



Newsletter n.3

Potenzialità dell'e-commerce

Data la situazione italiana attuale, dove le possibilità di sviluppo di attività imprenditoriali classiche o tradizionali non è favorita dal periodo di crisi che coinvolge anche molti altri paesi europei, la creazione di un sito di e-commerce per la vendita di prodotti di vario genere può essere una possibilità imprenditoriale vincente, in quanto permetterebbe di avere un bacino di clienti molto elevato e in continua crescita, come dimostrano le statistiche relative agli acquisti di merce online. Secondo una ricerca effettuata da NetComm, l'abbigliamento, per esempio, ormai pesa più dell'11% sul totale dell'e-commerce italiano ed è stato in grado nell'ultimo anno di mettere a segno una crescita del 33%, confermandosi la seconda voce di spesa dopo il turismo. Solo il 2% di coloro che hanno acquistato capi d'abbigliamento online non hanno comprato prodotti di marca, a significare che il Brand è un elemento di traino fondamentale per orientare all'acquisto. Importante è anche la visione globale del settore della vendita online di abbigliamento, infatti su tutto l'export italiano ben il 29% è dedicato all'abbigliamento, superato solo dal turismo, con il 59%. Interessante tra l'altro, la crescita del mobile-commerce, cioè delle vendite effettuate tramite tablet e smartphone. Non a caso grandi aziende europee hanno dichiarato di realizzare il 20% delle vendite online tramite dispositivi mobili. Un cliente su tre in Italia acquista e si informa attraverso i dispositivi mobili, con una percentuale del 25% con smartphone e il 15 % tramite tablet.

A supporto dell'idea di riuscita di progetti di e-commerce, sussistono diversi studi che affermano che nei prossimi mesi e anni aumenteranno i numeri degli **e-shopper** attivi e crescerà anche la frequenza di acquisto: le indagini effettuate sul web mostrano che chi inizia ad acquistare non smette più, ma anzi nel tempo, aumenta la propria frequenza di acquisto. Ciò deriva, in

particolare, dall'elevato grado di soddisfazione che coinvolge l'esperienza online, al di là delle situazioni negative (truffe, problemi con le spedizioni, mancata ricezione dei beni, ecc...).

Attività a supporto dell'e-commerce:

- ⊗ realizzazione **siti vetrina** per piccole e medie attività o per professionisti che si vogliono affacciare per la prima volta al web realizzando una loro breve presentazione. Questi siti, rappresentati da 3 o 4 pagine al massimo, sono realizzate utilizzando il codice HTML e CSS e non prevedono software di gestione dei contenuti;
- ⊗ realizzazione **siti con gestione dei contenuti**: rispetto ai siti vetrina, questa tipologia di sviluppo concentra la propria funzionalità sulla gestione dei contenuti e permette una semplice interazione tra gestore del sito web e utilizzatore / cliente dei contenuti pubblicati;
- ⊗ realizzazione siti **e-commerce**: questa tipologia di siti web è destinata a chi possiede (o desidera creare) una propria attività con negozio fisico e desidera proporre i propri prodotti sul web per cercare di aumentare le possibilità di vendita;
- ⊗ attività di **Web Marketing**, focalizzata sul posizionamento naturale dei siti web sui motori di ricerca, campagne Pay per click (AdWords) per una rapida pubblicità del sito su Google, campagne di E-mail marketing e Social media marketing per rimanere sempre in contatto con i clienti attuali e quelli potenziali.