WELOVEFUR

Data: 07 - 08 - 2018
Pagina:
Foglio: 1

BY SAMANTHA DE REVIZIIS / HOME / PELLICCE / 7 AGOSTO 2018

ALWAYS ON LA FIERA VIRTUALE DI THEONEMILANO

La fiera virtuale di TheOneMilano che permette a buyer ed espositori di incontrarsi tra mondo digitale e realtà

TheOneMilano lancia in occasione della prossima edizione del salone dedicato all'haut-à-porter di settembre ALWAYS ON.

Always On è una piattaforma virtuale punto di incontro tra visitatore ed espositore dove si potranno vedere e selezionare i capi che saranno presenti negli stand al fine di rendere più semplice ed efficace la permanenza all'interno di una fiera che si svolge durante una settimana densissima di appuntamenti: la Settimana della Moda di Milano.

Nessuna azione di vendita sarà conclusa attraverso la piattaforma per cui la presenza fisica alla manifestazione rimarrà requisito fondamentale per poter effettuare ordini.

> "TheOneMilano punta sul prodotto degli espositori – dichiara Elena Salvaneschi, segretario generale del Salone – Le collezioni presenti negli stand sono selezionate attraverso un preciso lavoro di scouting fatto dalla nostra Segreteria e dai nostri consulenti in modo che a parlare sia appunto il prodotto, la sua qualità, il lavoro fatto per realizzarlo, i materiali impiegati, le tecniche lavorative e di produzione utilizzate. Alle nostre expertise abbiamo aggiunto la divisione digital, una realtà oggi impossibile da trascurare. Lanciamo questa piattaforma per consentire agli espositori di caricare le proposte moda che più li rappresentano, favorendo i buyer nell'accesso al contenuto della fiera, anche da remoto, in modo che la fase commerciale sia facilitata. Con questo progetto abbiamo voluto rompere gli schemi spazio-temporali e fornire informazioni sia d'acquisto sia sulle collezioni in termini 365/24/7".

La piattaforma é stata realizzata con il contributo della **Regione Lombardia** e prende vita attraverso un software sviluppato appositamente.

Il front-end permette una navigazione intuitiva in cui il buyer effettuerà la ricerca in prima istanza per macro categorie per poi affinarla maggiormente attraverso facili strumenti specifici.

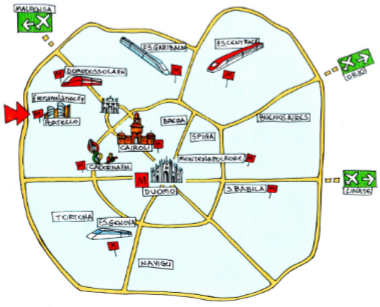
Il back-end, seguendo la sessa logica del front-end, permetterà all'espositore di decidere quali e quante informazioni inserire riguardo il suo prodotto.

"Le collezioni digitali degli espositori verranno presentate in un'area riservata del sito di TheOneMilano alla quale hanno accesso esclusivamente i buyer accreditati dalla segreteria organizzativa – continua Elena Salvaneschi – La nostra intenzione è quella di fare di questa piattaforma un vero e proprio strumento di marketing. Ogni sei mesi consegneremo agli espositori un report delle query avute sul loro profilo e sui loro prodotti, in modo che possano orientare le loro azioni commerciali: per esempio se l'azienda avrà ricevuto picchi di interesse da buyer coreani e su capispalla, sarà per lei più oggettivo decidere di trovare un agente o di partecipare alle missioni nei diversi Paesi, che proporremo attraverso la collaborazione con l'agenzia Ice e che sono già allo studio."

Per promuovere ALWAYS ON sono state attuate tecniche di marketing tradizionale e digital.

Questo nuovo mondo virtuale e reale di TheOneMilano prenderà vita dal 21 al 24 settembre a Fieramilanocity.

La mappa di dove si trova TheOneMilano



Credit: TheOneMilano.com