



Publicato il 22/11/2008

[IDEE-IN] Intervista a Franco Zullo fondatore LavOnline Srl

di **Andrey Golub** co-founder, VP & Web 2.0 Manager in Business Club 2.0 Milan-IN
Community Evangelist for Italy, PR 2.0 in SPOCK.com- People Search Engine 2

Franco Zullo e' un imprenditore del web Italiano e fondatore di LavOnline Srl

*Franco Zullo, socio [MilanIN](#), e' un **imprenditore del Web & Web 2.0 Italiano** con un'idea molto originale che soddisfa un bisogno reale della di tutti noi: **LAVONLINE**- un servizio moderno e personalizzato di lavanderia e calzoleria a domicilio. <http://lavonline.it>*

Nella "vita parallela" Franco e' anche un [manager importante](#) di una multinazionale di telecomunicazioni.

Da quanti anni operate in questo settore e di cosa si occupa, esattamente, la vostra azienda?

LavOnline.it ha origine nel gennaio 2007 quando l'avventura della prima e più avveniristica società italiana di e-commerce sceglie di offrire 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), unica ad offrire il servizio aggiuntivo di riparazione, shampoo e tintura delle calzature.

Chi è il vostro target di riferimento?

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.

Quale ritiene sia la strategia di marketing più appropriata per una concorrenza intelligente verso il mercato?

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 network, viral marketing e quant’altro), non trascurando di presenziare anche su altri canali di comunicazione quali il passaparola e l’advertising ad hoc sui media più tradizionali.

Come pensa di essere innovativo verso i canali di comunicazione?

Lo start up mediatico è stato fatto in occasione di Milano Moda Uomo con un’innovativa operazione di street proximity marketing con INIT, società di New Media d’avanguardia, con la quale si è utilizzato un nuovissimo metodo di bluetooth advertising, assolutamente efficace e non convenzionale. L’occasione seconda per la sperimentazione di operazioni di marketing non convenzionali si è manifestata durante la Settimana della Moda Donna, quando un “effetto sorpresa” in formato street marketing ha incuriosito i media grazie alla presenza di un “vero lustrascarpe” sul campo che si è esibito in gag di lancio emulando l’arrivo del “lustrascarpe” a domicilio.

Quale la prossima mossa mediatica?

L’ultima scelta è stata quella di intraprendere un’operazione di Viral Marketing in occasione delle festività, per unire un’idea tecnologica alla proposta di un benessere idealmente e commercialmente appetibile: un’alternativa, una vera NOVITA’.
Rivolgendosi per primi agli internauti, pratici del WEB 2.0 e oramai consapevoli di tutte le fortune e comodità che il digitale può offrire, la proposta.

Fantastico, grazie Franco!

Alla fine un REGALO DI NATALE per tutti noi da Franco Zullo e LavOnline:

CHRISTMAS CHIC... CON UN CLICK!

Soprattutto a Natale, la NOVITA’ del REGALAR IL TEMPO...è davvero speciale!

Vuole confermare l’affidabilità, la flessibilità e la credibilità di LavOnline.it, che ormai è sempre più vicina ad essere non solo un servizio efficace ed efficiente, ma anche una realtà dotata di

brand awareness alla pari di un vero e proprio brand. In occasione di Natale è stata lanciata la 3° “**LavOnline Collection Card**” che va ad unirsi alle prime due. Un impatto visivo forte, che non si fermerà qui, ma che proseguirà a breve attraverso un percorso artistico e creativo che andrà a sensibilizzare l'utente su un servizio, ma anche su un'immagine che lo rispecchia.

