



ARTICOLO 063 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Qualità percepita e qualità che si può descrivere

Le impressioni del cliente possono essere affiancate da caratteristiche osservabili del prodotto.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

La qualità percepita nasce dall'incontro tra prodotto, aspettative e informazioni. Aspetto, tatto e reputazione possono influenzare il giudizio, mentre alcune caratteristiche emergono soltanto nell'utilizzo. Per comunicare bene occorre distinguere queste dimensioni.

Propongo di descrivere costruzione, finiture e condizioni d'uso attraverso elementi verificabili. Una cucitura, una chiusura o un materiale possono essere mostrati e spiegati, evitando formule assolute come qualità insuperabile. Il confronto dovrebbe riguardare prodotti e funzioni pertinenti.

Un esempio ipotetico è un capo elegante che richiede manutenzione accurata. Questa esigenza non dimostra da sola una qualità bassa, ma può renderlo inadatto a chi cerca facilità d'uso. La valutazione dipende da ciò che il cliente si aspetta e dalla chiarezza della presentazione.

Anche il servizio raccoglie informazioni utili: difetti segnalati, domande e difficoltà ricorrenti possono orientare controlli e spiegazioni. Una singola esperienza non permette di descrivere tutta una produzione; occorre mantenere proporzionate le conclusioni. La comunicazione della qualità funziona quando collega impressioni e caratteristiche concrete, offrendo al cliente strumenti per decidere e all'impresa elementi per verificare se il prodotto mantiene le promesse.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli