

Carrozzine e biberon, dal computer a casa tua

Pubblicato: Giovedì 6 Marzo 2003

Non è il cd o il libro acquistato on line. Ma il commercio elettronico funziona anche nei settori quasi di nicchia. Chi lo fa da anni conferma un tendenza positiva, ottenuta con costanza e passione. Carrozzine, biberon e seggioloni nella rete si vendono bene. Potrebbe essere un “case-history” quello del “Nido di Grazia” di Busto Arsizio, negozio specializzato nella vendita di articoli per l’infanzia. Dal 2000 è sulla rete e pratica l’e-commerce. Se all’inizio le vendite erano inesistenti e radi i contatti, ora questa forma di commercio per il negozio bustese sta producendo i suoi risultati. Il segreto del successo lo abbiamo chiesto al titolare del negozio Francesco Regalia. «Abbiamo puntato su prodotti esclusivi, importati dall’estero e assenti sul mercato italiano, abbiamo fatto pubblicità e soprattutto lavorato per creare offerte e pagine ad hoc facilmente rintracciabili nei motori di ricerca».

Da zero contatti e zero vendite, il sito del “Nido di Grazia” dal 2000 ha registrato uno sviluppo esponenziale. Oggi conta 10mila contatti unici al mese e due/tre vendite giornaliere. Il minimo per ogni acquisto è di 150 euro. «Ovviamente sul totale del nostro fatturato rappresenta una piccolissima parte, ma considerando che in questi due anni i negozi del genere hanno subito una pesante crisi che ha fatto registrare un calo nelle vendite, avere registrato invece un incremento rappresenta un fatto sorprendente».

All’inizio il mondo della rete aveva promesso tanto. Molti si sono buttati e per tanti c’è stato il flop. La passione ha fatto la sua parte. «Io sono un programmatore e sul nostro sito ho investito molto – dice ancora Regalia – per noi non rappresenta una vetrina virtuale, ma un punto di vendita in più».

Le richieste arrivano da tutta Italia e dalla Svizzera, dalle zone più disagiate dal punto di vista viabilistico come la Valle d’Aosta o la Sardegna «dove i clienti ci mettono magari due ore per raggiungere un negozio». Oppure da città come Milano o Torino in cui il traffico rappresenta un disagio in più.

Quanto al cliente, la tipologia resta ancora confinata ad una fascia medio-alto. Compra in rete chi ha una buona conoscenza del computer e della rete e non ha molti problemi a pagare con la carta di credito. Ma il tipo di pagamento preferito rimane quello alla consegna. Viene poi la carta di credito e infine il bonifico. «Ma il nostro paese non facilita ancora il commercio on line, visto il costo elevato sul contrassegno e le spese di trasporto». Ma è una via che va battuta e così carrozzine e biberon arrivano in quarantotto ore in ogni angolo d’Italia.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it