



**in.form.a.**

**AZIENDA SPECIALE**  
**Camera di Commercio Reggio Calabria**

**“ Quello che trascuri del web  
potrebbe finire con l’ucciderti ”**

*(Bob Phibbs)*



# Via della Conciliazione



# Via della Conciliazione



## Negozi vuoti per la contrazione dei consumi



## Le lunghe code per comprare l'iPhone 6 (smartphone da quasi 1.000 Euro)



# Utilizzo di internet con un impatto sul commercio tradizionale



**Ecommerce**



**Social network**



**Mobile**

**RESEARCH ONLINE**



**PURCHASE OFFLINE**



**Ropo**

# Crescita del volume d'affari dell'e-commerce in Italia



2006



2012

Il volume d'affari del commercio elettronico è cresciuto (ad eccezione del periodo 2008-2009) ad un ritmo costante di quasi il 20% annuo

**Nel 2013 il fatturato da e-Commerce in Italia è stato pari a 11,3 miliardi di Euro**

# Più forti nella crisi. Crescita del fatturato delle PMI italiane che fanno e-commerce

Triennio 2008 - 2010



**Autorevoli previsioni indicano che nel 2016, nei paesi sviluppati le vendite online peseranno quasi il 10% del totale delle vendite al dettaglio, con punte di oltre il 20% per la Gran Bretagna, e una stima intorno all'8% per l'Italia**



# Ampie prospettive di sviluppo dell'eCommerce in Italia

Anno 2013



Vs



## Incidenza dell'e-commerce sul fatturato delle PMI

4,8%

8%

## Numero di PMI che vendono online

4,8%

13,9%

## Numero PMI che comprano online

15%



Francia: 13,3%  
Spagna: 18,8%

# Le diverse tipologie di e-commerce



**Ecommerce**



- **Business to Consumer (B2C)**
- **Business to Business (B2B)**
- **Consumer to consumer (C2C)**
- **Consumer to business (C2B)**
- ...

Benvenuto! >> REGISTRATI! Accedi!

HOME L'AZIENDA INFO FORUM CONDIZIONI SPEDIZIONI PAGAMENTI CONTATTACI

Ricerca in tutto il negozio...  Cerca

KIT E FERMENTATORI MALTI PREPARATI MATERIE PRIME ATTREZZATURE NON SOLO BIRRA OFFERTE! Carrello

**AREA**

PRIVATI

RIVENDITORI

MICROBIRRERIE

**Login**

Email:

Password:

[Login](#)

[Crea un Account](#)  
[Password dimenticata?](#)

**NOVITÀ BREWFERM**

**INDIA PALE ALE**

In esclusiva su Mr. Malt la nuova creazione di casa Brewferm, la India Pale Ale. Prezzo lancio scontato del 10% [http://www.mr-malt.it/malti-preparati/...](http://www.mr-malt.it/malti-preparati/)

[\(Leggi tutto...\)](#)

**ULTIME NEWS**

- > 10/11/14 - Novità Brewferm
- > 14/10/14 - Nuovo formato Enzybras 97 750
- > 11/07/14 - Sempre Aperti!
- > 23/05/14 - Nuovo Fermentis Sabrew Abbaye

**Come fare la Birra!**

[Leggi tutto...](#)

*Segui le nostre Ricette...*

**Scopri i nostri punti vendita in Italia!**

**Spedizioni**

GRATUITE sopra 200 €!

**Membro di un'Associazione?**

...richiedi lo sconto

**Pagamenti sicuri con PayPal**

**ULTIME NOVITÀ DI QUESTO MESE**

Scatola per Petainer 30 Lt.

Estratto PHA@ 476 Topnote It 1

€ 2,32 [+ Acquistala](#) € 105,60 [+ Acquistala](#)



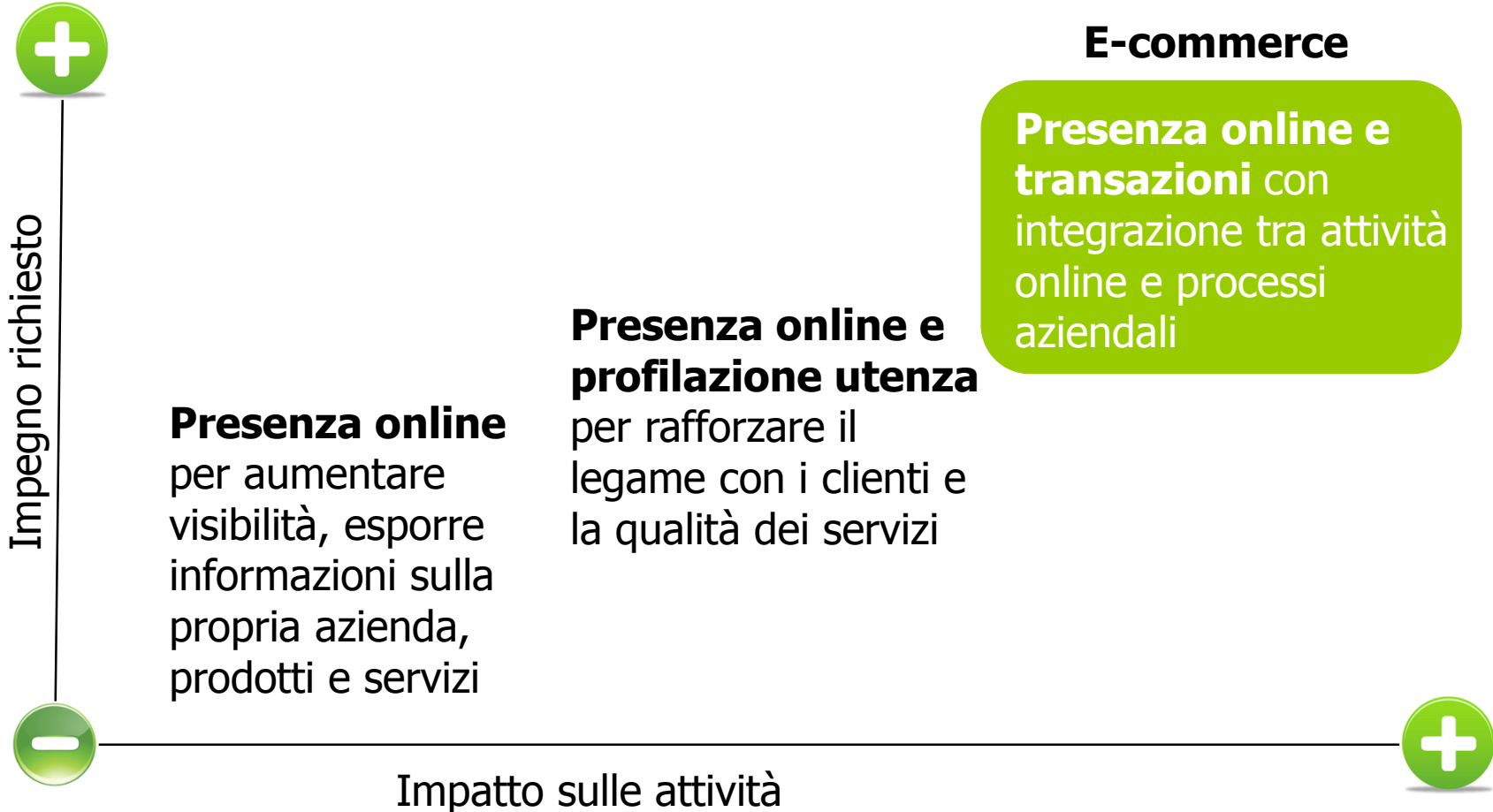
## Accesso ad aree dedicate:

- Privati
- Rivenditori
- Microbirrerie

# Elementi di attenzione nell'eCommerce B2B

1. Disponibilità merce
2. Gestione preventivi
3. "Personalizzazione" del prezzo
4. Storico ordini e storia del cliente
5. Differimento dei pagamenti
6. Integrazione di sistemi (piattaforma B2B, contabilità, inventario, sistema di evasione ordini)
7. Complessità dei prodotti, componente di servizio e gestione dell'esperienza

# Tre grandi fasi per rafforzare la propria presenza online



**Crescente impegno richiesto e impatto sulle attività dell'impresa**

# Valutare con attenzione la fattibilità dell'e-commerce e la sua compatibilità con risorse e competenze disponibili

1. Opportunità di mercato
2. Staff per l'e-commerce
3. Scelte tecnologiche
4. Scelte logistiche
5. Qualità dei contenuti del sito
6. Servizio al cliente
- ... ..
7. Scelta della web agency

# Attenti al generalista

**Perché un cliente dovrebbe decidere di comprare presso la vostra impresa?**



**Un piccola impresa / un piccolo negozio indipendente, online come offline, dovrebbe provare a differenziare la sua offerta per specificità, qualità e servizio offerto**

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

Maggiore ricorso ad alcune figure professionali giù utilizzate

Commercialista



Amministrazione



Supporto di nuove figure professionali

Programmatore



Grafico



Esperto di web marketing





# Alcuni esempi di risorse da valutare per l'avvio di e-commerce

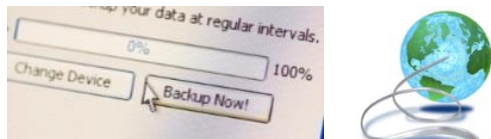
Strumenti operativi e soluzioni software comuni



**Voci da valutare con attenzione**

1. Piattaforma web
2. Software gestionale
3. CRM

... ..



... ..

**Una maggiore conoscenza di queste voci aiuta ad interagire con maggiore consapevolezza con la web agency**

# La scelta della piattaforma

**Il sito su cui si baserà l'attività di e-commerce e ne consentirà la sua gestione**

Adatta alle specificità dell'impresa (coerenza con il prodotto venduto e target di clientela)

Migliorare il ciclo (navigazione-ordine) e la catena (ordine-spedizione)

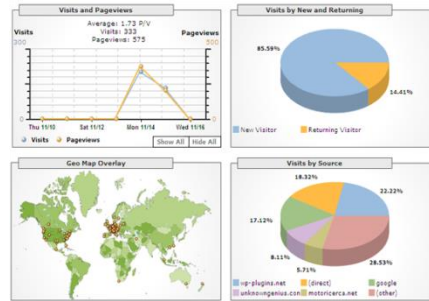
Semplicità d'uso, flessibilità

**In grado di evolvere naturalmente con l'espandersi del traffico e del giro di affari**

# Possibili funzionalità aggiuntive della piattaforma per gestire operazioni di routine, risparmiare tempo e raccogliere informazioni



Fatturazione



Analytics e reportistica



Automatismi (notifiche arrivo ordine, tracking, ...)

Spesso comprati insieme



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

[Aggiungi tutti e tre al carrello](#)

[Mostra disponibilità e dettagli di spedizione](#)



Calcolo dei costi di spedizione



Area riservata

# Sistema gestionale

Aiuta (interfacciandosi con il negozio online) ad automatizzare alcuni processi, risultando particolarmente utile nell'ipotesi di un aumento dei clienti in seguito all'attivazione del canale online



## software di fatturazione

- Creazione e aggiornamento anagrafica
- Procedure automatizzate di trasformazione documenti
- Archiviazione fatture e segnalazione fatture scadute ma ancora da saldare
- Gestione fatture ricorrenti
- Sincronizzazione con il sito di e-commerce per creazione fatture
- Eliminazione errori nella fase di compilazione delle fatture



## software per gestione magazzino

- Carico/scarico merce tramite lettori di codici a barre
- Analisi situazione del magazzino e calcolo inventario
- Collegamento al registratore di cassa
- Importazione/esportazione dall'e-commerce al fine di mantenere aggiornata la quantità della merce disponibile

# Soluzioni CRM (Customer Relationship Marketing)

Gestire e migliorare la conoscenza del cliente e dei suoi comportamenti

Valutare programmi di marketing per rafforzare la relazione (anche automatizzando alcuni processi di contatto)

Misurare l'efficacia dei programmi attivati

# Parametri da considerare per valutare i corrieri

- Costi di spedizione
- Velocità e affidabilità
- Aree geografiche presidiate e condizioni
- Limitazioni di dimensioni / peso
- Presa in carico
- Automazione comunicazione dati di spedizione
- Abbonamenti o voucher
- Assicurazione
- Servizio clienti e servizi aggiuntivi

# Da tenere a mente nella realizzazione e gestione del sito web del negozio: Home page chiara ed efficace



# Qualità del contenuto

The screenshot shows the Skinner website interface. At the top left is the Skinner logo. The main navigation bar includes 'AUCTIONEERS AND APPRAISERS OF OBJECTS OF VALUE', 'LOGIN | REGISTER', and a search box. Below this is a secondary navigation bar with 'AUCTIONS | BUYING | SELLING | SPECIALTY AREAS | SERVICES | ABOUT'. The main content area features a search bar with 'Lot #', 'Go', and navigation links 'Prev', 'Next', and 'All Lots'. The item being viewed is a 'Georgian Sterling Silver Coffeepot' from Auction 2740B, Lot 1, which sold for \$923. There is an 'INQUIRE' button. The main image shows the coffeepot, with a larger view on the right and three smaller detail images at the bottom left. The text 'click on any image to enlarge' is visible below the detail images.

**Aumento clic alla pagina di acquisto del 63%**

**Incremento del 329% dei moduli compilati per fare una offerta**



# Utilizzo delle immagini da parte dell'azienda PAB di Udine – Homebrewing

Benvenuto! [REGISTRATI](#) [Accedi](#)

HOME L'AZIENDA INFO FORUM CONDIZIONI SPEDIZIONI PAGAMENTI CONTATTACI

Ricerca in tutto il negozio  [Cerca](#)

[KIT E FERMENTATORI](#) [MALTI PREPARATI](#) [MATERIE PRIME](#) [ATTREZZATURE](#) [NON SOLO BIRRA](#) [OFFERTE](#) [Carrello](#)

[HOME](#) / [L'AZIENDA](#)

## MR MALT - L'AZIENDA

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](mailto:info@mr-malt.it)  
[Mappa PDF](#)

Orari di apertura al pubblico (minimo fatturazione 30€):  
Lunedì - Venerdì: 08:00-12:30 e 14:00-18:00

**Il nostro Team - Mr. Malt ci mette la faccia!**

	<b>Eliano Zanier</b> Amministratore e Responsabile Ufficio Acquisti <a href="mailto:ezanier@mr-malt.it">ezanier@mr-malt.it</a>		<b>Patrizia Zanier</b> Assistente Ufficio Acquisti <a href="mailto:patrizia@mr-malt.it">patrizia@mr-malt.it</a> <a href="#">Add me to Skype +</a>
	<b>Livia Della Vedova</b> Responsabile Ufficio Amministrativo <a href="mailto:livia@mr-malt.it">livia@mr-malt.it</a>		<b>Martina Savoia</b> Assistente Ufficio Amministrativo <a href="mailto:martina@mr-malt.it">martina@mr-malt.it</a>
	<b>Lara Tassile</b> Contabilità <a href="mailto:lara@mr-malt.it">lara@mr-malt.it</a>		<b>Sabrina Passon</b> Commerciale settore Homebrewing e Logistica <a href="mailto:sabrina@mr-malt.it">sabrina@mr-malt.it</a>
	<b>Severino Garlatti Costa</b> Commerciale settore Microbirrifici e Consulente Tecnico <a href="mailto:severino@mr-malt.it">severino@mr-malt.it</a>		<b>Cristiano Finelli</b> Commerciale settore Rivenditori e Webmaster <a href="mailto:cristiano@mr-malt.it">cristiano@mr-malt.it</a> <a href="#">Add me to Skype +</a>
	<b>Christian Zenarola</b> Responsabile Magazzino e Controllo Qualità <a href="mailto:christian@mr-malt.it">christian@mr-malt.it</a>		<b>Ivan Gomboso</b> Magazziniere <a href="mailto:ivan@mr-malt.it">ivan@mr-malt.it</a>

## #PERCHEBERTO

- #PERCHEBERTO LETTI
- #PERCHEBERTO DIVANILETTO
- #PERCHEBERTO QUALITÀ
- #PERCHEBERTO DIVANI CHESTERFIELD
- #PERCHEBERTO IMBOTTITURE
- #PERCHEBERTO DIVANI SU MISURA
- #PERCHEBERTO PELLE
- #PERCHEBERTO SERVIZIO CLIENTI



### #percheberto letti

02. Perché il comfort dei letti Berto è garantito dal doppio binario in ferro



01. Perché i nuovi letti contenitore Berto non ti rubano spazio



# Elementi da considerare nella valutazione di un fornitore

- **Affidabilità.** Può risultare particolarmente complesso far intervenire un secondo fornitore su qualcosa di realizzato in precedenza senza che ciò richieda un notevole impegno in termini di tempi (e costo). Per tale motivo l'obiettivo dovrebbe essere puntare a realizzare una collaborazione duratura con gli sviluppatori
- **Possesso di competenze tecniche e di marketing.** Un fornitore che al suo interno possenga entrambe le anime può supportare il negozio sia nella creazione, personalizzazione e ottimizzazione di siti e piattaforme web che nello sviluppo di azioni di web marketing o nella animazione e presidio dei canali di relazione attivati online con i clienti
- **Esperienza e competenza nel vostro settore di attività**
- **Capacità di comunicare.** Fornitori in grado di comunicare con un linguaggio semplice e diretto capaci di mettersi nei panni del cliente e fornirgli gli elementi per poter valutare prezzo richiesto e qualità dei servizi.