



LIVE SHOPPING

*cos'è, come funziona
e perché dovrete
iniziare ad usarlo*

AGENDA

1

Cos'è, come funziona e dove nasce

2

I trends e i brand che lo utilizzano

3

Quali vantaggi offre

4

Quale soluzione tecnologica scegliere

5

Alcuni consigli

AGENDA

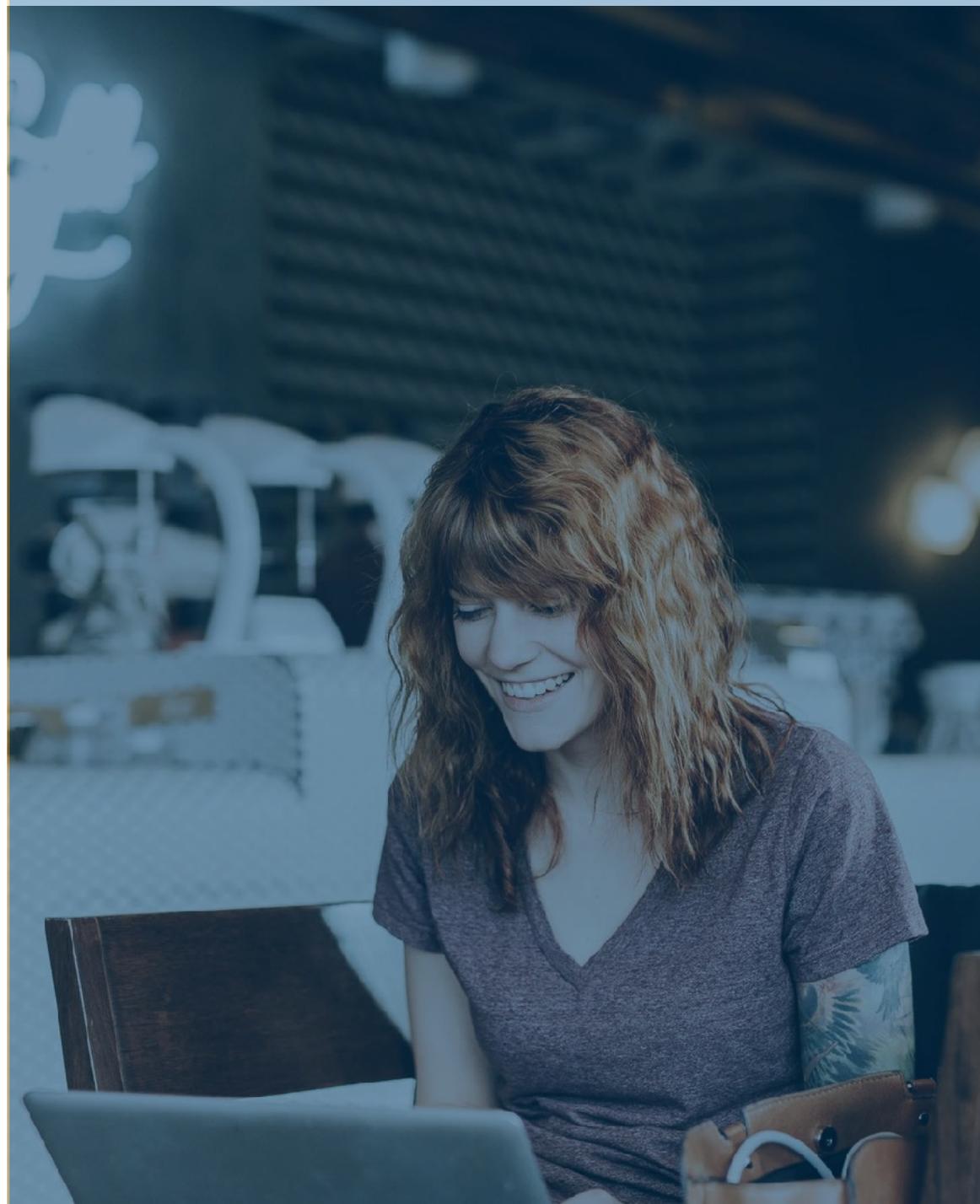
1

**Cos'è, come funziona
e dove nasce**



Live Shopping è un format one-to-many che collega un video trasmesso in live streaming e un sito di e-commerce

Una nuova shopping experience che porta la relazione umana all'interno di un canale digitale e una nuova dimensione all'e-commerce tradizionale

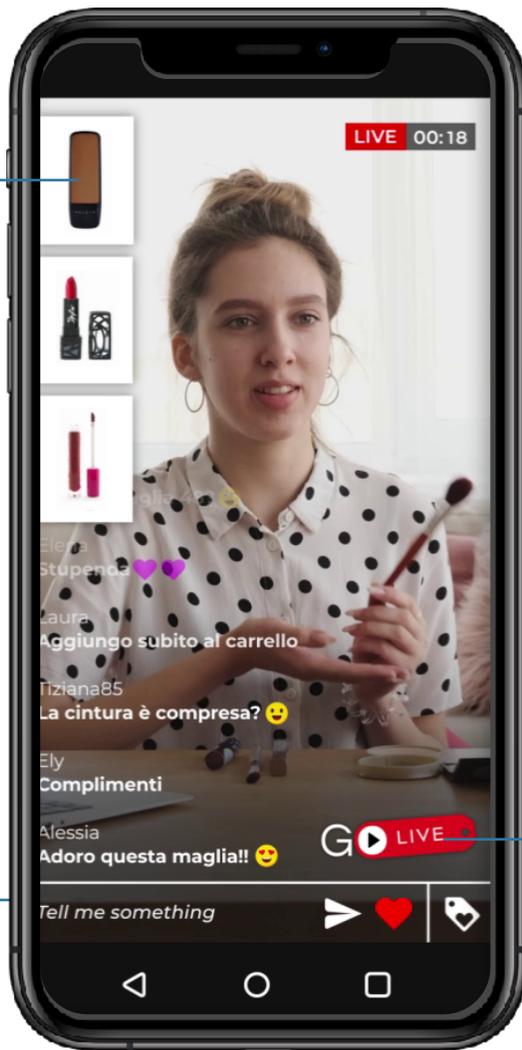


Una combinazione vincente



Come funziona

schede
prodotto
in evidenza



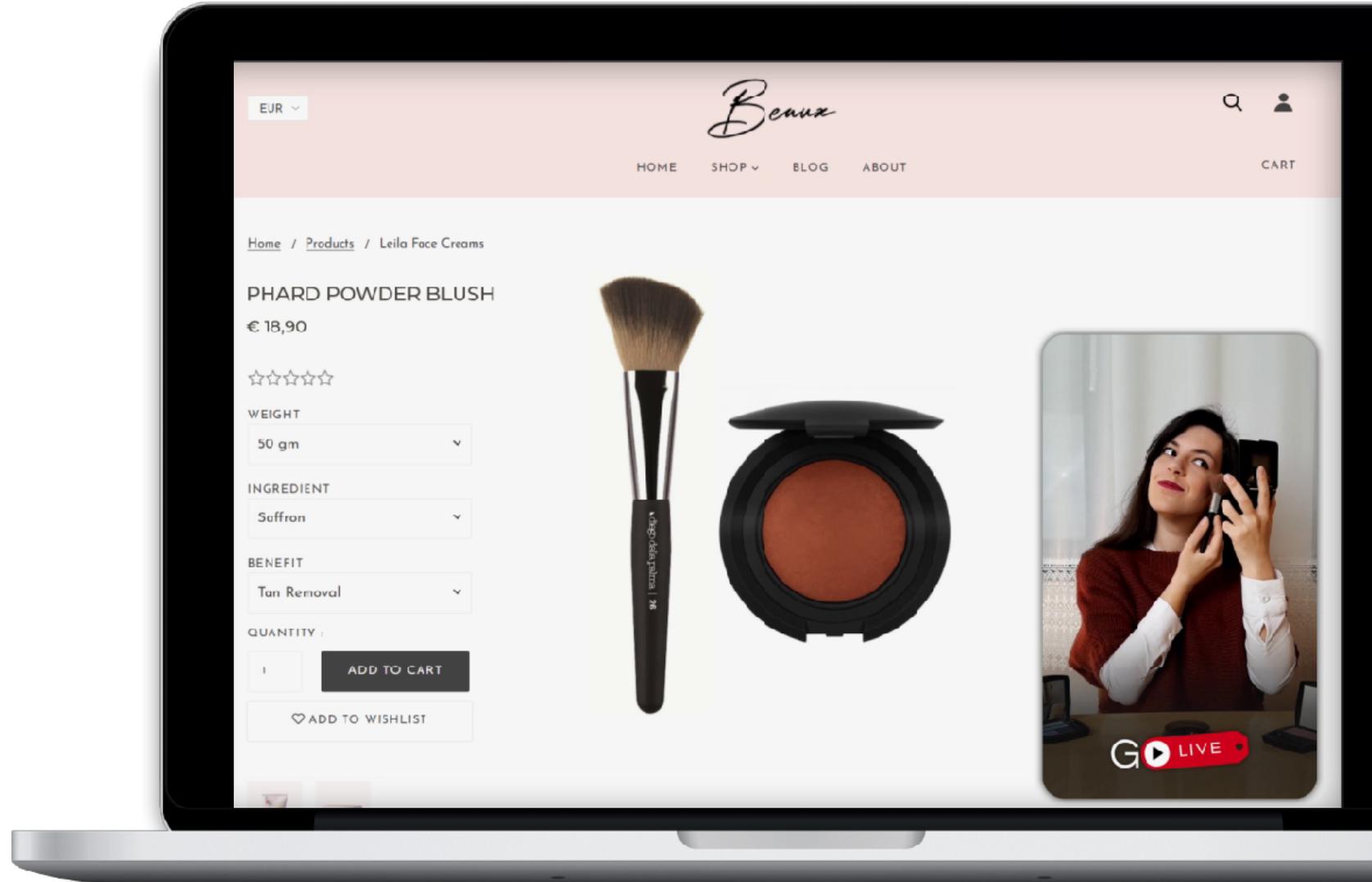
il video live si
avvia da un link
su qualsiasi
dispositivo

live chat

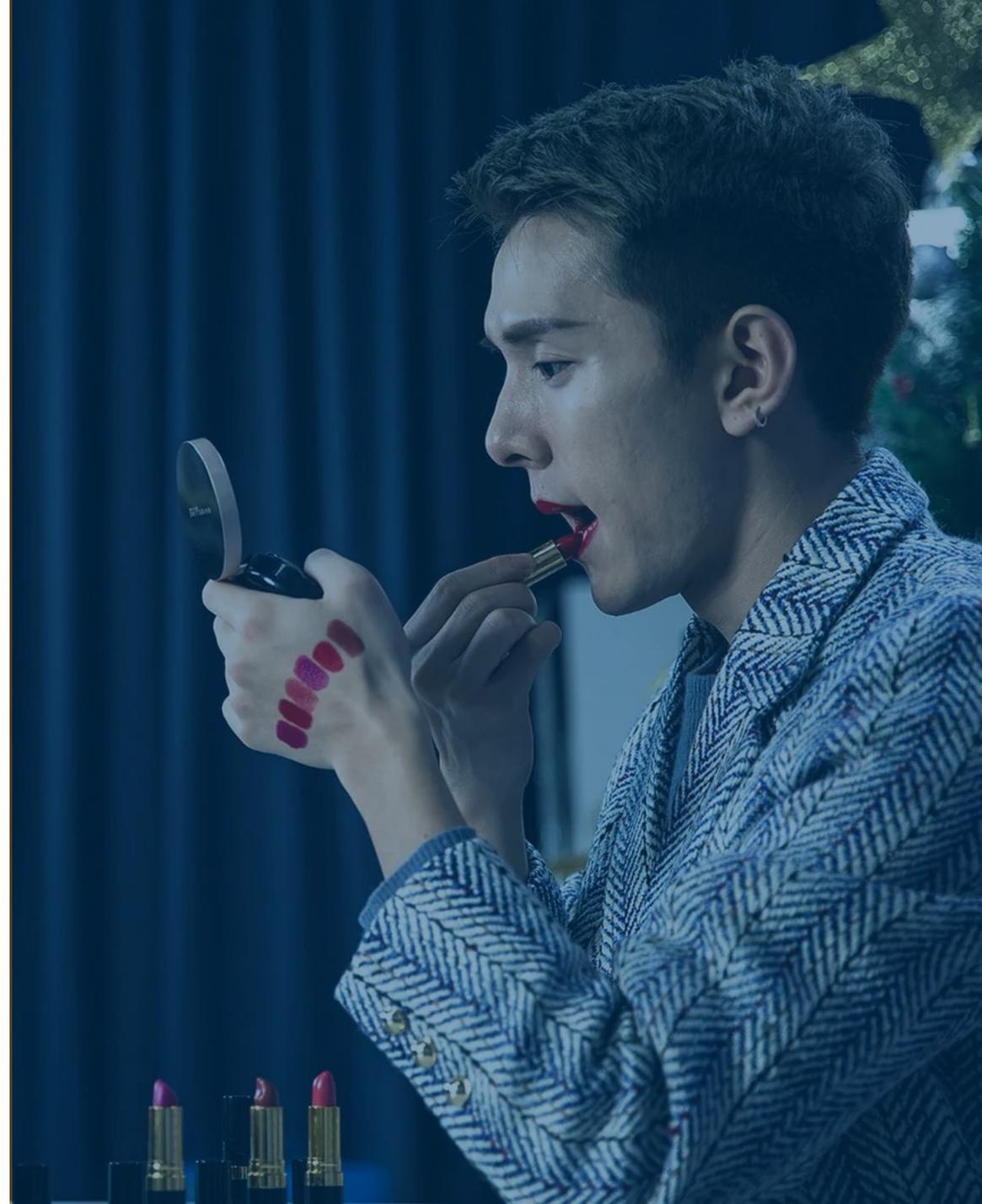
il tuo logo

Floating player

leDenors



Il format nasce in Cina nel 2016 con Taobao Live. In 5 anni ha raggiunto il 10% del fatturato e-commerce. Durante la pandemia il fenomeno esplode.



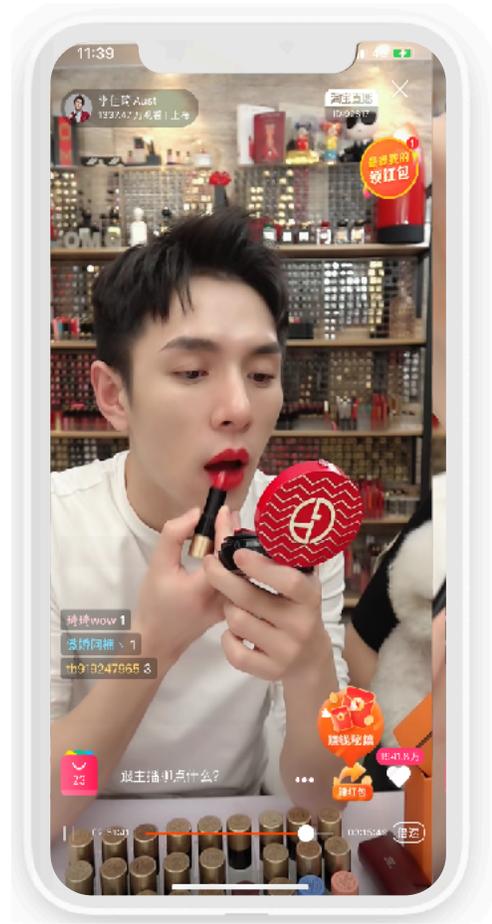
KOL
= key opinion leader

leDenors



La diffusione multisetoriale

leDenors



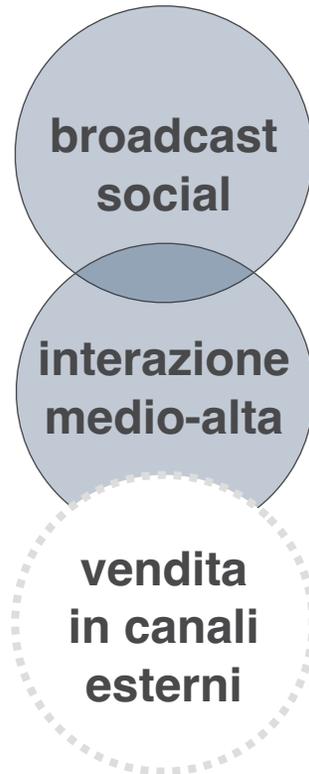
Un format in evoluzione



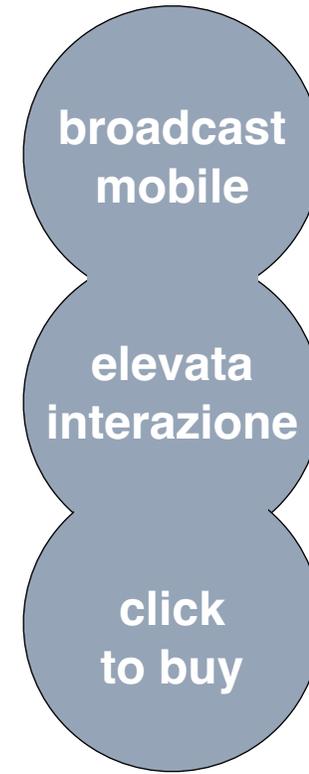
televendite



live video



live shopping



Il valore aggiunto per i brand



**maggiori livelli
di attenzione e
engagement**



**potenziamento
traffico sito &
e-commerce**



**tassi di
conversione
più elevati**



**generazione di
awareness**



**fidelizzazione
& creazione
community**

AGENDA

2

I trends e i brand che lo utilizzano

Cambiamenti di scenario



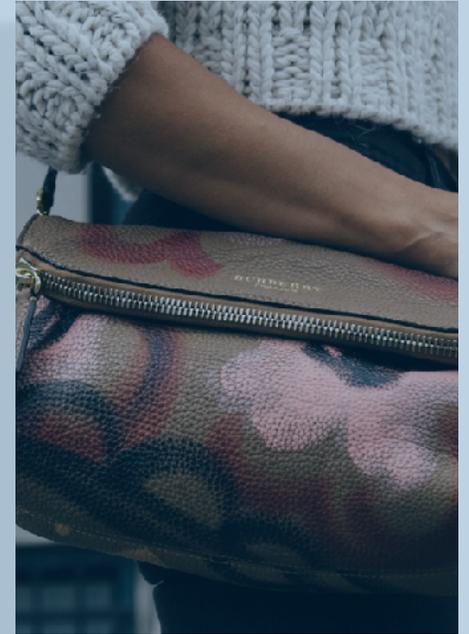
store = media



physical + digital

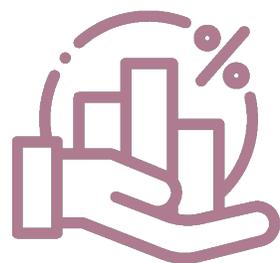


+ connections



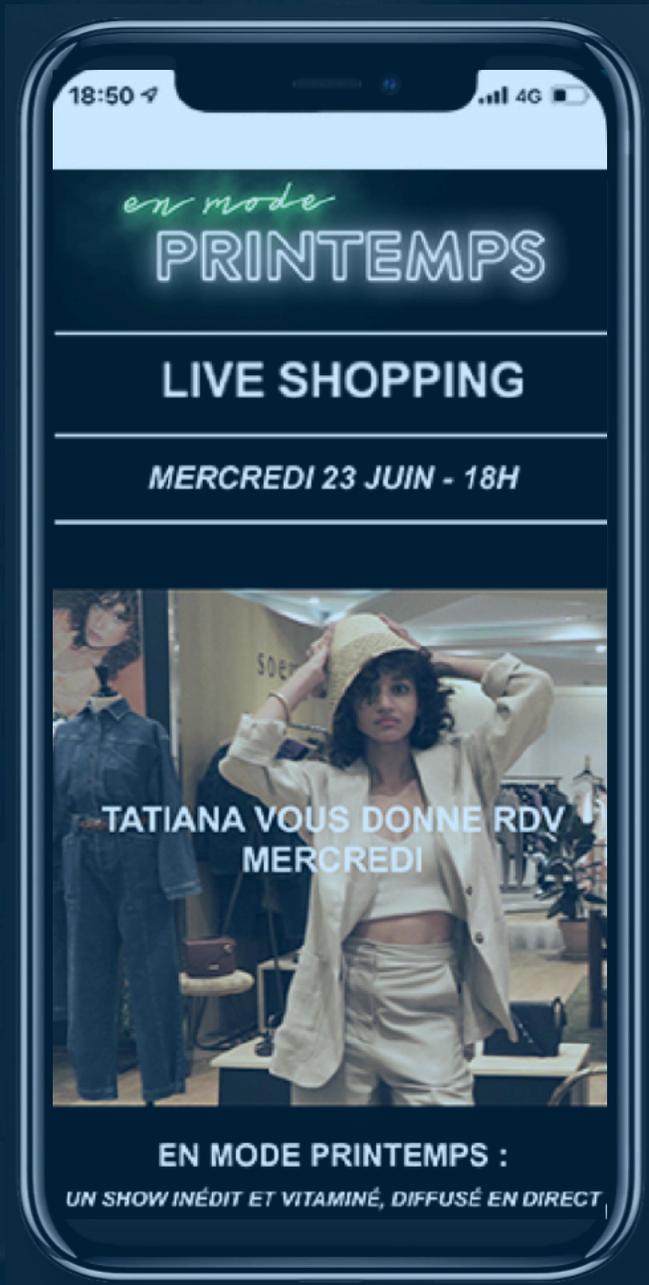
+ transparency

Digital trends: McKinsey analysis



10-20%
e-commerce sales

Un'analisi di McKinsey indica che entro il 2026 le vendite generate dal live shopping potrebbero rappresentare dal 10 al 20 per cento del volume dell'e-commerce globale



Marchi e retailers occidentali hanno iniziato ad organizzare i propri eventi di live shopping

Pioneering brands

TOMMY HILFIGER



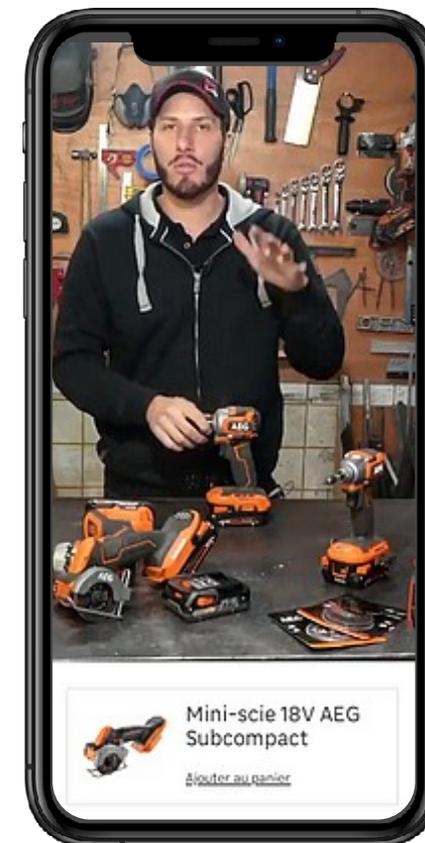
DOUGLAS



SAMSUNG



LEROY MERLIN

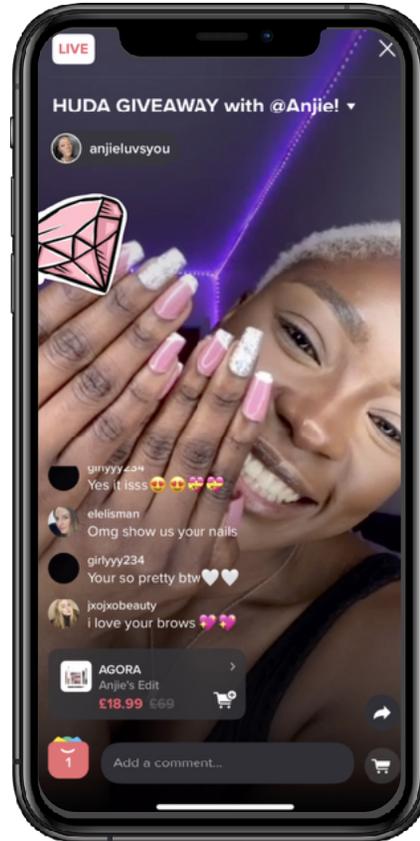


Retailers & Live shopping

NORDSTROM
(USA)



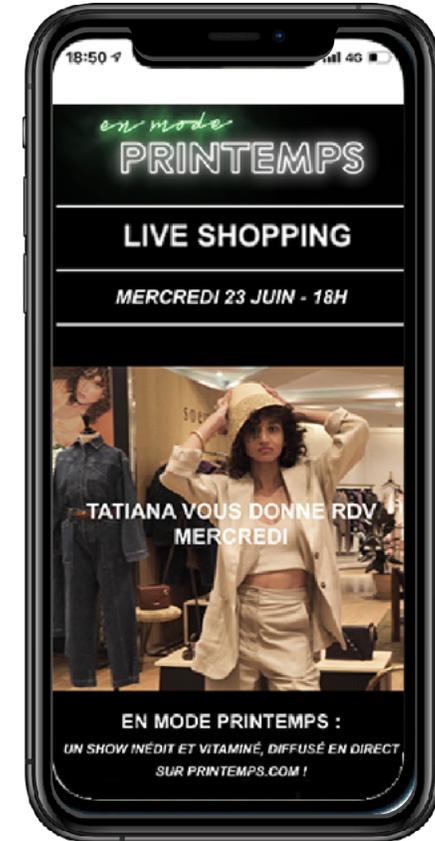
AGORA
(UK - MARKETPLACE)



OTHER STORIES
(H&M - EU)



PRINTEMPS
(KERING - FRANCIA)



Altri Brand

the
DoubleF



WITT
ITALIA

Intrend

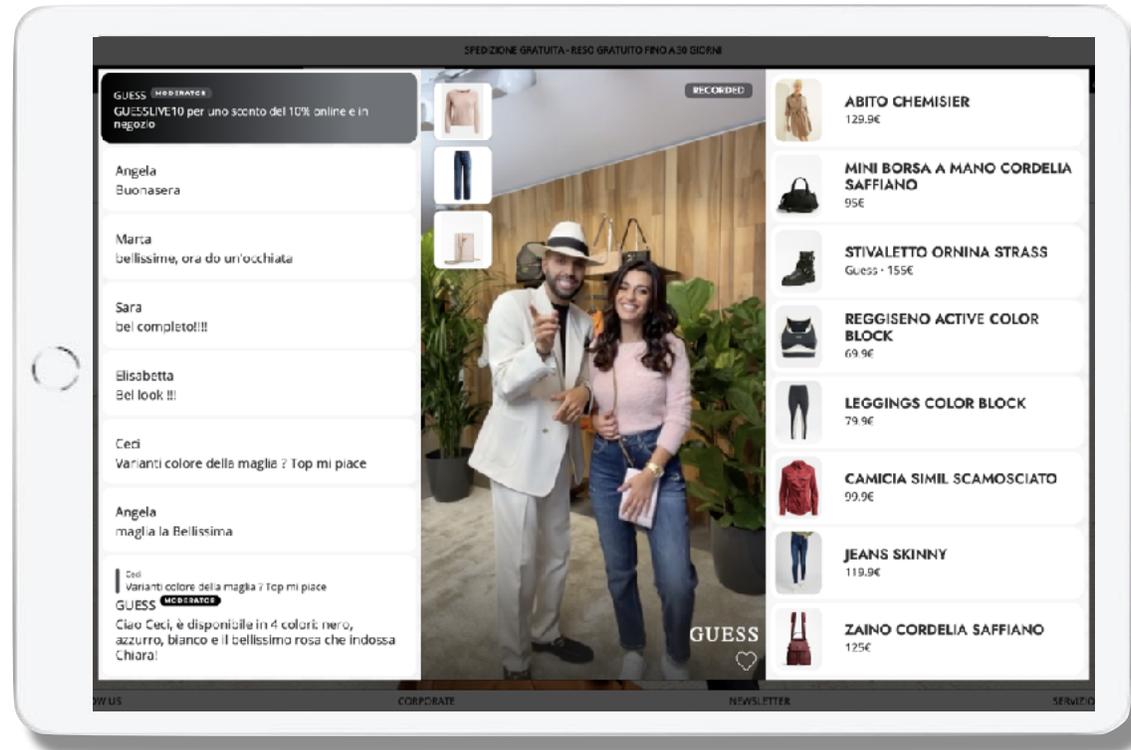
motivivi

upim



Guess _ Live Shopping Experience

(inizio progetto pilota giugno 2021)



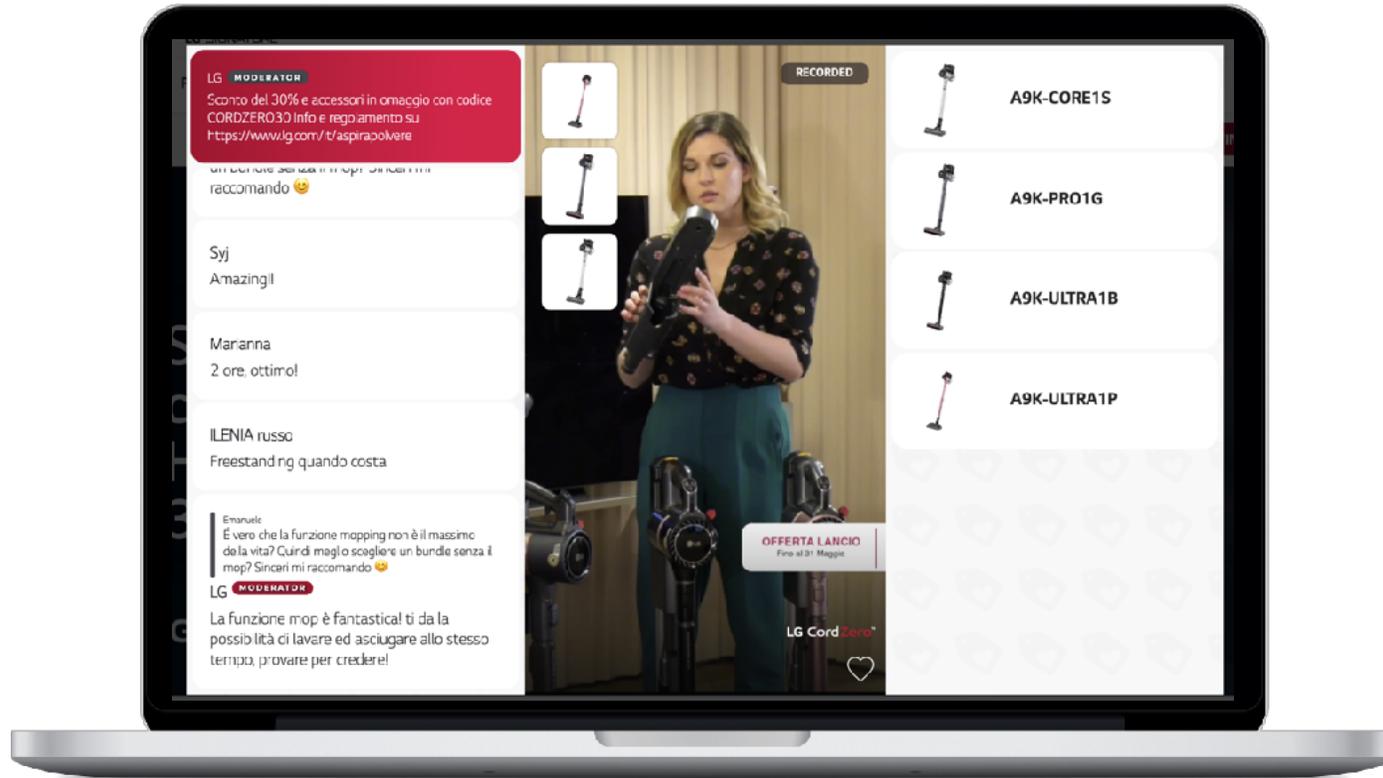
Guess _ set-up



LG Live

(inizio giugno 2021)

leDenors



Samsung Galaxy Live

(inizio gennaio 2021)



Samsung Galaxy Live - set-up



AGENDA

3

Quali vantaggi offre

Adottare il LIVE SHOPPING significa potenziare la strategia di sviluppo del brand

con un format innovativo di comunicazione e vendita

che si traduce in un'esperienza di shopping coinvolgente, divertente e frictionless, senza limiti di tempo e spazio

Nuovo format di comunicazione

- Trasmettere in modo mirato **i valori e la personalità** del marchio
- Creare spazio allo **storytelling** intorno ai prodotti e alle collezioni
- Interagire in **tempo reale** con la base di clienti e prospects
- Raccogliere **informazioni e feedback**
- Allinearsi ai canali di comunicazione più affini alle **Gen Z e Millennials**

KPI

TEMPO MEDIO DI
PARTECIPAZIONE ALLA LIVE

ENGAGEMENT RATE
(CLICK SCHEDA PRODOTTO,
LIKE, MESSAGGI ED EMOJI
DENTRO LA CHAT)

Nuovo format di comunicazione

- Trasmettere in modo mirato **i valori e la personalità** del marchio
- Creare spazio allo **storytelling** intorno ai prodotti e alle collezioni
- Interagire in **tempo reale** con la base di clienti e prospects
- Raccogliere **informazioni e feedback**
- Allinearsi ai canali di comunicazione più affini alle **Gen Z e Millennials**

KPI

TEMPO MEDIO DI
PARTECIPAZIONE ALLA LIVE

12 minuti

ENGAGEMENT RATE
(CLICK SCHEDA PRODOTTO,
LIKE, MESSAGGI ED EMOJI
DENTRO LA CHAT)

60%

Nuovo format di vendita

- Iniziare a sperimentare e perfezionare un **nuovo format ibrido di vendita** con previsioni di forte crescita per i prossimi anni
- Soddisfare le esigenze di Millennials e Gen Z che cercano **nuove esperienze** di shopping insieme ai contenuti di entertainment
- Raggiungere un target ampio senza limiti di tempo e spazio: **contenuto on demand**
- Beneficiare di una **performance superiore** a quella di altri canali digital

KPI

CONVERSION RATE

E-COMMERCE NEW VISITORS

RETURNING VISITORS

ON LINE SALES
VS/ ON DEMAND SALES

Nuovo format di vendita

- Iniziare a sperimentare e perfezionare un **nuovo format ibrido di vendita** con previsioni di forte crescita per i prossimi anni
- Soddisfare le esigenze di Millennials e Gen Z che cercano **nuove esperienze** di shopping insieme ai contenuti di entertainment
- Raggiungere un target ampio senza limiti di tempo e spazio: **contenuto on demand**
- Beneficiare di una **performance superiore** a quella di altri canali digital

KPI

CONVERSION RATE

5 - 10%

E-COMMERCE NEW VISITORS

11%

RETURNING VISITORS

28%

ON LINE SALES
VS/ ON DEMAND SALES

< 50%

AGENDA

4

**Quale soluzione
tecnologica scegliere**

Le piattaforme “White Label”

GoLive

Marlene

Fluxpanda

Livescale

Bambuser

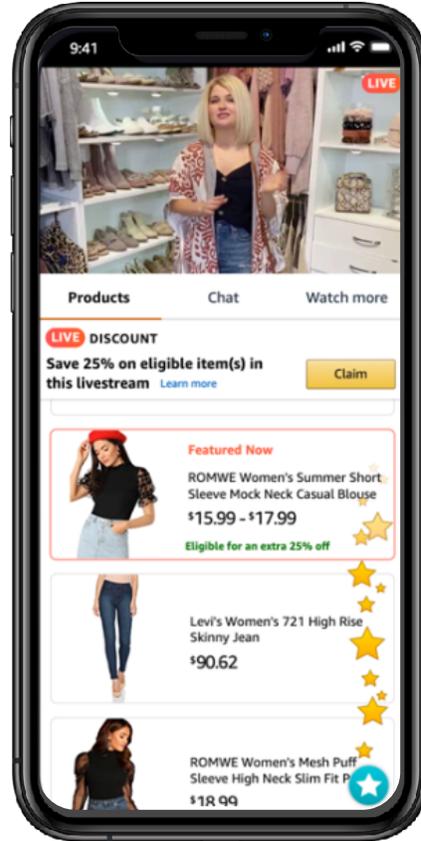
Hello-lisa

Live shopping nei canali social

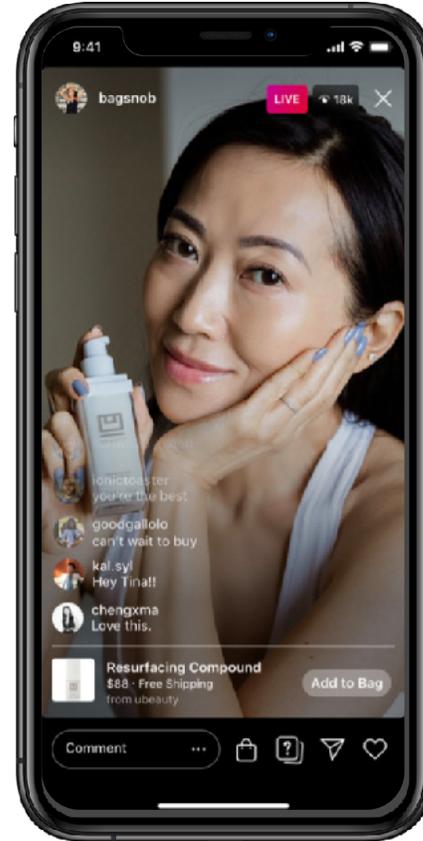
NTWRK & SNAPCHAT



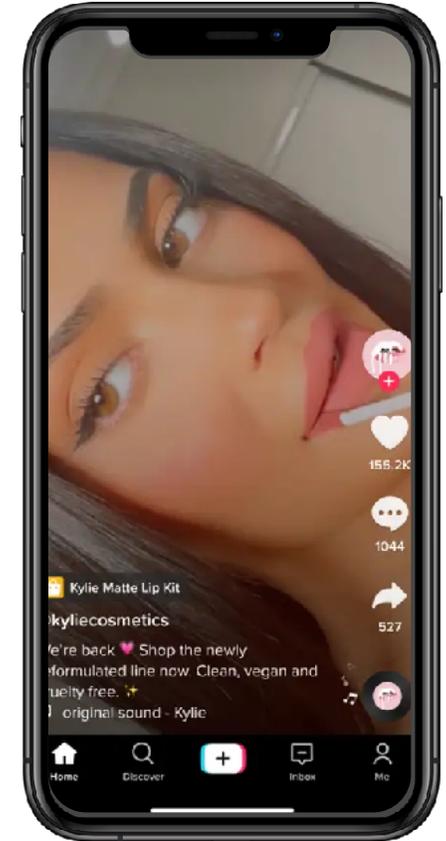
AMAZON LIVE



FB LIVE SHOPPING



TIK TOK SELLER



Piattaforma White Label vs/ Canali Social

- traffico sul proprio sito
- data ownership
- gestioni delle transazioni
- controllo esperienza utente
- esperienza frictionless
- disponibilità dati
- livelli approfonditi di analisi



Live Management

La dashboard ti permette la gestione completa della live da “dietro le quinte”

Home / Shows list / Detail

Show name HostName Date Jun 16 2020 Status Live

Setup **Live Management** Show max 3 items at time Live

Francesca
How many sets?

Giovanna
They seem comfortable to me

Pietro
Great for the shoulders

Paola89
Already purchased!

Caterina
Too light for me

Giovanna
Are they bulky?

Ilaria
Gorgeous

Marta
How much do they weigh?

Franca
Very beautiful!

Teresa
WOW!

Ignazio
Go on!

Desy
Do you have footboards?

Handlebar 1kg
Gym club - 7€

Handlebar PRO
Gym club - 15€

Medicine ball
Domios - 29 €

Rope 2m
demios - 10 €

Bag 20L
lyco - 35 €

Slide gloves
Arena - 22€

Handlebar P.
Locker - 12€

AB Roller
Speeda - 38€

Medicine ball
Coachfit - 45€

Handlebar G.
Givor - 8€

12 Items

LIVE 00:1

End Show

Pause

Likes 906 Messages 605

Product Clicked 290

Traffic sources

284 Spettatori online

80% 10% 3%

Email 50.2% Website 20% Social Ad 15%

125 40 11

Top 5 products

Handlebar 150

AB Roller 35

Bag 20L 35

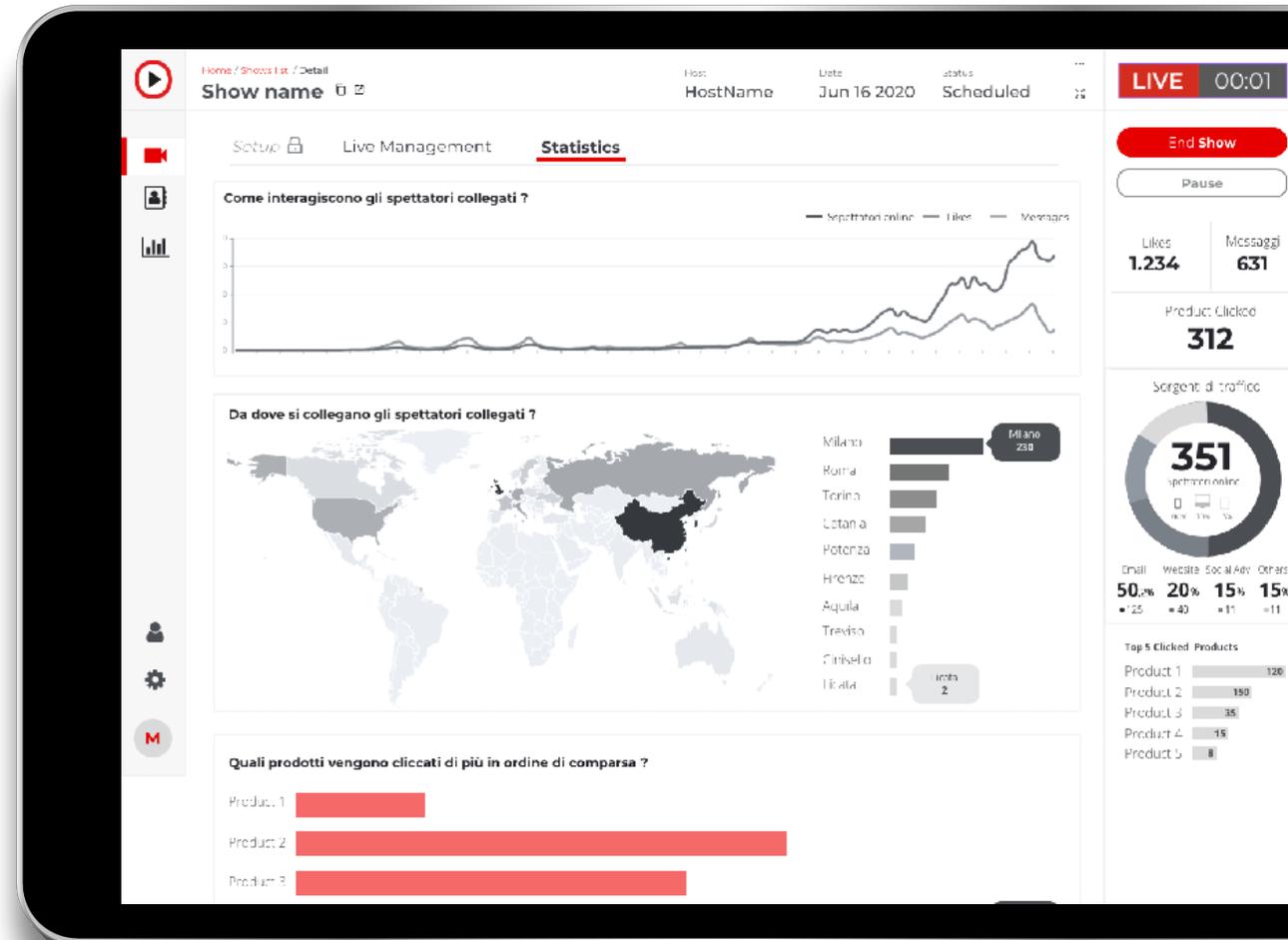
Rope 2m 15

Gloves 8

Real time analytics

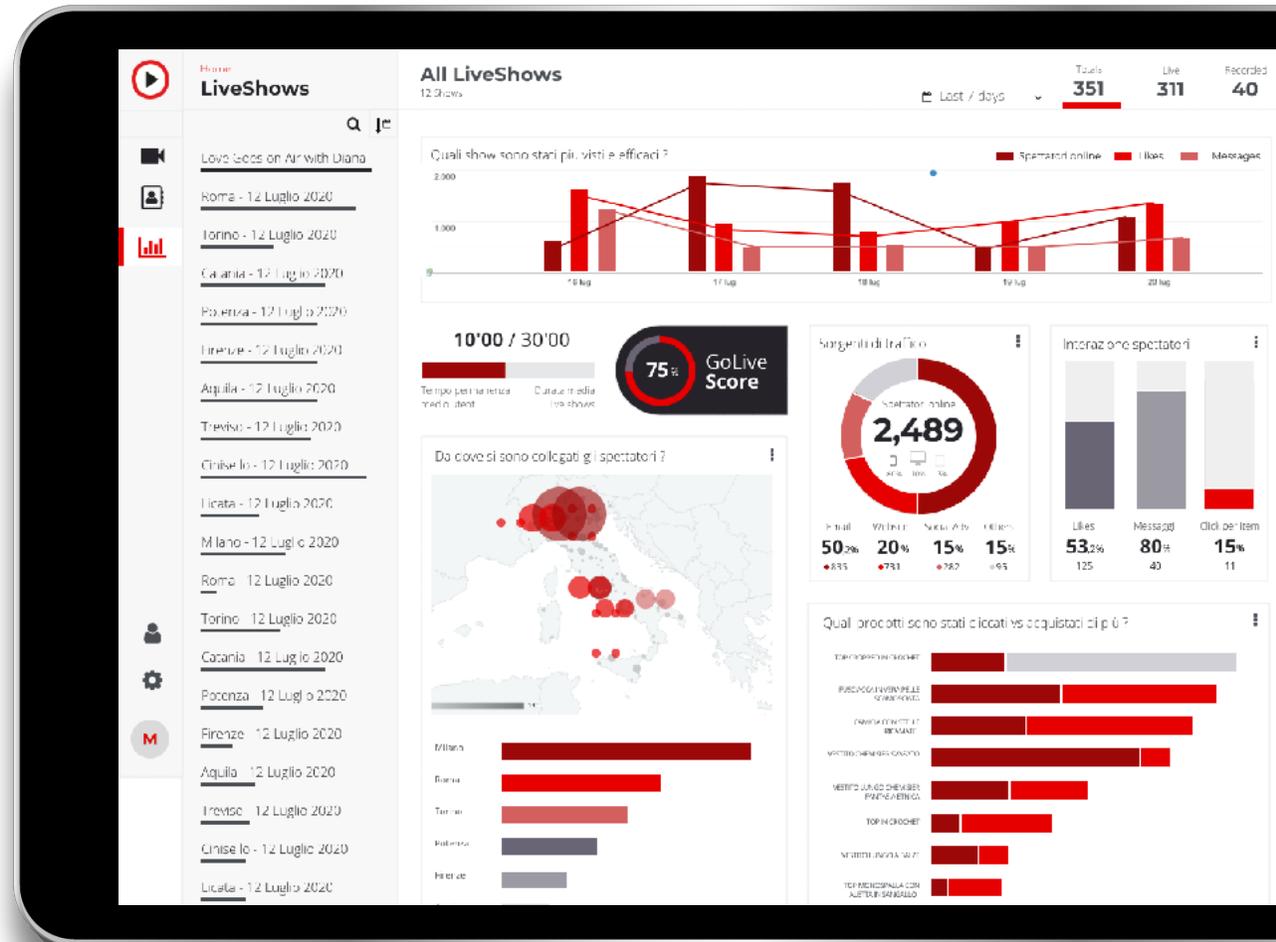
Il live show può essere analizzato in tempo reale:

- utenti
- likes
- messaggi
- trend line
- heatmap
- prodotti più cliccati
- sorgenti di traffico



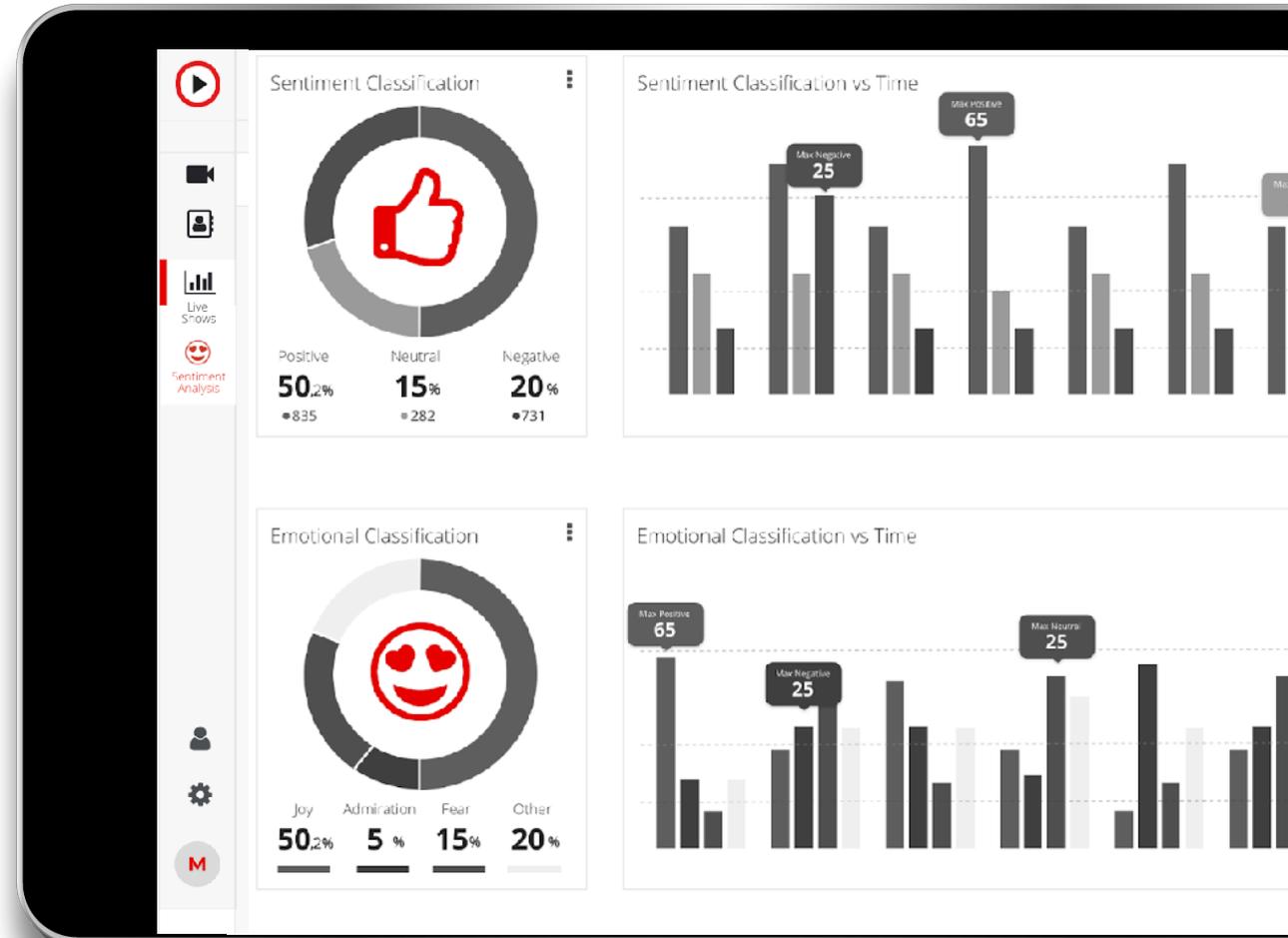
Historical analytics

Confronta tutti i tuoi live show attraverso i dati storici



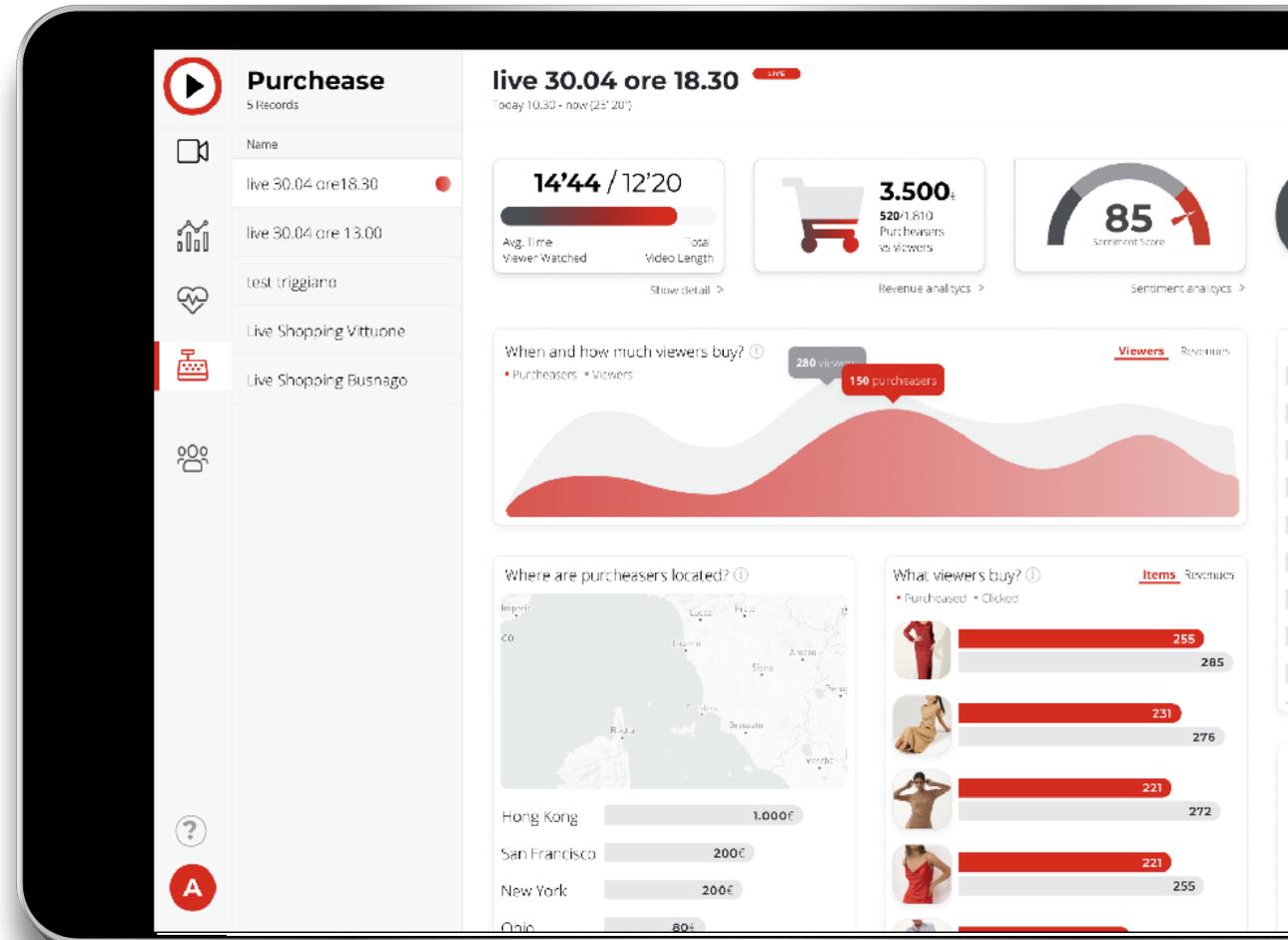
Sentiment analysis

Analisi del Sentiment
attraverso il natural
language processing
con l'utilizzo di
algoritmi di
Intelligenza Artificiale



Conversion analytics

Visibilità su tutta la customer journey, dall'acquisizione fino alla conversione

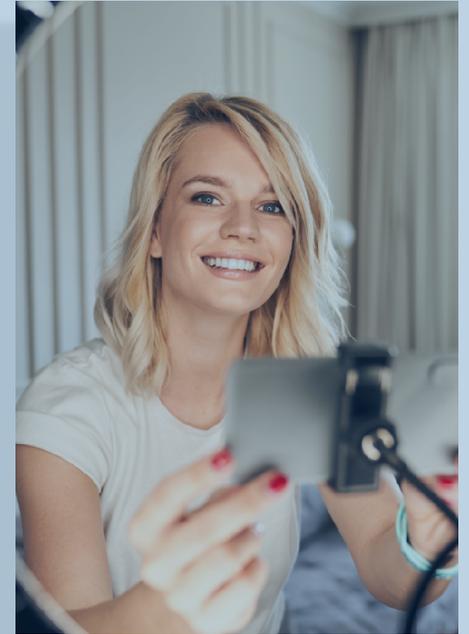


AGENDA

5

Alcuni consigli

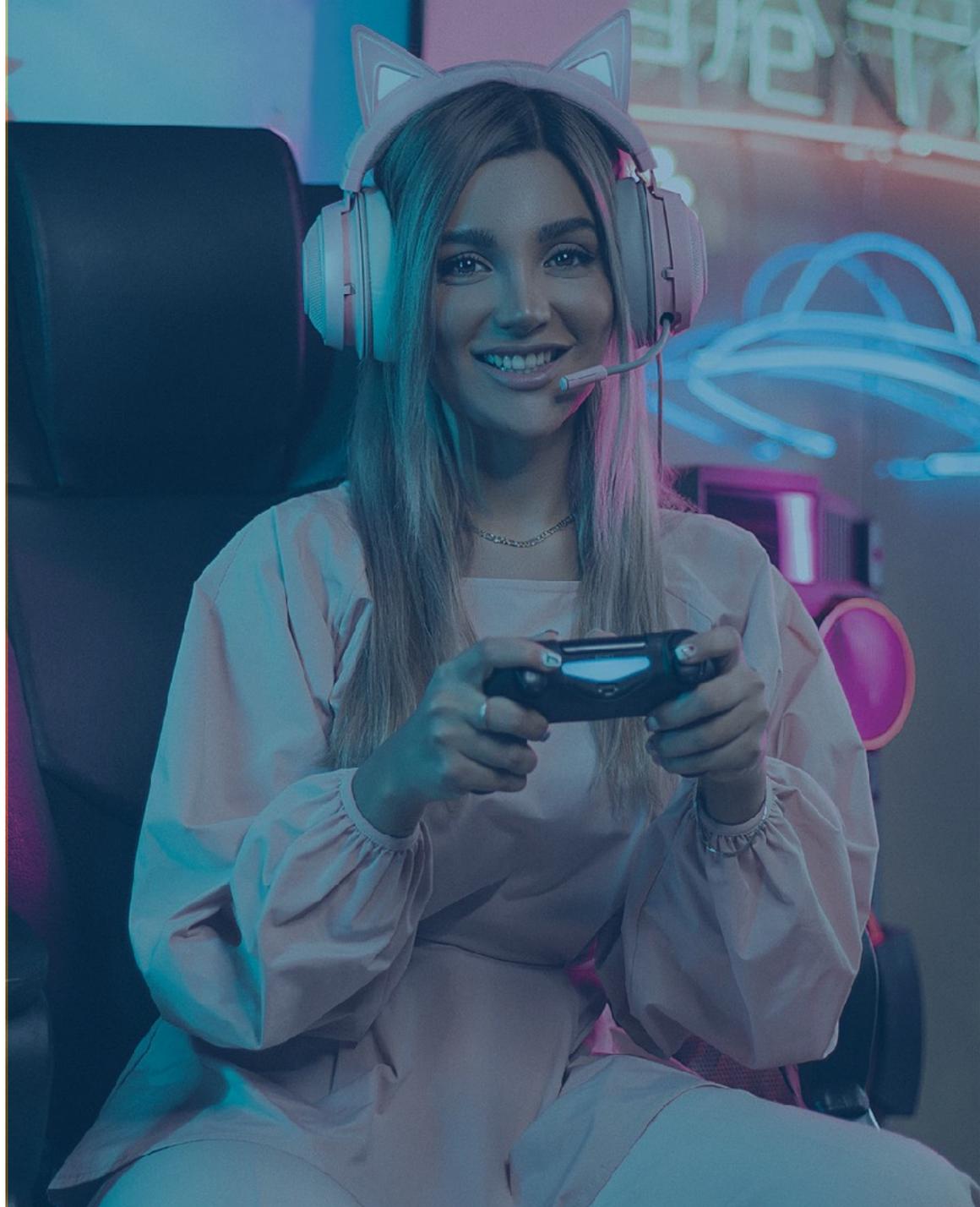
Live Shopping Insights

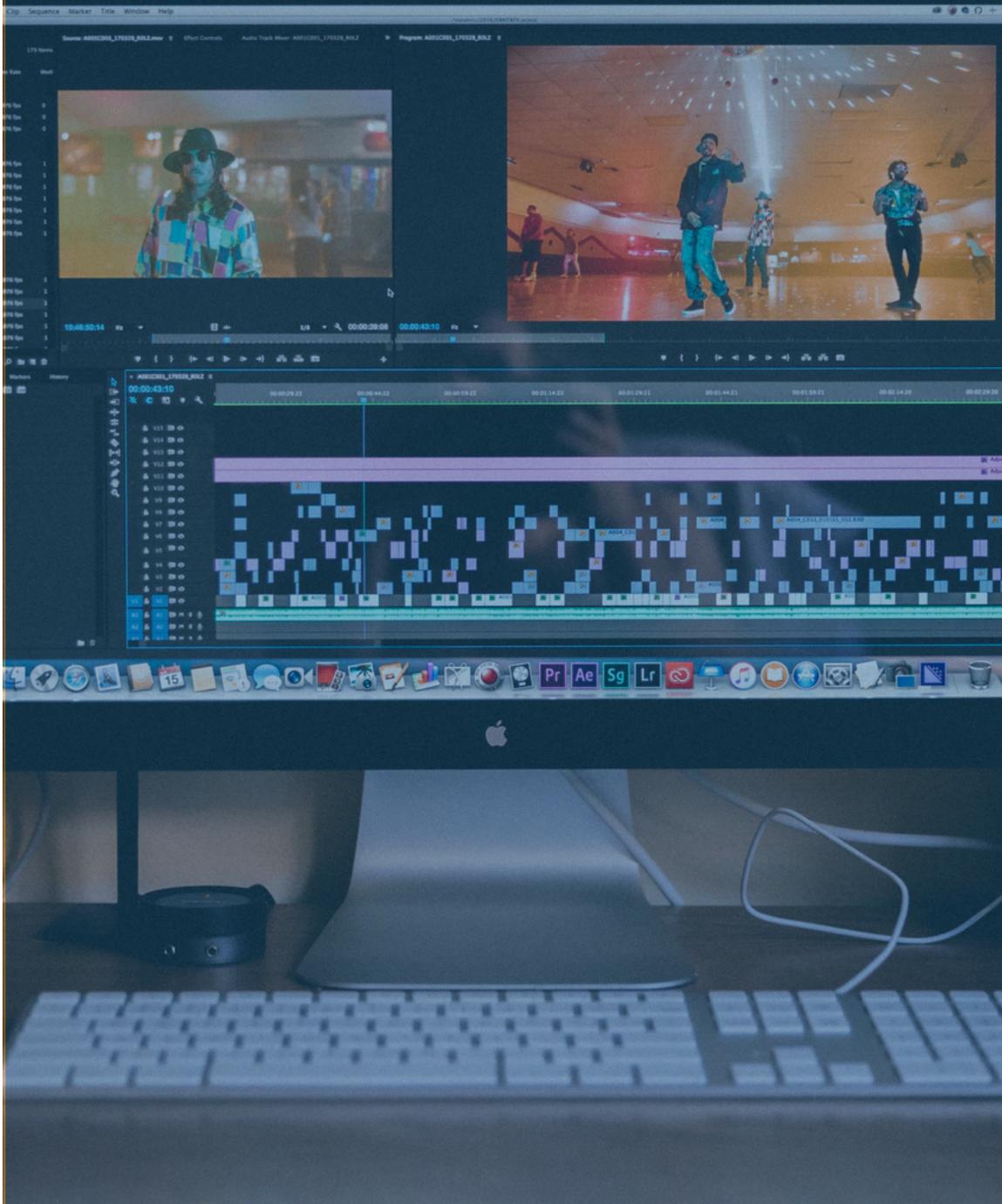


Chi inizia prima riesce a testare e a imparare



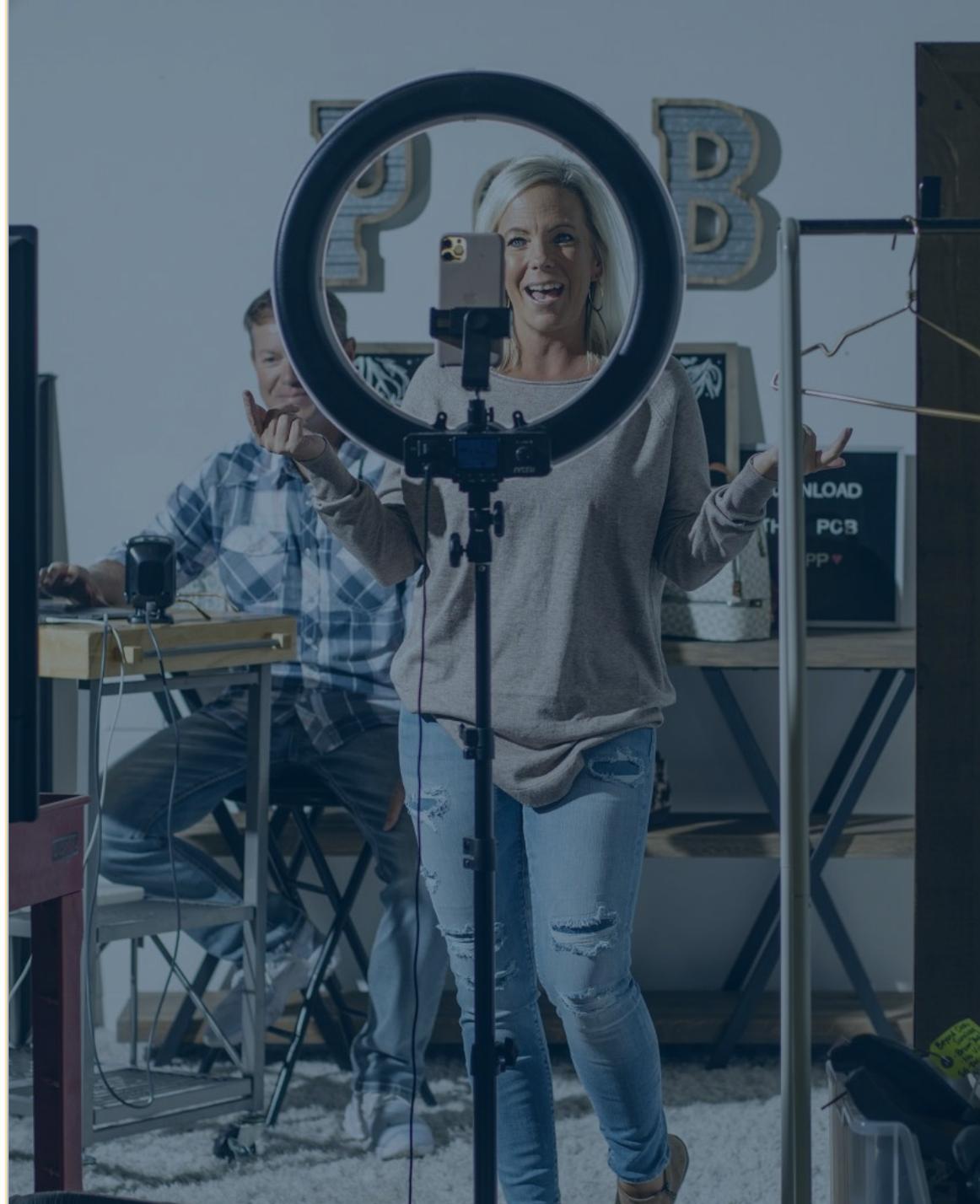
1. scegliere lo streamer

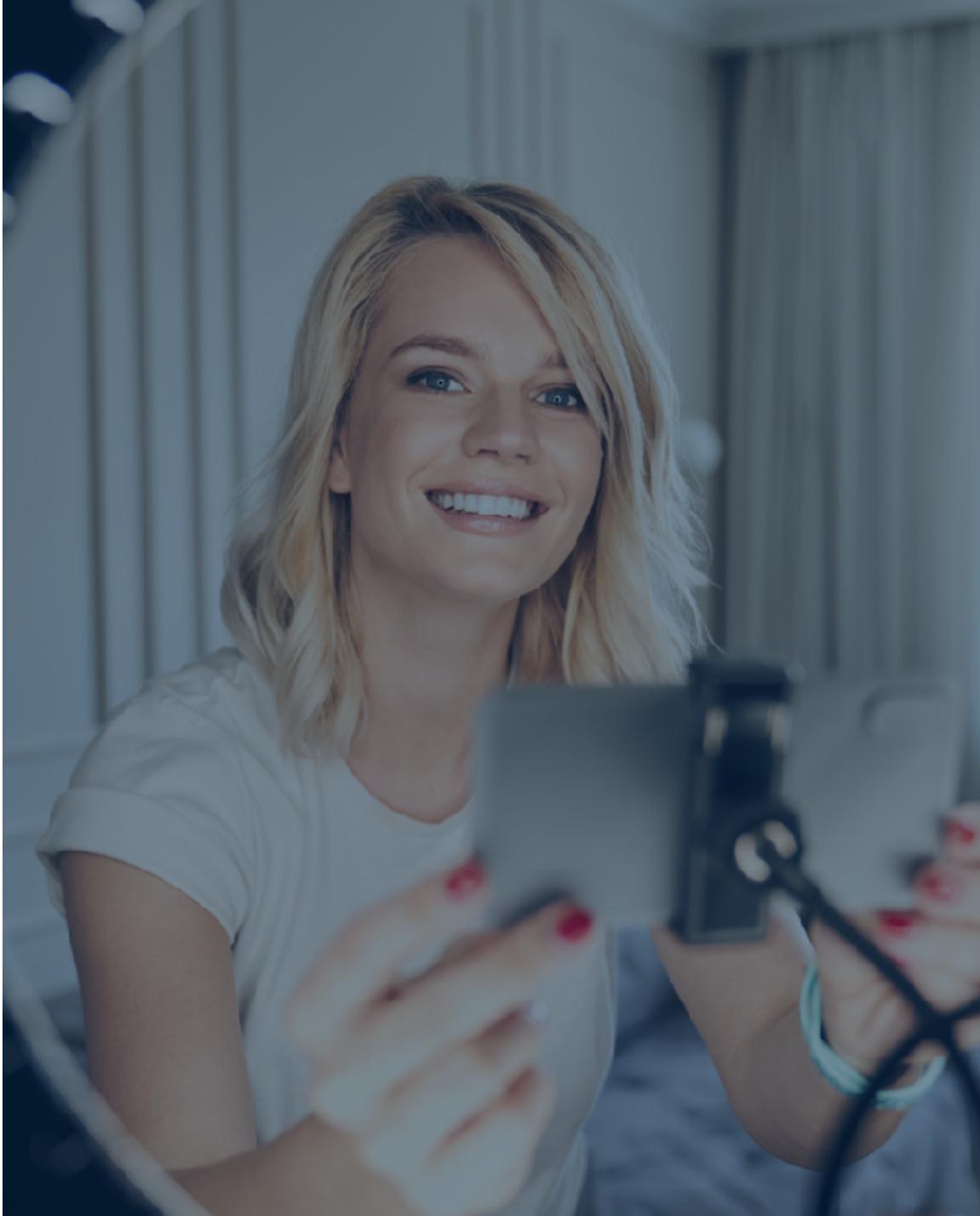




**2. massimizzare
i contenuti**


**3. sperimentare
con i format**





4. linguaggio & connessione

Best practise



Vuoi approfondire?

Contattaci mandando un email a

roberto@ledehors.com