

INTERVISTA

# BuyItalianStyle.com

## Una storia di successo che va raccontata...



***Come trasformare una storica azienda d'abbigliamento in una splendida realtà che punta tutto sulla potenza del digitale...***

di DAVID DI CASTRO

🐦 [daviddicastro11](#)

**S**uperare la crisi investendo sul digitale. È quello che hanno fatto le ideatrici di [buyitalianstyle.com](#).

Partendo dall'esperienza pluriennale nel mondo dell'abbigliamento della propria famiglia, due sorelle, Maria e Michela Lombardi, hanno creato una realtà straordinaria che punta tutto sul web e sull'e-commerce: un'azienda che vende articoli di abbigliamento, bijoux, articoli per la casa e gadget personalizzati, in particolare per le donne incinta, per le neomamme e per i bimbi. Il risultato? Una crescita del 500% in soli 3 anni! Noi abbiamo intervistato Michela Lombardi per farci raccontare come ciò è potuto avvenire. Per una volta, abbiamo ritenuto opportuno svincolarci dalla nostra immagine di "rivista maschile" per dar spazio ad un'azienda tutta al femminile, che merita di essere seguita!

**Nonostante se ne parli molto, non sono numerosi i casi di e-commerce di successo in Italia, qual è il vostro segreto?**

"Diamo voce alle emozioni", diventare papà o mamma è una di queste e cerchiamo di darle espressione con romanticismo, genuinità e simpatia. I nostri prodotti comunicano, mandano messaggi, sono personalizzati, unici. E è questo che è piaciuto: un prodotto di qualità al giusto prezzo, certo, ma anche l'"emozione" ed un bel po' di divertimento e gioco.

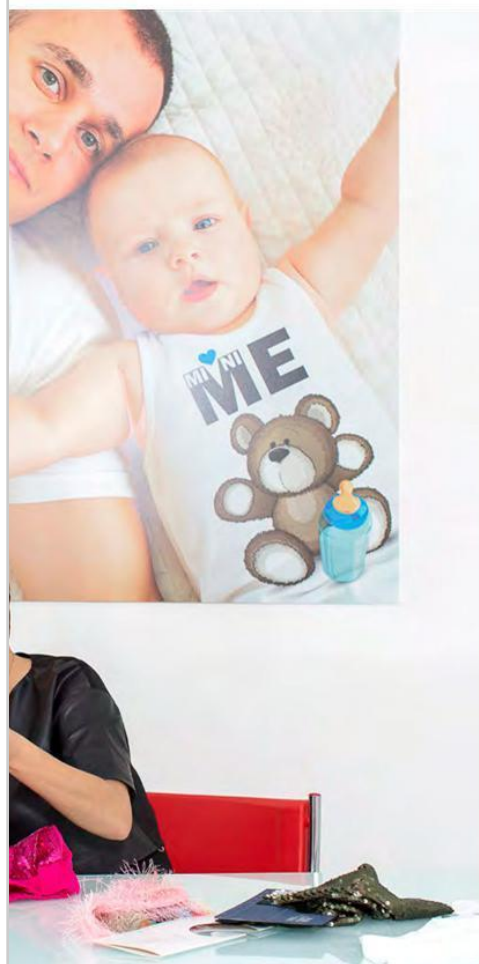
**Com'è nata l'idea? Quando avete capito che sarebbe stata un successo?**

Mia sorella ed io entriamo nell'azienda di famiglia nel momento più difficile, di fatto i brand con i quali avevamo da sempre collaborato negli anni precedenti cominciano a subire gli effetti della crisi, alcuni costretti a chiudere, altri a spostare i loro acquisti all'estero. È in questo contesto storico che decidiamo di dare una svolta, forti dei nostri studi e dell'esperienza maturata nell'azienda di famiglia decidiamo di creare





un nostro marchio e di lanciarlo on-line. I primi sentori che l'idea sarebbe stata vincente sono arrivati quando abbiamo raggiunto una costanza di ordini giornalieri tali da permetterci di mantenere in maniera autonoma l'intera struttura aziendale, trasformando di fatto radicalmente l'attività di famiglia in una realtà giovane dinamica e totalmente orientata verso il futuro.



**Molte catene di negozi sbarcano sul web, ma è invece raro che un'azienda come la vostra, nata per l'e-commerce, finisca per aprire ben 15 punti vendita in franchising, come è andata?**

Il primo negozio viene aperto per abbattere l'ultimo muro di diffidenza nei confronti di un marchio nuovo distribuito esclusivamente on-line e per dare la possibilità di toccare con mano la qualità dei nostri prodotti. In seguito sono arrivate numerose richieste per l'apertura di nuovi punti vendita, così quasi casualmente ci siamo ritrovati ad avere una rete di affiliati. Tutto ciò è avvenuto in maniera talmente naturale e veloce che ad un certo punto si è reso necessario rallentare le aperture per mantenere alti gli standard ed ottimizzarne la gestione.

**Oltre ad un successo commerciale, i vostri prodotti "personalizzabili" sembrano essere diventati un vero e proprio fenomeno di costume, basta guardare agli oltre 600.000 fan su Facebook, chi sono i vostri clienti?**

I nostri clienti sono le mamme in dolce attesa, le famiglie e tutti coloro che amano comunicare le loro emozioni attraverso ciò che indossano. Moltissimi giovani, moltissime donne, anche molte persone che non erano abituate ad acquistare online ma che ci hanno dato fiducia.

**Su che tipo di attività di marketing avete puntato fino ad oggi?**

Noi puntiamo al contatto diretto con il pubblico per cui la nostra attività di marketing si svolge soprattutto sui social: abbiamo una pagina Facebook con oltre 600.000 fan che ci seguono, partecipano, chiedono informazioni e si divertono con noi e con i nostri prodotti. Si è creato un naturale e spontaneo passaparola che ha moltiplicato i contatti in poco tempo. Crediamo che sui social vinca la spontaneità e la genuinità, ed infatti proprio questo piace di noi al nostro pubblico: siamo una azienda ma anche una squadra giovane, che si diverte lavorando. E tutto questo ci pare che traspaia dalla nostra comunicazione, curata ma mai artificiale.

**Che progetti avete per il prossimo futuro?**

Ne abbiamo tantissimi che sarebbe impossibile elencarli tutti, uno dei più immediati è l'apertura della vendita on-line in Europa con una piattaforma creata ad hoc. Siamo convinte che la nostra "formula" possa essere vincente anche all'estero, rafforzata anche dal gusto e dallo stile Made in Italy che ancora significa molto nel mondo. Noi la proporremo in chiave divertente e confidiamo che possa piacere molto e farci crescere ulteriormente.