

IL MARKETING ALIMENTA LA CRESCITA DI ARTIGIANATO E COMMERCIO

di Giuseppe Picciano

In un contesto di ripresa contenuta tornano a crescere artigianato e commercio, a partire dalle piccole società, basate sulla partita Iva o con pochi dipendenti. Ciò riflette le tendenze del marketing e le nuove esigenze dei consumatori. A sostenerlo è uno studio di Zeuner, call center di Seveso nell'hinterland milanese, che assiste a una domanda in aumento di servizi di marketing, finora prevalentemente richiesti da grandi organizzazioni, anche da

parte di artigiani e commercianti. Sono sempre più gli artigiani (dall'idraulico alla sartoria, dal gommista alla piccola meccanica) e i commercianti (dal panettiere al piccolo supermercato, dal gioielliere alla torrefazione) che utilizzano strumenti di marketing. Secondo i dati di Zeuner, che vanta tra i principali clienti grandi organizzazioni (Condé Nast, Disney Italia, Federfarmaco, Manetti&Roberts, Mondadori/Pressdi, Nestlé Italia, RCS Mediagroup, Sandoz Novartis) aumenta la richiesta di quei settori professionali rappresentati

da artigiani e commercianti: studi medici-odontoiatrici piccola meccanica, ristorazione-alimentari, abbigliamento, concessionari di auto. Assistiamo a un cambiamento di scenario - dice Marco Carloni, amministratore delegato di Zeuner - se il grosso del nostro fatturato è costituito dalle grandi aziende, dall'editoria, dal farmaceutico, dall'e-commerce, riscontriamo una crescita della domanda da parte di artigiani e commercianti, che utilizzano i nostri servizi di marketing, per fissare appuntamenti, segnalare offerte, magari con un semplice sms, rea-

lizzare survey. A ciò corrispondono le analisi di scenario immobiliare e quelle sulla riscoperta delle professioni artigianali». Non solo gli artigiani, ma anche i commercianti, secondo la Zaunier, sono sempre più consapevoli di come cambia il consumatore-cliente. Il cliente vuole vivere l'esperienza dell'acquisto come un fatto emozionale e soprattutto cerca la personalizzazione della relazione commerciale. Gli artigiani e i commercianti hanno ampi margini di crescita e di guadagno in questo senso e possono ottenere la fidelizzazione del cliente a medio e lungo termine.

