

Accordo tra Google e Diesel: vestiti misurati online

Lello Naso



Indossare un capo, visualizzarlo in 3D, modificarlo. Guardarsi, o meglio specchiarsi, in un video, anche in movimento. Senza muoversi da casa. L'accordo siglato da Google e Otb – la holding italiana della moda fondata da Renzo Rosso che controlla Diesel, Martin Margiela, Jil Sander, Marni e altri brand del lusso – è un salto triplo in avanti nell'evoluzione dello shopping online, ma con la sensazione di un passaggio intermedio tra il mondo virtuale e il camerino fisico. L'intelligenza artificiale al servizio del cliente, ma anche del commesso, sempre più consulente personale nello shopping a distanza. Uno strumento in più per battere la crisi dei consumi che sta asserragliando la moda e le vendite al dettaglio.

L'applicazione di Google Cloud, personalizzata per Diesel, si chiama Api Virtual Try-On e permette ai clienti di visualizzare con grande realismo come appariranno e calzeranno capi specifici sul proprio corpo, indossati. Commessi e clienti condivideranno le immagini, le modificheranno, potranno completare l'intero outfit selezionando i capi dal portfolio del brand desiderato.

Il servizio debutterà negli Stati Uniti e in Europa con Diesel e Jil Sander e verrà poi esteso agli altri marchi del gruppo Otb e in tutti i mercati, con soluzioni adattate, grazie all'intelligenza artificiale, ai singoli brand e ai singoli Paesi.

È un accordo che si inserisce in un percorso di shopping su misura intrapreso da tempo da Otb. «Ho sempre creduto nella tecnologia come leva strategica capace di amplificare il talento umano, uno strumento al servizio delle persone e della creatività. In questo scenario, l'Intelligenza artificiale rappresenta un'opportunità straordinaria per rendere l'esperienza del cliente più evoluta, coinvolgente e personalizzata», spiega Renzo Rosso, il primo a credere nell'utilità di questo servizio.

Al progetto, Diesel e Google lavorano da tre anni. «Volevamo offrire ai nostri team strumenti ancora più efficaci per garantire un servizio di altissimo livello e costruire relazioni più strette e autentiche con i clienti. Grazie a un partner tecnologico di questo calibro, siamo finalmente riusciti a realizzare un prodotto completamente su misura e uno strumento per accorciare la procedura di vendita». L'approccio online, in una strategia di approccio al cliente sempre più personalizzata, faciliterà anche l'arrivo al negozio fisico, ma con idee più chiare sugli acquisti. Le vendite online non escludono quelle nel negozio e viceversa. La filosofia omnicanale, su cui Diesel batte da tempo, accoppiata a esperienze che nelle intenzioni del management del brand italiano saranno altamente personalizzate a livello globale, senza limiti geografici. I clienti, per esempio, potranno inserire le loro immagini all'interno delle ultime campagne, delle sfilate o degli eventi moda di Diesel o Jil Sander.

Il sogno e la realtà. «La tecnologia esprime il suo massimo potenziale quando risolve sfide del mondo reale per il cliente», dice Matt Renner, presidente di Google Cloud. «Questa collaborazione – continua Renner – dimostra come l'intelligenza artificiale di Google Cloud possa esaltare il ruolo dei team retail per andare oltre le transazioni standardizzate e fornire ai clienti esperienze di shopping personali su scala globale».

Un concetto ribadito dal Country manager di Google Cloud Italia, Raffaele Gigantino: «Otb sta utilizzando le nostre tecnologie per risolvere una sfida complessa: creare contenuti visivi realistici e di alta qualità che risultino

personali per ogni cliente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA