



## Q Shopping online\_

### FASHION 4.0: LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA MODA

Velocità, reperibilità, massima possibilità di scelta. Sono le tre voci che ormai da anni, nel mondo del fashion, rendono l'e-commerce il modo che gli utenti prediligono per fare shopping.

Nell'epoca del 4.0 infatti, la tecnologia si mette al servizio di ognuno di noi, esplicando le sue potenzialità al massimo: rendendo immediatamente disponibili un numero pressoché infinito di prodotti di ogni tipologia.

L'acquisto è più veloce di un clic, a volte, perché gli e-shopper conoscono già gusti, stili e misure di chi compra. Generando così un circolo virtuoso che ha portato, ad esempio, una crescita del 15 per cento degli acquisti online nell'ultimo anno, con una spesa di 31,5 miliardi di euro. Ma a sfruttare a pieno tutte le potenzialità della tecnologia non sono i semplici e-shop e App di singoli brand: il vero salto è costituito dai rivenditori multimarca. Tutta la merce del mondo, in una sola app.

#### \_ UN INCREMENTO INARRESTABILE: COME E PERCHÉ

Non è difficile immaginare il perché del successo dei portali di acquisto che agglomerano più tipologie di prodotti, se si collega strettamente il modo di fare acquisti all'evoluzione veloce del mondo dall'avvento di internet prima, dello smartphone poi. Insieme, questi annullano tutti gli aspetti dell'acquisto tradizionale. Il primo, il fattore tempo: il non doversi fisicamente recare in un negozio o più, quando è il proprio store preferito a trasferirsi sul proprio personal computer, portandovi di fatto tutta la merce.

**La scelta:** ovvero la possibilità di visualizzare, per ogni singolo prodotto, tutte le varianti, senza il rischio che non vi sia la taglia esatta o il colore desiderato. Quando ciò accade, è una semplice notifica che il prodotto è tornato disponibile.

**La semplificazione:** dubbi sulla taglia? Non serve misurare più capi, ma memorizzare le informazioni sulla propria fisicità, leggere le recensioni degli utenti, a volte specchiarsi virtualmente senza muoversi dal proprio divano. Un assistente personale è lì, accanto a noi, che ci consiglia il prodotto adatto. E comprarlo, a quel punto, diventa un meccanismo naturale perché si annullano quelle difficoltà che l'acquisto tradizionale porta con sé.

A ciò si aggiungono vantaggi e incentivi che tutti i portali riservano ai propri utenti: sconti disponibili soltanto online, offerte dedicate, prevendite, pezzi introvabili che magicamente compaiono nel carrello virtuale. Oltre che la possibilità di avere - a volte dopo poche ore: si pensi agli abbonamenti Prime - la propria merce. In qualsiasi parte del mondo ci si trovi, o quasi.

#### \_ IL MULTIMARCA

Va da sé che, per esplicare al massimo le potenzialità dell'e-commerce, serve avere a disposizione su una sola app (lo smartphone è protagonista dello shop online: genera il 40 per cento dello shopping) o su un solo sito tutte le scelte.

E, senza considerare il colosso Amazon, nel settore del fashion (che rappresenta il 54% degli acquisti online, la fetta maggiore del mercato insieme a mobili e complementi d'arredo) c'è solo l'imbarazzo della scelta. Dalle piattaforme dedicate esclusivamente alla moda del lusso come Farfetch, che ingloba oltre 2900 marchi e designer di abbigliamento e gioielleria spedendoli in 190 paesi del mondo, o Net-a-Porter. Servizi esclusivi sono quelli offerti da Privalia o Vente Privee, che ai propri soci offrono vendite temporanee di prodotti a prezzi vantaggiosi. O ancora, MyTheresa, Julian Fashion o infine Asos: i grandi marchi, quelli low cost e le linee create esclusivamente per l'online. Tutte le taglie, tutti i modelli, tutte le fasce di prezzo. In un secondo, dentro il proprio armadio.