

Aeffe: internalizza gestione e-commerce dei suoi brand

MILANO(MF-DJ)--Aeffe gestira' internamente l'integrazione dei canali di vendita on-line e off-line, rafforzando la strategia distributiva omni-canale. Grazie alla creazione di un team dedicato, si legge in una nota, Aeffe si occuperà direttamente degli on-line store dei suoi brand di proprietà, tra cui Moschino, Alberta Ferretti, Philosophy di Lorenzo Serafini. I nuovi flagship store online saranno concepiti come luoghi esperienziali ed interattivi, orientati ad offrire servizi sempre più su misura del cliente. Il sito e-commerce di Pollini continuerà ad essere gestito secondo le attuali modalità in via indipendente. Il nuovo progetto verrà sviluppato su scala globale in partnership con [Triboo](#), che supporterà Aeffe nella realizzazione delle piattaforme e-commerce e nella definizione e implementazione del piano di digitalizzazione in qualità di digital management & consulting company. In particolare, [Triboo](#) si occuperà del design, della user experience, dei contenuti delle rinnovate piattaforme, oltre a tutti gli aspetti di fulfillment e digital marketing. La logistica a livello globale sarà in capo a Aeffe, scelta strategica che mira a beneficiare delle sinergie derivanti dall'integrazione tra negozi offline e online, con servizi come il "click and collect" e il reso in store, massimizzando le performance del magazzino. Sul fronte dell'internazionalizzazione, priorità ai mercati ad elevata crescita, soprattutto nell'area della Greater China e Asia Pacific, oltre a Stati Uniti, ove Aeffe già registra gran parte delle attuali vendite on-line. In Cina [Triboo](#) accompagnerà i brand di Aeffe sui marketplace fashion e sui social media tramite la controllata [Triboo](#) Shanghai Ltd. Da qui saranno gestite anche le attività cross-border per raggiungere tutto il mercato del Far East. Negli Stati Uniti, verrà implementata una strategia di operations localizzata a livello di customer service e di logistica, incrementando i livelli di servizio e avvicinando ulteriormente i brand ai suoi clienti. "Aeffe sta investendo molto nell'implementazione di strategie volte a rafforzare il posizionamento dei propri brand a livello internazionale - ha detto Marcello Tassinari - puntando su creatività, dinamicità e su una distintiva customer experience. Con il lancio di questo progetto digitale, sfruttando al meglio le innovazioni tecnologiche, Aeffe mira ad un'ottimizzazione dell'integrazione tra i canali di vendita, fisico e online, al fine di rendere il dialogo con i consumatori finali dei nostri brand di proprietà sempre più fluido anche attraverso un efficace servizio personalizzato". com/lus (fine) MF-DJ NEWS))