

«Un modo nuovo per interagire con il cliente
E ci sarà l'assistente dello shopping online»



**Conoscitore
del mercato**
Carlo Bartorelli,
titolare di
gioiellerie
multimarca

«In Italia saremo i primi a partire con le vendite online delle marche del Gruppo Richemont», annuncia Carlo Bartorelli, titolare delle gioiellerie multimarca a Riccione, Pesaro, Milano Marittima, Forte dei Marmi, Cortina. «Subito con Cartier, poi con IWC, A. Lange & Söhne, Officine Panerai, Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre. Il nostro progetto di e-commerce, curato da mio figlio Marco, è stato attivato sei mesi fa». Una decisione strategica che arriva nel momento più opportuno e che denota coraggio ma naturalmente anche una grande conoscenza del mercato, delle sue dinamiche in continua evoluzione e dei suoi attori protagonisti. Da un po' di tempo a questa parte, d'altronde, i segnali del cambiamento erano ovunque. «I giovani sono sempre sui social con lo smartphone e amano comprare in rete. Spendono dai 500 a 5.000 euro e si affidano comunque al dealer più noto a livello internazionale». Fine della boutique dunque? «No, anzi, è complementare: anche se non sempre va a buon fine la vendita online, essa diventa un modo per interagire con il consumatore, allargare la base dei contatti e invitarli nei nostri punti vendita. A questo punto sarà sempre più rilevante il ruolo dell'assistente allo shopping online».

A. L.