



Quante volte abbiamo ricevuto un dono che abbiamo apprezzato per il gesto, ma che sostanzialmente non ci ha reso soddisfatti? Anche sotto questo punto di vista gli esperti del marketing hanno lavorato affinché non ci siano più scontenti in questi termini. Dall'analisi delle ricerche e dei sondaggi diffusi negli ultimi anni in Italia, sono infatti risultati evidenti i limiti e l'insoddisfazione legata ai tradizionali regali natalizi: Miriadi di Agende di ogni tipo, sino ai soliti pacchi natalizi composti da panettone e spumante che andranno ad ingrassare la collezione dei doni ricevuti ciclicamente in questo periodo. In una società e in un sistema sociale dove tutto deve e vuole essere customizzato, il regalo in serie appare non solo sorpassato, ma viene percepito addirittura, come uno sforzo minimo, e dettato dall'occasione del momento, dall'offerta del grossista dell'ultimo momento. Tutto ciò nonostante i grossi sforzi gestionali ed organizzativi che molte aziende affrontano ogni anno in vista del Natale. Ma questo sforzo, viene colto da coloro che ricevono il Gift? A fotografare il fenomeno è uno studio realizzato dall'Osservatorio Metropolis, realizzato su 1014 imprenditori e direttori del personale di piccole (38%), medie (34%) e grandi aziende (28%), stilando anche la classifica dei regali "aziendali" più odiati. Secondo quanto rilevato da Ausbef infatti, 1 regalo su 3 viene puntualmente rispedito al mittente appena passata la Befana, o finisce sulle aste on-line nel giro di un paio di giorni. Si tratta proprio dei classici regali da ufficio: al primo posto le agende più o meno brandizzate, seguite dalle penne e dalle cravatte (o nella variante femminile: il foulard). Al quarto posto, i libri d'arte, che rimangono irrimediabilmente in ufficio, come gli orologi da tavolo. Poco apprezzate anche le chiavette usb col marchio dell'azienda, soprammobili e animaletti di vetro e i portaritratti. Molto meglio allora andare sul sicuro e offrire un ventaglio di scelte: scegliendo uno sfizio per se stessi, o privilegiando un regalo per figli e nipotini, nessuno si dirà mai insoddisfatto. Il sistema delle relazioni, sia tra dirigenza e dipendenti, sia tra azienda e fornitori e/o clienti diventa sempre più importante. Tra le soluzioni più creative e di appeal vogliamo segnalare un nuovo sistema di fare "regali", più dinamico e che non lascia adito a malcontenti. Si chiama myGift ed è un box intelligente che contiene una card personale e un catalogo con una ricca offerta, sia sotto il punto di vista quantitativo che di genere. Il destinatario dell'omaggio non riceve un regalo predefinito, ma un catalogo con più di 30 regali, tra cui scegliere con calma quello che preferisce, per poi riceverlo comodamente a casa. La card ed il catalogo gli vengono consegnati in un elegante cofanetto personalizzato con il nome dell'azienda. Il destinatario, con la propria card, può quindi richiedere il proprio premio o sul un sito (www.my-gift.it) oppure chiamando il numero verde dedicato. È una innovazione per l'azienda moderna, che vuole personalizzare il suo dono, massimizzando la soddisfazione del

(myGift) La nuova frontiera della soddisfazione legata al regalo natalizio.

Di

Lunedì 15 Settembre 2008 11:30

destinatario, ed allo stesso tempo vuole minimizzare i costi di gestione della ricerca e della consegna degli omaggi, tema molto critico nel periodo Festivo. MyGift propone due alternative di offerta ben calibrate, Gold e Silver, personalizzabili con il logo aziendale da una soglia molto bassa , 50 pezzi. Eleganza, pratica dinamicità e innovazione hanno ispirato la creazione di myGift, Per saperne di più: www.my-gift.it oppure scrivi a lorenzo.disita@cipi.it