



UNC
CONSUMATORI.IT

Cosa vorrei nel supermercato ideale?

29 Maggio 2016



Fare la spesa è un'esigenza a cui nessuno può sottrarsi, ma può anche diventare più piacevole di altre incombenze casalinghe. Come? Basterebbe organizzarsi con lista alla spesa alla mano e buona volontà, certamente, ma non guasterebbe anche una maggiore attenzione del

mondo della grande distribuzione per i consumatori.

Quali sono gli aspetti che queste moderne cattedrali dello shopping potrebbero migliorare per rendere più facile la vita dei loro clienti? Noi abbiamo stilato una lista delle dieci cose che non dovrebbero mancare nel nostro supermercato ideale e ve le proponiamo, che cosa ne pensate?

- 1) Prevedere strumenti più efficaci di **interazione con la clientela**: non solo con il classico punto di ascolto presso il supermercato (o il call center), ma anche App e altri canali digitali come i social network;
- 2) maggiori informazioni sulla **provenienza dei prodotti**, anche oltre le previsioni normative, a cominciare dall'introduzione in etichetta dell'informazione sullo stabilimento di produzione;
- 3) divieto di collocare i **prodotti per bambini alle casse**, così da non sollecitare gli acquisti di impulso dei più piccoli;
- 4) predisposizione dei prodotti all'interno del grande magazzino secondo **le esigenze consumatore** (e non secondo le tecniche di visual merchandising del supermercato): quindi prima l'acqua minerale, per evitare che schiacci altri prodotti, poi prodotti in scatola, quindi i freschi come formaggi, frutta e verdura e per ultimo i surgelati vicini alla casse, per non interrompere la catena del freddo;
- 5) impegno a **non cambiare la disposizione dei prodotti** solo per disorientare il consumatore e costringerlo a peregrinare per le corsie;
- 6) indicazione del **prodotto più conveniente** per facilitare gli acquisti di chi si indirizza ai prezzi più vantaggiosi;

7) impegno per la **sostenibilità ambientale**: dall'uso di materiali riciclabili ai contenitori per la raccolta delle batterie esaurite, dal divieto di uso della pellicola pvc per salumi e formaggi alla installazione di termometri visibili al pubblico nei congelatori, fino alla corretta raccolta del RAEE;

8) seri investimenti sulla **formazione degli addetti** ai punti vendita anche per introdurre nuove figure di assistenti alla clientela che possano indirizzare il consumatore per trovare i prodotti tra gli scaffali e le notizie necessarie per acquisti di buon rapporto qualità prezzo;

9) migliore **accoglienza per la clientela**: dalla disponibilità di cartellonistica sui diritti di garanzia e post-vendita alla presenza di etichette "green" e di prodotti per particolari esigenze dei consumatori, dal contenimento delle file alle casse (offrendo percorsi privilegiati o automatizzati), alla disponibilità di aree wifi o per la ricarica di smartphone o tablet, fino a luoghi attrezzati per i minori o gli anziani;

10) sistemi di **certificazione da parte delle Associazioni dei consumatori** sulla qualità dell'informazione, i servizi di ascolto, la sicurezza prodotti (ad esempio tramite ispezioni o attività di mystery shopping che consentano di pervenire al rilascio di un trustmark di fiducia).

Autore: Massimiliano Dona

Data: 31 maggio 2016