

## Il video-shopping di Emily Dress

Collegamenti in diretta con clienti lontani che vogliono vedere i prodotti da acquistare



**20 Ottobre 2021** Una nuova, originale idea per promuovere i propri prodotti e per vendere anche a clienti lontani, ma con un contatto personale e diretto.

L'ha messa a punto Katrin De Lorenzi, titolare del negozio di abbigliamento per bambini “Emily Dress”, aperto lo scorso anno in viale Alberti.

La particolare qualità delle marche e degli abiti proposti in negozio e la grande attenzione ottenuta fin da subito tramite i social hanno creato un certo interesse anche in potenziali clienti che vivono in città lontane. Per questo, Katrin ha pensato a uno strumento più articolato rispetto alla vendita on line: il videoshopping.

La proposta è semplice: sulla base di specifiche richieste ricevute online, e in orari diversi da quelli della normale apertura del negozio (la sera, in pausa pranzo, la domenica), Katrin è disponibile a creare un video-collegamento in diretta dall'interno del negozio, guidando il cliente a vedere 'dal vivo' i capi esposti, seguendo le sue richieste o gli specifici desideri, senza limiti di orario: quindi aiutandolo a decidere se e cosa acquistare quasi come se la persona fosse presente. A quel punto, la merce verrà normalmente spedita alla città dell'acquirente, a prescindere dalla distanza.

“Quando ne ho parlato ho notato subito una notevole curiosità e molto apprezzamento – rivela Katrin -. A questo punto, ho deciso che si parte: un po' di richieste ci sono già, dovrò dedicare al lavoro qualche ora extra rispetto al solito, ma per la soddisfazione della clientela e per la crescita del negozio lo faccio molto volentieri. E poi è bello pensare di costruire relazioni più strette anche con persone che vivono altrove e sono interessate ai prodotti di Emily Dress: è una cosa molto lusinghiera, e credo che per chi acquista sia ben più stimolante che non consultare un semplice catalogo on line”.

Nella foto, Katrin De Lorenzi all'interno di Emily Dress 