

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



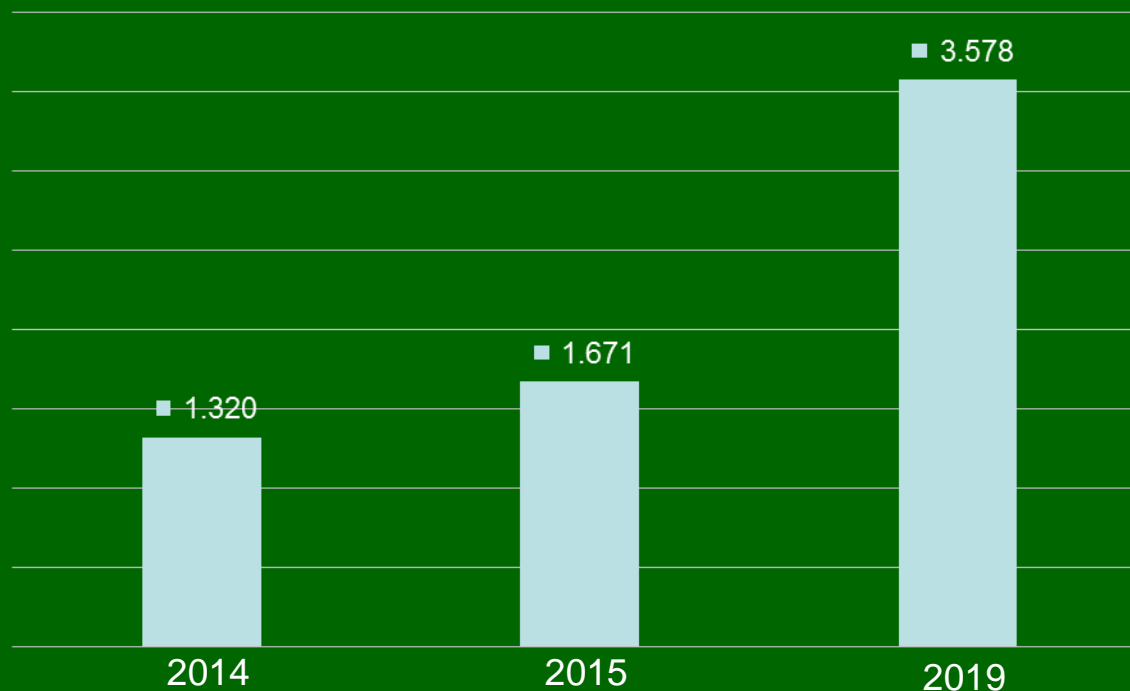
Daniele Diversi

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 €

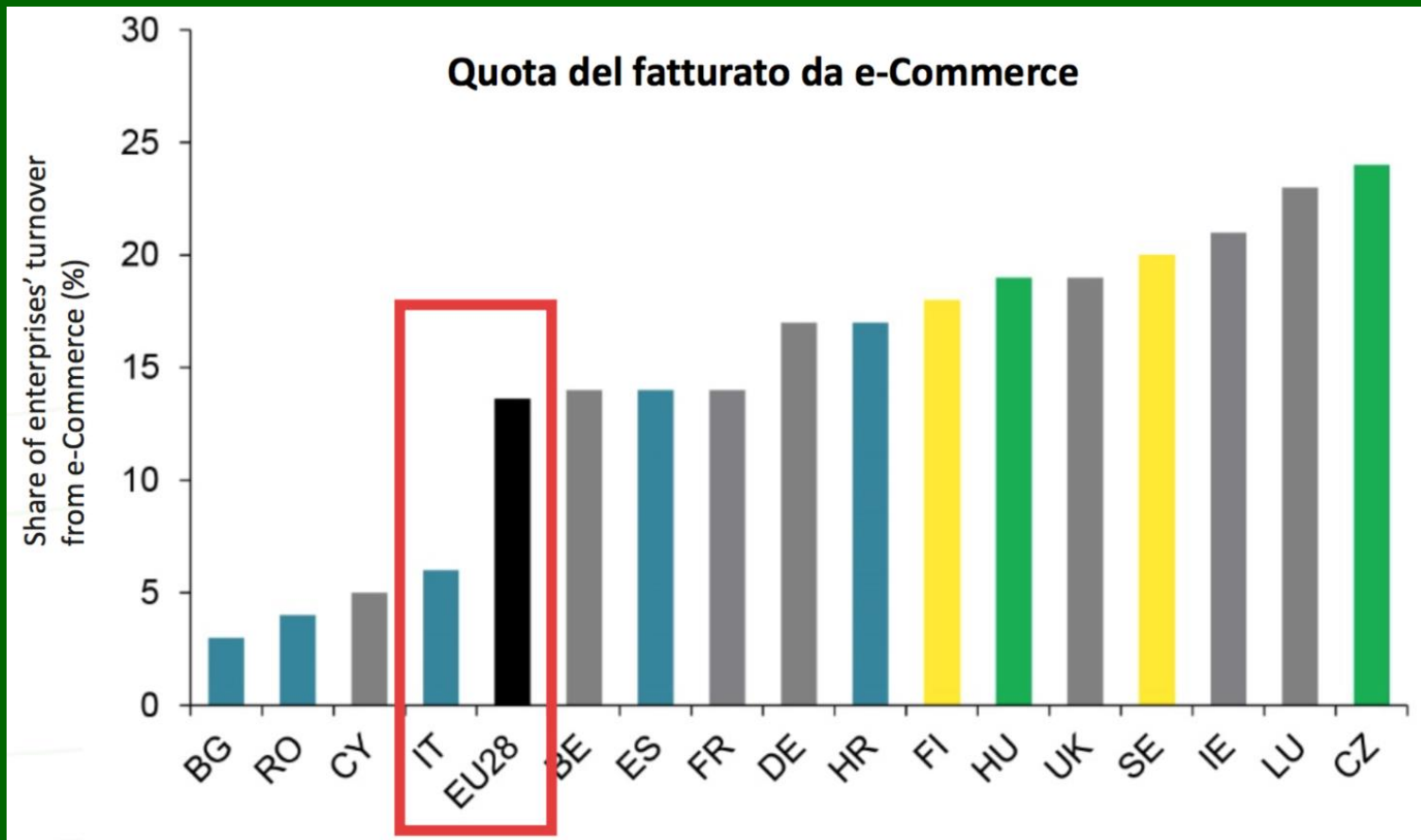
Ovest	252,9 mld €	+12,9%
Centro	89,4 mld €	+14,9%
Sud	50,9 mld €	+17,1%
Nord	37,6 mld €	+10,9%
Est	24,3 mld €	+8,5%

Periodo di analisi: biennio 2014-2015.

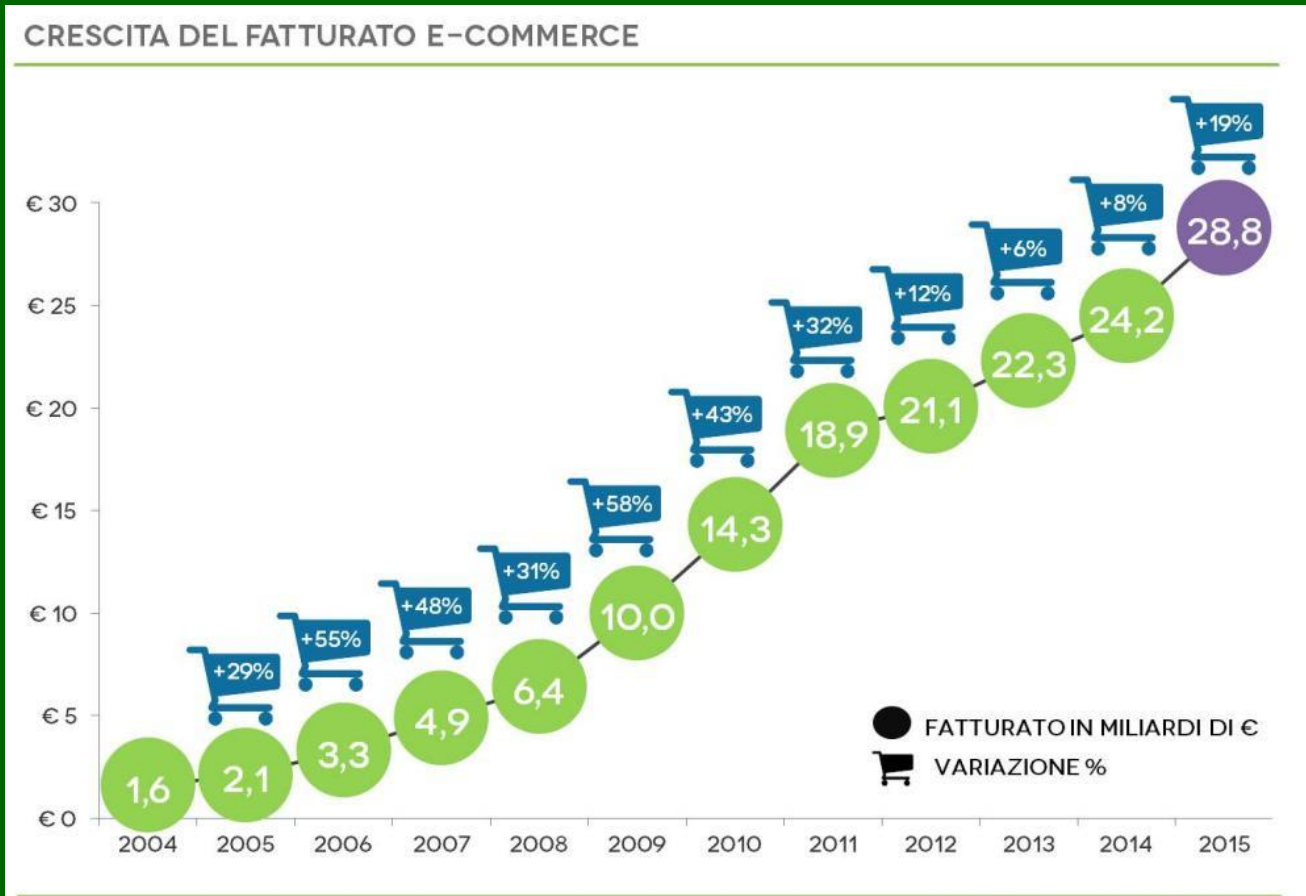
Fonti: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati. "Ecommerce Europe, Global BtoC E-commerce Report 2016".

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)

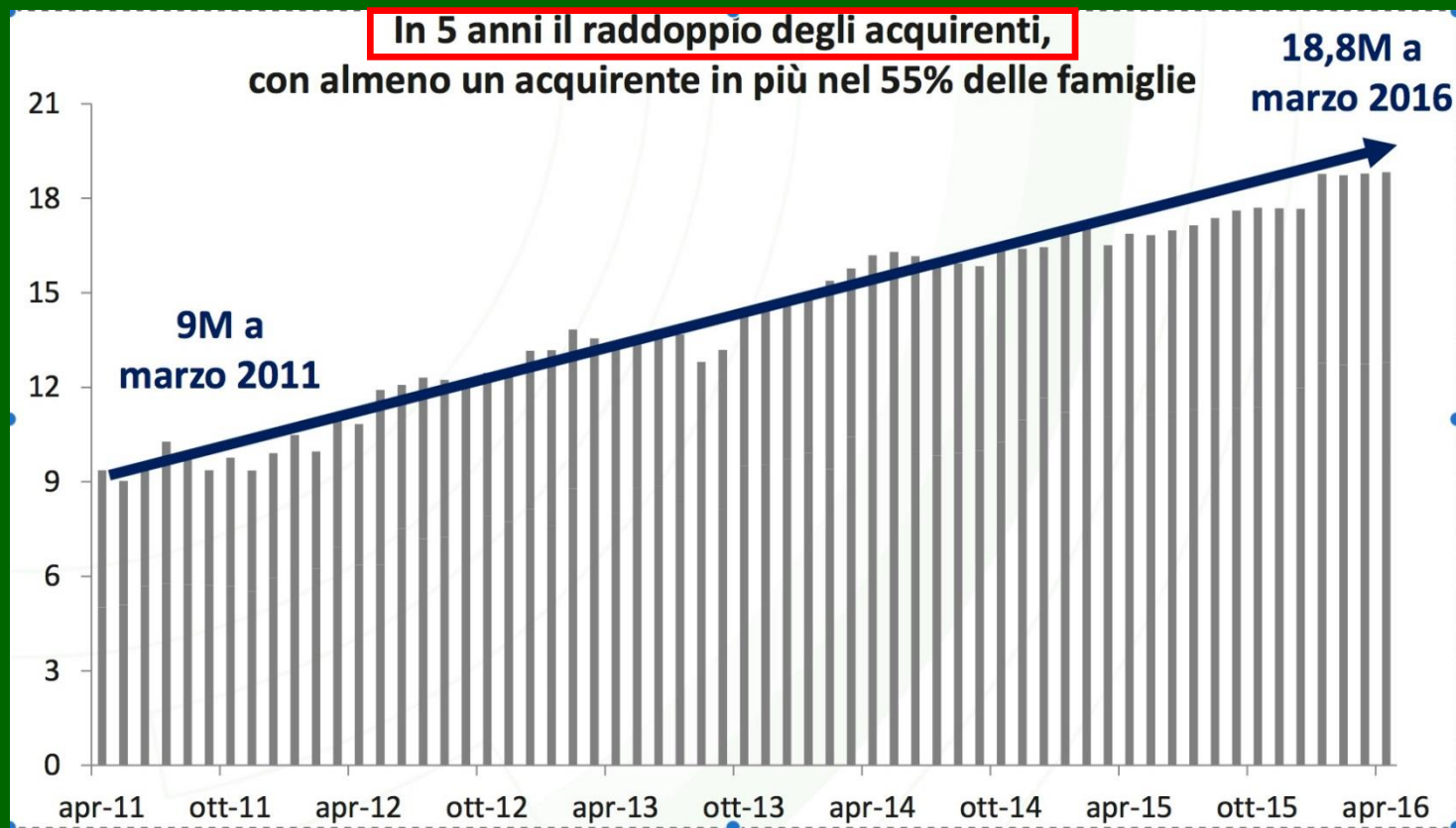
Tra il **2009** e il **2015** le attività al dettaglio che utilizzano lo strumento della vendita online sono aumentate di **8.994** unità

+ 151,6%

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

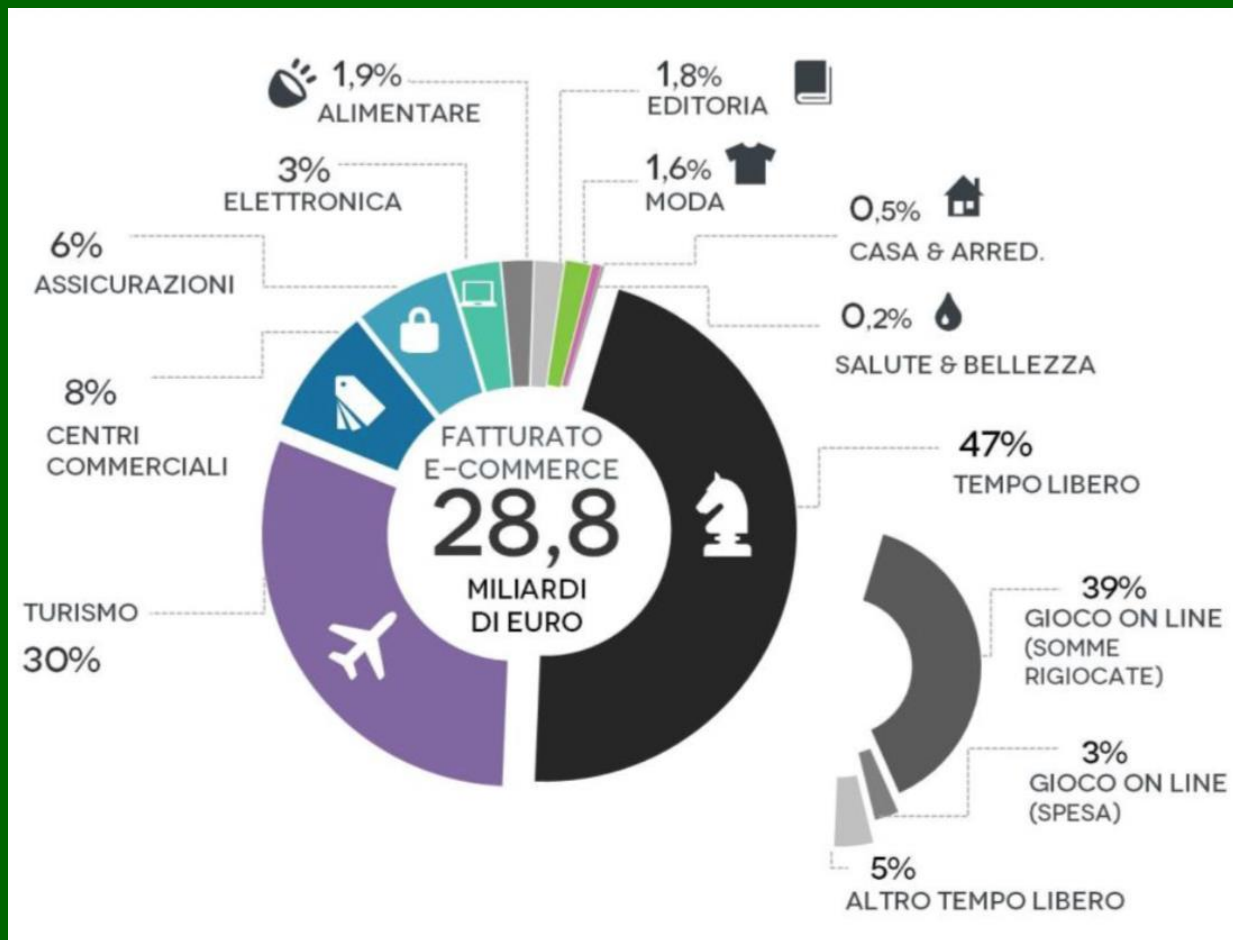
*Percentuale calcolata confrontando il segmento delle vendite web con il totale delle vendite nazionali.
Fonti: www.unioncamere.gov.it e rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.*

Acquirenti: dalla prima esperienza all' esperienza abituale



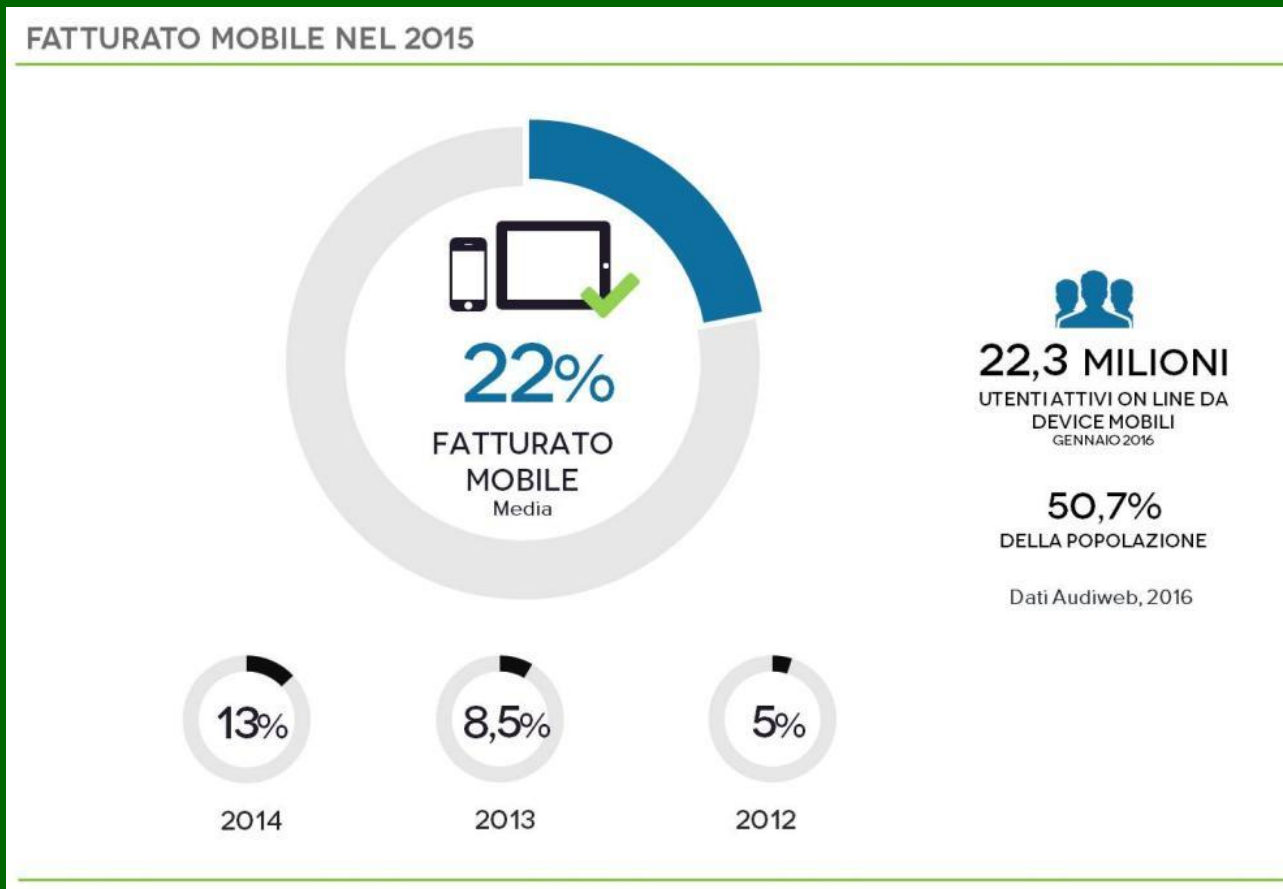
Fonte: "Net retail", Human Highway per Paypal e Netcomm.

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



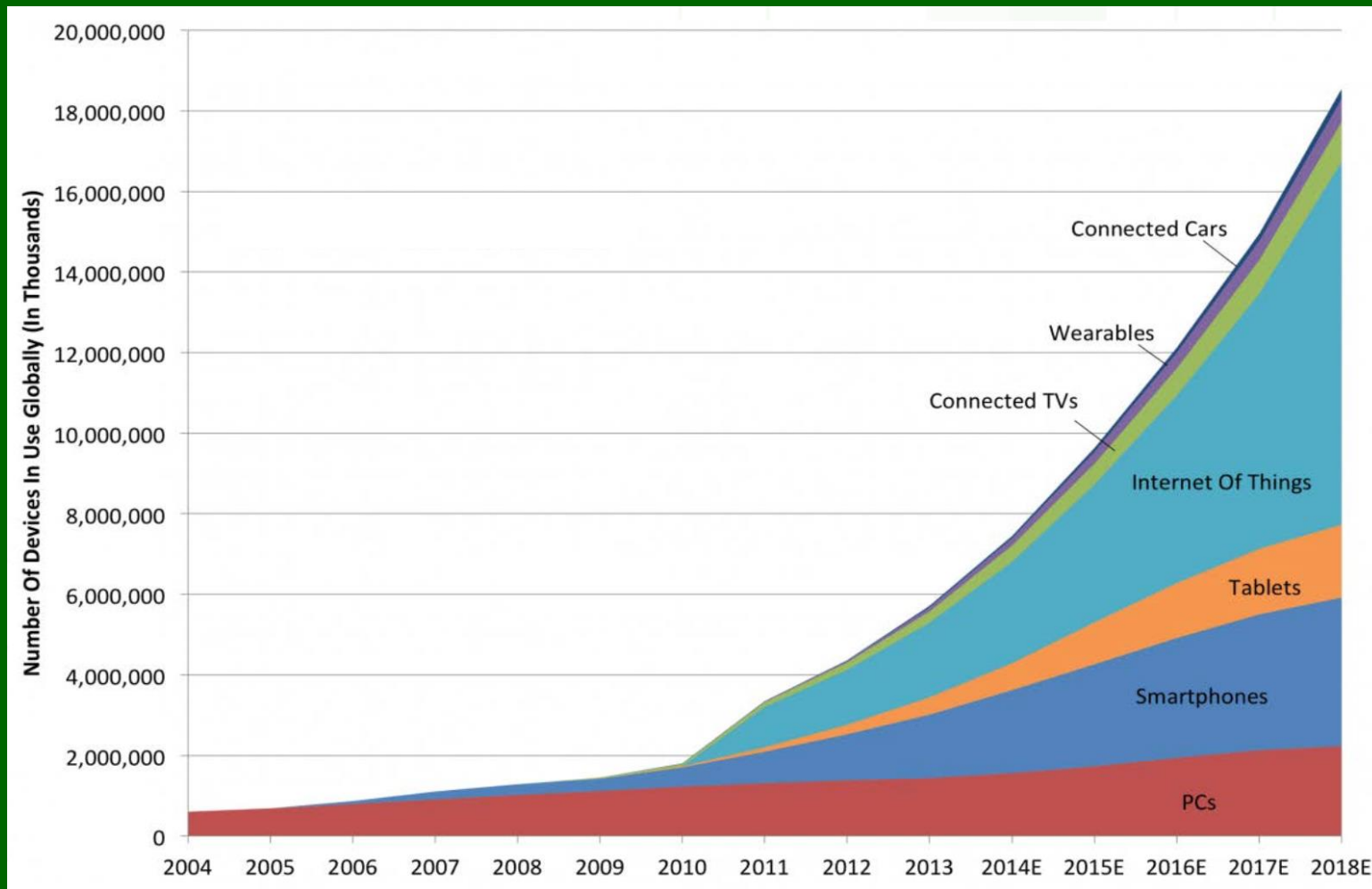
	2014		2015
FATTURATO GENERATO DA MOBILE (sul totale)	13%	+9%	22%
	2015		2016
ITALIANI CHE OGNI MESE SI COLLEGANO TRAMITE MOBILE	17mln	+29,4%	22,3mln*

* 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.

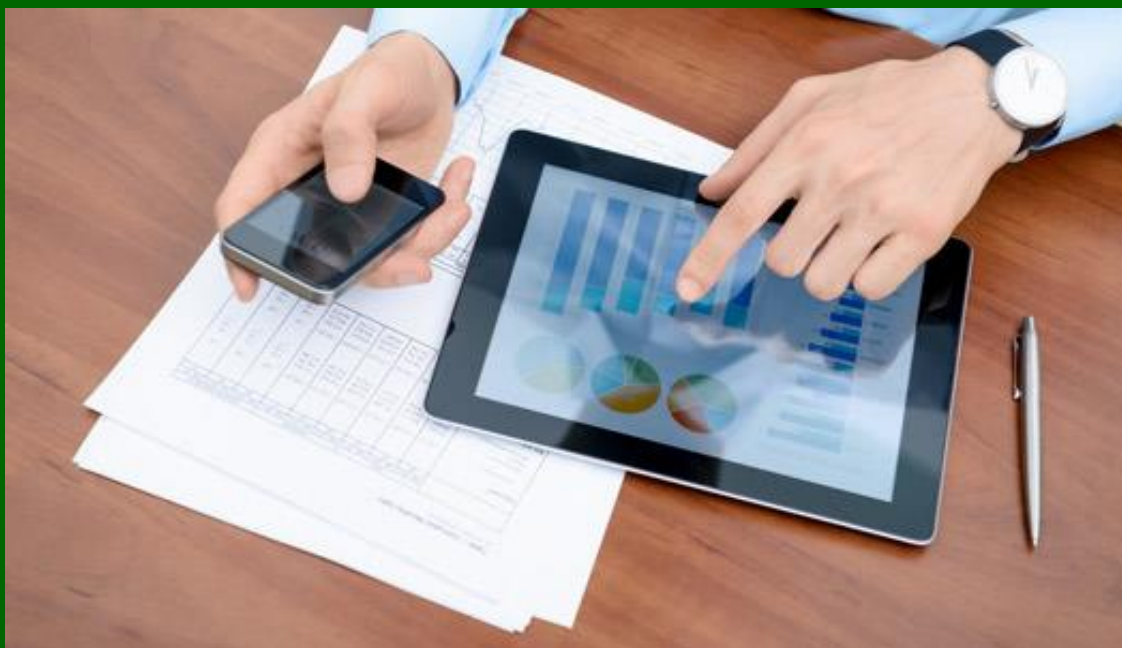
Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

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

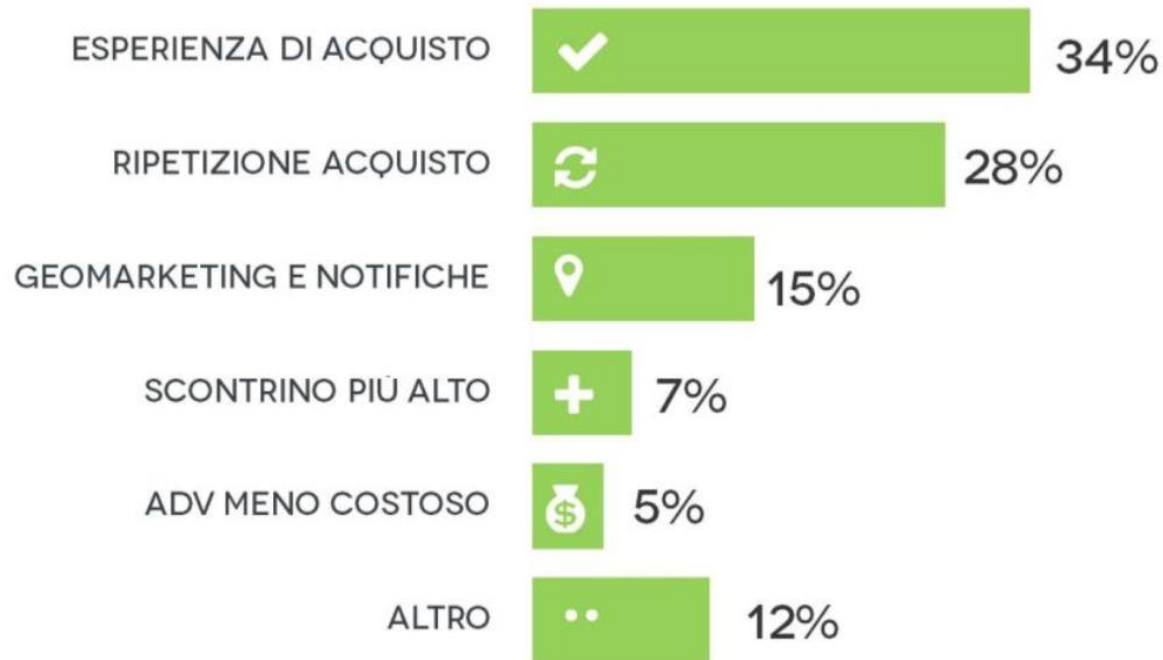
- ✓ Maggior frequenza di interazione
- ✓ Miglior user experience
- ✓ Ripetizione dell'acquisto
- ✓ Geomarketing e notifiche
- ✓ Adv meno costoso



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

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[®]

ebay[™]



YOOX GROUP


Alibaba.com[™]

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.

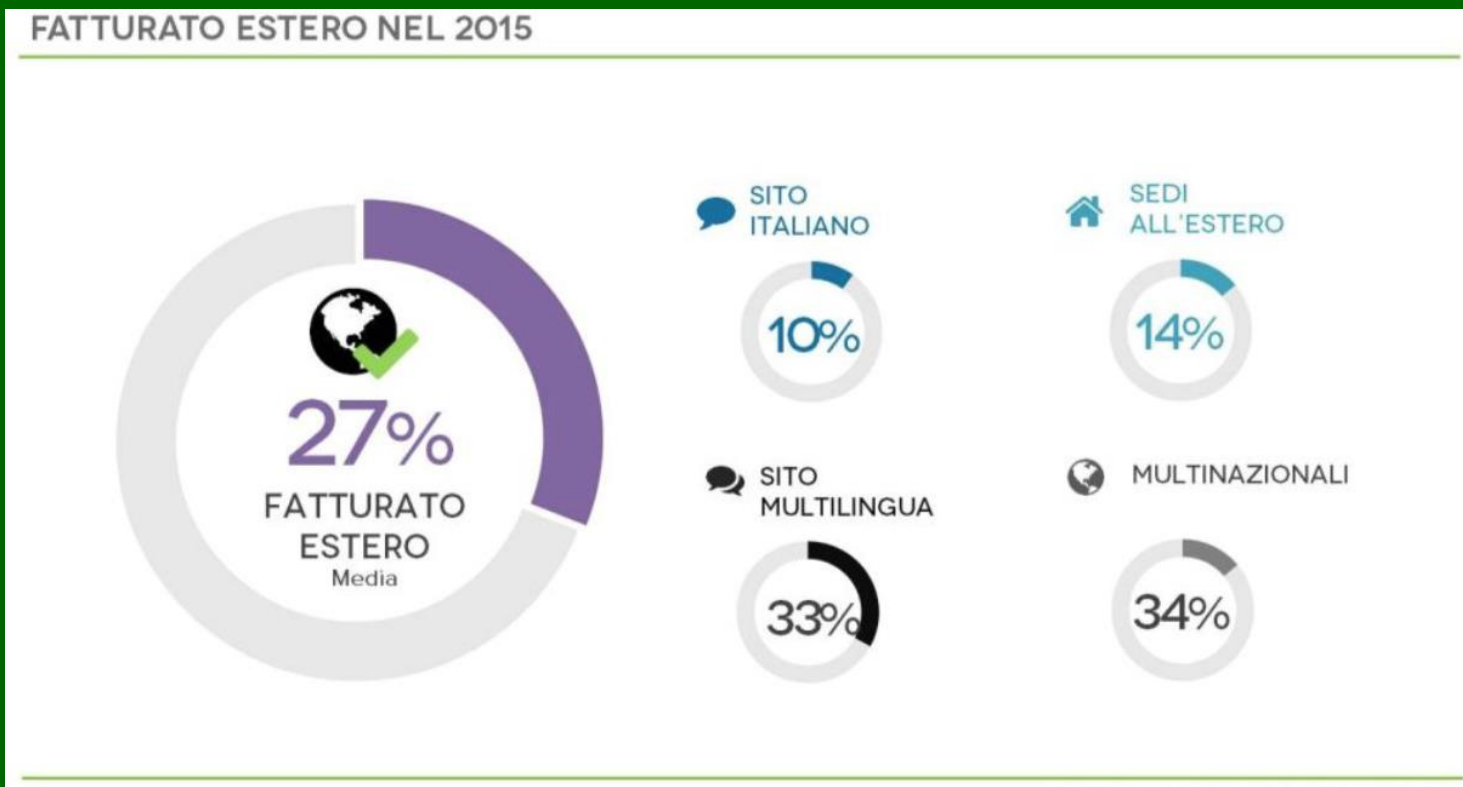
E per i piccoli? La coda lunga

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



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

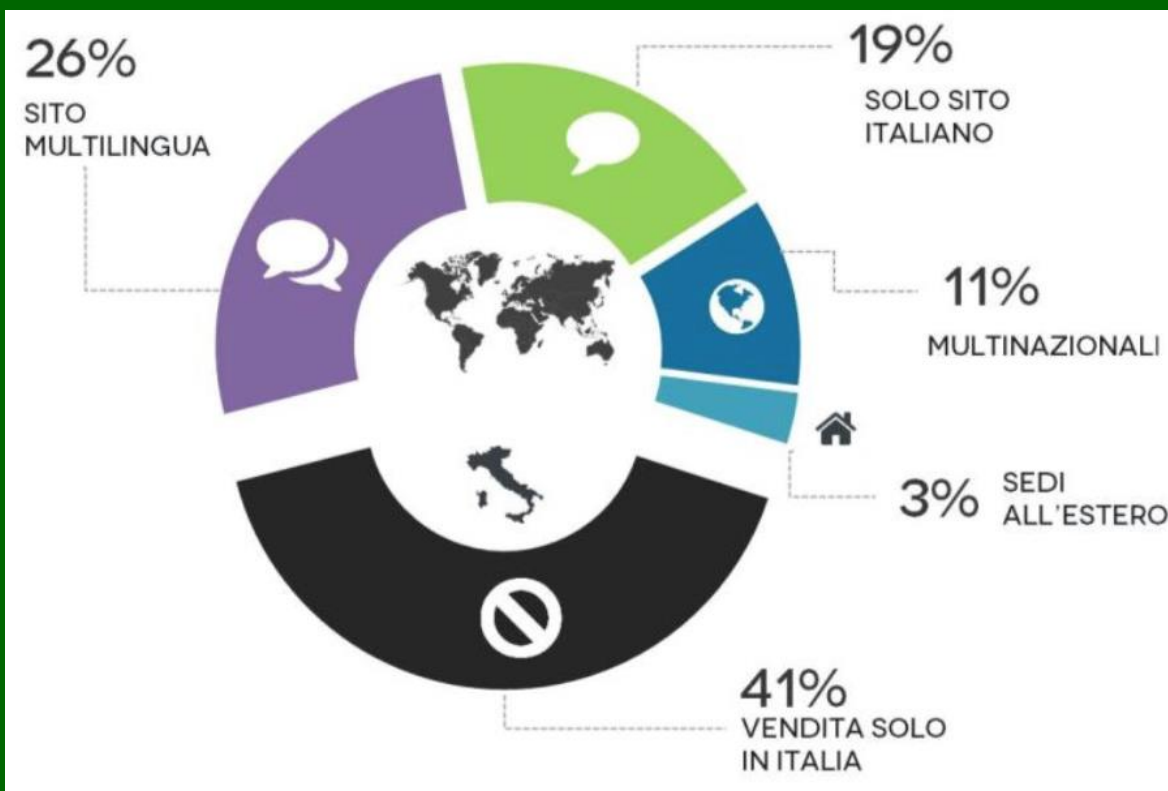
Focus su Internazionalizzazione



MARKETPLACE come FINESTRA SULLO SCENARIO INTERNAZIONALE

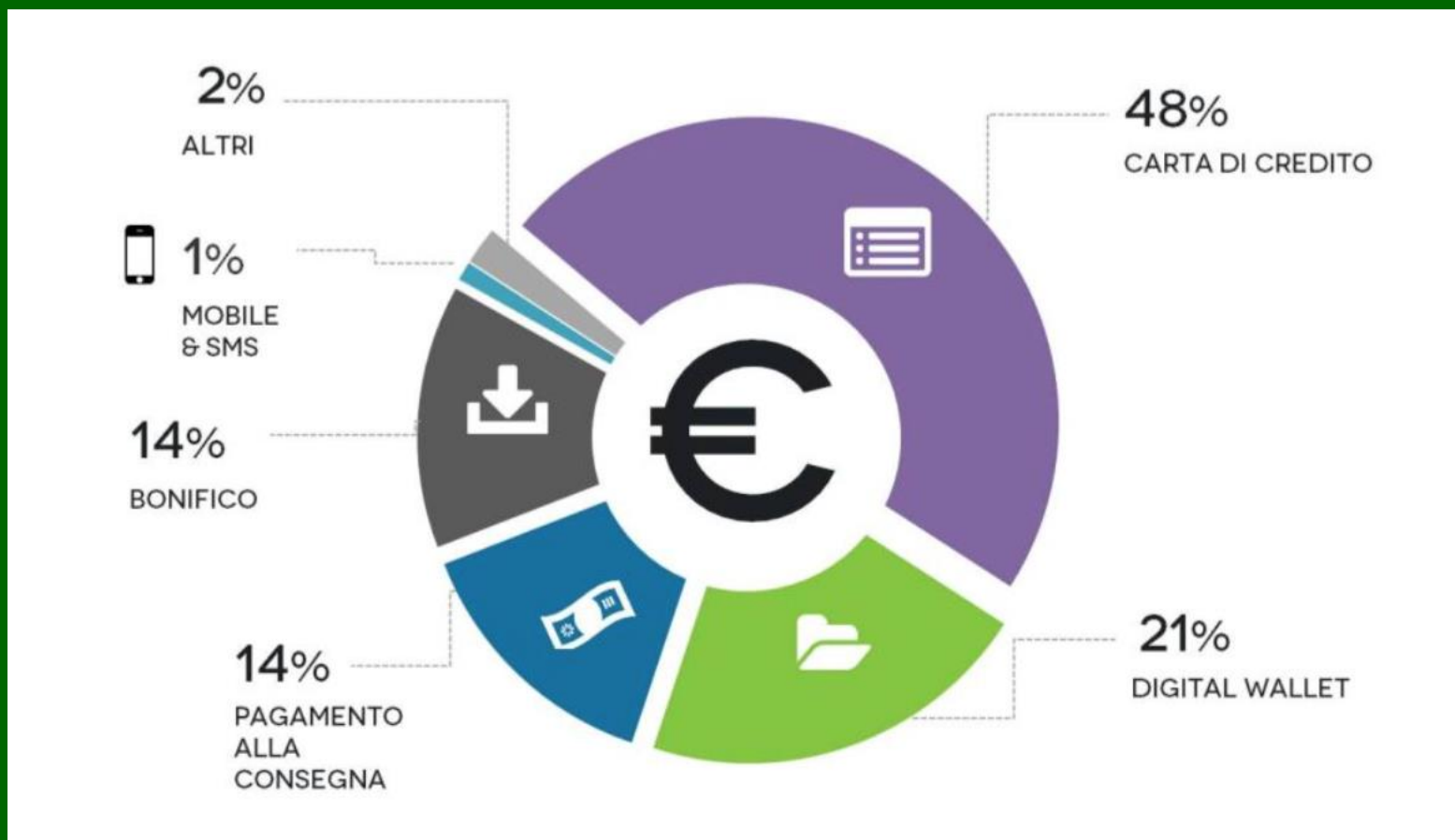
Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

Strategie di presenza sui mercati esteri



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

FOCUS su metodi di pagamento

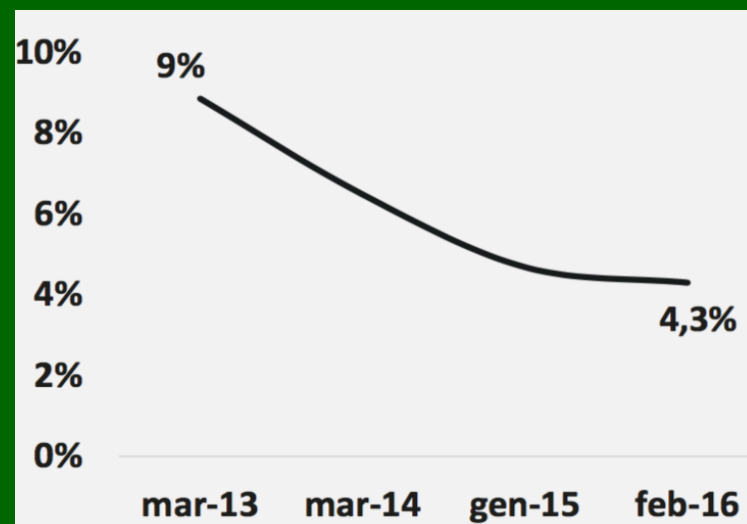


Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.

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

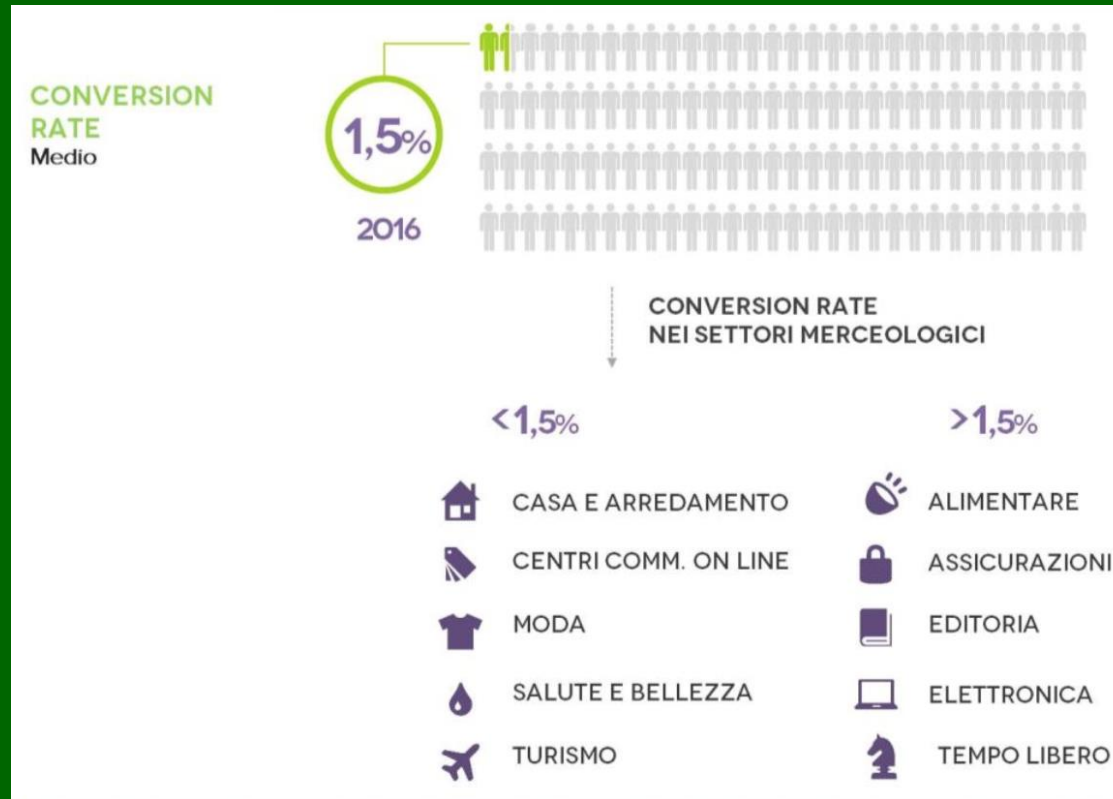


Fonte: Rapporto "E-commerce in Italia 2016", Casaleggio Associati.



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.

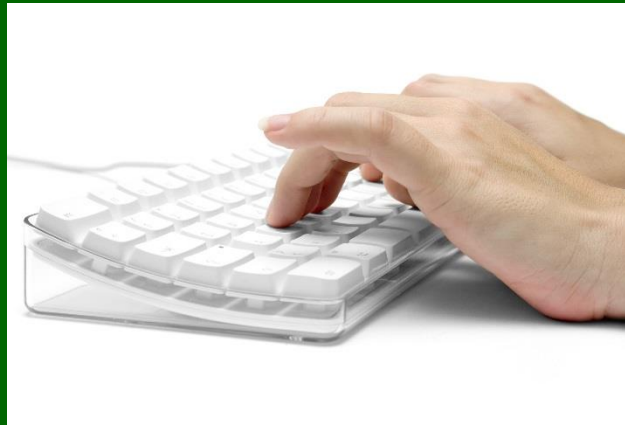
TREND 3: Marketing Automation

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...*

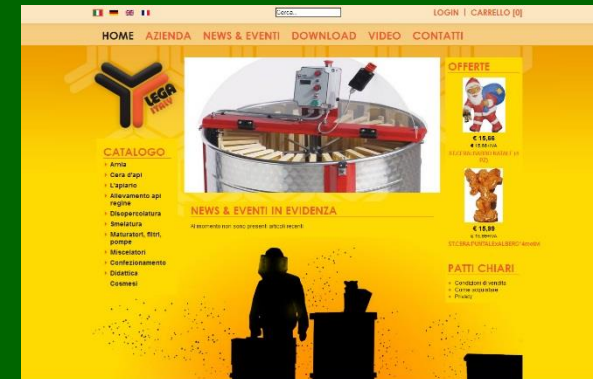
Alcune nostre realizzazioni



shop.emanuela.com



square15.it



legaitaly.com

Alcune nostre realizzazioni



erboristeriaofficinale.it



sanitariamoretti.it



lacassettiera.com

Grazie e...

Buon e-commerce a tutti

... continua su

www.progettoaroma.com