

FEBBRAIO 2026

# **RADAR REPORT**

## **BOOKSTORE & MEDIA**

GOODREADS

# Ottimizzazione customer journey & acquisizione da Amazon.

## EXECUTIVE SUMMARY

# 100+

Voci verificate nel dataset (Febbraio 2026)

# Target

La Feltrinelli  
(E-commerce & Retail)

### Obiettivo strategico

Intercettare i clienti insoddisfatti dai marketplace generalisti facendo leva sui punti di forza unici del brand: l'esperienza fisica e la cura del prodotto.

### La sfida

Trasformare le vulnerabilità percepite (disponibilità stock, packaging) in vantaggi competitivi attraverso una comunicazione trasparente e un servizio omnicanale reale.

# Le parole che attivano l'acquisto o scatenano il reso.

## ⊘ Parole repellenti

---

### "Non disponibile"

Il vero incubo: il sito dice che c'è, ma dopo l'ordine arriva la mail di annullamento.

### "Sparpagliati"

Libri che vagano nella scatola troppo grande senza protezione.

### "Rotti/Difettosi"

Vinili e copertine che arrivano danneggiati.

### "Senza scuse"

Percezione di un servizio clienti freddo che annulla senza compensazioni.

## ✔ Parole magnete

---

### "Ritiro in negozio"

Il vero vantaggio competitivo su Amazon: unisce comodità ed esperienza fisica.

### "Imballo curato"

Fattore wow: il libro deve arrivare "fresco di stampa".

### "Titoli di nicchia"

Vittoria quando si ha quello che gli altri non hanno (non mainstream).

### "Punti/Carta Effe"

La gamification della fedeltà è molto sentita.

# Dove il brand sta perdendo e come chiudere la ferita.

## PROMESSA DEL BRAND

## REALTÀ PERCEPITA

## IL TUO ANGOLO D'ATTACCO

"Disponibilità Immediata"

### LA LOTTERIA DELLO STOCK

Molti utenti comprano credendo che il libro ci sia, per poi vedersi annullare l'ordine dopo giorni.

### Integrazione stock reale

Se non puoi garantirlo, scrivi "In arrivo dai fornitori". L'onestà converte più della falsa disponibilità.

"E-commerce Moderno"

### PACKAGING ANNI '90

Scatole enormi per libri singoli, zero pluriball. I libri arrivano con gli angoli piegati (sacrilegio).

### Safe-Book Guarantee

Promuovi un nuovo standard di imballaggio. Per un lettore, un libro rovinato è un prodotto rotto.

"Reso Facile"

### ODISSEA DEL RESO

Non poter rendere in negozio un acquisto online è percepito come assurdo nel 2026.

### Omnicanalità vera

Abilita il reso in store per gli acquisti online. È la leva più potente per battere i pure-player.

# Contro lo strapotere di Amazon

## LEVA STRATEGICA

Cura del prodotto

## INSIGHT

Basato sulle recensioni che lodano l'imballo curato o si lamentano di libri rovinati dai competitor.

## CANALI SUGGERITI



## VISUAL CONCEPT

*Un video ASMR di un libro perfettamente imballato che viene scartato lentamente. Il suono della carta, la perfezione degli angoli.*

## HEADLINE

***"Il profumo della carta, non quello del cartone schiacciato."***

## BODY COPY

Amiamo i libri quanto te. Per questo non li buttiamo in una scatola a caso. I nostri ordini arrivano protetti, perfetti, pronti per la tua libreria.

# Il "Sequestro" dei soldi

# 02

TENSIONE IDENTIFICATA

## Rimborsi lenti

Basato sulle recensioni che definiscono i brand "ladri di soldi altrui" per i tempi biblici di riaccredito.

### Script video ads

#### OPENING HOOK

*"Perché i tuoi soldi devono rimanere bloccati per 30 giorni se il vestito non ti piace?"*

#### BODY COPY

Basta aspettare i rimborsi come se fossero un favore. Su [Tuo Brand], il rimborso parte nel momento in cui il corriere scansiona il pacco di ritorno. I tuoi soldi sono tuoi.

#### CALL TO ACTION

# La caccia al tesoro

## TENSIONE IDENTIFICATA

### Testi introvabili

Basato sulle recensioni che cercano "testi non mainstream" o edizioni particolari che i generalisti non hanno.

Leva: Catalogo Profondo

#### SCRIPT SOCIAL ADS

##### HEADLINE

***"Il libro che cerchi non è nella Top 10."***

##### BODY COPY

Dalle edizioni vintage ai saggi introvabili. Se ami leggere davvero, non fermarti alla copertina che hanno tutti. Scava nel nostro catalogo.

# Cosa mostrare per convertire, secondo i dati.

Le recensioni lamentano pacchi rotti e capi appallottolati. La tua creatività visiva deve essere l'antidoto a questa immagine mentale negativa.

## L'Anti-Crumple Shot

Non usare foto stock. Usa video/foto in cui si vede il capo estratto dalla scatola: perfettamente piegato, avvolto nella velina intatta.

### PERCHÉ FUNZIONA

Rassicura visivamente che non riceveranno uno "straccio" o un reso altrui.

## Il "Tag Zoom"

Fai close-up estremi sull'etichetta originale attaccata al capo e sulle cuciture perfette.

### PERCHÉ FUNZIONA

Combatte la paura (emersa nei dati) di ricevere merce difettata o di seconda mano.

## Human Proof

Mostra una persona reale (magazziniere o addetto) che controlla la scarpa prima di metterla in scatola.

### PERCHÉ FUNZIONA

Risponde alla frustrazione dell'errore umano (scarpe spaiate) mostrando controllo.

# Modifiche al sito per ridurre i carrelli abbandonati.



01

## Sincronizzazione stock/messaggio

SCHEDA PRODOTTO

*"Stiamo recuperando questo libro dai magazzini esterni. Potrebbe volerci qualche giorno."*

### INSIGHT

Riduce la frustrazione dell'attesa non comunicata (evita l'effetto "non disponibile").



02

## Gestione buoni/gift card

CHECKOUT

*Box "Inserisci Gift Card" visibile quanto quello della Carta di Credito. Non nascondere.*

### INSIGHT

Le recensioni segnalano difficoltà nell'usare il saldo. Semplifica il riscatto.



03

## Cross-sell eventi

PAGINA ARTISTA

*Separa chiaramente "Acquista il CD" da "Acquista il Pass Evento" con colori diversi.*

### INSIGHT

Risolve la confusione segnalata dagli utenti sui biglietti per i firmacopie.

## NEXT STEPS

# Il posizionamento vincente

Asset strategici pronti:

- ✔ **Dizionario della risonanza** Le parole che attivano
- ✔ **Mappa delle vulnerabilità** Dove attaccare i generalisti
- ✔ **Hook library** 3 script pronti per l'uso
- ✔ **Visual intelligence** Strategia creativa
- ✔ **CRO audit** Ottimizzazione conversioni

## LA TUA STRATEGIA

### Posizionamento "Hybrid"

Vinci unendo i due mondi:

**"L'efficienza dell'e-commerce,  
l'anima della libreria."**