

GBM cartoleria, cancelleria e tanto altro

Da GBM il mondo delle forniture per ufficio si coniuga alla cartoleria per la scuola in un ampio catalogo di prodotti e servizi che Miriam, la titolare, offre con competenza e passione alla sua clientela, con la quale ha instaurato un bel rapporto di scambio e fiducia.

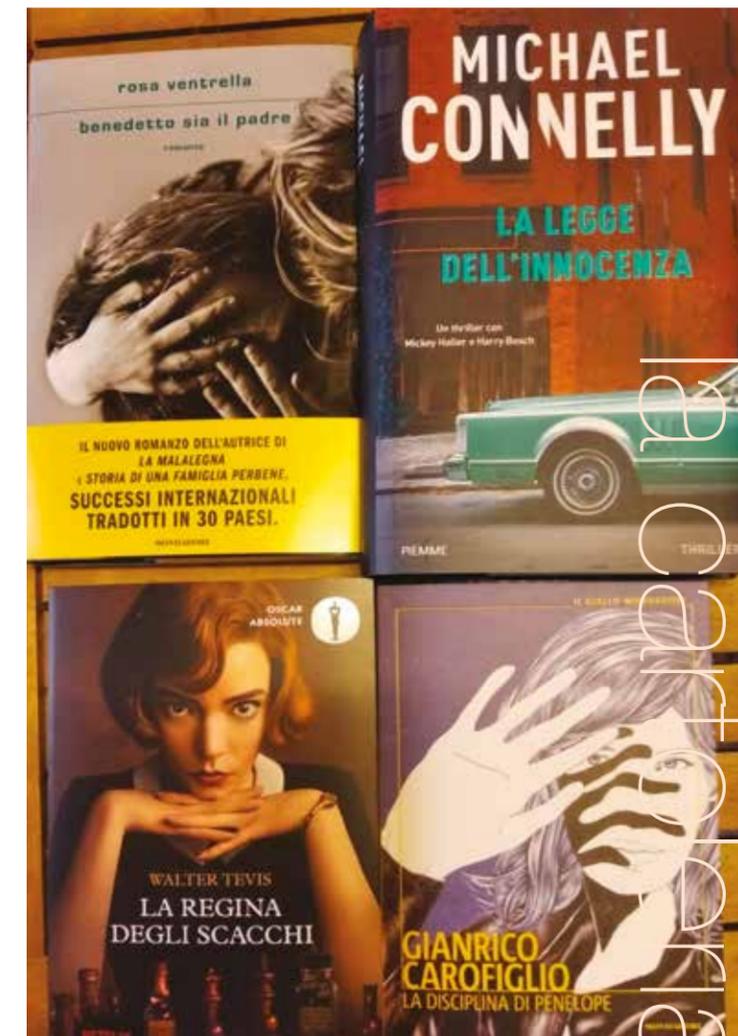
di Camilla Forte

Dal 1973 GBM è sul mercato di Milano della cartoleria e degli articoli per ufficio con competenza e professionalità. Miriam, l'attuale proprietaria, entra nel negozio nel 1987 come dipendente per poi decidere di portare avanti l'attività in prima persona nel 2012. Contestualmente, Miriam trasferisce il negozio da corso Como, dove l'attività è concentrata principalmente sulle forniture per uffici, a via Imbonati, una zona più strategica per l'espansione del business in diverse direzioni.

"Abbiamo fatto diversi sopralluoghi prima di scegliere la zona più giusta per aprire il nuovo negozio", racconta Miriam. "Nonostante il trasferimento, abbiamo mantenuto i rapporti con i nostri clienti fidelizzati del mondo delle forniture per uffici grazie al nostro servizio di consegna. Inoltre, grazie alla posizione strategica del nostro attuale negozio, abbiamo ampliato la nostra offerta di cartoleria vera e propria in virtù della vicinanza a diversi plessi scolastici".

IL VALORE DELLA CONSULENZA

GBM nasce essenzialmente come negozio di cancelleria e forniture per uffici, settore che è sempre rimasto il cuore dell'attività con l'aggiunta al catalogo di prodotti sempre nuovi. La cartoleria per la scuola non è andata a sostituire le forniture per uffici, al contrario ha completato l'offerta in modo da ri-



spondere in modo esaustivo a tutte le esigenze del quartiere. *"Oltre alla presenza delle scuole, infatti, dopo alcuni anni dall'apertura del negozio in via Imbonati, si sono installati nella zona molti nuovi uffici. Con le aziende la sfida è vincere la concorrenza di prezzo dei nuovi canali di approvvigionamento, come l'e-commerce", spiega Miriam. "Facciamo preventivi ad hoc basati sulle esigenze delle singole aziende. Molti dei nostri clienti che hanno provato a fare acquisti online sono tornati da noi dopo aver ricevuto articoli non conformi alle loro necessità e aspettative. Noi ascoltiamo le richieste delle aziende e, conoscendo a fondo i prodotti, siamo in grado di offrire loro la soluzione migliore".*

CRESCE L'OFFERTA, TRA PRODOTTI E SERVIZI

Oltre all'introduzione della cartoleria per la scuola, completano l'offerta di GBM i giocattoli, gli articoli per le feste quali biglietti di auguri, carta regalo e palloncini, testi scolastici e libri, bigiotteria, articoli da regalo e decorazioni. *"I nostri clienti affezionati apprezzano questo tipo di offerta", conferma Miriam.*



Inoltre, l'offerta di GBM è arricchita da una serie di servizi, primo fra tutti la stampa, che si è rivelato particolarmente utile lo scorso anno nei mesi più difficili della pandemia per le famiglie che non avevano a disposizione una stampante a casa. Per rendere più immediato e agevole questo servizio, Miriam ha prontamente attivato un servizio di comunicazione e scambio di documenti tramite WhatsApp. Altri servizi offerti da GBM sono invio e ricezione email, scansioni, plastificazione e copertinatura per i libri, fotocopie in A4 in bianco/nero e a colori e personalizzazione di timbri e targhe.

FESTE E RICORRENZE

La vetrina di GBM viene costantemente aggiornata con le proposte del momento e segue le ricorrenze più amate, da Halloween a Natale, da Carnevale alla festa della mamma. Verso fine agosto, poi, inizia il periodo più importante dell'anno, il "back to school".

Per il rientro a scuola, infatti, GBM stipula convenzioni con le scuole della zona e offre servizi agevolati. Inoltre, a settembre è ormai tradizione per Miriam offrire un regalino a tutti i bambini che fanno acquisti per la scuola nel suo negozio.



CORONAVIRUS, SFIDE E OPPORTUNITÀ

"Fortunatamente siamo rimasti chiusi solo il primo mese e mezzo dallo scoppio della pandemia, poi in quanto cartoleria siamo rimasti aperti anche nei periodi di zona rossa", spiega Miriam. "Durante il periodo di chiusura è rimasto attivo il servizio di consegna a domicilio per le aziende, grazie anche al supporto continuo dei nostri fornitori".

Inoltre, dopo la riapertura, è emerso un trend positivo per la cartoleria GBM, che ha assistito all'incremento di nuovi clienti, persone che abitano nella zona e che prima, a causa della vita frenetica e degli orari di lavoro, non avevano mai l'occasione di passare in negozio. Dall'anno scorso, invece, questi nuovi clienti hanno iniziato a conoscere i servizi di GBM e hanno potuto constatare che il consiglio di un cartolaio che conosce bene i prodotti rappresenta un vero valore aggiunto rispetto ad altri canali di acquisto.

IL DIALOGO CON LA CLIENTELA

Per Miriam la comunicazione con i clienti di GBM è fondamentale. Infatti, ha aperto diversi canali per lo scambio di informazioni che vanno oltre il tradizionale sito web.

"Tramite Google My Business ho la possibilità di comunicare con i clienti dando risposta alle domande che vengono poste. Inoltre, ho messo a disposizione un numero di cellulare dedicato al negozio con il quale, tramite WhatsApp, comunico gli ultimi arrivi e rispondo alle richieste dei clienti in merito alla disponibilità dei prodotti. Infine, c'è il passaparola", spiega Miriam.

NOVITÀ E TENDENZE

Nel mondo della cancelleria da ufficio il principale cambiamento che si è verificato nel corso degli anni riguarda le modalità di vendita. Infatti, con il cambio generazionale, le nuove persone che si occupano dell'acquisto di forniture per ufficio sono tendenzialmente più giovani e più avvezze all'uso dell'e-commerce. Come già detto, però, i risultati non sono sempre soddisfacenti, quindi le aziende continuano a trovare nel cartolaio un importante punto di riferimento.

La cartoleria, invece, è un mondo sempre nuovo, che sta al passo con le tendenze più attuali. "I rappresentanti dei miei fornitori di fiducia passano regolarmente in negozio quando ci sono promozioni particolari o nuovi articoli di punta. Ogni anno, soprattutto in questo periodo, escono sempre molte novità", spiega Miriam. "Spesso, gli youtuber più seguiti da bambini e ragazzi vengono coinvolti dalle aziende produttrici e prestano il loro nome e la loro immagine per gli articoli di cartoleria. Questi trend sono molto importanti. In questo momento, ad esempio, spopolano tra i bambini fino ai 7-8 anni i prodotti dei Me conto Te".