



**60 DOMANDE PIÙ
FREQUENTI SUL BUSINESS
DELL' E-COMMERCE**

INDICE

| | |
|---|----|
| <i>Cos'è l'e-commerce?</i> | 3 |
| <i>Perché vendere online?</i> | 3 |
| <i>L'e-commerce è un settore in crescita?</i> | 4 |
| <i>L'e-commerce è per tutti? Per chi è consigliato fare e-commerce nello specifico?</i> | 4 |
| <i>Quanto si può guadagnare con l'e-commerce?</i> | 5 |
| <i>Quali sono i requisiti per costruire un e-commerce di successo?</i> | 5 |
| <i>Quali sono i prodotti per i quali l'e-commerce non va bene?</i> | 5 |
| <i>Ci vuole la partita IVA?</i> | 6 |
| <i>Meglio vendere in Italia o all'estero?</i> | 6 |
| <i>Quanto investimento ci vuole per far partire un e-commerce?</i> | 6 |
| <i>Quante persone ci vogliono per far partire un progetto e-commerce?</i> | 7 |
| <i>Meglio seguire il progetto e-commerce da soli o rivolgersi ad un'agenzia?</i> | 7 |
| <i>Quando è meglio formarsi e quando è meglio delegare ad un'agenzia?</i> | 8 |
| <i>Perché molti e-commerce falliscono?</i> | 8 |
| <i>Quali sono i 3 ingredienti principali del successo di un e-commerce?</i> | 8 |
| <i>Come scegliere i consulenti giusti per l'e-commerce?</i> | 8 |
| <i>Meglio avere il proprio e-commerce o vendere sulle piattaforme tipo Amazon e Ebay?</i> | 9 |
| <i>Dopo quanto tempo un e-commerce comincia a portare profitto?</i> | 9 |
| <i>Qual è la marginalità media per un e-commerce?</i> | 9 |
| <i>Meglio vendere prodotti fisici o info prodotti?</i> | 10 |
| <i>Sull'e-commerce si possono vendere prodotti a qualsiasi prezzo? Qual è il prezzo minimo e il prezzo massimo consigliato?</i> | 10 |
| <i>Come battere la concorrenza nel mondo e-commerce?</i> | 10 |
| <i>Come diversificare il proprio prodotto rispetto alla concorrenza?</i> | 11 |
| <i>Che piattaforma è meglio scegliere per il proprio e-commerce?</i> | 11 |
| <i>Quanto devo investire in pubblicità ogni mese sul mio e-commerce?</i> | 12 |
| <i>Che prodotti è meglio vendere sul proprio e-commerce?</i> | 12 |
| <i>E' meglio rivendere prodotti di altre aziende (retail) o vendere prodotti a proprio marchio?</i> | 12 |
| <i>Quanto tempo al giorno ci vuole per gestire un e-commerce?</i> | 13 |
| <i>Bisogna avere un magazzino? Se sì, che tipo? Quanto deve essere grande?</i> | 13 |
| <i>Quali sono i canali pubblicitari migliori per promuovere il proprio e-commerce?</i> | 14 |

| | |
|--|----|
| <i>E' meglio vendere fin da subito su più canali online (ecommerce, marketplace ecc) o concentrarsi su un canale alla volta?</i> | 14 |
| <i>Da uno a 10 quanto è difficile avere e gestire un ecommerce di successo?</i> | 14 |
| <i>E' meglio avere un negozio fisico o un e-commerce?</i> | 15 |
| <i>Quali sono i vantaggi dell'ecommerce rispetto ad un'attività tradizionale (bar, gelateria, fabbrica)?</i> | 15 |
| <i>Una volta che il mio ecommerce avrà successo, lo posso vendere?</i> | 15 |
| <i>Il mercato dell'ecommerce non è già saturo?</i> | 15 |
| <i>Per vendere prodotti, è meglio seguire i trend di mercato, o concentrarsi su una nicchia e una tipologia di prodotti?</i> | 16 |
| <i>E' più difficile vendere su Amazon o sul proprio ecommerce? Quale dei 2 canali è più redditizio?</i> | 16 |
| <i>Quanto costa fare un e-commerce?</i> | 16 |
| <i>È vero che fare un e-commerce costa poco?</i> | 17 |
| <i>Quanto tempo ci vuole per iniziare a guadagnare con un e-commerce?</i> | 17 |
| <i>Quali sono le prime attività da svolgere nel momento in cui decido di aprire un e-commerce?</i> | 18 |
| <i>Come faccio a sapere se i miei prodotti sono adatti ad essere venduti su un e-commerce?</i> | 18 |
| <i>Qual è l'ordine di priorità delle attività da svolgere nella creazione di un e-commerce?</i> | 18 |
| <i>Quali sono i principi base da tenere a mente per rendere un e-commerce sostenibile?</i> | 19 |
| <i>Cosa non bisogna assolutamente fare quando si apre e si gestisce un e-commerce?</i> | 19 |
| <i>Quali sono gli errori più comuni che portano all'insuccesso di un e-commerce?</i> | 19 |
| <i>Quali sono le competenze necessarie che bisogna padroneggiare prima di dare il via a un nuovo progetto e-commerce?</i> | 19 |
| <i>Come mi accorgo che è arrivato per la mia azienda il momento di implementare un e-commerce come canale di vendita?</i> | 20 |
| <i>Perché è così difficile avere risultati con un e-commerce?</i> | 20 |
| <i>Cosa significa vendere in dropshipping?</i> | 21 |
| <i>È sempre la scelta giusta vendere in dropshipping?</i> | 21 |
| <i>Quali settori e/o quali prodotti si vendono meglio con un e-commerce?</i> | 22 |
| <i>Come mi organizzo con le consegne? A chi mi rivolgo?</i> | 22 |
| <i>Quali sono i corrieri migliori a cui affidare le spedizioni?</i> | 22 |
| <i>Come faccio ad emergere tra la marea di siti e-commerce che ci sono online?</i> | 23 |
| <i>Perché le persone dovrebbero comprare da me e non da qualcun altro?</i> | 23 |
| <i>Quali sono le principali barriere da superare per convincere una persona ad acquistare sul nostro e-commerce?</i> | 24 |
| <i>Qual è il migliore tema (template) per un sito e-commerce?</i> | 24 |
| <i>Quali sono i costi di spedizione che devo sostenere?</i> | 24 |
| <i>La Nostra Storia</i> | 25 |

Fare Ecommerce può avere diverse insidie, ma tutte superabili con la giusta preparazione, in questo caso abbiamo risposte ad alcune delle domande più gettonate riguardo l'Ecommerce.

1. Cos'è l'e-commerce?

L'e-commerce è un insieme di attività che permettono all'imprenditore di vendere i propri prodotti e al cliente di acquistarli attraverso internet utilizzando computer, cellulari e dispositivi vari connessi alla rete.



2. Perché vendere online?

Vendere online è il modo migliore per poter esporre, presentare e promuovere diversi prodotti: grazie agli strumenti forniti dalle apposite piattaforme, sia in termini di gestione che di promozione, è possibile raggiungere un numero elevatissimo di potenziali clienti.

Con un'adeguata progettazione e una giusta strategia di partenza è possibile ottenere delle previsioni sufficientemente accurate sui risultati che puoi raggiungere, anche senza investimenti significativi.

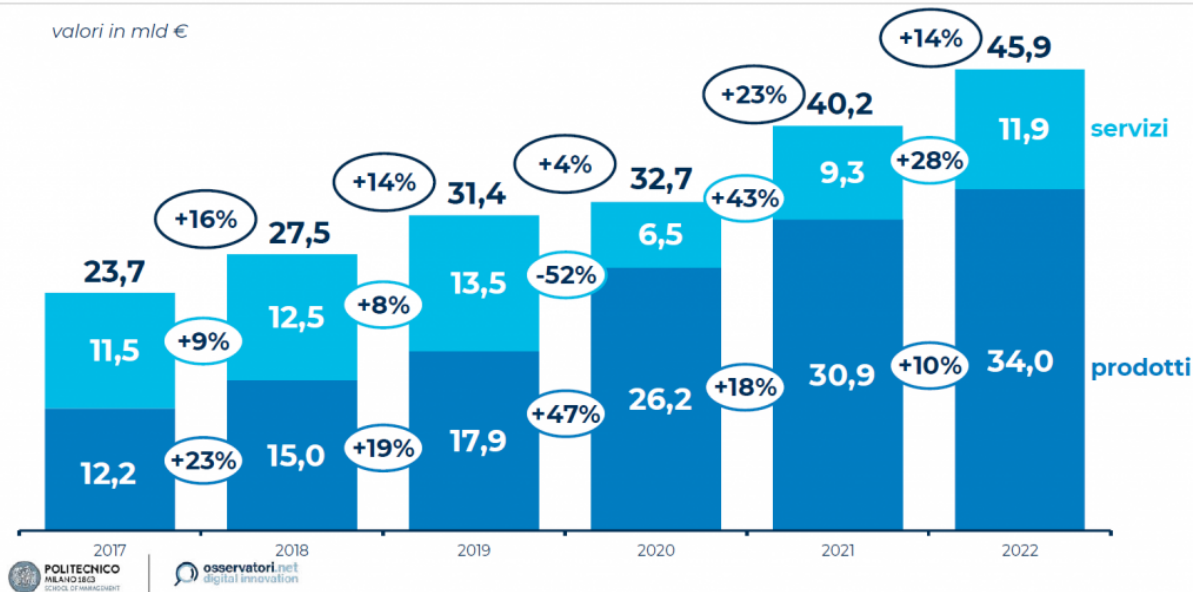
3. L'e-commerce è un settore in crescita?

L'e-commerce è da sempre in crescita: con l'aumento dell'utilizzo dei dispositivi elettronici (in particolare degli smartphone), sempre più persone preferiscono poter valutare, scegliere e acquistare i prodotti di loro interesse ricevendoli direttamente a casa.

Gli acquisti eCommerce B2c in Italia tra prodotti e servizi

Osservatorio eCommerce B2c
03.05.22

valori in mld €



4. L'e-commerce è per tutti? Per chi è consigliato fare ecommerce nello specifico?

L'e-commerce non è per tutti! Per progettare, realizzare, promuovere e gestire un e-commerce sono necessarie conoscenze trasversali su vari ambiti, ci vuole esperienza imprenditoriale e molta costanza.

La buona notizia è che se ti mancano alcune competenze puoi apprenderle da chi le mette a disposizione. Per avere successo in questa attività infatti è fondamentale formarsi e tenere la mente aperta.

5. Quanto si può guadagnare con l'e-commerce?

Con questo sistema di vendita è possibile ottenere risultati inimmaginabili. Molte aziende multinazionali cercano continuamente progetti ben strutturati da acquisire: infatti, oltre alle concrete possibilità di guadagno, è fondamentale vedere l'attività come un asset in continua crescita, il cui sviluppo ci darà grandi soddisfazioni nel tempo.

Chi decide di fare un e-commerce dovrebbe avere una visione a medio lungo termine: è sbagliato pensare che nel giro di qualche mese si possano raggiungere stipendi elevatissimi senza impegno e costanza.

Fare azienda è un'altra cosa, bisogna avere la forza di fare scelte coraggiose oltre a dare il massimo per far crescere il proprio progetto.

6. Quali sono i requisiti per costruire un ecommerce di successo?

Realizzare un e-commerce di successo equivale a costruire un'impresa di successo! Come prima cosa bisogna essere consapevoli del fatto che stai costruendo un business serio e sostenibile.

Ci sono casi in cui si possono sfruttare dei picchi su alcuni prodotti inseguendo delle opportunità commerciali (es. mascherine durante il Covid19), ma la nostra esperienza ci dice che il vero risultato si ottiene quando nel tempo si costruisce un sistema stabile e duraturo che, oltre a dare utile, crei valore per l'azienda e per gli stessi clienti che utilizzando il servizio.

7. Quali sono i prodotti per i quali l'e-commerce non va bene?

Tutto quello che è confezionabile e trasportabile è potenzialmente vendibile con un e-commerce, pertanto l'aspetto da valutare attentamente è la scelta di mercato che l'azienda decide di fare: ci sono, per esempio, alcuni casi in cui i brand preferiscono salvaguardare il lavoro dei punti vendita fisici oppure rivolgersi a target diversi (vendere alle aziende piuttosto che ai consumatori finali), mentre altre considerazioni potrebbero essere fatte sulle effettive marginalità di un prodotto oppure sui costi di trasporto.

8. Ci vuole la partita IVA?

Per vendere anche un singolo prodotto è necessaria la partita iva. Si può ragionare sul tipo di ragione sociale da creare, ma la partita iva è imprescindibile se si vuole vendere online.

9. Meglio vendere in Italia o all'estero?

Dipende molto dal tipo di prodotto ma anche dal tipo di servizio che si vuole offrire. Prima di fare qualsiasi scelta bisogna comunque fare un'analisi di mercato e valutare in anticipo a chi vogliamo rivolgerci e dove.

10. Quanto investimento ci vuole per far partire un ecommerce?

Con i nuovi software fare un sito e-commerce è abbastanza semplice o costa veramente poco, ma fare un progetto e-commerce completo e professionale è un'altra cosa.

Troppi imprenditori pensano che un e-commerce sia solo il sito che ospita una serie di prodotti.

In realtà bisogna fare una serie di attività imprescindibili per avere successo se non si vuole far parte del 95% degli e-commerce che falliscono in meno di un anno dalla nascita del progetto.

Il grande vantaggio economico di uno store online è che puoi controllare meglio il tuo investimento e spalmarlo nel tempo.

Se per aprire un'attività fisica è necessario infatti investire decine se non centinaia di migliaia di euro ancora prima di iniziare a fare la prima vendita, con un e-commerce potrai fare un investimento abbastanza contenuto e fare delle valutazioni costanti su come e quando investire.

Il segreto è avere le idee chiare su cosa si sta facendo, avere degli obiettivi definiti e evitare scelte improvvisate.

11. Quante persone ci vogliono per far partire un progetto ecommerce?

Ci sono due fasi da considerare, la fase pre lancio e la fase post lancio. Il numero di persone e le competenze a disposizione di ognuno incidono molto sulla rapidità nella fase di creazione di un progetto, ma è comunque possibile pensare di ideare, progettare e realizzare un e-commerce anche da soli.

Diverso invece è quando il sito e-commerce è online: in quel momento le attività da svolgere crescono in modo considerevole ed è necessaria una certa rapidità nella gestione, soprattutto per quanto riguarda ordini, spedizioni e customer service.

Quindi possiamo dire che prima di iniziare a vendere si può essere anche da soli, magari col supporto di un esperto. Quando si va online bisogna invece essere in grado di svolgere le attività di gestione in modo rapido ed efficace, per progetti piccoli si può essere anche in 2 o 3 e man mano integrare personale interno ed esterno in funzione della crescita.



12. Meglio seguire il progetto ecommerce da soli o rivolgersi ad un'agenzia?

La scelta ideale sarebbe cercare di imparare il più possibile a livello strategico attraverso esperti che hanno ottenuto risultati reali e man mano che si prende consapevolezza delle varie attività da svolgere, iniziare a delegare a personale interno o esterno.

Non delegare o affidare il progetto a nessuno se non si ha nessun tipo di conoscenza delle attività da svolgere, il rischio di fallimento è pari al 100%

13. Quando è meglio formarsi e quando è meglio delegare ad un'agenzia?

Se si ha una grossa esperienza di business con attività pregresse e si hanno capitali importanti da investire (progetto con investimenti superiori ai 80.000€), potrebbe essere utile rivolgersi a delle agenzie specializzate con comprovata esperienza.

Se non si rientra in questa casistica, bisogna necessariamente formarsi in modo da fare le migliori scelte possibili ottimizzando i costi e riducendo i rischi di errori al minimo.

Investire qualche migliaio di euro prima di partire potrebbe farne risparmiare decine oltre ad acquisire competenze super ricercate dal mercato.

14. Perché molti ecommerce falliscono?

Ci potrebbero essere molte risposte a questa domanda, potrei fare un elenco di tanti piccoli errori che alla fine compromettono un progetto.

I due errori più comuni sono certamente non partire con un'identità di business ben chiara e non formarsi adeguatamente scambiando l'e-commerce come un'opportunità mordi e fuggi.

15. Quali sono i 3 ingredienti principali del successo di un ecommerce?

1. Fare un'adeguata strategia di partenza (analisi e posizionamento);
2. Essere consapevoli sulle attività da svolgere facendo un'adeguata programmazione;
3. Continuare a formarsi cercando di migliorare costantemente le performance del proprio e-commerce.

16. Come scegliere i consulenti giusti per l'ecommerce?

L'aspetto fondamentale è individuare chi ha già affrontato in prima persona le difficoltà tipiche di questo settore.

Non esistono formule magiche e non è mai un singolo fattore a decretare il successo di un progetto, è la somma di una serie di attività gestite con attenzione, costanza ed efficacia che portano al raggiungimento di risultati importanti.

17. Meglio avere il proprio ecommerce o vendere sulle piattaforme tipo Amazon e Ebay?

Dipende molto spesso dal mercato a cui ci rivolgiamo, se si vuole vendere online è comunque fondamentale avere un proprio store: permette all'azienda di muoversi in autonomia, acquisire una certa rilevanza e distinguersi dai suoi competitors.

18. Dopo quanto tempo un e-commerce comincia a portare profitto?

Domanda comune ma che non può avere una risposta ben definita. Dipende molto dall'investimento iniziale, dal mercato, dalle competenze e da decine di altri fattori.

Il valore non è solo nell'utile, il vero valore è dato da quanti clienti hai, quanti riacquistano e il posizionamento del brand in generale in un business comunque sostenibile.

19. Qual è la marginalità media per un ecommerce?

Dipende dal tipo di prodotto, dai costi in generale del servizio e dalla strategia che stai usando. Qui la vera domanda è: hai fatto i conti in fase di progettazione? :-)



20. Meglio vendere prodotti fisici o info prodotti?

Sono due mercati molto diversi, i prodotti fisici hanno molto spesso una frequenza d'acquisto maggiore, è più semplice venderli (se lavori bene con il marketing), ma i margini sono molto più bassi quasi sempre.

Gli info prodotti richiedono dei funnel più lunghi, investimenti pubblicitari più pesanti, ma possono rendere molto molto bene.

21. Sull'ecommerce si possono vendere prodotti a qualsiasi prezzo? Qual è il prezzo minimo e il prezzo massimo consigliato?

Sicuramente risulta più semplice vendere prodotti a basso costo in quanto c'è meno necessità da parte del cliente di percepire il valore del prodotto considerando il basso "rischio", ma ovviamente anche i margini sono ridotti. Esattamente al contrario invece funziona per i prodotti a costo elevato.

Non c'è quindi un prezzo minimo o un prezzo massimo, bisogna trovare il giusto equilibrio tra margine sui prodotti e capacità di far percepire il valore di ciò che vendiamo attraverso il web.

22. Come battere la concorrenza nel mondo ecommerce?

Se fai parte del 98% delle aziende online che non è una multinazionale, allora il modo migliore è certamente lavorare su una nicchia specifica (dopo averla individuata attraverso una completa analisi).

Rivolgersi ad un pubblico ristretto con una comunicazione e un servizio accurato e personalizzato rende uno store online speciale: questo modo di operare supera qualsiasi forma di offerte o altre attività aggressive.

Bisogna quindi differenziarsi, ascoltare le esigenze dei propri clienti e costruire le basi per crescere con costanza.

23. Come diversificare il proprio prodotto rispetto alla concorrenza?

Bisogna lavorare su diversi aspetti:

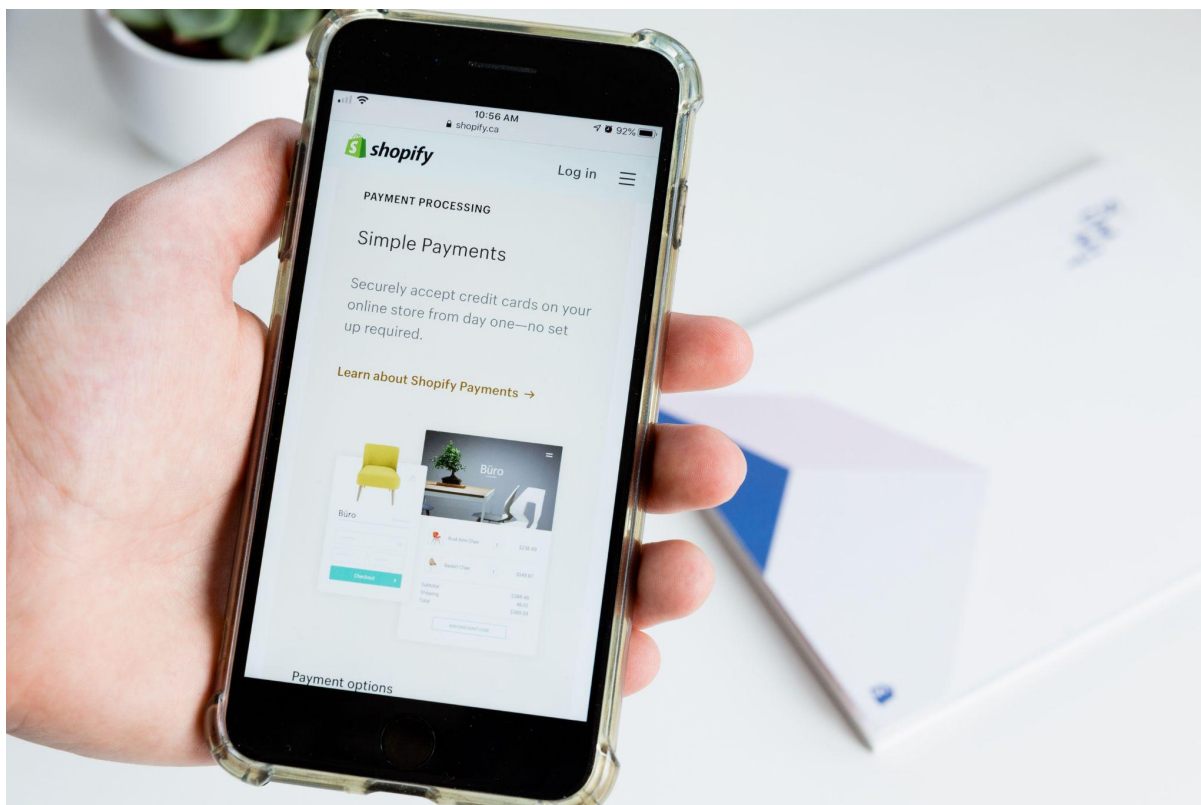
1. Come prima cosa bisogna costruire un progetto proponendo qualcosa su cui siamo appassionati, bisogna trasmettere in tutti i modi ai nostri potenziali clienti che noi ci siamo e lavoriamo per risolvere un loro problema affinché siano soddisfatti dell'acquisto;
2. Bisogna analizzare le esigenze dei nostri clienti ideali e trovare qualcosa che ci distingua dai competitors/che ci renda riconoscibili sul mercato;
3. Bisogna essere coerenti e costanti nella comunicazione, il tempo ci aiuterà a conquistare i nostri clienti ideali e a fidelizzarli.

24. Che piattaforma è meglio scegliere per il proprio ecommerce?

Ci sono moltissime piattaforme su cui costruire un e-commerce e le considerazioni da fare sono molteplici.

Se si cerca una soluzione in cui in poco tempo e con spese ridotte si possa ottenere un ottimo risultato la risposta è certamente Shopify.

Shopify ([Prova Ora](#)) oggi è tra le piattaforme e-commerce più utilizzate e milioni di piccole e medie aziende stanno avendo risultati interessanti.



25. Quanto devo investire in pubblicità ogni mese sul mio ecommerce?

Le campagne a pagamento sono un aspetto fondamentale che ci permette in breve tempo di farci conoscere dal mercato.

L'investimento dipende molto dall'entità del progetto, conosco aziende che investono anche 30.000€ al mese e più in ads, ma hanno già fatto i loro test ed i loro calcoli.

Se si è all'inizio il mio consiglio è di partire con cautela (600/700€ al mese) e su pochi canali pubblicitari, bisogna capire cosa funziona meglio per poi piano piano aumentare il budget.

Più si è ambiziosi e desiderosi di crescere, più bisogna spingere in campagne a pagamento, ma bisogna sapere in anticipo cosa si sta facendo, programmando gli investimenti e calcolare i rischi.

26. Che prodotti è meglio vendere sul proprio ecommerce?

Bisogna vendere ciò che siamo in grado di presentare meglio, inoltre bisogna considerare il mercato.

Anche se siamo bravissimi, se non c'è una domanda nel mercato per quel prodotto specifico diventa molto difficile raggiungere anche il minimo risultato.

Essere pionieri in qualcosa potrebbe essere molto dispendioso anche se esistono casi di successo interessanti.

27. E' meglio rivendere prodotti di altre aziende (retail) o vendere prodotti a proprio marchio?

Vendere prodotti di altre aziende ci espone maggiormente al problema della concorrenza, un problema cui possiamo ovviare se riusciamo conseguire un buon posizionamento, distinguendoci dai competitors grazie a un pacchetto di servizi unici che la rendono completamente diversa dagli altri e certamente innovativa e innovativi.

Vendere i prodotti a proprio marchio elimina il problema della concorrenza, ma presenta un altro ostacolo: far conoscere il nostro marchio alla nicchia di riferimento.

Henry Ford diceva: " Nel mercato dovrai combattere o contro la concorrenza o contro la diffidenza, comunque dovrai combattere".

28. Quanto tempo al giorno ci vuole per gestire un ecommerce?

Dipende moltissimo dall'organizzazione digitale (automazioni), dalle dimensioni del team e dai volumi che si generano oltre che dal modello di business.

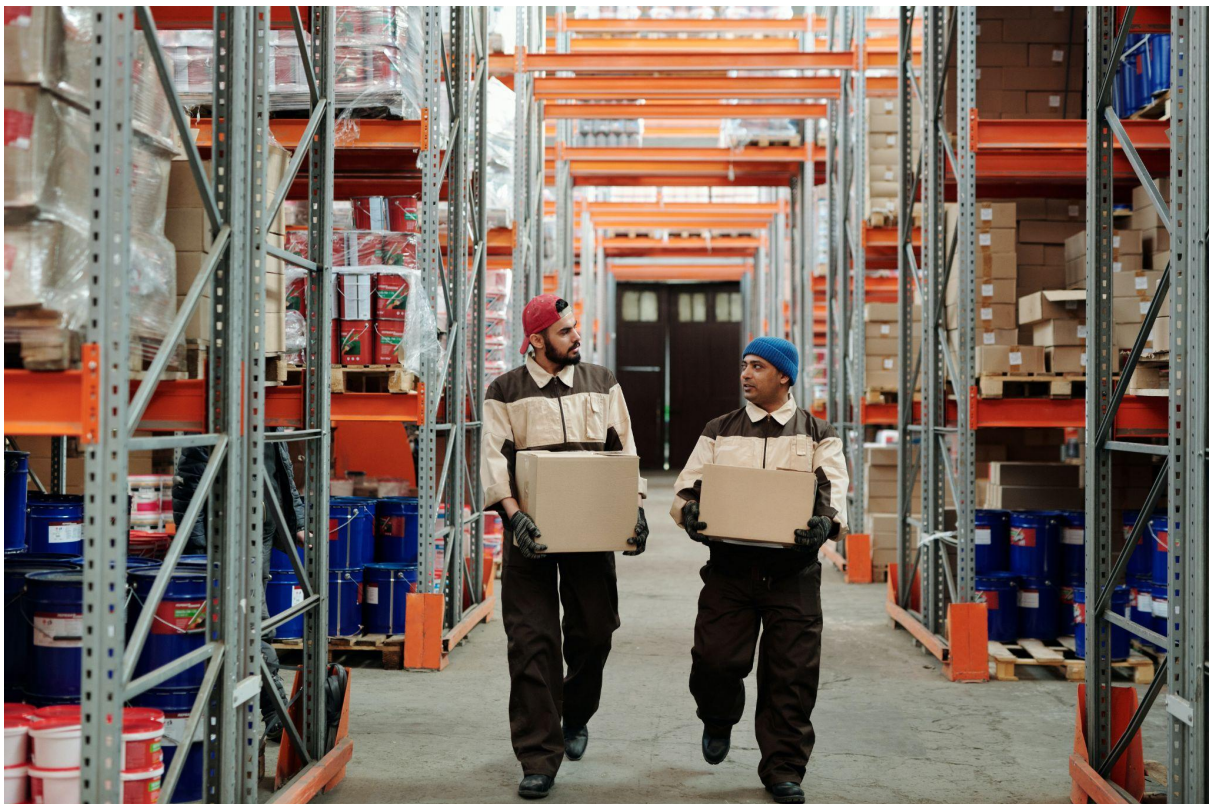
Con una buona organizzazione si può riuscire a gestire un progetto medio grande in una normale giornata lavorativa.

Ti sconsiglio di partire con un progetto e-commerce pensando che bastino 2 ore al giorno per ottenere risultati stratosferici, gestire uno store richiede tempo, attenzione e studio per permettere all'azienda di crescere e innovare.

29. Bisogna avere un magazzino? Se sì, che tipo? Quanto deve essere grande?

La maggior parte delle aziende che vendono attraverso un e-commerce ha un magazzino che deve essere di dimensioni e caratteristiche consone a ciò che vendiamo ed alle riserve di magazzino che ci interessano.

In alternativa c'è la possibilità di valutare un sistema detto dropshipping che permette alle aziende di vendere online senza la necessità di acquisire un magazzino.



30. Quali sono i canali pubblicitari migliori per promuovere il proprio ecommerce?

I più conosciuti e quelli che generano in assoluto più traffico sono certamente Google ads e Facebook ads.

Ma ci sono innumerevoli forme di pubblicità su cui appoggiarsi per ricevere traffico qualitativo sul nostro store.

Prima di prendere qualsiasi decisione è necessario fare comunque un'analisi su dove è meglio investire in base alle caratteristiche dei nostri potenziali clienti e del nostro modello di business più in generale.

31. E' meglio vendere fin da subito su più canali online (ecommerce, marketplace ecc) o concentrarsi su un canale alla volta?

Dipende dal tempo che si riesce a dedicare al progetto, dal team che si ha a disposizione e anche dalla tipologia di prodotti che vendiamo.

Ogni canale di distribuzione richiede tempo ed attenzione, se non si ha quindi la possibilità di prestare attenzione a tutti i vari aspetti del business e ai vari canali di vendita online, meglio cominciare gradualmente.

Più il team è consistente e preparato più si ha la possibilità di lavorare su sistemi diversi.

Bisogna anche considerare ciò che andiamo a vendere, i margini, i servizi che vogliamo offrire e il modello di business in generale prima di decidere in quale canale investire più risorse e da dove partire.

32. Da uno a 10 quanto è difficile avere e gestire un ecommerce di successo?

Gestire un e-commerce non è facile, ma può essere semplice se si hanno le idee chiare su quali passi da fare e l'ordine di priorità.

La possibilità di fallire con il progetto è molto alta quando si lavora senza piena padronanza di un business che ha comunque una certa complessità.

Nel caso in cui si hanno le competenze, le informazioni giuste e la determinazione giusta, da 1 a 10 direi che la difficoltà è 6. Nel caso contrario converrebbe dedicarsi ad altro per evitare di perdere investimenti economici e di tempo.

33. E' meglio avere un negozio fisico o un e-commerce?

L'ideale sarebbe averli entrambi. Alcune analisi hanno dimostrato che, se si integrano bene i due canali di vendita, si possono ottenere risultati straordinari: con delle corrette strategie l'uno può essere messo a servizio dell'altro.

Ovviamente si possono avere risultati importanti sia soltanto con i negozi fisici che con lo store online, dipende dal mercato, dal nostro target (tipo di clienti) e soprattutto dall'attitudine di chi gestisce l'azienda.

34. Quali sono i vantaggi dell'ecommerce rispetto ad un'attività tradizionale (bar, gelateria, fabbrica)?

I vantaggi sono molteplici:

1. I costi iniziali più bassi;
2. Si può raggiungere un numero di persone molto più numeroso;
3. Si possono analizzare i dati in modo preciso e ottimizzare quindi i risultati;
4. C'è più flessibilità nell'adattarsi ai cambiamenti del mercato;
5. Con le giuste strategie si può crescere molto più rapidamente.

35. Una volta che il mio ecommerce avrà successo, lo posso vendere?

Molte multinazionali cercano e-commerce di nicchia ben avviate su cui investire. È possibile quindi rivendere la propria azienda a cifre molto interessanti.

È fondamentale però che la crescita sia sostenibile e che l'e-commerce si sia posizionato sul mercato in modo coerente e rilevante sulla nicchia specifica su cui ha operato.

36. Il mercato dell'ecommerce non è già saturo?

Nessun mercato è saturo, ci sono sempre nuovi interessi delle persone, nuove esigenze di mercato e anche nei mercati già maturi si riescono a trovare nuovi angoli su cui focalizzare l'attenzione dei potenziali clienti.

La cosa fantastica nelle vendite online è la rapidità con cui un progetto può prendere piede se si è seguita una strategia adeguata.

37. Per vendere prodotti, è meglio seguire i trend di mercato, o concentrarsi su una nicchia e una tipologia di prodotti?

Quello che insegnamo ai nostri studenti è di trovare il giusto mix che possa permettere ad un progetto e-commerce di essere vincente.

Bisogna quindi partire dal problema che si vuole risolvere o l'esigenza che si vuole soddisfare sentendo l'argomento nelle proprie corde: le persone attraverso la comunicazione capiscono se si è genuini quando si propone e questo conferisce un valore aggiunto al business.

Contestualmente bisogna vendere qualcosa che ha comunque l'interesse del mercato e focalizzarsi su una specifica nicchia in modo da farsi percepire come esperti.

L'insieme di questi fattori delimita il confine tra il successo ed il fallimento di un progetto e-commerce.

38. E' più difficile vendere su Amazon o sul proprio ecommerce? Quale dei 2 canali è più redditizio?

Amazon ha dei costi abbastanza importanti, ma ci permette di stare nel re degli e-commerce che riceve milioni di visite quotidiane da potenziali clienti.

Con un e-commerce invece non ho i costi che devo sostenere su Amazon, ma devo procurarmi il traffico attraverso campagne a pagamento.

La risposta è che non esiste un canale più redditizio dell'altro, sono entrambi importanti e dovrebbero far parte di qualsiasi strategia aziendale.

La cosa più importante che un imprenditore deve fare prima di iniziare a vendere in qualsiasi canale è fare i calcoli definendo i costi e attuando il corretto pricing.

39. Quanto costa fare un e-commerce?

Fare un e-commerce, inteso come inserimento di prodotti su una piattaforma, è molto economico. Se si hanno un po' di competenze con meno di 1.000€ si fa tutto.

La realtà è che un progetto e-commerce è molto più di una vetrina commerciale: se si vuole avere successo bisogna creare un progetto ben strutturato, trovare il corretto posizionamento sul mercato, creare una struttura adeguata (software, gestionali, team e competenze necessarie) ed investire per ricevere traffico qualificato che ti permetta di crescere costantemente.

Il vantaggio è che l'investimento può essere distribuito/dilazionato su un periodo abbastanza lungo ed è proporzionato alla velocità con cui si vuole crescere.

40. È vero che fare un e-commerce costa poco?

Costa poco fare un sito con dei prodotti caricati.

Realizzare un progetto serio ben strutturato capace di crescere costantemente e ricevere traffico qualificato è un'altra cosa.

A differenza di molte altre attività, il rapporto rischio/potenzialità è davvero molto interessante.

41. Quanto tempo ci vuole per iniziare a guadagnare con un e-commerce?

Avere un e-commerce significa avere un business e non un lavoro con un fisso mensile garantito, tutto dipende dalle azioni che mettiamo in campo e dall'andamento del mercato. È necessario fare una programmazione degli investimenti e delle attività da svolgere in modo da poter fare un bilancio previsionale.

Ovviamente avere una mappa da seguire aiuta ad avere una direzione e buone possibilità per raggiungere l'obiettivo.

Inoltre è un settore che permette di essere molto flessibili per cui, anche una volta avviato l'e-commerce, è sempre possibile apportare miglioramenti al proprio business.

Quindi per rispondere alla domanda, non esiste un tempo preciso, idealmente potrebbero volerci 6 mesi, ma anche qualcosa in più. Se si lavora male o i prodotti non rispondono alle esigenze di mercato si rischia di non guadagnare mai.

Per questo motivo è fondamentale fare un ottimo lavoro di preparazione e di posizionamento prima ancora di lanciare un business.



42. Quali sono le prime attività da svolgere nel momento in cui decido di aprire un e-commerce?

Le attività sono molte, ma alcune sono più importanti di altre e hanno priorità su tutto.

Come prima cosa bisogna trasformare (in caso di nuovi progetti) l'idea di business in qualcosa di tangibile facendo quindi una descrizione su carta di ciò che si intende fare e successivamente bisogna fare un'analisi di mercato che ci permetta di capire se il progetto è attuabile.

Il passo successivo è creare una lista di attività da svolgere che vanno dall'aspetto digital, alla parte logistica, all'organizzazione aziendale (team).

Fare queste tre attività in modo professionale aumenterà esponenzialmente le possibilità di riuscita del progetto.

43. Come faccio a sapere se i miei prodotti sono adatti ad essere venduti su un e-commerce?

La prima cosa che devi fare per accertarti se i tuoi prodotti sono vendibili con un e-commerce è valutare se già qualcun altro li sta vendendo facendo una semplice analisi su Google: in questo modo puoi verificare il traffico di chi vende già quel prodotto e capire il reale interesse del pubblico nell'acquistarlo.

Se c'è già chi li vende e i numeri sono interessanti allora puoi iniziare a lavorare con tranquillità al tuo posizionamento.

44. Qual è l'ordine di priorità delle attività da svolgere nella creazione di un e-commerce?

1. Trasforma l'idea di business in un progetto;
2. Fai una completa analisi di mercato;
3. Posizionati in modo differenziante;
4. Crea l'e-commerce utilizzando le informazioni acquisite nelle fasi precedenti;
5. Imposta la strategia di marketing e i software necessari;
6. Crea le campagne promozionali in linea con il tuo progetto.

45. Quali sono i principi base da tenere a mente per rendere un e-commerce sostenibile?

Bisogna innanzitutto ricordare che un e-commerce è un progetto da valutare sul medio-lungo periodo. È fondamentale sapere a priori quali costi andrai ad affrontare creando dei bilanci previsionali che ti permetteranno di comprendere, man mano che si va avanti, cosa sta andando bene e cosa migliorare.

Un altro fattore determinante è l'analisi dei costi variabili ed i costi fissi in modo da aggiungere i giusti margini e mantenere l'attività sostenibile nel tempo.

Infine, è molto importante avere una visione globale sul progetto ed intervenire in modo rapido ed efficace quando necessario.

46. Cosa non bisogna assolutamente fare quando si apre e si gestisce un e-commerce?

Non bisogna focalizzarsi sul sito e-commerce, bisogna focalizzarsi sul progetto e-commerce!

La differenza è che il primo è solo un sito dove ci sono dei prodotti visibili che il cliente può acquistare; il progetto è invece un sistema ben organizzato che copre tutte le attività necessarie per raggiungere gli obiettivi di business prefissati.

47. Quali sono gli errori più comuni che portano all'insuccesso di un e-commerce?

Sicuramente considerare un e-commerce come un sistema in cui basta investire in pubblicità per aumentare le vendite è un errore molto comune.

È necessario comprendere che un e-commerce è un business a tutti gli effetti, bisogna quindi trattarlo come tale.

48. Quali sono le competenze necessarie che bisogna padroneggiare prima di dare il via a un nuovo progetto e-commerce?

La cosa più importante è avere una mentalità imprenditoriale. Più che competenza è un'attitudine, bisogna essere in grado di programmare e gestire le attività, avere lungimiranze e non arrendersi alle prime difficoltà.

Se si ha una buona conoscenza del mondo digital è certamente un vantaggio, in caso contrario bisogna formarsi ed apprendere i principi base su come strutturare un e-commerce sia a livello pratico che a livello strategico.

49. Come mi accorgo che è arrivato per la mia azienda il momento di implementare un e-commerce come canale di vendita?

Se stai vendendo bene in altri canali di vendita, nel 99% dei casi è strategicamente importante che tu venda anche attraverso un e-commerce.

Lo strumento migliore per capire se ha senso vendere il tuo prodotto con uno tuo store online è Google: attraverso alcuni tool puoi comprendere gli interessi delle persone, chi sta già vendendo online i tuoi prodotti, se sta avendo abbastanza risultati e molto altro.

50. Perché è così difficile avere risultati con un e-commerce?

Il motivo per cui può sembrare complicato avere risultati con un e-commerce è dato dalla scarsa formazione di chi si avvicina a questo mondo.

Troppi falsi miti e troppi improvvisati sia lato imprenditore e purtroppo anche lato consulenti che senza nessuna esperienza propongono soluzioni molto discutibili.

Non sapere ciò che si sta facendo equivale a un fallimento quasi certo del progetto.



51. Cosa significa vendere in dropshipping?

Il dropshipping è un sistema di distribuzione che permette alle aziende di poter vendere prodotti senza la necessità di avere un magazzino.

Nello specifico funziona in questo modo:

1. L'azienda vende dei prodotti con un e-commerce;
2. L'ordine viene gestito dalla stessa azienda che trasmette l'ordine al suo fornitore;
3. Il fornitore prepara l'ordine;
4. L'azienda incarica il corriere di andare a ritirare l'ordine direttamente dal suo fornitore;
5. Il corriere consegna il pacco al cliente che inizialmente ha acquistato sullo store dell'azienda.

In questo modo riusciamo a fare delle vendite senza tenere prodotti in giacenza e senza sostenere i costi di magazzino.



52. È sempre la scelta giusta vendere in dropshipping?

Bisogna fare un'analisi sulle complessità da gestire e valutare se il tipo di prodotto che forniamo sia adeguato a questo tipo di distribuzione.

L'aspetto logistico è un aspetto fondamentale da tenere in considerazione, quindi se si decide di intraprendere questa strada bisogna attenzionare tutti i passaggi e renderli fluidi.

Inoltre bisogna affidarsi a fornitori di fiducia perché non supervisionando la fase di confezionamento, è fondamentale che venga svolta in modo impeccabile.

53. Quali settori e/o quali prodotti si vendono meglio con un e-commerce?

Ci sono alcuni mercati che sono già estremamente maturi con volumi molto importanti, come per esempio nel settore fashion (abbigliamento, scarpe, borse, etc.), mentre ce ne sono altri in forte crescita, come il settore alimentare.

Tendenzialmente se sono prodotti adatti al trasporto con i corrieri espressi, non ci sono particolari limiti.

La differenza è data dal fatto che in mercati maturi bisogna sfidare i grandi player, mentre nei mercati emergenti bisogna lavorare sulla diffidenza delle persone.

In ogni caso per entrare nel mercato bisogna affrontare una sfida impegnativa che richiede energia, costanza e concentrazione, ma che può portare a grandi risultati.

54. Come mi organizzo con le consegne? A chi mi rivolgo?

Le spedizioni sono un aspetto chiave per qualsiasi e-commerce, una volta che si inizia a vendere, dare un servizio di logistica efficiente è un elemento imprescindibile.

Grazie ad Amazon le aspettative di chi acquista online sono cresciute notevolmente, bisogna quindi essere in grado di gestire le attività di consegna con rapidità ed efficacia.

A grandi linee si hanno due possibilità: ci si può rivolgere direttamente alle società di trasporti come Bartolini, DHL, SDA, FedEx e richiedere i listini prezzi sulle proprie tariffe oppure ci si può ad agenzie di intermediazione che selezioneranno la ditta di corrieri che più si adatta alle tue esigenze sia per tipo di prodotto che per luogo di destinazione.

55. Quali sono i corrieri migliori a cui affidare le spedizioni?

In assoluto non esistono corrieri migliori di altri, esistono corrieri che si adattano meglio alle esigenze dell'azienda che spedisce in funzione delle caratteristiche dei pacchi (peso, dimensioni, fragilità), in base alle località in cui si spedisce, alle quantità e ad altri fattori che vanno considerati al momento della stipula del contratto.

È importante prestare molta attenzione ai dettagli in quanto le tariffe molto spesso contengono dei costi nascosti difficili da identificare.

I costi di trasporto saranno tra le primissime posizioni delle tue voci di costi, è quindi essenziale prestare molta attenzione.

56. Come faccio ad emergere tra la marea di siti e-commerce che ci sono online?

Si emerge se non ci si concentra sul prodotto ma si presta attenzione sul beneficio che forniamo o sul problema che risolviamo.

Bisogna trasmettere attraverso il proprio messaggio la genuinità di ciò che facciamo.

Per vincere contro i grandi player bisogna che gli altri ci percepiscano come esperti e focalizzarsi su una nicchia: solo in questo modo e grazie a una cura costante dei nostri clienti si potrà emergere e fare la differenza.

57. Perché le persone dovrebbero comprare da me e non da qualcun altro?

Le persone comprano in uno store se reputano l'e-commerce che stanno visitando il posto giusto per soddisfare le loro esigenze.

Se si riesce a capire questo è solo questione di tempo prima di raggiungere i propri obiettivi.

Valuta attentamente cosa sta cercando il tuo potenziale cliente e fai in modo che ti reputi il migliore!



58. Quali sono le principali barriere da superare per convincere una persona ad acquistare sul nostro e-commerce?

Quando una persona arriva su un sito e-commerce perché interessato a ciò che vende, si fa principalmente tre domande:

1. Mi trovo nel posto giusto?
2. Mi posso fidare di loro?
3. Ha i prodotti che sto cercando?

Se la risposta a queste domande è positiva allora ci sono buone possibilità che l'utente faccia delle azioni che lo avvicinino all'acquisto.

59. Qual è il migliore tema (template) per un sito e-commerce?

Il tema di un e-commerce deve essere semplice, funzionale e moderno e contestualmente dovrebbe avere le caratteristiche necessarie che permettano di presentare ciò che vendiamo in modo adeguato.

Ci sono migliaia di temi di qualità che puoi utilizzare: cerca ciò che è in linea con le tue esigenze e fai in modo che rispetti i parametri che ti ho detto.

60. Quali sono i costi di spedizione che devo sostenere?

I costi di spedizioni dovrebbero essere assorbiti nell'ordine che riceviamo: una buona strategia di pricing ci permetterà di coprire col costo dei prodotti, tutte le spese che derivano dalla vendita dello stesso. Ovviamente con i corrieri bisogna contrattare e cercare di spuntare il miglior prezzo possibile in modo da non pesare troppo sul totale dell'ordine.

La Nostra Storia

Siamo un'**azienda italiana** e un team di esperti. Tutti i giorni lavoriamo con aziende Italiane su progetti digitali e la nostra missione è formare il mercato Italiano contro la fuffa che si diffonde ovunque, portando invece **tanti risultati** (e duro lavoro).

Prima di insegnare però abbiamo fatto: abbiamo raggiunto decine di migliaia di euro di fatturato partendo da zero con nostri prodotti.

Dal 2017 abbiamo formato **migliaia di imprenditori** nella vendita su Amazon e abbiamo creato il primo percorso professionale per Amazon Account Manager.

Abbiamo inoltre creato la più grande community in Italia dedicata ad Amazon, con più di **20 mila iscritti**, formato oltre **1500 clienti** che hanno scelto di seguire i nostri corsi formativi sulla vendita online e certificato più di **135 Amazon Account Manager**

Alcune delle nostre Recensioni su TrustPilot ([Clicca qui per vederle tutte](#))

IL Ilaria
3 recensioni IT

★★★★★ 6 giorni fa

CORSO ECOMMERCE SPECIALIST mi ha...

Il corso di ECOMMERCE SPECIALIST mi ha aperto gli occhi e le porte di questo interessante mondo, sempre in evoluzione e per questo stimolante. Tutte le persone con cui ho avuto il piacere di interagire si sono rivelate molto preparate e disponibili a chiarire ogni mio dubbio. Super tutor e le classi dal vivo valgono ogni singolo centesimo speso!! Consiglio vivamente questa scuola!!!!

Utile Condividi

NC Nicola Costaglione
1 recensione IT

★★★★★ 21 feb 2022

Professionalità e Staff Eccellente

Corso suddiviso in tutti minimi particolari proprio dalla A alla Z, molto importante per chi parte da 0. Consiglio fortemente Scuola Ecommerce per chi vuole iniziare, oltre alle loro validissime competenze per la loro Onesta. Per quel poco che ho visto finora, posso dire che non vendono aria fritta e sanno il fatto loro. Bravi!

Utile Condividi

Marco Ventili
1 recensione IT

★★★★★ 7 giorni fa

Master Ecommerce Specialist

Il corso da Ecommerce Specialist mi ha dato l'opportunità di crescere e scoprire aspetti a me sconosciuti del mondo e-commerce, è un'esperienza che consiglio a tutti coloro che hanno voglia e interesse di formarsi professionalmente.

Utile Condividi

IV Ivano
2 recensioni IT

★★★★★ 8 feb 2022

Niente "fuffa"....Professionali e molto...

Niente "fuffa"....Professionali e molto seri. Samuele, ma tutto il team... disponibile, professionale, chiaro e preparato; hanno aiutato a capire meglio i primi passi da fare per potermi muovere nel campo dell'e-commerce. Livello molto alto di competenze messe a disposizione da un team completo di esperti. *Non sole lezioni*, ma un supporto completo in ogni momento di necessità tutto quello che serve per sentirsi veramente guidati e mai soli in questo percorso così complesso. Spetta solo a voi provarlo!!

Utile Condividi

Ti ringraziamo per aver letto questo E-book e speriamo di averti dato consigli e spunti importanti. Ricordati che nel caso decidessi di intraprendere un percorso professionale Scuola Ecommerce è qui per aiutarti. Grazie ancora!



SCUOLA
ecommerce