

Mercati / WEB di MARTA MEGGIOLARO

colloquio con di SEBASTIANO GUARISCO

UN NEGOZIO SE



Vivai Le Georgiche si trovano a Calvisano, in provincia di Brescia, e la famiglia Guarisco, proprietaria della società agricola, da più di 30 anni si occupa di florovivaismo e giardinaggio, ed è presente online con un sito di presentazione del vivaio e dei servizi offerti. Il figlio dei titolari, **Sebastiano Guarisco**, oggi segue il portale di e-commerce presente nel sito, insieme ad un team di collaboratori.

Crescono i numeri delle vendite online, e sempre più aziende decidono di aprire il proprio portale. Un campo relativamente inesplorato, ma con vantaggi interessanti

D: Il portale online per la vendita delle piante è stata una tua idea? Come ti è venuta?

R: «Non è stato proprio un lampo di genio, l'idea c'era da tempo. Esistevano già delle realtà e-commerce legate al mondo del verde. Ci è sembrato opportuno tentare l'ingresso in questo mercato per valutarne il potenziale. L'e-commerce iniziava a crescere e non serviva un grande investimento, c'era anche un contributo regionale del 40%, quindi abbiamo provato. Mese per mese ci abbiamo investito sempre di più, vedendo le risposte. Non avevamo grandi aspettative, è stato un modo per provare. I risultati sono incoraggianti, è ancora presto per dare un giudizio definitivo ma sembra che ci sia riscontro da parte del pubblico».

D: Cosa fai tu nello specifico per gestire questa attività?

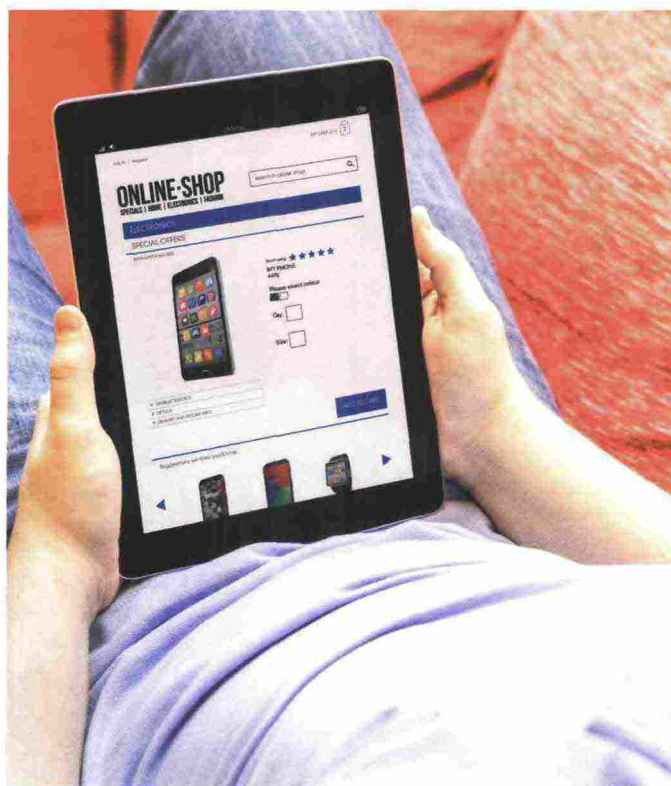
R: «Da solo potrei fare ben poco. Ci sono diverse persone coinvolte in questo progetto, ognuna di loro segue una specifica funzione. Il mio ruolo è quello di raccogliere i loro pareri e capire insieme al team quali sono le difficoltà da affrontare, i miglioramenti da apportare, i possibili sviluppi futuri. Mi piace seguire i rapporti con la cliente-

la, che è un lavoro oneroso ma anche l'unico in cui ci si può confrontare con gli acquirenti e capirne le esigenze».

D: Quali sono i vantaggi e gli svantaggi della vendita online?

R: «Il vantaggio è quello di avere un negozio aperto 24 ore su 24 per 365 giorni l'anno. Le persone non

sono costrette ad acquistare presso una sede fisica e quindi possono farlo anche dopo cena o tra un'interruzione pubblicitaria e l'altra del loro programma preferito. Però è chiaro che vendere online non è semplice, non lo è a maggior ragione se il prodotto commercializzato è una pianta, un essere vivente; inoltre per il nostro

**IN BREVE**

- Vivai Le Georgiche, della famiglia Guarisco
- Sito per la presentazione dell'azienda
- Sezione shop online con team dedicato
- Campo ancora inesplorato, ma buoni risultati
- Clienti principali: donne fra i 35 e i 50 anni
- Prodotti più venduti: rose brevettate e semi "strane"

MPRE APERTO



I Vivai le Georgiche hanno il loro punto di forza nell'offerta ampia che include anche collezioni di piante inusuali.



settore è tutto sommato un'introduzione relativamente recente, quindi siamo in un territorio dove esiste ancora poca esperienza. È un peccato non riuscire a parlare con chi sta facendo la stessa cosa, **sarebbe bello avere un punto d'incontro per i commercianti online del settore.** Poi per genetica, l'Italia non è fatta per l'associazionismo, sia-

mo un po' individualisti. Si è sempre gelosi della propria esperienza e si ha paura di condividere le informazioni perché si teme di fare la fortuna di altri. È vero, ma un po' di cooperazione non farebbe male».

D: Ci sono difficoltà particolari a livello fiscale o logistico?

R: «A livello fiscale non ci sono particolari complicazioni mentre sul piano logistico **va curato con estrema attenzione l'imballaggio.** Rispetto ad un cellulare o ad un vestito, una pianta è mediamente più voluminosa e con un minore valore intrinseco. Il costo di trasporto dipende da peso e volume, quindi **l'incidenza del trasporto è notevole a parità di costo della merce.** Per esempio: una scatola che potrebbe contenere cento cellulari, e che quindi ha un valore molto alto, contiene una sola pianta da otto euro, grande e pesante. Il cliente lo sa, perché teniamo diviso il costo del trasporto da quello delle piante, che teniamo basso. Perché allora il cliente compra così e si paga il trasporto? Perché **entra in gioco il valore che si dà al proprio tempo.** Invece che andare a cercare la pianta in due o tre garden, spendendo un pomeriggio e consumando benzina, noi offriamo la possibilità di trovarla subito, comodamente seduti sul divano, e di farsela arrivare a casa. Io spesso compro online, perché non ho tempo (e a volte voglia) di girare per negozi a cercare le cose, e quindi lo so, si è disposti a spendere per le spese di spedizione. Poi in un futuro, magari per acquisti superiori a una certa cifra, potremmo pensare la spedizione gratuita. Vedremo. Per ora **abbiamo il servizio di ritiro in negozio:** si completa l'ordine da casa quando si vuole, e poi si viene a prendere il proprio acquisto».

D: Quali sono i prodotti che vendono di più?

R: «I nostri clienti apprezzano molto le collezioni di **rose brevettate** e in generale tutte le piante da esterno che proponiamo. Noi abbiamo il negozio anche su Amazon e **si vendono**

Mercati / WEB

bene anche le sementi strane e particolari. Amazon e Ebay sono un buoni marketplace. C'è stato il NETCOMM FORUM a fine aprile presso gli spazi di MiCo Milano Congressi, a cui ho partecipato, ho guardato gli ultimi dati dell'Associazione Italiana Commercio Elettronico (AICEL) ed è uscito il report di Casaleggio Associati sull'e-commerce. Il trend generale del mercato è positivo, e da chi vende scarpe a chi vende fiori, ne beneficiamo tutti».

D: Quale genere di clienti usa lo shop online?

R: «Un po' tutti, ma la maggior parte della clientela si concentra nella fascia 35-50 anni. Le donne sono leggermente in vantaggio sugli uomini. È importante, come sempre, la fidelizzazione: come avviene nel mondo "reale" anche in quello "virtuale" un cliente testa il venditore, se l'esperienza d'acquisto è

positiva non c'è motivo di credere che non tornerà a comprare. Inoltre, molti arrivano da noi in negozio proprio dopo aver visto il sito».

D: Che evoluzione sta determinando nel settore l'ingresso di internet, secondo te?

R: «Uno dei campi in cui si respira aria di cambiamento è quello delle fiere. Non è un gran periodo, gli spazi espositivi non sempre sono a buon mercato e la paura di non rientrare nell'investimento è spesso fondata. Il ruolo primario di concentrare domanda e offerta in un unico punto e in un dato momento ha perso parte della sua validità con l'avvento delle tecnologie digitali: ogni giorno riceviamo per e-mail le disponibilità aggiornate dai nostri fornitori, posso farmi mandare la fotografia di una pianta che si trova in un vivaio all'altro capo del Paese in

pochi istanti mediante uno smartphone, possiamo promuovere le nostre novità o offerte tramite newsletter. La fiera di un tempo era anche il momento in cui si raccoglieva il grosso degli ordini, oggi cerchiamo tutti di tenere magazzini leggeri, diluire gli acquisti nella stagione e, ove possibile, comprare sul venduto. Detto ciò non abbandonerei mai la fiera, il rapporto umano e la possibilità di toccare con mano i prodotti del mercato sono dei surplus a cui non bisogna rinunciare, trovando il giusto restyling. MyPlant&Garden secondo me ha tentato questa via e ha avuto un buon riscontro. Si respirava entusiasmo e ottimismo, gli allestimenti e gli spazi comuni erano ben curati, mi ha lasciato una bella impressione e abbiamo raccolto contatti preziosi». ✖
www.venditapianteonline.it
<http://www.ecommerceforum.it/ita/ecommerceforum2015>

**GreenUp
CONSIGLIA**

- Curate i rapporti con i vostri acquirenti, per capirne le esigenze.