



## Casi di innovazione nel commercio

### LIBRERIA MULTICANALE. IL CASO LAFELTRINELLI

a cura di Fabrizio Valente - Ottobre 2022

*A fine 2020 è stata riaperta a Milano, dopo tre mesi di lavori, laFeltrinelli di Piazza Piemonte: una mega libreria di 1.800 mq che si è trasformata profondamente, e dove tutte le esperienze dei clienti, dal libro alla musica, dal gioco all'incontro, sono integrate dal fisico al digitale.*

Per vedere il video dell'approfondimento vai su:

<https://lebussole.confcommercio.it/strategia/libreria-multicanale-il-caso-lafeltrinelli/>

Il punto vendita è sviluppato su tre piani, con un grande lucernario che consente di illuminare la libreria di luce naturale e ospitare ben 40 piante. Il *retail design* evidenzia la centralità del libro e ridefinisce il concetto di socialità con una suddivisione dello spazio in 'isole' e aree dedicate a settori e usi differenti.

Il layout è stato completamente rivisto: ora i clienti entrando **accedono subito a un'area esperienziale**, con la nuova caffetteria RED e un'area di 40 mq dedicata alle creazioni floreali, curata e **gestita in partnership** da una *floreal designer*.



L'assortimento comprende 45.000 libri, inclusa una sezione di libri usati (selezionati). È stata ampliata la sezione dedicata al fumetto e, per la prima volta, è stato inserito uno spazio dedicato agli *e-Sports*, con un'area dotata di 12 postazioni multimediali, dove gli appassionati possono ritrovarsi e sfidarsi.

L'Area Kids, pensata per le famiglie, ha scaffali sagomati come montagne, oltre a portali e scivoli per intrattenere i bambini.

Un'area polifunzionale con gradinate libere è stata progettata per ospitare **eventi e presentazioni letterarie**, oltre ad accogliere anche i vari percorsi educativi e formativi organizzati dal Gruppo Feltrinelli: sono ben 28, con scrittori, giornalisti e artisti, ed erogati con un **approccio misto, che integra le lezioni online con i workshop in presenza**.

L'innovazione digitale ha coinvolto diversi aspetti: in primis le brevi **video recensioni** che costantemente vengono realizzate dai 1.200 librai *laFeltrinelli* di tutt'Italia, consultabili anche tramite i 15 schermi *touch screen* all'interno della libreria.

C'è inoltre la possibilità di **prenotare un appuntamento** con un libraio specializzato in negozio o di interagire con lui comodamente da casa tramite Facebook o WhatsApp.

È attivo il servizio WhatsApp, reso possibile grazie all'integrazione tra la rete di librerie e i canali e-commerce, e ormai disponibile in oltre 50 librerie, che consente di contattare il negozio più comodo e verificare in 15 minuti la disponibilità di un libro.

Ben **quattro le modalità di pagamento possibili**: oltre alle casse tradizionali e ai pagamenti in mobilità tramite POS gestiti dai librai nelle diverse aree del punto vendita, sono attivi i servizi di *self-checkout* e di *scan&go*, tramite l'App sullo *smartphone* del cliente.

I risultati di vendita del negozio sono stati molto positivi, anche sopra le medie di crescita che il settore ha vissuto durante il periodo della pandemia. La sfida per *laFeltrinelli* è quella di non far cannibalizzare il traffico e le vendite del negozio dai vari canali e-commerce offerti dall'azienda.

## Stimoli per gli imprenditori

1. Mettere la faccia nel consigliare i propri prodotti, con mini recensioni da usare in negozio e in tutti i canali digitali.
2. Coinvolgere partner specializzati per dare un'esperienza di maggior valore.
3. Usare un canale agile come WhatsApp per offrire servizi di facile fruizione per i clienti, dalla richiesta di informazioni a ordini per un acquisto in negozio più veloce.



Fonti per le immagini: shutterstock.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, informato di manuale e focalizzate sul core business delle imprese associate.