

AVIGLIANO

Un esperimento
commerciale
con il negozio
social virtuale

a pagina 6

STARTUP Terziario Donna di Confcommercio presenta "Ideoteca-La tua idea" Avigliano, nasce il negozio social virtuale e di vicinato

Un progetto sperimentale per far rivivere e rilanciare i piccoli esercizi commerciali

AVIGLIANO. Si chiama "Ideoteca-La tua idea". Un esperimento commerciale innovativo appena lanciato da Incoronata Lucia, responsabile Terziario Donna Confcommercio Potenza che ha una sua attività ad Avigliano. Un negozio social da costruire insieme al cliente, un mini e-commerce fisico. Funziona come negozio virtuale ma è un negozio reale. Vuole essere un'iniziativa e-commerce di vicinato a metà strada tra il tradizionale e l'innovativo. Attraverso il gruppo di facebook il cliente iscritto sceglie ed acquista dal vivo il proprio articolo da regalare a chi non abitata nei dintorni e il destinatario del regalo lo riceverà direttamente a casa. Per noi piccoli esercenti - dice la dirigente di Terziario Donna - i costi del servizio sono abbattuti grazie alla collaborazione con il nostro fornitore che ci mette a disposizione la propria struttura logistica. E per capirne il funzionamento Incoronata è stata in trasferta a Milano a conoscere e creare relazioni con imprenditori di settore che - dice - in questo Paese ancora credono e come me ricominciano a voler puntare sulla qualità dei propri rivenditori piuttosto che la quantità malsana che riduce margini e mette a rischio di fallimento e asservimento alle grandi multinazionali e piattaforme online che acquisiscono le nostre aziende anzi i nostri marchi per poi frazionarli, fonderli, snaturarli. Tornando al negozio social - racconta - vivo il negozio con clienti selezionati a 360 gradi. Il cliente vi-

ve i miei spazi e la mia vita in negozio, persino i miei viaggi tra le fiere di settore nelle quali seleziona con me allestimenti di articoli da inserire in store. Poi se vuole prenota ed acquista in anteprima i nuovi arrivi, le occasioni, acquista a distanza le promo, sceglie i regali per un caro o un amico e noi lo spediamo direttamente al destinatario curando packing biglietto e spedizione in tutta Italia. Per articoli più fragili quali le porcellane da tavola stiamo avviando una collaborazione con una grande azienda produttrice e distributrice italiana che cura per noi la spedizione anche in Europa. La dirigente Confcommercio riferisce che la selezione della clientela permette a differenza delle pagine fb e web, che sono pubbliche e non permettono per legge (a differenza dell'e-commerce) la pubblicità dei prezzi, di raggiungere utenti davvero interessati all'acquisto. Infatti è l'utente incuriosito che chiede di iscriversi a Ideoteca. Questa settimana - riferisce Incoronata - ho iniziato con spedizioni fuori regione e ho venduto articoli pubblicati in quasi in tempo reale. Il consumatore è ormai bombardato da immagini di ogni tipo. Gli articoli ormai non vogliono solo vederli. Io non voglio più imporre le mie scelte ai clienti ma sono loro a sceglierli prima che arrivino in negozio. Inoltre posso loro pubblicare la loro esperienza d'acquisto, postando gli articoli acquistati in store quando e come entrano a far parte della propria

casa. Si condividono modalità di utilizzo degli articoli, caratteristiche e si pongono domande a cui rispondiamo anche privatamente. Le trattative posso essere anche portate in chat private così che chiunque può essere coinvolto. A convincere all'acquisto oggi è oltre al prezzo non solo impatto visivo ma anche creare curiosità partecipazione personalizzazione familiarità e non da sottovalutare costruire la percezione di aver colto una vera occasione d'acquisto. Per questo mettiamo in promo d'occasione quantità ridotte. Ho appena approvato tre nuove richieste di iscrizione, persone che difficilmente passano lungo il corso commerciale aviglianese perché donne super impegnate, mamme lavoratrici pendolari socialmente impegnate che hanno pochissimo tempo per gironzolare tra gli scaffali dello store. Quindi io decido di portare lo store sul proprio cellulare. Voglio far percepire al cliente che il vero affare lo fa affidandosi ancora a noi piccoli esercenti di vicinato. Perché noi ci siamo, vogliamo esserci, dobbiamo esserci. Perché amiamo le nostre comunità che non possono starci strette. Insieme si può.





● Il gruppo di Terziario Donna di Confcommercio Basilicata