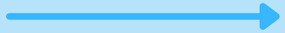
IULM
International University of Languages and Media
Libera Università di Lingue e Comunicazione

Federica Marino, Francesca Nappi
Francesca Cecilia Mauri, Elena Lorenzi

AG
EN
DA

- Our idea
- Brand Identity
- Swot Analisys
- Brand choice
- Target
- Personas
- Costumer Journey
- Operating Plan
- App
- Pop Up Store
- Events
- People Innovation
- Social Media
- Marketing Digitale
- CRM
- Economics
- Obiettivi

LOGO



OUR IDEA

Abbiamo sviluppato la nostra idea prestando attenzione al dualismo MODA & TECNOLOGIA, nasce così la nostra applicazione SHOT&SHOP. Guardandoci attorno ed osservando i comportamenti e le abitudini di chi ci sta accanto, abbiamo notato come una tra le esigenze più pressanti oggi sia quella di trovare un prodotto in modo rapido e semplice, senza dover star a cercare sul sito del brand ore ed ore, o doversi rivolgere a google image tentando la fortuna. Lo smartphone è il pane quotidiano delle generazioni Y e Z, i cosiddetti millennials ed i post millennials. Viene utilizzato per qualunque esigenza, ed in qualunque momento della giornata, dal lavoro allo svago, per tenersi in contatto gli uni con gli altri e/o per acquistare online dai numerosissimi siti di e-commerce presenti oggi su internet.

OUR IDEA

La tendenza dello shopping online, è andata pian piano ad instaurarsi nelle abitudini dei consumatori grazie al primo grande E-shop che oggi detiene il primato degli acquisti su internet, Amazon.com. I punti chiave di questa frontiera dello shopping 2.0 per far si che i customers si fidino e fidelizzino, sono <sicurezza> e <rapidità>. All'interno della società odierna, questa modalità di acquisto spopola più che mai anche a causa della pandemia in cui il mondo si è ritrovato durante l'ultimo anno e mezzo. Per queste ragioni, abbiamo creato un app che fornisse una soluzione al nascere di un bisogno che unisse rapidità di un servizio e facilità di utilizzo .

La nostra App

Shot&Shop si pone l'obiettivo principale di sveltire quello che è il momento di ricerca dell' ACCESSORIO di un brand specifico, tramite l'ausilio del nostro software. Tutto quello che sarà necessario fare è: scaricare l'applicazione dagli appositi store (Apple Store e Play Store). Dopo aver eseguito l'iscrizione inserendo i propri dati, ci si troverà davanti una fotocamera. A questo punto basterà inquadrare l' ACCESSORIO, scattare una foto e la nostra app si occuperà di riconoscere il prodotto e di reindirizzare il cliente al sito e-commerce del brand dove eseguire in ultima battuta l'acquisto.

Funzionalità

Una volta effettuato lo scatto, l'applicazione fornisce due opzioni contemporaneamente, la prima è quella di visual 3D fitting, la seconda quella di Buy con il redirect al sito e-commerce del brand.

3D
Visual Fitting

Buy

3D Visual Fitting

La scelta di inserire questa funzionalità, deriva dal voler semplificare ulteriormente lo shopping del cliente. Una delle fasi più importanti dell'acquisto è la prova dell'articolo. Volevamo che questa fase fosse presente anche digitalmente, e per far si che questo avvenisse, al momento del download dell'app vengono richiesti, oltre che i dati personali del cliente (per tenere traccia delle operazioni effettuate) anche le proprie misure e l'upload di una propria foto.

Le misure inserite e l'upload della propria foto serviranno a creare una proiezione digitale il più realistica possibile della figura del cliente. Questo step aiuta ulteriormente il momento della scelta del prodotto poiché avere un'immagine realistica di come l'accessorio renda una volta indossato, è un ulteriore step forward al momento della decisione d'acquisto.

Buy

Il momento finale è quello in cui il cliente decide di acquistare l'accessorio scelto. Cliccando sull'apposita sezione dell'app, verranno reindirizzati al sito di e-commerce del brand in questione, dove troverà tutte le specifiche dell'articolo e le modalità di acquisto.

Brand Identity

Smart

Easy

Useful

Fun

SHOT&SHOP

S

PUNTI DI FORZA

- Unicità del servizio;
- Nessun competitor sul mercato;
- Brand Luxury;
- Rapidità del servizio;
- Utilità del servizio;

W

DEBOLEZZE

- Pochi brand;
- Nessun flagship store;
- Presenza debole offline;

O

OPPORTUNITÀ

- Nuove partnership con molti altri brand;
- Espandere l'offerta oltre gli accessori;
- Stringere partnership esclusive con designer nascenti;

T

MINACCE

- Brand che adottano lo stesso metodo di ricerca dei propri prodotti;
- Modifiche alle condizioni di privacy;

Scelta degli articoli e dei Brand

Il momento della scelta di articoli e brand da inserire nel nostro database, ha visto protagonista una scrematura di tutto il mercato della moda, il quale oggigiorno offre un'ampia gamma di fashion items.
Al principio, data la vastità di articoli prodotti dalle innumerevoli case di moda, è stato necessario filtrare uno stile ben preciso e scegliere un numero massimo di brand da immettere.
Abbiamo convenuto che in questa fase embrionale del progetto, strategico fosse inserire i cataloghi dei soli accessori.

Brand

BALENCIAGA

AMINA MUADDI

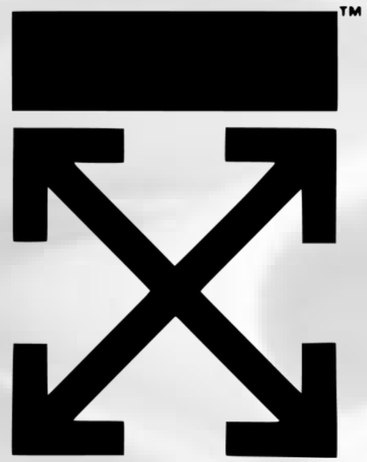
KURT GEIGER

HERON PRESTON

MSGM

JACQUEMUS

BOTTEGA VENETA



Perché questi Brand

I marchi eletti per il nostro catalogo, sono stati scelti per via di diverse considerazioni:

1. Tutti ed otto appartengono alla categoria fashion streetwear;
2. Tutti i brand appartengono al settore luxury;
3. Tutti i brand mirano ad un target di riferimento affine al target a cui miriamo con la nostra applicazione.

Target

Trentenni
33.3%

Sedicenni
33.3%

Ventiduenni
33.3%

Personas

Vittoria

Sara

Ludovico

Personas Identity

Vittoria

Vittoria ha 17 anni, vive a Roma e frequenta il liceo classico; abita con i genitori ed è figlia unica. Passa il suo tempo libero con le amiche facendo shopping al centro commerciale ed immortalando ogni momento trascorso con loro con il cellulare. I suoi hobby includono la fotografia e la pittura. È una grande appasionata di scarpe infatti ad ogni occasione che richieda un regalo, lei domanda proprio un paio di calzature. È sempre alla ricerca del paio più gettonato ed alla moda del momento.

Personas Identity

Sara

Sara ha 23 anni, vive a Verona, città in cui studia Scienze della comunicazione. È nata ed ha vissuto a Catania, dove tutt'oggi vivono i genitori ed il fratello minore. Vive in un appartamento insieme al fidanzato, con cui condivide la passione per i film in bianco e nero; Per mantenersi gli studi ed essere autonoma, lavora part time come sales assistant in un negozio indipendente del centro città. Grazie al suo lavoro ha scoperto un' altra grande passione, quella per le borse limited edition e super ricercate.

Personas Identity

Ludovico

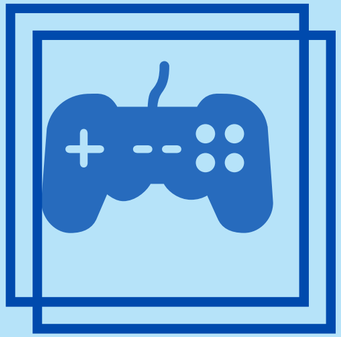
Ludovico ha 31 anni, vive a Milano, la stessa città in cui lavora come marketing manager presso un'agenzia di consulenza. Condivide casa con il suo migliore amico, con il quale, una volta terminato il lavoro, si reca al centro per l'aperitivo con gli amici, in modo tale da rimanere tutti in contatto e vedersi con stabilità. Le passioni di Ludovico includono il calcio, infatti segue con costanza la sua squadra del cuore, e gli piace praticarlo a livello dilettantistico, ed il gaming online. Ha avuto modo di appassionarsi allo street style, che gli piace immortalare per il proprio archivio personale dal quale prendere ispirazione al bisogno.

Costumer Journey: Vittoria

AWARENESS

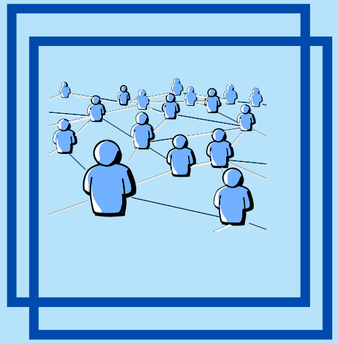
Grazie ad i banner sui social scopre della nostra nuova app;

FAMILIARITY



Viene a conoscenza dell'evento di apertura e decide di testare il gioco;

CONSIDERATION

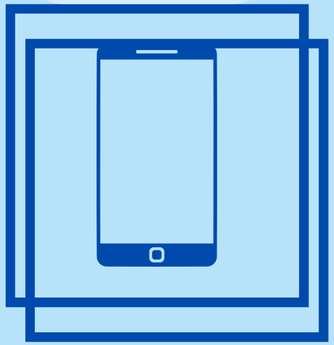


Cerca news e nuove info sulle nostre pagine social;

ACQUISITION

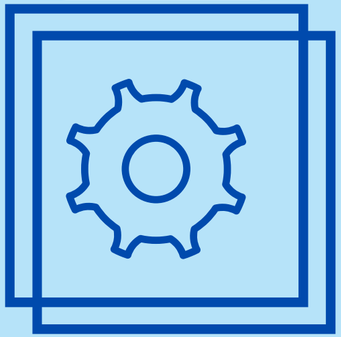
Convintasi, decide di scaricare l'app sul suo smartphone;

SERVICE



Inizia ad utilizzare la nostra app;

LOYALTY



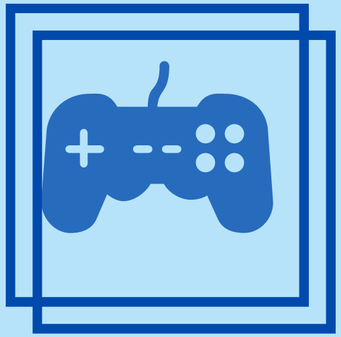
Soddisfatta dei nostri servizi in app, la consiglia a tutti i suoi amici fashion addicted.

Costumer Journey: Sara

AWARENESS

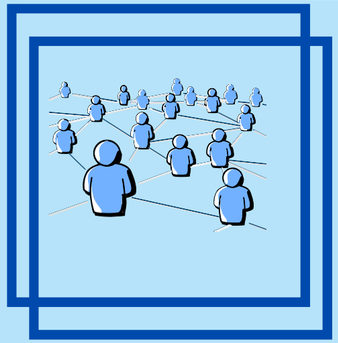
Ascoltando le conversazione tra le proprie clienti, Sara viene a conoscenza di Shot&Shop;

FAMILIARITY



Non essendo del tutto convinta, decide in un primo momento di giocare al nostro game, per distrarsi dopo una lunga giornata;

CONSIDERATION

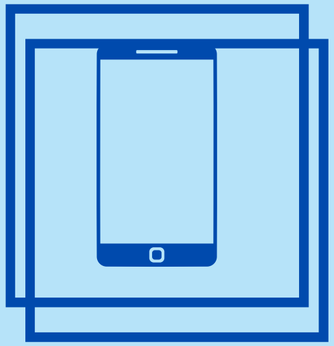


Incuriositosita, decide di ascoltare la voice chat su Clubhouse;

ACQUISITION

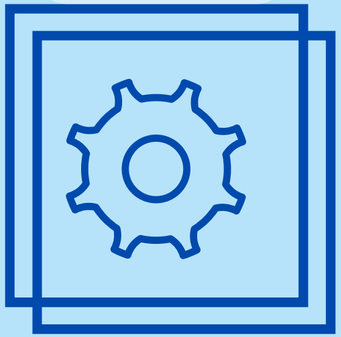
Decide di fare una prova, scaricando sul suo smartphone;

SERVICE



Per testarne il funzionamento, scatta delle foto di prova ai prodotti all'interno del negozio in cui lavora;

LOYALTY



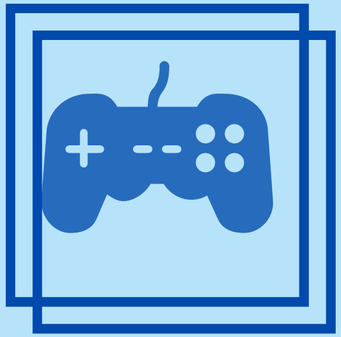
Soddisfatta dei risultati ottenuti la consiglia a tutti i suoi amici, colleghi e familiari.

Costumer Journey: Ludovico

AWARENESS

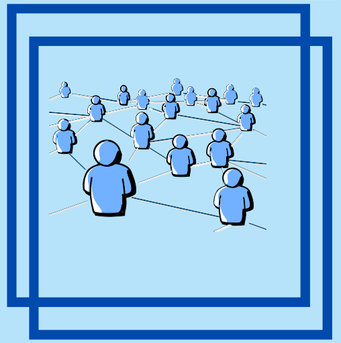
Grazie alla passione per il game e per lo street style,
Ludovico viene a conoscenza della nostra app
che include un game;

FAMILIARITY



Testa il gioco e scopre del nostro evento di
apertura dei pop-up;

CONSIDERATION

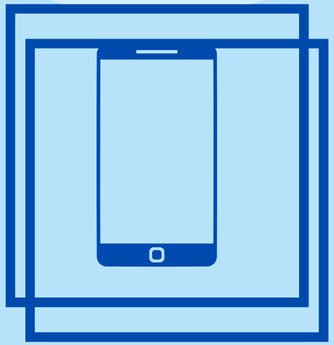


Cerca news e nuove info sulle
nostre pagine social;

ACQUISITION

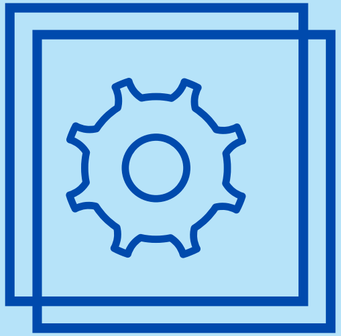
Scarica l'app
sul suo smartphone;

SERVICE



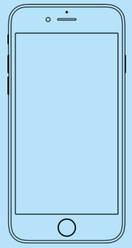
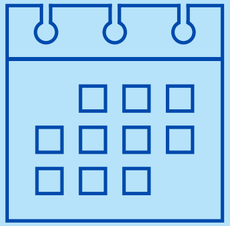
Inizia ad utilizzare la nostra app
mostrandone l'impiego al suo coinquilino
per invogliarlo giocosamente a cambiare un pò stile
ed abitudini;

LOYALTY



Soddisfatto e divertito dei nostri servizi app,
e dal game, la consiglia a tutti i suoi amici.

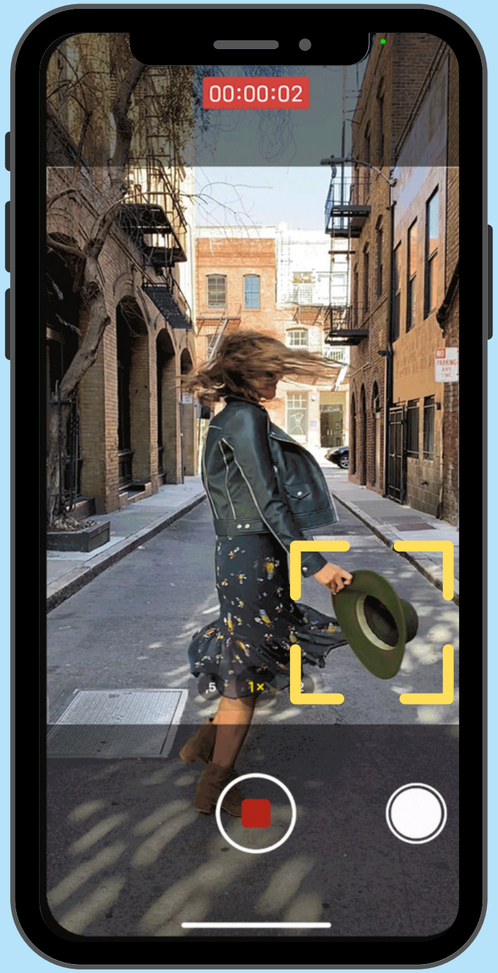
Operating Plan

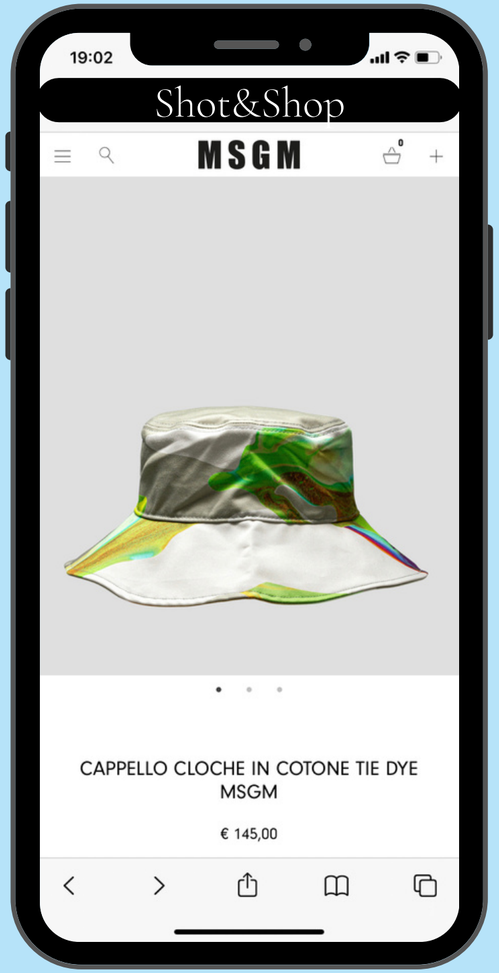
			
Creazione Applicazione	Apertura Pop Up	Eventi Online/Offline	Obiettivi a lungo termine

L'Applicazione

Accesso e registrazione

L'Applicazione

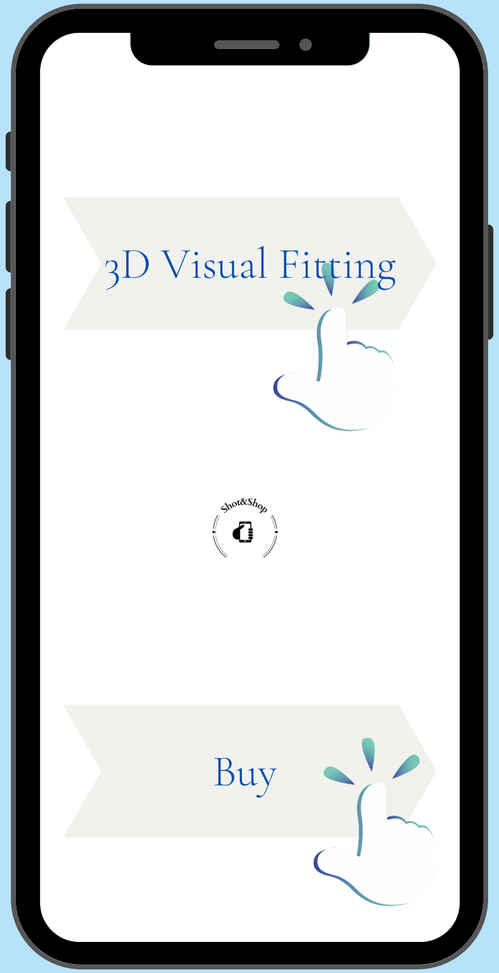


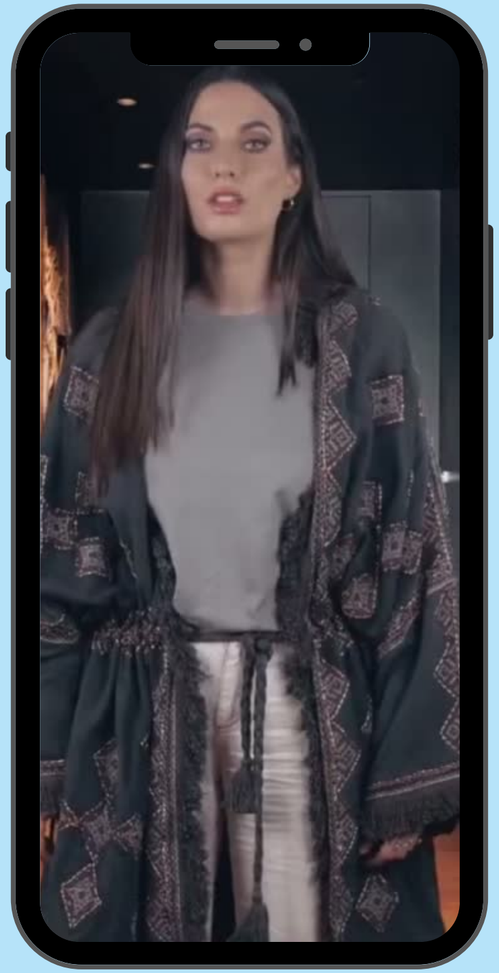


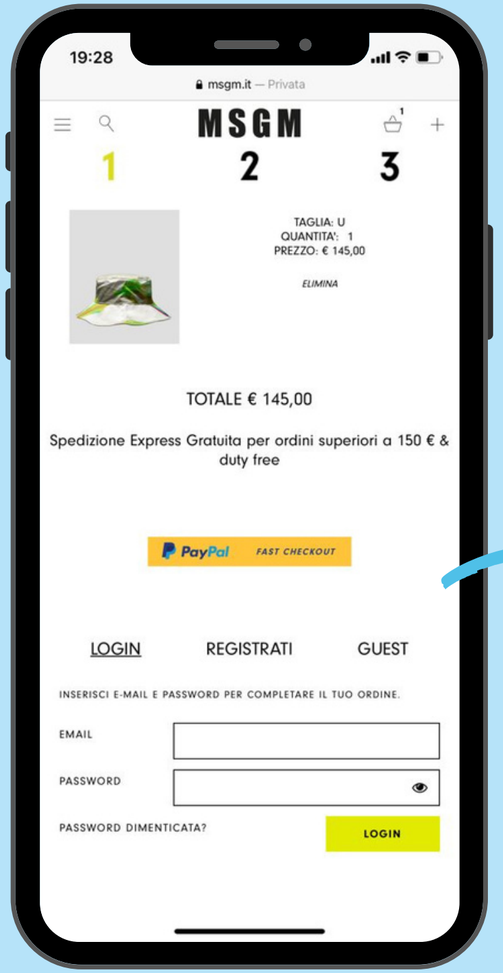
Shot

Riconoscimento

L'Applicazione







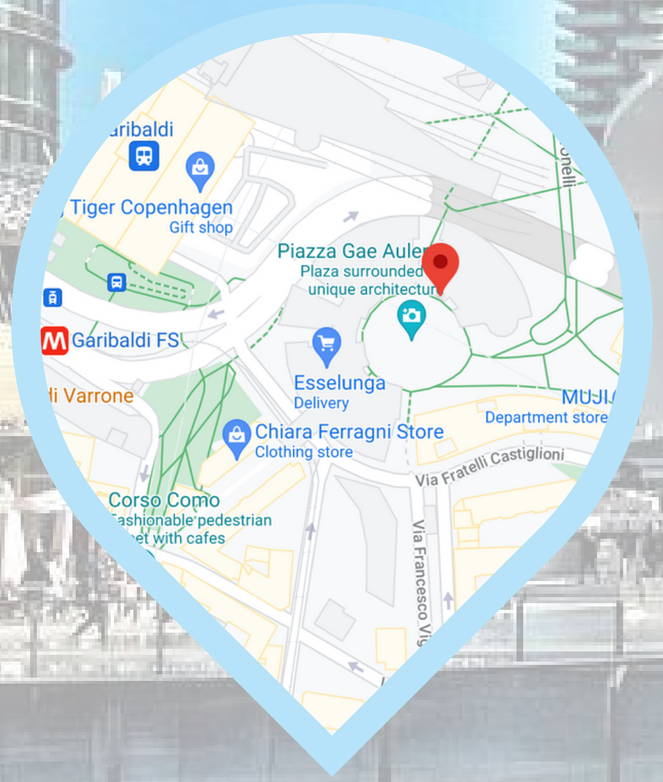
Reinderizzamento
al sito
e-commerce del brand

Options

3D Visual Fitting

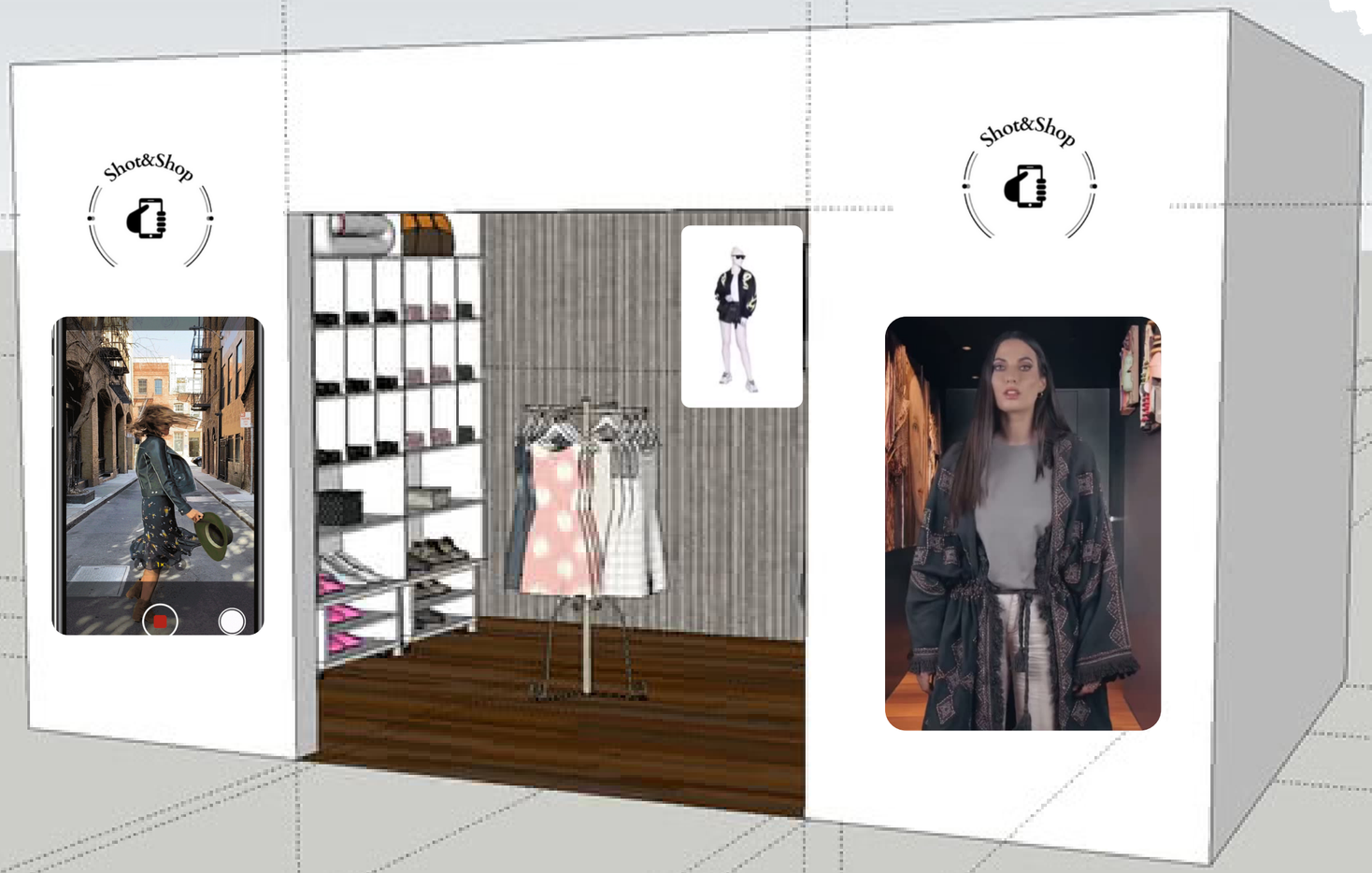
Buy

Pop-up store



Milano, Piazza Gae Aulenti

Pop-up store



Pop-up: our concept store

Lo scopo dell'apertura dei nostri pop-up store mobili, non è quello di vendere gli accessori che si troveranno sull'applicazione, bensì servirà come modello dimostrativo delle funzionalità dell'app. Una volta dentro, anche a chi non conosce ancora la nostra app, verrà spiegato come essa funzioni e le sue potenzialità, spingendo così tutti gli interessati a scaricarla e tutti i curiosi a provarla. Verranno esposti solo alcuni degli accessori dei diversi cataloghi dei vari brand, in modo tale da ricreare una demo fisica di Shot&Shop. Ogni store rimarrà aperto un solo mese, 7 giorni su 7.

Pop-up store: I-tech innovation

WI-FI live promotion

Ad ogni ingresso in store
verrà inoltrata una notifica
sullo smartphone che indica
i pezzi in catalogo
che al momento sono
in saldo sul sito dei brand.

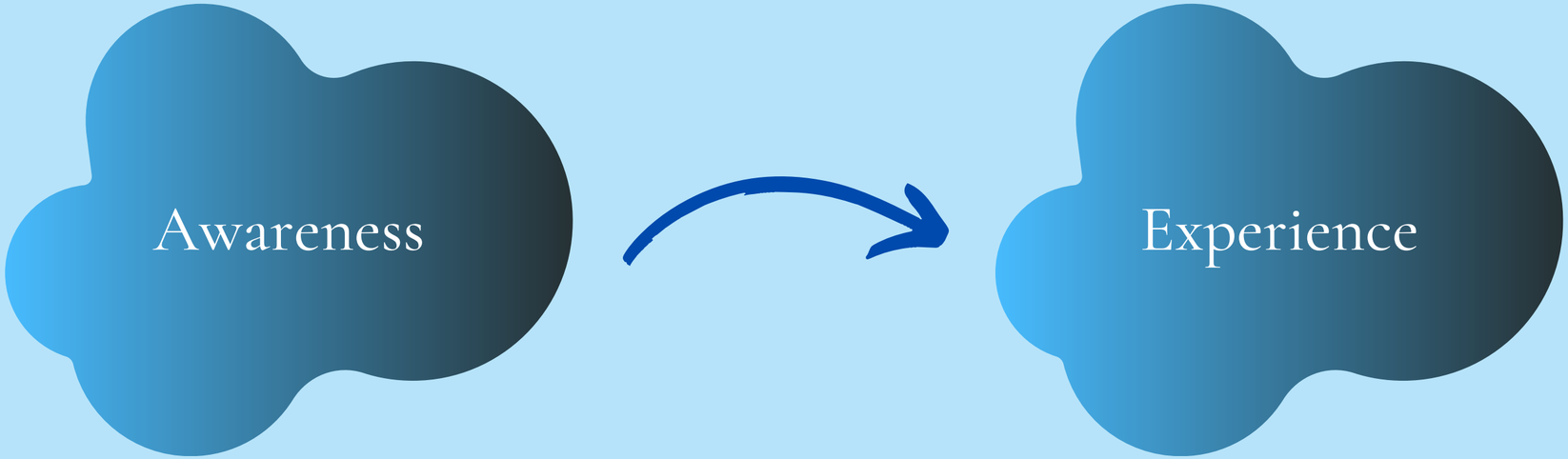
Totem multimediali da vetrina h24

Per mostrare le
funzionalità dell'app anche
quando lo store è chiuso.

Pop-up store: Vetrine

L'obiettivo di inserire i totem multimediali da vetrina, consiste nel
tenere costantemente informati sulla nascita, sui servizi e sulle potenzialità dell'app, tutti coloro i quali passano davanti i nostri pop-up, h24. Per instillare awareness in tutti i potenziali clienti.

Obiettivi dello Store

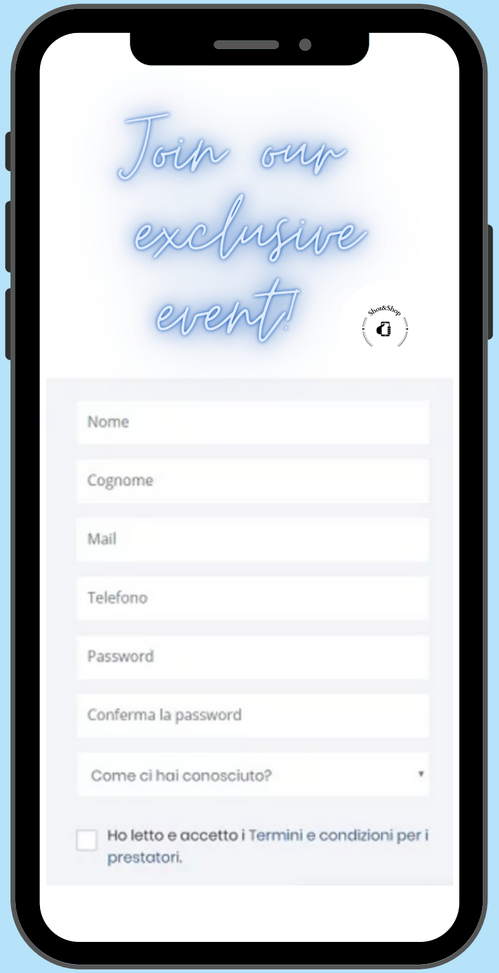


Perché entrare in Store ?

Eventi in store

Per promuovere i nostri pop up e di conseguenza la nostra app, abbiamo pensato a degli eventi in corrispondenza all' apertura di ognuno degli store. Durante gli eventi, saranno presenti dei web influencer i quali promuoveranno l'applicazione e al contempo dedicheranno del tempo a tutti coloro i quali hanno aderito all' evento. Per spingere ulteriormente il senso di esclusività, per accedere all'evento sarà necessario scaricare l'app e registrarsi, ad ogni registrazione si aprirà una pagina automatica che chiederà l'adesione all'evento, facendo scegliere un orario ben preciso, compilando il format, riceveranno un QR CODE che permetterà l'accesso . Ad ogni fascia oraria della giornata di apertura, sarà permesso di accedere ad un numero limitato di persone.

Eventi in store: adesione



In store: location & influencer

Milano, Fedez

Verona, A. Damante

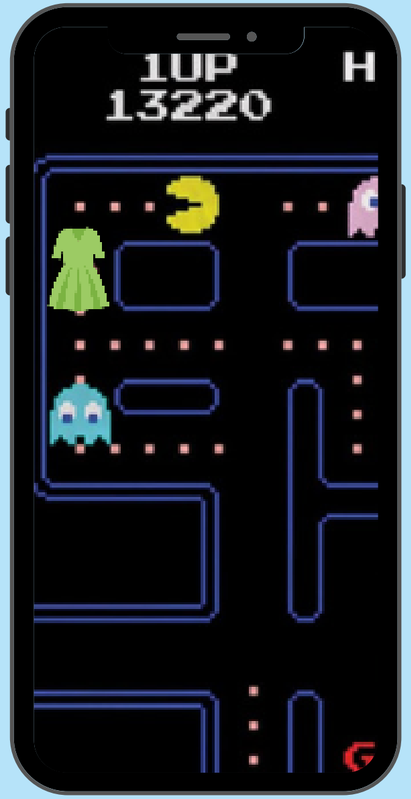
Roma, S. Guarrera

Napoli, C. Nasti

Catania, C. Ferlito

Eventi on-line

Per creare brand awareness indirizzata alla nostra app, la nostra idea è quella di creare di un videogioco nel quale inserire alcuni degli accessori presenti sui cataloghi dei nostri brand. Una volta raccolti tutti gli accessori il customer si troverà una mappa digitale che porta all'indirizzo dei nostri pop-up store.



People Innovation

Azzurra

Marco

People Innovation

Store Assistant

La figura dello store assistant,
si occuperà di accogliere e illustrare le caratteristiche della nostra applicazione, a tutti coloro i quali si mostreranno interessati, entrando in store.

Servizio Clienti

La figura del servizio clienti, sarà impiegata 24/7 per offrire soluzioni di qualsivoglia natura, a chi ne necessita, da problemi di natura tecnologica, ad informazioni riguardanti gli accessori ed i singoli Brand.

Social Media

"Shot&Shop_off"

Tiktok

Per mostrare tramite video
freschi e divertenti
le potenzialità dell'app.

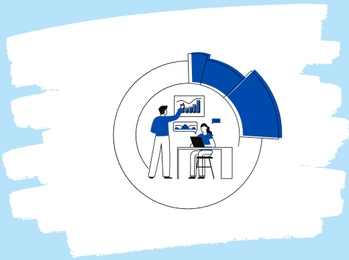
Clubhouse

Per creare una community
worldwide dove ascoltare
in presa diretta critiche e consigli
dei nostri customer.

Instagram

Per presentare sul più
social dei social, le funzioni
dell'app e dei pop-up store.

Marketing Digitale



Per generare awareness e intrattenere un contatto continuativo:

Pop-up pubblicitari

Comparendo in automatico sulle varie web pages, attirano l'attenzione di tutti i potenziali customer.

Pop-up Brand's webpage

Compariranno in automatico sulle web pages, dei Brand con cui abbiamo stretto una partnership.

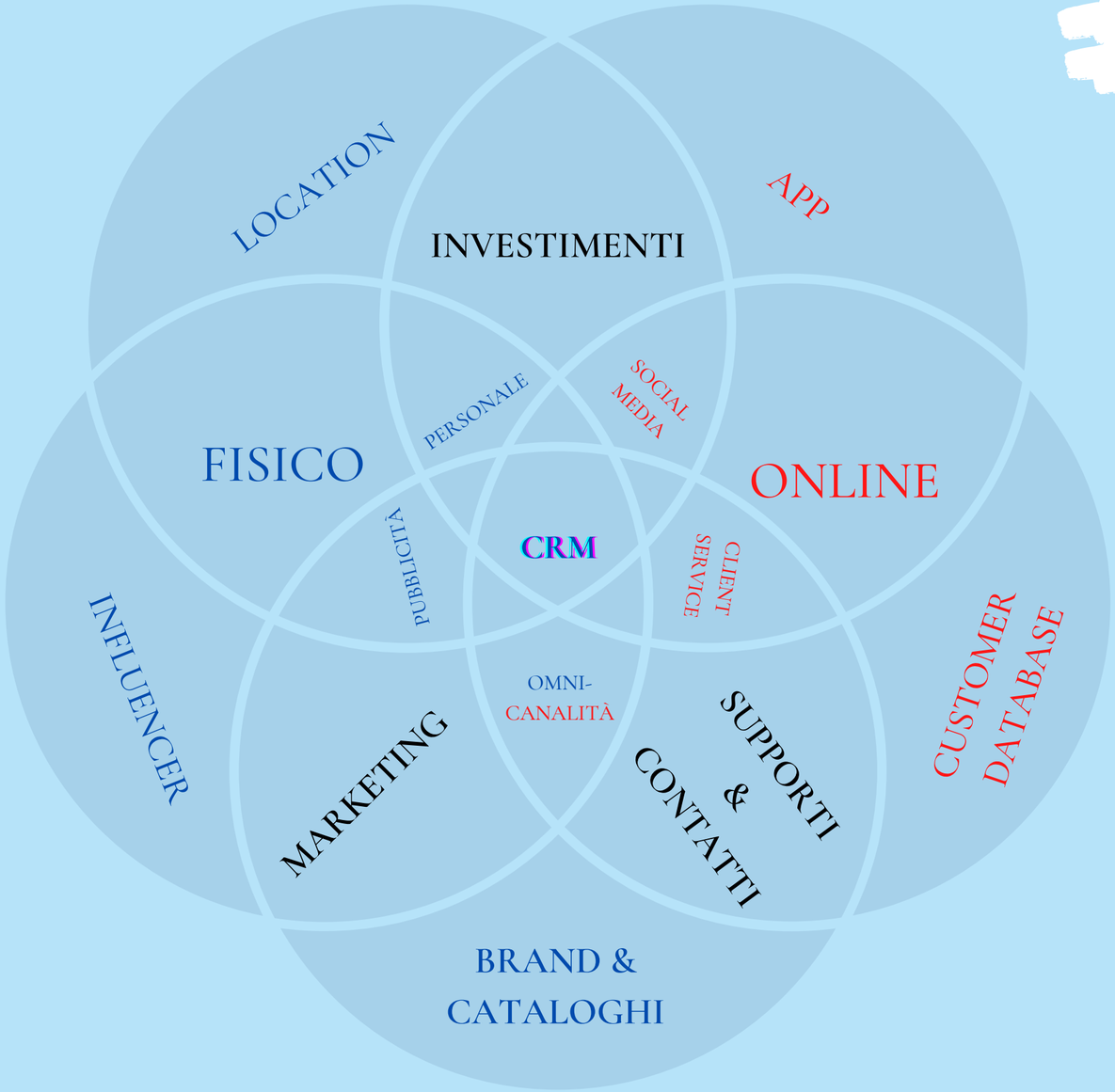
Social media cookies

Grazie ai social media, siamo in grado di tracciare le preferenze di navigazione, impattando sul contenuto di siti terzi.

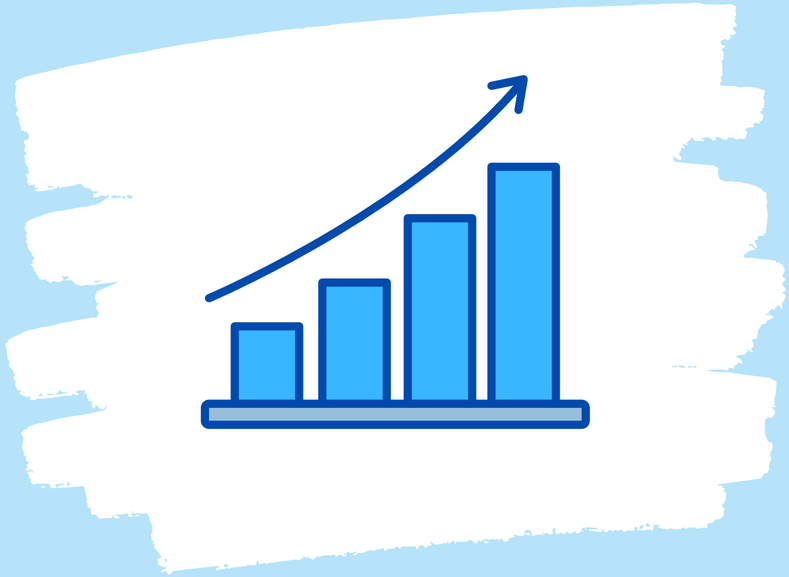
Targeting cookies

Sviluppati sulla base dei propri interessi per creare pop-up personalizzati in base alle proprie passioni.

MAPPA CRM


LOCATION
INVESTIMENTI
APP
PERSONALE
SOCIAL MEDIA
FISICO
ONLINE
PUBBLICITÀ
CRM
CLIENT SERVICE
INFLUENCER
OMNI-CANALITÀ
MARKETING
SUPPORTI & CONTATTI
CUSTOMER DATABASE
BRAND & CATALOGHI

Economics



	A	B	C	D
1	ANNO	2022		
2	**FATTURATO**			
3	% vendite dei contratti	15%		
4	Valore dei contratti	3.600.000,00		
5	Incasso da contratti	540.000,00		
6	Numero utenti	1.500,00		
7	Numero ordini per utente	3,00		
8	Valore medio ordine	800,00		
9	**TOTALE FATTURATO**	540.000,00		
10				
11	**COSTI PERSONALE**			
12	Sales assistant	44.000,00		
13	Supporto marketing	20.000,00		
14	Influencer	20.000,00		
15				
16	**COSTO TOTALE DEL PERSONALE**	84.000,00		
17				
18	**COSTI DI GESTIONE**			
19	Supporti tecnologici	20.000,00		
20	Creazione App e sito web	50.000,00		
21				
22	**COSTO TOTALE DI GESTIONE**	70.000,00		
23				
24	**COSTI LEGALI**			
25	Contratti con partner	200.000,00		
26	Affitto	18.000,00		
27				
28	**COSTO TOTALE LEGALE**	218.000,00		
29	**COSTI TOTALI**	**372.000,00**		
30				
31	**MARGINE**	168.000,00		+R-c/R
32	**MARGINE %**	31%		
33				

Obiettivi a lungo termine

Ampliare l'offerta, stringendo partnership con altri brand.

Ampliare la gamma di prodotti inserendo gli abiti oltre che gli accessori.

Raggiungere un pubblico il più worldwide possibile.

Grazie per l'attenzione.

Dott.ssa Federica Marino

federica.marino94@outlook.it

Dott.ssa Francesca Nappi

francescanappi4.10@hotmail.it

Dott.ssa Francesca Cecilia Mauri

maurifrancescacecilia@gmail.com

Dott.ssa Elena Lorenzi

elen.lorenzi@gmail.com

IULM

International University of Languages and Media

Libera Università di Lingue e Comunicazione