

VELASCA  
*milano*

**Velasca women: il racconto  
di una nuova avventura.  
Andiamo oltre per crescere.**

**Learnn**



**Fabrizio Aloï**  
**Marketing Specialist & Analyst**  
**@Velasca**

**Learnn**

# Cosa vedremo:

1. Cos'è Velasca
2. Da cosa siamo partiti e dove siamo arrivati
3. Perché Velasca Women
4. Strategia di lancio e canali
5. I dati da cui siamo partiti
6. Considerazioni finali

# Cos'è Velasca

**Stile senza  
tempo**

**Artigianato**

**Fatto bene**



**Made in Italy**

**Cliente al centro**

**Qualità**

**Learnn**



# Da dove siamo partiti, dove siamo arrivati

Vendita tramite e-commerce  
e touchpoints  
esclusivamente digitali

Apertura di 16 botteghe, di  
cui 3 all'estero (Parigi, Londra  
e New York).  
Per adesso...

**Learnn**

# Un cliente target sempre più variegato



Learnn



# Un brand sempre più forte



Learnn



# Perchè Velasca Women?



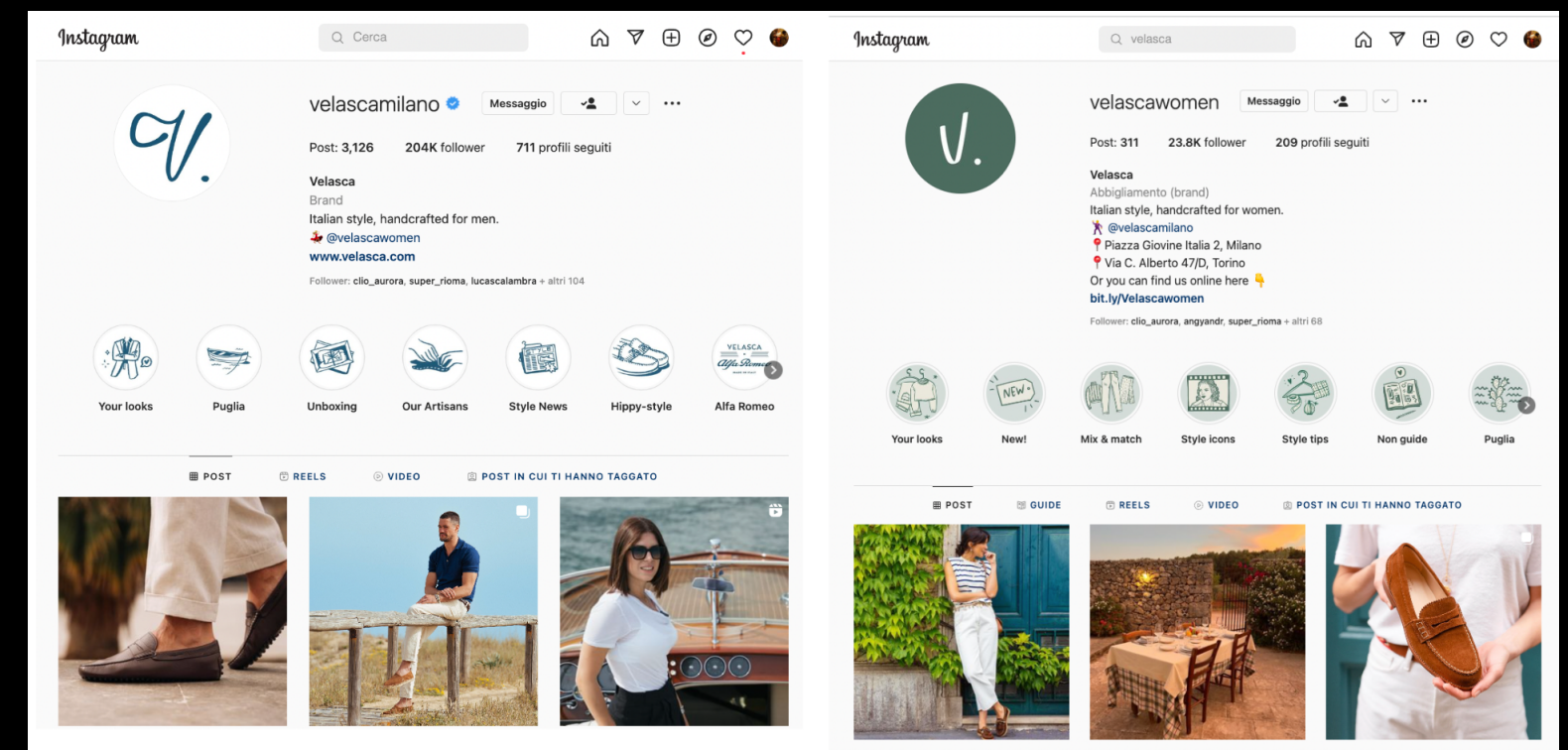
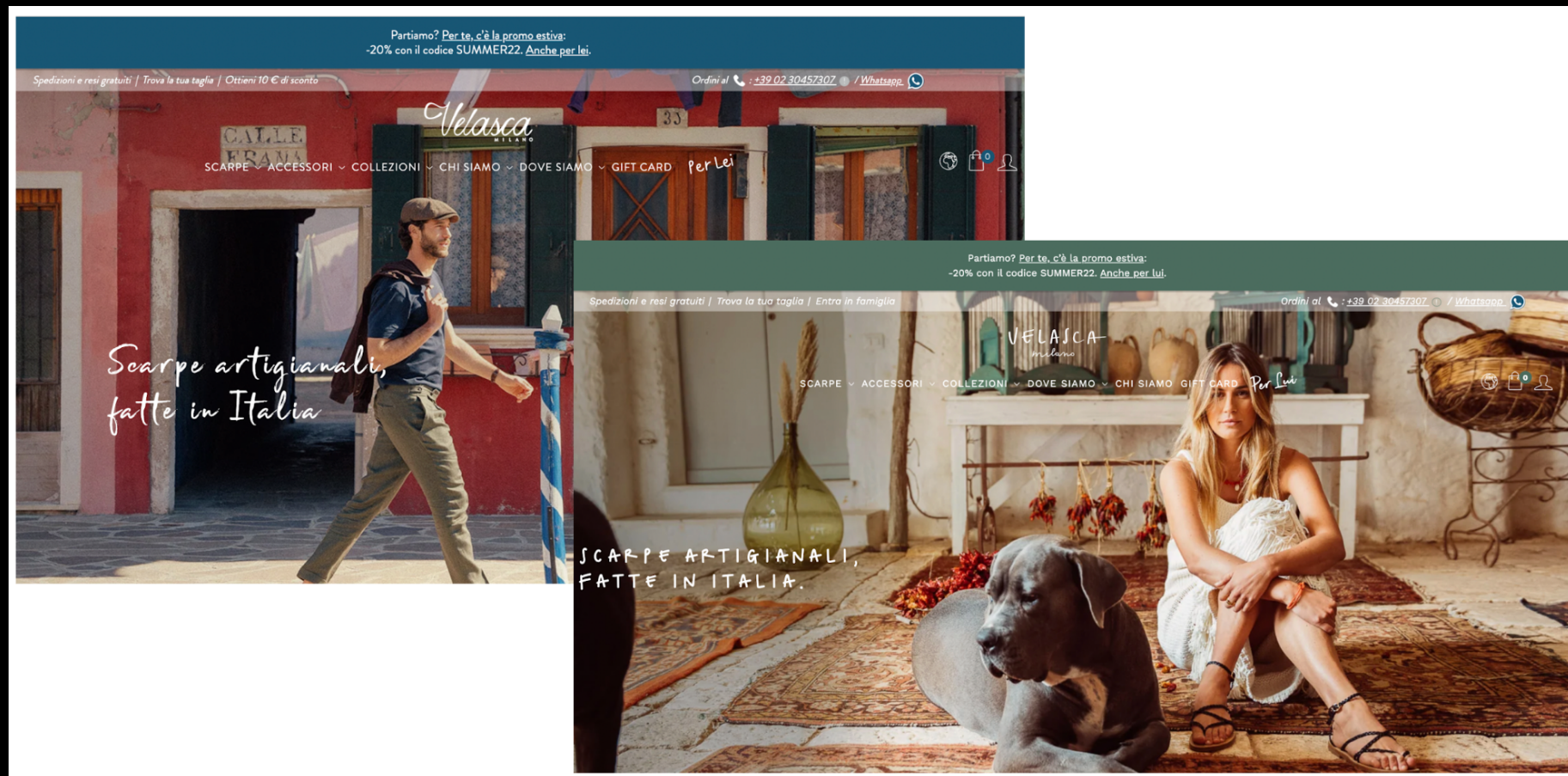
Learnn

# Andiamo oltre, lontano

Velasca women nasce per guardare lontano, oltre il pubblico maschile. E come risposta a una richiesta già in atto di un piccolo pubblico femminile. E neanche così piccolo, visto che circa il 10% dei nostri clienti sono donne.



# Come declinare il "nuovo" brand



Learnn



# Diverse identità, diverse botteghe



Learnn



# E il target?

Siamo partiti dalla definizione del target uomo, e dalle proiezioni su mamme, fidanzate, mogli. E dalle esperienze in bottega.



Learnn



# Semplicità, eleganza, stile definito

Le "donne Velasca" vestono senza sfarzi, con un proprio stile definito; non attendono che esca l'ultimo capo alla moda, ma si lasciano ispirare con piacere e curiosità. Gli abiti e gli accessori che indossano sono un'espressione della loro personale sicurezza.





# E i prodotti?



Learnn



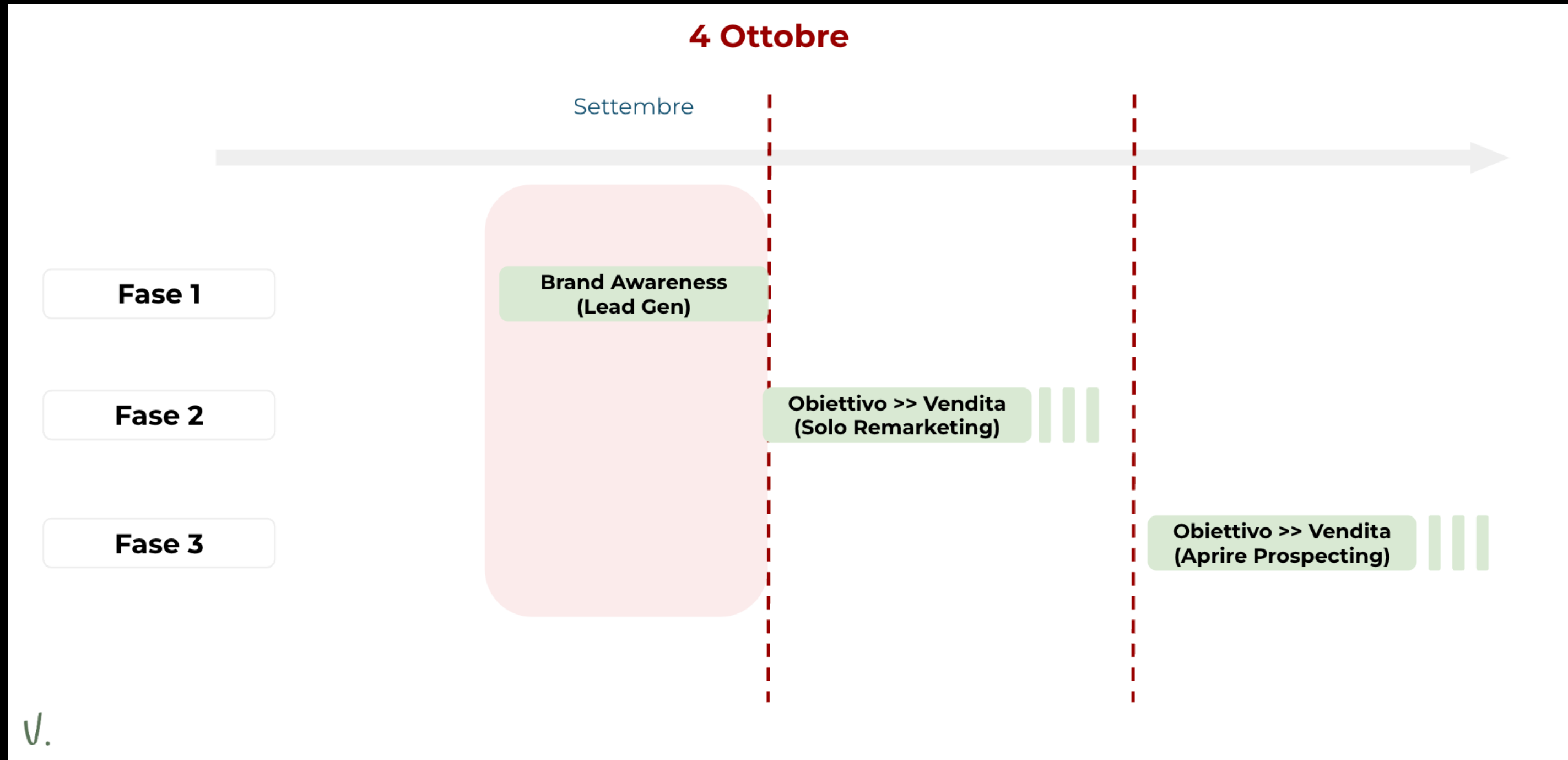
# Strategia di lancio

VELASCA  
milano

**4 Ottobre 2021**

Learnn

# Roadmap





**Una storia in continuità -  
L'ispirazione**

**NON È PIÙ UN SEGRETO.  
URLALO AL MONDO.**

# Comunicazione progressiva - I punti di contatto

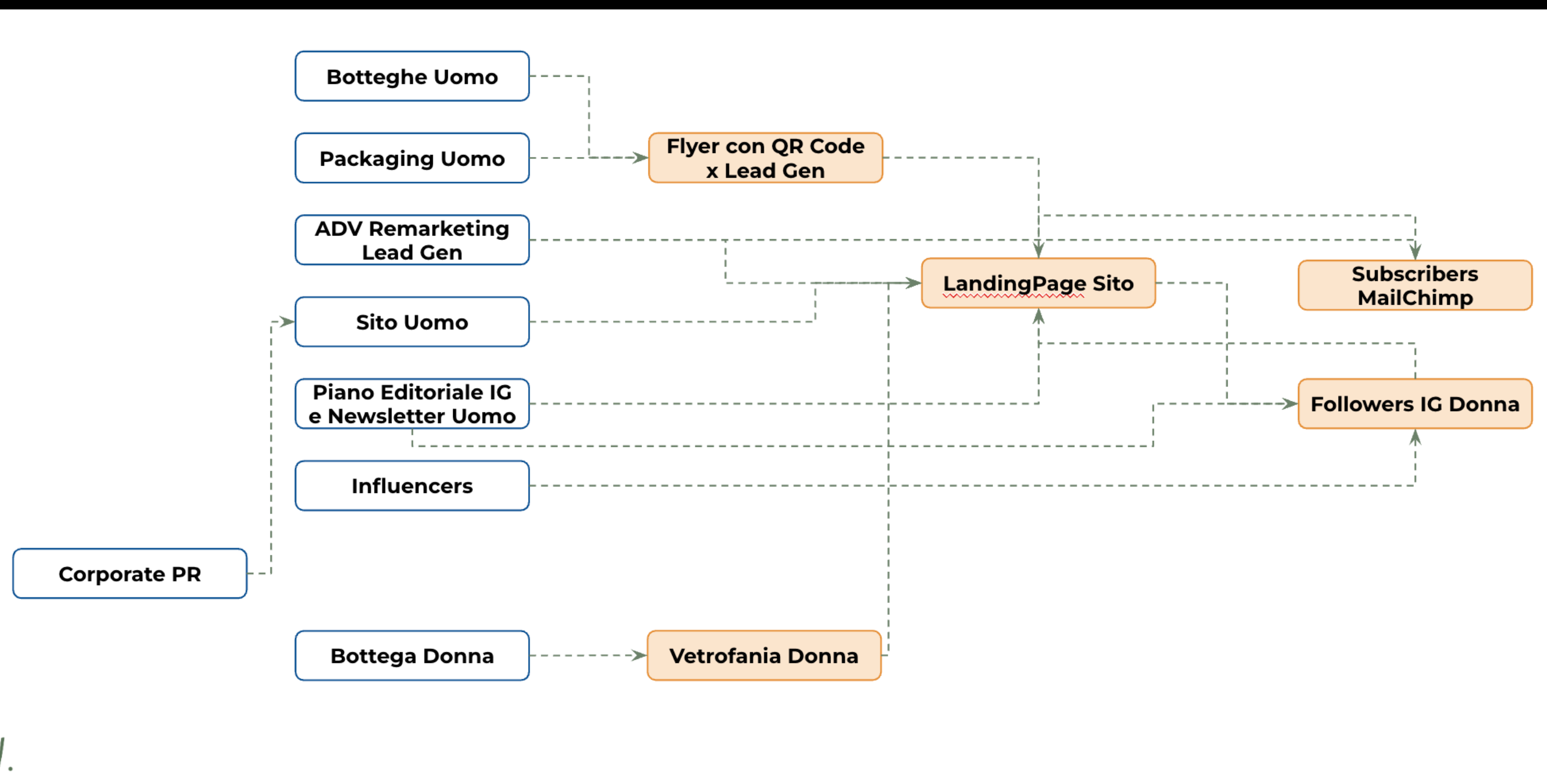
Online e Offline

Influencer Marketing  
Lead Gen in remarketing  
Newsletter e IG Uomo  
Profilo IG Donna  
PR Corporate  
Sito Uomo

Bottega Donna  
Botteghe Uomo  
Packging prodotti

Learnn





V.

Learnn

# Gli strumenti: lead generation su FB e IG



Learnn



# Gli strumenti: Flyer in unboxing e botteghe



Learnn



# **Qualche numero con cui siamo arrivati al lancio**

**4.800 mail raccolte**

**1.5M di impression su FB e IG**

**>50k di audience remarketing donne**

**>10.000 flyer distribuiti**

**5.000 follower del nuovo profilo IG**

# Considerazioni finali

- Abbiamo lanciato Velasca Women perchè sentivamo l'esigenza di andare oltre.
- Il nostro pubblico ce lo chiedeva da tempo.
- Volevamo crescere in fatturato e portare la nostra cultura a tante altre persone.
- Abbiamo studiato i numeri del nostro presente, il mercato, e abbiamo colto un'opportunità.

# Grazie per l'attenzione



**Fabrizio Aloï**

**Marketing Specialist & Analyst  
@Velasca**

**Learnn**



**Q&A**

**Learnn**