

PhotoSi e Photo Discount insieme per una nuova esperienza retail

Andrea Mainetti, Amministratore delegato di PhotoSi (a sinistra), insieme con Dario Bossi, titolare di Photo Discount. Sullo sfondo un'area dell'Inspiration Point dove i clienti possono vivere una nuova esperienza d'acquisto.



L'azienda romagnola allestisce un Inspiration Point all'interno dello storico negozio fotografico milanese.

di **Stefano Cavallaro**

Quella fra PhotoSi e Photo Discount, lo specialista romagnolo del retail fotografico e uno dei negozi simbolo della fotografia in Italia, è una partnership che da tempo attendeva solo una stretta di mano per essere siglata. E così è stato. Sabato 19 novembre all'appuntamento per l'inaugurazione del nuovo Inspiration Point all'ingresso dello storico punto vendita di piazza De Angeli noi c'eravamo e abbiamo intervistato i due protagonisti: Andrea Mainetti, Amministratore delegato di PhotoSi, e Dario Bossi titolare di Photo Discount.

Andrea Mainetti, cosa rappresenta per PhotoSi aver realizzato un Inspiration Point all'interno di Photo Discount?

È senza dubbio un'enorme soddisfazione e un motivo di orgoglio. Siamo felici che Dario Bossi abbia abbracciato con entusiasmo il nostro progetto retail. Photo Discount ora può proporre ai propri clienti anche una serie completa di servizi e soluzioni imaging alla cui base c'è la leva emozionale. È questa la nostra proposta: un retail che ispira e vende emozioni, che insegna al consumatore come raccontare una storia attraverso le immagini e che lo coinvolge facendolo interagire nella realizzazione del prodotto. Il cliente, soddisfatto, esce da logiche di prezzo perché comprende il valore della proposta. L'Inspiration Point è il luogo dove si percepisce e si crea questo valore. La conseguenza è una crescita esponenziale dello scontrino medio.

Cosa offre l'Inspiration Point?

Offre gli strumenti, l'ispirazione e la consulenza per la creazione di prodotti foto-imaging (album, cornici, magliette, fotolibri...) personalizzati per ogni cliente.



Questi può delegare al negoziante la realizzazione in toto del prodotto o vi si può affiancare. Oppure può imparare come si fa per farlo da solo a casa andando poi a ritirare il prodotto in negozio.

Com'è nata l'idea di realizzare l'Inspiration Point all'ingresso di Photo Discount?

È la posizione migliore, perché offre la massima visibilità. Ora faremo le dovute ottimizzazioni, un "fine tuning" per ottenere la massima resa. L'area si potrà espandere in futuro, in base ai risultati.

PhotoSi come rivoluziona il retail?

Il negoziante con la nostra proposta ritorna protagonista nel processo di vendita perché fa vivere al consumatore un'esperienza, lo ispira, lo prende per mano nella realizzazione del prodotto. L'e-commerce questo non può farlo.

Sopra, il banco dove cliente e negoziante interagiscono per realizzare i prodotti imaging. Qui a fianco un'area dell'Inspiration Point all'interno di Photo Discount. Sono oltre 600 i negozi in Italia che oggi ospitano un'area retail allestita da PhotoSi.



"NON SI PUÒ RESTARE DIETRO AL BANCONE"

Il negozio di Dario Bossi a Milano, e non solo, è un'istituzione. Nel 2017 Photo Discount celebrerà mezzo secolo di vita.

Dario Bossi, com'è nata l'idea di affidarvi alla soluzione retail di PhotoSi?

L'entusiasmo e la tenacia di Andrea Mainetti mi hanno contagiato. Alla base della scelta c'è stata la convinzione della bontà del progetto: ispirare e creare emozioni nel cliente, valorizzare l'esperienza e la professionalità del negoziante e proporre una gamma completa di servizi imaging. Oggi il negoziante non può più restare confinato dietro al bancone e aspettare che il cliente gli dica cosa desidera. Sono convinto che la relazione con il cliente e il rapporto con le persone che entrano in negozio siano fondamentali. Dobbiamo saper stimolare la curiosità, la creatività dei consumatori e un corner-showroom come quello che abbiamo realizzato all'ingresso è la soluzione giusta.

La piattaforma di PhotoSi abbraccia anche l'on-line. Non teme di "consegnare" loro i suoi clienti?

PhotoSi non ci vuol portare via i clienti, non è il loro modello di business. Anzi, il negozio è un luogo cardine della loro proposta, che punta sull'innovazione nel retail attraverso l'interazione fra negoziante e cliente.

Con PhotoSi lavorate da tanti anni. Come mai la partnership per l'Inspiration Point è arrivata soltanto ora?

È stata semplicemente una questione di priorità. Photo Discount è sempre stato uno store di tecnologia e materiale fotografico. Con l'arrivo del digitale tante cose sono cambiate. E poi dopo un po' arriva anche il momento di ringiovanire il punto vendita.

Il futuro?

La partnership con PhotoSi è un inizio che ci porterà a esplorare nuove soluzioni. Non mi spaventa, ad esempio, pensare di allargare l'offerta merceologica...