

AZIENDA EDICOLA

LE POTENZIALITÀ DELLE EDICOLE



Troppo spesso le rivendite di giornali vengono sottovalutate da chi vuole promuovere il proprio nuovo prodotto. Rimangono, invece, da anni un luogo facilmente accessibile, sono presenti in modo capillare sul territorio e con orari di apertura molto ampi rispetto ad altre attività commerciali.

Il successo di un'iniziativa promossa la scorsa estate dal colosso della telefonia mondiale Vodafone che ha coinvolto, attraverso il servizio Primaedicola del Distributore Nazionale m-dis, migliaia di edicole in tutta Italia, ne è la prova concreta.

Con un suo marchio "low cost" **ho**. Vodafone ha offerto al pubblico una sim ricaricabile con minuti e sms illimitati più 30 GB di traffico dati inclusi a 6,99 euro al mese.

Il cliente finale ha pagato per l'acquisto 16,99 euro (9,99 euro per la sim + attivazione e 7 euro di traffico come prima ricarica) e di questi 5 euro vengono riconosciuti immediatamente all'edicolante all'atto della vendita. Un guadagno interessante per i rivenditori, alcuni dei quali ci hanno raccontato di averne vendute in un mese anche un centinaio.

Un esempio di come l'edicola continua ad avere una forza e una potenzialità, spesso inespressa, a cui gli imprenditori seri potrebbero rivolgersi con maggiore attenzione per lanciare nuovi prodotti "sfruttando" un luogo a vista, una pubblicità sul territorio e ricambiando il rivenditore con un degno compenso.

Cosa che ha capito, invece, la Vodafone con la promozione delle sue sim ricaricabili, consegnate al punto vendita attraverso il Distributore Locale.

L'adesione all'iniziativa non ha comportato alcun costo e canone di gestione per l'edicolante. Ha dovuto, infatti, solo abilitarsi attraverso il servizio Primaedicola e, oltre a ricavi aggiuntivi, ha ricevuto materiale per la pubblicità delle schede telefoniche ricaricabili e conquistato potenziali

nuovi clienti.