



## Il settore degli orologi di lusso e il marketing

tag: orologi di lusso, orologeria, alta orologeria, marketing, strategie

### Le strategie degli ultimi anni sono state fallimentari?

Il mondo del lusso è davvero molto particolare, un mondo che non vive la crisi economica mondiale in modo intenso come invece accade per altri settori. Nonostante la crisi infatti al mondo ci saranno sempre persone agiate pronte ad acquistare un orologio anche ad un costo davvero molto elevato, nonostante la crisi inoltre ci saranno sempre occasioni importanti nella vita in cui l'orologio di gran classe rimane l'unico regalo perfetto da fare. Nonostante questo un seppur leggero calo delle vendite è stato comunque registrato nel corso degli anni, calo che potrebbe anche essere imputato a qualche errore nelle strategie di marketing. Ci rendiamo perfettamente conto che si tratta di un'affermazione azzardata, di un'affermazione che arriva però direttamente da alcuni esperti del settore e che merita di essere presa in considerazione.

Le strategie di marketing del settore orologiaio - Secondo questi esperti il problema è che le strategie di marketing del settore orologiaio sono ormai le stesse da anni, strategie che sono rimaste immutate con il passare del tempo e che non sono andate dietro alle mode del momento. Non solo, queste strategie sono esattamente le stesse per ogni brand di alta orologeria. Ecco allora che nelle città di tutto il mondo vediamo affissi manifesti pubblicitari con poche parole di testo, spesso anche senza alcun testo, alcuna parola di accompagnamento. Il manifesto mette in primo piano una personalità particolarmente importante, solitamente del mondo dello spettacolo oppure del mondo dello sport, e troneggia in primo piano anche ovviamente il simbolo icona della maison e il suo nome. Queste stesse identiche pubblicità vengono pubblicate anche sulle riviste, sia quelle di moda che quelle di settore. Queste immagini sono riprese anche per la realizzazione degli spot televisivi. Un altro elemento che accomuna tutte queste pubblicità sono i colori, solitamente infatti lo sfondo è piuttosto scuro, cupo, uno sfondo che nasce per mettere in risalto solo ed esclusivamente l'orologio, il suo pregio, la sua eleganza.

I costi delle strategie di marketing - Ci verrebbe da pensare che strategie così uguali tra loro e così costanti nel tempo non abbiano costi particolarmente ingenti. La realtà è ben diversa invece, vengono infatti spesi milioni e milioni di dollari ogni anno soprattutto per riuscire ad accaparrarsi il testimonial più in voga del momento. Pensate che alcune delle più importanti maison orologiere del mondo arrivano a spendere addirittura il 60% delle loro entrate proprio in marketing.

Le strategie di marketing funzionano? - Questa è la domanda che dobbiamo a questo punto porci, se queste strategie riescono davvero a portare nuovi clienti alle maison orologiere e se quindi ha davvero senso spendere tutti questi soldi in pubblicità anno dopo anno identiche. Sicuramente scegliere un testimonial in questo momento particolarmente in voga è di aiuto, è un modo infatti per catturare l'attenzione. A quanto

pare sono soprattutto i testimonial maschili del mondo dello sport i migliori in questo campo, dopotutto infatti il settore degli orologi di lusso vuole arrivare soprattutto al cuore degli uomini di oggi che come ben sappiamo amano lo sport e vedono in questi personaggi degli uomini a cui vorrebbero assomigliare. A ben pensarci sembra però che le pubblicità non abbiano poi un grande impatto nel mondo orologiaio, dopotutto infatti in questo settore si va alla ricerca dell'eccellenza e anche senza un cartellone pubblicitario coloro che si intendono di orologi sanno su quale brand devono fare affidamento. Sì quindi alla scelta di un testimonial d'eccezione, ma forse se davvero si desidera che un cartellone pubblicitario desti attenzione e porti nuovi clienti sarebbe il caso di realizzare qualcosa di nuovo, di diverso rispetto agli altri brand, di davvero accattivante. Se le maison orologiaie vogliono allargare le loro vendite anche a clienti che sino a quel momento non hanno neanche preso in considerazione l'idea di scegliere proprio uno dei loro orologi è ovvio che devono dare a questi possibili clienti una motivazione, devono trovare il modo quindi attraverso le strategie di marketing di mostrare perché è preferibile scegliere proprio quel brand e proprio quell'orologio, che cosa c'è insomma di speciale.

Queste considerazioni possono essere importanti non solo per le strategie di marketing delle maison orologiaie, ma anche per i rivenditori di orologi e per le gioiellerie che decidono di tenere anche questi articoli. Alle volte insomma basta scegliere un messaggio diverso, magari un po' più diretto, e un'immagine un po' più stravagante per riuscire a catturare l'attenzione di nuovi clienti. Un piccolo consiglio per tutti insomma da prendere a nostro avviso in considerazione.