



Shopping Experience, gli italiani apprezzano la vendita a domicilio

BY REDAZIONE CMI · 17 NOVEMBRE 2017

Una recente ricerca di Manhattan Associates, svolta su un campione di 500 consumatori intervistati a proposito del retail, ci rivela che **solo il 21% degli italiani giudica positiva la propria esperienza di acquisto in termini di shopping experience cross-channel coerente**. Se però si considera la vendita a domicilio, Univendita ha rilevato che il 91% dei clienti si dichiara pronto a ripetere questa scelta, complice la possibilità di costruire un rapporto diretto e immediato con l'azienda.

Nonostante il contesto di consumi stagnanti e difficoltà economiche per il nostro Paese, la **vendita a domicilio** vede crescere il proprio fatturato grazie alla capacità di offrire un'**esperienza d'acquisto personalizzata** che soddisfa il consumatore e contribuisce in modo decisivo a trasformarlo in un **brand ambassador**, e questo proprio grazie alle peculiarità della vendita diretta descritte da **Ciro Sinatra**, presidente di Univendita: *“Si parte da due elementi di base: prodotti di qualità e professionalità dei venditori, che sono qualificati e trasmettono passione per il proprio lavoro e per il prodotto. La competenza del venditore, specie quando si fa una spesa importante, è un elemento estremamente ricercato dalla clientela: il venditore deve essere un vero esperto del suo settore, un consulente che sa dare consigli d'uso e deve personalizzarli in base alle aspettative e alle esigenze del singolo cliente. Inoltre il venditore è anche un primo contatto diretto e familiare per il cliente qualora necessiti di assistenza post vendita. Sono proprio gli elementi immateriali che rendono unica la Customer Experience”* ha concluso Sinatra. *“Quando si parla di marketing esperienziale, sensoriale, la vendita a domicilio è un passo avanti rispetto agli altri canali”*.

Da non sottovalutare, inoltre, il risvolto “social” e l'efficacia del passaparola generati e legati a questo tipo di esperienza d'acquisto: secondo la ricerca Univendita, infatti, l'84% di coloro che hanno acquistato attraverso la vendita a domicilio dichiara che consiglierebbe questo sistema di vendita ad amici e parenti. Infine, le aziende della vendita a domicilio risultano anche avvantaggiate nella **raccolta di feedback immediati e di qualità**: questi preziosi dati, ricevuti direttamente dai clienti, consentono alle aziende di modulare un'offerta di prodotti e servizi costantemente in linea con le esigenze dei consumatori.