



PEOPLE STRATEGY

CONTROCORRENTE. Le testimonianze di Pwn-Milan

Spirito da start-up

di Chiara Pariani

Lavorare in una start-up è sicuramente stimolante, serve passione, impegno e bisogna credere fortemente in quello che si fa. C'è la possibilità di creare, di fare scelte che hanno un forte impatto su tutta l'azienda. La mia esperienza in Qvc inizia nel 2010 quando il grande retailer multimediale di shopping apre la sua sede italiana. È stata sicuramente una sfida per tutti, visto che era una tipologia di business che in Italia fino a quel momento non aveva un percepito positivo. In più di 7 anni di attività ho cercato sempre di mettere un po' di me in ogni progetto e ho chiesto lo stesso a tutti i miei collaboratori. Solo così si può pensare di essere parte del cambiamento. E il risultato è sotto gli occhi di tutti: siamo riusciti a portare una trasformazione del percepito e del posizionamento del brand in pochissimo tempo.

L'importanza dello spirito pionieristico

Una volta superata la fase di start-up non bisogna perdere questo spirito, non bisogna abbandonare quel desiderio di fare la differenza, di creare ogni giorno qualcosa di nuovo; noi lo chiamiamo spirito pionieristico. Questa visione ci ha portato a interrogarci sulle opportunità future legate al mondo del retail, in continua evoluzione. È nata quindi l'intuizione legata all'opportunità di rendere le piattaforme Qvc Italia al servizio delle realtà emergenti, al servizio delle start-up.

Nasce così nel 2016 Qvc Next, il nostro programma per sostenere le imprese italiane: piccole, medie o start-up. L'idea era di offrire un piano di accelerazione personalizzato per ogni realtà, con programmi di mentoring e monitoraggio che ci permettono di dare dei feedback istantanei sui risultati di business e sul gradimento dei prodotti. Siamo gli unici a offrire un market test immediato, un canale distri-


Chiara Pariani

Ha lavorato in agenzie di pubblicità internazionali dove coordinava progetti multidisciplinari su innovazione e semplificazione dei processi. Successivamente è entrata a far parte del team di Sky in qualità di responsabile comunicazione on/offline. Nel giugno 2010 entra in QVC Italia per lo start-up della piattaforma multimediale di shopping americana dove è chiamata a seguire anche l'area Global Brand Marketing. Attualmente è VP Brand & Communications di QVC Italia e Francia.

butivo internazionale presente in ben 7 paesi e una vetrina espositiva importante con 17 ore di diretta televisiva ogni giorno e un sito e-commerce di successo.

Abbiamo ricevuto a oggi più di 400 candidature e di queste abbiamo già lanciato 30 brand. Penso che dobbiamo continuare a credere per primi in progetti che possano fare la differenza, perché è un grande stimolo per tutti, perché dobbiamo evolverci continuamente ogni giorno con entusiasmo e passione.

Il passo successivo: Qvc Next Lab

Oltre a lanciare lo stesso programma in Francia e Germania abbiamo dato il via a un'iniziativa dedicata all'imprenditoria femminile. Oggi solo il 13% delle start-up in Italia è al femminile, volevamo un progetto volto a rafforzare la consapevolezza e gli strumenti di start-up al femminile, in una fase cruciale del loro sviluppo: l'accesso e la presentazione del proprio progetto sul mercato. L'idea prende il nome di Qvc Next Lab e prevede di dedicare tanto tempo e risorse per dare spazio e opportunità alle ambizioni di tante donne attraverso workshop, formazione e mentoring. Dopo la prima edizione di quest'anno sono già due i brand scoperti e lanciati sulle nostre piattaforme. Questo dimostra quanto sia concreto l'aiuto che possiamo dare alle nuove generazioni di imprese al femminile. Stiamo ora lavorando sulla sessione 2018 e sono convinta che replicheremo il successo della prima edizione. Per saperne di più e candidarsi, invito tutte le giovani imprenditrici italiane ad andare su qvcnext.it. Sono sempre stata molto attenta all'empowerment femminile e sono felice di aver trovato una realtà come Qvc che condivide il mio pensiero e i miei valori. Insieme vogliamo diffondere modelli di successo al femminile per far sì che le giovani donne possano essere consapevoli della possibilità di successo. ■

E le donne si riscoprono imprenditrici!

di Roberta Toniolo, presidente Pwn-Milan

Succede sempre nei momenti di crisi economica. È successo anche nei periodi di guerra. Quando i tempi si fanno difficili, ecco che la forza innovatrice e imprenditoriale delle donne emerge e si fa largo. Da menti fresche e prive di stereotipi nascono nuove idee, nuovi modelli di business.