



LG OLED^{evo}

IN QUESTO NUMERO

■ RETAIL MODERNO

LA NUOVA PROSSIMITÀ
CHE SI ASPETTA IL CONSUMATORE

■ RISCALDAMENTO

IL COMFORT HA SMESSO
DI COSTARE UNA FORTUNA

■ MYSTERY SHOPPER A FIRENZE

COMMESSI CHE SEMBRANO
STATUE DAI CONSIGLI DI PIETRA

■ LETTERA DA UN RIVENDITORE

“VADO IN PENSIONE. VORREI
CEDERE IL NEGOZIO, MA...”

■ ACADEMY DI BIANCO & BRUNO

KONSUMER ITALIA ENTRA NELLA
NOSTRA SCUOLA DI FORMAZIONE

■ SPECIALE DRYER

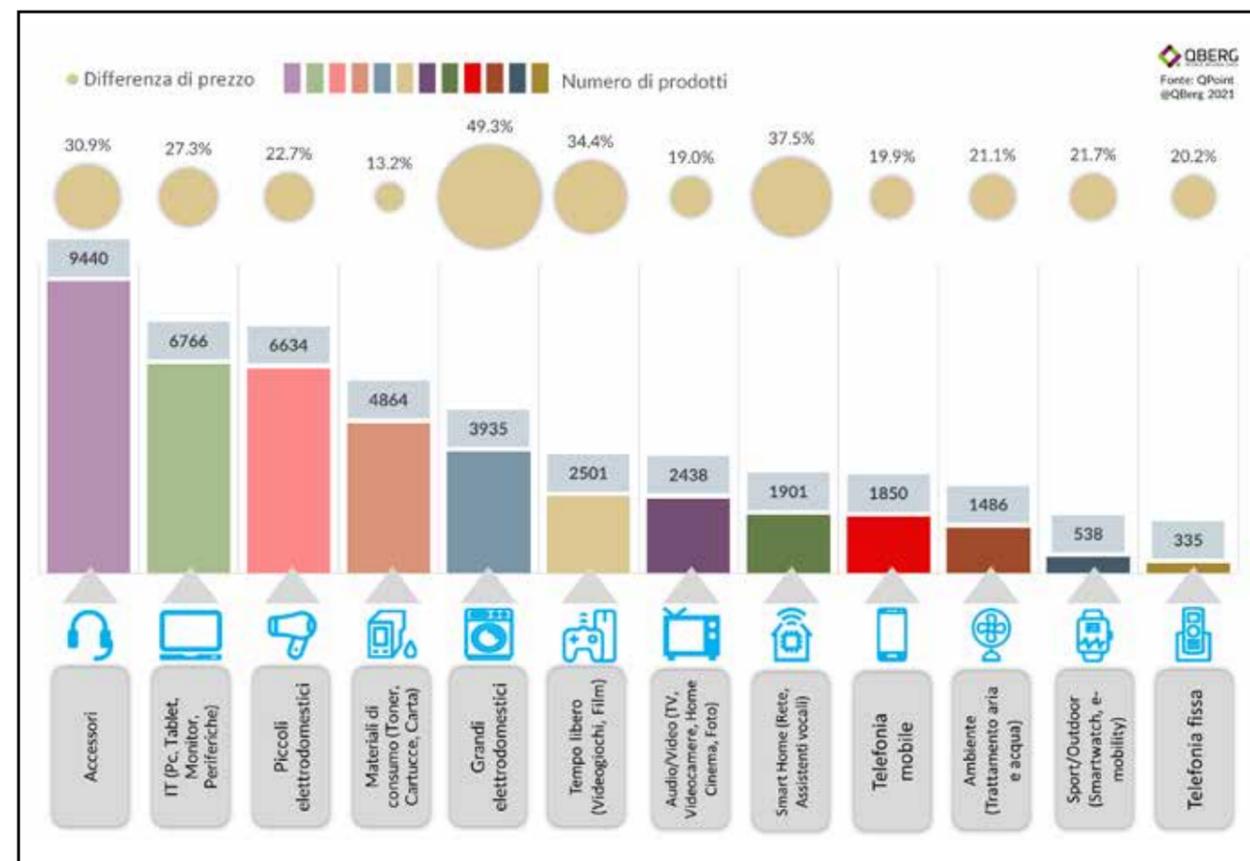
ASCIUGATURA DEL BUCATO,
UNA QUESTIONE DI INTELLIGENZA

Il Black Friday è sempre sinonimo di affare?

L'istituto di ricerca QBERG, che si occupa di price intelligence e di analisi delle strategie assortimentali cross canale, ha analizzato l'andamento dei prezzi durante l'edizione 2020 del Black Friday, concentrandosi su uno dei canali che più fa leva su questo evento: l'e-commerce e, in particolare, su quello del mondo dell'elettronica di consumo. Confrontando i prezzi degli stessi prodotti sugli stessi siti ad una settimana di distanza, quindi 20 novembre 2020 paragonato al 27 novembre dello stesso anno, sono state isolate quelle "offerte" che in realtà, nel giorno fatidico del Black Friday, i siti medesimi esprimevano a prezzi più alti. Non solo: è stato anche calcolato di quanto questi prezzi fossero aumentati. Emergono incrementi notevoli, e lo si può verificare dalla tabella in basso. Come quello che ha colpito poco meno di quattromila offerte di grandi elettrodomestici (+49,3%), o il +37,5% che ha interessato 1901 offerte di Smart Home, oltre al quasi +31% del mondo accessori con quasi diecimila offerte, e il +20% su 1850 prezzi di telefoni cellulari. Si tratta di una minoranza di prodotti se confrontata agli assortimenti dei siti per quanto riguarda le categorie dell'elettronica di consumo. Allo stesso tempo, però, il consumatore deve stare in guardia, in quanto, durante il fatidico Black Friday, "non è tutto oro quel che luccica".

L'ISTITUTO DI RICERCA QBERG HA CONFRONTATO I PREZZI DELL'EDIZIONE 2020 NEL CANALE E-COMMERCE SU TANTE MERCEOLOGIE DI PRODOTTO.

Mentre leggerete queste righe saremo in prossimità dell'appuntamento del 2021 e dunque rivivremo nuovamente questa "festa dell'acquisto", in cui gli operatori annunciano sconti eccezionali per qualsiasi merceologia. Tentando di far passare il messaggio che se il consumatore non compra durante il Black Friday, allora è uno a cui piace perdere le buone occasioni. Insomma, il Black Friday sta diventando quasi come il Natale: se ne comincia a parlare molto presto, come risulta dai dati di QBERG secondo i quali sui volantini, ad esempio, si comincia a fare riferimento al Black Friday già da luglio e, nelle campagne web sui siti di e-commerce, già da giugno. Vedremo come andrà a finire la prima edizione del Black Friday dopo il picco della pandemia. (red.)



SAMSUNG

Jet™ | Clean Station™

Igiene e benessere all'ennesima potenza.

99,999%¹
Sistema di Filtraggio HEPA a 5 livelli

200 W²
Forza Aspirante

60min³
Batteria removibile a lunga durata

400 volte meno impurità disperse nell'aria⁴



È nata la coppia perfetta: **Samsung Jet™** mentre aspira restituisce aria pulita, **trattenendo fino al 99,999% di polveri e allergeni** grazie al sistema di filtraggio a 5 livelli; **Clean Station™** è la soluzione ideale anche per chi soffre di allergie perchè svuota automaticamente il serbatoio dell'aspirapolvere rilasciando **400 volte meno impurità nell'aria**.

(1) Test SLG sullo standard IEC62885-2, CL 5.11, con il dispositivo in modalità Max su acari, pelo animale, pollini. (2) Test interni sulla forza aspirante basati sullo standard IEC62885-2, CL 5.8, eseguiti all'ingresso dello strumento non accessorizzato in modalità Max. (3) La durata si riferisce al dispositivo alla potenza minima non collegato ad un accessorio motorizzato. (4) Test UL sulla concentrazione di PM1.0 (µm³) misurato allo svuotamento del contenitore per la polvere, livello massimo rispetto a VC7000.

