



**Per il lancio della nuova linea Fendace, Fendi si affida alle nuove strategie
co-branding e *cross-Country* targate Labelium**

Fendi rafforza la sua decennale collaborazione con **Labelium**, agenzia di marketing digitale indipendente con presenza globale, per le strategie di performance marketing, in occasione del lancio dell'inedita e "ribelle" collezione Fendace.

Sposando la scelta di una strategia *co-branding* tra due icone della moda mondiale, Fendi e Versace, che aggiunge valore all'esperienza di acquisto dei rispettivi target di consumatori, Labelium punta sulle tecnologie di **machine learning di Google Search Ads 360**, sul proprio **approccio full-funnel** e sull'**analisi dei competitor** per il successo delle campagne online.

Strategia di Advanced Technology

Per incrementare la *brand awareness* della collezione e spingere le vendite e-commerce, Labelium ha studiato una strategia digital *cross-Country* coordinata tra i due brand, con implementazioni che sfruttano le **avanzate tecnologie di machine learning** di Google Search Ads 360, massimizzando le vendite e il ritorno sull'investimento.

La strategia pensata da Labelium garantisce una comunicazione coerente tra le due Maisons e rafforza il concetto di collaborazione e di unione di ciascun *know-how*.

L'utilizzo del **Marketing Automation**, con l'implementazione del modello di attribuzione Data-Driven e le strategie di bidding cross-Country e cross-platform, permette una gestione della strategia a 360 gradi con un approccio full-funnel.

La pianificazione di offerte *real time* (Auction Time Bidding) permette una forte dinamicità alle campagne e aiuta il raggiungimento degli obiettivi già nel breve termine.

Perseguire una strategia **flessibile** che possa adattarsi velocemente ai cambiamenti è oggi necessario per assicurare la crescita dei brand che non si accontentano di seguire i trend del momento, ma sono essi stessi influencer delle scelte dei propri consumatori. La creazione di pianificazioni cross-mercato sono un altro esempio di planning agile che assicura un aggiustamento real time dell'allocazione delle priorità sulla base delle performance *on going*.

L'approccio di **Full Segmentation** permette di analizzare e segmentare le campagne Search in base al funnel di acquisto nei diversi mercati grazie a report avanzati per categorie e segmenti.

Il fashion sempre più digital full-funnel

*La strategia digital per un brand del fashion - racconta Marta Tamanini, Marketing & Client Success Director di Labelium - non può prescindere da un **approccio full-funnel**. Dall'inizio della pandemia, si è registrata una **rapidissima digitalizzazione su tutto il funnel di acquisto**: dalla fase di scoperta del brand e dei prodotti, alla considerazione, comparazione e approfondimento, fino alla fase di acquisto finale.*

Nella fase di scoperta del brand, la preferenza per i *touch point* digitali passa dal 52% al 70%. Nella fase di considerazione e approfondimento, la preferenza per l'acquisto e la comparazione online passa dal 28% al 63%. Nella fase di acquisto, se prima il 50% non aveva mai acquistato online, ora il 74% preferisce acquistare online.

L'importanza dell'analisi del contesto

Attraverso un'attenta **analisi dei competitors** Labelium accompagna la Maison con **insights a 360 gradi sull'ecosistema digitale**.

Un'attenta e continua analisi del contesto digitale e di come si stanno muovendo i competitors - afferma Elisa Vaiana, Digital Marketing Specialist di Labelium - è sempre più importante in uno scenario in rapida evoluzione, dove gli approcci di comunicazione si stanno, e si devono, adeguare alle nuove generazioni sempre più esigenti.

L'acquirente del fashion luxury è sempre più giovane e ormai gli acquisti della Generazione Z quasi si equiparano a quelli della Generazione dei Millennials e superano già quelli della Generazione X. La nuova generazione di acquirenti del fashion luxury è attenta ed esigente, cerca un lusso consapevole e rispettoso. La strategia di marketing dei brand non può quindi prescindere da questo contesto evolutivo.

ABOUT LABELIUM

[Labelium](#) è un'agenzia di marketing digitale indipendente che dal 2001, anno della sua fondazione, ad oggi non ha mai smesso di crescere. Da dieci anni è presente in Italia a Milano e conta 20 sedi operative in tutto il mondo posizionandosi sul mercato come punto di riferimento per i brand che vogliono far crescere il proprio business online. Valori come innovazione, fidelizzazione, approccio data-driven e tailor made, permettono a Labelium di instaurare relazioni di fiducia con i propri clienti che si convertono in vere e proprie partnership. Labelium, con un team di oltre 700 esperti in tutto il mondo e unit verticali come **Labelium Media**, **Kiliagon**, **Labelium Play**, **Feed Manager** e **Tigrz**, offre ai propri clienti servizi *full-funnel* che vanno dall'area **Media** (SEM, SEO, display, SMM, programmatic e video-audio marketing) al **Data Marketing** (data analytics, insights competition, business intelligence, data visualization, ecc.) e all'**E-retail** Management (Amazon, Marketplace, Feed optimization).