

un rivenditore (negozi, supermercati, eccetera) appositamente per acquistare quel dato prodotto. Oppure fare in modo che di fronte a una vasta scelta, la preferenza cada su loro. In pratica si deve generare una sorta di sforzo di volontà nel consumatore, che si deve rinnovare di volta in volta. Più il marketing è efficace, minore sarà lo sforzo, ma questo richiede ingenti investimenti. Attraverso la modalità dell'accesso/noleggio si stabilisce invece un legame duraturo con

I servizi on-line a noleggio dedicati al pubblico femminile sono in forte crescita

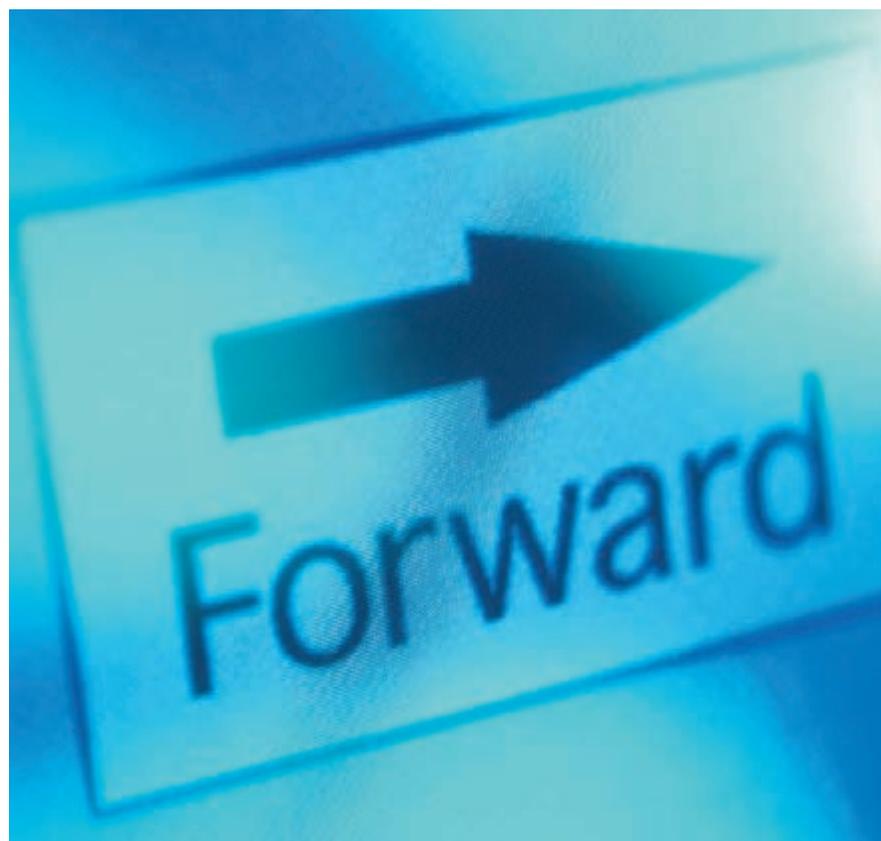
l'utente. Il rapporto che regola questo meccanismo, infatti, lega l'utente al fornitore potenzialmente per tutto il tempo della sua vita.

A questo proposito si stanno modificando anche le strutture marketing, che iniziano a valutare i clienti in base a alle loro potenzialità di spesa totale durante l'arco

temporale della loro vita, reale (per i prodotti/servizi rivolti al consumatore) o commerciale (nei casi di offerte rivolte alle aziende).

I settori emergenti: nuove prospettive in rete

La rete, con le sue infinite potenzialità potrebbe essere un terreno rivoluzionario. Di sicuro, siamo ancora agli inizi: questo strumento ancora ci riserva le sorprese più significative. Comunque, i segnali che indicano le strade possibili ci sono, e tra queste appaiono alcuni riguardanti proprio il noleggio. Sul Web si sta progressivamente affermando infatti un nuovo settore dell'e-commerce: il noleggio on-line. Sono sempre più numerosi i siti che affittano dvd o videogiochi, un business che ha portato ottimi risultati economici, tanto da essere introdotto anche in altri settori merceologici. E i numeri, in continua crescita, del pubblico che sceglie questa formula è davvero incoraggiante: basti pensare che Netflix, il primo sito americano per il noleggio di film on-line, conta a oggi 3,2 milioni di abbonati ed è quota-



to in borsa dal 2002. Un altro segnale decisamente significativo riguarda i servizi dedicati al pubblico femminile, anch'esso in forte crescita. A loro, ma non solo, sono dedicati i siti che noleggianno accessori di moda. È il caso di siti come Bagborroworsteal, o Frombagstoriches, due negozi on-line americani che affittano borse di marca, sia per lui che per lei. Gli utenti corrispondono, per il noleggio di borse e accessori, un canone mensile che dipende dalla marca scelta. Non ci sono vincoli temporali e, una volta usufruito del servizio, i clienti possono decidere di acquistare il prodotto, naturalmente a un prezzo scontato. Un segnale questo davvero forte del cambiamento in atto delle abitudini di consumo, che sta «intaccando» anche settori in cui la proprietà dell'oggetto è sempre stata molto ambita. Vedi l'automobile.

Anche Google si interessa al noleggio

Ma la vera sorpresa arriva dal colosso Google, il più usato motore di ricerca al mondo. Pare che la sua prossima mossa potrebbe essere il noleggio di libri on-line (cfr notizia a pagina 10). In pratica viene dato in noleggio il testo desiderato per una settimana al 10 per cento del prezzo di copertina. A prima vista il progetto appare estraneo al core business di Google, ma acquisisce una sua logica se si considera che Amazon si è messa a vendere singole pagine di libri online, anche una sola pagina, attraverso sistemi di micro-pagamenti. Ma c'è di più: da questa operazione Google otterrebbe anche un importante ritorno di immagine affermando che contribuisce a diffondere la cultura nel mondo e a prezzi irrisori. Insomma, Rifking ha fatto scuola. •

