



Casi di innovazione nel commercio

DAL LABORATORIO ALL'ESPERIENZA: COME RIPENSARE LA GIOIELLERIA

di Fabrizio Valente (Fondatore e amministratore di Kiki Lab) - Ottobre 2025

Scegliere strategie di coinvolgimento e personalizzazione vuol dire attivare leve decisive per differenziare l'offerta, attrarre nuovi clienti e stimolare l'acquisto. Un approccio efficace anche nella gioielleria, in particolare quando si tratta di proposte dal prezzo più accessibile.

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/strategia/dal-laboratorio-allesperienza-come-ripensare-la-gioielleria/>

A volte, anche nel commercio, ci sono giovani ragazzi e ragazze capaci di lanciare progetti che raggiungono velocemente il successo. Sharon Hilgers, era una ragazza olandese di 22 anni quando nel 2011, appassionata di gioielli, lancia online My Jewellery, La mia Gioielleria, un progetto totalmente autofinanziato, dedicato a un tipo di gioielleria moderna e accattivante proposta a prezzi accessibili.

Il progetto cresce velocemente, grazie anche a un uso sapiente dei social e anche al coinvolgimento degli altri membri familiari, genitori e fratelli, che danno una mano vista la mole degli ordini. Nonostante il successo però Sharon continua a innovare: introduce la possibilità di personalizzare i prodotti e, nel 2015, apre la prima boutique a 's-Hertogenbosch, la sua cittadina a circa 40 chilometri da Eindhoven, comunemente chiamata Den Bosch.



Da allora l'attività ha avuto sempre più successo, con numerosi Premi vinti, e oggi oltre 670.000 follower su Instagram e più di 30 punti vendita, con le ultime aperture interazionali a Berlino, Dusseldorf e Parigi, città dove Sharon sognava di aprire fin dall'inizio dell'impresa.

My Jewellery dal 2022 avvia anche il progetto Re-celebrate per diventare più sostenibile, con la raccolta di abiti usati in negozio e, dall'anno successivo anche di gioielli usati, per trovare adeguate modalità di riuso o almeno di riciclo adeguato in un'ottica circolare. Nei negozi è possibile inoltre far riparare i gioielli per prolungarne la vita.

L'ultima novità nel 2024: il concept My Jewellery Atelier, per stimolare in modo facile e diretto la creatività dei clienti. Un hub creativo che **permette ai clienti, con la guida esperta dei responsabili di My Jewellery, di disegnare, personalizzare e riparare gioielli**, con la possibilità di definire tutti i dettagli e realizzare infilature e incisioni da poter fare in loco. In pratica si tratta di workshop di training pratico: i partecipanti tornano a casa con il gioiello progettato e realizzato con un esperto.

Al centro dell'atelier c'è una lunga tavola con 14 postazioni di lavoro per i corsi, un ampio assortimento di perline e elementi di base è esposto a parete, mentre un'altra area è dedicata alla vendita di una selezione di capi di abbigliamento e di accessori, che fanno parte dell'assortimento, sia online che nei negozi.

Non manca un angolo caffè e l'atelier si rivolge non solo a singoli clienti, ma anche a gruppi, offrendo la **possibilità di organizzare feste private ed eventi**.

In conclusione My Jewellery è un progetto giovane, ma già di grande successo, capace di integrare l'online con una catena di boutique, e di aggiungere costantemente innovazioni, come la personalizzazione dei prodotti sia online che in negozio, un servizio sempre più amato dai clienti, soprattutto in un settore come la gioielleria e in particolare dai più giovani, che **tendono a preferire prodotti anche semplici, ma frutto di un'esperienza emozionante e unica**.

Offrendo la possibilità di partecipare ai workshop sia individualmente sia a coppie o in gruppo, My Jewellery ha iniziato con l'Atelier a offrire risposte anche al **desiderio di fare regali esperienziali condivisi e alla crescente voglia di trovare nuove attività per il tempo libero**, rafforzando la base e la fedeltà della propria community.

Quali sono gli stimoli per gli imprenditori?

- Credere con coraggio nei propri progetti è la prima lezione di Sharon, partita da zero;
- Trasformare il negozio in un luogo di esperienze e di apprendimento;
- Continuare ad aggiungere innovazioni, anche dopo i primi successi;
- Includere forme di personalizzazione: in qualsiasi settore sono ormai possibili e sempre più apprezzate dai clienti;
- Realizzare attività che facilitino l'economia circolare e la riduzione degli impatti sull'ambiente.



Fonti per le immagini:

Bird stocker TH da shutterstock.com

Per i suoni:

elements.envato.com

SCOPRI DI PIÙ



Questo articolo fa riferimento alla Bussola **[Il Negozio nell'era di internet - 2a edizione](#)** scritta da Confcommercio, Aprile 2018.

Collana Le Bussole

Una linea di pubblicazioni pratiche, operative, scritte con un linguaggio concreto, in formato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.

