



Casi di innovazione nel commercio

NEGOZIO DI SCARPE NATIVO DIGITALE. IL CASO VELASCA

a cura di Fabrizio Valente - Ottobre 2022

Velasca è un brand di scarpe artigianali il cui successo è legato all'abile integrazione, nella vendita, del canale digitale e dei negozi fisici.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/digitale/negozi-di-scarpe-nativo-digitale-il-caso-velasca/>

L'idea nasce dall'intuizione di due amici: uno dei due, trovandosi a Singapore per lavoro, vista l'impossibilità di acquistare scarpe *Made in Italy* senza spendere cifre molto elevate, decide di farsene portare un paio di fattura e design italiano direttamente da una boutique milanese. Da qui il lancio nel 2013: un progetto rivolto principalmente agli italiani all'estero e agli amanti del *Made in Italy* artigianale, interessati a un eccellente rapporto prezzo-qualità. I due soci scelgono Velasca come *brand*, facendo riferimento alla Torre Velasca, grattacielo di 26 piani di Milano, simbolo della ripresa dopo le distruzioni della Seconda Guerra Mondiale.



Le collezioni vengono realizzate in laboratori artigianali come quelli a Montegranaro nelle Marche, miglior distretto calzaturiero al mondo di lunghe tradizioni. Ogni scarpa è creata con materiali naturali e nel rispetto dell'ambiente: le pelli scelte sono europee. L'azienda, partita da un unico modello di scarpe, oggi offre centinaia di calzature (con referenze da poco dedicate anche al pubblico femminile) oltre ad accessori, come borse e cinture.

Nativo digitale

Fin dall'inizio la strategia retail dell'azienda è stata omnicanale, puntando sull'integrazione tra *ecommerce* e canali fisici. Le 120 paia di mocassini realizzate con la prima collezione, lanciata nel 2013, vengono vendute in due sole settimane, grazie alle vendite 'su strada' con un'Ape Car Piaggio, posizionata nei posti più strategici di Milano. Dopo un anno Velasca apre uno spazio temporaneo in zona Tortona a Milano, con ottimi risultati e *break-even* già nel primo *week-end* di apertura. L'azienda quindi apre negozi a Milano, Torino e Roma, dove è possibile provare le scarpe e farle recapitare a casa, oppure ordinarle per poi ritirarle in negozio. Una strategia di espansione che prosegue arrivando ad oggi a ben 16 negozi, tra cui, fuori dall'Italia, Londra, Parigi e New York.

Mi fido di te

I negozi contribuiscono a velocizzare la conoscenza del brand e il livello di fiducia dei clienti, fondamentale per il successo di questo tipo di attività. Fiducia che si rafforza con una politica di resi gratuiti che, insieme alla gratuità delle spedizioni, stimola l'acquisto creando le condizioni ideali per affidarsi a Velasca.

Nel digitale è interessante l'uso sapiente dei social, con campagne *marketing* mirate su Facebook, un canale poco usato, negli anni di lancio di Velasca, dai grandi brand classici.

Velasca è uno dei pionieri italiani di successo con il modello di omnicanalità come prospettiva fin dalla nascita.

La sfida per questo modello è *in primis* di riuscire a tenere bassi i resi, che possono diventare un costo importante. Ma lo sviluppo dei negozi fisici e di *tool* a disposizione dei clienti per gli acquisti da casa per ora sta contenendo i resi.



Stimoli per gli imprenditori

1. Ricordarsi che uomini e donne spesso hanno modelli di acquisto e consumo parecchio diversi. **Una parte significativa dell'universo maschile si mostra interessata a usare processi decisionali integrati fisico *digital* anche per acquisti personalizzati e su misura.**
2. Nella scelta dei *Social* da usare analizzare bene il proprio *target* e le strategie dei concorrenti per ottimizzare gli investimenti e differenziarsi.

Fonti per le immagini: eamesBot da shutterstock.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola [Il Negozio nell'era di internet - 2a edizione](#) scritta da Confcommercio, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.