

Le nostre poltrone sono comode anche per navigare

Pubblicato: Martedì 18 Maggio 2010



«La crisi è stata l'occasione per razionalizzare quello che serve, cosa che non puoi fare nel momento della crescita quando hai l'affanno di inseguire la domanda». E **Roberto Boselli, Cio di Poltrona Frau (presente a Elmec Vision)**, brand nel settore del design d'alta gamma che fattura **240 milioni di euro**, ha deciso di razionalizzare il web. «Se oggi il campo di gioco è la rete – spiega Boselli – il tempo della partita sappiamo che è di quattro, al massimo cinque, minuti. Allora nel progettare questa piattaforma abbiamo pensato alle persone che si aspettano velocità e informazioni, senza intimidirle e farle perdere in labirinti inutili. Insomma, ci siamo fatti le domande che si fanno tutti quando devono acquistare dei mobili».

Il **sito di Poltrona Frau** è di un'eleganza essenziale, facile da navigare, con il marchio sempre visibile, elemento questo fondamentale per un gruppo che raccoglie al suo interno altri brand prestigiosi come **Cassina e Cappellini** (il primo ha fatto la storia del design, il secondo è considerato l'avanguardia), **Thonet, Gufram e Nemo**. «Con queste acquisizioni – continua Boselli – c'è stato un passaggio da network di aziende a gruppo che propone una gamma di **850 prodotti d'alta qualità** pensati dai più grandi designer al mondo».

Ciò che fa la differenza, nel caso di Poltrona Frau, è il modo in cui i prodotti vengono presentati sul sito web. Trattandosi di "oggetti" che hanno un alto valore aggiunto, non solo perché pensati dai grandi nomi del design, ma anche per il tipo di lavorazione che, nonostante i numeri e la tecnologia industriale, ha ancora un sapore artigianale, occorre mostrare anche il percorso concreto della nascita di un mobile. «Intorno a un brand bisogna creare un'emozione – spiega il manager – e al tempo stesso riportare il navigatore all'essenza di ciò che si fa. Nel caso di Poltrona Frau era la **sintesi tra un'idea, l'utilizzo di materiali scelti con cura e il saper fare acquisito negli anni**. Ecco perché nel virtual tour della nostra azienda mostriamo come vengono imbottite a mano le poltrone».

La strategia di Boselli include anche i **social network** (Facebook, Twitter, LinkedIn), strumenti che ormai vengono utilizzati quotidianamente sia nel processo produttivo sia per delineare le scelte aziendali. «Quando il giornalista **Beppe Severgnini** ("Corriere della Sera" ndr) dice che su Facebook la gente si comporta come se fosse al bar tra amici, ha ragione. Questo vuol dire che per le aziende il social network è una miniera d'oro, perché è un contenitore straordinario di informazioni sui gusti e sulle preferenze delle persone».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

