

Home Page Chi siamo L'associazione Viva il libro e la lettura Redazione Contattaci

Iscriviti all@ BookLetter

# LIBRERIAMO™

La piazza digitale per chi ama la cultura.

Libreriamo  
login area  
riservata

Seguici su:

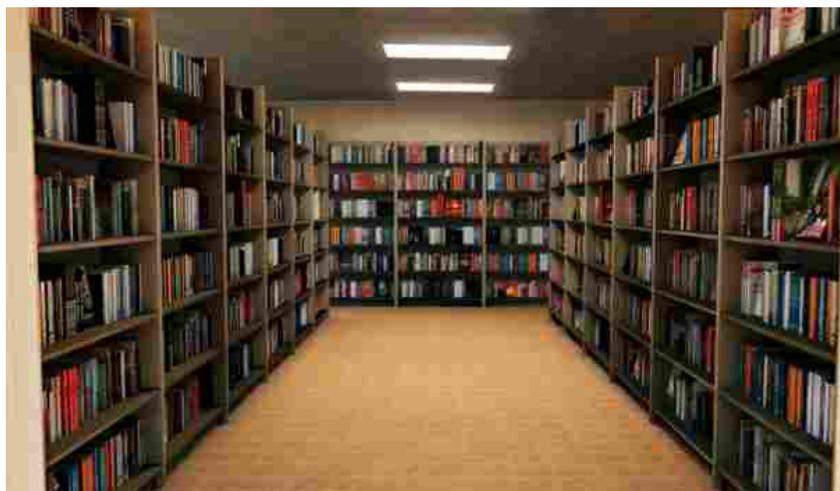


Blog Book Camp Art Camp Photo Camp Sondaggi Aforismi Answer Photogallery Invia recensione Test Culture HELP Pendolibro

CURIOSIAMO | CREIAMO | INVESTIAMO | DIFFONDIAMO | CRITICHIAMO | CLASSIFICHIAMO | CRESCIAMO | RECENSIAMO | ARREDIAMO | ACQUISTIAMO

## I bisogni dei lettori, ecco come deve essere una libreria secondo un amante dei libri

CERCA



Tags: Michela Addis, L'eccellenza in libreria nella prospettiva dei consumatori, Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e [Elisabetta Mauri](#), Fondazione Umberto e [Elisabetta Mauri](#), librai, Venezia,

Share 0 Tweet 2 Pin it

MILANO - Cosa cerca un lettore in libreria? non solo un semplice libro, ma un servizio accogliente, capace anche di farlo crescere, capace di farlo migliorare, di arricchirlo, di rilassarlo ma al contempo di coinvolgerlo e divertirlo. In una sola parola: vuole sentirsi protagonista. Parola di Michela Addis, professore associato confermato di Economia e Gestione delle Imprese presso il Dipartimento di Economia dell'Università degli Studi di Roma Tre e membro della core faculty dell'Area Marketing della SDABocconi School of Management di Milano, tra i protagonisti del [Seminario di Perfezionamento della Scuola per Librai Umberto e Elisabetta Mauri](#), in questi giorni a Venezia. Cosa vuole trovare un lettore in libreria? Quanto è soddisfatto degli attuali servizi offerti dal proprio libraio di fiducia? In questa intervista Michela Addis approfondisce alcuni elementi emersi dalla ricerca "L'eccellenza in libreria nella prospettiva dei consumatori", condotta in occasione del seminario e presentata in questi giorni a Venezia.

**Quali sono i bisogni ed i servizi che un lettore si aspetta rispettivamente di soddisfare e di trovare all'interno di una libreria?**

L'indagine che abbiamo condotto con gli studenti di Economia di Roma Tre rivela che il lettore ha una molteplicità di desideri. Cominciamo con il dire che i clienti cercano dalle librerie molti

**BLOOST**  
CULTURIZE YOUR SHOPPING  
ENTRA NEL  
CONCEPT E-STORE  
DEDICATO AGLI  
AMANTI DEI LIBRI E  
DELLA CULTURA

Scarica  
l'applicazione

**LIBRERIAMO**

Download on the  
App Store

ANDROID APP ON  
Google play

LIBRERIAMO  
**CULTURE HELP**  
Linea di emergenza 2.0  
contro gli abusi al  
patrimonio artistico italiano

 Colosseo, rinvenute incisioni  
sulle arcate per indicare  
spettatori all'ingresso

**INVIACI LA TUA SEGNALAZIONE**

benefici diversi. Sicuramente un servizio efficiente e veloce che permette la transazione commerciale rientra fra le attese del cliente, ma non è l'unico. Il cliente delle librerie infatti si aspetta che il servizio sia anche accogliente, capace anche di farlo crescere, capace di farlo migliorare, di arricchirlo, di rilassarlo ma al contempo di coinvolgerlo e divertirlo. Alcuni lettori ci hanno parlato della libreria come di un luogo capace di creare felicità, svago, e anche come un luogo di relazione, fatto di condivisione e socializzazione. Fino a quando la libreria si porrà non solo come un punto di vendita per distribuire i libri al mercato, ma soprattutto come luogo di incontro e di dibattito creerà i presupposti per instaurare un rapporto con i clienti. Tanto invece più banalizza il servizio che offre ai suoi clienti tanto più espone il fianco agli attacchi competitivi tanto dell'e-commerce come della GDO. Una giovane lettrice di 26 anni ha dichiarato nell'intervista che abbiamo condotto: *"Vado in libreria perché avere il libro in mano è molto più soddisfacente che non cliccare, acquistare su un sito. Il tatto e l'ambiente sono importanti"*. E' su questo e su altri elementi che le librerie devono continuare a puntare oggi.

**Cosa permette ad una libreria di fornire un servizio di qualità ai suoi consumatori? Quali sono gli elementi imprescindibili?**

Il cliente valuta il servizio offerto da una libreria su una molteplicità di elementi. In un tentativo di estrema sintesi, possiamo ridurre questi fattori a tre macro-fattori. Il primo è la personalizzazione. Il cliente si aspetta di essere riconosciuto. Si aspetta che la libreria lo faccia uscire dalla massa e gli riconosca quell'unicità di cui si sente portatore. Si tratta di una tendenza ormai nota in molti settori, e il cliente si aspetta la personalizzazione del servizio e dei contenuti dell'offerta non solo per il tramite del libraio - riconosciuto "artigiano" del luogo, ma anche perché costui è supportato dalle tecnologie che oggi rendono possibile la personalizzazione delle relazioni su grande scala, e questo il consumatore lo sa. Ciò che è interessante nelle librerie infatti è il fatto che il cliente sembra essere più avanti delle realtà con cui entra in contatto, considerato che i sistemi di CRM sono ancora scarsamente integrati nei processi aziendali delle librerie.

Un secondo elemento ricercato dai clienti è la connessione con le librerie. Il cliente cerca di stabilire un contatto e si aspetta che conseguentemente la libreria sia attrezzata per questo. Stabilire un contatto vuol dire cose diverse in funzione del tipo di libreria. Per le librerie delle grandi catene, la connessione con i clienti vuol dire principalmente progettare gli stimoli ambientali in grado di attirare e coinvolgere il cliente per fargli vivere un ambiente piacevole. Per le librerie indipendenti invece la connessione passa attraverso una proposta chiara e definita, e quindi in primo luogo passa dal libraio e dalla sua identità.

In terzo e ultimo luogo, l'eccellenza della libreria nella prospettiva dei consumatori assume le forme della partecipazione attiva e sociale. Il consumatore cerca un ambiente che gli dia la possibilità di essere protagonista, di partecipare a eventi in modo attivo, e di creare una rete di relazioni di cui la libreria sia appunto moderatore. E questo se lo aspetta sia sul punto di vendita sia online.

Se questi sono gli elementi di eccellenza, elementi invece "igienici", ossia quelli che se non ci sono creano insoddisfazione ma se ci sono non fanno la differenza della libreria, sono tutti quelli che rendono concreta l'efficienza. Una transazione efficiente è appunto una dimensione del servizio che non può mancare.

**Quante sono le librerie che, in Italia, soddisfano tali requisiti?**

A questa domanda non posso rispondere. La ricerca che abbiamo condotto si poneva l'obiettivo di esplorare i fattori che rendono eccellente la libreria per i consumatori, non mappare le librerie. A questa domanda si può rispondere solo attraverso una ricerca quantitativa. Chissà, magari in futuro.

29 gennaio 2015

## LIBRERIAMO TV

Featured Uploads Playlists



**Intervista a**  
178 views | 1 month ago



**#35ModernArt**  
137 views | 1 month ago



**Benno Tempel**  
45 views | 1 month ago



**Vanessa**  
51 views | 1 month ago

## IL SONDAGGIO

**I 10 scrittori italiani più letti nel network. Qual è il vostro preferito?**

- Alessandro Baricco
- Alessandro D'Avenia
- Andrea Vitali
- Donato Carrisi
- Erri De Luca
- Fabio Volò
- Federico Moccia
- Licia Troisi
- Massimo Carlotto
- Roberto Saviano
- Umberto Eco
- Zerocalcare

VOTA VE

**LIBRERIAMO BOOK CAMP**

La prima vetrina digitale per chi ama scrivere



**ISCRIVITI**

## BLOG



**Perché di: Om**

Perché si dice... Spada di Damocle



**Perché di: Om**

Perché focacci



**Mare di: Elis**

I 5 sta di un li