



ARTICOLO 052 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Ampiezza e profondità di un assortimento moda

Offrire molti modelli e avere quantità sufficienti di ciascuno sono scelte diverse.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Un assortimento ampio propone molte alternative; un assortimento profondo mantiene più quantità delle referenze selezionate. Entrambe le scelte impegnano spazio e capitale, ma rispondono a esigenze diverse. La decisione dovrebbe partire dal servizio che il negozio vuole offrire.

Molti modelli con poche unità possono favorire varietà, lasciando però rapidamente scoperte alcune combinazioni di taglia e colore. Un'offerta più concentrata può sostenere disponibilità, ma incontrare clienti che cercano alternative. Nessuna delle due configurazioni è sempre preferibile.

Propongo di osservare richieste non soddisfatte e vendite delle combinazioni effettivamente disponibili. Un modello venduto poco potrebbe essere rimasto senza le taglie più richieste. Confrontare soltanto i pezzi totali rischia quindi di nascondere la causa.

Un esempio ipotetico è una linea continuativa con possibilità di riordino rapido. Questa condizione permette decisioni diverse rispetto a una collezione non riassortibile. Il confronto dovrebbe includere tempi del fornitore e vincoli sulle quantità. L'equilibrio tra varietà e disponibilità emerge quando il negozio collega l'assortimento alle esigenze dei clienti e alle risorse necessarie per servirle, evitando di misurare la qualità dell'offerta soltanto dal numero dei modelli esposti.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli