

/ CASE STUDY

Consumer- centric Retail: l'esempio di Sorelle Ramonda

**Migliorare la Shopping
Experience e uniformare
le prestazioni dei punti
vendita grazie al team
working che funziona**





RESOL/E

Qualità, non solo nei capi scelti, ma anche nella relazione con il cliente: questa la filosofia che ha reso Sorelle Ramonda SpA uno dei top player del settore Retail “grandi firme”.

Il Gruppo ha sede a Alte di Montecchio Maggiore (VI) e conta più di 1200 dipendenti negli oltre 50 punti vendita in Nord Italia e Austria. Insieme a Resolve, Sorelle Ramonda SpA ha migliorato la **Shopping Experience dei clienti** lavorando sulla Leadership degli Store Manager e sulle competenze di vendita dei Sales Assistant.

/ Bisogni



*“Da sempre poniamo una forte attenzione a stile, design e qualità dei materiali, proponendo un’offerta con i Top Brand del mercato fashion. Siamo capillari sul territorio con oltre 50 punti vendita e presenti anche online con uno store dedicato. Ma non basta: **i player sono tanti e per essere distintivi vi vuole qualcosa in più**”, racconta Giuseppe Ramonda, AD del Gruppo.*

“Assieme a Resolve, volevamo migliorare la Shopping Experience del cliente, elevando la Leadership degli Store Manager e ottimizzando l’attività in-store dei Sales Assistant”.



RESOL/E

/ Il percorso intrapreso

Sorelle Ramonda è stata affiancata da Caterina Minoia, Retail & Visual Consultant, per una riorganizzazione a tutto tondo.

1 **Mystery Shopping:** il percorso è iniziato in sordina, con un'analisi approfondita dei punti vendita coinvolti per individuare punti di forza e debolezza nella Shopping Experience vissuta dal cliente.



2 In-store Brand Communication: riconfigurazione di layout e vetrine secondo i principi del Visual Merchandising al fine di favorire la connessione emozionale tra Brand e Consumer nel punto vendita.



3 Sales Attitude: grazie ad Assessment Test e Skill Matrix, abbiamo valutato le competenze di ciascun addetto, intervenendo con azioni mirate per colmare i gap rilevati. La nuova Mission condivisa è **instaurare una rapporto di vendita relazionale** che porta alla fidelizzazione del cliente.



4 Empowering Leadership: per efficientare il lavoro dei team abbiamo puntato sulla **responsabilizzazione degli Store Manager.** Attraverso percorsi individuali di coaching, hanno fatto propri i principi dell'ascolto attivo, della gestione costruttiva dei feedback e dell'intelligenza emotiva.

5 **Role Playing on the floor:** alla luce della nuova configurazione del punto vendita e delle nuove consapevolezze acquisite nel percorso di mentoring, abbiamo provato sul campo le **tecniche di vendita relazionale**, riscuotendo grande successo.



/Risultati

*“Gli Store Manager si sentono **partecipi del disegno complessivo e responsabilizzati sul piano operativo**. Ora la loro autorevolezza è percepita e apprezzata tanto dai Sales Assistant quanto dai clienti, che si fidano di loro e del loro giudizio professionale”.*



*“Al contempo abbiamo raggiunto un altro importante obiettivo, ovvero la standardizzazione di processi e risultati in tutti i punti vendita coinvolti, uniformando così prestazioni e redditività. **Vendere è una questione di squadra** e chi lavora in armonia secondo ruoli chiari e precisi fa vivere la migliore esperienza possibile al cliente, nostro unico e indiscutibile focus”.*





*Per ottenere un ambiente di vendita proattivo e propositivo è indispensabile avere chiari ruoli e funzioni: solo così ci può essere un clima positivo, in cui regnano **collaborazione e comunicazione**. Gli Store Manager sono diventati Leader a tutto tondo e ora guidano con assertività e determinazione il loro team, valorizzando la singolarità di ciascun membro e lavorando in sinergia per raggiungere gli obiettivi individuali e di team.*

*Giuseppe Ramonda, AD
Gruppo Sorelle Ramonda SpA*