



**ANTONIO
ARGENTIERI**

Università di Siena



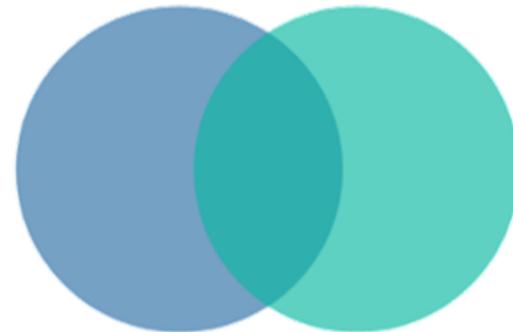
IL POSIZIONAMENTO DELLA TUA ERBORISTERIA IN UN MERCATO SEMPRE PIÙ SPECIALIZZATO

Sana - Bologna, 10 settembre 2022

POSIZIONAMENTO DEI PRODOTTI COSMETICI A CONNOTAZIONE NATURALE

I Cosmetici a connotazione naturale sono posizionati in 2 perimetri: Naturali-Bio e Green-Sostenibili, che si sovrappongono per una parte che, a valore di consumo, è valutata 1.500 mio €.

**COSMETICO A
CONNOTAZIONE
NATURALE / BIOLOGICO**



SOSTENIBILITÀ / GREEN



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

OPPORTUNITA' PER L'ERBORISTERIA

- C'è quindi un mercato potenziale di enorme valore, a cui l'Erboristeria può e dovrebbe attingere in quanto è il punto vendita tipico, originario, emblematico per questo tipo di prodotti a connotazione naturale.
- Il mercato cosmetico è aciclico, risente delle crisi meno di altri settori, per cui offre una opportunità sicura e a lungo termine.
- La cosiddetta politica "Multicanale", che qualche perplessità ha creato presso alcuni Erboristi, è semplicemente lo sviluppo naturale del Mercato, che sottolinea come il consumatore cerchi sempre più tale tipo di prodotti

OPPORTUNITA' PER L'ERBORISTERIA

*"L'ASTUZIA DEL MERCATO E' SUPERIORE ALL'ASTUZIA
DEGLI UOMINI"*

(Adattamento di marketing di un famoso aforisma)

OPPORTUNITA' PER L'ERBORISTERIA

COSA DOVREBBE FARE UN PUNTO DI VENDITA
SPECIALIZZATO COME L'ERBORISTERIA PER
AUMENTARE LA SUA PARTE DI QUESTO
MERCATO?

STRATEGIA PER L'ERBORISTERIA: L'IMMAGINE E IL POSIZIONAMENTO

- Innanzi tutto migliorare e comunicare la propria "Immagine" e il proprio "Posizionamento" di punto vendita specializzato che tratta una certa tipologia di prodotti uniforme (cosmetici e integratori,...)
- Questo favorirà anche la possibilità per l'Erborista di comunicare la propria professionalità specifica.
- Le aziende specializzate in questo posizionamento, producono tutta la gamma dei prodotti cosmetici-toiletries presenti sul mercato, il consumatore quindi vi trova qualunque tipologia di prodotto cosmetico desideri acquistare.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

STRATEGIA PER L'ERBORISTERIA: SCELTA DEI PRODOTTI/MARCHI

Anche la scelta dei Prodotti e Marchi operata dal punto vendita contribuisce al posizionamento e all'immagine.

I Marchi acquistano sempre più peso nella scelta del consumatore rispetto al Canale di Vendita. Questo è uno dei cambiamenti più rilevanti del Marketing Cosmetico negli ultimi anni.

La pandemia ha accelerato questa tendenza del mercato, rivalutando anche il cosiddetto "Negozio di Vicinato".

STRATEGIA PER L'ERBORISTERIA: GESTIONE DEL PUNTO VENDITA

Oggi tra gli specialisti di marketing si parla tanto della "Customer Experience" che significa il complesso di relazioni, il vissuto e l'immagine che il cliente ha del punto vendita. Questo si ottiene con una gestione integrata che riguarda: l'esposizione, le promozioni, l'informazione, gli eventi, la scelta dei prodotti venduti, la competenza del personale di vendita, i Servizi (il significato stesso di questa parola, come quello delle altre citate, ha cambiato significato e contenuto).

STRATEGIA PER L'ERBORISTERIA: LA DIGITALIZZAZIONE

La Digitalizzazione applicata ai punti vendita è stata spesso confusa con l'e-commerce che è stato considerato un "canale concorrente".

La digitalizzazione invece è non solo uno strumento di gestione del punto vendita ma anche il mezzo indispensabile per comunicare la propria specializzazione e professionalità nonché tutti i "Servizi" che il punto vendita deve offrire e che la pandemia ha evidenziato come fondamentali.



COSMETICA ITALIA

associazione nazionale imprese cosmetiche

I SERVIZI

Questi «nuovi servizi» per il consumatore e la gestione dell'Erboristeria riguardano:

- la ricezione degli ordini
- la consegna dei prodotti
- la comunicazione delle novità e delle promozioni

Oltre ai servizi tradizionali e a tutti quelli che verranno presentati nel prossimo intervento

CONCLUSIONI

Suggerimento strategico di sviluppo del canale Erboristeria, che ha avuto in passato in Italia positivi esempi simili (Farmacie e Profumerie) e anche in molti paesi stranieri.

Le nostre Aziende e la nostra Associazione sono in grado e disponibili a darvi una mano per realizzare questa nuova strategia.