La nuova casa digitale di Bauli

mockup-devices-02-2b8559cc

Dal debutto in rete nello scorso novembre 2015, con l’ambizioso obiettivo di trasformare il sito aziendale nella nuova “casa digitale del brand”, bauli.it segna già ottimi risultati di performance. Cala del 15% il Bounce Rate, dato che esprime il maggior interesse degli utenti ai contenuti pubblicati allontanando l’effetto “rimbalzo”, aumenta del 64% il numero delle visite alle pagine di prodotto e delle pagine visitate per ogni sessione, la durata media di permanenza sale del 10%e cresce anche il tasso dei visitatori che ritornano sul sito. Progettato in ottica SEO, mobile first, con diverse landing page che ospitano gli approfondimenti ad alcuni contenuti particolari, è strutturato in modo da mantenere istituzionalità pur collegandosi in maniera coordinata con la pagina Facebook, dando ampio spazio alle immagini condivise sui social media dalla marca.

Il restyling del sito, particolarmente strategico e coerente al nuovo posizionamento online del brand, è stato il frutto dell’esigenza di comunicare i valori della marca, come la qualità, l’amore per la tradizione, e il rispetto dei principi dell’Arte Pasticcera, in ogni momento dell’anno, dando massima visibilità alle linee di prodotto, fruibili da chiunque e da qualsiasi device.

bauli logoIl nuovo bauli.it è insieme semplice ed elegante, nei contenuti enel design – dalla scelta dei colori alla ricorrenza di alcuni elementi distintivi - curata in modo tale da trasmettere la premiumness dei prodotti. Si rivolge a un target molto trasversale, proprio perché Bauli è “di famiglia” per tutti gli italiani, sia quotidianamente che nelle occasioni speciali. È un luogo digitale dove gli affezionati consumatori si inseriscono in un racconto cui già appartengono e ben conoscono, e dove i nuovi utenti vengono “catturati” dagli spot trasmessi in tv o coinvolti da contenuti social, accompagnati dal claim “Fatti col cuore” che ben rappresenta stile e spirito dell’azienda poiché unisce l’emozione al saper fare con qualità.

Al lavoro sul progetto e sulla gestione continuativa è Caffeina, Creative Digital Agency, che Bauli ha scelto per pensare e sviluppare l’attività, grazie a un team multidisciplinare in grado di offrire un approccio di consulting strategico supportato dalle competenze verticali dell’Agenzia.

Numeri e percentuali confermano, quindi, che il cambio di rotta è stato vincente, l’interazione cresce con soddisfazione in casa Bauli, con la promessa di proseguire nel proprio racconto, fatto di tradizione e storia, ma anche di modernità e innovazione, sia di prodotto che di utilizzo delle piattaforme di dialogo con le nuove generazioni.

www.bauli.it