREVE DESCRIZIONE DI GRUPPO DIGITOUCH

Gruppo DigiTouch Cloud Marketing Company quotata sul mercato AIM Italia. È una realtà market centrica che sintetizza competenze di MarTech, creative e tecnologiche e le attiva in modo integrato per supportare le aziende nella loro comunicazione, per predire i trend di mercato e per rispondere alle esigenze dei brand, oggi e domani. Al fianco dei clienti per generare risultati di lunga durata, il Gruppo attrae e coltiva talenti e può contare su un team specialisti distribuiti nelle sedi di Milano e Roma. Con un portfolio di oltre 300 clienti, il Gruppo ha una forte expertise in tutte le industry e collabora sia con PMI che con grandi aziende corporate. Gruppo DigiTouch si compone di otto società (Performedia srl, Conversion E3 srl, Optimized Group srl, Purple Ocean srl, Meware srl, Back Office Srl e Digital Automotive Solutions srl e Nextmove Srl) guidate dalla capogruppo DigiTouch SpA. www.gruppodigitouch.it

Ticker: DGT, Codice ISIN azioni ordinarie DIGITOUCH: IT0005089476

Contatti**EMITTENTE****DigiTouch S.p.A.**

Viale Vittorio Veneto 22 - 20124 Milano

E-mail: investor.relator@digitouch.it

Tel: +39 02 89295100

Veronica Maccani, *Responsabile Comunicazione e Marketing*, veronica.maccani@gruppodigitouch.it

NOMAD**EnVent Capital Markets Ltd.**

42 Berkeley Square - London W1J 5AW

Italian Branch, via Barberini 95 - 00187 Roma

+39 06 89684111

SPECIALIST**Banca Finnat Euramerica S.p.A.**

Piazza del Gesù, 49 | 00186 Roma

Dott. Lorenzo Scimia

+39 06 6993 3446