

Bikers nel paese delle meraviglie

Gian Paolo, Wen Hsieh (fondatore KHS Bicycles), Roberta e Rosanna a Las Vegas.



Non era il caso di mostrarvi la “tabula rasa” di una delle serate più piacevoli che si possano trascorrere con la scusa del business in occasione delle fiere, ma prima eravamo davvero troppo indaffarati con i bastoncini per ricordarci di scattare una foto. Foto che ad un occhio attento mostra come Jack, fratello di Wen, abbia risolto con molto senso pratico l'imbarazzo di Roberta per la mancanza totale delle classiche posate (un elastico blu sui bastoncini). Ma non è proprio questa loro capacità di non perdere tempo ed andare subito al nocciolo dei problemi una delle vere ragioni, o la principale, per le quali la cultura Taiwanese sta sopravanzando in molti aspetti la nostra?

Ed è ispirandomi alla necessità di fare altrettanto, quindi di rimboccarci le maniche, parlare meno e “cambiare di più” che ritorno sull'argomento negozianti (non me ne vogliono) per un viaggio di (poca) fantasia che vorrei farvi fare.

Ho detto “poca fantasia” perché ciò che a molti potrebbe anche apparire come frutto di una certa immaginazione, in altri paesi, e non necessariamente solo negli USA, è già una realtà. Anzi, per alcuni negozi lo è sostanzialmente anche in Italia. Se da un lato qualunque nostro operatore meriti il massimo rispetto, per l'impegno profuso in un contesto più complesso della media, dobbiamo altrettanto onestamente anche ammettere che compratori e mercato non si fermano mai ad attendere nessuno, in termini di risultati reali. Se c'è infatti un negozio che offre di più, in senso generale, è lì che andrà la maggior parte dei clienti a servirsi.

Completiamo quindi l'approfondimento fatto nel numero precedente sul profilo professionale del “negoziante medio”, e nel quale abbiamo parlato pure di orari di apertura, con una riflessione su un altro aspetto che sta a cuore, cioè quello “strutturale”, inteso come quadro dei “servizi offerti”.

Il negozio italiano ha già compreso la necessità di proporvi non solo il prodotto e le competenze necessarie, e molti sono già all'altezza delle vostre attuali esigenze. I più evoluti poi hanno anche assimilato da tempo di dover garantire un servizio interno di “misurazione biomeccanica del biker e

corretto posizionamento in sella”, offertovi a livelli diversi, uno di partenza ed uno più completo, che approfondisca ogni dettaglio coinvolto nel gesto atletico. Non solo un potenziale compratore sarà più soddisfatto dal suo eventuale acquisto, ma è stato provato che tale servizio cambi molto il senso di fiducia che si instaura con il negoziante stesso, una volta che si tocca con mano la sua reale competenza pratica. C'è infatti sempre più diffidenza da parte del consumatore, a volte giustificata, verso ciò che potrebbe apparire solo un “discorso fatto bene”. Per questo motivo è diverso sentirsi toccare, misurare, guardare con attenzione, spostare ed aggiustare in sella con benefici immediatamente avvertibili. Come togliere una spina dalla zampa di un animale feroce e guadagnarne così l'eterna fedeltà? Non proprio, ma rende l'idea.

Sempre con lo scopo di rinsaldare un rapporto importante, ci sono moderne realtà che offrono anche ritiro e riconsegna della bicicletta per le operazioni di manutenzione in officina, ma anche regolazione di cambio e deragliatore gratuita a vita (della bici).

E' assurdo? No, perché se da un lato è un'operazione di pochissimi minuti da parte di un meccanico professionista, la stessa può evidenziare la necessità anche di interventi più profondi e pertanto a pagamento. Chi ci guadagna? Tutti e due! Il negoziante vende manodopera e ricambi, mentre il cliente evita guasti, malfunzionamenti, gite rovinose e “mal di testa”, al costo di un intervento che comunque avrebbe dovuto fare a breve ugualmente.

Certo, ci sono anche negozi con la pista o il percorso test nel retro o dentro il negozio stesso (anche in Italia), per chi ha ancora paura che una full non risponda prontamente ai pedali, o per chi vuole vedere la differenza di assorbimento tra le diverse biciclette, passando su un tratto sconnesso con i freni tirati. Ma ammettiamo che questo sia un lusso per pochi, a meno che non si trovi davvero il modo di rendere convenienti tutti quei capannoni e spazi commerciali oggi vuoti e a rischio di rimanere tali e cadere nell'oblio.

Che fare poi per chi deve aspettare a lungo il proprio turno di essere servito in negozio, oppure il tempo necessario al completamento di una riparazione? E per le mogli ed i figli che hanno accompagnato il papà in negozio e si annoiano? Molti punti vendita offrono già spazi dedicati, con comode sedute, letture di riviste e cataloghi, distributori di bevande ed alimenti, o anche televisione e computer. Vi sembra tanto? Sappiate che ci sono allora pure negozi che hanno attrezzato vere e proprie palestre dedicate ai bikers e quindi con la possibilità di praticare spinning, esercizi su attrezzi specifici e anche la possibilità di usufruire dei ciclosimulatori più moderni e sui quali montare la propria bici e pedalare senza troppa noia anche nei dopocena.

Quale sarà il negozio che avrà più successo nei prossimi anni, dando per scontata la qualità di tutti gli altri servizi? Chi farà la differenza?

Sarà chi avrà saputo coltivare anche il bacino meno sfruttato in assoluto e quello del futuro. Quali? Il primo è l'universo femminile ed il secondo sono bambini e ragazzi.

Bikers oggi ma ancora più bikers domani! □