

[Leggi l'articolo su beautynews](#)

Asos lancia Style Match, lo Shazam della moda

Rendere più facile gli acquisti: sembra davvero questo il mantra del 2018. Lo è sicuramente per [ASOS](#). La destinazione online della moda giovane ha sviluppato **Style Match**, una funzione che permette ai clienti di caricare una foto sull'app (uno scatto, uno screenshot Instagram, la foto di un amico o l'outfit visto su un magazine) e ricercare il look più simile tra gli oltre 85.000 prodotti presenti sul suo sito di e-commerce. Ma ciò non deve stupire se è vero (e lo è) che **ASOS** nasce per dare alle persone la possibilità di poter acquistare vestiti e accessori indossati dai personaggi famosi visti in TV. Infatti ASOS è l'acronimo di **AsSeenOnScreen**, Come Visto Sullo Schermo.

Il sito di e-commerce è da sempre impegnato nell'utilizzo del **machine learning** e della **data science** per facilitare e migliorare l'esperienza d'acquisto dei suoi clienti. L'idea di Style Match nasce proprio dall'osservazione del comportamento dei ventenni appassionati di moda che **preferiscono scaricare immagini** invece di scattare direttamente foto. Così, grazie a Style Match i clienti potranno cercare velocemente e in pochi click prodotti simili a quelli desiderati solo grazie ad una semplice foto.

L'applicazione disponibile per iOS e Android è tra le più votate nell'App Store di Apple. La funzione, attiva in Inghilterra dall'agosto 2017, è rappresentata da un'icona a forma di fotocamera disponibile nella barra di ricerca dell'app. Questa app si aggiunge ai diversi servizi già attivati dal portale internazionale. Tra questi c'è "**Trova la tua misura**", per ricevere consigli su taglie e modelli, e "**Scelti per te**", per suggerimenti personalizzati basati sui precedenti acquisti. Anche la scelta di un'app per dispositivi mobile è stata condizionata dai dati di traffico dell'e-commerce. Oggi, circa il 70% del traffico globale ASOS e all'incirca il 50% delle vendite globali proviene da dispositivi mobili, con una permanenza degli utenti sull'app in media di 80 minuti al mese. L'Italia si trova in una posizione di punta per ASOS per l'utilizzo degli smartphone, con più dell'80% di traffico proveniente da dispositivi mobili. E visto che noi italiani siamo così importanti per ASOS, assicuriamoci di pronunciare bene sui nome: si dice "**EI-SOS**".

[Leggi anche [Boggi Milano Vince il Reta Awards](#)]