

Black Friday e COVID-19: come verranno organizzate le vendite?

di **Amministratore Sito**

07 Novembre 2020 - 10:56



Se c'è una cosa che il COVID-19 ha insegnato è la capacità di accettare le sfide, offrendo l'opportunità di trovare nuove strade da percorrere. "Innovazione" sarà la parola chiave del prossimo [Black Friday](#), atteso per il 27 novembre, giorno successivo al Ringraziamento. D'altro canto, permettere a moltissime persone di stare per ore una accanto all'altra in un negozio non sembra essere una buona idea di questi tempi. I commercianti hanno già iniziato a organizzarsi, e nelle prossime righe verranno illustrate alcune delle idee partorite finora. Home Depot, ad esempio, ha pensato di non prendere parte al Black Friday (e nessuno dei suoi negozi rimarrà aperto in quell'occasione), optando per due mesi di offerte sia online che nei negozi a partire da novembre. Chiusura condivisa anche da Macy's, che ha anche promesso di fornire in anticipo ai consumatori le informazioni relative alle vendite natalizie, permettendo così di distribuire gli acquisti nel tempo. E alla riapertura del sabato verranno mantenuti i protocolli di allontanamento sociale. Walmart, gigante della vendita al dettaglio, ha preferito non esporsi in merito a una possibile chiusura, anche se il sospetto è che le offerte relative alle vacanze, anche in questo caso, trapeleranno in anticipo. E l'elenco delle attività che preferiranno chiudere il 27 novembre è destinato a crescere settimana dopo settimana.

Il Black Friday del futuro: maggiore creatività supportati dalla tecnologia

Contenuti AR e codici QR? Addio agli acquisti nei negozi fisici? Cosa ci riserverà il futuro? Se alcuni negozi, come visto nelle precedenti righe, hanno già deciso di chiudere i battenti durante il Ringraziamento, difficilmente si effettueranno acquisti in negozio: di conseguenza, sarà lo shopping online a recitare la parte del leone. Eppure, nonostante le restrizioni cui sono sottoposti, i commercianti hanno ancora tempo sufficiente per cercare un rimedio. Potrebbe essere messa in atto una lotteria che preveda come premio l'assegnazione di una fascia oraria da dedicare agli acquisti, al riparo dalla folla. Ad esempio, gruppi di 10 persone saranno liberi di acquistare per mezz'ora o un'ora. Un passo in avanti notevole se si guarda a quanto accaduto negli ultimi anni, con file di persona in attesa di entrare non solo intorno all'edificio, ma estese a interi isolati.

Il fatto che i siti di vendita online saranno inondati di traffico finirà per aumentare le probabilità di incontrare problemi tecnici, con rallentamenti e veri e propri blocchi. Per tale motivo è importante pianificare anticipatamente gli acquisti, e scrivere un elenco degli articoli che si desidera assolutamente avere. Sarà fondamentale anche aggiungerli velocemente al carrello, e verificare che non siano già esauriti prima di inoltrare l'ordine.

Offerte più allettanti nel Black Friday 2020? Molto probabile

Il 2020 è un anno orribile, e questo è noto a tutti. Per questo è probabile che i rivenditori cercheranno di porre rimedio alla situazione con offerte più appetibili, oppure proposte in modo più frequente. Sono destinati a scomparire i tradizionali messaggi relativi a promozioni valide "solo in negozio", in quanto gli sconti saranno disponibili solamente online, incoraggiando le persone ad acquistare in tutta sicurezza comodamente da casa. L'idea di un Black Friday online non sembra essere così male, in fin dei conti: si riceveranno delle offerte in più senza neppure doversi muoversi dal divano dopo l'abbuffata di tacchino.

Un Black Friday in versione estesa

Negli ultimi anni il Black Friday ha visto la sua durata aumentare progressivamente, passando da un weekend a un mese. E nel 2020 potrebbe essere ancora più lungo. Meglio avere un portafoglio già pronto a ottobre per iniziare ad approfittare delle offerte anticipate. Con l'approssimarsi delle festività natalizie le caselle di posta cominceranno a essere invase da codici QR relativi a offerte imminenti. E anche i Black Friday dei prossimi anni avranno nella tecnologia un fattore capace di migliorare l'esperienza. Un lettore di riviste abituale, sfogliando le pagine potrebbe trovarsi di fronte a speciali codici QR volti a promuovere l'acquisto di prodotti pubblicizzati presso rivenditori come Amazon, Best Buy e Walmart. È possibile immaginare che, via via che gli acquisti diverranno sempre più "virtuali", i lettori avranno accesso a offerte speciali in occasione del Black Friday, scansionabili direttamente dalle pubblicazioni cartacee.

Chi ama fare shopping nei negozi durante il Black Friday avrà nella realtà virtuale la via ideale. Alcune aziende, come Youcan, si stanno già impegnando nell'organizzare spazi di vendita al dettaglio virtuali in grado di far provare agli utenti sensazioni equiparabili agli acquisti effettuati nei negozi fisici. Che l'obiettivo sia evitare un virus mortale o non venire infastiditi da folle oceaniche di persone non importa.

Lo shopping ad attivazione vocale pronto a spiccare il volo

Alexa è ormai divenuto un fedele assistente per chi cerca una risposta a una qualunque domanda, o desidera informarsi sulle previsioni del tempo. L'assistente vocale potrebbe

trasformarsi in un elemento chiave dello shopping nei giorni del Black Friday. Esistono già dei comandi di acquisto integrati; pertanto, utilizzare la propria voce per fare acquisti appare del tutto naturale. E forse vedremo alcune offerte esclusive di Amazon per gli utenti Alexa. Gli appassionati di Instagram probabilmente avranno già provato ad acquistare articoli da un post o da un annuncio. Le offerte del Black Friday, alcune esclusive, potrebbero interessare la pagina “Esplora” e i feed di marchi e influencer.

Anche se ancora è presto per avere certezze sulle modalità da seguire per gli acquisti futuri, un’innovazione interessante per il Black Friday è rappresentata dal carrello Amazon Dash. Tra le opzioni disponibili è previsto anche il checkout senza cassiere: una soluzione perfetta per limitare i contatti. Altre novità riguardano i programmi di acquisto personale, Instacart in primis. Si potrebbe anche avere qualcuno pronto a effettuare gli acquisti al posto nostro, vedendosi consegnare gli articoli il giorno stesso. Che il Black Friday 2020 sarà strano è certo, ma la tecnologia saprà stupire ancora una volta, con cambiamenti innovativi nel mondo dello shopping destinati ad accompagnare il futuro dei consumatori anche negli anni a venire.