



Sostieni le vendite
grazie all'e-commerce
ed i marketplace

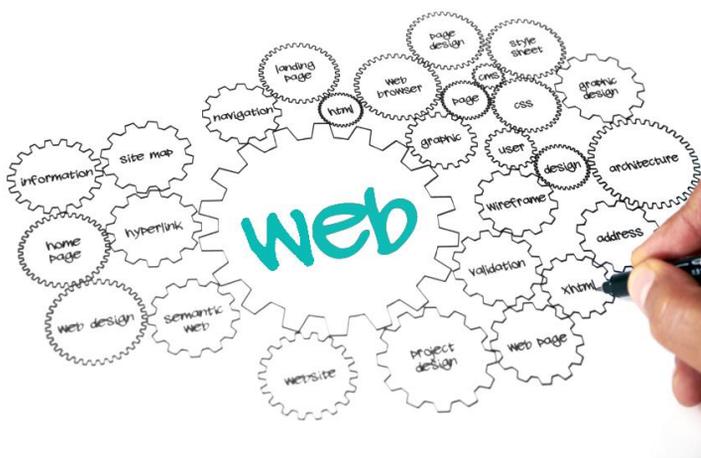
Francesca Maroncelli



1

Chi sono

Francesca Maroncelli
Web Strategist



2



2

Sostieni le vendite grazie all'e-commerce ed i marketplace



L'importanza di essere online oggi

Oggi più che mai vediamo premiati i business che hanno diversificato i canali di vendita



Kit indispensabile per portare il mio business online

Cosa serve alla mia azienda per poter approdare sul web?



Shop di proprietà o marketplace?

Meglio avere un negozio online di proprietà oppure affidarmi alle vendite sui marketplace



Passepartout il vostro alleato

In quale modo Passepartout può aiutarvi ad affrontare al meglio il nuovo canale web?

3



3

L'importanza dell'essere online oggi

LO STATO DEL MERCATO ONLINE ITALIANO

Il mercato delle vendite online in Italia è ancora molto poco sviluppato rispetto ai mercati di altri paesi europei, dove gli utenti che acquistano online sono molti di più ed hanno raggiunto un livello di maturità maggiore.

Nonostante i numeri crescano a doppia cifra anno per anno, il coronavirus ha già fatto balzare in alto tutti le statistiche e porterà probabilmente ad un assestamento verso l'alto degli acquisti online in Italia.

Per cui, è il momento di pensare seriamente a come approcciare questo canale di vendita e promozione per la nostra attività.



4



4

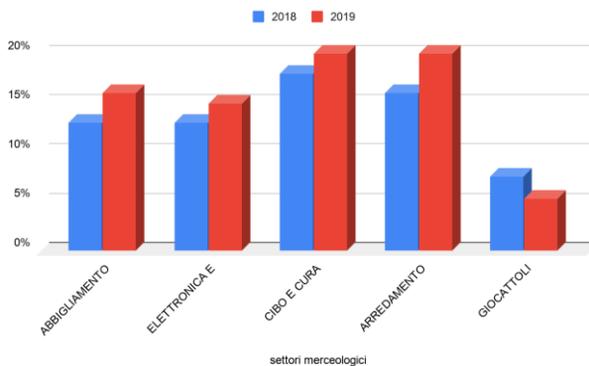
L'importanza dell'essere online oggi

QUALCHE DATO IMPORTANTE SUL 2019 IN ITALIA

- TOTALE VENDITE ONLINE B2C € 30 MLD
- ITALIANI CHE ACQUISTANO ONLINE 36 ML
- SPESA MEDIA PER PERSONA € 1500
- CRESCITA DEGLI ACQUISTI NEL B2C 16%
- 42% TRANSAZIONI DA SMARTPHONE

SETTORI MERCEOLOGICI	2018	2019
ABBIGLIAMENTO E COSMETICA	13%	16%
ELETTRONICA E TECNOLOGIA	13%	15%
CIBO E CURA DELLA PERSONA	18%	20%
ARREDAMENTO ED ELETTRODOMESTICI	16%	20%
GIOCATTOLI	7.60%	5.30%

VARIAZIONE VOLUME VENDITE 2018/2019 PER SETTORE MERCEOLOGICO



5

FONTI WEARESOCIAL, STATISTA



5

L'importanza dell'essere online oggi

PENETRAZIONE DELL'E-COMMERCE IN EUROPA

- ★ L'ITALIA E LA SPAGNA HANNO UNA PENETRAZIONE PIU' BASSA, PARI CIRCA AL 5% DELLE VENDITE TOTALI RETAIL, MENTRE IN FRANCIA CI SI ATTESTA SUL 10%, IN INGHILTERRA AL 20% (USA AL 19% E CINA AL 35%)
- ★ I CONSUMATORI EUROPEI PREDILIGONO ACQUISTI DI MODA, ELETTRONICA E LIBRI RISPETTO AL FRESCO
- ★ I MOTIVI SONO PREVALENTEMENTE PAGAMENTI, PENETRAZIONE DELLA BANDA LARGA, CONSEGNE E DIFFERENZE CULTURALI

fonte FT

6



6

L'importanza dell'essere online oggi

QUALCHE DATO DI FEBBRAIO MARZO 2020

I MIGLIORI

- **SETTORE FARMACEUTICO + 54%**
- **VINO BIRRA E AQUA +250%**
- **PET + 137%**

I PEGGIORI

- **LUXURY -15%**
- **FASHION - 10%**

FONTE QAPLA'

7

7

 PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

L'importanza dell'essere online oggi

CONSIDERAZIONI

- **C'è ancora spazio di manovra, soprattutto se cerco qualche nicchia di mercato (profittevole per i piccoli e tralasciata dai big player)**
- **questo periodo consoliderà le vendite online ed aumenterà il numero di persone che acquistano online, oltre alla loro spesa media**

8

8

 PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

Kit indispensabile per portare il mio business online

CHE MI SERVE PER POTER VENDERE ONLINE?

- atteggiamento corretto verso questo nuovo business
- il kit di attività da includere è variabile
- affidarsi ad un team professionale



PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

9

9

Kit indispensabile per portare il mio business online

- **BUSINESS PLAN**
- **RISORSE ECONOMICHE**
- **TECNOLOGIA**
- **RISORSE UMANE**
- **MARKETING**



PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

10

10

Kit indispensabile per portare il mio business online

BUSINESS PLAN

Sicuramente è il primo punto cruciale per ogni tipo di nuova iniziativa a livello imprenditoriale.

Può essere più o meno complesso nella sua compilazione.

Ovviamente cambia a seconda del terreno su cui vogliamo competere: shop online o marketplace.

Le parti fondamentali da analizzare ed inserire in un business plan per attività online sono:

- ANALISI DEI COMPETITOR e BENCHMARK DI RIFERIMENTO
- STRATEGIA
- BUDGET + PIANO D'AZIONE
- MONITORAGGIO



11

11



Kit indispensabile per portare il mio business online

RISORSE ECONOMICHE

L'apertura del canale vendite online richiede senza dubbio un investimento a se stante.

Il budget da allocare varia seconda di alcuni fattori:

- MATURITA' E COMPETITIVITA' DEL SETTORE
- COMPLESSITA' DEL PRODOTTO CHE VOGLIO VENDERE ONLINE
- STATO DELL'INFORMATIZZAZIONE AZIENDALE
- RISORSE UMANE AZIENDALI



12

12



Kit indispensabile per portare il mio business online

TECNOLOGIA

La scelta del partner tecnologico e di conseguenza delle tecnologia giusta per il nostro business online è un altro tassello di fondamentale importanza per una buona riuscita del nostro progetto. Cosa tenere in considerazione nella scelta della tecnologia che dovrà supportare il nostro business?

- **GESTIONALE AZIENDALE**
- **SITO WEB o CONNETTORE PER MARKETPLACE**
- **GESTIONE INFORMATIZZATA DELLA LOGISTICA/SPEDIZIONI**



13

13

Kit indispensabile per portare il mio business online

RISORSE UMANE

Qui entrano in gioco due fattori paralleli:

- Risorse interne
- Risorse esterne

Quali processi mantenere all'interno dell'azienda e quali invece possiamo esternalizzare?

- **E-COMMERCE MANAGER**
- **GRAFICO/WEB DESIGNER**
- **LOGISTICA**
- **WEB MARKETING**



14

14

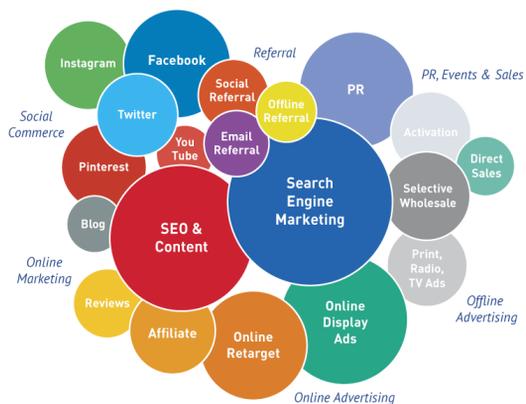
Kit indispensabile per portare il mio business online

MARKETING

Il marketing gioca un ruolo prezioso per aumentare la **visibilità** del nostro nuovo shop sia esso di proprietà oppure all'interno di un marketplace specifico.

Tale attività può essere affidata anche quasi totalmente a professionisti esterni all'azienda, soprattutto in una prima fase di lancio.

- OTTIMIZZAZIONE SEO ON SITE E/O SCHEDA PRODOTTO
- CAMPAGNE A PAGAMENTO PPC
- CAMPAGNE SUI SOCIAL MEDIA
- ATTIVITA' PROMOZIONALI LEGATE A COLLABORAZIONI CON BLOG OD ALTRI SITI DI RIFERIMENTO NEL NOSTRO SETTORE
- EMAIL MARKETING



PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

15

15

Shop di proprietà o Marketplace?

QUALE CANALE SCEGLIERE?

Ruolo fondamentale nella scelta è dato da un insieme di fattori:

- analisi del mercato
- risorse disponibili
- competitività della nostra azienda
- analisi costi/risultati



PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

16

16

Shop di proprietà o Marketplace?

SHOP DI PROPRIETA': KIT NECESSARIO

Cosa devo tenere in considerazione nella scelta:

- tipo di piattaforma (CMS proprietario VS opensource)
- Grafica affine alla mia buyer personas
- integrazione con il gestionale
- formazione del personale
- marketing (SEO e ADV)



17

17

Shop di proprietà o Marketplace?

SHOP DI PROPRIETA': PRO E CONTRO

PRO

- marginalità generalmente più alte sulle vendite
- acquisizione dati dei clienti
- maggiore fidelizzazione dei clienti
- maggiore flessibilità su strategie di vendita e su implementazioni tecniche (giochi in casa!)

CONTRO

- tendenzialmente prima di aver innescato il volano delle vendite può servire più tempo o investimenti pubblicitari maggiori
- più fattori da tenere sotto controllo



18

18

Shop di proprietà o Marketplace?

MARKETPLACE: KIT NECESSARIO

Cosa devo tenere in considerazione nella scelta:

- accordi con il marketplace e studio delle dinamiche di vendita
- strumenti di repricing e monitoraggio competitor
- formazione del personale
- integrazione con il gestionale
- campagne di advertising



19

PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

19

Shop di proprietà o Marketplace?

MARKETPLACE: PRO E CONTRO

PRO

- fase di startup più semplice e costi di startup tendenzialmente più contenuti
- potrei partire anche con pochissimi prodotti

CONTRO

- marginalità più basse
- difficile fidelizzare i clienti o portarli all'acquisto sul vostro sito
- occorre stare alle loro regole, chi sgarra viene buttato fuori velocemente



20

PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

20

Passepartout ed i servizi web

COSA POSSIAMO FARE PER VOI?

Passepartout, in collaborazione con i nostri partner dislocati su tutto il territorio italiano, mette a disposizione un **ventaglio di servizi web** rivolti alle aziende, i professionisti e gli operatori del turismo ad approcciare il mondo web nel modo migliore.

- STRATEGIE DIGITAL
- CMS VERTICALMENTE INTEGRATO CON I GESTIONALI PASSEPARTOUT
- SERVIZI SEO
- WEB ADV SU SOCIAL E SU GOOGLE



21

21

Passweb, l'e-commerce secondo Passepartout

OLTRE 10 ANNI DI ESPERIENZA IN AMBITO E-COMMERCE B2B E B2C

Passweb è il CMS Passepartout che ti offre la possibilità di creare un sito aziendale oppure un sito e-commerce completamente integrato con il tuo gestionale ERP Passepartout.

Portare il tuo business online con Passweb è semplice e veloce. Il CMS di Passepartout ti offre infatti una **piattaforma completa** e funzionale dal punto di vista SEO e Web Marketing, oltre ad esser già **integrata** con i principali comparatori e marketplace italiani.



22

22

Una soluzione, più canali di vendita

IL TUO SITO CON PASSWEB E I TUOI PRODOTTI ANCHE SUI PRINCIPALI MARKETPLACE

Potrai avere un sito ecommerce tutto tuo con in più la possibilità di vendere i tuoi prodotti sia su Amazon che Ebay, grazie alla possibilità di integrarsi facilmente con entrambi e senza implementazioni o costi aggiuntivi.



23

PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

23

Una soluzione adatta a tutti

Oltre alla realizzazione di siti e-commerce, la nostra divisione servizi è in grado di realizzare soluzioni professionali per:

- Studi professionali (con integrazione diretta verso il nostro gestionale Passcom)
- Hotel
- Ristoranti
- Centri Estetici



24

PASSEPARTOUT.
Software e servizi gestionali

24

Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER LE VENDITE ONLINE NEI PROSSIMI MESI

Tantissimi utenti inesperti navigano sul web, per cui non basta la visibilità ma dobbiamo esser bravi ad aiutarli in tutte le fasi del processo di vendita.

In questo modo potremo tenere anche prezzi relativamente più alti dei competitor.

25

25



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER LE VENDITE ONLINE NEI PROSSIMI MESI

Focus sui prodotti che attirano più l'attenzione in questo momento e poi cerchiamo di portare l'utente verso prodotti simili magari più convenienti sia per il cliente che per noi venditori (es. Amuchina)

26

26



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER LE VENDITE ONLINE NEI PROSSIMI MESI

Gli utenti hanno ora molto tempo da poter dedicare alle ricerche online, per cui vi consiglio di investire tempo per dialogare con i potenziali clienti, dando più valore al prodotto che offrite.

Mai come ora è necessario puntare sul distinguersi dai competitor e nutrire i rapporti con i clienti e con i prospect.

27

27



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER LE VENDITE ONLINE NEI PROSSIMI MESI: NEI SETTORI INVECE PENALIZZATI DAL CORONAVIRUS

- Cercare di limitare le perdite puntando su ADV legato a prodotti utili in questo periodo
- Concentrare budget e risorse solo sui prodotti in pronta consegna
- Cercare di bilanciare la perdita di traffico organico con ADV a pagamento
- L'obiettivo deve essere sempre creare valore per i clienti, quindi puntare non sulla vendita diretta ma sul nurturing

28

28



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER CHI SI APPROCCIA ORA ALLE VENDITE ONLINE

Shop di proprietà: fare un piano di azione snello e scalabile, partendo dai punti essenziali in modo da mettere online il sito il prima possibile e poi affrontare gli step non indispensabili “on the go” (riducendo le tempistiche e poi continuando a lavorare sul sito anche dopo la messa online)

Amazon: focalizzarsi su una nicchia di prodotti. (ci sono tantissimi venditori che fanno profitti solamente vendendo una manciata di prodotti). controllate bene i margini perchè solitamente le commissioni sono molto alte!

29

29



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER CHI SI APPROCCIA ORA ALLE VENDITE ONLINE B2B

Il nostro CMS permette di dotare la tua azienda di un sistema automatizzato di ricezione ordini da parte di clienti ed agenti!

Lo si può mettere in piedi facilmente ed in poco tempo, replicando sul sito le scontistiche e le particolarità inserite in anagrafica cliente sul proprio gestionale.

Questo vi porterà ad un notevole risparmio di tempo per la gestione degli ordini, dedicando così risorse preziose alle attività strategiche del vostro business.

30

30



Considerazioni Finali: Bonus Tips

CONSIGLI PER CHI SI APPROCCIA ORA ALLE VENDITE ONLINE

Shop online per le piccole realtà: è possibile? Sì! Molti italiani hanno il desiderio di continuare ad acquistare dalla bottega sotto casa. mettiamo a loro disposizione un canale semplice ma più strutturato per continuare a consegnare i nostri prodotti! e non sia mai che si apra anche qualche spiraglio per vendere al di fuori della nostra zona!

31

31



Sostieni le vendite grazie all'e-commerce ed i marketplace



32

32





**Sostieni le vendite
grazie all'e-commerce
ed i marketplace**

Francesca Maroncelli

