

 **Leonardo.it**
il portale delle passioni



Fuori dagli schemi,

345 milioni di pagine viste

15 vertical

Fonte Dati Mensili: Aud

 > **Aziende**

laki per Dibi Milano: una strategia di web design per un sito woman oriented

 Condividi  Tweet  Share  +1  Share



Gli obiettivi accrescere la brand awareness e convertire le visite al sito in traffico in-store nei centri benessere del marchio

di **Caterina Varpi**
26 novembre 2014

Dibi Milano, marchio del settore dell'estetica professionale, specializzata in soluzioni skin e body care, ha affidato a **laki** la strategia di web design del **nuovo sito**.

Gli obiettivi **accrescere la brand awareness** e convertire le visite al sito in traffico in-store nei centri benessere della catena.

L'agenzia ha pensato ad un sito "woman oriented", uno spazio nel quale il brand dialoga direttamente con le donne creando con loro un rapporto di coinvolgimento e professionalità. Lo scopo? **Far emergere la bellezza di ogni donna**. E in che modo lo fa? Dibi Milano Diventa il loro consigliere, spiegando in modo chiaro l'offerta del brand e fornendo la risposta giusta e la soluzione personalizzata per i loro bisogni.

Per rendere il sito più funzionale, laki ha pensato ad una **navigazione correlata**: un percorso che, una volta identificato l'inestetismo, è in grado di offrire non una, ma più soluzioni, in termini di prodotti e trattamenti. Trattamenti che possono essere fatti all'interno del beauty center e la visita può essere prenotata direttamente dal sito in una sezione dedicata.

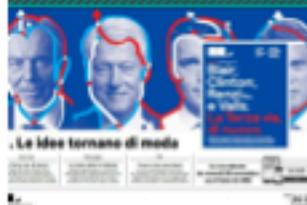
Campagne

Le Cantine Ferrari brindano a 100 anni di storia con un video a firma di Robilant Associati



Media

Blair, Clinton, Renzi e Valls scrivono in esclusiva per IL, mensile del Sole 24 Ore



Tecnologia

Adnkronos.com: tutta l'Inventory in Programmatic con Prime Real Time. Cristina Planura (VIDEO): «Scelta strategica che supportiamo al 100%»