

Il Corriere del Cartolibraio

Anno 2020 - Mese DICEMBRE

Numero 1

Eccezionali i numeri di Vendita

"I prodotti più venduti del mese"

1° SETTIMANA



Vince per la 10ª volta quest'anno la COLLA all'acqua

2° SETTIMANA



Le pennette USB della LEGAMI Sono andate a RUBA.

3° SETTIMANA



Questa settimana Sono gli scaldatazze della LEGAMI.

Origamo consegna gli Abbracci e gli Orecchini

"DIVENTANO SUBITO UN SUCCESSO"



Si era creato un piccolo problema sulla consegna degli espositori da parte del fornitore.

Furio ha subito trovato la soluzione ed è riuscito a consegnare regolare come promesso.

Subito il successo in tutta Italia.

Unico problema è che Il Lazio non ha ricevuto ancora il prodotto.

Colpa Nostra!

Avevamo preventivato di vendere e presentarlo ai nostri clienti nell'Expocart di Ottobre.

Fiera che è stata annullata e siamo arrivati troppo tardi

Prima Settimana:

Dal 1 al 6 Dicembre

5 nuove pareti LEGAMI nel Lazio



1, 2 e 3
Dicembre
dedicati
solo a
questo,
ma il
risultato
è stato
eccezionale



Questa settimana abbiamo, dopo quasi un anno di attesa, a causato alla Pandemia abbiamo allestito le nostre prime 5 pareti a clienti provati.

4 Mondadori Franchising (Albano, Civitavecchia, Frosinone Ladispoli) e la Cartoleria INKPIU'



LA FRASE DELLA SETTIMANA

*I tuoi Clienti
più
insoddisfatti,
sono la tua più
grande risorsa
per imparare.
(Bill Gates)*



Terza Settimana: Dal 14 al 20 Dicembre

EXPOCART MARZO 2021

Prendi l'agenda e segna questa data!
,6 7 e 8 MARZO 2021.
Noi siamo degli inguaribili ottimisti e
stiamo già organizzando il prossimo
ExpoCartRoma.....
Non mancare perchè per il 2021 abbiamo
delle Novità uniche!!!!



RIUNIONE LEGAMI 17 DICEMBRE 2020



Il COVID blocca la possibilità di fare riunioni di persona. Per cui quest'anno niente gita a Bergamo. Ma non blocca la voglia di presentare prodotti nuovi. Inv aderemo i negozi nei primi giorni del 2021



Questa settimana abbiamo scelto la foto dell'assortimento MOROCOLOR di GUIDI dal 1958.

LA FRASE DELLA SETTIMANA

L'obiettivo del marketing è conoscere e comprendere il cliente in maniera così efficace che il prodotto o servizio si venda da solo (Peter Drucker).



TRA UN PO' E' FINITA

Ciao,
è arrivato.
Fortunatamente.
Un anno fa
di questi periodi
sicuramente nessuno
avrebbe mai potuto
pensare che il 2020 fosse così particolare
e che tutti gli avvenimenti fossero così
travolgenti.



Tanto da cambiare, ribaltare e scombinare
tutte le nostre abitudini, tutte le nostre
attività, tutte le nostre vite...

In modo diverso e in modo a volte, forse,
troppo violento.

Ad oggi però, che si avvicina il Natale,
quello che ci auguriamo e che ti
auguriamo è molto semplice:

Poter apprezzare e gioire di tutti i singoli
momenti,

anche piccoli, per queste feste e per il
futuro.

Niente di materiale! Quest'anno non ne
abbiamo bisogno.

Quest'anno forse il regalo migliore è stato
il tempo sospeso.

Un tempo che sia come la stella
dell'immagine che abbiamo scelto per
inviarti gli Auguri...

SFAVILLANTE, ESPLOSIVO

Perciò porgiamo

I Nostri Migliori Auguri di Buon Natale e
Buon Anno !

Bruno, Marco, Marina, Silvia

ITALIA TUTTA ZONA ROSSA

*«Con il decreto
Natale del 3
Dicembre, l'Italia
entra tutta in zona
Rossa.*

*Le Cartolerie e le
librerie rimangono
aperte per il fatto
che sono
considerate negozi
per beni di prima
necessità.*

LA FRASE DELLA SETTIMANA

*Non ha più
senso inviare
un messaggio
pubblicitario
generico a
molti con la
speranza di
persuadere
pochi*

*(M. Lawrence
Light).*



SIAMO ALLA FINE DEL 2020

Siamo alla fine, mancano due giorni.
Passeremo così al nuovo anno,
con la speranza che tutto questo
finisca velocemente.
Però fermiamoci un momento e
pensiamo a Marzo/Aprile.
Quando eravamo bloccati e pensavamo
che sarebbe stato difficile, economicamente,
arrivare ad oggi.
Insieme ci siamo riusciti.
Ci siamo arrotolati le maniche, abbiamo inventato nuovi metodi
di vendita, abbiamo venduto nuove cose.
Abbiamo venduto e generato fatturato. Indiscutibilmente un anno
difficile,
ma quanto ci ha insegnato?
Quanto siamo migliorati?
Quante cose abbiamo scoperto?
Non possiamo dire di essere felici, ma possiamo dire che
siamo soddisfatti!!
Soddisfatti di avervi come clienti.
Grazie di aver passato
quest'anno spalla a spalla con Noi.



E poi guardate l'immagine:

Poteva Andare Peggio!!!!



Vi auguriamo un anno strepitoso e
che tutto possa essere meraviglioso.

BUON ANNO

Bruno, Marco, Marina, Silvia

LA FRASE DELLA SETTIMANA

*La cosa più importante
per un imprenditore è
di raccogliere un'idea
su qualcosa che ama
davvero, lavorarci, e
trasformarla in un
business solo quando è
sicuro che funziona.
(Mark Zuckerberg)*



Leggendo e Gironzolando



Ho appena terminato di leggere il libro "partire dal Perché" di Simon Sinek ed una delle frasi che mi ha colpito è:

"Per chi vende, la leva del prezzo è come l'eroina. L'effetto a breve termine è fantastico, ma più la si usa più diventa difficile liberarsi dalizio. Una volta che gli acquirenti si sono abituati a comprare un prodotto o un servizio a un

prezzo più basso rispetto alla media, è molto difficile portarli a pagare di più. E i venditori, costretti ad accettare un continuo gioco al ribasso dei prezzi pur di non ritrovarsi fuori dal mercato, vedono i loro margini ridursi sempre di più. Questo li costringe a incrementare le vendite per compensare i minori guadagni. E lo strumento più rapido per farlo? è ancora il prezzo. Si cade così nella spirale della dipendenza dal prezzo."



A volte mi fanno la domanda: "Il prezzo è troppo alto o va bene?" Ricorda che Non esiste il prezzo giusto, è sempre relativo! Pensi non sia vero?

Credi che sia fondamentale tenerlo basso per vendere bene?

Mi dispiace ma rimango della mia idea.
IL PREZZO E' SEMPRE RELATIVO!

Scommetti che potresti pagarmi una semplice BIC, 100 mila Euro? NOOOO! Allora facciamo un esempio: Tu sei da un NOTAIO, hai davanti un foglio che ti permetterà di ricevere in eredità 5 MILIONI di Euro. Devi solo firmarlo prima delle 12:00-Ora sono le 11:55. Prendi la tua penna dal taschino, la apri, vai per firmare.....Inchiostro finito! Nel frattempo si sono fatte le 11:56 ...11:57. Tre minuti per perdere tutto! Ho in tasca una BIC, prezzo pubblico 0.50€, ii chiedo di darmi 100 mila Euro per averla. TU CHE FAI? Ora concordi con me?

IL PREZZO E' RELATIVO!!!!!!

L'ARTICOLO DEL MESE

"Se la Clientela non v cambiala!"

Partiamo da un presupposto che non si pu vendere TUTTO a TUTTI. Quindi nel tempo, ogni punto vendita, ha fatto, con il suo assortimento, con i suoi prezzi, con il suo modo di porsi, una selezione della propria clientela. Per Cui cambiando dei fattori si pu cambiare la propria clientela

Stai pensando che sto scrivendo una cretinata?

Vi faccio ora due esempi in due settori differenti, realmente accaduti:

BAR

Un ragazzo rileva un bar in una piccola Citta della costiera Laziale. Il Bar si trova vicino alla stazione di un BUS e la clientela  composta da Ubriaconi e ragazzi non raccomandabili. Pochi soldi in tasca, e tanto casino. Il pensiero del proprietario  :

"Cos i soldi non si fanno! Perch alcuni clienti da me non entrano e non entreranno mai".

Allora inizia a pensare, studia e si rende conto quale  il prodotto che viene pi consumato: LA PERONI da 66 Cl. Sai cosa fa? La toglie dalla Vendita.

Dalla sera alla mattina solo 33Cl e comincia servire anche qualche birra pi costosa. I Suoi tavolini cominciano a vuotarsi, le persone cambiano BAR. Nel frattempo Lui cambia i tavolini, li realizza con i PALLET, fa delle poltrone, inserisce delle birre artigianali. Un paio di serate con un complesso e BOOOOOM!!!

I suoi clienti cambiano. Giovani, con qualche soldino in tasca con tanta voglia di bere e divertirsi. Oggi a distanza di pochi mesi va tutto a gonfie VELE.

CARTOLERIA

Un giorno Arturo (nome inventato ma il cliente esiste realmente) si rende conto che le macchine, dei suoi clienti, parcheggiate nel suo piazzale, sono tutte di un certo livello. Quindi comincia a capire che chi sta frequentando il punto vendita ha delle possibilit economiche da benestante. Comincia a pensare quale fattore accomuna questo target di clienti. Cosa ha pensato che potesse essere? IL TEMPO. Questa tipologia di clienti normalmente mette il TEMPO prima del DENARO. Quindi ha cominciato a facilitargli il lavoro. Ha raccolto i numeri di telefono, le mail ed ha cominciato a mandare info che gli facilitasero lavoro e scuola. Oggi, molti dei suoi clienti, gli fanno la foto della lista dei bambini, gliela mandano su Whatsapp, Lui la prepara gli manda il conto, con lo sconto. Loro passano la prendono, pagano e se ne vanno. E questo accade spesso anche per l'ufficio. Con il passaparola dalla scuola, al club, alla palestra, oggi questo cliente serve quasi totalmente tutte le famiglie di una scuola con dei fatturati e dei margini invidiabili.

Certo non sono passaggi veloci, fare una bella pubblicit su canale 5 sarebbe stata pi veloce. Ma noi siamo piccoli e non possiamo permettercelo. Dobbiamo utilizzare metodi pi economici ma sicuramente altrettanto validi

ALLA PROSSIMA! BUON Lavoro