



La riscoperta della casa

Non perdiamo l'opportunità

Cahier a cura di GEA - Consulenti di Direzione

di Fabrizio Tellarini

Dopo quasi 2 mesi di quarantena forzata, dove abbiamo vissuto nelle nostre case e ci siamo necessariamente abituati a cambiare radicalmente i nostri comportamenti, ci accorgiamo che forse varrebbe la pena sistemare qualcosa all'interno di questo guscio che ci ha protetti dal nemico invisibile. In un paese dove la maggioranza delle famiglie vive in case di proprietà, la voglia di migliorare il luogo in cui sempre di più si vive e si vivrà sarà trainante.

In questi giorni ho visto tanta gente, davanti a porte e finestre spalancate, con il pennello in mano. Una rinfrescata ai vecchi serramenti, o alle pareti ingiallite da anni di bassa cura. Non è difficile imparare, il do it yourself costa molto poco, ed il risultato è appagante. Le pareti rinfrescate danno un senso di igiene e di pulito che ci fa vivere meglio all'interno dei locali.

Non andremo in vacanza ad agosto. O se ci andremo sarà per pochi giorni. Dobbiamo risparmiare per i tempi difficili, cioè per domani e dopodomani.

Ma se non spenderemo duemila euro in vacanza, magari potremo permetterci di condizionare qualche locale, per stare meglio in casa quando il caldo morderà. Se oltre a condizionare si potesse anche sanitzare l'aria sarebbe persino meglio.

Magari metteremo delle zanzariere, magari cambieremo qualche infisso sugli affacci più rumorosi.

Forse è giunta l'ora di cambiare la vecchia sedia davanti alla scrivania, che è diventata nel frattempo il nostro ufficio. Una sedia un po' ergonomica, che non ci faccia venire il mal di schiena. E forse, già che ci siamo, una lampada da tavolo che illumini bene, una bella luce che non ci costringa a cambiare di nuovo gli occhiali da vista.

E poi la connessione con il mondo esterno.

Una linea veloce, per favore. E se potessimo permetterci un home entertainment un minimo decente, quanto sarebbe bello! Il cinema a casa nostra. Per davvero. Tanto al cinema, quello in Via Torino, non ci andremo per un bel po'.

Non si può stare sempre fermi accovacciati sul divano o seduti davanti al computer. Un po' di movimento è necessario e doveroso. In palestra non ci si va più. A dire il vero non ci si andava abbastanza neanche prima, ma l'abbonamento lo avevamo fatto. Ora possiamo dirottare quel budget su qualcosa da mettere in casa, se abbiamo 2 metri quadrati a disposizione, che ci aiuti a stare in forma.

Una pianta, per favore mettiamo una pianta in salotto, per ricordarci che la natura esiste.

Se mai avessimo un balcone, sarebbe ora di usarlo in maniera un po' più intelligente. Basilico e rosmarino, il minimo sindacale? E che dire di una bella talea di rose?

L'on line poi ci aiuta. È facile soddisfare a colpi di click piccoli desideri e piaceri che prima trascuravamo (non c'era tempo, ore passate in coda su strade intasate o su mezzi di trasporto

affollati): il materassino da yoga, la tuta per stare comodi in casa, le nuove pantofole, il libro che volevamo leggere da una vita, in paper back, non in digitale, perché sa della bella vita di un tempo.

Andare dal parrucchiere è rimasto un bel ricordo, se si riesce a usare il nuovo taglia capelli e taglia barba acquistato on line molto meglio, più economico e sicuro.

Tenersi belli e belle con il fai da te, si imparano un sacco di cose su internet.

Il medico lo sentiamo su Skype, la ricetta è on line, la farmacia incomincia a consegnare a domicilio. La nuova bilancia registra automaticamente il peso e mi manda il grafico sul cellulare, caso mai volessi far finta di non vederlo da me.

Il massaggiatore viene a trovarci ogni ultimo venerdì del mese, è una persona fidata, sta attento ai contagi, non verrebbe mai se avesse il minimo sintomo di malattia, ci dà gli esercizi da fare per il mese successivo, per mettere a posto il principio di sciatica che ci tiriamo dietro da mesi.

Potrei continuare di questo passo ancora per molto.

Tutte cose di buon senso.

Difficile fornire numeri, ora.

Ma tutto quello che verrà consumato in casa e comprato da casa, avrà buone probabilità di mantenere livelli di consumo vicini al pre-covid ed in alcuni casi incrementarli.

Con un livello di prezzo più spostato verso il basso, perché i soldi scarseggiano, ma comunque con vitalità di domanda.

Certo, se potessimo avere un locale in più...

Ma ora non c'è trippa per gatti, di cambiare casa non se parla proprio, solo i più fortunati potranno permetterselo. Quelli che hanno un bel gruzzolo da parte e non lo hanno perso con il tracollo della borsa. Meglio il mattone, soprattutto se è un mattone che calpestiamo quotidianamente e ci fa aumentare la qualità della nostra vita.

E di questo ce ne sarebbe proprio bisogno.

Quindi?

Per tutti i prodotti destinati alla casa ed i servizi consumabili in casa esiste una buona notizia: la domanda non è sparita, anzi.

Le aziende devono però essere in grado di intercettarla e soddisfarla.

Pochi punti indispensabili da rispettare.

a) **Una gamma chiara e facilmente leggibile dal consumatore finale**

L'intermediazione del venditore o del commesso del negozio non esiste più. Bisogna saper parlare al consumatore sul web, con poche ma chiare informazioni sul prodotto, con un approccio a imbuto per soddisfare le curiosità dei più esigenti, con una navigazione semplice ed efficace.

Pochi prodotti, in chiare fasce di prezzo, di facile lettura.

Il primo prezzo è un prodotto essenziale, non un prodotto che dopo due utilizzi è rotto.

b) **Un brand che rassicura e non tradisce, e che comunica chiaramente**

Se il prodotto non si può toccare, la garanzia del brand diventa importante. Un brand che non tradisce, che rispetta il cliente e che garantisce il “value for money”.

La comunicazione on line deve essere coerente a questo principio.

c) **Processo di acquisto semplice, chiaro, affidabile**

Pochi click, semplicità, chiarezza, sicurezza.

d) **Canali on line efficienti**

Deve arrivare a casa. Al prezzo giusto. Nei tempi promessi. Intero.

Ho ordinato dell'olio da un'azienda marchigiana, prometteva meraviglie, fatto con olive da piante secolari. Mi sono arrivate le lattine di olio, olio buonissimo. Peccato che fossero tutte ammaccate. Alcune perdevano olio dal tappo.

Così non va bene...

Certo, il sistema industriale deve essere rapido a riadattarsi, dalla produzione alla logistica.

Se prima si faceva la farina per le pizzerie (in sacchi da 25 kg), ora la farina si vende in pacchetti da 1 kg....

E che dire della parte commerciale, che vede il mix dei propri canali stravolto.

Organizzazioni di vendita da ripensare, riallocare, ridimensionare.

Reagire in velocità, perché non c'è tempo, vince chi si adatta più velocemente.

Essere un brand rassicurante è condizione necessaria, non sufficiente. Chi vive di vecchia gloria non vivrà a lungo. Il mondo si è cappottato. Cerchiamo di non farlo anche noi.

Il collega Giampaolo Fascina, in un bel pezzo pubblicato su questa rubrica (“Non sprechiamo la crisi”), ci spiega come affrontare la crisi, nei suoi 7 momenti caratterizzanti.

Mi viene in mente il corso BLS fatto qualche anno fa.

BLS sta per Basic Life Support. Ti insegnano a gestire una persona traumatizzata, in attesa che arrivi l'ambulanza. I primi soccorsi, cercando di non fare morire la persona. Come tenerla in vita.

Il vero problema, ti spiegano, è fare arrivare sangue ossigenato al cervello.

Quindi garantire respirazione e battito cardiaco.

Il resto sono fronzoli e dettagli insignificanti.

Ecco, è il momento in azienda di una strategia BLS

Gamma e mix canali.

Il resto sono fronzoli, ci penseremo una volta messa in sicurezza l'azienda.

Mentre scrivevo queste righe, il presidente Mattarella ha firmato il Decreto Rilancio.

Il bonus fiscale fino al 110% sulla ristrutturazione della casa rafforzerà la domanda di impianti e servizi che migliorano la qualità della vita all'interno della propria abitazione.

Va spigato bene, va raccontato con chiarezza e semplicità al proprietario/a di casa, l'iter per accedere ai benefici deve essere cristallino. Architetti, fornitori di impianti, installatori e sistema bancario devono essere in grado di creare una filiera che faccia ciò.

Semplificare l'accesso all'iter: deve essere un mantra per chi vuole intercettare la domanda.

Quindi non solo ripensare al mix canali.

Occorre essere in grado di costruire un sistema di fornitura che possa offrire il “chiavi in mano”, garantendo affidabilità e risultato ad un proprietario/a che vive la ristrutturazione della propria casa come un terribile rompicapo, troppo grande per le proprie competenze.

Ma le premesse per ripartire su questo fronte, la casa, ci sono.

Rimbocchiamoci le maniche, ci aspetta tanto lavoro.

Il Paese deve ripartire.

E la nostra casa potrà accoglierci ancora meglio.

GEA ha il piacere di condividere riflessioni ed esperienze basate sul lavoro che sta svolgendo in questi momenti di criticità tramite la casella di posta elettronica covid19@gea.it.

Fabrizio Tellarini, senior partner di GEA, si occupa di ristrutturazioni industriali, NPD e nuove piattaforme prodotte, ridisegno di Supply Chain.