

DEICHMANN IN GRANDE ESPANSIONE IN ITALIA

APRE NUOVI NEGOZI MONOMARCA DA NORD A SUD

Milano, 03.10.2022

Il Progetto Italy 2.0 prosegue senza sosta: nel 2022 stanziati 15 milioni di euro di investimenti per nuove aperture e restyling dei negozi

DEICHMANN, il più grande rivenditore di scarpe in Europa, ha dato il via a inizio anno al Progetto Italy 2.0, un ambizioso piano di espansione con l'obiettivo di incrementare l'immagine, la brand awareness e la propria presenza in Italia.

Grazie ai riscontri positivi della clientela e a un fatturato in crescita, DEICHMANN continua ad ampliare il numero dei propri negozi monomarca in Italia. Da inizio anno sono già stati aperti 13 store e altri 8 totalmente rinnovati con il nuovo concept di arredamento, portando il numero dei negozi attualmente presenti in Italia a quota 89.

Le nuove aperture hanno creato oltre 100 nuovi posti di lavoro da Nord a Sud in Lombardia, Piemonte, Veneto, Reggio Emilia, Toscana, Puglia, Calabria e Sicilia. E l'espansione non si ferma: entro la fine del 2022 sono infatti altre 9 le nuove aperture già messe in campo con un investimento pari a 15 milioni di euro in totale e la creazione circa altri 80 nuovi posti di lavoro. „DEICHMANN in Italia è una vera e propria storia di successo e, con il nostro progetto Italia 2.0, stiamo scrivendo un nuovo capitolo“, afferma Salvo Romano, Amministratore Delegato DEICHMANN Italia. „Con il nostro nuovo concept di negozio, il nostro assortimento ampliato e i nostri addizionali servizi omnichannel, possiamo ora offrire servizi ancora migliori per soddisfare i gusti dei nostri clienti italiani.“

Design e nuovo concept per tutti i negozi

L'ideazione di un nuovo design degli spazi degli store, con il giusto mix di referenze di prodotti Private Label e Top Brand, ha come obiettivo supportare ancora di più le richieste del mercato italiano e dei clienti fidelizzati e conquistare nuovi consumatori alla costante ricerca di marchi nei quali identificarsi e modelli di tendenza.

Gli spazi sono stati concepiti con l'obiettivo di dare la massima visibilità al prodotto, in un ambiente bello e confortevole, con un'attenzione anche al risparmio energetico. Nuovi colori tenui, che danno un impatto piacevole ed elegante, identificano ogni reparto uomo, donna e bambino, rispettivamente grigio, rosa aragosta e lime. Molto attuali anche i tipi di arredo introdotti: mobili modulabili per la presentazione di alcuni prodotti donna e bambino, più bassi rispetto agli standard e "total white" per dare ancora più evidenza alle scarpe.

Controsoffitti aperti dal tocco futuristico, illuminazione con la struttura a moduli sospesi color nero e luce calda contribuiscono a creare un negozio decisamente accogliente e moderno. Anche la cassa ha un nuovo layout e una nuova posizione all'interno della filiale: ove possibile si trova al centro, lasciando così spazio alle pareti espositive per attirare maggiormente l'attenzione del cliente.

Italia e Germania sono stati i paesi apripista che hanno adottato il nuovo "concept DEICHMANN 3.0" che potenzia l'immagine del marchio, molto più raffinata, in cui l'uso dei materiali e di tecniche artigianali veste lo spazio.

Top brand ampliano l'offerta

Sui ripiani dei negozi sono costantemente presenti scarpe nuove, alla moda ed eleganti per creare look sempre attuali. Di recente è stata ulteriormente ampliata la disponibilità di modelli di scarpe e abbigliamento di top brand sportivi già presenti in negozio come Adidas, Fila e Nike, Puma e Skechers.

Inoltre, da inizio anno oltre 15 nuovi brand di calzature, borse e accessori sono stati inseriti nel contesto del cambiamento e innalzamento d'immagine che l'azienda sta portando avanti. Oggi sono in vendita su licenza in tutti i negozi e online top brand fashion o sportivi come Laura Biagiotti, ESPRIT, Bugatti, Us Polo, Peanuts, Stonefly, Keys e Primigi, Peanuts e Chicco, marchi in linea con lo stile e il gusto italiano e il giusto equilibrio qualità/prezzo. Con questi marchi DEICHMANN ha rafforzato i vari reparti calzature uomo-donna-bambino e accessori, privilegiando prodotti in pelle e articoli adatti al mercato italiano.

Servizi omni-channel per ottimizzare la customer journey DEICHMANN ha aperto i suoi primi negozi in Italia nel 2008 e da allora si è sviluppata costantemente. Oltre agli oltre 80 negozi in tutta Italia, l'azienda gestisce anche con successo il negozio online www.deichmann.com. Pioniera nell'utilizzo dell'e-commerce, oggi l'azienda continua a perseguire la strategia di offerta di servizi omni-channel che combinano lo shopping in negozio con l'acquisto online, come ad esempio lo "Ship to Home" che permette ai clienti che non trovano il numero o il colore del modello di scarpe preferito in negozio di ordinarlo e riceverlo comodamente a casa senza costi di spedizione.

Per ottimizzare ulteriormente la customer journey a inizio settembre è stata lanciata la nuova App DEICHMANN Plus, per dispositivi Android e sistemi iOS, dall'interfaccia semplice e intuitiva. Grazie a DEICHMANN Plus è possibile navigare nell'online shop, visualizzare l'elenco dei punti vendita presenti in Italia, tenere traccia dei propri acquisti e raccogliere punti per avere diritto a sconti e promozioni.