



La strategia digitale ICE



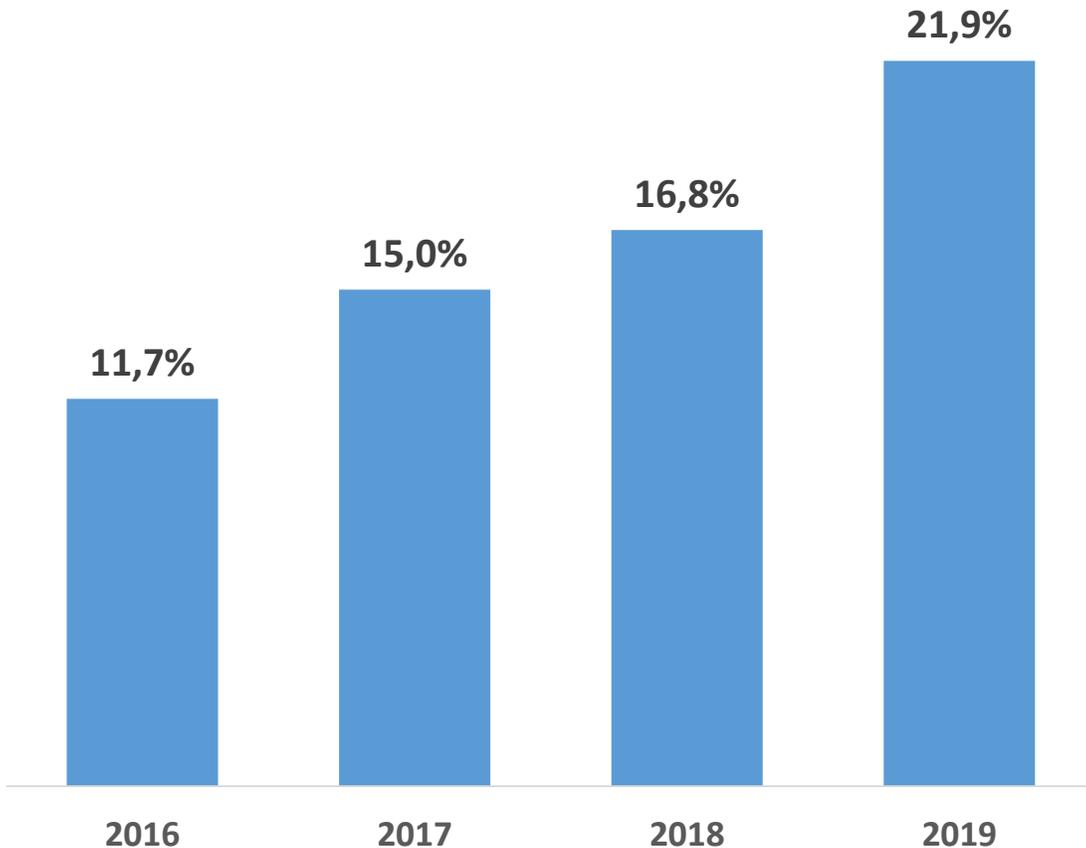
Valerio Soldani
ICE - Agenzia

team e-commerce

ICE: strategia promozionale multicanale

More and more digital

Quota % linee GDO – e-commerce
Piano Promozionale ICE



Fonte: ICE Coord. Promozione – Cabina di Regia 2017 + tool 2019

Quadro degli accordi retail

Accordi retail

achievements del piano straordinario

86		Accordi
13.834		Punti vendita
6.810		Imprese
1.485		Nuovi fornitori
€ 465 mln		Acquisti aggiuntivi
15x		Moltiplicatore investimento pubblico*
Paesi GDO		USA – Canada – Giappone – UK+7** - Sudamerica

*15 euro di vendite aggiuntive wholesale per ogni euro pubblico investito

**Harvey Nichols basato a Londra opera anche in altri 7 paesi Hong Kong, Turchia, Kuwait, EAU, Arabia Saudita, Azerbaigian

Fonte: ICE – coord. promozione gennaio 2019

Obiettivo e pilastri della strategia ICE

Obiettivo

facilitare la partecipazione delle PMI italiane all'opportunità e-commerce, con particolare focus su Cina, USA, UE

Competenze



Formazione online e offline

partnership con
Google, Intesa S. Paolo,
Netcomm, Confindustria

Training on the job

Rapporto e-commerce
Politecnico + ICE

Distribuzione



E-tailer

- **Yoox**
fashion
US + Cina
- **Ocado**
food
UK



Marketplace

- **Alibaba**
cross-industry
Cina



click & mortar

- **COFCO**
wine
Cina

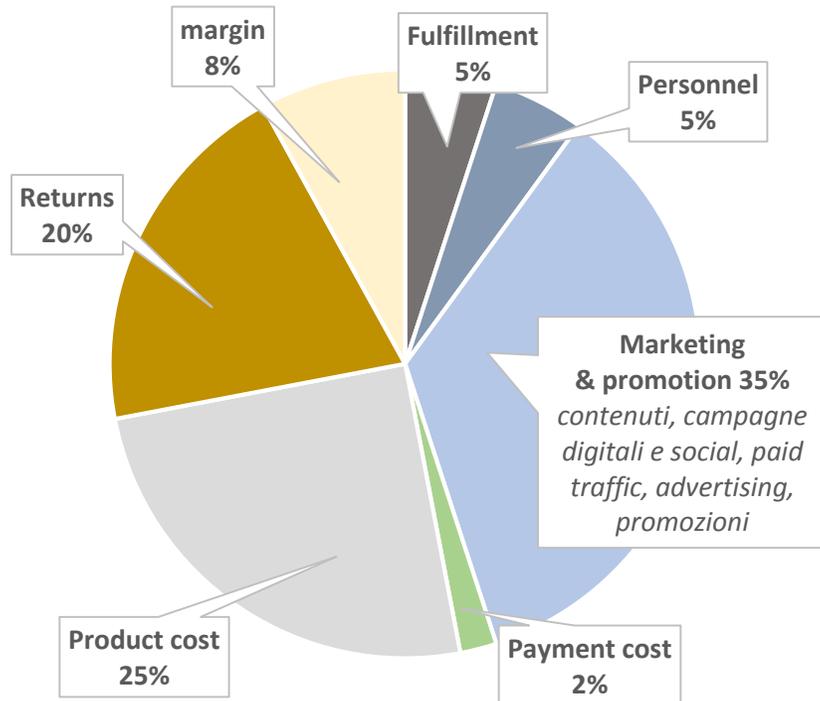
Promozione



- Investimenti online e offline nei mercati target
- Priorità Cina e USA

E-commerce b2c: un conto economico di riferimento

Peso delle componenti di un conto economico e-commerce
% del GMV di un business a regime dopo 1,5 anni circa



b2c



modello marketplace (Alibaba)

l'azienda gestisce il proprio store in autonomia, con costi di avvio, spese annuali e fee sul transato in base alla piattaforma marketplace di riferimento



modello e-tailer (Yoox, COFCO)

*l'azienda consegna i prodotti all'e-tailer e collabora alla produzione degli asset digitali
E-tailer gestisce tutta la filiera, il marketing, logistica e resi*



retail diretto

l'azienda gestisce tutti gli aspetti sul sito proprietario in loco, con diversi livelli di outsourcing su logistica, payments, marketing e gestione del progetto

Deep dive formazione

Le attività 2017-18

- Fashion Digital Revolution
- Digital 4 Export
- Google
- Progetto Living Russia
- Il Marketing Digitale
- Sem. Politecnico di Milano
- Made in Italy e digitale
- Export Lab Sardegna
- Pillole di futuro imminente
- PES – Corsi sull'innovazione
- Made – Master in Digital Export
- Jewellery Export Lab
- CORCE
- PES – Export Lab



KPIs 2017-2018

- ✓ 1.100+ aziende
- ✓ 1.200+ ore

Key skills

-  **eCommerce** *business plan, crossborder, logistica*
-  **Social Media** *consumer analysis, digital strategy, adv & analytics, social adv, KOL*
-  **Web marketing** *content strategy, SEO, DEM, customer service, funnelling*
-  **Marketplace** *verticale vs orizzontale, business community logistica, consulenza, IT, B2B e B2C*
-  **Social Selling** *nuovo approccio alla vendita su UX engagement e contatti qualificati*
-  **Google** *principali tool (market finder, search console, adwords, etc.) consumer analysis, profiling*

ICE - Alibaba: generare traffico, spingere le vendite

Priorità: generare traffico e creare awareness per le aziende italiane

Un ecosistema promozionale dedicato all'Italia in cui valorizzare il mix di aziende branded e PMI sui maggiori canali e-commerce



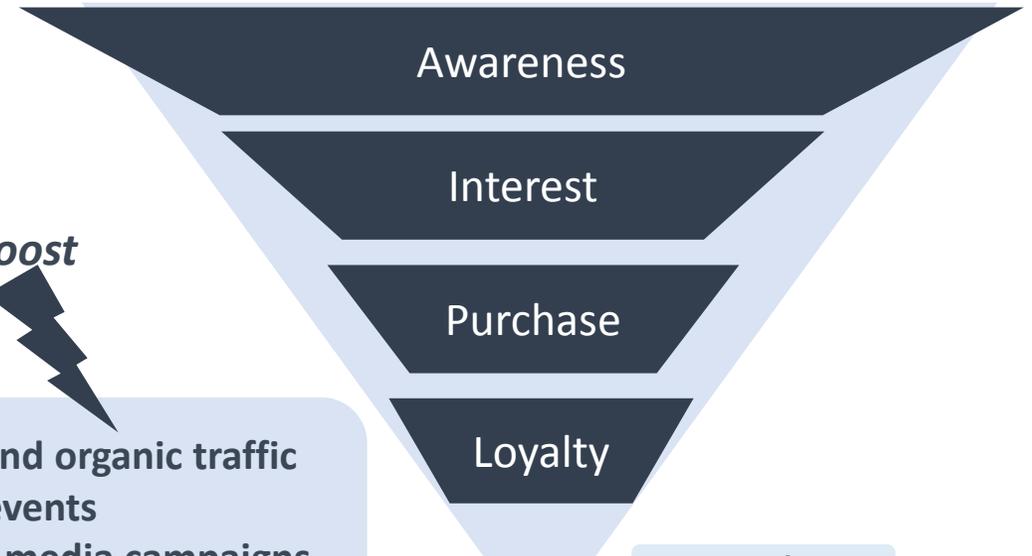
Tmall classic

Tmall Classic piattaforma e-commerce diretta



Tmall global

Tmall Global piattaforma cross border e-commerce



- Paid and organic traffic
- O2O events
- Social media campaigns
- Fanbase capitalization

hello
ITCA

moda
food&wine
lifestyle

90
aziende
a bordo

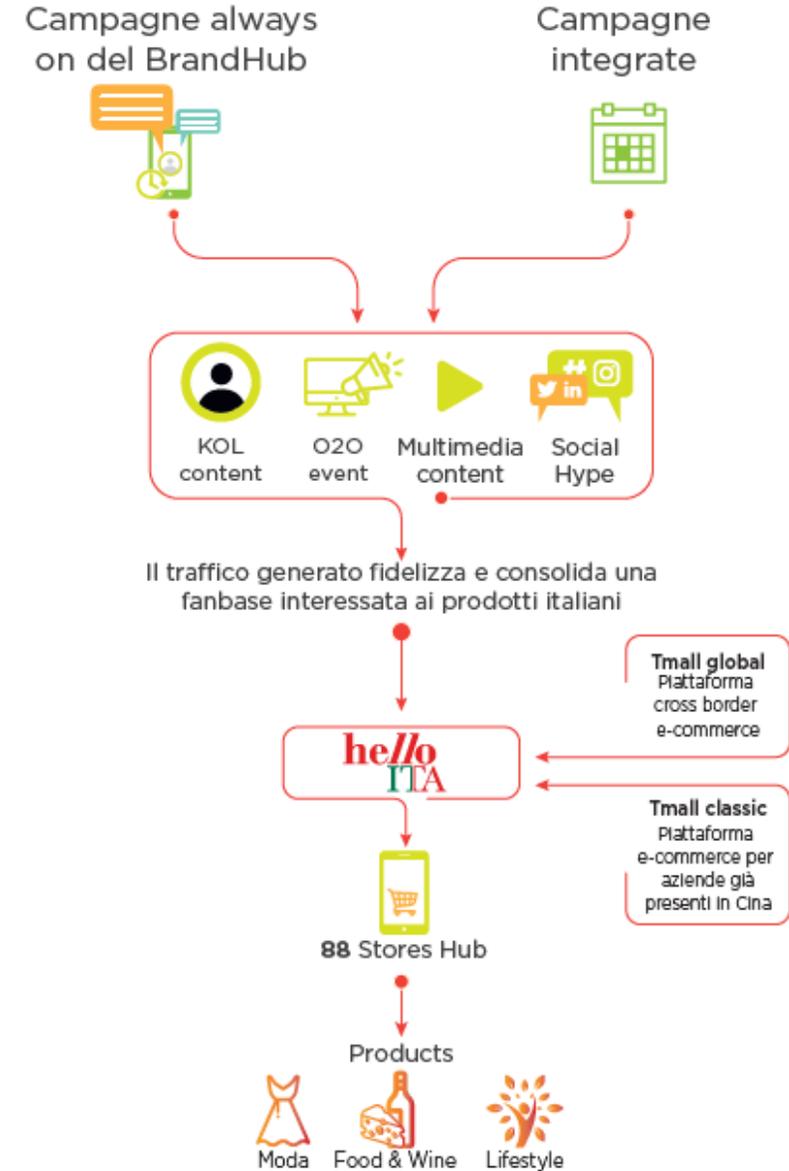


ICE-Alibaba - il progetto HelloITA

Landing page HelloITA



Campagne

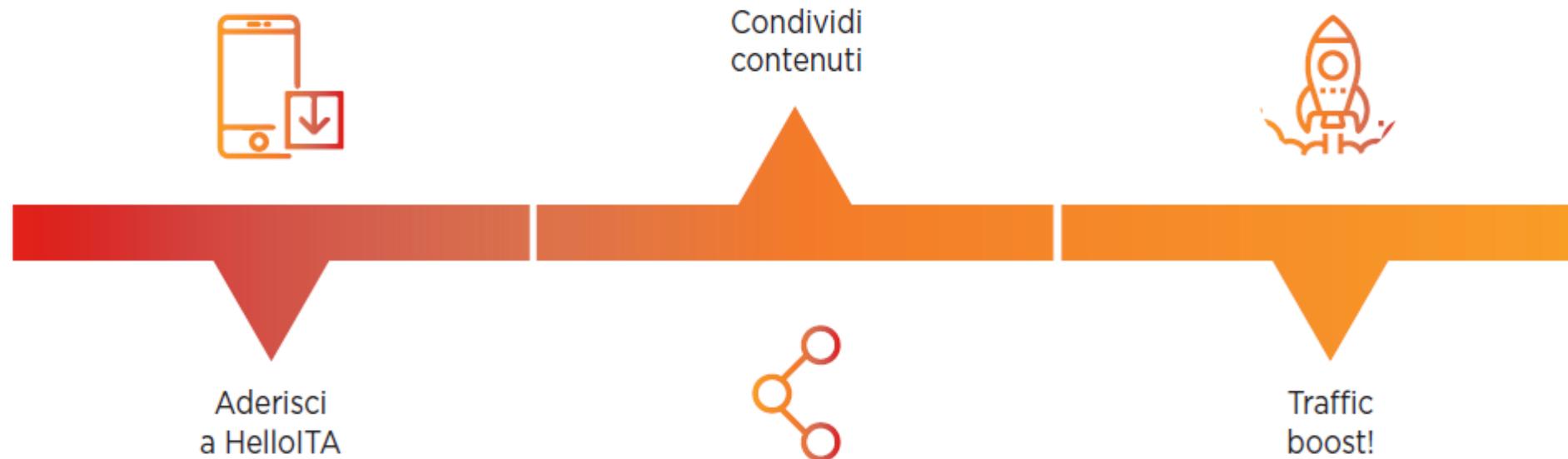


HelloITA made in Italy in prima pagina

Una piattaforma di promotion trasversale per l'Italia

Un approdo per le PMI newcomer per ridurre i costi di marketing di una fanbase selezionata

Un'opportunità per i brand già affermati ed emerging brand delle PMI di generare ulteriore traffico e costruire awareness



HelloITA come aderire?



Sei già attivo su Tmall oppure Tmall global?

Apply

Compila il modulo online
<http://bit.do/icemodulo>

Onboard

Il progetto è gratis ma l'azienda si impegna a condividere i dati di vendita, traffico e conversion rate
I dati sono trattati in via riservata da ICE e sono utilizzati al solo scopo di migliorare le campagne e misurare l'efficacia del progetto

Ongoing

L'azienda beneficia del traffico generato dalle campagne
Attività O2O e fuori dal network Alibaba completano il marketing plan



Non hai un flagship store su Tmall o Tmall global?

Train

La formazione è fondamentale: ICE mette a disposizione un corso online
<http://bit.do/ecomtrain> e iniziative ad hoc
Guide operative e-commerce
<https://www.ice.it/it/e-commerce>

Assess

Alibaba gestisce in autonomia le proprie piattaforme e-commerce
Scrivi ad Alibaba Italia per avere indicazioni sull'apertura di un flagship store
E-mail: Italian.Pavilion@list.alibaba-inc.com

Apply

Una volta presente su TMall o Tmall Global con uno store aziendale puoi aderire ad **hello**
ITA

Sneak peek: i primi risultati delle campagne

10M

Totale dei visitatori unici
dopo tre mesi

22k

Follower base mensile

6x

Incremento del CTR delle
campagne HelloITA
dopo i primi tre mesi

61%

Quota del campione aziendale
che ha dichiarato un aumento
più che significativo delle
performance di vendita*

*Fonte: ICE Shanghai – indagine campionaria su aziende
HelloITA (in progress)

Progetto moda ICE - Yoox

Start
fall winter 18

boost marketing
12 mesi 2018-19



YOOX

Partnership con
ICE

Selezionato tra
top player

- 180 paesi
- 7 logistic hub
- 8 digital production centers



**Shop in shop
dedicato**

120 aziende
italiane

30%
newcomer

Moda,
accessori,
calzature



USA



Cina

Digital marketing

Paid traffic, social media, promotion

Formazione *hands on* da team dedicati

O2O

Pop up stores

National tour
(festival + cities)

O2O

Grand launch

KOL partnership

Il tier cities pop up
(stores + events)



**Payoff
per le aziende**

accesso al mercato

end 2 end gestito
da e-tailer

sales

awareness

skill digitali



Il progetto *hidden gems*

scouting

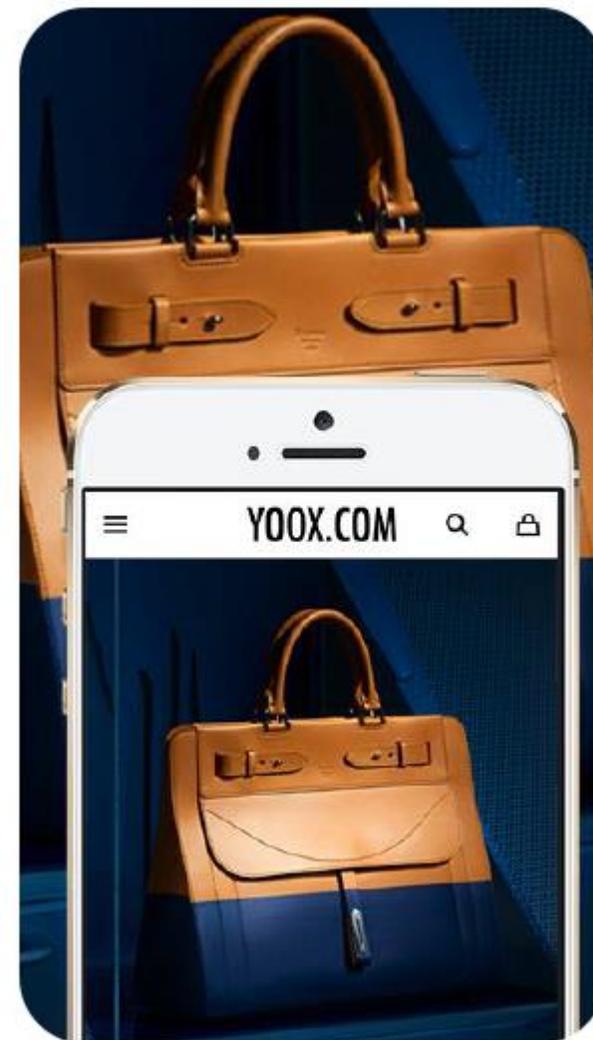
merchandising

- Brand selezionati divisi in 6 gruppi
- Collegamento a 6 macro temi: *craftmanship, style, creativity, innovation, design, heritage*
- FW18 + stagioni seguenti (12 mesi)
- Focus su cultura, creatività e lifestyle *made in Italy*
- Prodotti in season di 120 aziende (30% newcomer)

golive
2018
Q3

promotion

- Shop in shop dedicato
- Campagne attraverso asset Yoox: banner, newsletter, Yoox Card, etc.
- Campagne paid traffic (web marketing)
- Azioni O2O pop up store e simili
- Coinvolgimento di influencer e brand ambassador



ICE-Yoox: concept e asset creativi

- Una campagna di comunicazione lunga **12 mesi**, dedicata a **Cina e US**, che racconta **l'heritage italiano**.
- Il concept ***Italian for...*** interpreta gli stereotipi italiani capaci di creare empatia e curiosità immediate agli occhi dell'audience.
- Quattro amici italiani inscenano eventi e tradizioni locali **con stile e divertimento all'italiana**.

SETTEMBRE



OTTOBRE



NOVEMBRE



Yoox-ICE: il pop up store nel dettaglio



1. ESPRESSO BAR

Gli ospiti degustano caffè espresso scaricando l'app di YOOX o registrandosi sulla mini app YOOX su Wechat



3. AREA RELAX

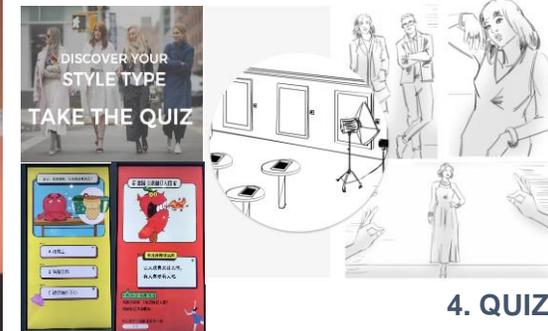
Gli ospiti navigano la Landing dei prodotti ICE, creando una selezione di prodotti preferiti ed inviandola sul proprio device.

I prodotti possono essere acquistati online direttamente nell'area relax.



2. PHOTO STUDIO

Gli ospiti possono scattare delle foto con l'hashtag #shoplikeanitalian, postando la foto possono ricevere in regalo vouchers e totebags.



4. QUIZ

Uno schermo permette agli ospiti di rispondere a 3/4 domande sulla base delle quali viene proposto loro un Total Look. Viene stampata una card contenente l'outfit proposto, un promocode e un QR code che rimanda alla gallery con i prodotti ICE.

Ocado.com + ICE – ottimi risultati nella prima edizione



+15%

incremento referenze di prodotto italiane

2X

raddoppio del cash added value *made in Italy* dopo la prima annualità della promozione

+12%

incremento fatturato su prodotti italiani



Altre attività e-commerce...

Legenda:

vertical

cross



I-Gourmet Freshdirect.com

Sezione dedicata a prodotti biologici e DOP/IGP con promozioni ad hoc e nuovi brand



Top lifestyle e-tailer*

Promozione con uno dei massimi player delle member sales nel segmento lifestyle americano



Jewelry adv groups*

Promozioni con gruppi editoriali proprietari di portali online in relazione ad attività con GDO e dep. Stores con quota vendite online al 40%



Mappatura etailer food

In corso mappatura degli e-tailer food USA per le promozioni settoriali single market del 2018-19



HeMa

In corso di valutazione attività O2O nella GDO di proprietà del gruppo Alibaba. Effettuato nel 2017 un test di successo durante il wine festival Alibaba



Made in Italy

*top global marketplace**

Hub made in Italy su piattaforma leader, con possibilità di coaching per favorire l'accesso a PMI e newcomer digital



Vino

Cofco

retailer F&B in un proprio e-store su marketplace cinese con possibilità di introdurre nuove referenze italiane



Social selling

*undisclosed digital player**



Grazie per l'attenzione
Keep in touch!

ecommerce@ice.it

www.ice.it