



ARTICOLO 055 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Assistenza dopo la vendita e valore del prodotto

Manutenzione informazioni e gestione dei problemi influenzano l'esperienza anche dopo l'acquisto.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

L'esperienza con un prodotto continua quando il cliente lascia il negozio. Dubbi sulla manutenzione, necessità di un intervento e problemi nell'utilizzo possono modificare la valutazione dell'acquisto. Il servizio dopo la vendita fa quindi parte della relazione con il marchio.

Propongo di rendere chiari contatti, informazioni disponibili e percorso delle richieste. Il personale dovrebbe sapere quali interventi possano essere gestiti direttamente e quali richiedano un altro referente. Diritti e condizioni applicabili vanno verificati separatamente; l'organizzazione del servizio non li sostituisce.

Un esempio ipotetico è un cliente che chiede come trattare un materiale delicato. Una risposta coerente con le indicazioni del prodotto può aiutarlo a utilizzarlo meglio. Risposte contraddittorie aumentano invece l'incertezza, anche quando il contatto è cortese e rapido.

Le richieste ricorrenti offrono informazioni per migliorare spiegazioni e prodotto. Se molti clienti pongono la stessa domanda, potrebbe mancare un'informazione essenziale al momento della vendita. La revisione dovrebbe collegare tempi, soluzione e cause dei problemi. Il valore del servizio emerge quando rende l'utilizzo più comprensibile e sostiene le promesse formulate durante l'acquisto, senza garantire risultati che dipendono da condizioni non conosciute.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli