



Report internazionale (versione ridotta)

Il progetto Talk Retail Erasmus+ nasce per aiutare i retailer che desiderano aprire le proprie aziende all'estero ad acquisire la comunicazione e le soft skills necessarie. Ogni paese aveva già la propria opinione sullo stato dell'arte del settore della vendita al dettaglio dopo aver fatto ricerche al riguardo. Tuttavia, era opportuno stabilire le dieci competenze più importanti che avrebbero rappresentato l'avvio della creazione del nostro corso online. A questo proposito, tutti i partner hanno chiesto a 50 partecipanti di rispondere a un sondaggio per conoscere i punti deboli e i punti di forza dei rivenditori e comprendere meglio le loro esigenze.

IL SETTORE DELLA VENDITA AL DETTAGLIO IN EUROPA:

L'industria al dettaglio rappresenta una parte importante dell'occupazione in questi paesi. Questo è un settore in continua evoluzione con l'incorporazione di tecnologie di comunicazione emergenti, nuove normative nelle operazioni commerciali e l'adozione di nuove forme di vendita. Negli ultimi due anni, l'industria ha subito un duro colpo a causa degli intensi lockdown in tutta Europa, costringendo le aziende a chiudere o trovare alternative alla vendita dei loro prodotti, con l'autorizzazione a rimanere aperti ai soli negozi "essenziali" come i negozi di alimentari. Molti rivenditori si affidavano anche al turismo portando clienti da tutto il paese e dall'estero; tuttavia, con le restrizioni di viaggio in atto, molti negozi hanno perso quasi interamente la loro base di clienti.

Il commercio al dettaglio è il più grande settore in termini di occupazione in Europa e conta quasi 20 milioni di lavoratori. Inoltre, supporta milioni di posti di lavoro in più nell'occupazione indiretta tra fornitori, fornitori di servizi e partner. Il suo contributo all'occupazione è geograficamente distribuito al dettaglio e rientra tra i primi 3 datori di lavoro industriali nel 95% delle regioni europee. Il COVID-19 ha avuto un impatto negativo in alcuni paesi, ma è stato più debole del previsto. La maggior parte dei

paesi ha registrato un calo delle vendite al dettaglio nel 2020, ma si è ripresa e l'impatto è stato generalmente più debole durante i successivi lockdown.

Sorprendentemente, alcuni paesi sembrano aver beneficiato del COVID-19, in particolare nel Nord Europa. Il motivo principale è che i paesi del Nord Europa generalmente registrano un "deficit turistico" durante l'estate con più turisti in partenza dal paese rispetto a quelli che arrivano. Tuttavia, l'anno scorso, a causa delle restrizioni di viaggio, questi paesi hanno registrato più turisti del solito.

La situazione appare anche eterogenea a seconda dei segmenti di mercato, con i rivenditori di tessili e abbigliamento tra i più gravemente colpiti dalla pandemia. I negozi di abbigliamento erano considerati non essenziali e quindi erano spesso chiusi durante i lockdown. Poiché le persone sono state costrette a rimanere a casa, ci sono stati meno incentivi all'acquisto di vestiti. Le vendite nei negozi di abbigliamento, quindi, sono diminuite del 24% nell'UE-27. Tuttavia, si prevede che queste vendite miglioreranno con l'allentarsi della situazione. L'effetto sui rivenditori di abbigliamento è anche direttamente collegato alle politiche delle aziende sul lavoro a distanza. Infatti, se il lavoro a distanza rimane importante dopo la pandemia, le vendite non si riprenderanno completamente.

CHI SONO I RIVENDITORI?

Secondo i sondaggi, i rivenditori in Francia e in Irlanda hanno per lo più tra i 25 e i 60 anni, e anche tra i 18 e i 25 anni. I principali settori in cui i rivenditori lavorano nei paesi del consorzio sono i settori dell'alimentare, dell'abbigliamento e degli accessori. Tuttavia, possiamo notare alcune differenze tra i paesi. In Francia, Italia e Lettonia, l'artigianato è anche un settore popolare con il 18% delle risposte in Francia, il 16% in Italia e il 14% in Lettonia. Anche in Irlanda e in Francia librerie e cartolerie sono più presenti rispetto agli altri paesi con il 14% in Irlanda e il 18% in Francia, rispetto al 4% in Spagna, al 4% in Italia e al 2% in Lettonia.

Per quanto riguarda le imprese, la maggior parte di esse è stata creata da 1 a 5 anni fa in tutti i paesi del consorzio, ad eccezione della Spagna, dove le imprese hanno più di 5 anni. La maggior parte delle aziende assume da 1 a 5 persone nella propria struttura e davvero poche hanno più di 250 dipendenti.



COSA FRENA L'APERTURA INTERNAZIONALE?

Tra gli aspetti più impegnativi che i retailer devono affrontare quando si aprono al mercato internazionale, i cinque più quotati sono:

- La mancanza di mezzi finanziari
- La mancanza di conoscenza del target
- La mancanza di capitale umano,
- La mancanza di conoscenze linguistiche,
- La mancanza di competenze tecnologiche.

QUALI SONO LE DIECI ABILITÀ PIÙ IMPORTANTI?

L'obiettivo principale del primo risultato del progetto Talk Retail è stato quello di trovare le 10 competenze più importanti per i rivenditori per acquisire comunicazione e competenze trasversali. Dopo aver confrontato tutte le risposte, le abilità più citate sono state:

- 1) Conoscenza del vocabolario nella lingua di destinazione
- 2) Utilizzo dei social network
- 3) Abilità di espressione orale nella lingua di destinazione
- 4) Comprensione orale nella lingua di destinazione
- 5) Gestione competente di un sito web
- 6) Pazienza
- 7) Sensibilità culturale ed etica
- 8) Capacità di problem solving
- 9) Comprensione scritta nella lingua di destinazione
- 10) Tecniche di pitching efficaci

Grazie a questo risultato, possiamo creare il nostro corso online di micro-apprendimento, essendo consapevoli delle esigenze e delle aspettative del rivenditore.

La maggior parte dei rivenditori non ha fatto alcuna formazione per aprirsi al mercato internazionale. Figuravano solo poche persone che hanno ricevuto una formazione per saperne di più sulle esportazioni e per migliorare e praticare il loro inglese o qualsiasi altra lingua.

QUALI SONO LE MIGLIORI PRATICHE?

I partecipanti ai sondaggi hanno commentato le migliori pratiche o i consigli che potevano dare a qualcuno che avrebbe lanciato la propria attività nel settore della vendita al dettaglio a livello internazionale. Eccone alcuni:

- Prendere tutto in considerazione e pianificarlo a fondo: avere una strategia chiara e definita e non improvvisare nulla è una fase chiave per il successo;
- Identificare il pubblico di riferimento;
- Assicurarsi di poterti permettere il costo aggiuntivo dell'invio di articoli fisici all'estero prima di iniziare a offrire quel tipo di servizio;
- Fare ricerche di mercato e di competitor, conoscere le dinamiche locali: è importante conoscere le regole non scritte e le abitudini locali per accedere al mercato locale;
- Stabilire una strategia e un piano di gestione del rischio ed essere pronti ad adattarsi;
- Avere una buona rete internazionale: conoscere i canali giusti e rivolgersi alle persone giuste è un passo fondamentale per un'esportazione di successo;
- Vendere prodotti o servizi in linea con le esigenze del paese ospitante locale;
- Studiare la lingua: un buon primo passo per entrare in contatto con le dinamiche locali. Studiare le lingue straniere per imparare a comunicare con i propri clienti;
- Concentrarsi su qualcosa di specifico;
- Acquisire esperienza e imparare da qualcuno che già utilizza questo tipo di export o simili;
- Essere aperto e convincente;
- Avere pazienza fino a quando la propria attività non sarà di nuovo in sesto;
- Essere consapevoli degli obblighi.

La maggior parte dei partecipanti ha incoraggiato le persone a iniziare e ad essere motivate in quanto può essere davvero difficile all'inizio. Si dice: "Mai un fallimento, sempre una lezione". Per riassumere le loro affermazioni sulla motivazione, ti incoraggiano a credere che puoi farlo: devi solo correre il rischio.

CONCLUSIONI

Dall'attuale ricerca e indagine si può concludere che il panorama della vendita al dettaglio internazionale sta subendo un grande cambiamento a causa degli effetti della pandemia COVID-19 e dell'aumento dell'inflazione. Le abitudini di spesa dei consumatori stanno cambiando e i proprietari di negozi al dettaglio che sperano di aprire le loro porte ai clienti internazionali devono essere consapevoli delle tendenze dei consumi e delle molte competenze trasversali necessarie per avere successo nel business. Non solo la comunicazione interculturale rappresenta una sfida, ma devono essere prese in considerazione anche le questioni relative alla finanza e alla logistica.



Bibliografia

- Alexander, N. (2015). Wiley Encyclopedia of Management International Retail. Wiley, Encyclopedia of Management, 9.
<https://doi.org/10.1002/9781118785317>
- Bachelor of business in retail management practice (ordinary degree). (2022, October 3). Retail Ireland Skillnet.
<https://retailirelandskillnet.com/bachelor-of-business-in-retail-management-practice-ordinary-degree>
- Ballve, F. (2022, February 21). Overview of the Irish Retail Landscape. The Consumer. Goods Forum.
<https://www.theconsumergoodsforum.com/blog/2022/02/21/overview-of-the-irish-retail-landscape/>
- Capacchione, S. (2022, August 11). 20 Retail Skills to Guide Your Store Staff to Success. Shopify. <https://www.shopify.com/ie/retail/retail-skills>
- Goodey, B. (2022, February 9). How Irish retailers can respond to the challenges of 2022 and beyond. EY Ireland.
https://www.ey.com/en_ie/strategy/how-irish-retailers-can-respond-to-the-challenges-of-2022-and-beyond
- Nazir, S. (2021, August 25). A snapshot of the Irish retail industry. Retail Gazette.
<https://www.retailgazette.co.uk/blog/2021/08/market-snapshot-ireland-retail-industry-in-depth-profile-irish-republic/>
- Outlook on the Retail Sector. (2020, December 14). Deloitte Ireland.
<https://www2.deloitte.com/ie/en/pages/finance/articles/retail-domestic-market-review.html>
- Retail Ireland Ibec. (2022). Retail is at the heart of every Irish community. In Retail Ireland Ibec.
<https://www.ibec.ie/connect-and-learn/industries/retail-and-tourism/retail-ireland/retail-community-report/employment-and-skills>
- Savage, N. (2022, February 15). Next Gen Retail: Vol. 1. KPMG.
<https://home.kpmg/ie/en/home/insights/2022/02/next-generation-retail-2022.html>

- The Top Retailing Companies on Top1000.ie. (n.d.). Top 1000.
<https://www.top1000.ie/industries/retailing>
- Tran, M. P. (2019, September 24). Global Retail: The Biggest Challenges to Overcome When Selling Internationally. Tinuiti.
<https://tinuiti.com/blog/ecommerce/global-retail-biggest-challenges-overcome-selling-internationally/>
- Eurocommerce, 2021, The Value of European Retail - A factbook. Retrieved on 22/10/2022 from:
https://www.eurocommerce.eu/app/uploads/2022/08/2021_05_20-VERF-Full-FINAL.pdf
- Management Study Guide, 2020, International Retailing - Features and Challenges. Retrieved on 21/10/2022 from :
<https://www.managementstudyguide.com/international-retailing-features-and-challenges.htm>
- Ritchie R., 2021, 10 retail skills that are transferable life skills. Retrieved on 20/10/2022 from:
<https://www.upskilled.edu.au/skillstalk/retail-skills-are-transferable-life-skills>
- Dir & Ge. Plataforma líder del entorno directivo. (2 septiembre 2021). El gran reset del retail: retos y tendencias para adelantarse al futuro en el sector del comercio minorista español.
<https://directivosygerentes.es/ecommerce/reset-retail-retos-tendencias-adelantarse-futuro-comercio-minorista-espanol>
- Observatorio de Recursos Humanos (3 febrero 2021). Los empleos y las habilidades más demandadas en España.
<https://www.observatoriorh.com/mercado-de-trabajo/los-empleos-y-las-habilidades-mas-demandadas-en-espana.html>
- Servicio Público de Empleo Estatal (Abril 2018). Estudio Prospectivo del Sector Comercio Minorista en España.
- Vera Hervás, L. (9 septiembre 2022). Radiografía del comercio minorista en España. El País,
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/09/01/autonomos/1662032094_370208.html
- Indeed, (September 30, 2021), “Quelles sont les compétences d’un bon vendeur”,

<https://fr.indeed.com/conseils-carrieres/developpement-personnel/competences-vendeur>

- Arnaud Rousset, “L’emploi salarié du commerce de détail tiré par le commerce alimentaire”, (April 4, 2017), Institut national de la statistique et des études économiques, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2736981>
- Banque de France, (October 20, 2022), “Activité du commerce de détail à fin septembre 2022”,
https://www.banque-france.fr/sites/default/files/webstat_pdf/com_det_2258_fr_conjoncture-commerce-detail-septembre-2022.pdf
- La Banque Postale, (February 23, 2022), “Commerce de détail en France: Panorama par activité”,
<https://www.labanquepostale.fr/professionnels/actualite/commerce-detail-france.html>
- Charafa Chebani, (October 12, 2022), “Pourquoi et comment réussir son implantation à l’international”, CCI France International,
<https://www.cci-france-international.org/le-kiosque/n/pourquoi-et-comment-reussir-son-implantation-a-l-international.html>
- Icons by flaticon.com