

PROPOSTA: EVOLUZIONE MERCATI

Vado spesso nei mercati ortofrutticoli a parlare coi venditori, che siano clienti o ex colleghi, e osservo da anni le dinamiche di vendita che sono rimaste pressoché invariate nell'ultimo decennio (se non oltre), almeno dal punto di vista burocratico.

Ogni tanto compro qualcosa per uso personale e faccio la stessa trafila di un normale cliente, come se fossi un fruttivendolo, quindi:

1. scelgo il prodotto o mi faccio consigliare dal venditore di riferimento;
2. quando ho scelto tutto, vado in fila alla pesa e devo mettere sulla bilancia un prodotto alla volta,
3. suggerisco spesso al pesatore la varietà, o il calibro o il venditore che mi ha dato la merce in modo da aiutare a individuare il codice prodotto corretto e attendo la stampa relativa alla mia merce;
4. se ho preso più prodotti, gestiti da persone diverse, devo tornare da ogni venditore per far segnare il prezzo;
5. vado in cassa a pagare e/o ritirare bolla o fattura;
6. porto via la mia merce e la carico in macchina.

In tutto questo trovo particolarmente snervante l'attesa alla pesa o quella alla ricerca del venditore per farmi mettere il prezzo. Penso che nel 2019 ci dovrebbe essere qualcosa che aiuti a vivere decisamente meglio questa esperienza di acquisto, oltre al fatto che così com'è strutturata prevedere sistematicamente diverse criticità.

Problematiche del cliente (fruttivendolo):

- cercare il prodotto
- i tempi per pesare la merce
- i tempi per reperire il prezzo
- i tempi per pagare/prendere la fattura
- la "noia" di dover prendere in mano le cassette di merce più volte: metterla sul carrellino, spostarla sulla bilancia, riposizionarla sul carrello e infine sistemarla nel furgone
- controllare di aver preso tutto quello che era nella propria lista della spesa
- comunicare i costi a chi si occupa di decidere i prezzi di vendita nella sua relativa attività

problema del venditore:

- ricordarsi cos'ha ancora disponibile tra quello già venuto e i nuovi arrivi, perché la merce magari la vede ma ancora i facchini non hanno preparato tutti gli ordini
- ricordarsi il prezzo di costo
- ricordarsi il prezzo a cui ha venduto nei giorni scorsi allo stesso cliente
- fare a mente una media corretta dei prezzi che sta prendendo, in base alle attese del fornitore
- segnare correttamente quello che ha chiesto il cliente e in modo che sia comprensibile a facchini, pesatori e impiegati;

problemi dei facchini/impiegati/pesatori:

- interpretare correttamente i "pizzini" dei venditori;
- non sbagliare varietà, calibro, marca, arrivo (vecchio o nuovo);
- gestire i clienti che hanno fretta
- fidarsi dei prezzi comunicati a voce

problemi generali:

- al momento non viene rispettata la tracciabilità nei mercati; Regolamento (CE) 178/2002 (è un problema di tutti i mercati). Ma oltre alla questione "legale" c'è il problema gestionale; esempio: ogni giorno in mercato vengono scaricare le banane Chiquita, anche da diversi fornitori, spesso rimane

qualche collo anche per il giorno dopo e alla fine vengono tutti mischiati e se si ha un problema, di qualsiasi tipo, non si sa più con certezza di chi è la merce e quando sia arrivata;

- i venditori rischiano di vendere merce che non c'è o non ricordarsi di merce che c'è ma non vedono (perché rimane in cella) e quindi non vendono;
- i venditori possono fare prezzi diversi a seconda del cliente e possono avere difficoltà a ricordarsi l'ultimo prezzo fatto col determinato cliente, rischiando quindi di sbagliare la volta successiva che lo stesso cliente viene ad acquistare.
- A volte si crea coda alla pesa o al ritiro delle fatture e alcuni clienti tendono ad innervosirsi o a cambiare fornitore;
- I clienti o gli impiegati a volte perdono tanto tempo a cercare i venditori per avere conferma dei prezzi o altro.

Credo che solo la Fruttital abbia in Italia il potenziale per poter sviluppare una soluzione tecnologica che migliori tutto il processo.

Non è una cosa semplice e veloce ma porterebbe a grossi vantaggi:

1. Migliorare la qualità del lavoro dei venditori del mercato;
2. Migliorare di molto la user experience dei clienti;
3. Facilitare diverse mansioni degli altri addetti;
4. Avere una tracciabilità effettiva...e poter dire che la concorrenza non ce l'ha;
5. Poter avere molti più dati sui propri clienti che permetterebbe sviluppi di marketing/vendita molto più performanti;
6. Poter rivendere il sistema.
7. Sviluppare un software parallelo/integrato da vendere ai fruttivendoli e così poter avere ancora più dati...

Massimiliano Dalla Rovere