



10
FEBBRAIO
2015

di LUCIA ROMANELLI e DANIELE BORRELLI

Cosa faremo oggi

- ✓ Alcuni dati sull'e-commerce a livello mondiale e nazionale
- ✓ Caratteristiche principali di un e-commerce, con analisi di caso
- ✓ Come realizzare un e-commerce (di proprietà o attraverso siti di terze parti)
- ✓ Suggerimenti per far crescere il business online





E-COMMERCE: DATI IN PILLOLE

Mondo

1'173,5
Miliardi di €
di fatturato

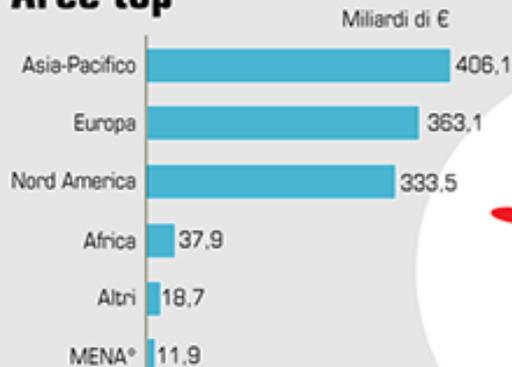
+13,6%
Anno su anno

4,2%
Beni venduti
online sul TOT

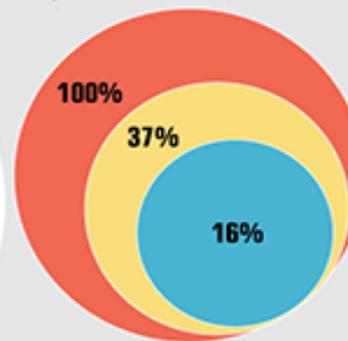
73,4%
Accesso al web
da mobile



Aree top



*Medio Oriente e Nord Africa



7,2 miliardi
Persone

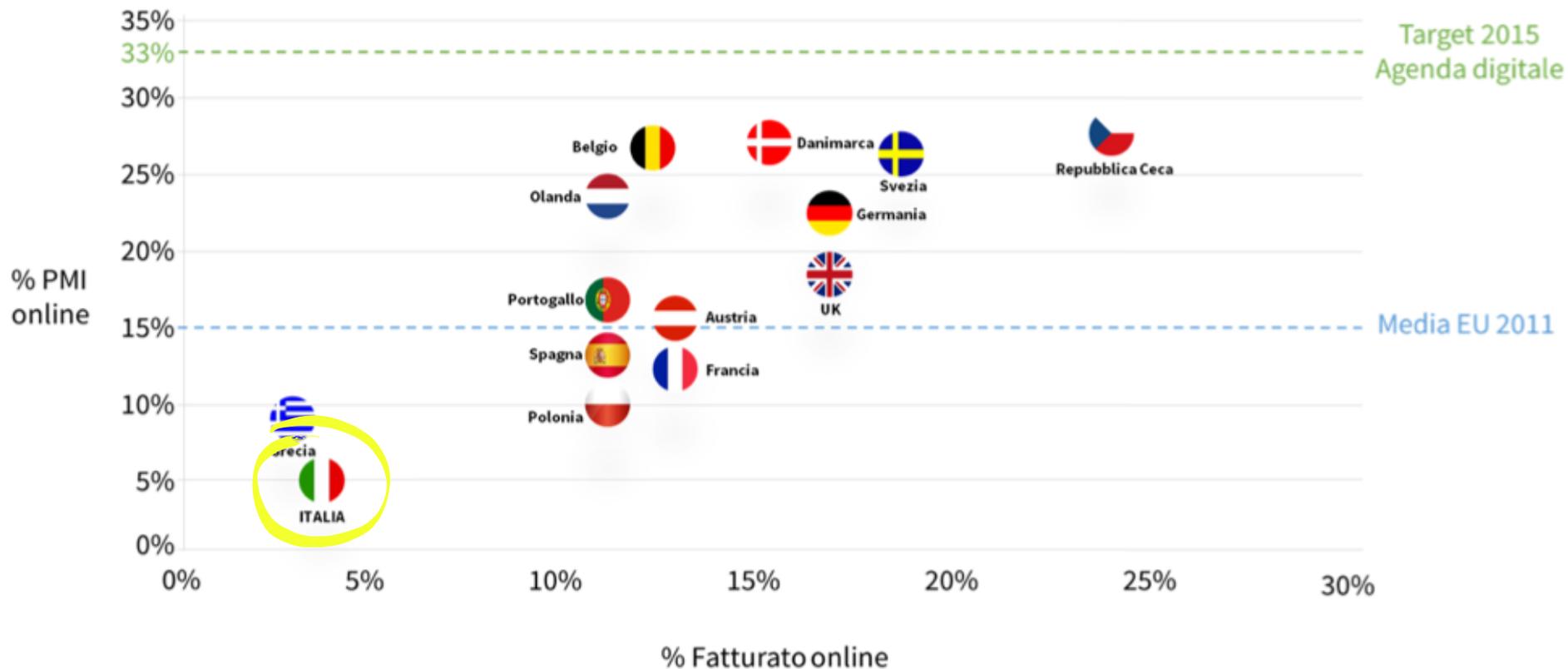
2,7 miliardi
Chi usa internet

1,2 miliardi
Chi compra online

Fonte: Ecommerce Europe report, 2014



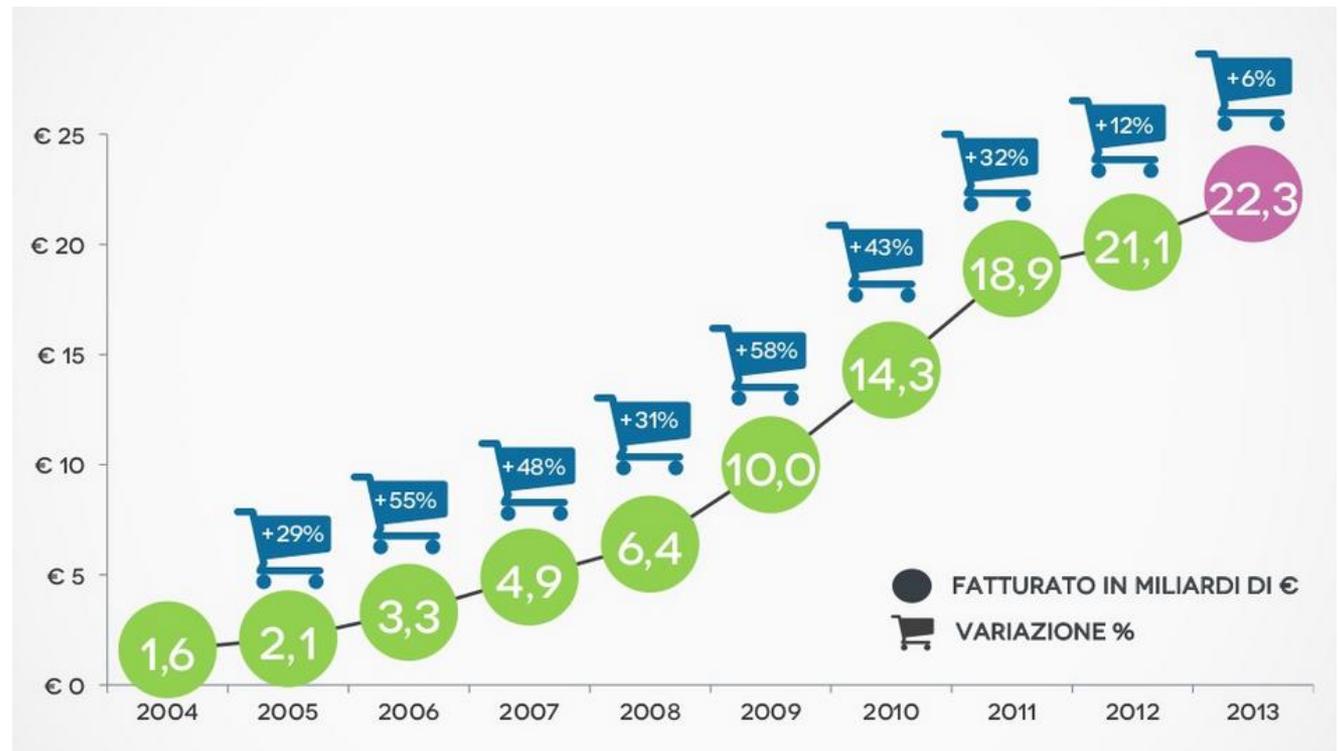
Il posizionamento delle PMI ITALIANE rispetto alla media europea



Fonte: Unioncamere, 2014



Il valore in Italia



I settori principali

Fonte: Casaleggio Associati, 2014



L'e-commerce è l'unico canale di vendita nel quale la spesa delle persone è in **AUMENTO!**



Fonte: RetailMeNot, 2014

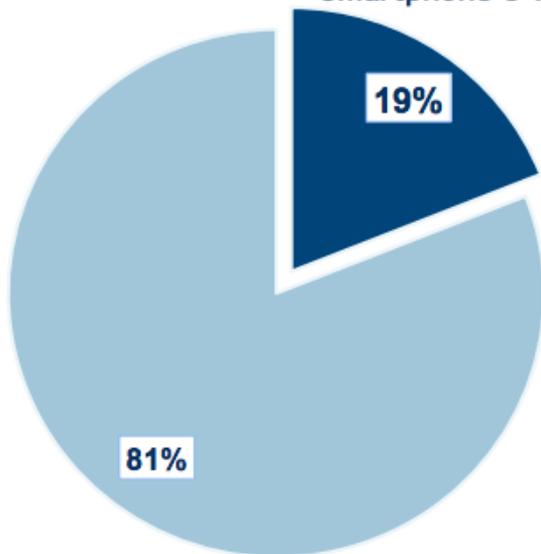


Cresce molto velocemente anche il **MOBILE COMMERCE**



**Il peso dei nuovi device
sul totale mercato eCommerce**

eCommerce da nuovi device
- Smartphone e Tablet -



Fonte: Osservatorio ecommerce B2C Politecnico di Milano, 2014



Il processo di acquisto (e il consumatore) sta cambiando...



Ricerca informazioni

62%



Navigazione su Internet

67%



Shopping online

49%

Prima di acquistare, i consumatori ricercano in rete più informazioni possibili **passando da un dispositivo all'altro**



COME INIZIO A VENDERE ONLINE?



Prima di aprire un e-commerce: **FACCIAMOCI QUALCHE DOMANDA!**

- Hai fatto uno **studio di fattibilità**?
(aspetti economici, tecnici, pratici e strategie di sviluppo)
- Conosci il tuo **target**?
- Chi sono i tuoi **concorrenti**?
- **Perché** un cliente dovrebbe comprare i tuoi prodotti?





Per aprire un e-commerce: **ADEMPIMENTI BUROCRATICI**

- ✓ **SCIA** (Segnalazione Certificata di Inizio Attività) al Comune
- ✓ Iscrizione alla **banca dati VIES** (*Vat Information Exchange System*), per essere autorizzati a compiere operazioni IVA intracomunitarie
- ✓ Definizione delle **Condizioni di vendita**, chiare e sempre consultabili

In particolare, è obbligatorio indicare:

- Le **caratteristiche** principali dei beni/servizi venduti
- Il **prezzo** totale dei beni/servizi, comprensivo delle imposte
- Le **spese** aggiuntive di spedizione
- In caso di **diritto di recesso**, indicare le condizioni, i termini e le procedure per esercitare tale diritto
- I **mezzi di pagamento** accettati
- Le eventuali **restrizioni** relative alla consegna dei prodotti acquistati



(Per approfondimenti: PMI.IT)



Caratteristiche di un BUON e-commerce

- ✓ Avere un carrello multifunzionale e sempre in evidenza
- ✓ Ridurre al minimo i passaggi dell'acquisto (max 3)
- ✓ Molto spazio alla SEO
- ✓ Struttura semplice e intuitiva
- ✓ Garantire una ricerca avanzata
- ✓ Registrazione utente





Caratteristiche di un BUON e-commerce

✓ Immagini ad alta risoluzione

✓ Informazioni accurate

✓ Garantire sicurezza



✓ Modalità di pagamento variegata



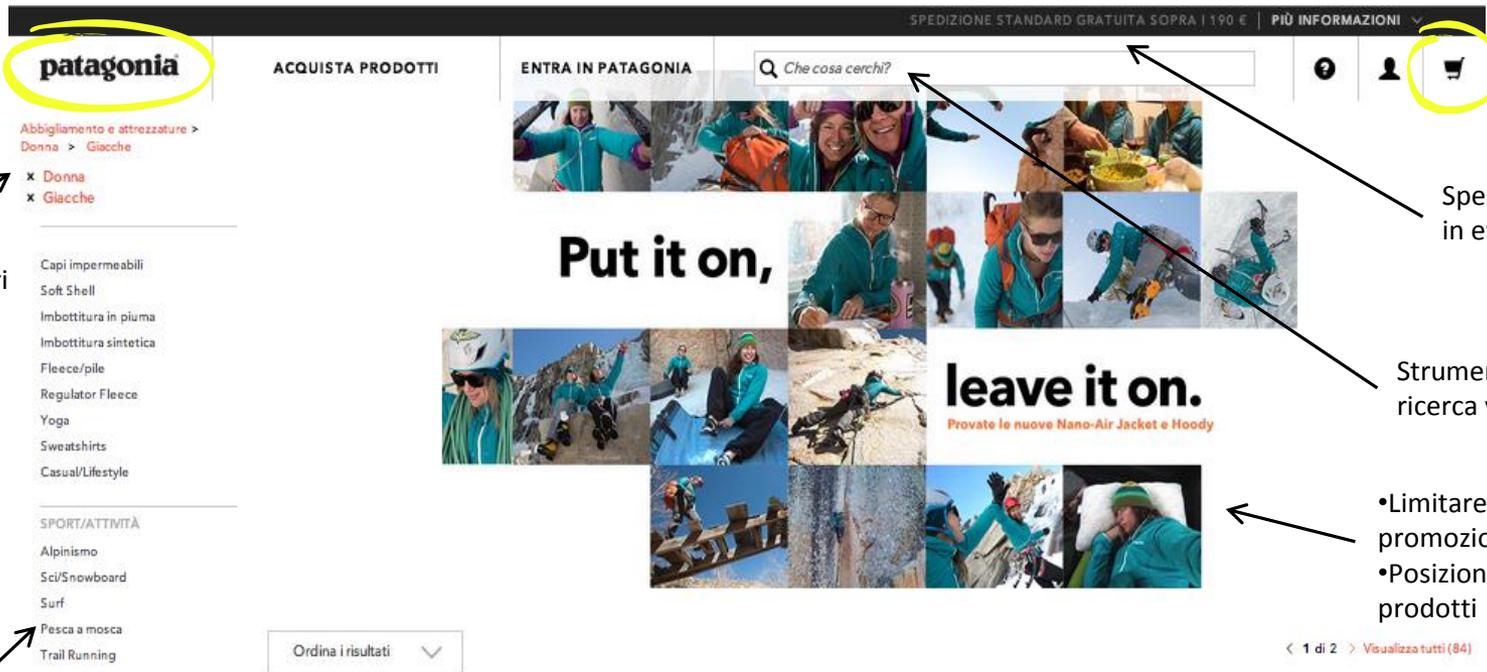
✓ Contatti e spese di consegna sempre in evidenza

✓ Avere cura del cliente





Analizziamo un esempio: Patagonia



patagonia

ACQUISTA PRODOTTI

ENTRA IN PATAGONIA

Q Che cosa cerchi?

SPEZIONE STANDARD GRATUITA SOPRA I 190 € | PIÙ INFORMAZIONI

Abbigliamento e attrezzature >
Donna > Giacche

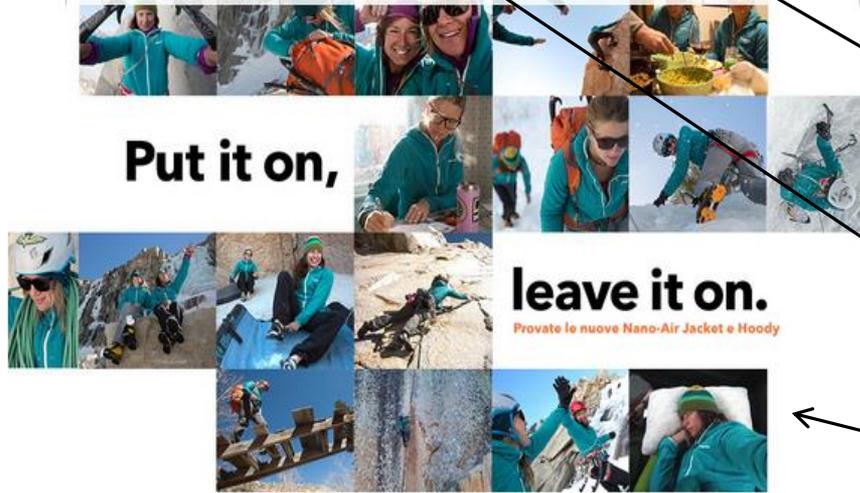
x Donna
x Giacche

- Capi impermeabili
- Soft Shell
- Imbottitura in piuma
- Imbottitura sintetica
- Fleece/pile
- Regulator Fleece
- Yoga
- Sweatshirts
- Casual/Lifestyle

SPORT/ATTIVITÀ

- Alpinismo
- Sci/Snowboard
- Surf
- Pesca a mosca
- Trail Running

Ordina i risultati



leave it on.

Provate le nuove Nano-Air Jacket e Hoody

< 1 di 2 > Visualizza tutti (84)

Spese di consegna in evidenza

Strumenti di ricerca visibili

•Limitare l'uso di banner promozionali
•Posizionateli prima dei prodotti

•Uso accurato e limitato dei colori aziendali
•Forte contrasto tra testo/sfondo

Struttura di navigazione pulita, chiara e intuitiva

•Prodotti presentati in modo ordinato
•Foto di qualità
•Possibilità di fare lo zoom sui dettagli
•Prezzo in evidenza



W's Super Alpine Jacket
550 €



W's Leashless Jacket
350 €



W's Alpine Houdini Jacket
170 €



Analizziamo un esempio: il carrello di Patagonia

Spese di consegna in evidenza

SPEDIZIONE STANDARD GRATUITA SOPRA I 190 € | PIÙ INFORMAZIONI ▾

patagonia ACQUISTA PRODOTTI ENTRA IN PATAGONIA

Cassa

Revisione degli articoli dell'ordine

State andando alla cassa come ospite.
 Se vi siete già registrati su Patagonia.com, fate clic su **Accedi**.
 Se no **create** qui il vostro account. È facile e veloce.

Invitare gli utenti a registrarsi al sito



W's Leashless Jacket
#84945

Dark Currant (DKCT)

M

350,00 €

1

350,00 €

Disponibile: spedizione in 2-3 giorni

[Modifica](#) | [Rimuovi](#)

1 articolo(i) Subtotale: **350,00 €**

Carrello flessibile e facile da modificare

[Torna agli acquisti](#)

PROSEGUI

Potrebbero piacerti anche:

Consigliando altri prodotti, possiamo stimolare ulteriori vendite!



Friction Belt
25,00 €



Klean Kanteen Vintage '73 Bottle
25,00 €



Expedition Sewing Kit
25,00 €



Analizziamo un esempio: il check-out di Patagonia

Cassa

Articoli da spedire



W's Leashless Jacket
350,00 € #84945
colore: Dark Currant (DKCT)
taglia: M
qtà: 1 Subtotale: 350,00 €

Disponibile: spedizione in 2-3 giorni [Modifica](#) | [Rimuovi](#)

1 articolo(i) Subtotale
350,00 €

- Anticipare quante più informazioni utili possibili
- Quando necessario, specificare se i prezzi includono o meno l'IVA

Informazioni di spedizione

*Indica i campi obbligatori

State andando alla cassa come ospite.
Se vi siete già registrati su Patagonia.com, fate clic su [Accedi](#).
Se no [create](#) qui il vostro account. È facile e veloce.

Nome*

Cognome*

Azienda o istruzioni speciali

Indirizzo*

Città*

CAP*

- Invitare gli utenti a registrarsi al sito
- I form devono essere brevi e puliti: richiedere solo le informazioni realmente necessarie
- La registrazione dell'utente dovrebbe avvenire soltanto alla fine del processo di acquisto

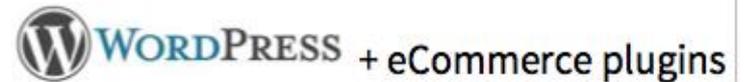
➔ **L'acquisto deve realizzarsi in pochi passaggi**

➔ **Nel momento del check-out, evitare inutili distrazioni**



Realizzare un e-commerce

**Siti di
Proprietà**



**3rd
Parties**



Presenza online

Vendita online



Realizzare un e-commerce su siti terzi

**Siti di
Proprietà**



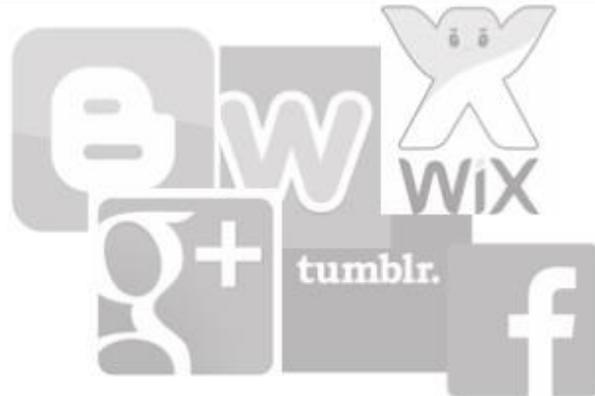
Joomla!



Drupal



**3rd
Parties**



Presenza online

Vendita online



Realizzare un e-commerce su siti terzi

L'azienda stipula degli accordi commerciali con un soggetto terzo, tramite i quali esternalizza la promozione online, la vendita e la consegna.

PRO

- **Impegno minimo** in termini di organizzazione e risorse da destinare alla gestione delle vendite online
- Si trae vantaggio della **visibilità online** creata dal soggetto terzo
- **Rapida attivazione**

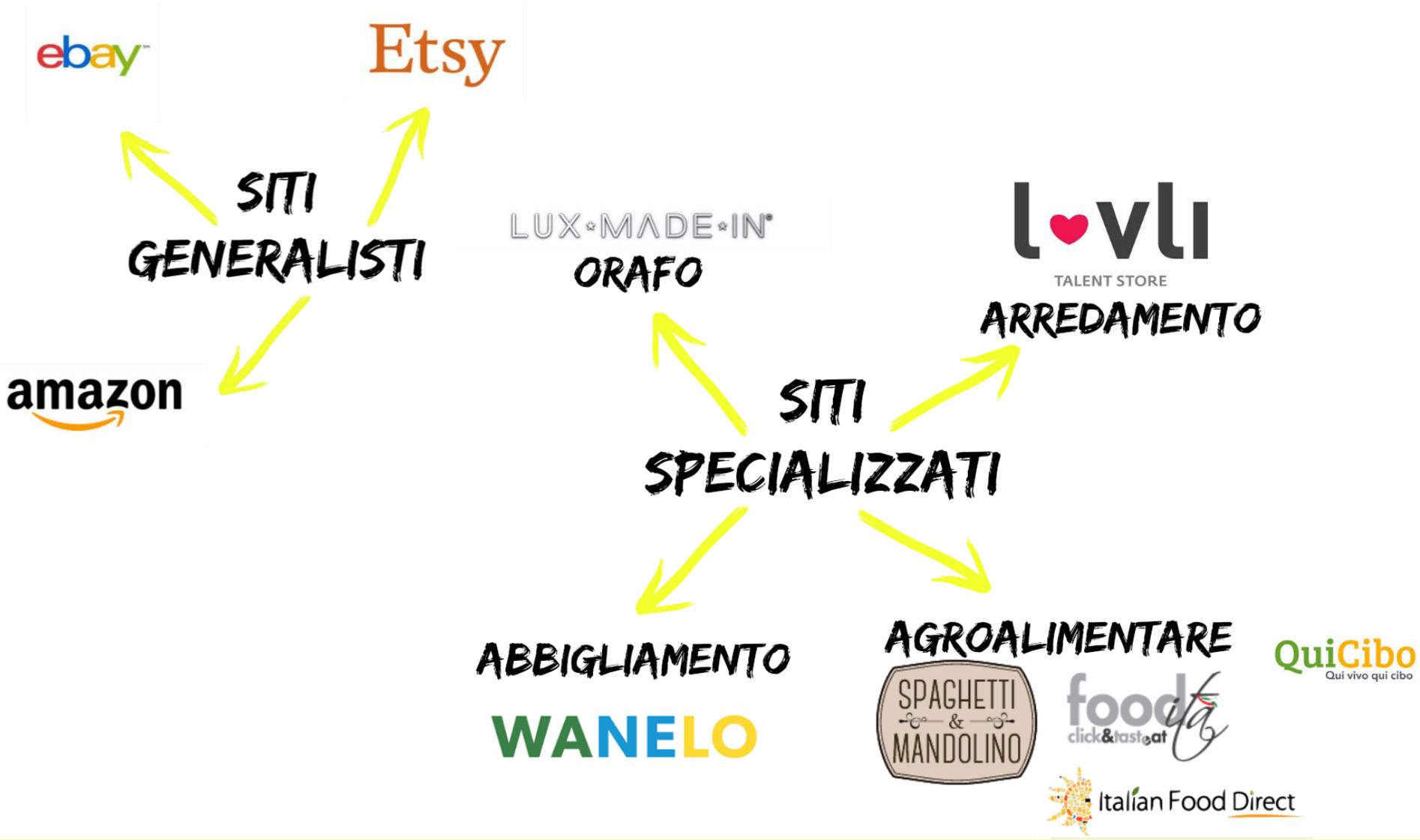
CONTRO

- **Politiche commerciali** gestite dal soggetto terzo
- Prodotti fanno parte di un più **vasto catalogo** che viene gestito completamente dal rivenditore
- **Minor margine** sulle vendite





Realizzare un e-commerce su siti terzi





Realizzare un e-commerce di proprietà

**Siti di
Proprietà**

 WORDPRESS Joomla! Drupal	 opencart WORDPRESS + eCommerce plugins PRESTASHOP Magento
--	--

**3rd
Parties**

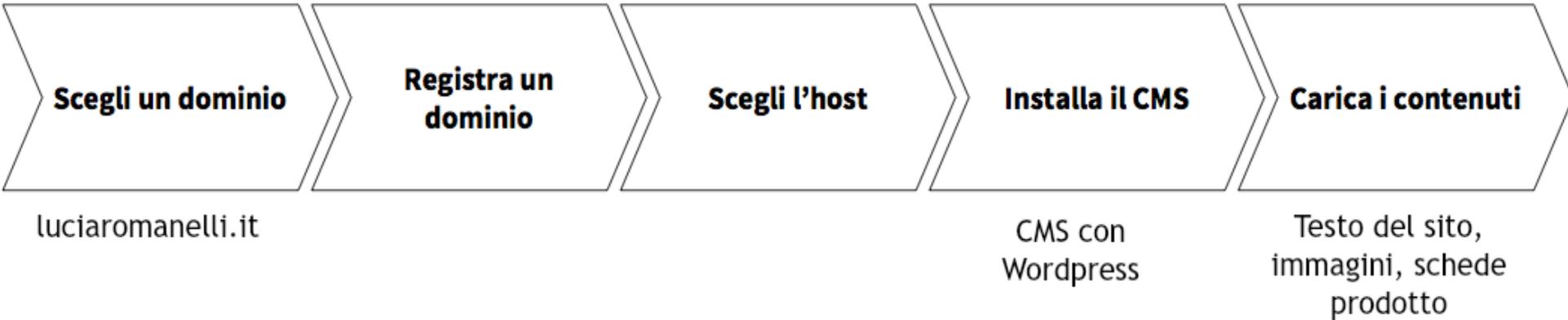
 	 amazon ebay Etsy shopify
----------------------	---

Presenza online

Vendita online



Realizzare un e-commerce di proprietà



+ eCommerce



WooCommerce





Realizzare un e-commerce di proprietà

	Semplicità	Funzionalità	Costo	Catalogo Prodotti
	Semplice	Standard	Basso	Pochi prodotti con poche varianti
	Complesso	Numerose	Medio	Cataloghi medio-grandi Facilità di inserimento dei prodotti
	Molto complesso	Numerose	Elevato	Ampio catalogo con molte varianti (colore, taglia, modello)



...E I CLIENTI???



Farsi trovare dai clienti

 Google AdWords è la piattaforma pubblicitaria di Google

→ Consente di raggiungere i consumatori quando **cercano attivamente** informazioni sul web



I tuoi annunci vengono visualizzati in corrispondenza di contenuti pertinenti



Gli utenti fanno clic sui tuoi annunci



E si mettono in contatto con la tua attività commerciale



Google AdWords

VANTAGGI

- Il venditore **decide il budget** da destinare alla campagna pubblicitaria
- Si **paga solo per i click ricevuti** (sistema CPC – costo per click)
- **Targetizzazione** del pubblico (dati demografici, interessi, ecc...)
- Indicare **l'area geografica** da raggiungere (città, regione, nazione)
- Scelta del **formato** (annunci di testo, banner, video)
- **Monitoraggio** dei **punti di forza** dell'annuncio tramite report sul **rendimento** degli annunci



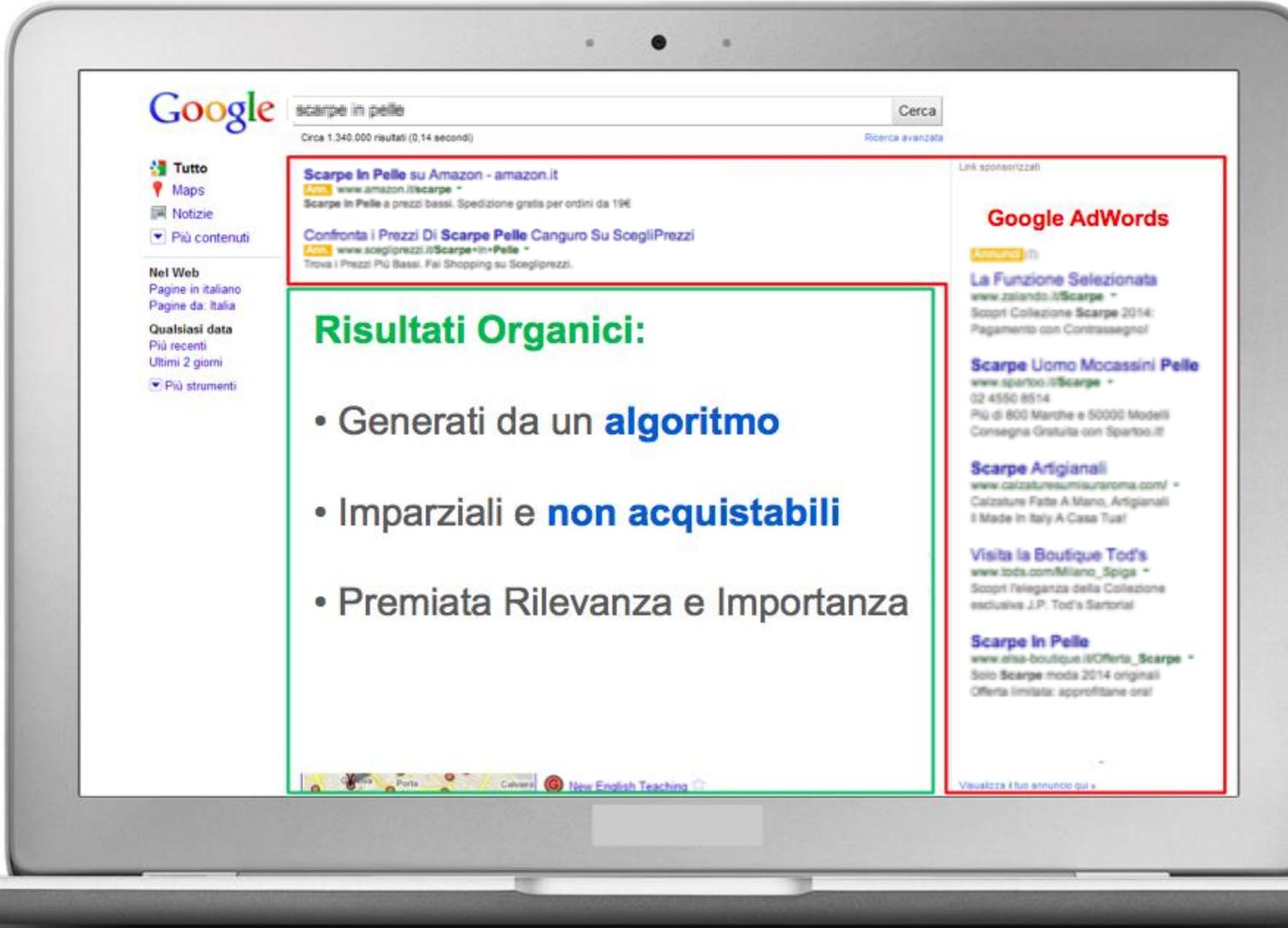


Google AdWords



- Parole chiave attivano la pubblicazione degli annunci

Ricerca keyword
 {
[Google Trend](#)
[Keyword Spy](#)
[Keyword Eye](#)
 }



Google AdWords

Risultati Organici:

- Generati da un **algoritmo**
- Imparziali e **non acquistabili**
- Premiata Rilevanza e Importanza



Più inserzionisti usano la stessa parola chiave per attivare i loro annunci

Come fa Google a determinare gli annunci da pubblicare e l'ordine di pubblicazione?

Ads ⓘ

Scarpe in Pelle | Pediconfort
www.laredoute.it/ ▾
Non perderti i nuovi articoli in Super Saldo su La Redoute!

Deichmann Scarpe di pelle
www.deichmann.com/Scarpe ▾
Scopri la Nuova Collezione Online. Compra Comodamente da Casa Tua!
📍 Sesto San Giovanni
02 2430 8785

Scarpe In Pelle su Amazon
www.amazon.it/scarpe ▾
Scarpe In Pelle a prezzi bassi. Spedizione gratis per ordini da 19€

Scarpe Eleganti di Pelle
www.zalando.it/Scarpe_Eleganti ▾
Scarpe Eleganti di Pelle 2014: Spedizione e Reso sempre Gratuiti!

Scarpe in pelle Online
www.scarpe-in-pelle.stylight.it/ ▾
Migliori prezzi garantiti. Approfitta delle nostre offerte.

Il ranking degli annunci è una **combinazione** tra **Offerta & Punteggio di Qualità**

Importo massimo che il venditore è disposto a pagare per ogni clic che riceve

Punteggio basato sulla **pertinenza** della parola chiave, sulla **qualità** della pagina di destinazione (SEO), sulla **percentuale di clic (CTR)** dell'annuncio e da altri fattori

$$\left\{ \begin{array}{l} \text{Click-through-rate:} \\ \text{n°CLICK} \\ \hline \text{n°IMPRESSION} \\ \text{(visualizzazioni)} \end{array} \right\}$$



Google AdWords

Google Display Network





Google AdWords

**RETE
DISPLAY**

wikiHow Cerca

Home -> Categorie -> Casa & Giardino -> Manutenzione Domestica -> Pulizia

Come Pulire le Scarpe di Pelle

2 Metodi: [Pulire le Scarpe di Pelle](#) [Pulire le Scarpe in Pelle Scamosciata](#)

Le scarpe in pelle lavorata o scamosciata devono essere pulite con differenti prodotti e metodi. Puliscile ogni tre mesi e applica un trattamento protettivo una volta l'anno. Continua a leggere per scoprire come pulire al meglio le tue scarpe di pelle.

Metodo 1 di 2: Pulire le Scarpe di Pelle



**Parola chiave
scarpe di pelle**

Esempio: pagine che al loro interno hanno la parola scarpe in pelle



REMARKETING



→ I banner per il remarketing sono un po' diversi da quelli della Rete Display perché si deve **convincere l'utente a tornare** al sito (meglio sottolineare la scadenza dell'offerta o le differenze con la concorrenza)

Grazie al remarketing, è possibile **aumentare il tasso di conversione** al sito



Suggerimenti per incrementare le vendite

✓ **Navigazione** semplice, fluida e veloce
(misura la velocità del tuo sito: [Pingdom Tools](#))

✓ **Call-to-action** chiare e ben evidenti



✓ Prodotti in **vetrina**

✓ **Sconti e promozioni** in bella vista!



✓ Non più di **tre passaggi** per completare l'acquisto:
Ricerca del prodotto > Passaggio al carrello > Pagamento





Suggerimenti per incrementare le vendite

✓ Personalizza la tua pubblicità grazie all'e-mail marketing



✓ Grandi opportunità con i marketplaces



✓ La mano più grande viene dal passaparola online



✓ Coccoła i clienti, specialmente quelli insoddisfatti!



Be social!

Integra i tuoi **account social** con il tuo sito...

The screenshot displays the website for Birra Antoniana. At the top right, there is a navigation menu with links for "Press room" and "Blog". Below these, a "Seguici su:" (Follow us on) section is circled in yellow, featuring icons for YouTube, Facebook, and Google+. To the right of these icons are the Italian and UK flags. Below the navigation, a horizontal menu lists categories: "Le classiche", "Le rustiche", "Le speciali", "Birrificio", "Materie Prime", "News&Eventi", and "Contatti". The main content area features a large image of two bottles of Birra Antoniana and a glass of beer. To the right of the image, the text reads: "Birra Antoniana", "Stile Vienna", "Finalmente è pronta a farsi assaggiare!", "Gusto inconfondibile e facile bevibilità sono i punti forti di questa birra che reinterpreta il particolare stile Vienna.", and "Lo splendido color oro antico dai cangianti riflessi ramati, la schiuma fine, compatta, persistente, le note di malto, caramello e biscotto sono le sfumature distintive del corpo morbido e avvolgente di questa birra." At the bottom right, a "Recommend it to your friends:" section is circled in yellow, showing social media sharing icons for Facebook, Twitter, Google+, and Pinterest, along with a "Mi piace" button and a counter showing "122".



Be social!

...e con il tuo e-commerce!



< GO TO ABBIGLIAMENTO

< PREV /

Cappello in feltro VIOLA



€29.00 €23.20

Cappello in feltro con farfalla* in legno di ulivo marchigiano stagionato 35 anni. Lavorazione artigianale 100% made in Italy

Taglia unica

Colore: Viola



- 1 +

AGGIUNGI AL CARRELLO

CATEGORIA: Abbigliamento.





Ci stiamo muovendo verso il **social commerce**

Nasce dalla congiunzione di e-commerce e social network, dando agli utenti la possibilità di acquistare **direttamente attraverso il loro profilo social**.

Alcuni esempi di applicazioni di social commerce:



N.B. Ogni immagine contiene il link al sito aziendale dove poter ottenere maggiori informazioni



Ci stiamo muovendo verso il **social commerce**

Possiamo già acquistare **direttamente** dai social network!

Un esempio tutto Made in Italy: [Larò - Finest Italian Food](http://www.larofood.com)

LARÒ
finest italian food

Simply good.

www.larofood.com

Larò - Finest Italian Food
Cibi/bevande

Mi piace Segui Messaggio

Diario Informazioni Store Foto Altre



Un esempio tutto Made in Italy: Larò - Finest Italian Food

The image shows a composite of the Larò website and its Facebook page. The website (right) features a navigation menu with 'Store' highlighted, a search bar, and a product grid with items like Pecorino Crotonese Semiduro (€13.00), Ricotta al naturale (€5.00), and Caciocavallo Calabrese (€10.00). The Facebook page (left) shows the 'Store' tab selected in the navigation bar and a 'Shop Now' button in the 'APPLICAZIONI' section. A yellow circle highlights the 'Store' button on the Facebook page.

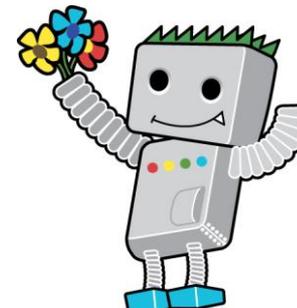
Facebook Page:

- Header: Larò - Finest Italian Food, Cibi/bevande
- Navigation: Diario, **Store**, Foto, Altre
- PERSONE: 6.098 "Mi piace", 4 visite
- INFORMAZIONI: La nascita di Larò trova le sue origini nel desiderio di portare all'estero quanto di meglio nel Sud Italia nel Settore del Food and Beverages.
- APPLICAZIONI: **Shop Now** (Store)

Website:

- Header: Larò - Finest Italian Food, Cibi/bevande
- Navigation: Diario, Informazioni, **Store**, Foto, Altre
- Banner: PER ORDINI TELEFONICI E ASSISTENZA CHIAMA IL NUMERO VERDE GRATUITO 800 926 194
- Navigation: Home, Formaggi, Salumi Dolci, Salumi Piccanti, Pasta, Categorie -
- Search: Cerca
- Carrello: Carrello (0) €0.00
- Products:
 - Pecorino Crotonese Semiduro: €13.00
 - Ricotta al naturale: €5.00
 - Caciocavallo Calabrese: €10.00

Grazie!



 Daniele Borrelli



 Lucia Romanelli

borrelli.fe.camcom@eccellenzeindigitale.it



romanelli.fe.camcom@eccellenzeindigitale.it