Come vendere di più in 5 semplici mosse

di Paolo Franzese



Come vendere di più nel tuo negozio? Siamo folli consumatori, compriamo più di quello che consumiamo.

Fai acquisti inutili

Immagina che scendi per andare a comprare **un paio di calzini**, cosa accade quando entri in un negozio? Inizi rapidamente a comprare cose che non avevi pianificato, prodotti nuovi, prodotti scontati, compri, compri, e perché no?

Ecco la funzione del negozio, se è progettato come si deve allora ritorni a casa con le buste piene di:

1. Un paio di pantaloni;
2. Un cappello;
3. Una giacca;
4. 10 accendini;
5. Un puzzle;
6. Un paio di calzini.

Praticamente hai dimenticato perché sei sceso, hai perso la tua intenzione iniziale, ovvero:

> Entrare in un negozio e comprare un paio di calzini.

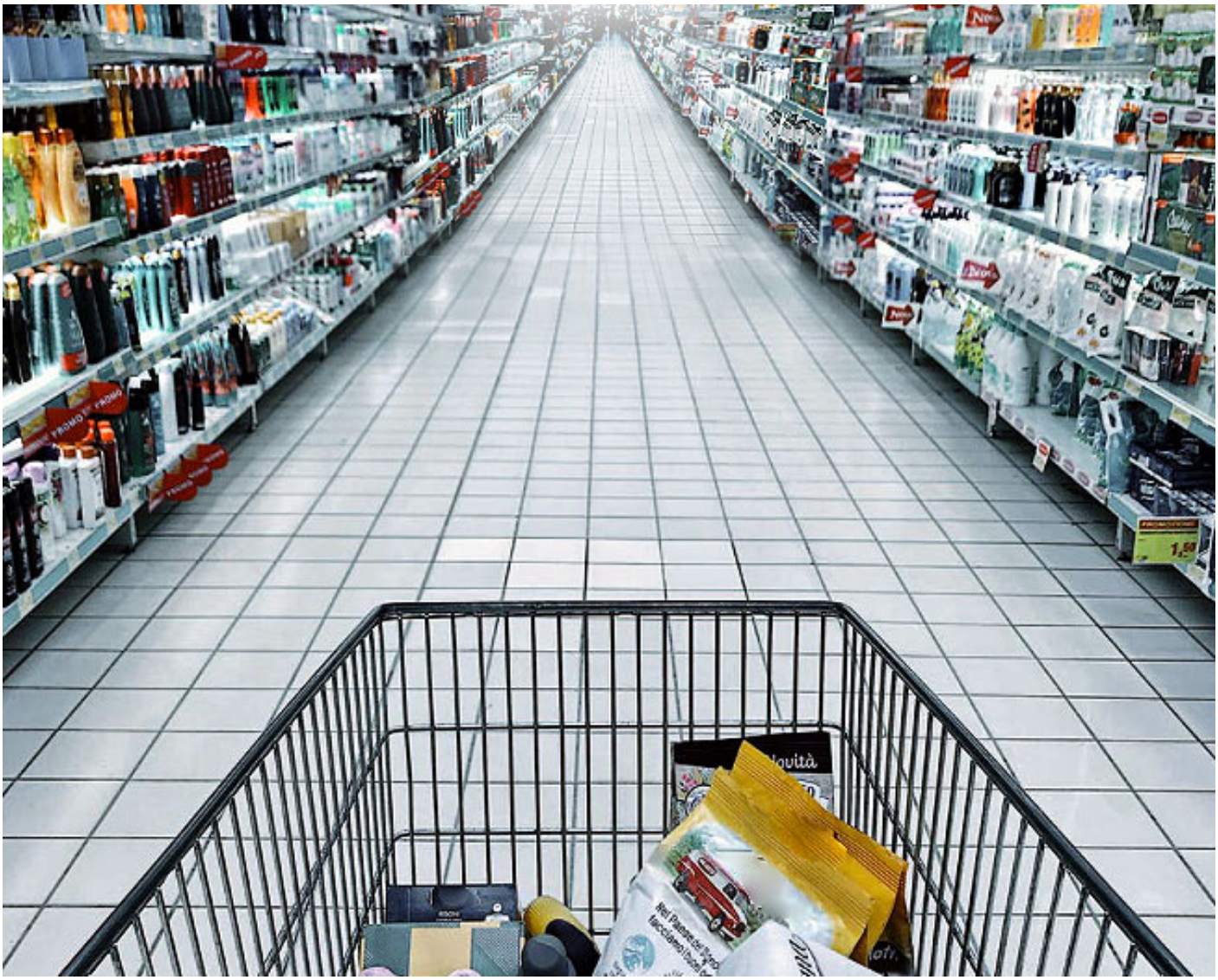
Perché è così difficile attenersi a una lista della spesa?

Perché dimentichi per cosa sei entrato nel negozio?

Perché compriamo tutte queste cose?

Conoscere il perché potrebbe essere molto utile per te, per vendere di più o comprare di meno.

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com



Guarda il tuo carrello e pensa all’impulso a fare acquisti inutili.

Il 50% della tua spesa non è pianificata, questo affermano i ricercatori, in sintesi la lista si integra di:

- Cose che hai *dimenticato* di mettere sulla lista;
- *Acquisti d’impulso*, dove vedi qualcosa, pensi che sia un oggetto interessante e lo compri.

Cerchiamo ora di capire come fare ad utilizzare questi impulsi per i tuoi prodotti.

Questa cosa non la paghi, iscriviti gratis alla mia newsletter.

Come vendere di più nel tuo negozio? Le persone comprano cose inutili.

Effetto Gruen

I negozi sono progettati proprio per farci acquistare di più, gli spazi sono progettati intenzionalmente in modo che acquistiamo più cose di quelle di cui abbiamo bisogno. In quasi tutti

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

i casi, se esci per fare shopping e se vai in giro, soprattutto nei *supermercati* o nei *centri commerciali*, finirai sempre per acquistare più cose rispetto a ciò che avevi messo in lista, questo è chiamato **effetto Gruen**.

Questo comportamento che abbiamo quando entriamo in un negozio può essere semplicemente riassunto in:

> L’impulso a fare acquisti inutili.

Il layout del tuo negozio può far crescere il tuo fatturato. Pensiamo ai mercati tradizionali e poi all’aumento di tutti questi centri commerciali e di tutti questi negozi di “lusso” e supermercati, perché sembrano tutti uguali? Su cosa si basa l’architettura del negozio?



L’antico concetto di mercato, sul un solo piano, il piano terra.

L’architettura di un negozio può avere un impatto sulla *soddisfazione* del consumatore, che a sua volta potrebbe spronare tutti gli acquisti d’impulso, questo è uno dei modi più efficaci per influenzare il comportamento.

Nel ventesimo secolo, l’architetto **Victor Gruen** ha ripensato gli spazi dei negozi in modo da

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com

catturare l'attenzione dei passanti e convertirli in clienti:

- Utilizzando luce e spazi per creare delle scene per le vetrine dei negozi;
- Riducendo la "soglia" tra la gente che passa e i prodotti;
- Esperienze di shopping in vetrina;
- Disegnare un layout una storia per influenzare il comportamento dei clienti;
- Creare eccitazione, le persone eccitate sono più propensi a comprare;
- Il labirinto di prodotti, una maggiore esposizione porta ad acquisti d'impulso;

Perché le nostre decisioni di acquisto si basano:

- Il 20% su logiche e bisogni;
- L'80% sulle emozioni.

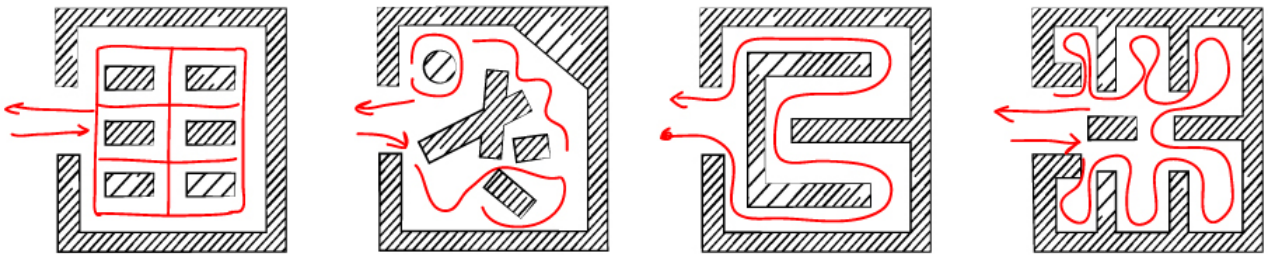
Come vendere di più nel tuo negozio? Chi ha progettato il tuo layout?

Il layout del tuo negozio

Il **layout** ovvero *come i prodotti vengono presentati nel negozio*, la planimetria può modificare il comportamento in negozio.

Ci sono vari layout da seguire:

- A "**griglia**" per enfatizzare *velocità* e *convenienza*;
- A "**flusso libero**" per consente l'esplorazione di più spazi del negozio;
- A "**loop**" per creare un ciclo che espone i clienti a un determinato percorso del prodotto;
- A "**Shop in shop**", tanti piccoli spazi isolati tra loro, ognuno espone una categoria di prodotti, una marca.



Se riesci ad allungare il percorso, se costringi i clienti a coprire più terreno, puoi allungare la distanza percorsa in negozio, quindi più cammini e più sarai esposto ai prodotti e più ti sentirai un "consumatore".

Disegna con la luce per indirizzare i consumatori verso i diversi spazi.

I clienti in media visitano solo circa **1/3 della superficie** di qualsiasi negozio.

Fai fare esperienze con tuoi prodotti, vedere, toccare e provare. I tuoi clienti possono passare ore

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

nel tuo negozio ma ci possono anche essere clienti che sanno esattamente cosa vogliono e devi creare anche il percorso “veloce” per loro. Il tuo negozio deve essere su misura per entrambi.

Un buon layout è quello che ti spinge a trascorrere più tempo in più parti del negozio.

Come vendere di più nel tuo negozio? Senza un vetrina può essere un serio problema.

Cura la vetrina

La maggior parte dei nostri mercati sono stati sostituiti dai *supermercati* e dai *centri commerciali*. In questi luoghi la vetrina deve essere irresistibile, l’allestimento del negozio deve essere attraente, le **vetrine** non possono essere ignorate, i prodotti devono essere mostrati così elegantemente che devi sentire l’impulso di *entrare* e *comprare*.

Devi creare una vera e propria *trappola per topi*.


Crea delle scene con la luce e gli spazi.

Ricordati che le persone acquistano impulsivamente, devi combinare l’estetica della vetrina con un layout “confuso”, devi creare un labirinto attraente. Più a lungo i clienti spendono nel negozio, più li rendi confusi e più hai la possibilità che acquistino più prodotti.

Ci sono negozi progettati per intrappolare le persone, progettati per farti percorrere l’intera

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons

lunghezza del negozio, più tempo ci passi e più probabile che tu possa comprare qualcosa. Un percorso per rendere il cliente confuso e disorientato e quindi un consumatore migliore.

Vuoi vendere di più?

Allora comprami oppure visita il mio negozio IMAGINERS.

Per approfondire questo tema puoi leggere anche questi altri articoli che ho scritto:

- Cosa fare per un marketing esplosivo;
- Come ottenere più clienti e vendere di più;
- Come vendere qualsiasi cosa a chiunque;
- Come vendere di più con la persuasione subliminale;
- ZMOT, il segreto per vendere di più;
- …

Così la prossima volta che entri in un negozio e compri qualcosa che non ti serve sai il perché. Non è colpa tua e colpa di chi ha progettato il negozio per renderti un perfetto consumatore. Magari è colpa di qualcuno che ha letto i miei articoli.

Sei vittima dell'impulso a fare acquisti inutili.

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 14 Giugno 2021

Tutti i contenuti sono sotto Licenza Creative Commons
Contatti +39 388 1020417 - info@imaginepaolo.com