

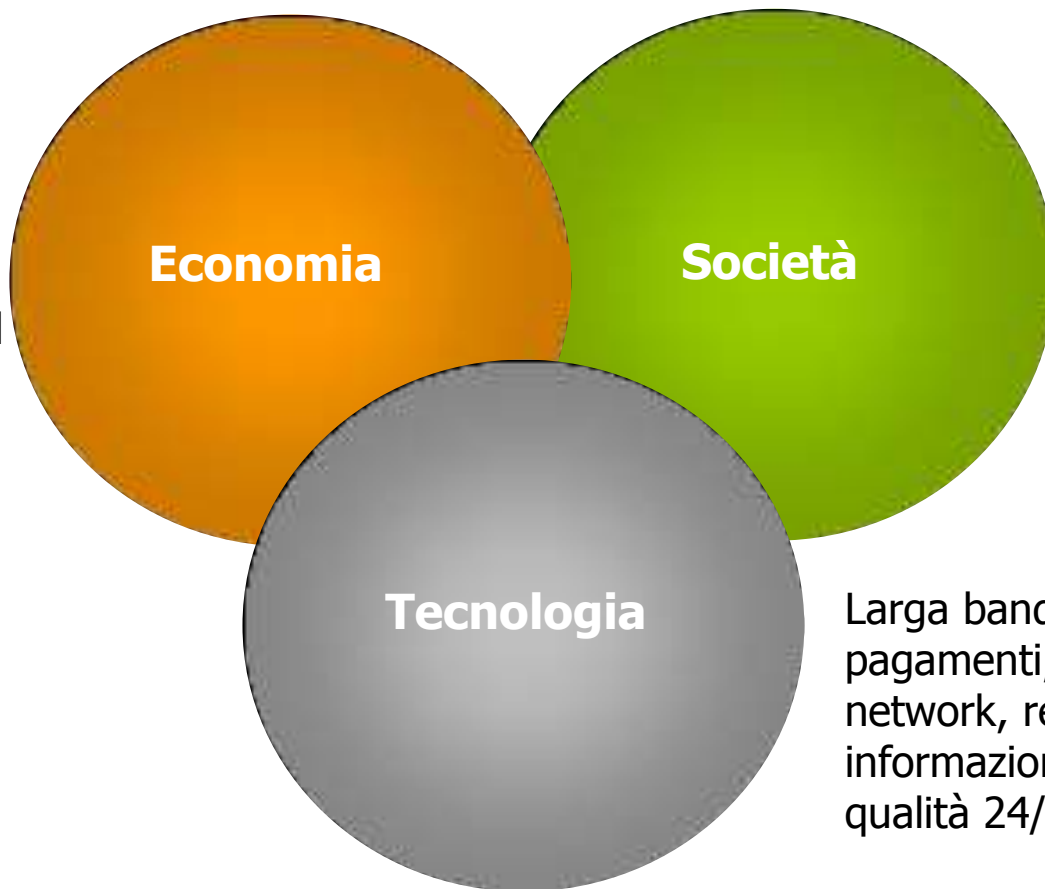


**INCONTRI
“E-COMMERCE ED E-IMPREDITORIALITÀ”**

Camera di Commercio di Reggio Calabria - Via T. Campanella, 12

Un contesto a supporto del rafforzamento del commercio elettronico

La crisi economica spinge alla ricerca di nuovi modelli più efficienti per produrre, vendere ed acquistare



Utilizzo pervasivo di internet come estensione delle proprie attività (tra cui lo shopping)

Larga banda, sicurezza nei pagamenti, diffusione dei social network, reperibilità informazioni e contenuti di qualità 24/24 anche in mobilità

Grandi cambiamenti hanno origine dalla convergenza di economia, società e tecnologia

Cinque domande da cui partire



- 1 Si guadagna facendo e-commerce?**
- 2 Chi sono gli acquirenti on-line? Sono coerenti con il mio target?**
- 3 L'e-commerce è un fenomeno passeggero, una moda?**
- 4 Il digitale «cambia» i consumatori? Quali sono i reali vantaggi dell'e-commerce per chi acquista?**
- 5 Da dove l'impresa deve partire per valutare l'opportunità del commercio elettronico?**

Importante ruolo svolto dall'e-commerce in Europa e le ampie aspettative di crescita

Nel 2011

Cittadini UE che hanno effettuato acquisti online: 40%

Cittadini UE che hanno acquistato su siti esteri: 8,8%

Entro il 2015*

+25%

Cittadini UE che effettueranno acquisti online: 50%

+127%

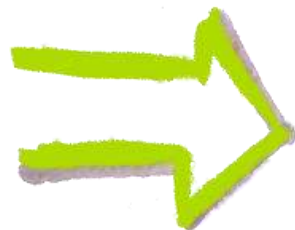
Cittadini UE che acquisteranno su siti esteri: 20%

I cittadini UE sono circa 400 milioni

Crescita del fatturato dell'e-commerce in Italia



2005



2012

Il volume d'affari del commercio elettronico è cresciuto ad un ritmo costante di quasi il 20% annuo

Nel 2012 ha raggiunto quasi i 10 miliardi di euro

Crescita del fatturato delle PMI italiane che fanno e-commerce

Triennio 2008 - 2010


PMI con nessuna
presenza online

 -4,5%

PMI con sito
vetrina

 -2,4%

PMI che hanno
fatto e-commerce

 +1,3%

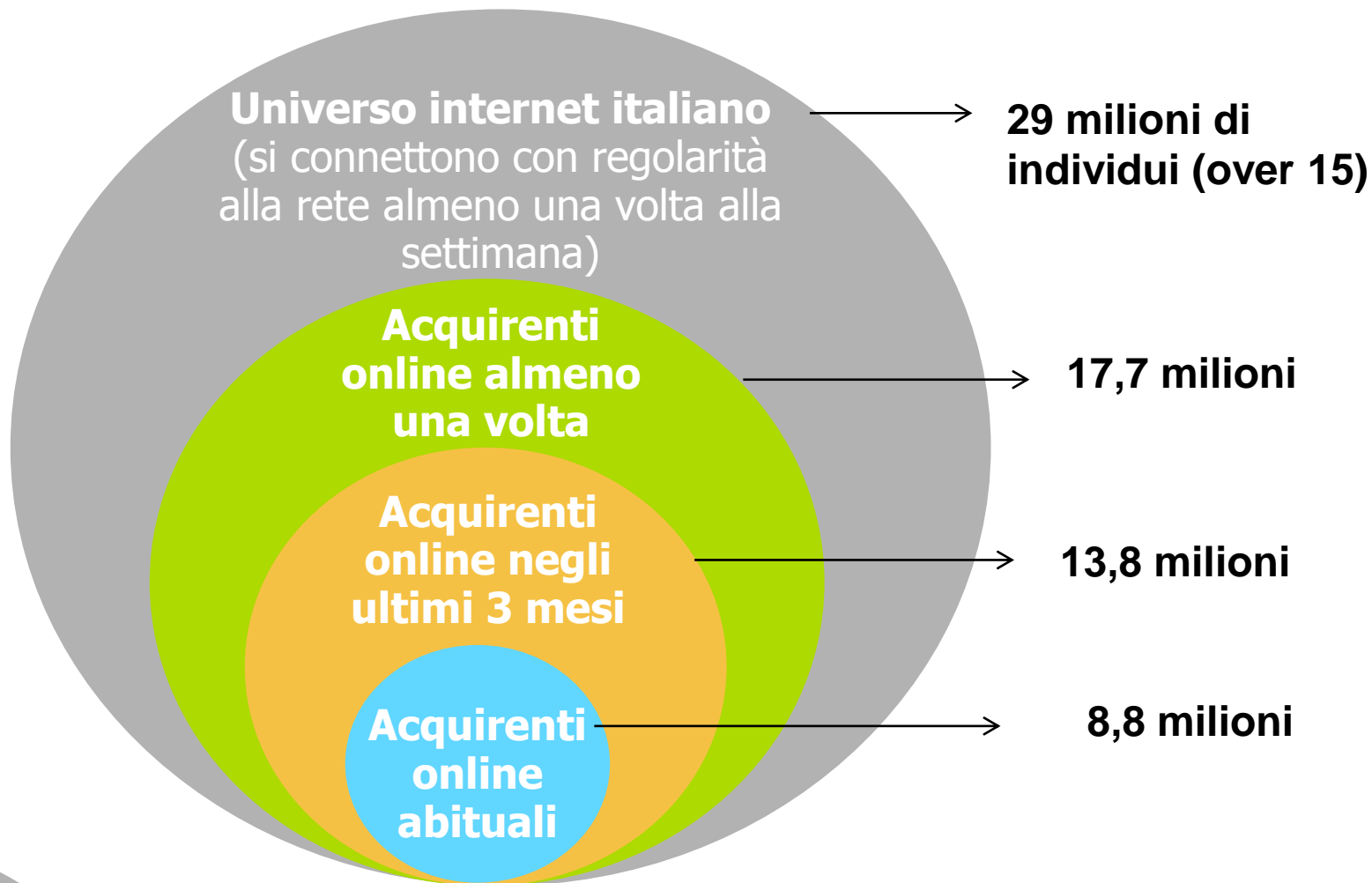
Cinque domande da cui partire

- 1 Si guadagna facendo e-commerce?
- 2 **Chi sono gli acquirenti on-line? Sono coerenti con il mio target?**



Rilevanza degli acquirenti online in Italia

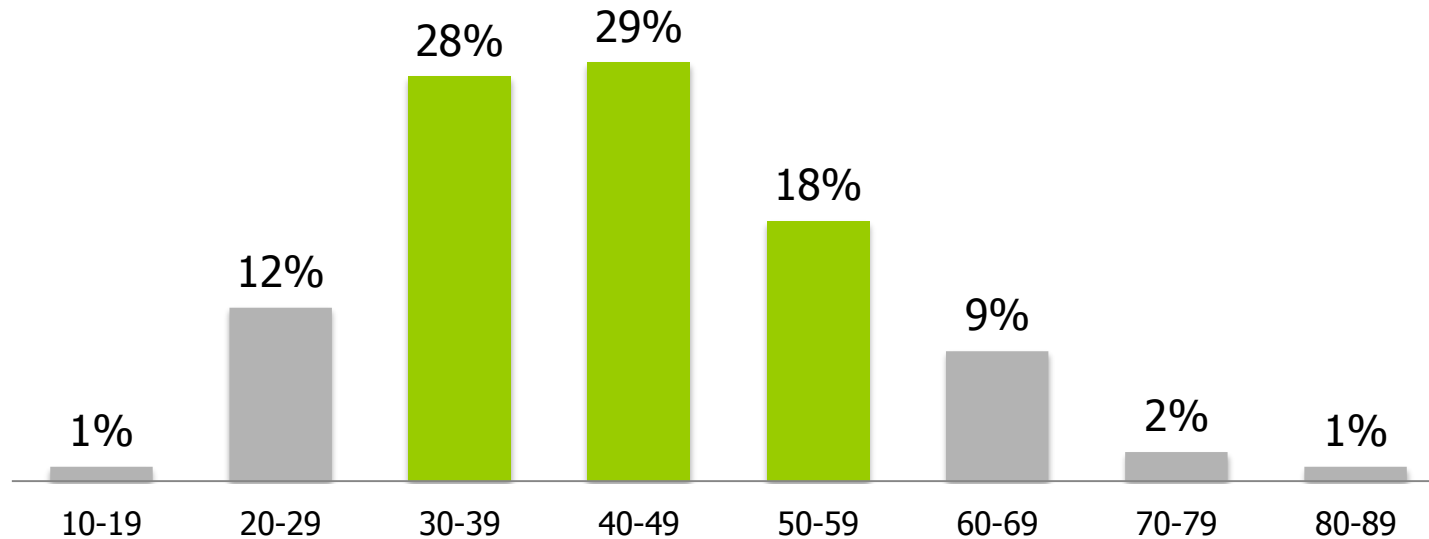
Segmenti di acquirenti online nell'utenza internet (febbraio 2013)



Fonte: Indagine Human Highway-Netcomm, Sole 24 Ore

Ampiezza della fascia anagrafica degli acquirenti online

Distribuzione acquirenti di e-commerce per fasce d'età



Il 75% degli acquirenti di e-commerce in Italia ha dai 30 ai 59 anni

Fonte: E-Commerce Consumer Behaviour Report 2011 – Contact Lab e Netcomm, rielaborazione Kanso

Cinque domande da cui partire



- 1 Si guadagna facendo e-commerce?
- 2 Chi sono gli acquirenti on-line? Sono coerenti con il mio target?
- 3 **L'e-commerce è un fenomeno passeggero, una moda?**

Ampie possibilità di sviluppo per l'e-commerce a livello nazionale



Vs



Incidenza dell'e-commerce sul fatturato delle aziende

5% (8 mld €)

14%

Numero di aziende che fanno e-commerce

4-5%

12-15%

**Obiettivo
dell'Agenda
Digitale: 33%
entro il 2015**

L'Italia mostra ancora grandi potenzialità di sviluppo dello shopping online

I sei assi su cui hanno lavorato i gruppi di lavoro coordinati dai referenti del Ministero per l'Agenda Digitale: la strategia per l'innovazione digitale italiana



1 ***Smart Communities***

2 ***E-Commerce***

3 ***E-government e Open data***

4 **Alfabetizzazione informatica**

5 **Ricerca e innovazione**

6 **Infrastrutture e sicurezza**




Il decreto Crescita 2.0 ha visto l'eliminazione dell'e-commerce ma è ampio il dibattito che punta ad una «Agenda eCommerce» per il prossimo governo

Il ruolo dei fondi interprofessionali a favore di soluzioni *innovation oriented*



Avviso 5 / 2012. Risorse destinate a piccole e medie imprese per attività di formazione finalizzate allo sviluppo del commercio elettronico e di progetti di innovazione digitale. Scadenza per la presentazione delle domande: 31 luglio 2013



**Stanziamiento
1 milione di
euro**

Avviso 3 / 2011. Risorse destinate alla formazione per l'innovazione tecnologica e alla collaborazione con enti di ricerca. Scadenza per la presentazione prorogata al 31 luglio 2013



**Stanziamiento
11 milioni 200
mila euro**

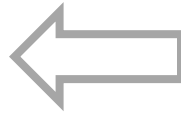
Recenti cambiamenti nell'e-commerce

Ostacoli al «decollo» dell'e-commerce

**Insicurezza
nell'acquisto on-line**

**Mancato contatto col
prodotto reale**

**Scarsa gratificazione e
interazione sociale**



Cambiamenti

**Evoluzione dei sistemi
di pagamento**

La pubblicità di Mastercard



Prodotti

Servizi

ABC delle Carte

Promozioni

Domande Frequenti

Italy: Italiano



CI SONO COSE CHE NON SI POSSONO COMPRARE.
PER IL WEB C'È MASTERCARD.

SULLA RETE, IN POCHI CLICK, CON UNA AFFIDABILITÀ IMBATTIBILE.

SCOPRI DI PIÙ



PRODOTTI >

Nessuna carta è più accettata al mondo.

[Scopri di più](#)



SCEGLI LA CARTA GIUSTA PER TE >

Confronta le carte con il configuratore.

[Scopri di più](#)



ABC DELLA CARTE >

Tutto quello che c'è da sapere sulle tue carte.

[Scopri di più](#)



PAYPASS >

Il metodo di pagamento veloce, sicuro, intelligente. Ovunque.

[Scopri di più](#)

MasterCard.
SecureCode.

SECURECODE >

Il servizio di sicurezza che ti protegge contro eventuali operazioni online non autorizzate.

[Scopri di più](#)



APRIRE
LE PORTE
DELLA CITTÀ



Consenso cookie

Evoluzione delle modalità di pagamento

PayPal

Cos'è PayPal?

Come iniziare?

Cosa posso fare con PayPal?

Hai già un conto PayPal? [Accedi ora](#)



Pagare online con PayPal è veloce e protetto
Ideale per fare shopping

Apri gratis un conto PayPal perché:

- **È affidabile** – Compri su Internet senza inserire i dati della tua carta ad ogni acquisto e non condividi quelli personali con il venditore. In più i tuoi acquisti sono protetti da uno specifico programma.*
- **È semplice** – L'esperienza d'acquisto con PayPal è intuitiva e scorrevole. Basta inserire l'indirizzo email e la password per pagare l'articolo in pochi clic.
- **È sempre con te** – Su pc e su mobile, con PayPal acquisti ovunque sei. È accettato su migliaia di siti, dai piccoli negozi ai grandi brand, in Italia e nel mondo.

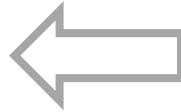
REGISTRATI GRATIS

- **Non necessita l'inserimento dei propri dati finanziari** ma soltanto della mail e password del proprio conto
- **Prevede strumenti di protezione dell'acquirente** (possibilità di rimborso dell'intero valore dell'acquisto se questo non è conforme alla descrizione)
- **Fornisce strumenti di protezione per il venditore** (sistemi antitruffa e gestione reclami)

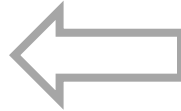
Recenti cambiamenti nell'e-commerce

Ostacoli al «decollo» dell'e-commerce

**Insicurezza
nell'acquisto on-line**



**Mancato contatto col
prodotto reale**



**Scarsa gratificazione e
interazione sociale**



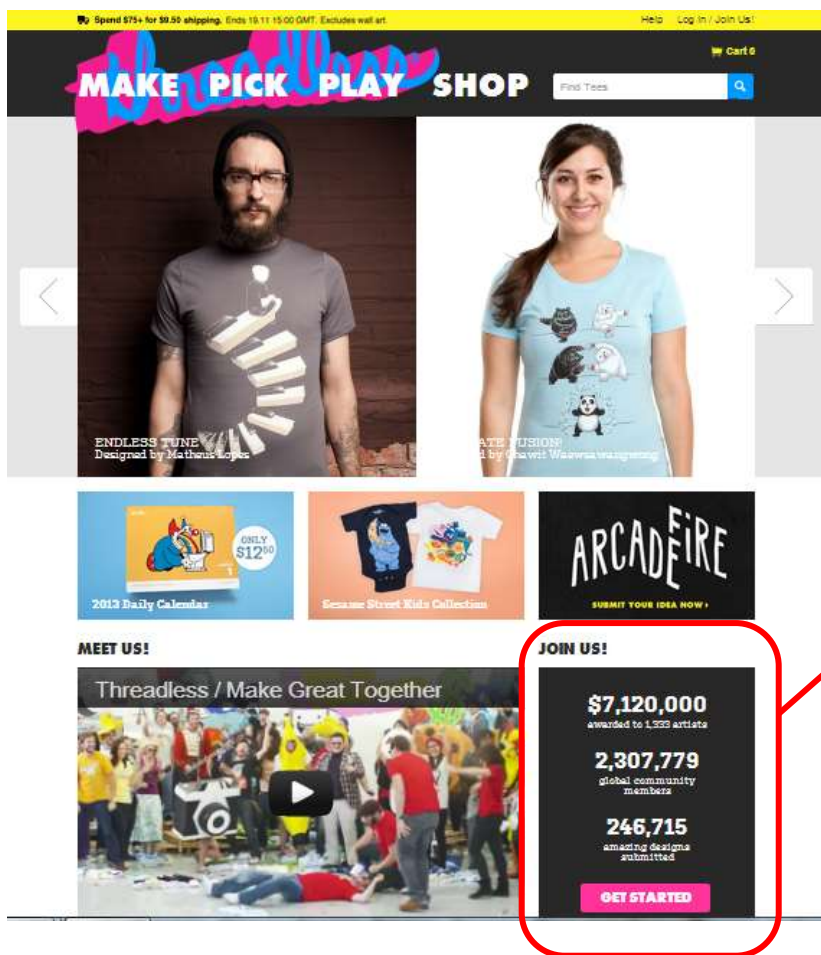
Cambiamenti

**Evoluzione dei sistemi
di pagamento**

**Maggiore interazione e
coinvolgimento
dell'utente**

**Aumento del livello di
personalizzazione del
prodotto**

Maggiore coinvolgimento ed interazione con l'utente ed aumento delle possibilità di personalizzazione



JOIN US!

\$7,120,000

awarded to 1,347 artists

2,338,455

global community members

248,338

amazing designs submitted

GET STARTED

La conversazione con i clienti suggerisce allo store il migliore assortimento dei prodotti e spesso sono gli stessi clienti a crearli e a fare da testimonial

Cinque domande da cui partire



- 1 Si guadagna facendo e-commerce?
- 2 Chi sono gli acquirenti on-line? Sono coerenti con il mio target?
- 3 L'e-commerce è un fenomeno passeggero, una moda?
- 4 **Il digitale «cambia» i consumatori? Quali sono i reali vantaggi dell'e-commerce per chi acquista?**

Un consumatore sempre più importante e sempre più immerso nel digitale

Time, Person of the year 2006



The Economist



Il caso di Beppe Grillo: la prima campagna elettorale "social" della storia italiana

- L'intera campagna è stata condotta con tre dipendenti, un **blog** e gli incontri attraverso i **Meetup** - spazio digitale su internet aperto ai dibattiti
- Molti gruppi del Movimento 5 Stelle hanno un blog e trovano un'area per confrontarsi nei social media come **Facebook** e **Twitter**
- Il Movimento 5 Stelle sta sperimentando **LiquidFeedback** ed il meccanismo del proxy voting - ogni persona può sceglierne un'altra a cui affida il suo voto - per accelerare discussioni e decisioni
- Il canale su **YouTube** di Beppe Grillo ha 212mila iscritti

Canale You Tube di
Beppe Grillo



212.420
iscritti

Canale You Tube di
Jovanotti



109.420
iscritti

Molte persone hanno trasferito parte della loro vita e attività online

Banca online



Assicurazioni online



Informazioni online



Intrattenimento online



Amicizie e condivisione online



Ricerca online



Selezione personale online



Acquisti online



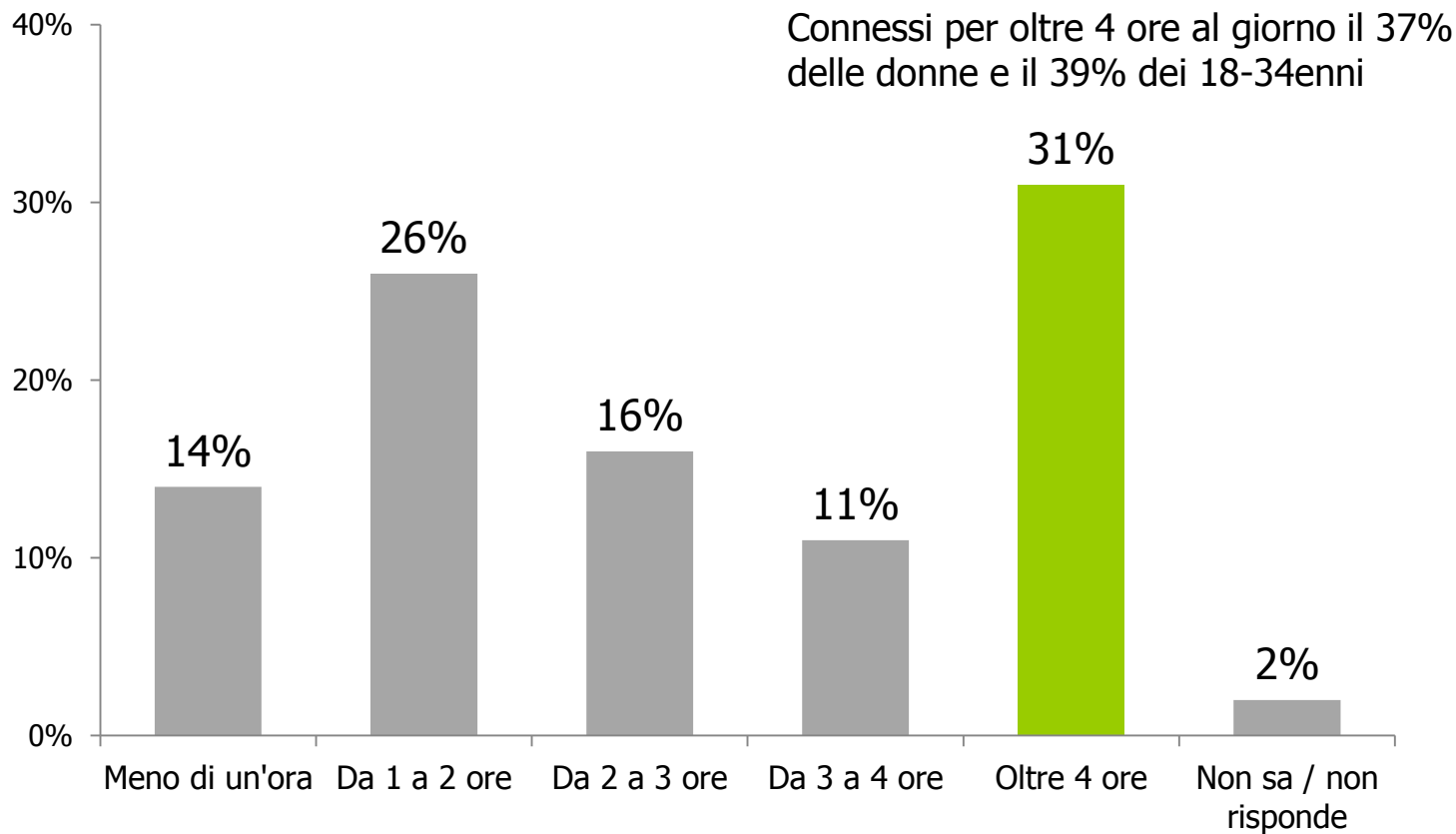
Nel 2011 la media delle vendite su Ebay.it è stata di un oggetto al secondo

Tempo trascorso giornalmente su internet

Universo di riferimento: popolazione italiana

Numerosità campionaria: 1.000 cittadini

Effettuazione delle interviste: maggio 2011



Fonte: IPR Marketing; 2011

La pervasività dei social media: l'esempio di X Factor

The screenshot shows the X Factor website homepage. At the top, there is a navigation bar with links for News, Puntate, Concorrenti, Cast, Video, Talenti web, Xtra Factor, and X Factor 5. Below this is a carousel of contestant portraits. The main content area features several promotional banners and social media links:

- A large banner for "X FACTOR 2012 COMPILATION" with the text "SCARICA I BRANI DEL LIVE SHOW SU iTunes!" circled in green.
- A banner for "SPECIALE CONCORSO Labello" with the text "e in più 'VIVI LIVE' la serata finale di X FACTOR" and a "Scopri come" button.
- Social media icons for Twitter, Facebook, and Pinterest, with the text "Seguici su:" circled in green.
- A red banner with the text "VOTA ONLINE IL TUO PREFERITO" circled in green.
- A "sky uno HD" logo with a "Vai alla Guida TV" button.
- A "LE ULTIME NOTIZIE" section with a "Vedi tutte" link. The first article, dated "25 NOVEMBRE 2012", is titled "I tweet dei concorrenti" and is circled in green. The text below it reads: "Giovedì sera sei tweet sono volati nelle mani di Paola Folli e Rocco Tanica, e a fare da postina è stata sempre lei, Brenda Lodigiani, che ha ...".
- A "WEB FACTOR" section with a "LIVE" icon and the text "Giovedì alle 21.00 segui il backstage live di X Factor!" circled in green.
- A "DUPA STYLE TEAM" section with two small images and captions: "X Factor 6: il make-up" and "La vetrina del sesto Live Show di X Factor".

Gli impressionanti numeri del social network Facebook

facebook.

Circa 1 miliardo di utenti attivi al mese

Più del 50% degli utenti attivi si connettono giornalmente

Più di 350 milioni di persone accedono a Facebook attraverso i loro device mobili

Sono 18 milioni gli italiani connessi a Facebook, il 65% dei quali si collega quotidianamente trascorrendoci 23 minuti al giorno

All'interno dei social network l'abitudine a chiacchierare e confrontarsi con gli amici su prodotti desiderati / acquistati, vacanze, libri, ... è prassi consolidata


Il caso di Pinterest

Pinterest


Categories ▾ · Everything · Popular · Gifts ▾ · 30 Days of Pinspiration


Pinterest is an online pinboard.
Organize and share things you love.


[Join Pinterest »](#) [Login](#)




Ornaments
69 likes · 1 comment · 261 repins


 Pam VanderHoeven *Sirrine*
onto Products I Love

 Michelle Yates These are adorable. Cant wait to try and make these for my tree.





Stone bath with fireplace.
7 likes · 36 repins

 Gwen Stamm via Leah Warren
onto For the Home





Prep Prep Preppy
91 likes · 411 repins


 Tiara Mallory onto Tattoos




Jordans
92 likes · 1 comment · 211 repins


 Manu Dos Reis onto Steez


 Roman Rondiak nice awesome cool




Smart idea to keep pacifiers clean in a purse or diaper bag.
9 likes · 47 repins

 Anhey Johnson







Wonder Woman Hipster Briefs
10 likes · 13 repins

Vantaggi dell'e-commerce per il consumatore

Comodità

Un e-shop può rimanere aperto tutti i giorni a qualsiasi ora. L'utente può velocemente acquistare dall'ufficio - o più comodamente dalla poltrona di casa - ciò che desidera e senza doversi recare in un punto vendita. Alcuni beni (musica, libri) possono essere utilizzati fin dall'acquisto online

L'acquisto di un e-book online e la possibilità cominciare immediatamente a leggerlo



Acquisto tramite la schermata del dispositivo

Possibilità di iniziare la lettura in maniera immediata



Dall'acquisto al consumo in meno di 60 secondi

Vantaggi dell'e-commerce per il consumatore

Comodità

Un e-shop può rimanere aperto tutti i giorni a qualsiasi ora. L'utente può velocemente acquistare dall'ufficio o più comodamente dalla poltrona di casa, ciò che desidera e senza doversi recare in un punto vendita. Per alcuni beni - musica, libri – può cominciare fin da subito ad utilizzarli

Prossimità


L'e-commerce **rivoluziona il concetto di prossimità**. Tutti i negozi, anche quelli ubicati geograficamente in altri paesi, e qualunque prodotto o servizio è raggiungibile e acquistabile on-line

La possibilità per appassionati e collezionisti di acquistare facilmente pipe artigianali realizzate nella città di Recanati

Pipe Moretti


Vicolo dell'Olmo, 7 - 62019 Recanati (MC) ITALY Tel. +39-0717570063 Fax +39-0717572459
E-mail: marco@pipemoretti.com

Enter the shop



Relax with your pipe

Copyright (C) 2002/2009 - Pipe Moretti - Recanati - ITALY 

 ShinyStat
245511

P.IVA 01125610434

La possibilità per appassionati e collezionisti di acquistare facilmente pipe artigianali realizzate nella città di Recanati

1968 Italian pipe
moretti

Home Shop Registrati Chi siamo Dove siamo FAQ Login Contatti

0 articoli carrello »

PRICES ARE SHOWN WITH ITALIAN VAT
VAT FREE FOR EXTRA EUROPE CUSTOMERS
IN THE CHECKOUT PAGE CLICK ON "DON'T APPLY ITALIAN TAX"

<http://www.youtube.com/user/MarcoPipeMoretti>

ARTIS OPERA

- BOG OAK-MORTA
- BOXWOOD
- EXTRA LONG
- GROUP 1
- GROUP 2
- GROUP 3
- GROUP 4
- MAGNUM
- NATURAL STAINED
- OLIVE WOOD
- RUSTICATED
- SANDBLASTED

Ultimi arrivi

194 SOLD € 84,70	200 SOLD € 968,00	193 SOLD € 84,70	195 SOLD € 193,60
196 SOLD € 84,70	197 SOLD € 84,70	198 SOLD € 84,70	199 SOLD € 254,10

Newsletter

Inserisci la tua e-mail

Iscriviti Rimuovi

Accosento al trattamento dei dati (leggi i termini)

Invia »

Ultimi arrivi

Wish list

Commenti

Login

Registrati

VISA MasterCard American Express PAYPAL

Marco Biagini

1071 video 154.218 subscribers

Video caricati

- Entire Super Magnum Small Pipe of Today
- Working on a new Small Pipe 03-12-2013
- Custom Super Magnum Flat for the Grand Z...

Facebook Official Page

Pipe Moretti Site

eBay Store

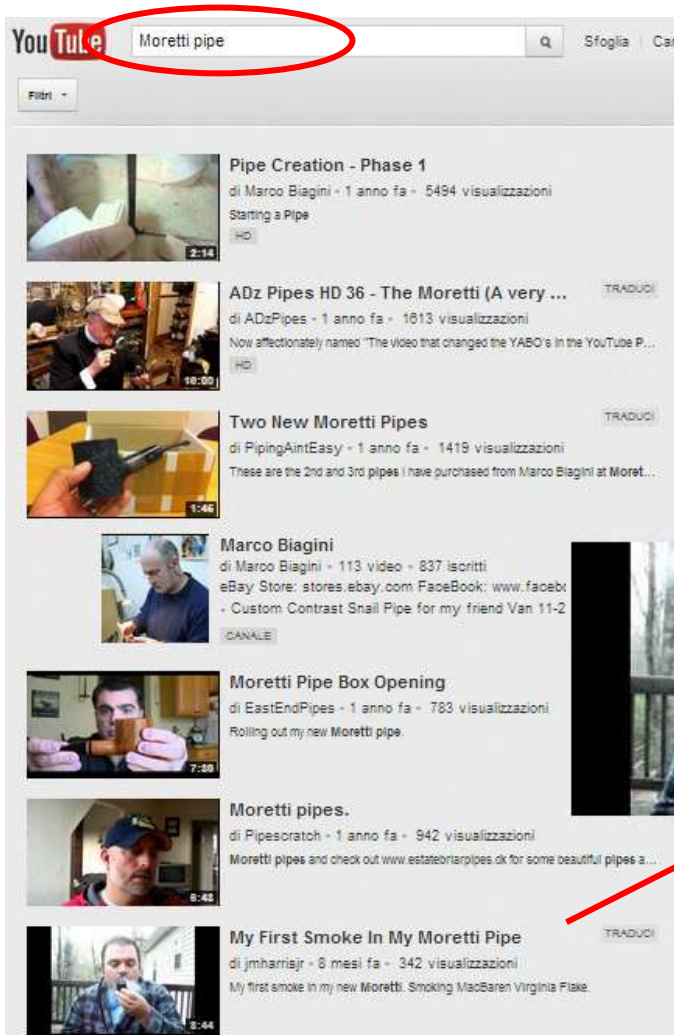
Facebook Marco Biagini

Twitter Marco Biagini

Marco Biagini
PipeMaker of the Moretti Pipe

- FaceBook Official Page
- Pipe Moretti Site
- eBay Store
- FaceBook Marco Biagini
- Twitter Marco Biagini

La visibilità sul web



The image shows a YouTube search results page for the query "Moretti pipe". The search bar is circled in red. The results list several videos related to pipe creation and smoking. A red arrow points from the bottom of the search results to a larger video player on the right.

Video Title	Creator	Views	Duration
Pipe Creation - Phase 1	di Maroo Biagini	5494 visualizzazioni	2:14
ADz Pipes HD 36 - The Moretti (A very ...	di ADzPipes	1613 visualizzazioni	10:09
Two New Moretti Pipes	di PipingAintEasy	1419 visualizzazioni	1:46
Marco Biagini	di Maroo Biagini	113 video - 837 iscritti	
Moretti Pipe Box Opening	di EastEndPipes	783 visualizzazioni	7:38
Moretti pipes.	di Pipesorotch	942 visualizzazioni	8:43
My First Smoke In My Moretti Pipe	di jmharrisjr	342 visualizzazioni	8:44



My First Smoke In My Moretti Pipe
di jmharrisjr • 8 mesi fa • 342 visualizzazioni
My first smoke in my new Moretti. Smoking MacB

**Il web amplifica la notorietà
e crea un oggetto di culto**

Vantaggi dell'e-commerce per il consumatore

Comodità

Un e-shop può rimanere aperto tutti i giorni a qualsiasi ora. L'utente può velocemente acquistare dall'ufficio o più comodamente dalla poltrona di casa, ciò che desidera e senza doversi recare in un punto vendita. Per alcuni beni - musica, libri – può cominciare fin da subito ad utilizzarli

Prossimità

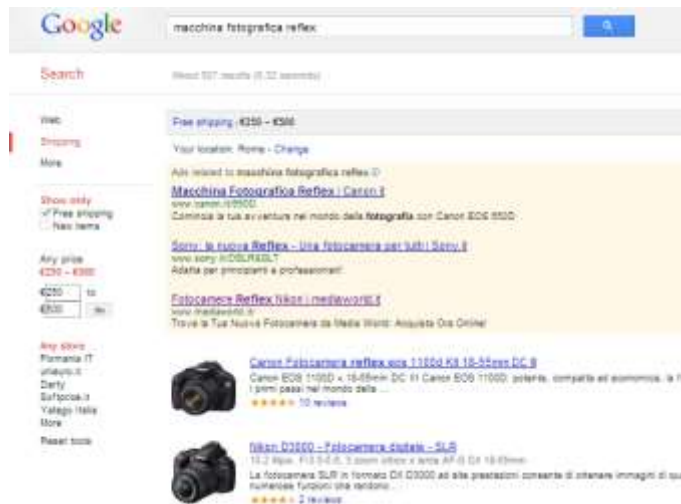
L'e-commerce **rivoluziona il concetto di prossimità.** Tutti i negozi, anche quelli ubicati geograficamente in altri paesi, e qualunque prodotto o servizio è raggiungibile e acquistabile online

Prezzo

Il web permette di effettuare confronti tra prezzi. L'utente può facilmente confrontare i prezzi applicati da negozi differenti e le condizioni di vendita decidendo, di conseguenza, dove acquistare

Analizzare i prezzi dei concorrenti è un'attività utile anche per i venditori e resa più semplice dal web

Google shopping



Kelkoo



Trovaprezzi



Vantaggi dell'e-commerce per il consumatore

Comodità

Un e-shop può rimanere aperto tutti i giorni a qualsiasi ora. L'utente può velocemente acquistare dall'ufficio o più comodamente dalla poltrona di casa, ciò che desidera e senza doversi recare in un punto vendita. Per alcuni beni - musica, libri – può cominciare fin da subito ad utilizzarli

Prossimità

L'e-commerce **rivoluziona il concetto di prossimità.** Tutti i negozi, anche quelli ubicati geograficamente in altri paesi, e qualunque prodotto o servizio è raggiungibile e acquistabile on-line

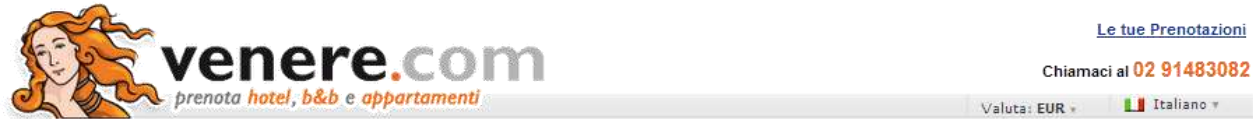
Prezzo

Il web permette di effettuare confronti tra prezzi. L'utente può facilmente confrontare i prezzi applicati da negozi differenti le condizioni di vendita decidendo, di conseguenza, dove acquistare

Informazione

Con i siti delle aziende produttrici, i blog ed i social network, **la mole di informazioni e di recensioni sui prodotti e servizi in vendita è cresciuta in maniera esponenziale.**

Giudizio dei clienti e community per convincere della qualità ed affidabilità dell'offerta



[Le tue Prenotazioni](#)

Chiamaci al **02 91483082**

Valuta: EUR Italiano

[hotel](#) > [hotel italia](#) > [hotel reggio calabria](#) > [hotel president](#) > prenotazione

Cerca hotel

Dove

dal

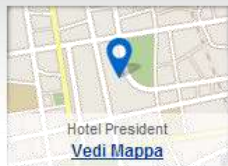
al

1 ospite

1 camera

Cerca

Prenota per telefono
02 9148 3482



Hotel President - Reggio Calabria

★★★★ Via Petrarca, 16 - Reggio Calabria ☎ 02 9148 3480

+1 0 Mi piace Registrati per vedere cosa piace ai tuoi amici.

€ 45.02 Prezzo totale dal 11 Aprile al 12 Aprile

SCEGLI UNA STANZA!

Descrizione

Posizione

Commenti hotel

Giudizio degli ospiti Venere

7.5

Basato su 6 giudizi
© 2012 Venere.com

Valutazioni Venere Verificate

Pulizia	7.8
Posizione	5.5
Tranquillità	8.7
Ampiezza	10
Servizio	8.5

Giudizio dei viaggiatori di TripAdvisor:

Basato su 6 recensioni di viaggiatori

© 2013 TripAdvisor LLC

Leggi le recensioni di TripAdvisor

Commenti su Hotel President

Commento segnalato da Venere

luglio 2012
Ospite Venere
Famiglia con figli grandi
ITALY

9.2

IL PERSONALE CHE A RIFATTO LA STANZA, E' STATO UN PO' DISTRATTO, A PRELEVATO UN CARICABATTERIA DEL TELEFONINO DAL COMODINO, PENSANDO CHE LA CAMERA FOSSE VUOTA NONOSTANTE CI FOSSERO ANCORA I BAGAGLI, IN PIU' A DIMENTICATO LA CHIAVE UNIVERSALE NELLA TOPPA DELLA PORTA.

agosto 2012
Ospite Venere
Famiglia con figli grandi
ITALY

3.0

Peccato che una città come Reggio Calabria offra una struttura così scadente e trasandata. E' la prima volta che ci capita a me e la mia famiglia di trovare alcuni ambienti non rispondenti a ciò che abbiamo visto nelle foto. Sugeriamo ai proprietari di provvedere prima possibile.

Commenti clienti integrati in servizio di Trip Adisor

Pagella con sintesi delle opinioni dei clienti e dettaglio opinioni

Il mercato si muove verso il commercio elettronico

Interrogarsi oggi sulle opportunità del commercio elettronico non vuol dire percorrere una strada inesplorata ma rispondere, prima degli altri, alle richieste dei clienti:

Semplicità di acquisto

Trasparenza

Pochi intermediari

**«Asincronia» tra
venditore e acquirente**



**Internet ha cambiato e cambierà la prospettiva aziendale e la
relazione tra azienda e cliente**

... e le evoluzioni sono continue

Mobile commerce



F commerce



Nuove soluzioni tecnologiche all'interno degli store



**Ampliamento
opportunità di
commercio e
promozione dei
prodotti**

Modelli emergenti nel commercio elettronico: Mobile commerce

- McDonald's, ha lanciato da qualche mese un'applicazione mobile che permette ai clienti di **ordinare il cibo attraverso i loro smartphone o tablet, effettuando i pagamenti** direttamente dagli dispositivi stessi
- L'iniziativa, avviata a livello sperimentale in trenta punti vendita francesi da luglio 2012, si basa sulla **partnership** tra la società americana e Paypal



- **Niente più file alla cassa**
- **Nessun utilizzo di carte di credito o banconote**
- **Maggiore velocità di acquisto**

Starbucks card mobile - micropagamenti

- **Starbucks Card Mobile** è un servizio di pagamento utilizzato dalla catena internazionale di caffetterie
 - è una **carta prepagata virtuale**, residente sullo smartphone, cui accoppiare una carta di credito o un account Paypal per la ricarica
 - ad ogni utente è accoppiato un **QR-code** che, se visualizzato a schermo, permette alle casse di **riconoscere gli utenti**; l'app riconosce, inoltre, QR-code posti sui prodotti
 - l'app tiene traccia delle consumazioni per offrire **sconti ed offerte speciali** (My Starbucks Reward program)
 - l'app supporta la condivisione delle consumazioni sui **social network**



La App di Starbucks permette di ordinare e pagare la propria consumazione da remoto, prima ancora di arrivare al negozio, evitando così i tempi di attesa alla cassa

Social network per l'e-commerce: Fcommerce

Per Social Commerce si intende **l'utilizzo di social media**, che supportano le interazioni sociali e i contributi degli utenti, **al fine di favorire la vendita e l'acquisto di beni e servizi online**

L'F-commerce, altro non è che l'applicazione delle logiche del Social Commerce a Facebook



Le vendite possono effettuarsi attraverso applicazioni ad-hoc sia direttamente sul social network che esternamente ad esso



Possibilità di acquistare il prodotto tramite varie piattaforme: il caso della Torrefazione Carbonelli

Sito Internet



eBay



Lo store su Facebook

facebook

Caffè Carbonelli Offerte Speciali

powered by **blogging**

CaffèCarbonelli » Tutti i prodotti

Recenti | Più Vecchi | Prezzo Alto | Prezzo Basso | Most Liked | Titolo

<p>100% ARABICA pedizione gratuita</p>	<p>85% ARABICA pedizione gratuita</p>	<p>70% ARABICA pedizione gratuita</p>
<p>1 Kg Caffè Carbon... CaffèCarbonelli 23,00 €</p>	<p>1 Kg Caffè Carbon... CaffèCarbonelli 20,50 €</p>	<p>1 Kg Caffè Carbon... CaffèCarbonelli 18,30 €</p>
<p>50% ARABICA pedizione gratuita</p>	<p>45% ARABICA pedizione gratuita</p>	<p>1200 Capsule</p>
<p>1 Kg Caffè Carbon... CaffèCarbonelli 15,50 €</p>	<p>1 Kg Caffè Carbon... CaffèCarbonelli 14,20 €</p>	<p>1200 Capsule mono... CaffèCarbonelli 240,20 €</p>

- Caffè in grani e macinato
- Capsule 100% Arabica
- Capsule Decaffeinato
- Capsule miscela classic
- Capsule miscela forte
- Cialde ese 100% Arabica
- Cialde ese Decaffeinato
- Cialde ese miscela classic
- Cialde ese miscela forte

Le componenti social che guidano il funzionamento dello store - l'esempio di Vinix

The screenshot shows the Vinix website interface. At the top, there's a navigation bar with the Vinix logo and links for 'annunci', 'foto', 'video', 'vini', 'birre', 'ristoranti', 'blog', 'stats', and 'tag'. Below this is a search bar with a 'cerca' button and a 'iscriviti ora!' button. A text box below the search bar says 'Se sei già registrato e vuoi loggarti per fare log in'. The main content area features a 'grassroots market' section with a 'Vini Maraviglia' product listing. The listing includes a description: 'Filippo, Mariangela, Davide, Ivan: sono solo quattro nomi, come tanti ma è anche la nostra famiglia, una famiglia che ha deciso di rendere i vigneti parte integrante della propria vita. In estate potete cenare con noi, immersi tra i filari di Verdicchio, in inverno nella nostra saletta degustazione in un ambiente caldo ed amichevole. In ogni momento dell'anno la gentilezza marchigiana...'. Below the description are three wine products: 'Verdicchio di Matelica Al...', 'Colli Matesanesi', and 'Verdicchio Matelica'. Each product has a price tag and a '50' or '10' label. To the right of the product listings are buttons for 'crea nuovo gruppo' and 'F.A.Q.'. Below the product listings is a section for 'GRUPPI TOP' with sub-sections for 'PIÙ BOTTIGLIE ACQUISTATE', 'PIÙ CORDATE LANCIATE', and 'GRUPPI PIÙ NUMEROSI'. At the bottom of the screenshot, there are statistics: '3234+ bottiglie vendute' and '25+ cordate lanciate'. The footer contains links for 'CORDATE IN CORSO', 'MAPPA', and 'GRUPPI DI ACQUISTO'.



acquista
da solo

acquista
in gruppo



È possibile scegliere un'azienda da cui **acquistare**, decidendo se farlo **da solo o in compagnia**, comprando a **prezzi scalari** sulla base del quantitativo ordinato fino ad uno sconto massimo del 51% rispetto al prezzo medio in enoteca sui quantitativi più grandi

Cinque domande da cui partire



- 1 Si guadagna facendo e-commerce?
- 2 Chi sono gli acquirenti on-line? Sono coerenti con il mio target?
- 3 L'e-commerce è un fenomeno passeggero, una moda?
- 4 Il digitale «cambia» i consumatori? Quali sono i reali vantaggi dell'e-commerce per chi acquista?
- 5 **Da dove l'impresa deve partire per valutare l'opportunità del commercio elettronico?**

Diversi possibili stadi di presenza online per un'azienda



Impatto sui processi aziendali

Presenza online
per esposizione
informazioni sulla
propria azienda e
prodotti

**Presenza online e
profilazione utenza**
senza attività di
transazione online

E-commerce

**Presenza online e
transazioni** con
integrazione tra attività
online e processi
aziendali



Cambiamento modello di business



La valutazione dell'opportunità del commercio elettronico



- La definizione di un'accurata strategia di e-commerce e la valutazione della sua fattibilità deve partire da un'attività di **check up** per approfondire le caratteristiche dell'azienda, il suo posizionamento, le prospettive di sviluppo di medio periodo anche in relazione agli scenari di mercato
- Sulla base di tali elementi va poi **definita la strategia e costruito il *business plan*** dell'iniziativa stimandone investimenti necessari, costi di gestione ed ipotesi di ricavi

1 Check up



2 Definizione strategia



3 Business plan



Attenzione ai falsi miti dell'e-commerce ...

“ ***Vendere su internet è più facile ed economico che attraverso un negozio tradizionale*** ”

“ ***Per generare profitti è sufficiente aprire uno store online e investire qualche centinaio di euro in PPC*** ”

L'apertura di punti vendita fisici sul territorio si basa su scelte strategiche e costose operazioni di geo-marketing



Altrettanta attenzione ed analisi strategica deve essere posta nel valutare l'avvio di un e-commerce

Le analisi da realizzare per la definizione di una strategia di e-commerce

Competizione sul mercato

Scelta dei prodotti per l'e-commerce

Le risorse necessarie per fare e-commerce

Come promuovere e gestire l'e-commerce

Principali risorse da valutare per l'avvio di e-commerce

Spazi per ufficio e magazzino

Fornitori

Personale e collaboratori

Iniziative di marketing

Tecnologia

Caratteristiche sulla cui base scegliere l'operatore per la spedizione

Velocità e affidabilità

Aree geografiche presidiate e condizioni applicate

Limitazioni in termini di dimensioni e peso

Presa in carico

Costi di spedizione

Automazione comunicazione dati di spedizione

Abbonamenti o voucher

Assicurazione

Servizio clienti e servizi aggiuntivi

I servizi aggiuntivi offerti dai corrieri - l'esempio di UPS

The screenshot shows the UPS website interface. At the top, there is a navigation bar with the UPS logo, 'Soluzioni UPS', and a search bar. Below this is a green banner for 'UPS Returns' with the text 'Visualizza tutte le soluzioni di ritorno'. The main content area features a large image of a return label with the text 'Facilitate la procedura dei resi per voi e loro' and 'Create e includete nei pacchi un uscita le etichette di reso per i clienti'. To the right, there is a sidebar with a 'Resi' section listing various return services and a 'Per cominciare' section with a call to action 'Contattate UPS'. Below that is an 'Approfondimento' section with a small image and text about advancing business activities.

Soluzioni UPS Italia

ups.com Soluzioni

UPS Returns® | Visualizza tutte le soluzioni di ritorno

Facilitate la procedura dei resi per voi e loro
Create e includete nei pacchi un uscita le etichette di reso per i clienti

Migliore gestione dei resi e perfezionamento dell'esperienza dei clienti
Trasformate la vostra procedura di restituzione in un vantaggio competitivo con l'aiuto di un'azienda leader nel settore; servite meglio i vostri clienti e create valore attraverso gestione ottimizzata dei resi e logistica inversa di UPS.

Con UPS Returns, godrete di maggiore controllo e visibilità e non sarete più sorpresi da spedizioni di ritorno in entrata. Potrete così aumentare la vostra efficienza e avere tempi di reazione più rapidi, con risultati positivi anche sui profitti. I vostri clienti si aspettano un servizio di ritorno affidabile e, se soddisfatti, saranno certamente invogliati a restare fedeli alla vostra azienda.

UPS Returns può aiutarvi a:

- Garantire la conformità controllando rapidità e costi delle spedizioni in entrata
- Ridurre al minimo le spedizioni di ritorno a magazzini o centri riparazioni sbagliati
- Creare e consegnare fatture commerciali con etichette di ritorno per i vostri clienti internazionali
- Prevedere i volumi e organizzare l'organico affinché gestisca adeguatamente i resi in entrata
- Associare direttamente le informazioni sulle spedizioni a livello di assistenza clienti o magazzino

Resi

- ▶ UPS Returns
- ▶ UPS Returns Plus
- ▶ UPS Returns Exchange
- ▶ UPS Returns Pack and Collect
- ▶ Logistica dei resi
- ▶ UPS Returns Technology

Per cominciare

Desiderate un processo per i resi migliore? Noi vi possiamo aiutare.

Contattate UPS

Approfondimento

Leggete e scoprite: Fate avanzare la vostra attività
Scoprite i tre modi con cui UPS Returns può aiutarvi a far prosperare la vostra azienda.

Nuovi servizi per facilitare consegna e ritiro prodotti

Hai un bar?
Entra in IndaBox!

Mi piace Placato a 1.159 persone. Registrati per vedere cosa piace ai tuoi amici.

Seguici su

IndaBox

Accedi Registrati Come funziona? Faq News

Ritiriamo pacchi al posto tuo.

IndaBox, il tuo servizio di ritiro pacchi.

Siamo una **rete di Bar** presso i quali puoi ricevere i tuoi acquisti online e passarli a ritirare quando puoi in tutta comodità, con soli **3€**.

Come funziona?

Trova un IndaBox Bar

Inserisci l'indirizzo o la città

Raggio di: 50 Km

Attivi su Torino, presto anche in altre città!

Scopri di più!

- 1 Trova**
Trova un IndaBox Bar vicino a te
- 2 Compra**
Compra online quello che vuoi e fai spedire da noi
- 3 Segnala**
Segnala la spedizione su IndaBox
- 4 Ritira**
Ritira i tuoi pacchi con soli 3€

Attualmente il servizio copre la città di Torino ed è in fase di avvio su Milano

Vengono messi in rete i bar verso cui viene «dirottata» la spedizione di pacchi comprati online garantendo così la loro consegna e potendo poi passarli a ritirare con calma

Principali risorse da valutare per l'avvio di e-commerce: fornitori

Utenze



Spedizioni



Gateway bancario

PayPal™

 **sella.it**
BANCA ON LINE
BANCA ON LINE

Voce di costo

Gateway bancario che abilita il pagamento online tramite carta di credito o bancomat

Principali risorse da valutare per l'avvio di e-commerce: personale e collaboratori

Maggiore ricorso ad alcune figure professionali già utilizzate

Commercialista

Amministrazione

Supporto di nuove figure professionali

Programmatore

Grafico

Esperto di web
marketing

La necessità di almeno una persona dedicata alle attività di e-commerce

- Partecipa fin dall'inizio al disegno del progetto e gestisce la relazione con l'agenzia
- Aggiorna i contenuti online inserendo nuovi prodotti, nuove descrizioni e garantendone accuratezza ed aggiornamento
- Monitora la reputazione dell'azienda e contribuisce alle discussioni sui social network
- Garantisce rapidità di risposta ed adattamento alle esigenze del pubblico

Necessità di seguire i rapidi cambiamenti del mondo online che richiedono capacità di risposta e pianificazione

Predisposizione di una risorsa interna dedicata al presidio dell'e-commerce

L'ordine di grandezza sono i giorni, non i mesi o le stagioni

Principali risorse da valutare per l'avvio di e-commerce

Spazi per ufficio e magazzino

Fornitori

Personale e collaboratori

Iniziative di marketing

Google Ad Words



AdWords

Fatti trovare da chi ti sta cercando

Google AdWords ti offre risultati perfettamente misurabili. Avrai un controllo totale sul target, sulla spesa e sul rendimento di tutti i tuoi annunci.



Come funziona
Perché funziona
Costi e pagamento
Per le attività commerciali locali

Sei tu che crei gli annunci

Sei tu che crei gli annunci e scegli le parole chiave, ovvero parole o frasi correlate al tuo esercizio commerciale. [Trova idee per le parole chiave](#)

I tuoi annunci vengono pubblicati su Google

Quando un utente esegue una ricerca su Google con una delle parole chiave che hai specificato, il tuo annuncio può essere pubblicato in corrispondenza dei risultati di ricerca. Finalmente puoi indirizzare la tua pubblicità a un pubblico già interessato al prodotto o servizio che proponi.

Facebook Ads



facebook [Registrazione](#)

E-mail o telefono Password [Accedi](#)

Resta collegato [Hai dimenticato la password?](#)

 **Fai pubblicità su Facebook**

[Crea un'inserzione](#)

o contatta il nostro team commerciale

Oltre un miliardo di persone. Ti aiuteremo a trasmettere il tuo messaggio a quelle giuste.

Panoramica

Come funziona

Storie di successo

Radio CRIK CROK
State Bicycle Co.
Luxury Link

Domande più frequenti

Fase 1: costruisci la tua Pagina Facebook

Tutto inizia dalla tua Pagina su Facebook. Crea una Pagina. È un modo semplice e gratuito per comunicare con i clienti.

Fase 2: connettiti con le persone

Fai in modo che le persone clicchino "mi piace" sulla tua Pagina. Crea diverse inserzioni e indirizzale a utenti di una base a posizione geografica, informazioni demografiche e interessi.

Fase 3: crea coinvolgimento con

Effettuare test e seguire un percorso di raffinazione successiva

I comparatori di prezzo: Google shopping

Google

Search About 927 results (0.32 seconds)

Web
Shopping
More

Show only
 Free shipping
 New items

Any price
€250 – €500

€250 to €500

Any store
Pixmania IT
unieuro.it
Darty
Softprice.it
Yatego Italia
More
Reset tools

Free shipping : €250 – €500




Your location: Rome - [Change](#) Sort by:

Ads related to macchina fotografica reflex

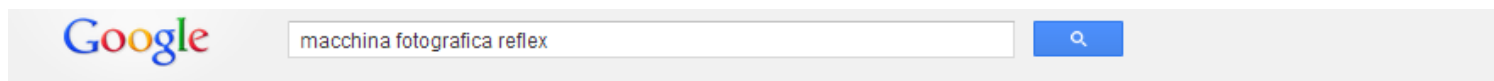
[Macchina Fotografica Reflex | Canon.it](#)
www.canon.it/650D
Comincia la tua avventura nel mondo della **fotografia** con Canon EOS 650D

[Sony: la nuova Reflex - Una fotocamera per tutti | Sony.it](#)
www.sony.it/DSLR&SLT
Adatta per principianti e professionisti!

[Fotocamere Reflex Nikon | mediaworld.it](#)
www.mediaworld.it/
Trova la Tua Nuova Fotocamera da Media World: Acquista Ora Online!

	Canon Fotocamera reflex eos 1100d Kit 18-55mm DC III Canon EOS 1100D + 18-55mm DC III Canon EOS 1100D: potente, compatta ed economica, la fotocamera ideale per compiere i primi passi nel mondo della ... ★★★★★ 10 reviews	€319 from 118 stores <input type="button" value="Compare prices"/>
	Nikon D3000 - Fotocamera digitale - SLR 10.2 Mpix, F/3.5-5.6, 3 zoom ottico x lente AF-S DX 18-55mm La fotocamera SLR in formato DX D3000 ad alte prestazioni consente di ottenere immagini di qualità superiore e offre numerose funzioni che rendono ... ★★★★☆ 2 reviews	€281 from 75 stores <input type="button" value="Compare prices"/>
	Nikon D3100 - Fotocamera digitale - SLR 14.2 Mpix, F/3.5-5.6, 3 zoom ottico x lente AF-S VR DX 18-55mm, rosso L'estrema facilità di utilizzo della D3100 è la risposta di ogni famiglia alla ricerca di immagini stupende. Il modo guida mostra come scattare ...	€383 from 41 stores <input type="button" value="Compare prices"/>

Le recensioni sul prodotto



Canon EOS 550D - Fotocamera digitale - SLR

€ 364 new from 115 sellers

★★★★★ 717 reviews Recommend this on Google

18.0 Mpix solo il corpo macchina

[Back to overview](#)

Reviews

Summary - Based on 717 reviews



Ranked Second in Best Caixa

★★★★★ By Bestcovery.com Expert - 21/giu/2010 - Editorial review - [Bestcovery](#)

The Canon EOS Rebel T2i's excellent photo and HD video quality, speed, superb feature set, and value separate this camera from the "entry-level" competition and make it the best dSLR camera overall. The T2i, which features an 18 megapixel sensor, produces exceptional images with superb resolution and detail, outperforming others in its... [Read full review](#)

Was this review helpful? [Si](#) - [No](#)

Canon EOS T2i (Rebel T2i, Canon 550D) Review

By Shawn Barnett and Mike Tomkins - 02/lug/2010 - Editorial review - [Imaging-Resource.com](#)

Pros: Excellent 18 megapixel sensor with impressively low noise and superb detail
Very good high ISO performance, especially for 18-megapixel subframe sensor
Live View mode works very well
Live View mode offers a choice between phase-detect, contrast-detect modes, plus Face detect mode
Zoom in five or ten times with Live View
Image-stabilized kit lens is pretty good optically, although sensor resolution about reaches the limits of its ability
Full HD (1920x1080) movies at 30/25/24p, 60/50p at 1280x720 and 640x480
Movie mode has full manual control. allows capture of up to 12 minutes of video per clip in HD. 24

Sort reviews

Sort by relevance

[Sort by date](#)

Show reviews by source

[Editorial reviews](#) (4)

[User reviews](#) (713)

- [Abt](#) (25)
- [Adorama](#) (38)
- [Auchan.fr](#) (1)
- [Beach Camera](#) (37)
- [Best Buy](#) (541)
- [Bestcovery](#) (1)
- [BrandsMart USA](#) (1)
- [Buy.com](#) (8)
- [BuyDig.com](#) (45)
- [computeruniverse.net](#) (13)
- [Conrad](#) (2)
- [ConsumerSearch](#) (1)

I vantaggi per i venditori

**Incremento di
visibilità dei propri
prodotti / servizi**

**Aumento del traffico
in ingresso sul
proprio sito online**

**Possibilità di confrontare
velocemente la
competitività del proprio
prezzo e soluzioni offerte
rispetto ad altri negozi**

Email marketing e campagne promozionali verso i propri interlocutori

- Nel mondo vi sono circa **1,9 miliardi di utenti con almeno una casella di posta elettronica** (il 95% degli utenti connessi ad internet)
- Il 97% degli utenti, nel relazionarsi con le aziende lasciano il proprio indirizzo email
- La ricerca annuale svolta dalla DMA negli USA nel 2009 evidenzia come **per ogni dollaro investito in *direct e-mailing* si ha un ritorno in media di \$43** contro i \$22 del *search*, i \$15 del marketing cartaceo e i \$7 dell'invio di cataloghi per posta

Due diverse finalità (e strumenti) per le campagne di email marketing

Email pubblicitarie per **stimolare l'acquisto immediato** Direct E-mailing (DEM)

Comunicazioni periodiche volte alla **costruzione di un dialogo continuo** con i propri contatti (Newsletter)

Benefici della newsletter



Benefici

Mantiene aggiornato l'utente interessato su sconti, promozioni, iniziative promosse dall'azienda

Genera traffico e presenta alti tassi di conversione (acquisti / visitatori procurati)

Il caso del Vinality wine club

CONTATTACI | REGIS

vinality
WINE CLUB

SHOP | CLUB | BLOG

VINI SELEZIONI TROVA VINO OFFERTE CAN

Benvenuto a Vinality Wine Club

È nato un nuovo territorio dove si incontrano i profumi e i sapori dei migliori vini italiani. La nostra missione è darvi la possibilità di scoprire e acquistare online nuovi vini selezionati con cura nelle migliori cantine italiane attraverso tutta la penisola.

Iscriviti alla newsletter

Scopri in anteprima I nuovi vini e le storie più interessanti nella nostra newsletter settimanale.

email

- Lanciato il 6 aprile in occasione del Vinality di Verona
- Versione internazionale prossima al lancio (maggio 2013)

“ Scopri in anteprima i nuovi vini e le storie più interessanti ”

Specificità ed elementi di attenzione nella predisposizione della newsletter

Specificità

Deve essere utile, empatica e divertente utilizzando un linguaggio informale

Deve fornire, in cambio dell'attenzione (e della disponibilità a riceverla) contenuti di qualità ed altri benefici per l'utente

Misurare l'efficacia di una campagna di direct marketing e di newsletter

% di bounce (rimbalzo)

Risposta negativa all'invio della email

% apertura e visualizzazione immagini

Si basa sull'incrocio tra il numero di persone che hanno aperto la email e quelle che ne hanno visualizzato le immagini

% click

Il numero di persone che hanno «cliccato» sul link inserito all'interno della newsletter

% di unsubscribe

Numero di persone che hanno il loro interesse a non ricevere più la newsletter

Acquisti per invio e venduto per sottoscrittore

Monitorare con costanza ed accettare la continua sperimentazione

Principali risorse da valutare per l'avvio di e-commerce: tecnologia

Software



Hardware



Banda



Voce di costo

- Server (hardware)
- Housing
- Hosting
- Banda (20 giga/mese)
- PC portatile
- Sistema di backup
- Gestionale

Software gestionale online



Tour Guidato

Inizia il Tour

01. CRM e Clienti

Kgo ha anche avanzate funzionalità di Customer Relationship Management e permette di sfruttare le anagrafiche per la creazione di preventivi, lavorazioni e fatture

03. Lavorazioni e Supply Chain

Kgo permette di gestire la Supply Chain e stato delle lavorazioni in modo molto efficiente. Avrete la possibilità di informare i vostri clienti in tempo reale dello stato di avanzamento dei loro ordini.

05. Listini

Kgo riesce a gestire infiniti listini con infiniti oggetti suddivisi per 3 categorie principali. Avrete anche la possibilità di gestire listini suddivisi con fasce prezzo in base alla quantità.

07. Magazzino

Kgo permette di gestire in modo veloce e intuitivo infiniti magazzini con infiniti oggetti. Sarà possibile accedere in tempo reale a giacenze e tutte le informazioni direttamente online

09. Gestionale ed E-commerce

Kgo rivoluziona il concetto di "e-commerce" rendendo la vendita on line più flessibile in base alle vostre esigenze. Con il nostro gestionale infatti avrete la possibilità non solo di gestire un carrello elettronico ma anche di rendere il vostro sito uno strumento interattivo tra voi e i vostri clienti. Con Kgo potrete gestire molteplici tipi di vendita online ma soprattutto potrete "modellare" le richieste a vostro piacimento.

02. Preventivi

L'interfaccia di Kgo permette di gestire preventivi in modo semplice e veloce. Le icone presenti in ogni pagina vi guideranno in tutto il processo di preventivazione.

04. Fatturazione

Kgo permette di creare fatture rapidamente con un semplicissimo click! Potrete sapere in tempo reale il fatturato mensile e gestire lo scadenziario pagamenti sia per quanto riguarda i clienti che i fornitori.

06. Fornitori

Kgo oltre a gestire tutta la parte di vendita dell'azienda gestisce anche tutto ciò che riguarda gli acquisti. Sarà possibile creare ordini ai fornitori per poi convertirle in fatture di acquisto e gestire il magazzino.

08. Sito Web e CMS

Kgo è stato pensato per essere integrato con facilità al vostro sito web. Oltre alle funzionalità di gestionale Kgo, infatti, permette di pubblicare contenuti direttamente sul vostro sito.

10. Agenti e Provvigioni

Kgo permette di gestire anche tutti i vostri agenti, con il calcolo automatico delle provvigioni.

Software gestionale open source

innobit

Soluzioni software per la gestione della tua attività
Soluzioni web per la promozione della tua azienda

Home Prodotti Azienda Assistenza Acquista Partner Area Clienti Comunicazione Cerca

Novità! Modulo BANCO di MosaicoX



BANCO è il nuovo modulo di MosaicoX per la gestione del proprio punto vendita.

Consente di emettere velocemente scontrini fiscali e svolgere tutte le operazioni relative alla vendita al dettaglio, in totale integrazione con le funzionalità di gestione di MosaicoX (es. magazzino), col registratore di cassa e lettore barcode.

[Continua a leggere »](#)

Iscriviti alla nostra Newsletter

Inserisci il tuo indirizzo e-mail

Comunicazione

Innobit

INNOBIT è una realtà costituita da una squadra di professionisti costantemente impegnati nella ricerca e nello sviluppo di soluzioni software, innovative e all'avanguardia, rivolte a PMI, commercianti, artigiani e professionisti, fornendo prodotti e soluzioni che diano valore aggiunto all'attività.

[Continua a leggere »](#)

MosaicoX - stampa dei PDF da Firefox

Gli ultimi aggiornamenti di Firefox possono creare dei problemi nella visualizzazione e stampa dei file PDF generati con il programma MosaicoX.

La soluzione per ovviare a questo problema...

[Continua a leggere »](#)

Comunicazione importante

I nostri software gestionali

MosaicoX

software gestionale web open source



Ideato per le Piccole e Medie imprese, consente di gestire completamente online senza alcuna installazione in locale, la propria attività: dalla fatturazione al magazzino, dalla produzione alla gestione documentale e altro ancora. Compatibile con tutti i tipi di browser e sistemi operativi. Fruibile anche su tablet.

Mosaico SA2

software gestionale open source



Software per la gestione della fatturazione, magazzino, anagrafiche clienti e fornitori e altro ancora. Mosaico SA2, semplice e intuitivo, prevede un'installazione in locale. Al software è collegato un efficiente servizio di assistenza tecnica, a ticket o flat (semestrale o annuale).

| 70

• K A N S O •

Alcuni esempi di programmi utili

Esemplificativo



MS Word



MS Excel



Adobe Acrobat
Professional



Photoshop o Gimp



Skype per chat
e chiamate



Programma di posta



Web browser

Diverse tipologie di piattaforme

**Piattaforme
da installare
gratuite**

**Piattaforme
da installare a
pagamento**

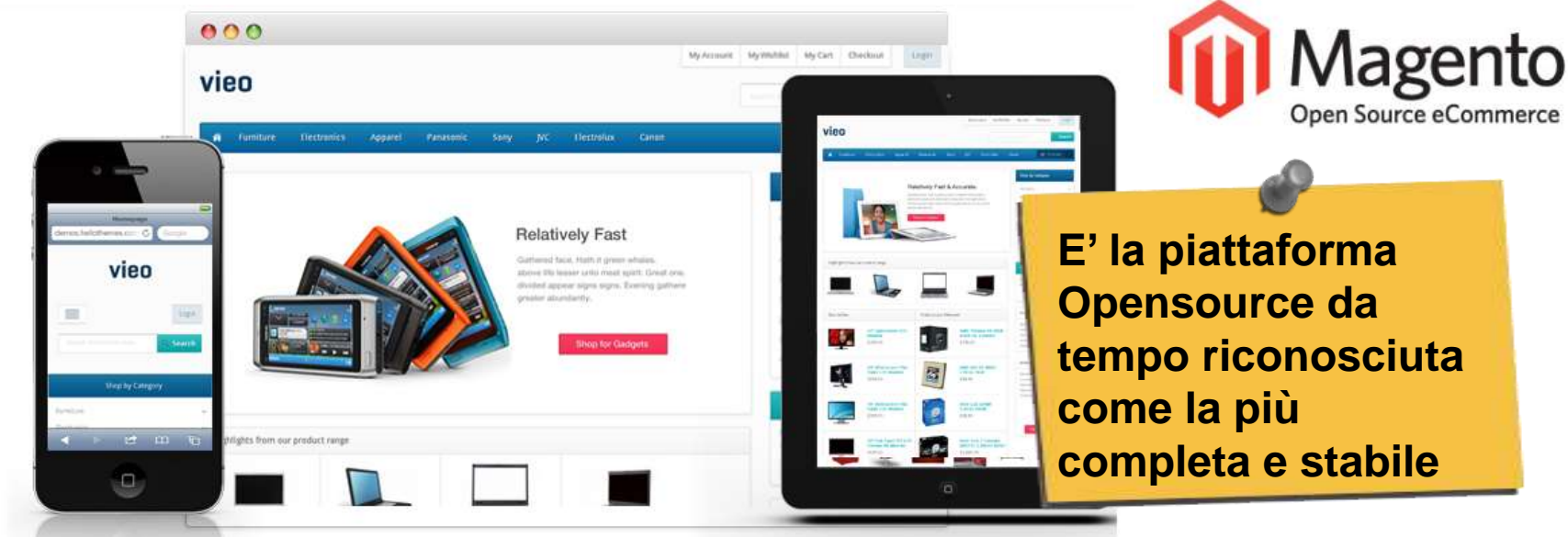
**Piattaforme
«a servizio»
hosted**

**Piattaforme
«a servizio»
embedded**

**Piattaforme
ad hoc**

La piattaforma scelta deve potersi evolvere naturalmente con l'espandersi del traffico e del giro di affari

Piattaforme da installare gratuite - l'esempio di Magento



Magento
Open Source eCommerce

**E' la piattaforma
Opensource da
tempo riconosciuta
come la più
completa e stabile**

- In versione SaaS o a licenza
- Ottimizzazione SEO
- Flessibilità di personalizzazione elevata
- Possibilità di confronto tra i prodotti
- Possibilità di recensione prodotto
- Visualizzazione di report e la gestione degli ordini
- Possibilità di importazione ed esportazione di catalogo
- Spedizione di mail per l'ordine a più indirizzi contemporaneamente
- Inserimento di sconti, promozioni e prezzi speciali
- Possibilità di negozi online multipli
- Supporto di più valute e più lingue

Piattaforme da installare a pagamento - l'esempio di XCart



X-Cart Next X-Cart Classic Services Our Clients Help & Docs HelpDesk

Take your online store to the X-Treme [Demo](#) [Free trial](#) [Buy](#)

Find the X-Cart edition that's right for your business

Gold Mobile	Gold	Gold Plus Best Value	Platinum	Enterprise
\$299 One-time fee	\$195 One-time fee	\$395 One-time fee	\$1795 One-time fee	\$12 950/yr Starting price
Business targeting mobile buyers	Small businesses and newbies	Mid-sized and growing businesses	Large businesses, multi-vendor shops	Complex projects
All essentials plus feature set for mobile shopping	Our entry-level product, get all essential features you need to start your online store	More features and capability for larger shops, including best X-Cart extensions	Robust ecommerce platform for creating online marketplace	Fully customized solution specific to your enterprise business
Buy	Buy	Buy	Buy	Talk to Sales

Piattaforme «a servizio» hosted - l'esempio di Shopify

The image shows the Shopify homepage. At the top, there is a navigation bar with the Shopify logo and links for FEATURES, EXAMPLES, PRICING, BLOG, RESOURCES, and LOGIN. The main content area features a large background image of a woman with glasses and a scarf, smiling and holding a tablet. Overlaid on this image is a sign-up form with the following elements:

- Headline: "Use Shopify to create your online store. Everything you need to start selling online – today." (The phrase "start selling online – today." is highlighted with a red box).
- Play button: A large white play button icon in the center.
- Text box: "Start your free 14-day trial today! You can change your store name afterwards. No credit card required."
- Form fields: Three input fields labeled "Your store name", "Email address", and "Password".
- Button: A green button labeled "Create your store now".
- Link: "Already have an account? Log in here"

Permette di attivare un sistema di e-commerce in tempi brevissimi

Piattaforme «a servizio» embedded - l'esempio di Blomming



Apri il tuo Shop, è gratis!



Vendi su Facebook...

Porta i tuoi prodotti vicino ai tuoi amici, clienti e follower. Permettigli di comprare senza lasciare la tua Pagina Facebook e raggiungi milioni di potenziali acquirenti.

Il Facebook Commerce non è mai stato così efficace.



sul tuo Blog o Sito

Metti il tuo intero E-Commerce dove hai già la tua identità online. Incorpora il tuo Shop con un semplice copia-incolla e gestiscilo da un unico account.

Semplice e veloce!



... e su Blomming

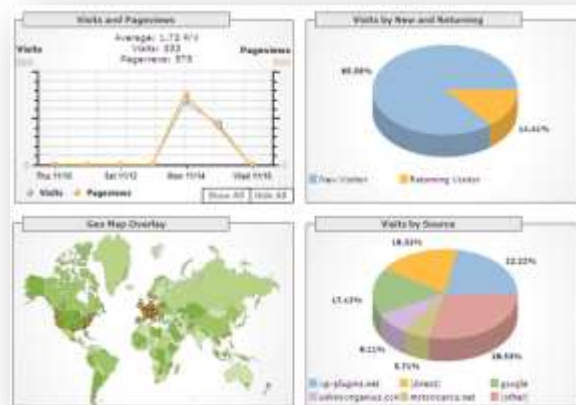
Valorizza i tuoi prodotti con immagini d'effetto e descrizioni curate. Potresti comparire in evidenza nella nostra Vetrina, nel Blog o in Newsletter.

Prova la nuova esperienza del Social Commerce.

[Apri il tuo Shop](#)

Sviluppo e funzionalità aggiuntive della piattaforma

Misurazione. Il rendimento del sito non sarebbe migliorabile se non fosse monitorato. Sul web ci sono innumerevoli strumenti di statistiche (Google Analytics su tutti) che forniscono informazioni gratuitamente e devono essere configurati considerando anche l'integrazione con altri strumenti ed obiettivi del sito (vendite, iscrizione alla newsletter, ...)



Correlazioni. Quasi tutti i CMS ormai garantiscono una opzione che permette di suggerire automaticamente i prodotti che potrebbero interessare all'utente in base alle precedenti visualizzazioni

Spesso comprati insieme



Prezzo per tutti e tre: **EUR 61,88**

[Aggiungi tutti e tre al carrello](#)

[Mostra disponibilità e dettagli di spedizione](#)

Reccomendation per aumentare utilità ed usabilità del sito

Ricerca di un articolo su Amazon e dettaglio scheda di prodotto



Spesso comprati insieme



Prezzo per tutti e tre: **EUR 61,88**

Aggiungi tutti e tre al carrello

[Mostra disponibilità e dettagli di spedizione](#)

- Questo articolo:** E-commerce: da visitatore ad acquirente di Khalid Saleh Brossura **EUR 21,17**
- E-commerce. Progettare e realizzare un negozio online di successo di Daniele Vietri Brossura **EUR 25,41**
- Vendere online di Gianluca Diegoli Brossura **EUR 15,30**

Raccomandazioni sulla base del comportamento e le preferenze di acquisto di altri utenti

Chi ha acquistato questo articolo ha acquistato anche



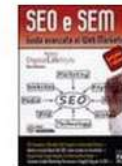
E-commerce. Progettare e realizzare un negozio online di successo di Daniele Vietri
 ★★★★★ (5)
 Brossura
 EUR 25,41



Neuro web design. L'inconscio ci guida nel design di Susan M. Weinschenk
 ★★★★★ (10)
 Brossura
 EUR 12,75



Come si fa a promuovere con Google di Marco Fontebasso
 ★★★★★ (2)
 Brossura
 EUR 8,42



SEO e SEM. Guida avanzata al Web marketing di Marco Maltraversi
 ★★★★★ (5)
 Brossura
 EUR 31,45



Don't make me think di Steve Krug
 ★★★★★ (7)
 Brossura
 EUR 21,17

Le domande a cui rispondere nell'incontro di oggi

**Quali risorse sono
necessarie per fare
e-commerce?**



**Come promuovere
e gestire l'e-
commerce?**



La complessità delle decisioni relative alla logistica e i diversi modelli di funzionamento per la catena logistica

Peso della componente di costo della logistica nell'e-commerce

50% dell'intero costo

Trasporto

Ricevimento merce in magazzino

Stoccaggio

Manipolazione merce

Modelli di funzionamento catena logistica

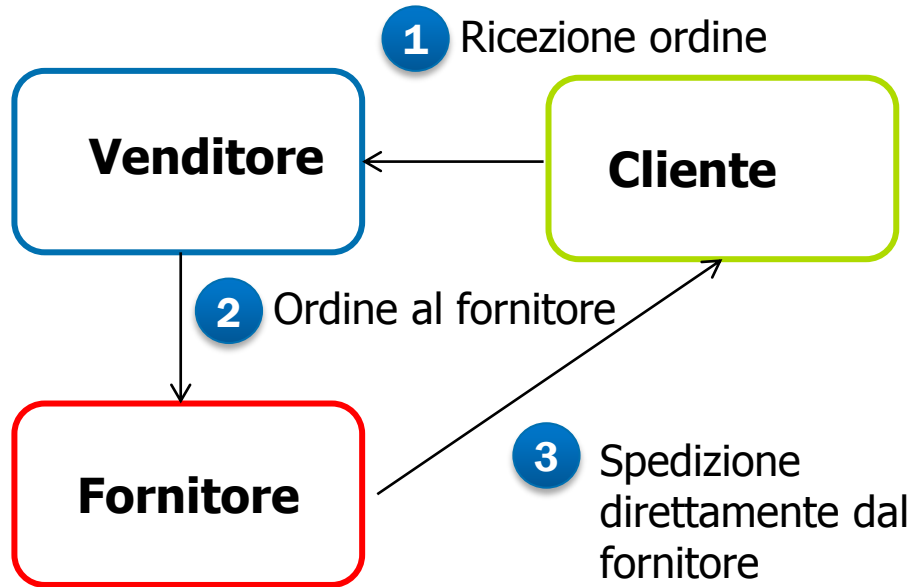
Drop-ship

A transito

In-house

Outsourcing

Il modello Drop-ship



Vantaggi

- Eliminazione stock immobilizzato e assenza rischio invenduto
- Creazione di un flusso di cassa positivo

Svantaggi

- Ridotta possibilità di controllo sugli aspetti logistici mentre la reputazione del venditore rimane fortemente connessa alla buona riuscita degli stessi
- Lunghi tempi per l'evasione dell'ordine dovuto ad un aumento degli intermediari

L'esempio del servizio di drop-shifting offerto da Pixmania

The screenshot displays the Pixmania-PRO website interface. At the top left is the logo 'PIXmania-PRO.com' with the tagline 'Our products, Your Business'. To its right is a promotional banner for '-10% con il codice PIXPRO2012' with a 'Prova!' button. On the top right, there are links for 'Iscriverti | Per Contattarci' and a language selector set to 'Italia'. Below these is a login form titled 'IL MIO ACCOUNT' with fields for 'E-Mail' and 'Password', and an 'OK' button. A link for 'Password dimenticata?' is also present.

The main navigation bar includes 'Home page', 'I nostri prodotti', 'Il mio conto', 'I nostri servizi', 'Le nostre operazioni commerciali', and 'Tutte le nostre marche'. Below this is a secondary navigation bar with 'Scopra i nostri servizi', 'Preventivo gratuito', 'FAQ', 'Dropshipment', 'FAQ dropshipment', 'Programma di sconti', and 'I flussi RSS'.

A search bar is located below the navigation, with a search icon, a dropdown menu set to 'Tutto il catalogo', a 'Ricerca' button, and a link to 'Ricerca avanzata'.

The main content area features a large image of a man's face on the left. To the right, the heading 'Sei un rivenditore?' is followed by the text: 'PIXmania-PRO propone un servizio di consegna diretta ai tuoi clienti. Il DropShipment è un servizio di consegna diretta al tuo cliente finale. Grazie a questo sistema, potrai commercializzare la totalità dei nostri prodotti e noi ci incaricheremo di consegnarli direttamente ai tuoi clienti.'

Below this is a section titled 'CHE COS'È IL DROPSHIPMENT?' with a list of bullet points:

- ▶ Il DropShipment è un servizio di consegna diretta al tuo cliente finale.
- ▶ Grazie a questo sistema, potrete commercializzare la totalità dei nostri prodotti e noi ci incaricheremo di consegnarli direttamente ai tuoi clienti.
- ▶ La consegna garantita da PIXmania-PRO non conterrà nessun tipo di pubblicità, depliant o marca, per impedire al cliente di identificarci.
- ▶ Grazie al DropShipment, potrai quindi sviluppare un'attività a forte valore aggiunto, senza preoccuparti dell'acquisto dei prodotti, degli stock o della costosa gestione della fase logistica.
- ▶ Il DropShipment ti permetterà di variare considerevolmente le tue vendite, grazie al nostro catalogo da 35.000 prodotti High-Tech.

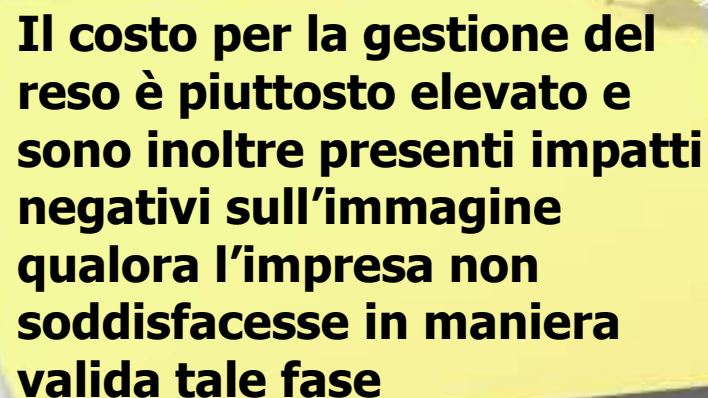
The next section is titled 'QUALI SONO I VANTAGGI?' and includes a list of bullet points:

- ▶ Primo sito d'e-commerce specializzato nei prodotti elettronici di consumo per i professionisti. [Vedi la rubrica Chi siamo?](#)
- ▶ 35.000 prodotti da scegliere nel nostro catalogo digitale
- ▶ Le più grandi marche: più di 300 tra i più grandi nomi nel mondo dell'elettronica
- ▶ Un servizio clienti dedicato alle esigenze dei professionisti con i consigli di consulenti specializzati nelle varie gamme prodotti e responsabili commerciali BtoB
- ▶ Un servizio assistenza dedicato: approfitta delle nostre garanzie costruttore per una copertura da 1 fino a 10 anni
- ▶ Consegna express in 24/48 ore: 90% dei nostri prodotti consegnati in 24 ore in tutta Europa
- ▶ Preventivi gratuiti e personalizzati, la sicurezza garantita dal logo oro di FIA-NET, la scelta della modalità di pagamento. Vedi la rubrica I nostri imprevisti

At the bottom right of the 'QUALI SONO I VANTAGGI?' section, there is an image of three people (two women and one man) smiling and looking at a laptop screen.

La gestione del reso e l'impatto sui costi aziendali

- Il cliente, in caso di acquisto fuori dai locali commerciali, ha la possibilità di restituire la merce e chiedere il rimborso dell'importo versato anche in assenza di giustificate ragioni
- Nonostante le spese di restituzione siano a carico del cliente (salvo diversa decisione da parte dell'azienda) è necessario valutare con attenzione i costi per l'azienda: autorizzazione e controllo da parte del servizio clienti; rimborso al cliente, logistica di ritorno, commissioni, nota di credito, archiviazione documenti, gestione magazzino, personale, ...



Il costo per la gestione del reso è piuttosto elevato e sono inoltre presenti impatti negativi sull'immagine qualora l'impresa non soddisfacesse in maniera valida tale fase

Uno dei fattori di successo di Yoox.com, negozio online di vendita di capi firmati, è anche legato alla sua politica nella gestione delle spedizioni e dei resi

Politica di Reso

Puoi rendere qualsiasi prodotto acquistato su yoox.com **entro 10 giorni lavorativi dalla data di consegna**. Ecco come:



1. Compila il Modulo di reso

2. Assicurati che i prodotti siano nelle stesse condizioni in cui li hai ricevuti, con tutti i cartellini attaccati
3. Incolla l'etichetta prestampata e prepagata sulla scatola originale (o una altrettanto robusta) in modo da coprire l'etichetta di andata.
4. Prenota il ritiro del tuo reso contattando il corriere che ha consegnato il tuo pacco. Chiama UPS allo 02 30 30 30 39, oppure Bartolini allo 051 60 32 194 per accordarti su data e indirizzo di ritiro: il nostro corriere verrà a prelevare il pacco dove preferisci.

Ricorda che puoi spedire il tuo reso solo dal paese in cui hai effettuato l'ordine e che al momento non siamo in grado di offrire sostituzioni.

Rimborseremo solo gli articoli resi secondo le istruzioni. Se il tuo reso non soddisfa le condizioni elencate, il pacco ti verrà rispedito.

Le piccole imprese «in rete» per offrire servizi efficaci - il caso *I Love Italian Shoes*

The screenshot shows the website for 'I Love Italian Shoes'. The navigation bar includes 'Donna', 'Uomo', 'Bambino', 'Accessori', 'Marchi', 'Blog', and 'WebTV'. The main header reads 'THE HOME OF FAMOUS ITALIAN SHOES'. A central image features a man in a white shirt and sunglasses sitting on a colorful bench, wearing blue sneakers. A yellow callout box on the left contains the text: 'Progetto nato da un'iniziativa dell'ANCI - Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani - e consente di acquistare da tutta Europa prodotti italiani realizzati da aziende associate'. A red-bordered box on the right highlights the 'Reso gratuito' (Free Return) policy: 'Avete 45 giorni dalla consegna per cambiare idea!'. Below this is a 'Mix & Match : Accessori' section displaying various shoes and handbags. At the bottom, there is a seasonal message: 'Inverno, benvenuta Primavera !' and 'Collezione Primavera-Estate 2013 ! Fantastiche collezioni donna, uomo e junior !!!'.

Reso gratuito

Avete 45 giorni dalla consegna per cambiare idea!

Mix & Match : Accessori

Progetto nato da un'iniziativa dell'ANCI - Associazione Nazionale Calzaturifici Italiani - e consente di acquistare da tutta Europa prodotti italiani realizzati da aziende associate

Inverno, benvenuta Primavera !

Collezione Primavera-Estate 2013 ! Fantastiche collezioni donna, uomo e junior !!!

La spedizione del reso è gratuita grazie alle etichette prepagate

Come gestire e promuovere l'e-commerce: alcuni importanti aspetti da affrontare

Logistica

Assistenza al
cliente

Ripple effect



Insoddisfazione

Il cliente insoddisfatto comunica la sua insoddisfazione a un numero di conoscenti compreso tra 9 e 15

Soddisfazione

Il cliente soddisfatto comunica la sua soddisfazione a un esiguo numero di conoscenti (sensibilmente inferiore rispetto a un cliente insoddisfatto)

Nel caso della comunicazione online tali valori crescono esponenzialmente

Tematiche maggiormente trattate da un customer service

Dettagli sul prodotto / servizio

Informazioni e «accompagnamento» su come effettuare l'ordine

Problematiche relative al pagamento (malfunzionamento intermediari, mancata segnalazione chiusura transazione, ...)

Dettagli, modifiche all'indirizzo di consegna e chiarimenti

Prodotti parziali, difettosi e resi

Fonte: Master24 E-commerce e social sales

Le regole per un solido customer service

- 1 Presidiare i canali di comunicazione**

Utilizzare i canali di comunicazione attivi per comunicare

Il web ha portato al **moltiplicarsi dei possibili canali** con cui interagire con il cliente ma che **richiedono un costante presidio e rapidità di interazione**

Blog

Forum

Facebook

Twitter

Account
email

Utili per:

- Potenziare la relazione con il cliente
- Acquisire contatti
- Trasformare i contatti in clienti



Il cliente puo' contattare l'azienda con uno dei canali attivi e per lui sarà quello IL canale

Possibilità e facilità dei contatti come meccanismo per creare fiducia - l'esempio di Venere.com



venere.com
prenota hotel, b&b e appartamenti

[Le tue Prenotazioni](#)

Chiamaci al **02 91483082**

Valuta: EUR ▼

Italiano ▼

[hotel](#) > [hotel italia](#) > [hotel reggio calabria](#) > [hotel president](#) > prenotazione

Cerca hotel

Dove

dal

al

1 ospite ▼

1 camera ▼

Cerca

Prenota per telefono
02 9148 3482

Hotel President - Reggio Calabria

★★★★

[Via Petrarca, 16 - Reggio Calabria](#)

02 9148 3480

+1 0

Mi piace

Registrati per vedere cosa piace ai tuoi amici.

€ 45⁰² Prezzo totale dal 11 Aprile al 12 Aprile

SCEGLI UNA STANZA!

Descrizione

Posizione

Commenti hotel



[Foto successive](#) ▶

L'atmosfera cordiale unita all'eleganza degli ambienti e ai comfort più moderni definisce spazi accoglienti e rilassanti: a 2 minuti a piedi dal mare, l'Hotel President è la soluzione ideale per soggiorni sia di lavoro sia turistici in Gallico Marina di Reggio Calabria. L'Hotel offre simpatia e professionalità, che creano un'atmosfera ideale per chi desidera trascorrere le proprie vacanze in un' ambiente giovane e moderno. Nell'hotel troverete una calda e familiare accoglienza, con un servizio attento ai minimi dettagli ed alla qualità dei servizi e prodotti. L'Hotel è dotato di ascensore, sala ristorante, bar, area relax e parcheggio privato. A pochi passi dal mare, dall'hotel è facilissimo compiere escursioni nelle limitrofe città d'arte e nei vicini centri turistici. Grazie alla sua vicinanza con la rete di trasporti, vi darà la possibilità di visitare tutte le zone interessanti della Calabria,

[▼ Leggi il seguito](#)

Giudizio degli ospiti Venere

7.5

Basato su 6 giudizi
© 2012 Venere.com

*Il personale che a rifatto la stanza, e' stato un po' distratto, a prelevato un ca...
ospite venere, italy*

[Leggi le recensioni di Venere](#)

Giudizio dei viaggiatori di TripAdvisor:

Basato su 6 recensioni di viaggiatori

© 2013 TripAdvisor LLC

[Leggi le recensioni di TripAdvisor](#)

Prenota per telefono **02 9148 3481**

In ogni schermata sono presenti quattro numeri di telefono che invitano alla prenotazione telefonica e contribuiscono a creare un senso di fiducia e stimolano il contatto diretto

Il caso della Torrefazione Carbonelli



- Facebook
- Twitter
- Skype
- You Tube
- Google +
- Flickr
- Pinterest

Le regole per un solido customer service

- 1 Presidiare i canali di comunicazione
- 2 Stabilire una regola per orientarsi e poter stabilire un ordine di priorità nella risposta
- 3 **Rendersi utili anche in apparente assenza di un ritorno economico immediato**
- 4 **Eccepire le aspettative e soddisfare anche bisogni latenti**

Come promuovere e gestire l'e-commerce: alcuni importanti aspetti da affrontare

Logistica

Assistenza al
cliente

Reperibilità e
promozione

Universo internet in continua espansione e non basta esserci



Vuol dire poter essere trovato?



Se i compratori non possono trovarvi anche il negozio più bello, se irraggiungibile, è inutile

Importanza dei motori di ricerca



Essere ben posizionati sui motori di ricerca è l'equivalente della segnaletica stradale

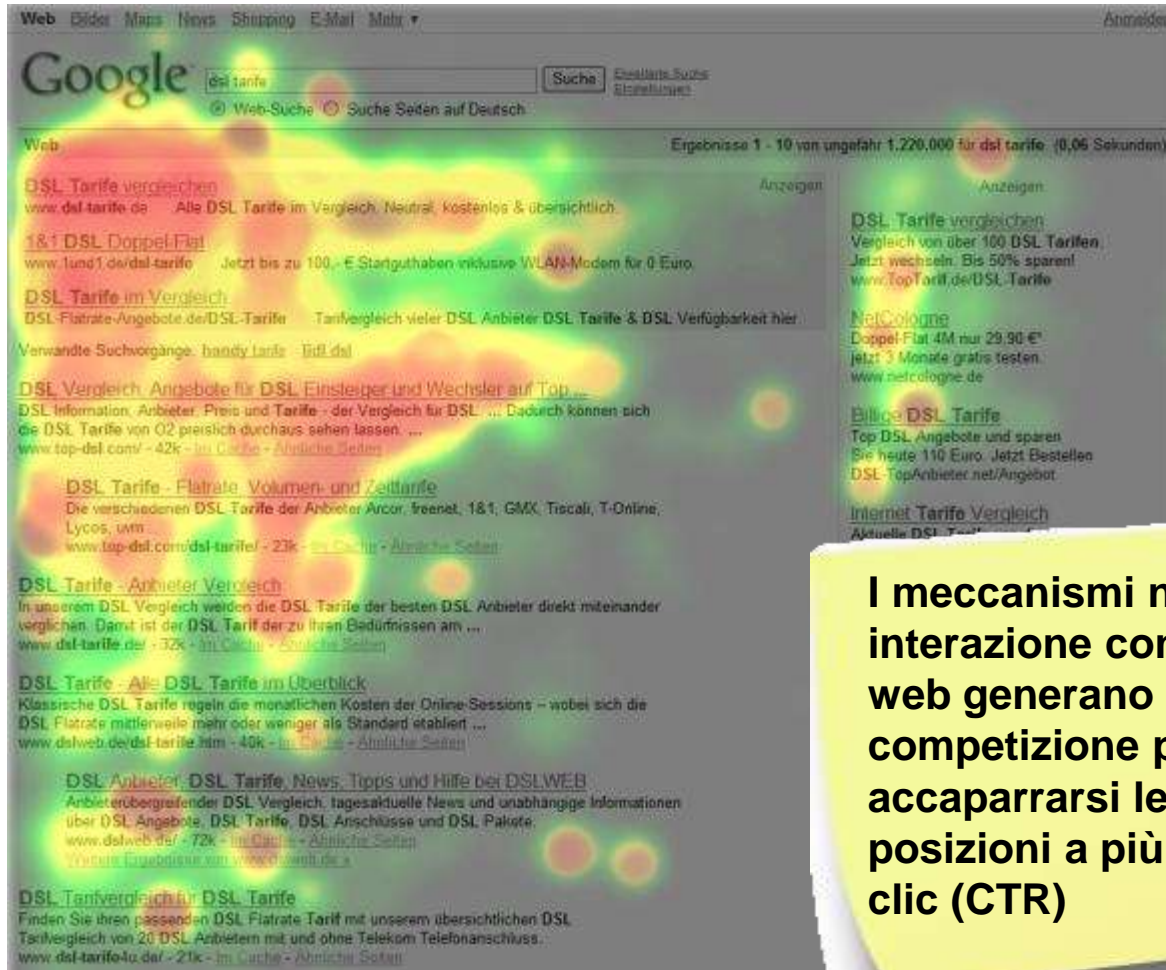
Il 74% degli utenti internet cerca sui motori di ricerca almeno un prodotto alla settimana

Gli store manager considerano i motori di ricerca la fonte di traffico con il maggior ritorno di investimento

Meno del 20% degli utenti si spinge oltre la prima pagina dei risultati di ricerca

Fonte: master 24 E-commerce e social sales

Il comportamento dell'occhio umano durante la consultazione di una pagina di risultati



I meccanismi naturali di interazione con le pagine web generano una forte competizione per accaparrarsi le primissime posizioni a più alto tasso di clic (CTR)

“Triangolo d'oro”

Suggerimenti per rafforzare la reperibilità del sito all'interno dei motori di ricerca

Qualità contenuti

Spazi per recensioni utenti

Integrazione componenti social

Presenza parole chiave

Indirizzi web brevi e «parlanti»

Velocità caricamento pagine

Suggerimenti per rafforzare la reperibilità del sito all'interno dei motori di ricerca (2/2)

Collegamenti provenienti da siti esterni e loro reputazione



Leve azionabili

Rendere disponibile materiale in download

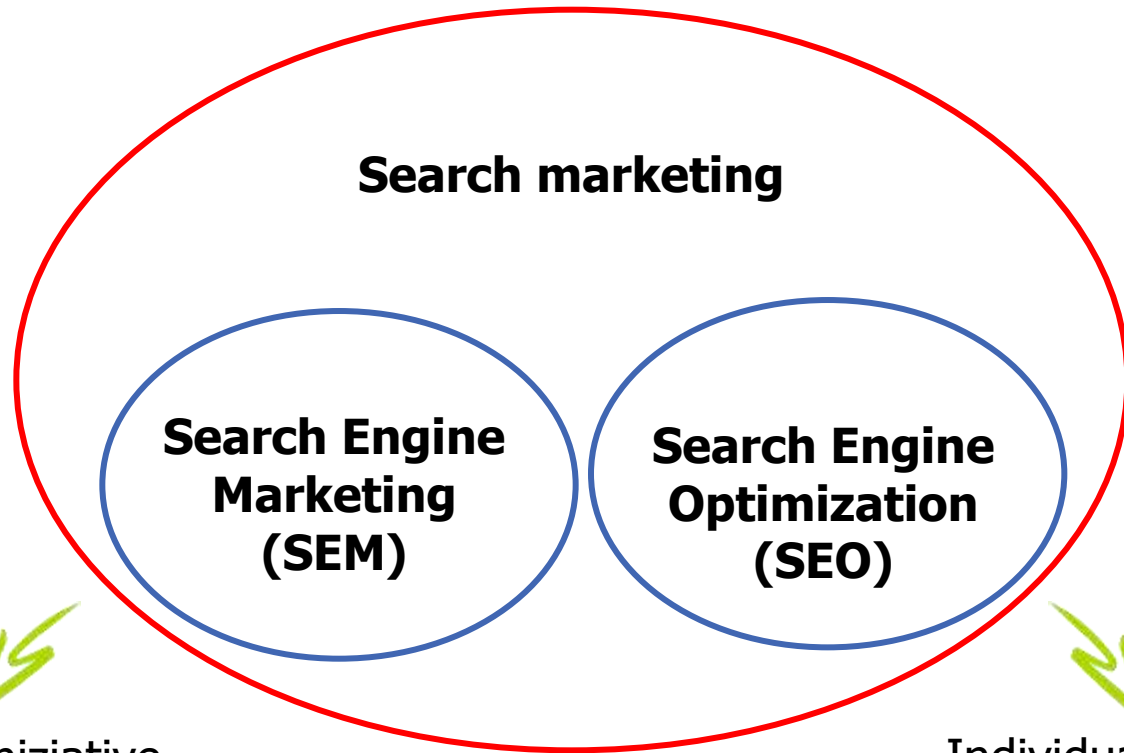
Comunicati stampa e articoli su riviste online

Coinvolgimento blogger nella prova dei prodotti

Organizzazione eventi

Incentivo ai clienti a recensire i prodotti

LE LEVE DEL *SEARCH MARKETING*



Indica tutte le iniziative di marketing legate ai motori di ricerca

Individua l'insieme di attività per ottimizzare la performance dei siti nei risultati dei motori di ricerca

Google può cambiare le regole alla base del suo algoritmo di ricerca e lo può fare senza avvertire: la «goolge dance»

Come promuovere e gestire l'e-commerce: alcuni importanti aspetti da affrontare

Logistica

Assistenza al
cliente

Reperibilità e
promozione

Contenuti

I vantaggi della focalizzazione sui contenuti e relazione con il cliente

**Maggiore visibilità
sui motori di
ricerca**

**Trasparenza e
dialogo con il
consumatore**

**Maggiore fiducia
da parte del
consumatore**

**Creatività e
personalizzazione dei
contenuti sono la linfa
vitale di un e-commerce**

Il glossario dei termini fornito da Zappos

Zappos.com
POWERED by SERVICE®

Shoes, Clothing, Bags, etc. **SEARCH**

END-OF-SEASON
CLEARANCE
▶ SHOP NOW

SEARCH BY: [Size](#), [Narrow Shoes](#), [Wide Shoes](#), [Popular Searches](#)

SHOES CLOTHING BAGS & HANDBAGS AT HOME BEAUTY ACCESSORIES SHOP BY... WOMEN'S MEN'S

ALPHABETICAL BRAND INDEX # • A • B • C • D • E • F • G • H • I • J • K • L • M • N • O • P • Q • R • S

ZAPPOS.COM - GLOSSARY TERMS

In addition to offering a wide variety of shoes, clothing, handbags, accessories, and more! We strive to provide you with the best service in the industry. We feel it is our duty to not only provide you with great service, but we would also like to provide a reference guide for you to learn more about us and our industry. We are giving you the inside scoop to our company glossary so you can learn about shoes, handbags and accessories just like us. We hope this guide is useful to you and will make you feel more confident about the features that our products provide. Enjoy!

Other Guides: Measurement Guide: A guide to how we measure our products
 Size Conversion Chart: A guide to find your correct size no matter the shoe's origin

A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | W | X | Y | Z

GLOSSARY - ALL TERMS

18/10 Stainless Steel
Refers to stainless steel that consists of 18% chromium and 10% nickel content. Chromium provides a bright, silvery finish that resists corrosion.

Aglet
The plastic sheath at the end of a shoelace which makes the lace easier to thread through.

Alligator Skin
A reptile hide featuring a wide, boxed print.

«Crediamo sia nostro compito non solo fornirti un magnifico servizio ma ci piacerebbe anche poter fornire una guida ed informazioni per comprendere meglio la nostra azienda ed il nostro settore»

Il caso dello store Valtellina

...tradizioni da gustare

ITA | ENG Login | Registrati Carrello (0)

Registrali e guadagna 6€ invitando i tuoi amici!

Home | Ricette | B2B | Servizio Clienti | Contatti

SEGUICI SU f t

Approfittane!

Spedizioni **gratis** in tutta Italia!

Sconto applicabile per ordine superiore ai 70 euro

Spedizione gratuita in tutta Italia per ordini superiori a 70 euro

I Pizzoccheri della Valtellina

- 50% sui prodotti Mambretti
- Spedizione gratuita
- Le Ricette di Store Valtellina

Ricerca

Inserisci qui il prodotto da cercare

CERCA PRODOTTO

Prodotti

- Delizie Alimentari
- Vini e Liquori
- La Produzione Artigianale

Aziende

- Agricat
- Al Prestinè
- Alico
- Alpes
- Amici in Valtellina
- Api Sondrio
- Bambini Sandro
- Bermec Engineering
- Bongetta Formaggi

News

LE RICETTE DI STORE VALTELLINA

VINCITORE PREMIO PER L'INNOVAZIONE ICMT 2011 (IT driven)

Scopri i prodotti tipici della Valtellina!

- Delizie Alimentari
- Vini e Liquori
- La Produzione Artigianale

I prodotti tipici della Valtellina sono i gioielli di un territorio prezioso per le sue particolari condizioni climatiche, l'aria pura e frizzante e la grande abilità dei maestri artigiani, che hanno arricchito il piacere di stare a tavola e di vivere la propria casa.

Le prelibatezze di Chocoalpi, di nuovo in vendita

Cubotto con

Spedizioni GRATIS in tutta Italia per ordini superiori a 70 €!

Permette ai produttori locali di gestire le loro vendite online, attraverso un unico sito di filiera, con un **sistema di logistica distribuita** e un'**attenzione mirata alla comunicazione ed al marketing territoriale**, a livello nazionale e internazionale

Storytelling, attenzione ai contenuti e promozione delle eccellenze

Scopri i prodotti tipici della Valtellina!



I prodotti tipici della Valtellina sono i gioielli di un territorio prezioso per le sue particolari condizioni climatiche, l'aria pura e frizzante e la grande abilità dei maestri artigiani, che hanno arricchito il piacere di stare a tavola e di vivere la propria casa.

Le prelibatezze di Chocoalpi, di nuovo in vendita



I Prodotti più venduti



I Prodotti più visitati



La Produzione Artigianale

Aziende

- Agricat
- Al Prestino
- Alico
- Alpes
- Amici in Valtellina
- Api Sondrio
- Bambini Sandro
- Bermec Engineering
- Bongetta Formaggi

News

LE RICETTE DI STORE VALTELLINA

Scopri le nostre ricette più buone!

50% SCI PRODOTTI MAMBRETTI

Mambretti 50% su tutti i prodotti

NUOVI PRODOTTI IN STORE VALTELLINA

NUOVI PRODOTTI TAVOLINI, AL FRUGO & DEL CURTO, MARECHI

Store Valtellina

Hi! piaci

Store Valtellina piace a 1.041 persone.

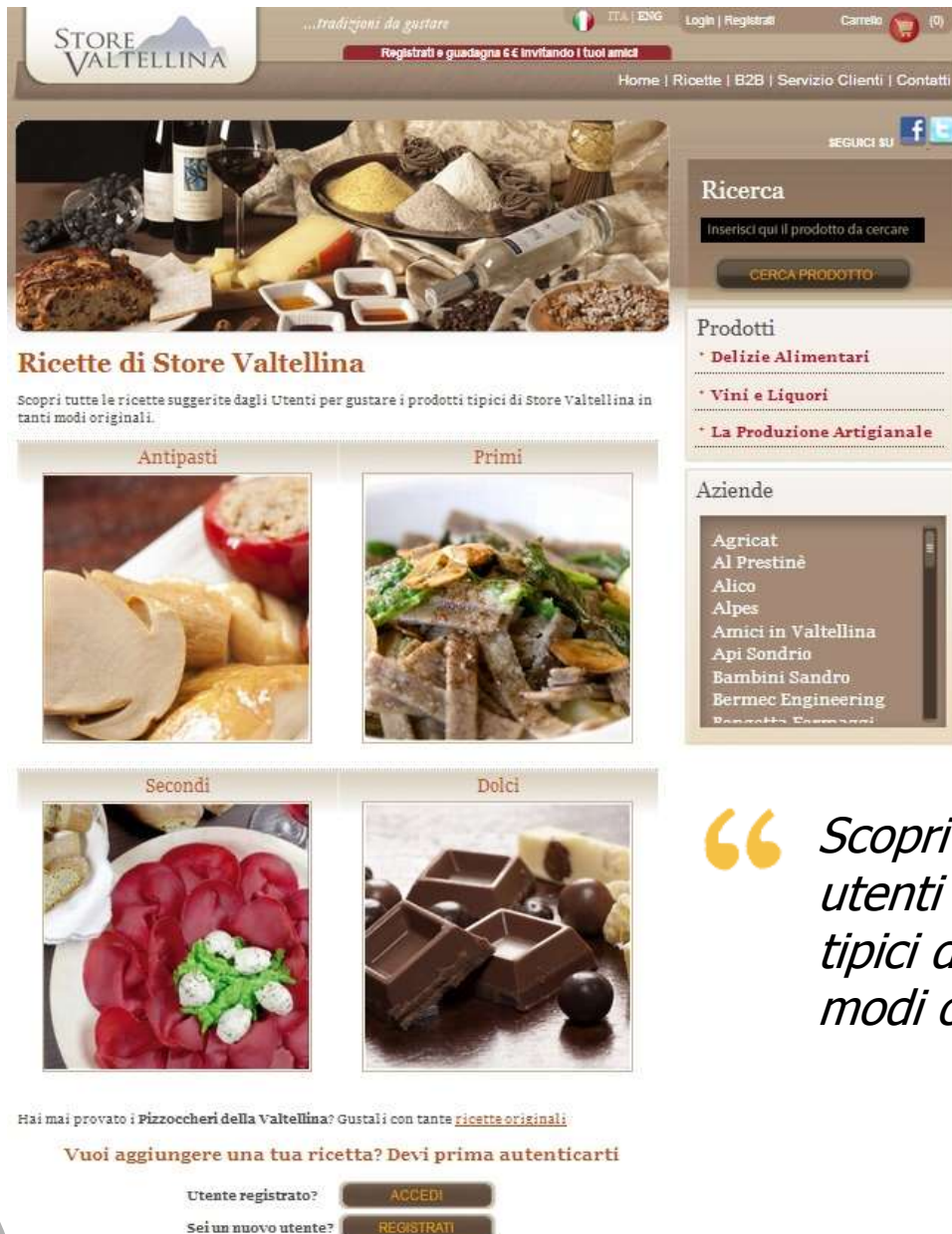
“ I prodotti tipici della Valtellina ”

- Delizie alimentari
- Vini e liquori
- La produzione artigianale

“ I prodotti più venduti ”

“ I prodotti più visitati ”

Racconto delle eccellenze e coinvolgimento degli utenti



...tradizioni da gustare

ITA | ENG Login | Registrati Carrello (0)

Registrati e guadagna 6€ invitando i tuoi amici

Home | Ricette | B2B | Servizio Clienti | Contatti

SEGUICI SU f t

Ricette di Store Valtellina

Scopri tutte le ricette suggerite dagli Utenti per gustare i prodotti tipici di Store Valtellina in tanti modi originali.

Antipasti

Primi

Secondi

Dolci

Ricerca

Inserisci qui il prodotto da cercare

CERCA PRODOTTO

Prodotti

- Delizie Alimentari
- Vini e Liquori
- La Produzione Artigianale

Aziende

- Agricat
- Al Prestinè
- Alico
- Alpes
- Amici in Valtellina
- Api Sondrio
- Bambini Sandro
- Bermec Engineering
- Bonetta Formaggi

Hai mai provato i Pizzoccheri della Valtellina? Gustali con tante [ricette originali](#)!

Vuoi aggiungere una tua ricetta? Devi prima autenticarti

Utente registrato? **ACCEDI**

Sei un nuovo utente? **REGISTRATI**

“ Scopri le ricette suggerite dagli utenti per gustare i prodotti tipici di Store Valtellina in tanti modi originali ”

Visibilità offerta alle produzioni ...

The screenshot displays the STORE VALTELLINA website interface. At the top, there is a navigation bar with the store logo, the slogan "...tradizioni da gustare", language options (ITA | ENG), and links for "Login | Registrati" and "Carrello (0)". A promotional banner below the navigation bar reads "Registrati e guadagna 6€ invitando i tuoi amici!". The main content area features a large image of various ceramic and metal kitchen items with the text "Oggetti artigianali di qualità per la vostra casa." Below this is a section titled "La Produzione Artigianale" with a "Categorie:" header. The categories are represented by icons: "Animali domestici" (a cat), "Complementi d'arredo" (a lamp), "ECO UERSO" (a logo), "Pezzotti" (a colorful fabric), and "Pietra Ollare" (a stone mortar). To the right, a "Ricerca" section includes a search input field and a "CERCA PRODOTTO" button. Below the search bar is a "Prodotti" section with a list of categories: "Delizie Alimentari", "Vini e Liquori", and "La Produzione Artigianale" (highlighted). Under "La Produzione Artigianale", sub-categories are listed: "Animali domestici", "Complementi d'arredo", "Ecoverso", "Pezzotti", and "Pietra Ollare". Further down is an "Aziende" section listing various producers: Agricat, Al Prestinè, Alico, Alpes, Amici in Valtellina, Api Sondrio, Bambini Sandro, Bermec Engineering, and Bongetta Formaggi. At the bottom, a "Prodotti in evidenza:" section shows five featured products with their prices: "Piatto rettangolare con ciotol..." (EUR 170,00), "Piatto tondo con ciotola cilin..." (EUR 170,00), "Piatto rettangolare con ciotol..." (EUR 180,00), "Piatto rettangolare con ciotol..." (EUR 170,00), and "Pentola con cerchiatura in fer..." (da EUR 455,00).

... ai prodotti ...

Scheda dettagliata del prodotto

Possibilità di scaricare la brochure per il primo utilizzo

...tradizioni da gustare

ITA | ENG Login | Registrati Carrello (0)

Registrali e guadagna 6 € invitando i tuoi amici

Home | Ricette | B2B | Servizio Clienti | Contatti

Ricerca Inserisci qui il prodotto da cercare CERCA PRODOTTO

Cerca altri prodotti in: [Artisanato](#) - [Pietra Ollare](#)

Bistecchiera in Pietra ollare rettangolare per camino

Fai conoscere questo prodotto

Facebook Twitter

Prezzo: EUR 59,00

Seleziona confezione: EUR 59,00

- 30 cm x 40 cm

Quantità: 1

AGGIUNGI AL CARRELLO

Descrizione

Piastra professionale in Pietra Ollare Valchiavenna (spessore cm 2) con rialzo, ottima per camini. Pietra ollare originale ad alto rendimento termico, ottima resistente al calore, complete di canalina raccogli grasso, telaio in ferro con impugnatura.

Scheda Prodotto

Misure: 30 cm x 40 cm

[Scarica le istruzioni di primo utilizzo](#)

Dalla stessa azienda:

- Bistecchiera in Pietra ollare... EUR 44,00
- Bistecchiera in pietra ollare... EUR 59,00
- Bistecchiera in Pietra ollare... EUR 70,00
- Bistecchiera cm 63 x cm 35 x... EUR 105,00
- Pentole con corchitura in... EUR 200,00

[Vedi tutti i Prodotti »](#)

Potrebbe piacerti anche:

- Pentole con corchitura in ram... EUR 200,00
- Bistecchiera in pietra ollare... EUR 60,00
- Bistecchiera cm 63 x cm 35 x... EUR 105,00

Prodotti

- Delizie Alimentari
- Vini e Liquori
- La Produzione Artisanale**
- Animali domestici
- Complementi d'arredo
- Ecovetro
- Pezzotti
- Pietra Ollare

Aziende

- Agricat
- Al Prestiné
- Alico
- Alpes
- Amici in Valtellina
- Api Sondrio
- Bambini Sandro
- Bernec Engineering
- Bonzetta Formaggi

LA PIETRA OLLARE

Lacchinetti Roberto: artigiano della pietra ollare unico in Valchiavenna.

Altri prodotti della stessa azienda

Prodotti correlati

... e ai produttori

The screenshot shows the website for STORE VALTELLINA. At the top, there is a navigation bar with the store logo, a tagline "...tradizioni da gustare", language options (ITA | ENG), and links for Login, Registrati, and Carrello (0). A red banner below the navigation bar says "Registrati e guadagna 6€ invitando i tuoi amici!". The main header includes "Home | Ricette | B2B | Servizio Clienti | Contatti" and social media icons for Facebook and Twitter with the text "SEGUICI SU".

The central focus is the "CANTINA DI VILLA VINI DI VALTELLINA" logo, which features a stylized 'V' inside a circular emblem. Below the logo, the text "CANTINA DI VILLA VINI DI VALTELLINA" is displayed in a serif font.

Cantina di Villa
Le specialità di Cantina di Villa, direttamente a casa tua!

Prodotti in evidenza:

 Inferno "Ares" EUR 11,20	 Rosso di Valtellina EUR 6,20	 Valtellina Superiore Riserva D... EUR 12,00	 Valtellina Superiore "Incontri..." EUR 10,40	 Valtellina DOCG "Bacco" EUR 10,40
--	--	---	--	--

Vedi tutti i Prodotti »

La Cantina cooperativa di Villa di Tirano e Biazone

È nel cuore della Valle che, per volontà di 61 produttori locali, la Cantina Cooperativa Villa di Tirano e Biazone si è costituita nel 1960. In pochi anni ha consolidato la sua posizione attraverso il potenziamento della base sociale, che ad oggi raggruppa circa 300 Soci conferenti le pregiate uve Valtellina DOCG, DOC, IGT provenienti da numerosi comuni della provincia. L'esperienza contadina cumulata nel tempo, congiuntamente alle moderne tecniche enologiche ed al rispetto della tradizione, hanno permesso alla Cantina di Villa di affermarsi sui diversi mercati nazionali ed esteri. La produzione altamente qualificata viene commercializzata con il marchio "Cantina di Villa", e comprende tutta la gamma dei Vini Valtellinesi, tra i quali emergono per eccellenza le selezioni speciali della casa.

La Cantina di Villa si pone come obiettivo principale la soddisfazione del cliente, per questo motivo ha scelto di far certificare i propri prodotti da CSQA (ente di certificazione) secondo le norme previste dal

Ricerca
Inserisci qui il prodotto da cercare
CERCA PRODOTTO

Prodotti

- Delizie Alimentari
- Vini e Liquori
- La Produzione Artigianale

Aziende

- Agricat
- Al Prestinè
- Alico
- Alpes
- Amici in Valtellina
- Api Sondrio
- Bambini Sandro
- Bermec Engineering
- Bongetta Formaggi

News
LE RICETTE DI STORE VALTELLINA
Scopri le nostre ricette più buone!

Il caso Liquid Gold Tasting Bar & All Things Olive



Extra Virgin Olive Oils



Flavour-Infused Olive Oils



Gourmet Oils



Balsamic Vinegars



Olives



Condiments



Bath and Beauty



Gifts

Il racconto dell'olio – il caso di Liquid Gold Tasting Bar & All Things Olive

Olive, non bottiglie



Greek Koroneiki
from \$11,00



Spanish Martena
from \$11,00

"Cultura" dell'olio

Olive Oil Chemistry

Olive Oil Flavour Profile

Location, Location,
Location

Olive Oil Varieties

Alternative Uses

Salad Pizzazz

Suggested Pairings

News, Blog, Social Network

News

@wefloveolives

The Mediterraneans are Here!

March 15, 2013

From this To this We now have available beautiful oils from Italy, Greece, Portugal, Spain and Tunisia as well as our Californians. Ten in total from the Med, plus three from California. That is a lot of fresh oil!

Learn More

RT @kaveldham: Course 2 @PortlandCentral Instagram.com/spyYO_its44g/ You're in!

RT @benzwitham: 3rd course @PortlandCentral The persip chips and puree really popped w/ @gasjennsauce! Yay! #NZwine http://t.co/9z12N ...



Where nothing beats fresh

Shop

Recipes

Product Information

Blog

About Us

Cart

Ricette e abbinamenti

Strawberry Balsamic Cheesecake



2nd Annual Liquid Gold Recipe Contest Charlottetown submitted by Alicia

Strawberry Coulis

500g Frozen Strawberries
60ml Lemon Juice
300g Sugar
*Sugar may need to be adjusted depending on sweetness of berries

Liquid Gold
Charlottetown

Open all winter long!

Directions

Prodotti correlati e derivati

Olivella Anti-Wrinkle Cream

\$18.99

OLIVELLA Anti-Wrinkle Cream infuses your skin with the nourishing power of pure virgin olive oil...

View full product details



Link a eventi e catena distributiva

Il racconto dell'olio – il caso di Vines & Branches

Home | My Account | Help | Shopping Cart

477 Main Street, Greenport Village, NY (631) 477-6800
* WE MOVED! * 118 Main Street, Westhampton Beach, NY (631) 288-2100
* NOW OPEN * 94 Main Street, Southampton Village, NY (631) 283-6070

Vines & Branches

Extra Virgin Olive Oils | Balsamic Vinegars | Gift Baskets, Boxes & Special Event Favors | Specialty Products

Seasonal Offerings
EXCLUSIVE TASTING EVENT
visit our gourmet café bistro

Tasteful Gifts
FOR THE ONE YOU LOVE
browse our most popular items

Pairing Suggestions
Here's some of our favorite pairings of our Extra Virgin Olive Oils & Balsamic Vinegars.

Butter Olive Oil Conversion
These conversions can be used when baking, sauteing, frying and more!

Health Benefits
Could something in your kitchen help you lose weight, prevent cancer and be healthier?

Host A Palette Party
Our in home tastings offer you and your guests a unique experience to have your own private tasting!

Featured Products & Specials
Our featured products and specials will give you insight into our weekly pairings, featured items, specials, and more!

Vines & Branches Monthly Recipe
If you want to trim your waistline, try consuming at least three tablespoons a day of extra virgin olive oil. Our monthly newsletter will give you recipes and current information for eating well and weighing less!

Tablelle di conversione con quantità di burro e altri condimenti

Vines & Branches
Butter Olive Oil Conversions

<i>1 Tsp Butter</i>	<i>3/4 Tsp Olive Oil</i>
<i>1 Tbsp Butter</i>	<i>2 1/4 Tsp Olive Oil</i>
<i>2 Tbsp Butter</i>	<i>1 1/2 Tbsp Olive Oil</i>
<i>1/4 Cup Butter</i>	<i>3 Tbsp Olive Oil</i>
<i>1/3 Cup Butter</i>	<i>1/4 Cup Olive Oil</i>
<i>1/2 Cup Butter</i>	<i>1/4 Cup + 2 Tbsp Olive Oil</i>
<i>2/3 Cup Butter</i>	<i>1/2 Cup Olive Oil</i>
<i>3/4 Cup Butter</i>	<i>1/2 Cup + 1 Tbsp Olive Oil</i>
<i>1 Cup Butter</i>	<i>3/4 Cup Olive Oil</i>

These conversions can be used when baking, sautéing, frying and more. The possibilities of cooking with Butter Extra Virgin Olive Oil or any kind of Olive Oil in place of Butter are endless!



Our Organic Butter Flavored Extra Virgin Olive Oil has all the heart healthy benefits of organic EVOO and the rich completely natural flavor of butter with none of the fat.

When you convert the use of butter to olive oil in your foods, you do your body a whole lot of good!

Il racconto dell'olio – il caso di Vines & Branches

Home | My Account | Help | Shopping Cart

477 Main Street, Greenport Village, NY (631) 477-6800
* WE MOVED! * 118 Main Street, Westhampton Beach, NY (631) 288-2100
* NOW OPEN * 94 Main Street, Southampton Village, NY (631) 283-6070

Vines & Branches

Extra Virgin Olive Oils | Balsamic Vinegars | Gift Baskets, Boxes & Special Event Favors | Specialty Products

Seasonal Offerings
EXCLUSIVE TASTING EVENT
visit our gourmet café bistro

Tasteful Gifts
FOR THE ONE YOU LOVE
browse our most popular items

Pairing Suggestions
Here's some of our favorite pairings of our Extra Virgin Olive Oils & Balsamic Vinegars.

Butter Olive Oil Conversion
These conversions can be used when baking, sauteing, frying and more!

Health Benefits
Could something in your kitchen help you lose weight, prevent cancer and be healthier?

Host A Palette Party
Our in home tastings offer you and your guests a unique experience to have your own private tasting!

Featured Products & Specials
Our featured products and specials will give you insight into our weekly pairings, featured items, specials, and more!

Vines & Branches Monthly Recipe
If you want to trim your waistline, try consuming at least three tablespoons a day of extra virgin olive oil. Our monthly newsletter will give you recipes and current information for eating well and weighing less!

L'organizzazione di eventi degustazioni private

○ *Host A Palette Party!* ○

Host Your Own Private Olive Oil Tasting

Our in-home tastings offer you and your guests a unique experience to have your very own private tasting of Vines & Branches Extra Virgin Olive Oils & Balsamic Vinegars! An olive oil specialist will come to your home or venue and educate you and your guests about olive oil and the gourmet food world.

We can accompany your private tasting with food pairings and even assist in private catering! We'll work with you to customize a menu that will bring out the richest, most natural flavors of every dish served! We can also conduct private tastings and dinner events at our Greenport Location.

You can even end your party by giving each of your guests a unique olive oil memento they will love!

Our unique and tasteful events are a fabulous idea for:
Birthday Parties
Bachelorette Parties
Shower
Retirement Parties
Ladies Nights
& more!

Visit us online:
www.vinesandbranches.net



Vines & Branches

For More Information or To Book
an Event Please Give Us a Call
(631) 477-6800

Dettaglio nella descrizione dei prodotti - il caso di Vines & Branches

Ultra Picual

Our Price: **\$15.99**

[ADD TO CART](#)

Displaying fruity, tropical & slightly ripe olive notes, this oil has a smooth beginning, slightly bitter center & lingering pepper finish. Well balanced and crowd pleasing.

Chemistry:

*Polyphenols: 165

*FFA: 0.12

*Oleic Acid: 74.6

*Peroxide: 3.9

*DAGs: 97.4

*PPP: <0.2

*Crush Date: APRIL/MAY 2012

*As measured at the time of crush

Country of origin: (Australia) [▶ more info](#)



[Compare](#)

Il valore delle immagini per assicurare sulla bontà del prodotto: il caso Venere.com



venere.com
prenota hotel, b&b e appartamenti

[Le tue Prenotazioni](#)

Chiamaci al **02 91483082**

Valuta: EUR Italiano

[hotel](#) > [hotel italia](#) > [hotel reggio calabria](#) > [hotel president](#) > prenotazione

Cerca hotel

Dove

dal

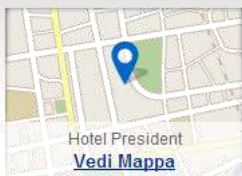
al

1 ospite

1 camera

Cerca

Prenota per telefono
02 9148 3482



Hotel President
[Vedi Mappa](#)

Hotel President - Reggio Calabria

★★★★ [Via Petrarca, 16 - Reggio Calabria](#) ☎ 02 9148 3480

+1

Mi piace

Registrati per vedere cosa piace ai tuoi amici.

€ 45^{.02} Prezzo totale dal 11 Aprile al 12 Aprile

SCEGLI UNA STANZA!

Descrizione

Posizione

Commenti hotel



[Foto successive](#) ▶

L'atmosfera cordiale unita all'eleganza degli ambienti e ai comfort più moderni definisce spazi accoglienti e rilassanti: a 2 minuti a piedi dal mare, l'Hotel President è la soluzione ideale per soggiorni sia di lavoro sia turistici in Gallico Marina di Reggio Calabria. L'Hotel offre simpatia e professionalità, che creano un'atmosfera ideale per chi desidera trascorrere le proprie vacanze in un' ambiente giovane e moderno. Nell'hotel troverete una calda e familiare accoglienza, con un servizio attento ai minimi dettagli ed alla qualità dei servizi e prodotti. L'Hotel è dotato di ascensore, sala ristorante, bar, area relax e parcheggio privato. A pochi passi dal mare, dall'hotel è facilissimo compiere escursioni nelle limitrofe città d'arte e nei vicini centri turistici. Grazie alla sua vicinanza con la rete di trasporti, vi darà la possibilità di visitare tutte le zone interessanti della Calabria,

▼ [Leggi il seguito](#)

Giudizio degli ospiti Venere

7.5

Basato su 6 giudizi
© 2012 Venere.com

*Il personale che a rifatto la stanza, e' stato un po' distratto, a prelevato un ca...
ospite venere, italy*

[Leggi le recensioni di Venere](#)

Giudizio dei viaggiatori di TripAdvisor:

5.0

Basato su 6 recensioni di viaggiatori
© 2013 TripAdvisor LLC

[Leggi le recensioni di TripAdvisor](#)

Immagini descrittive delle varie componenti dell'offerta

Prenota per telefono 02 9148 3481

Trasmettere fiducia ed affidabilità attraverso la pagina «Chi siamo» – il caso di Mr. Malt

MR MALT - LAZIENDA
la linea completa di prodotti per l'hobbista e le micro birrerie

P.a.b. s.r.l. Via Moretti angolo Via del Negro
33037 - Pasian di Prato (UD) Italy
Tel +39 0432.644279 - Fax +39 0432.645280
E-mail: info@mr-malt.it
[Mappe PDF](#)

Lunedì - Venerdì:
08:00-12:30 e 14:00-18:00

Il nostro Team

- Eliano Zanier**
Amministratore e Responsabile Ufficio Acquisti
ezanier@mr-malt.it
- Patrizia Zanier**
Assistente Ufficio Acquisti
patrizia@mr-malt.it
- Livia Della Vedova**
Responsabile Ufficio Amministrativo
livia@mr-malt.it
- Martina Savola**
Assistente Ufficio Amministrativo
martina@mr-malt.it
- Sabrina Passon**
Commerciale settore Homebrewing e Logistics
sabrina@mr-malt.it

- Commerciale settore Microirriticoli e Consulente Tecnico
severino@mr-malt.it
- Commerciale settore Rivenditori e
cristiano@mr-malt.it
- Responsabile Magazzino e Control
christian@mr-malt.it
- Addetta Confezionamento
- Magazziniere
- Magazziniere e Consegne
- Magazziniere

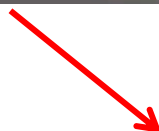
Mostra tutti i membri del team e ne indica ruolo e contatti oltre a fornire foto della sede e descrizione dell'azienda

La quota di fatturato che deriva dalle vendite online rappresenta il 25% del totale

La nostra sede



Stimolo all'iscrizione sulla newsletter e promozione della presenza sui social network



Esempio di visibilità di un prodotto su Facebook: il caso Moleskine

http://bit.ly/halloween_app

Visualizza traduzione



Mi piace · Commenta · Condividi

3

A Youko Takahashi, 杉山真弓, 秀島壺 e altri 79 piace questo elemento.



Margi Koch cute!

Visualizza traduzione

26 ottobre alle ore 8:05



翁漢娜 Happy Halloween to everyone!

Visualizza traduzione

26 ottobre alle ore 9:25



Moleskine ha condiviso la foto di Moleskine Asia.

18 ottobre

It's the start of a new day, what are you going to feed your notebook?

Visualizza traduzione

Dine out tonight? Don't forget to feed your notebook!
今晚外出吃飯? 別讓你的筆記本餓壞哦!

Artwork by Hayateno Kouji.



Mi piace · Commenta

A Kiss Enikō, B
elemento.

Mostra tutti e



Monica M

29 ottobre

Stimola partecipazione e creatività da parte degli utenti

Alcune piattaforme per la partecipazione: i blog

Punti di forza

Creano dialogo e narrazione attorno all'azienda e ai suoi prodotti (valorizzano contenuti e volto umano)

Consentono agli utenti di condividere la propria esperienza

Fidelizzano gli utenti

Generano traffico

Richiede tempo e risorse per essere animato

La strategia vino 2.0 di Stromhoek

- Nel 2005 l'azienda sudafricana Stromhoek ha aperto un blog per promuovere i propri prodotti e attivare un canale di comunicazione bidirezionale con i propri clienti ed appassionati di vino
- L'iniziativa, affiancata da altre azioni di marketing non convenzionale come le vignette fatte girare nella blogosfera, l'invio di bottiglie ai blogger e la diffusione virale delle vignette di Hugh MacLeod, ha riscosso un notevole successo e alimentato il passaparola

“ ***Il vino è sociale; le persone amano parlare del vino e noi abbiamo cercato un modo per far sì che ne parlassero*** ”



Stromhoek.
The best
South African



L'azienda nel giro di soli due anni ha raddoppiato le proprie vendite (con un investimento di soli 30mila euro) ed è diventata un marchio cult in particolare negli USA e nel Regno Unito

Il blog dell'azienda Poggioargentiera per raccontare azienda e prodotti

The screenshot shows the website for Poggio Argentiera. At the top is a red banner with the text "KEEP CALM AND DRINK" on the left and "POGGIO ARGENTIERA" on the right, with a crown logo in the center. Below the banner is a navigation menu with links: Home, Acquista online, L'azienda, Scegli un vino, Downloads. The main content area features a blog post titled "Idee e proposte per il Morellino #1" dated March 20, 2012. The post includes a photo of a wine bottle and text discussing the DOCG Morellino di Scansano and the author's intention to start posting ideas and proposals for its improvement. To the left of the main content is a sidebar with a Twitter feed and a comments section. To the right is another sidebar with a language selector (Italiano) and a "Vigneti" section showing a map of vineyards.


Il blog di Giampaolo Paglia di Poggio Argentiera dove racconta la produzione artigianale di vino di alta qualità (e in piccoli numeri) per creare un rapporto di fidelizzazione con i clienti, facilitare la conoscenza dei prodotti e raccogliere il feedback dei clienti

[link](#)

Il blog dell'azienda Torrefazione Carbonelli: Il salotto del caffè

Il Salotto del Caffè

Ne parliamo tra amici, col profumo di caffè nell'aria.




Benvenuto Il nostro caffè La vetrina

Solo cinque minuti

Publicato il [31 marzo 2013](#) da [Valentina Spotti](#)

*Prendimi la mano,
prendimi il braccio bianco,
prendi il desiderio delle mie spalle strette*
Edith Södergran



Juke Box

1. Django
Luis Bacalov, Rocky Robe...
Perfect moments

Segui il Salotto del Caffè

Inserisci la tua email per ricevere l'aggiornamento dei nuovi post

I salottini

- Il salottino Caffè Carbonelli (19)
 - La voce del cliente (1)
 - News Caffè Carbonelli (2)
 - Salotto del Caffè (6)

“ Ne parliamo tra amici col profumo di caffè nell'aria ”

Wine blog

CONTATTACI | REGISTRATI

Cerca



SHOP | CLUB | BLOG |

en



VINI

SELEZIONI

TROVA VINO

OFFERTE

CANTINE

REGALA UN VINO

CHI SIAMO

**Vinality
Wine Blog!**

*Racconti di viaggio
nel mondo del vino
italiano*

LEGGI IL BLOG ▶

You Tube



Circa 800 milioni di utenti unici visitano You Tube ogni mese

- **Più di 4 miliardi di visualizzazioni al giorno**
- **72 ore di video caricate ogni minuto**

Principale piattaforma video

Motore di ricerca più utilizzato dopo Google

- Rappresenta uno strumento efficace per raccontare specifiche, funzionalità e caratteristiche dei propri prodotti
- Consente di coinvolgere gli utenti (videorecensioni)
- Un filmato particolarmente riuscito puo' diffondersi in maniera virale

Il racconto della produzione di pipe artigianali – il caso di Moretti pipe

1968 Italian pipe
moretti

Home Shop Registrati Chi siamo Dove siamo FAQ Login Contatti

0 articoli **carrello** »

PRICES ARE SHOWN WITH ITALIAN VAT
VAT FREE FOR EXTRA EUROPE CUSTOMERS
IN THE CHECKOUT PAGE CLICK ON "DON'T APPLY ITALIAN TAX"

<http://www.youtube.com/user/MarcoPipeMoretti>

Newsletter
Inserisci la tua e-mail
 Iscriviti Rimuovi
 Accento al trattamento dei dati (leggi i termini)
Invia

Ultimi arrivi

194 SOLD € 84,70	200 SOLD € 968,00	193 SOLD € 84,70	195 SOLD € 193,60
196 SOLD € 84,70	197 SOLD € 84,70	198 SOLD € 84,70	199 SOLD € 254,10

Ultimi arrivi
Wish list
Commenti
Login
Registrati

VISA MasterCard American Express PAYPAL

Marco Biagini

Video caricati

- Entire Super Wagnun Snail Pipe of Today
- Working on a new Snail Pipe 03-12-2013
- Custom Super Wagnun Flap for my friend Zs

Facebook Official Page
Pipe World Site
YouTube
Facebook Marco Biagini
Twitter Marco Biagini

Il video anche alla base della diffusione di fenomeni virali: il caso del frullatore blendtec



Sono spesso le aziende più specializzate quelle che possono cogliere meglio le opportunità del content marketing

Produttore di frullatori che, mediante una serie di video divertenti in cui provano a frullare oggetti di tutti i tipi, ha sviluppato una popolarità tale da triplicare il fatturato in 12 mesi

[Link](#)

Forte presenza online, sperimentazione e partecipazione attiva ai social network - il caso della Torrefazione Carbonelli



- Nel giugno 2006 apre uno spazio e-commerce sulla piattaforma di ebay.it
- Nel 2010 apre www.caffecarbonellishop.com, sito di e-commerce aziendale



- Oltre 5700 feedback positivi acquisiti
- **Ampliamento del proprio mercato** di riferimento anche oltre i confini nazionali (Polonia, Inghilterra e Grecia ma anche Stati Uniti e Canada)
- **Fatturato decuplicato** negli ultimi quattro anni. **Più del 70% del fatturato proveniente da internet**

Il forte utilizzo dei nuovi media

Collegamento a Facebook, Twitter ed Instagram

The screenshot displays the Caffè Carbonelli website interface. At the top, there are social media links for Facebook (3,2mila likes), Twitter (Segui), and Instagram (Seguisci su Instagram), along with a 'Shop online' button. Below this is a navigation menu with icons and text for 'Il Caffè', 'L'azienda', 'I Prodotti', 'Il Caffè sospeso e solido', 'L'arte', 'Il Blog', 'Multimedia', and 'Contatti'. A secondary menu includes 'Foto', 'Video', and 'Rassegna stampa'. The main content area features a large video player with the title 'Spot Caffè Carbonelli - you create your dream, ...'. The video thumbnail shows two coffee cups floating above a city skyline. To the left of the video is a large text overlay: 'YOU CREATE YOUR DREAM, WE MAKE YOUR COFFEE.' Below the video player are three content cards: 1) A Twitter post from Caffè Carbonelli about Easter wishes and a contest. 2) A shop card for coffee bags with a price tag of 'a partire da 20,00 euro' and 'Spedizione gratuita'. 3) A blog card titled 'IL SALOTTO DEL CAFFÈ' with a decorative background.

Video
promozionale
su You Tube

I messaggi
su Twitter

Il blog

Come promuovere e gestire l'e-commerce: alcuni importanti aspetti da affrontare

Logistica

Assistenza al
cliente

Reperibilità e
promozione

Contenuti

Web design

Analogie tra canale fisico e virtuale

Negoziato fisico



Negoziato online



Posizione e visibilità	↔	Rintracciabilità del sito
Layout	↔	Look & feel
Servizio	↔	Usabilità e gestione della relazione con il cliente
Percorso (<i>store path</i>)	↔	Navigabilità
Prodotto e servizio	↔	Multimedialità, coinvolgimento ed esperienza

Specificità e criticità dell'acquisto online rispetto a quello fisico

Nell'acquisto online:

- 1 Mancanza negozio fisico
- 2 Mancanza personale con cui entrare in contatto
- 3 Impossibilità di provare fisicamente il prodotto
- 4 Numerosità azioni e scelte richieste durante l'acquisto

Maggiore carico cognitivo e stress richiesto dall'acquisto online

Complessità procedura d'ordine

Difficoltà reperimento informazioni

Rappresentano importanti cause di rinuncia all'acquisto

Tre elementi chiave di web design per garantire massima usabilità al sito

Intuitivo

Veloce

Comprensibile

Importante privilegiare la funzionalità del sito rispetto alla pura grafica

La grafica del sito: importanza della funzionalità rispetto alla pura estetica

The screenshot shows the Amazon.it interface for a Nike Air Court tennis shoe. The top navigation bar includes the Amazon logo, account links, and a search bar. The main content area features a large product image of a white and blue Nike Air Court tennis shoe. To the right of the image, the product title is 'NIKE Nike air court mo v scarpe sportive tennis uomo di NIKE'. Below the title, there is a 'Mi piace' button and a 'Recensisci per primo questo articolo' link. The price is listed as 'EUR 60,00'. A 'Seleziona Taglia' section contains three size options: '42,5 EU', '43 EU', and '47 EU'. Below the size options, the color is listed as 'Bianco' and there is a 'Guida alle taglie' link. On the right side of the page, there is a blue sidebar with a 'Per effettuare l'acquisto, seleziona Taglia' section, a 'Quantità: 1' dropdown, an 'Aggiungi al carrello' button, and an 'Aggiungi alla Lista Desideri' button. The bottom of the page features a green and grey circular graphic on the left and the 'KANSO' logo on the right.

I siti di e-commerce devono rispettare strutture chiare e definite. Il pubblico è abituato a trovare gli elementi che supportano l'acquisto in determinate aree della pagina

Filtri e classificazioni per una veloce ricerca nel sito

The screenshot shows the top navigation bar of the Giant website. It includes the Giant logo, a location selector for Italy, and social media icons for Facebook and YouTube. Below the navigation bar is a search bar with the text "Trova una bicicletta, un accessorio o maggiori ir" and a magnifying glass icon. A main heading reads "PER SCOPRIRE IL MODELLO CHE SI ADATTA ALLE TUE CARATTERISTICHE, SELEZIONA UNA CATEGORIA QUI SOTTO". Below this are five category tiles, each with a representative image, a white mountain icon, and a colored footer with the category name and description:

- ON-ROAD**: Corro su strada e tracciati lastricati
- X-ROAD**: Corro su asfalto e sterrato
- OFF-ROAD**: Percorro singletrack e sterrati
- WOMEN**: Liv/giant
- YOUTH**

**Filtro generale
per scegliere la
categoria di
prodotto**

Filtri e classificazioni per una veloce ricerca nel sito

GIANT ITALIA

HOME GAMMA ACCESSORI RIVENDITORI

Trova una bicicletta, un accessorio o maggiori informazioni

>> Controlla l'indice

BIKE FINDER

Fai le tue scelte per trovare la bicicletta che più si adatta alle tue caratteristiche

CHI SEI?

- Men (2)
- Women (1)
- Youth (0)

DOVE CORRI DI SOLITO?

- ON-ROAD (12)
Corro su strada e tracciati lastricati
- X-ROAD
Corro su asfalto e sterrato
- BMX (0)
I ride street parks and dirt
- OFF-ROAD (16)
Percorro singletrack e sterrati

QUAL E' IL TUO LIVELLO DI GUIDA?

- Performance (1)
Corro per abbattere i miei limiti
- Sport (2)
Corro per allenarmi
- Lifestyle (0)
Corro per divertimento e piacere

MEN

Performance > Cyclocross

TCX

WOMEN

Sport > Adventure

Rove

Sport > Adventure

Roam

Domande specifiche per facilitare la selezione del modello

Motore di ricerca e selezione dei prodotti per categorie - il caso di Vinitaly wine club



Che tipo di vino stai cercando?

🔍 Cerca VINO

VINI	REGIONI	DENOMINAZIONI	PREZZO A BOTTIGLIA
Rosso	Abruzzo	Abruzzo Doc	€ 5 - 15
Bianco	Basilicata	Aglianico del Vulture Doc	€ 15 - 25
Rosato	Campania	Albana di Romagna Docg	€ 25 - 35
Spumante	Emilia Romagna	Alghero Doc	€ 35 +
Dolce	Friuli	Alto Adige Doc	

Suggerimenti per facilitare il processo di acquisto



Novità Vini

Scopri i nuovi arrivi settimanali di vini italiani

vedi tutti >

<p>La Fabriseria Amarone Tedeschi</p> <p>€ 149,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Barolo Riserva Borgogna</p> <p>€ 34,50</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Barolo Cannubi Marchesi di Barolo</p> <p>€ 42,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Brunello di Montalcino Mastrojanni</p> <p>€ 54,00</p> <p>ACQUISTA ></p>
--	--	--	---

Nuovi vini

Vini più venduti

Esplora le collezioni dei vini più popolari

vedi tutti >

<p>Prosecco Jelo Bisol</p> <p>€ 11,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Ribolla Gialla Livio Felluga</p> <p>€ 15,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Asolo Prosecco Superiore Serafini & Viootto</p> <p>€ 10,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Zambò Rosso Le Vigne di Zambò</p> <p>€ 9,00</p> <p>ACQUISTA ></p>
--	---	--	---

Vini più venduti

Nuove selezioni di vini

Scopri la nostra nuova collezione di 3 & 6 bottiglie di vini

vedi tutti >

<p>Operavine - Vini Rossi d'Italia</p> <p>€ 125,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Operavine - Vini Bianchi Italiani</p> <p>€ 49,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Operavine - Amarone Trio</p> <p>€ 229,00</p> <p>ACQUISTA ></p>
---	--	--

Nuove selezioni

Selezioni più vendute

Le selezioni di vini più apprezzate dai nostri clienti

vedi tutti >

<p>Avventure di Vino</p> <p>€ 149,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Pure Botticelle</p> <p>€ 27,00</p> <p>ACQUISTA ></p>	<p>Colline di Toscana</p> <p>€ 79,00</p> <p>ACQUISTA ></p>
---	--	---

Selezioni più vendute

[Regala un Vino](#)[Gift Sommelier](#)[Regali Aziendali](#)

Gift Sommelier

Che vino regalare? Che vino gli piacerà? Che vino portare a cena dai nostri amici? Vinality Wine Club ti aiuta a scegliere con un divertente test con cui in 5 passi potrai capire qual'è il vino da regalare più adatto per l'occasione. Con il supporto dell'esperienza dei consulenti sommelier di Vinality Wine Club, sarai sempre all'altezza della situazione.

1 Seleziona il beneficiario del regalo

 Uomo Donna Gruppo

La scelta dei metodi di pagamento?

Contanti e assegno bancario?



Bollettino postale e bonifico bancario?



Contrassegno?



Carta di credito?



Paypal?



Micropagamenti?



Importante valutare l'esperienza trascorsa e l'analisi delle soluzioni adottate da chi vende prodotti simili o ad una simile utenza



in.form.a.

AZIENDA SPECIALE
Camera di Commercio Reggio Calabria

www.informa.calabria.it
Via T. Campanella, 12 – 89125 RC
tel.: 0965.384202
0965.384218
Fax: 0965.384200

IN.FORM.A. supporta le imprese assistendole gratuitamente attraverso i suoi uffici:

Qualità ed innovazione (Brevetti e marchi) – ing. Angelica Pirrello

ICT (MePA e BMTI), Ambiente ed energia – dott. Carmine Zoccali

Imprenditorialità (orientamento) e logistica – ing. Marina Crea

per appuntamenti:
informa.pirrello@rc.camcom.it
informa.zoccali@rc.camcom.it
informa.crea@rc.camcom.it