

L'ESPERTA UN CORSO CON LA STAR

Carla dalla tv ai negozi

Lezioni da fashion guru



Il negozio dev'essere reso accogliente, confortevole e accattivante

Il cliente ama voi e non il centro commerciale

Carla Gozzi
Esperta di moda

Lei non cammina, volteggia. Non spiega, suggerisce. Non insegna, anticipa mode, tendenze, sogni e bisogni di chi compra, ma soprattutto di chi casca in boutique, alla ricerca di quel «non so che». Il «che» significa uscire con l'ennesimo vestito nero, simile a quelli che già si stipano in un armadio strapieno, ma del quale la shopaholica sentiva la mancanza. Ennesimo episodio della serie: «Non posso vivere senza», sottotitolo di ogni rovinosa puntatina di shopping che si rispetti e strettamente connesso alla bravura di chi sta dietro il bancone.

A una trentina di operatori bergamaschi, di corso più o meno lungo, con negozi tra città e provincia (da Sarnico a Calusco, «Cerchiamo di resistere con le unghie delle mani e dei piedi»), non è parso vero ieri di avere a disposizione per un'intera giornata lei, Carla Gozzi, incontrastata guru di moda e stile. Presenza tutt'altro che convenzionale (che si ripeterà il prossimo lunedì), inserita nel panel di formazione dell'Ascom, dove la mission commerciale che parte proprio dal presidente Paolo Malvestiti, si declina in una serie di agili corsi con l'obiettivo di affinare l'arte (sempre più difficile) del vendere. La lievità con cui Carlà (con l'accento sulla à) si è incamminata sulle difficili strade di un commercio, alle prese con la crisi, la concorrenza dei centri e di un e-commerce arrembante, è la stessa con cui sa muoversi flessuosa, sugli stiletto 12 centimetri. Portamento e tutto il resto, oggetto di una sana am-

mirazione da parte delle partecipanti al corso di «retail manager» (solo tre maschietti nel gineceo delle vendeuses) arrivate ad Osio Sotto, trafelate e preoccupate di essersi vestite nel modo «giusto».

Superato l'esame del «ma come ti vesti?», Carlà ha snocciolato una serie di piccole astuzie con le quali rendere il negozio accogliente, confortevole, accattivante e chi più ne ha, più ne metta. Già, che cosa metterci? Partendo dall'incontrovertibile «il cliente ha sempre ragione», in un negozio di successo, a sovrastare ordine, pulizia, organizzazione e professionalità di chi vende (elementi questi, dati per scontati) deve esserci quel «quid» di empatia capace di fare la differenza: «Perché il cliente ama voi e non il centro commerciale». Quindi, date le risposte alle grandi domande filosofiche di una vita come di un'impresa (chi sono e dove voglio andare?), nulla potrà più fermarvi in un mondo dove le vetrine possono ampliarsi grazie alla rete e ad un sapiente utilizzo dei social senza limiti di età. «Pure mia mamma che ha 80 anni sa taggare». Qui, nella dimensione virtual, si possono agganciare nuovi clienti «cool, pop e fashion» e unire generazioni.

I commercianti (zelanti) prendono appunti, ma si capisce che più che la grammatica, preferirebbero la pratica. Potessero, la Carlà, se la porterebbero direttamente in negozio con loro.

Donatella Tiraboschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Chi è



● Conduttrice televisiva, blogger e scrittrice, Carla Gozzi è diventata nota al pubblico della tv da quando, nel 2008, ha iniziato a condurre la trasmissione *Ma come ti vesti?!* insieme con Enzo Miccio su Real Time (nella foto sopra, i due esperti di moda)

● Carla Gozzi ha anche pubblicato dei libri basati sulle trasmissioni condotte da lei

● L'esperta di moda partecipa pure a sfilate in veste di opinionista e svolge attività di style coach

