

## Giglio Group – Da telespettatore ad acquirente con WeChat in Cina

Giglio Group, società e-commerce 4.0, annuncia il lancio del T-commerce in Cina con WeChat, internet media company numero uno in Cina con oltre 1 miliardo di utenti attivi al mese, il 40% di market share dei pagamenti mobile e oltre il 280% di transazioni mensili offline con WeChat Pay.

Un'operazione strategica creata per i brand del fashion e del lusso italiani che consente loro di entrare velocemente nel mercato digitale cinese o consolidarlo a costi estremamente bassi e, grazie all'utilizzo di WeChat, tramutare immediatamente in acquisto i contenuti video trasmessi su mobile.

Grazie a questa iniziativa con WeChat, Giglio Group consolida la propria posizione di digital enabler per il settore fashion, dopo aver stretto negli ultimi quattro anni accordi con i maggiori operatori telefonici e televisivi cinesi.

Giglio Group apre così la fase "due", quella attiva, avviando un progetto pensato per sviluppare le vendite online di qualsiasi brand in tempi rapidi, sia attraverso l'upgrade del proprio sito e-commerce localizzato per il mercato cinese e modellato per ogni brand, sia attraverso la realizzazione di "shop in shop" sui principali marketplace di vendita online. Un progetto che si concretizza dando massima visibilità di prodotti e marchi che possono sfruttare il vantaggio di uno stock centralizzato nella piattaforma Ibox, multi brand store del gruppo.

Il presidente e Ad del gruppo, Alessandro Giglio, ha aggiunto: "L'obiettivo di questo nuovo modello di e-commerce permette di trasformare tutti i telespettatori e utenti in acquirenti, utilizzando il potere seduttivo delle immagini per creare un desiderio di acquisto dei prodotti raccontati quotidianamente a oltre 100 milioni di telespettatori cinesi, grazie alle media properties presenti sul territorio. Si tratta di sfruttare il potere della comunicazione per creare un desiderio di acquisto e nello stesso contempo trasformare il telespettatore in acquirente del prodotto."

mercoledì, 23 maggio 2018    ABBONAMENTI    CHI SIAMO    NEWSLETTER    CONTATTI    NOTE LEGALI    ACCESSO ABBONATI    f    in    



INSIGHT, ANALISI E INTERVISTE  
ALLE SOCIETÀ QUOTATE IN BORSA.  
LEGGI LETTERA ALL'INVESTITORE  
DI ALBERTO NOSARI



FTSE MIB    STAR    MID    SMALL    AIM    MERCATI    SETTORI    **LETTERA ALL'INVESTITORE**    

Home > Settori > Media > Giglio Group – Da telespettatore ad acquirente con WeChat in Cina

Settori    Media    Segmenti    Star

# GIGLIO GROUP – DA TELESPETTATORE AD ACQUIRENTE CON WECHAT IN CINA

23/05/2018

Giglio Group, società e-commerce 4.0, annuncia il lancio del T-commerce in Cina con WeChat, internet media company numero uno in Cina con oltre 1 miliardo di utenti attivi al mese, il 40% di market share dei pagamenti mobile e oltre il 280% di transazioni mensili offline con WeChat Pay.

Un'operazione strategica creata per i brand del fashion e del lusso italiani che consente loro di entrare velocemente nel mercato digitale cinese o consolidarlo a costi estremamente bassi e, grazie all'utilizzo di WeChat, tramutare immediatamente in acquisto i contenuti video trasmessi su mobile.

Grazie a questa iniziativa con WeChat, Giglio Group consolida la propria posizione di digital enabler per il settore fashion, dopo aver stretto negli ultimi quattro anni accordi con i maggiori operatori telefonici e televisivi cinesi.

Giglio Group apre così la fase "due", quella attiva, avviando un progetto pensato per sviluppare le vendite online di qualsiasi brand in tempi rapidi, sia attraverso l'upgrade del proprio sito e-commerce localizzato per il mercato cinese e modellato per ogni brand, sia attraverso la realizzazione di "shop in shop" sui principali marketplace di vendita online. Un progetto che si concretizza dando massima visibilità di prodotti e marchi che possono sfruttare il vantaggio di uno stock centralizzato nella piattaforma Ibox, multi brand store del gruppo.

Il presidente e Ad del gruppo, Alessandro Giglio, ha aggiunto: "L'obiettivo di questo nuovo modello di e-commerce permette di trasformare tutti i telespettatori e utenti in acquirenti, utilizzando il potere seduttivo delle immagini per creare un desiderio di acquisto dei prodotti raccontati quotidianamente a oltre 100 milioni di telespettatori cinesi, grazie alle media properties presenti sul territorio. Si tratta di sfruttare il potere della comunicazione per creare un desiderio di acquisto e nello stesso tempo trasformare il telespettatore in acquirente del prodotto."

AZIENDE    **giglio**    Giglio Group

 Mi piace 0

**Lettera all'Investitore**

**SIAS – I FLUSSI DI CASSA SOSTENGONO LA STORIA DI CRESCITA**  
21/05/2018

**ERG – UN PIANO 2018-2022 SOSTENIBILE PER CONTINUARE A CRESCERE**  
14/05/2018

**INTESA SP – COME INTENDE DIVENTARE UNO DEI PRIMI PLAYER NEL DANNI IN ITALIA**  
09/05/2018

**Analisi e Approfondimenti**

**AUTO – IL FOREX FRENA I RICAVI NEL 1Q 18 MA CRESCONO GLI UTILI**  
22/05/2018

**BANCHE – BALZO DELL'UTILE NETTO (+71%) NEL 1Q 2018**  
22/05/2018

**INFRASTRUTTURE – LIEVE CRESCITA DI RICAVI ED EBITDA NEL 1Q 2018**  
22/05/2018

**Editoriali**

**MERCATI USA – MANA, I NUOVI TRASCINATORI DELL'INDICE TECNOLOGICO**  
21/05/2018

**GIAPPONE – IL PIL NEGATIVO È UN EVENTO STAGIONALE**  
17/05/2018