



**21 LUGLIO
2021**





La Trasformazione digitale a portata di Impresa

DIGITAL INNOVATION SHORTCUTS

**VENDITE &
CUSTOMER CARE**

**Digital
Innovation
Shortcuts**



E-Commerce e presenza digitale per la sostenibilità dell'Azienda

Francesco Barletta
WindTre

Contesto di riferimento

Settore, area aziendale, processo di riferimento

L'industria ICT del nostro paese gioca un ruolo chiave nel rendere possibile a PA, persone, imprese di non fermarsi e può farlo grazie al suo dinamismo, flessibilità e alla sua presenza sul territorio e in ogni filiera produttiva. La crescita dell'e-commerce è l'indicatore più evidente di come, soprattutto le PMI, abbiano trovato nuovi accessi ai mercati.

Web Consultant ed e-Commerce sono i servizi di digitalizzazione per imprese di WINDTRE BUSINESS che supportano le PMI dalla realizzazione del sito web, all'ottimizzazione dell'esistente, dalla creazione/gestione di profili social, alla creazione della scheda Google My Business, dal caricamento del catalogo all'interno del Marketplace di Amazon fino alla creazione di un e-shop basato sulla piattaforma internazionale di Shopify.



Contesto di riferimento

Esigenza aziendale



In Italia, l'e-commerce è uno dei mercati con maggiore potenzialità. Estremamente dinamico e capace di crescere a doppia cifra ogni anno, il commercio elettronico di prodotti e servizi offre agli imprenditori del nostro Paese importanti opportunità, nonché una risorsa importante per lanciare i prodotti Made in Italy dentro e fuori i confini nazionali.

Il lockdown e le misure precauzionali volte a contenere il rischio di contagio hanno dato una spinta decisiva al commercio elettronico. Un boom che forse finita l'emergenza tenderà a diminuire, ma il mercato resterà comunque molto promettente per tutti i settori merceologici, dall'abbigliamento ai cosmetici, dall'arredamento e design agli articoli per bambini o per la pesca, arrivando ad auto e moto, casalinghi, food, biciclette, parquet, libri, occhiali, giocattoli, sistemi di allarme e così via. Online si compra e vende di tutto e iniziano ad affermarsi in questo campo anche nuovi attori attivi in settori fino ad oggi più protetti, come ad esempio quello farmaceutico o dell'assistenza sanitaria.

Descrizione della soluzione introdotta

Web Consultant ed e-Commerce agisce su 5 Macro aree che consentono alla PMI di definire la strategia di presenza digitale



1

LOCAL PRESENCE:

Migliora la presenza dell'azienda online con i principali tools di localizzazione e i social

2

WEB SITE:

Crea ed ottimizza il sito web grazie ad un tool semplice ed intuitivo che consente di gestire la vetrina online

3

SOCIAL:

Crea campagne personalizzate sulle piattaforme social più importanti (facebook, instagram)

4

MARKET PLACE:

Crea un account su Amazon e costruisce il catalogo prodotti e servizi all'interno della vetrina digitale

5

E-COMMERCE:

Crea una vetrina su piattaforma Shopify; ottimizza la shopping experience e l'after sales support

Esempi di e-shop: <https://folkloore.com/> ; <https://www.depuravita.it/> ; <https://www.enotecaiemmallo.it/> ; <https://www.arancinotto.com/> ;

Benefici

Quali sono gli impatti nel business?

L'attività di e-commerce permette di superare le barriere dei punti vendita fisici, con il vantaggio di tenere il proprio "negoziò" aperto 24 ore su 24 e 7 giorni su 7, anche nei giorni festivi, senza dovere essere fisicamente presente e dover sostenere i costi per le spese del personale.

Il commercio elettronico permette ai potenziali clienti di esplorare il catalogo online, sempre e di effettuare gli acquisti in modo veloce, semplice e sicuro.

I vantaggi sono evidenti oltre che per una migliore gestione del tempo, anche sugli spazi fisici e la percezione della distanza perché gli acquisti sembrano essere fatti sempre dal negozio che sta "dietro l'angolo".

Anche il supporto after sales viene ottimizzato attraverso l'integrazione di chatbot e tools di Cloud contact centers



Cosa cambia nel modo di lavorare

L'innovazione in azienda



- L'integrazione di strumenti di shopping automation oltre a ridurre i tempi medi di acquisto, aumenta la conversion rate degli showroomers
- Avere una clientela potenzialmente enorme implica anche poterla attirare e fidelizzare con una esperienza di acquisto ottimizzata attraverso l'integrazione di strumenti di marketing digital e social
- Avere un e-shop ottimizza il working capital e riduce volumi e rischi di magazzino fisico.
- I costi per le attività di marketing digitale sono molto contenuti e almeno due ordini di grandezza inferiori rispetto ai tradizionali ATL/BTL
- L'ecosistema dell'e-commerce integrato consente di utilizzare al meglio i big data analytics per campagne di posizionamento e analisi predittiva dei comportamenti di acquisto dei clienti a livello global

