

PER INTEGRARE I CANALI DI VENDITA ONLINE E OFFLINE

TRIBOO FIRMA IL NUOVO PROGETTO OMNI-CHANNEL PER GRUPPO AEFPE

Il **Gruppo Aeffe** rafforza la strategia distributiva omni-channel, gestendo internamente l'integrazione dei canali di vendita online e offline. Grazie alla creazione di un team ad hoc, Aeffe si occuperà direttamente degli store online dei 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 l'azienda 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. Le innovative piattaforme digitali di esperienza di acquisto consentiranno il rafforzamento della presenza internazionale e una focalizzazione

sui big data per comprendere al meglio le abitudini e i bisogni dei clienti. **Marcello Tassinari**, direttore Generale del Gruppo Aeffe, commenta: "Aeffe sta investendo molto nell'implementazione di strategie volte a rafforzare il posizionamento dei propri brand a livello internazionale, 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".

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

