

GESTIONE D'IMPRESA

di **COMMISSIONE CONTROLLO DI GESTIONE, CULTURA D'IMPRESA E IMPRENDITORIALITÀ UNGDCEC**

Retail Management, istruzioni per l'uso

Retail Management significa essenzialmente organizzare le attività dei negozi o punti vendita delle aziende che vendono prodotti o servizi al dettaglio al fine di raggiungere i risultati attesi.

[A cura di Bartolomeo Parretta e Marco Randazzo](#)

Comunicazione - Tale punto è da riferirsi alle strategie da mettere in campo per la riconoscibilità del brand, passaggio essenziale per poter raggiungere i target di vendita e marginalità attesi. La omnicanalità (che fa riferimento al concetto di " *cliente al centro* ") è di certo la strategia principale per raggiungere questi obiettivi: occorre quindi miscelare comunicazioni tradizionali, promozioni nei punti vendita, carte fedeltà a presenza sui social network, e-commerce, campagne e-mail per ingaggiare sempre di più i clienti e interessare potenziali nuovi clienti.

Automatizzazione e sistema di controllo - La omnicanalità non solo incide sul brand e quindi sulla comunicazione, ma anche e soprattutto sull'opportunità di ottenere una serie di dati essenziali per fare previsioni sempre più accurate sugli acquisti da parte dei clienti. Per questo motivo sarà necessario sviluppare una **piattaforma unica** , che sia in grado, indipendentemente dal punto di contatto del cliente, di rendere l'esperienza di acquisto integrata permettendo la profilazione del cliente durante l'intero processo di acquisto sia che stiano facendo acquisti online da desktop o da mobile, sia per telefono, sia in un negozio raccogliendo quindi dati sempre più precisi in grado di dare un supporto ai sistemi di controllo in ottica predittiva impensabile fino ad oggi.

Formazione - " *Non esiste organizzazione migliore delle persone che la compongono* ". Per ottenere risultati economici-finanziari positivi occorre che l'organizzazione sia composta da persone competenti e motivate. La formazione delle persone **andrà curata nei minimi dettagli** al fine di rafforzare le competenze tecniche e soprattutto relazionali (comunicazione, empatia, *teamwork* , *problem solving* , ecc.) con uno spazio maggiore verso queste ultime.

Risorse Umane - La gestione del team in ambito retail (e non solo ovviamente) rappresenta la sfida più importante affinché le strategie si trasformino in risultati. Fondamentale lo **stile di leadership del responsabile** e l' **utilizzo degli strumenti di direzione** che valorizzano il potenziale del team. Uno dei problemi che notoriamente si rilevano nelle organizzazioni retail e non solo è la " **bassa sfera di responsabilità** " che i collaboratori mettono in campo nel lavoro quotidiano. Il suggerimento è aumentare quindi " *il bisogno di reciprocità* " tra i collaboratori, cioè allargare la responsabilità oltre che sulle proprie attività anche su quelle in cui non si ha un controllo diretto. Introdurre l'abitudine di far parlare tra loro i collaboratori sui problemi che singolarmente incontrano nello svolgimento dei loro compiti chiedendo ad ognuno di esporre i propri punti di vista su come poter essere di aiuto agli altri rappresenta un potente strumento a favore del raggiungimento dei risultati.

Il ruolo di un **Temporary Manager** è quello di facilitare l'introduzione di questo tipo di cultura organizzativa e manageriale necessaria per la crescita e l'evoluzione aziendale.