

A Sesto il minuto si spacca sul web

Pubblicato: Lunedì 18 Ottobre 2004

Non c'è divisione tra il nuovo e l'antico in Internet: tradizioni gloriose e innovazioni commerciali vanno a volte di pari passo, e rendono più frizzante il commercio in anni difficili come quelli che stiamo vivendo. Anche in caso di piccole attività, anche e soprattutto per negozi che non stanno in famose metropoli o nei grandi centri turistici. E un caso emblematico di questo "cortocircuito virtuoso" è nella nostra provincia, a pochi passi da noi.

«La mia attività è arrivata ormai alla quarta generazione – spiega Marco Limbiati, titolare di una gioielleria nella cittadina sulle rive del Ticino – siamo a Sesto Calende da 70 anni. Il mio bisnonno si occupava delle riparazioni delle torri campanarie, mio nonno ha cominciato lì l'attività commerciale, aprendo il negozio che ancora ora vende gioielli e orologi. Il negozio è sempre lo stesso, sia per indirizzo (in via Roma 9, proprio sotto i portici, nel centro storico) che per dimensioni. La nostra espansione è avvenuta sul web».

Marco Limbiati quattro anni fa ha fatto una scelta che allora – nel mondo di internet, quattro anni valgono come decenni... – sembrava avveniristica e forse anche un po' inutile: **ha aperto un sito internet con una sezione per l'e-commerce.**

«Quando il sito è nato, già aveva non solo la parte di informazioni istituzionali, come si usava allora, ma anche una sezione di e-commerce. Sezione che però si è grandemente evoluta due anni fa, quando ho affidato la parte commerciale non al webmaster del sito, ma ad un webmarketer, figura specifica assolutamente indispensabile per il buon funzionamento dell'attività commerciale on line. Con il suo arrivo infatti le cose sono decisamente cambiate e quello che prima si poteva considerare un hobby adesso è una voce di fatturato, oltre che un notevole sacrificio di tempo: l'attività sul web è ormai cresciuta in maniera tale che io ormai mi occupo totalmente di internet. Del negozio "fisico" ora si occupa mio fratello Luigi e le commesse».

Quanto incide ora il commercio on line nella vostra attività?

«Diciamo che per me oggi si tratta di spedire tre o quattro pacchi al giorno: Per il negozio è come se tre o quattro dei clienti che entrano uscissero con un orologio o un gioiello in mano. Clienti che però provengono da dovunque: molte sono le ordinazioni dal centro-sud di Italia, ma sono tanto significative anche quelle che provengono dai paesi di lingua o cultura tedesca – Svizzera in particolare, ma anche Germania, Austria, Danimarca, Paesi Bassi – tant'è vero che ho già dato disposizioni di ricreare il sito anche in tedesco».

La clientela che compra nel negozio dei Limbiati attraverso internet **è prevalentemente giovane**: «Questo è dovuto soprattutto al tipo di prodotti che vendiamo: certe marche colpiscono e attirano soprattutto i giovani. Incide anche però una maggiore dimestichezza nel mezzo». Sono infatti i gioielli della BreilStones, o gli orologi di Vagary a colpire l'interesse di ragazzi, magari siciliani o sardi, che grazie a internet possono comprare, a Sesto Calende, quello che vogliono o hanno visto in tivù. Una cosa che funziona solo se è tutto a posto anche la parte logistica: «Quella della spedizione è una questione con la quale siamo cresciuti seguendo l'avanzare delle richieste: prima le poste bastavano e avanzavano. Ora che il numero di pacchi giornaliero sta diventando costante, per noi è diventato necessario affidarci a partner specifici come Ups e altri. Adesso per un cliente vicino a Sesto ci impieghiamo anche 15 minuti e per spedire il prodotto richiesto in Sicilia non ci impieghiamo più di 24 ore».

Il vostro contatto col cliente internet avviene quindi attraverso uno spedizioniere...

«Non è detto: ci è capitato di clienti che venissero da lontano per acquistare un gioiello. Internet permette ai clienti innanzitutto di trovare l'introvabile: quel modello preciso che nei loro dintorni non riescono a trovare o non sanno nemmeno come cercare. Mi è capitato, ad esempio, che arrivasse al mio negozio una coppia di Abano Terme, che dopo aver visto il gioiello su Internet hanno voluto venire nel negozio, fisicamente per comprarlo. Non erano evidentemente, dei compratori on line fiduciosi, ma internet era stato fondamentale per "salvare una famiglia", come hanno detto loro, visto che la figlia che si era incapricciata di quel monile, non voleva saperne di avere qualcos'altro...E non sonori i casi in cui hanno riacquistato in internet il regalo del moroso, da ripristinare dopo rotture o smarrimenti ma di cui non trovavano più il modello perchè fuori produzione».

Qual è il valore aggiunto del vendere in Internet?

«Specialmente in un momento come questo, in cui lavoro è in calo, Internet è importante perchè consente di mantenere i volumi uguali di vendita in momento oggettivamente difficile. Internet non potrà mai sostituire la vendita tradizionale, ma rappresenta un volano importante per la propria attività». Forse l'esistenza di un luogo fisico è necessaria anche al cliente, per poterne conquistare la fiducia: malgrado non si tema più come una volta di "fare gli acquisti in Internet", sapere che dietro ad un acquisto on line c'è una voce ed un negozio può rassicurare. E' così?

«Certo, ed è per questo che **oltre al tradizionale modo di acquisto on line**, noi diamo a disposizione dei clienti mail e numero di telefono dedicato: da qui possono chiedere informazioni, personalizzare la spedizione, dare indicazioni ulteriori. Tant'è vero che diversi acquisti noi li concludiamo semplicemente via email, come invece, al contrario, molti altri vengono effettuati senza prendere alcun contatto con noi. Dipende dal cliente: noi quello che facciamo è semplicemente aprirgli tutte le porte. A lui decidere quali usare».

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it

