

LA BOLLA DELL'ECOMMERCE: RACCOMANDAZIONI E VERITÀ PER VENDERE ONLINE





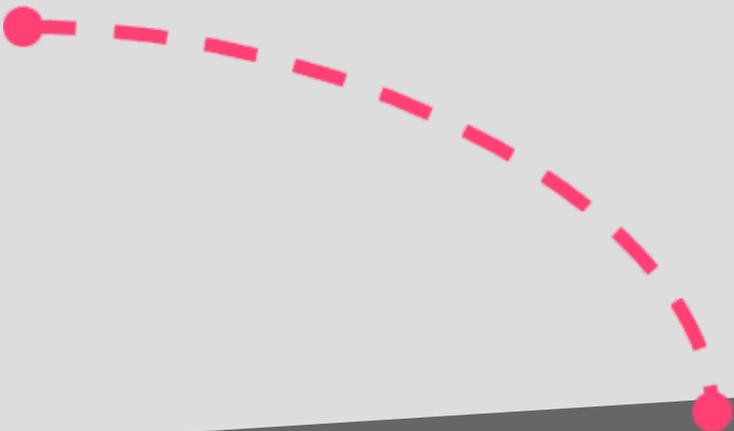
Mattia Gazzabin

RSW Studio

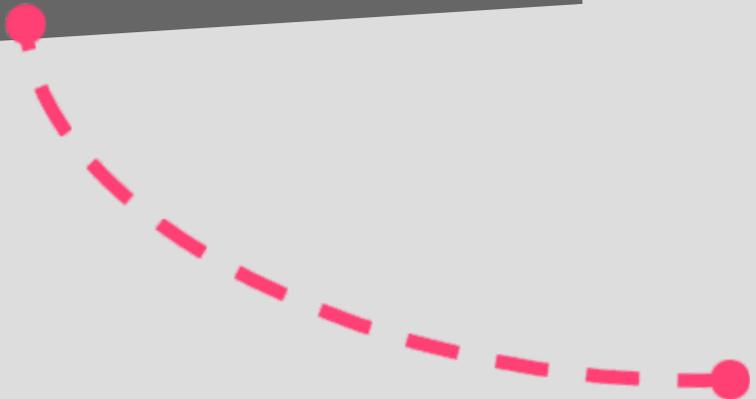


mattia.gazzabin@rswstudio.it

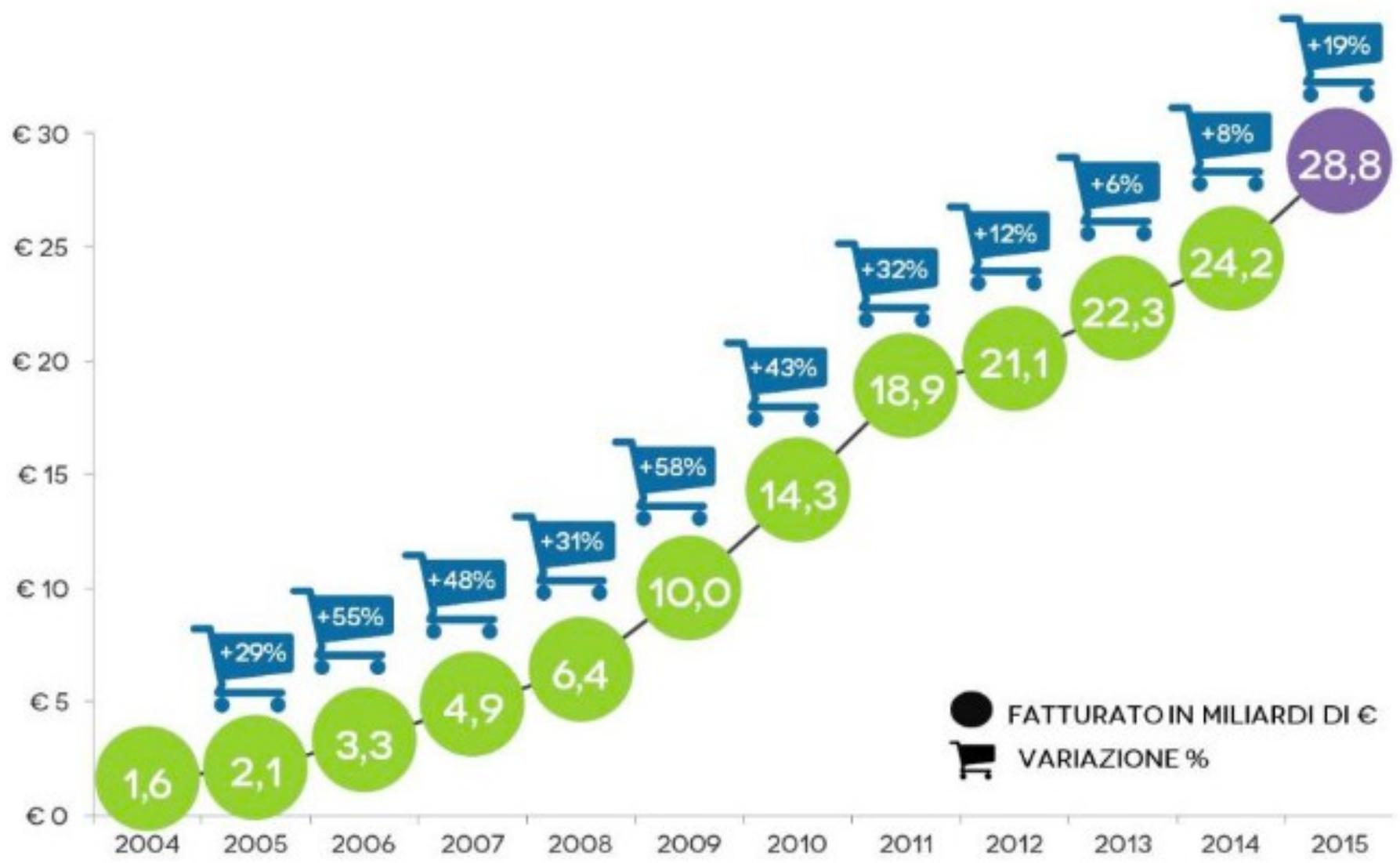




**E se l'ECOMMERCE
fosse una bolla?**



CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE



● FATTURATO IN MILIARDI DI €
🛒 VARIAZIONE %

FRONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2016

CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE



+ 19%

**FATTURATO RISPETTO AL 2014
(28,8 miliardi)**

16.000

**AZIENDE CHE FANNO
COMMERCIO ELETTRONICO NEL 2016**

FONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2016

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

2 ore ca

Il tempo medio al
giorno per navigare
in internet

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

2 ore ca

Il tempo medio al
giorno per navigare
in internet

22,3

milioni

utenti mensili da
dispositivi mobili

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

2 ore ca

Il tempo medio al
giorno per navigare
in internet

22,3

milioni

utenti mensili da
dispositivi mobili

97

milioni

abbonamenti mobile

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

2 ore ca

Il tempo medio al
giorno per navigare
in internet

22,3

milioni

utenti mensili da
dispositivi mobili

97

milioni

abbonamenti mobile

42%

degli utenti internet
hanno fatto
acquisti online

29

milioni

utenti con accesso
ad Internet

2 ore ca

Il tempo medio al
giorno per navigare
in internet

22,3

milioni

utenti mensili da
dispositivi mobili

97

milioni

abbonamenti mobile

42%

degli utenti internet
hanno fatto
acquisti online

92%

delle ricerche tramite
Motore di ricerca



**L'ECOMMERCE CRESCE DAVVERO,
NON È UNA STORIA INVENTATA!**

CONSUMATORI MULTICANALE

i consumatori sono ormai una
SOLIDA CERTEZZA
e sono pieni di aspettative

La vita digitale è parte integrante
della vita di **oltre il 50%**
dei consumatori italiani



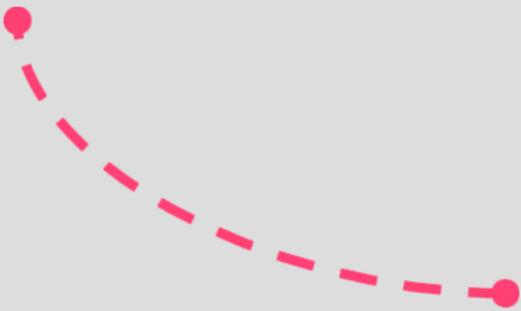


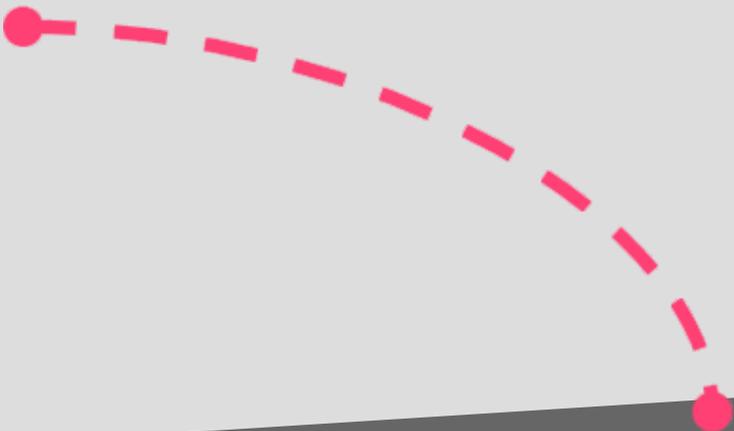
La vita reale e la vita digitale stanno convergendo soprattutto grazie al mobile

Aumenta la propensione ad acquistare online

I pagamenti online non sono più un problema

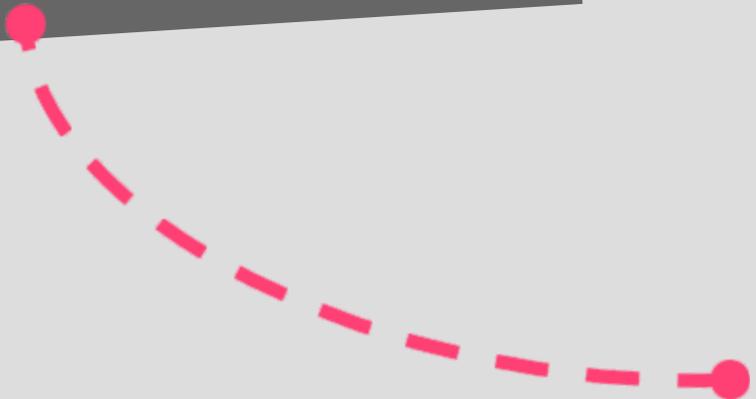
E' possibile raggiungere un pubblico molto vasto ed eterogeneo e creare un un rapporto attivo con l'utente





E-COMMERCE:

e' importante sapere che...

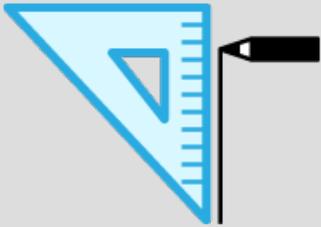




degli ECOMMERCE
muore nei primi due anni

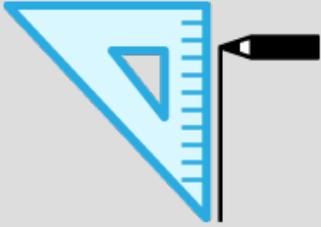


Le principali cause sono:



**MANCANZA DI
PROGETTAZIONE**

Le principali cause sono:

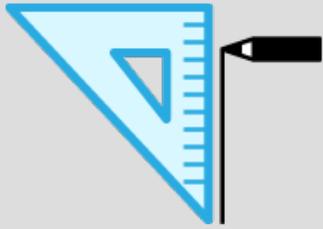


**MANCANZA DI
PROGETTAZIONE**



**FONDI INSUFFICIENTI
SIA IN FASE DI STARTUP
CHE DI MANTENIMENTO**

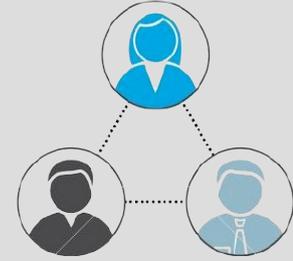
Le principali cause sono:



**MANCANZA DI
PROGETTAZIONE**

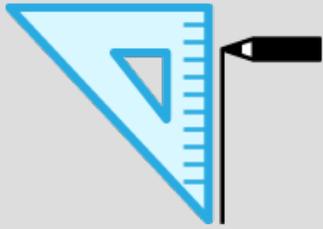


**FONDI INSUFFICIENTI
SIA IN FASE DI STARTUP
CHE DI MANTENIMENTO**



**MANCANZA DI
RISORSE INTERNE**

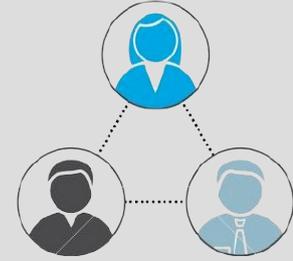
Le principali cause sono:



**MANCANZA DI
PROGETTAZIONE**



**FONDI INSUFFICIENTI
SIA IN FASE DI STARTUP
CHE DI MANTENIMENTO**

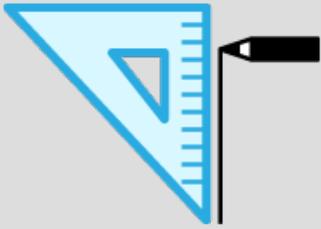


**MANCANZA DI
RISORSE INTERNE**



**GESTIONE DEL
MAGAZZINO E SPEDIZIONI**

Le principali cause sono:



**MANCANZA DI
PROGETTAZIONE**



**FONDI INSUFFICIENTI
SIA IN FASE DI STARTUP
CHE DI MANTENIMENTO**



**MANCANZA DI
RISORSE INTERNE**



**GESTIONE DEL
MAGAZZINO E SPEDIZIONI**



**SCARSE STRATEGIE DI
MARKETING INTEGRATE**



NESSUN ALLARMISMO
ma è necessario prendere
molto seriamente queste informazioni

Mi capita spesso di entrare in contatto con persone che stanno partendo per la loro **AVVENTURA COMMERCIALE E DI VENDITA** oppure di essere contattato da Aziende che sono già avanti nella loro **PROGETTAZIONE E NELLO SVILUPPO DELLA LORO SOLUZIONE ECOMMERCE**

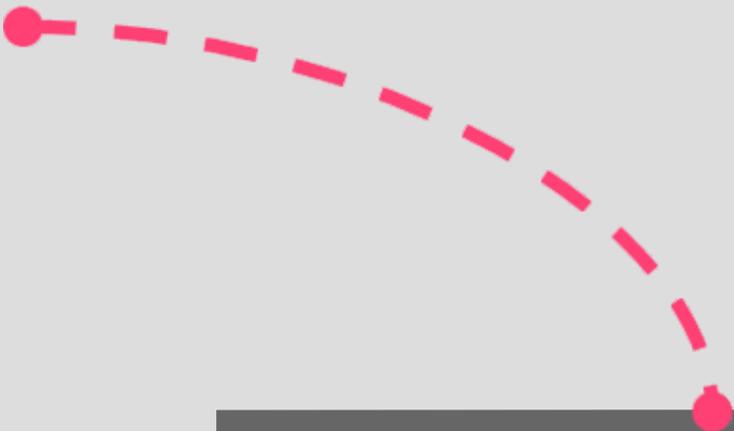
TRA LE PRIME DOMANDE C'È SEMPRE:

qual'è la miglior piattaforma di vendita?

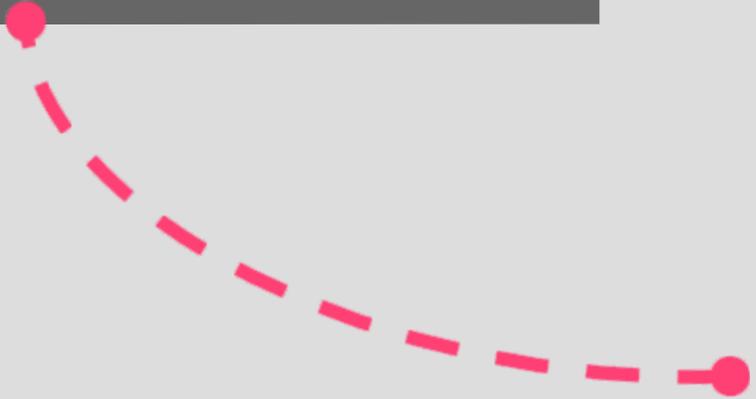
e subito dopo

quanto mi costa?

NON È UNA DOMANDA FACILE NÉ SCONTATA, PERCHÉ CONNESSA A MOLTE VARIABILI E SCELTE DIVERSE



**LE IMPRESE HANNO BISOGNO DI UN
BUSINESS PLAN
GRANDI O PICCOLE CHE SIANO**



Le domande a cui “dovrebbe” rispondere il tuo business plan

Cosa vendo?

Ho un prodotto di nicchia oppure no?

Posso presentare il mio prodotto in maniera stimolante?

La gente è disposta a pagare quello che vendo?

Chi sono i miei competitor? E in che settore?

Elettronica, elettrodomestici, multimedia, food, farmaceutico, oggetti decorativi, mobili, home & garden, prodotti alimentari, servizi...

Chi è il mio Cliente e che target devo colpire? B2B, B2C o entrambi?

Le domande a cui “dovrebbe” rispondere il tuo business plan

Esiste già una strada tracciata?

Per esempio un Marketplaces: Amazon, Ebay, Eprice...

Quanto incidono le spese di spedizione sui miei prodotti?

Cosa posso fare rispetto ai miei concorrenti?

Quale è il mio piano di crescita?

In che mercato voglio vendere?

Italia, Germania...Europa...Asia

I miei obiettivi sono applicabili nella realtà?

**SCEGLI LA MIGLIOR SOLUZIONE
E-COMMERCE
PER IL TUO BUSINESS**



Come orientarsi nella scelta del software migliore per gestire il proprio e-Commerce e come districarsi tra le molte scelte possibili?

Se cerchi una soluzione, hai mille possibilità di scelta e non sempre è facile capire come fare e cosa scegliere.

Da una parte il prezzo e le risorse disponibili, specie se l'azienda è piccola e con poche risorse da investire, dall'altra la necessità di avere un prodotto che funzioni e che risponda alle proprie esigenze

Soluzioni Ecommerce in licenza Open Source?

Software As A Service (SAAS)?

Ecommerce Ad-Hoc

I Marketplaces?



Soluzioni Ecommerce in licenza Open Source?

Open Source Ecommerce Software

MAGENTO CE

E' considerato uno dei migliori ecommerce e offre soluzioni in grado di accontentare ogni richiesta. Necessità di conoscenze tecniche avanzate per installazione e configurazione.

PRESTASHOP

Ecommerce di eccellenza che si sta rapidamente imponendo nella scelta di molti operatori.

OS COMMERCE

Soluzione ecommerce molto diffusa con una ricca serie di funzioni, facilmente configurabile, facile da gestire

OPEN CART

Soluzione pronta all'uso e immediatamente fruibile.

Basta installare, scegliere il template, aggiungere prodotti e puoi cominciare a vendere.

Soluzioni Ecommerce in licenza Open Source?

I Plugin e-Commerce

Sono plugin ecommerce da utilizzare con i CMS più conosciuti come WordPress e Joomla.

VIRTUE MART

Il plugin ecommerce più conosciuto per Joomla e può vantare più di 2,5 milioni di installazioni. Molto personalizzabile, ben configurabile. E' gratuito e facile da installare.

WOOCOMMERCE e WP COMMERCE

Sono i due plugin più diffusi per fare di WordPress un ecommerce. Molto facili da usare, parte con una versione gratuita ed ha poi molte utilità premium che chi crede può attivare.

Soluzioni Software As A Service (SAAS)?

Nel modello SAAS utilizzi il software e paghi un abbonamento (mensile o annuale) in base ad alcuni criteri (vendite, numero di articoli, pagine viste)

SHOPIFY

Uno dei più conosciuti che permette di personalizzare il tuo negozio con template pronti. La cifra mensile varia da 20 a 90 euro al mese, a cui va aggiunta una commissione dal 2% all'1% per transazione.

STOREDEN

Storeden è un Software As A Service italiano, una piattaforma per costruire il proprio shop online che si acquista come un servizio a pagamento su base mensile, che può essere composto da un canone mensile fisso, come da un canone più una commissione sulle vendite effettuate.

Storeden è una piattaforma pensata per piccole e medie aziende, per i commercianti, che vogliono affrontare la vendita online utilizzando uno strumento facile da implementare,

I Marketplaces

Sono molti anni che i **MARKETPLACES** sono una

REALTÀ NELLA VENDITA ONLINE

In **ITALIA** conosciamo soprattutto

amazon

ebay

PIXmania

ePRICE

QuiCibo®
Qui vivo qui cibo

ma allargando gli orizzonti ci sono anche

ALIBABA CDISCOUNT RAKUTEN

**SE È VERO CHE L'E-COMMERCE GLOBALMENTE CRESCE,
NELL'INSIEME I MARKETPLACE CRESCONO PIÙ DEI PICCOLI SHOP ONLINE.**

I Marketplaces

La commissione richiesta si aggira tra **il 13% ed il 15%**

La commissione si applica al prezzo al pubblico iva compresa, spese di spedizione escluse e bisogna anche considerare la commissione per la gestione del pagamento elettronico.

Godono di molta **CREDIBILITÀ**

PRO



- Avvio immediato del negozio
- Costi di startup ridotti (inizialmente)
- Traffico auto-generato
- Struttura già pronta all'uso
- Affidabilità degli acquirenti

CONTRO



- Poca personalizzazione
- Competizione esasperata
- Effetto branding ridotto
- Ridotto "controllo" della Clientela
- Creano dipendenza
- Auto Formazione all'utilizzo

CONSIDERAZIONE SUI MARKETPLACES

Possono essere una occasione per fare molti affari e vendere molto, come possono essere fonte di delusione.

Se hai una idea per un prodotto unico, se devi costruire attorno il tuo brand, non è il marketplaces il posto migliore.

Possono sincronizzarsi con piattaforme Open Source in automatico e generare un primo contatto con il Cliente

Bisogna fare attenzione a non CANNIBALIZZARE IL PROPRIO ECOMMERCE con una sola strategia di vendita basata sulla presenza nei marketplace. Il mio consiglio è di essere SEMPRE proprietario del proprio traffico e quindi del proprio business e di usare i marketplace in maniera strategica.

Non esiste una
SOLUZIONE MIGLIORE IN ASSOLUTO
esiste la soluzione
ADATTA ALLE VOSTRE ESIGENZE

Dipende da molti fattori: dal tempo a disposizione,
dal costo, dall'esigenza del momento, dalla complessità
del progetto di vendita da realizzare



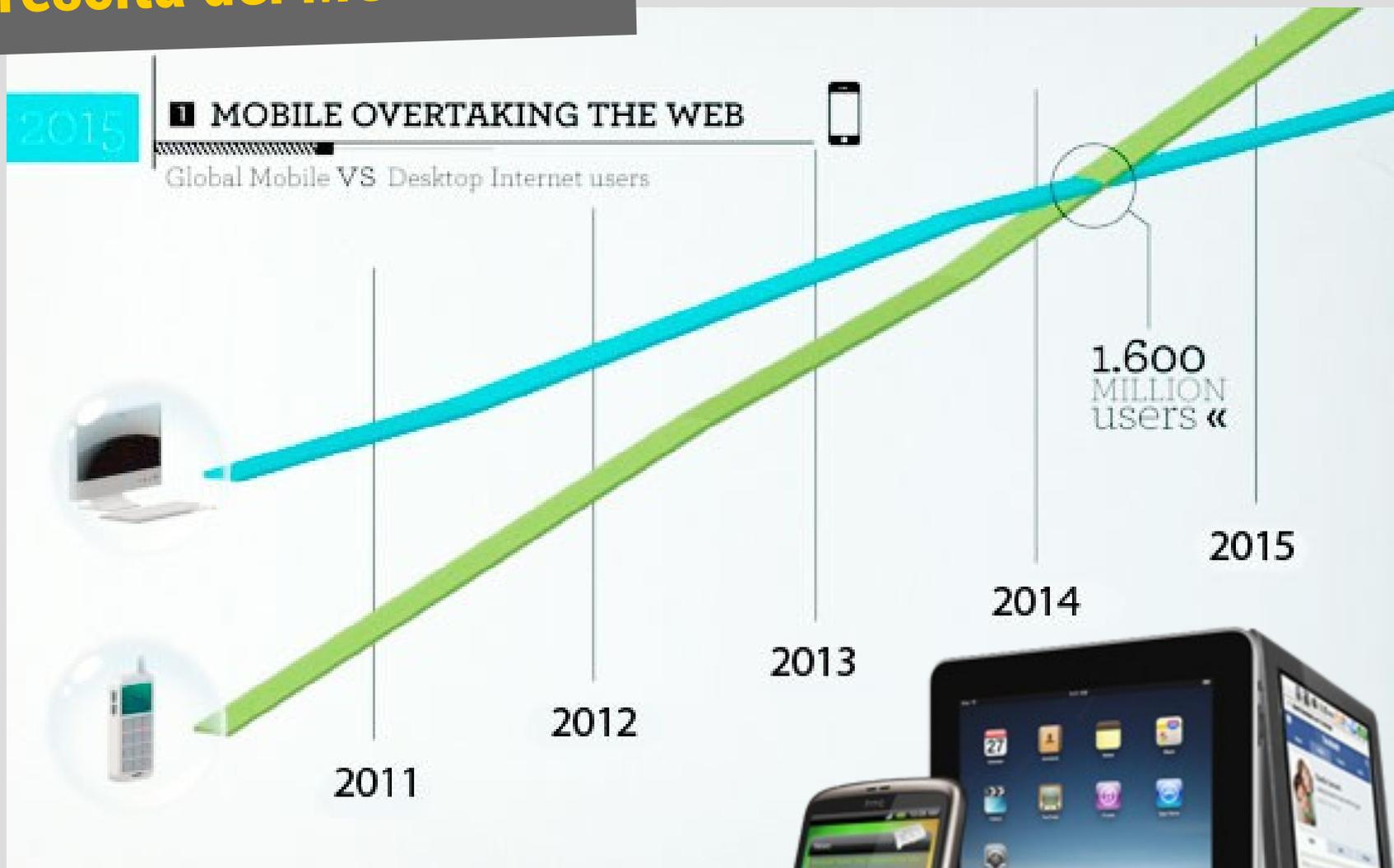
Come si **NAVIGA** oggi?

THIS IS THE WEB

Panoramica dei dispositivi in uso

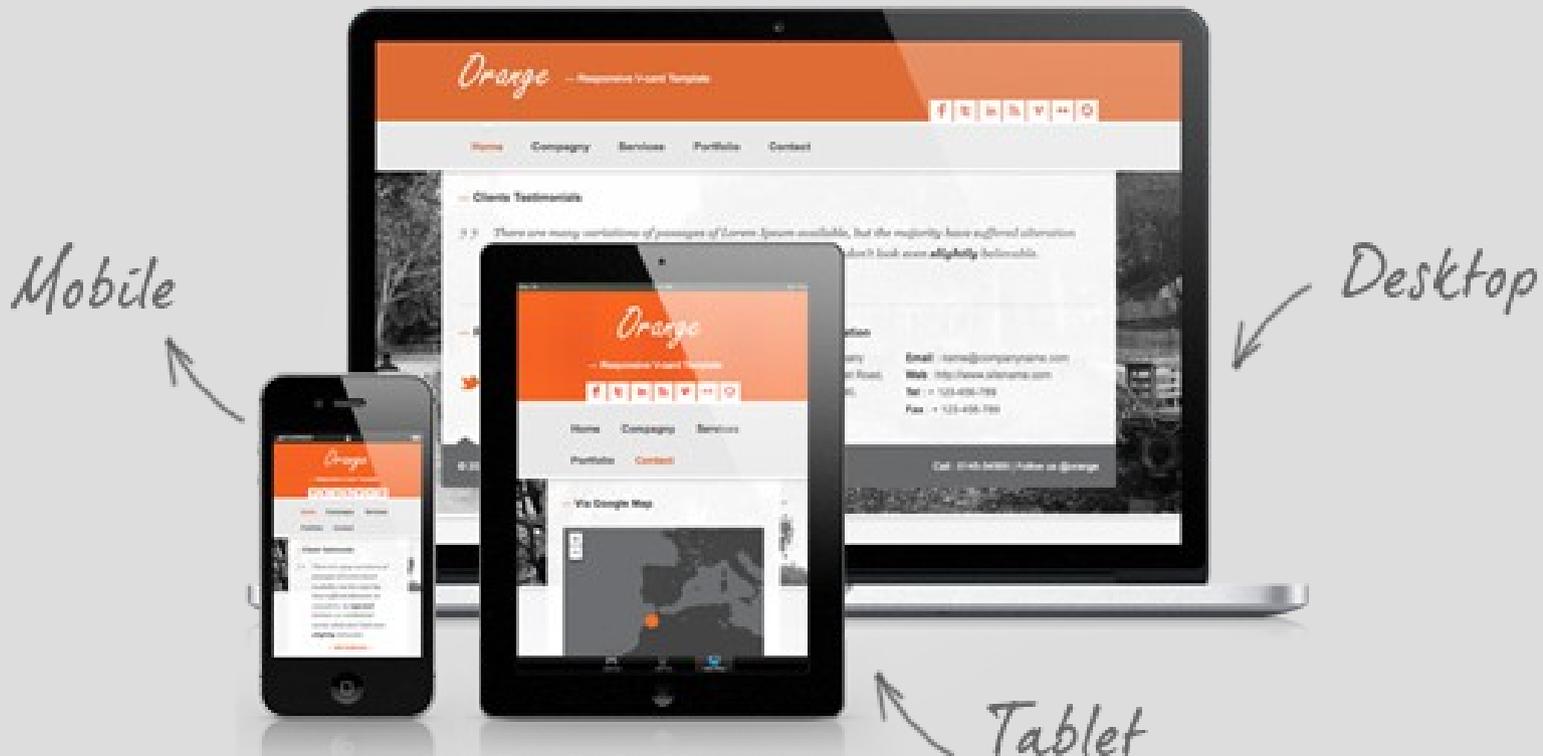


Crescita del MOBILE



MOBILE FIRST

Nel 2016 il mobile non è solo un canale di vendita aggiuntivo
MA DIVENTA LA PRIMA PRIORITÀ nella strategia di ecommerce.

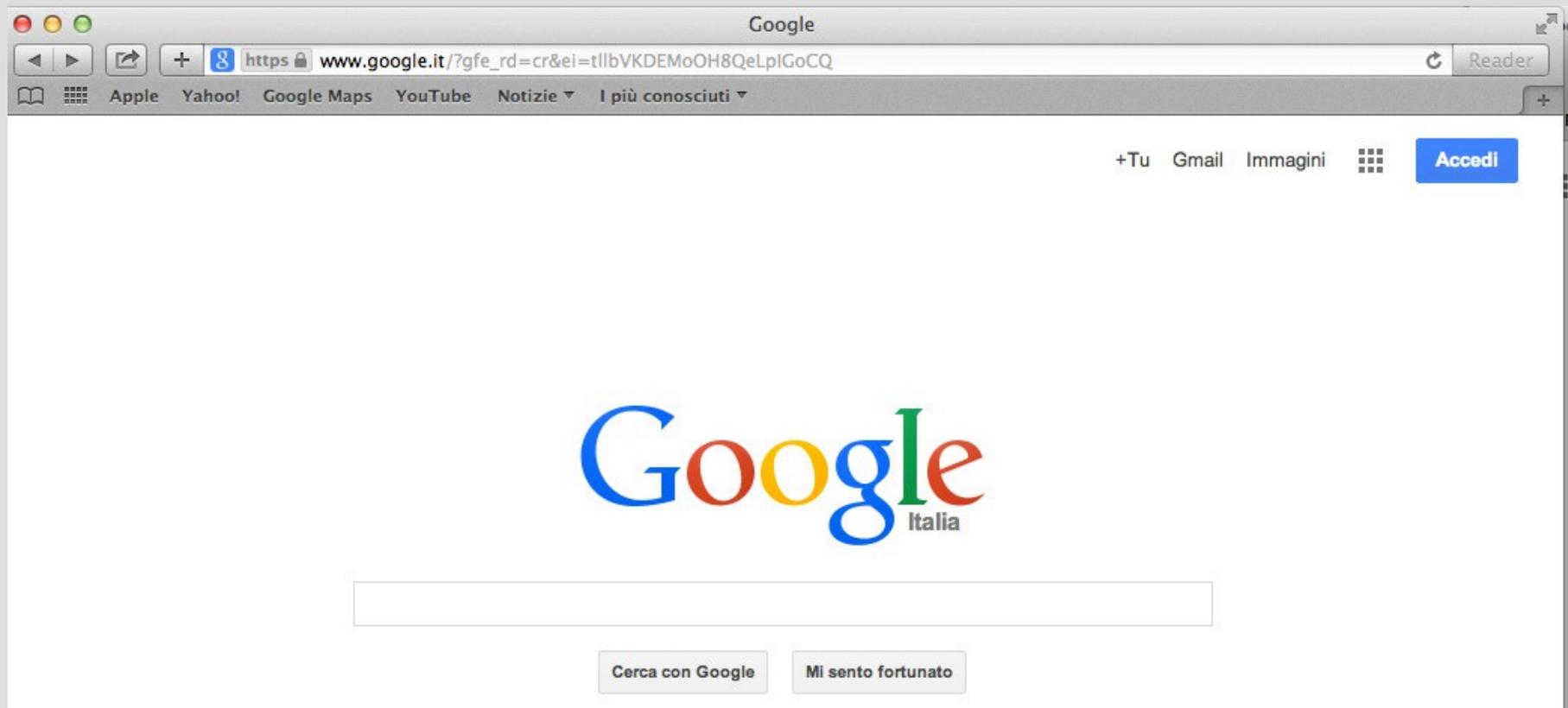




WEB MARKETING

Rendiamoci visibili

AI MOTORI DI RICERCA



98%

degli **UTENTI INTERNET** utilizza
regolarmente i motori di ricerca

98%

degli **UTENTI INTERNET** utilizza
regolarmente i motori di ricerca

In ITALIA è Google il principale
motore di ricerca utilizzato e
viene usato da **9 utenti su 10.**



98%

degli **UTENTI INTERNET** utilizza
regolarmente i motori di ricerca

In ITALIA è Google il principale
motore di ricerca utilizzato e
viene usato da **9 utenti su 10.**



Il 43% utilizza almeno una volta a settimana Google Maps

Il 29% usa almeno una volta alla settimana Google Shopping

Il 59% degli italiani usa Google Immagini

- **I motori giocano un ruolo molto importante per aiutare le persone a trovare informazioni e risposte alle loro domande**
- **Sono ritenuti molto utili soprattutto nella prima fase, quella della ricerca iniziale, quando si vogliono identificare i vari prodotti e servizi presenti sul mercato che potrebbero rispondere alle proprie esigenze**
- **Gli utenti ritengono **MOLTO UTILE** il motore di ricerca in fase di confronto prodotto, acquisizione informazioni, scelta d'acquisto**
- **Il 54% effettua ricerche su prodotti e servizi da Smartphone**
- **La maggior parte delle visite a un sito web – dal 50 all'80% – arriva da un motore di ricerca**

Motori di Ricerca



quando facciamo un sito web
ricordiamoci di FARLO VISIBILE ai

MOTORI DI RICERCA

visto che ci portano un SACCO di gente



Statistiche

Standard Reporting

Custom Reporting

My Dashboard

+ Add Widget | Email **BETA** | Export ▾

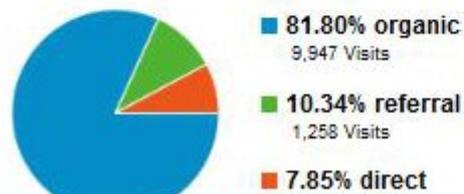
Daily Visits



Avg. Time on Site



Traffic Types



Time on Site by Country

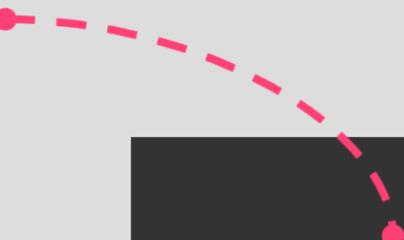
Country/Territory	Visits	Avg. Time Site
United States	8,342	00:01:05
United Kingdom	791	00:00:56
Canada	398	00:01:05

Possiamo controllare
quante persone vengono
a visitarci e quali pagine
del nostro sito
guardano tramite

Google Analytics

Mattia Gazzabin





**NELLO SHOP ONLINE I CLIENTI HANNO
MOLTEPLICI PUNTI DI ACCESSO**

**DATE VISIBILITÀ AL VOSTRO ECOMMERCE
CON STRATEGIE DI MARKETING MIRATE
E ANDANDO A PRENDERE I
CONSUMATORI LADDOVE SONO**

**MOTORI DI RICERCA (SEO e SEM), SOCIAL NETWORK,
COMPARATORI DI PREZZO, MARKETPLACE, BLOG ...**





RICORDATE CHE...

l'81% degli acquirenti è più disponibile ad acquistare se le spese di spedizione sono gratuite

i clienti che arrivano per la prima volta convertono al 2% , mentre gli acquirenti abituali convertono all' 8%

uno dei più grandi segmenti dei tuoi visitatori è colui che arriva per la prima volta e che rappresenta tra il 60–80% del tuo traffico

20% dei visitatori del tuo sito entra pronto per fare acquisti

Il 25% degli acquirenti abbandona il carrello prima di concludere l'acquisto

quasi la metà dei visitatori abbandonano una pagina se impiega più di due secondi a caricarsi

Evitare "sorprese" nel carrello e problemi durante il checkout

l'83% dei consumatori presta molta attenzione agli amici che hanno comprato o usato un prodotto o un servizio

L' Obiettivo è vendere e la vendita ha dei costi

GUARDATE ALLE VENDITE CON GLI OCCHI DEL CLIENTE
per capire veramente il percorso di acquisto dei clienti
e le loro esperienze di acquisto.

**I consumatori usano entrambe le situazioni:
ON SITE E ONLINE**

**DATE FORZA AL PRODOTTO CON DESCRIZIONI
E SCHEDE PRODOTTO CURATE**

Non c'è nulla di difficile.

La cosa più difficile è decidere di
CAMBIARE ABITUDINI

Grazie



Mattia Gazzabin

|

www.rswstudio.it