



## LA CRISI DEL RETAIL: QUALE FUTURO PER IL COMMERCIO?

Si abbassano le saracinesche e si accendono gli schermi: l'e-commerce ha da tempo preso piede nelle nostre vite e iniziato a influenzare negativamente i punti vendita tradizionali, colpiti da una crisi che non accenna a placarsi. Mentre i colossi del settore sono costretti a ridimensionarsi, cambiare strategia e chiudere, le aziende online sfruttano la loro presenza sul web per ampliare il loro raggio d'azione, aprendo nuovi punti vendita e sperimentando metodi inediti di approccio con il pubblico. Amazon è l'esempio più lampante di questa interessante commistione tra negozio fisico tradizionale e store online. Tra pochi anni comprare oggetti di consumo e beni di prima necessità potrebbe non essere più la stessa cosa. In America l'hanno chiamata "l'apocalisse del settore retail" ma in tutto il mondo la situazione è più o meno la stessa.

Nuove strategie:

Tanto è cambiato nelle abitudini dei consumatori. Il modello Amazon si è imposto in tutto il mondo, portando numerosi venditori tradizionali a cambiare strategia per non annaspire in un mercato agguerrito e competitivo. Non esiste azienda commerciale che si rispetti senza uno store online funzionante e ben fornito, ma la partita vera si sta giocando sulle abitudini dei consumatori del futuro.

Una commistione tra online e fisico potrebbe essere l'unica strada per sopravvivere. Se i venditori tradizionali stanno buttando anima e corpo nell'online, i colossi dell'e-commerce stanno compiendo il passo inverso e trasferendo le loro conoscenze nella vendita fisica. Se Amazon non si sta accaparrando troppi clienti, il retailer dovrebbe accettare le minime perdite, mantenere il prezzo corrente ed essere grato che la situazione non sia peggiore. Ma se invece un web retailer si sta accaparrando un numero considerevole di clienti è tempo di riconsiderare la propria politica di prezzo e prendere in considerazione la possibilità di stabilire il medesimo prezzo online e offline.

