

IL LIBRO

GIULIANO
ALUFFI

IL CLIENTE HA SEMPRE RAGIONE

GIORNO 1 non è solo il nome del grattacielo di Seattle dove Jeff Bezos ha i suoi uffici, ma è l'atteggiamento che Amazon richiede a tutti i dipendenti: bisogna sempre pensare di essere nel primo, intenso e febbrile giorno di vita di una start up. Anche se si fa parte di quella che dal 2019 è la più grande azienda quotata del mondo.

Lo racconta nel saggio *Bezonomia* (Hoepli, pp. 320, euro 20,90) Brian Dumaine, giornalista economico per *Fortune*. Ma una delle spiegazioni più illuminanti della crescita mostruosa di

Amazon è un'altra frase di Bezos: «Ciò che ci rende unici è che siamo veramente cliente-centrici, mentre la maggior parte delle altre aziende si concentrano sui competitor più che sul cliente». Attirando numeri sempre maggiori di clienti sul sito, Amazon attira al tempo

stesso più venditori di terze parti desiderosi di accedere al vasto bacino di potenziali acquirenti, e infatti oggi oltre metà di ciò che è venduto su Amazon proviene da venditori indipendenti. Come spiega Dumaine, avere più venditori significa, per Amazon, più fatturato e quindi possibilità di abbassare prezzi e attirare ancora più clienti, che a loro volta richiameranno più venditori. In un circolo virtuoso difficile da arrestare. E che rischia di condurre verso il monopolio planetario.

BEZONOMIA
Brian
Dumaine
Hoepli
pp. 320
euro 20,90

