



ARTICOLO 062 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Il regalo nel lusso e le informazioni che mancano

Chi acquista per un'altra persona deve valutare il prodotto attraverso esigenze conosciute solo in parte.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Acquistare un regalo significa scegliere per qualcuno di cui non si conoscono sempre preferenze, misure e abitudini. Nel lusso, la rilevanza attribuita al marchio può accompagnare esigenze molto concrete. Un prodotto riconoscibile potrebbe comunque risultare poco adatto al destinatario.

Propongo un servizio che aiuti a distinguere informazioni note e supposizioni. Occasione, uso previsto e preferenze espresse possono orientare la scelta. Domande generiche sul prestigio rischiano invece di lasciare irrisolti aspetti importanti, come funzionalità e manutenzione.

La presentazione dovrebbe spiegare condizioni effettive di acquisto e possibilità previste per eventuali cambi, senza presumere una regola identica tra canali e situazioni. Queste condizioni richiedono verifica nelle informazioni applicabili alla transazione. Il cliente deve poter comprendere ciò che sta scegliendo prima di decidere.

Un esempio ipotetico è un accessorio disponibile in varianti simili ma con usi diversi. Mostrare le differenze può essere più utile di ordinare le alternative soltanto per prezzo. La qualità del servizio emerge quando riduce l'incertezza con informazioni precise, rispettando il significato personale del regalo e evitando di presentare una scelta commerciale come universalmente adatta a ogni destinatario.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli