



PRENOTAMI
newsmagazine
10/06/2021

B-SELFIE lancia la nuova campagna per il Self Beauty Network Italian Style
<https://www.prenotamiweb.it/make-up/198-b-selfie-lancia-la-nuova-campagna-per-il-self-beauty-network-italian-style/>

A screenshot of the PRENOTAMI website. The top navigation bar includes the date '11 GIUGNO 2021', links for 'Prima Pagina', 'La rivista', and 'Contatti', and social media icons for Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram, and Pinterest. The main header features a shopping cart icon, the 'PRENOTAMI' logo, and a laptop keyboard. Below the header is a menu with categories: 'Abbigliamento', 'Accessori', 'Beachwear', 'Casa', 'Make-Up', 'Veicoli', 'Finanza', and 'Info'. The main content area is divided into two columns. The left column features a news article titled 'B-SELFIE LANCIA LA NUOVA CAMPAGNA PER IL SELF BEAUTY NETWORK ITALIAN STYLE' with a sub-header 'Redazione 10 Giugno 2021 Make-Up'. The article text describes B-SELFIE as an innovative PMI from Bergamo that offers effective and painless skin care products. Below the text is an image of two B-SELFIE 'MIRACLE' skincare products: a yellow box and a yellow bottle. The right column features a 'LA RIVISTA' section with a cover of 'La Gazzetta dello Spettacolo' featuring Ava Meni and Luca Laurenti. Below the magazine cover is a 'WEB-TV' section with a colorful graphic.

Ora B-SELFIE vuole coinvolgere soci online con la prima raccolta di equity crowdfunding #youarebselfie sul portale WeAreStarting, per accelerare la crescita ed espandere la propria presenza nel mercato della cosmetica avanzata, realizzando l'innovativo progetto inclusivo del Self Beauty Network Italian Style.

In soli quattro anni dal lancio B-SELFIE ha ottenuto numerosi successi e ha permesso ad oltre 300.000 clienti consumer l'entusiasmante esperienza con una nuova categoria di prodotti beauty totalmente innovativi rispetto alle proposte del mercato. Ha costruito una forte brand awareness e una numerosa community, ricevuto importanti premi per l'innovazione estetica dei propri prodotti come l'Estheti-Award 2017 e l'inserimento nei CosmoTrends 2019, interessato i media, coinvolto numerosi personaggi dello spettacolo e influencer ed è stato protagonista di prestigiosi eventi fashion e beauty.

Il brand ad oggi ha lanciato 17 referenze beauty innovative, ottenendo un posizionamento senza concorrenza. Attualmente è presente in Italia e all'estero in profumerie, centri estetici, farmacie, saloni di bellezza e parrucchieri con una gamma di prodotti trasversale e inclusiva che si rivolge a una fascia di mercato molto ampia: la linea di 4 patch B-SELFIE Self Beauty Filler specifici per contorno occhi e labbra, i 9 prodotti della linea beauty B-SELFIE Skincare Filler System ispirata alla medicina estetica – che comprende anche il nuovo biorivitalizzante fai-da-te per viso, collo e décolleté B-SELFIE Deep e il siero distensivo-energizzante B-SELFIE YOUth, oltre ai sieri ultra filler per contorno occhi e labbra, beauty mask viso, crema viso antiage, acqua micellare e integratore corpo – e la nuova linea di 4 integratori di bellezza e benessere B-SELFIE Sweeties Therapy per pelle, corpo, capelli, unghie e qualità della vita, per un metodo di bellezza che coinvolge anche il benessere e la salute dell'organismo dall'interno.

Con le risorse raccolte con la prima campagna di equity crowdfunding B-SELFIE intende realizzare il Self Beauty Network Italian Style, coinvolgendo il suo pubblico tra filiera di clienti e fornitori, partner, investitori professional e institutional, oltre agli investitori privati. Un luogo ricco di assistenza e di servizi per favorire la diffusione di nuove categorie di prodotti dedicati alla bellezza e al benessere dei suoi clienti. Si tratta di un progetto rivoluzionario, finalizzato al riscatto della bellezza e dell'Italian Style, che parte proprio da Bergamo.

L'innovativo progetto del Self Beauty Network Italian Style di B-SELFIE prevede un'evoluzione strategica in tre step.

Attraverso il coordinamento di un team multidisciplinare per la transizione full-digital dell'azienda e l'ampliamento del modello di business – prima esclusivamente B2B e solo in punti vendita retail, ora esteso anche al B2C – verrà creata la piattaforma hi-tech B-SELFIE con e-commerce fruibile dal consumatore finale, che sarà il motore del network e consentirà una customer experience immersiva nel B-SELFIE world, con mix di prodotti, servizi web evoluti, assistenza e consulenze personalizzate di specialisti del settore.

La società sottoscriverà anche accordi commerciali con i migliori 100 Partner B2B per ospitare i 100 B-SELFIE lifestyle hub territoriali collegati alla piattaforma digital e funzionali al ritiro dei prodotti acquistati sullo store online, dove il cliente potrà trovare la migliore assistenza, l'offerta completa dei prodotti dell'azienda con corner multimediali B-SELFIE, tante iniziative e vantaggi.

Inoltre, nelle più importanti città italiane saranno realizzate 5 B-SELFIE House, flagship store aziendali dove sarà possibile fare una customer experience immersiva nel lifestyle B-SELFIE, acquistare prodotti e servizi guidati dall'esperienza del personale qualificato, partecipare al lancio di nuovi prodotti, conoscere le proposte di giovani talenti della cosmesi, del fashion e del lifestyle, partecipare a eventi glamour anche con progetti, collaborazioni e co-marketing con i partner.

B-SELFIE, che sosterrà il progetto con attività di comunicazione e marketing, intende poi replicare il format italiano anche nel mercato internazionale.