



UNC  
CONSUMATORI.IT

## Retail 4.0, il digitale cambia le regole del gioco?

03 Dicembre 2019



Nei mesi scorsi una notizia ha scatenato un acceso dibattito: un **commerciante di scarpe** fa pagare 10 euro ai clienti che vogliono provare i suoi prodotti. Il tutto, a suo dire, **per difendersi dagli “speculatori”** che entravano in negozio soltanto per farsi un’idea per poi **acquistare online**.

È questa la strada che i **negozi tradizionali** devono intraprendere per non soccombere dinnanzi al successo dell’**ecommerce**? Ma soprattutto, i **negozi fisici** sono destinati a fallire dinnanzi al progredire del **digitale**?

Non ne siamo così convinti se pensiamo che **giganti del commercio elettronico** del calibro di **Amazon** e **Alibaba** hanno deciso di aprire negozi fisici, talvolta sperimentando nuovi *format*, talvolta acquisendo catene preesistenti. Ciò dunque ci fa riflettere sul fatto che siamo di fronte probabilmente ad un cambio di paradigma nel mondo del **retail**, il che non significa per forza l’apocalisse per gli **store fisici**.

**Giuseppe Stigliano**, docente di **Retail Marketing Innovation** e autore insieme a **Philip Kotler** del libro **“Retail 4.0”** racconta l’evoluzione del **retailing**, partendo dagli albori nei

primi anni del 900, con la nascita dei primi punti vendita a libero servizio che andranno a sostituire le tradizionali botteghe (**Retail 1.0**), per poi passare negli anni Cinquanta ai centri commerciali (**Retail 2.0**). Negli anni Novanta con la diffusione dello *shopping online* arriviamo alla fase del **Retail 3.0** che culmina nell'era odierna: il **Retail 4.0** è **l'avvento della distribuzione omnicanale** con consumatori che vivono sempre più spesso una **doppia vita analogica e digitale**, usano tanta tecnologia fissa e mobile, sono influenzati non solo dai **media tradizionali** ma anche dai **social network**.

Siamo quindi di fronte ad una guerra tra **negozi analogici e digitali**?

*“Nient'affatto, anzi dobbiamo fare pace con la **rivoluzione digitale** -afferma **Giuseppe Stigliano**- prendendo consapevolezza che nessuno ha la soluzione in tasca ma bisogna procedere per tentativi. La maggior parte delle aziende che ci sono adesso sono nate **prima del digitale** e avevano quindi flussi e processi del tutto diversi per cui non sono naturalmente equipaggiate alla **rivoluzione** in atto ma devono procedere a tentativi, come ha fatto quel commerciante di scarpe. Non possiamo condannare la sua iniziativa, seppur appaia come un tentativo goffo e maldestro di chi nasconde la testa sotto la sabbia provando a fronteggiare il **digitale** facendo pagare chi entra nello store. D'altro canto, se fossi quel negoziante che vede decine di clienti entrare, provare e poi comprare online dove costa meno, è logico che sarei frustrato. Dovremmo accettare il **darwinismo digitale** per cui non è detto che tutti i paradigmi di business sopravviveranno nell'evoluzione digitale, ma soltanto quelli che si sapranno adattare”.*

**Stigliano** e **Kotler** offrono dunque nel libro un quadro sintetico delle trasformazioni in atto e una serie di consigli strategici per i *retailer* che desiderano fondere **marketing tradizionale** e **digitale**. Ma non solo, nella seconda parte del volume sono intervistati amministratori delegati e *top manager* di aziende internazionali come Amazon, Carrefour, Cucinelli, Eataly e Marks & Spencer, solo per citarne qualcuna. Ognuno ha un approccio diverso per affrontare l'evoluzione in atto, ma sembra che un aspetto possa accomunarli e lo rivela Stigliano: *“se continuiamo a fare il lavoro così come l'abbiamo sempre fatto tra un po' ci saranno due ragazzini che adesso sono in un garage a fare esperimenti e che tireranno su un sistema di business che mi butterà fuori dal mercato come è successo alle **agenzie di viaggio, a Polaroid, Blockbuster, Blackberry**. Il fatto di essere grandi e avere tradizioni in un mondo in cui devi essere fluido può essere una zavorra: è importante esplorare nuovi **paradigmi di business**, ognuno ha il proprio approccio ma sono tutti accomunati dall'**apertura al cambiamento**.”*

Essere **aperti al cambiamento** quindi, ma anche **invisibili, personalizzare il prodotto** e il **servizio**, mettere il **consumatore** e le sue esigenze al centro: sono alcune delle **dieci regole del retail** esposte dagli autori nel libro **“Retail 4.0”**. Al centro c'è la **customer experience**, cioè come le persone si aspettano di essere servite: *“i nuovi player del digitale hanno dopato il mercato alzando l'asticella delle aspettative -spiega Stigliano- se **Amazon** consegna in un giorno e consente il recesso gratuito, il panettiere sotto casa deve adeguarsi a quegli standard. Se **Netflix** mi permette di accendere e spegnere la programmazione televisiva con un clic per interrompere l'abbonamento se vado in vacanza, le persone si aspettano quel livello di efficienza dai concorrenti, dalla compagnia assicuratrice, etc”*

Anche le **associazioni dei consumatori**, la nostra *in primis* che per tradizione è la più antica, ma anche quella che nel corso degli anni è sempre stata in prima linea sui temi dell'**innovazione**, sono dunque chiamate ad un cambio di mentalità per sopravvivere a se

stesse, ma anche per essere realmente d'aiuto ai consumatori e al mercato, senza dimenticare però un principio che lo stesso **Giuseppe Stigliano** rivela: *“ho scritto un libro sull'innovazione con **Philip Kotler**, il maggiore esperto di marketing di tutti i tempi, un signore di novanta anni che ogni qual volta esploravo temi innovativi lui mi riportava a terra dicendo che non era nulla di nuovo ma era già successo. Mi sentivo come se avessi scoperto l'acqua calda, ma lui era lì a ricordarmi che era solo un modo diverso di rispondere ad un bisogno. D'altro canto, una volta i cibi si conservavano sotto sale poi è arrivato il frigorifero che ha cambiato le regole del gioco... prima, l'innovazione si chiamava **elettricità**, oggi **digitale**.”*

### **Le 10 regole del Retail 4.0 secondo Giuseppe Stigliano e Philip Kotler**

1. Be Invisible
2. Be Seamless
3. Be a Destination
4. Be Loyal
5. Be Personal
6. Be a Curator
7. Be Human
8. Be Boundless
9. Be Exponential
10. Be Brave

**Autore:** Simona Volpe

**Data:** 2 dicembre 2019