

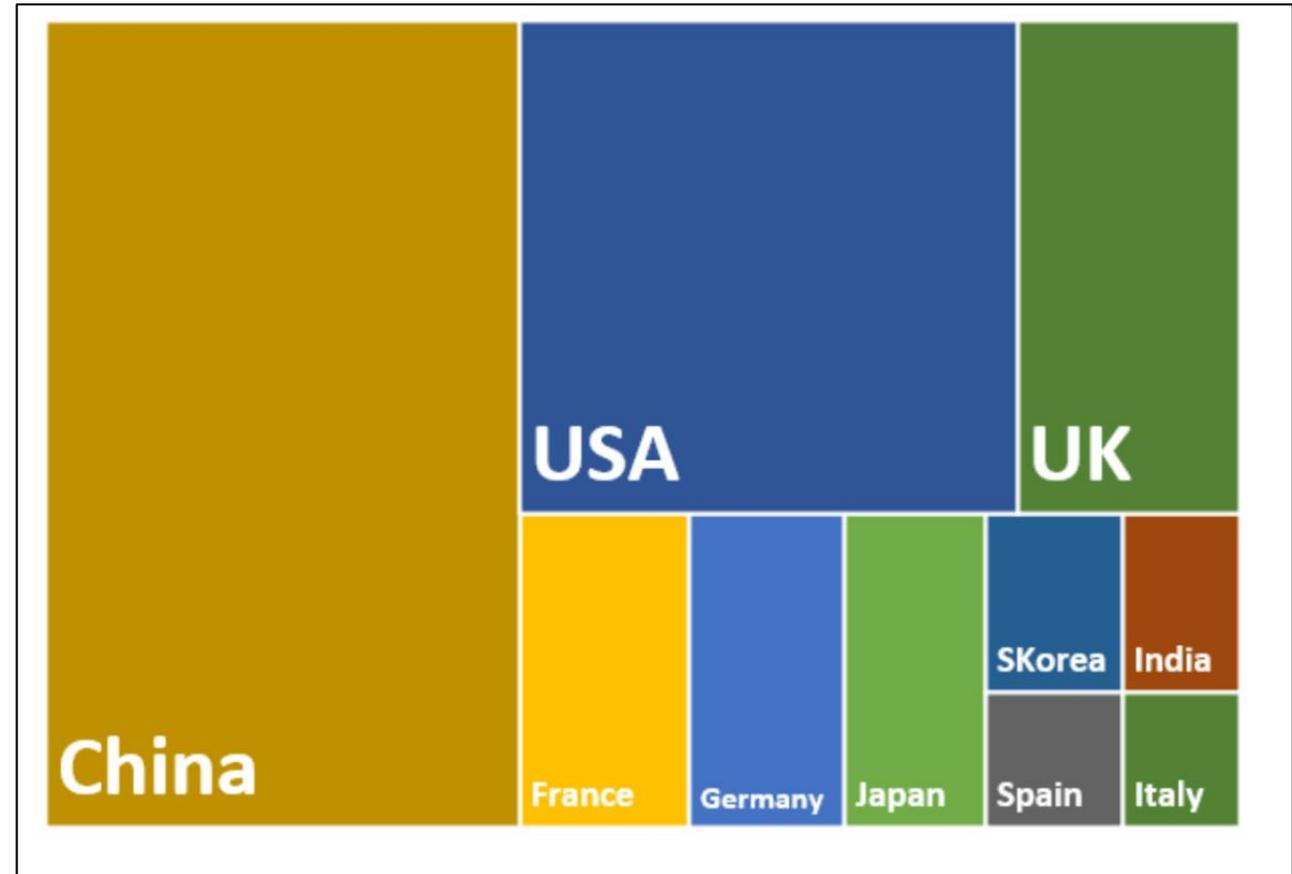
# **E-COMMERCE STRATEGY**

**PIANIFICARE L'E-COMMERCE E IL DIGITAL MARKETING PER  
L'E-COMMERCE**

**MARIO BAGLIANI, SENIOR PARTNER DI NETCOMM  
COSTANTINO CAROPPO, DIRETTORE MARKETING IT'SPRODIGY**

# LA GRANDE OPPORTUNITÀ DEL DIGITAL EXPORT SCEGLIERE I MERCATI E-COMMERCE

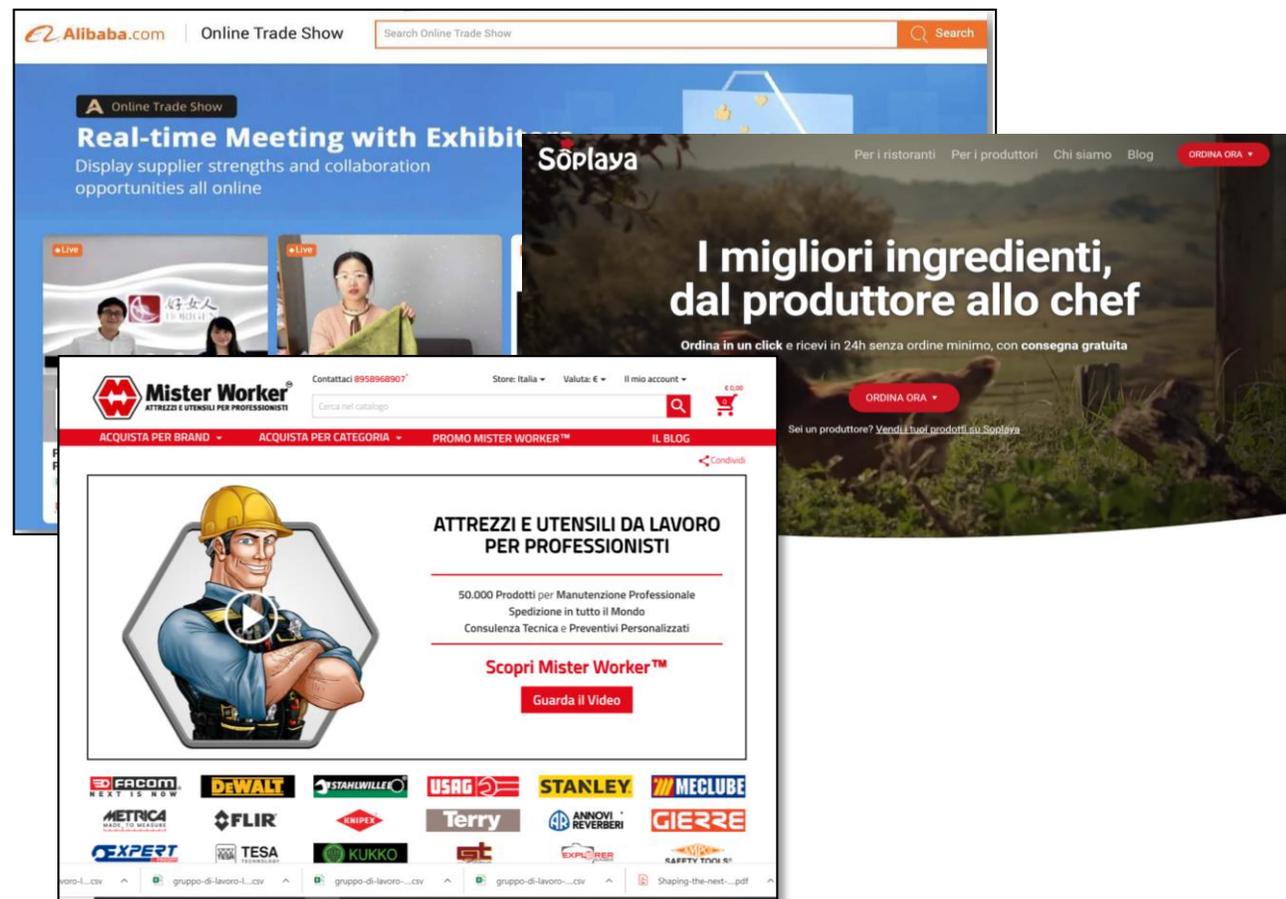
- L'Italia è un mercato digitale medio-piccolo
- Il mercato e-commerce francese o quello tedesco, valgono ciascuno 3/4 volte quello italiano
- Analizzare la dimensione, la crescita, le piattaforme e i costi dei principali mercati per i propri prodotti



DIMENSIONE DEI MERCATI E-COMMERCE B2C NEL MONDO - COMPARATIVA

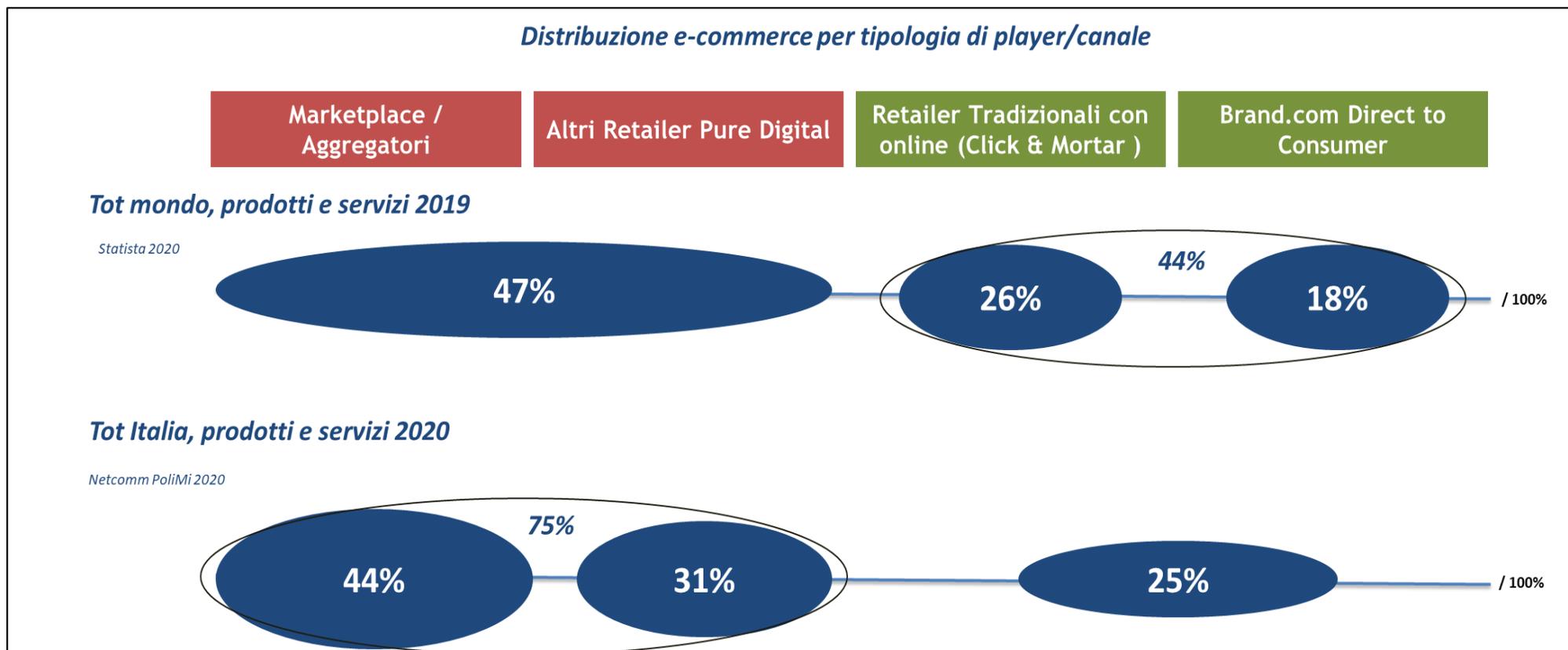
# NON SOLO E-COMMERCE B2C LA GRANDE OPPORTUNITÀ DEL B2B DIGITAL COMMERCE

- L'e-commerce B2B nel mondo vale 6 volte l'e-commerce B2C
- 85% le aziende italiane che hanno già fatto acquisti on-line nel 2020, +18% rispetto al 2019
- I progetti e-commerce rivolti a imprese, rivenditori, distributori, negozianti, hanno spesso risultati migliori e in tempi minori rispetto al B2C



# USARE LE PIATTAFORME LEADER DI OGNI PAESE

- Consentono di raggiungere mercati lontani in modo facilitato
- Il peso dei marketplace/pure digital nell'e-commerce è del 50% nel mondo e del 75% in Italia
- I singoli grandi marketplace hanno quote di mercato anche del 20/50% nei loro paesi chiave



# DISPORRE DI UN PIANO E DI UN BUDGET DI DIGITAL MARKETING

- L'e-commerce senza digital marketing è come aprire un negozio nel deserto
- I costi di digital marketing per l'avvio di un e-commerce sono un investimento, non solo per ottenere vendite nel breve, ma anche per costruire un canale di vendita e una nuova competenza



# CUSTOMER EXPERIENCE IS EVERYTHING LOGISTICA, LOGISTICA, LOGISTICA

- La delivery & return policy guida le scelte di acquisto dei clienti
- La qualità della prima consegna decide la fidelizzazione del cliente
- Ogni paese e ogni settore ha i suoi standard di servizio



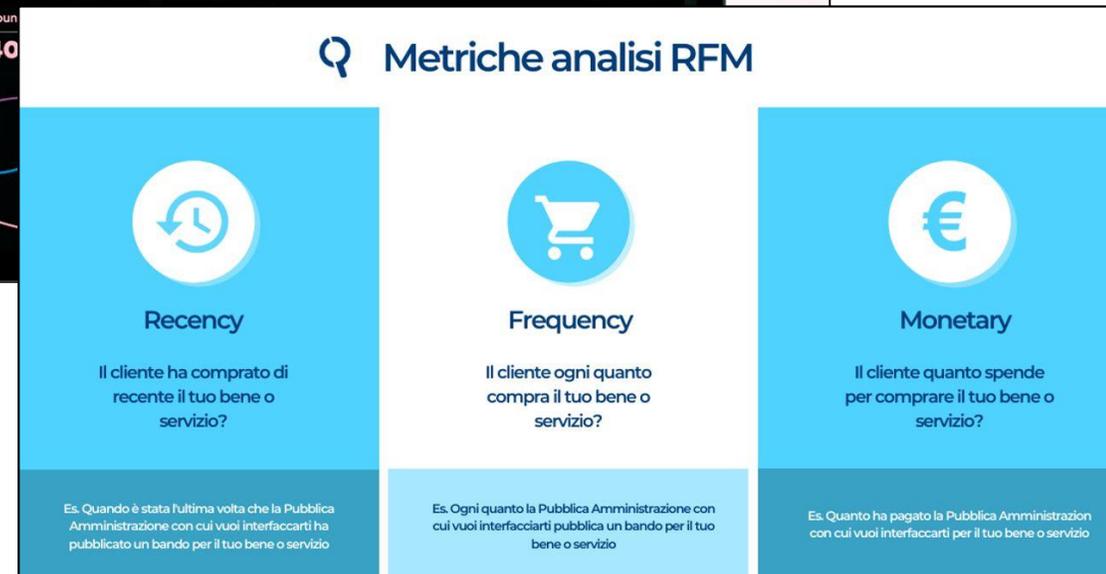
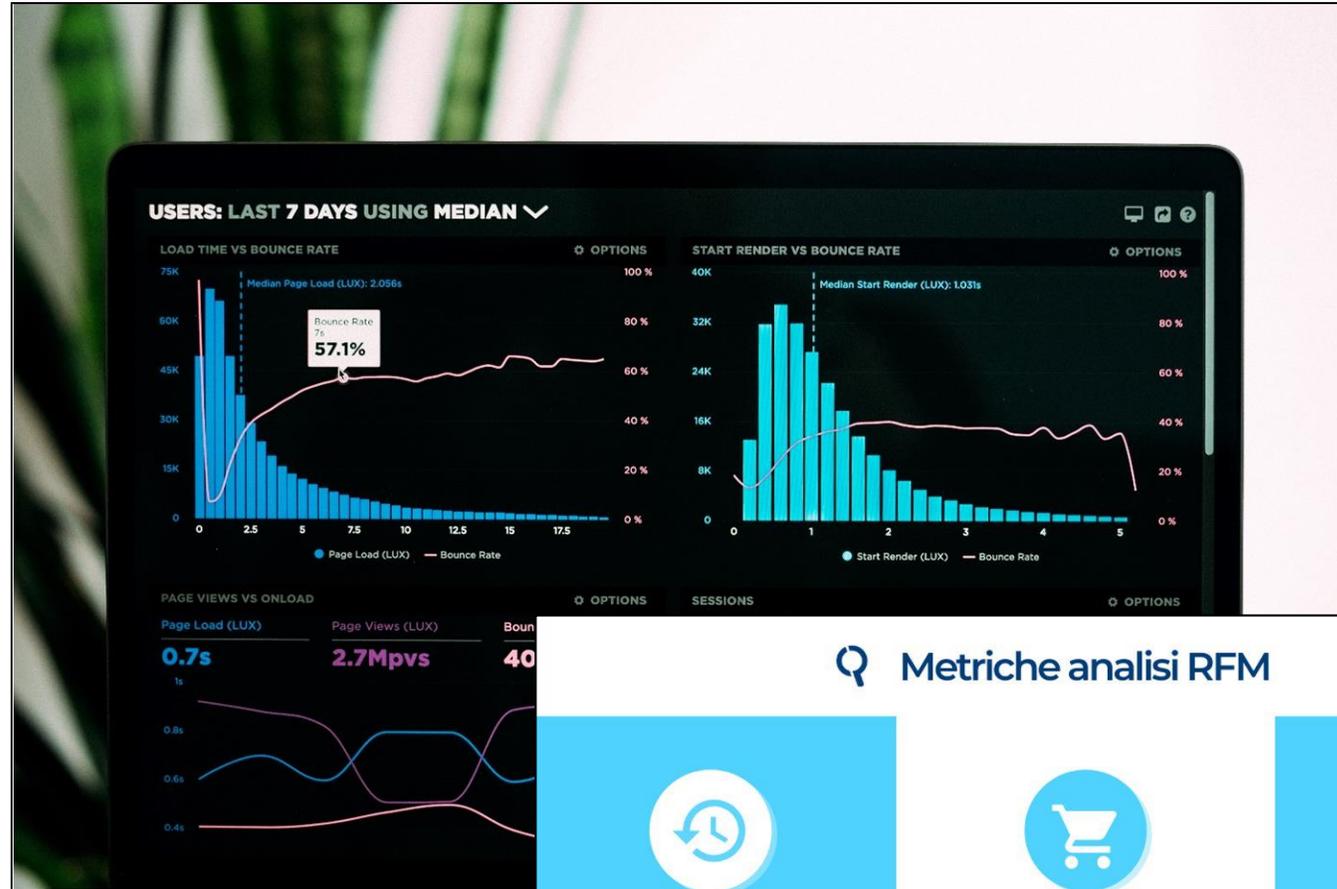
# CUSTOMER EXPERIENCE: AMPI MARGINI DI MIGLIORAMENTO SUL DIGITALE...

- Le PMI italiane sono indietro sul digitale:
  - Indice medio di qualità dei siti: 51/100
  - Grafica datata, contenuti poco aggiornati, testi troppo lunghi, Google translator
  - 9% dei siti offre servizi ai clienti: newsletter, tutorial, prenotazioni, video consulenze, webinar...



# IL PIANO DI MARKETING DIGITALE PER IL TUO E-COMMERCE: LE FONDAMENTA

- I nostri user:
  - Quanti sono?
  - Da dove arrivano?
  - Quanti «rimbalzano»?
  - Quanto si fermano? Dove?
  - Comperano?
  - Tasso di conversione?
  - Cosa comperano?
  - Ogni quanto ritornano?
  - Quanto spendono?
  - CAC: quanto mi costa trovare un nuovo cliente?



# IL PIANO DI MARKETING DIGITALE PER IL TUO E-COMMERCE: I MATERIALI

- Il nostro e-commerce:
  - Materiale umano: chi gestisce, competenze
  - Come siamo posizionati nelle ricerche
  - Mobile first!
  - Grafica generale e immagini di prodotto
  - Contenuti generali e schede prodotto
  - Casi di successo e testimonial
  - Servizi utili: Newsletter, Blog, Tutorial.....
  - SEO



# IL PIANO DI MARKETING DIGITALE PER IL TUO E-COMMERCE: I CLIENTI

- Chi sono i miei migliori clienti?
- Dove ne trovo di simili?
  - Marketplace verticali e locali
  - Relazione diretta: LinkedIn, Fiere / eventi digitali, Newsletter
  - Campagne digitali: Google Search, Facebook e Instagram, campagne sui marketplace?
- Test e misurazioni: traffico, lead, acquisto (conversione), costi di acquisizione →  
**scelgo il canale che rende meglio**



# IL PIANO DI MARKETING DIGITALE PER IL TUO E-COMMERCE

	Metrica	Trimestre 1	Trimestre 2	Trimestre 3	Trimestre 4
<b>STRUTTURA DI BASE</b>					
• Nuovo e-commerce (o aggiornamento)	Una tantum	7.000 €			
• Grafica e copywriting	Una tantum	3.000 €			
• Traduzioni	Una tantum	3.000 €			
• SEO	A progetto				
• Contenuti (blog, social, email marketing)	€/mese		1.500 €	1.500 €	1.500 €
<b>GESTIONE</b>					
• Risorse dedicate	€/mese		3.600 €	3.600 €	3.600 €
<b>CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE</b>					
• Numero nuovi clienti (obiettivo)	numero	10	15	0	25
• Costi di acquisizione	€	100 €	95 €		90 €
• Costo campagna (numero clienti x costo di acquisizione)	€	1.000 €	1.425 €	- €	2.250 €
<b>RICAVI</b>					
• da nuovi clienti	€				
• da clienti che ritornano	€				