



# E-commerce: istruzioni per l'uso

Daniele Maggiolo  
senior management consultant

**E il naufragar m'è dolce in questo mare.**

(L'infinito – Giacomo Leopardi)

# E-COMMERCE: MITO E REALTÀ

- I 7 segreti mai svelati per triplicare le vendite online...
- I 15 passi per raggiungere il sicuro successo e senza fatica, usando solo i social...
- Fare soldi senza fatica lavorando 45 minuti al giorno, semplicemente seguendo i nostri consigli...
- Come fare «abboccare» i clienti e vederli ai tuoi piedi...
- I 5 trucchi per controllare, manipolare, influenzare psicologicamente i clienti e renderli fedeli per tutta la vita...

- Un portale e-commerce e un sito web sono due cose completamente diverse
- Un e-commerce «a poco prezzo» che porti volumi e grandi risultati economici in breve tempo non esiste: servono costanti investimenti in tempo e denaro e risorse umane dedicate al continuo presidio del business online
- È indispensabile costruire una squadra di professionisti per le diverse competenze necessarie: troppo spesso aziende che sviluppano siti web si improvvisano esperte di e-commerce
- Non esistono modelli standardizzati che assicurino il successo di un portale e-commerce
- Meno del 2% dei portali e-commerce superano i 12 mesi di attività/presenza

# MARKETING

**VENDERE ?**

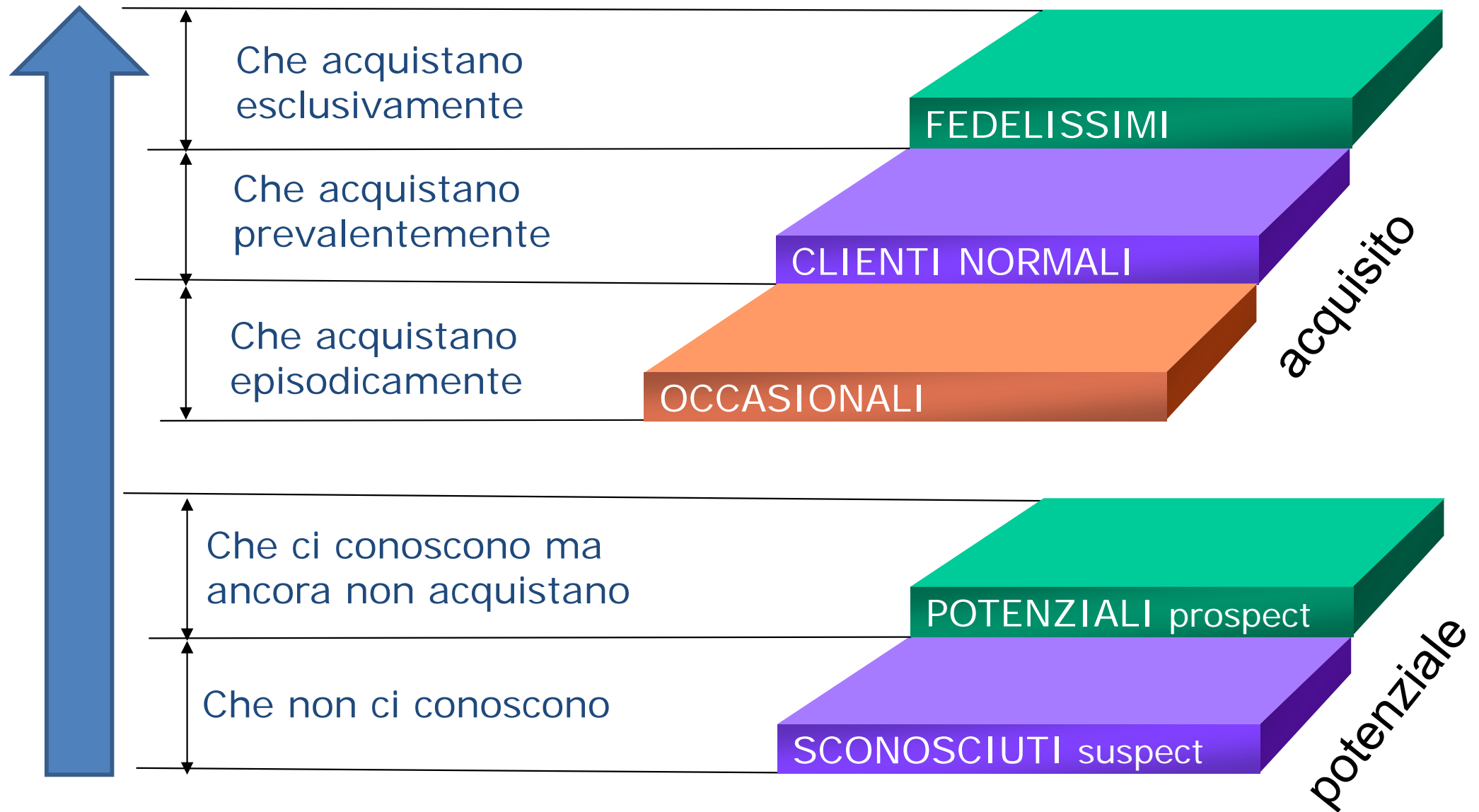
**CONTINUARE A VENDERE!**

- Valore impresa = Valore clientela;
- Valore clientela = Fedeltà clientela;
- Fedeltà clientela = Soddisfazione clientela;
- Soddisfazione clientela = Proposizione di valore offerta dall'impresa;
- Proposizione di valore = Risorse, capacità, processi;
- Risorse, capacità, processi = Valore impresa.



		Prodotti	
		Esistenti	Nuovi
Mercati	Esistenti	<b>Penetrazione di mercato</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Strappare clienti alla concorrenza;</li><li>• Convincere chi non usa il prodotto a diventare cliente abituale;</li><li>• Convincere i clienti attuali ad aumentare la frequenza di uso del prodotto.</li></ul>	<b>Sviluppo del prodotto</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Innovazione di prodotto;</li><li>• Sostituzione di vecchi prodotti con nuovi prodotti;</li><li>• Estensione delle linee di prodotto.</li></ul>
	Nuovi	<b>Sviluppo del mercato</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nuovi usi dei prodotti esistenti per nuovi clienti;</li><li>• Prodotti esistenti per nuovi segmenti o nuovi mercati geografici.</li></ul>	<b>Diversificazione e sviluppo integrato</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nuovi prodotti per nuovi mercati;</li><li>• Integrazione verticale</li><li>• Integrazione orizzontale</li></ul>

# Marketing | tipologia dei mercati e dei clienti

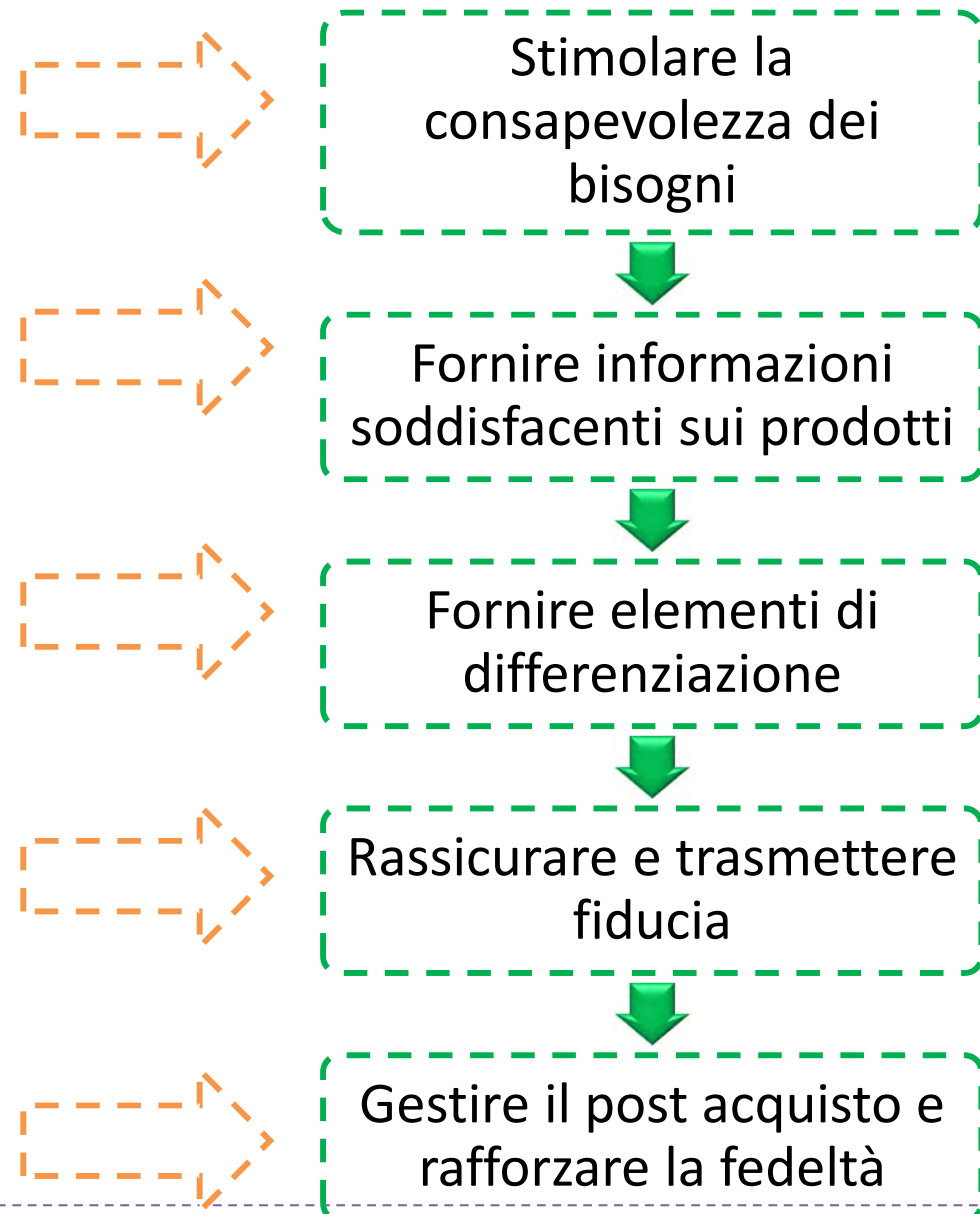


# Marketing | processo decisionale d'acquisto

## CONSUMATORE



## AZIENDA



---

# ERRORI E CATTIVE PRASSI

**Non realizzare un vero e proprio «negozio online» dedicato ma aggiungere un carrello ad un sito per fare anche degli acquisti**

- Non viene percepito come un driver d'acquisto affidabile
- Non viene percepita nessuna «promessa del valore»

### Non assegnare un budget adeguato all'obiettivo perché ... tanto i clienti arrivano lo stesso

- Aprire una attività di e-commerce, significa aprire un vero e proprio «punto di vendita» a tutti gli effetti
- Non è pensabile fare un investimento ridotto e credere di poter avere comunque successo e guadagnare di più in confronto ad uno store fisico

### Sottovalutare l'impatto della logistica dedicata all'e-commerce nel processo d'acquisto

- Un acquisto online arriva all'improvviso
- Dopo l'acquisto DOVETE consegnare i prodotti nei tempi assicurati ed ai costi pattuiti
- Spesso è necessario organizzare una linea di logistica dedicata solo alle vendite online

## Sottovalutare l'impatto dell'e-commerce nella propria organizzazione aziendale

- Sovraccaricare la propria struttura operativa con il nuovo carico di lavoro derivante dall'e-commerce
- Spesso è indispensabile pensare l'e-commerce come ad una azienda dentro all'azienda

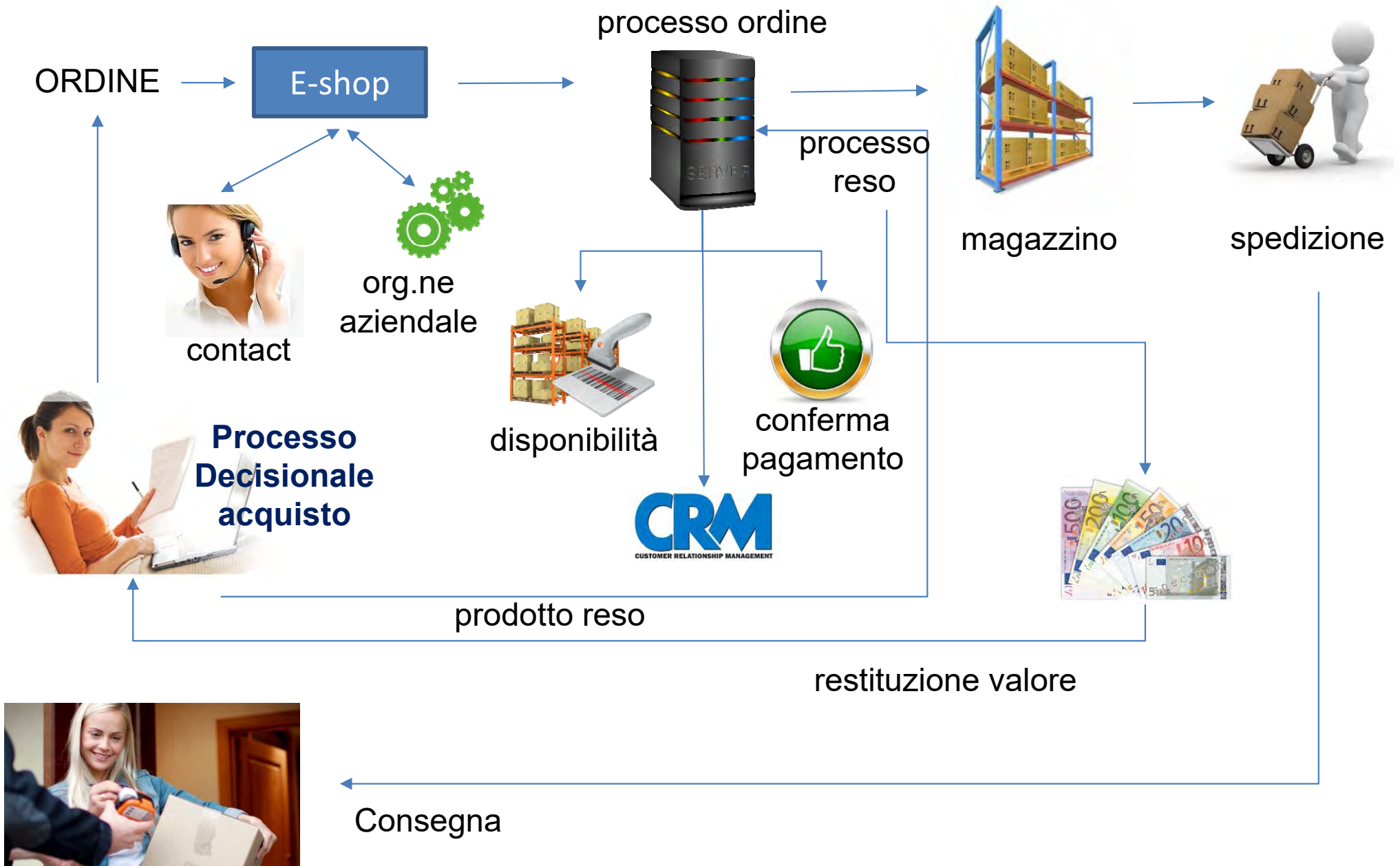


### Complicare inutilmente l'esperienza di navigazione e di acquisto nel portale e-commerce

- Sviluppare un portale che costringe il navigatore a troppi e, spesso, inutili «passaggi»
- Implementare una procedura di registrazione, gestione del carrello e conclusione di acquisto di difficile uso da mobile

# START-UP E PIANO DI AZIONE

# E-commerce | mappa flussi operativi



# E-commerce | start-up e piano d'azione

---

- Definire una strategia: brand management, scenari, business plan, analisi competitor, costruzione pool professionisti...
- Web design: grafica, usabilità, coordinamento immagine...
- Contenuti: scelta prodotti, testi multilingue, foto, video...
- Tecnologia: piattaforma, sviluppo codice, integrazione con altri sistemi...
- Marketing: online, offline, attività di monitoraggio, customer experience...
- Gestione: merchandising, customer care, CRM, statistiche...
- Logistica: magazzino, spedizioni, gestione resi...
- Contabilità: fatturazione, incassi e ristorni...

Ricordate che il più importante ordine che potete ottenere da un cliente è il suo secondo ordine.

Il Ministero dello Sviluppo Economico ha pubblicato il Bando per la digitalizzazione delle PMI che prevede un “voucher”, di importo non superiore a 10 mila euro. Il voucher è utilizzabile per l'acquisto di software, hardware e/o servizi specialistici tra i quali lo sviluppo di soluzioni e-commerce.

Le domande potranno essere presentate esclusivamente tramite procedura informatica a partire dalle ore 10.00 del 30 gennaio 2018 e fino alle ore 17.00 del 9 febbraio 2018.

GRAZIE!