

# 7 motivi per digitalizzare lo showroom e la raccolta di ordini dai buyer

Guida rapida alla gestione digitale  
delle campagne vendita

# INDICE

Introduzione | **3**

7 principali sfide | **4**

Perché digitalizzare lo showroom? | **6**

Perché digitalizzare i cataloghi fashion? | **7**

Perché digitalizzare la gestione ordini? | **8**

Un poker di aspetti | **9**

Case history Fedeli | **10**

# INTRODUZIONE

Ciao! Se stai leggendo questa guida molto probabilmente ti occupi di **fashion**, uno dei settori più profondamente colpiti dall'emergenza sanitaria.

Una ricerca McKinsey (*State Of Fashion, 2021*) ha chiesto ad un gruppo di Dirigenti della **moda** quale sia **la più grande sfida** per il settore nell'immediato futuro. Quasi la metà di loro (45%) ha affermato: la crisi economica da Covid-19. Fino a qui niente di nuovo, penserai.

La ricerca evidenzia poi le tre risposte più ricorrenti alla domanda "Qual è **la più grande opportunità** per il settore fashion nel 2021?". 8 risposte su 100 hanno citato l'aumento della quota di mercato, nel 10% dei casi è stata citata la sostenibilità. Ben **un intervistato su tre ha risposto "il digitale"**.

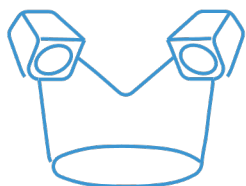
Dopo aver letto questa ricerca ci è venuta l'idea di riassumere i motivi per digitalizzare showroom e raccolta ordini dei *buyer*. Per farlo, ci siamo affidati all'esperienza e alle opinioni dei marketing e sales manager dei nostri clienti che ci hanno spiegato le esigenze che li hanno spinti a scegliere le nostre soluzioni.

Ah... quasi dimenticavamo di presentarci! Supportiamo la digitalizzazione nel mondo del publishing (del fashion ma non solo) da oltre 20 anni.

Piacere di conoscerti e buona lettura :)

*Il team CatFlow*

# 7 principali sfide degli Head of Sales e Marketing del Fashion



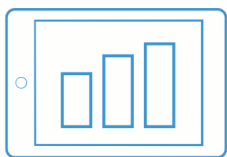
## 1. Impossibilità di visitare gli showroom per i clienti

Le restrizioni dovute all'emergenza sanitaria hanno reso **impossibili o complesse le visite agli showroom** fisici da parte degli agenti e dei clienti.



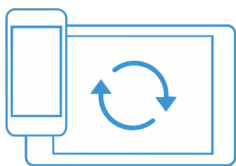
## 2. Indisponibilità dell'intera collezione negli showroom

Gli alti costi di produzione del campionario e i limiti fisici dello showroom rendono difficile **disporre dell'intera collezione** all'interno degli spazi espositivi di agenti e distributori.



## 3. Inefficienze nel rapporto con le agenzie di marketing

Il **continuo rimpallo** tra il team di creativi interno e agenzia esterna che supporta la creazione del catalogo generano spesso **ritardi e costi ingenti**.



#### 4. Informazioni da aggiornare su touchpoint diversi

I cataloghi sono elementi *vivi*, dotati di informazioni in continua evoluzione, quali descrizioni, foto e prezzi: il **disallineamento** su ogni asset è dietro l'angolo.



#### 5. Eterogeneità delle tipologie di cataloghi gestiti

*Linesheet, lookbook, training book, moodboard...*  
**documenti differenti con informazioni simili e molteplici versioni** di file alimentano le inefficienze.



#### 6. Timing lunghi di creazione del catalogo

Il tempo necessario per creare la versione definitiva di un catalogo spesso si scontra con l'**esigenza di anticiparlo ad agenti e clienti** che lo richiedono.



#### 7. Dispersione delle informazioni relative ai pre-ordini

E-mail, telefonate, fogli Excel... le proposte d'ordine raccolte in modo frammentato rendono dispendioso **gestire il pre-ordine in modo aggregato**.

# Perché digitalizzare lo showroom?

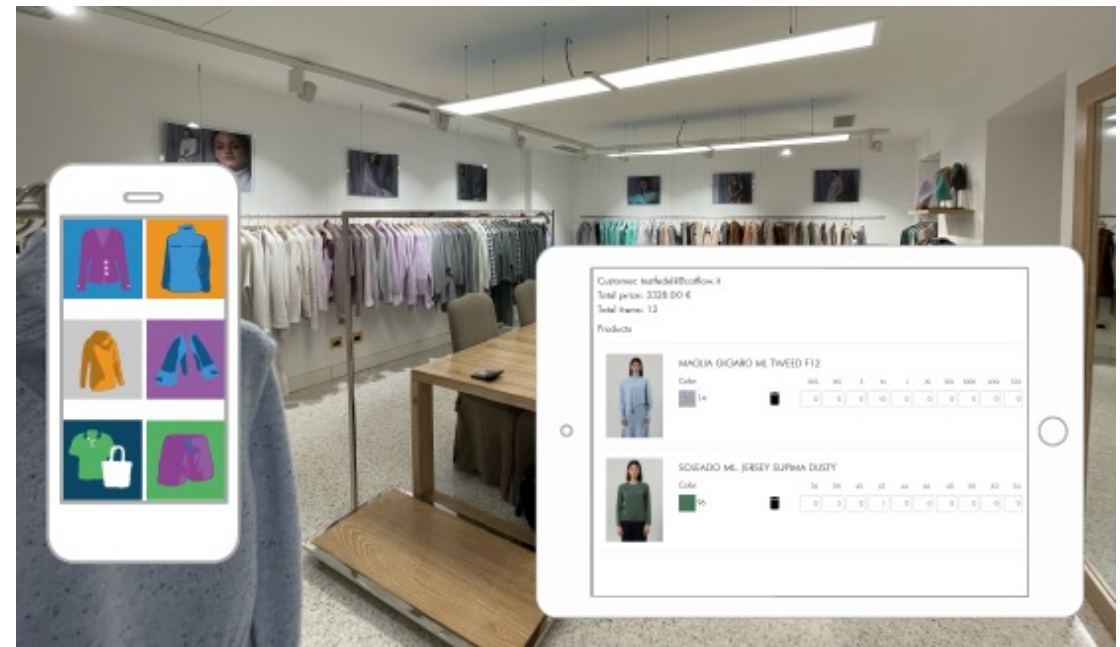
Andiamo con ordine e partiamo dalle sfide legate agli showroom. Le restrizioni agli spostamenti hanno evidentemente reso impossibile visitarli; inoltre, uno dei **limiti naturali dello showroom tradizionale** è legato alla frequente difficoltà di disporre fisicamente dell'intera collezione. Un gruppo di Head of Sales e Head of Marketing di aziende clienti ci ha spiegato come le nostre soluzioni li hanno aiutati su questo fronte.

**Lo showroom digitale è completo, visitabile on demand e 24/7**

Uno showroom digitale ha tanti, troppi vantaggi per essere riassunti in poche righe. Gli head of sales o marketing che lo hanno scelto affermano di poter innanzitutto offrire ai propri clienti uno spazio digitale **accessibile on demand**.

Questa scelta si è rivelata ancor più efficace nel contesto pandemico. Uno showroom virtuale consente infatti di rendere digitali le visite degli agenti dei clienti wholesales. Molti clienti hanno organizzato veri e propri **tour virtuali** guidando gli utenti all'interno dello **showroom digitale** per la presentazione della collezione.

In altre parole, la digitalizzazione dello showroom non solo garantisce la **continuità del business** ma ne estende le potenzialità. Se da un lato, infatti, elimina l'esigenza e i costi di spostamenti fisici (spesso superflui), dall'altro garantisce la **completa disponibilità dei capi** in fase di presentazione della collezione, ampliando quindi le opportunità di vendita.

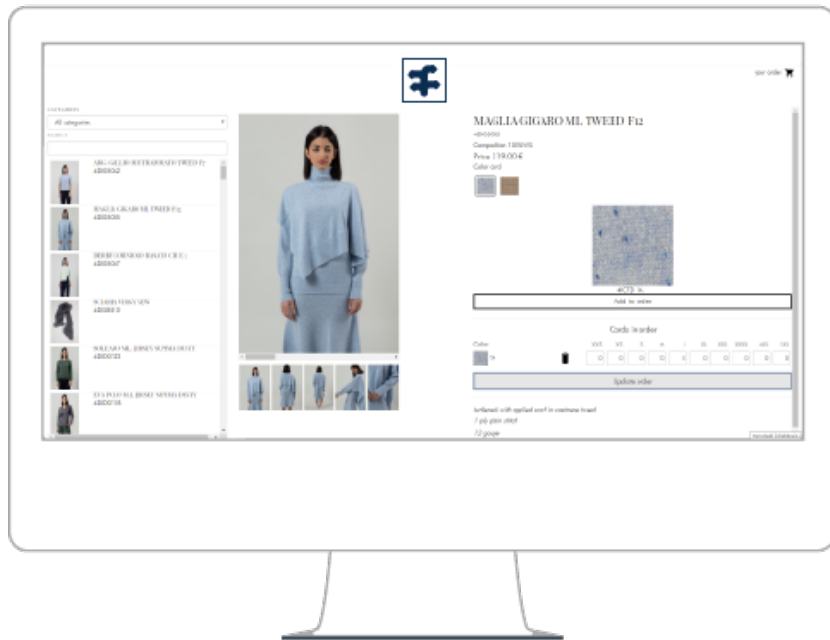


# Perché digitalizzare i cataloghi fashion?

E i cataloghi? Costruiti tradizionalmente su un **dispendioso processo a più mani** tra marketing interno e agenzia esterna, spesso proliferano in **versioni differenti**, con il rischio di fornire **informazioni disallineate a clienti** diversi. Anche in questo caso alcuni Head of Sales e Head of Marketing clienti ci hanno spiegato per il digitale è un valido supporto su questo fronte.

**Cataloghi digitali, creati rapidamente, aggiornati in tempo reale ... what else?**

Il primo grande vantaggio di una soluzione per la gestione di cataloghi è l'eliminazione dei costi (diretti e indiretti) relativi all'agenzia esterna. Area marketing e sales sono così autonomi nella produzione del materiale, partendo da template predefiniti (come *linesheet*, *lookbook* o *moodboard*). Un unico hub permette inoltre di effettuare gli **aggiornamenti in modo istantaneo** e capillare su tutti i cataloghi digitali. Questo significa poter condividere il catalogo con gli agenti e i clienti senza creare stratificazioni di e-mail e file obsoleti: l'accesso al contenuto avviene tramite un link permanente e il **catalogo digitale si aggiorna on demand** sulla base delle modifiche apportate dall'area marketing.



Alcuni dei nostri clienti apprezzano il digitale anche per la sua **proattività**. Funzionalità smart infatti permettono di **precompilare automaticamente sezioni del catalogo** (come l'indice).

La flessibilità garantita dai cataloghi digitali apre a ulteriori scenari di efficienza. Un singolo catalogo, infatti, può essere gestito in modalità **multilingua**. Ad ogni agente può inoltre essere inviata una **versione del catalogo personalizzata**, in termini di contenuti, prezzi e valute.

I cataloghi digitali si sono in altre parole rivelati una **soluzione win-win** per il **marketing**, sgravato da onerose attività manuali, ma anche per i **sales**, con time-to-market accorciati e marginalità più elevate.

# Perché digitalizzare la gestione ordini?

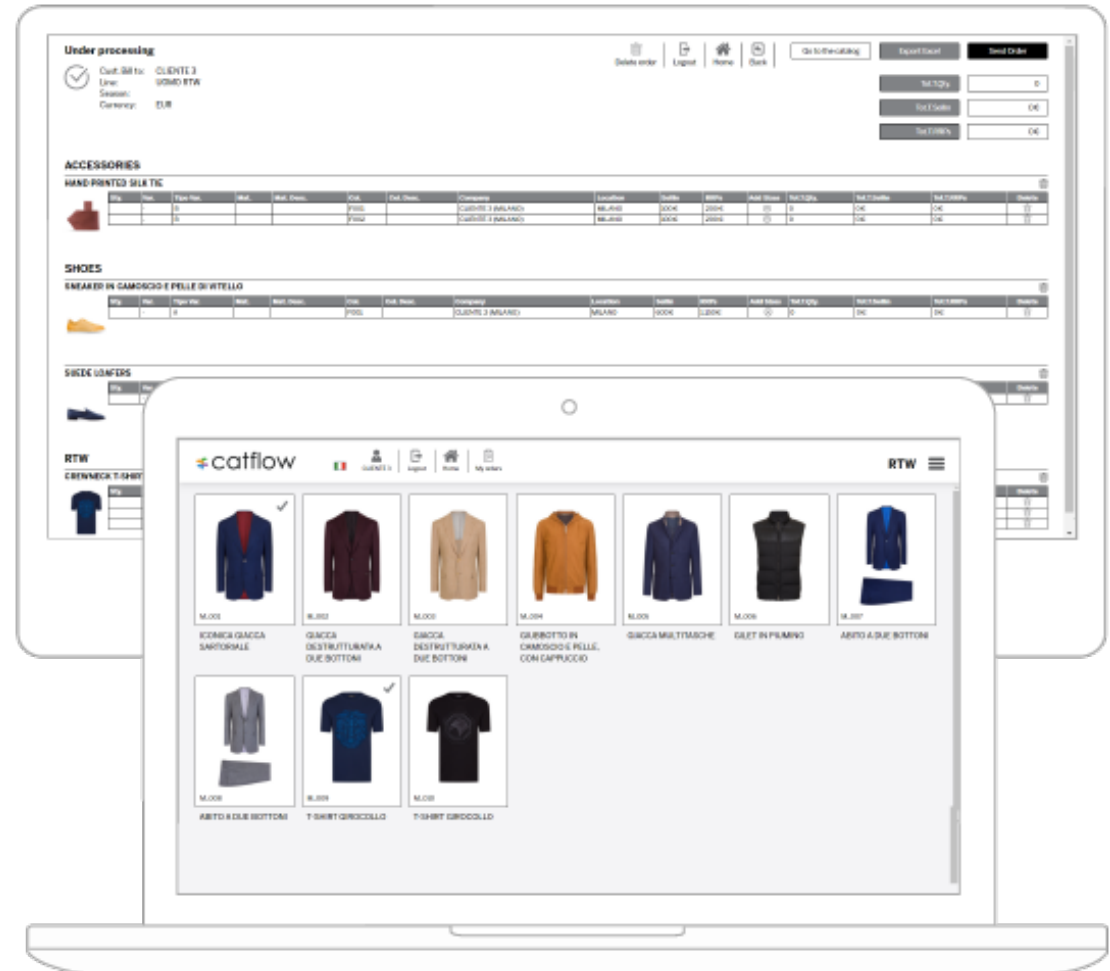
La raccolta ordini è una attività che può beneficiare in misura incredibilmente positiva della **digitalizzazione**. Il motivo principale è legato alla tipica modalità di gestione del **processo di ordine** (e pre-ordine); in una parola? Excel. Quando proliferano e-mail e versioni dei file di pre-ordine gestire gli ordini in modo aggregato diventa una sfida ardua. Un rischio da evitare vista la crucialità della buona riuscita della **campagna vendita** ed evitabile grazie al digitale.

## Le scelte nel catalogo diventano ordini registrati nel gestionale

I benefici di una gestione digitale degli ordini più apprezzabili sono quelli relativi al **dialogo tra il catalogo digitale e il gestionale aziendale**.

Molti clienti sfruttano la digitalizzazione del catalogo per consentire agli agenti delle aziende clienti di **effettuare il pre-ordine o l'ordine in fase di consultazione del catalogo**. Direttamente dal catalogo, infatti, gli agenti possono inserire quantità e tipologia dei prodotti di loro interesse.

L'hub digitale, **centralizzando le informazioni relative agli ordini dei clienti**, non solo evita la gestione destrutturata tipica dei file Excel ma rende anche **più agevole la registrazione** delle informazioni all'interno del **gestionale aziendale**.





# Un poker di aspetti da tenere a mente se sceglierai di digitalizzare showroom, cataloghi e ordini

Eccoci qua, siamo arrivati in fondo a questa breve guida. Speriamo di averti fornito un quadro esaustivo dei validi motivi per digitalizzare showroom e raccolta ordini dai buyer. Prima di chiudere il documento condividiamo con piacere una sintetica checklist di aspetti da tenere in considerazione prima di scegliere la soluzione che fa per te.

## 1. Con il cloud hai leggerezza ed efficienza

Non basta usare tool digitali per migliorare il tuo lavoro. Grazie al cloud puoi creare cataloghi e collaborare in mobilità e da ogni device. Il tutto rigorosamente a impatto 0 per l'area IT.

## 3. PIM, DAM O CMS? Non devi scegliere.

Accertati che la soluzione che sceglierai per digitalizzare il tuo showroom ti consenta di gestire al meglio le informazioni dei tuoi prodotti, abiliti la gestione di asset digitali e di contenuti.

## 2. User experience di oggi, successo di domani

Più *friendly* è un tool più rapide saranno adozione e apprendimento. Verifica che la configurazione non richieda hard skills tecniche e che siano disponibili layout e template preconfigurati.

## 4. Dialogo tra i sistemi = meno operatività

Non c'è migliore soluzione digitale di una che abiliti la massima integrabilità possibile con i sistemi informativi della tua azienda. Qualche esempio? ERP, web app, portali dedicati.

# La voce di uno dei nostri clienti...

## Il caso **Fedeli Cashmere!**

*«Dopo una sola campagna vendita possiamo definire CatFlow un investimento che si è più che ripagato. Ne stiamo già pianificando l'utilizzo su altri processi chiave che impattano la customer experience»*



**Valentina Avanzini**

Head of Marketing di Fedeli Cashmere

CatFlow – ePress SpA

[www.catflow.it](http://www.catflow.it)

**Scarica subito!**



 catflow