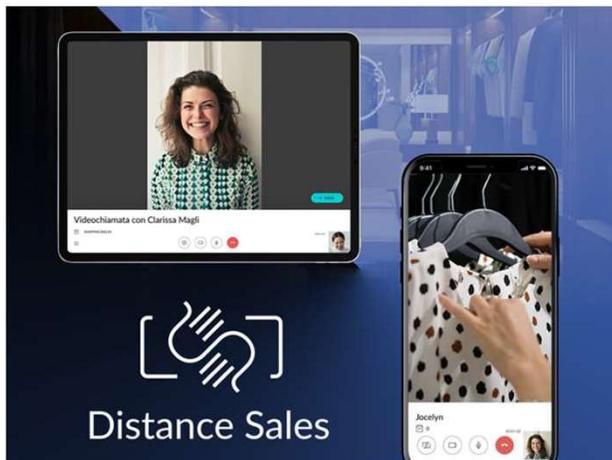


MODA

Distance Sales, vendite di lusso a distanza (ma come in boutique)

di Enrica Roddolo | 21 feb 2022



Dai software di servizio realizzati per Poste Italiane o Enel, al brevetto di una piattaforma ad hoc per vendere capi di lusso. A distanza. «Nei mesi di pandemia ci siamo confrontati con i big del lusso alto di gamma, da Gucci a Loro Piana o Dolce & Gabbana, per capire come realizzare soluzioni tecnologiche integrate per vendere a distanza dalla boutique, con la stessa esperienza di uno shopping reale: il risultato è Distance Sales, adesso in attesa di brevetto. E siamo già in trattativa con big player fashion», anticipa a *L'Economia*, Romeo Quartiero, fondatore e ceo di DS Group, l'azienda italiana fondata nel 1991 a Milano e specializzata nella creazione di soluzioni di digital evolution e unified commerce disegnate su misura per i brand di ogni business.

Dalle telco al fashion

Così dopo trent'anni a fianco di grandi aziende italiane dal mondo media alle telco, dalla finanza all'energia e Oil & gas, il gruppo — 12 milioni di fatturato, 150 digital engineers, 200 mila utenti mobile, 10 mila negozi e 150 clienti — ha deciso di guardare anche la fashion. Mettendo a punto una piattaforma proprietaria per vendere a distanza. Come una vendita whatsapp o via zoom, opzioni sperimentate dai brand nella pandemia? Con quale differenza, da meritare un brevetto? «La piattaforma Distance sales è pensata in modo centralizzato dal brand e non ha il limite della discontinuità dei percorsi di shopping a distanza utilizzati giocoforza nel lockdown: dalla visione dei capi a distanza, alla scelta, e fino al pagamento tutto avviene su di un'unica piattaforma», spiega Quartiero che negli ultimi anni ha già avviato un portfolio di collaborazioni fashion con Kering Eyewear, Max Mara e Luxottica.

Tablet e boutique

«Con Max Mara abbiamo messo a punto Wholli che permette ai brand di gestire la rete di wholesaler introducendo le dinamiche tipiche dei negozi retail: consente ai commessi muniti di tablet di vendere capi anche non presenti in boutique. Una soluzione ideale per boutique multimarca». Proprio per il nuovo focus sulla moda DS Group ha appena aperto Oltralpe la subsidiary a Parigi: Distance Sales. «E dopo Parigi è già in programma a inizio 2022 l'approdo anche a Londra con una seconda subsidiary estera: stiamo selezionando il country manager», dice Quartiero che è partito con il suo progetto proprio dal mercato internazionale. Due anni fa ha rilevato la quota in mano alla ex moglie e oggi detiene il 100% della società. «Nei primi anni '90 con la mia tesi di laurea sono volato negli Usa, a Greenwich nel Connecticut dopo ho iniziato a studiare l'evoluzione dei primi palmari: da lì l'idea dell'App per i palmari utilizzati da Enel per il cambio dei contatori. Negli Usa il gruppo è stato presente fino al 1995, intanto da quel primo test sono venuti i progetti con iPhone e Ipad per Luxottica e Kering, adesso la svolta di Distance Sales». Primo test di Distance Sales con Eligo Milano, il primo marketplace di Personal Stylist per far conoscere il Made in Italy».

Nuova app

La nuova applicazione immersiva permette al sales assistant di ricreare a distanza l'atmosfera del rituale di vendita in store, offrendo a ogni cliente una shopping experience su misura, arricchita da contenuti digitali pensati per massimizzare le opportunità di vendita: video, rendering 3D, style tips. Dopo l'acquisto il cliente ha la possibilità di seguire in tempo reale lo stato della delivery ed integrare facilmente i suoi acquisti. Le informazioni raccolte durante la sessione permettono inoltre allo store di continuare a comunicare con il cliente attraverso azioni di marketing ad hoc finalizzate alla fidelizzazione.