

# eCommerce

---

24 Aprile 2020

---

Stefano Leccese Renzetti  
sterenzetti@gmail.com

# Il retail a livello internazionale



Consumi retail  
(crescita)



Consumi  
e-commerce



€4,972 Mld (+10.3% YoY)



18%



€3,035 Mld (+14% YoY)



14%



€482 Mld (+3.3% YoY)



11%



€440 Mld (+2.8% YoY)



10%



€427 Mld (+3.5% YoY)



18%

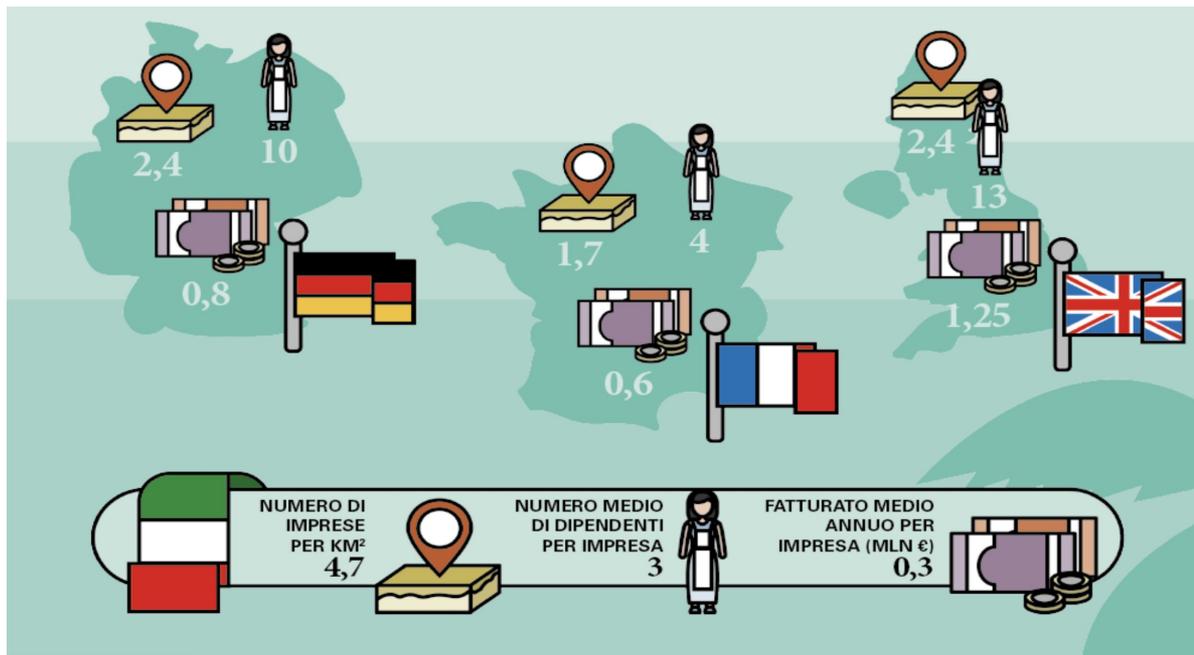


€304 Mld (+1.7% YoY)

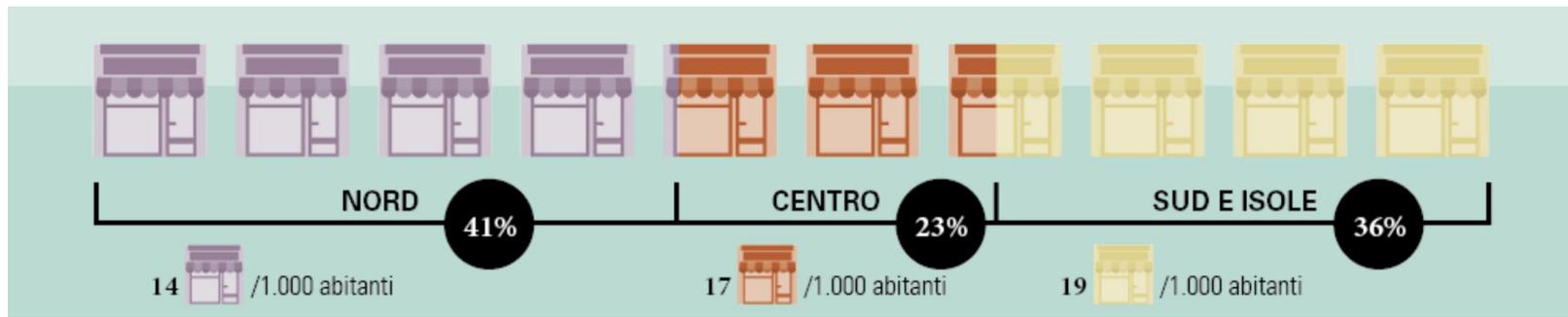


5%

# In Italia, rispetto agli altri paesi EU, ci sono più imprese, ma di dimensioni più ridotte



# L'infrastruttura retail in Italia conta 983,000 esercizi commerciali

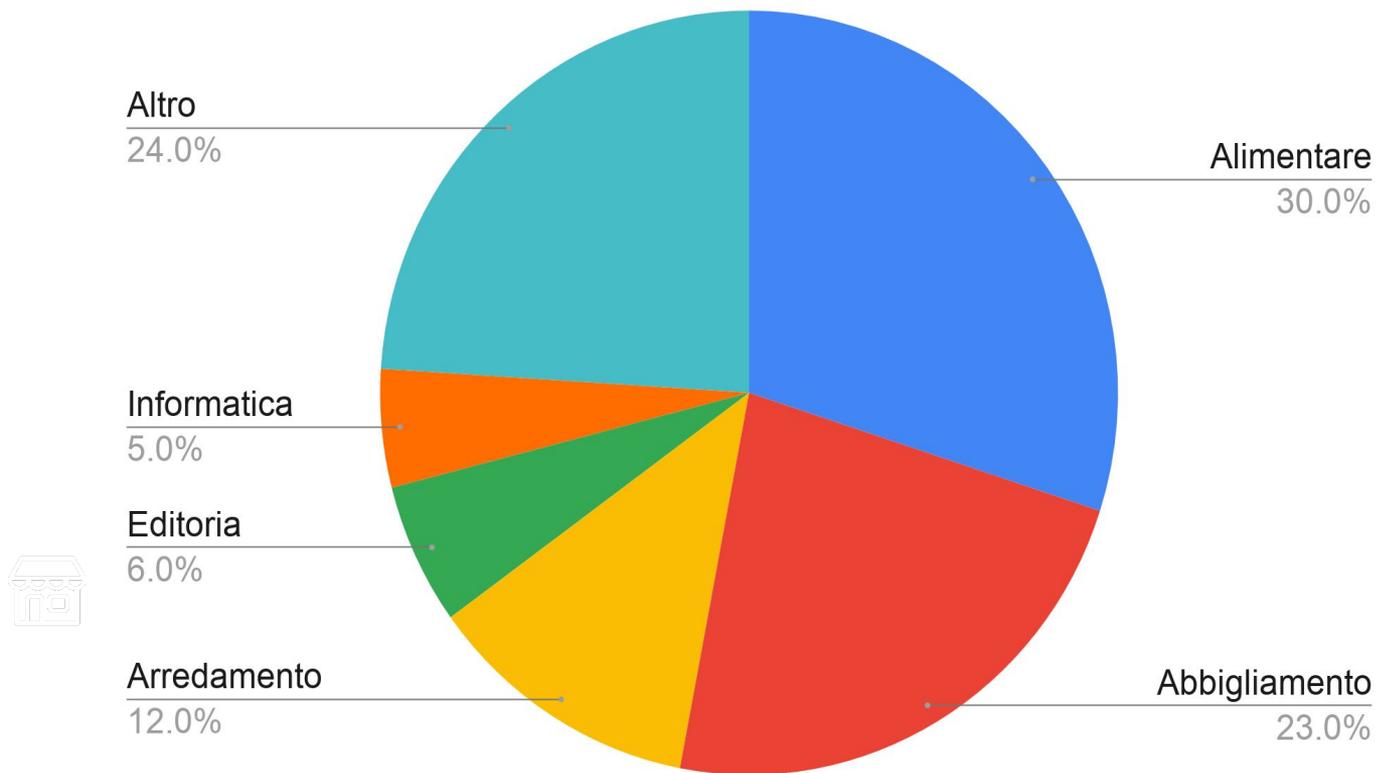


**614,000 punti vendita**  
- 5,300 punti vendita all'anno



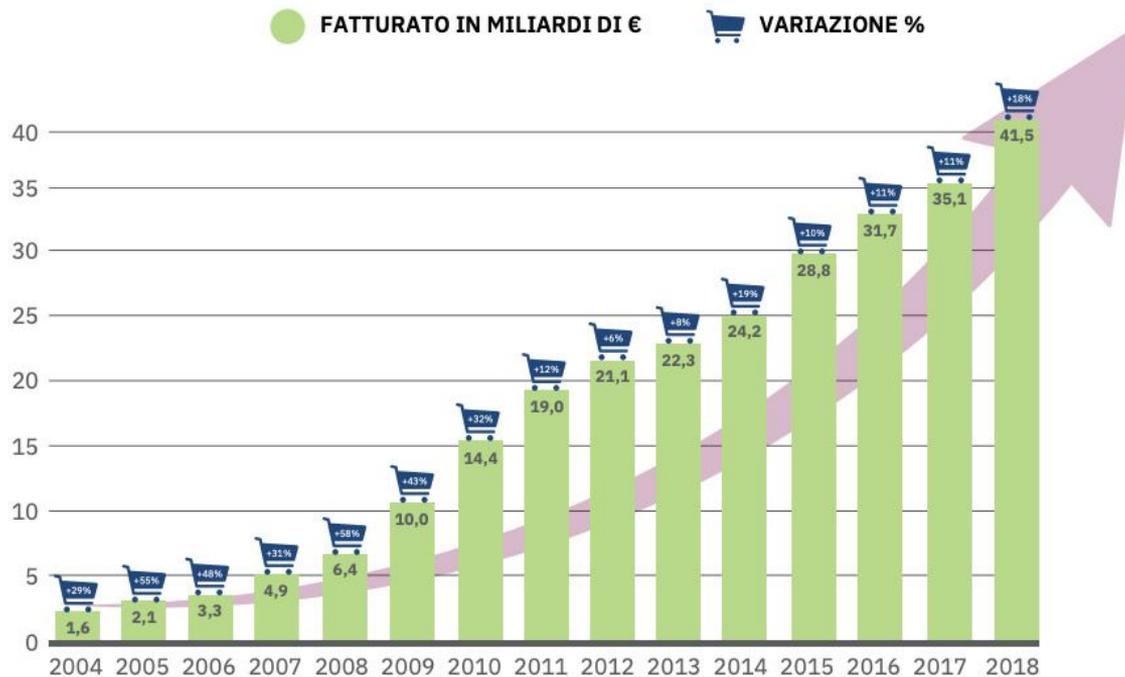
**369,000 ristoranti**  
+5,600 ristoranti all'anno

# L'infrastruttura retail in Italia: distribuzione per settore



# Il fatturato e-commerce in Italia vale 41.5 Mld

Il fatturato e-commerce in Italia: volumi 2004-2018



# Le vendite online sono in aumento per tutte le categorie

La domanda e-commerce b2c in Italia

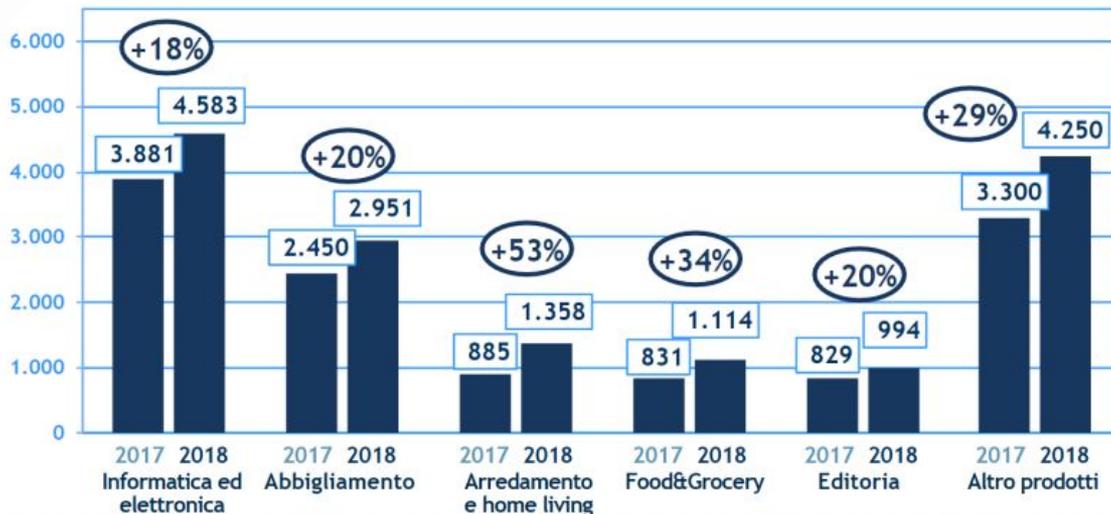


**Mercati ad alta crescita di vendite online:**

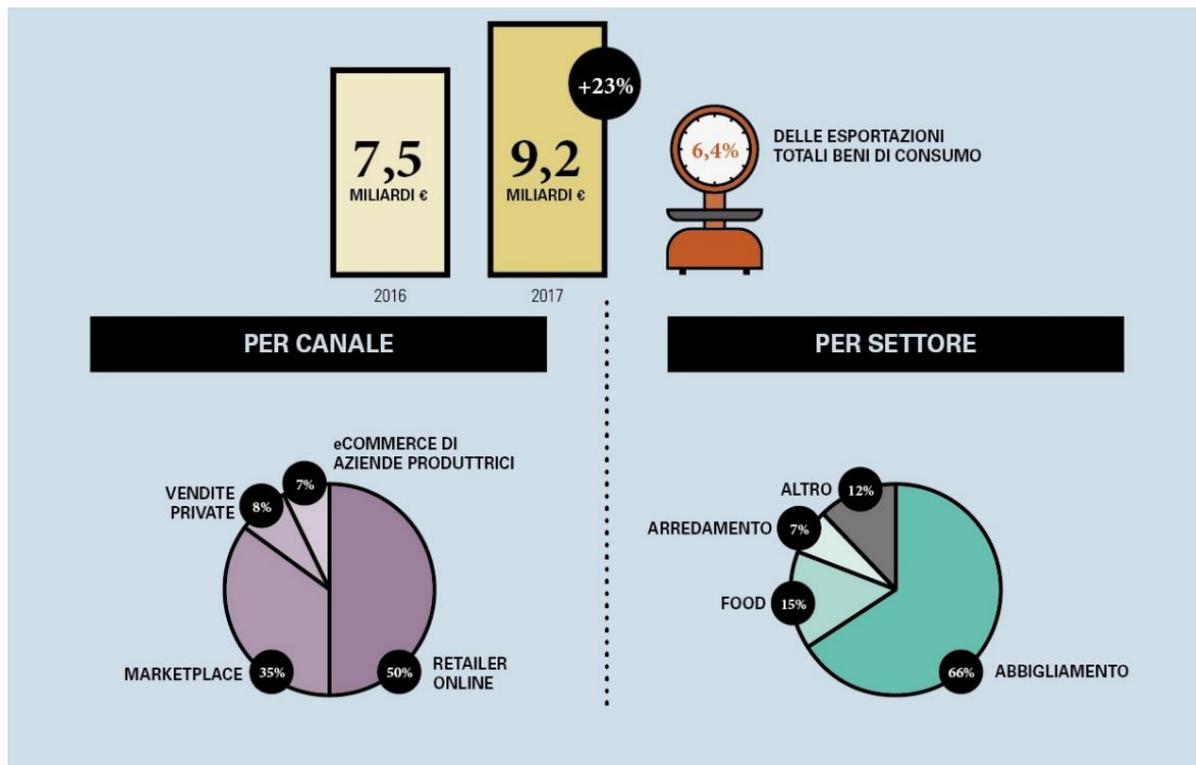
- Arredamento
- Food & Groceries

**Mercati ad alto volume di vendite online:**

- Elettronica
- Abbigliamento



# L'export italiano b2C è abilitato dal digitale





# I SETTORI del retail italiano





# IL RETAIL ALIMENTARE

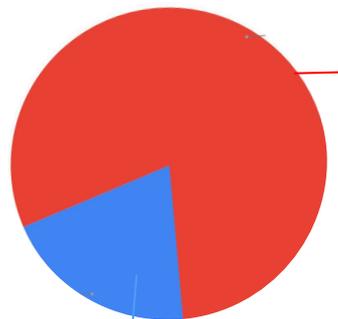
In Italia

Dimensioni e player

# Il retail alimentare: piccoli e grandi distributori

**83Mld**  
di euro nel  
2018

**+3.3%**  
crescita annua



**80%**  
GDO

**20%**  
piccoli distributori



  
NUOVO PASTIFICIO ORSO



## Grande Distribuzione

Strutture centrali controllate da un **unico soggetto proprietario**, gestiscono punti di vendita diretti.



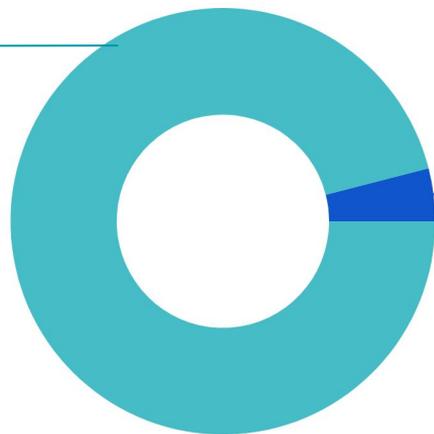
## Distribuzione organizzata

Aggregazioni di piccoli soggetti secondo la logica *'l'unione fa la forza'*.



# Il retail alimentare è ancora un mercato prevalentemente offline, ma non mancano player innovativi

**96%**  
fatturato offline



**4%**  
fatturato e-commerce

**Player tradizionali  
che si sono mossi in  
un'ottica omnicanale**



**Player con business  
model innovativi**

**WineLivery**  
L'unica app per bere!

**TANNICO**

**Cortilia**  
la campagna a casa tua

**VINICUM**  
C'È L'ITALIA NEI NOSTRI VINI

# Esempio di player innovativo



**Cortilia**  
la campagna a casa tua

[Chi siamo](#) [Regala Cortilia!](#)

[Aiuto](#) | [Contattaci](#)

[Blog](#)

**Cortilia**  
la campagna a casa tua

[Come Funziona](#) [Agricoltori](#) [Ricette](#)

[Registrati](#) | [Accedi](#)



Cassette



Offerte



Kit Ricette



Frutta e Verdura



Pesce e Carne



Salumi e Latticini



Piatti Pronti



Pasta, Pane e Riso



Dolci e Snack



Dispensa



Vino e Bevande



Cura Persona



Casa e Animali



## LE CASSETTE IN ABBONAMENTO

Tutta la freschezza dei prodotti alimentari online appena raccolti ogni settimana a casa tua!

da € 19,00



Mista

[Abbonati Subito!](#) >

da € 19,00



Frutta e verdura

[Abbonati Subito!](#) >

da € 19,00



Solo verdura

[Abbonati Subito!](#) >

da € 19,00



Solo frutta

[Abbonati Subito!](#) >



# IL RETAIL ABBIGLIAMENTO

In Italia

Dimensioni e player

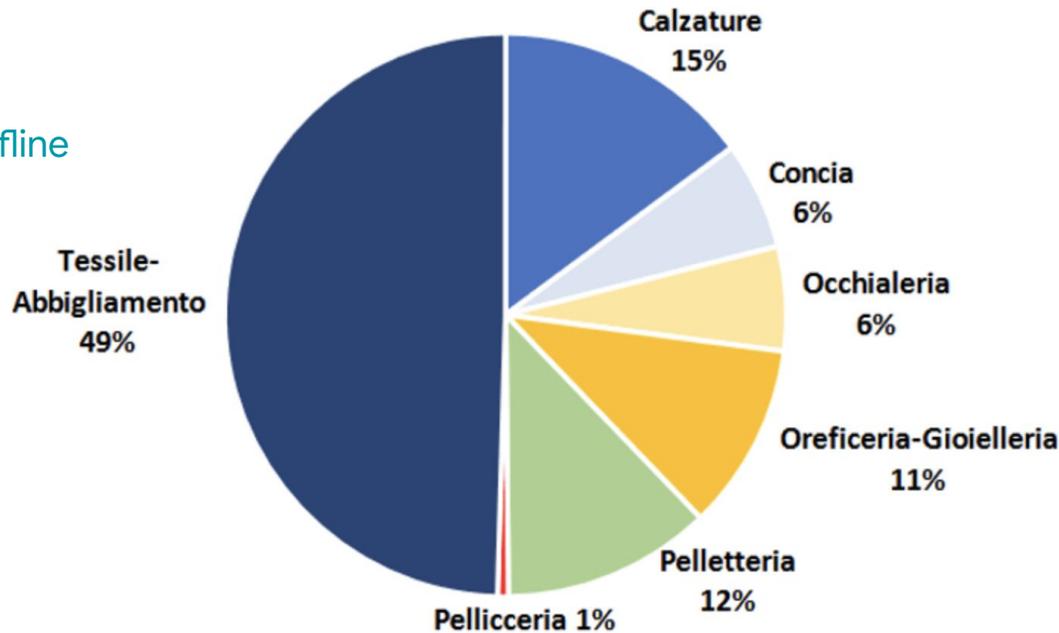
# Fashion & accessories: dimensioni e player

**60 Mld**  
di euro nel  
2018

7.5% online

92.5% offline

**26 Mld**  
Export



Fonte: Confindustria Moda su ISTAT;

# Esempio di player innovativo



**/ RTKNIT**  
STUDIOS



## **SELECT THE MODEL**

Select your favorite model proposed by our knitwear designers



## **PLAY WITH COLOURS**

Choose among a variety of colors proposed by our designers



## **MAKE IT UNIQUE**

Make your garments unique. Personalize with letters or number to reveal the uniqueness of your creation

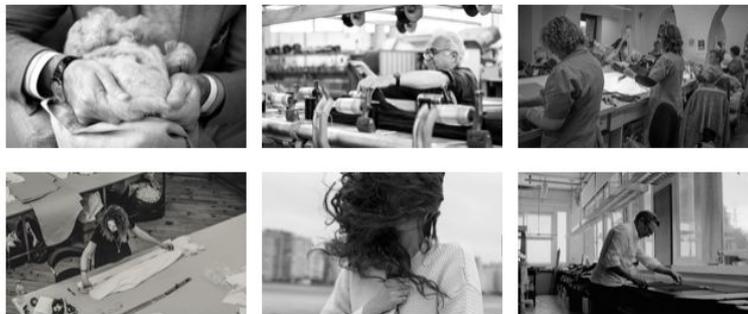


## **PLACE THE ORDER**

Click the button. Our artisans will take care of your request and we will ship to your door approximately in 10 days

## **/THE SHOPPING EXPERIENCE**

Thanks to our made-to-measure solution and 3D technology, our artisans are able to create a unique knitwear to satisfy your needs and taste



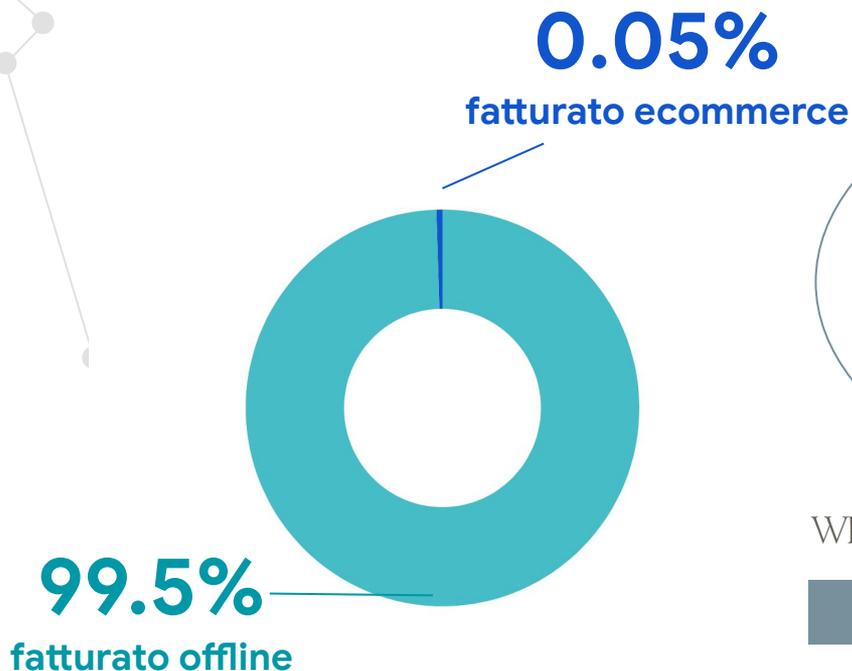


# IL RETAIL ARREDAMENTO

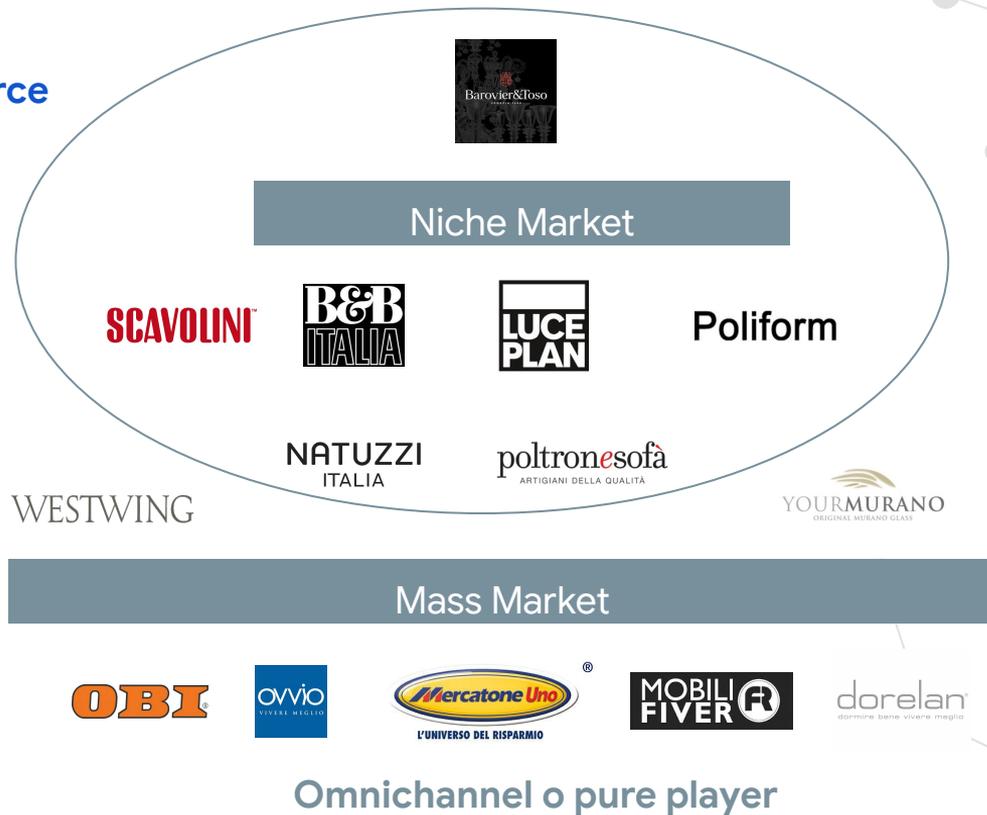
In Italia

Dimensioni e player

# Furniture: dimensioni e player

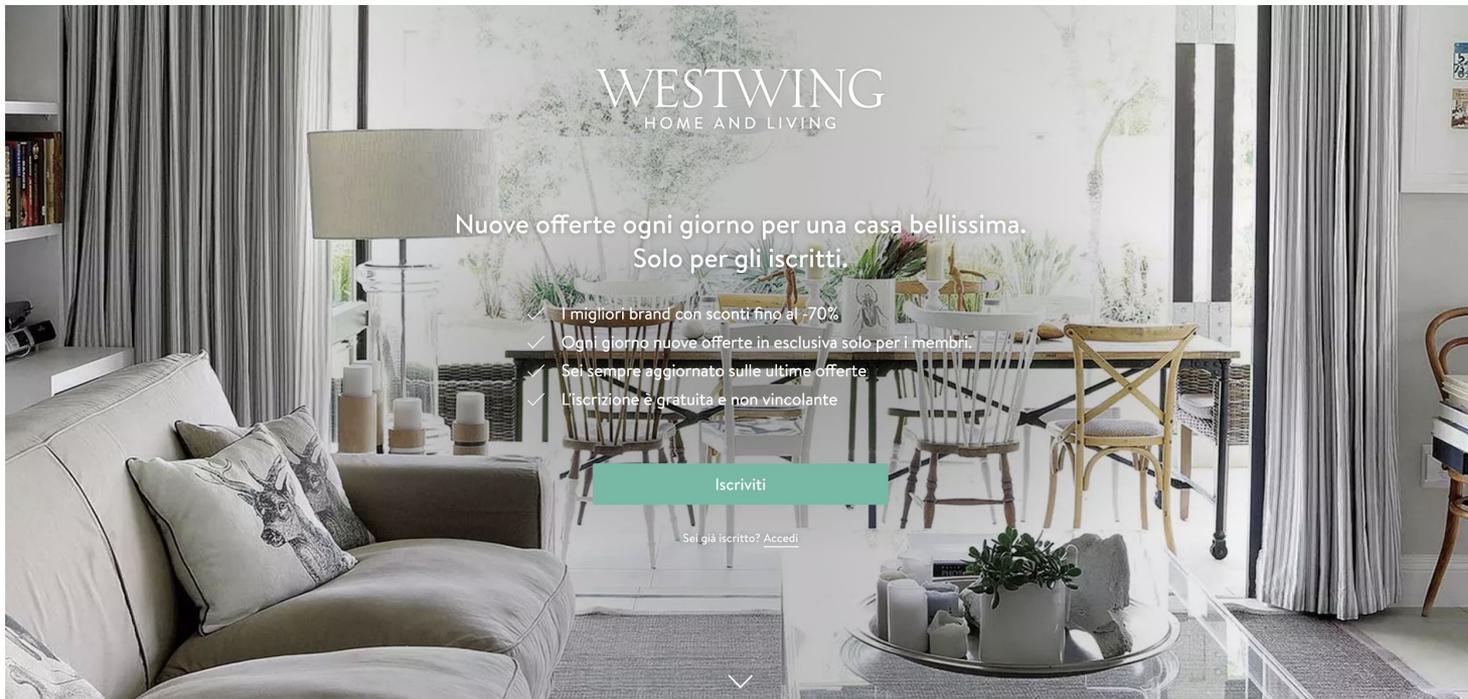


Solo offline: il sito rappresenta una vetrina



# Esempio di player innovativo

## WESTWING



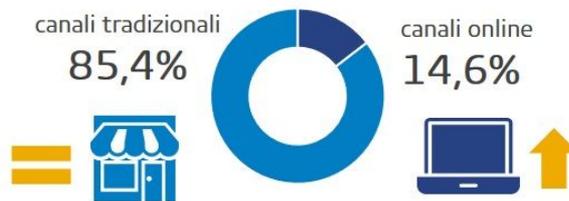


# IL RETAIL DI ELETTRONICA

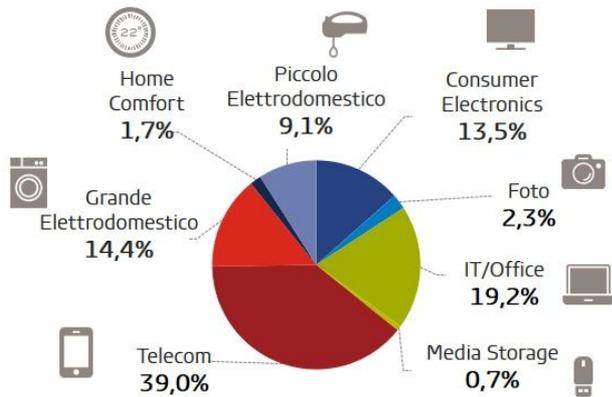
In Italia

Dimensioni e player

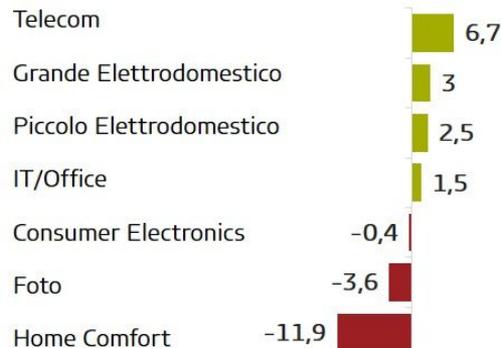
# Settore elettronica: dimensioni e player



## IMPORTANZA SETTORI



## TREND SETTORI



# Esempio di player innovativo



2 Years Product Warranty

WOODIE PRODUCTS JOURNAL BUSINESS SOLUTIONS SHOP COMPATIBILITY EUR EN

The image shows a glowing, white, spherical smart lamp with a blue ring at the top. It is placed on a dark surface next to a white ceramic model of a Mercedes-Benz 300 SL 1954. The lamp is illuminated from within, casting a warm glow. The background is dark and slightly blurred.

**Luna Smart Lamp**  
The first lamp that integrates Amazon Alexa and Qi wireless charging.

JOIN WAITLIST

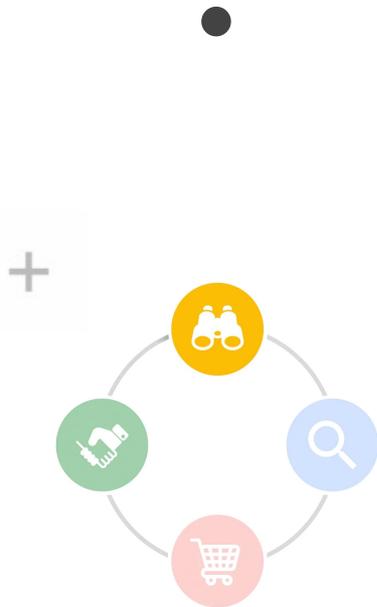


# Modelli di business

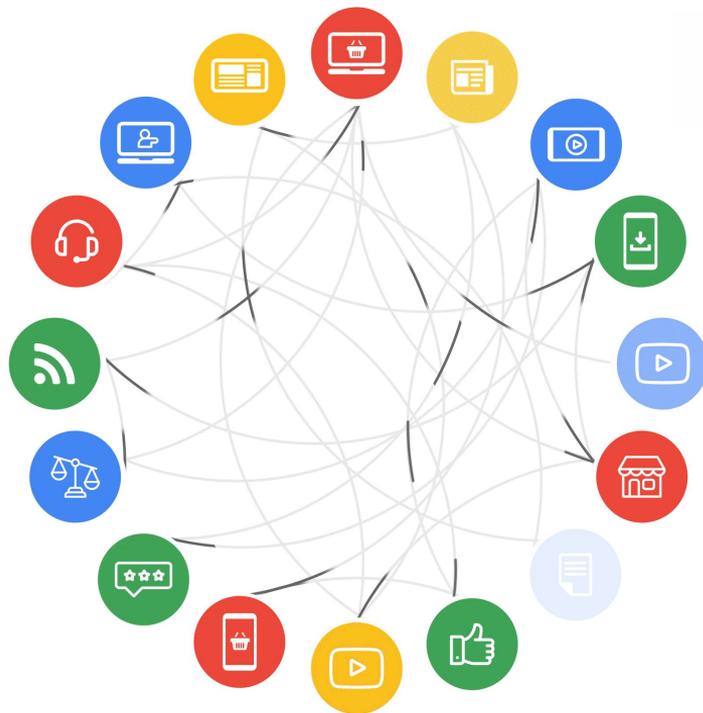


# Aumentano i punti di contatto con il consumatore

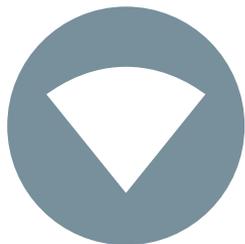
Traditional customer lifecycle



Digital customer lifecycle



# In Italia, lo shopping è ormai equamente diviso tra offline e online



50%

Tempo speso online (media)



50%

Tempo speso in-store (media)

4.6 (of 18)

Touchpoint  
Online nell'ultima  
settimana

+  
2.2 (of 6)

Touchpoint  
Offline  
nell'ultima  
settimana

[120 or more] [80 or less]

Q2. Which of the following did you use within the last week to shop, browse and/or buy? Base: Total Sample (n=509)

Q6. We would like you to think about the total time you spend shopping (browsing, researching and purchasing). Typically, what proportion of your time is spent online versus in a store? Base: Total Sample (n=509)

# Anche nei settori in cui la vendita avviene in store, il percorso del consumatore inizia online

Quali touchpoint spingono l'utente ad acquistare?



63%  
Online



36%  
In-store

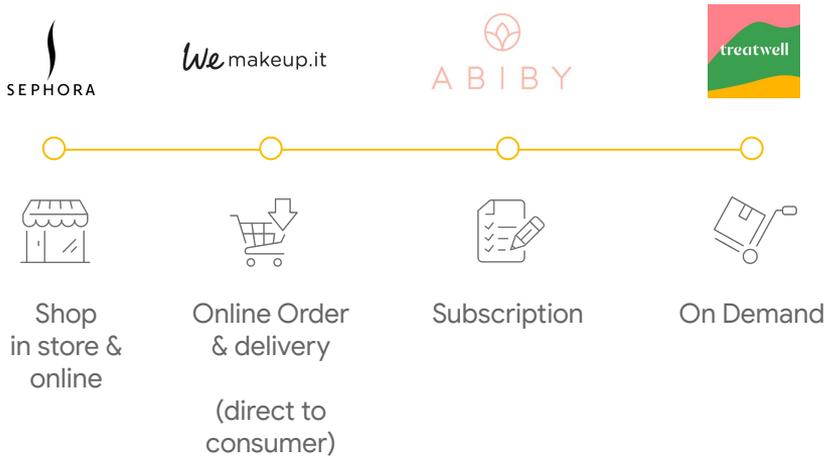


25%  
Traditional media

Q2. Which of the following did you use within the last week to shop, browse and/or buy? Base: Total Sample (n=509)

Q6. We would like you to think about the total time you spend shopping (browsing, researching and purchasing). Typically, what proportion of your time is spent online versus in a store? Base: Total Sample (n=509)

# Il punto vendita fisico **non è più al centro** dell'esperienza del consumatore



# In molti settori, il traffico negli store fisici è in caduta

Ciò ha un effetto negativo sui margini dei retailer



*Business direct to consumer*

WARBY  
PARKER

Casper

We makeup.it

mahabis

Velasca  
MILANO



Rapporto con i  
marketplaces

amazon

▶ zalando

ebay

FARFETCH

LUISAVIAROMA



# I modelli di Supply Chain

## Drop-shipping



## 3rd party fulfillment



## Direct-to-consumer



# Quali sono i vantaggi e gli svantaggi di ciascuno?

## Drop-shipping



**Profit** = Retail Price – fee per Product from Dropshipper

## 3rd party fulfillment



**Profit** = Retail Price – Price Per Product – 3PL fees

## Direct-to-consumer



**Profit** = Retail Price – Inventory Buying – Inventory Storing – Fulfillment costs



Drop  
-shipping

+

- Facile/economico per iniziare
- Non è necessario alcun tipo di business development a supporto

-

- No Customizzazione
- Scarso controllo sulla qualità
- Compressione Margini

+

3rd party  
fulfillment

- Permette di sfruttare economie di scala per l'acquisto dell'inventario
- Nessun investimento in magazzino necessario

-

- Scarso controllo sulla qualità
- Compressione margini

# Direct to consumer



- Il dettagliante mantiene il controllo su packaging e processi
- Basse barriere all'entrata
- Controllo su price, placement, promotion



- Alta intensità di capitali
- Time-consuming

# Perchè vendere su Marketplace?

## Top 3 fattori per la scelta del retailer per il consumatore finale



68%

Free shipping



54%

Easy return



49%

Knowing I got a good deal

[Indexed to Global Score (excluding China)]

Q12. How important are each of the following factors to you when it comes to choosing which brand or retailer to buy from? Base: Total Sample (n=509) Top Box Score

# Perchè vendere sui Marketplace?



- Possibilità di raggiungere un bacino di utenti più ampio
- Raggiungere potenziali clienti a un costo mediamente più basso
- Intercettare la *domanda latente*
- Efficace per smaltire inventario
- Efficace come testing ground per capire le dinamiche di mercato

- Erosione dei margini
- No rapporto diretto con il cliente
- Pochi dati su utenti/clienti
- Assenza possibilità di customer retention/remarketing
- Rischio di competizione dei *private labels*

# Come vendere sui Marketplace?

## Vendor

il brand **vende una parte dei propri prodotti al marketplace**, come se quest'ultimo fossero a tutti gli effetti un ulteriore retailer (online).

Generalmente il brand cede tali prodotti al prezzo *wholesale*, quindi ottiene **margini più ristretti**.

## Seller

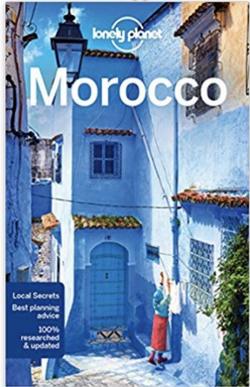
In questo caso i brand sfruttano i marketplace come punto di contatto con i potenziali clienti.

Nella maggior parte dei casi occorre occuparsi della creazione dei contenuti digitali, delle spedizioni, della parte amministrativa, del customer service e dei resi. Vendere da Seller presuppone il possesso di competenze specifiche e di risorse dedicate.

NB: disponibile solo in alcuni marketplace (p.e. Amazon e Ebay)

# Vendor o Seller?

Leggi l'estratto ↓



**Morocco**

Local Secrets  
Best planning advice  
100% researched & updated

17,26 €  
Tutti i prezzi includono l'IVA.

**Spedizione GRATUITA** per ordini sopra 25,00 € di libri idonei.

**Disponibilità immediata.**  
Venduto e spedito da Amazon.

Quantità: 1

 **Aggiungi al carrello**

 **Acquista ora**

Visualizza tutte le 9 immagini



18,99 €

**Spedizione GRATUITA** per ordini superiori a 29,00 € . [Maggiori informazioni](#)

**Vuoi riceverlo martedì 15 ott?**  
Ordina entro **11 ore e 4 min** e scegli la spedizione **Rapida**.  
[Maggiori informazioni](#)

 Il tuo indirizzo di consegna: [Irlanda](#)

**Disponibilità immediata.**

Quantità: 1

 **Aggiungi al carrello**

 **Acquista ora**

Venduto da **Letigo IT** e spedito da Amazon.



# Strategia di comunicazione per business retail





## Connetti

Il tuo business ai clienti



## Incoraggia l'azione

sul sito, in-store, e attraverso il web.



## Amplifica

la portata del tuo business raggiungendo nuovi utenti



Sito



Contenuti



Traffico



## Prosciutto di Cinghiale - Franchi - 100gr.

€9,90

Size

100gr. ▾

Quantity

1

[ADD TO CART](#)

Buy with  Pay

[More payment options](#)

 [SHARE](#)

 [TWEET](#)

 [PIN IT](#)

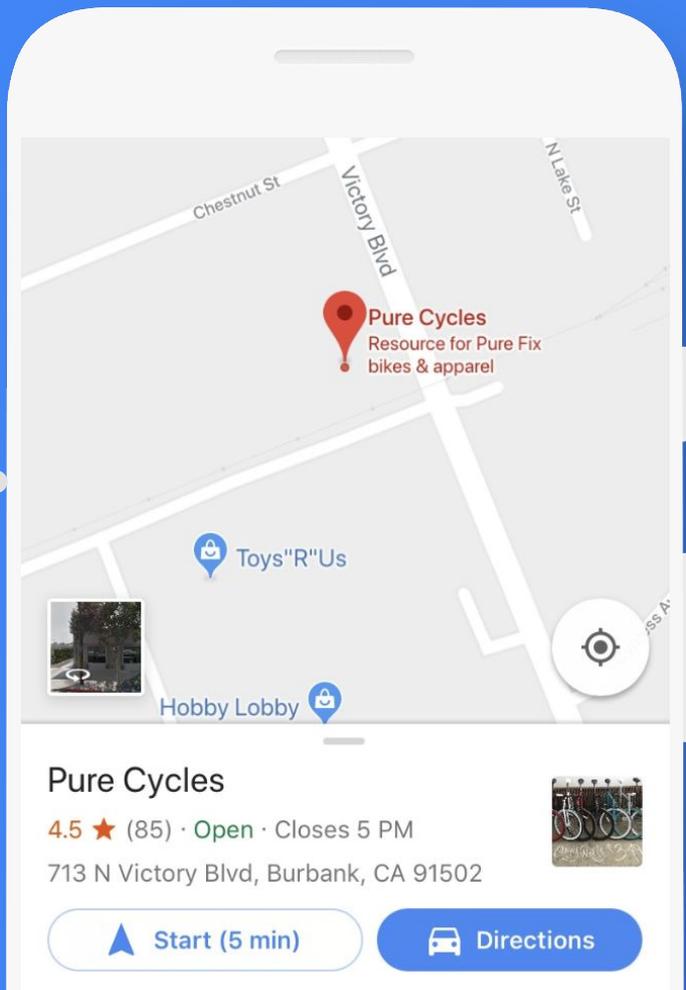


---

# Connetti

il tuo business con i tuoi potenziali  
clienti lungo tutto il customer journey

**Business con presenza fisica e  
presenza online limitata**



## 1. Google MyBusiness per dare informazioni chiave

---

Punti d'attenzione:

- Foto professionali! (solo 1 attività su 5 le ha!)
- Orari di apertura/chiusura aggiornati
- Contatti up-to-date
- Controllare periodicamente le reviews
- Possibilità di creare sito web in pochi passi

Parti da qui:

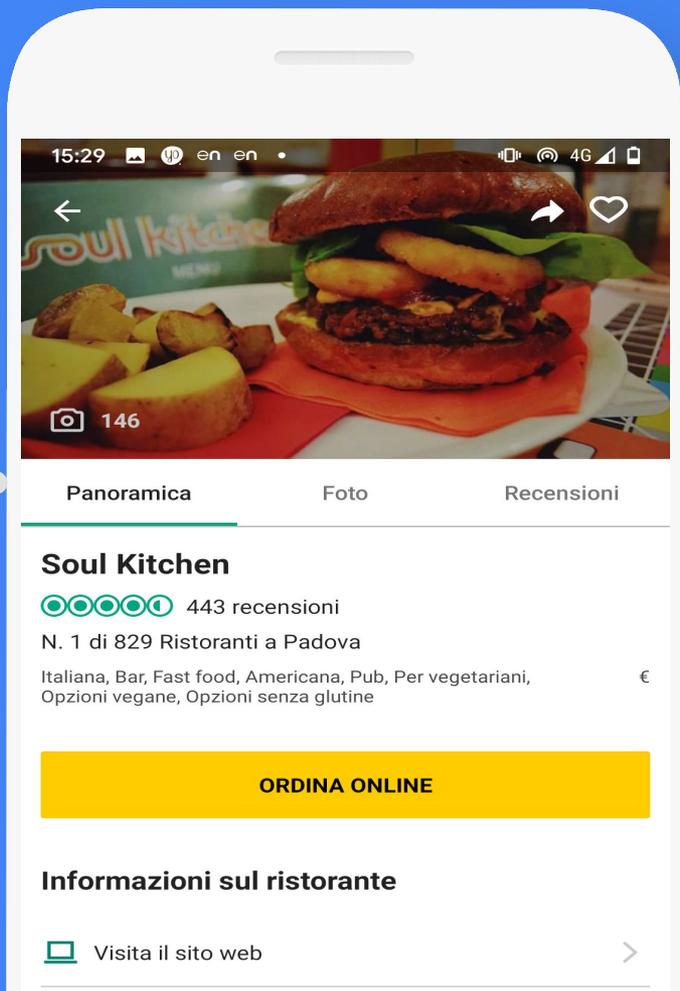
<https://www.google.it/business/>



## 2. Pagina aziendale sui social media per connettersi con potenziali clienti

Punti d'attenzione:

- Immagini di copertina e logo professionali e rilevanti
- Contatti e orari di apertura aggiornati
- Contenuti differenziati e up-to-date
- Reattività ai messaggi di clienti/potenziali clienti



### 3. Business Reviews su aggregatori

- Assicurarsi di essere presenti su **tutti** aggregatori di recensioni che sono indispensabili per il business
- Approfittare delle offerte speciali degli aggregatori (e.g. the Fork) per far conoscere la propria attività
- Incoraggiare gli acquirenti a lasciare reviews per costruire volume critico
- Monitorare reviews e aprire/mantenere dialogo con clienti

**Business con presenza online**

# Canali di traffico

Search Engine  
Marketing (SEM)

Social media

Retargeting



Programmi di  
affiliazione

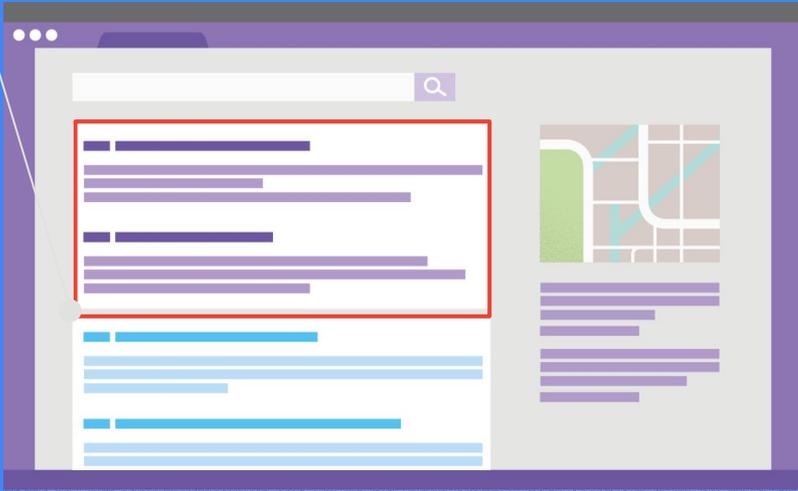
Email Marketing

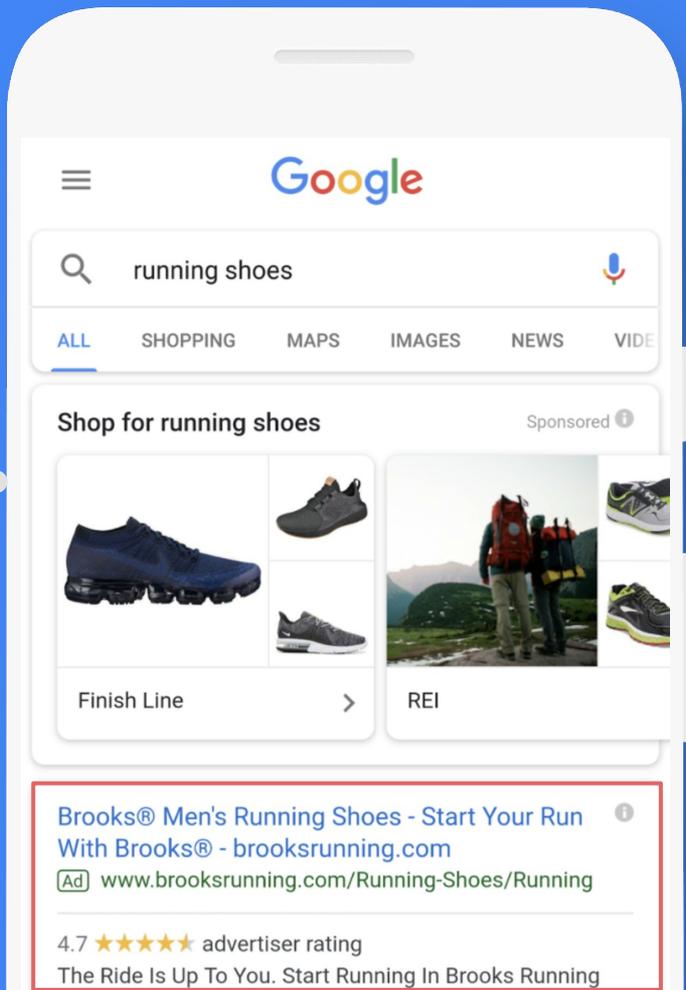
Ottimizzazione per i  
motori di ricerca (SEO)

## 1. Avere un buon posizionamento organico (SEO)

---

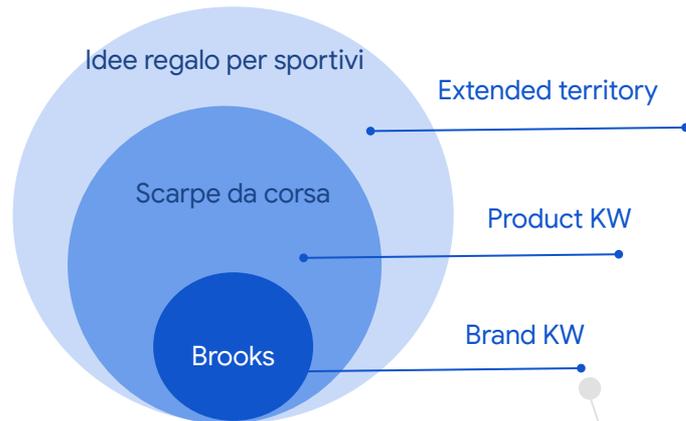
- Titoli di pagina e descrizioni
- Contenuto di qualità
- Link Interni
- Design del sito responsive
- Formattazione del testo
- ...

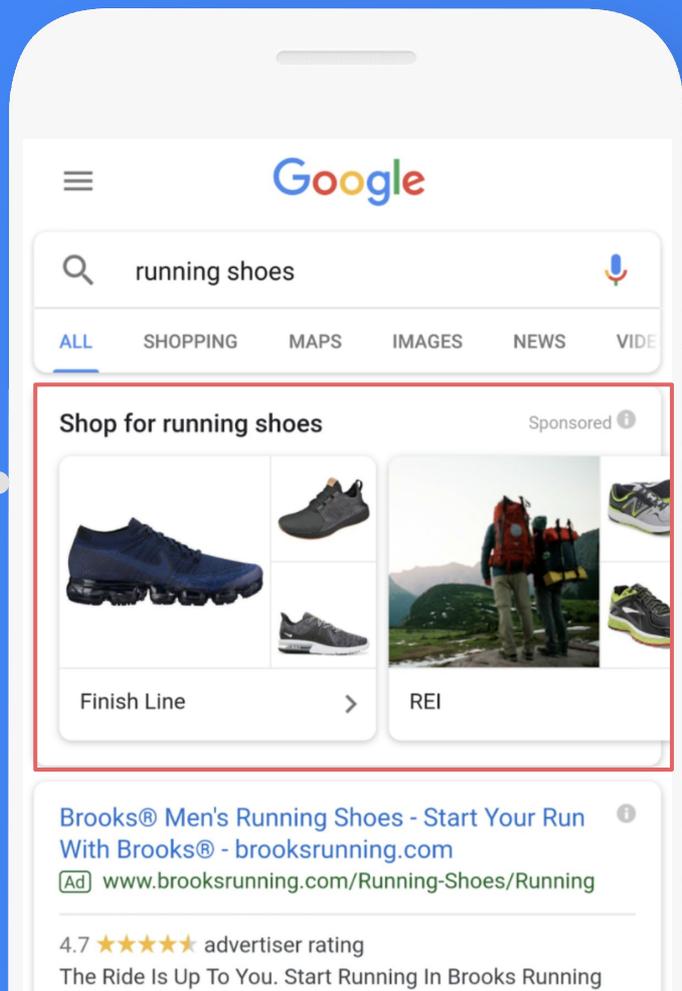




## 2. Assicurarsi di presidiare la pagina di ricerca per le ricerche che sono rilevanti

- Parti con le campagne di brand, fino ad arrivare al *territorio esteso*





### 3. Assicurarsi di presidiare la pagina di ricerca con Google Shopping

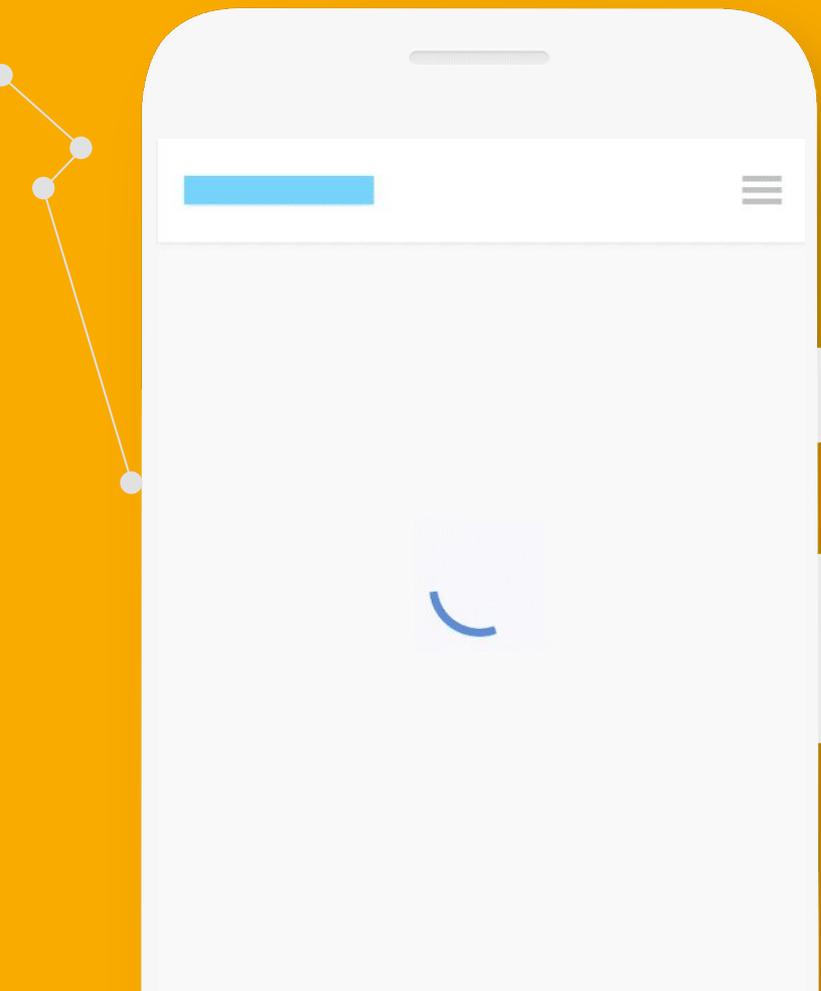
- Specialmente per quei brand che hanno come vantaggio competitivo un vasto assortimento e/o prezzi convenienti, **Google Shopping** offre l'opportunità di presidiare la SERP con immagini visive dei prodotti
- Le campagne shopping permettono di presentare una 'vetrina virtuale' a persone che cercano i nostri prodotti



---

# Incoraggia l'azione

Sul sito, in-store, e attraverso il web.

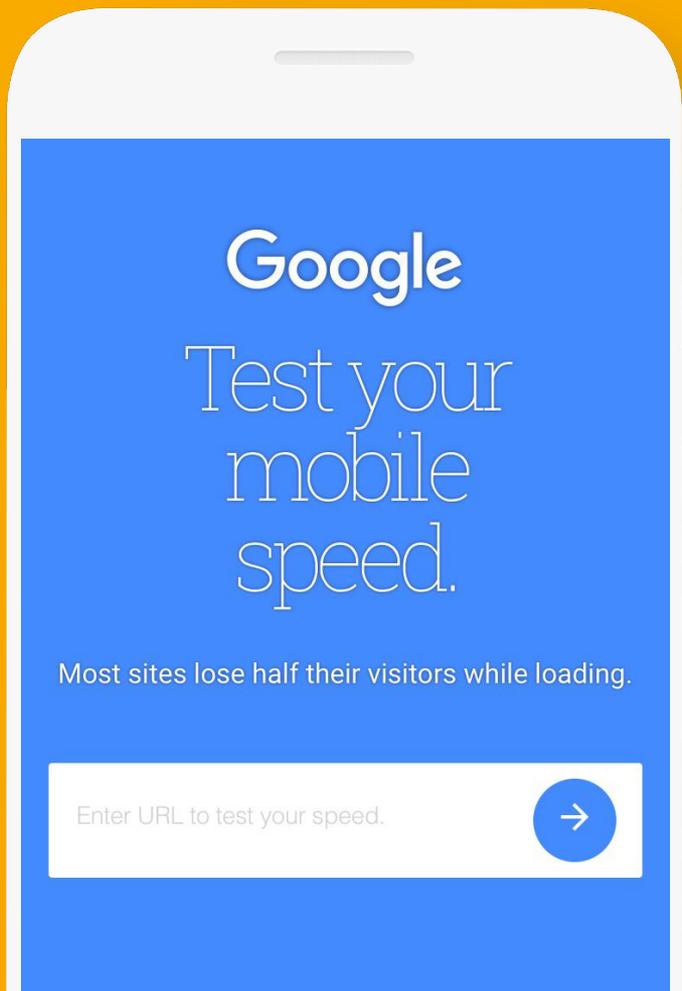


## 1. Assicurarsi di avere un sito responsive da mobile

---

### **Più di metà dei visitatori**

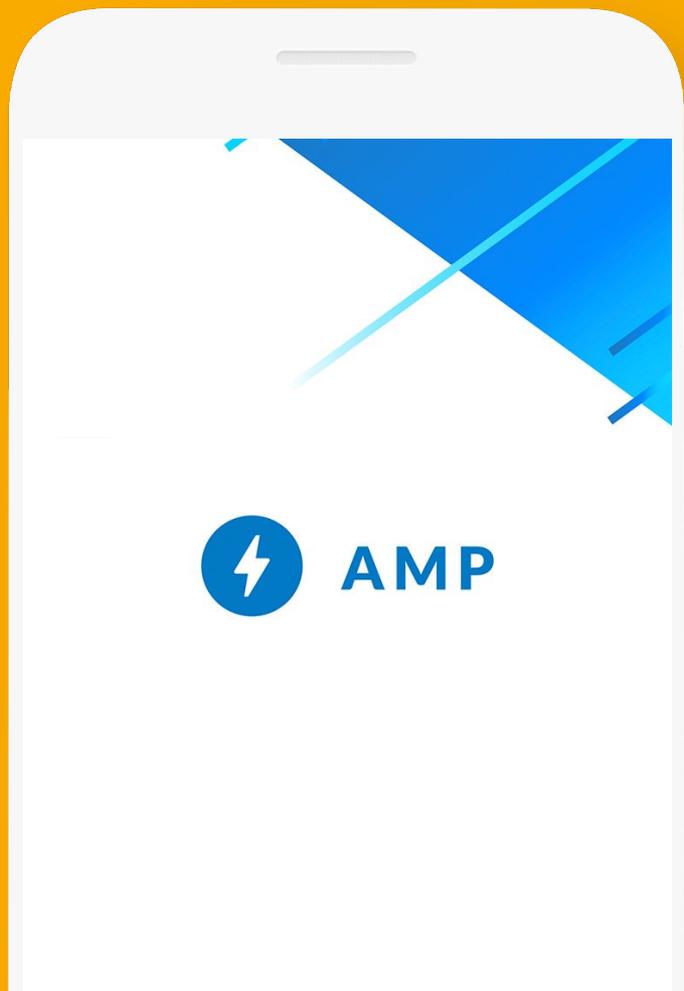
Abbandonano una pagina web se ci mette più di 3 secondi a caricarsi



1. **Assicurarsi di avere un sito responsive da mobile**

---

- Vai su [Test My Site](#) oppure utilizza il [Lighthouse Report](#) integrato in Google Chrome Developer Tools



1. **Assicurarsi di avere un sito responsive da mobile**

---

Ancora meglio, le Accelerated Mobile Pages (AMP) si caricano

**85% più in  
fretta**

delle pagine standard

uniqlo.com/it/it/donna/maglioni/maglioni-cardigan

Spedizione gratuita per ordini superiori a 70 €

IT / € | La compagnia | Aiuto | Negozi | Newsletter

Cerca i prodotti: Saldi, JW Anderson, HEATTECH...

UNIQLO

DONNA UOMO BAMBINO NEONATO NUOVI ARRIVI SALDI

Donna > Maglioni & Cardigan

### MAGLIONI & CARDIGAN DA DONNA

Aggiorna il tuo guardaroba con questi pullover e cardigan. Che ti li voglia indossare per il lavoro o durante il tempo libero, la nostra collezione è così versatile da andare bene per ogni occasione. Sfoggia il catalogo e troverai modelli in cotone, cashmere soffice, merino extra fino e molto altro. Il design in lana attraverserà l'autunno e l'inverno stando sempre ben caldo.

**MAGLIONI OVERSIZED PUNTO 3D SENZA CUCITURE**  
**LANA MERINO EXTRA FINA CASHMERE LANA CAROIGNAN**  
**PULLOVER COLLEZIONE MAGLIERIA DI UNIQLO**

MAGLIONE FILATO SOFFICE COLLO A LUPETTO  
MAGLIONE FILATO SOFFICE COLLO A V  
MAGLIONE LANA PREMIUM GIROCOLLO

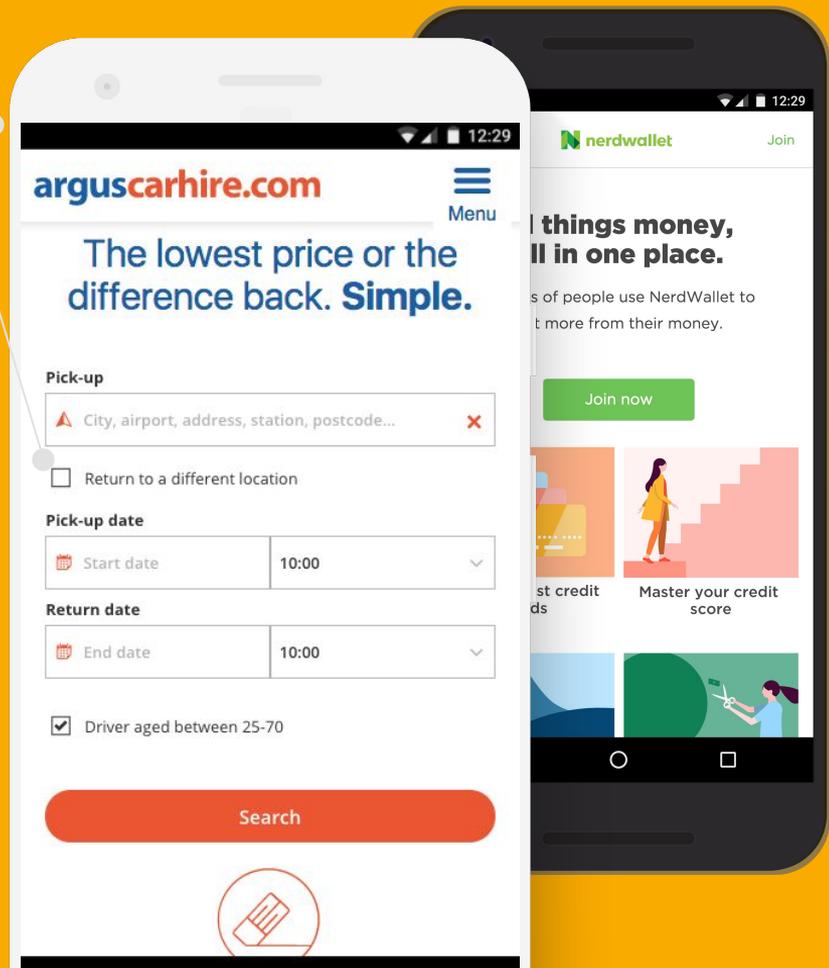
**DONNA** UOMO

**UTILIZZO DEI COOKIES**

ACCEDENDO A UNIQLO.COM E NAVIGANDO SENZA MODIFICARE I TUOI PARAMETRI, ACCETTI L'UTILIZZO DEI COOKIES O DI SIMILI TECNOLOGIE. TUTTO CIÒ SERVE A GARANTIRCI DI OFFERTI IL MIGLIOR SERVIZIO E DI ADATTARE LA NOSTRA OFFERTA AI TUOI INTERESSI. MA, SOPRATTUTTO, A DONARVI UN'ESPERIENZA PIÙ SICURA SUL NOSTRO SITO WEB. PER AVERE PIÙ INFORMAZIONI, LEGGI LA NOSTRA INFORMATIVA SULLA PRIVACY.

## 2. Assicurarsi di avere un sito al passo con le norme di privacy e gli standard di sicurezza

- https vs. http
- Sito conforme alla General Data Retention Policy (GDPR)



### 3. Assicurati di avere una Call-to-Action chiara

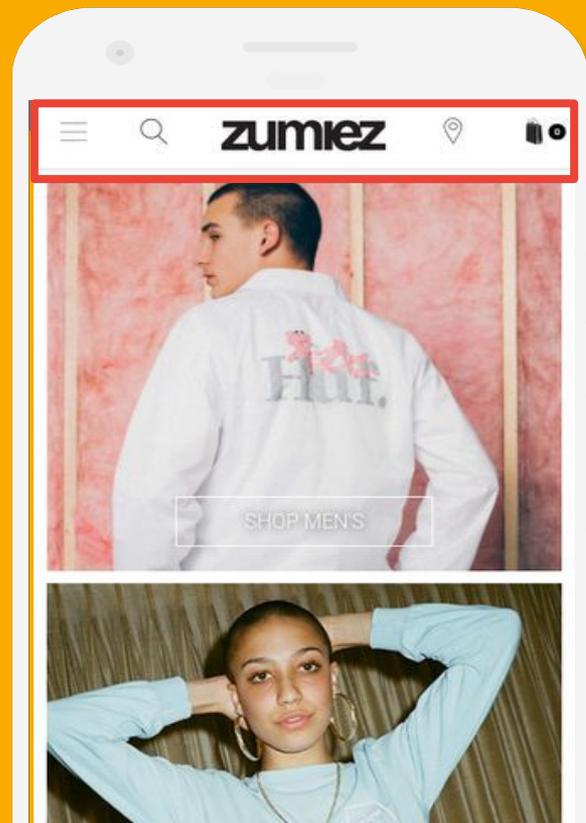
#### Problema da risolvere:

La mia pagina dà indicazioni sull'azione da compiere chiare come il cristallo?

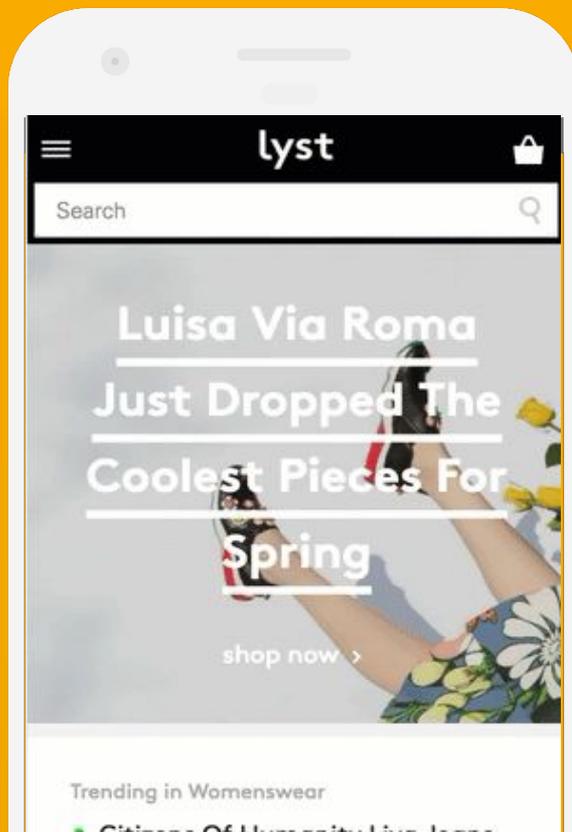
- Call-to-Action (CTA) chiara
- Bottoni CTA facili da trovare
- Value proposition chiara
- Categorie top sulla homepage
- Dimensioni font leggibili
- No caroselli
- No pop-up a tutta pagina

# Menu di ricerca

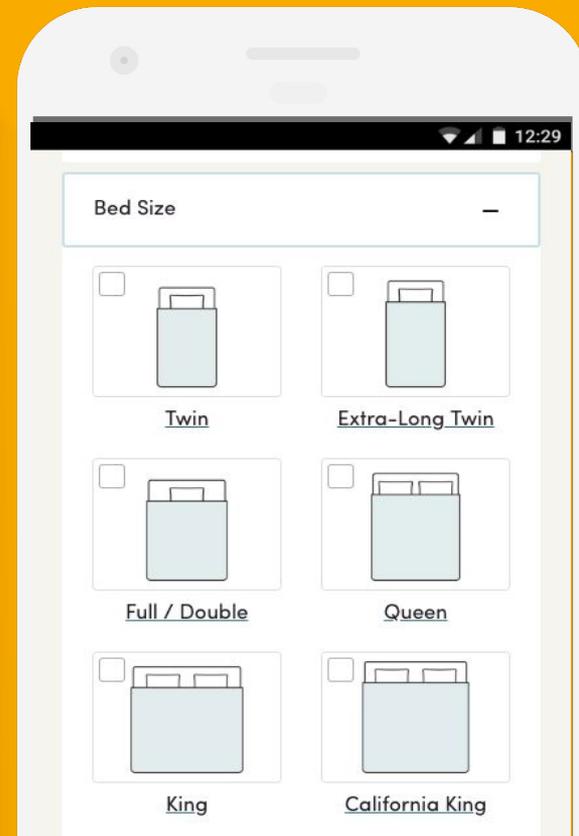
Menu condensato per mobile



Barra di ricerca

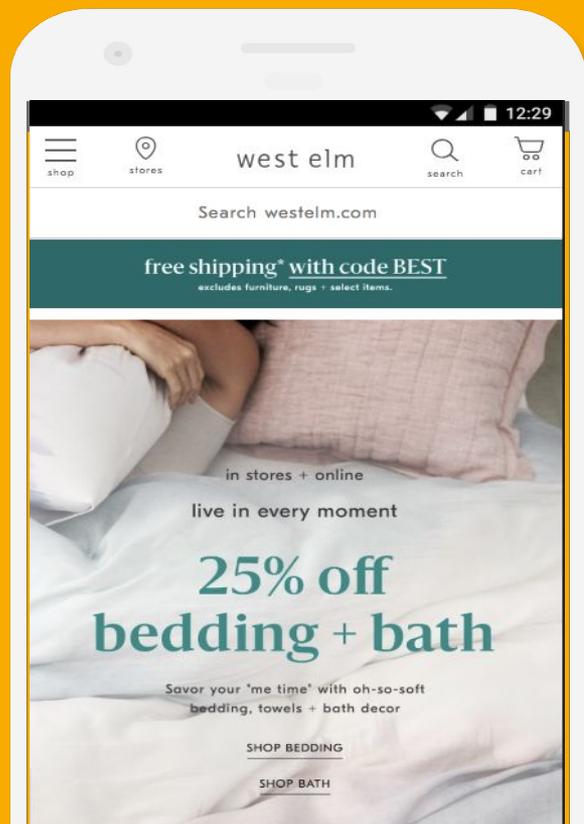


Ricerca Visiva

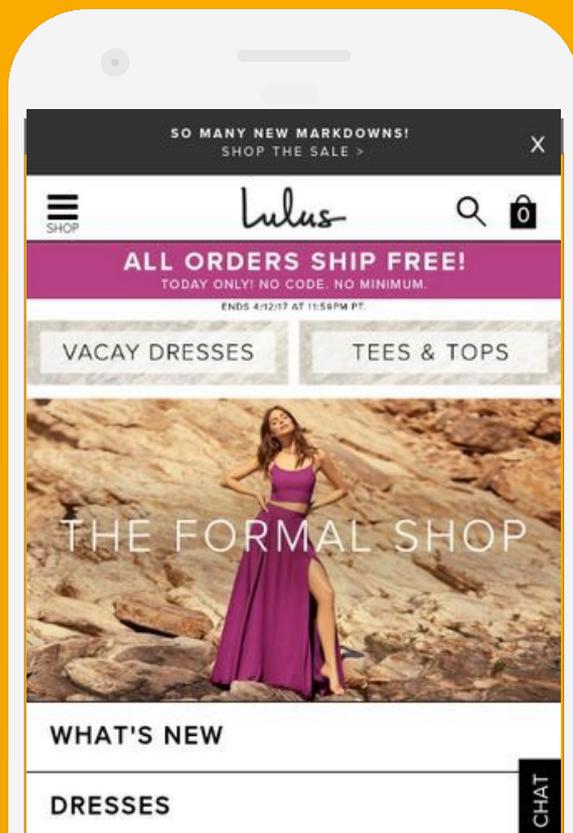


# Altri accorgimenti

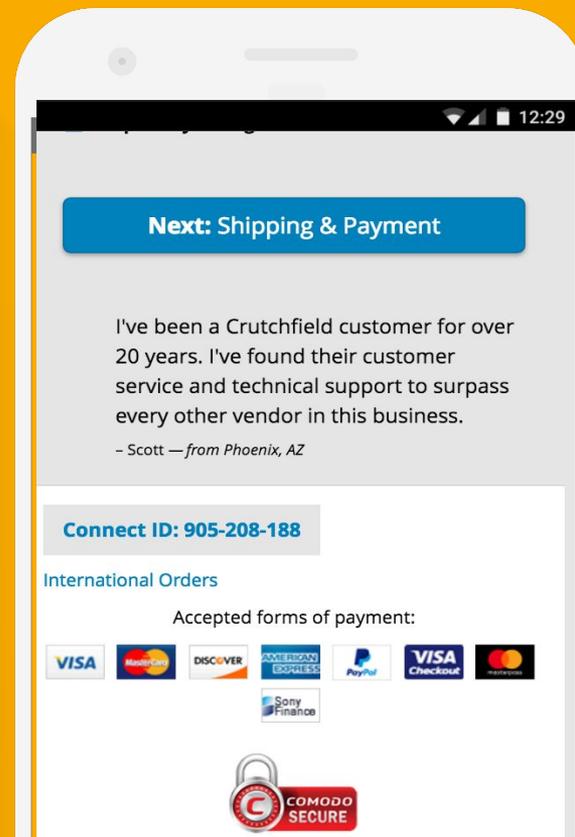
Value proposition above-the-fold



Categorie Top in cima alla pagina

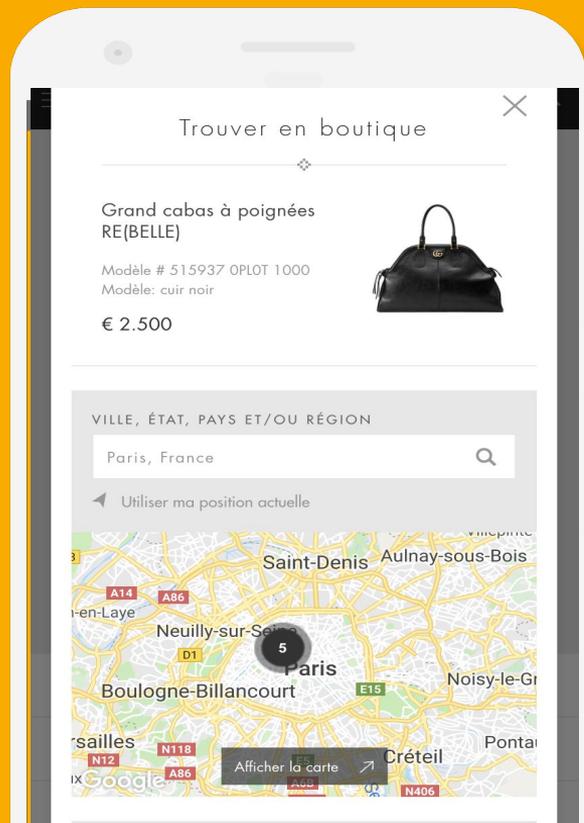


Social Proof



# Business con presenza fisica: incoraggia l'azione offline dal sito

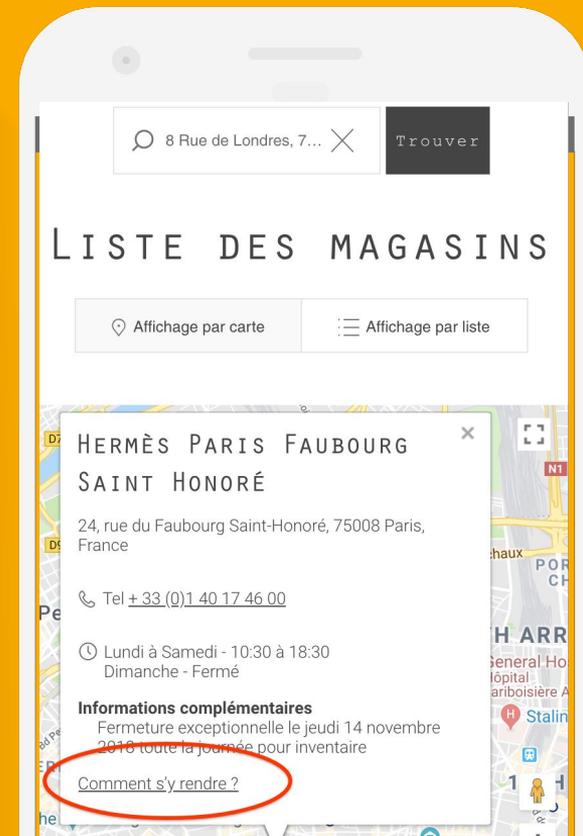
Disponibilità prodotti in store



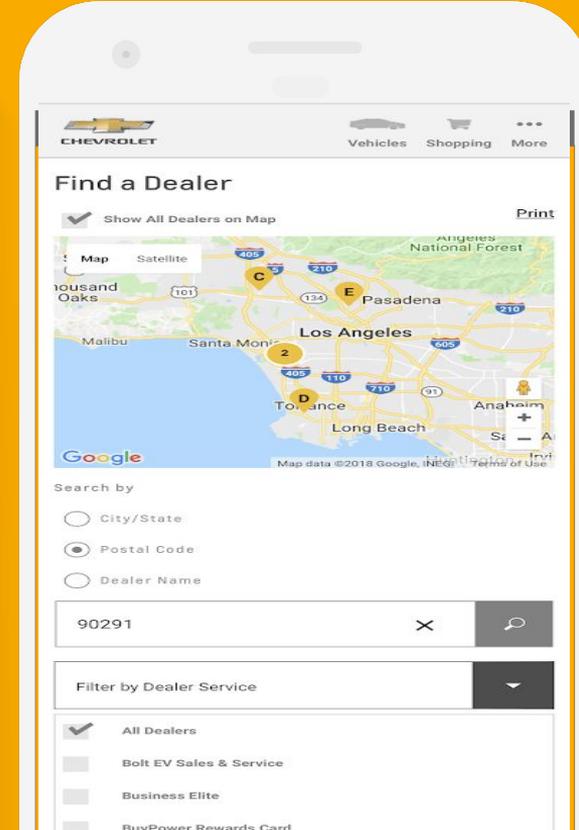
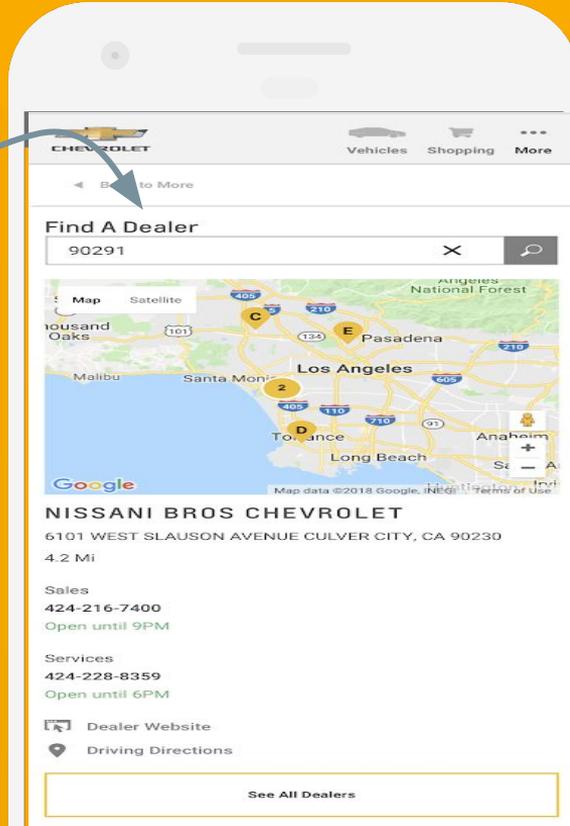
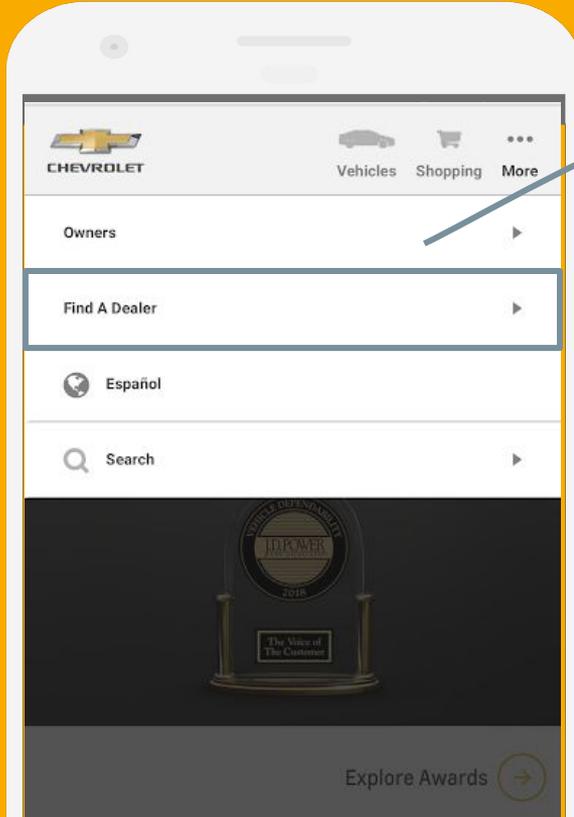
Click-to-call



Orari e indicazioni stradali



# Business con presenza fisica: Store locator

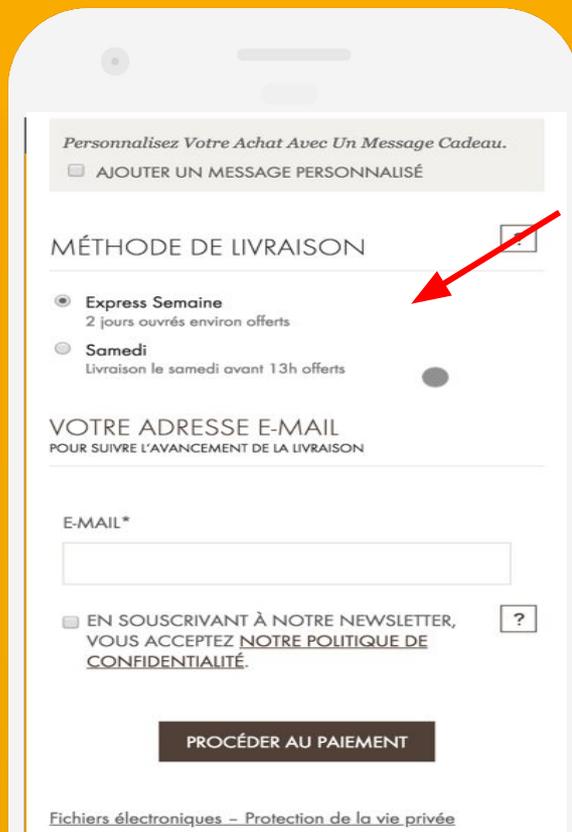


# E-commerce: informazioni sul prodotto

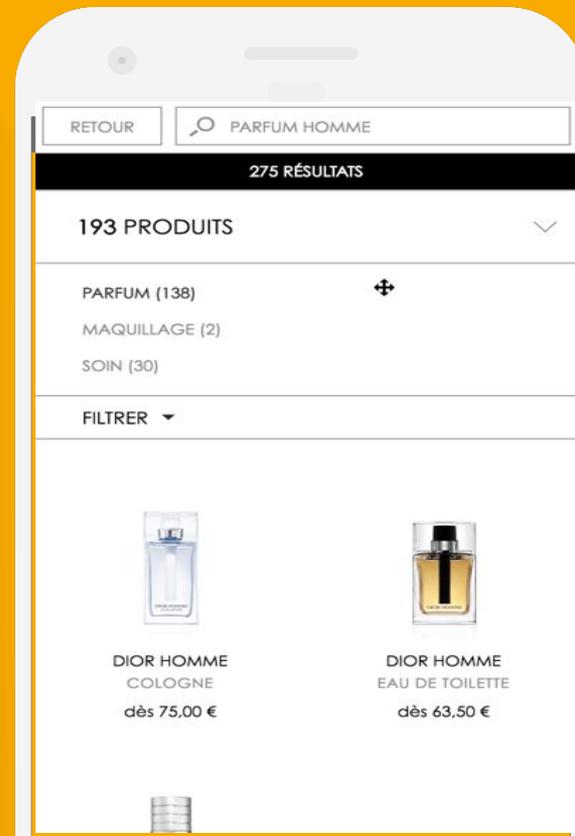
Opzioni delivery da scheda prodotto



Tempo di spedizione

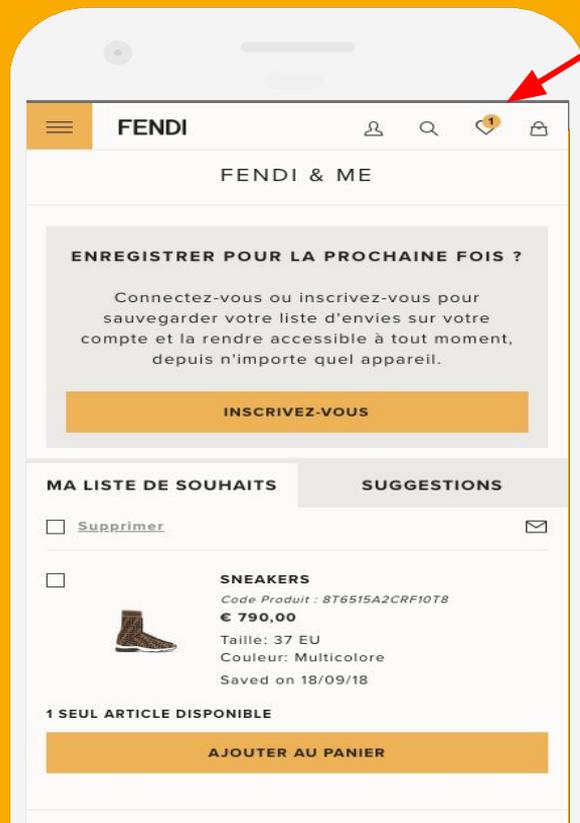


Filtri/Ordine produitto



# E-commerce: personalizzazione

Guest wish-list



Opzioni di spedizione/ritiro

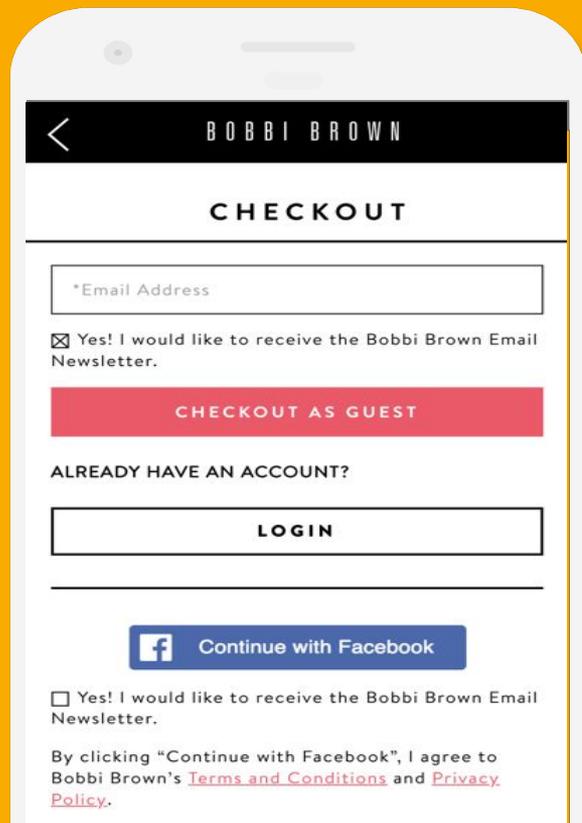


Opzioni di reso



# E-commerce: checkout

Guest checkout



BOBBI BROWN

## CHECKOUT

\*Email Address

Yes! I would like to receive the Bobbi Brown Email Newsletter.

CHECKOUT AS GUEST

ALREADY HAVE AN ACCOUNT?

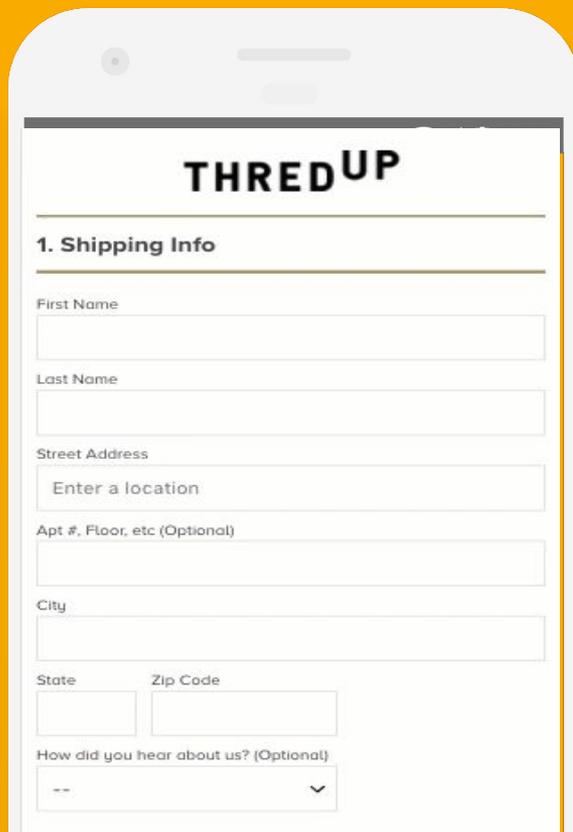
LOGIN

 Continue with Facebook

Yes! I would like to receive the Bobbi Brown Email Newsletter.

By clicking "Continue with Facebook", I agree to Bobbi Brown's [Terms and Conditions](#) and [Privacy Policy](#).

Form ottimizzato



THREDUP

### 1. Shipping Info

First Name

Last Name

Street Address

Enter a location

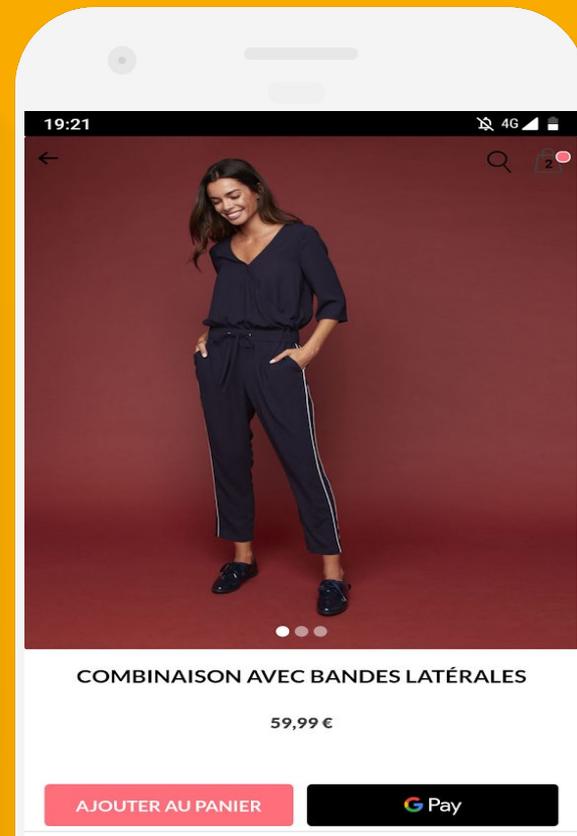
Apt #, Floor, etc (Optional)

City

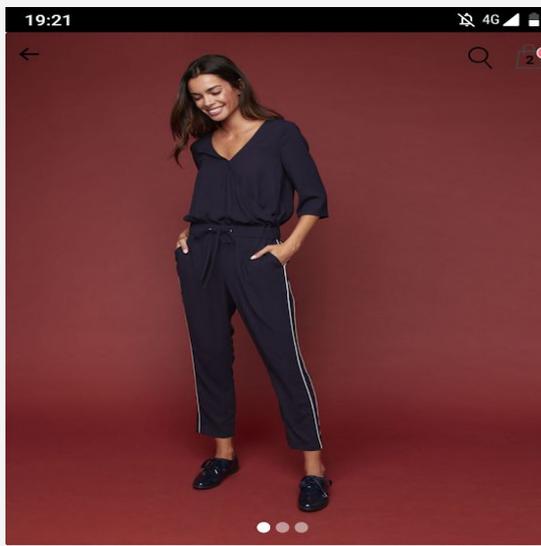
State Zip Code

How did you hear about us? (Optional)

One-click checkout



19:21 4G



COMBINAISON AVEC BANDES LATÉRALES

59,99 €

AJOUTER AU PANIER

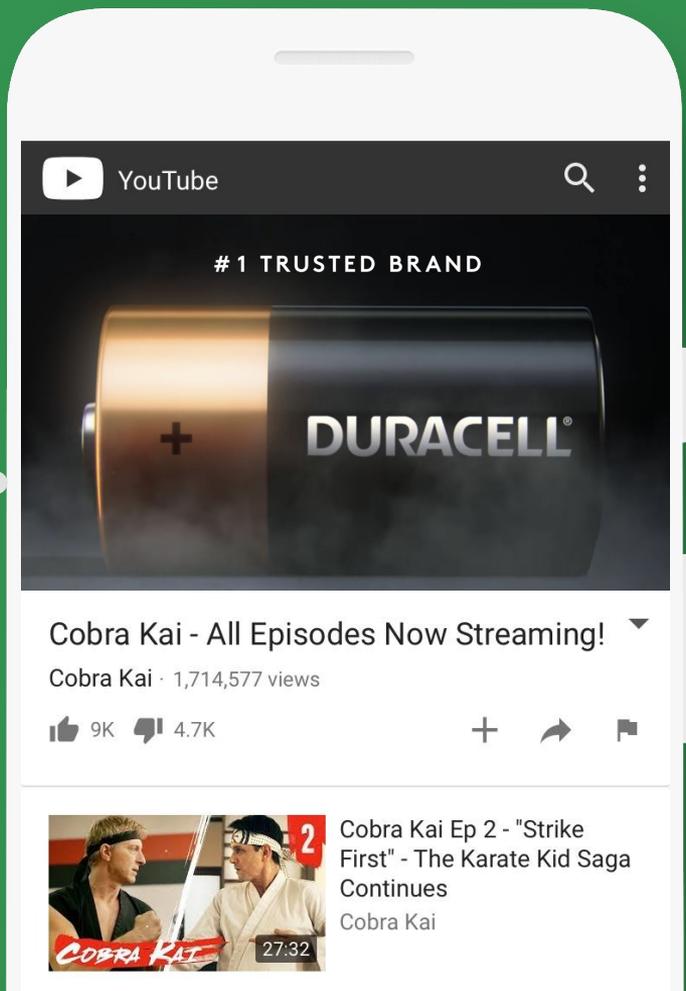




---

# Amplifica

la portata del tuo business  
raggiungendo utenti nuovi e  
vecchi.



---

Utilizza **YouTube** – la piattaforma video che influenza più decisioni d’acquisto – per far conoscere i tuoi prodotti

## 5 Project Management Tools To Crush Big Goals

🕒 June 10, 2018 👤 Jess Chan

Big goals are exciting to set, right? There's that rush of optimism as you imagine the outcome, but then reality kicks in! How will you close the chasm between the start and finish lines? How will you push off procrastination...

[CONTINUE READING →](#)

#1 TRUSTED BRAND



---

Raggiungi potenziali clienti mentre stanno navigando online con soluzioni **Display**

Grazie!

---



UNIONCAMERE Google