

Comunicato Stampa



**Bulgari rafforza la lunga collaborazione con Labelium
in occasione del lancio della collezione “Il giardino delle meraviglie”**

Lancio *worldwide* della collezione di Alta Gioielleria e Orologeria Bulgari Eden, **il giardino delle meraviglie**, presentata da Anne Hathaway, Zendaya e Priyanka Chopra. Tre donne straordinarie per dei gioielli italiani visionari.

Strategia di Modern Search per adattarsi sempre più velocemente ai cambiamenti

La strategia di Labelium, pensata per dare visibilità alla collezione e spingere la *brand awareness* verso un'audience del lusso e della notorietà, sfrutta i principali fondamenti della **Modern Search** e si adatta alla peculiarità di posizionamento di alta gamma del brand.

Oggi i brand del lusso devono adattarsi sempre più velocemente ai cambiamenti e seguire i trend di un consumatore sempre più esigente, competente e in continua evoluzione. Ecco perché Labelium ha disegnato la sua strategia puntando su alcuni asset innovativi della pianificazione agile:

- **Marketing Automation** e i segnali avanzati dei termini di ricerca automatici;
- **Comunicazione responsive** che si adatta al tipo di audience, al device utilizzato, all'intento di acquisto;
- Implementazione delle **avanzate tecnologie di Machine Learning** di Google Search Ads 360.

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

Una visione omnichannel del Luxury

*Come è ormai noto, dall'inizio della pandemia ad oggi, si è registrata una **rapidissima digitalizzazione su tutto il funnel di acquisto da parte dei consumatori**: dalla fase di scoperta del brand e delle collezioni, alla considerazione, comparazione e approfondimento, fino alla fase di acquisto finale.*

La strategia digital per Bulgari ha seguito questo approccio full-funnel e ancora più **omni-channel**: l'integrazione tra il sito ufficiale, il customer care e lo shop consente la generazione di punti di contatto non solo digitali ma anche fisici tra il brand e l'utente lusso che vanno dalla scoperta del brand fino alla comparazione e all'esperienza d'acquisto.

Sapersi adattare al contesto e rispondere ai competitor

In questo contesto worldwide, per garantire alta notorietà agli straordinari capolavori di Bulgari, Labelium ha svolto un'attenta **analisi dei competitor** con **insights a 360 gradi sul mondo della gioielleria**: cosa hanno comunicato i competitor per poter rispondere ed essere rilevanti? da dove arriva il traffico più qualificato che consente di rivolgersi alla giusta audience?. Questi sono solo alcuni dei quesiti che hanno guidato l'analisi dei competitor e che hanno condotto Labelium verso una totale consapevolezza del target audience: un pubblico di *celebrities* ... ma non solo; un target che ama sognare e ispirarsi al lusso e all'eleganza delle più grandi star del momento.

L'acquirente del luxury è infatti sempre più giovane ed esigente, cerca un lusso consapevole e rispettoso. La strategia di marketing dei brand non può quindi prescindere da questo contesto evolutivo che coinvolge la Generazione Z e che si spinge oltre i confini territoriali.

L'aspetto internazionale che contraddistingue Labelium si sposa perfettamente con il forte focus che Bulgari ha voluto dare alla campagna di visibilità de "Il Giardino delle Meraviglie". Europa - con Italia e UK in testa - e LATAM sono le principali aree geografiche della strategia worldwide che sposa infatti un approccio geolocal: rispecchia le sinergie di una pianificazione cross-country, ma al tempo stesso si adatta ai contesti e alle esigenze locali.

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).