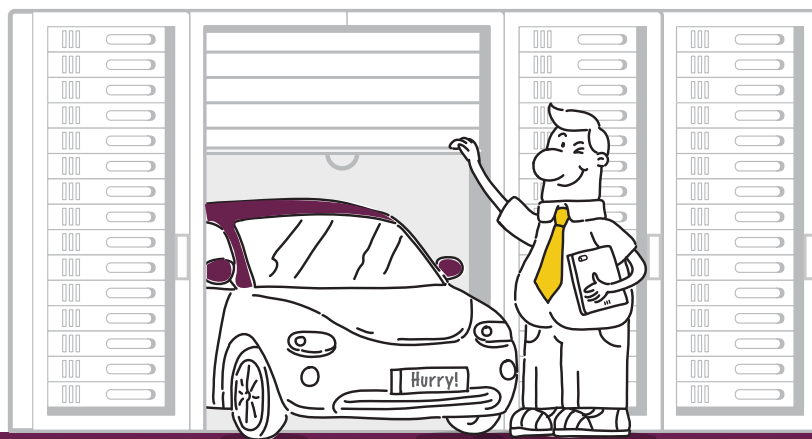


Il caso Hurry!: il successo della mobilità smart sul cloud

The case of Hurry!: a successful, cloud-based smart mobility



Hurry! SE TI MUOVI, RISPARMI.

Servizio clienti | [Accedi](#) | [Registrati](#)

[NOLEGGIO](#) [RICARICAR](#) [AUTO USATE](#) [SHOPPING](#) [MAGAZINE](#)

Cerca nei prodotti



CARRELLO

IL PRIMO SITO DOVE TROVARE AUTO, MOTO E PRODOTTI A PREZZI IMBATTIBILI

NOLEGGIO A LUNGO TERMINE

L'AUTO DEI TUOI SOGNI SENZA
PREOCCUPAZIONI



SCOPRI>

RICARICAR

PAGHI I KM CHE FAI.
E L'AUTO NUOVA TE LA DIAMO NOI



SCOPRI>

AUTO USATE

AUTO COME NUOVE AI PREZZI
MIGLIORI DEL WEB



SCOPRI>

SHOPPING

TANTE OFFERTE SU
TECNOLOGIA, SPORT,
ACCESSORI E DIVERTIMENTO



SCOPRI>

seeweb
THINK CLOUD

Indice

Contents

01

Hurry!: l'azienda e la sua idea vincente

Hurry!: the company and its winning idea

02

La sfida

The challenge

03

Lead generation: il vero motore di Hurry!

Lead generation: the real driving force of Hurry!

04

Il partner tecnologico Tecnolife

The technological partner: Tecnolife

05

La scelta del Cloud Seeweb

The choice of Seeweb's Cloud

06

Conclusioni

Conclusions

01. Hurry!: l'azienda e la sua idea vincente

Hurry! è una startup italiana nata nel 2014 con un'idea che è anche una piccola rivoluzione: superare il concetto di "proprietà" del veicolo e diffondere il concetto di una mobilità "senza pensieri".

In partnership con ALD Automotive Italia, leader mondiale nei servizi di mobilità e noleggio auto, il sito www.the-hurry.com offre infatti una ricca vetrina di soluzioni per chiunque si voglia spostare con tutti i comfort possibili ma senza le incombenze normalmente previste quando si possiede un veicolo (assicurazione, bollo, revisione, manutenzione, svalutazione etc.).

01. Hurry!: the company and its winning idea

Hurry! is an Italian startup company established in 2014 with an idea that is also a little revolution: to overcome the concept of "ownership" and spread the concept of "mobility without thoughts".

In partnership with ALD Automotive Italia (a worldwide leader in services of mobility and car renting), the website www.the-hurry.com offers a rich showcase of solutions for anyone who wants to move with ease but without the inconvenience normally expected when you own a vehicle (insurance, car tax, MOT, maintenance, depreciation etc.).

The screenshot displays the Hurry! website interface. At the top, the logo 'Hurry!' is accompanied by the tagline 'SE TI MUOVI, RISPARMI.' and navigation links for 'Servizio clienti', 'Accedi', and 'Registrati'. Below the header, a navigation bar lists categories: NOLEGGIO, RICARICAR, AUTO USATE, SHOPPING, and MAGAZINE. A search bar and a shopping cart icon are also present.

The main content area features several promotional tiles:

- NOLEGGIO A LUNGO TERMINE:** 'L'AUTO DEI TUOI SOGNI SENZA PREOCCUPAZIONI' with an image of a silver car and a 'SCOPRI>' button.
- RICARICAR:** 'PAGHI I KM CHE FAI. E L'AUTO NUOVA TE LA DAIAMO NOI' with an image of a white car and a 'SCOPRI>' button.
- AUTO USATE:** 'AUTO COME NUOVE AI PREZZI MIGLIORI DEL WEB' with an image of a dark car and a 'SCOPRI>' button.
- SHOPPING:** 'TANTE OFFERTE SU TECNOLOGIA, SPORT, ACCESSORI E DIVERTIMENTI' with an image of a polo shirt and a 'SCOPRI>' button.
- IL NOLEGGIO DEL GIORNO:** A large tile for 'RENAULT TWINGO' with a '0.9 TCE 66KW ENERGY LOVE' engine. It shows a price reduction from €319 to €219 per month for 36 months/40,000 km, including maintenance, tolls, assistance, and insurance. A 'SCOPRI L'OFFERTA >' button is at the bottom.

On the right side, there is a login/signup section titled 'ENTRA SUBITO' with fields for Name, Cognome, E-mail, Password, and Conferma password. It includes social media login options for Facebook, Twitter, and Google+, and a link to 'SE GIÀ REGISTRATO? CLICCA QUI'.

Dall'affitto Pay per use e a lungo termine di auto e motociclette fino alla vendita di macchine usate, i servizi di Hurry! hanno tutti l'obiettivo di offrire la possibilità di gestire i propri spostamenti in modo pratico e sostenibile, nonché a prezzi molto convenienti. In particolare, una delle offerte più interessanti è

From Pay per use, long-term car and motorcycles rental to sale of second-hand cars, all Hurry's services offer the possibility of managing our movements in a practical and sustainable way, all at advantageous prices. In particular, one of the most exciting offers is "Ricaricar": The customer chooses from

“Ricaricar”: il cliente sceglie tra una vasta gamma di macchine nuove e le compra “a chilometri”, in totale Pay per Use, dovendosi preoccupare solo di metterci la benzina.

02. La sfida

Oltre alla vendita in Pay per Use di auto e alla vasta scelta di soluzioni per spostarsi anche in moto senza alcuno degli oneri normalmente legati al possesso delle auto, www.the-hurry.com ha integrato le sue offerte con la vendita a prezzi competitivi di prodotti dei migliori marchi dedicati al tempo libero.

Tutto il parco offerte di Hurry!, dalle auto usate al noleggio ai prodotti di abbigliamento, per il tempo libero e per la casa è disponibile con ottime promozioni e solo per pochi giorni.

Una delle necessità dell'azienda è quindi quella di mantenere costanti i visitatori sul sito e permettergli di approfittare delle “offerte lampo”: con pochi click chi è interessato alle offerte potrà avere il suo prodotto a un ottimo prezzo.

Come garantirsi questo flusso costante di visitatori e al contempo generare nuove registrazioni?

a wide range of new cars and buys them “per kilometer”/Pay per Use and only needs to worry about getting fuel.

02. The challenge

Besides the car Pay per Use sale and the wide range of solutions to move even by motorcycle without any of the inconvenience usually expected when we own a vehicle, www.the-hurry.com has integrated its offers with high competitive sales of famous brand-name products dedicated to sport and free time.

All Hurry's offers, from second-hand cars to rentals, from items of clothing to products for home and free time, are available at very low prices only for a few days.

One of the company's needs is that of maintaining a constant number of website visitors and allow them to take advantage of “flash offers”: who are interested to offers can have its products at an optimum price with few clicks. How it is possible to guarantee this constant stream of visitors and at the same time generate new registrations?

HOME / SHOPPING

SHOPPING

Tante offerte su tecnologia, accessori e divertimento

Opinioni dei nostri clienti  feedaty

“Merce conforme a quella illustrata, e di ottima qualità. Consegna rapidissima. Tutto perfetto.”

Roberto ★★★★★ 5/5

“Consegna rapida, servizio eccellente, disponibili per reso e assistenza post vendita, grazie!”

Sara ★★★★★ 5/5

Kapriol®



SHOPPING

KAPRIOL
AFFRONTA IL FREDDO CON
L'ABBIGLIAMENTO GIUSTO



A partire da **€7,90**

SCOPRI L'OFFERTA >

03. Lead Generation: il vero motore di Hurry!

Per raggiungere l'obiettivo di un numero di utenti costante e raccogliere nuove registrazioni, Hurry! si serve di un sofisticato sistema di Lead Generation.

Questo sistema, che è la vera innovazione della startup vista la sua impeccabile filiera, utilizza una serie di canali:

- email marketing e in particolare DEM: rivolte principalmente a generare lead interessati al noleggio auto, sono il mezzo di comunicazione preferito dall'azienda, nonché un suo grande successo. Infatti, grazie al sapiente email marketing di Hurry! ogni giorno si genera grande movimento intorno al sito: i clienti chiedono informazioni, compilano form, prenotano l'auto, oppure si registrano e comprano;
- newsletter: sono quanto di più crea l'interazione tra chi le riceve e l'azienda. È lì che il destinatario riceve le offerte speciali, a seconda del suo target e delle sue preferenze. I contenuti infatti sono mirati a determinate categorie di utenti, per interessi: il grande focus di Hurry! è infatti sul target. Creando la curiosità sullo specifico argomento, l'utente è interessato ad aprire la mail e approfondire;
- display: per fare brand awareness Hurry! non rinuncia a mezzi come TV e SKY, con spot e campagne soprattutto durante eventi speciali. Creando inoltre banner ad alto impatto, attrae i lettori di riviste online sia di settore che generaliste. Ha registrato particolare successo anche la campagna affissioni realizzata a Roma e a Milano;
- SEO/SEM e retargeting: essere sempre in prima posizione su Google è fondamentale per rendersi visibile ai propri potenziali acquirenti e clienti. Per fare capire loro, con un

03. Lead Generation: the real driving force of Hurry!

To reach the goal of a constant number of users and obtain new registrations, Hurry! uses a sophisticated system of Lead Generation.

This system thanks to its flawless process is the real innovation of this startup and is based on more channels:

- *email marketing and in particular DEM: their goal is to generate leads interested to rentals. They are the company's favorite communication means and its big success. Thanks to Hurry's wise email marketing, everyday there is high traffic on the website: customers requesting information, filling out forms, renting cars, registering and buying;*
- *newsletter: newsletters are the best way to create interaction between recipient and company. Thanks to Hurry's newsletters, customers receive special offers, depending on their target and preferences. Contents aim at profiling specific categories of users, dividing them for interests: the big focus of Hurry! is the target. Generating curiosity on a specific subject, the user is interested to open emails and receive more information;*
- *display: for creating brand awareness Hurry! also uses TV and SKY, with spots and campaigns advertising. Creating high impact banners, the company attracts readers of both specialized and generalistic online magazines. Poster campaigns carried out in Rome and Milan also produced a high success rate;*
- *SEO/SEM and retargeting: to get the top position on Google is fundamental in being visible to prospects and customers. To make them understand, with a simple*

linguaggio semplice e diretto, che Hurry! ha sempre la soluzione giusta. Inseguendo poi anche il cliente affezionato con il retargeting. Per non farsi mai dimenticare.

- Social Network: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. La comunicazione oggi passa per lo più per i social e per Hurry! non è diverso. Tramite i vari social network, vengono pubblicate le offerte dell'azienda. Le circa 30mila interazioni mensili su Facebook dimostrano come le campagne social siano efficaci.

04. Il partner tecnologico Tecnolife

Un sito con tantissimi servizi per muoversi, velocità ed efficienza nel rispondere alle esigenze dei propri clienti, una filiera eccellente di creazione del funnel e di fidelizzazione del cliente: questo è www-the-hurry.com.

Ma dove si poggia tutto questo? Qual è il retroscena tecnologico e quali sono i partner scelti per sviluppare giorno per giorno il successo del portale?

Hurry! ha scelto Tecnolife - The Innovation Factory come partner tecnologico per la presa in carico della piattaforma Magento pre-esistente con un supporto continuativo di consulenza IT, sviluppo evolutivo e manutenzione in ottica di crescita ed integrazione di flussi e funzionalità sempre più easy to use per l'utente finale.

Le evoluzioni già sviluppate e quelle in corso riguardano diversi asset strategici: dalla piattaforma di aste online ai minisiti/landing page per campagne personalizzate.

Andando più sullo specifico, nell'ambito della lead generation il supporto tecnologico di Tecnolife ha ad esempio riguardato interventi migliorativi ai pop-up di registrazione, che Hurry! può gestire dinamicamente per le specifiche categorie e "condizioni" su cui farlo apparire, e sia in versione light (che richiede solo la mail) che completa, inserendo slider di promozioni ad hoc per incentivare la registrazione.

and direct language, that Hurry! has always the right solution and also to chase the loyal customer with retargeting. Not to be forgotten.

- Social Networks: Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram. Modern communication passes mostly through social networks and for Hurry! it's not different. Companies offers are published through the various social networks and with around 30,000 monthly interactions, Facebook shows how the social campaigns can be effective.

04. The technological partner: Tecnolife

www-the-hurry.com is a website with a lot of services to move and that guarantees speed and efficiency in replying to customer's needs, an excellent process of funnel creation and client fidelization. But what is all this based on? Which is the technological background and the partners chosen to develop the portal success, day by day?

Hurry! chose Tecnolife - The Innovation Factory as its technological partner with the continuative support of IT consultancy, evolutive development and maintenance.

In a optic of growth and integration of streams of functionalities making it easier and easier to use for the final user.

The evolutions already developed and those still ongoing relate to different strategic assets: from the online auction platform to the mini sites/ landing pages for customized campaigns.

Being more specific, in relation to lead generation, Tecnolife's technological support has covered improving interventions to registration pop-ups, that Hurry! can manage dynamically for specific categories and "conditions", both in a light version (email only) and a complete one, inserting sliders of specific promotions to encourage new registrations.

Altre ottimizzazioni curate da Tecnolife hanno riguardato il recupero dei carrelli abbandonati, connesso agli obiettivi di remarketing, inserendo nelle mail all'utente il dettaglio del proprio carrello e un coupon di incentivo.

E ancora, il member get member con la facilitazione all'utente di invitare i propri contatti Facebook e Google selezionandoli dalla lista automatica e inviando massivamente il link di referral.

Un fattore trasversale di supporto è poi quello sistemistico, al fine di supportare i flussi/picchi di visite generati dalle campagne Hurry.

«In questa ottica, la partnership con Seeweb ci consente una consulenza complementare e sinergica a quattro mani per pianificare insieme con Hurry le soluzioni perfettamente dimensionate alle esigenze di traffico ordinario e scaling in abbinamento a flight rilevanti di campagne adv», spiega Annalisa Trezza, Responsabile Ecommerce Offer di Tecnolife.

05. La scelta del Cloud Seeweb

La soluzione tecnologica scelta da Hurry! con la consulenza di Tecnolife è quella di adottare la tecnologia Cloud di Seeweb.

Il CMS Magento - con cui il portale è costruito - rappresenta a oggi una delle piattaforme per l'eCommerce maggiormente flessibili, complete ed efficaci in termini di user experience.

Abbinato a un'architettura tecnologica in grado di garantire il massimo delle prestazioni, Magento aiuta a aumentare il tasso di conversioni e di successo del proprio negozio online.

Se offre tantissimi vantaggi, Magento risulta però piuttosto "impegnativo" dal punto di vista infrastrutturale: potenzialmente installabile su qualsiasi hosting che supporti PHP/MySQL, per farlo lavorare con velocità e prestazioni richiede un'infrastruttura ottimizzata e customizzata.

Hurry! si affida a Tecnolife e a Seeweb per una consulenza sul caso, e l'architettura suggerita all'azienda si basa da subito su una serie di Cloud Server tra loro organizzati in modo tale da servire Magento con flessibilità e performance.

*Other optimizations by Tecnolife have been related to the recovery of abandoned carts, connected to remarketing objectives, inserting cart details and discount coupon in the emails to the user. Furthermore, the **member get member** making it easier for the user to invite its Facebook and Google contacts, selecting them from the automatic list and sending the referral link to a large audience.*

A support transversal factor is related to the system management and aimed at supporting streams and peaks of visits generated by Hurry campaigns.

Annalisa Trezza, Tecnolife Marketing Manager, explains: «To this end, the partnership with Seeweb allows a complementary and synergic consultancy to plan together with Hurry solutions perfectly dimensioned on the base of the website traffic and scaling. In combination to relevant flights of adv campaigns».

05. The choice of Seeweb Cloud

The technological solution chosen by Hurry! with the advice of Tecnolife is that of adopting Seeweb Cloud.

Magento CMS - on which the portal is based - represents today one of the most flexible, complete and effective user experience e-Commerce platforms.

Magento, if combined with a technological architecture that can guarantees maximum performance, helps to increase conversions and success of online stores.

Although it offers a lot of advantages, Magento is rather demanding in terms of infrastructure. Although you can install it on any hosting supporting PHP/MySQL, in order to be fast and performant it needs an optimized and customized architecture.

Hurry! relies on Tecnolife and Seeweb for advice. The infrastructure suggested to the company is based on a series of Cloud Servers arranged in such a way to serve Magento with flexibility and performance.

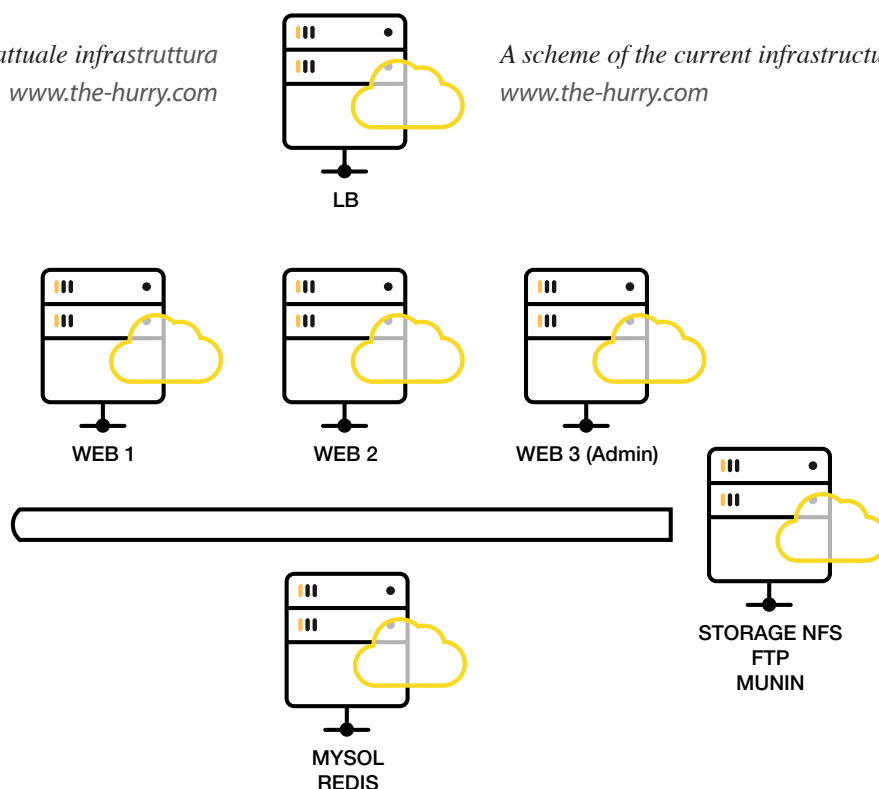
Andando più nel dettaglio, l'infrastruttura si compone di elementi quali:

- 1 server che funge da Load Balancer
- 3 server di backend con Ngnix e PHP in modalità FPM
- 1 server Database con MySQL/Redis
- 1 server NFS (FTP/Munin)

Being more detailed, the infrastructure elements are:

- 1 server working as a Load Balancer*
- 3 backend servers with Ngnix and PHP in a FPM modality*
- 1 Database server with MySQL/Redis*
- 1 NFS server (FTP/Munin)*

*Uno schema dell'attuale infrastruttura
www.the-hurry.com*



*A scheme of the current infrastructure of
www.the-hurry.com*

Tutti i server sono scalabili verticalmente: è possibile aumentare la potenza di calcolo della singola VM senza ricorrere a un'implementazione orizzontale delle risorse (senza aggiungere nuovi server all'infrastruttura).

Ciò permette di dare non solo stabilità al sito ma anche di garantire che i picchi di traffico possano essere gestiti anche con un semplice aumento temporaneo di Core e RAM.

Aggiungiamo che, al momento del suo setup, l'infrastruttura è stata debitamente ottimizzata dal team Seeweb specializzato nella customizzazione del Cloud per Magento.

All servers are vertically scalable: it is possible to increase the power of every single VM without adding further servers to the infrastructure (no horizontal scalability).

This allows not only to make the webiste stable but also to guarantee that traffic peaks can be handled with a simple temporary upgrade of RAM and Core.

We add that, at the moment of its setup, the infrastructure has been properly optimized by Seeweb team, specialized in Magento optimization.

06. Conclusioni

Il successo del portale www.the-hurry.com si deve a più fattori:

- il suo interpretare un'esigenza moderna, con un focus su uno specifico target di utenti dinamico, che cerca su Internet una soluzione per spostarsi in modo "smart";
- una efficace e sempre rapida comunicazione con chi atterra sul proprio sito e vuole informazioni;
- tanto investimento nel social media marketing e nel posizionamento sui motori di ricerca;
- la particolare attenzione alla creazione di un funnel che porta a conversioni e genera business, passando per social network, DEM, newsletter, retargeting, ma anche pubblicità più tradizionale (cartelloni pubblicitari oltre che display TV);
- la scelta di un cloud scalabile e performante, che permette di avere un Magento performante e garantire le risorse e la flessibilità necessarie a un negozio online di successo.

Grazie a questo binomio di idea e strategia perfetto, solo dal 2016 al 2017 la piattaforma www.the-hurry.com ha registrato un importante trend di crescita, chiudendo il trimestre 2017 con un +41% con il noleggio a lungo termine e l'offerta Ricaricar e un +89% con la vendita dell'usato.

Anche lo shop di abbigliamento e prodotti vari (casa, tempo libero) continua a registrare una crescita costante (+40%) e gli accessi al sito crescono: sono oltre 20mila al giorno.

L'innovazione a tutto tondo di Hurry! ha fatto la sua differenza, insomma. Ed emergere nel panorama vasto e articolato delle startup, evolvendosi in un'azienda strutturata e vincente, è un ottimo traguardo.

06. Conclusions

The success of the portal www.the-hurry.com is due to more factors:

- *it interprets a modern exigency and focus on a specific target of users, i.e. dynamic people that surf the Internet looking for a solution to move in a smart way;*
- *an effective and rapid communication with who is on the website and who needs information;*
- *the right investment in the social media marketing and in Google positioning;*
- *special attention to the creation of a funnel that brings conversions and generates business, passing through social networks, DEM, newsletters, retargeting, but also more traditional marketing (posters and TV displays);*
- *the choice of a scalable and performing cloud, that allows to obtain a fast Magento and guarantees resources and flexibility necessary to create a successful online shop.*

Thanks to this perfect mixing of ideas and strategy, only from 2016 to 2017 the platform www.the-hurry.com registered an important trend of growth. It closes the 2017 quarter with a 41% rise with the long-term rental and the offer Ricaricar and a 89% rise with the second-hand sale.

Also the shop (clothing, home, free time items) continues to register a constant growth (40% rise) and also accesses to the website are increasing: more than 20.000 every day.

The all-round innovation of Hurry! has shown its point of value. And the fact that emerged in the wide and articulated startup world, turning into a well structured and winning company, is a very good achievement.

Seeweb srl

Via Armando Vona 66
03100, Frosinone

Via Caldera, 21 - edificio B
20153 Milano

<https://www.seeweb.com>
info@seeweb.com
<https://www.facebook.com/seeweb.it>
<https://twitter.com/seeweblive>



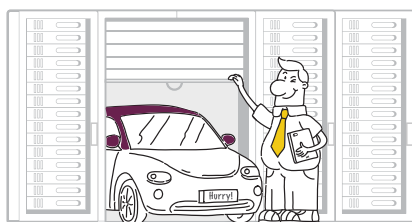
Seeweb ringrazia per la collaborazione:
Seeweb thanks for the collaboration:



<https://the-hurry.com>



<https://www.tecnolife.com>



Il caso Hurry:
il successo della mobilità smart sul cloud
The case of Hurry!: a successful, cloud-based smart mobility

seeweb
THINK CLOUD