

Francesco Dell'Unto
Alex Ceccotti
Elisa Pirotta
Gianmarco Stucchi
Pietro De Simoni

WEB MARKETING



LEVI'S STRAUSS

Pioniere del denim sin dal 1873

- ▶ **Chi:** Levi Strauss e Jacob Davis
- ▶ **Dove:** filiale di San Francisco, California
sede a New York
- ▶ **Cosa:** salopette XX Waist Overalls



STORIA

LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S

Levi Strauss, fondò nel 1853 l'ingrosso Levi Strauss & Co insieme al cognato. L'attività di Strauss si concentrava dal 1849 sulla vendita ambulante di abiti da lavoro a manovali e "cercatori d'oro".

Nel 1871 Jacob Davis, un sarto originario della Lettonia, ebbe l'idea di utilizzare dei rivetti in rame per rinforzare i punti di tensione sui pantaloni, come ad esempio negli angoli della tasca.

Non disponendo dei 68 dollari necessari per brevettare l'idea, si mise in società con Levi Strauss il quale, vantando un buon andamento degli affari, decise nel 1873 di finanziare il brevetto.

Nel 1890 alla salopette XX Waist Overalls venne dato il numero di lotto 501.



STORIA

LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S

Nasce così un'icona della moda made in Usa.

Da oltre un secolo, il Levi's 501 è stato indossato, strappato, riparato, abbinato e personalizzato in ogni modo possibile. Indossato da diverse generazioni, è stato per ciascuna una vera e propria forma di espressione di sé.

Nella storia della moda e dello stile, il 501 è stato amato da stilisti di fama mondiale, addetti al settore e popstar internazionali.

"Vorrei avere inventato io i blu jeans. Sono espressivi e modesti, hanno sex-appeal ma sono semplici. Hanno tutto quello che io voglio dai miei abiti", diceva Yves Saint Laurent.



La Levi Strauss & Co. è una delle più grandi aziende e global leader mondiale nel settore dei jeans e comprende i marchi Levi's®, Dockers®, Signature® e Denizen®.

- ▶ **Sede Principale:** San Francisco (USA)
- ▶ **Filiali:** Levi Strauss Europe (LSE)
Asia Pacific Division (APD)
- ▶ **CEO:** Chip Bergh
- ▶ **Fatturato:** 4,494 miliardi di \$
- ▶ **Nel mondo:** 500 negozi in 110 paesi.
- ▶ **In Italia:** 54 gli store ufficiali oltre agli altri rivenditori autorizzati e ai levi's outlet.
- ▶ **Dipendenti:** 16,200 (2010)

- ▶ **Levi Strauss & Co:**



Analisi del sito web



Global Rank ⓘ

Worldwide

▼ 8,054

Country Rank ⓘ

United States

▼ 3,447

Category Rank ⓘ

Shopping > Clothing ⓘ

▼ 111

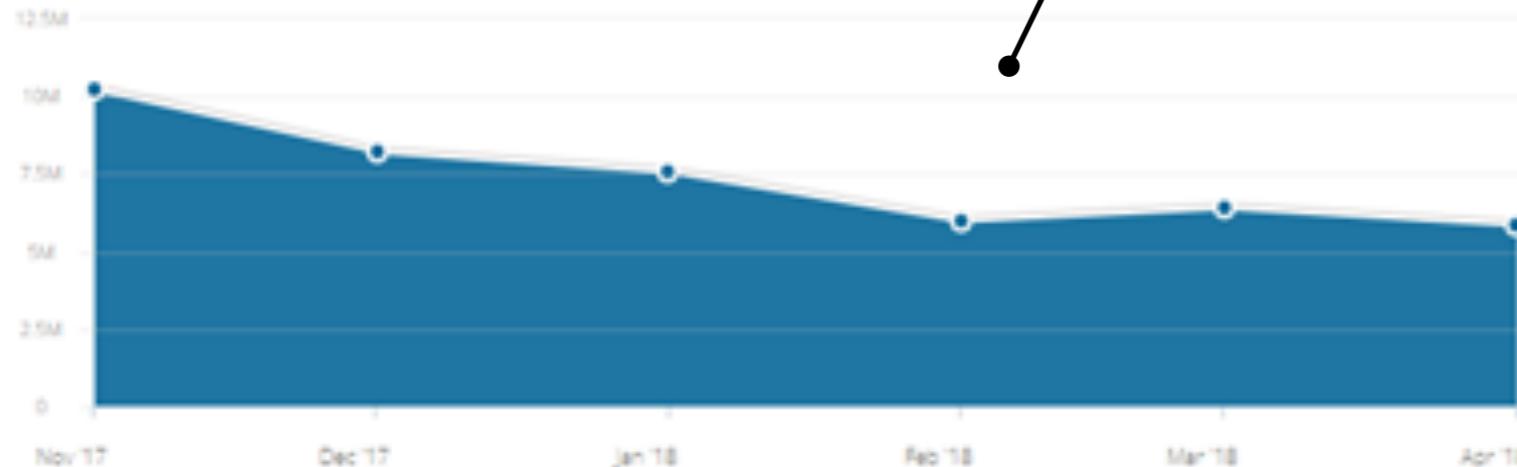
In calo
rispetto al
settore

Traffic Overview ⓘ

L'utilizzo del sito
web è in calo

Total Visits ⓘ

On desktop & mobile web, in the last 6 months



[Embed Graph](#)

Engagement

Total Visits

5.85M

+8.77%

Avg. Visit Duration

00:03:46

00:03:46

Pages per Visit

5.88

Bounce Rate

30.83%

30.83%

SITO WEB

LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S

The screenshot shows the Levi's website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for 'Rintraccia un ordine', 'I negozi', 'Aiuto', 'Utilizzo i cookie', 'Iscriviti per ricevere le nostre e-mail', 'Sign In' (with a heart icon), and a language switcher ('Italiano'). Below the navigation bar is a main menu with categories: JEANS, DONNA, UOMO, BAMBINI, 501®, 511™, LOGO MANIA, and STORIE. A large promotional banner in the center features a woman holding a bottle of beer and a bottle of water. The text on the banner reads: 'I BLUE JEANS ORIGINALI COMPIONO 145 ANNI', 'Festeggia con noi i blue jeans originali acquistando un paio di jeans della collezione 501® Day in edizione limitata.', 'ACQUISTA LA LIMITED EDITION PER IL 501® DAY', and 'SCOPRI DI PIÙ SU 501® DAY'. To the right of the banner, there is a 'COMMENTI' section. Several UI elements are highlighted with red annotations:

- Menù principale**: Points to the main menu at the top.
- Tasto per Log in / Sign in**: Points to the 'Sign In' button.
- Wish List**: Points to the heart icon in the top right corner.
- Carrello**: Points to the shopping cart icon in the top right corner.
- Offerte esclusive**: Points to the promotional text 'Spedizione gratuita su ordini superiori a 49.99 euro e restituzioni gratuite su tutti gli ordini'.

SITO WEB

Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's

TIPO DI ARTICOLO ▾ FASCIA TAGLIE ▾ NUMERO DEL MODELLO ▾ VITA ▾ MODELLO ▾ VITA ▾ LUNGHEZZA ▾ TAGLIA ▾ SCEGLI ORDINAMENTO ▾

67 Articoli

 Mile High Super Skinny Jeans Underrated 99,00 €	 311 Shaping Skinny Jeans Liaison 95,00 €	 501® Skinny Jeans Day Dreams 110,00 €	 710 Innovation Super Skinny Jeans Aviator Blue 110,00 €
---	--	---	---

Selezionando una specifica categoria, si accede ad un menù diverso che permette di inserire le caratteristiche dei jeans a cui si è interessati.

NON CI SONO PRODOTTI NEL TUO CARRELLO

[COMPRA ARTICOLI DA UOMO](#)

[COMPRA ARTICOLI DA DONNA](#)

Cliccando sull'icona del carrello è possibile procedere con l'acquisto. Se il carrello è vuoto si viene invitati ad inserire articoli nel carrello.

I MIEI PREFERITI

A light-colored background image showing a person's legs and feet wearing jeans, suggesting a shopping or retail environment.

Tu sai cosa ti piace. Tieni d'occhio tutti i tuoi modelli preferiti cliccando sull'icona del cuore e noi li salveremo in questa sezione.

È possibile anche stilare una lista degli articoli preferiti che si potrebbero acquistare in seguito.

È possibile effettuare il login o iscriversi, ma non tramite social (Facebook, Google, ...). Questo, oltre a rendere più lento il processo di registrazione, non consente all'azienda di migliorare il proprio CRM attraverso i dati che gli utenti rendono disponibili sui social.

BEN TORNATO

Email

Password

[Hai dimenticato la password?](#)

SIGN IN

REGISTRATI ORA

Email

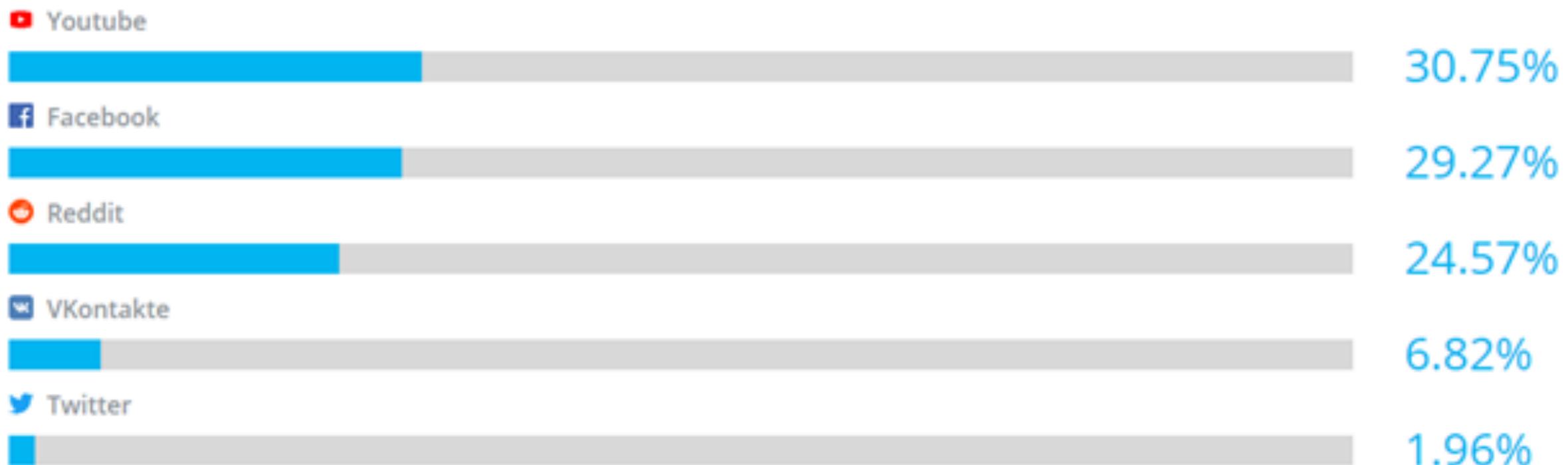
Crea password [?](#)

Sì, desidero che LS&Co. mi invii e-mail personalizzate con offerte esclusive, nuovi arrivi, inviti a eventi e molto altro. Prendo atto che i miei dati personali potrebbero essere elaborati al di fuori dell'Europa come spiegato nell'[Informativa sulla privacy](#) di LS&Co.

Accetto le [Condizioni d'Utilizzo](#) e [l'Informativa sulla Privacy](#).



3.91%
Of traffic is from Social



Solo il 4% del traffico del sito web arriva da pagine social, in particolare da Youtube, Facebook e Reddit. Questa quota è molto bassa ed in particolare si noti che non viene citato Instagram nonostante la pagina sia molto attiva in termini di comunicazione. Sarebbe utile inserire sotto i post alcune offerte esclusive con il link relativo.

Interesse principale dei visitatori del sito

Categories ⓘ



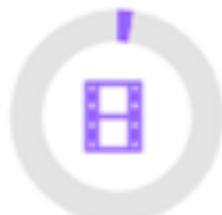
Shopping > Clothing



Shopping



Adult



Arts And Entertainment >
Music And Audio

Also visited websites ⓘ

z zara.com

u uniqlo.com

uo urbanoutfitters.com

@ asos.com

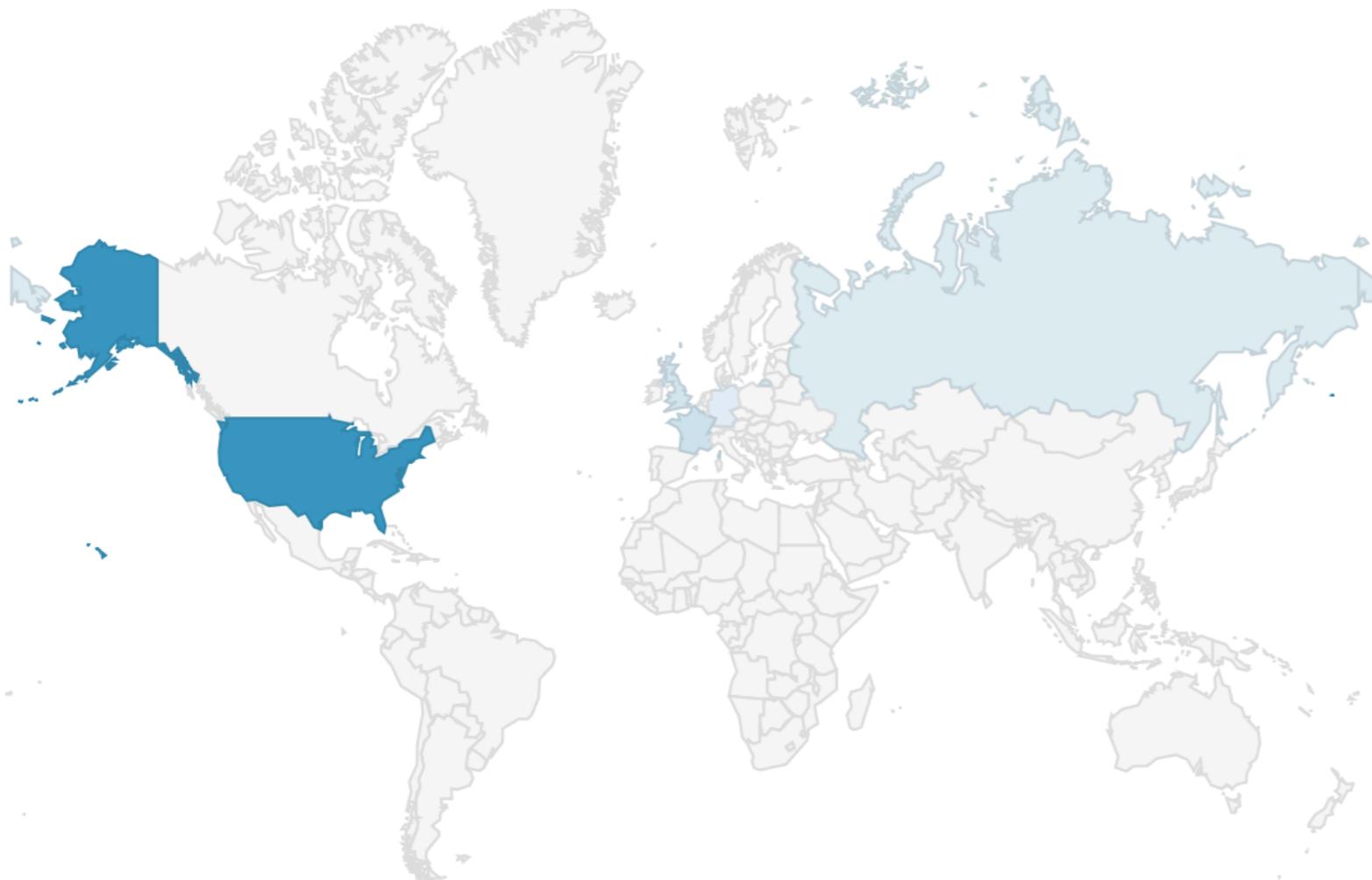
AE ae.com

! Occhio alla concorrenza

Topics ⓘ

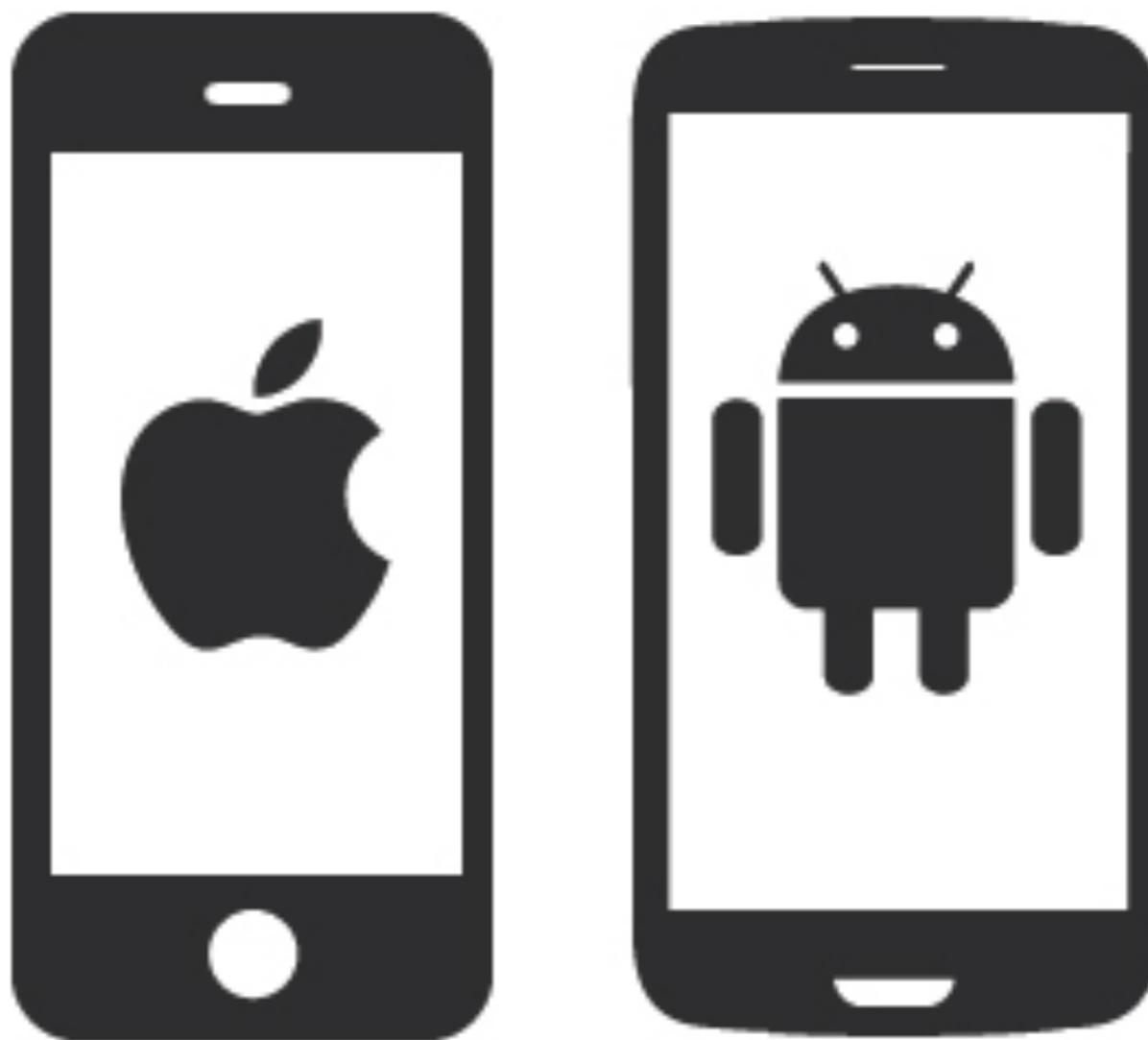


Accessi al sito web



United States	38.71%	▼ 14.96%
France	9.38%	▲ 24.34%
United Kingdom	8.52%	▲ 11.95%
Russia	6.78%	▼ 8.96%
Germany	5.22%	▲ 8.53%

App Mobile



Shopping in Levi's

- ▶ App di e-commerce
- ▶ Rilasciata a luglio 2017 e poi non più aggiornata
- ▶ 50.000+ downloads
- ▶ Rimanda unicamente al sito web che non è nemmeno ottimizzato
- ▶ La navigazione è interrotta da numerose pubblicità
- ▶ La navigazione sul sito web dal browser dello smartphone è migliore



Levi's 247

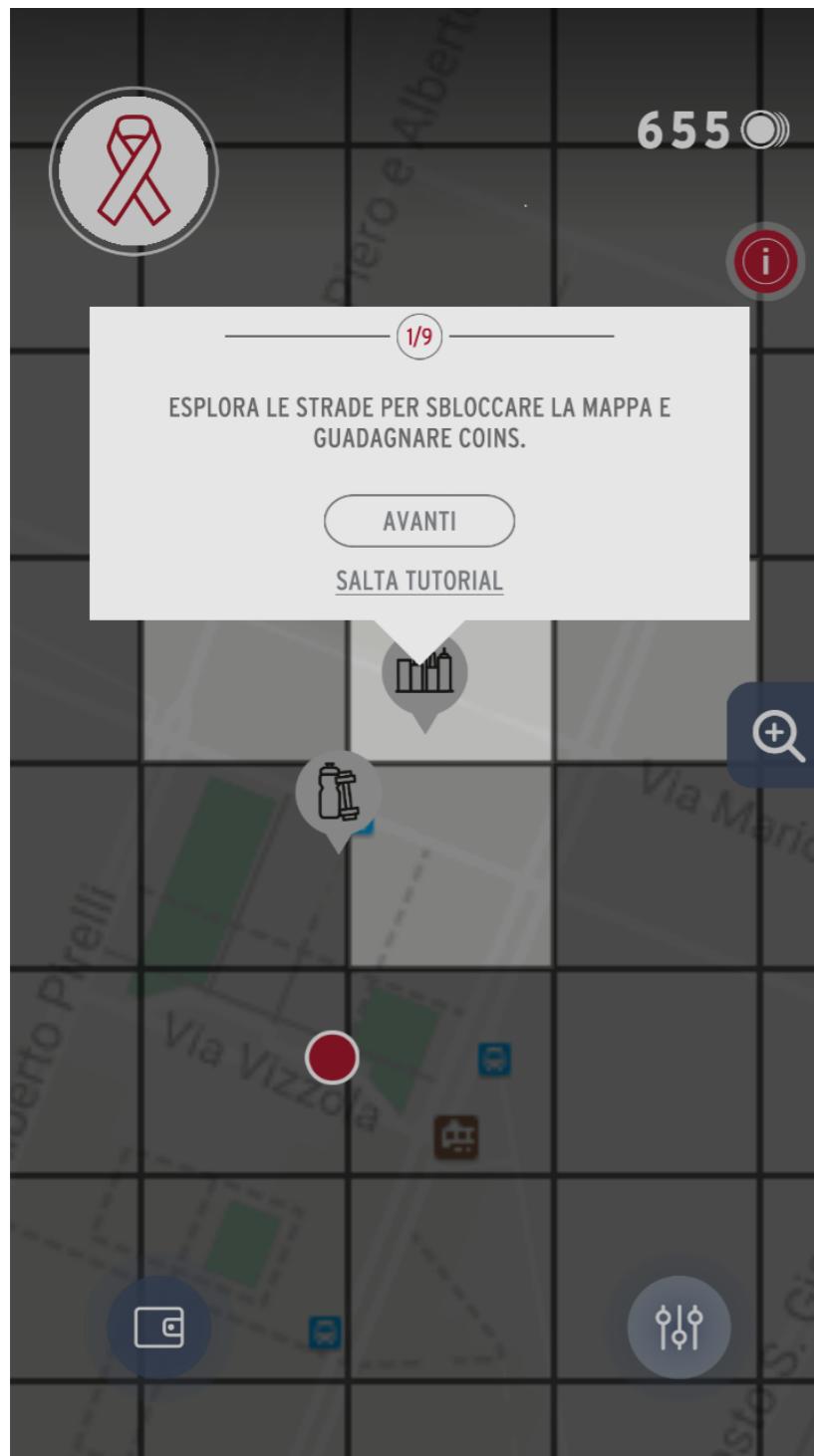


FUORI C'È UN MONDO CHE TI
ASPETTA.

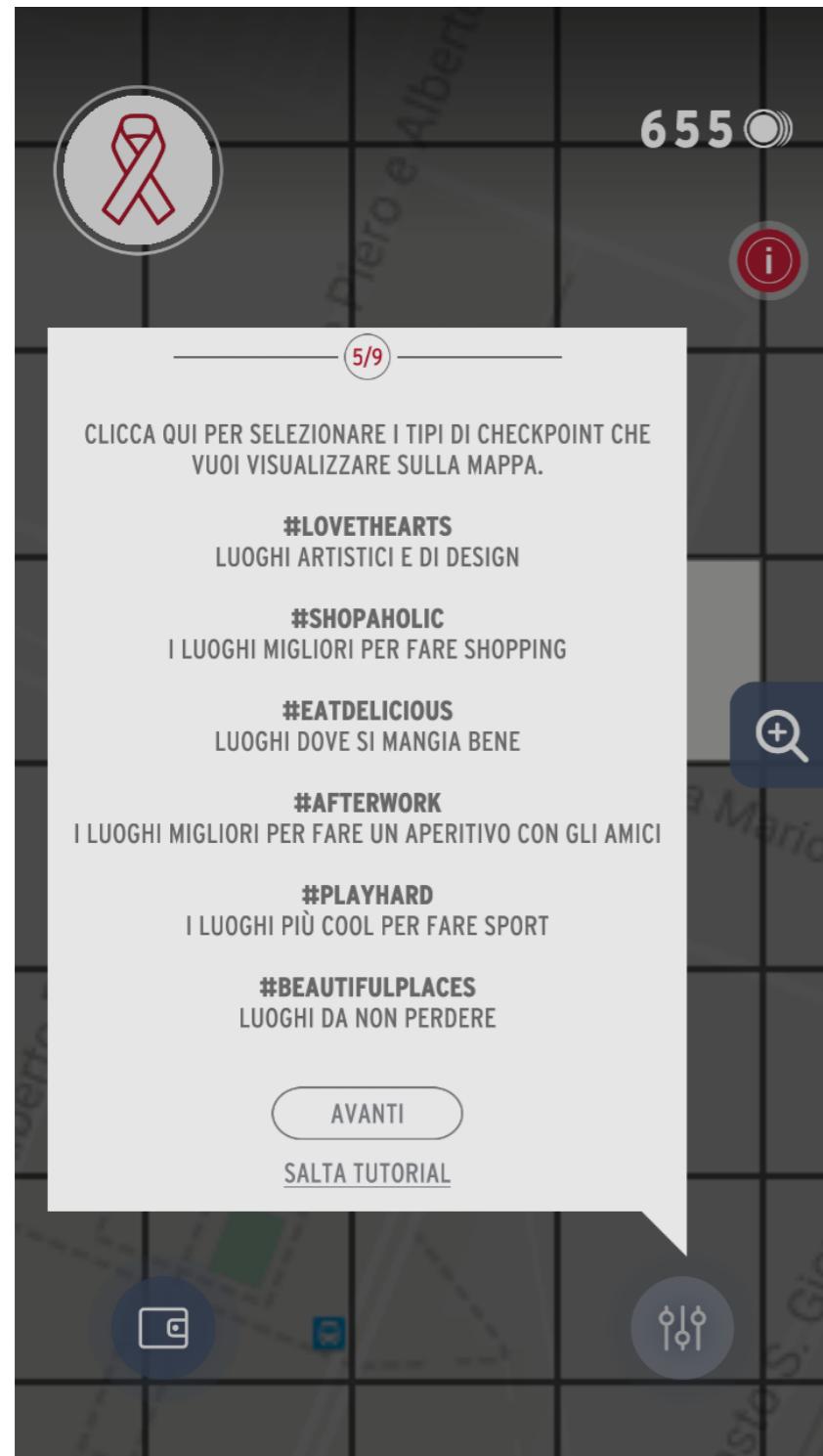
ESPLORALO CON INDOSSO I TUOI LEVI'S®
E OTTIENI NUMEROSI VANTAGGI.

- ▶ App volta a formare una community di utenti fidelizzati.
- ▶ Lanciata il 10 aprile 2018, ha una diffusione ancora molto bassa anche perché non porta alcun valore aggiunto al cliente.
- ▶ In questa app l'utente può interagire al fine di raccogliere punti che possono essere tradotti in buoni sconto da utilizzare negli store Levi's, oppure in biglietti gratuiti per eventi (questa funzionalità è ancora in fase di sviluppo)





- ▶ Principalmente l'app prevede che l'utente tramite gps possa visitare luoghi di interesse (di ogni genere) che vengono creati dagli utenti stessi caricando una fotografia e condividendo la propria posizione attuale.
- ▶ Creare punti d'interesse, visitarli o semplicemente muoversi sulla mappa consente di acquisire punti.



- ▶ I punti di interesse possono essere gli store Levi's ma anche luoghi di svago di vario genere non collegati al brand.
- ▶ Levi's vedendo dove si spostano i clienti e quali siano i punti di interesse, trae informazioni sulle loro abitudini.
- ▶ Al momento i punti d'interesse disponibili sono pochi in quanto sono gli utenti stessi a crearli.
- ▶ Per favorire la diffusione iniziale dell'applicazione sarebbe opportuno che Levi's creasse direttamente un buon numero di punti d'interesse che si possono visitare, importandoli da google maps.

QUALI CAPI LEVI'S® HAI NEL TUO
GUARDAROBA?
CI PENSIAMO NOI A RINFRESCARTI LA
MEMORIA!
FILTRA PER:

JEANS / CAMICIE / GIACCHE / T-SHIRTS
/ FELPE / SHORT E GONNE / ABITI /
ACCESSORI



- ▶ Da qui si possono indicare i capi che si possiedono
- ▶ Questa funzionalità permette a Levi's di raccogliere informazioni preziose ma può risultare poco interessante per il cliente
- ▶ Sarebbe più utile introdurre una funzione che permetta al cliente di selezionare i capi che desidera acquistare così che possa ricordarsene e procedere in futuro all'acquisto
- ▶ L'app al momento non prevede interazione diretta fra gli utenti. Si potrebbe invece permettere agli utenti di vedere quali capi possiedono gli amici e quali hanno inserito nella loro wishlist così da restare aggiornati sulle loro preferenze



247

APP MOBILE

Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's



Appena installata l'applicazione
un'interfaccia molto semplice permettere di
selezionare il paese e la lingua.
Inspiegabilmente non compare però lo
spagnolo.





The image shows a mobile application registration screen. At the top is the Levi's 24/7 logo. Below it is a section titled "INSERISCI I SEGUENTI DATI:" containing fields for "E-MAIL", "PASSWORD" (with a note about minimum 6 characters, including one number, one uppercase letter, and one special character), "RIPETI PASSWORD", "SESSO" (gender selection), "NOME", and "COGNOME". At the bottom are two buttons: "INDIETRO" (Back) and "AVANTI" (Next).

- ▶ **Non è possibile effettuare login tramite Facebook.**
Questa opzione sarebbe preferibile per gli utenti in quanto molto comoda ed anche Levi's potrebbe trarne vantaggio in quanto ricaverebbe immediatamente molte informazioni sugli utenti.
- ▶ **Inoltre ogni volta che l'utente apre l'app gli viene chiesto di inserire nuovamente le proprie credenziali di accesso.** Non essendo i contenuti dell'applicazione strettamente personali non se ne vede la necessità. Sarebbe al contrario molto più comodo per gli utenti che il login fosse automatico con le credenziali inserite al momento della registrazione.





Competitors



DIESEL®



Wrangler®

COMPETITORS

LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S



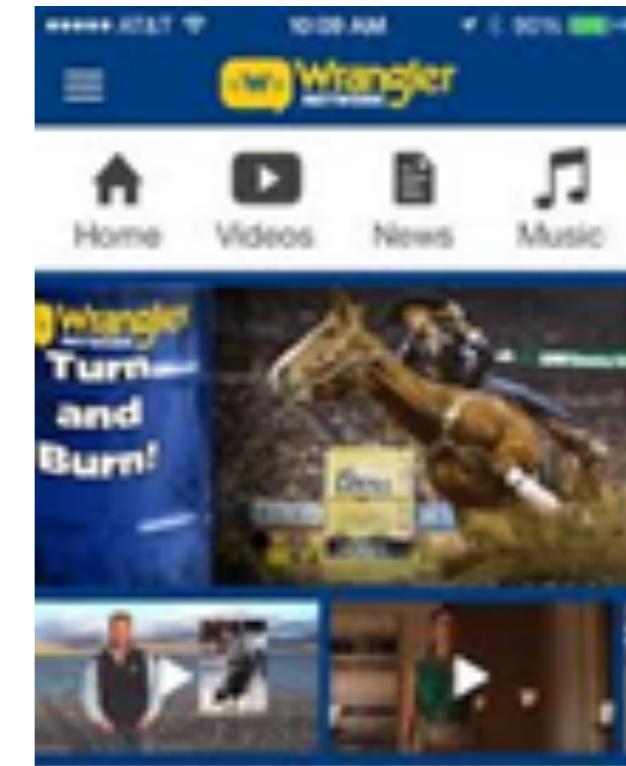
- ▶ Brand fondato nel 1889
- ▶ Il 15% delle transazioni online proviene dai social
- ▶ 146.000 follower su Instagram
- ▶ Hanno un'app chiamata Big in London



Tramite l'app è possibile solo creare dei fotomontaggi con una propria foto impressa sullo sfondo di un particolare monumento o luogo di Londra. Nessun catalogo o link al sito e nessuna possibilità di acquisti online.

Wrangler®

- ▶ Brand fondato nel 1904
- ▶ Il 2% delle transazioni online proviene dai social
- ▶ 265.000 follower su Instagram
- ▶ Hanno un'app chiamata Wrangler Network relativa al rodeo e al western



From 1948 to 2014: 66 Years of Wom...
October 2, 2014

Tramite l'app è possibile avere news sul mondo western, ascoltare nuove canzoni inerenti al tema e video bizzarri. C'è tuttavia la possibilità di cliccare per essere indirizzati al sito della Wrangler, dal quale si possono fare acquisti o visualizzare il catalogo.

DIESEL®

- ▶ Brand fondato nel 1978
- ▶ Il 5.7% delle transazioni online proviene dai social
- ▶ 1.400.000 follower su Instagram

- ▶ NON hanno un'app



COMPETITORS



- ▶ Brand fondato nel 1974
- ▶ Il 4.6% delle transazioni online proviene dai social.
- ▶ 25.700.000 follower su Instagram
- ▶ Hanno un'app ben strutturata e con possibilità di acquisto diretto

Z A R A



Search

NEW THIS WEEK



Woman

TRF

Man

Girl

Boy



E' l'unica app completa che permette di fare il Login con account personale, vedere il catalogo aggiornato, verificare il punto vendita più vicino, fare acquisti online e sfruttare carte regalo.

COMPETITORS



- ▶ L'app di Zara è l'unica che ha recensioni (1341) e ha una media di 4,7 stelle su 5.
- ▶ I clienti sono molto soddisfatti del servizio offerto e apprezzano la possibilità di acquistare online e visualizzare nuove offerte e prodotti, a differenza delle app proposte da Lee, Wrangler e dalla stessa Levi's.
- ▶ Da sottolineare il fatto che i download dell'app siano oltre i 10 milioni.

Cerca APRI Vedi tutto

Classificazione e valutazioni

4,7 su 5 1.341 valutazioni

Tocca per valutare: ★ ★ ★ ★ ★

App fantastica ! 24 ago Marthababylux
★★★★★
Sono sempre titubante quando si tratta di scaricare app di negozi perché le trovo sempre uno spreco di spazio ... alla fine puoi benissimo fare ordini sul sito ... Ma questa è davvero un'applicazione fantastica! La trovo facile e intuitiva , riesci a tenere tutto sotto controllo soprattutto altro

Scrivi una valutazione Supporto app

Informazioni

Oggi Giochi App Aggiornamenti Cerca

Cerca APRI Vedi tutto

Classificazione e valutazioni

4,7 su 5 1.341 valutazioni

Tocca per valutare: ★ ★ ★ ★ ★

FANTASTICA 27 ott Lypi
★★★★★
L'applicazione è davvero semplice di usare...riesci a fare tante cose e non soltanto comprare! Vorrei parlare della velocità quando ho fatto il cambio, al giorno dopo mi hanno spedito la taglia richiesta. Di tutte le app di vendita di abbigliamento quella di Zara è TOP

Scrivi una valutazione Supporto app

Informazioni

Oggi Giochi App Aggiornamenti Cerca



Idee per una
nuova app



E-COMMERCE

- ▶ Offrire un catalogo con tutti i prodotti divisi per categoria
- ▶ Possibilità di fare acquisti online
- ▶ Aggiungere una wishlist per incentivare gli utenti all'acquisto di capi già individuati in precedenza
- ▶ Verificare le disponibilità dei capi nei negozi fisici
- ▶ Suggerimenti in base agli acquisti precedenti e alla wishlist

COMMUNITY IN APP

- ▶ **Poter osservare la wishlist e gli acquisti degli amici (integriti con Facebook/Google)**
- ▶ **Ottenimento punti bonus convertibili in sconti scrivendo recensioni sui capi**
- ▶ **Possibilità di valutare le recensioni degli altri utenti**
- ▶ **Presenza degli store sulla mappa**
- ▶ **In caso di registrazione in uno store invio di un questionario facoltativo sulla qualità del servizio offerto (prezzi, personale, pulizia...) ricompensato con punti**

COMMUNITY SPREAD

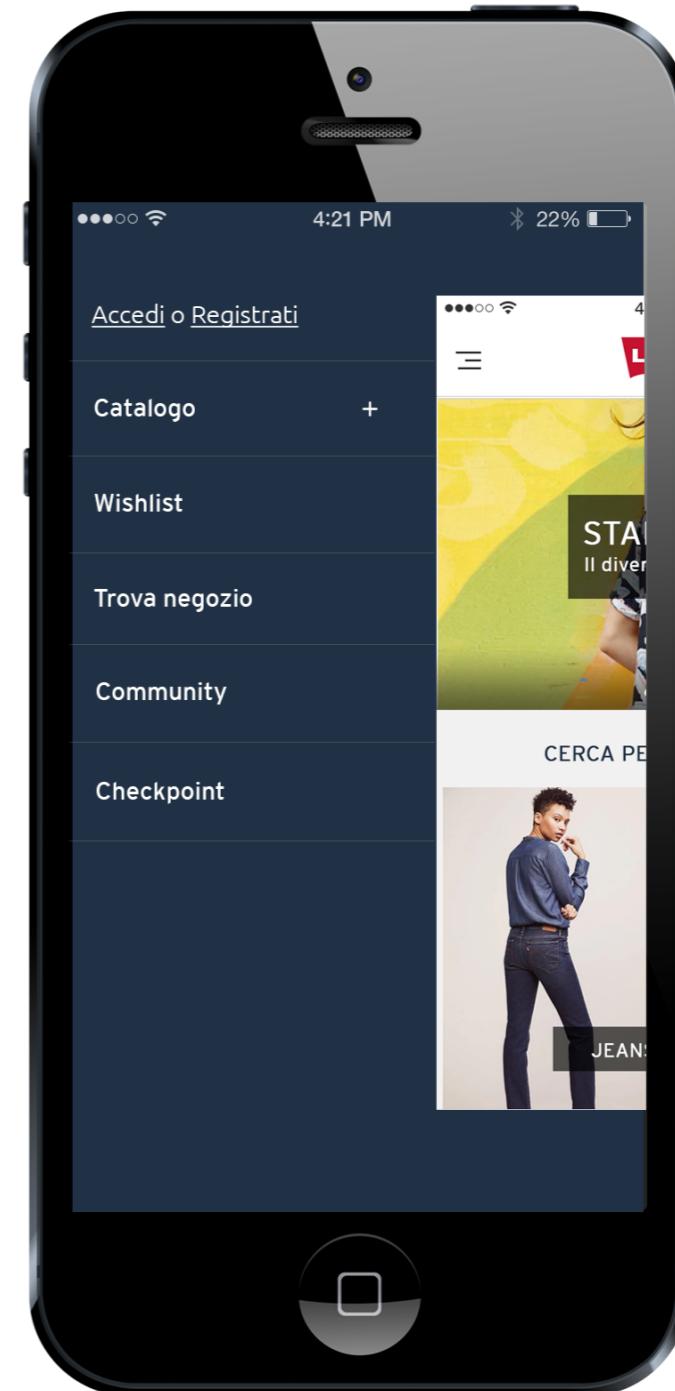
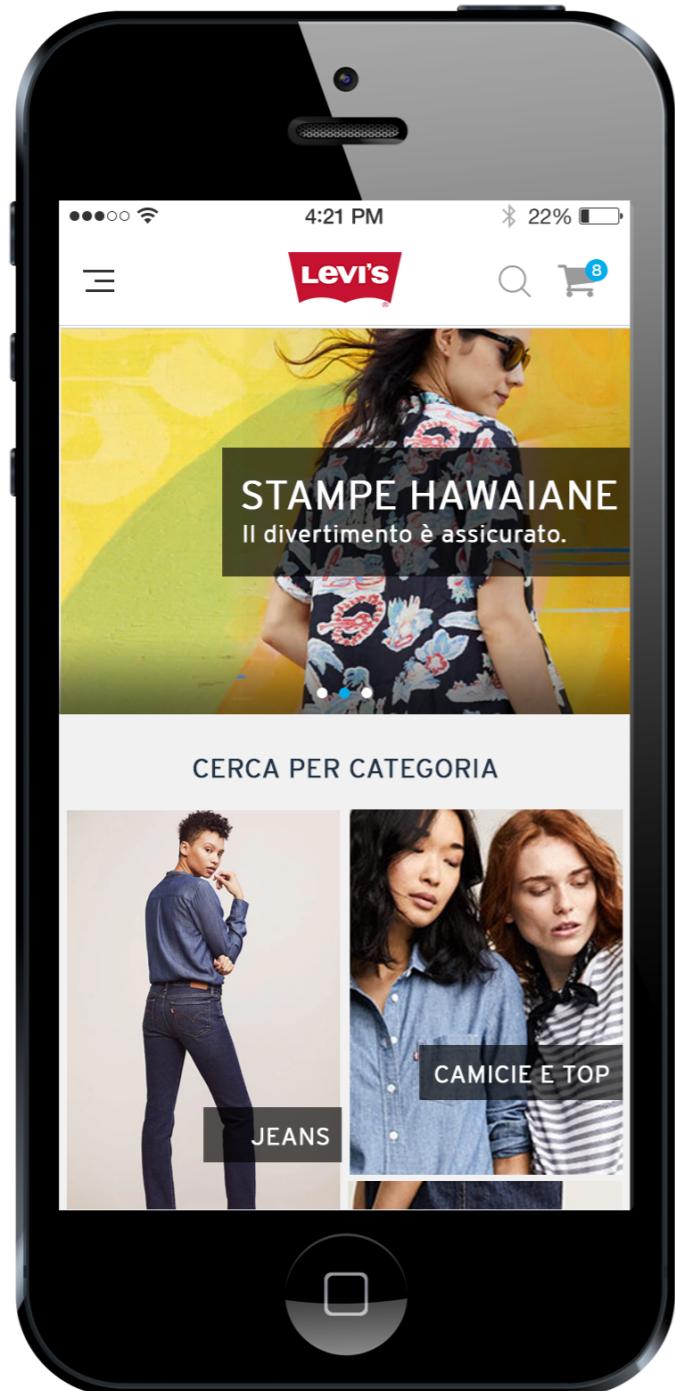
Affinché la community sia coinvolgente bisogna attirare molti clienti e convincerli a partecipare attivamente. Come possiamo raggiungere questo scopo?

- ▶ Introducendo la possibilità di registrarsi tramite account Facebook o Google
- ▶ Dando la possibilità di condividere gli acquisti fatti o la propria wishlist su diversi social network (Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest)
- ▶ Offrendo la possibilità di invitare i propri amici non ancora registrati, con ricompensa in punti per ogni amico che si registra in seguito all'invito

APP

Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's

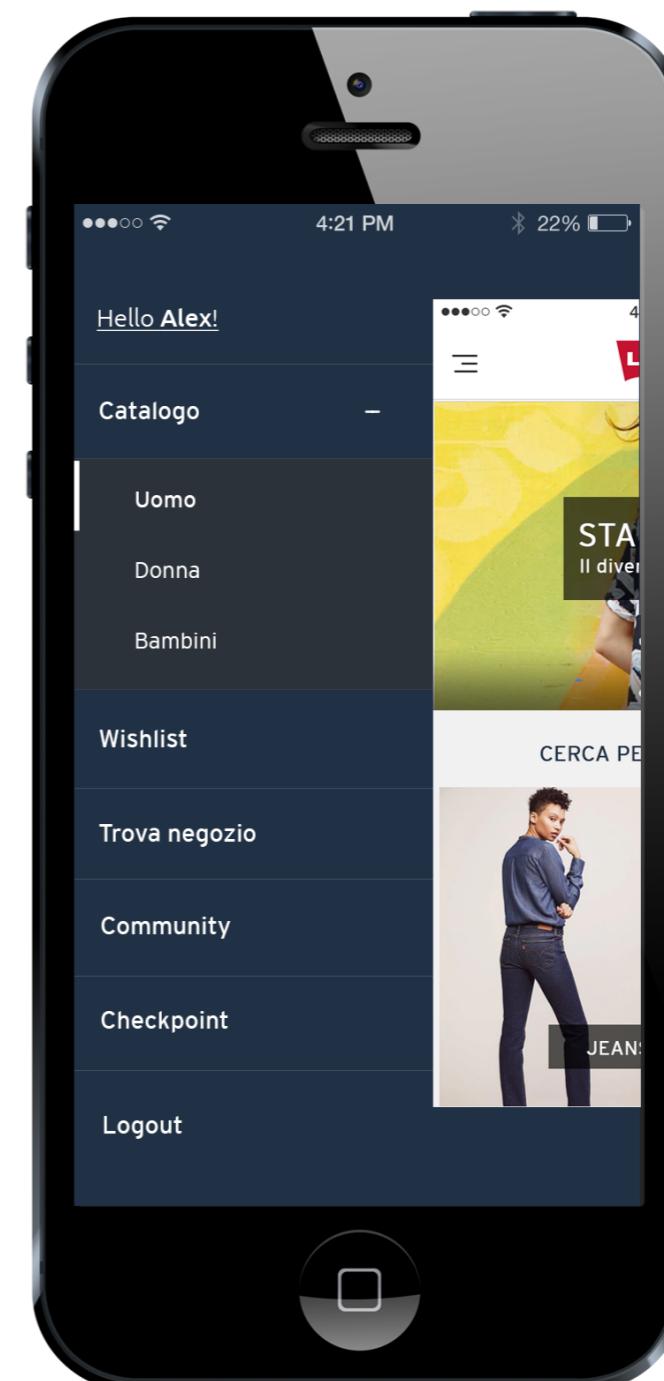
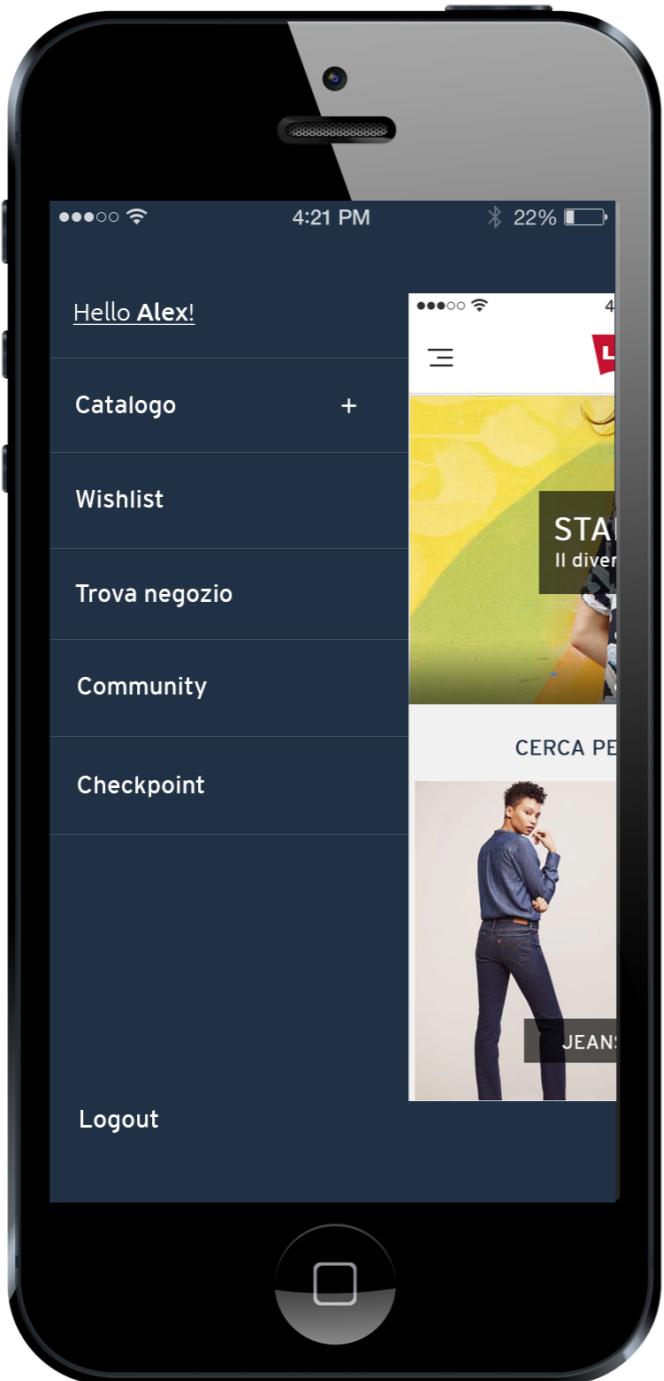
LAYOUT



APP

LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S LEVI'S

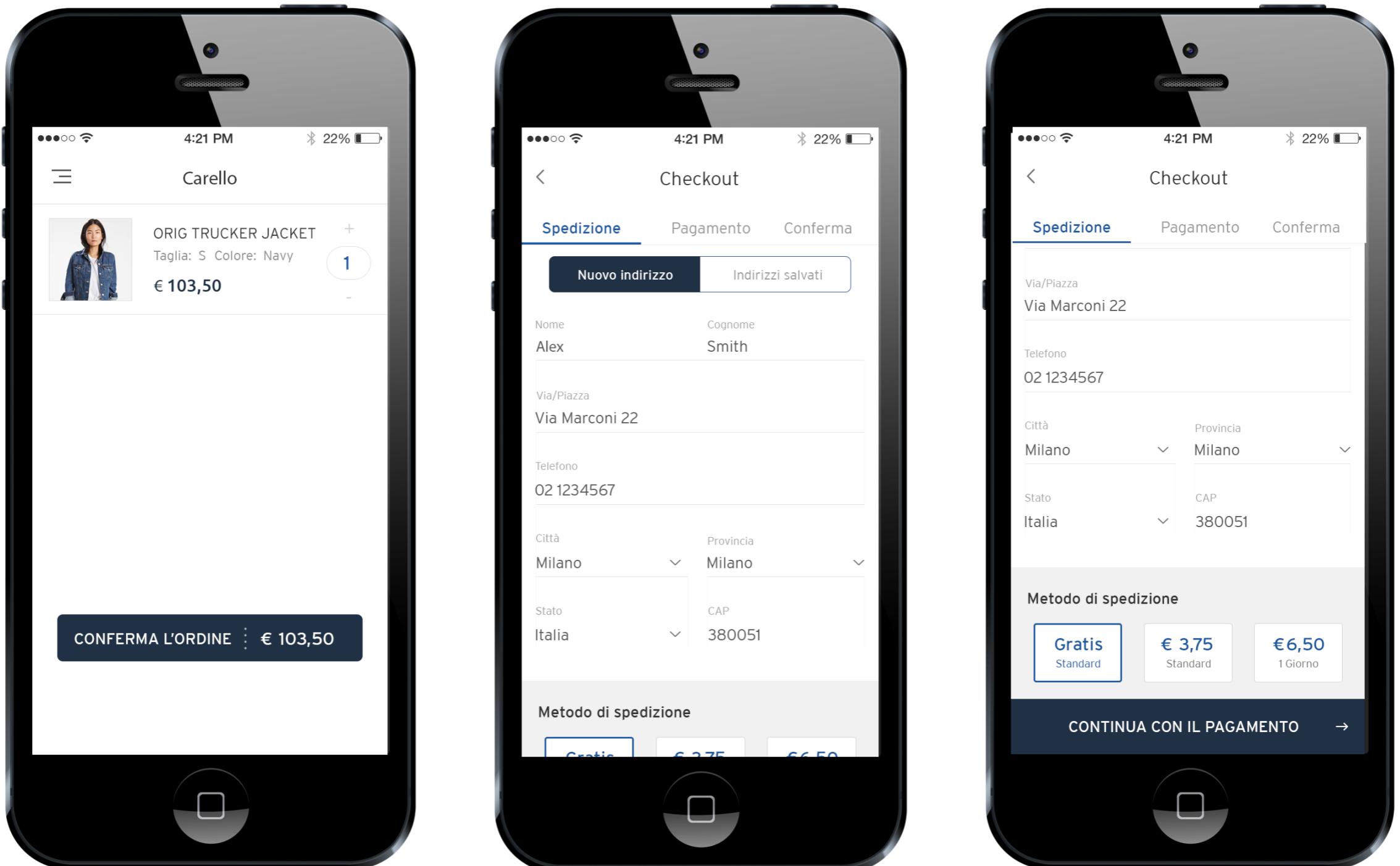
LAYOUT



APP

Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's

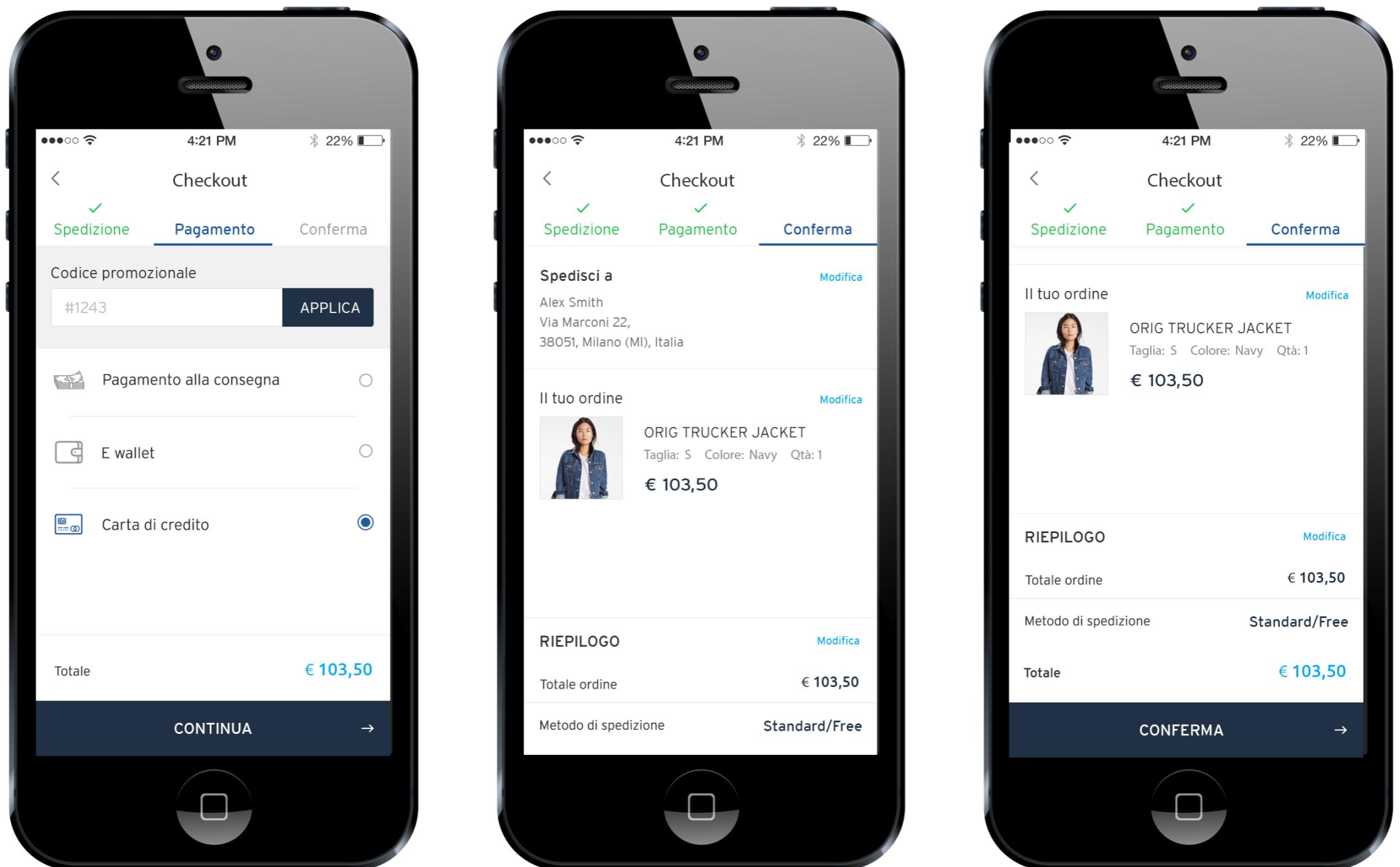
LAYOUT



APP

Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's Levi's

LAYOUT





GRAZIE PER L'ATTENZIONE !