



FIORELLA RUBINO

LE VENDITRICI DI MOTIVI, OLTRE E FIORELLA RUBINO DIVENTANO FASHION INFLUENCER PER ACCORCIARE LE DISTANZE CON LE CLIENTI

Le 2.500 addette alla vendita di Miroglio Fashion hanno eletto le style ambassador di ogni marchio per una nuova esperienza, tutta dedicata alle clienti. Attraverso i loro profili e quelli ufficiali dei brand, faranno dirette Instagram, Tik Tok, unboxing e stories, regaleranno preziosi consigli di shopping, presenteranno i nuovi arrivi, i look di stagione e ispireranno le clienti con rubriche fashion.

Motivi, Oltre e Fiorella Rubino svelano un approccio di comunicazione inedito e finora inesplorato, in piena sintonia con il “digital boost” innescato dal periodo che stiamo vivendo. Il personale di vendita dei negozi presterà il proprio volto e la propria voce ai brand, calandosi nel nuovo ruolo per continuare ad affiancare e ispirare le clienti nelle loro scelte.

Un dialogo costante, una connessione istantanea, uno scambio diretto che trasmette il senso realistico dello shopping e il lato umano di chi ogni giorno contribuisce al successo dei tre brand, ovvero le 2.500 venditrici impegnate da sempre ad offrire una customer experience completa e vibrante che nel tempo ha generato 31 milioni di ingressi annuali nei negozi e 1,5 milioni di clienti fidelizzate. Si sono votate tramite la piattaforma Workplace di Facebook, quindi sono proprio loro ad aver scelto in prima persona i nuovi volti che andranno online nel corso delle prossime settimane.

In pochissime ore, più di 300 aspiranti influencer hanno risposto all’iniziativa lanciata dall’azienda, spinte dal desiderio di rappresentare online il proprio brand e dalla missione di proiettare la cerimonia della vendita diretta sul piano di un’esperienza virtuale, ma comunque assistita e personalizzata, che oggi costituisce uno straordinario scenario di condivisione, incontro e appartenenza per tutte le consumatrici da casa.

Nasce così una nuova strategia di social e-commerce, basata sull’offerta di una guida all’e-shopping ulteriormente scandita da tutorial, videocall su appuntamento e consigli live direttamente trasmessi dalla community di venditrici degli store italiani; le stesse che, anche prima del lock-down, curavano il rapporto diretto con le clienti durante gli acquisti in negozio.

Jane, Valentina, Sabina, Jessica, Rossella: sono loro le sei addette alla vendita impegnate davanti allo schermo in veste di vere e proprie influencer. Sono loro a rispondere personalmente e a interagire ogni giorno con le utenti tramite un calendario fitto di dirette Instagram, contenuti speciali e live sessions per supportare le follower, anche in direct messaging, nella creazione dei loro look del cuore, con un’attitudine assolutamente “stylish, friendly & playful” che trasforma il momento dello shopping in una pausa di evasione ed emozione autentica.

Il calendario di appuntamenti dedicato alle clienti affezionate e alle “new lovers” dei tre brand diventa il mezzo più potente e immediato per raccontarsi e per avvicinare il pubblico ad una nuova idea di marketing: una dimensione vera ed empatica in cui l’human connection guida l’interazione con il consumatore evocando emozioni autentiche e coinvolgenti.

Influencer Miroglio Fashion: @jane_motivifashion / @valentina_motivifashion / @jessica_oltrefashion / @rossella_oltrefashion / @valentina_fiorellarubino / @sabina_fiorellarubino /



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 Miroglio Fashion, la terza azienda sul mercato italiano dell'abbigliamento femminile, società del Gruppo Miroglio, nato nel 1947 e leader nel tessile e abbigliamento.

oltre

Oltre, nato in Italia nel 2001, è oggi presente sul territorio con 208 negozi monomarca (di cui 166 di proprietà).

Nel corso degli ultimi anni, Oltre ha saputo trasformarsi, affinando il modello di business e aggiungendo valore al know how tipico delle catene di negozi fast fashion.

Oggi Oltre è un lifestyle brand per tutte le donne che amano uno stile “chic e confortevole” che valorizza il loro look.

Un percorso di riposizionamento che si è concretizzato a partire da inizio 2017 con la definizione di una strategia di rilancio che ha portato il brand a lavorare su tutte le leve del marketing mix, partendo dal prodotto e arrivando a creare la nuova immagine negozi sempre più punto centrale ed emozionale di una shopping experience coinvolgente.

Sono circa 900 le persone costantemente impegnate e focalizzate sull'attività del brand. Presso la sede centrale, l'attività creativa è portata avanti da un nucleo di 12 persone (stile e modellismo) attorno al quale ruota un team di 55 persone (marketing, web, merchandising, buying, commerciale, architetti, visual) a garantirne una crescita continua attraverso i canali e le tecnologie più moderne.

Oltre è uno degli 11 brand di Miroglio Fashion, la terza azienda sul mercato italiano dell'abbigliamento femminile, società del Gruppo Miroglio, nato nel 1947 e leader nel tessile e abbigliamento.

oltre.com

  @oltrefashion

FIGRELLA RUBINO

Fiorella Rubino, nato in Italia nel 2004, è il primo brand del fast fashion italiano dedicato alle donne unite dal desiderio di sentirsi alla moda e di vestire con stile. Donne che amano la propria fisicità con disinvoltura, indossando capi trendy, vivaci e al tempo stesso glamour. E' un marchio che esprime una brand personality grintosa, ottimista, sicura di sé, socievole e femminile.

Da sempre vicino alle proprie clienti, Fiorella Rubino ha recentemente realizzato con Gfk Italia la ricerca "Le Forme della Libertà", indagine che traccia una evoluzione del rapporto di ogni donna con il proprio fisico, il peso, i canoni della bellezza e soprattutto con la moda. Dalla ricerca emerge la figura di una donna che sta imparando a vivere liberamente le proprie forme e a riscoprire il piacere di giocare con la moda per esprimere la propria personalità, indipendentemente dalle forme e dalle taglie. Fiorella Rubino chiama questo pensiero "stile libero" e se ne fa portavoce attraverso tutte le sue collezioni.

Fiorella Rubino si è fatta inoltre interprete ed espressione di un percorso che punta ad affermare nel mondo del fashion una reale "shape diversity", convinta che, proprio con il maggiore impegno delle case di moda e dei media, molto possa cambiare per riscoprire, al di là di stereotipi e convenzioni sociali, la bellezza di ogni forma fisica e quella legata alla personalità unica di ogni donna.

Fiorella Rubino è uno degli 11 brand di Miroglio Fashion, la terza azienda sul mercato italiano dell'abbigliamento femminile. E' oggi distribuito a livello europeo attraverso 224 punti vendita monomarca. Principali paesi: Italia, Spagna e Germania.

Seguimi su

fiorellarubino.com - Instagram: [fiorella_rubino](#) - Facebook: [Fiorella Rubino](#)