

Internazionalizzazione, m-commerce e digital PR: la sfida europea di Showroomprive

Milano, ottobre 2012 – A pochi giorni dal lancio del sito in Portogallo e Olanda, Showroomprive fa il punto della situazione su un business che si conferma più solido che mai. L'internazionalizzazione, l'allargamento dell'offerta e la disponibilità di servizi sempre più qualitativi ampliano la visibilità di una vetrina esclusiva come Showroomprive, il secondo sito di vendite evento in Europa, sia per acquisire nuovi membri sia per farsi conoscere da nuovi brand - potenziali partner - e allargare ancora di più l'offerta, in quello che si configura come un vero e proprio circolo virtuoso: più paesi, più clienti, più brand.

*"La forte espansione di Showroomprive deve confrontarsi con utenti provenienti da diverse nazioni europee", dichiara **Stefano Zanetti, Head of International Marketing di Showroomprive.** "Per comunicare efficacemente con tutti, Showroomprive presta una particolare attenzione a adattare la sua realtà a lingua e cultura del posto, con una comunicazione che tiene conto anche di tutte le caratteristiche formali del target locale a cui si rivolge, pur preservando l'identità originale del sito. Ovviamente, per ciascun paese determinati servizi sono personalizzati e rispondono alle esigenze del paese, come per esempio i sistemi di pagamento olandese e portoghese: ci siamo infatti dovuti confrontare con delle modalità specifiche, a cui ci siamo subito adattati senza difficoltà."*

Per una compagnia che si occupa di moda come Showroomprive, l'Italia ha un alto valore strategico, considerando la presenza sul territorio di grandi brand della moda e del design di rilevanza internazionale. Inoltre, data l'alta penetrazione di smartphone sul territorio, altro punto della strategia di Showroomprive in Italia è il potenziamento del mobile-commerce: gli smartphone diventano così un canale utile per i siti di vendite-evento, dove per cogliere un'occasione è necessario sfruttare la propria presenza nella Rete in un preciso istante:

"I nostri membri italiani già dimostrano di apprezzare l'offerta e i servizi che il sito offre come la consegna in 72 ore, frutto di forti investimenti in logistica per ottimizzare i tempi di consegna, riducendo l'attesa del proprio ordine in modo significativo. I risultati economici dei primi mesi del 2012 confermano inoltre la tendenza positiva del settore e-commerce nel mercato

showroomprive.it

*italiano e le aspettative per il prossimo anno sono più che promettenti", continua **Zanetti**. "Una grande importanza per questi risultati va all'e-commerce: dal lancio dell'applicazione per iPad, iPhone e Android, il **XX%** del fatturato totale di Showroomprive in Italia è arrivato proprio dal mobile".*

Infine Showroomprive rivolge una particolare attenzione alle digital PR: social network e blogger relation sono tra gli strumenti più importanti nella relazione tra marche e utenti, perché permettono una comunicazione diretta e l'annullamento di molte barriere.

I canali social offrono ai consumatori una voce con cui le aziende devono sapere "interagire" e da cui raccogliere informazioni utili a migliorare il servizio proposto. I blogger invece sono persone che scrivono spesso per passione e recensiscono prodotti o servizi che hanno testato in prima persona; i loro blog diventano un ottimo canale per raggiungere un target di lettori che condivide la sua stessa passione e che si fida delle sue opinioni. Vale in questo caso la regola del "passaparola": se il prodotto/servizio offerto non è soddisfacente, una recensione non proprio entusiasta su un blog può diventare un forte deterrente rintracciabile sul web. Per questo Showroomprive tiene sempre presente i bisogni dei propri membri, al fine di offrire loro il miglior servizio di sempre.

A proposito di Showroomprive

Showroomprive.it è la seconda azienda di vendite private in Europa. La compagnia nasce in Francia dall'incontro dei due imprenditori Thierry Petit e David Dayan ed è cresciuta in maniera sorprendente fino a raggiungere un fatturato di 180 milioni euro nel 2011, di cui 5,5 milioni solo in Italia. Showroomprive offre sconti fino al 70 % per le migliori marche internazionali e italiane ai suoi 550 mila membri italiani e 10 milioni europei. Attualmente Showroomprive è presente in Spagna, Francia, Italia, Regno Unito e Olanda e sta preparando le prossime aperture in Turchia, Portogallo, Belgio e i paesi della Scandinavia.

Showroomprive.it ha un team in continua crescita che conta più di 440 persone, uffici a Parigi e cinque centri di operazioni logistiche che hanno una superficie totale di 70 mila metri quadrati. Ad agosto 2010, il fondo d'investimento Accel Partners, primo nel settore di Internet e delle nuove tecnologie, ottiene una quota di minoranza nel capitale di Showroomprive. Petit e Dayan continuano a controllare l'80% delle azioni dell'impresa.

A maggio 2012 Showroomprive ha lanciato la "Consegna Rapida in 72 ore" in Italia, diventando la prima azienda di vendite private online che offre il servizio in tutti i paesi in cui opera.

Showroomprive.it propone circa 1.604 vendite di diverse marche all'anno, che ruotano ogni 4 o 5 giorni. Showroomprive.it offre il meglio delle collezioni donna, uomo e bambino, accessori, arredi e prodotti per la casa, cosmetici e prodotti di bellezza, attrezzature sportive, materiale audiovisivo, hi-tech e profumeria.

Per ulteriori informazioni:

Showroomprive

showroomprive • it

Virginia Hernandez - +34 91 524 74 73 virginia.hernandez@showroomprive.com