Con Amazon anche il camerino adesso è digitale

Era stato annunciato mesi fa, ma con la pandemia ce n'eravamo dimenticati un po' tutti: **Amazon Prime Wardrobe** lancia la sfida a **Zalando** – ed è solo l'ultimo di una lunga, lunghissima serie di guanti di sfida lanciati ai leader di qualsiasi settore di mercato che abbia anche solo vagamente a che fare con la **vendita online** – e arriva in Italia, permettendo ai clienti con l'abbonamento a **Prime** di provare capi e accessori gratis. Si paga solo se si decide di tenerli. «**Prova. Ama. Compra**» è lo slogan, che fa il verso al libro di Elizabeth Gilbert e relativo film con Julia Roberts, che pubblicizza il nuovo servizio, già attivo negli Stati Uniti fin dal 2018.

Chi compra da anni abiti, scarpe o accessori online sa bene che, fino a qualche anno fa, il problema principale non era certo il prezzo, i tempi o le modalità di spedizione, ma proprio la necessità di **comprare "al buio"**; si sceglieva il capo secondo le proprie taglie e misure e, vista l'estrema variabilità da marchio a marchio e da modello a modello, si sperava di non ricevere un paio di jeans troppo stretti o una scarpa troppo lunga. In caso contrario, non c'era che da rifare il pacco e rispedirlo, con le spese di spedizione a carico del compratore, ed effettuare un nuovo acquisto – di nuovo, senza la garanzia che la taglia fosse finalmente quella giusta.

Così, per un po' di tempo si è diffusa (ed è ancora pratica comune in molte situazioni) l'abitudine di scegliere l'oggetto da acquistare su Internet e recarsi presso un negozio "fisico" **solo per provarlo**; una volta stabilita la taglia giusta, si passava a sceglierla anche per il più conveniente acquisto in rete. Tutto molto scomodo, giustificato soltanto in caso di sconti molto forti per il capo acquistato via Internet e di sicuro poco rispettoso verso i negozianti, tanto che più di

uno store di abbigliamento ha pensato di proporre una “tariffa” di qualche euro per la prova degli abiti, azzerata solo in caso di effettivo acquisto. Poi è arrivato Zalando.

Il modello di Zalando

Zalando ha reso il “**prova prima, paga dopo**” la chiave del proprio successo: non si è più costretti ad acquistare un capo e a restituirlo, ma si ordina senza pagare, li si prova a casa e si scelgono soltanto quelli che si vogliono tenere. Si tratta di una formula di pagamento che funziona per gli acquisti con la **carta di credito** (su **SOSTariffe.it** si possono trovare le offerte migliori per questi strumenti di pagamento online), ma che non richiede alcuna pre-autorizzazione.

L’addebito sulla carta avviene circa due settimana dopo la consegna (nella email di conferma si trova sempre la data programmata del prelievo), e c’è quindi tutto il tempo di vedersi recapitare i vestiti, provarli e rendere normalmente tutti quelli che non si vogliono tenere: anche tutti, se nulla risponde ai gusti e alle esigenze dell’acquirente. In più, i giorni di tempo per restituire i prodotti sono 100, quindi non ci sono problemi anche se si rimandano indietro dopo la data indicata (a parte, ovviamente, la scomodità di dover pagare per tutto e vedersi riaccreditato il denaro più tardi).

Il tutto va ad aggiungersi alle **procedure di reso** di Zalando, sempre gratuito e con diverse modalità (ritiro a casa, locker Poste Italiane, tabaccherie e così via). Insomma, una bella comodità per chi ha sempre paura di acquistare qualcosa che poi, una volta aperto il pacco, non si vuole tenere, e che infatti ha contribuito a rendere Zalando un gigante nell’e-commerce di abbigliamento – in particolare durante la pandemia e i lockdown che hanno reso impossibile recarsi nei negozi fisici, con **un aumento del 40% del fatturato** nel secondo trimestre del 2021, a 3,8 miliardi di euro. Ma nel mondo di **Jeff Bezos**, nessuna rendita di posizione nell’online può essere tollerata a lungo.

Prime, l’abbonamento si arricchisce sempre di più

Proprio mentre uno studio di **App Annie**, **Liftoff** e **poq** svela che chi ordina con lo smartphone su Internet spende, in media, **88 dollari** – con una crescita del 49% in un anno – e anche il ritorno a una vita normale non accenna a ricondurre a livelli pre-Covid la frequenza degli acquisti online, **Amazon Prime Wardrobe** sbarca dunque in Italia: ancora non per tutti, ma per alcuni clienti Prime selezionati, che potranno scegliere da tre a otto articoli idonei nell’apposita sezione del sito per l’invio. Il *twist* di Amazon arriva adesso: non solo, come con Zalando, ci sarà un periodo di tempo (sette giorni) per

decidere che cosa tenere e che cosa no, pagando solo gli oggetti effettivamente acquistati senza alcuna procedura di riaccredito; ma si riceverà uno **sconto proporzionale** al numero di oggetti trattenuti. Insomma, per chi ha già le idee chiare il meccanismo conviene ancora di più. Infine, sarà possibile utilizzare lo stesso pacco e la stessa etichetta di reso prepagata e già pronta per restituire gli oggetti reputati non d'interesse.

Una novità, quella di Amazon, che arriva dopo quelle dei mesi scorsi per l'acquisto **a rate** – a tasso zero e senza finanziarie di mezzo, ma gestendo direttamente l'acquisto dilazionato con lo stesso marketplace – di determinati beni, e la novità del **pagamento in contanti** presso i punti Western Union aderenti vicini all'acquirente (acquisto online, pagamento in contanti entro 48 ore dall'ordine tramite codice inviato via email, spedizione). Due innovazioni che hanno consentito rispettivamente di ritardare il pagamento di beni particolarmente costosi e di venire incontro anche a chi non possiede una carta di credito ma vorrebbe ugualmente farsi spedire a casa ogni genere d'articoli. In altre parole, Amazon conquista nuovi clienti **riducendo un po' per volta la barriera che separa l'acquisto classico da quello online**, proponendo un'esperienza familiare e eliminando una per una le obiezioni per i più tradizionalisti. E ancora in molti non si sono accorti che alcune delle più attese partite delle italiane nella prossima **Champions League** (Inter-Real Madrid del 15 settembre, Juventus-Chelsea del 29 settembre e Zenit San Pietroburgo-Juventus del 20 ottobre) saranno trasmesse soltanto da **Prime Video** in esclusiva, anche per chi crede di avere tutto il pacchetto con Sky. Insomma, l'abbonamento a Prime rischia davvero di diventare una delle **utenze irrinunciabili** per ogni famiglia, come la luce o il gas; o almeno questa sembra essere l'intenzione di Bezos.

Fonti:

https://www.appannie.com/en/insights/market-data/2021-mobile-s

hopping-apps-report/

https://tech.everyeye.it/notizie/amazon-prime-wardrobe-arriva-italia-vestiti-possono-provare-sei-giorni-538042.html

https://www.corrierecomunicazioni.it/digital-economy/ecommerce/e-commerce-record-di-vendite-per-zalando-40-alla-soglia-dei-4-miliardi-di-euro/

https://www.goal.com/it/notizie/champions-league-prime-partite-amazon-prime-inter-real/miwld5khq5oa19vs23iypjp3u

https://www.statista.com/chart/4298/amazons-long-term-growth/

https://www.valuespectrum.com/news/597028-analysts-expect-over-2021-rising-revenue-zalando

The post Con Amazon anche il camerino adesso è digitale appeared first on Key4biz.

https://www.key4biz.it/con-amazon-anche-il-camerino-adesso-e-digitale/372546/