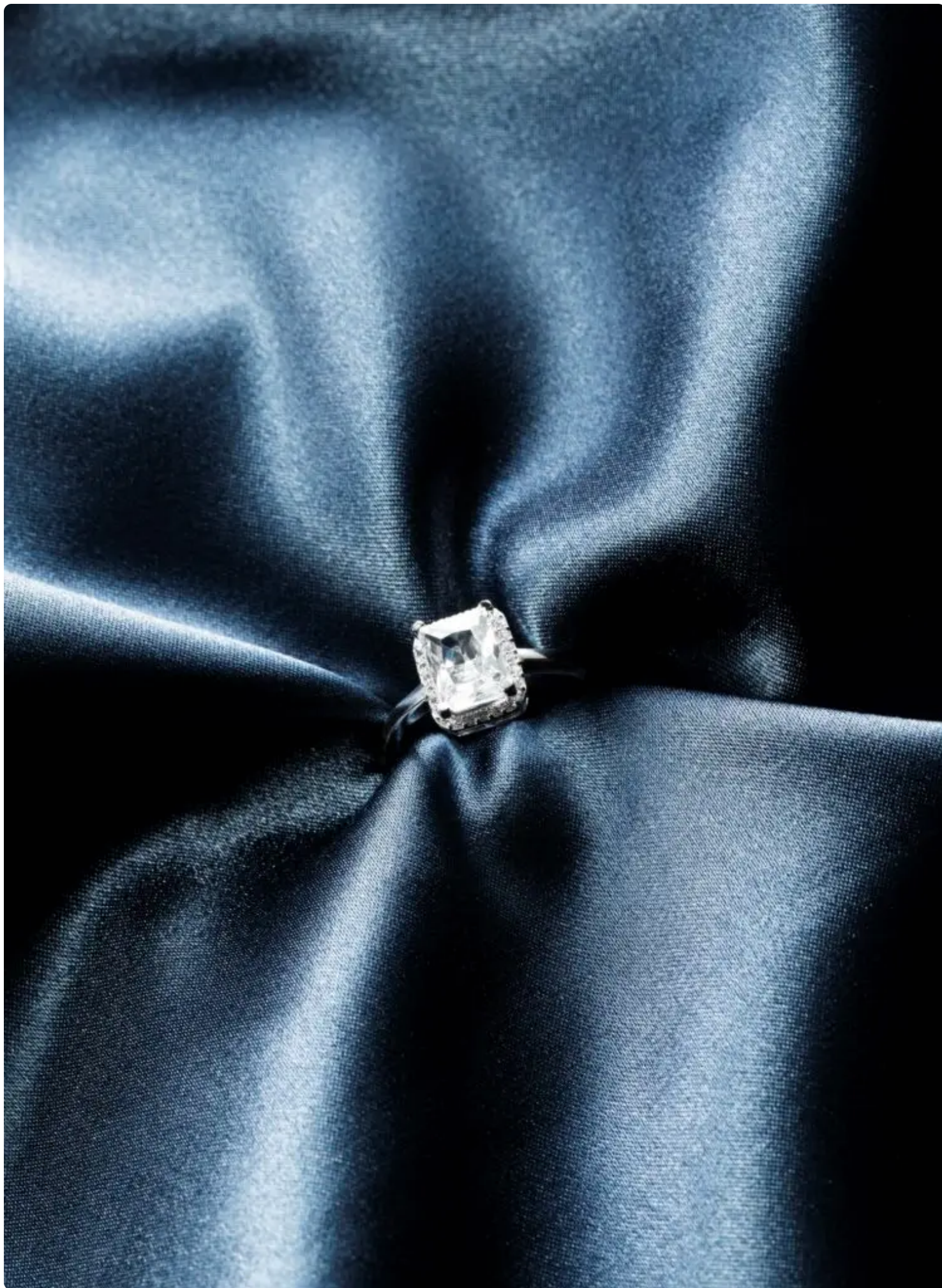


9 Maggio 2024

Gioiellerie, il fascino del punto vendita è davvero prezioso



La Rassegna

<https://www.larassegna.it/gioiellerie-il-fascino-del-punto-vendita-e-davvero-prezioso/>

Il focus sulla categoria restituisce un quadro positivo: i negozi e la professionalità dei gioiellieri sono il valore aggiunto per i consumatori

Esce forte dai gioiellieri bergamaschi la risposta alla sfida del commercio elettronico. Certo i numeri sembrerebbero essere impietosi nel descrivere quello che sembra il tramonto di un settore, quello del commercio di preziosi, che nella nostra provincia è passata in vent'anni (31/12/2003) da 264 imprese a 138 perdendo un punto vendita su due. La categoria non è infatti passata indenne dalla prima feroce guerra della grande distribuzione e da quella più attuale del commercio on line e i problemi certamente non mancano alle imprese in attività.

Eppure, secondo la recente ricerca commissionata da Confcommercio Bergamo a Format Research, il 69% dei consumatori bergamaschi è entrato almeno una volta negli ultimi due anni in una gioielleria ed ha comprato e questo significa che la relazione con il cliente persiste e con essa l'occasione per rimontare nelle vendite. Non solo, secondo la ricerca i gioiellieri sono identificati dal 72,7% dei consumatori bergamaschi come imprenditori al passo con i tempi e capaci di cogliere i nuovi trend. La concorrenza del digitale esiste ma i commercianti tradizionali possono portare avanti la loro battaglia usando le loro armi. Il messaggio è chiaro: in un mondo dove la stragrande maggioranza dei consumatori compra sia on line sia in modo tradizionale occorre rendere l'esperienza di acquisto in negozio diversa e migliore rispetto a quella digitale.

I vantaggi dell'acquisto nel punto vendita sono innumerevoli. Non solo perché l'acquisto fisico è immediato che è peraltro la seconda ragione dichiarata dal 38,3% di coloro che comprano in gioielleria e nemmeno perché il negozio assicura l'assistenza post vendita cara ad un quinto dei clienti (19,9%). E' non nemmeno una questione di prezzo ossia come sarebbe facile pensare che maggiore è il valore di acquisto e minore è la fiducia nell'acquisto fatto a distanza, tendenza questa che vede spostare le vendite di gioielli di modico valore verso i portali di commercio on line e riservare l'acquisto importante dal gioielliere.

La ricerca di Format Research evidenzia come quasi un acquirente su due (45,5% dei compratori indecisi sull'acquisto) è andato in gioielleria per avere una consulenza professionale. Il gioielliere si rileva il suggeritore principale nella scelta dell'acquisto più di amici e conoscenti (43,3% contro il 24,7%). Inoltre per i clienti che hanno comprato in negozio, uno su tre (36,2%) enfatizza il valore aggiunto del gioielliere.

Il messaggio è chiaro e forte per i commercianti di preziosi e non solo. Non è quindi tutto è perduto. E' il cliente che ci dice che vuole comprare in negozio perché l'acquisto tradizionale, "vero", è diverso da quello digitale. Chi vende deve enfatizzare l'esperienza dell'acquisto, spiegare il prodotto e narrare tutto il lavoro artigianale che vi sta dietro, dal disegno alla creazione, perché il cliente vuole conoscere quello che compra, far indossare il gioiello per apprezzarlo al meglio. Deve innamorarsi del suo acquisto.

La risposta alla concorrenza del commercio elettronico non è la guerra sul campo di battaglia dello smartphone, che comunque si gioca con un sito internet aziendale attrattivo e un profilo social sempre aggiornato, ma si gioca sul campo dell'esperienza di acquisto dove nessuna "messa in scena" digitale potrà mai superare l'esperienza reale. Infine sono le capacità del gioielliere, l'empatia, la fiducia che trasmette, l'arte del raccontare le armi veramente efficaci per far capitolare, in senso buono, il cliente.