



ASSEPRIM

FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

“Sviluppo e sostenibilità di un e-commerce”



NEL CORSO DEL WEBINAR SCOPRIRAI:

- **Progettazione:** riconoscere gli elementi necessari per fare una valida ricerca di mercato;
- **Realizzazione:** impostare i servizi necessari per la gestione dell'attività di vendita e del marketing;
- **Promozione:** utilizzare le piattaforme di marketing per comunicare al proprio target i benefici di ciò che si propone;
- **Ottimizzazione:** analizzare i dati e fare le opportune modifiche per migliorare le prestazioni.

I falsi miti nel mondo e-commerce

Realizzare un e-commerce **non significa** avere un sito web con dei prodotti caricati in una piattaforma.

Purtroppo la maggior parte delle aziende commette questo grave errore pensando che **basterà andare online con un bel sito** ed investendo in campagne su Facebook e su Google per vedere il progetto decollare.

In realtà bisogna creare un sistema che permetta all'azienda di affacciarsi sul mercato in modo professionale consapevoli che per ritagliarsi il proprio spazio bisogna **costruire un progetto strutturato**.

Cosa faremo oggi?

- Capiremo come creare un e-commerce con **BASI SOLIDE** per generare fatturati da oltre 400.000 euro/anno, partendo con un investimento di soli 5.000 euro.
- Vedremo come con **ZERO COMPETENZE** tecniche potrai essere **CAPITANO** del tuo progetto, affrontando una sequenza **TESTATA** di attività.
- Saprai come creare la **SEQUENZA VINCENTE** di attività per costruire il tuo progetto e-commerce in **AUTONOMIA** seguendo dei semplici passi.

Obiettivi del webinar

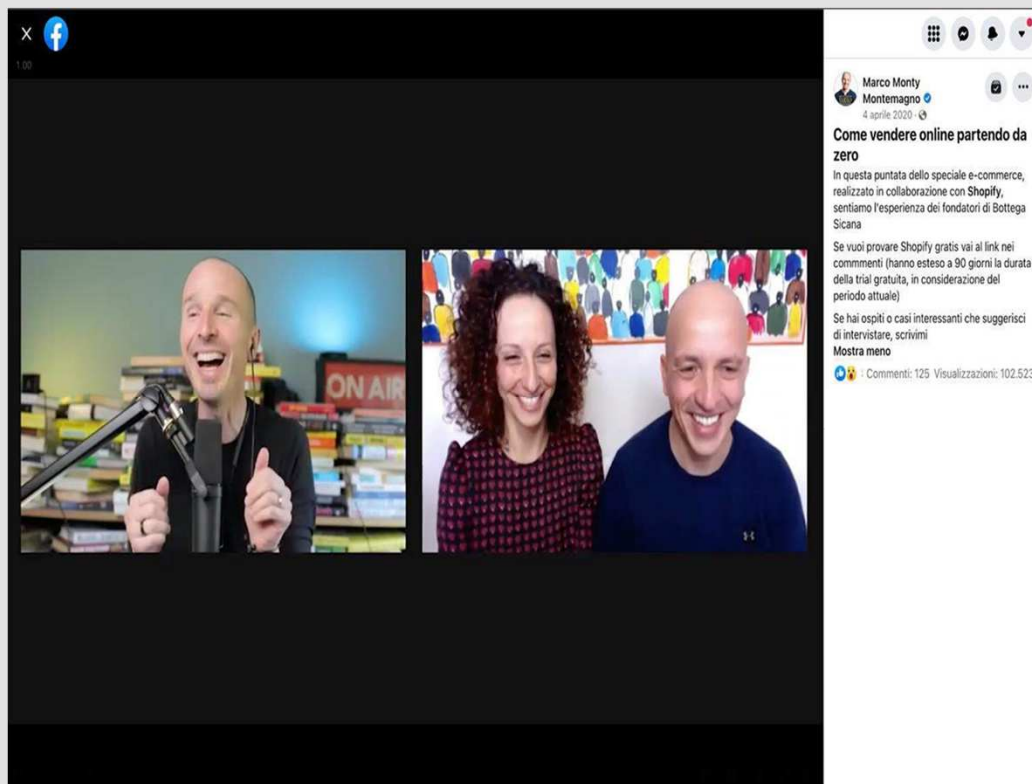
Scoprirai tre semplici cose che però fanno la differenza:

1. Cosa fare prima dell'inizio lavori;
2. Che tipo di piattaforma scegliere;
3. Come preparare l'e-commerce a ricevere visite.

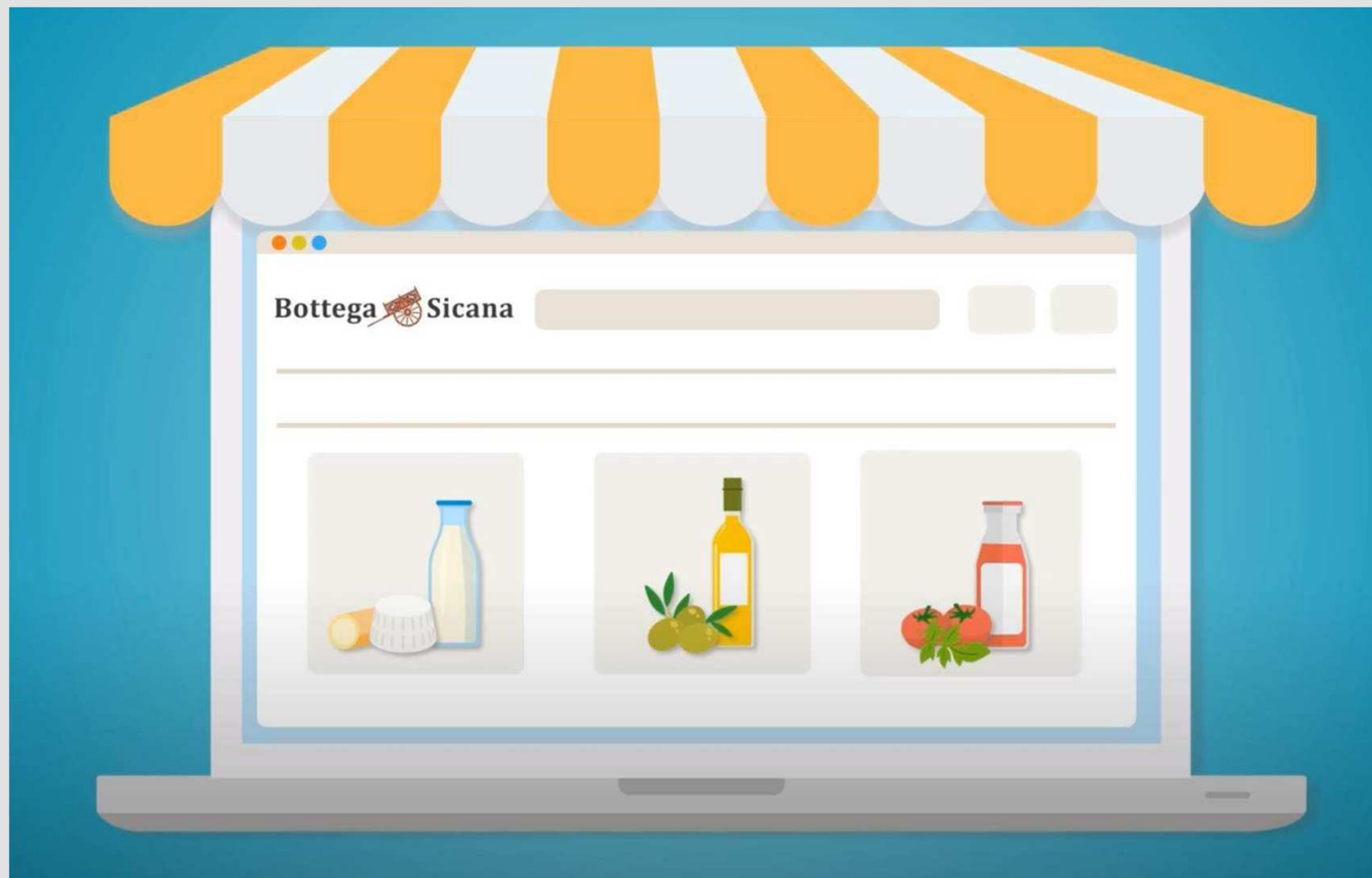
Due parole sul relatore



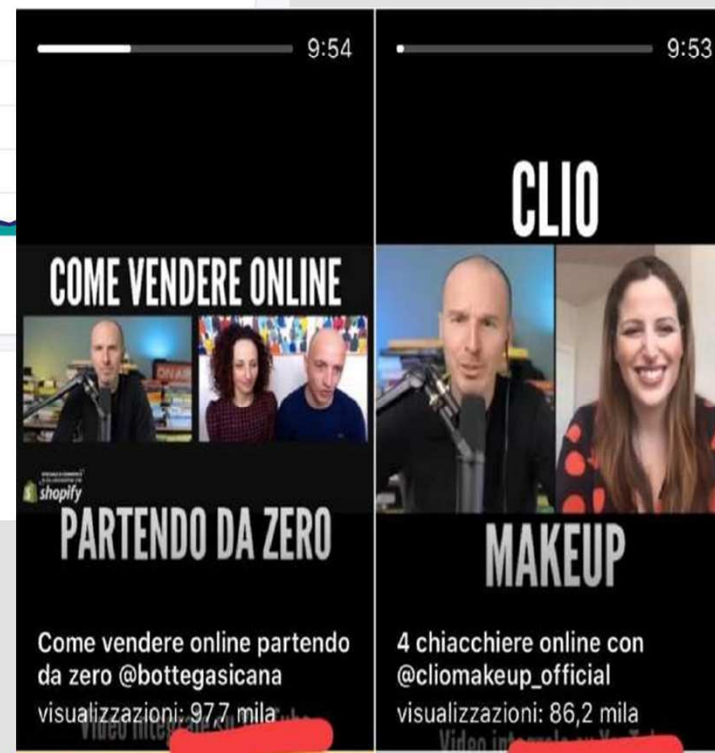
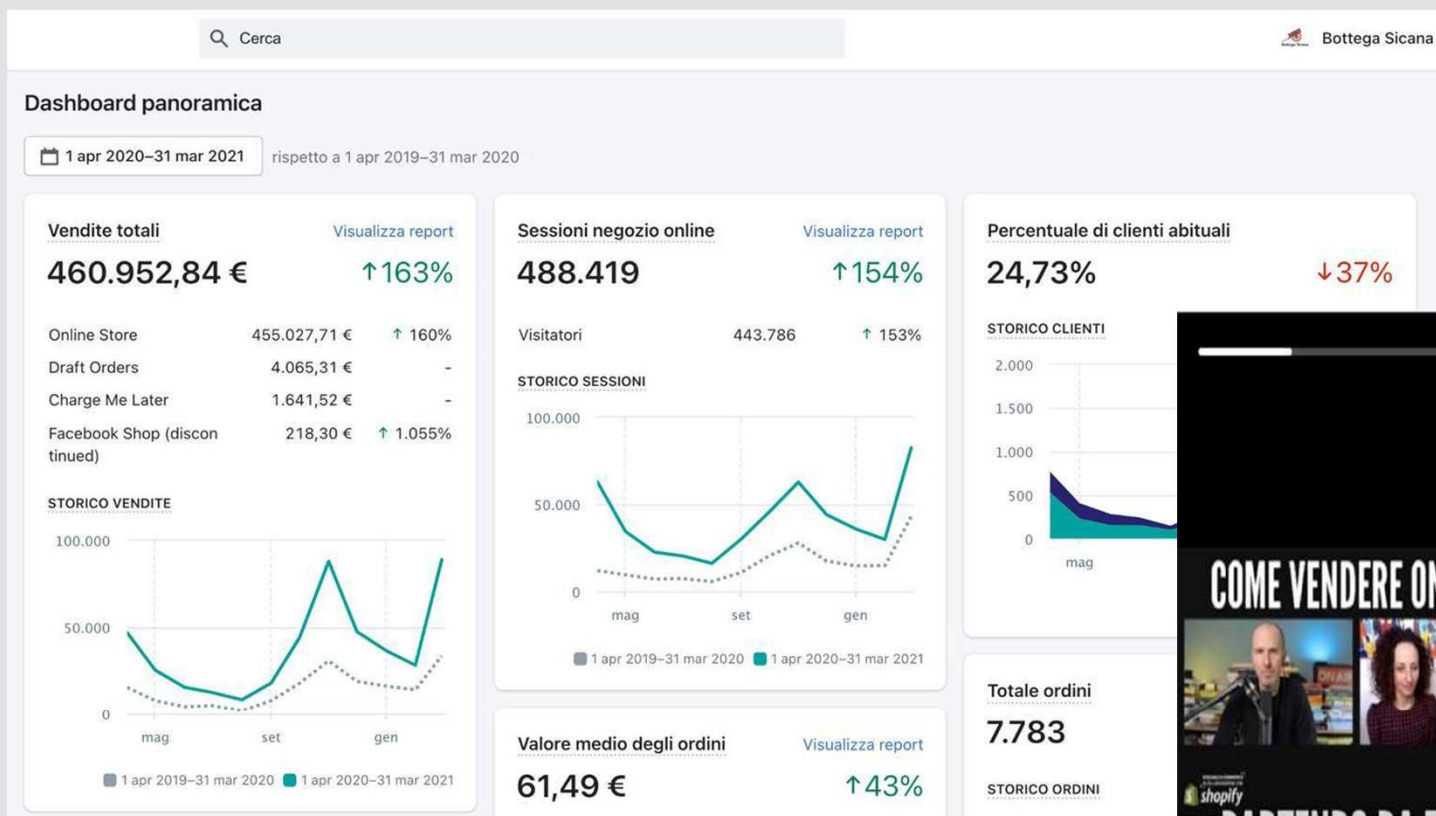
Imprenditore, autore e formatore



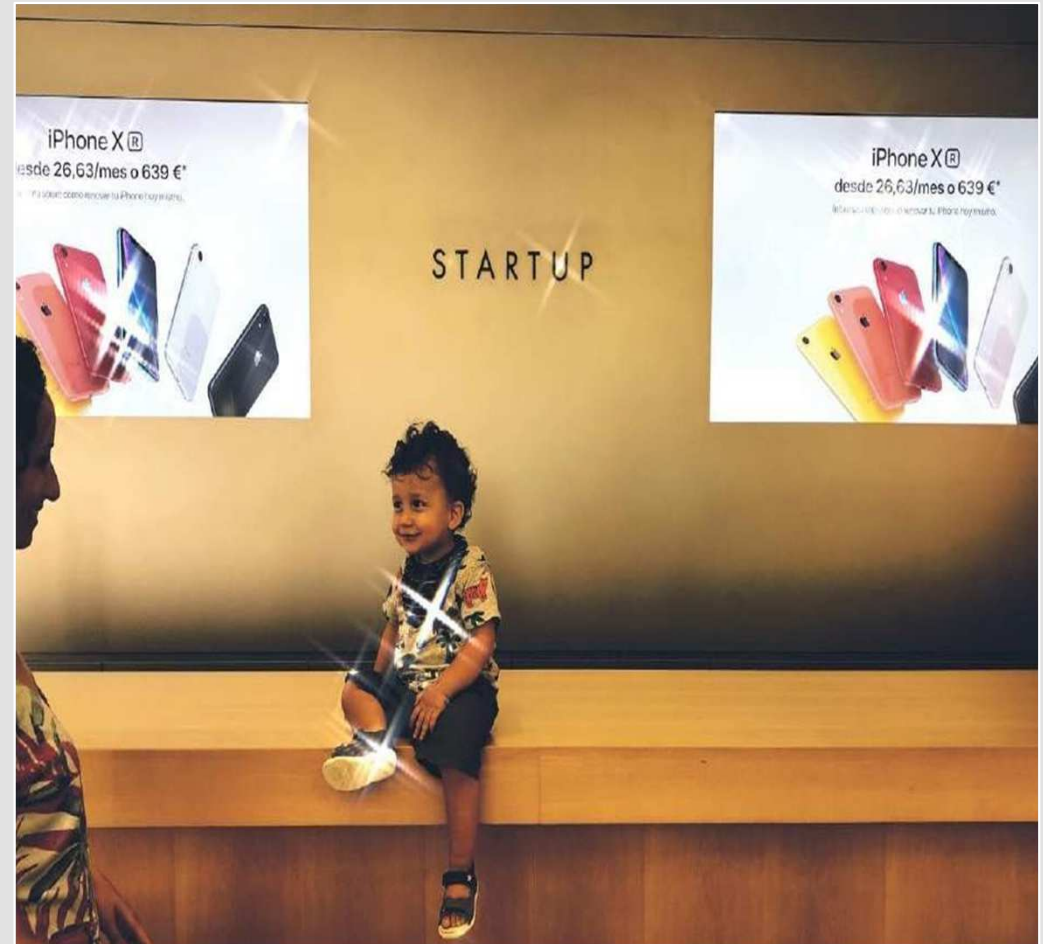
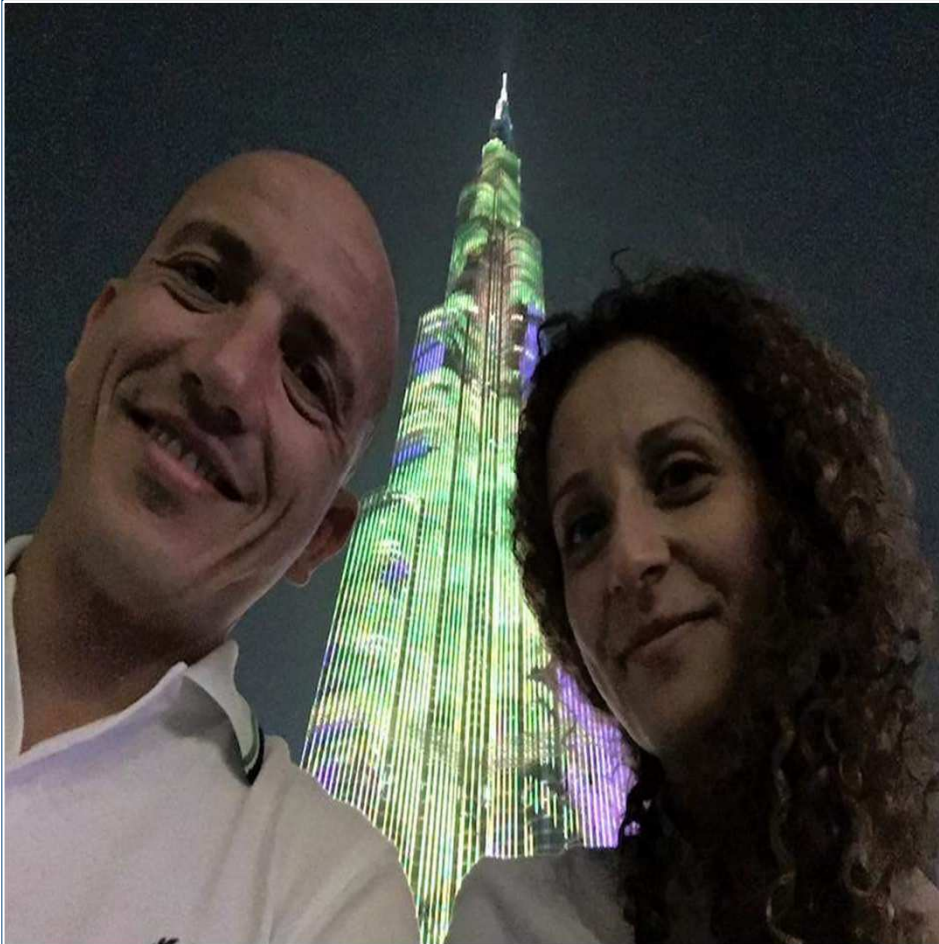
Il mio progetto e-commerce nel settore alimentare



Risultati raggiunti



Presupposto prima di iniziare: “Pensa in grande ed inizia in piccolo”

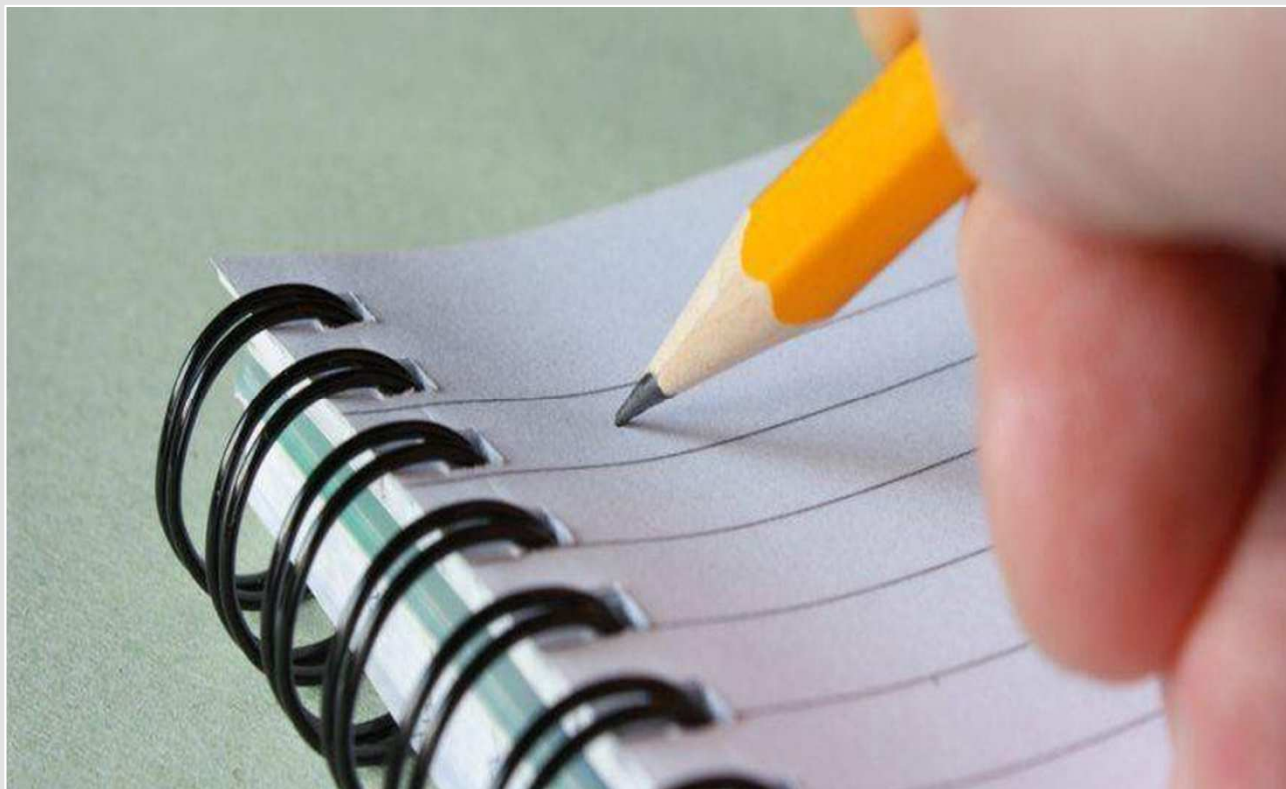


LE “3 P” per realizzare un e-commerce di successo

- Progettazione: progettare un e-commerce in modo da ridurre i rischi ed aumentare notevolmente le probabilità di successo;
- Piattaforma: utilizzare un servizio e-commerce che ti permetta di mantenere i costi molto bassi ed essere libero di gestire il tuo store in autonomia;
- Promozione: avere una strategia di marketing che ti permetta di crescere con costanza facendo acquisire sempre più valore alla tua azienda.

Progettare il tuo e-commerce

Prima di pensare alla piattaforma e-commerce, alle campagne pubblicitarie, ai software e alle diverse attività che dovrai svolgere, *devi concentrarti sulle attività di posizionamento.*



Lo scopo del progetto

Avere le idee chiare su ciò che vogliamo fare, come vogliamo strutturare il progetto ed il motivo che ci muove per raggiungere i risultati che ci siamo posti, ci permette di rimanere focalizzati sugli obiettivi da raggiungere.

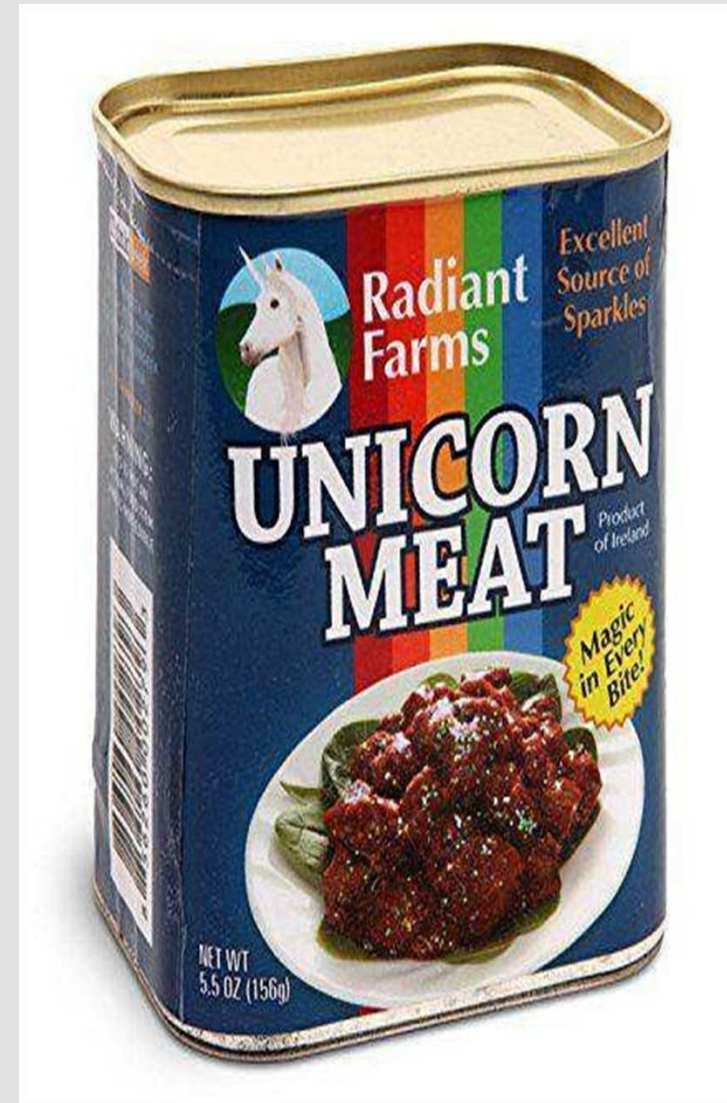


Cosa vendere

Il mio prodotto serve a qualcuno?

Sappiamo che per avere un e-commerce è necessario avere dei prodotti da vendere.

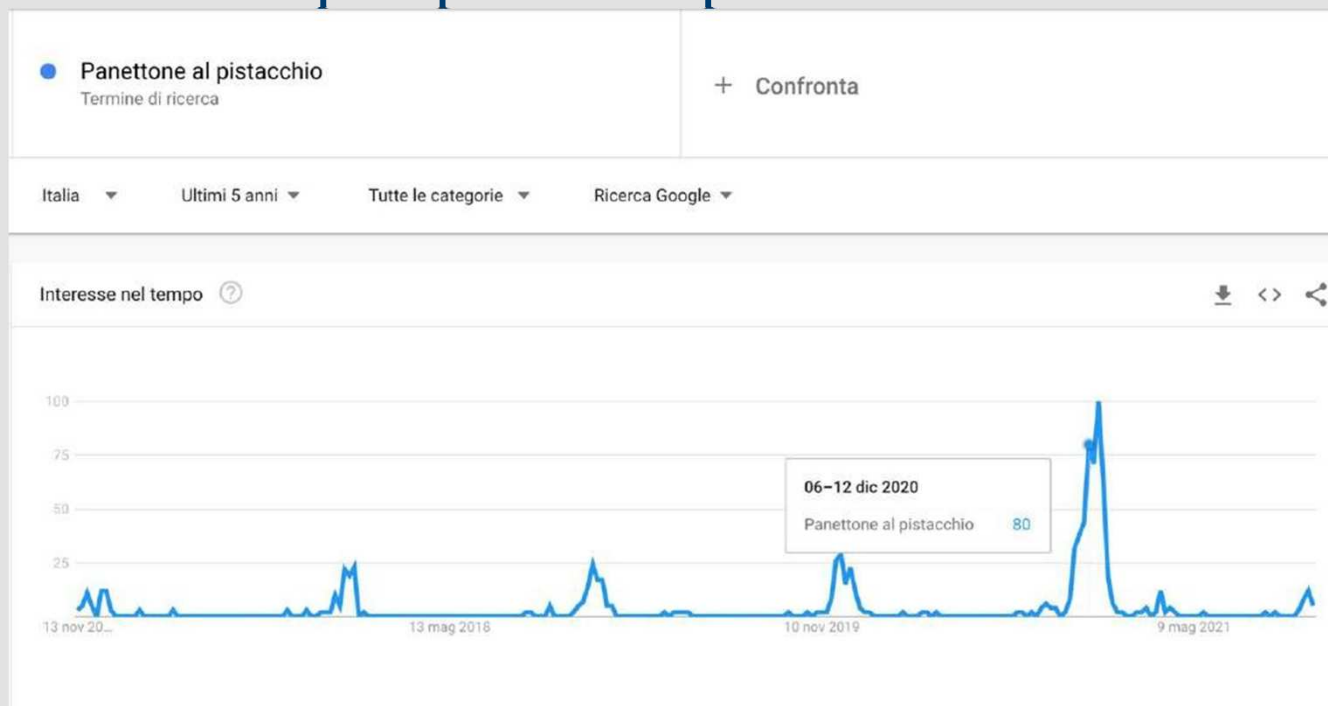
Prima però di fare qualsiasi cosa dovremmo fare uno studio di mercato che ci aiuti a comprendere se esiste un pubblico per il mio prodotto.



Tendenze di mercato (esempio)

Usando Google Trends potrai riconoscere le tendenze di mercato. Nel Natale scorso, c'è stato un interesse sul prodotto “Panettone al Pistacchio”.

Grazie a questa analisi abbiamo creato una strategia efficace e specifica su quel prodotto per il Natale successivo.



Capitalizzare le opportunità

Perché è importante capitalizzare le opportunità?

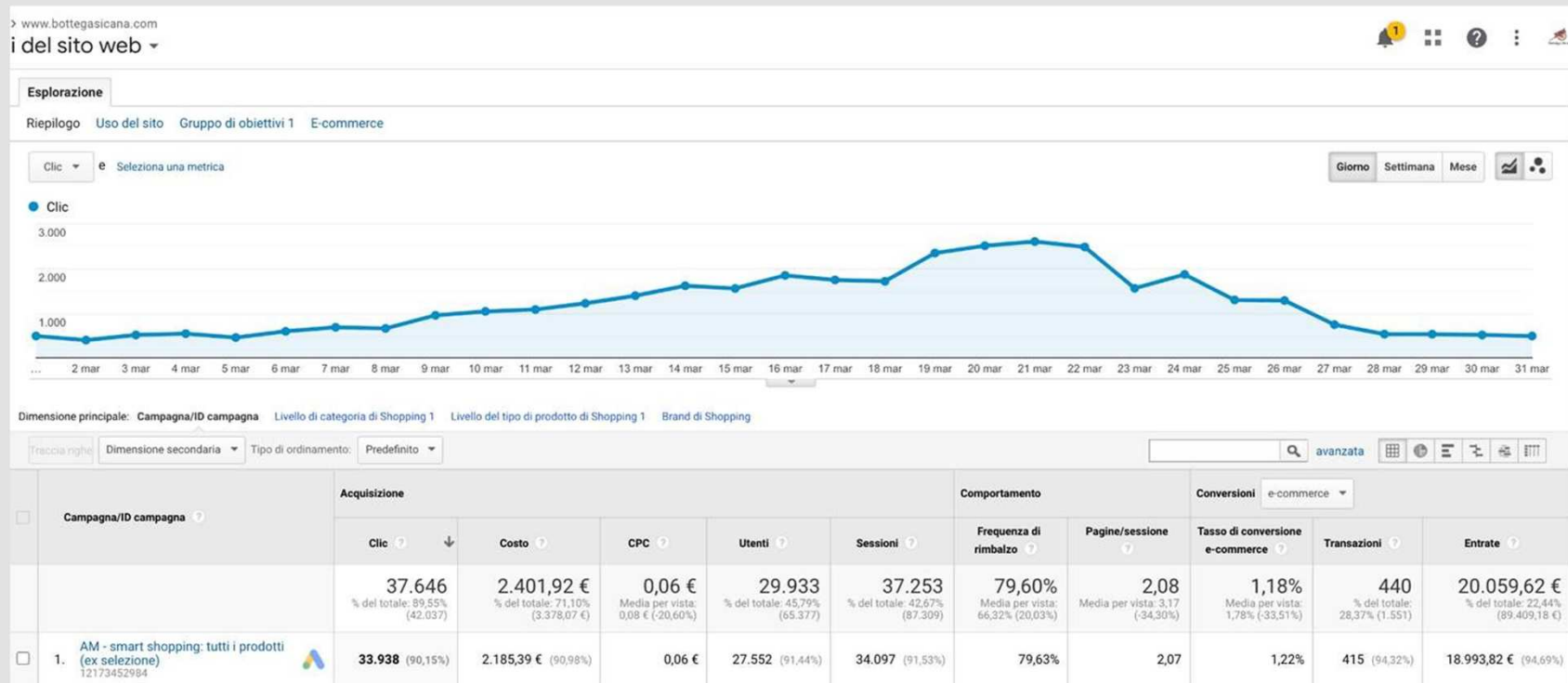
Il mercato è rapido ed in continua evoluzione.

Un solo prodotto ben posizionato può fare la differenza in un determinato periodo, ma allo stesso tempo bisogna essere rapidi a scoprire nuove opportunità.



Campagne per scoprire nuovi mercati

Investire una parte del tuo budget pubblicitario su delle campagne **Performance Max** (Google) su tutto il catalogo permetterà di riconoscere i **prodotti di tendenza** del momento.



Risultati ottenuti con soli due prodotti

🔍 Cerca 🇮🇹 Bottega Sicana

← Vendite per prodotto Stampa Esporta

Intervallo di date 📅 1 mar–31 mar 2021

Gestisci filtri Modifica colonne ▾

Tipo di articolo in promo è product ✕

Titolo del prodotto	Quantità netta ▾	Fatturato lordo	Fatturato netto	Vendite totali	Profitto lordo	Margine lordo
Riepilogo	4.178	78.565,93 €	72.010,06 €	78.857,97 €	32.540,12 €	45,01%
████████████████████	633	14.324,70 €	13.849,29 €	15.233,11 €	6.953,39 €	50,21%
████████████████████	424	8.740,43 €	7.586,05 €	8.344,30 €	3.856,00 €	50,83%

Il servizio offerto

Considerando l'affollamento sul mercato, come vendere qualcosa diventa ancora più importante di cosa si vende.

Oltre a vendere prodotti di qualità è necessario focalizzarsi sulla presentazione e sui servizi annessi (packaging, consegne, etc.).



Fattori differenzianti

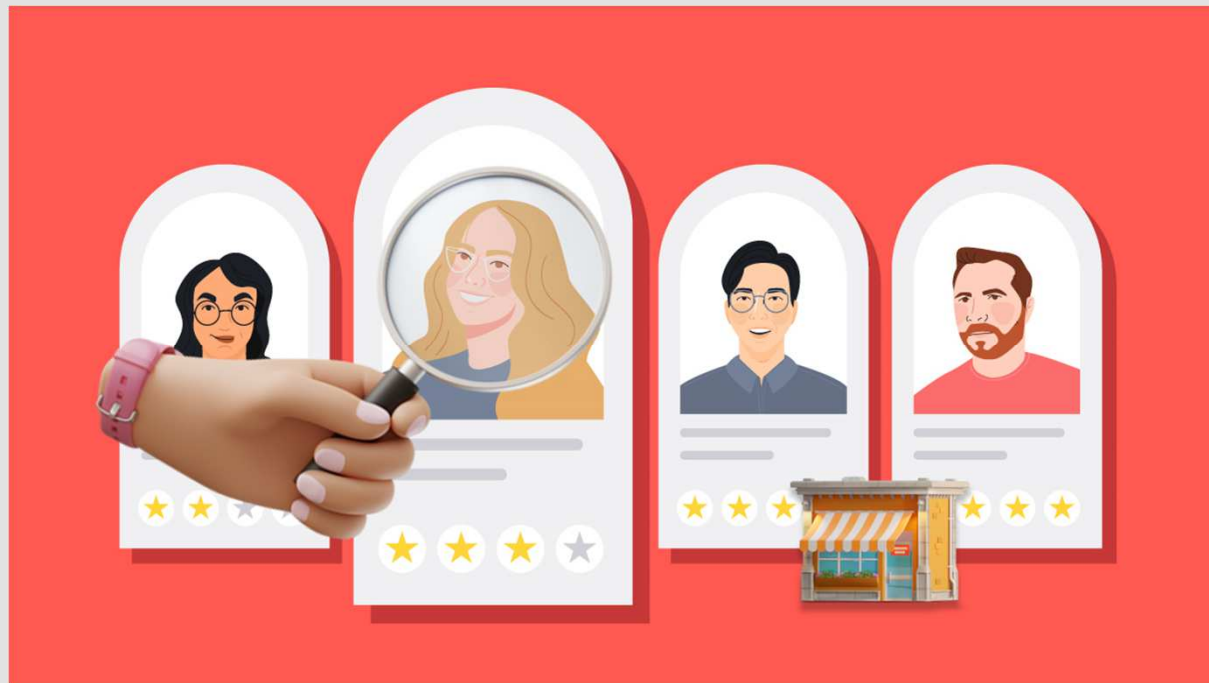
Per entrare in un mercato esistente è necessario offrire qualcosa che chi è già presente non sta facendo.

Bisogna analizzare i competitor e comprendere quale opportunità non stanno sfruttando sul mercato.



Target di riferimento

Sapere in anticipo **chi sono i nostri potenziali** clienti ci permette di creare un sito e-commerce in linea con le loro aspettative, **strutturare un messaggio efficace** che ci aiuta ad entrare in empatia ed instaurare un rapporto duraturo.



La proposta di valore

Perché le persone dovrebbero comprare da me e non da altri?

Definire il proprio **posizionamento differenziante** aiuta a far comprendere al pubblico perché dovrebbe scegliere la nostra azienda.

The screenshot shows the website for Bottega Sicana. At the top right, there are navigation links: CHI SIAMO, CONTATTACI, DICONO DI NOI, and BLOG. The main header features the Bottega Sicana logo, which includes a red cart icon, and the tagline "Specialità alimentari dagli artigiani locali". Below the logo is a search bar with the text "Cerca tra i prodotti..." and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are two buttons: "ACCEDI" with a person icon and "CARRELLO" with a shopping cart icon and a yellow badge with the number "1". A dark brown navigation bar contains the following categories: I SALATI, I CONDIMENTI, I DOLCI, BEVANDE, FRUTTA E VERDURA, OFFERTE DEL MESE, and SPECIALE NATALE. Below this bar is a promotional text: "Bottega Sicana è il primo negozio online che spedisce in tutta Italia ed in Europa specialità alimentari direttamente dagli artigiani locali". At the bottom left, there are three menu items: "Dolci di Natale", "Agrumi di Sicilia", and "Offerte del Mese". To the right of these items is a photograph of a box of "ALEVI IL PANETTONE DI BRONTE" and a round cake topped with pistachios.

Piattaforma e-commerce

Dopo aver fatto un lavoro di progettazione adeguato a questo punto possiamo iniziare a lavorare al passo successivo:
la piattaforma e-commerce

Funzionalità piattaforme e-commerce

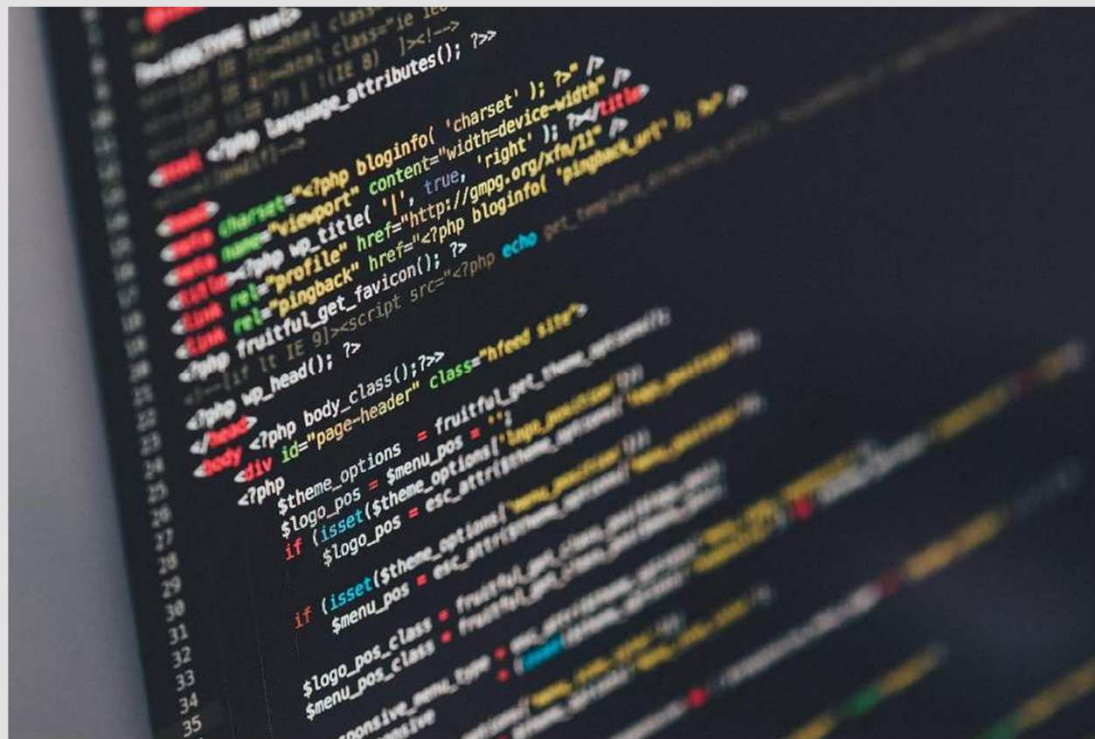
Una piattaforma e-commerce è un applicativo web che permette agli utenti di navigare, visionare, aggiungere al carrello e acquistare dei prodotti.

D'altro canto consente agli imprenditori di aggiungere informazioni, organizzare la vetrina, promuovere e acquisire pagamenti dei prodotti commercializzati.



Difficoltà nella creazione e gestione

Uno dei limiti per un imprenditore nel vedere decollare un e-commerce è dato dalle barriere tecnologiche imposte dai linguaggi di programmazione e competenze digitali in genere.



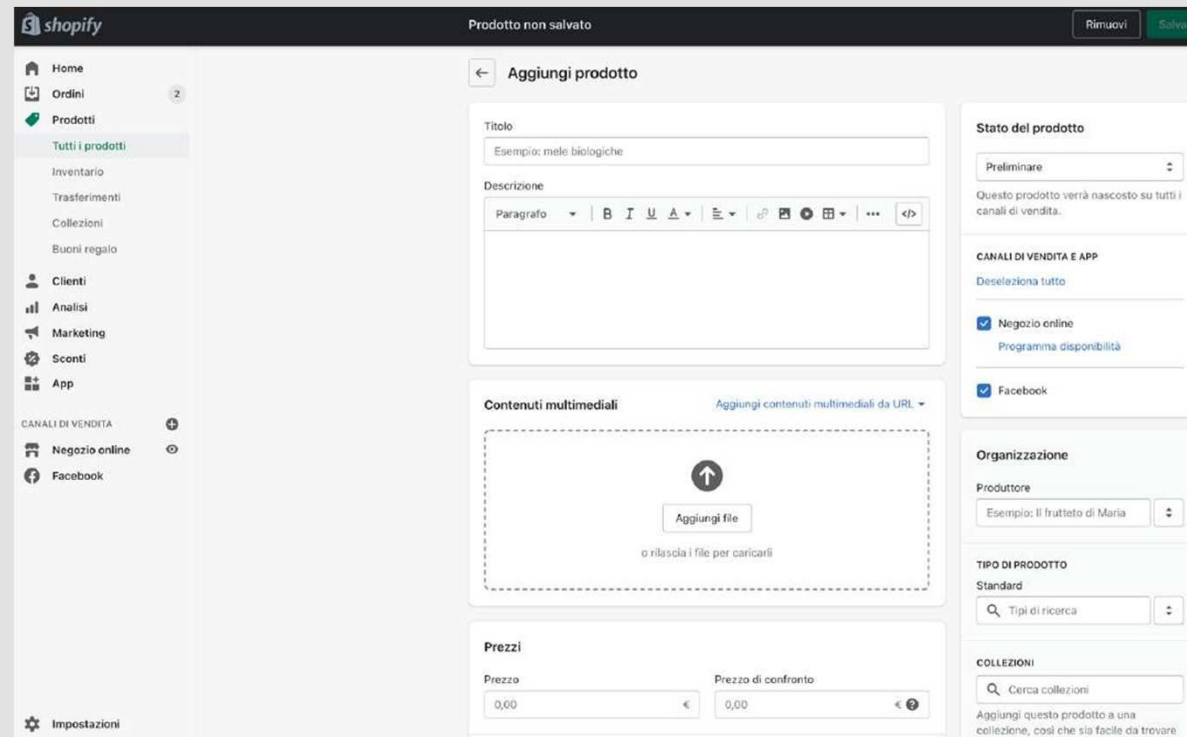
Difficoltà di comprensione Agenzia/Aziende

Il problema principale è l'incapacità di creare un ponte di collegamento tra gli obiettivi imprenditoriali e la realizzazione delle operatività digitali.



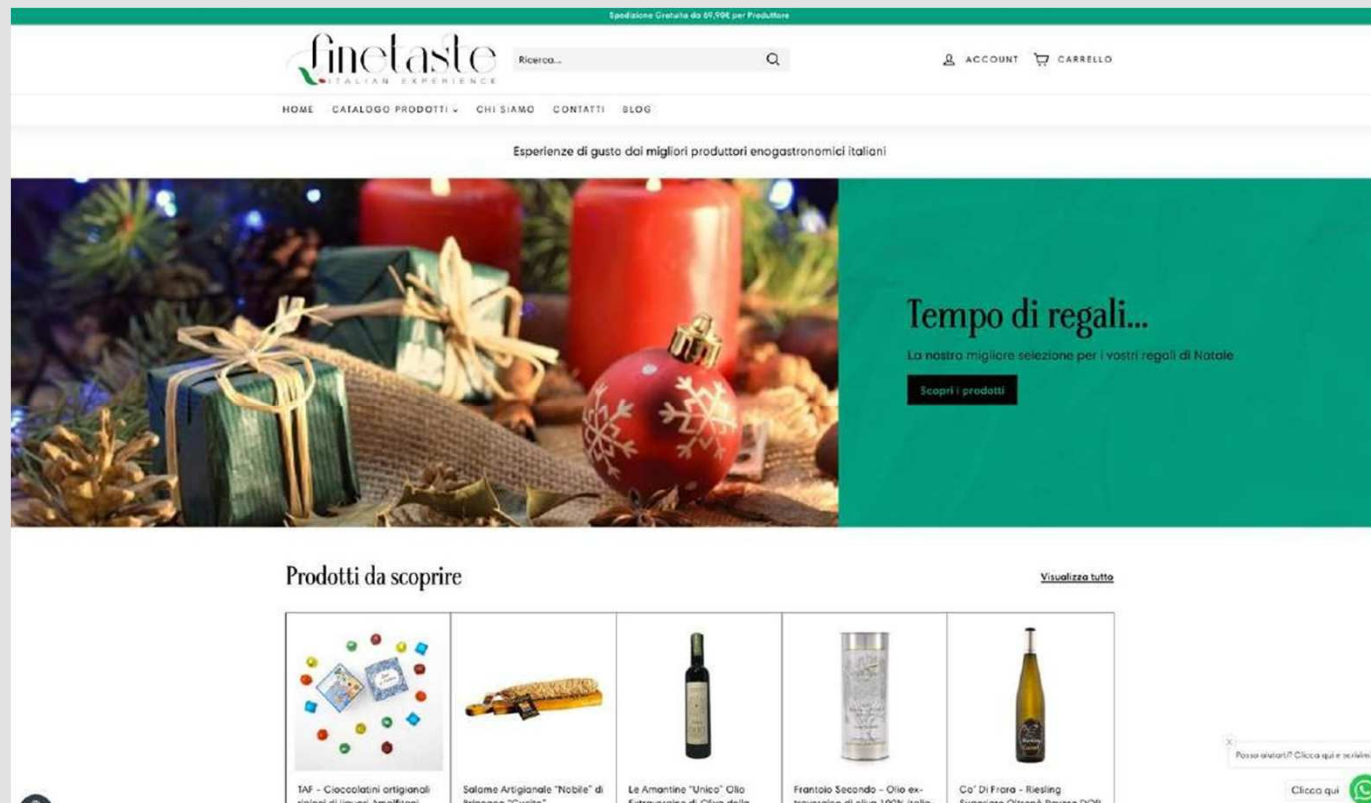
L'e-commerce alla portata di tutti

Grazie ad una piattaforma semplice e funzionale come Shopify è possibile gestire un e-commerce in completa autonomia.



Esempio e-commerce

www.finetaste.it è stato impostato da una coppia di persone ultracinquantenni con “zero” esperienza digital!



Budget per la realizzazione

Il mercato propone innumerevoli soluzioni.

Per questo motivo è necessario valutare tre elementi importanti:

- Soldi
- Tempo
- Competenze

Ognuna di queste variabili influisce sulla resa della tua attività.



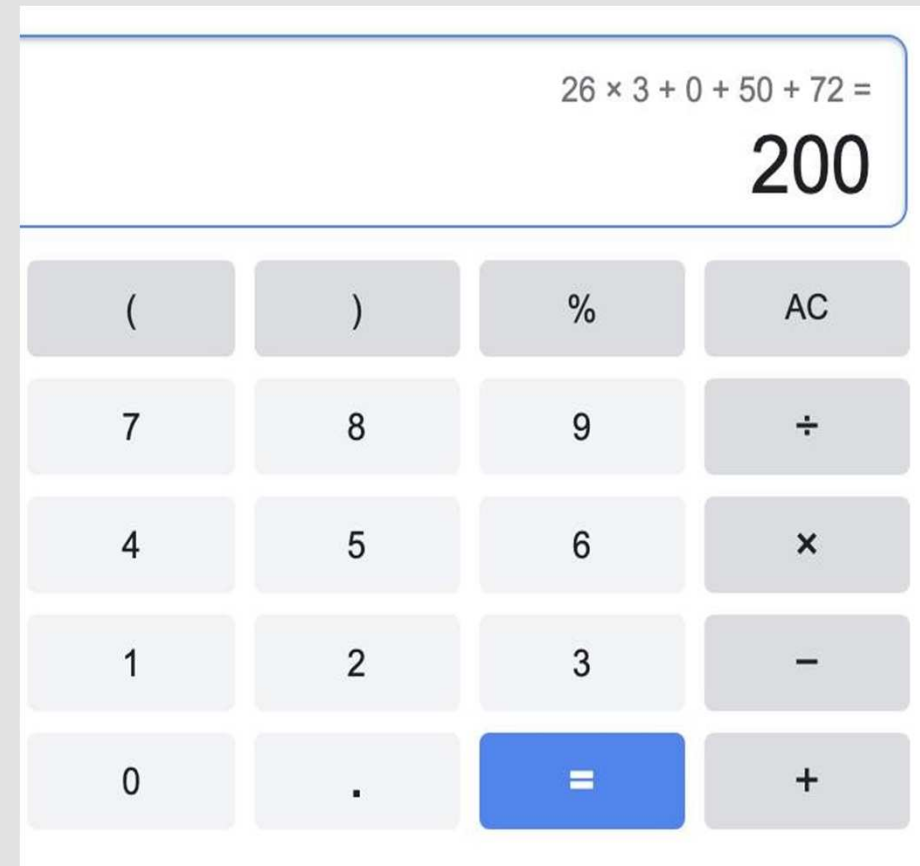
Quanto costa fare un e-commerce

Esempio realizzazione:

- 52€ x 2 mesi di abbonamento Shopify
- + 3,90€ costo del dominio
- + 50€ app (plugin)
- + 159€ (una tantum) per le pagine legali
- + 350€ template

Totale costi: 614,90€

- + 2 mesi circa di loro lavoro
- + costi di formazione.



Promozione Strategica

Una volta aver chiarito gli obiettivi di business e aver scelto lo strumento migliore per poter realizzare l'e-commerce, **bisogna portare traffico** web al proprio store.

Fonti di traffico

Oggi esistono innumerevoli modi per ricevere traffico sul proprio sito e-commerce.

Nella fase iniziale è necessario fare campagne a pagamento, ma i costi alti di acquisizione di nuovi clienti rendono necessaria una strategia che permetta di capitalizzare sul sito ogni singola visita.

Top Channels



Progetta la tua strategia

Lanciare un e-commerce non è una gara dai 100mt. Piuttosto possiamo considerarla una maratona (42,195km).

Non puoi dunque partire a razzo senza dosare le energie e senza aver preparato tutto il necessario per gestire la tua gara al meglio.



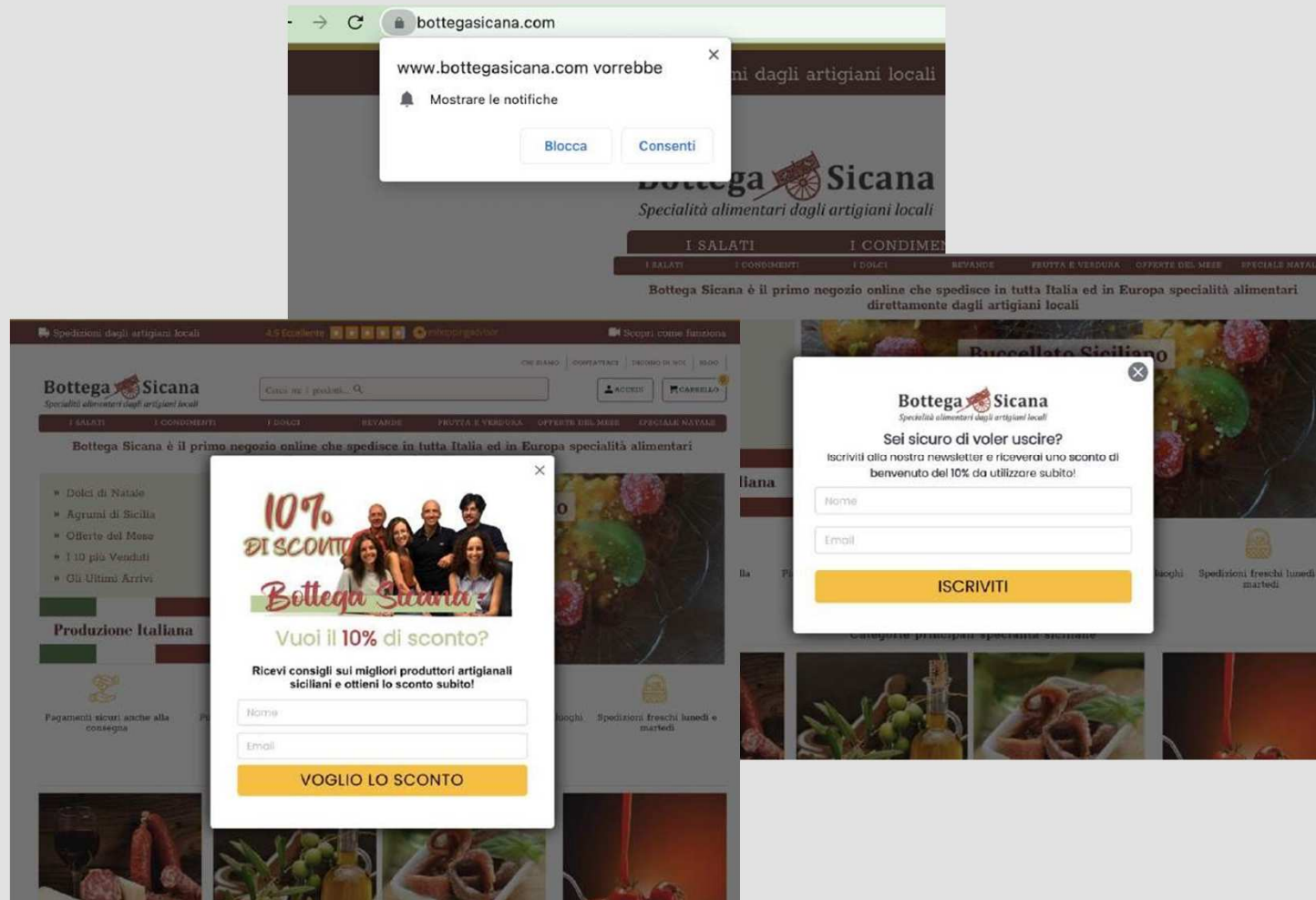
Scopo dell'attività promozionale

Vendere è certamente la miglior cosa che possa accadere, ma con l'aumento dei costi pubblicitari, dei competitor e dei costi in generale, non possiamo pensare di limitarci a questo.

Dobbiamo fare in modo che **ogni visita sul nostro sito contribuisca a far crescere il nostro business.**

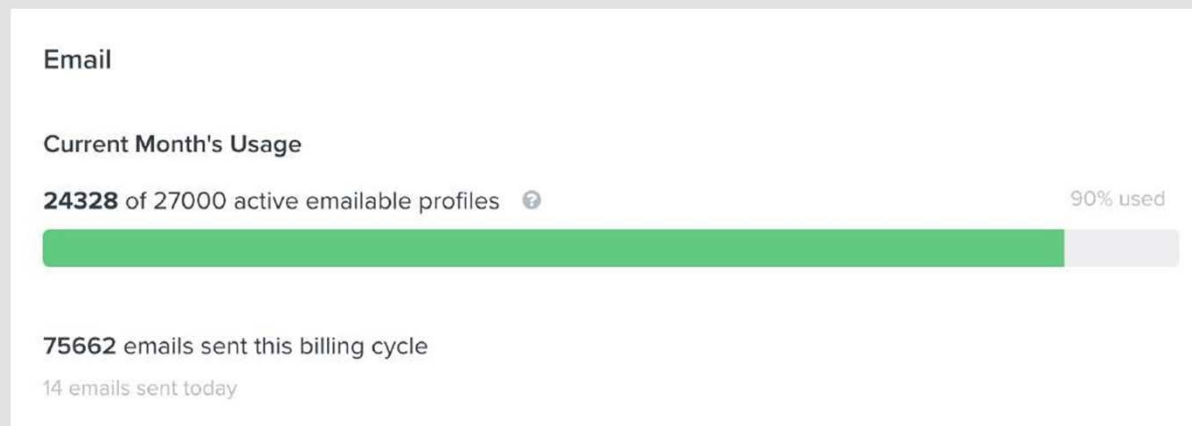


Capitalizzare le visite sul tuo e-commerce



I numeri di questo genere di attività

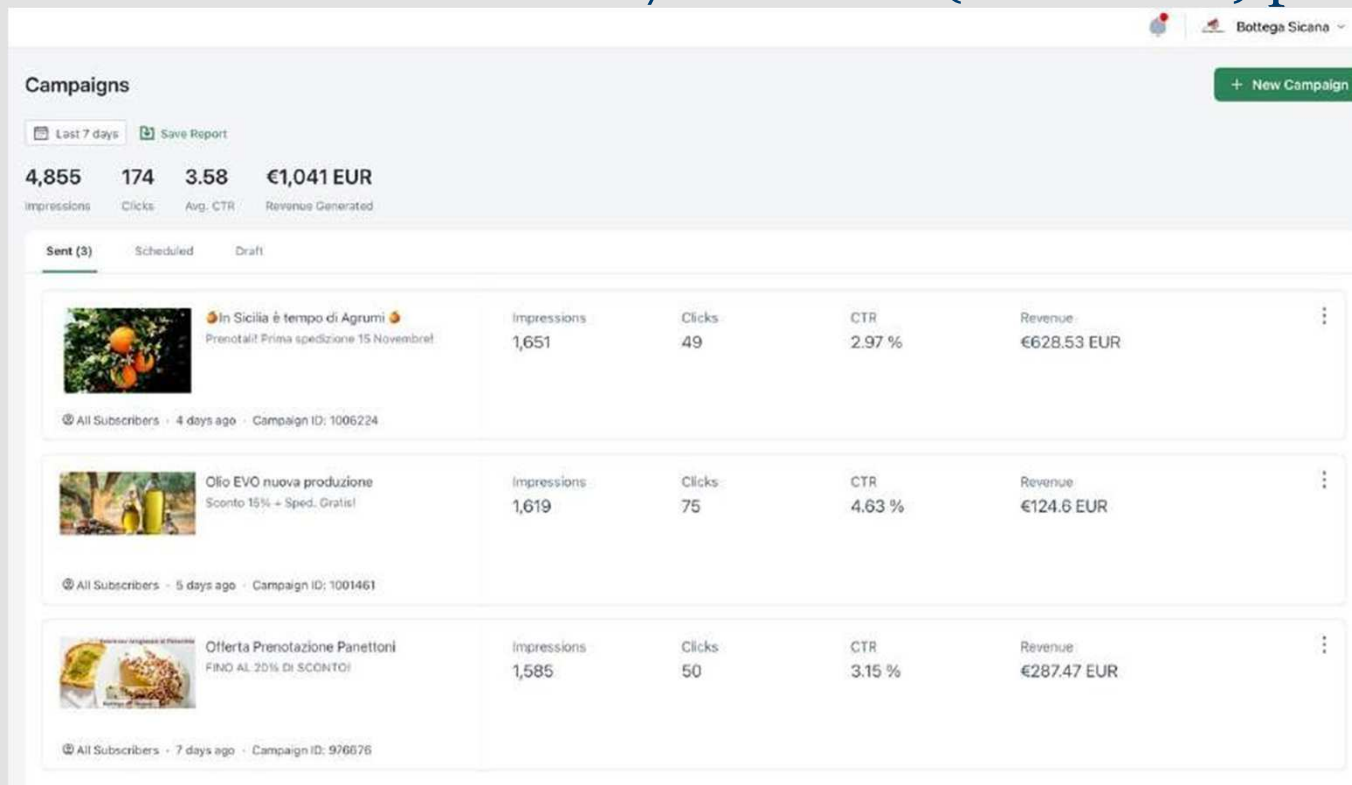
- 24.328 e-mail di persone interessate a cui posso inviare comunicazioni personalizzate.
- 9.065 sottoscrizioni alle notifiche sul browser.






Risultati ottenuti in 7 giorni

In una settimana con tre campagne push abbiamo fatto 1.041€ di fatturato con zero costi pubblicitari.

L'unico investimento è di 17€ mensile (costo fisso) per il



The screenshot shows a marketing dashboard for 'Bottega Sicana'. It displays a summary of campaign performance for the last 7 days, including impressions, clicks, average CTR, and revenue generated. Below the summary, three individual campaigns are listed with their respective metrics and details.

Campaigns						+ New Campaign	
Last 7 days		Save Report					
4,855	174	3.58	€1,041 EUR				
Impressions	Clicks	Avg. CTR	Revenue Generated				
Sent (3)		Scheduled	Draft				
	In Sicilia è tempo di Agrumi Prenotati! Prima spedizione 15 Novembre!	Impressions: 1,651	Clicks: 49	CTR: 2.97 %	Revenue: €628.53 EUR	⋮	
All Subscribers · 4 days ago · Campaign ID: 1006224							
	Olio EVO nuova produzione Sconto 15% + Sped. Gratis!	Impressions: 1,619	Clicks: 75	CTR: 4.63 %	Revenue: €124.6 EUR	⋮	
All Subscribers · 5 days ago · Campaign ID: 1001461							
	Offerta Prenotazione Panettoni FINO AL 20% DI SCONTO!	Impressions: 1,585	Clicks: 50	CTR: 3.15 %	Revenue: €287.47 EUR	⋮	
All Subscribers · 7 days ago · Campaign ID: 976676							

L'importanza della lista di e-mail

La lista delle e-mail è il tuo ORO, dovrai averne cura e creare le migliori strategie possibili.

Mentre tutte le fonti di traffico esterne dipendono dalle regole dei principali player pubblicitari (Google e Facebook), la lista di e-mail è sotto la gestione diretta di chi la detiene.



Risultati ottenuti in 30 giorni



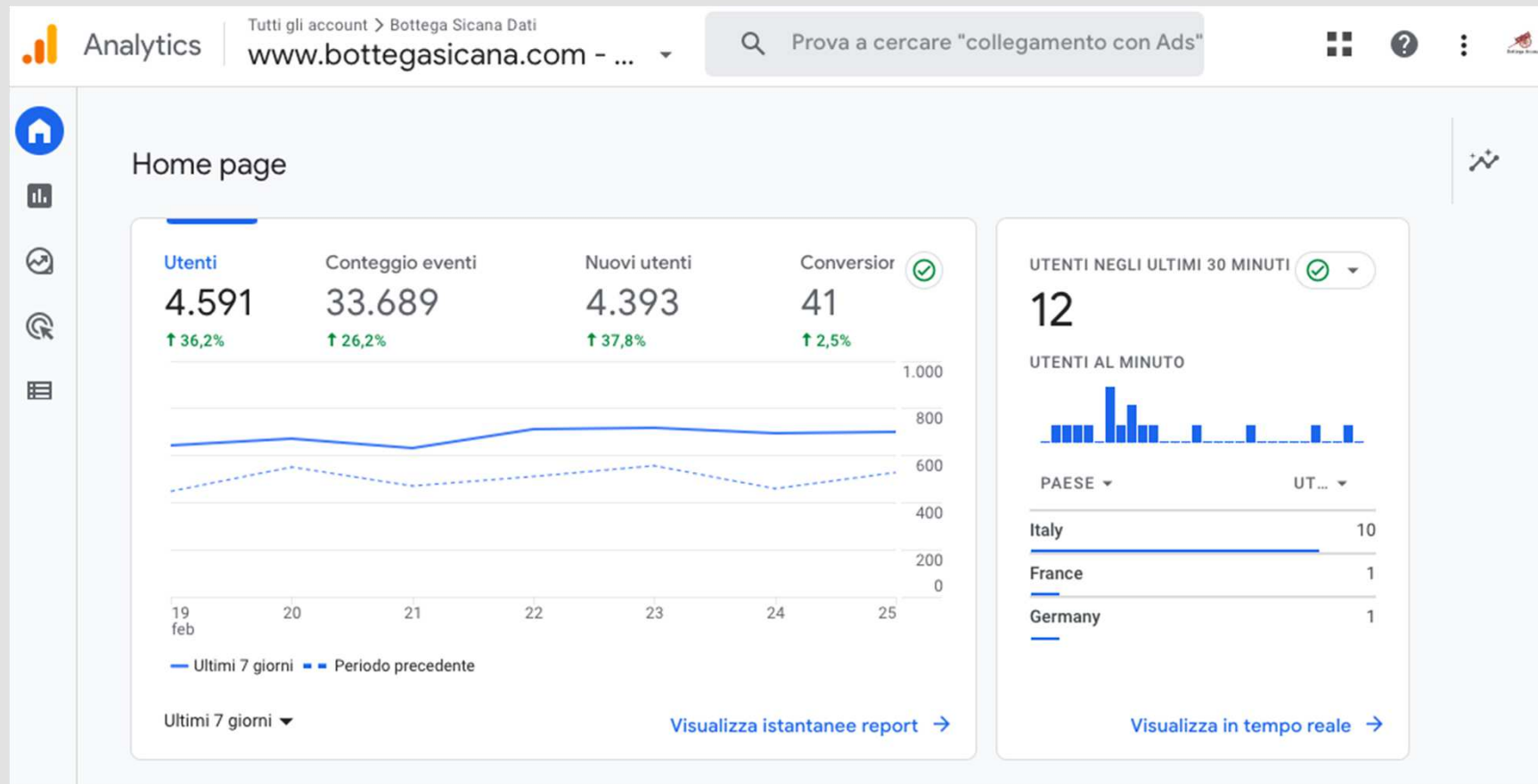
L'unico costo da considerare è del servizio di e-mail marketing che in base alla grandezza della lista ha un costo proporzionale.

Servizi da attivare

1. Inserire sul tuo sito il plugin (app) che ti permetta di richiedere l'iscrizione alle notifiche push;
2. Impostare un popup realizzato adeguatamente per richiedere l'iscrizione alla newsletter;
3. Creare le automazioni necessarie affinché gli utenti ricevano le e-mail con comunicazioni e promozioni;
4. Fare campagne promozionali indirizzate al target di riferimento.

Analisi

Analizzare i dati attraverso strumenti come Google Analytics permette di comprendere cosa sta funzionando e cosa migliorare.



Conclusione: riepilogo delle 3 P

Abbiamo compreso che prima ancora di pensare alla realizzazione dell'e-commerce dobbiamo fare una **progettazione** adeguata ed **in linea con i nostri obiettivi aziendali.**

Abbiamo capito che per avere un'attività in cui possiamo veramente essere indipendenti e padroni del nostro business dobbiamo scegliere una **piattaforma e-commerce** flessibile e **semplice da utilizzare.**

Abbiamo visto che oggi non basta più sponsorizzare per avere risultati, bisogna creare un **sistema** che ci permetta di **capitalizzare ogni singola visita** per poterla sfruttare al meglio nel tempo.



ASSEPRIM

FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

“Sviluppo e sostenibilità di un e-commerce”



**Grazie per aver partecipato a questo
webinar.**

**Adesso hai le informazioni per
prendere decisioni di business in
merito al mondo e-commerce.**



ASSEPRIM

FEDERAZIONE NAZIONALE SERVIZI
PROFESSIONALI PER LE IMPRESE

“Sviluppo e sostenibilità di un e-commerce”



Se hai necessità di
approfondimenti
inoltra la tua richiesta:

[www.serviziproimpresa.it/
associati/scuola-
ecommerce-srl/](http://www.serviziproimpresa.it/associati/scuola-ecommerce-srl/)

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

