

**Wikis**

*Joy of Use  
The Long Tail*

**AJAX**

*Social  
Software*

**Web 2.0**

*Folksonomy*

**Audio  
Video**

*Focus on Semplicity*

**Mobility**

**Web Sites**

*Affiliation  
SEM&SEO*

**RSS**

*WEB SMS*

**BLOGS**

**CSS  
Design**

**CRM**

**Web Standards**

**SaaS**

*Open Source*

**Microformats**

*Data Driven*

# E-commerce oggi: trend, valutazioni e consigli



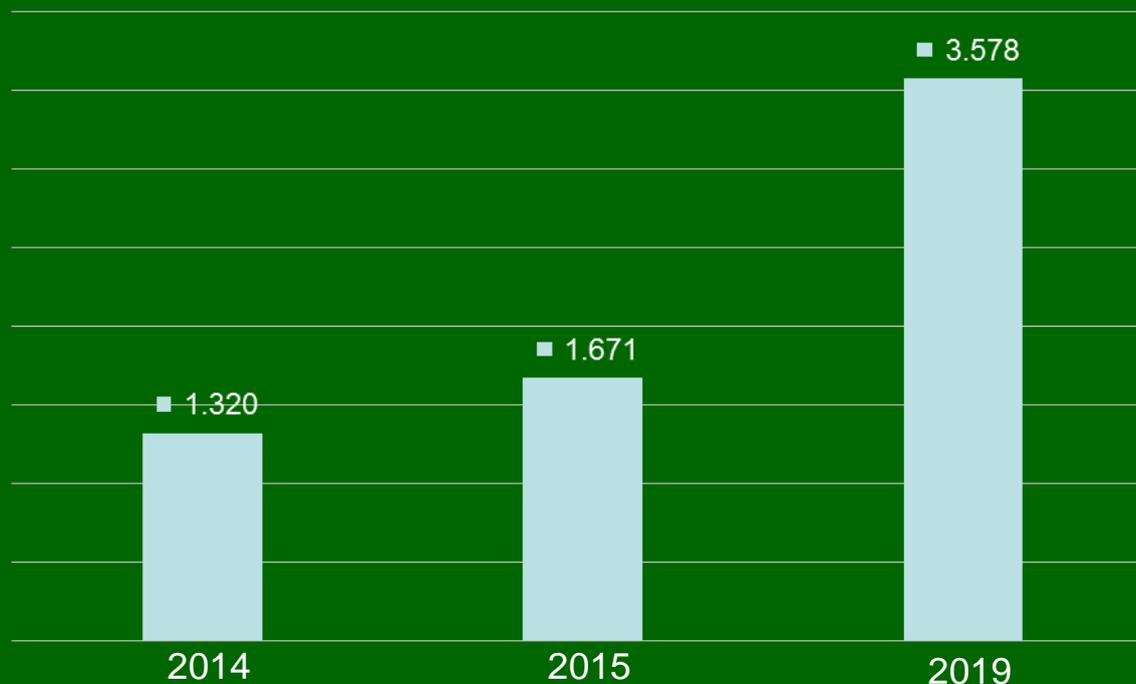
**Daniele Diversi**

*Responsabile web e marketing*

Progetto Aroma

# E-commerce nel mondo: B2C

Il 66% degli utenti web mondiali acquista prodotti online.  
Fonte: GlobalWebIndex, Giugno 2014.



Fatturati in mld di dollari.

Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# E-commerce nel mondo: B2B

I volumi sono circa il doppio del B2C

Entro 5 anni si stima un fatturato...

**6.700 miliardi di \$**

*Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.*

# E-commerce in Europa (B2C)



Fatturato 2015:  
**430 miliardi di €**

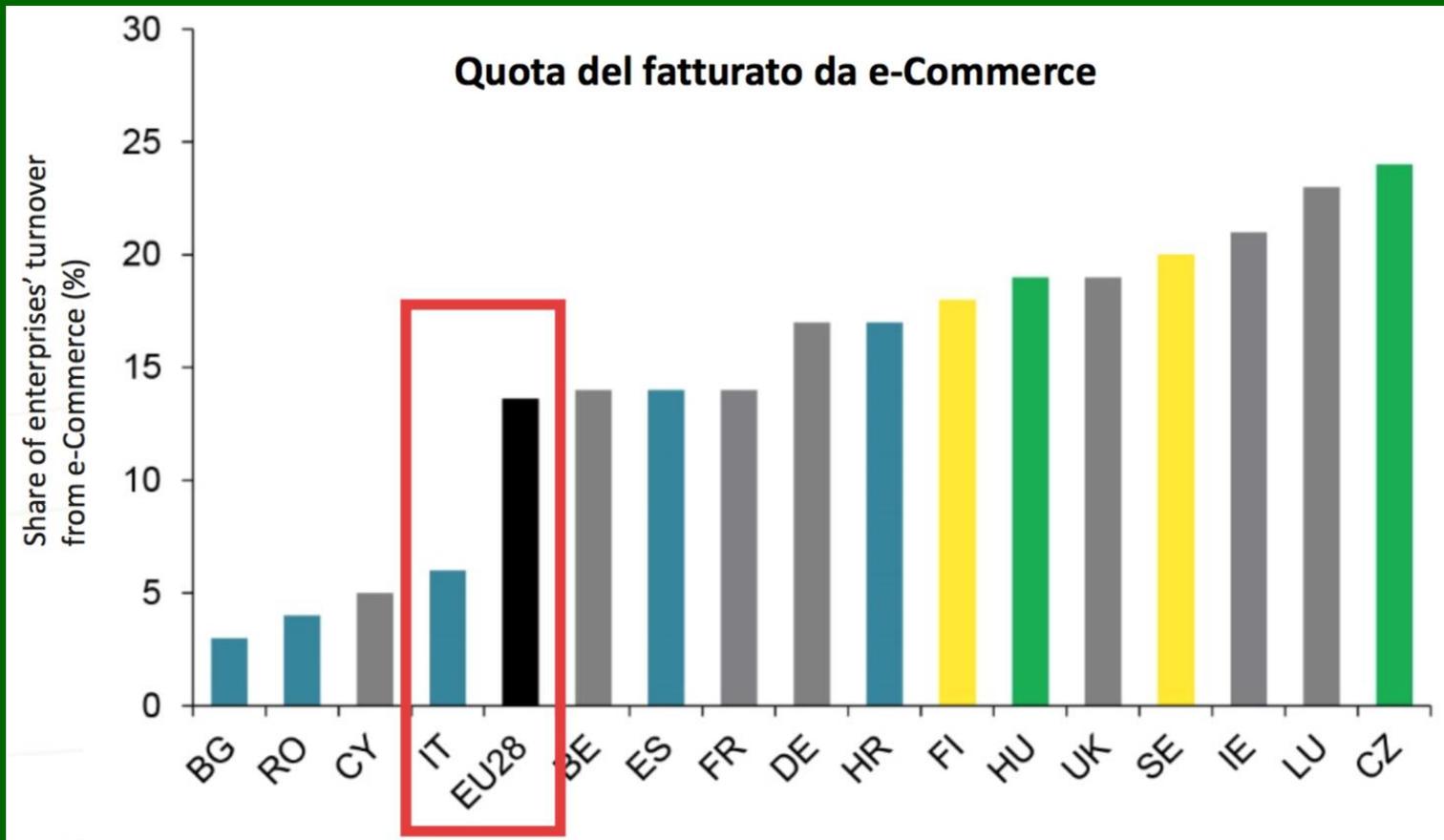
Ovest	252,9 mld €	+12,9%
Centro	89,4 mld €	+14,9%
Sud	50,9 mld €	+17,1%
Nord	37,6 mld €	+10,9%
Est	24,3 mld €	+8,5%

Periodo di analisi: biennio 2014-2015.

Fonti: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati. "Ecommerce Europe, Global BtoC E-commerce Report 2016".

# In Europa siamo ancora indietro

In Europa il fatturato e-commerce rappresenta il 13,6% delle vendite totali.  
In Italia solamente il 5%.



# E-commerce in Italia oggi



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# E-commerce in Italia oggi



## ZOOM

Dal 2013 al 2014 +8%

Dal 2014 al 2015 +19%

**Crescita più che raddoppiata nell'ultimo anno ma...**

Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# E-commerce in Italia (B2C)

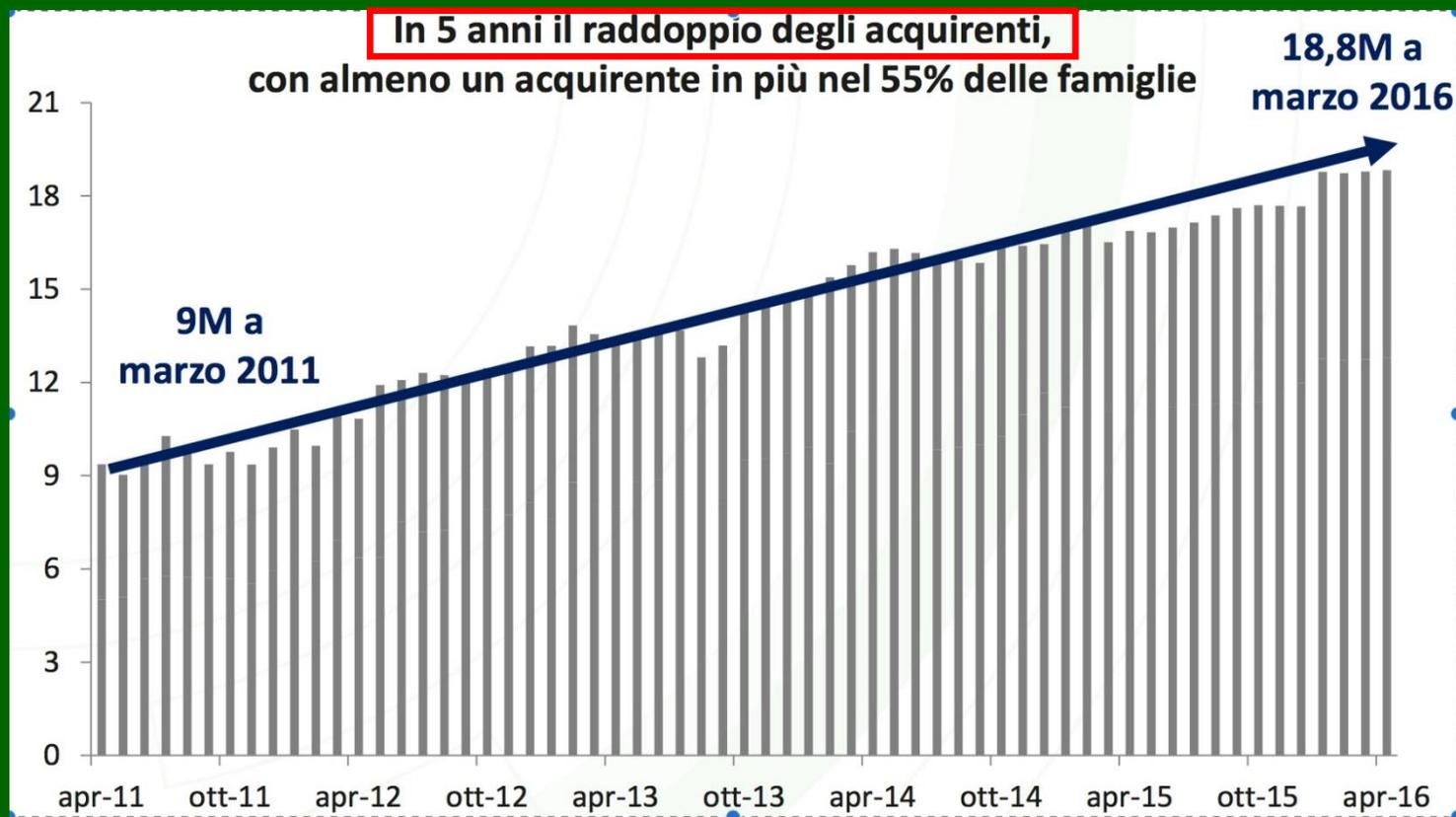
Tra il **2009** e il **2015** le attività al dettaglio che utilizzano lo strumento della vendita online sono aumentate di **8.994** unità

## + 151,6%

Sono **16 mila** le aziende che fanno commercio elettronico nel **2016** e arriveranno a **50 mila** nel **2025**.

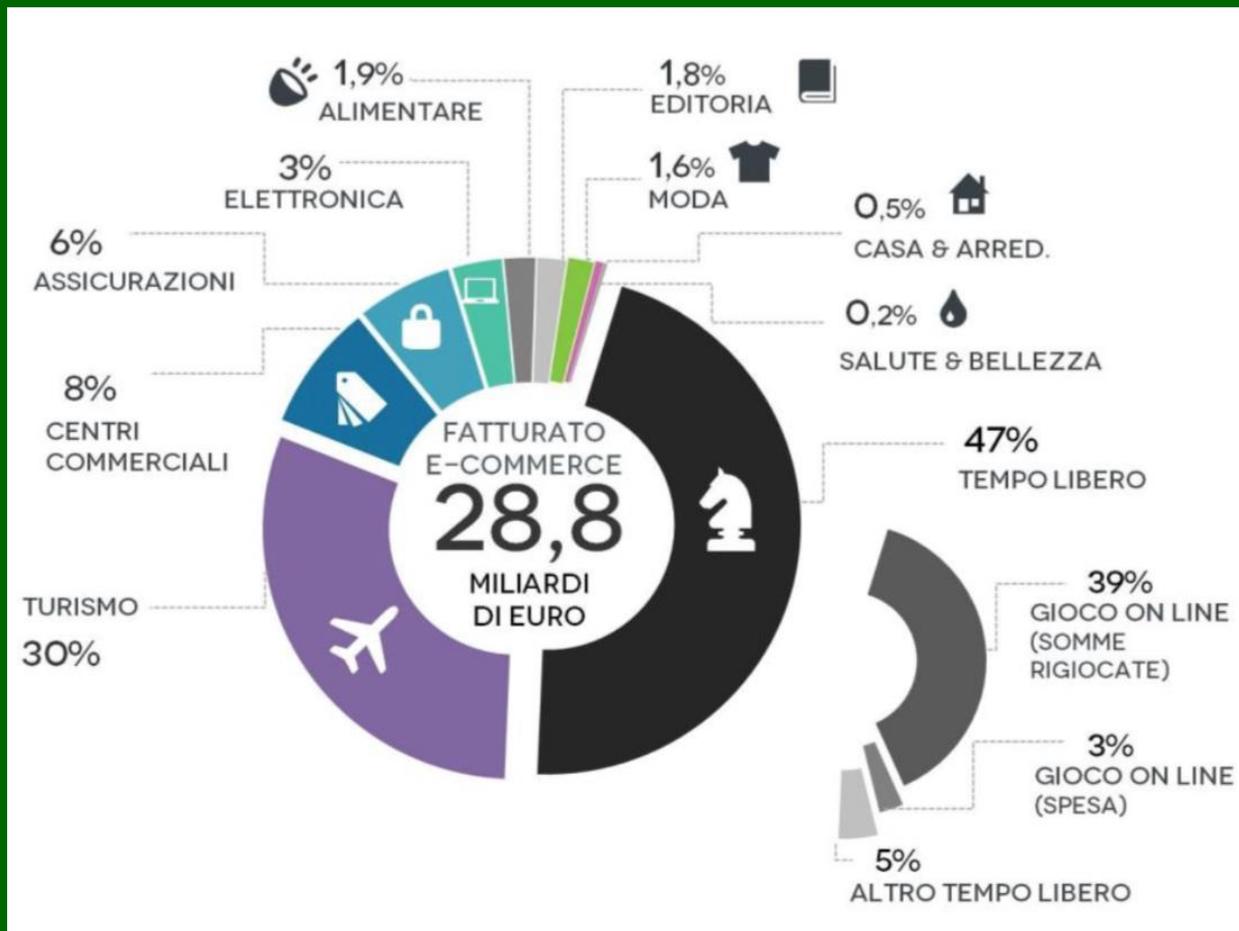
*Percentuale calcolata confrontando il segmento delle vendite web con il totale delle vendite nazionali.  
Fonti: [www.unioncamere.gov.it](http://www.unioncamere.gov.it) e rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.*

# Acquirenti: dalla prima esperienza all' esperienza abituale



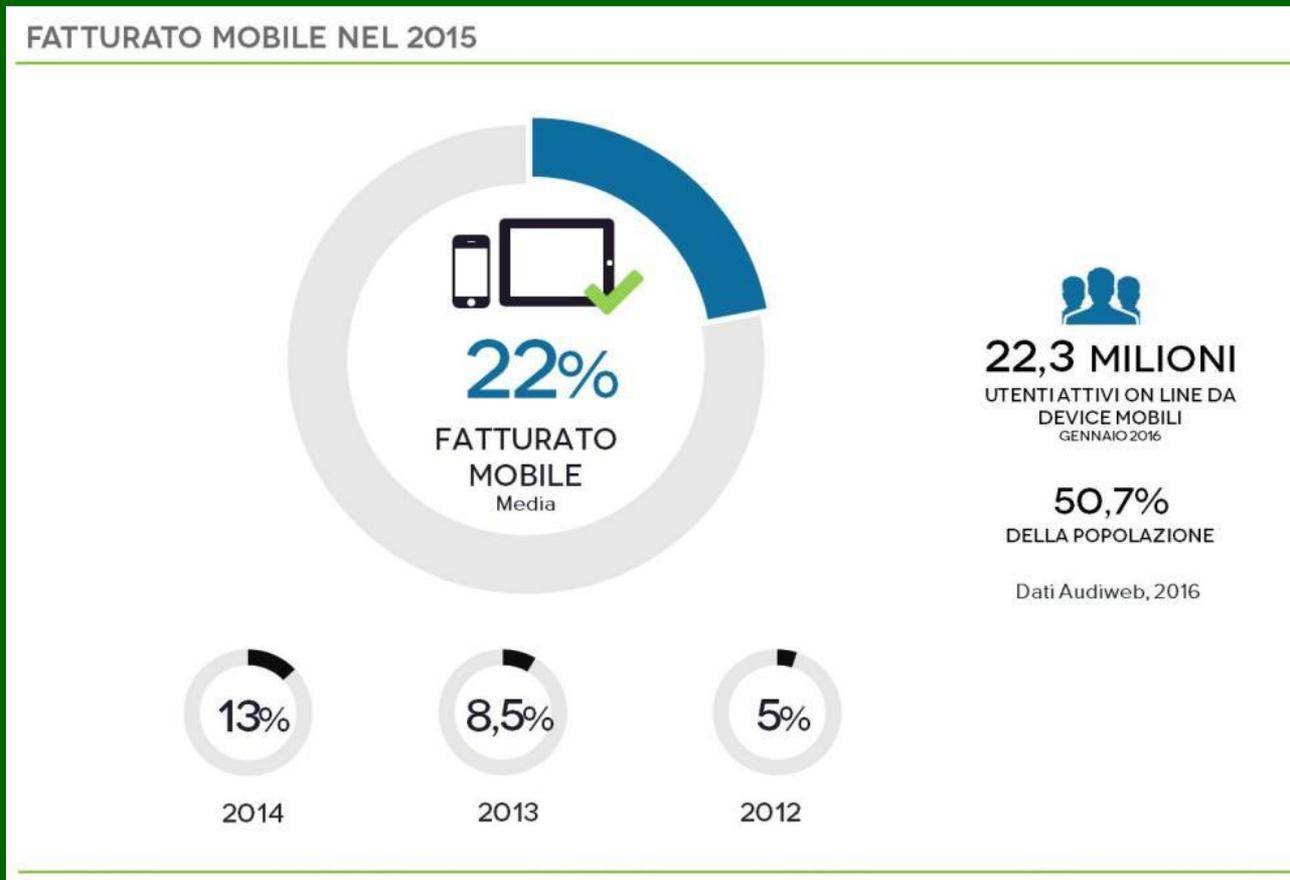
Fonte: "Net retail", Human Highway per Paypal e Netcomm.

# Distribuzione fatturati per settore



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# TREND 1: La centralità del mobile



Percentuali calcolate rapportando il fatturato da mobile al fatturato totale.  
Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# La centralità del mobile



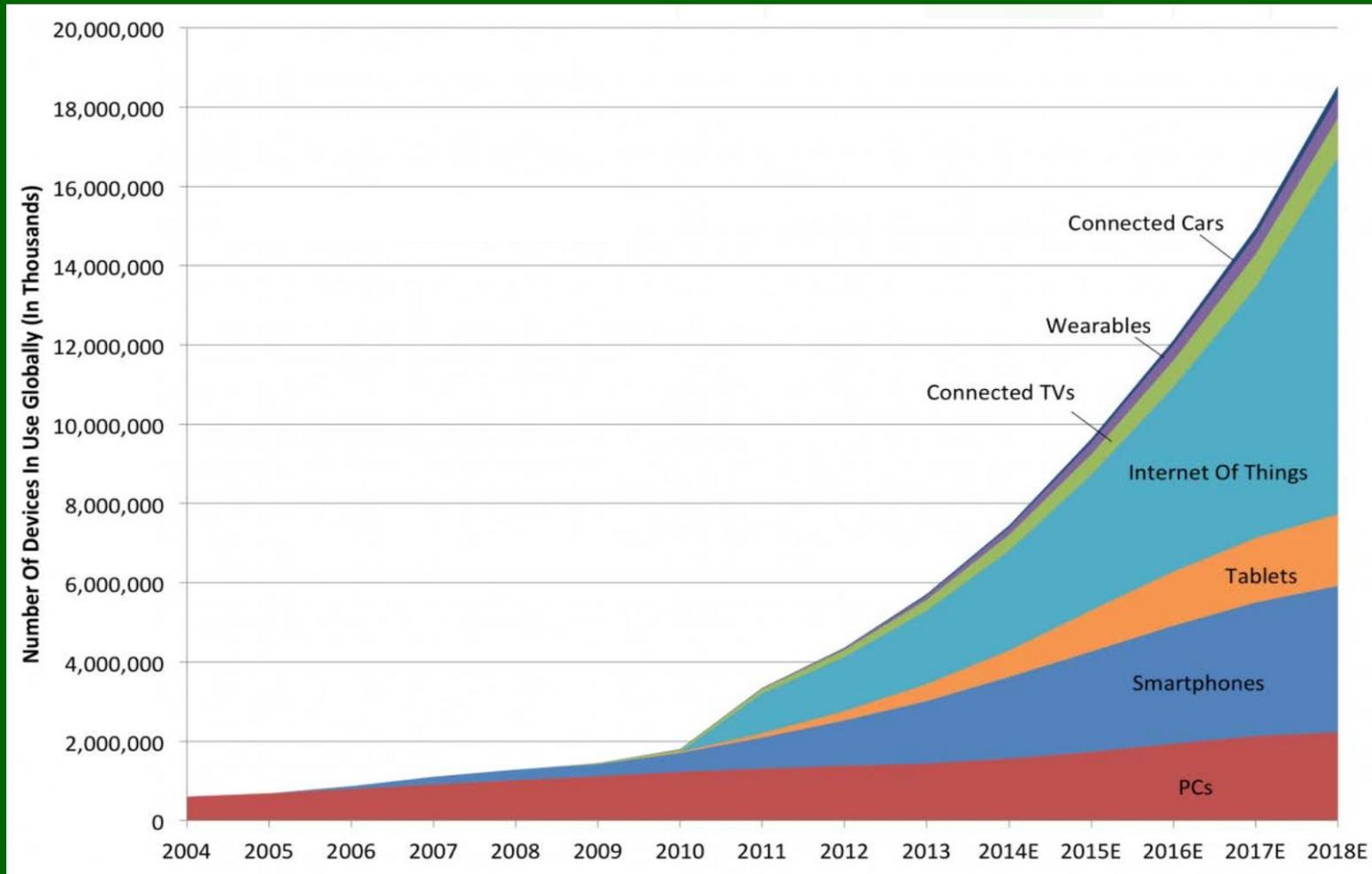
	2014		2015
<b>FATTURATO GENERATO DA MOBILE (sul totale)</b>	13%	<b>+9%</b>	22%
	2015		2016
<b>ITALIANI CHE OGNI MESE SI COLLEGANO TRAMITE MOBILE</b>	17mln	<b>+29,4%</b>	22,3mln*

\* Il 75,8% ha visitato un sito almeno un sito o un'applicazione dedicato all'e-commerce, dedicandovi in media 1 ora e 39 minuti.

Percentuali calcolate rapportando il fatturato da mobile al fatturato totale.

Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# Il futuro dei device



Fonte: "E-commerce: una straordinaria opportunità per la trasformazione digitale delle aziende per il sistema paese", R. Liscia, Netcomm

# Mobile: sempre e ovunque



La virtualità  
aumenta  
l'interazione con il  
cliente e ne  
aumenta il  
coinvolgimento nel  
processo di  
acquisto

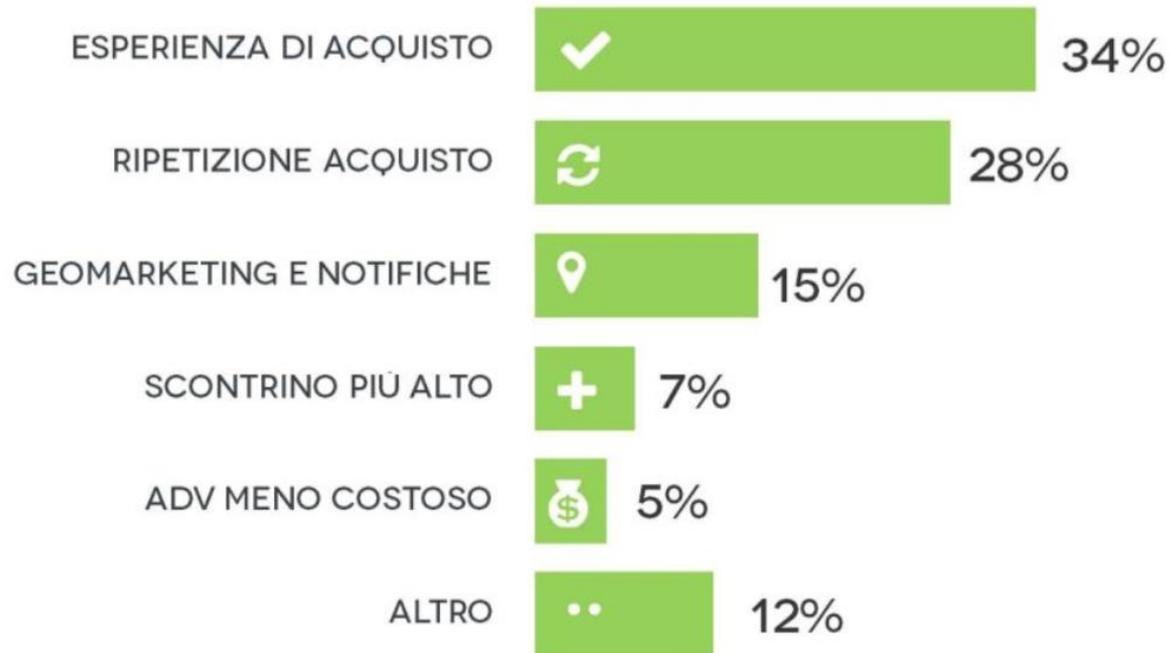
*“Alla fine è arrivato l'anno del mobile. Il 2015.  
E il 2016 sta proseguendo nella stessa direzione.”*

Zalando.it



# APP is the way

## MOBILE APP PER L'ACQUISTO: RISULTATI



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# TREND 2: la crescita dei marketplace

Globalmente, l'**1%** dei migliori siti di e-commerce genera il **34%** del fatturato totale derivante da vendite online.

	Players	Share
Aus	eBay, Coles, Woolworths	34%
Bra	B2W Digital, Cnova	36%
Chi	Alibaba, Jingdong Mall	80%
Fra	Groupe Casino, Vente-Privee	20%
Ger	Amazon DE, Otto	55%
Ind	Flipkart, Snapdeal	25%
Jap	Rakuten Ichiba, Amazon JP	40%
Pol	Allegro Market Place	50%
UK	Amazon UK, Argos	28%
USA	Amazon, Apple	28%

Fonti: RJ Metrics (Giugno 2014), elaborazioni Netcomm.

# FOCUS su Marketplace

**amazon.com**<sup>®</sup>

**ebay**<sup>™</sup>



**YOOX GROUP**

  
**Alibaba.com**<sup>™</sup>

**Etsy**

 **zalando**

# In Italia...



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# Perché vendere sui marketplace

- Accesso immediato a un pubblico molto grande e, spesso, fedele alla piattaforma
- Aumento della credibilità del venditore: forti programmi di protezione dell'acquirente
- Bassi costi fissi
- Riduzione dei costi di promozione per il venditore: è interesse del marketplace promuovere se stesso e dare la migliore visibilità possibile ai prodotti

Fonte: "Il digitale. Chiave del business.", Unioncamere Romagna.

# Bisogna anche considerare...

- Adeguatezza del proprio modello di business alla piattaforma
- Marginalità del venditore: si passa in secondo piano rispetto al marketplace
- Marketing gestito esternamente dai marketplace
- Commissioni spesso elevate
- Forte concorrenza tra prodotti simili

Fonte: "Il digitale. Chiave del business.", Unioncamere Romagna.

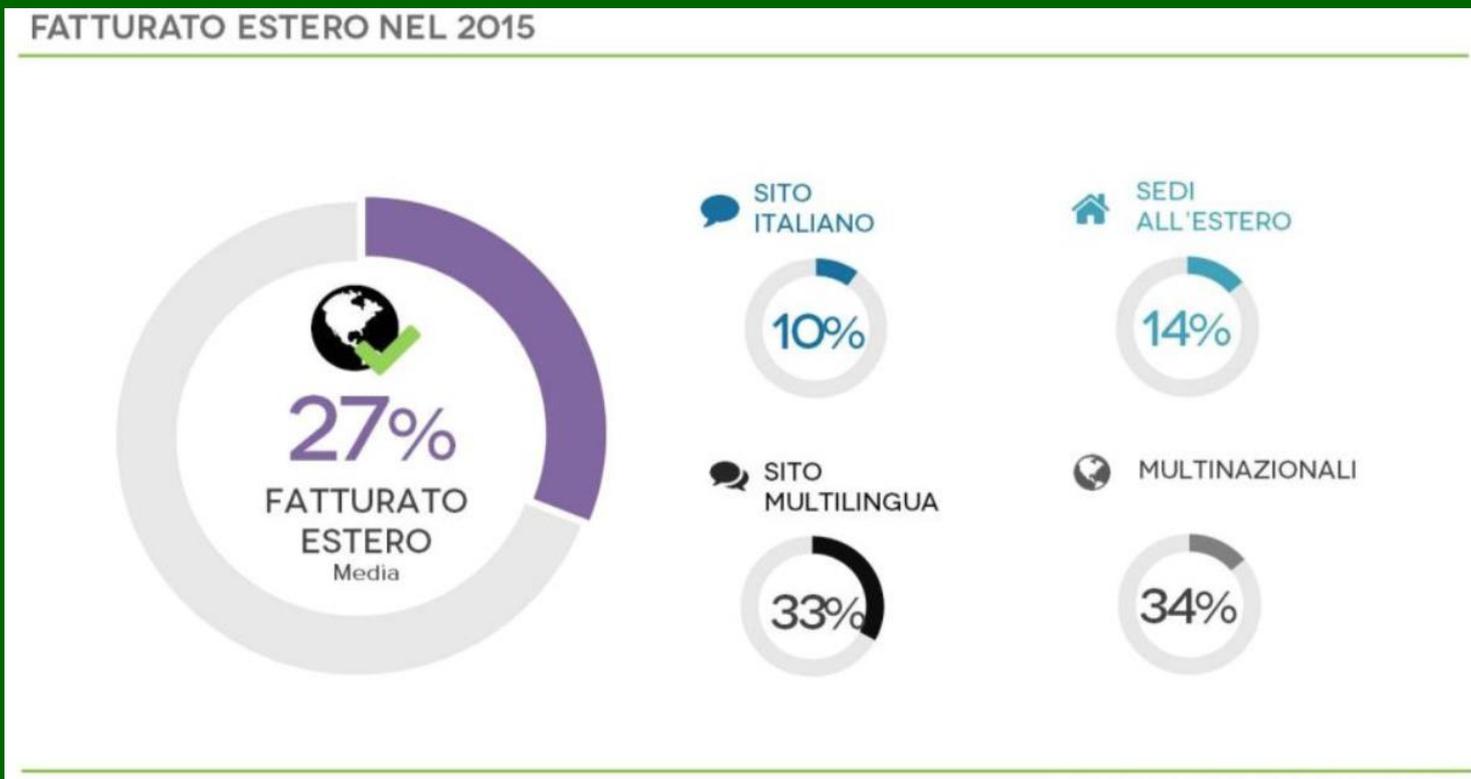
# E per i piccoli? La coda lunga

La rete permette di aggregare e, di conseguenza, di raggiungere  
**NICCHIE DI CLIENTI** interessati a particolari prodotti.



Fonte: "Il digitale. Chiave del business.", Unioncamere Romagna.

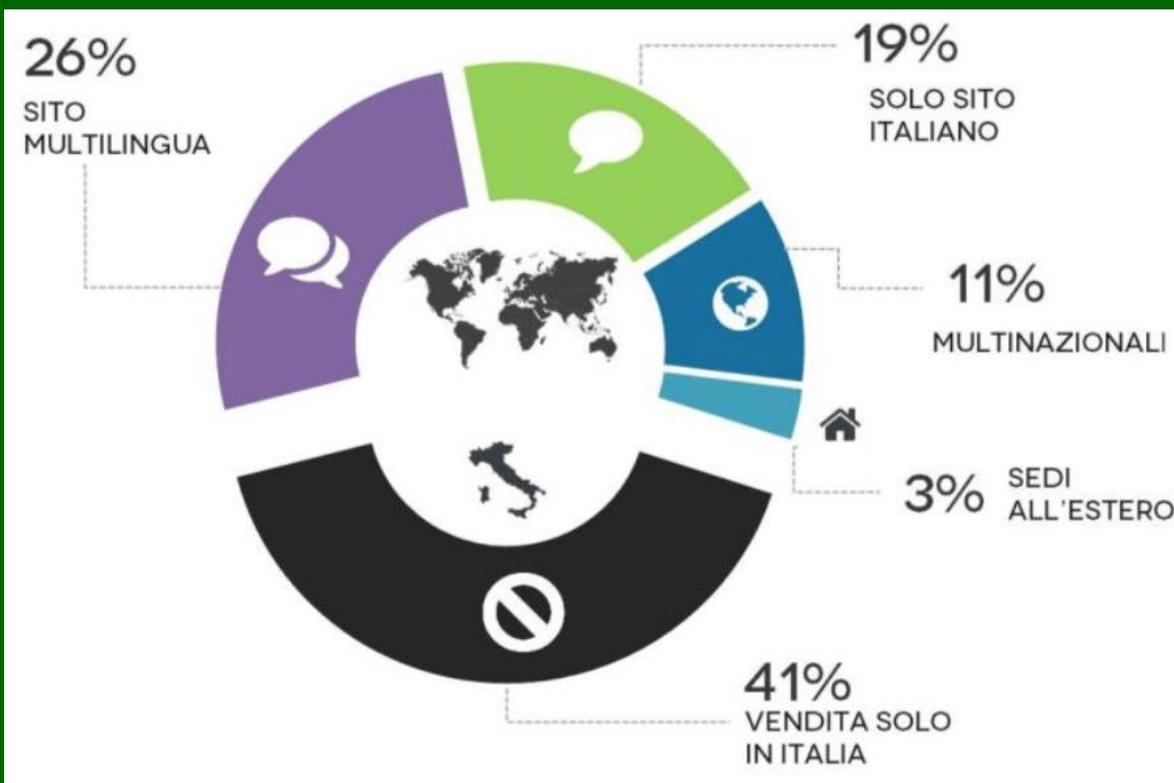
# Focus su Internazionalizzazione



MARKETPLACE come FINESTRA SULLO SCENARIO INTERNAZIONALE

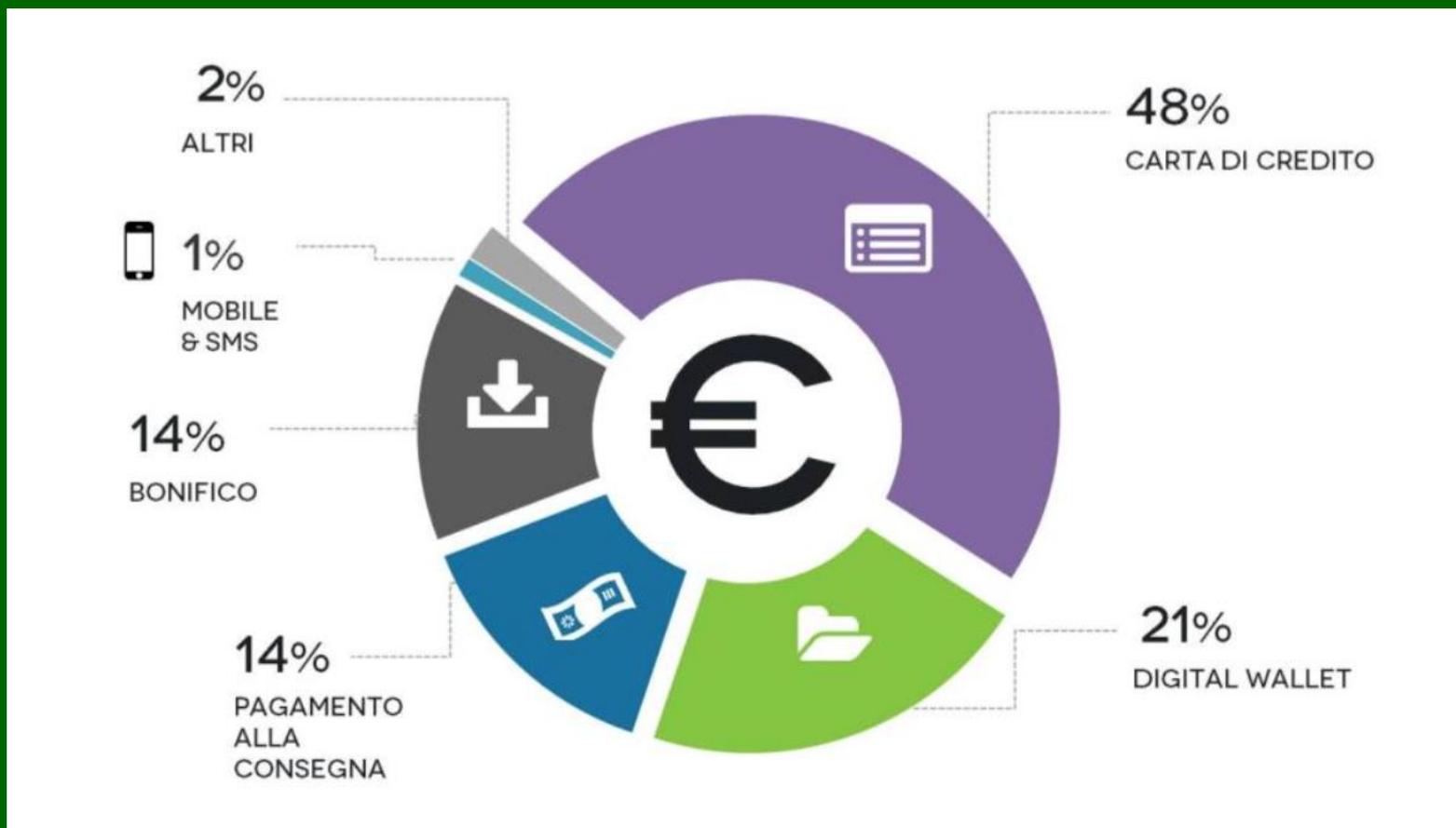
Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# Strategie di presenza sui mercati esteri



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# FOCUS su metodi di pagamento

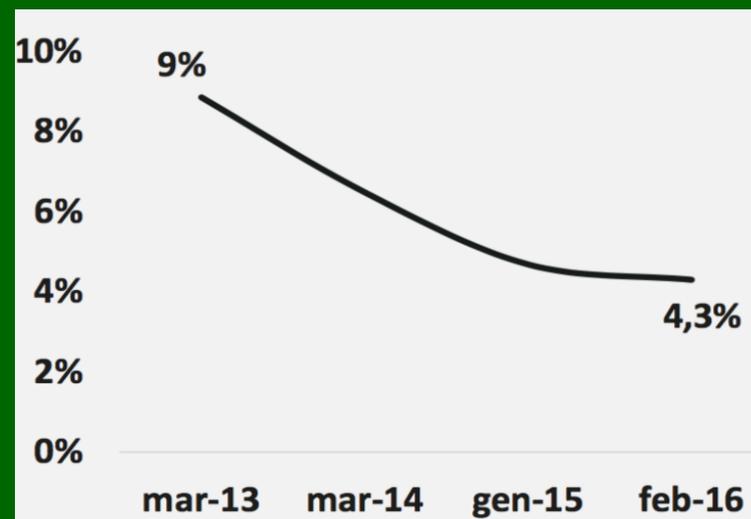


Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# Il contante "conta" sempre meno



L'incidenza del pagamento in contrassegno nella vendita online si è più che dimezzata negli ultimi 3 anni (a livello mondiale)



Fonte: "Net retail", Human Highway per Paypal e Netcomm.

# FOCUS su Marketing Online

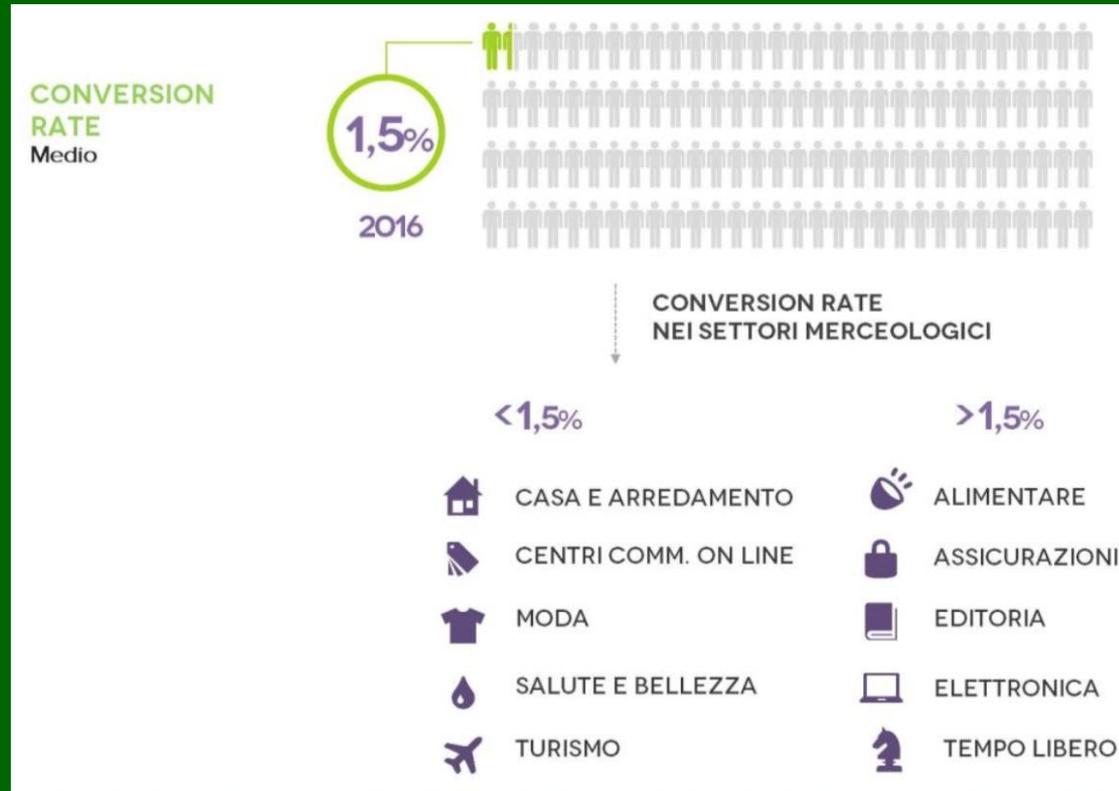


Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.



# Focus su Conversion Rate

Come trasformare un visitatore web in un cliente?



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# Fattori di aumento delle conversioni



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# TREND 3: Marketing Automation

## MASSIMIZZAZIONE DEL RAPPORTO FORNITORE-CLIENTE

- supporto immediato durante l'acquisto (chat/videocall con assistente)
- invio di mail (abbandono carrello, conferma ordine)
- possibilità per il cliente di essere continuamente aggiornato (es. tracking online)
- presenza costante dei contatti in primo piano



# TREND 4: Real time analysis



L'analisi dei dati **IN TEMPO REALE** è un elemento importante per la buona gestione di uno stock e, conseguentemente, di un efficiente e-commerce.

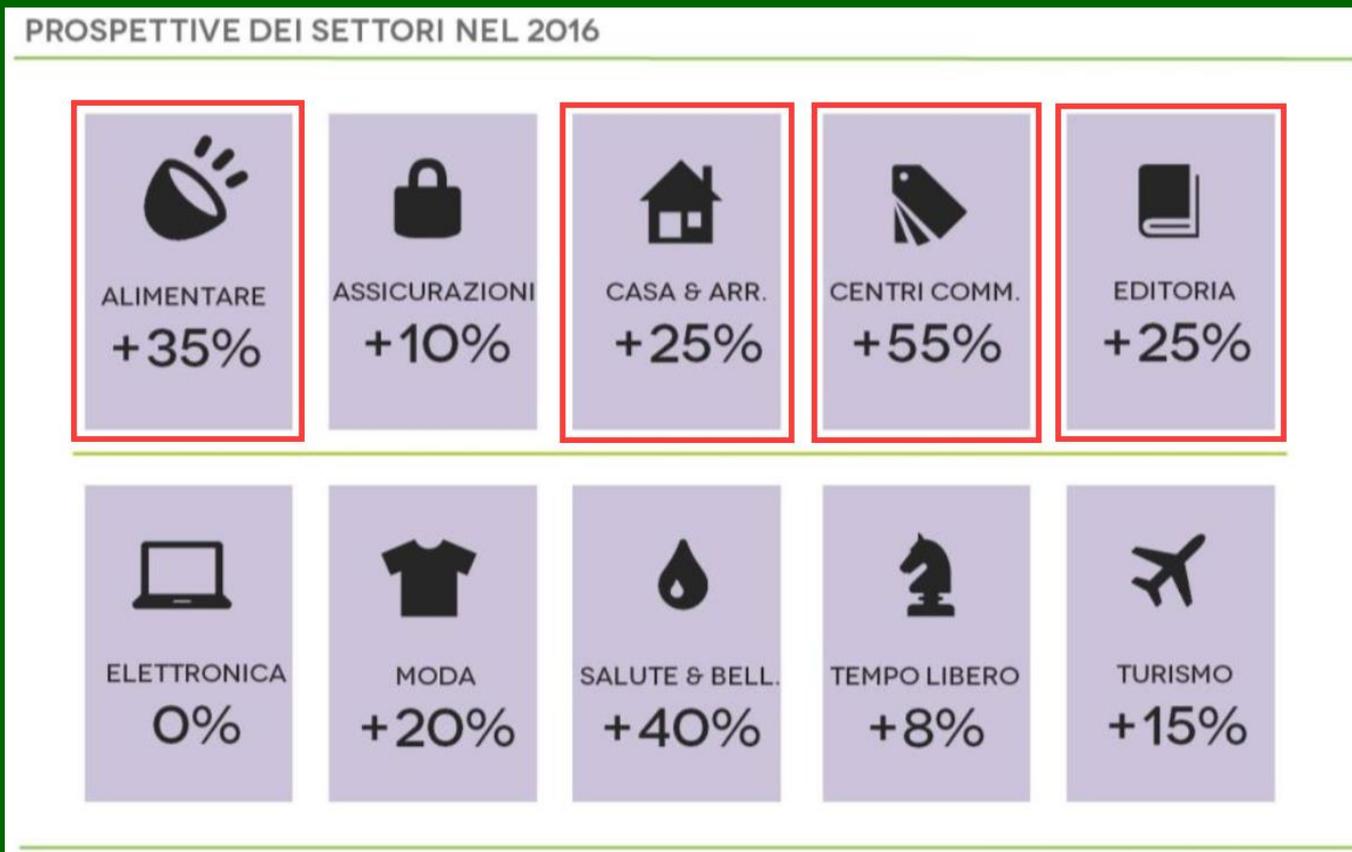
La gestione in real time permette di comprendere **COME I CLIENTI REAGISCONO ALLE VENDITE** “sul momento” e, quindi, di poter intraprendere azioni in grado di influenzarne la decisione di acquisto.

# Vantaggi della Real time analysis

- Accuratezza ed affidabilità dei dati ottenuti
- Rapidità nelle scelte aziendali
- Maggior conoscenza delle caratteristiche del cliente
- Maggiori possibilità di condurre il soggetto verso l'acquisto finale
- Identificazione più rapida degli errori e conseguente riduzione delle perdite
- Creazione di un inventario in grado di garantire le forniture ed evitare gli sprechi

# I settori in crescita nell'e-commerce

## IN ITALIA



Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

# I settori in crescita nell'e-commerce

## NEGLI USA



Fonte: "E-commerce: una straordinaria opportunità per la trasformazione digitale delle aziende per il sistema paese", R. Liscia, Netcomm

# Riepilogo Trend

 **TREND 1: La centralità del mobile**

 **TREND 2: La crescita dei marketplace**

 **TREND 3: Marketing Automation**

 **TREND 4: Real time analysis**

# Ricordatevi che...

Creare e portare al successo un progetto di e-commerce, non è affatto banale o scontato.

Bisogna avere:

- A. **un buon budget di partenza**  
(2/3 del budget viene speso in marketing e gestione)
- B. **una buona idea per differenziarsi sul mercato**
- C. **conoscenze specifiche su settori di nicchia**
- D. **dedizione e pazienza**

# Considerazioni chiave

- 1. Un e-commerce economico non esiste**  
(servono investimenti costanti e tempo da dedicare)
- 2. Occorrono competenze qualificate** per gestire le numerose mansioni necessarie (programmazione, SEO, SEM, content, grafica, marketplace, ecc.)
- 3. Per vendere hai bisogno di visite**, che hanno un loro costo

# Ma c'è chi vi può aiutare :-)



## Progetto Aroma

# I nostri settori di attività



**Siti Web**



**Web Marketing**



**Applicazioni Web**



**Formazione**

# Numeri

Oltre **15 anni** di attività

Oltre **200** clienti attivi

Oltre **400** realizzazioni

una **Web Agency** oramai *storica*, ma  
in *continuo rinnovamento...*

# Alcune nostre realizzazioni



shop.emanuela.com



square15.it



legaitaly.com

# Alcune nostre realizzazioni



erboristeriaofficinale.it



lacassettiera.com



sanitariamoretti.it

Grazie e...

**Buon e-commerce a tutti**

... continua su

**[www.progettoaroma.com](http://www.progettoaroma.com)**