

Il parere di una cliente

Cosa chiedono i giovani al servizio di tintolavanderia

Intercettare la clientela under 30 oggi è difficile. I giovani lasciano più tardi il “nido” familiare, continuando a beneficiare dell’aiuto genitoriale per le faccende domestiche: dagli ultimi studi Eurostat effettuati prima della pandemia, nel 2019, si è stimato che il 66% dei giovani italiani tra i 18 e i 34 anni vive con almeno un genitore. La domanda, dal punto di vista dei ragazzi, sorge spontanea: perché dovrei recarmi in tintoria quando esiste la lavatrice? Ma nel

momento in cui si prospettano sfavillanti party, importanti colloqui di lavoro e meeting aziendali, inizia a sorgere il dubbio sulla delicatezza del capo e sull’efficacia del macchinario domestico, quindi entrano in campo le tintorie.

La categoria può intercettare questa potenziale futura fetta di clienti, con qualche accorgimento.

Da giovane cliente, di 25 anni, vi racconto il mio punto di vista e la mia esperienza nella

scelta e nella fidelizzazione ad un negozio.

“Solitamente non mi reco spesso in tintoria. Ho appena terminato il mio percorso di studi magistrali, vivo ancora con i miei genitori e non mi occupo quasi mai del lavaggio dei capi.

Però quando ho occasioni particolari, una festa o un colloquio, che richiedono abiti più preziosi, sorge il problema: da chi posso andare? Non scelgo il primo posto che trovo, perché sto affidando una piccola

a



parte di me ad "estranei", quindi procedo con la mia fase di analisi e selezione. Primo step: su internet posso trovare tutte le informazioni dell'attività? Numero di telefono, via, mappa e fotografie? Mi rendo conto che le foto non siano così intuitive da fornire un quadro esaustivo, però sono fondamentali perché, come si dice, *l'abito fa il monaco*, e di primo impatto nella nostra quotidianità: una bella immagine, aggiornata, può dare subito un'ottima impressione. Secondo step: esiste un profilo social? Ho notato che molte tintorie hanno un profilo Facebook, però con post non aggiornati o con immagini poco performanti. Sicuramente non scarto

una tintoria perché ha un profilo social poco accattivante, però mi permetto di suggerire maggior attenzione verso ciò che si posta: si vuole caricare la foto di un capo? Magari si può mostrare il prima e dopo, così da evidenziare il lavoro svolto, oppure fotografare dettagli particolari, da un punto di vista non scontato, così da rendere l'immagine più interessante. Apprezzo molto l'imprenditore che si mostra sul profilo, *"ci mette la faccia"*, crea molta empatia e fornisce un benvenuto virtuale. Inserire foto poco curate e senza un'idea chiara di cosa si vuole comunicare e mostrare, può risultare deleterio a lungo termine.

Dopo la fase selettiva, passo alla fase pratica. Nel momento in cui arrivo nel luogo prescelto io reputo essenziale l'impressione di un ambiente ordinato e pulito. So che sembrerà strano, ma in alcuni casi mi è capitato di entrare in negozi con polvere e ragnatele: ho comunque lasciato il capo, ma non sono più tornata, perché affidare una piccola parte della propria vita ad un ambiente poco confortevole non trasmette sicurezza su come si riceverà il capo al ritiro. Personalmente un altro elemento fondamentale nella scelta e nella fidelizzazione ad una attività è la scelta di prodotti ecologici. Dobbiamo fare uno sforzo oggi per proteggere il domani. Un aspetto più frivolo e vezzoso da considerare per ultimo è l'attenzione al dettaglio: ritirare il proprio capo e notare che viene consegnato con un gradevolissimo profumo o un nastrino colorato, fa spuntare un sorriso durante le giornate sempre frenetiche e fa sentire coccolati. Questi criteri che io utilizzo per scegliere e mantenere i rapporti con una tintoria, sono ovviamente molto personali e sono accompagnati da due aspetti che ritengo debbano essere scontati: professionalità ed educazione." •