

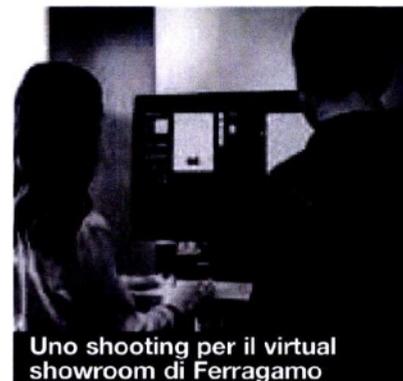
Progetti

Gli showroom svelano la rivoluzione virtuale

Dopo gli apripista Pvh, Ferragamo e Max Mara, sono sempre di più i marchi impegnati a studiare piattaforme digital per i buyer. **Margherita Malaguti**

Il B2B diventa virtuale e gli showroom, strumenti della vendita wholesale, incontrano i buyer digitalmente. Spinti dalla crisi scatenata dal covid-19, che ha dimostrato al fashion industry la validità di un solido governo dell'identità digitale di prodotto. Lo sa bene **Launchmetrics** che ha reso disponibile la sua soluzione di digital showroom consentendo ai brand di inviare lookbook personalizzati. E lo sa ancor meglio **Hyphen**, la società del veronese che opera nel panorama della digital transformation. Fondata nel 1998 da **Stefano Righetti**, oggi ceo, l'azienda è il motore dietro al Virtual showroom di **Salvatore Ferragamo** lanciato durante l'ultima edizione di **Milano moda donna** per avvicinare gli operatori asiatici e permettergli di consultare da remoto schede tecniche, foto e immagini interattive a 360° dei nuovi prodotti, portando a termine i pre-ordini in un ambiente cloud riservato e protetto. Una soluzione che è solo una tra le offerte di **Hyphen**, che da dieci anni collabora con la moda sviluppando progetti personalizzati per realtà come **Max Mara**, **Diesel**, **Etro** e **Valentino** e che vede oggi un'esplosione delle richieste. «La domanda è decuplicata e nuovi Virtual showroom saranno operativi a pieno da giugno. Per questo assumeremo più personale», ha dichiarato

Righetti, aggiungendo: «Il nostro servizio viene erogato in moduli differenti, dalla semplice vetrina a una piattaforma capace di gestire le relazioni tra sales manager e buyer. In più, rilasceremo la versione Easy, semplificata e pensata per sostenere le piccole aziende. I marchi con cui lanciamo oggi nuove funzionalità dimostrano la loro lungimiranza nell'aver avviato il processo di trasformazione prima dell'avvento della crisi, ma chi non ha saputo cogliere il cambiamento è ancora in tempo». Sulla cresta dell'onda anche **Hatch**, la startup nata ad Amsterdam nel 2014 ed entrata nel mirino di **Pvh** che l'ha voluta per i Digital showroom di **Tommy Hilfiger** e **Calvin Klein**. Se il primo ha inaugurato la sua piattaforma nel 2015 ad Amsterdam per poi lanciarla in più di 25 sedi fisiche worldwide, il secondo ha seguito l'esempio con 19 siti. Numeri che dimostrano uno spirito pionieristico, specie quello di **Tommy Hilfiger** che ha funzionizzato un bancone touchscreen e schermi interattivi con cui i team di vendita presentano ai compratori le collezioni. Non semplici display, dal momento che intelligenza artificiale e ologrammi consentono la visualizzazione 3D dei prodotti digitali. Per una svolta imprenditoriale e una rivoluzione green che elimina sprechi e campioni fisici. (riproduzione riservata)



Uno shooting per il virtual showroom di Ferragamo

