



TEMPI MORTI? NON È ESATTO

DODICI CONTENUTI A DISPOSIZIONE

Il progetto sul valore delle piante
contiene 12 contenuti,
studiati ad hoc. Chi lo desidera
può riceverli gratuitamente scrivendo a
chiedia@ericacherubini.com



Gennaio e febbraio sono considerati momenti di immobilità, in cui il garden ha poco da offrire. Ma è possibile invertire la tendenza e dare anche al primo bimestre un po' di movimento



Come cambieranno le abitudini nell'era post-Covid? Qualcosa iniziamo a capirlo, anche se non abbiamo ancora un quadro definito. Quel che è certo è che il cambiamento è parte della natura umana e dell'ambiente che ci circonda, anche se ora tutto avviene a ritmi sostenuti che non ci danno il tempo di metabolizzare e assestarci. Un altro elemento certo è che la crescita degli affari online attira energie e investimenti: ma non dimentichiamo che per quanto in trasformazione, il ruolo del negozio fisico non verrà mai meno, e se la nostra scelta è di continuare ad averne uno, non possiamo esimerci dal dargli quel valore aggiunto che aumenti la nostra riconoscibilità e unicità. Pagine e pagine di contenuti dedicati al giardinaggio sono disponibili online, ma quanto vale una consulenza personalizzata ricevuta da un commesso formato che ama la natura e il proprio lavoro, che conosciamo per nome e ci fa sentire unici? O quanto vale un allestimento visto dal vivo, che si possa toccare e percepire con tutti i sensi, non solo la vista? Questo continua ad essere il punto centrale che fa la differenza tra il mondo online e quello offline e tra la grande distribuzione e un centro di giardinaggio specializzato. *Demodè* come argomentazione? Forse, ma dopo anni dedicati alla realizzazione di allestimenti e vetrine ho dati sufficienti per sostenere che **un punto vendita nel 2021 farà la differenza con i servizi, il senso di sicurezza e di accoglienza che garantirà al proprio visitatore**, non certo con stock, sconti o prodotti in serie. Per tutto questo conviene investire negli e-commerce e nella conquista di pubblico social, innegabilmente una parte determinante del business di oggi. Saper unire i puntini, essere liquidi all'interno di reti di clientela sempre più complesse, **senza perdere di vista il proprio posizionamento nel mercato** è una sfida che chiede di mettere in campo tutta la nostra creatività. Gennaio e febbraio sono mesi che offrono ben poche occasioni d'acquisto legate al giardinaggio. Sono quei mesi una volta chiamati "delle cipolle" almeno dalle mie parti, quei mesi dedicati a rinnovare gli spazi dopo il Natale, coltivando l'attesa della primavera, tra una pianificazione e l'altra. Ci basta così? Cosa possono dire questi mesi della nostra unicità e come possono permetterci di coltivare il rapporto con

ERICA CHERUBINI / Consulente, professionista e creativa del verde e non solo. Allestimento, organizzazione e visual merchandising di showroom, stand fieristici e garden center, sono alcune delle sue attività.

la nostra clientela, con chi viene da noi per fare esperienza e stare bene?

ROMPERE GLI SCHEMI PROPONENDO NUOVI TEMI

Considerando che l'attenzione al verde è cresciuta velocemente in questi mesi che hanno limitato la nostra libertà e le nostre abitudini di cittadini globalizzati, potrebbe valer la pena **dedicare spazio e tempo a vivacizzare il garden center con vetrine dedicate ad argomenti non convenzionali** che offrano nuovi spunti da sviluppare e personalizzare partendo dal cavallo di battaglia dei garden center: le piante!

1. STUDIARE E LAVORARE DA CASA?

Ecco come le piante possono fare la differenza.

Dedica una o più aree secondo gli spazi disponibili del garden di 4/6 metri quadrati e riproponi stili d'ufficio e di studio, introducendo piante ideali secondo lo stile proposto e indicando in modo chiaro i benefici che offrono a chi vivrà in quell'ambiente.

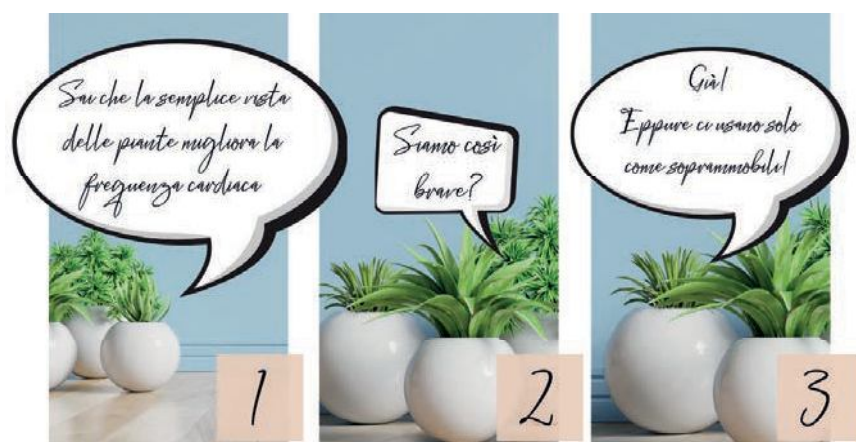


L'IDEA IN PIÙ

Un servizio di consulenza online, su appuntamento, per dare consigli personalizzati a chi vuole valorizzare i propri spazi interni con l'introduzione di verde vivo. Nuovo allestimento e nuovo servizio!

2. IL VALORE DELLE PIANTE PER INVERTIRE LA ROTTA DELLO SFRUTTAMENTO DELLE RISORSE

Ci sono miriadi di spunti da raccontare al grande pubblico per farlo avvicinare a tematiche così importanti senza appesantirlo! La mia proposta è un percorso all'interno del garden, fatto di più tappe, organizzate con micro abbinamenti di tre piante con relativa linea di vasi. Attraverso fumetti cartonati, o altri sistemi tecnologici, queste piante "parlano": fanno domande, stimolano la curiosità e raccontano con frasi brevi quanto sia importante piantare nuovi alberi, coltivare piante e convivere in modo sostenibile. Creando la giusta curiosità tra una tappa e l'altra del percorso, la visita resterà impressa nel ricordo del visitatore che avrà interagito con le piante e **il nostro garden avrà assolto una mission irrinunciabile**: sensibilizzare concretamente e non solo ai fini del business l'attenzione a temi ambientali.



3. COLTIVARE IL PROPRIO CIBO

È sicuramente tra i temi più caldi che il periodo di lockdown ha fatto emergere, pensando al nostro settore. Vivacizzare gli spazi proponendo **micro shop in shop** fatti di kit di prodotti per prepararsi alla stagione delle prime piantumazioni in orto o sul balcone, dedicate all'auto produzione di cibo, spezza l'attenzione e accende curiosità.



Con l'augurio di incontrarci di persona al Garden Center New Trend per l'edizione 2021 di Myplant & garden, dove trasformeremo in realtà molte delle visual idee proposte in questa rubrica: buon lavoro e buon cambiamento!

Far parlare le piante stimola curiosità e rende la visita nel garden un'esperienza più vivace, che resterà impressa nella memoria del visitatore.