

NP MAGAZINE LAVONLINE SI MATERIALIZZA PER NATALE



Dopo aver conquistato le passerelle di Milano Moda Donna con le apparizioni dello sciuscià chic, **LavOnline**, prestigioso servizio digitale di lavanderia e calzoleria a domicilio, è uscito di nuovo dalla rete in occasione del Natale e magicamente ha preso forma al Xmas Temporary dello Spazio Lattuada.

Dal 2 al 24 Dicembre **LavOnline** è protagonista del Natale, nel cuore della vecchia Milano, con la sua idea innovativa, accattivante e utile per chi è in cerca di un regalo "mai visto prima", insieme a più di 1500 diverse idee stuzzicanti per gli acquisti Natalizi.

Il popolare servizio digitale meneghino si è "materializzato" per offrire "il tempo" e la "comodità" per la prima volta in formato "cartaceo". Sono infatti tre cartoline ad esprimere tre "spazi temporali", suddivisi in fasce di importanza, che rappresentano in modo divertente una sorpresa inaspettata, un dono interessante ed "utile" allo stesso tempo.

LAVONLINE: LA TRADIZIONE VA ONLINE

Ha origine nel gennaio 2007 l'avventura di **LavOnline**, prima ed avveniristica società italiana di e-commerce che offre un servizio integrato di lavanderia e calzoleria online (che prevede ritiro e consegna a domicilio o in azienda, prenotando e pagando via internet www.lavonline.it) ed unica ad offrire il servizio aggiuntivo di riparazione, shampoo e tintura delle calzature.

Nata dopo un'accurata ricerca e studio su diversi modelli di business e analisi di profittabilità ed in seguito ad una sperimentazione iniziale su una clientela "campione" di assoluta fiducia, **LavOnline** diventa ufficialmente operativa nel settembre 2007.

L'azienda offre servizi innovativi e flessibili ed è strutturata per soddisfare i bisogni e le esigenze di una società moderna e dinamica. L'obiettivo principale è quello di proporre un servizio comodo, sicuro, veloce e d'alta qualità, ritagliato sulla necessità primaria del contesto quotidiano: il fattore "tempo".

Il target di riferimento di **LavOnline** abbraccia un ampio spettro di uomini e donne che va dal giovane manager rampante al libero professionista fino all'impiegato pendolare. Provenienti da tutti i settori lavorativi, il "cliente tipo" ha un denominatore comune: l'assoluta importanza del fattore "tempo" e soprattutto del suo risparmio.

LavOnline ha ottenuto immediatamente un notevole successo grazie alla semplicità e comodità del suo utilizzo ed all'incredibile competitività dei prezzi, che evidenziano un 30% in meno circa rispetto ai diretti competitor.

Per ottenere un risultato simile si è scelto di curare il website assicurandone semplicità d'uso, sicurezza dei pagamenti e precisa gestione della logistica attraverso un software "ad hoc". La qualità elevata del servizio è stato invece ottenuto grazie all'accurata ricerca dei partner professionali: lavanderie "tradizionali", laboratori artigianali per il trattamento di pelli e pellicce e laboratori di "calzoleria artigianale".

Un business in crescita continua che rispetto al fatturato del 2007, anno di start up dell'attività, ha visto **LavOnline** chiudere il primo semestre 2008 con un incremento intorno all'80%.

Molti i progetti ed i nuovi investimenti aziendali. Franco Zullo, marketing manager di **LavOnline**, descrive così le attività strategiche della società: *“Avere idee innovative, che vanno a soddisfare bisogni ancora non “coperti”, credo che sia vincente. La cosa importante è avere ben chiaro il target di riferimento e le loro vere esigenze Poiché nasciamo come società di e-commerce, il nostro punto di forza è sfruttare le immense risorse che offre Internet (pubblicità, indicizzazione sui motori di ricerca, blog, social networking e quant'altro), non trascurando gli altri canali di comunicazione quali il passaparola e l'advertising ad hoc sui media”*.

Dopo un importante lancio mediatico in occasione di Milano Moda Uomo con un'innovativa operazione di *street proximity marketing* ed una partnership con BnD per la devoluzione di percentuali del fatturato in beneficenza, l'azienda si prepara a debuttare in occasione di Milano Moda Donna con una ulteriore sorpresa mediatica sulla carta stampata.

In ultimo, l'azienda si prepara ad affrontare anche un'operazione di ulteriore espansione del business in altre città ritenute “strategiche”. Tra le prime prese in considerazione, già in fase di pre-sperimentazione una start up sulla capitale Roma.

Fonte: Ufficio stampa **LavOnline** – **Claudio Leoni Press Office**



Ladysilvia National Network LavOnline si materializza per Natale

Dopo aver conquistato le passerelle di Milano Moda Donna con le apparizioni dello sciuscià chic, LavOnline, prestigioso servizio digitale di lavanderia e calzoleria a domicilio, è uscito di nuovo dalla rete in occasione del Natale e magicamente ha preso forma al Xmas Temporary dello Spazio Lattuada.

Dal 2 al 24 Dicembre LavOnline è protagonista del Natale, nel cuore della vecchia Milano, con la sua idea innovativa, accattivante e utile per chi è in cerca di un regalo “mai visto prima”, insieme a più di 1500 diverse idee stuzzicanti per gli acquisti Natalizi. Il popolare servizio digitale meneghino si è “materializzato” per offrire “il tempo” e la “comodità” per la prima volta in formato “cartaceo”. Sono infatti tre cartoline ad esprimere tre “spazi temporali”, suddivisi in fasce di importanza, che rappresentano in modo divertente una sorpresa inaspettata, un dono interessante ed “utile” allo stesso tempo.