



# Nuove partnership Guess punta sull'intelligenza artificiale di Golive per spingere sul mercato europeo

Guess, clothing brand di fama mondiale, ha deciso di puntare su Golive nel proprio mercato europeo, rivoluzionando così le proprie dinamiche di e-commerce grazie a tecnologie di ultima generazione. Analizzare in tempo reale i comportamenti d'acquisto e il sentiment dei propri clienti durante gli eventi live gestiti direttamente sul proprio canale, attraverso l'applicazione di algoritmi di AI; questo è ciò che permette la piattaforma digitale creata da Radicalbit, deep tech company 100% made in Italy. Il Live Shopping sta rivoluzionando le vendite online unendo mondo fisico e digitale, con un modo del tutto nuovo di concepire lo shopping online destinato a diffondersi sempre di più. A conferma di questa tendenza un'analisi McKinsey secondo cui entro il 2026 la percentuale di acquisti online derivanti da eventi live si aggirerà tra il 10 e il 20%. In questo contesto Golive è riuscita a portare una ulteriore innovazione per migliorare ulteriormente le performan-

**Obiettivo della collaborazione: rivoluzionare le vendite online unendo mondo fisico e digitale. Grande successo di pubblico per i primi 14 eventi con oltre 31.000 viewers collegati da cinque Paesi**

ce di vendita. Dunque, Guess ha deciso di puntare su Golive per virare verso un format digitale di shoppertainment con l'obiettivo di massimizzare le vendite sul proprio e-commerce, incrementare l'engagement e, al contempo, analizzare e comprendere con tempestività i comportamenti d'acquisto dei clienti nel massimo rispetto della loro privacy.

## UNO STRUMENTO OMNICANALE

Nello specifico, Golive sfrutta le potenzialità offerte dalle più moderne tecniche di processamento dei dati: un approccio in grado di applicare algoritmi di intelligenza artificiale al flusso di dati in tempo reale per estrarre insight sempre aggiornati e accurati da ogni diretta live. Attraverso l'analisi delle azioni dell'utente durante la

live, dai messaggi in chat alle interazioni con i prodotti, è quindi possibile ottenere una visione complessiva del comportamento del consumatore, con un nuovo punto di vista. "La pandemia ha costretto tanti settori, tra cui il retail, ad adattarsi a una nuova normalità, modificando i canoni delle esperienze d'acquisto. Con il livestream shopping il cliente è più coinvolto nonostante sia fisicamente lontano", commenta Leo Pillon, Ceo & Founder di Radicalbit. "L'Advanced Stream Commerce che proponiamo rappresenta una ulteriore evoluzione che, grazie all'analisi dei dati in real-time e all'applicazione di algoritmi di intelligenza artificiale, consente di massimizzare i profitti e la conoscenza del proprio target di riferimento. Il percorso verso la trasformazione digitale è ormai

sempre più necessario e urgente per rimanere competitivi sul mercato e il nostro obiettivo è quello di accompagnare e guidare i brand che ne sono consapevoli. "Durante la pandemia, con molti store chiusi per lockdown, avevamo necessità di un tool per poter raggiungere i nostri clienti e allo stesso tempo coinvolgere i nostri staff", dichiara Alessandro Puci, Retail Operations Manager di Guess. "Eravamo a conoscenza di strumenti simili in Asia che stavano avendo grande successo, quindi abbiamo intravisto l'occasione di sperimentare un nuovo canale di comunicazione. Quello che noi vogliamo fare attraverso il live shopping è mostrare a quanti più clienti quale sia l'esperienza che si vive entrando in uno dei nostri negozi, il supporto che i nostri assistenti possono fornire, oltre che la qualità dei nostri prodotti. Vediamo il live shopping come un vero strumento omnicanales, che unisce la disponibilità di prodotti dell'online al customer service che i nostri staff possono fornire".

## Target automotive? Noi lo conosciamo bene!

Pagine viste: Web 213 milioni - App 231 milioni  
Visitatori unici: Web 8 milioni - App 1.8 milioni  
Visite: Web 23 milioni - App 16 milioni  
Permanenza media Web & App: 7 minuti

Fonte: Google Analytics gennaio 2022 - App (iOS + Android)

AutoScout24 Italia S.p.a. - Via Pordenone 8, 20132 Milano (MI)  
Sales Director: Michele Mango, +39 02 21080829 - michele.mango@autoscout24.com - www.autoscout24.it  
Sportnetwork S.r.l. - info@sportnetwork.it - www.sportnetwork.it  
Via Messina, 38, 20154 Milano - Tel. +39 02 3496.21 | Piazza Indipendenza 11/b, Roma - Tel. +39 06 49.24.61

**Auto**  
**Scout24**