

# E-COMMERCE PER VENDERE SUI MERCATI ITALIANI ED ESTERI

Bernhard Berger

16.11.2018 - ore 14.45

# COSA E' L'E-COMMERCE?



E-Commerce è l'insieme delle transazioni per la commercializzazione di beni e servizi tra venditore e compratore, realizzate tramite Internet.

# PERCHE' PARLIAMO DI E-COMMERCE?

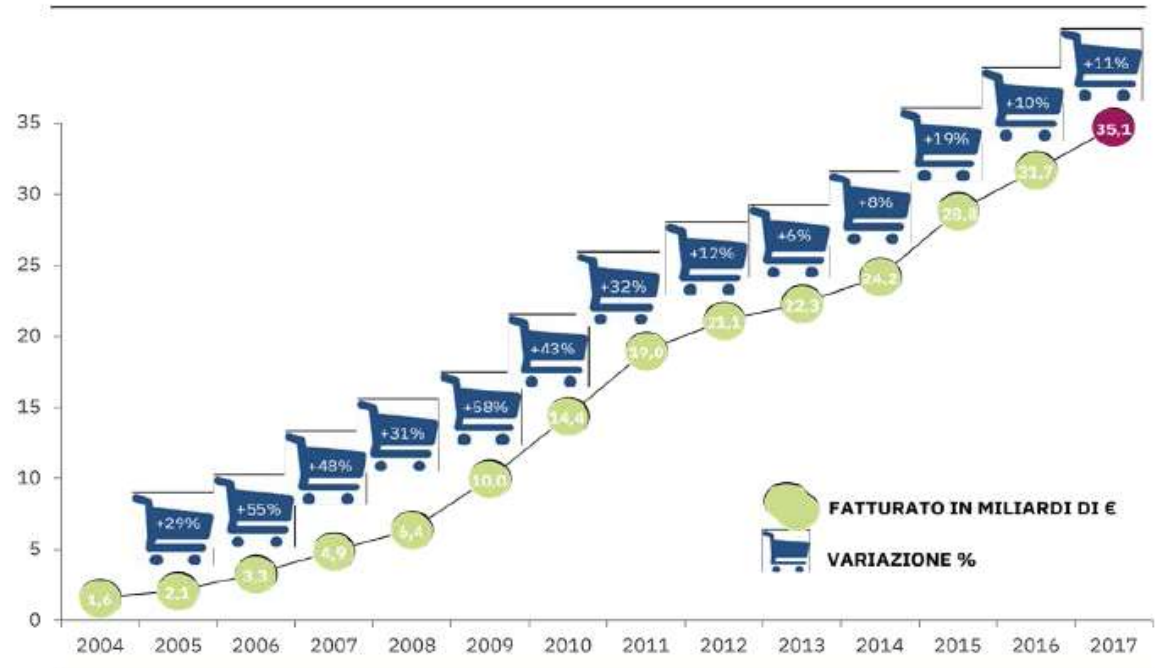
E-Commerce non vuol dire avere un sito di vendite online oppure comprare ogni tanto qualcosa su Amazon.

E-Commerce è la manifestazione della **rivoluzione digitale** nel commercio e pervade tutti i settori, sia b2c sia b2b.

L'E-Commerce cresce molto, e prende spesso quota dal commercio tradizionale. E' una grande opportunità per crescere e per raggiungere clienti e mercati nuovi.

# ALCUNI NUMERI PER PARTIRE

## CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE

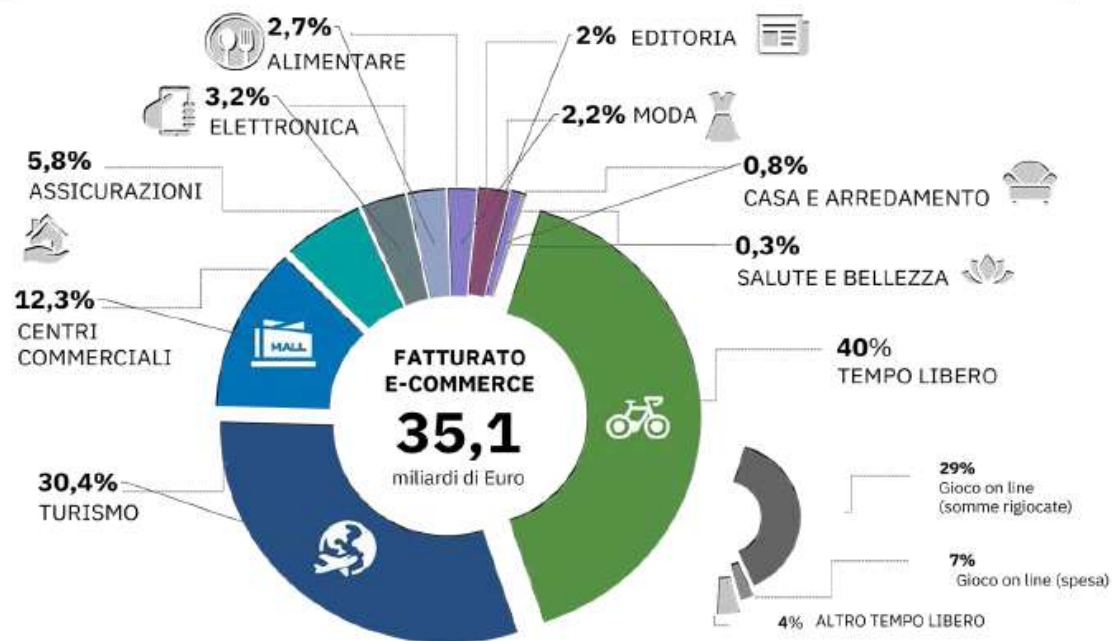


Fonte: Casaleggio Associati, 2018

Il valore del fatturato e-commerce in Italia nel 2017 è stimato in 35,1 miliardi di euro, con una crescita dell'11% sul 2016.

# DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO

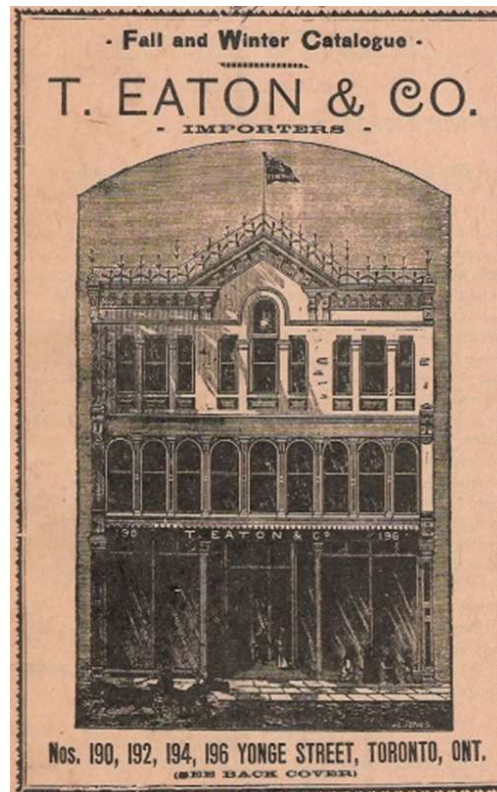
## DISTRIBUZIONE DEL FATTURATO



Fonte: Casaleggio Associati, 2018

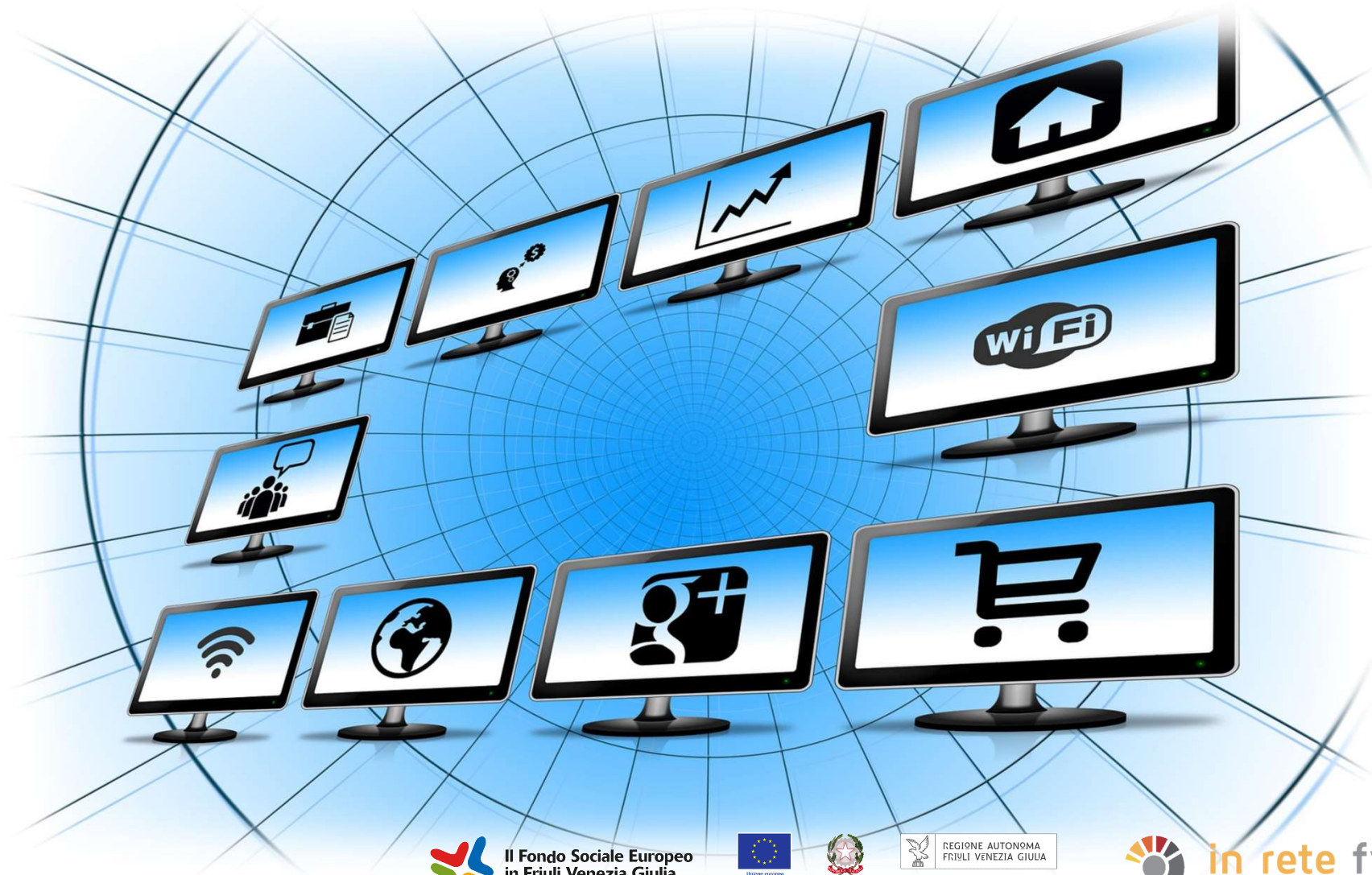
I settori che sono cresciuti maggiormente in termini di fatturato nel 2017 sono salute e bellezza (+39%), moda (+28%), alimentare (+24%), elettronica di consumo (+21%), casa e arredamento (+19%).

# MA E' DEL TUTTO NUOVO?



E-Commerce è la forma attuale della **vendita per corrispondenza** che esiste dal 1845.

# E' INTERNET CHE FA LA DIFFERENZA



# INTERNET E' *DISRUPTIVE* ...

- Internet **diffonde informazioni** che possono essere pubblicati e trovati a livello globale, istantaneamente con costi minimi.
- Internet è un **social media** che apre canali di comunicazioni con interlocutori che in passato erano difficilmente accessibili.
- Internet **semplifica transazioni commerciali** e rende facile e gestibile l'interazione a livello nazionale e internazionale.
- Internet permette l'**integrazione automatizzata** dei processi operativi tra aziende, come per esempio logistica e marketing.



# ... CON CONSEGUENZE IMPORTANTI

- Internet **favorisce la disintermediazione** e mette in dubbio i tradizionali modelli di distribuzione.
- Internet **intensifica la competizione** arrivando anche a livello globale, essendo effettivamente un degli enabler della globalizzazione.
- Internet **apre nuovi mercati** su scala globale per tutti i player, anche per piccole e medie imprese.

# DISINTERMEDIZIONE

## Ryanair

The screenshot shows the Ryanair website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Pianifica viaggio', 'Gestisci viaggio', 'Check-in', 'myRyanair', and 'Info utili'. A prominent red starburst graphic displays 'FOLLIE INFRASETTIMANALI 14,99€' with a 'CERCA ORA' button. Below this is a search bar for flights, with 'Dublino' entered in the 'Da:' field and 'Aeroporto Di Destinazione' in the 'A:' field. A 'Continua' button is visible. The page also features a section titled 'E il prossimo viaggio?' with three cards: 'Mappa delle rotte', 'Orari', and 'Info Voli', each with a corresponding icon and a button to view more.

## Dell

The screenshot shows the Dell website interface. At the top, there is a search bar with the text 'What can we help you find?' and a 'Search' button. The navigation bar includes links for 'Products', 'Solutions & Services', 'Support', and 'Deals'. The main content area features a large banner for 'Innovation validation.' with a sub-headline 'The streak continues. Our latest wave of award-winning technology debuts soon at the CES 2016 Innovation Awards.' and a 'Learn More' button. Below the banner, there are two smaller promotional cards. The first card is for the Dell XPS 12, with the text 'Designed brilliantly. The innovative new XPS 12 moves seamlessly from laptop to tablet, perfecting the 2-in-1 experience.' and a 'Shop Now' button. The second card is for Technicolor, with the text 'Video: Technicolor transforms its client-server model with help from Dell.' and a 'Chat or Call' button on the right side.

Amazon

# COMPETIZIONE

Samsung I9060i Galaxy Grand Neo Plus Smartphone

Nuovi: 92 venditori da EUR 124,99 Usati: 14 venditori da EUR 99,00

amazon.it Elettronica

Scegli per categoria - Amazon.it di Gabriele Offerte Buoni Regalo Vendere Aiuto

Ciao Gabriele Il mio account - Iscriviti a Prime - Carrello - Lista Desideri

Elettronica Bestseller Telefonia Foto e videocamere Audio e Hi-Fi TV e Home Cinema GPS ed elettronica per veicoli Tecnologia indossabile Strumenti musicali e DJ Informatica

Nuove offerte per Samsung I9060i Galaxy Grand Neo Plus Smartphone, 8 GB, Bianco [Italia] di Samsung

★★★★★ 604 recensioni clienti

Colore: Bianco

Bianco Nero Offerta più bassa per ogni

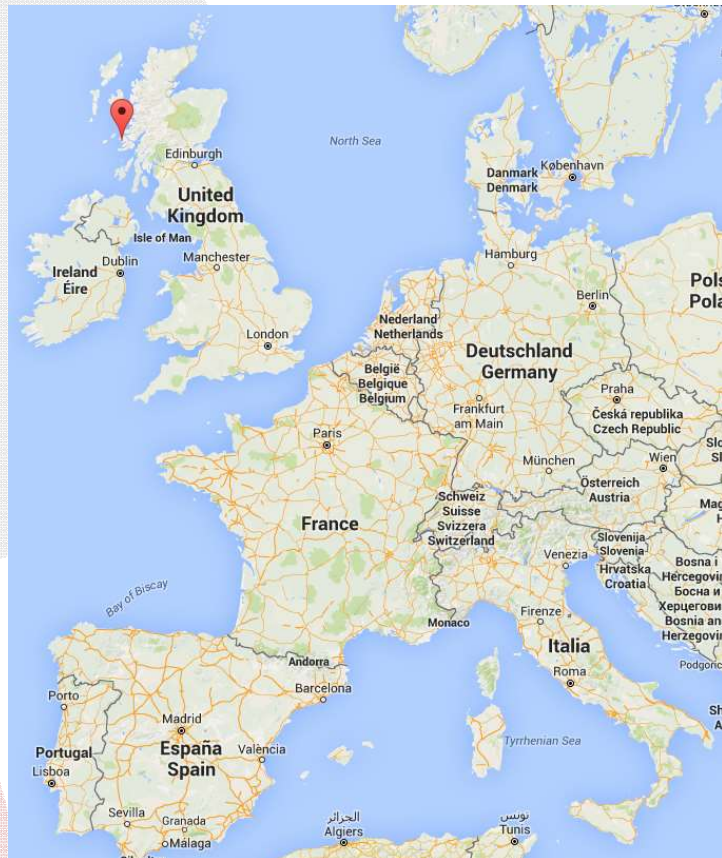
« Torna alla pagina prodotto | Vuoi vendere questo articolo? | Amazon tutela ogni acquisto con la Garanzia dalla A alla Z.

Tutte le offerte Nuovo da EUR 124,99 (Risparmia il 21%) Usato da EUR 99,00 (Risparmia il 38%)

Mostra solo:  Spedizione gratuita | Ordina per Prezzo + costi di spedizione

Prezzo + costi di spedizione	Condizione	Informazioni sul venditore	Consegna	Opzioni di acquisto
EUR 128,90 Spedizione GRATUITA	Nuovo SPEDIZIONE ASSICURATA COMPRESA NEL PREZZO	Costo Gusto ★★★★★ 100% positivo negli ultimi 12 mesi. (5.435 valutazioni totali)	• Spedizione da: Italia. • Costi di spedizione nazionali e internazionali e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.
EUR 129,00 Spedizione GRATUITA. Maggiori informazioni	Nuovo	amazon.it	• Vuoi la consegna garantita entro martedì 17 novembre? Ordina entro 39 ore e 9 minuti e scegli la spedizione 1 giorno. Dettagli. • Costi di spedizione sul territorio nazionale e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.
EUR 124,99 + EUR 8,00 costi di spedizione	Nuovo	★★★★★ 98% positivo negli ultimi 12 mesi. (757 valutazioni totali)	• Spedizione da: Italia. • Spedizione Express disponibile. • Costi di spedizione nazionali e internazionali e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.
EUR 134,00 Spedizione GRATUITA	Nuovo Garanzia Italia 24 Mesi Se si ha bisogno di fattura è necessario... » Leggi altro	beeplaza ★★★★★ 99% positivo negli ultimi 12 mesi. (1.036 valutazioni totali)	• Spedizione da: Italia. • Costi di spedizione sul territorio nazionale e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.
EUR 135,00 Spedizione GRATUITA. Maggiori informazioni	Nuovo	Ozum ★★★★★ 98% positivo negli ultimi 12 mesi. (817 valutazioni totali)	SPEDITO DA AMAZON • Vuoi la consegna garantita entro martedì 17 novembre? Ordina entro 39 ore e 9 minuti e scegli la spedizione 1 giorno. Dettagli. • Costi di spedizione sul territorio nazionale e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.
EUR 135,00 Spedizione GRATUITA	Nuovo	BACCOM ★★★★★ 100% positivo negli ultimi 12 mesi. (2.952 valutazioni totali)	• Spedizione da: Italia. • Costi di spedizione sul territorio nazionale e politica resi.	Aggiungi al carrello Accedi per attivare gli ordini 1-Click.

# NUOVI MERCATI IN PICCOLO ...



Il 2 giugno la ditta Oliviera Sant'Angelo (provincia di Siena) vende 3 litri di olio extravergine d'oliva a una cliente finale a Ballygown sull'Isle of Mull nell'estremo nord-ovest della Scozia.

# ... E NUOVI MERCATI IN GRANDE

Yoox

Oscaro

Toutes les pièces auto		Les principaux constructeurs	
<b>Freinage</b>	<b>Direction / Suspension / Train</b>	<b>Echappement</b>	<b>Embrayage et Boîte de vitesse</b>
Disques Plaquettes Freins à tambours Etrier de frein Flexible de frein	Amortisseurs Triangle de suspension Roules / Direction Roullement de roues Cardan	Silencieux arrière Tuyau d'échappement Catalyseur Silencieux et Tubes Capteurs d'échappement	Kit d'embrayage Kit d'embrayage + Volant moteur Volant moteur Emetteur d'embrayage Câble d'embrayage
			<b>Pièces moteur</b>
			Huile / Accessoires vidange Kit de distribution Bougie de préchauffage Turbo Pompes
			<b>Filtration</b>
			Filtre à carburant Filtre à air Filtre à huile Filtre d'habitacle Autres Pièces de Filtration

# VALUTIAMO L'OPPORTUNITA'

## - con massima attenzione!

**Lato concezione, ideazione e approccio imprenditoriale:**

- Ignorare la rivoluzione digitale **non è un'opzione**.
- Lo sviluppo di attività commerciali online richiede **tempo e denaro**.
- Il successo online **non è per niente garantito**.
- Internet **non sostituisce l'essere umano**; è un mezzo di lavoro.

# VALUTIAMO L'OPPORTUNITA'

## - con massima attenzione!

**Lato implementazione, gestione e approccio operativo:**

- E-Commerce è un **progetto marketing**, non solo un progetto IT.
- Risorse esterne sì, ma **guidati, capiti e sotto controllo dell'impresa**.
- L'E-Commerce deve diventare **parte integrale dei processi della impresa** per un uso razionale delle risorse e un massimo di efficienza.
- Non si deve e **non si può fare tutto** che è possibile fare online.

# QUALE E' IL CONTESTO?



Come nel commercio tradizionale non ci sono due operazioni di E-Commerce uguali. Ogni progetto va valutato per il suo merito.

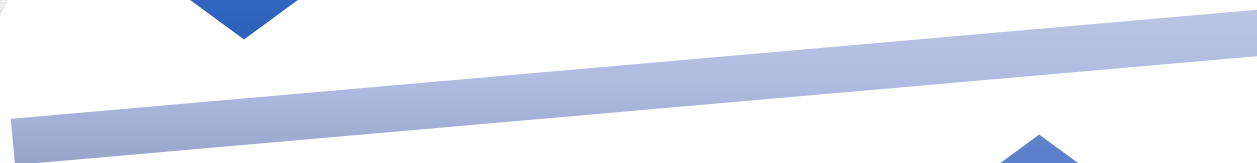


# MASS MARKET O NICCHIA?



## Vantaggi nicchia

- target disposto a pagare un premium price
- unicità percepita
- poca concorrenza
- marketing mirato



## Problemi nicchia

- difficoltà nel raggiungere massa critica
- costi fissi da sostenere
- difficile raggiungere economie di scala



# PARTICOLARITA' E-COMMERCE B2B

- Quale peso dare al **proprio sito E-Commerce**, quale ai **marketplace del mio settore** (più di 150 marketplace identificati da Netcomm)?
- Come coesisterà il canale E-Commerce con la **distribuzione tradizionale**?
- Devo essere **reattivo** e agire in un mercato in trasformazione oppure sono **proattivo** in un mercato dominato ancora da modelli tradizionali?
- Quali sono le **esigenze principali dei miei clienti**? Secondo indagine Netcomm i buyer vorrebbero i seguenti vantaggi, in questo ordine:
  - miglioramento tempo d'acquisto
  - miglioramento innovazione / informazione
  - riduzione costi
  - miglioramento gestione magazzino

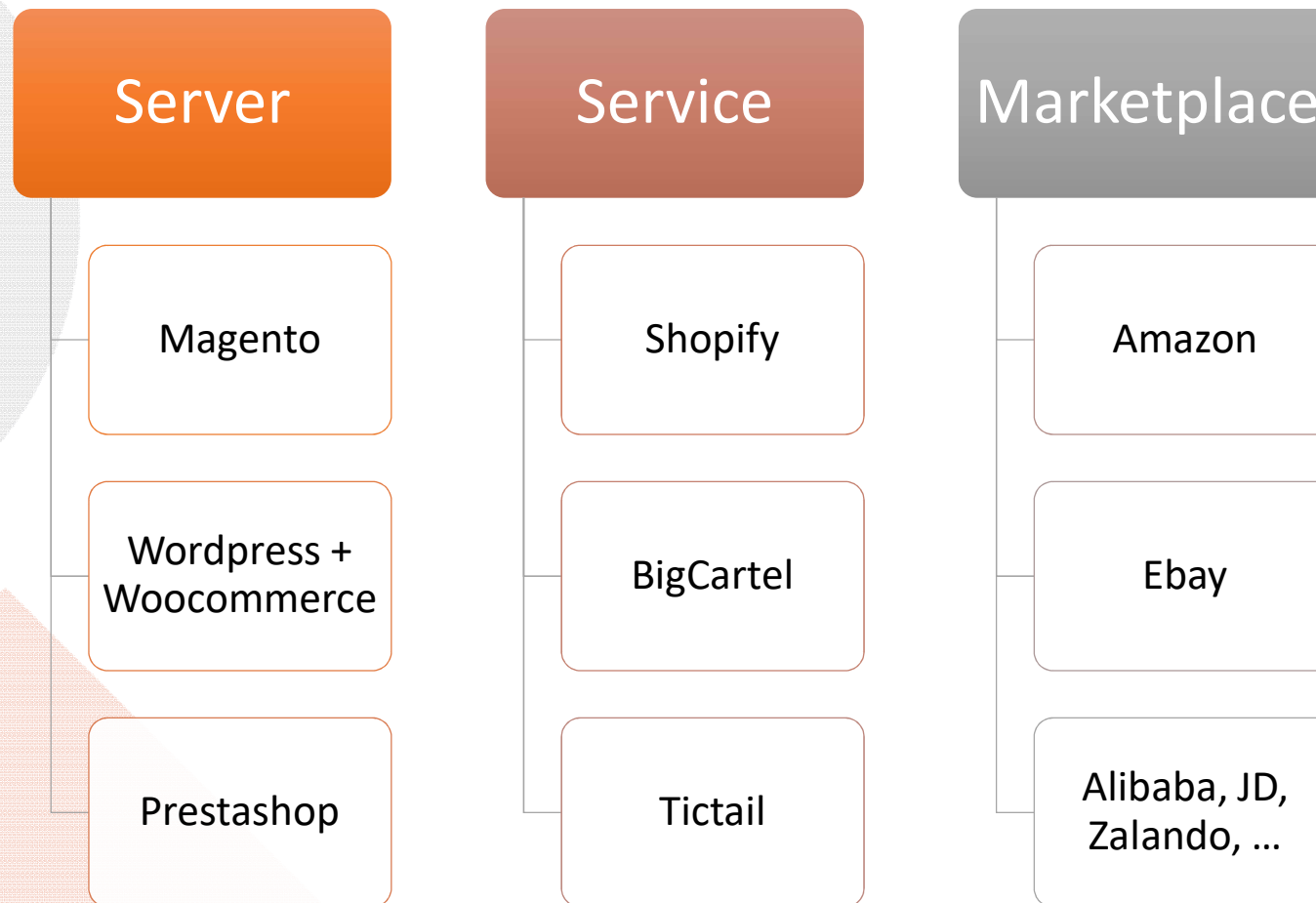
# PARTICOLARITA' E-COMMERCE B2C

- Valutiamo bene lo **scenario di market entry**, secondo le specifiche circostanze della nostra impresa:
  - Dispongo di un marchio noto b2c oppure sono uno start-up?
  - Dispongo di un bacino di utenti attivabili immediatamente anche nell'online?
  - Quale potrà essere il life time value dei miei clienti?
- Valutare il livello di **competizione lato marketing**. Essere visibile nella maggior parte dei mercati b2c è costoso e richiede continuo investimento.
- Valutare **opportunità e minacce** relative alla natura internazionale di Internet.

# ALCUNI RUOLI DA COPRIRE

IT & GUI	Amministrazione Sistemi	Sviluppo Software	Graphic Design & GUI Design	SEO Search Engine Optimisation
Store & Content Management	Sourcing, Manutenzione Catalogo	International	Politica Commerciale (Prezzi, Sconti)	Content Marketing
Marketing & Pubblicità	SEM Search Engine Marketing	Remarketing, Display Advertising	DEM Direct E-Mail Marketing	Digital PR, Social Media
Administration Logistics & Customer Care	Logistica	Assistenza Clienti	Contabilità & Ufficio Legale	Amministrazione Risorse Umane

# COME REALIZZARE LO SHOP



# LO STORE ONLINE

- La GUI (Graphical User Interface) e la UX (User Experience) devono essere **ottimizzati per il pubblico specifico**.
- Lo store deve funzionare su **tutti i dispositivi** (mobile e desktop) e su tutte le piattaforme (Windows e Mac; IOS e Android), anche per il B2B.
- La navigazione e soprattutto il processo di pagamento devono essere **semplici e veloci** per non perdere il cliente nella fase più delicata.
- Lo store deve essere **SEO friendly**, cioè favorire l'acquisizione di traffico non a pagamento dai motori di ricerca.

# IL CONTENUTO

Online il cliente può vedere e leggere. Non può toccare, sentire, non c'è un venditore fisico che può integrare e convincere. Perciò i tre elementi **immagini, descrizione e prezzo** devono essere perfetti.

titolo chiaro

foto grande,  
con zoom

descrizione chiara,  
strutturata

TERRITORIO ARTIGIANI MAGAZINE

ARTIMONDO  
ARTIGIANO IN FIERA

Cerca tra i prodotti...

OGGETTISTICA GIOIELLI ENOGASTRONOMIA **ABBIGLIAMENTO** ARREDAMENTO SALUTE E BELLEZZA

Abbigliamento / Donna / Giacche / Giacca donna a uso vestito e cardigan a pois, Berlin

## Giacca donna a uso vestito e cardigan a pois, Berlin

di Bellanatur

Giacca invernale da donna nera a pois colorati realizzata artigianalmente in lana. Un capo versatile poiché può essere una giacca, un cardigan o un vestito. Un capo quindi che si adatta ad ogni occasione.

**Dettagli** dotato di grandi tasche laterali e maniche corte e di un design dalla vita stretta. La giacca Berlin si presenta originale e di tendenza. Il morbido cappuccio che assicura una maggiore protezione dal freddo, farà di questo capo il vostro compagno ideale nelle giornate invernali. La chiusura con cerniera a doppio cursore vi permetterà di essere perfettamente libere nei movimenti ed estremamente comode.

**Composizione** 80% lana, 20% acrilico.

**Taglie** S (cm. 80), M (cm. 82), L (cm. 84), XL (cm. 86), XXL (cm. 88). I centimetri indicati, riportano la lunghezza dalla spalla. Selezionare la propria taglia nel box delle varianti.

Prodotto de L'Artigiano in Fiera in linea con i principi di **qualità, risparmio e consumo intelligente**.  
Gli artigiani qui presenti sono **professionisti riconosciuti** e periodicamente visitati dallo staff di Artigiano in Fiera & Artimondo.

**CERTIFICATO**  
ARTIGIANO IN FIERA  
DONNEVOLI

€ 149,00

Disponibilità **solo 1 - ordina subito**  
Cod. Prod. 9827@@@05KLW-K

Quantità 1

Taglia L

**AGGIUNGI AL CARRELLO**

Mi piace 0 Pin it Tweet

Questo prodotto artigianale è stato realizzato da **Marina Bell** Germania

Scopri

Personalizzazione del prodotto (se prevista nella descrizione)

prezzo giusto

call to action

"aggiungi al carrello"  
grande e visibile

testimonial di  
qualità

# MARKETING E PUBBLICITA' ONLINE

Organic Growth vs. Paid Traffic. Tutti i mezzi sono validi.

**Lenti e a lungo termine:**  
SEO, Content, Email Marketing,  
Digital PR

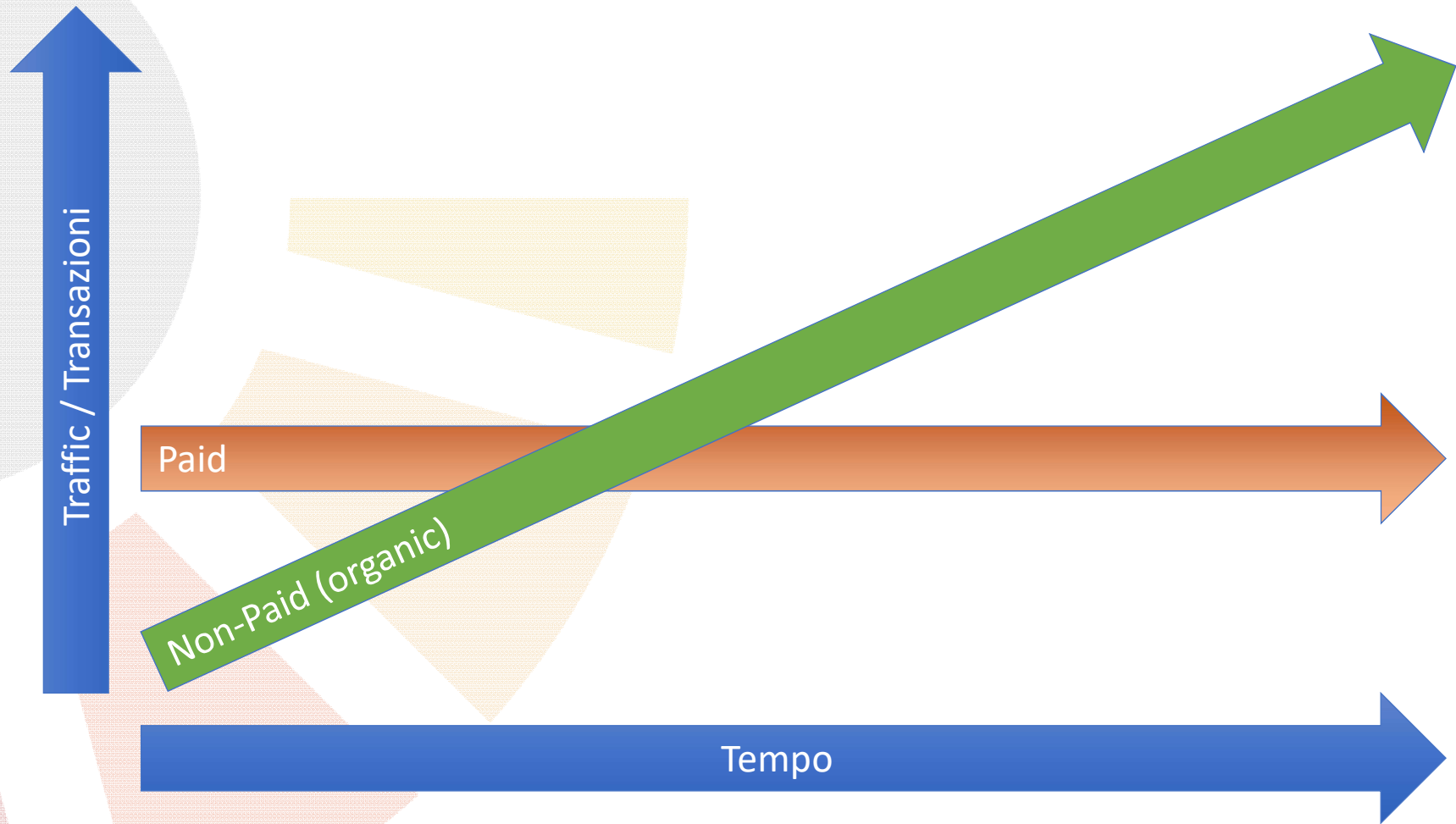


**Istantanei, sia ON sia OFF:**  
SEA, Display Advertising,  
Comparatori, Affiliazione





# ACQUISIZIONE DI TRAFFICO NEL TEMPO



# QUALI MEZZI SCEGLIERE?

Se non lavoriamo per una realtà molto grande concentriamoci all'inizio a fare il 20% dell'attività che determina l'80% del risultato. Quando abbiamo tutto sotto controllo, allargiamoci.

SEM, Display, Comparatori, Remarketing,  
Affiliazione, SEO, Digital PR, Social Media,  
Content Marketing, Email Marketing

# LOGISTICA: COME FARE?

Non c'è il modello perfetto – cambia secondo lo stato di sviluppo (volumi) dell'e-commerce. Può essere efficace piccolo ...



# LOGISTICA: COME FARE?

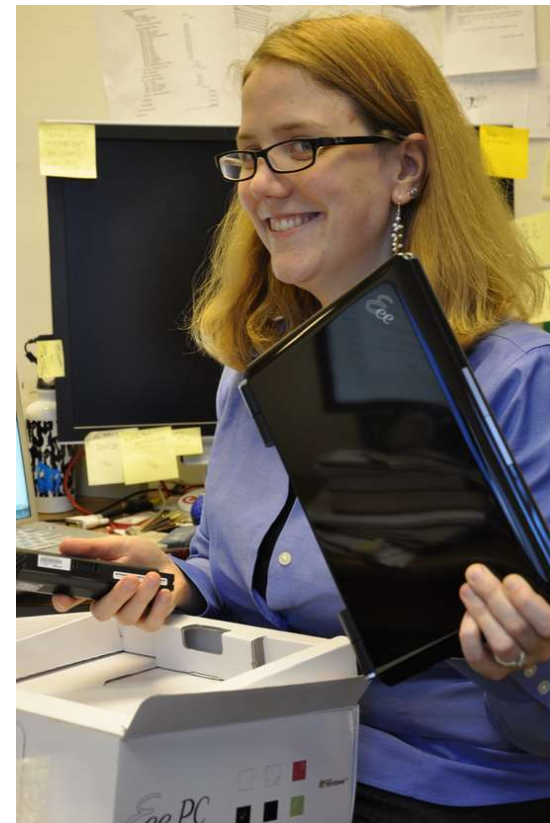
... o molto grande. La logistica deve soddisfare le nostre esigenze e **cambiare nel tempo** come cambierà il nostro E-Commerce.



Zappos Kentucky Distribution Facility

# IL PACCO: UN FATTORE OFFLINE

- **Il minimo:** la merce deve arrivare senza di avere subito danni
- **Il Wow-effect:** mirare per una presentazione perfetta; l'unboxing è un momento magico, emozionante, dopo un'attesa
- **Adesso siete presenti nello spazio fisico del cliente:** si possono aggiungere materiali come cartoline, cataloghi, flyer, adesivi, ecc.



<https://www.flickr.com/photos/jblyberg/3041937576>

# I CORRIERI

- **Paragonare spesso le condizioni:** c'è competizione intensa, sfruttiamola
- **Non ignorare costi aggiuntivi:** ci possono essere costi per giacenze, fuel surcharge peso/volume, ecc. ecc.
- **Integrarsi bene con il corriere:** usare se possibile l'integrazione informatica con il corriere, per accelerare i processi e minimizzare il rischio di errori.

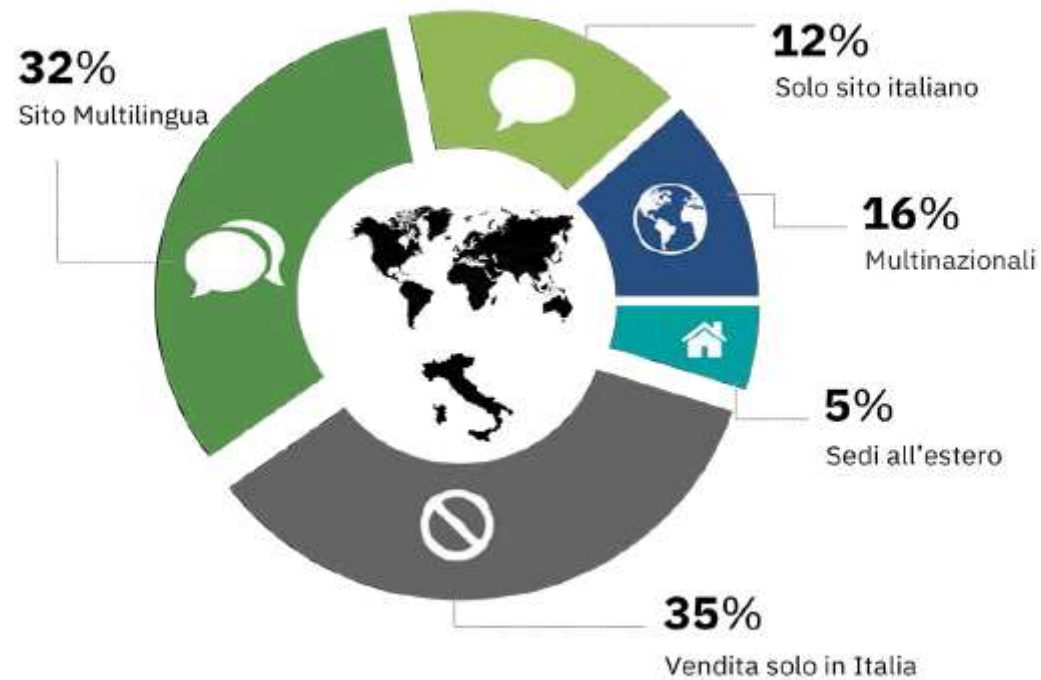


# SERVIZIO CLIENTE: UN VERO ASSET!

- **Il Customer Care ha un costo:** vale la pena eliminare tutte le possibili fonti di problemi a monte.
- **Il Customer Care è prezioso:** solo il 4% dei clienti insoddisfatti contattano l'azienda. E' estremamente importante imparare da loro.
- **Più soddisfatti sono i clienti, più alto è il Life Time Value:** con CPA in continua salita e la facilità di cambiare fornitore il cliente fedele ha un valore sempre più grande, e il customer care è un mezzo cruciale per la fidelizzazione dei clienti.

# VENDERE ALL'ESTERO 1/2

## STRATEGIE DI PRESENZA SUI MERCATI ESTERI



Fonte: Casaleggio Associati, 2018



# VENDERE ALL'ESTERO 1/2

- **Il fattore linguistico:** vendere è in gran parte un'attività di comunicazione. La conoscenza della lingua è essenziale, dalla scheda prodotto al customer care al marketing.
- **Il fattore culturale:** usi, customi, e altri fattori culturali determinano cosa e come le persone consumano, spesso anche (soprattutto per l'export italiano) quali prodotti conoscono.
- **Il mercato locale:** come funziona il mercato? E' maturo o emergente? Quanti potenziali clienti ci sono? Come è la offerta? Quale è lo scenario competitivo?

# VENDERE ALL'ESTERO 2/2

- **Il marketing:** i canali di marketing sono diversi paese per paese, il linguaggio non è universale, e anche il costo della pubblicità varia. Sono molto utili tool internazionali come Google o Facebook.
- **Logistica:** Riesco a raggiungere il mio cliente con costi sostenibili? Servono magazzini in loco? Quali sono eventuali tempi per il rifornimento?
- **Rischi:** A quale rischio sono esposto e come posso limitare i rischi? A volte marketplace e partner locali possono essere le porte d'entrata.

# VENDERE NELLA UNIONE EUROPEA 1/2

- "Il mercato interno dell'Unione europea (UE) è un mercato unico in cui si garantisce la libera circolazione di merci, servizi, capitali e persone."
- **Dogane:** in Europa non le dobbiamo più considerare.
- **IVA:** Se vendiamo all'estero, applichiamo e paghiamo IVA italiana. Solo se superiamo soglie (sopra €35.000) importanti dobbiamo registrare la nostra attività presso le agenzie di altri stati:
  - Soglia €35.000: Belgio, Austria, Spagna, Irlanda
  - Soglia £70.000 (~ €90.000): Gran Bretagna
  - Soglia €100.000: Germania, Francia, Olanda

# VENDERE NELLA UNIONE EUROPEA 2/2

- **Sede legale del cliente:** per eventuali cause legali la sede legale del cliente è il luogo della residenza (non la sua nazionalità)
- **Altre restrizioni:** rimangono in vigore leggi nazionali che riguardano determinate categorie di prodotti con restrizioni specifiche come alcool, tabacco o medicinali.
- **Alimenti:** Le informazioni che devono essere presente sulla confezione devono essere presenti nella lingua del mercato di destinazione.

# GRAZIE PER AVER PARTECIPATO



REGIONE AUTONOMA  
FRIULI VENEZIA GIULIA

UN INVESTIMENTO PER IL TUO FUTURO

