

Retail Garden

analisi

a cura
della redazione

Centro Giovannelli di Massa

fotografie di
Manuela Leonardi

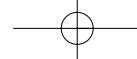
Il Centro Giovannelli di Massa è un punto di riferimento del gardening toscano e una delle colonne portanti del gruppo d'acquisto Giardinia.

STARE NEL PUNTO VENDITA

> Il personale	Serio, molto motivato e professionale.
> Habitat	Il punto vendita è molto ampio e il <i>lay out</i> espositivo è ben realizzato. Grande attenzione è stata dedicata alle ambientazioni, soprattutto dell'area decor e arredo giardino.
> Gamma	La gamma è molto ampia e ben selezionata, con una perfetta integrazione delle merceologie più decorative (arredo, complementi d'arredo, ecc.) con quelle tecniche (difesa, nutrizione, attrezzature, ecc.).
> Ambientazioni	Soprattutto nell'area dedicata ai mobili e all' <i>outdoor</i> troviamo delle ambientazioni ben realizzate e con un perfetto gioco di colori. Anziché investire in costose teatralizzazioni, il punto vendita pone il prodotto al centro dell'attenzione del cliente.
> Il piacere della spesa	Competenza, specializzazione, spazi ampi e ben organizzati, gamma ampia e qualitativamente elevata: il consumatore dal Garden Giovannelli di Massa può visitare un punto vendita capace di dare emozioni ma anche tanti consigli e spunti.

L'INGRESSO





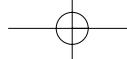
Graziano Giovannelli è uno degli imprenditori italiani più qualificati della distribuzione di prodotti per il giardinaggio. Promotore di due garden center, a Massa e La Spezia, è uno dei fondatori del gruppo d'acquisto **Giardinia**, di cui è presidente.

Il punto vendita di Massa rappresenta una delle eccellenze del gardening toscano: su un'area totale di 15.000 mq e una struttura coperta di 5.000 mq, il **Centro Giovannelli** propone un'ampia offerta di piante, fiori, verde vivo e prodotti per la cura e l'arredamento del giardino.

I DATI GENERALI DEL GARDEN

> Promotore	Fondatore e "motore" di questo garden center è Graziano Giovannelli. Uno dei nomi più importanti del gardening nazionale e presidente del gruppo d'acquisto Giardinia.
> Mission	Specializzazione e assistenza su verde da interno ed esterno, arredamento, decor e acquariologia.
> Tipologia	Top garden
> Formato	di attrattiva
> Pay off	Natura da vivere
> Superficie complessiva area	15.000 mq
> Superficie di vendita e struttura	12.000 mq
> Tipologia della struttura	Serra in ferro/plastica
> Area coperta	5.000 mq
> Uffici	120 mq
> Magazzino garden	1.000 mq
> Locali tecnici	compresi nel magazzino
> Parcheggio interno	150 posti auto
> Numero dipendenti garden	18
> Referenze	46.000
> Numero casse	5
> Barriera casse	Con gestionale di vendita e scanner per barcode.
> Aree merceologiche presidiate	Serra calda, fiore reciso, serra fredda, vivaio, decorazione giardino, giardinaggio, motocoltura, decorazione casa/arredo giardino, zoogarden
> Servizi principali	Consegne a domicilio, credito al consumo, addobbi, installazione impianti di irrigazione a domicilio, montaggio a domicilio di casette e strutture in legno.
> Obiettivi e medio termine	Migliorare il servizio di assistenza alla clientela.





I PRIMI PASSI NEL PUNTO DI VENDITA



■ L'ingresso conduce in un'area dedicata ai prodotti per la cura delle piante: soprattutto semi, difesa e nutrizione.



■ La cartellonista aiuta il consumatore, fin dai primi passi, a orientarsi.



■ Nel punto vendita c'è un ampio utilizzo di monitor per promuovere gli articoli più interessanti.

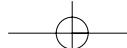


■ Per attirare l'attenzione dei clienti, c'è un ottimo utilizzo delle strutture espositive fornite dai produttori.

DIVERTIMENTO E FUNZIONALITÀ

	sufficiente	buono	ottimo
> Orientamento nel punto di vendita			
> Tipicità e originalità			
> Funzionalità acquisti			
> Ambientazioni			
> Dimostrazione prodotti			
> Animazione			
> Assistenza e servizio			
> Prodotti pronti			
> Comunicazione			
> Shopping e tempo libero			
> Innovazione e aggiornamento			
> Prove prodotto			

■ L'analisi della capacità di relazionare segmenti diversi di consumo



DIVERTIMENTO E FUNZIONALITÀ

■ L'assistenza è uno dei fiori all'occhiello di questo punto vendita. Molti sono i punti informazione e non mancano cartelli come questo, che invitano il cliente a richiedere assistenza per i prodotti più tecnici.



■ In attesa che anche in Italia i garden center possano realizzare bar e ristoranti, come avviene in Olanda o Inghilterra, il Garden Center Giovannelli offre un ampio e agevole spazio relax.

■ Grande attenzione viene dedicata alle ambientazioni, che risultano al tempo stesso affascinanti e funzionali.



■ Molto divertenti gli spazi dedicati ai bambini: abbigliamento e attrezzi per loro, cappelli e tante soluzioni per avvicinare i più piccoli al mondo del giardino.



IL DISPLAY PRODOTTI

■ All'esposizione dei prodotti per l'outdoor viene dedicata una particolare attenzione. Tutti gli arredi sono ambientati con un gusto estetico notevole. Bravi.



■ La serra delle piante fiorite è ben concepita. Si gioca sulle altezze (con i vasi posizionati sui bancali che rompono l'orizzonte) e c'è un'ottima gestione del cross selling (in particolare con i vasi).





LA COMUNICAZIONE



- Il punto vendita è ben visibile dalla strada grazie a un grande totem.

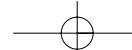


- Ben realizzata la segnaletica di reparto e di orientamento, comune ai garden del gruppo Giardinia.



- Ottima anche la segnaletica per le piante: semplice e completa, ricorre a una simbologia intuitiva per dare i consigli di coltivazione.

IL GIUDIZIO DI SINTESI	note		
	■ sotto la norma	■ nella norma	■ sopra la norma
> Immagine coordinata e identità			■
> Duplicabilità		■	
> Localizzazione		■	
> Ambiente e verde esterno		■	
> Comodità e numero parcheggi		■	
> Accessi al punto vendita		■	
> Impostazione del layout generale		■	
> Viabilità generale nel layout		■	
> Ampiezza offerta merceologica		■	
> Profondità offerta merceologica		■	
> Luce e colori		■	
> Personale		■	
> Capacità di attrattiva		■	
> Impostazione del punto vendita: la store directory			
> Punti informazione			
> Assistenza clienti			
> Piacevolezza ambiente			
> Ampiezza e funzionalità percorsi			
> Servizi per bambini			
> Bar & ristoro			
> Bagni			
> Servizi finanziari alla clientela			
> Check out e servizi post vendita			
> Preparazione promozioni ed eventi			
> Fruibilità e comprensibilità assortimento			
> Razionalità e praticità scaffali ordinari			
> Razionalità e praticità scaffali straordinari			
> Razionalità e praticità supporti promo			
> Individuazione promozioni			
> Comunicazione di area			
> Orientamento nei reparti			
> Orientamento nelle categorie prodotti			
> Visibilità prezzi			
> Informazione tecnica			
> Comunicazione a scaffale			
> Comunicazione prodotti			
> Identificazione personale			



LE AREE PROMO



- Anche l'ampiezza dell'offerta, come in questo caso con i vasi in terracotta, conferisce un'immagine di convenienza al punto vendita.



- Abbinare la presentazione del prodotto con un video, che ne dimostra i vantaggi, è una soluzione intelligente per promuovere la conoscenza e la vendita dei prodotti più tecnici.



- Il Centro Giovannelli non punta sulle promozioni e sulla scontistica a tutti i costi: assistenza, specializzazione, ampiezza e profondità di gamma e grande disponibilità di prodotto sono le chiavi del suo successo.

mugelmann

Qui sorgerà un'oasi



Già prima che i clienti entrino ed escano dalla vostra serra, noi vi offriamo tutti i presupposti per partire con il piede giusto. Ci prenderemo, infatti, cura di voi con una consulenza personalizzata, una progettazione professionale e la realizzazione del progetto nel rispetto di ogni scadenza. E la qualità? Per noi ottenere un risultato qualitativamente prestigioso è una parola d'ordine. Per maggiori informazioni visitate il sito www.rabensteiner.eu.


Rabensteiner
 L'oasi per persone e piante

Rabensteiner Srl,
 Via Julius Durst, 88, I-39042 Bressanone
 Tel. +39 0472 272 900, fax +39 0472 833 733,
info@rabensteiner.eu