

CASO STUDIO N°3 – NEGOZIO ABBIGLIAMENTO

CLIENTE:

Negozi Abbigliamento

MARKETING COACH:

Luca Lodovisi – LL Training Srls

DURATA DELL'INTERVENTO:

18 Mesi

FORMAZIONE:

In loco / Via web

OBIETTIVO

- Aumentare lo scontrino medio
- Aumentare i clienti
- Fidelizzare la clientela e riattivare i clienti dormienti

SITUAZIONE PRIMA DELL'INTERVENTO DEL MARKETING COACH:

Il negozio d'abbigliamento con 6 punti vendita all'attivo, fattura all'incirca 3.000.000 € all'anno con un totale di 17 dipendenti e qualche ragazza in supporto.

I problemi principali che denotano i due soci, sono:

1- Scarsa capacità dei commessi di aumentare la spesa del cliente nel punto vendita. Mediamente un cliente, nel punto vendita, spende a singolo acquisto circa 120€.

2- Nessuno dei 6 punti vendita presenta un chiaro programma di acquisizione clienti

3- I negozi non lavorano con un format unico, ma anzi utilizzano concetti completamente differenti a tal punto da sembrare realtà completamente distaccate.

4- La clientela solo in due negozi su sei risulta fidelizzata.

STRATEGIA APPLICATA PER RAGGIUNGERE IL 1° OBIETTIVO – Aumentare lo scontrino medio.

- Per risolvere questo problema ho consigliato ai due titolari di effettuare un programma formativo insieme a tutti i commessi
- Il programma era così suddiviso:
 - 1° Parte – BASI SULLA VENDITA – 3 sedute da 6h
 - 2° Parte – UP SELL / CROSS SELL – 3 sedute da 6h + 1 seduta esercizi da 4h
 - 3° Parte – SVILUPPO PROCEDURE – 2 sedute da 6h + 1 seduta esercizi da 4h

RISULTATO

I risultati non si sono assolutamente fatti attendere, e già a metà della 2° parte formativa, i commessi performavano in modo strabiliante ottenendo un aumento medio del fatturato dei punti vendita pari a +13%

Tutti i dati e le performance sono stati monitorati mensilmente e alla chiusura d'esercizio, il risultato è stato un aumento di fatturato totale pari al + 29% rispetto all'anno precedente.

I titolari rimasero strabiliati dai dati. Avevano visto un miglioramento significativo, ma non immaginavano assolutamente un risultato del genere. + 29% che si traduce in 870.000€ in più rispetto l'anno precedente.

STRATEGIA APPLICATA PER RAGGIUNGERE IL 2° OBIETTIVO – Aumentare i clienti

- Per raggiungere questo obiettivo, ho dovuto fare un passo indietro. Dopo un'attenta Diagnosi Aziendale, ho consigliato ai due imprenditori di lavorare sul Brand.
- Il Brand Positioning era argomento completamente sconosciuto nella realtà aziendale, pertanto il lavoro è stato molto duro e arduo.
- Abbiamo lavorato tantissimo sulla differenziazione rispetto ai competitor, l'unicità e sul format aziendale. Tutti i 6 punti vendita dovevano essere identici sia in vendita, in procedura, ma anche in layout. Ogni punto vendita doveva emanare l'identità aziendale.
- Questo lavoro è stato molto duro e dispendioso in termini di energia e di costi, ma il risultato a distanza di mesi, ne è valso lo sforzo.
- In seguito al lavoro sul Brand, abbiamo implementato una strategia di acquisizione clienti dal mercato online al mercato offline.

RISULTATO

LUCA LODOVISI

Marketing Coach per Piccole Medie Imprese

Ad oggi i punti vendita sono completamente in linea con il messaggio aziendale. Entrare in un punto vendita è esattamente come entrare in un altro. Tutto questo, unito alla strategia di acquisizione clienti online, ha fatto in modo che i clienti aumentassero al termine della consulenza del 19% rispetto all'anno precedente.

I titolari sono rimasti talmente tanto soddisfatti che dopo aver saputo di questo risultato hanno proposto a Luca Lodovisi di rinnovare la collaborazione per i tre anni a venire.

STRATEGIA APPLICATA PER RAGGIUNGERE IL 3° OBIETTIVO – Fidelizzare la clientela e riattivare i clienti dormienti.

- In primis abbiamo introdotto un programma di fidelity card digitale e su app che permettesse all'azienda di comunicare anche attraverso notifiche push con i propri clienti.
- Successivamente abbiamo istituito una newsletter con un calendario editoriale preciso e comandato dal negozio "madre".
- In più abbiamo fatto ricorso ad una strategia di vecchio stampo, ma pur sempre funzionale. Il buon vecchio magazine. I titolari, sotto indicazione del Marketing Coach, hanno deciso di appoggiarsi ad una agenzia editoriale per la produzione di un magazine che arrivi mensilmente a casa dei clienti, presentando novità del Brand e nuovi spunti di look e moda in generale.

RISULTATO

Successivamente all'invio delle prime newsletter e al magazine abbiamo proposto un TEST DI SODDISFAZIONE che ha riportato un totale di punteggio pari a 4,9 su 5.

I NEGOZI OGGI...

- Fatturato di oltre 5.200.000€ con 22 dipendenti.
- Apertura di altri 2 punti vendita
- Programma formativo a tutti i commessi una volta all'anno per un totale di 5 giornate.
- Apertura di altri 4 punti vendita entro il 2022