



# motivi

## MOTIVI LANCIA LA MARATONA DI LIVE SHOPPING

**A supporto della chiusura degli store durante il weekend Motivi non si ferma e si mette in gioco con un'iniziativa unica di live shopping.**

Dopo il debutto ufficiale, lo scorso 10 giugno, e il successo ottenuto dal lancio del canale di live stream shopping, primo formato Retail-into-Digital Sale in Europa, Motivi continua il suo percorso di digitalizzazione dello shopping. Il brand raggiunge un nuovo traguardo nel percorso di rivoluzione dello shopping supportando con passione la sua rete vendita penalizzata dalle chiusure forzate del weekend.

Sabato 31 ottobre dalle ore 10.00 e fino a domenica 1° novembre alle ore 20.00 il cuore di Motivi ha continuato a battere per tutte le sue clienti attraverso una maratona di live shopping in diretta dai punti vendita che, nel rispetto dell'ultimo DPCM, non hanno potuto accoglierle fisicamente. Un modo innovativo per avvicinare e coinvolgere le utenti in un'esperienza di realismo virtuale a 360°, immediata e personalizzata, che in ultimo prevede la conclusione dell'acquisto e la consegna dei capi in tutta sicurezza e comodità a casa.

Gli store del nord Italia, da Mantova ad Arese, fino a Cremona, Varese, Rescaldina, Vittuone, Torino e alti ancora, hanno partecipato attivamente per creare una shopping experience unica ed innovativa, infatti, le addette alle vendite si sono improvvisate streamer e hanno messo in campo tutta la loro esperienza e competenza mostrando i capi fisicamente presenti nello store, proponendo abbinamenti e dispensando consigli di stile. Le clienti collegate alle live hanno potuto chattare in diretta con il personale Motivi e ordinare i loro pezzi preferiti che nei giorni immediatamente successivi riceveranno direttamente a casa.

Questa maratona rappresenta l'evoluzione di 2 mesi di live shopping in cui Motivi ha anche realizzato capsule ad hoc per la vendita online. I numeri parlano di un grande successo dall'inizio del lancio del canale: 35mila in totale le clienti che hanno partecipato ai diversi appuntamenti, di cui 10mila sono successivamente atterrate su sito Motivi (di queste 4000 sono state identificate come nuove utenti) generando 30mila interazioni che hanno portato a oltre 400 ordini effettuati solo durante le sessioni di live stream che ricordiamo, hanno una durata di 30 minuti.

“Siamo orgogliosi dei risultati ottenuti fino ad ora da questa operazione straordinaria che parla di progresso tecnologico, di amplificazione della brand loyalty e di vicinanza alle nostre clienti”, dichiara Furio Visentin, Brand Director di Motivi. “Questa modalità di approccio rappresenta un vero e proprio canale aggiuntivo di vendita, complementare agli altri touchpoint del marchio ma ancora più potente per il numero di negozi coinvolti e per il numero di persone che possiamo raggiungere. Come azienda e come brand oggi scegliamo di investire nello stile, nell'innovazione e nell'intrattenimento per allineare la nostra strategia omnichannel a un pubblico estremamente evoluto che ricerca esperienze sempre più dinamiche, immediate e coinvolgenti”.



# motivi

Motivi, nato in Italia nel 1993, è oggi presente in 13 paesi con 278 negozi monomarca (di cui 180 di proprietà).

Nel corso degli anni Motivi ha saputo evolvere, affinando il modello di business e trasformandosi da semplice catena di negozi fast fashion ad un vero e proprio fashion brand “romantico e glamour” che valorizza la femminilità delle donne.

Un percorso di riposizionamento che si è concretizzato a partire dal 2016 con la definizione di una strategia di rilancio che ha portato Motivi a distinguersi con attività social, eventi e campagne di comunicazione. Un approccio smart e contemporaneo che ha caratterizzato ed identificato il racconto del brand.

Sono 1.100 le persone costantemente impegnate e focalizzate sull’attività del brand a livello internazionale. Presso la sede centrale, l’attività creativa è portata avanti da un nucleo di 20 persone (stile e modellismo) attorno al quale ruota un team di marketing, web, commerciale, architetti, visual di 70 persone a garantirne una crescita continua e attraverso i canali e le tecnologie più moderne.

Motivi è uno degli 11 brand di abbigliamento del Gruppo Miroglio, nato nel 1947 e oggi realtà leader nei settori del tessile e della moda femminile.