

FAMIGLIE TECH

Milano, 10 luglio 2015 - 15:16

Passeggini, culle e biberon, BabyGuest consegna tutto in albergo

di Marzia Nicolini

A- A+



Per quale ragione chi viaggia con figli piccoli – e parliamo anche di un semplice weekend - deve ogni volta organizzare un faticosissimo trasloco, tra passeggino, lettino, seggiolino auto e tutto il resto? È la domanda che si è fatta la leccese Serena Errico (*nella foto*), 39 anni, mamma di un bimbo di 3. A fine marzo ha lanciato la start up tutta italiana BabyGuest. L'idea è semplice, ma incredibilmente efficace: una piattaforma professionale – la prima nel suo genere - per il noleggio di attrezzature per l'infanzia. Consegna entro 48 ore in tutti i Paesi dell'Unione europea (72 per isole e zone disagiate).

Com'è nata l'idea di BabyGuest?

«Da un'esigenza personale: ho un figlio di tre anni con cui ho viaggiato molto sin da quando aveva pochi mesi, per motivi professionali, di famiglia o semplice svago. Organizzarci sul fronte bagagli non è mai stato semplice. Soprattutto in aereo: c'era il sovrapprezzo da pagare per imbarcare le attrezzature extra e il rischio smarrimento una volta a destinazione sempre in agguato. Così ho pensato di sviluppare un servizio utile a chi viaggia con bambini piccoli, che andasse incontro anche alle esigenze degli operatori turistici, spesso impreparati nell'accogliere i piccoli ospiti».

In cosa consiste il progetto?

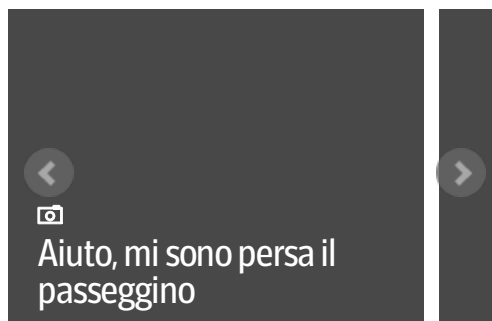
«BabyGuest è l'unica piattaforma professionale per il noleggio e l'acquisto di attrezzature per l'infanzia in grado di dialogare sia con i clienti finali, sia con gli operatori del segmento turismo. I genitori in viaggio con i figli piccoli possono prenotare sulla nostra piattaforma le attrezzature di cui hanno bisogno pagando con carta di credito o circuito PayPal. Riceveranno tutto a destinazione il giorno e all'ora stabiliti. Sul fronte alberghi sono due le formule di adesione al servizio: una "short term" e una "long term". Nel primo caso la nostra piattaforma, in versione white label, viene integrata nel sito della struttura, affinché sia il cliente stesso a noleggiare ciò che gli serve. Nel secondo caso è l'albergo a noleggiare le attrezzature per un periodo predeterminato, decidendo poi se darle in dotazione gratuitamente o riaffittarle con relativo mark-up».

Che buco di mercato andate a coprire?

«Ogni anno 20 milioni di famiglie con bambini di età compresa tra gli 0 e i 4 anni partono per le vacanze carichi di bagagli extra: passeggini, culle, seggioloni, scaldabiberon e molto altro ancora sono indispensabili anche per un semplice week-end fuori porta. Sembrerà strano, ma finora nessuno aveva pensato a come risolvere questo problema in modo strutturato e con una copertura geografica importante. BabyGuest lo fa. E lo fa su base europea».

Oltre a te chi c'è dietro alla creazione di BabyGuest?

«Il nostro è un team snello, con competenze complementari. Ci avvaliamo anche di collaboratori esterni lato high-tech e, ovviamente, logistica. Su questo fronte in particolare è nostra volontà creare nel breve-medio termine anche dei mini-hub dislocati in alcuni punti nevralgici in Europa per rendere il servizio ancora più tempestivo».



A che pubblico vi rivolgete?

«Abbiamo due target di riferimento: i consumatori finali che viaggiano con figli piccoli e le strutture turistiche che vogliono dialogare proprio con quel target e strutturarsi al meglio per essere realmente a misura di bimbo. Siamo una startup italiana, con sede a Milano. Anche la scelta dei nostri fornitori privilegia le aziende italiane. Tra i nostri partner, ad esempio, ci sono Brevi e ItalBaby, che producono tutto in Italia. L'idea è valorizzare le aziende italiane e contribuire a farle conoscere anche all'estero».

Quali sono i principali ostacoli che state affrontando in fase di startup?

«Crediamo che BabyGuest sia un "must have", ossia un servizio in grado di risolvere realmente un bisogno finora

rimasto latente. Ma per farlo capire al mercato ci vorrà tempo. Ed è normale che sia così. Per il resto le difficoltà sono le stesse che incontrano tutti coloro che si mettono in proprio: burocrazia e mancanza pressoché totale di risorse esterne».

Qual è il lato di innovazione di BabyGuest?

«L'innovazione sta nella piattaforma stessa, assolutamente user friendly e facilmente adattabile alle esigenze di ogni realtà del settore hospitality, che si tratti di strutture ricettive, tour operator, agenzie viaggi o altro. Lo sviluppo tecnologico che vi è dietro non è banale e ci qualifica come start-up innovativa a tutti gli effetti».

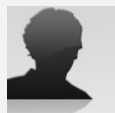
Quali sono gli ingredienti per il successo di una start up?

«L'individuazione della nicchia giusta in cui collocarsi è fondamentale. Consiglio di guardare alle esigenze reali, a quello che manca davvero sul mercato o ai servizi che possono essere implementati in modo professionale e scalabile. Bisogna puntare in definitiva su qualcosa che sia utile e necessario, che abbia una progettazione sostenibile, con punti chiari e realizzabili, e un mercato in grado di accoglierlo. E' l'Abc per qualsiasi impresa».

DOPO AVER LETTO QUESTO ARTICOLO MI SENTO...



PARTECIPA ALLA DISCUSSIONE caratteri rimanenti: 500



Scrivi qui il tuo commento

INVIA

COSA DICE IL PAESE

ACCEDI