

#Speciale Back to School

Showroomprive presenta le chiavi per fare sì che i bambini tornino a scuola pieni di energia e di curiosità e per superare la “sindrome infantile post-vacanziera”

- Showroomprive lancia la sua campagna speciale “Dressing de Kids” per il rientro a scuola con sconti fino al 70% sul prezzo iniziale
- Secondo il sondaggio Smart Shopping Satisfaction realizzato da Showroomprive, il 34,6% delle donne compra più online da quando ha figli e il 41% delle mamme si definisce “sempre indaffarata”.
- Le donne che hanno figli costituiscono più del 50% dei 2,3 milioni di soci di Showroomprive in Italia, e sono definite come “Digital Mums.”

Milano, 26 agosto 2015 – Le vacanze stanno per finire, si potrebbe approfittare degli ultimi giorni di vacanza per stare con la famiglia e andare in piscina o al parco e prepararsi per tornare alla routine della scuola con energia e ottimismo. Potrebbe risultare complicato riuscire a far sì che i bambini tornino a scuola motivati, specialmente dopo così tanti giorni senza doversi sedere al proprio banco. Come riuscire ad aiutarli ad affrontare il ritorno in classe con allegria e tornare a rispettare gli orari della scuola? La sindrome post – vacanziera influenza anche i bambini ed è fondamentale che i genitori sappiano come rilevarlo e risolverlo appena si fanno visibili i primi segni di tristezza, mancanza di concentrazione, irritabilità e apatia:

1. Per aiutare i più piccoli ad affrontare il rientro a scuola, è consigliabile iniziare con un po’ di anticipo ad **adattare gli orari in modo che il bambino vada a dormire e si alzi alla stessa ora di quando inizierà le lezioni**. In questo modo il piccolo non assocerà la “libertà” di orario e l’andare a dormire tardi al periodo di vacanza, inoltre le prime settimane di scuola non si sentirà stanco.
2. **Fare insieme la spesa per la scuola**. Può aiutare il coinvolgerli nello shopping di vestiti, delle scarpe, del materiale scolastico, e lasciare che scelgano loro qualche articolo. Questi momenti potrebbero essere utili per trasmettergli l’entusiasmo necessario per iniziare il nuovo anno. Tutti noi ricordiamo la gioia che si provava quando da piccoli ci regalavano gli astucci e le matite nuove.



3. Appoggio della famiglia: i giorni che precedono l'inizio della scuola è importante sfruttare le riunioni familiari (le cene, visite di parenti) e fare in modo che i membri della famiglia trasmettano al più piccolo l'allegria di cominciare un nuovo anno scolastico. Frasi come "che bello che inizi già", "quest'anno ti divertirai tantissimo", "quest'anno imparerai cose molto interessanti" aiutano il bambino a mantenere un'attitudine positiva.

4. L'importanza del risveglio. E' fondamentale svegliare il proprio figlio con un sorriso sulle labbra. Le parole che si usano, i toni, i gesti, tutto deve servire a trasmettere la felicità che si prova di alzarsi e cominciare la routine giornaliera. Anche se ci si sente stanchi o non si ha dormito bene, è importante che il risveglio del figlio sia un momento pieno di energia e ottimismo che lo aiuti ad alzarsi di buon umore e ad affrontare con voglia il primo giorno di scuola.



5. Non arrenderti. È normale che in alcuni casi i propri figli ricorrono al pianto e ai capricci dal momento che si alzano fino all'ingresso a scuola, specialmente se il nuovo inizio coincide con l'arrivo di un fratello più piccolo. Non bisogna arrendersi ai pianti e bisogna mantenere la stessa routine e gli stessi orari della sveglia, del bagno, della colazione di modo che capisca che non è possibile ritirarsi e aiutarlo ad assumersi le sue nuove responsabilità scolastiche.

6. Se passate 3 settimane si nota che il bambino non ha recuperato la motivazione e continua a fare molta fatica ad alzarsi per andare a scuola, non racconta delle cose che fa in classe e continua ad essere apatico, è il momento di parlare con gli insegnanti oppure, se presente, con lo psicologo della scuola, per aiutare il bambino ad affrontare il corso con entusiasmo con l'aiuto di linee guida specifiche.

DRESSING DE KIDS

Dressing De Kids è la campagna speciale "Rientro a Scuola" organizzata da Showroomprive.it, uno dei leader del settore di moda online in Europa, con vestiti e materiali per l'infanzia orientati specialmente per il rientro a scuola dei più piccoli.

Dal 4 all'8 settembre 2015, più di 2,3 milioni di soci italiani di Showroomprive potranno accedere ad una vendita unica con marche esclusive e sconti del 70% sul prezzo iniziale.

Dressing de Kids è una selezione colorata e creativa che offre una varietà di look, materiali e articoli di moda dedicati ai più piccoli. Con 5 collezioni diverse, "Tempo Libero", "British College", "Jungle", "Pep's" e "Come i saggi", Showroomprive ha riunito sotto la stessa campagna le principali marche di moda con vestiti e accessori per tutti i gusti e per tutte le occasioni e sempre pensando al bilancio familiare.

LE MADRI ITALIANE: SEMPRE OCCUPATE

La sensazione di essere "sempre occupate", fa sì che il 69,5% delle donne italiane, secondo lo studio di "Showroomprive Smart Shopping Satisfaction 2014" sviluppino "nuove tecniche di shopping" usando internet per risparmiare tempo.



Inoltre, il 40,6% delle donne italiane afferma che per lo scarso tempo libero a disposizione si sono convertite in donne “mutlitasking”, cifra che aumenta al 42% nel caso specifico delle Digital Mums. Di fatto, il 34,6% delle mamme italiane, che accede a Internet da casa o da un dispositivo mobile, conferma che dal momento in cui hanno avuto figli compra di più online.

Perché le mamme italiane comprano online? Le Digital Mum italiane: senza tempo libero, sempre occupate e sempre connesse a internet per risparmiare tempo e denaro

Il 41% delle mamme dichiara di “essere sempre occupate” e per questo ricorre all’eCommerce per risparmiare tempo

- Il 96,8% delle intervistate (il 96% delle madri) associa “fare acquisti intelligenti” a trovare un prodotto di qualità a un prezzo minore e senza aver impiegato troppo tempo nella ricerca.
- Il 69,5% delle donne (il 71% delle madri) afferma che, grazie a Internet, ha sviluppato nuove tecniche di acquisto per poter fare buoni acquisti senza uscire dal proprio budget di partenza.
- Il 94,3% delle donne (il 95% delle madri) prova una sensazione di piacere quando fa un buon acquisto.
- Il 34,6% delle madri italiane conferma di acquistare di più online da quando ha figli.

Il profilo della Mamma Digitale e della Donna Digitale italiana è quello di una donna, tra i 25 e i 49 anni, che prova a creare un equilibrio tra la vita personale, familiare e professionale e ricorre a internet nella propria quotidianità proprio per riuscirci.

A proposito di Showroomprive

Showroomprive è tra i principali player delle vendite private online in Europa. Showroomprive distribuisce più di 1.500 marchi di moda per donna, uomo e bambino, accessori, arredi, decorazioni e prodotti per la casa, cosmetici e prodotti di bellezza, gastronomia, attrezzature sportive, tra i suoi più di 20 milioni di soci registrati in Italia, Francia, Portogallo, Spagna, Regno Unito, Belgio, Paesi Bassi e Polonia. Showroomprive riceve Le GrandPrixdesEntreprises de Croissance 2014 Leader League, il Primo Premio, categoria assoluta, al NetcommeCommerce Award 2013, come miglior sito di e-commerce italiano e nella stessa edizione si aggiudica anche il premio come miglior sito della categoria Abbigliamento e Accessori. Ha inoltre conseguito il RedHerring Europe Top 100 Winners 2013, il premio “Best International Growth” ricevuto dall’organismo europeo EMOTA il Premio Nazionale all’impresa del Futuro 2014 assegnato da Ernst & Young e L’Express in Francia e il premio LSA all’Innovazione.

Showroomprive ha realizzato un fatturato di 480 milioni di euro nel 2014, di cui il 45% proviene da dispositivi mobile (smartphone e tablet). In Italia, attualmente vanta 2,3 milioni di membri, per un fatturato che nel 2014 ha raggiunto i 37 milioni di euro (+13% rispetto al 2014). Showroomprive, che ha iniziato a operare nel settore delle vendite private nel 1993 in ambito offline e ha fatto il salto all’on-line nel 2006, e ad oggi conta una squadra di oltre 600 persone, con uffici a Barcellona, Madrid e Parigi e 5 centri operativi logistici per un totale di 70.000 m2. Showroomprive propone inoltre un servizio “Consegna Express in 72 ore” in tutti i paesi in cui opera (24h in Francia). Showroomprive in Italia è membro di Netcomm, Il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano.

CONTATTI

Showroomprive

Virginia Hernández

virginia.hernandez@showroomprive.com

Marta Panera

marta.panera@showroomprive.com

Mirandola Comunicazione

Simona Miele-Sara Antonelli

Simona.miele@mirandola.net - sara@mirandola.net

348 2509895 - 329 4858838

0524 574708

www.mirandola.net

