

ALTERNATIVE



Progetto Shopify di Alessia Barbetti

ALTERNATIVE

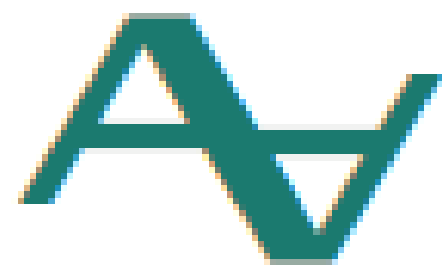
Alternative è un e-commerce di luxury second hand e upcycling di borse e accessori. L'azienda ha l'obiettivo di creare una community di amanti degli accessori firmati, promuovendo il second hand e l'economia circolare.

LE NOSTRE DEFINIZIONI

■ **Luxury Second Hand:** possibilità di vendere o acquistare borse dei migliori brand. Le borse proposte da potenziali venditori sono verificate dal team di esperti di Alternative, che accerta l'autenticità e lo stato di conservazione, attraverso una perizia integrale sui prodotti. Solamente le borse in condizioni ottime o eccellenti saranno messe in vendita sul sito, le altre seguiranno un processo di upcycling.

■ **Upcycling:** letteralmente significa "riciclare meglio", valorizzare i materiali grazie a un design intelligente che lo renda più interessante a livello economico, estetico ed emotivo. Alternative | lusso sostenibile grazie alla collaborazione dei migliori artigiani italiani cerca di recuperare materiali da borse in stato non ottimale per realizzare nuovi accessori.

LOGO



ALTERNATIVE
lusso sostenibile



Il nome Alternative è ispirato alla mission del brand: dare un vita alternativa a tutte le borse e gli accessori di lusso che ci hanno accompagnato nei momenti più belli della nostra vita.

Il colore scelto è il verde perchè simboleggia il colore della natura e, secondo alcuni studi, provoca in noi emozioni di equilibrio e benessere, infatti lo ritroviamo collegato spesso a tutto ciò che riguarda l'ecosostenibilità e il riciclo. Il colore lo ritroviamo dei CTA button nel banner in alto al sito e nel footer.

Per il nome del marchio ho scelto il font Tamrin e Lexend Exa per il sottotitolo, che è un forte richiamo ai valori dell'azienda.

La figura a lato del nome sono due A (iniziale di Alternative) una capovolta rispetto all'altra ma collegate, sempre per simboleggiare la visione alternativa che si può avere sul lusso.

ANALISI SWOT

STRENGTHS

- Economia circolare
- Standard elevati di qualità
- Customer care a disposizione

WEAKNESSES

- Brand poco conosciuto
- Pochi clienti fidelizzati

OPPORTUNITIES

- Focus su collaborazioni di artigiani
- Crescita dell'interesse per usato e vintage

THREATS

- Mancanza di autorevolezza rispetto ai competitor affermati
- Difficoltà ad emergere

TARGET CLIENTE

Per individuare il target ho fatto delle ricerche sulle abitudini degli italiani su argomenti come second hand e sostenibilità e mi sono aiutata con Audience Insights, selezionando un pubblico di misto e inserendo fra gli interessi sostenibilità e moda di lusso.

Secondo alcune ricerche ben 7 italiani su 10 hanno scelto la compravendita di second hand. Una maggiore consapevolezza del valore delle cose e il voler salvaguardare il pianeta hanno contribuito alla crescita del second hand.

Il fenomeno della compravendita, inoltre, è visto come opportunità di risparmio o di guadagno.

I nostri clienti sono alla ricerca di pezzi unici nel loro genere, persone che vogliono avere una borsa o un accessorio firmato o di design, a prezzi più moderati, senza rinunciare alla qualità e all'unicità.

BUYER PERSONAS

■ **Genere**

Donne e Uomini

■ **Età**

25-54 anni

■ **Luogo**

Italia

■ **Situazione sentimentale**

Sposati / Single

■ **Livello di istruzione**

Scuola superiore / Università

■ **Titolo professionale**

Servizi amministrativi,
Istruzione e librerie, Comunità
e servizi sociali, Vendite,
designer

BUYER PERSONAS

Elena



Età: 39

Occupazione: insegnante

Relazione: sposata, con 1 figlio

Comportamento: si informa molto dell'impatto del fast fashion sul nostro pianeta, cerca di sensibilizzare anche i suoi alunni al consumo consapevole

Interessi: Tutela dell'ambiente

BUYER PERSONAS

Roberto



Età: 25

Occupazione: studente universitario

Relazione: single senza figli

Comportamento: si è avvicinato da poco al modo del Second hand, soprattutto attratto dai vantaggi della compra-vendita.

Interessi: Risparmiare, senza rinunciare al pezzo firmato.

BUYER PERSONAS

Anna



Età: 53

Occupazione: Designer d'interni

Relazione: sposata con 2 figli

Comportamento: ama trascorrere tempo nei negozi vintage e online alla ricerca di tessuti e tendenze

Interessi: Appassionata di moda e sostenibilità

ANALISI DEI COMPETITOR

Per analizzare i competitor di Aleternative ho suddiviso in due macroaree il nostro brand: la prima macroarea è luxury second hand e la seconda è upcycling, trovando per ognuna di queste sezioni uno o più competitors diretti.



Per la sezione Luxury second hand di Alternative il competitor è Vendome Luxury bags, un brand presente sia con un e-commerce sia con negozi fisici, dove è possibile vendere e comprare borse, accessori e abbigliamento griffato.

Il sito è semplice e la comunicazione non molto chiara. Dal nome del brand e dalla home non si capisce subito che sul sito sono in vendita anche articoli diversi dalle borse, come accessori e abbigliamento. Nella pagina "Vendi la tua borsa", infatti, viene data la possibilità di vendere anche portafogli, foulard e cinture.

I prodotti sono suddivisi per categoria e la loro descrizione è breve e schematica.

Vestiaire Collective

Il secondo competitor per la sezione Luxury second hand di Alternative è Vestiaire Collective, un'azienda francese specializzata nell'acquisto e vendita di abbigliamento, accessori, scarpe e gioielli di seconda mano di lusso per donna, uomo e bambini.

Vestiaire Collective ha la certificazione B Corp, uno standard riconosciuto da una terza parte che richiede alle aziende di rispettare elevate performance di sostenibilità sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

Il sito è chiaro e facilmente navigabile, suddiviso per categorie. La descrizione dei prodotti è suddivisa in categorie: descrizione, dettagli, controllo qualità, info su pagamento, consegna e resi e FAQ.

LAMPOO

L'ultimo competitor preso in considerazione per la sezione Luxury second hand di Alternative è Lampoo, azienda milanese che permette ai clienti di vendere o comprare abbigliamento, accessori, scarpe e gioielli di lusso per Donna, sia sul loro sito sia nelle loro boutique.

Il sito è chiaro e facilmente navigabile, suddiviso per categorie. La Home è ricca di foto e grafiche colorate che attirano l'attenzione per cliente, nel footer ci sono i link che portano alle pagine di presentazione del brand, dei valori, i link alla parte legale, gli indirizzi dei negozi fisici del brand e il numero per contattare l'azienda.

La descrizione dei prodotti è suddivisa in categorie: descrizione, dettagli, condizione, autenticazione, spedizione e resi, e contatti.



Per la macroarea Upcycling di Alterntive il competitor è ImemOI, un brand che raccoglie da fornitori italiani materiali che possono essere componenti metallici, pelle o tessuti stoccati nei magazzini e li trasforma in borse e accessori unici.

Il sito è molto semplice, e i prodotti sono suddivisi per categoria: bags, mini bags, accessories.

Nella home c'è un carosello di immagini artistiche. Nel footer ci sono i link che portano alle pagine di presentazione del brand, dei valori di ImemOI, i link alla parte legale, gli indirizzi dei negozi fisici del brand e il form per contattare l'azienda.

La descrizione dei prodotti è suddivisa in categorie: descrizione, materiali, consigli per la cura, info su spedizione e restituzione, e opzioni di pagamento.

SITO

Visita il sito:

clicca qui



Password: rtayre

STRUTTURA DEL SITO

■ HOME PAGE

- Menù principale: semplice e diretto per rendere il più possibile immediata la navigazione dei clienti
- Anticipazioni delle pagine, con elementi che definiscono l'identità del brand
- Menù footer: sono collegate tutte le informative necessarie per rendere il sito in regola con le normative in vigore, le icone dei social, il form di iscrizione alla newsletter e i contatti di Alternative | lusso sostenibile.

■ CHI SIAMO

Racconto della storia di Alternative | lusso sostenibile, spiegazione della mission e presentazione degli artigiani che collaborano con noi.

STRUTTURA DEL SITO

■ SHOP

Ho diviso i prodotti in due collezioni distinte per facilitare la navigazione dei clienti.

■ VENDI

Ho deciso di creare un sito di compravendita di borse griffate, quindi ho inserito una pagina dedicata alla vendita, con le istruzioni da seguire per vendere la propria borsa.

■ BLOG

Ho inserito un blog per sensibilizzare i possibili clienti alla cultura del second hand e upcycling. Ho aggiunto tre ipotetici articoli richiamando le argomentazioni di interesse.

■ CONTATTACI

Ho aggiunto i contatti e gli orari in cui i clienti possono contattarci.

APP INTEGRATE

- Free Shipping Bar
L'app Shopify per incentivare le vendite con la spedizione gratuita
- Manager Fattura Elettronica
L'app Shopify per compilare le fatture elettroniche in modo automatico
- Tidio
Live chat e customer care
- Casella di conferma termini e condizioni
L'app che permette ai clienti di accettare i termini e le condizioni del sito, prima del pagamento dei prodotti

APP INTEGRATE

■ ShippyPro

L'app per gestire le spedizioni del negozio da un unico posto

■ Product Reviews

L'app che permette ai clienti di condividere recensioni dei prodotti venduti sul sito

■ HubSpot CRM

L'app che permette di personalizzare e automatizzare le campagne marketing, permettendo tra le altre cose di inviare e-mail ai visitatori che hanno abbandonato il carrello acquisti, di tenere traccia di tutte le interazioni con i clienti e di archiviare automaticamente in una sequenza temporale ordinata le comunicazioni.

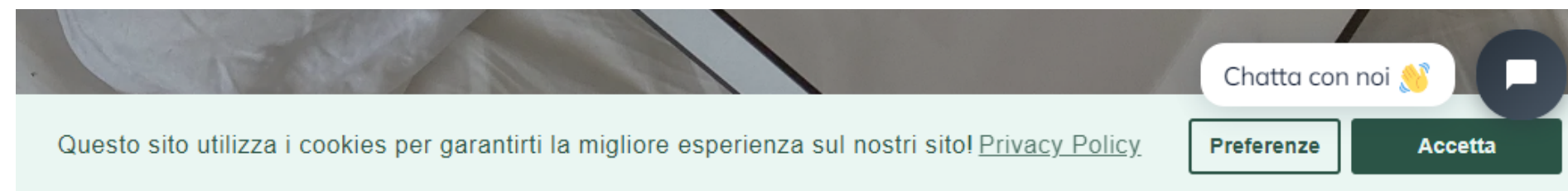
APP INTEGRATE

■ Contact form | easy contact

L'app per creare form di contatto

■ GDPR/CCPA bar + cookie

L'app per rispettare gli adempimenti legali per vendere online. I clienti continueranno a vedere il banner finché non cliccano “Accetta”, sollevandoci da ogni responsabilità di tipo legale. Cliccando su Informativa privacy il cliente potrà leggere i cookies. P.S nel caso volesse vedere il banner, io entro sul sito con accesso google "ospite".



Grazie per l'attenzione