

L'e-commerce traina il settore moda

Pubblicato: Lunedì 13 Maggio 2019



Con il progredire di internet, gli e-commerce hanno visto crescere enormemente la loro fortuna in tutti i campi, anche quello della moda che appare come uno dei settori più promettenti per coloro che vogliono cimentarsi nell'avventura di un negozio digitale. Sembra quindi una verità sotto gli occhi di tutti che il presente e il futuro della moda e della vendita di beni di largo consumo è l'e-commerce, anche in Italia.

Molto spesso ad avviare e-commerce nel settore moda non sono solo i grandi marchi e i grandi imprenditori che vendono i loro capi sul web raggiungendo il mercato mondiale, ma anche chi possiede un magazzino d'ingrosso abbigliamento può valutare la possibilità di avventurarsi verso la creazione di un e-commerce, preferendo vendere in prima persona i prodotti al consumatore finale. Questa organizzazione porta ad un'inevitabile riduzione della filiera tradizionale di distribuzione con vantaggi per i clienti, infatti, eliminando molti passaggi intermedi il prodotto arriva a loro e quindi alla fine catena con meno passaggi e questo si traduce in un costo migliore per il cliente finale. Certo, la realizzazione e il successo di un e-commerce è un processo che ha bisogno di tempo, c'è bisogno di oliare bene gli ingranaggi, ma una volta partito i frutti di un lavoro duro e ininterrotto non tardano ad arrivare.

Ma loro perché ancora tanta diffidenza? Il timore di molti imprenditori è che la realtà online possa distruggere quella offline, che questi innovativi canali di vendita spazino via definitivamente quelli che sono i canali offline. Molti sono ancora dell'idea che avere un e-commerce sia qualcosa d'incompatibile con il portare avanti un'attività di vendita tradizionali, anzi che i primi significano sempre la chiusura e la distruzione dei secondi. In realtà per molte piccole e medie imprese locali la vendita online può essere

una grande opportunità di crescita, la concreta possibilità di espandere il proprio business, potendo commerciare i propri prodotti anche in territori lontani dalla propria attività d' imprenditoria locale. Questo meccanismo di pensiero sembra pian piano farsi strada tra i nascenti imprenditori italiani e, infatti, a fronte di molte realtà che decidono di puntare esclusivamente su un negozio online, mantenendo nell'offline solo un magazzino dove tenere l'ingrosso dei prodotti, molti sono gli imprenditori che decidono di investire il proprio budget sia in un negozio online che in uno offline, combinando le due cose.

Il mondo dell'e-commerce dal canto suo è in continua trasformazione proteso sempre verso il miglioramento, per garantire al cliente un'esperienza più completa. Se fino a qualche tempo fa i siti di e-commerce per ovviare alla mancanza d'esperienza concreta, ovvero, l'impossibilità di toccare con mano e provare su di sé il prodotto soprattutto nel campo moda, dava al cliente tutte le informazioni su vestibilità, composizione e descriveva tutte le sue caratteristiche affinché il prodotto potesse essere immaginato in tutti i suoi dettagli oggi si cerca di fare sempre di più. L'obiettivo ultimo di ogni e-commerce di abbigliamento è quello di offrire un'esperienza in grado di competere con quella che si vive in negozio fisico e cerca di arrivare a questo obiettivo non solo attraverso una più dettagliata descrizioni del prodotto, con consigli di stile, consigli di possibili abbinamenti, con prezzi competitivi e con una assistenza che non ti abbandona dopo l'acquisto; ma a tutto questo si aggiunge le nuove tecnologie che applicate al mondo e-commerce nel settore moda permettono di poter capire come potrebbe sembrare ai nostri piedi un paio di scarpe, come aprirebbe sul nostro viso un determinato colore di rossetto e altro ancora. Insomma, cerca di dare tutto quello che si ha quando si è serviti da una commessa nel negozio ma con la comodità di poter comprare da casa, o in qualsiasi altro luogo ci troviamo, e in qualsiasi momento della giornata.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it