

Come vendere online con un sito e-commerce

guida alle domande standard per il commercio non standard
(ma che lo sta diventando)



by



“Questo ebook si propone l'intento di essere una rapida guida per chi vuole intraprendere un'attività di vendita online con un proprio sito, ma ha tante domande e dubbi su cosa e come fare, e a quali professionisti affidarsi.”

*Marco Pedota – E-commerce & SEO specialist
Fabio Balista – Marketing & social media specialist*

INDICE DELLE PARTI:

1. Come iniziare: alcuni fondamenti per decidere
2. Primi passi per aprire un e-commerce
3. Come migliorare con il marketing online
4. Presenza nel web con i social network

Indice generale

Parte 1 - Come iniziare: alcuni fondamenti per decidere.....	4
L'obiettivo di questo ebook.....	4
5 concetti fondamentali sull'apertura di un negozio online.....	6
Per il mio business va bene la vendita online?.....	7
E i settori merceologici?.....	8
Parte 2 - Primi passi per aprire un e-commerce.....	9
Cosa serve per fare e-commerce?.....	9
L'infrastruttura.....	10
Idee chiare.....	15
Catalogo prodotti.....	16
Personale qualificato.....	17
Marketing.....	18
Informazioni ed aggiornamenti.....	19

Parte 1 - Come iniziare: alcuni fondamenti per decidere

L'obiettivo di questo ebook

Questo ebook è realizzato con l'obiettivo di riuscire a spiegare a te ed a chi ha intenzione di iniziare una attività di commercio elettronico **cosa si può e si deve fare, quando lo si deve fare e soprattutto il come lo si deve fare!**

Il **primo consiglio** che ti vogliamo dare è questo: informati, informati, informati!

Ci sono 3 cose che puoi già fare a questo scopo:

1) Blog informativi, Twitter, Google

Informati sul web: ci sono molte informazioni come quelle che trovi in questo ebook.

Cerca su Google <http://www.google.it/search?q=notizie+sulla+vendita+online>.

Puoi anche leggere gli articoli dedicati all'e-commerce sul nostro magazine online

<http://magazine.artistiko.net/tag/e-commerce/> o seguire gli aggiornamenti del nostro

account Twitter <http://twitter.com/StudioArtistiko>



2) Il nostro software



Akom è la nostra piattaforma web modulare per la creazione e la completa gestione di un e-commerce!

Il grande vantaggio? **Si adatta ad ogni tipo di esigenza di business**, anche quelle future.

Tieniti aggiornato sulle novità di Akom e del mondo della vendita online: <http://akom.artistiko.net/notizie-ecommerce>

3) Chiedi agli esperti

Puoi chiedere agli esperti di vendite online e di web marketing (*si, ci siamo anche noi!*). Non sempre sono così "inarrivabili" (*anzi, alcuni saranno felici di rispondere a tutte le tue domande!*) e potrebbero **aiutarti a scegliere bene** o semplicemente a capirne di più. Non esitare quindi a chiederci maggiori informazioni scrivendo all'indirizzo akom@artistiko.net



5 concetti fondamentali sull'apertura di un negozio online

1. **Aprire un sito e-commerce non è diverso da aprire un negozio reale:** che sia un piccolo negozietto o un megastore, richiede investimenti di marketing, personale qualificato, formazione e tempo. Il vantaggio dell'e-commerce è che i costi possono essere davvero molto ridotti ed il rischio d'impresa (per i piccoli e-shop) altamente abbassato.
2. Se decidi di aprire un e-commerce ricordati che non stai aprendo un distributore automatico: **il sito non venderà da solo.** I "sistemi facili" per fare soldi - famosi su Internet - non esistono: non troverai "modi" facili e contemporaneamente legali per far soldi.
3. Non ti illudere che con l'e-commerce guadagnerai lavorare poco: guadagnerai lavorando sodo.
4. L'e-commerce spesso non si fa esclusivamente con il sito Internet. **Il sito è il fulcro di un mondo dinamico** con proprie regole e attività sociali che lo conducono al successo.
5. Se non hai esperienza nella vendita online, potresti avere bisogno del **consiglio di consulenti esperti anche per fare le prime scelte e per muovere i primi passi.** Se hai esperienza necessiterai di tale consulenza per approfondire, aggiornarti, essere sempre al passo con i tempi.

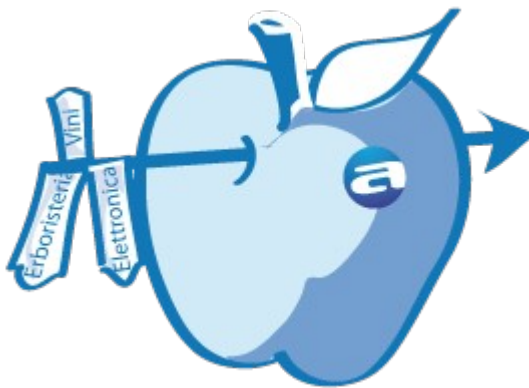


Per il mio business va bene la vendita online?

Si. Quasi qualsiasi business è adatto per la vendita online.

Un sito di vendita online può essere utile per:

1. **L'azienda che produce e vende solo all'ingrosso** (in questo caso parliamo di BtoB: business to business). Questo tipo di e-commerce può essere vantaggioso al fine di snellire le procedure d'ordine, diminuire la spesa per cataloghi e listini, agenti sul territorio, tempi e costi di fatturazione
2. **L'azienda di vendita al dettaglio** (in questo caso parliamo di BtoC: business to consumer)
3. **L'azienda che produce e vende all'ingrosso e al dettaglio** (in questo caso avrete bisogno di un sito misto BtoB e BtoC)



In base al tipo di business che si deve o si vuole intraprendere si andrà a costruire l'e-commerce adatto, a scegliere le sue funzionalità e a pianificare tutto il marketing per incrementare e gestire le vendite.

E i settori merceologici?

Alcuni settori sono oggi maggiormente inflazionati, in quanto presenti già da molti anni (elettronica di consumo, turismo nelle grandi città, ecc) **altri meno “difficili”** (per esempio vini e prodotti tipici), specie se è prevista **vendita all'estero**. Attenzione però: la vendita online all'estero prevede, per avere successo, di adeguata capacità logistica e di determinati accorgimenti dal punto di vista SEO e di marketing.

Questo non significa che non bisogna intraprendere il cammino della vendita online se il vostro prodotto è più “difficile”: **con i giusti consigli ed investimenti mirati è possibile raggiungere gli scopi prefissati**.

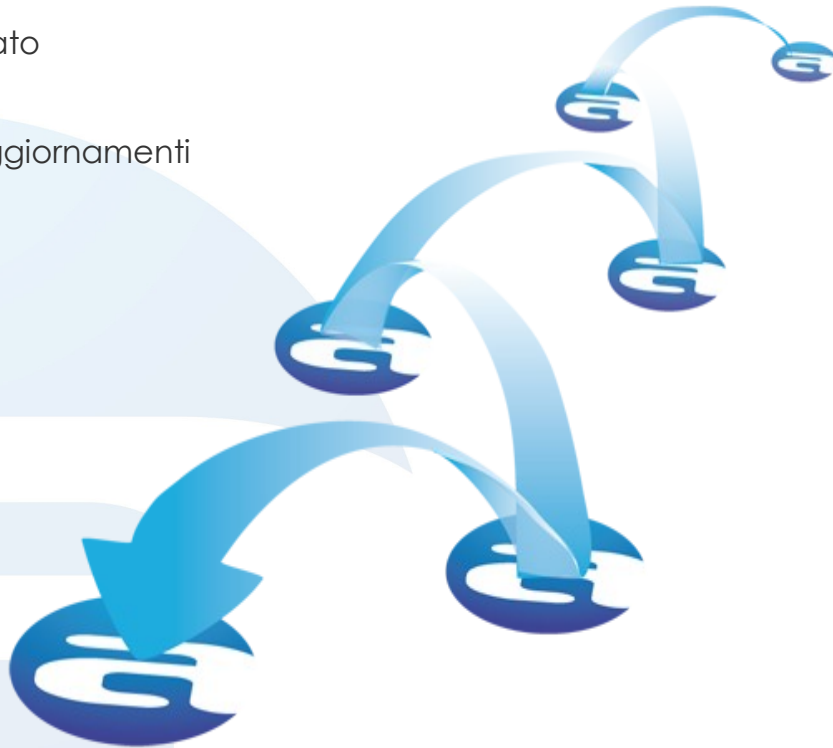
Ad oggi (fine 2011) il settore del **turismo** è in costante crescita da anni, mentre quelli **dell'abbigliamento** e dell'**editoria** hanno subito una grande crescita proprio nel 2011 (+38% rispetto al 2010)



Parte 2 - Primi passi per aprire un e-commerce

Cosa serve per fare e-commerce?

1. Infrastruttura
2. Idee chiare
3. Catalogo prodotti
4. Personale qualificato
5. Marketing
6. Informazioni ed aggiornamenti



L'infrastruttura

La prima cosa che devi sapere è che per poter attivare e gestire correttamente una realtà di business e-commerce è necessaria quella che viene definita una "infrastruttura".

Per infrastruttura intendiamo l'insieme di tutti gli elementi "tecnici" che ti permettono di svolgere l'attività di vendita online. Il sito web è solo uno di questi, perché l'e-commerce è un'attività imprenditoriale vera e propria, non semplicemente un sito.

Per **allestire l'infrastruttura di base** è necessario:

1. Dominio (il "vero" nome del sito web)
2. Hosting (spazio web e servizi che mantengono attivo il sito nel web)
3. Sito web (software) e-commerce

1. Dominio

Quando valuti la **scelta di un dominio per il tuo e-commerce** tieni presente questi punti fondamentali:

1. Artistiko.net è un nome a dominio. Quello che sta a destra del punto è l'**estensione** (che può essere geografica (.it per l'Italia, .es per la Spagna, .de per la Germania, ecc.), oppure può essere generico (.com ad esempio). Se vendi in Italia va bene acquistare un dominio .it ma se vendi anche all'estero sarebbe bene acquistare un dominio generico come dominio.com (preferibile) o dominio.net. Meglio ancora, in quest'ultimo caso, acquistarli entrambi per proteggere il nome scelto dalla concorrenza.



2. Per **scegliere il tuo nome a dominio** puoi seguire diverse strade:
 1. se hai già un dominio aziendale e non intendi utilizzarlo per l'e-commerce, e se questo è direttamente collegato ai prodotti trattati nel sito istituzionale, potete usare **un sottodominio** (o dominio di terzo livello) come shop.dominio.com
 2. puoi scegliere **un nome a dominio sulla principale frase chiave dei tuoi prodotti**, come ad esempio farmaciaonline.it o venditapentoleonline.com. Questo sarà utile per il posizionamento con l'esatta frase chiave contenuta nel dominio (ma solo per quella frase). Consigliamo questa scelta solo se non

avete già un marchio che vi rappresenta e se la frase di ricerca contenuta nel dominio è molto forte ed il prodotto trattato molto specifico (es: venditamotoriagricoli.it):

3. puoi scegliere **un nome a dominio di un nuovo marchio appositamente creato allo scopo**. Questo è secondo noi il migliore investimento di marketing a medio e lungo termine, perchè rappresenta un'identità forte ed unica. Bisognerà affrontare il costo di una consulenza per l'analisi del mercato, della concorrenza, la scelta del nome e la creazione di un logo che possa essere utile al raggiungimento dello scopo di marketing prefissato: il vantaggio sarà indubbiamente.

La decisione è delicata (cambiare il dominio ad un e-commerce avviato potrebbe essere un'operazione traumatica e dannosa): ti consigliamo di affidarti per questa scelta a dei professionisti o ad un'agenzia di servizi web specializzata in e-commerce e SEO.

2. Hosting

La sostanziale differenza tra un negozio reale ed un negozio online (anche se in precedenza vi abbiamo detto che a differenza di quello che si può credere, le due cose sono molto simili) è che **il negozio online è aperto 24 ore al giorno, 7 giorni alla settimana, 365 giorni l'anno.**

Avrebbe senso avere il personale al lavoro nel negozio e le porte chiuse? Crediamo di no.

Per questo motivo, il servizio di hosting **deve essere affidabile e garantire la visibilità del sito anche in caso di elevato traffico** (vorreste chiedere il negozio nel momento in cui è totalmente pieno di clienti?)

Per “hosting” si intende il servizio di:

1. **spazio web** per alloggiamento del sito: pagine, immagini, ecc.
2. **database** per alloggiamento di tutti i dati del sito: prodotti, anagrafiche, ordini, ecc.
3. **posta elettronica:** caselle di posta del sito, antivirus, antispam



3. Sito web

Quando valuti una proposta software (ovvero il sito web che sarà il tuo e-commerce, primario e fondamentale strumento del tuo business) tieni presente questi punti:

- Il sito deve essere **flessibile** (possibilità di personalizzazione grafica e nell'attivazione di moduli opzionali per ogni esigenza)
- Il sito deve essere **in grado di adattarsi alle tue esigenze ed al tuo business**
- **Le esigenze che puoi avere in futuro sono molte** e la soluzione che sceglierai dovrà essere in grado di soddisfarle
- Il sito deve essere **implementabile di nuove funzioni**. Il primo sito che farai non sarà quello che terrai per sempre. Nel tempo cresceranno le esigenze che avrai: vorrai poter aprire un blog, vorrai poter inviare una newsletter ai tuoi clienti, vorrai poter far scaricare i manuali d'uso dei tuoi prodotti, ecc. La soluzione che stai valutando quanto è scalabile?
- Il sito deve essere **Search Engine Friendly**.
Avere un sito di per sé non assicura visibilità. Su Internet bisogna promuoversi e "sapersi posizionare". Google (e anche gli altri motori di ricerca) preferisce le pagine più veloci da caricare ed avere un codice ben scritto aiuta in questo. Gli URL (indirizzi delle pagine), invece, devono essere riscritti eliminando quel "festo incomprensibile". Esistono anche altri fattori rilevanti per il SEO (Search Engine Optimization): ricordatevi di valutarli quando sceglierete la soluzione finale.



Idee chiare

Il primo passo per avere idee chiare lo stai già facendo!

Ti stai infatti informando sull'argomento per saperne di più e per poter fare una scelta importante evitando di fare un "salto nel buio".

È quindi molto importante sapere **che tipo di business si sta intraprendendo**:

- E' un **piccolo esperimento** di vendita online che affianca un'attività fisica preesistente?
- Una **startup a basso budget**?
- Oppure una **attività primaria** che vuole affermarsi saldamente nel mercato nazionale e magari anche internazionale?

Queste domande sono utili per capire quale strada volete intraprendere, costruire il vostro business plan e permettere ai vostri consulenti di consigliarvi la strategia adatta a raggiungere gli obiettivi prefissati.



Catalogo prodotti

Il catalogo prodotti di un sito e-commerce è **il vero cuore del sito**: gli utenti, infatti, cercano prodotti da acquistare!

Che siano alla primissima ricerca, che stiano solo cercando informazioni o che siano giunti sul tuo sito perchè già consapevoli del buon prezzo che praticate sul prodotto in questione, **il tuo scopo** deve essere uno solo: **evitare che vada a cercare altrove e convincerlo che il momento adatto ad acquistare il prodotto sul tuo sito è adesso.**

Per questo motivo, tieni a mente alcuni punti fondamentali:



- Organizza il catalogo in **categorie bene organizzate**, in modo che sia facile trovare i prodotti senza perdere tempo
- Offri una **descrizione dei prodotti completa ed esauriente**, ma non eccessivamente complessa da leggere: spazia i contenuti, inserisci tabelle con caratteristiche, metti le parti più importanti in evidenza grazie alla formattazione del testo
- Se non hai **fotografie di qualità** (ad esempio prelevabili dai siti web dei produttori) non cedere alla tentazione del fai-da-te. Fai eseguire un servizio fotografico ad un professionista: la presentazione visiva di un prodotto influisce moltissimo sull'idea che l'utente si fa del prodotto stesso (ma anche del "livello" dell'azienda che li produce o che gestisce il sito web)
- Tieni i prezzi sempre sotto controllo i **prezzi!** Uno dei motivi principali che spinge un utente a comperare da te o altrove è proprio il prezzo migliore. In caso di vendita di prodotti di largo consumo, di facile reperibilità su altri siti, il prezzo è il primo fattore di confronto e di scelta.

Personale qualificato

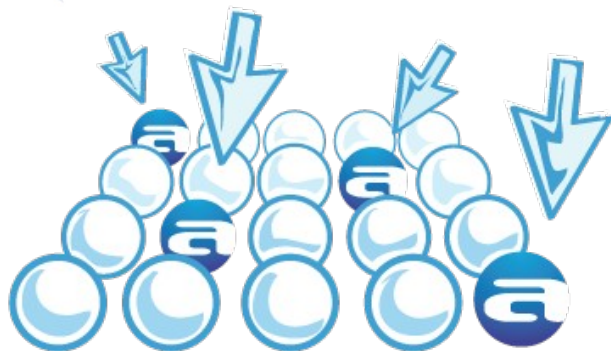
Sappiamo bene che il fai-da-te equivale a tentare la fortuna. E **un business di successo**, che sia piccolo o grande o solamente un esperimento, **non deve affidarsi alla fortuna**.

Tra i parametri fondamentali legati al successo del tuo negozio online dovete considerare il personale: ci sono **quattro possibilità**, legate soprattutto al budget a disposizione e al tipo di business da intraprendere:

1. **gestire da soli il vostro e-commerce**
2. **impiegare del personale già presente in azienda**
3. **assumere del personale qualificato**
4. **far gestire il negozio online a dei consulenti esterni**

Nei primi due casi, a meno che i gestori dell'e-commerce abbiano già esperienza pregressa nella vendita online, ti consigliamo (come facciamo sempre anche con i nostri clienti) vivamente di investire in formazione: sicuramente una soluzione migliore rispetto alla quarta, sia per il risparmio economico a medio e lungo termine, sia per le competenze acquisite internamente alla tua azienda.

Come in un negozio fisico tradizionale, il personale sarà un **elemento fondamentale per la crescita del tuo business**, occupandosi soprattutto di tutte le questioni di **aggiornamento continuo** dei prodotti e dei prezzi, oltre all'**assistenza pre e post vendita** ai clienti: elemento fondamentale da non sottovalutare mai.



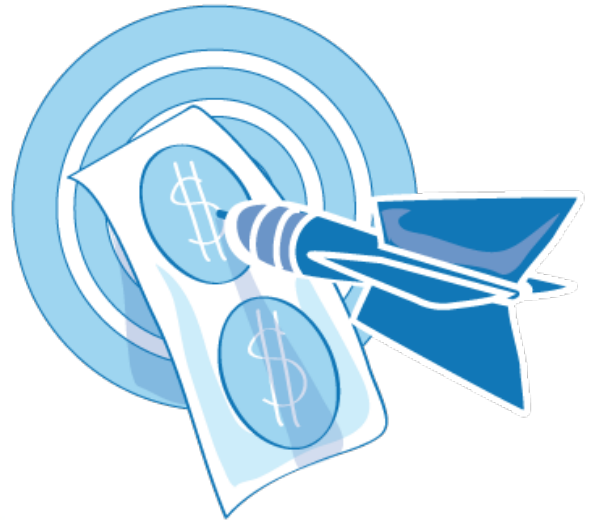
Marketing

Il vero **carburante del tuo e-commerce** (dopo ovviamente il tuo entusiasmo e costante impegno) è il marketing: che lo faccia la tua agenzia di servizi web, il tuo personale interno o tu stesso in prima persona, qualcuno deve farlo.

Il sito e-commerce, per quanto costruito alla perfezione secondo attenti studi di marketing e di usabilità, per quanto i tuoi prodotti siano interessanti ed i prezzi concorrenziali, **non vende da solo!**

Alcune **strategie di marketing** che puoi sfruttare, in base al prodotto, target, tipologia di business, sono:

- motori di comparazione prezzi
- social media (Facebook, YouTube, Google+, Twitter, ecc)
- newsletter
- buoni sconto e raccolta punti
- blogging e/o comunicati stampa
- campagne pay-per-click (Facebook e/o Google AdWords)
- sondaggi d'opinione



Informazioni ed aggiornamenti

Specie se vendete o volete vendere prodotti di massa a larga diffusione sul web (come ad esempio prodotti di elettronica/informatica o abbigliamento e calzature di marca), **la differenza tra la scheda prodotto di un concorrente** e la vostra sono sicuramente le informazioni. Ovviamente dopo il prezzo stracciato che il vostro concorrente ha appena pubblicato sul suo sito dopo aver visto il tuo ed aver tolto 50 centesimi...

Cosa intendiamo per **informazioni**?

1. Immagini
2. Titolo e testo descrittivo
3. Caratteristiche

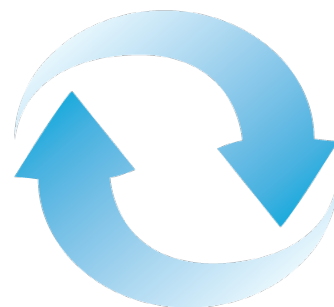
Immagini di qualità donano sempre un aspetto professionale sia al vostro prodotto, sia globalmente al vostro sito web!

Il **titolo** (o nome del prodotto) deve contenere le parole chiave ma non essere troppo lungo o incomprensibile per l'utente. Anche il **testo descrittivo** del prodotto deve essere abbastanza lungo ma immediato e facile da leggere nei punti chiave, grazie alla formattazione del testo (grassetto, elenchi puntati o tabelle per le **caratteristiche** tecniche o specifiche, ecc).

E' importante anche che il testo sia originale: non copiatelo e incollatelo dal sito del produttore: molto meglio *"riscriverlo con parole vostre"*

Anche gli **aggiornamenti** sono importantissimi: **in primo luogo i prezzi**. Come indicato nell'introduzione di questa pagina, un concorrente attento e rapido può rubarvi dei clienti solo perchè ha aggiornato il prezzo di mercato del prodotto rendendo il proprio **e-commerce più concorrenziale**.

È anche vero però che **esistono molti altri fattori che influiscono sulla scelta** di un sito rispetto ad un altro: qui entra in gioco il **marketing online**.





Artistiko (P.IVA 02216850418)

Via A. Costa 25 - 61122 Pesaro (PU)

Tel. (+39) 0721 283799

Fax (+39) 0721 1760104

akom@artistiko.net

<http://akom.artistiko.net>

Un grazie a Martina Api per le illustrazioni realizzate appositamente per questo e-book