

NUMERO 4 | GENNAIO 2022

# CONTROPELLE

IL MAGAZINE DI DANKE PELLETERIA



**COCONUDA**

12 MILIONI E CINQUECENTO MILA

**TRASPORTI**

ECCO COME OTTENERE UN VANTAGGIO  
COMPETITIVO SUI TUOI COMPETITOR  
E AUMENTARE I TUOI INCASSI

**SITO INTERNET**

CREARE IL TUO SITO INTERNET  
A COSTO ZERO

**TENDENZE AUTUNNO  
INVERNO 2022/23:**

METTI IL TURBO ALLE TUE VENDITE



## **CONTROPELLE**

**L'UNICO PERIODICO DEDICATO AGLI  
IMPRENDITORI DELLA PELLETERIA CHE  
FANNO GRANDE L'ITALIA**

**Numero 4 / GENNAIO 2022**

**DIRETTORE RESPONSABILE**

Daniel Giaconia

**IN REDAZIONE**

Kevin Giaconia

Barbara Bernardi

Silvia Duchini

**REDAZIONE**

Via Don Emilio Mazza 1, Gorle

24020 - Bergamo

tel.+39 0350075078

**EDITORE**

Danke Pelletteria S.r.l

Via Don Emilio Mazza 1, Gorle

24020 - Bergamo

tel.+39 0350075078

[customerservice@dankepelletteria.it](mailto:customerservice@dankepelletteria.it)

**STAMPA**

Dieffea Arte Grafica

Via Cipressi 6, Fiorano al Serio

24020 - Bergamo



# ITALIA PAESE DELL'ANNO

## EDITORIALE DI DANIEL GIACONIA

The Economist è un settimanale d'informazione politico-economica in lingua inglese, focalizzato su attualità globale, commercio internazionale, politica e tecnologia.

Edita a Londra, la rivista dispone di uffici editoriali nelle principali città del Nord America, dell'Europa, dell'Asia e del Medio Oriente.

Nel 2020, la sua diffusione media globale combinata (tra copie stampate e versione digitale) è stata di circa 1,6 milioni di lettori, più della metà dei quali in America settentrionale.

Ogni anno l'Economist sceglie un paese dell'anno.

Il riconoscimento non va al paese più grande, più ricco o più felice, ma a quello che a loro parere è migliorato di più nel 2021.

Tra i vincitori del passato ci sono l'Uzbekistan (per aver abolito la schiavitù), la Colombia (per aver trovato la pace interna) e la Tunisia (per aver introdotto la democrazia).

E udite udite...

Nel 2021 questo riconoscimento è andato all'Italia.

Il 2021 è stato un anno difficile.

Il Covid-19 ha continuato a spargere sofferenza, mentre gli ingegnosi vaccini sono stati distribuiti in modo diseguale e sono emerse nuove varianti come la Omicron.

In molti paesi le libertà civili e le norme democratiche sono state intaccate.

Il principale leader dell'opposizione russa è stato incarcerato.

Negli Stati Uniti i sostenitori di Donald Trump hanno preso d'assalto il Campidoglio.

La guerra civile ha travolto l'Etiopia e la Birmania.

Eppure in mezzo a tanta tristezza, alcuni paesi hanno acceso una luce.



La piccola Samoa ha scongiurato una crisi costituzionale, la Moldova, uno dei paesi più poveri d'Europa ha eletto come presidente la paladina anti-corruzione Maina Sandu, lo Zambia ha ripristinato la democrazia, la Lituania ha difeso i valori democratici sfidando il governo di Pechino permettendo a Taiwan di aprire un ufficio di rappresentanza nella capitale Vilnius, il governo lituano ha inoltre invitato la popolazione a liberarsi degli smartphone prodotti in Cina dopo aver scoperto la presenza di software per la censura che potevano essere attivato senza che l'utente ne fosse a conoscenza.

**Ma in tutto questo complicato contesto internazionale, il premio va all'Italia.**

Non per l'abilità dei suoi calciatori vittoriosi all'europeo, e nemmeno per le sue pop star che hanno trionfato all'Eurovision.

E' stata scelta l'Italia per il suo percorso politico.

L'Economist ha spesso criticato l'Italia per aver scelto leader come Silvio Berlusconi, accusato dalla rivista di avere svolto una pessima attività coi suoi governi e di aver reso gli italiani più poveri nel 2019 di quanto non lo fossero nel 2000.

Ma sempre secondo l'Economist quest'anno le cose sono cambiate, e cita testualmente:

In Mario Draghi l'Italia ha scelto un primo ministro competente e rispettato a livello internazionale. Per una volta un'ampia maggioranza di esponenti politici ha deciso di mettere da parte le divergenze per sostenere un programma di riforme che dovrebbe permettere a Roma di ottenere i fondi che le spettano in base al piano di ripresa post pandemia. Il tasso di vaccinazione in Italia è tra i più alti d'Europa.

Dopo un difficile 2020, l'economia italiana si sta riprendendo più rapidamente rispetto a quelle di Francia o Germania.

Naturalmente c'è il rischio che questa tendenza al buon governo possa invertirsi.

Draghi vorrebbe essere eletto presidente della repubblica (un ruolo di rappresentanza) e il suo successore potrebbe essere meno competente.

Ma non possiamo negare che l'Italia di oggi sia un paese migliore rispetto a dicembre dell'anno scorso. Per questo motivo l'Italia è il nostro paese dell'anno.





**SECONDO L'ECONOMIST  
L'ITALIA È IL PAESE DELL'ANNO**

***ECCO I MOTIVI ALLA BASE DELLA SCELTA***

***"Il 2022 sarà un anno di svolta fondamentale per noi tutti del mondo della pelletteria e sarà fondamentale a mio avviso tenere molto ben presente la situazione positiva, ma difficile che abbiamo davanti, e adottare qualche necessario anticorpo che potrà difenderci dagli attacchi esterni."***

**"Portafogli donna di pelle, con uno stile innovativo, formati adeguati ai nostri tempi, e un brand esclusivamente rivolto alle donne che li valorizza, sono un mezzo per far crescere il tuo fatturato e fidelizzare il tuo cliente."**

---

## EDITORIALE DI DANIEL GIACONIA

Ora, al di là delle idee politiche di ciascuno, che in fondo poco muovono all'interno del mondo dell'economia reale della pelletteria che tutti noi viviamo nella nostra quotidianità, un dato è innegabile, il 2021 è stato un anno migliore rispetto al 2020.

E grazie al c...o mi dirai.

Il 2020 è stato l'annus orribilis in tutto il mondo, Italia inclusa.

E' vero, e poco abbiamo potuto fare in questo senso.

E' anche vero che nel 2021 il Pil, secondo precisi dati Istat, ha segnato un più 6,3%, che in qualche modo si è sentito nel nostro settore, specie nella seconda parte dell'anno una volta usciti dal tormento delle zone rosse e arancio.

Ora come può tradursi tutto questo ben dire sull'Italia nel 2021 anche nel 2022?

Perché alla fine poco ci importa dei premi alla nazione, dello sport italiano che ha sfondato in tutto il mondo e dei gruppi musicali che raccolgono premi e consensi.

Il mondo della pelletteria non ha tempo per queste cose e ha bisogno di sano pragmatismo e di piedi ben piantati per terra.

La situazione internazionale dei trasporti non è mai stata così caotica.

Nel momento in cui sto scrivendo questo articolo (Gennaio 2022) mi è stato appena comunicato che è stato chiuso il porto di Ningbo in Cina per un focolaio di Covid, provocando gravi ritardi per tutte le merci in partenza, incluso merci della nostra stagionalità Primavera-Estate 2022.

**Inoltre il rincaro di TUTTE le materie prime a livello mondiale, è piombato sulla testa di noi produttori come una mannaia.**

E per non farsi mancare nulla, la riduzione dei giorni di lavori in Cina a causa delle politiche sul risparmio energetico, ha ridotto i giorni di produzione delle aziende cinesi 2/3 giorni a settimana, contro i 7 giorni di prima.

Questo ha provocato innanzitutto gravi ritardi nel reperimento delle materie prime come pellami e metalli e ritardi di produzione vera e propria in seguito.

## PROSPETTO 1. PREVISIONI PER L'ECONOMIA ITALIANA – PIL E PRINCIPALI COMPONENTI

Anni 2019-2022, valori concatenati per le componenti di domanda; variazioni percentuali sull'anno precedente e punti percentuali

	2019	2020	2021	2022
Prodotto interno lordo	0,4	-8,9	6,3	4,7
Importazioni di beni e servizi fob	-0,6	-12,9	13,6	6,9
Esportazioni di beni e servizi fob	1,6	-14,0	13,2	7,1
<b>DOMANDA INTERNA INCLUSE LE SCORTE</b>	<b>-0,3</b>	<b>-8,4</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>
Spesa delle famiglie residenti e delle ISP	0,2	-10,7	5,1	4,8
Spesa delle AP	-0,5	1,9	0,7	0,9
Investimenti fissi lordi	0,7	-9,2	15,7	7,5
<b>CONTRIBUTI ALLA CRESCITA DEL PIL</b>				
Domanda interna (al netto della variazione delle scorte)	0,2	-7,8	6,0	4,4
Domanda estera netta	0,7	-0,8	0,3	0,3
Variazione delle scorte	-0,4	-0,4	0,0	0,0
Deflatore della spesa delle famiglie residenti	0,6	-0,3	1,8	2,2
Deflatore del prodotto interno lordo	0,9	1,2	1,2	1,9
Retribuzioni lorde per unità di lavoro dipendente	1,6	2,2	2,2	1,7
Unità di lavoro	0,0	-10,3	6,1	4,1
Tasso di disoccupazione	10,0	9,2	9,6	9,3
Saldo della bilancia dei beni e servizi / Pil (%)	3,3	3,7	2,8	2,7

Insomma, non è semplice, ed il momento storico che stiamo vivendo in pelletteria penso che ce lo ricorderemo per un pezzo.

Voglio comunque darti un raggio di luce e di speranza per il 2022, perché comunque i dati Istat, che fino ad ora ci hanno sempre beccato, sono positivi.

**La previsione della crescita del Pil per il 2022 è del 4,4%**

Non male, considerando il trend già positivo del 2021.

Gli investimenti sosterranno la ripresa nel 2022 con un +7,5%.

Anche i consumi delle famiglie residenti e delle ISP (Istituzioni sociali private) segneranno un deciso incremento (+4,8%), e questo è un dato estremamente positivo.

L'aumento dell'occupazione seguirà il miglioramento dell'attività economica con un accentuato aumento del 4,1%.

L'andamento del tasso di disoccupazione rifletterà invece la progressiva normalizzazione del mercato del lavoro, segnando una riduzione nel 2022 (9,3%), anche rispetto al 2021 (9,6%).

Pertanto il 2022 sarà un anno di svolta fondamentale per noi tutti del mondo della pelletteria e sarà fondamentale a mio avviso tenere molto ben presente la situazione positiva, ma difficile che abbiamo davanti, e adottare qualche necessario anticorpo che potrà difenderci dagli attacchi esterni.

Pensando alla crisi dell'oriente, trasporti e produzioni, sarà necessario anticipare gli ordini per scongiurare ritardi che ci possono capitare tra capo e collo, e che inevitabilmente ci provocano un danno.

**Prima la merce arriva e prima la puoi vendere.**

---

## EDITORIALE DI DANIEL GIACONIA

So che non è mai buono ordinare troppo presto, e che a volte ti senti a disagio a ordinare una merce invernale senza aver ancora ricevuto quella estiva, ma sono le contingenze internazionali a dettarci le azioni, e se adottiamo noi tutti i necessari provvedimenti, non possiamo che averne tutti un vantaggio.

**Un'altra cosa molto importante da incrementare è tutto il mondo della pelletteria femminile.**

Non parlo di borse, delle quali sicuramente tu sei più specialista di me, parlo di cinture e portafogli da donna, che se trattati in un certo modo fanno vendere di più abbassando le rimanenze.

**Portafogli donna di pelle, con uno stile innovativo, formati adeguati ai nostri tempi, e un brand esclusivamente rivolto alle donne che li valorizza, sono un mezzo per far crescere il tuo fatturato e fidelizzare il tuo cliente.**

Seguire le giuste Tendenze dei colori Autunno/Inverno 2022 (nel Magazine trovi un ampio articolo che riguarda tutti i colori fondamentali, specie per la pelletteria femminile) ti darà il risultato di un immediato sell out.

Il packaging.

Sempre più importante e sempre più eco-sostenibile.

**L'abito fa il monaco e il packaging fa il sell out, quando viene fatto con criterio.**

Già nell'invernale 2021 hai potuto verificare la bontà dell' ottimo packaging che ti ho proposto (per cinture e portafogli) e di quanto si importante per fare una buona vendita.

**Per l'invernale 2022 queste confezioni saranno ulteriormente migliorate e rese ancora più accattivanti e innovative.**

Nel Magazine troverai ampi articoli che riguardano tutti questi temi di vitale importanza per tutti noi del mondo della pelletteria, attraverso le quali potrai trarre preziose informazioni che potrai immediatamente convertire in azioni fruttuose per te.

Quindi in bocca al lupo, goditi il Magazine e...

Always flat out

**Daniel Giaconia**



## PROSPETTO 2. PRINCIPALI VARIABILI INTERNAZIONALI

Anni 2020-2022, livelli e variazioni percentuali sull'anno precedente

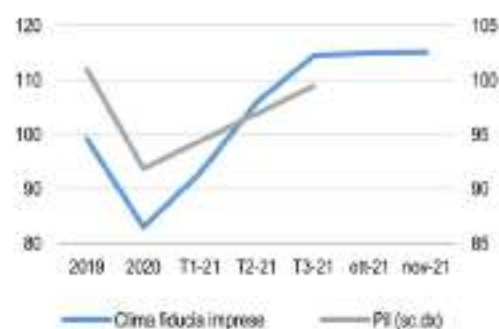
	2020	2021	2022
Prezzo del Brent (dollari a barile)	43,4	70,3	70,3
Tasso di cambio dollaro/euro	1,14	1,18	1,18
Commercio mondiale in volume*	-8,7	9,1	6,4
<b>PRODOTTO INTERNO LORDO</b>			
Mondo	-3,4	5,7	4,5
Paesi avanzati	-4,4	5,3	4,1
USA	-3,4	5,8	4,5
Giappone	-4,8	2,4	2,3
Area Euro	-6,4	5,0	4,3
Paesi emergenti e in via di sviluppo	-2,5	6,0	4,8
Cina	2,3	7,9	5,3

Fonte: DG-ECFIN Autumn Forecasts (2021) ed elaborazioni Istat

\* Importazioni mondiali di beni e servizi in volume

**FIGURA 1. PIL E CLIMA DI FIDUCIA DELLE IMPRESE**

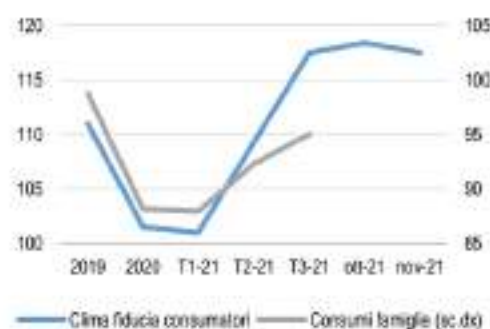
(valori concatenati e indici, base 2010=100. Medie annuali 2019 e 2020, trimestrali, mesi di ottobre e novembre 2021)



Fonte: Istat

**FIGURA 2. CONSUMI DELLE FAMIGLIE RESIDENTI E CLIMA DI FIDUCIA DEI CONSUMATORI**

(valori concatenati e indici, base 2010=100. Medie annuali 2019 e 2020, trimestrali, mesi di ottobre e novembre 2021)



Fonte: Istat

**FIGURA 3. QUOTA DI INVESTIMENTI SUL PIL PER L'ITALIA E I PRINCIPALI PAESI EUROPEI**

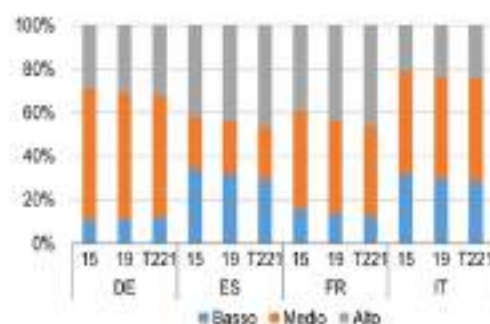
(Medie annuali 2019 e 2020, dati trimestrali 2021)



Fonte: Istat e Eurostat

**FIGURA 4. OCCUPATI (25-64) PER TITOLO DI STUDIO CONSEGUITO\***

(Quote sul totale dell'occupazione, Medie annuali 2015 e 2019, il trimestre 2021)



Fonte: Eurostat Labour Force Survey

\* Basso: ISCED levels 0-2; Medio: ISCED levels 3 and 4; Alto: ISCED levels 5-8.

# SOMMARIO

## 1 EDITORIALE

ITALIA PAESE DELL'ANNO  
DI DANIEL GIACONIA



## 11 ARMATA DI MARE

ECCO PERCHE' SOSTENIBILITA' E  
VENDITE VANNO DI PARI PASSO  
DI DANIEL GIACONIA



## 19 TENDENZE

TENDENZE AUTUNNO INVERNO  
2022/23:  
METTI IL TURBO ALLE TUE VENDITE  
DI DANIEL GIACONIA



## 30 COCONUDA

12 MILIONI E CINQUECENTO MILA  
DI SILVIA DUCHINI

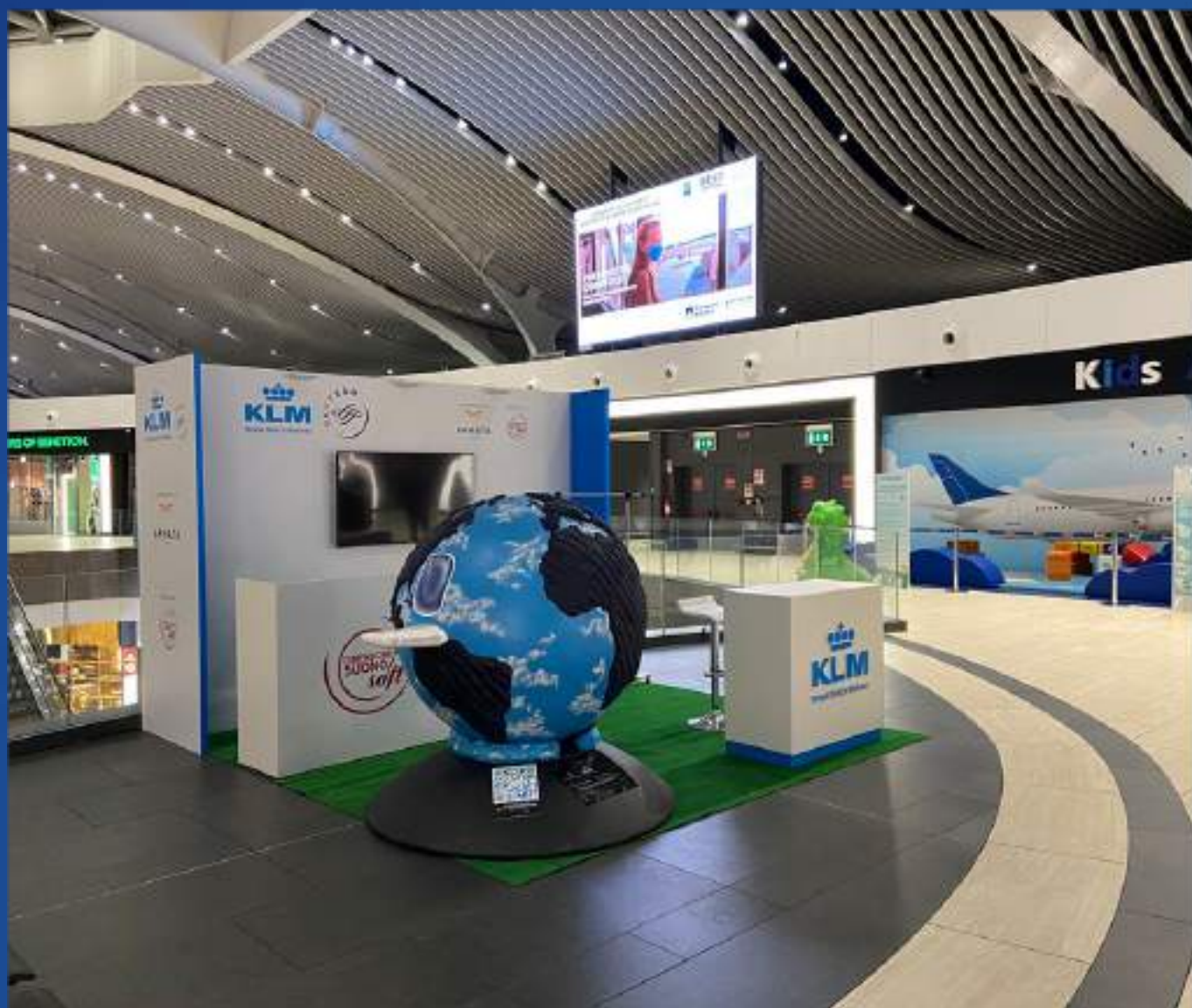








ARMATA DI MARE  
SPORT



**"L'87% dei consumatori italiani dichiara di voler acquistare prodotti che riducono l'uso di packaging e ben il 21% ammette di aver smesso di acquistare determinati marchi che utilizzano un packaging non sostenibile."**

"



# ARMATA DI MARE: ECCO PERCHE' SOSTENIBILITA' E VENDITE VANNO DI PARI PASSO

DI DANIEL GIACONIA

---

L'87% dei consumatori italiani dichiara di voler acquistare prodotti che riducono l'uso di packaging e ben il 21% ammette di aver smesso di acquistare determinati marchi che utilizzano un packaging non sostenibile.

Questo è quanto emerge da uno studio effettuato da Ipsos Mori, una società di ricerche di mercato con sede a Londra, che dimostra quanto il packaging influenzi le scelte di acquisto dei clienti finali.

Non è certamente l'unica ricerca che è stata svolta su questo tema, anche perché mai come ora la questione ambientale è al centro dell'attenzione.

Nonostante questo, negli ultimi anni molti produttori e molti rivenditori hanno iniziato a promuovere i propri marchi facendo un uso eccessivo di packaging, senza tenere conto dei reali bisogni di chi li acquista o delle tematiche ambientali.

**E questo si è tradotto in un enorme accumulo di rifiuti.**

Lo vivi anche tu in prima persona: quante volte ti capita di ricevere della merce dal tuo fornitore e di buttare via la metà degli imballaggi che ti manda solo per mettere in vendita il prodotto?

E lo stesso vale per il tuo cliente e per il cliente del tuo cliente, in un circolo che è tutt'altro che virtuoso.

E non si traduce solamente in un fastidio per tutta la spazzatura che bisogna differenziare e buttare; per molti clienti finali è proprio un incentivo a non procedere con la vendita!

E se il cliente del tuo cliente non acquista che succede?

Lui non riesce a smaltire la merce e comprerà sempre meno da te.

Pants, Nike  
top, Armata  
Di Mare  
sneakers, Nike  
Air Jordan





Sai che io a differenza della quasi totalità dei tuoi fornitori non penso solo a come riempire i tuoi magazzini di roba, ma sono interessato a far sì che la merce esca dalla tua porta, quindi ho deciso di approfondire questo aspetto e di sviluppare prodotti con un **packaging sempre meno invasivo e riutilizzabile**: la scorsa stagione ti ho presentato le Woody Box e le Smarty Box per i portafogli, mentre per la prossima stagione Autunno-Inverno ho deciso di **puntare tutto sul legno** anche per le confezioni regalo delle cinture.

Apri bene le orecchie però: non si tratterà solo ed esclusivamente di una scatola regalo veramente differente ed accattivante, ma diventerà anche un pratico portatutto, o quasi.

Infatti, **tutti i modelli Spark Box sono stati pensati per essere riutilizzati dai clienti finali** come elementi di arredo che possano contenere tutti i sacrosantissimi cazzi che nessuno sa mai dove mettere: chiavi della macchina, Air Pods, telecomando del garage, portafoglio e così via.

E per mettere in risalto questa doppia utilità della confezione in tutte le Spark Box sarà presente un **cartellino che evidenzierà i valori di un packaging ecosostenibile con l'invito a riutilizzarlo in maniera adeguata**.

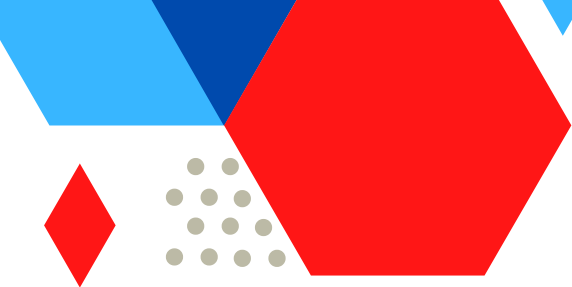
**Più che essere una confezione, è un prodotto nel prodotto, un concetto di packaging convertito in un'innovazione assoluta.**

Ma non mi sono limitato a pensare solo al packaging, è sicuramente importante, ma io sono prima di tutto un pellettiere, non un designer di confezioni!









**"Quindi colui che acquisterà una Spark Box come confezione regalo sarà sicuro di fare bella figura grazie alla confezione accattivante, alla qualità della cintura che si trova all'interno e alla seconda vita che potrà regalare alla confezione di legno e tu potrai aumentare le tue vendite, grazie ad un prodotto dall'alto valore aggiunto."**

---

E a proposito della cintura che si trova all'interno della Spark Box ci tengo a dirti che è monotaglia, perfetta quindi per essere regalata perché NESSUNO al mondo conosce la propria misura di girovita, figuriamoci quella di un familiare o di un amico; in più è realizzata in PU con fodera in pelle, due materiali che ho scelto appositamente per questa linea perché sono pressoché indistruttibili e perfettamente in linea con lo spirito del marchio Armata di Mare.

Ma non solo: dietro allo stile di ogni singolo modello ci sono ore e ore di studio delle tendenze delle prossime stagioni, tendenze reali e non di passerella, per far sì che ogni cintura abbia quel qualcosa in più rispetto all'indifferenziazione più totale che solitamente regna nel reparto piccola pelletteria.

Anche perché un marchio come Armata di Mare, che ha un'identità forte e ben precisa e che da sempre investe moltissimo in pubblicità e promozione, stringendo anche accordi con personaggi pubblici, tra cui CANNAVACCIUOLO, DUSTIN HOFFMAN E NEYMAR, oltre a periodiche uscite su REPUBBLICA, CORRIERE DELLA SERA, GAZZETTA DELLO SPORT e numerose riviste di settore specializzate, merita una collezione di livello.





Quindi colui che acquisterà una Spark Box come confezione regalo sarà **sicuro di fare bella figura** grazie **alla confezione accattivante**, alla qualità della cintura che si trova all'interno e alla seconda vita che potrà regalare alla confezione di legno e tu potrai aumentare le tue vendite, grazie ad un prodotto dall'alto valore aggiunto.

**Una vera innovazione che abbiamo pensato si fondesse alla perfezione con lo stile di Armata di Mare.**

Che aspetti?

Dai un'occhiata in anteprima alla collezione sul sito [www.dankepelletteria.it](http://www.dankepelletteria.it) oppure scrivi una mail a [info@dankepelletteria.it](mailto:info@dankepelletteria.it) per ricevere il catalogo prima di tutti gli altri.



# COLORI

AUTUNNO - INVERNO 2022/2023





# TENDENZE AUTUNNO INVERNO

## 2022/23:

# METTI IL TURBO ALLE TUE VENDITE

DI DANIEL GIACONIA

---

Milano Unica è la fiera di riferimento **dei tessuti e degli accessori per l'abbigliamento Donna e Uomo.**

Concepita, organizzata e guidata da imprenditori, offre la migliore visibilità internazionale al mondo tessile e pelletteria in un contesto altamente qualificato in linea con la qualità dei prodotti.

Milano Unica è una fiera per gli addetti al settore fashion dove c'è il meglio del Made in Italy B2B, ovvero la materia di cui si avvalgono circa l'85% dei designer e creativi per la realizzazione dei capi di abbigliamento e accessorio, con l'assoluta certezza che i colori che questo evento propone saranno i colori di riferimento di stagione, in questo caso l'autunno/inverno 2022/23.

In ANTEPRIMA è possibile avere una visione dei campionari futuri grazie agli input della Commissione Tendenze, che offre una sorta di certificazione di veridicità alle tendenze/colori che saranno dominanti nelle vetrine dei negozi di pelletteria e abbigliamento nelle stagioni di riferimento.

**Detto questo, io e te sappiamo bene quanto sia importante avere una visione chiara dei colori di stagione in fase di selezione stagionale di cinture e portafogli, specie dei campionari femminili, DOVE IL COLORE SPESSO E' TUTTO.**

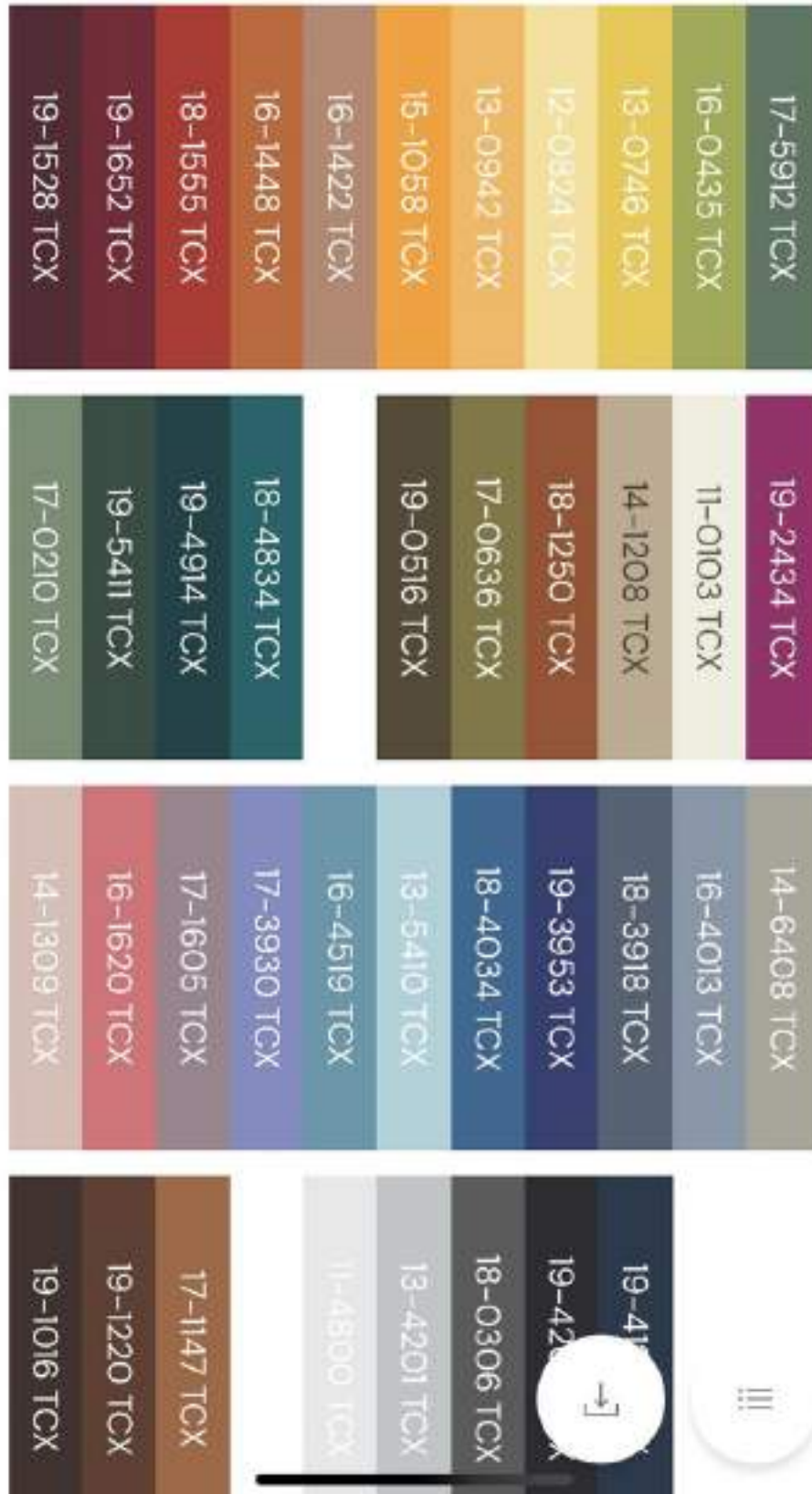
Basta osservare attentamente i marchi di riferimento, per esempio Coccinelle per quanto riguarda i portafogli donna, per vedere che usa uno stile estremamente semplice, e i colori di stagione azzeccati al 100%.

Cosa succede?

Succede che diventa un marchio di riferimento nel settore.

# Pantone TCX

Colour Reference A/W 22/23



# **"io e te sappiamo bene quanto sia importante avere una visione chiara dei colori di stagione in fase di selezione stagionale di cinture e portafogli, specie dei campionari femminili, DOVE IL COLORE SPESSO E' TUTTO."**

La modelleria semplice gli permette di far apprezzare la pelle, in un mondo dove molti Brands usano ancora il sintetico, i COLORI GIUSTI fanno sì che li rendano appetibili, e dulcis in fundo la dimensione dei portafogli che rende il Brand fresco e innovativo, ma di questo ne parlerà Silvia dettagliatamente nell'articolo dedicato a Coconuda.

Pertanto l'importanza di avere per te a disposizione una gamma colori perfettamente studiata e NON CASUALE, è assolutamente necessaria e fondamentale per mostrare e VENDERE nella tua sede cinture e portafogli, senza avere invenduti a magazzino che tanto fanno incazzare te e il tuo portafoglio.

Certo non è colpa tua se ciò che ti viene mostrato non è studiato a dovere, o nel migliore dei casi viene affidato ai quei tre/quattro colori base continuativi, che se da una parte hanno l'apparente vantaggio di avere una relativa sicurezza, dall'altro hanno il grande svantaggio di avere una vendita più lenta, proprio per il fatto di essere colori base, ovvero cinture e portafogli di un colore che hanno già tutti, togliendo quella variabile

meravigliosa, specialmente per le donne, del **NUOVO COLORE CHE VOGLIONO ASSOLUTAMENTE AVERE.**

Inoltre avere sempre nuovi colori perfettamente azzeccati darà maggior vigore e freschezza alla proposta del tuo magazzino, con il grade vantaggio di rendere più appetibile te e la tua azienda rispetto ai tuoi concorrenti, diversamente sembrerà la solita minestra riscaldata che inevitabilmente rallenterà le tue vendite e renderà i tuoi concorrenti più forti.

Detto questo, partiamo in quarta con le tendenze.

Il tema di Milano Unica, per la prossima stagione, sarà costituito dalle **"Magnifiche Passioni"**, scelte partendo da tre diversi stadi di condivisione: Personale, Sociale e Planetario. Ma tutte così trasversalmente diffuse da essere ormai universalmente vissute come desideri aspirazionali oppure, in alcuni casi, come impellenti bisogni.





**Da “Magnifiche Passioni” scaturiscono le tendenze per l’Autunno-Inverno 2022/2023 che per modernità lessicale sono state chiamate “Stories”.**

Tra le Passioni Personali spiccano il Tradimento e l’Alimentazione, mentre tra quelle Sociali emergono la Bellezza e il Natale. Infine, tra le Passioni Planetarie si annoverano l’Ecologia e la Tecnologia.

Si tratta di questioni forti, che esigono una presa di posizione netta e consapevole, e alle quali corrispondono colori e materiali che sono altrettanto forti e di impatto.

#### **COLORI DI TENDENZA PER LA STAGIONE AUTUNNO INVERNO 2022-2023**

**A proposito di colori, Milano Unica propone anche una palette ampia con i colori di tendenza per la prossima stagione, che permettono di esprimere l’ampia gamma di sentimenti e di spinte motivazionali che stanno alla base del nuovo corso storico: si va dalle sfumature sotterranee sottese al “tradimento” alle tonalità naturali evocative delle tematiche ambientali e alimentari, fino ai cromatismi accesi e fluo che sono invece più tipici dei led e degli artifici collegati alla tecnologia.**



FROSTED ALMOND

PANTONE 13-1012

**COLORI AUTUNNO INVERNO 2022/2023**

**I colori dalle tonalità naturali, che vanno dal grigio alla mandorla e all'argentato, evocano un mondo più attento alle tematiche ambientali e alla semplicità, che non è per forza di cosa "piatta".**

**Ma ci sono anche i colori della passione, che si tingono di vernici traslucide e giocano con le trasparenze.**

**Tante le tonalità di verde, per invocare un'agricoltura più "bio" e attenta alle emissioni CO2, ma anche le acque marine e le vitamine; il giallo del mais o dell'oro farà capolino da diversi tessuti e pellami.**

**Non mancherà un'esaltazione del corpo e della bellezza, attraverso la moltiplicazione delle tonalità della pelle, dalle gradazioni del rosa alle cromie più ambrate e scure.**

**Il Natale si festeggerà vestiti con i colori tradizionali rosso e verde, ritorna tanto oro.**

**Farà capolino anche il fluo, a esaltare una tecnologia sempre più imprevedibile, anche nel campo dei tessuti.**

Ma andiamo per tema ed entriamo nello specifico dei trend e dei colori.

**PANTONE 18-5203**  
**TPG PEWTER**

**PANTONE 14-4501 TPG**  
**SILVER LINING**

**PANTONE 18-0130 TPG**  
**CACTUS**

**PANTONE 15-0927 TPG**  
**PALE GOLD**

**PANTONE 17-1518 TPG**  
**OLD ROSE**

**PANTONE 19-1555 TPG**  
**RED DAHLIA**



PANTONE 16-3525 TPG  
REGAL ORCHID

PANTONE 19-3138 TPG  
BYZANTIUM

PANTONE 19-2047 TPG  
SANGRIA

PANTONE 19-1333 TPG  
SEQUOIA

PANTONE 18-1421 TPG  
BALTIC AMBER

PANTONE 18-0940 TPG  
GOLDEN BROWN

#### ⇒ PASSIONI SOCIALI

Bellezza / Natale

##### Colori Must Have

In questa area troviamo i colori della pelle, dal **rosa pallido**, al **cipria**, ai **beige** e **marroni**, mescolati con l'**oro**, il **panna** e il **bronzo**. Tonalità neutre, alcune più calde altre più fredde, che si ispirano al mondo del beauty. Il **nero** e il **blu notte** sono invece accostati al rosso mediamente saturo. Non mancano degli accenni di **verde menta** e **verde foglia**.

#### ⇒ PASSIONI PLANETARIE

Ecologia / Tecnologia

La gamma cromatica spazia dai colori caratteristici del mondo della natura a quelli più luminosi del mondo digitale.

Il **blu**, il **verde** e il **beige** si intrecciano creando accordi armoniosi, mentre accenni di **giallo** e **arancio fluo** si alternano a **verdi luminosi** e **acidi**. Tonalità più fresche e brillanti del **rosa**, **lilla**, **fuxia** e **viola** conferiscono vitalità al **nero**.



**" Il giallo del mais o dell'oro farà capolino da diversi tessuti e pellami, "**



### **Daniel Giaconia:**

Nato e cresciuto tra la pelle, come un moderno Mowgli ha passato la sua infanzia a districarsi tra i bancali di pellami del cinturificio di famiglia che qualche anno più tardi avrebbe guidato.

L'innata passione per il mondo della pelle e le conoscenze derivate dall'esperienza trentennale nell'azienda di famiglia non l'hanno abbandonato quando in piena emergenza Covid-19 ha deciso di fondare Danke Pelletteria.

[direzione@dankepelletteria.it](mailto:direzione@dankepelletteria.it)

Naturalmente i temi sopra citati sono prevalentemente femminili, per quanto concerne l'uomo i colori saranno nettamente più classici.

Per quanto mi riguarda, e credo che anche tu la pensi come me, ritengo che poter selezionare da un campionario i colori GIUSTI sia una cosa fondamentale e indispensabile per poter avere un risultato di vendita positivo e preservare il fegato dalla rabbia.

Personalmente propongo SOLO colori scelti con cura in base a TENDENZE certe e in base ai colori più adatti in pelletteria, quindi quelli con più possibilità di vendita.

E' un lavoro lungo e che richiede tanta ricerca, ma proprio per questo la sua importanza è fondamentale per far sì che tu abbia un gran risultato che possa darti la giusta soddisfazione.

Prova a pensare a quando ti è capitato di acquistare una serie di cinture e portafogli donna e alla fine della stagione erano completamente esauriti.

Ecco, intendo quella sensazione di ottimo lavoro ben fatto.

Io personalmente e tutto il mio team ci impegnamo per farti raggiungere quel risultato e darti quella sensazione, e tutta la grande ricerca che c'è dietro è l'innovazione che vogliamo apportare al nostro settore per darti un vantaggio sulla concorrenza, più utili, senza giacenze di magazzino.

Quindi contatta il mio team o il nostro agente di zona per avere una dimostrazione pratica di quanto ti ho appena descritto.

Always flat out



# PANTONE

## Interior Key Colors 2022

PANTONE  
13-0640  
Acacia

PANTONE  
16-5806  
Green Milieu

PANTONE  
17-4429  
Navagio Bay

PANTONE  
17-1927  
Desert Rose

PANTONE  
15-1020  
Ginger Root

PANTONE  
14-1316  
Dusty Pink

PANTONE  
16-1332  
Pheasant

PANTONE  
15-6437  
Grass Green

PANTONE  
17-1422  
Raw Umber



COCONUDA

# 12 MILIONI E CINQUECENTO MILA

DI SILVIA DUCHINI

---

Questo è il numero di ricerche che mediamente viene fatto su Google con la chiave di ricerca “Regali natale sotto i 20 euro”.

Si sa che è il pensiero quello che conta, ma anche scartare un bel pacchettino il giorno di Natale non è male e quindi si moltiplicano le ricerche in rete per trovare il regalo giusto per tutti.

E per esperienza personale posso dire che i pensieri più difficili da trovare sono quelli per le amiche, soprattutto se ci si conosce da molto tempo e si sono già esplorate tutte le opzioni possibili.

**I regali di Natale per le amiche devono corrispondere ai seguenti requisiti: devono piacere a chi lo riceve, devono riflettere la personalità, le attitudini e le inclinazioni, ma soprattutto devono essere poco costosi.**

Per questo si tratta di “pensierini” da scambiarsi prima del 25 Dicembre, davanti a una tazza di cioccolata fumante o di tè caldo serviti con fragranti biscotti, o in occasione dell'ultimo aperitivo prima delle feste mentre si sorseggia uno spritz.

Non voglio essere sessista parlando solo di donne, ma non ho mai sentito nessun uomo in preda all'ansia per fare regali ai suoi amici o che addirittura faccia regali agli amici per Natale.

**Ma perché ho scelto proprio la cifra dei 20 euro?**





Perché stando alle statistiche pubblicate dalle associazioni di categoria, in primis Confindustria, il budget degli italiani per i regali di Natale si è ridotto del 12.5% rispetto al 2019 e quindi ci sono sempre meno soldi per fare regali allo stesso numero di persone, se non di più.

Ovviamente mi auguro che nei prossimi anni la situazione migliori e che si torni agli incassi pre-Covid, ma nel frattempo bisogna fare i conti con la realtà e pensare a come vendere il più possibile.

L'unico modo che noi di Danke Pelletteria abbiamo per far che le tue vendite aumentino è quello di studiare prodotti pensati appositamente per far svuotare il tuo magazzino il prima possibile, mantenendo sempre il piglio innovativo che ci distingue dalla concorrenza.

**E come non pensare anche a qualche innovazione per Coconuda?**

Nello scorso numero del magazine ti abbiamo presentato questo nuovo marchio che abbiamo ottenuto in licenza esclusiva (non che si fossero bisogno di presentazioni eh!) e che ha riscosso un grandissimo successo per la PE22!

I motivi del successo? Si tratta di un marchio storico esclusivamente femminile, che rappresenta benissimo il target che volevamo servire e che tu servi; in più è un brand che ha sempre investito moltissimo in pubblicità, ingaggiando testimonial del calibro di Raffaella Fico, Anna Tatangelo e Fernanda Lessa e questi investimenti garantiscono un ritorno immediato sulle vendite.



---

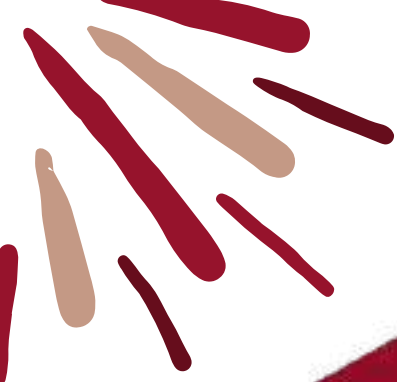
E partendo proprio da queste basi abbiamo pensato ad un'idea regalo che potesse piacere ad un'amica, una mamma, una zia...insomma a tutte quelle donne della tua vita a cui non sai mai cosa regalare.

Sicuramente non potevamo costruire questo pacchetto regalo inserendo un portafoglio: il prezzo sarebbe stato troppo alto e trovare uno stile che piaccia a tutti è impossibile: abbiamo fatto un focus group con le altre ragazze del team ed è stato un disastro; ognuna aveva il suo modello preferito ed ovviamente nel colore diverso rispetto a quello di tutte le altre.

Escluso il portafoglio (e la cintura per un motivo decisamente simile) abbiamo pensato ad un'innovazione: un qualcosa di utile, che non vuole e non pretende assolutamente di sostituire il portafoglio di tutti i giorni, ma anzi che lo accompagna e che può prendersi cura di tutte le nostre carte di credito o debito, ma soprattutto dei documenti di identità: un portacarte.

Ogni volta che ho un evento come un matrimonio o un battesimo o che devo uscire e devo (un dovere civico e morale) prendere una borsa più piccola faccio i salti mortali per inserire nella custodia della patente tutto il necessario: contanti, carte, tessere, ecc ecc con il risultato che nel corso degli anni la custodia inizia a rompersi e a non essere più affidabile come un tempo.

**Il portacarte è la risposta perfetta a questa esigenza che la maggior parte delle donne che conosco ha!**



---

Se ci aggiungiamo che è realizzato in pelle pieno fiore nei colori più venduti per eccellenza, con inserto in pelle laminata oro, il colore del Natale, che cosa possiamo dire di più?

Ad accompagnare il portacarte in questa elegantissima scatola a marchio Coconuda ci sarà un portachiavi che riprende lo stesso colore e lo stesso inserto del portachiavi: una coppia vincente!

E visto che ho iniziato questo articolo parlando di prezzi e costi, è giusto anche dirti che il prezzo pubblico che immaginiamo per questo articolo è 19,90 €, sotto il budget che le associazioni di categoria identificano per i regali alle amiche.

Insomma un prodotto pensato per piacere al tuo pubblico e per far sì che le tue vendite natalizie scorrano lisce come l'olio...provare per credere!



# COCONUDA





# WEB DESIGN

```
<br>
<html>
<body>
} code*
```



# CREARE IL TUO SITO INTERNET A COSTO ZERO

DI KEVIN GIACONIA

---

Durante la creazione del sito [www.dankepelletteria.it](http://www.dankepelletteria.it) avevo sempre un pensiero per la testa, come posso creare un sito che converta?

Partiamo dal capire cosa è un Conversion Rate.

Il Conversion Rate, o in italiano Tasso di Conversione, è il rapporto tra visitatori di una pagina o di un sito web e il numero di visitatori che hanno compiuto un'azione ritenuta strategica, detta appunto conversione.

L'Università dell'Oklahoma ha effettuato uno studio nel quale confrontava l'efficacia di un sito costruito da una web agency contro uno fatto e concepito all'interno di una azienda; il risultato non mi ha stupito, in fondo dentro di me l'ho sempre pensato.

**Un sito costruito in casa tua può avere un'efficacia fino al 65% in più rispetto a un sito fatto al di fuori delle tue mura.**

Questo studio prosegue oltretutto dando le "Top 7 reasons to build your own website", ovvero le sette ragioni per cui dovresti farti un sito in casa.





Di seguito ti elenco le ragioni, anche se tradotte in italiano hanno un po' meno pathos.

- 1 Risparmio economico.
- 2 Facilità di creazione con la giusta piattaforma.
- 3 Aggiornamenti costanti e in tempo reale.
- 4 Tempi più rapidi, poiché non c'è un tramite da contattare.
- 5 Bontà dei contenuti.
- 6 Grafica costantemente aggiornata.
- 7 Sito sempre fresco e attuale.

Gli studi sulla convenienza, non solo economica, di avere un sito fatto in casa, proseguono anche con un report di Lifehack, rivista americana leader nel settore tecnologico.

Anche questo studio fornisce le “7 ragioni per cui dovresti avere un sito creato da te”, che sostanzialmente ricalcano gli stessi contenuti ripresi dall'Università dell'Oklahoma.

A riguardo c'è anche uno studio italiano fatto da Salvatore Aranzulla, che è un blogger informatore noto per aver scoperto delle vulnerabilità nei siti di Google e di Microsoft, nonché fondatore del sito Aranzulla.it, uno dei 30 siti più visitati d'Italia, collaboratore in tema informatico per Il Messaggero, e autore di libri sul tema per Mondadori e Mondadori Informatica.



Riprendendo un articolo uscito proprio su Il Messaggero, Aranzulla conferma come con le piattaforme moderne sia semplice ed efficace costruire un ottimo sito internet fatto in casa, e i numerosi punti forza che si ottengono tramite questo.

**Squalificando di fatto le web agency e suoi costosi, e molto spesso inefficaci e lenti servizi.**

Venendo alla mia personale esperienza, posso confermarti quanto riportato nelle analisi sopra riportate nei vari studi.

**In passato ho lavorato con diverse web agency, con scarsi risultati e molte arrabbiature, risultati mediocri e immagine scadente.**

Inutile dirti come ci si sente a lavorare in questo modo, tu come ti sentiresti?

**Oggi creo in autonomia i miei siti con tanti tanti vantaggi.**

Innanzitutto voglio tranquillizzarti, non sono un programmatore informatico, non so scrivere una riga di codice di qualsiasi natura, sono molto esperto di grafica e tutto ciò che riguarda le piattaforme informatiche di tutti i tipi e voglio dirti un'altra cosa.

**FARE IL TUO SITO DA SOLO E' UNA COSA SEMPLICE.**

Più semplice di quello che pensi.



Esistono piattaforme che ti guidano passo passo nella creazione, senza dover avere necessariamente delle conoscenze in campo informatico, anche se senti che il computer sia una cosa lontana da te; in seguito di darò tutte le indicazioni che ti permetteranno la creare il tuo sito in maniera semplice, questa è l'innovazione che ho pensato per te.

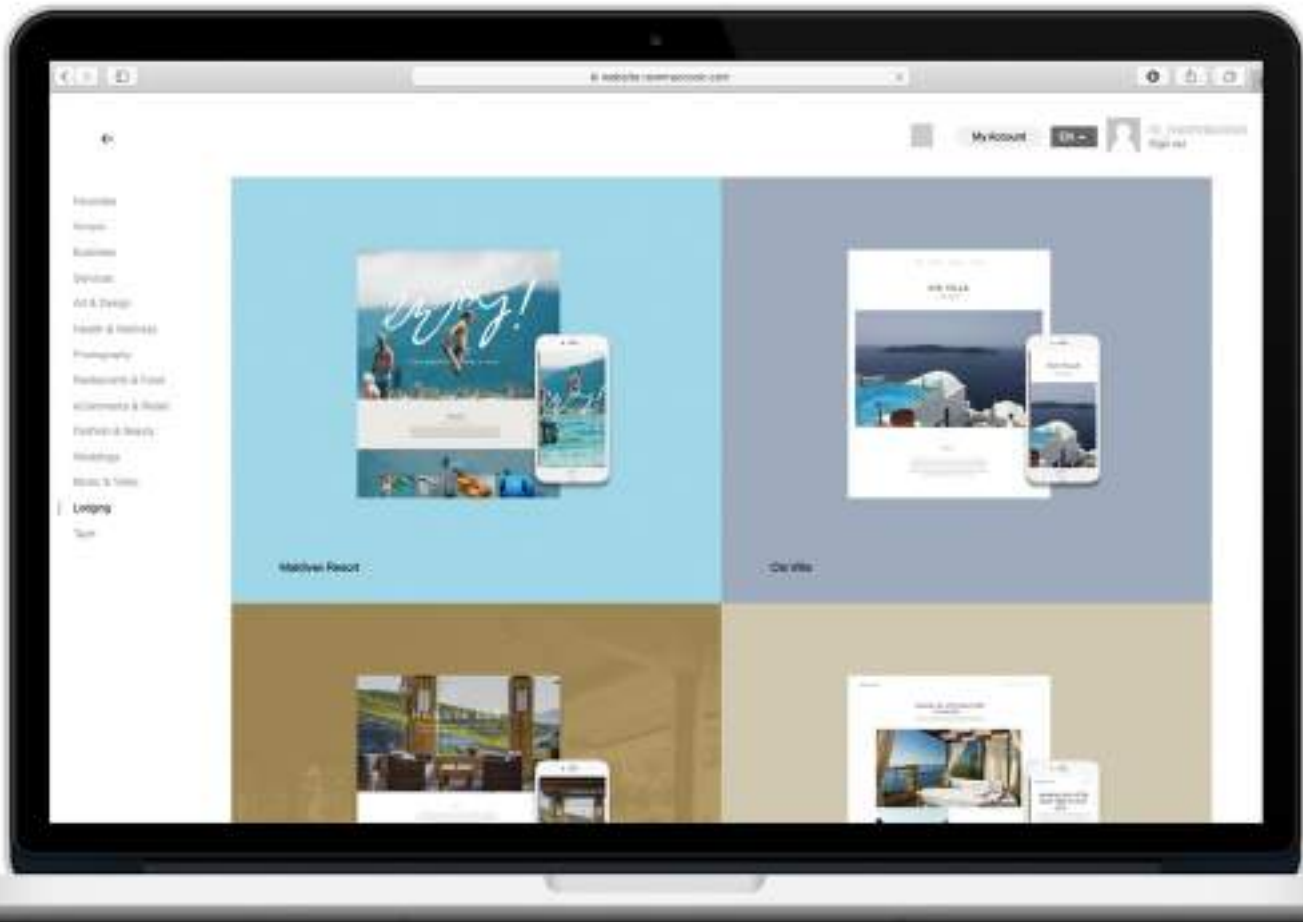
**Qualsiasi tuo collaboratore che anche solo sa tenere in mano un mouse potrà realizzare il tuo sito, se seguirà le linee guida che ti elencherò qui sotto.**

Ho personalmente provato la bontà di un sito realizzato da me in azienda, e posso dirti che oltre ai soldi risparmiati (tanti), oltre ai tempi infinitamente più rapidi per gli aggiornamenti per non avere a che fare con gente che dorme perché “tanto hai già pagato”, oltre a tante arrabbiature risparmiate, l'efficacia è nettamente migliorata e, a detta di molti, è il sito di un produttore di pelletteria in Italia che da un'immagine moderna e costantemente aggiornata nei contenuti.

Anche tu puoi avere la stessa cosa a costo zero.

Quindi, forza e coraggio e partiamo con la creazione del tuo sito.





**Come creare un sito internet passo a passo: possiamo dividere il processo di creazione web nei seguenti passi:**

1. Scegli la miglior piattaforma di creazione web.
2. Acquista il dominio (puoi farlo anche in un secondo momento).
3. Crea i contenuti (per es.: testo e immagini) che vuoi includere in ogni pagina.
4. Quali sono i migliori font da usare in un sito web.
5. Pubblica il sito e promuovilo.

**Come creare una pagina web con un creatore di siti**

Cominciamo dall'opzione più semplice: usare un creatore di siti. In altre parole, si tratta di un pacchetto "tutto incluso" in quanto la stessa azienda fornisce il modello (template e design), editor, spazio web, dominio, caselle di posta elettronica e supporto tecnico. Dei compiti più complicati si occupa il creatore di siti.

Ciò non vuol dire che uno strumento di questo tipo sia adatto solo ai principianti. Semplicemente dipende dal progetto, quindi perché complicarti la vita quando esistono modi più semplici per ottenere lo stesso risultato?

Praticamente tutti i creatori di siti offrono un pacchetto di base gratuito che permette di provarli per bene prima di decidere se vale la pena pagare per un abbonamento.

I prezzi partono da circa 8€/mese, ma includono tutte le funzioni di base. Aggiungici circa 5€/mese se hai bisogno di caselle email professionali.

Per capire meglio come funziona esattamente, ti consigliamo di dare un'occhiata alla recensione di Wix.





Pro:

- Molto facile da usare.
- Non hai bisogno di alcun software aggiuntivo.
- Si può cominciare senza conoscenze tecniche.
- Il creatore di siti stesso si preoccupa degli aggiornamenti e di altri aspetti legati alla sicurezza.
- Versione ottimizzata per dispositivi mobili già inclusa.
- Il creatore web di Wix si può provare gratis e per tutto il tempo che vorrai.

### **Come la mettiamo con il dominio?**

Se non vuoi usare un dominio gratuito (non proprio bello in quanto contiene il nome di un'altra impresa), dovrai acquistare un dominio tutto tuo. Sarà un nome tipo `www.lamiaazienda.com`. Di solito è meglio ottenere l'estensione `.com`, a meno che tu operi esclusivamente in un paese, per es. in Italia (`.it`).

I cosiddetti registri che vendono domini di certo non scarseggiano.

Ma a seconda di dove decidi di creare il tuo sito, puoi trovarlo incluso nel pacchetto del creatore di siti.



# Create a Website You're Proud Of

Discover the platform that gives you the freedom to create, design, manage and develop your web presence exactly the way you want.



Wix, Weebly e Jimdo, per citarne alcuni, hanno il dominio incluso nel prezzo per il primo anno. Gli anni successivi i prezzi applicati sono un po' più cari rispetto a, per esempio, Namecheap ma paghi per la convenienza di avere a che fare con una sola azienda.

Se usi WordPress.org o decidi di creare il tuo sito da te, avrai anche bisogno di organizzarne l'hosting. Questo può essere acquistato dallo stesso provider del dominio o da siti specializzati come Siteground o WPEngine.

Ma se sei agli inizi questo non ha molta importanza.

## **Consigli per pianificare il tuo sito:**

Usa pure carta e penna per annotare tutto ciò che ti piacerebbe includere nel sito. Convogliare la cascata di idee in una mappa mentale è la maniera migliore per organizzare i pensieri.

Prendi spunto da altri siti internet interessanti tanto dal punto di vista del design quanto del contenuto. Annota ciò che ti piace e ciò che non ti piace.

Una volta ottenuta una bozza di quello che vuoi nel sito, chiedi l'opinione di persone di fiducia.

Troverai senz'altro punti di vista interessanti da poter incorporare nel tuo progetto.

Io in genere creo una lista (per es. in Excel) con tutte le pagine che formeranno il mio sito.

Nella lista appunto il titolo, il tipo di contenuto, parole chiave, la finalità, il tipo di pagina e la loro importanza.



## Web design

Creare dei design buoni e d'impatto visivo non è semplice, anzi direi che in rete si trovano più esempi di design aberranti; non lasciare che il tuo diventi uno di questi.

I pantaloni a zampa d'elefante tanto di moda negli anni '70 sono diventati ridicoli negli anni '80 e '90. Lo stesso succede per il web design: ciò che veniva considerato buona norma 5 anni fa, oggi può apparire antiquato o obsoleto.

Non voglio certo far di te un web designer professionista, ma ci sono un paio di consigli che credo funzionino sempre:

Cerca di usare un colore chiaro (o bianco) per lo sfondo.

Scegli colori d'impatto e complementari.

Mantieni un design pulito, semplice e lascia degli spazi in bianco tra gli elementi.

Non usare troppi font, uno per il titolo ed uno per il testo sono spesso più che sufficienti.

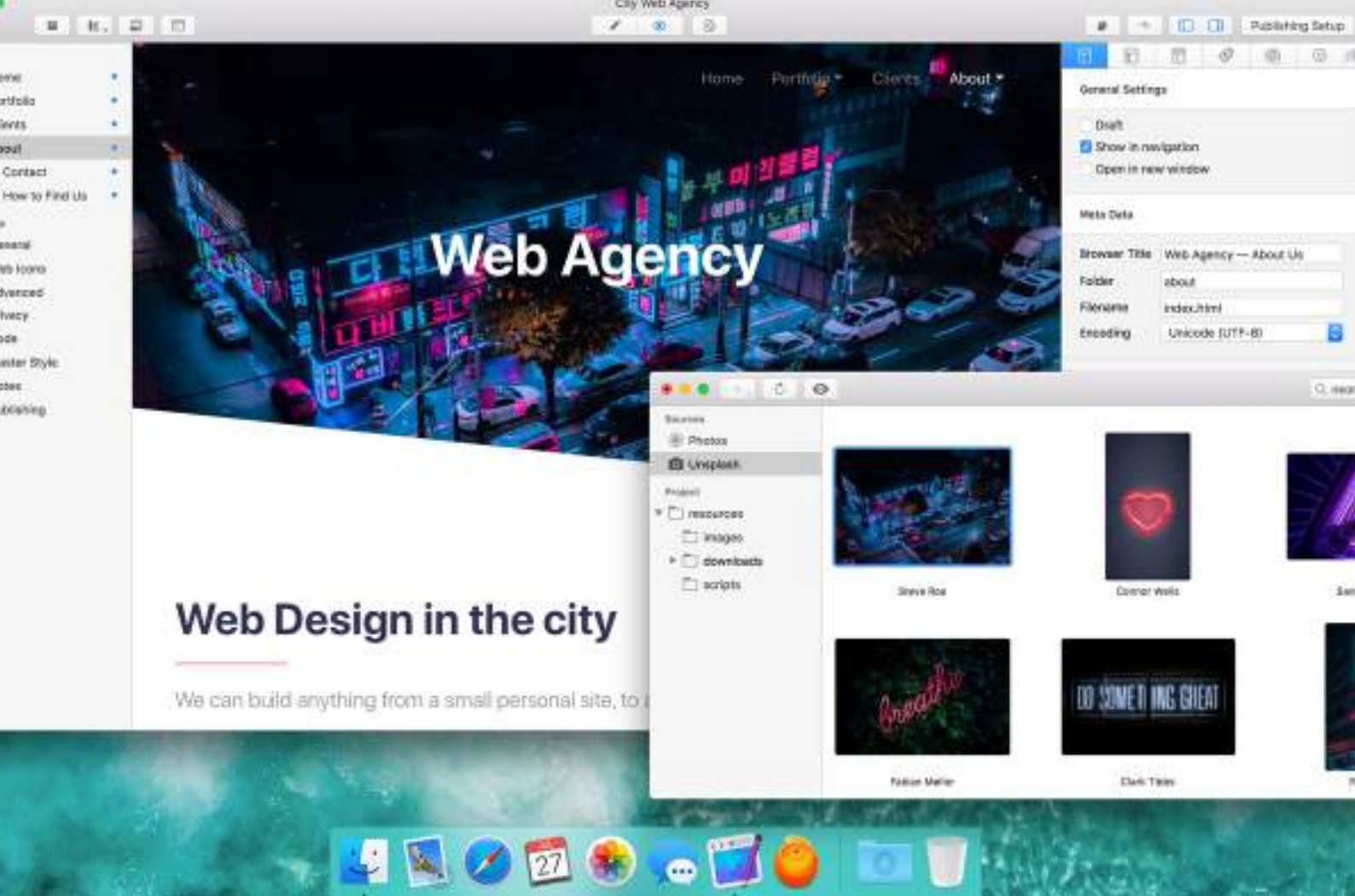
Mantieni uno stile ed un formato omogenei. Gli utenti non dovrebbero notare differenze di stile tra le varie pagine del sito.

Il tuo sito deve visualizzarsi perfettamente anche sui dispositivi mobili.

Se decidi di aggiungere delle immagini, queste devono sembrare scattate da un professionista. non caricare un selfie scattato di fronte allo specchio del bagno.

Tieni comunque conto che oggi gli smartphone più nuovi scattano foto di qualità quindi, organizzandoti un po', potrai produrre tu stesso foto belle ed uniche.

“Meno è meglio”, davanti al dubbio sii minimalista.



### Quali elementi hanno in comune i buoni siti web?

Il logo e la scelta delle immagini sono aspetti fondamentali per ottenere un sito dall'aspetto professionale. Oggi esistono moltissime foto gratuite: ti consiglio di dare un'occhiata a Unsplash e Creative Commons (in inglese).

È possibile inoltre trovare fotografie professionali (da 1\$ o 1€) in molti siti come Fotolia e Shutterstock.

È importante che ti assicuri di capire quali siano i formati d'immagine: .gif, .jpg e .png i formati principali.

Inoltre è necessario ottimizzare la grandezza e la qualità dell'immagine per gli standard del web.

Tutto quello che c'è da sapere sull'argomento lo puoi trovare qui.

A proposito, potrai usare siti come TinyPNG o ShortPixel per comprimere le tue fotografie gratis.

### Guida alla scelta dei migliori font per siti web. Quali sono i migliori font da usare in un sito web o in un blog? Può sembrare una scelta di poca importanza ma non lo è.

Scegliere il giusto font per il proprio sito web è un passo fondamentale per garantire agli utenti la migliore esperienza possibile nella lettura dei contenuti.

Per far sì che il lettore si concentri su ciò che si scrive, è importante fare attenzione a come lo si scrive: il testo, infatti, deve essere immediatamente comprensibile per chi lo legge, i cui occhi non devono affaticarsi nella lettura.

Vediamo ora quali sono i font migliori per siti web.



[1] Thin  
[2] Ultralight  
[3] Light  
[4] Regular  
[5] Medium  
[6] Semibold  
[7] Bold  
[8] Black

[1] *Thin*  
[2] *Ultralight*  
[3] *Light*  
[4] *Regular*  
[5] *Medium*  
[6] *Semibold*  
[7] *Bold*  
[8] *Black*

### **Cos'è un font**

Prima di andare a identificare i migliori font per siti web è bene far chiarezza sul concetto di font e di carattere.

Spesso questi due termini vengono utilizzati come sinonimi, ma tra i due esiste una sfumatura che li differenzia.

Il “carattere” è una lettera (ad esempio la “c” di carattere), un segno di interpunzione o un simbolo. Può essere composto da diversi glifi (“C”, “c”, “c”, “c”).

L'insieme di caratteri e glifi progettati con la stessa coerenza visiva e di significato viene definito nel linguaggio comune “font”, termine che in realtà, più tecnicamente, identificherebbe il mezzo che permette di applicare un carattere.

La parola “font” è la trasposizione inglese del termine medievale francese “fonte”, che in origine significava “fuso” (in riferimento alla macchina a caratteri mobili di Gutenberg).

### **Font più usati nel web**

Tra i font più usati nel web ci sono:

1. Arial (utilizzato anche da Google, da Twitter e da Facebook);
2. Verdana (usato da Facebook e da Instagram, così come da eBay);
3. Helvetica Neue (utilizzato da Facebook, da Twitter e da Yahoo).



Si tratta di tre font sans serif (semplici, senza elementi terminali decorativi) e questo fornisce un'indicazione precisa in merito alla scelta del font per blog e siti.

Un altro aspetto che questo dato pone in evidenza è che un sito può utilizzare anche più font al suo interno.

A tal proposito, però, il consiglio è quello di non esagerare sotto il profilo della varietà di font.

### **Come pubblicizzare un sito gratis**

Desideri sapere come pubblicizzare un sito gratis? La risposta è semplice: sfruttando al meglio la visibilità offerta dai social network.

Nella fattispecie Facebook e Instagram, utilizzabili sia gratuitamente (ad esempio tramite la creazione di una pagina o di un profilo dedicato al tuo sito) che a pagamento.

Il modo migliore per pubblicizzare un sito su Facebook è quello di creare una pagina a nome dello stesso nella quale condividere i contenuti che man mano pubblichiamo.

Per pubblicizzare il tuo sito su Instagram non devi fare altro che creare un profilo ad hoc per quest'ultimo e utilizzare al meglio gli strumenti messi a disposizione dal social network fotografico per promuovere la tua attività.



Ricapitolando, fare un sito in casa ti da innumerevoli vantaggi, dal risparmio sui costi al controllo totale del sito e del tuo lavoro, ti evita inutili e sproporzionati esborsi di denaro, con un metodo di lavoro mediamente scadente e tempi molto lunghi di aggiornamento, avendo in cambio un risultato “standard” nella migliore delle ipotesi, mediocre nella media, ma con un rodimento di fegato enorme.

**In DanKe da sempre crediamo nell’innovazione, e oggi questa passa attraverso il controllo della nostra attività e della nostra immagine, anche del sito internet.**

Se hai qualche dubbio, contattami pure alla mia e-mail, oppure telefonicamente, sarà un piacere per me aiutarti nella creazione di un sito internet straordinario.

### **Kevin Giaconia:**

Permaloso come tutti i nati sotto il segno dello Scorpione è meglio non fargli nessuna osservazione se hai cara la vita.

Fortuna che come graphic designer e fotografo hai veramente poco da dirgli: cinture, borse e portafogli non hanno segreti per lui e si mostrano sempre nel loro lato migliore.

[kevin@dankepelletteria.it](mailto:kevin@dankepelletteria.it)





# SMART CASE: L'INNOVAZIONE CHE PASSA ATTRAVERSO LA TRADIZIONE

DI SILVIA DUCHINI

---

Secondo un'indagine pubblicata su Money, una delle più autorevoli testate finanziarie internazionali, una persona su due ha nel portafoglio meno di 35 euro in contanti.

Se dovessi raccontare questo risultato a mio papà andrebbe subito in ansia; mi ricordo che da quando mi ha regalato il primo portafoglio il comandamento fondamentale era uno: tieni nel portafoglio ALMENO cinquanta euro.

Non importava se io dovessi andare a prendere un gelato con le amiche, a giocare a pallavolo all'oratorio o a scuola: sempre più di cinquanta euro nel portafoglio dovevo avere.

“Quanto hai nel portafoglio?” era la classica domanda che mi faceva ogni volta che aprivo la porta di casa per uscire;

“Eh non lo so papà, credo venti euro” la mia solita risposta;

Sei matta? Tieni altri 50 euro” mi diceva allungandomi la banconota;

“Ma papà, devo andare a prendere un gelato con l'Alice, venti euro sono più che sufficienti” ribattevo, inutilmente, visto che non mi faceva uscire finché non accettavo i soldi extra.

E ad essere sincera questa ansia per i contanti mi è sempre suonata strana, a maggior ragione da quando ho aperto il primo conto (ormai quasi 15 anni fa) e con il mio bancomat nuovo di zecca mi sembrava di avere tutti i soldi del mondo nella mia piccola tasca.

E con il senno di poi posso dire di aver avuto ragione io: ormai i contanti si usano sempre meno e per acquisti con importo sempre più basso; in più le carte di credito e di debito sono sempre più accettate e i requisiti di "acquisto minimo" stanno diventando un ricordo del passato.



Quante volte ti capita di pagare ancora con i contanti una cifra sopra i 20 euro?

A me praticamente mai e infatti se ho dei soldi con me, non vengono mai toccati.

Questa è una tendenza che è destinata a diventare sempre più forte nel corso dei prossimi anni e, che tu sia un fan del contante o delle carte di credito, devi essere preparato ed anticipare il momento nel quale questo fenomeno esploderà.

E questa tendenza di maggiore utilizzo delle carte di credito si somma alla ricerca effettuata da numerose associazioni di categoria che afferma come gli italiani siano inondati di carte e tessere fedeltà.

Infatti nel portafoglio hanno sempre due tra carte di credito e di debito, a cui bisogna aggiungere carta di identità, tessera sanitaria e patente.

E siamo già a cinque.

Poi ci sono gli abbonamenti ai mezzi pubblici: metro, bus o treno e quelli di piscine e palestre; per non parlare poi del variegato mondo delle tessere fedeltà di ipermercati e supermercati come Esselunga, Conad, Coop, Carrefour e dei negozi come ad esempio Mediaworld.

Insomma, arriviamo abbondantemente a superare le 8 carte ciascuno e metterne più di due all'interno della stessa taschina non è una soluzione: rischi che il portafoglio si rompa o si gonfi troppo e sai che noi non potremmo mai limitarci a proporti solo ed esclusivamente questo tipo di prodotti; siamo estremamente attenti a mantenere alto il prestigio del brand realizzando delle collezioni di portafogli di valore e cercando sempre di studiare soluzioni innovative che possano aumentare il tuo sell-out, a differenza della maggior parte dei tuoi fornitori.





Per la scorsa stagione Autunno-Inverno avevamo già lavorato a dei prodotti innovativi, i Genius 2.0, che potevano contenere fino a 16 carte e tessere, ognuna nella propria taschina.

Visto il forte successo che questo articolo ha ottenuto nelle due scorse stagioni, Daniel ha deciso di sviluppare un **NUOVO ED INNOVATIVO formato di portacarte: lo Smart Case.**

Cosa ha di speciale? Te lo spiego subito:

- **Più spazio per carte e tessere:**

- Con Smart Case potrai inserire fino a sette tra carte di credito e tessere fedeltà all'interno dell'apposito spazio con meccanismo alza-carte e fino a sei carte e tessere nelle tre comode taschine laterali.

- **Accesso semplice e veloce alle carte e tessere:**

- L'innovativo meccanismo alza-carte consente di estrarre le carte con un unico, semplice movimento e permette un loro utilizzo immediato. In più il rivestimento in alluminio protegge le tue carte da piegamenti e rotture.

- **Tutto a portata di mano:**

- Fino a 13 carte di credito e tessere fedeltà e tutti i contanti che vuoi: tutto questo nello spazio di un palmo di mano.

- **Materiali pregiati:**

- Il rivestimento esterno è realizzato con la PELLE DELLA MIGLIORE QUALITÀ AL MONDO, OVVERO 100% PIENO FIORE, e conciata con sapienza per esaltarne la NATURALITÀ, la MORBIDEZZA e la SETOSITA'.



---

Insomma, un design classico e pulito e quale firma poteva accompagnare questa innovazione al meglio se non Renato Balestra?

Lo stilista triestino, infatti, da più di 70 anni è simbolo di eleganza e sartorialità nel mondo e ogni portafoglio rappresenta appieno lo spirito del Brand, rispettando quell'alchimia perfetta tra **Classicità ed Eleganza che fanno diventare UN PRODOTTO INTRAMONTABILE E SEMPRE ATTUALE NEL TEMPO.**

Insomma, un prodotto che aumenterà il tuo sell-out e farà guadagnare di più te e i clienti che lo acquisteranno, anche perché diciamo chiaro e tondo: dopo due anni passati in sordina abbiamo tutti bisogno (e diritto) a fare il botto per il prossimo Natale!



**"Questa è una tendenza che è destinata a diventare sempre più forte nel corso dei prossimi anni e, che tu sia un fan del contante o delle carte di credito, devi essere preparato ed anticipare il momento nel quale questo fenomeno esploderà"**





# ECCO COME OTTENERE UN VANTAGGIO COMPETITIVO SUI TUOI COMPETITOR E AUMENTARE I TUOI INCASSI

DI CORRADO DI CLEMENTE

---

Il costo del nolo di un container dalla Cina all'Italia ha subito un freno e secondo gli analisti nel corso dei prossimi mesi non ci saranno nuovi aumenti.

Una bella notizia per noi fornitori, penserai, ed hai ragione.

Peccato però che a dicembre 2021 il costo dei noli marittimi sia 6,4 volte quello di fine 2019 (+168% nell'ultimo anno, dopo una salita del 139% nei dodici mesi precedenti) per una media di 15000 euro per un container da 40 piedi contro i 2-3000 euro del 2019.

La cifra resta sempre incredibilmente astronomica e le "belle" notizie, purtroppo per noi, finiscono qui.

**Oltre all'elevato costo dei noli, persiste infatti un altro grave problema del trasporto marittimo**, ossia la congestione dei porti; come ti avevo accennato nello scorso numero del magazine le tempistiche di partenza e di navigazione delle navi sono sempre più incerte.

Quando effettuiamo la prenotazione per i container ci viene sempre fornita una data prevista di partenza, ma nel 99% dei casi non viene mai rispettata; a volte posticipa di un giorno, altre volte di una settimana e in qualche caso anche di un mese.

In più i tempi di navigazione che prima erano di un mese si sono allungati a due, quando siamo fortunati, perché l'armatore può decidere a sua discrezione di effettuare più o meno soste, di scaricare improvvisamente qualche container o di fermarsi più a lungo in un porto senza che noi possiamo fare nulla.

E come ben sai la fortuna è cieca, mentre la sfiga ci vede benissimo.





Ma non è tutto: in questo stato di caos perenne abbiamo anche dovuto fronteggiare un calo di produzione in Cina; da qualche settimana la Cina è stata colpita da una crisi energetica senza precedenti che ha costretto il governo di Pechino a porre numerosi limitazioni tra le quali lo spegnimento dell'illuminazione stradale, vari blackout, la cancellazione di festeggiamenti pubblici in occasione di festività e appunto lo stop a intermittenza di alcune attività produttive che ha portato le aziende a lavorare 1-2 giorni a settimana.

Il Wall Street Journal individua tra le cause della crisi dell'energia cinese sia una carenza di stock domestici di carbone, sia il taglio delle importazioni dello stesso da Australia e Mongolia, sia l'introduzione di obiettivi di efficientamento energetico da parte di Pechino. Dall'altro lato, la domanda di elettricità è parallelamente cresciuta per via del ritorno alla grande della domanda dei consumatori occidentali.

**Il fenomeno rischia comunque di avere diverse conseguenze pesanti;** le aziende cinesi si ritrovano infatti le produzioni ingolfate con tutti gli ordini che hanno ricevuto nei mesi precedenti, con conseguenti ritardi e dulcis in fundo, anche con inevitabili aumenti per noi clienti.

D'altronde se c'è poca energia e le aziende lavorano solo un giorno alla settimana devono decidere per chi lavorare e non scelgono certamente in base alla simpatia, ma a chi paga di più.

E non tutte le aziende sono come noi, disposte a fronteggiare improvvisi aumenti nel costo della merce pur di far arrivare la merce il prima possibile ai clienti.

In più la scarsità energetica ha fatto aumentare anche i costi della poca elettricità utilizzabile e del gas naturale, che a loro volta hanno fatto impennare anche il prezzo delle materie prime come i pellami, i metalli per realizzare le fibbie e gli accessori e tutti quei materiali indispensabili per la realizzazione di un packaging di qualità.





E quindi?

Arrivati a questo punto cosa vogliamo fare?

Ubriacarci di vino e rimpinzarci di olive ascolane?

No, dobbiamo comprendere la situazione e reagire perché nonostante i contagi siano ancora molto alti una ripresa dei consumi c'è stata rispetto allo scorso anno e dobbiamo pensare a quello. Alla ripresa dei consumi e al Natale 2022 che verrà e che sicuramente registrerà un altro segno più per tutti.

Ma per far sì che il segno più sia sempre più alto ecco il mio consiglio: anticipare gli ordini.

**Prima riusciamo a trasmettere gli ordini in Cina e prima le aziende inizieranno a produrre.**

**Prima le aziende inizieranno a produrre e prima possiamo organizzare le spedizioni.**

**Prima riusciamo ad organizzare le spedizioni e prima potrebbero arrivare le navi.**

**Prima arrivano le navi e prima potresti ricevere la merce.**

**Prima ricevi la merce e prima puoi iniziare a vendere.**

**Prima puoi iniziare a vendere e maggiore sarà il tuo vantaggio competitivo con i tuoi competitor.**

**Maggiore è il tuo vantaggio competitivo e più guadagni.**



### **Corrado Di Clemente:**

La passione per la bici ha sicuramente insegnato a Corrado a non mollare mai e ad affrontare ogni situazione, anche se a volte un po' in affanno. È l'anello di congiunzione tra Danke Pelletteria, i brand, i grossisti e i negozi al dettaglio: insomma uno che nella vendita e nella creazione di sinergie ci sa fare e lo stretto rapporto con i suoi negozianti lo conferma.

Anche perché le statistiche del Natale appena passato hanno mostrato che quasi due italiani su tre hanno iniziato a pensare ai regali già da fine novembre e quindi prima riesci ad avere la merce in negozio e più possibilità hai di vendere al tuo cliente e più possibilità ha il tuo cliente di vendere al suo cliente finale.

Quindi, dal momento che il caos del trasporto di merci via mare e delle carenze energetiche ci accompagnerà ancora per molto tempo, la soluzione che io e DanKe ti proponiamo è quella di anticipare gli ordini; se hai voglia di far due chiacchiere o di fissare un incontro per vedere in anteprima la nuova collezione chiamami o scrivimi su Whatsapp al numero che trovi qui sotto, altrimenti sbircia la nuova collezione sul sito [www.dankepelletteria.it](http://www.dankepelletteria.it).

Corrado: +39 3355386484

**SOCIAL MARKETING**

**GOALS**  
NAIVE AGENCIES

**USES** **SELL** **BUYER**  
BEGINNING MATURED LIMITS  
CONCEPT **SCIENCES**

**PRODUCT** **EXAMPLE** **FOCUS**  
NOT-FOR-PROFIT ANTI-SMOKING-CAMPAIGNS SMOKE PURSUIT  
RESISTED THINKING MERIT

**PROMOTE** **RELEVANT** **ASKING** **IMPORTANT** **CLEAR**  
GOAL

**STANDARD** **SPECIFIC** **BEHAVIORAL**  
ALONG TECHNIQUES **GOODS** **WELL**  
USED GROUP MANY RESPONSIBILITY USING

**MARKETERS** **GOOD** **APPROACHES** **CHANGE** **MAY** **LIKE** **ACHIEVE** **HEALTH**  
ISSUES RESTRICTED EFFORTS INCREASINGLY WHOLE  
SOMETIMES STRATEGIES SINCE RARELY  
ORGANIZATIONS DEMENT ENCOURAGING PROMOTION AGO PROMPTING  
OFTEN NON-COMMERCIAL LINES NGOs

**USE** **PUBLIC** **TOOLS**  
ORGANIZATION BECOME ORGANIZATION WHOLE  
PARENT PRIMARY MAINTAIN INCLUDE KNOWN

**MAKE** **MAY** **LIKE** **ACHIEVE** **HEALTH**  
ARTS PIONEERED AIM REFFERED TARGET SOAP

**TERM** **SECTOR** **ASKED** **ALSO** **NON-PROFIT** **SUSTAINABLE**  
THUS



# COME COSTRUIRE IL TUO PIANO EDITORIALE SOCIAL IN SOLE DUE ORE SENZA FARTI DISSANGUARE DALLE AGENZIE

DI SILVIA DUCHINI

---

Ogni secondo su Facebook vengono pubblicati 41 mila post (aggiornamenti di stato, condivisioni, immagini e così via) che si traducono in 2 milioni e mezzo all'ora e più di 59 milioni di post al giorno.

E sempre in 60 secondi vengono scambiati quasi 2 milioni di "Mi Piace" che diventano 120 milioni all'ora e ... un numero talmente alto al giorno che non te lo so conteggiare (la matematica non è mai stata il mio forte).

In questa giungla popolata da selfie imbarazzanti, da fake news e video di cuccioli tenerissimi ci sei tu che pubblichi le foto dei tuoi prodotti; lo sai che stando alle statistiche pubblicate da Facebook la probabilità che chi ti segue veda un tuo post è del 5%?

Non è sempre stato così: una volta le probabilità erano molto più alte, ottenere un commento o un "Mi Piace" era molto più semplice, ma un paio di anni fa la musica è cambiata.

Te ne sei accorto?

È capitato anche a te di vedere sempre meno commenti e pollici alzati sui tuoi post nonostante continuassi a pubblicare come avevi sempre fatto?

Anche tu hai pensato potesse essere un problema di orario e quindi hai cercato di pubblicare ad orari diversi?

Ma i commenti continuavano a rasentare lo zero e anche i "Mi Piace" non risalivano.

Non credo che nessuno te lo abbia mai detto apertamente, ma sappi che non era colpa tua e che, soprattutto, non eri il solo; questa, infatti, è la situazione che tutti coloro che avevano una pagina aziendale su Facebook (parliamo di circa 80 milioni di aziende in tutto il mondo) hanno passato un paio di anni fa, molto prima che il Covid bussasse alle nostre serrande.

**"Nel 2019 Facebook ha fatto un grande cambiamento al suo algoritmo dando agli utenti un maggiore controllo su ciò che vedono nei loro feed, offrendo anche un'opzione per scoprire perché un determinato post viene visualizzato nel loro feed."**





E a Facebook (e molto probabilmente anche alle agenzie di comunicazione a cui ti sei affidato) faceva comodo tenerti segreto il motivo; come sai però io sono diversa, Danke Pelletteria e tutta la sua squadra è diversa, ci teniamo ad essere il più trasparente possibile e a fornirti tutti gli strumenti per poterti destreggiare nella giungla Social, senza farti dissanguare dalle agenzie esterne.

So che questa cosa ti suona ancora strana: quanti altri tuoi fornitori ti danno questo tipo di informazioni e condividono con te queste competenze?

Quanti ti guidano passo passo per spiegarti come migliorare i tuoi profili Social o come realizzare gli scatti che aumenteranno le tue vendite? Non c'è bisogno che mi rispondi, conosco molto bene la realtà che ci circonda e sono fiera di lavorare in un'azienda diversa che mette innovazione in tutti gli ambiti.

Ma torniamo a noi e al motivo per cui hai assistito inerme a questo declino delle interazioni:

Nel 2019 Facebook ha fatto un grande cambiamento al suo algoritmo dando agli utenti un maggiore controllo su ciò che vedono nei loro feed, offrendo anche un'opzione per scoprire perché un determinato post viene visualizzato nel loro feed.

Ma prima di entrare nel dettaglio dei cambiamenti che sono stati apportati faccio un piccolo salto indietro:

### **Che cos'è l'algoritmo di Facebook?**

L'algoritmo è il sistema con cui Facebook classifica tutti i post che hanno la possibilità di essere mostrati sul news feed di un utente, in base alla probabilità che lui abbia una reazione positiva ai contenuti.





L'algoritmo di Facebook lavora in quattro step per creare la tua bacheca:

1. Crea un elenco di tutti i post disponibili per la visualizzazione
2. Attraverso dei segnali specifici capisce di cosa tratta ogni post
3. Fa delle previsioni su come l'utente reagirà a ogni post dell'elenco
4. Crea un punteggio finale che determinerà l'ordine dei post sul feed

I fattori di ranking di Facebook si basano sui dati del comportamento degli utenti e tengono conto anche del modo in cui tutti usano la piattaforma.

Così è come ha sempre funzionato l'algoritmo di Facebook.

Nel 2019 però come ti dicevo la musica è cambiata. Facebook ha deciso di picchiare sulla spalla di ciascun utente per fargli alcune domande:

- Chi sono i tuoi amici più stretti?
- Quali post trovi più interessanti?
- Questo gruppo Facebook è importante per te?
- Quanto sei interessato a vedere il contenuto di questa pagina che segui?

Sulla base di tali risposte, Facebook ha aggiornato il suo algoritmo in modo che la bacheca mostrasse contenuti migliori per gli utenti.

Ciò includeva mostrare più contenuti di Gruppi e Pagine che seguivano da più tempo o con più interesse.

**In parole povere significa che se la tua Pagina non era considerata di valore** per i contenuti che pubblicava (post, immagini, video, ecc.) Facebook iniziava a farla vedere meno in giro.

E meno la faceva vedere in giro e meno i tuoi followers se ne ricordavano e meno interagivano.

E meno i tuoi followers interagivano e meno Facebook faceva vedere i tuoi post e così via, in un circolo vizioso senza fine.



Io non voglio pensare sempre male, ma potrebbe sembrare che le modifiche al funzionamento degli algoritmi di Facebook siano state progettate per rendere più difficile la visualizzazione organica dei post delle pagine aziendali, vale a dire senza creare pubblicità; in fondo Facebook guadagna con le pubblicità, quindi, ha senso che vogliano spingere i marchi in quella direzione.

E quindi?

### **Come facciamo a sopravvivere noi piccole aziende senza essere dissanguati dalla pubblicità?**

Semplice, visto che l'algoritmo di Facebook si concentra sulla creazione di interazioni più autentiche o significative, **dovrai creare contenuti migliori con l'intenzione di favorire interazioni reali.**

“Semplice lo dici tu” potresti obiettare ed hai ragione.

Creare contenuti di valore non è semplice, a meno che qualche buona anima non ti sveli il segreto per farlo.

Ed è quello l'obiettivo di queste pagine: consideralo il mio regalo di Natale in ritardo.

Nel precedente numero del Magazine ti svelavo i 7 punti chiave per far fruttare i tuoi social e credo che un ripassino non faccia male a nessuno:

1. Definire il tuo posizionamento
2. Definire i tuoi obiettivi
3. Definire il target
4. Scegliere i canali giusti
5. Prendere coscienza del tempo che hai a disposizione
6. Prendere coscienza degli strumenti che hai a disposizione
7. Redigere il calendario editoriale



Ed è proprio su questo ultimo punto che mi concentrerò in questo articolo, **ti fornirò le basi estremamente pratiche per poter realizzare il tuo calendario editoriale in piena autonomia e in meno di due ore di tempo.**

#### **Pronto alla sfida?**

Una volta che hai definito che cosa ti rende diverso dai tuoi competitor, quali sono i tuoi obiettivi e a chi ti rivolgi non devi far altro che prendere un foglio di carta.

Dividi il foglio in due perché nel tuo caso bisogna lavorare su due fronti, stimolando l'interazione, ma anche presentando i prodotti che vendi.

Per quanto riguarda la promozione dei prodotti che vendi ti basterà condividere i prodotti che hai caricato nel tuo Shop di Facebook (hai caricato i prodotti vero?); non perdere tempo pensando a testi fantasiosi, accattivanti o acchiappalike:

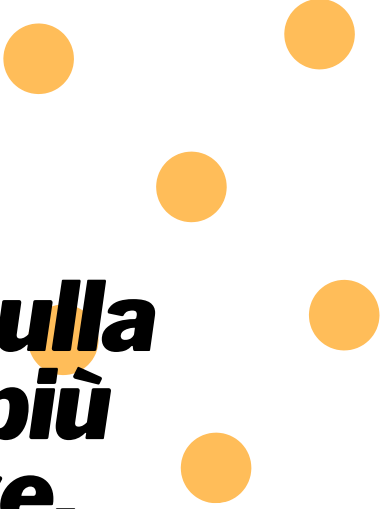
**l'unica cosa che conta è che il prodotto si veda e che la fotografia sia oggettivamente bella e puoi riprendere gli articoli di Kevin dei precedenti numeri del Magazine per capire come migliorare su questo fronte.**

Per quanto riguarda l'interazione invece è indispensabile partire da un presupposto: pensa come un pesce e non come un pescatore. Cosa significa? Che per catturare l'attenzione del tuo pubblico e stimolare la loro interazione devi pubblicare contenuti a cui sono interessati o che gli possano essere utili.

So che in questo momento ti sembra difficile, ma non devi far altro che immaginarti il tuo target; per comodità fingiamo che il tuo target siano le donne tra i 25-35 anni, single, che vivono in una piccola città, con uno stipendio basso e un diploma.

Come stimolare la loro interazione?





**"visto che l'algoritmo di Facebook si concentra sulla creazione di interazioni più autentiche o significative, dovrai creare contenuti migliori con l'intenzione di favorire interazioni reali."**

---

Ecco qualche esempio:

- Realizzare delle composizioni con Canva (il programma di grafica semplificata online di cui ti parlavo anche nel precedente numero del Magazine) per far capire come abbinare certi capi che proponi
- Pubblicare link ad articoli di giornali che parlano di tendenze e mostrano prodotti molto simili ai tuoi
- Pubblicare foto ricordo di look della fine degli anni '90 con la domanda "Quanto ci manca indossare ..." per stimolare lo scambio di ricordi

Può ovviamente capitare di essere a corto di idee, ma anche qui ci sono due consigli che possono essere molto utili:

- Cercare nella tua cerchia di amici, parenti, clienti persone che corrispondono al tuo target e chiedere a loro che cosa seguono sui Social, che cosa gli piace leggere, commentare, ecc
- Cercare sui forum online, su tool online come Answerthepublic.com o Google Trends per capire che cosa si chiedono le persone su un determinato argomento

In base alle risposte che ottieni e ai risultati della tua ricerca puoi identificare dei temi o delle rubriche che puoi utilizzare nella tua programmazione; ovviamente puoi (o meglio devi) variare i diversi formati a disposizione (Stories, Post, Reels e così via) e capire quello che funziona meglio per te e per il tuo pubblico.

Tutte queste idee e questi spunti devono essere inseriti in un vero e proprio calendario; come ti dicevo nel precedente numero del magazine puoi decidere tra:

- impostare un file excel dove ogni foglio rappresenta un mese diverso; ogni mese sarà strutturato con una tabella con i giorni della settimana in alto e l'orario di lato e nelle differenti caselle inserirai il testo del post e un'immagine di riferimento, in base alla frequenza, orario e giorno di pubblicazione.



- utilizzare Google Calendar, creando un calendario separato da quello aziendale dove inserire il tuo piano editoriale; ogni volta che crei un evento puoi infatti modificare l'orario, aggiungere una descrizione e anche un allegato (nel nostro caso un'immagine o un'anteprima del video) di modo da avere tutto a portata di mano.
- creare un account su Trello, un software online prezioso per gestire il tuo piano editoriale tramite bacheche, schede e checklist e dove puoi anche allegare immagini.

Il mio consiglio è quello di trovare almeno quattro temi che possono interessare il tuo pubblico e di concentrarti per realizzare delle creatività (immagini o video) per renderli più accattivanti e far sì che la persona target si fermi a guardarli mentre scorre il suo Feed.

Inizierei pubblicando due post alla settimana, con questo schema:

- Settimana 1: Post prodotto e post/immagine/video tema 1
- Settimana 2: Post prodotto e post/immagine/video tema 2
- Settimana 3: Post prodotto e post/immagine/video tema 3
- Settimana 4: Post prodotto e post/immagine/video tema 4

Puoi accompagnare la creazione di questi contenuti con la realizzazione e la pubblicazione di Stories (se utilizzi Instagram).

Una volta che hai rodato questo planning per un paio di mesi puoi decidere di ridurre i temi a quelli che generano veramente più interazioni oppure puoi decidere di sostituire quelli meno performanti con altre idee che ti saranno venute e iniziare con una programmazione a più lungo respiro (nel frattempo avrai anche acquisito dimestichezza nella programmazione e vedrai che sarai molto più veloce nella realizzazione dei contenuti).



### **Silvia Duchini:**

Avvocato delle cause perse dal 1991, per fortuna ha trovato il modo per convogliare tutti i suoi pensieri e le sue arringhe: scrivere.

La nostra copywriter, inutile a dirlo, ha sempre la risposta e la battuta pronta; se ogni tanto si mordesse la lingua sarebbe sicuramente la collega perfetta.

[marketing@dankepelletteria.it](mailto:marketing@dankepelletteria.it)

Ovviamente il tuo obiettivo è aumentare le vendite e devo essere onesta con te: questi post non ti faranno subito vendere di più, ma **AIUTERANNO LA TUA PAGINA FACEBOOK AD USCIRE DALLO STALLO IN CUI È SPROFONDATA.**

E una volta che hai ridato vita alla tua pagina e che inizi a padroneggiare l'arte oscura dei Social vedrai che i contatti aumenteranno e con loro le vendite!

Ricapitolando, se anche tu sei vittima dello stallo causato da Facebook devi rimboccarti le maniche per creare dei contenuti che risvegliano l'attenzione del tuo target.

Devi pensare come un pesce e non come un pescatore e capire quale tipo di contenuti potrebbe stimolare la loro interazione, decidere che creatività sviluppare e come programmarla nel tuo calendario editoriale. E puoi fare il tutto in meno di due ore, seguendo i consigli che ti ho dato nell'articolo.

Provare per credere.





# I 7 PRINCIPI FONDAMENTALI DI UN BUON CUSTOMER SERVICE

DI BARBARA BERNARDI

---

## **Avere un buon customer service è fondamentale.**

Nell'attuale contesto sempre più competitivo e complicato, dove il mercato propone tantissime alternative diverse, i clienti sono al centro delle attenzioni di qualsiasi business.

È una logica che prevede particolare attenzione per il **customer care**: il cliente non va semplicemente raggiunto con un prodotto o servizio, ma coccolato e seguito prima e dopo l'acquisto.

Del resto, migliorare la produttività e l'efficienza del customer service è una delle sfide che le aziende **customer oriented** devono affrontare quotidianamente nel mercato di riferimento.

Senza dimenticare i miglioramenti legati alle innovazioni nella **tecnologia** e nel **digitale**, per rimanere al passo con l'evoluzione delle preferenze e aspettative dei clienti.

Tutti sforzi ben ripagati: i brand in grado di soddisfare le aspettative vengono infatti premiati con tassi più elevati di **fidelizzazione** e di **customer retention**.

Secondo un sondaggio condotto da Microsoft, il **96%** degli intervistati ha affermato che il servizio clienti è un elemento importante di fedeltà al brand.

E poiché la **customer experience** è un fattore chiave di differenziazione, implementare il proprio customer service rispondendo alle aspettative dei clienti in modo personalizzato e contestualizzato, è un imperativo strategico.

A questo punto è logico domandarsi: quali sono i principi per un buon customer service a cui ogni azienda dovrebbe attenersi?

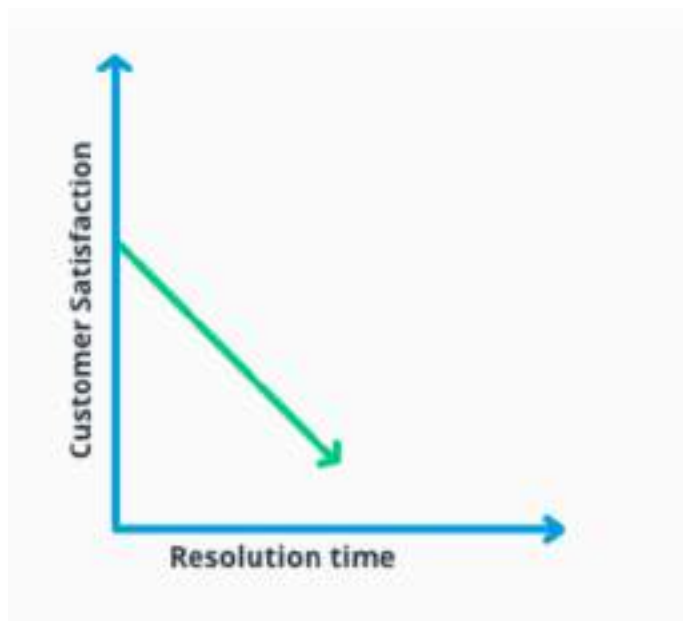






## 1. La velocità nel servizio clienti

La **velocità** o il tempo di reattività è considerato il **fattore più importante per un'ottimale qualità del servizio**. Il **12%** degli americani considera la mancanza di velocità, il principale fattore di frustrazione quando hanno a che fare con un servizio clienti (fonte: **Statista**).



Secondo uno studio della **Warwick University**, la reattività ha il massimo impatto sia sulla soddisfazione del cliente (risposta rapida) sia sull'insoddisfazione (risposta lenta).

Come è stato rappresentato nel grafico qui a lato.

La domanda che probabilmente ti starai ponendo è: qual è il canale di contatto in grado di offrirti un servizio efficace e allo stesso tempo rapido?

Uno dei più veloci è il **Chatbot**, ovvero un software progettato per simulare una conversazione con un essere umano, oltre agli **Assistenti virtuali**.

Il Chatbot è disponibile **24h/7** e fornisce risposte rapidamente.

Inoltre, grazie al machine learning, impara a rispondere alle nuove richieste dei clienti e comprendere il linguaggio umano.



Secondo **Microsoft**, il **30%** dei consumatori statunitensi considera le interazioni dei chatbot “**molto efficaci**” nella gestione delle controversie del servizio clienti, e il **63%** dei millennial inizia le interazioni con un’azienda attraverso i servizi clienti online.

Un’altra soluzione, in linea con l’offerta di un **servizio clienti Phygital**, è la **Live Chat**, con **operatori del customer service** in grado di chattare con più clienti allo stesso momento.

Solitamente sono chat disponibili durante l’**orario lavorativo**, al di fuori di questo orario sono in modalità “offline”.

Fondamentale è la capacità degli operatori: **più competente** sarà l’operatore, **meno domande** il cliente dovrà porre per risolvere il problema.

**Operatori ben formati potranno aiutare a migliorare la velocità di risposta e le tecniche di risoluzione dei problemi.**

Ma la velocità non è l’unico principio fondamentale da rispettare.

## 2. Precisione di un buon customer service

Oltre ad essere veloci, le **risposte per un buon customer service** dovranno, ovviamente, essere **corrette**.

**Non bisogna infatti mai dimenticare che il servizio di assistenza al cliente può essere un valido alleato per acquisire e fidelizzare il cliente, nelle diverse fasi di vendita.**

Sarà quindi essenziale mantenere il personale formato e tenere aggiornati i dati per risolvere, nel migliore e più veloce dei modi, ogni richiesta del cliente.

Secondo **Esteban Kolsky**, fondatore di **ThinkJar**, il **44%** dei consumatori afferma di aver ricevuto in passato la **risposta errata** da un rappresentante del servizio clienti.

Ma se accuratezza è il cosa, **chiarezza** è il come.



***"È una logica che prevede particolare attenzione per il customer care: il cliente non va semplicemente raggiunto con un prodotto o servizio, ma coccolato e seguito prima e dopo l'acquisto."***





### 3. Chiarezza e trasparenza

Se i nuovi concetti possono essere difficili da comprendere, è importante trovare il modo per spiegarli con **semplicità**, mantenendo sempre alta l'**efficienza**.

Per questo **ELI5** – explain it like I'm five years old – (spiegamelo come se avessi 5 anni) è una tecnica frequentemente utilizzata da **professionisti dell'assistenza clienti**.

Al mio paese a Roma invece direbbero: “ parla come magni “.

Scherzi a parte, la chiarezza è un altro **principio fondamentale** da rispettare per creare un buon customer service.

In linea con un operatore, a chi non è mai capitato di essere messo in attesa e quindi di porsi la faticosa domanda: “Ma perché ci stanno mettendo così tanto?”

Questa è la ragione per la quale anche la trasparenza è importante: non sapere cosa succede fa sentire a **disagio**.

Come anche le attese incerte:

- non sapere quanto sia **lunga** l'attesa;
- non sapere la **ragione** per l'attesa.

Entrambi rendono la conversazione più **faticosa**.

Il principio di trasparenza suggerisce appunto di **spiegare prima** cosa succederà, anche se questo prolungherà l'attesa.

Un esempio è quello di condividere con il cliente tutte le informazioni relative a **come procederà l'operazione passo dopo passo**.

Secondo American Express, **un terzo** dei consumatori afferma che prenderebbe in considerazione la possibilità di **cambiare azienda** dopo solo un'istante di **pessimo** servizio clienti.



Non dobbiamo infatti dimenticare che il servizio è basato su una **comunicazione tra esseri umani**.

La complessità e le sfumature dell'interazione umana possono avere un forte impatto, sia positivo che negativo sull'esperienza del servizio.

#### 4. Gentilezza e cordialità, sempre

Proprio per questo è molto importante esporsi in modo **gentile e cordiale**: la gentilezza ha la capacità di **avvicinare le persone**.

Secondo **American Express**, il **68%** dei clienti ritiene che la chiave per un eccellente servizio clienti sia rappresentata dalla **cortesìa del servizio clienti**.  
Ma non solo.

Stando alla ricerca di Harris Interactive, i rappresentanti del servizio clienti sono ciò che rende una customer experience memorabile e che induce i consumatori a scegliere ancora un marchio, per il **73%** dei clienti.

Pertanto calma e gentilezza sempre, anche quando chiama qualcuno che ha avuto una brutta giornata.

#### 5. L'efficacia di un buon customer service

Il Servizio Clienti deve **risolvere il problema**.

Se tutto il contorno è perfetto (professionalità e competenza dell'operatore, cortesia, velocità del servizio e quanto fin qui detto) ma **l'utente non riceve una soluzione** alla sua criticità, **il nostro Servizio Clienti ha fallito**.

Secondo **Dimensional Research**, **quattro consumatori su dieci** suggeriscono ad altri di abbandonare un'azienda se hanno ricevuto un **servizio clienti scadente**.

Perché questo dato ci interessa?

Perché l'**88%** dei consumatori è influenzato dalle recensioni del servizio clienti online quando prendono una decisione di acquisto.



Per questo è sempre consigliabile affidarsi ad un personale **altamente specializzato**, in grado di essere molto efficace.

E aggiungo, una buona propensione personale a parlare con le persone.

#### **6. Meglio una dura verità che una dolce bugia.**

Quante volte ci è capitato durante una telefonata in caso di problemi, di sentirci dire un sacco di balle dall'operatore di turno dall'altra parte della cornetta?

Partiamo da presupposto che nessuno è stupido e tutti vanno trattati con rispetto.

Raccontare bugie (a Roma fregnacce) non è mai una buona idea.

Posto che in DanKe abbiamo come principio l'onestà totale nei confronti del cliente, a volte nelle difficoltà potrebbe venire voglia di sbrigarsi velocemente dicendo la prima balla che ti viene in mente.

Dopo la prima bugia poi dovrà venirne una seconda, poi una terza e così via in circolo vizioso dal quale farai fatica a uscirne, dando una pessima immagine al tuo cliente.

**Pertanto è sempre meglio una dura verità e tutto quello che stai facendo di buono per il cliente per uscire da una situazione spiacevole.**

#### **7. Se c'è una difficoltà, il telefono è meglio.**

Quotidianamente siamo tempestati da una mole di e-mail enorme, forse troppe e molto spesso inutili.

**Magari sarà capitato anche a te di chiamare telefonicamente un'azienda per una qualsiasi problematica di prodotto o servizio, e di sentirti dire con voce acidula dall'altra parte:**

**Mandi un'e-mail.**





Specie quando c'è un problema, questa è una cosa che tendenzialmente indispette parecchio chi sta dall'altra parte della cornetta e ha esigenza di risolvere velocemente una situazione che evidentemente gli crea disagio.

Quindi non sempre l'e-mail è il sistema migliore di comunicazione, specialmente quando c'è un cliente che per motivi giusti o sbagliati è arrabbiato.

Una telefonata dove si cerca di comprendere le ragioni di una persona e rassicurarla sul fatto che ci sarà qualcuno o tu stesso che si prenderà a cuore il suo problema e cercherà la soluzione migliore per lui, sarà sicuramente una cosa che lo rincuorerà e senza dubbio calmerà anche il suo vulcano interiore che prima era in eruzione.

### **In conclusione**

Ogni azienda deve investire una grande quantità di sforzi per **ottimizzare il proprio supporto ai clienti**.

Mantenere motivati gli operatori addetti al customer service, automatizzare le attività minori, fornire validi supporti tecnologici per rispondere velocemente ai clienti ecc.: questo aiuterà a migliorare la customer experience, e aumentare la fidelizzazione dei clienti.

Se combinato con una valida qualità di prodotto, il customer service diventa la base per un **successo a lungo termine della tua attività**, in cui i tuoi clienti soddisfatti diventano i tuoi migliori sostenitori.

Non è il risultato migliore per qualsiasi azienda?



**Barbara Bernardi:**

Immersa nel suo giardino zen a fare le coccole ai gatti tra gli alberi di Avocado, Barbara ha sempre una risposta paziente e gentile per tutti; non fatela arrabbiare troppo però perché altrimenti tira fuori il suo lato romano e allora so' cazzi!  
[commerciale@dankepelletteria.it](mailto:commerciale@dankepelletteria.it)

Gli standard di customer care sono sempre in crescita e, per stare al passo con la concorrenza e rimanere fedeli alle aspettative del cliente, è necessario rivedere i propri standard attuali e capire dove è possibile migliorare.

Io e la DanKe la pensiamo così, ed è la nostra piccola-grande innovazione che vogliamo offrirti.

Non mi credi?

Mettimi alla prova al telefono o via e-mail.

Un abbraccio e a presto.

**[commerciale@dankepelletteria.it](mailto:commerciale@dankepelletteria.it)**

**Cell. Daniel +39 333 5985402**

COCONUDA



Remata Di Calentra



Danke S.r.l.  
P e l l e t t e r i a

**[WWW.DANKEPELLETTERIA.IT](http://WWW.DANKEPELLETTERIA.IT)**