

## CASE STUDY

# Nuovo approccio commerciale nel punto vendita

## IL CLIENTE

Il cliente è uno dei Gruppi italiani di moda più conosciuti al mondo, presente in 120 Paesi con circa 6.500 negozi. Negli ultimi anni il Gruppo ha sviluppato il proprio business seguendo principalmente una logica B2B, operando sul mercato attraverso una rete di agenti responsabili di un certo numero di negozi. Il gruppo si è trovato a fronteggiare una duplice sfida: 1. adottare un approccio più vicino a quello del mondo "Retail" piuttosto che B2B. 2. Rivitalizzare il marchio attraverso la propria rete di negozi.

## LA SFIDA

Il gruppo si è trovato a fronteggiare una duplice sfida:

- Adottare un approccio più vicino a quello del mondo
- Rivitalizzare il marchio attraverso la propria rete di negozi.

## LA NOSTRA SOLUZIONE

Dopo aver valutato diverse possibili soluzioni, il Gruppo ha visto in Mercuri International il partner più affidabile e di esperienza al quale affidare questo importante progetto. La nostra soluzione ha puntato sulla qualità del servizio al cliente all'interno del negozio, in quanto leva fondamentale per un retailer. Il progetto si è concentrato, quindi, sui responsabili e sul personale del punto vendita. Agli Store Managers sono state trasmesse le conoscenze e le capacità per supportare e sviluppare nel tempo i propri collaboratori. Attraverso gli Store Lab, ovvero sessioni di training direttamente nel punto vendita, è stato trasmesso al personale il «sapere» e il «saper fare». Le difficoltà sono state superate grazie all'esperienza diretta sul campo e l'immediato supporto ricevuto.

## IL RISULTATO

A seguito del progetto pilota che ha visto coinvolti 4 importanti punti vendita del gruppo, si è potuto riscontrare un aumento dell'efficacia commerciale del personale del negozio ed un livello di soddisfazione molto alto da parte dei destinatari del progetto che hanno apprezzato il supporto ricevuto dai consulenti Mercuri International. Questi risultati hanno portato alla decisione di estendere il progetto ad ulteriori punti vendita.