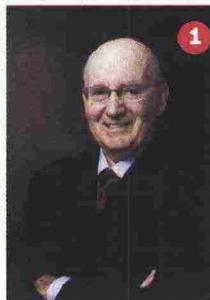
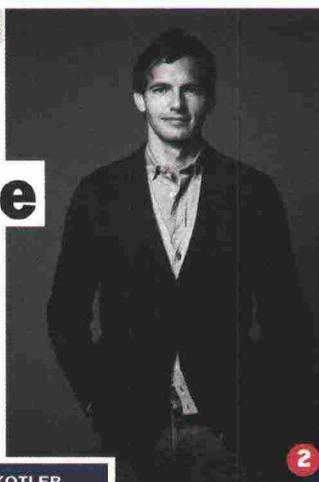
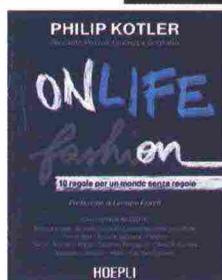


# INNOVAZIONI

## 3 autori, 10 regole e un mondo senza regole

Metti insieme tre autori di valore e mixa le loro esperienze. Philip Kotler (1) è considerato tra i maggiori esperti di marketing di tutti i tempi. Riccardo Pozzoli (2) è founder di numerose startup. Giuseppe Stigliano (3), oltre a essere imprenditore, è docente presso università e business school. Il risultato? È *Onlife fashion* (Hoepli, 19,90) un libro ricco di spunti per capire le 10 regole di un mondo senza regole.



Riccardo Pozzoli, Giuseppe Stigliano e Philip Kotler, autori del libro *Online Fashion* (Hoepli).

### LE 10 REGOLE

**1 / Be Inclusive. Sii inclusivo.** Fai in modo che il tuo prodotto sia culturalmente accessibile e inclusivo. L'esclusività ha smesso di essere un valore.

**2 / Be a Symphony. Sii una sinfonia.** Opera in un'ottica di omnicanalità, ma scegliendo i canali quelli più adatti all'esperienza che vuoi far vivere al cliente.

**3 / Be a Vibration. Sii una vibrazione.** Il lusso deve essere "sentito". Non prescindere dai punti di contatto fisici (monomarca e flagship store), che sono il veicolo principale dell'essenza del brand.

**4 / Be Timeless. Sii senza tempo.** La costruzione del marchio deve essere un processo continuo e a lungo termine, non legato alle singole collezioni, che per loro natura, nel caso della moda *high-end*, richiedono tempi lunghi. Utilizza strumenti come le *capsule collection* o i *drop*, prodotti rilasciati in quantità ridotta, solo in alcuni negozi selezionatissimi.

**5 / Be Inspired. Sii ispirato.** Fai un uso intelligente dei big data, trasformandoli in smart data, cioè in informazioni utili per ottenere un vantaggio competitivo.

**6 / Be Relational. Sii capace di relazioni.** Tratta i clienti in modo unico e speciale: le attività di *membership* e i programmi fedeltà devono essere servizi ad alto valore aggiunto.

**7 / Be Purposeful. Sii con una visione.** Il lusso è spesso additato per il suo spreco. Definisci un *purpose* del tuo brand, cioè uno "scopo nel mondo" in un'ottica di sostenibilità.

**8 / Be a Service. Sii di servizio.** Rivedi i modelli di business attuali e integrane di nuovi, come il noleggio e il *second hand*. Aumenta la componente di servizio.

**9 / Be Collaborative. Sii aperto.** Aperti a collaborazioni con l'esterno: startup, fornitori ma anche aziende rivali. Parole chiave: *cobranding*, *licensing*, ma anche *coopetition*.

**10 / Be Antifragile. Sii resiliente.** Trasforma la tua azienda in un'organizzazione ambidestra, cioè efficiente nella gestione del business attuale, ma nello stesso tempo capace di perseguire strade alternative.

di Tiziana Tripepi, t.tripepi@millionaire.it