

Spedizione in abbonamento postale 70% D.C.I. Emilia Romagna
N.8 Anno 17 - Novembre 2012
Iscr. Trib. Parma n°8/2008 del 26/03/2008.
In caso di mancato recapito restituire all'ufficio di Parma CPO per la restituzione
al mittente che si impegna a pagare la relativa tariffa

Image&Action è una
testata di proprietà di
Layout Advertising Group

8

Image & Action

Periodico di Comunicazione
Pubblicità e Web marketing



layoutweb

w e b a g e n c y

C'è chi parla
di fare business
con il sito

e chi lo fa

- Analisi e strategia
- Progettazione e creatività
- Sviluppo sito e software engineering
- Web maintenance
- Search engine placement
- Web advertising
- Web marketing
- Analisi statistiche e report
- Web brand protection
- Web hosting
- Operazioni a premi e concorsi



Indice

04 Primo Piano
Cina, la nuova sfida
di Layoutweb

06 Case History
Borsalino & Bloggers

08 Speciale Concorsi
MAX&Co sceglie Layoutweb

10 Speciale Concorsi
TOY G, un inverno
di concorsi

12 Web Trend
Vendita on-line?
L'e-commerce su misura

14 LayProjects
Software e CMS made in Layoutweb

16 Breaking News
_Resstende, restyling totale del sito
_Nima, nuovo software di gestione ordini per il web
_Cersaie 2012, nello stand Technokolla l'edilizia diventa arte
_Layoutweb aiuta Capo Verde

18 LayLife
Inviati speciali allo IAB Forum 2012
Layoutweb alla Milano Fashion Week: tra sfilate e cappelli!





Ying Luo
China Web Public Relation

Cina: la nuova sfida di Layoutweb

Personale madrelingua, social network, strutture server in loco e biglietto aereo per Shanghai: così Layoutweb conquista il mercato cinese

L'ultima sfida di Layoutweb si chiama Cina e l'obiettivo dell'agenzia è quello di proporsi alle aziende cinesi che vogliono investire nel mercato europeo - e a quelle italiane o europee che vogliono sbarcare in Oriente - come un vero e proprio "ponte" di comunicazione, che permetta di farsi conoscere e trovare sul web, creando una connessione forte tra le due realtà economiche.

La dislocazione dei server

Oggi è molto difficile trovare le aziende italiane nei risultati di ricerca in lingua straniera: si ottengono esiti buoni rimanendo entro il confine nazionale, ma non appena si varca, i risultati sono scarsi e talvolta inesistenti.

Non è infatti sufficiente realizzare un sito in varie lingue, ma occorre lavorare sui server paese per paese.

Gli esperti di Layoutweb lo sanno bene, per questo l'agenzia sta facendo con la Cina esattamente ciò che ha già fatto con altre realtà più vicine: per garantire la visibilità dei clienti, dispone di una struttura server direttamente in loco, in primis per assicurare alle aziende il



miglior posizionamento sui motori di ricerca cinesi e poi per evitare una buona parte di problemi dovuti alla censura.

Uno staff di professionisti

Per concretizzare questo lavoro complesso - e per garantire un servizio di comunicazione altamente qualificato anche alle aziende che dalla Cina decidono di investire in Europa - Layoutweb dispone di uno staff di professionisti ed esperti, con competenze specifiche nell'ambito della comunicazione web.

Un team composto da ingegneri informatici, web designer, creativi, account, redattori e collaboratori madrelingua che si mette quotidianamente a disposizione dei clienti, per garantire alla loro

azienda il posizionamento migliore sulle reti internet dei diversi Paesi, oltre che per rendere la comunicazione efficace e mirata all'obiettivo da raggiungere.

Lingua e social

Per entrare davvero in relazione con nuove realtà e fare da "ponte" tra di esse, è imprescindibile conoscerne la lingua e soprattutto la cultura: non basta parlare inglese - considerata oggi la lingua passe-partout - per iniziare un vero rapporto di collaborazione con realtà profondamente diverse e lontane dalla nostra, come, ad esempio, quella cinese.

Chi si affida a Layoutweb (che ha già tradotto e messo on-line la nuova versione cinese del sito dell'agenzia) mette la comunicazione nelle mani di personale madrelingua competente e preparato, che si occupa quotidianamente della gestione dei contatti, delle relazioni tra le parti e di tutte le traduzioni necessarie. Inoltre, le aziende di tutto il mondo sanno che oggi anche i social network sono diventati un canale e un veicolo di comunicazione primario per attirare l'attenzione e promuovere la propria attività in rete.

Per questo, Layoutweb è già presente e attiva - anche grazie ad un team in loco che ne supporta il lavoro - sulla piattaforma di microblog *Sina Weibo*, la più popolare della Cina, dove si sono sviluppati i più importanti casi mediatici degli ultimi anni e che recentemente ha raggiunto circa 300 milioni di iscritti con 2 milioni di pubblicazioni giornaliere. Tra questi ci sono tantissime realtà e personalità politiche ed economiche di prestigio mondiale, oltre che numerose celebrità nazionali ed internazionali.

Non poteva mancare una realtà come Layoutweb, pronta a conquistare il mercato cinese.

In partenza per la Cina

La conquista della Cina per Layoutweb si fa anche sul campo. Ed ora, dopo aver



partecipato alla "New Guangzhou New Business Opportunities - Guangzhou-Italy Business Conference" che si è tenuta lo scorso luglio a Milano, è giunto il momento di volare in Oriente: prossima tappa dell'agenzia è la fiera internazionale *Bauma China 2012*, dedicata alle macchine e materiali per l'edilizia e la costruzione, in programma a Shanghai dal 27 al 30 novembre.

Borsalino Bloggers

Dopo la creazione del nuovo sito per la maison di cappelli, l'attività di conversational e social, made in Layoutweb, ha riscosso un successo clamoroso: il cappello Borsalino protagonista nei blog più seguiti



L'intenso lavoro di Layoutweb per Borsalino è entrato nel vivo e già si sono visti i primi frutti: l'articolato piano di comunicazione on-line dell'agenzia, scelta dalla maison per rilanciare il marchio, ha iniziato una ricca collaborazione con importanti bloggers e fashion editor che stanno portando a Borsalino importanti risultati, con un investimento, in proporzione, contenuto.

Il brand

Il marchio Borsalino non ha bisogno di presentazioni: il suo cappello è ormai un'icona, il suo stile e la sua classe sono intramontabili, la sua fama è universale. Il noto brand piemontese ha scelto Layoutweb per trasmettere la sua storia e i suoi valori anche attraverso la comunicazione digitale, così da diffondere anche tra i protagonisti del fashion system contemporaneo quello spirito avanguardista e quell'anima visionaria che lo accompagnano dall'800.

Bloggers e fashion editors

Per raggiungere questo obiettivo, dopo la realizzazione di un nuovo sito dal design accattivante e user friendly in italiano e inglese, Layoutweb ha coinvolto diverse fashion bloggers italiane, europee e statunitensi, a cui è stato chiesto di impegnare il loro tempo e la loro "influenza" per migliorare l'attività di product placement, postando sui loro blog e sulle fanpage gli scatti realizzati con un *cadeau* Borsalino insieme ad un commento.

La selezione delle bloggers si è basata sulla ricerca di ragazze che potessero incarnare e riflettere in pieno lo stile e l'identità Borsalino, quindi la scelta è ricaduta su 30 tra le bloggers professioniste più famose e seguite a livello internazionale, ma soprattutto eleganti e raffinate, in grado di poter rappresentare il prestigio, la bellezza, la qualità e il valore dei cappelli Borsalino.

Panama, trilby, bombetta e tutti i modelli della collezione P/E 2012 sono diventati protagonisti dei post delle fashion bloggers più influenti: dalle italiane Veronica Ferraro (*The Fashion Fruit*) ad Irene Colzi (*Irene's Closet*) alle internazionali Valentine Vanesse (*Hello it's Valentine*), Adeline Rapon, Anna Frost (*Fashion Puppe*), Zanita Morgan (*Fellt Zanita*) - solo per citarne alcune.

Al cappello Borsalino sono stati riservati scatti e parole, ognuna delle bloggers ha abbinato con gusto e personalità il suo accessorio ai look più svariati, sempre nell'atmosfera delicata e preziosa che contraddistingue il marchio e chi lo sceglie.

Risultato: tutti ne parlano!

L'esito di questa operazione, che all'azienda ha richiesto un investimento minimo, si è rivelato un successo. Nel mese di agosto (periodo in cui è iniziata la nuova attività di conversational e social) le visite sul sito di Borsalino sono aumentate vertiginosamente e l'analisi mensile dei referral di agosto e settembre non ha lasciato adito a dubbi: nei primi 10 risultati riguardanti le sorgenti di traffico, 5 sono i blog delle professioniste che collaborano con Layoutweb e Borsalino e quindi la diretta conseguenza dell'attività di comunicazione pianificata dalla web agency. Ognuno dei post sui diversi blog ha generato centinaia di visite, dai 60 ai 90 commenti da parte di persone che parlano di Borsalino, chiedono informazioni e una durata media di permanenza sul sito della maison di oltre 2 minuti, con una bassissima frequenza di rimbalzo (media del 25%), da cui si deduce un interesse a visitare diverse pagine del sito web dell'azienda.

Il contatto diretto con le bloggers, la rete di relazioni di Layoutweb con professioniste influenti nel mondo del fashion e il loro coinvolgimento hanno generato una serie di interessanti e stimolanti collaborazioni nazionali ed internazionali: sono sempre di più i nomi di celebri fashion editor e fotografi che verranno coinvolti in futuro per l'attività di comunicazione di Borsalino.

Borsalino e i social

I numeri del conversational e del social media marketing parlano da soli: decine di bloggers, migliaia di followers e altrettante conversazioni.

Un lavoro così intenso e dinamico - che si basa in buona parte sulle condivisioni e le interazioni spontanee degli utenti - non può non passare attraverso le piattaforme social, strumenti che sono divenuti imprescindibili per chi desidera farsi conoscere ma anche per chi, come Borsalino, vuole rendere davvero universale il suo marchio e la sua filosofia.

Foto raffinate e post effervescenti hanno generato numeri straordinari: il passaparola su Twitter, la condivisione su Facebook, la creazione di una board condivisa su Pinterest hanno coinvolto migliaia di utenti, che ora sono followers di Borsalino, parlano dei suoi cappelli, seguono le bloggers che li indossano e che si collegano al sito del brand per conoscere le ultime novità e per leggere le curiosità del Magazine Borsalino.





..... Concorso
MAX&Co.
I wear
my style
.....
30 ottobre - 20 dicembre 2012

MAX&Co

Sceglie Layoutweb

Molte aziende sono ormai consapevoli del fatto che organizzare un concorso a premi dà visibilità al proprio marchio, aumenta le visite e i contatti on-line e fidelizza la clientela.

Idearlo sembra facile, realizzarlo è tutt'altra questione: piano tecnico, stesura dei regolamenti, gestione dei partecipanti e adempimento delle pratiche burocratiche sono attività che vanno affidate a mani esperte, quelle di uno staff altamente specializzato.

Layoutweb è il partner ideale per chi sceglie di utilizzare questo strumento per promuovere la propria attività, perché si occupa del concorso a premi dalla fase di ideazione creativa del progetto a quella della promozione.

Con il sito www.concorsi.layoutweb.it, la web agency ha creato una vetrina a cui gli utenti possono rivolgersi per ottene-

Il brand del gruppo MaxMara Fashion Group ha affidato all'esperienza di Layoutweb l'organizzazione e la realizzazione a 360° del nuovo concorso "I wear my style"

re tutte le informazioni sui servizi che lo staff offre loro, con tutta l'affidabilità, l'esperienza e la competenza che lo contraddistingue.

Layoutweb partner di MAX&Co.

L'ultimo brand ad aver scelto Layoutweb come partner è MAX&Co., che per promuovere la sua nuova collezione di occhiali - e naturalmente attirare sempre più clientela nei numerosi punti vendita - ha affidato alla web agency l'organizzazione del concorso "I wear my style", nato in collaborazione con Safilo Group SpA.





Il concorso

Il concorso a premi "I wear my style", partito il 30 ottobre, è nato dalla volontà di promuovere la nuova collezione di occhiali che MAX&Co. ha creato con Safilo e, parallelamente, di attirare sempre più persone nei punti vendita (monomarca e ottici) che aderiscono all'iniziativa.

Gli step sono stati studiati nei minimi dettagli da Layoutweb per coinvolgere non solo i partecipanti, ma anche coloro che li votano: dare a tutti la possibilità di vincere significa in primis ampliare il bacino d'utenza.

Periodicamente - grazie ad una vera e propria "urna" virtuale creata con un apposito software dagli esperti di Layoutweb - vengono estratti i vincitori, che possono aggiudicarsi occhiali MAX&Co. e il premio finale (con estrazione il 20 dicembre) di un weekend a Parigi per due persone.

Per vincere, gli utenti devono prima di tutto iscriversi al sito iwear.maxandco.com e comporre, seguendo le indicazioni, il loro outfit preferito. Questo viene pubblicato nella photogallery, dove può ottenere voti dagli altri utenti e quindi guadagnare nomination per partecipare all'estrazione dei premi.

Dal 12 novembre, inoltre, nei punti vendita aderenti (negozi MAX&Co. e ottici) sarà allestito un espositore dedicato al

concorso, con due modelli di occhiali da provare: chi sarà già iscritto sul sito, potrà indossarli e farsi scattare una foto, che verrà caricata on-line, insieme all'outfit creato precedentemente. Questo consentirà ai partecipanti di guadagnare altri voti per aggiudicarsi i premi.

In più, se gli utenti decideranno di acquistare gli occhiali MAX&Co., lo scontrino dell'acquisto verrà caricato sul sito, aumentando ulteriormente la loro possibilità di essere i fortunati vincitori.

Layoutweb, infine, per promuovere il concorso e coinvolgere il maggior numero di utenti possibile, ha avviato una campagna con banner ADV su importanti testate on-line nazionali: corriere.it, leiweb.it e iodonna.it, che darà anche un supporto editoriale.

MAX&Co.

MAX&Co. è la linea di Max Mara dedicata alle donne che ricercano uno stile giovane e personale, fatto di abiti, accessori e idee da mixare in modo originale e trasversale. In ogni capo delle collezioni MAX&Co. la tradizione sartoriale e la qualità Made in Italy si abbinano allo stile, al glamour e al design raffinato e senza tempo. I negozi MAX&Co. sono centinaia e sono presenti in tutto il mondo.

TOY G un inverno di concorsi

Anche quest'anno Layoutweb cura i concorsi a premio TOY G. Con la seconda tranche di "Note di Stile" e "Vinci i total look", è partito anche il nuovo concorso "Glitter Winter": in palio piumini TOY G e un weekend a Londra

Per il secondo anno consecutivo, a Layoutweb è stato affidato dal brand TOY G il compito di occuparsi completamente dei concorsi a premi ideati per promuovere il marchio sia on-line che nei punti vendita.

Insieme alla seconda tranche del concorso "Note di Stile" (in collaborazione con Nomination Gioielli) e "Vinci i total look", dallo scorso settembre c'è una novità: "Glitter Winter".

1
"Glitter Winter",
entri in negozio
e vinci

Il nuovo concorso, che ha totalizzato 1500 iscrizioni soltanto nei primi dieci giorni dalla partenza (settembre scorso), consente agli utenti - registrandosi sul sito e recandosi in punto vendita - di vincere piumini in full paillettes griffati TOY G e di aggiudicarsi, come premio finale, un weekend a Londra.

Anche in questo caso, Layoutweb si è occupata di gestire ogni passaggio, curando la preparazione del piano tecnico, tutti gli adempimenti burocratici, la totale gestione dei partecipanti e, naturalmente, l'intera fetta riguardante la comunicazione, con un piano capillare che comprende l'attività di PR on-line - attraverso il coinvolgimento delle principali fashion bloggers italiane - l'aggiornamento costante sui social network e una campagna ADV sui portali nazionali corriere.it, iodonna.it e leiweb.it.

Al concorso si può partecipare in due modi: iscrivendosi e giocando sul sito glitterwinter.toyg.it, oppure andando in negozio e ritirando la cartolina "gratta e



vinci", che permette all'utente di scoprire subito se ha vinto un piumino.

Essere registrati dà accesso immediato ad una slot machine virtuale, con la quale si può tentare la fortuna e provare a vincere uno dei piumini in palio.

Con l'iscrizione, l'utente riceve una mail contenente un coupon, da consegnare in uno dei punti vendita TOY G che aderiscono all'iniziativa: qui ritira una cartolina con un codice, che gli dà diritto - una volta inserito sul sito web - ad un nuovo tiro con la slot machine.

Naturalmente, più volte si ritira la cartolina in negozio, maggiori sono le possibilità di vincere e di aggiudicarsi il premio finale di un weekend a Londra per due persone.

Le due modalità sono quindi correlate tra loro e questo costituisce il plus del concorso, che invoglia l'utente a tentare più volte la fortuna sia in punto vendita che sul sito.

2 "Note di Stile", secondo round

Sono oltre 1500 le foto inviate e 6000 le persone che hanno partecipato a "Note di Stile". Questi numeri rappresentano il successo di un concorso che ha già dato a diverse ragazze la possibilità di diventare web testimonial TOY G e Nomination Gioielli, ma soprattutto di tentare di entrare a far parte del mondo della moda. Durante la prima parte, terminata a luglio, le aspiranti testimonial - previa iscrizione on-line - sono state votate mensilmente dagli utenti (che a loro volta partecipavano all'estrazione mensile di total look e gioielli Nomination). Le 20 ragazze più votate hanno partecipato ad un casting nella sede di TOY G, dove sono state selezionate da una giuria di qualità presieduta da Gianna Tani e composta da una fashion editor di Leiweb (media partner dell'iniziativa) e una famosa fashion blog-

ger. Le due vincitrici si sono aggiudicate un servizio fotografico e soprattutto il titolo di Web Testimonial per la stagione autunno/inverno 2012/13.

Il secondo ed ultimo casting si terrà a gennaio, per dare a nuove ragazze la possibilità di diventare web testimonial TOY G e Nomination per la prossima stagione.

Intanto il lavoro di Layoutweb non si ferma e il sito del concorso è sempre attivo, per consentire anche ai votanti di aggiudicarsi i total look e i gioielli che TOY G e Nomination hanno messo in palio.

Vinci i total look 3

Anche "Vinci i total look" prosegue con successo: il concorso è stato ideato dal Layoutweb per far sì che il catalogo prodotti dell'azienda (distribuito nei punti vendita), oltre ad attirare l'interesse dei potenziali clienti, venga ritirato in negozio e conservato.

In questo caso partecipare al concorso è semplicissimo: sempre attraverso una registrazione - in questo caso sul sito totallook.toyg.it - l'utente accede alla sua area personale, dove ogni mese deve rispondere ad una domanda che lo rimanda direttamente ai simboli presenti nel catalogo TOY G: inserire il simbolo giusto gli consente di partecipare all'estrazione mensile e di vincere i total look TOY G.



Vendita on-line



L'e-commerce su misura

L'esperienza di Layoutweb offre alle aziende l'attivazione e la gestione della piattaforma dedicata al servizio di e-commerce, con un sistema che garantisce un iter pratico, veloce e sicuro



L'e-commerce, o commercio elettronico, è ormai entrato prepotentemente nella vita quotidiana di tutti: comprare on-line è facile, veloce e soprattutto comodo. Per questo, sdoganata la maggior parte dei dubbi sulla sicurezza degli acquisti on-line, sono sempre di più gli acquirenti "virtuali" che, una volta presa confidenza con la rete, trovano grande soddisfazione nel comperare comodamente dal loro pc, tablet o smartphone, tanto da diventare dei veri e propri habitués degli stores on-line.

Dal canto loro, molte aziende hanno capito che ricorrere a questo servizio può consentire di raggiungere i potenziali clienti ovunque, senza limiti di spazio e di tempo, ed hanno quindi scelto di offrire al consumatore uno strumento in più per fare shopping senza fatica, in ogni momento e da ogni angolo (o quasi!) del pianeta.

Tra i numerosi servizi che Layoutweb mette a disposizione dei suoi clienti, c'è anche quello di attivazione e ge-



stione della piattaforma dedicata all'e-commerce, attraverso la creazione di pagine ad hoc dedicate agli acquisti online e costruite secondo le esigenze del brand, ma senza dimenticare la fruibilità e l'usabilità necessarie per invogliare il consumatore all'acquisto.

L'esperienza di Layoutweb ha già garantito a diversi clienti la sicurezza di un servizio di e-commerce pratico e veloce: gli ultimi due, in ordine di tempo, ad aver ceduto alla tentazione della vendita on-line sono RODO Firenze e Cesare Ragazzi Laboratories.

La boutique virtuale di RODO Firenze

L'e-boutique di RODO Firenze è online dallo scorso settembre: per lo storico marchio del lusso italiano, Layoutweb - dopo aver curato lo sviluppo del sito - ha creato una piattaforma e-commerce che consente di ricevere i sofisticati prodotti del brand comodamente a casa.

Realizzato in italiano e inglese, il sito consente di acquistare le scarpe e le borse della maison da tutta Europa e dagli Stati Uniti. Inoltre i prezzi sono visibili in euro, sterline e dollari, a seconda del paese di destinazione.

Consentire all'utente che naviga di raggiungere il suo obiettivo in pochi click è da sempre la filosofia su cui si basa il lavoro di Layoutweb: l'agenzia non si è smentita nemmeno in questo caso ed anche l'e-commerce RODO si regge su un percorso semplice e intuitivo.

Una volta selezionato il paese in cui il prodotto deve essere spedito, l'utente accede agevolmente ai prodotti in vendita. Le collezioni sono suddivise per tipologia in modo da facilitare la ricerca di ogni prodotto: le borse si distinguono tra borse da giorno, exotics, pochette da giorno e borse da sera mentre le scarpe tra ballerine, décolleté, sandali, sneakers, stivali e tronchetti. Infine, ciascun prodotto ha una scheda completa e dettagliata dove sono comprese misure, caratteristiche dei materiali e una guida alle taglie per le scarpe.

Cesare Ragazzi Laboratories: e-commerce e customer satisfaction

Sul sito della Cesare Ragazzi Laboratories il servizio è attivo da fine agosto: grazie a questo nuovo strumento, chiunque può decidere - collegandosi semplicemente al sito internet dell'azienda - di acquistare e ricevere comodamente a casa propria i prodotti delle linee Tricosil, coadiuvanti per il

trattamento e la cura di tutti i tipi di capello.

I prodotti possono essere pagati con contrassegno o direttamente on-line con carta di credito e, proprio per facilitare quest'ultima operazione, Layoutweb si è occupata di gestire tutte le procedure tecniche relative all'interfaccia con la banca, così da snellire l'intero iter relativo al pagamento.

Inoltre, l'agenzia ha programmato un sistema di customer satisfaction in base al quale, dopo 90 giorni dall'acquisto dei prodotti, viene inviata una mail al cliente con un questionario che ne verifichi la soddisfazione: una volta compilato, l'utente ha diritto ad un buono omaggio per ricevere gratuitamente un check-up sullo stato dei propri capelli.

All'interno della pagina del questionario, inoltre, il cliente ha la possibilità di lasciare un feedback sull'acquisto (qualità del prodotto, del servizio...) che potrà poi essere pubblicato sul sito e, tramite autorizzazione, sui social network in cui si parla di problematiche legate ai capelli.

Software e CMS made in Layoutweb

L'agenzia progetta e realizza pannelli di amministrazione, consolle e database costruiti per rendere il vostro sito un potente strumento di business

Se avete chiara la convinzione che il web serve a generare contatti per la vostra azienda, dovrete anche aver chiaro il fatto che questi contatti devono essere fatti "fruttare", quindi gestiti come reali opportunità di business.

Partendo da questa certezza, Layoutweb studia, progetta e realizza internamente e in base alle singole esigenze del cliente, software e CMS in grado di gestire, con un preciso percorso di follow up, i contatti generati dal sito internet, da azioni di direct ed e-mail marketing o di pubblicità online.

Sistemi di analisi per monitorare il franchising

Un esempio eccellente di questo servizio è lo strumento di analisi che l'agenzia ha recentemente sviluppato per un cliente che, avendo una complessa rete franchising, desiderava monitorare l'esito dei contatti via web ricevuti dai singoli centri affiliati.

Ne è scaturito un software in grado di controllare la corretta gestione dei messaggi - in termini di tempi e qualità di risposta - e il seguito di questi contatti, ossia se generavano appuntamenti e se questi a loro volta producevano un ordine, un contratto.

Oltre a quello gestionale, un altro aspetto di importanza fondamentale è quello analitico. Le specifiche fatte dal franchisee sul seguito dei suoi contatti si trasformano in numeri, dati ed indici, affinché la casa madre possa dare un valore alle sue performance e confrontarle con quelle di un altro affiliato della rete.

In un pannello creato interamente da Layoutweb convergono tutti questi

Un esempio di passaggi di follow up

dati e il cliente, attraverso una consolle dalla grafica immediata e intuitiva, può subito valutare l'operato di un suo punto vendita e dargli il corretto peso nell'insieme di tutta la rete.

Ma le tipologie di interfaccia che Layoutweb può creare non finiscono qui.

Iren Emilia e Custom: CMS personalizzati per una totale autonomia

A livello di Content Management System, l'agenzia è in grado di fornire al cliente la gestione di alcune aree del proprio sito più sensibili alle variazioni (come i prodotti di un catalogo, la rete dei propri agenti, le referenze) oppure una gestione pressoché totale delle singole pagine, nonché della struttura stessa del sito.

Esempio di questa tipologia di CMS ad hoc è il pannello del sito **Iren Emilia**, che consente al cliente la personalizzazione del menu di navigazione, per quanto riguarda le sezioni di secondo livello, e la composizione delle pagine interne per "blocchi". Ogni blocco rappresenta una tipologia diversa di contenuto (testo, immagine, allegato, tabella, gallery...) che l'amministratore può ordinare a suo piacimento e popolarla in modo del tutto autonomo.

Questa implementazione del tradizionale concetto di CMS, possibile grazie alla creazione interna del software da parte dell'agenzia, consente al cliente di poter agire in autonomia al sorgere di qualsiasi necessità di aggiornamento di contenuto, che spesso, ad esempio per realtà regolate da norme e dispositivi di legge, può dover essere davvero tempestivo.



Alcune funzionalità del pannello gestione prodotti realizzato per Custom

Un altro CMS che segue questa strada è quello realizzato per **Custom Engineering**, azienda leader nella produzione di sistemi per il punto cassa, il ticketing e il settore gaming. La scheda prodotto, costruita in modo del tutto personalizzato sulle esigenze del cliente, è composta di una serie di blocchi di contenuti che esauriscono in maniera completa tutte le possibili tipologie di dettagli che si riferiscono al prodotto. Tabelle, immagini, icone raffiguranti proprietà del prodotto, gallery, video: ogni blocco può essere inserito oppure no, con adeguamento "automatico" della grafica della pagina, in base alle esigenze e disponibilità di materiale di una data referenza.

Il tutto, inoltre, è gestibile anche su due o più lingue: la progettazione del pannello di amministrazione, infatti, consente in maniera agevole e immediata l'eventuale inserimento di una ulteriore lingua nel caso il sito si ampli.

Lo sforzo da parte degli sviluppatori Layoutweb è sempre indirizzato a far sì

che l'autonomia del cliente nell'aggiornamento del proprio sito si sposi con una grande facilità di utilizzo del CMS, un'ottimizzazione dei passaggi in fase di inserimento o modifica e la modularità del sistema in base alle occorrenze. I tempi delle Open Source sono finiti! Poter disporre di CMS, pannelli di amministrazione, consolle e database ritagliati, costruiti e studiati sulle proprie esigenze significa fare davvero del proprio sito web un potente strumento di business, aggiornato, innovativo e concreto.



Resstende, restyling totale del sito

Un sito web nuovissimo, con una struttura lineare, tanto spazio alle immagini e pochi click per trovare tutto ciò che serve: è il risultato del lavoro di restyling completo che Resstende - cliente leader nel settore delle tende tecniche avvolgibili - ha affidato a Layoutweb.

L'agenzia ha puntato su una grafica accattivante ed attuale, dedicando molto spazio alle immagini, grazie ad un header che domina l'homepage, dove scorrono le foto dei migliori lavori realizzati da Resstende. Nella sezione prodotti ognuno è provvisto di una scheda completa e particolarmente dettagliata con tutte le informazioni tecniche e i suggerimenti per abbinare i tessuti, oltre alle referenze e alle indicazioni sulle varianti e i supplementi. Infine, anche nel nuovo sito verrà presto inserito il servizio di configurazione dei prodotti, dove poter "costruire" la propria tenda su misura e richiedere preventivi on-line. (www.resstende.com)



Nilma, nuovo software di gestione ordini per il web

Gli engineers Layoutweb hanno da poco messo a punto un software di gestione degli ordini di ricambi per il sito web di Nilma, azienda - già cliente dell'agenzia - che progetta e realizza macchine ed impianti per la ristorazione collettiva e l'industria alimentare.

La nuova sezione del sito, riservata ai rivenditori autorizzati italiani e internazionali, permette di consultare l'intero listino ricambi e di acquistarli pagando con carta di credito.

Sono stati inseriti oltre 1800 articoli, con immagini, codici e prezzi e suddivisi per singola apparecchiatura: il tutto, naturalmente, per facilitare la ricerca, consentendo di individuare esattamente il pezzo da ordinare senza incorrere in spiacevoli errori e di ridurre i tempi di attesa per ricevere la merce ordinata.

(www.nilma.it)



Cersaie 2012, nello stand Technokolla l'edilizia diventa arte

Nelle scorse settimane, durante il *Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura CERSAIE di Bologna*, Technokolla ha presentato le sue novità di prodotto e in particolare gli stucchi epossidici di ultima generazione Skycolors Evolution.

Per l'occasione, Layoutweb si è occupata dello studio grafico dello stand dell'azienda: lo scopo di Technokolla era di far "toccare con mano" la materia e le oltre 100 combinazioni di colori e glitter del suo nuovo prodotto. L'agenzia ha affidato il progetto artistico alla pittrice parmense Denise Corbelli, che con gli stucchi Skycolors Evolution ha ideato e realizzato delle vere e proprie opere d'arte. Macchie di colore e composizioni materiche esposte su grandi tele hanno trasformato lo stand in un vernissage, creando un originale e suggestivo connubio tra il mondo dell'arte e quello dell'edilizia.

Layoutweb aiuta Capo Verde

Anche quest'anno, Layoutweb sostiene il lavoro di Domenico Biscardi, medico volontario a Capo Verde e cofondatore della onlus Apocrianca.

L'associazione, senza scopo di lucro, proprio grazie al contributo di medici volontari si adopera quotidianamente per curare i malati di cancro e di altre gravi malattie a Sal, nell'arcipelago di Capo Verde. Apocrianca è su facebook.



layoutweb

w e b a g e n c y

C'è chi
vi parla di web
marketing

Noi lo facciamo

- Progettazione siti internet
- Posizionamento motori di ricerca
- Web marketing
- On line brand reputation
- Web advertising
- Web analysis
- Manifestazioni a premio

www.layoutweb.it - info@layoutweb.it

P.le Dalla Chiesa, 1 - 43121 Parma - Tel. 0521/776970





Adelia Amicone
Web public
relation department

Inviati speciali allo IAB Forum 2012

Internet è ormai parte integrante della quotidianità degli italiani ma anche delle pianificazioni strategiche delle aziende, che investono sempre più in advertising online: una certezza emersa anche dall'edizione 2012 del Forum promosso da IAB Italia - Interactive Advertising Bureau - che giunge al suo decimo anniversario con l'emblematico titolo The Digital Opportunity. Ogni anno, IAB Forum diventa un appuntamento fisso ed importante per aziende, professionisti ed esperti del panorama nazionale ed internazionale dell'advertising e della comunicazione digitale interattiva.

Layoutweb non poteva certamente mancare e grazie all'inviata speciale Adelia - responsabile Web Public Relation Department dell'agenzia, in "missione" al MiCo-Milano Congressi - ha raccolto gli interventi degli esperti del settore e i contatti dei rappresentanti delle migliori aziende e delle start up più promettenti in Italia.

L'edizione di quest'anno è stata caratterizzata da un programma particolarmente ricco, fra ospiti internazionali, prestigiosi rappresentanti istituzionali e aziendali, un'agenda fitta di workshop personalizzati, incontri di networking e un focus sulle start up, per una nuova formula sempre più business oriented.

In particolare, Agenda Digitale, mobile, start up e social sono stati



gli argomenti su cui si è focalizzata la prima giornata del Forum. La seconda, invece, è stata dedicata alla digital industry, all'audience on-line e alle nuove opportunità digitali per aziende e consumatori, e-commerce su tutte.



Vanessa e Francesca alla MFW



In occasione della *Milano Fashion Week* dello scorso settembre, le account dello style team di Layoutweb, Vanessa e Francesca, hanno presenziato allo showroom Borsalino in occasione della presentazione della collezione primavera/estate 2013. Le ragazze hanno assistito alle sfilate milanesi, immergendosi completamente nel fashion system mondiale, ma soprattutto hanno incontrato di persona le bloggers e i fashion editors che hanno collaborato con il brand Borsalino.

Nello showroom della maison sono entrati personaggi del calibro di Anna dello Russo (fashion director di *Vogue Japan*), Tamu Mc Pherson (fashion editor di *Grazia.it*), Karl Edwin Guerre di *Guerreisms* (celebre fotografo di New York per

Marie Claire, *Vogue.com*, *GQ*) e bloggers internazionali come Bryan Boy, Denni Elias di *The Chic Muse*, Rumi Neely di *Fashion Toast* e Chiara Ferragni di *The Blonde Salad*.

Molti hanno dimostrato interesse e curiosità per la maison, proponendosi per dare un valore aggiunto al prestigio del brand e con alcuni di loro Layoutweb ha gettato le basi per progetti e preziose collaborazioni. Non solo! Nei file di street style delle testate moda più importanti, durante le settimane della moda di Milano e Parigi, lo stesso Karl Edwin Guerre è stato immortalato con indosso il *cadeau* Borsalino: il cappello diventa così un accessorio indispensabile a cui i personaggi non rinunciano nemmeno nella vita privata!

Layoutweb alla Milano Fashion Week

tra sfilate e cappelli!!

Image&Action⁸

*Image&Action
è una testata di proprietà
di Layout Advertising Group*

Direttore responsabile: Claudio Agazzi

Redazione: Paola Zazzali

*Hanno collaborato a questo numero:
Anna La Greca, Valentina Rossi, Vanessa Sau,
Francesca Fietta, Cristina Valenti, Adelia Amicone.*

Produzione: Valentina Gennari

Art Direction: Luca Pardini

*Foto di copertina: Danilo Marchesi Still Life Parma
Assistente fotografo: Daniele Mamoli*

Si ringrazia Teatro Lenz Rifrazioni per la location



layoutadvertisinggroup
agenzia pubblicitaria

www.layout.it
info@layout.it



layoutweb
web agency

www.layoutweb.it
info@layoutweb.it

*P.le dalla Chiesa, 1
43121 Parma - Tel. 0521
776970 - Fax 0521 706836*