



ERICA CHERUBINI

Consulente professionista creativa del verde e non solo. Allestimento, organizzazione e visual merchandising di showroom, stand fieristici e garden center.

Ci piace vincere facile

Staccarsi dalla massa, con i suggerimenti giusti. Bastano poche accortezze per rendere più fruibile e più piacevole il nostro spazio, inducendo all'acquisto immediato



qualcosa di gustoso in un luogo piacevole. Uno spunto semplice e versatile che può supportare la vendita di sementi, piante da orto, aromatiche, piccoli attrezzi, decor per la casa, in **un'area piccola ma ben gestita** di poco più di un metro quadro, che può restare in allestimento **da marzo a fine maggio**.

DARE RISALTO AI PRODOTTI DA VENDERE

Posiziono il tavolo sul percorso previsto nel mio punto vendita per raggiungere l'area dedicata alle sementi, o agli ortaggi, o alle piante aromatiche. Lo imbastisco con una curata apparecchiatura per due persone, **per un terzo della dimensione del tavolo**. Consiglio di scegliere un colore neutro in due, al massimo tre tonalità, per il tavolo, la tovaglia o tovagliette e anche per le stoviglie, in modo che ad aver massimo risalto sarà il prodotto stesso. Nello spazio rimanente sistemerò i prodotti nominati nella ricetta. **La ricetta è il fulcro dell'installazione:** dovrà essere scritta in maniera chiara, a mano, su una lavagna o su forex A3 stampato. Per i più generosi, in aggiunta, si potrebbe preparare la stessa ricetta su un foglio A4 in più copie omaggio per i clienti, dove si troveranno naturalmente tutti i contatti e i social del punto vendita.

AGGIORNAMENTO REGOLARE E COSTANTE

Perché questa idea porti buoni risultati, l'ideale è **cambiare settimanalmente la ricetta proposta, per un periodo di almeno otto settimane**, e alternare su una seggiola o su un piano rialzato prossimo al tavolo (cassetta di legno colorata, cubo in plastica colorata), almeno una decina di pezzi di un concime specifico, qualche piccolo attrezzo, guanti, i prodotti per la tavola, **abbinati ad una promozione contestuale, di breve durata**. Il mondo virtuale stimola visivamente al tutto e subito e si trasforma velocemente; questa idea vuol fare lo stesso, permette di vedere il proprio acquisto già proiettato nell'utilizzo finale, dandogli quindi maggior valore di realtà. Inoltre l'avvicendamento delle ricette permette di creare curiosità e aspettativa, stimola a tornare al punto vendita per il suggerimento successivo. ■



TEMPI DI REALIZZAZIONE

- 2 ore per la pianificazione RICETTA/PRODOTTO per 12 settimane
- 1 ora impostazione grafica (dovrà essere la stessa per ogni settimana)
- 2 ore impostazione dell'area tavolo
- 45 min alla settimana per rinnovare la proposta; meglio ogni giovedì

M i ero ripromessa di parlarvi di colore ma il richiamo dell'orto al primo sole di marzo, e le numerose varietà di sementi che ho incontrato nel **Garden Center New Trend 2017**, hanno dirottato la mia attenzione su una piccola idea espositiva da mettere subito in opera. Il punto vendita deve ispirare e suggestionare il visitatore tanto quanto un'immagine su una rivista o su una pagina web, **sfruttando il grande vantaggio della realtà**. Incrementare la soddisfazione del cliente, rafforzare la propria credibilità, sono aspetti per i quali il mondo virtuale può essere di grande supporto, ma il punto vendita ha il vantaggio di poter **stimolare attraverso la realtà l'azione immediata all'acquisto**.

FOCUS SULLA DESTINAZIONE FINALE

Come sfruttare al meglio questo aspetto e mettere il consumatore a diretto contatto con il prodotto, e permettergli di trasformare un acquisto in un'esperienza ricca di soddisfazione? La voglia di riaprire il giardino, di sistemare l'orto, la voglia di prepararsi a raccogliere i frutti, la suggestione di profumi, colori e sapori sono la guida per la visual idea di questo mese: L'idea è suggerire di dare seguito a questi desideri prefigurando lo scopo, cioè mangiare insieme