



ARTICOLO 064 · MODA LUSO E CONSUMATORI

Preordini e lettura della domanda nella moda

Un interesse espresso prima della disponibilità può aiutare a pianificare senza eliminare l'incertezza.

AUTORE Michele Argenziano · PUBBLICATO 4 ottobre 2026

Un preordine può offrire informazioni sulla domanda prima dell'arrivo di un prodotto. Il suo significato dipende però dalle condizioni: una prenotazione senza impegno e un ordine confermato non hanno lo stesso valore per pianificare le quantità.

Propongo di distinguere richieste di informazione, preferenze espresse e impegni effettivi. Le condizioni applicabili, comprese quelle relative a tempi e cancellazioni, devono essere rese comprensibili e verificate per il canale utilizzato. Il dato commerciale va letto insieme a queste differenze.

Un esempio ipotetico è una collezione mostrata a un gruppo di clienti abituali. L'interesse ricevuto descrive quel gruppo, senza dimostrare il comportamento dell'intero mercato. Anche disponibilità delle taglie, prezzo finale e tempo di attesa possono modificare la scelta successiva.

La pianificazione dovrebbe quindi utilizzare il preordine come informazione aggiuntiva, insieme a capacità produttiva e rischio di invenduto. Un monitoraggio può confrontare interesse iniziale, conferme e acquisti completati. Questo aiuta a migliorare le stime future. L'utilità del preordine emerge quando rende più chiara la relazione tra domanda osservata e impegni produttivi, evitando di trasformare segnali preliminari in vendite già realizzate.

Versione digitale disponibile su micheleargenziano.it/articoli