

MARTEDÌ, 12 GIUGNO 2018

BRANDSDISTRIBUTION LANCIA IN ITALIA IL PRIMO E-FRANCHISING

di Redazione



Dal commerce al e-commerce. Dal franchising all'e-franchising. È questo il futuro del mercato online.

L'innovazione arriva per la prima volta in Italia grazie a Brandsdistribution, uno dei maggiori operatori a livello globale della distribuzione online b2b di abbigliamento firmato e accessori, con un fatturato 2017 di oltre 20 milioni di euro e 120 marchi distribuiti in 173 paesi.

Il colosso del retail online lancia sul mercato italiano il modello dell'e-franchising con Sparco Fashion, il brand di abbigliamento sportivo ispirato al mondo del racing e della Formula Uno, del quale possiede la licenza esclusiva dal 2013.

Un'evoluzione di business rivoluzionaria, una soluzione "chiavi in mano" che consente al franchisee di iniziare immediatamente a vendere in esclusiva per l'Italia i prodotti del marchio Sparco Fashion sul proprio e-commerce.

Innumerevoli i vantaggi per l'e-franchisee che nel nuovo sistema è monomandatario e possiede la licenza esclusiva sul web per la vendita b2c: investimento iniziale minimo, nessun rischio di magazzino, sistema di distribuzione logistico stabilito fornito da Brandsdistribution, foto e video professionali per uso marketing e catalogo online con descrizione dettagliata in 5 lingue.

Pochi ma importanti i requisiti richiesti da Brandsdistribution per il recruitment: avere all'attivo un sito e-commerce di successo, possedere competenze di marketing digitale necessarie per promuovere un marchio b2c ed avere a disposizione il propri database di potenziali clienti in target.



e-franchising: la nuova frontiera del mercato online

Scritto il 7 giugno 2018 da Domenico Megali in Commercio & mercati, Primo piano



e-franchising: è questo il futuro del mercato online. L'innovazione arriva per la prima volta in Italia grazie a Brandsdistribution, uno dei maggiori operatori a livello globale della distribuzione online b2b di abbigliamento firmato e accessori, con un fatturato 2017 di oltre 20 milioni di euro e 120 marchi distribuiti in 173 paesi.

Il colosso del retail online lancia sul mercato italiano il modello dell'e-franchising con Sparco Fashion, il brand di abbigliamento sportivo ispirato al mondo del racing e della Formula Uno, del quale possiede la licenza esclusiva dal 2013. Un'evoluzione di business rivoluzionaria, una soluzione "chiavi in mano" che consente al franchisee di iniziare immediatamente a vendere in esclusiva per l'Italia i prodotti del marchio Sparco Fashion sul proprio e-commerce. Innumerevoli i vantaggi per l'e-franchisee che nel nuovo sistema è monomandatario e possiede la licenza esclusiva sul web per la vendita b2c: investimento iniziale minimo, nessun rischio di magazzino, sistema di distribuzione logistico stabilito fornito da Brandsdistribution, foto e video professionali per uso marketing e catalogo online con descrizione dettagliata in 5 lingue.

Pochi ma importanti i requisiti richiesti da Brandsdistribution per il recruitment: avere all'attivo un sito e-commerce di successo, possedere competenze di marketing digitale necessarie per promuovere un marchio b2c ed avere a disposizione il propri database di potenziali clienti in target.

"E' un sistema che abbiamo già testato in Francia e che ha funzionato da subito con crescite a doppia cifra su base annuale. Il supporto della nostra struttura per quanto riguarda produzione e logistica, unite al talento ed alla conoscenza del mercato e del target amante del racing del nostro partner francese ci hanno dato risultati oltre ogni aspettativa. Ecco perché abbiamo pensato di proporre questa innovativa soluzione anche su altri mercati, come appunto quello italiano, ricco di amanti del motorsport e con grande potenziale di crescita nell'e-commerce", dice Carlo Tafuri, fondatore Brandsdistribution.

LA NUOVA FRONTIERA DEL FRANCHISING È L'E-FRANCHISING

11/06/2018

Dal commerce al e-commerce. Dal franchising all'e-franchising. È questo il futuro del mercato online. L'innovazione arriva per la prima volta in Italia grazie a Brandsdistribution, uno dei maggiori operatori a livello globale della distribuzione online b2b di abbigliamento firmato e accessori, con un fatturato 2017 di oltre 20 milioni di euro e 120 marchi distribuiti in 173 paesi.



Il colosso del retail online lancia sul mercato italiano il modello dell'e-franchising con Sparco Fashion, il brand di abbigliamento sportivo ispirato al mondo del racing e della Formula Uno, del quale possiede la licenza esclusiva dal 2013. Un'evoluzione di business rivoluzionaria, una soluzione "chiavi in mano" che consente al franchisee di iniziare immediatamente a vendere in esclusiva per l'Italia i prodotti del marchio Sparco Fashion sul proprio e-commerce.

Innumerevoli i vantaggi per l'e-franchisee che nel nuovo sistema è monomandatario e possiede la licenza esclusiva sul web per la vendita b2c: investimento iniziale minimo, nessun rischio di magazzino, sistema di distribuzione logistico stabilito fornito da Brandsdistribution, foto e video professionali per uso marketing e catalogo online con descrizione dettagliata in 5 lingue. Pochi ma importanti i requisiti richiesti da Brandsdistribution per il recruitment: avere all'attivo un sito e-commerce di successo, possedere competenze di marketing digitale necessarie per promuovere un marchio b2c ed avere a disposizione il proprio database di potenziali clienti in target.

Carlo Tafuri, fondatore Brandsdistribution: "È un sistema che abbiamo già testato in Francia e che ha funzionato da subito con crescita a doppia cifra su base annuale. Il supporto della nostra struttura per quanto riguarda produzione e logistica, unite al talento ed alla conoscenza del mercato e del target amante del racing del nostro partner francese ci hanno dato risultati oltre ogni aspettativa. Ecco perché abbiamo pensato di proporre questa innovativa soluzione anche su altri mercati, come appunto quello italiano, ricco di amanti del motorsport e con grande potenziale di crescita nell'e-commerce".

Soluzioni e pacchetti «modellati» sulle Pmi



(Adobe Stock)

Sfruttare la Rete e le tecnologie digitali per ampliare il proprio raggio d'azione, amplificare la propria brand identity, vendere i propri prodotti in mercati altrimenti irraggiungibili. Sono molte le piccole e medie imprese del made in Italy che vogliono mettersi alla prova su questo fronte, allettate dai tassi di crescita delle vendite online. Non sempre, tuttavia, hanno la capacità o la potenza economica per intraprendere questo percorso di digitalizzazione e, soprattutto, di farlo in modo competitivo.

Proprio per venire incontro alle esigenze di questa fetta di imprese - aziende storiche del made in Italy, ma anche start up ad alto tasso di innovazione - sono nate realtà dal dna tecnologico in grado di fornire soluzioni e pacchetti "pronto uso" oppure di modellarle sulle richieste dell'interlocutore.

Ma sempre con uno sguardo verso il futuro. Tra queste aziende c'è Keros Digital, fondata quattro anni fa in Svizzera da tre italiani: gestisce tutte le fasi della vendita online - dal sito alla spedizione, fino alla fatturazione -, prendendosi in carico complessità che rischierebbero di arenare o di rallentare il processo, puntando alla massima efficienza e lavorando anche sulla doppia dimensione virtuale-reale, con progetti omnicanale.

La competitività, per chi vende online, passa infatti per la qualità del servizio, che include la disponibilità di una app, la velocità di navigazione, il customer care, ma anche la consegna e il reso gratuito. Agevola la presenza online delle piccole imprese anche Giglio Group, fondato 15 anni fa e oggi attivo nei segmenti e-commerce e media, e soprattutto nell'interazione tra questi due "canali", che prende forma (anche) nel T-commerce. Dal 6 giugno, per esempio, è attivo in Italia il primo canale televisivo (il 68 del digitale terrestre) connesso con una piattaforma e-commerce, ibox.it, che fa capo a Giglio.

Il progetto, che il gruppo da 78,8 milioni di euro di ricavi ha già sperimentato con successo in Cina, permette alle aziende di vendere online e, contemporaneamente, in tv.

Occhi puntati anche sulle piattaforme di vendita online B2B - come l'italiana Brandsdistribution.com oppure Ordre, nella quale ha di recente investito Alibaba -, che rappresentano un alleato sempre più valido per chi vuole usare il canale digitale per gestire i rapporti con i clienti wholesale (quindi i negozianti) in tutto il mondo. Cercando, anche in questo caso, di semplificare al massimo procedure che possono risultare fin troppo complesse per chi non ha dipartimenti ad hoc a disposizione.