

Progetto Cucina

n. 4 - aprile 2015

www.e-uesse.it

Speciale cucine

I MODELLI
CHE CONQUISTERANNO
IL MERCATO

CREO KITCHENS

ALLA CACCIA
DI NUOVI
CONSUMATORI

INCHIESTA

PERCHÉ INVESTIRE
SULLE CAMPIONATURE

SOLUZIONI EXTRA

COMPONENTI
CHE DETTANO
I TREND

Design Week

GLI EVENTI
FUORI SALONE

ELECTROLUX NUOVA STRATEGIA di *Brand*

INNOVAZIONE, TECNOLOGIA, DESIGN E CAPACITÀ
DI ANTICIPARE I TEMPI SONO I VALORI DI ELECTROLUX,
AL CENTRO DELLA NUOVA ARCHITETTURA DI MARCHIO
DELLA MULTINAZIONALE. INTERVISTA A MANUELA
SOFFIENTINI, A. D. DI ELECTROLUX MAJOR APPLIANCES

nea con le più attuali esigenze del mercato, permette di soddisfare le diverse esigenze della nostra vasta clientela».

Riguardo ai tempi ideali di sostituzione di quanto è esposto in negozio, la maggior parte dei produttori intervistati conviene sul fatto che sarebbe meglio cambiare le campionature almeno ogni anno. «soprattutto la vetrina» aggiunge Barbara Manganaro, country manager di bulthaup Italia. Cecchetti di Febal Casa parla di un tempo di tre anni come quello che «più facilmente dovrebbe aver generato un volume d'affari che giustifica una vendita "al costo". Ragionando in questo modo, la campionatura diventa uno strumento di vendita con il suo piano di ammortamento. Mi rendo conto che si tratta di un cambio di mentalità importante, ma il rischio, se non si segue questa strada, è di avere showroom "vecchi"».

COSA E COME SOSTITUIRE

Si può ottenere una giusta proporzione nello showroom in merito a ciò che si espone e ciò che va sostituito? I produttori ritengono che acquistare campionature più "semplici" da vendere possa essere una strada percorribile? In linea di massima la risposta è posi-



Pasquale Consola, direttore commerciale Italia di Aran Cucine

«Stiamo lavorando sulla progettazione delle cucine da esporre nei negozi, proponendo soluzioni studiate ad hoc dal nostro ufficio mostre. A tal fine predisporremo dei documenti per agevolare l'attività

dei nostri agenti: del book-mostra per fare vedere quale tipo di composizioni esaltano di più le caratteristiche delle varie cucine. Tutto ciò è estremamente utile per proporre nei negozi cucine sempre più "attraenti", allineate con i gusti del mercato, e anche per dare uniformità all'immagine del nostro marchio presso tutti i rivenditori».

Ufficio Commerciale di Arredo 3

«È importante tenere presente che anche il gusto del consumatore cambia in modo repentino, in risposta a mode spesso transitorie: per questo è fondamentale per il punto vendita potersi aggiornare in tempi rapidi, a volte anche intervenendo non sull'intera composizione ma solo su singoli elementi, come ad esempio le ante»

Sotto, due composizioni della cucina Arredo 3 Kall



tiva, ma con un'attenzione alla proposta globale del negozio. «Per l'azienda la situazione espositiva ottimale nei punti vendita è rappresentata da un giusto "equilibrio" tra i progetti cucina proposti, ovvero accanto alla cucina "importante" in termini di dimensioni, funzioni e finiture, è corretto affiancare un progetto cucina più "essenziale"» afferma ad esempio Manganaro di bulthaup Italia. «Questo per noi è un elemento cruciale sul quale stiamo lavorando con i nostri dealer, in quanto vogliamo far comprendere all'utente finale che si può comprare una splendida cucina bulthaup anche senza spendere cifre importanti». Solo nel caso in cui si crei questo "equilibrio" tra modelli di valore e cucine meno "vistose", conviene Consola di Aran Cucine, la scelta di campionare alcuni prodotti più "semplici" può funzionare. Perché «la cucina in mostra deve essere esposta bene, affinché ruoti varie volte e quindi assicuri le giuste vendite. Se si mette una cucina semplice perché si pensa solo che tra due anni si deve vendere, probabilmente non porterà il fatturato che potrebbe garantire» afferma il manager. Angelo Pellegrino, nuovo direttore commerciale Italia di Scic, ritiene che in alcuni casi la scelta di modelli più semplici possa funzionare, a patto però «che ciò non vada a discapito del design, e su questo aspetto Scic lavora con ogni singolo cliente».