



FEDERMobili
FEDERAZIONE NAZIONALE
NEGOZI ARREDAMENTO



CONFCommercio
IMPRESE PER L'ITALIA

L'INNOVAZIONE DEL NEGOZIO DI ARREDAMENTO

2° CONVENTION NAZIONALE FEDERMobili

22.10.2018

OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Fabio Turchini, Esperto di Management e Sviluppo Organizzativo

OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Servizio/Cultura del servizio

- dedizione
- impegno incondizionato
- business



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Il Servizio nell'**Impresa/negozio** si sviluppa lungo tutta la **Supply Chain**



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Il **SERVIZIO** non è in processo top-down

Postula una relazione di **interdipendenza**:

- **AZIONE** (strategia, ideazione, progettazione, realizzazione, condivisione)
- **PERCEZIONE DEL CLIENTE** (coinvolgimento empatico, valutazione, beneficio)



La dimensione relazionale del servizio



Il cliente è co-autore

AUCTÓRE(M), dallo stesso tema di ÀUCTUS p.p. ÀUGEO, accresco, faccio prosperare (sviluppare con successo)



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

IL SERVIZIO NASCE A MONTE

- INNOVAZIONE
- ORGANIZZAZIONE
- GESTIONE



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

IL SERVIZIO NASCE A MONTE

- Saper rinnovare gli spazi “fisici” e offrire al cliente un’esperienza personalizzata.
- Così si risponde alla concorrenza dell’e-commerce



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

1. Creare la propria bicicletta
2. Personalizzare il proprio maglione o la propria borsa online per poi completarne l'acquisto in negozio
3. Esplorare gli assortimenti su Internet ma restando all'interno del punto vendita,
4. Giocare a basket dentro a uno store che vende scarpe
5. Sperimentare prodotti di design in un appartamento-showroom, essere accolti da commessi pronti a usare tutte le tecnologie a loro disposizione
6. Restituire un libro acquistato se non si è soddisfatti della lettura.

esempi



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Proposte innovative che arrivano dal mondo del retail “fisico”

Un mondo che è da tempo sotto pressione a causa della crescente concorrenza dell'e-commerce e per il quale l'innovazione sta diventando sempre più una necessità.



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Alcuni degli elementi che le contraddistinguono sono:

- **Cross-canalità**
ovvero il passaggio divenuto ormai “liquido”
tra online e offline
- **Greentailing**
l’attenzione al green
- **Human Tech**
l’uso delle tecnologie
- **Personalizzazione**
- **Open innovation**



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Il comune denominatore resta quello di:

- Attrarre il cliente
- Coinvolgerlo
- Offrirgli un'esperienza di acquisto rinnovata, particolare, divertente e possibilmente unica



OLTRE IL PRODOTTO. DARE IL GIUSTO VALORE AL SERVIZIO

Flagship store

negozio-modello che mette in scena il mood e la qualità del servizio al cliente con variazioni di concept, stile, design



La dimensione relazionale del servizio

I principi della persuasione per la **valorizzazione del servizio**:

- Simpatia
- Reciprocità
- Conferma sociale
- Rarità
- Coerenza/Impegno
- Autorità



AFORISMA



Vivi con quelli che possono renderti migliore e che tu puoi rendere migliori. C'è un vantaggio reciproco, perché gli uomini, mentre insegnano, imparano.

Lucio Anneo Seneca, Lettere a Lucilio, 62/65

