

Web marketing per siti di e-Commerce e negozi online

La penetrazione dei **negozi online in Italia** sconta un ritardo sorprendente non solo rispetto ai paesi nord europei, ma anche nel confronto con paesi a noi più vicini come Francia e Spagna.

Proprio per questo motivo i margini di crescita sono enormi e le aziende possono ancora trovare spazio per inserirsi con successo nel **mercato delle vendite online**.

Per le piccole e medie imprese (PMI), che operano in nicchie di mercato non dominate dai grandi attori dell'e-commerce (Amazon e eBay su tutti), i motivi per **aprire un negozio online** non mancano dato che in Italia il **fatturato del commercio elettronico** cresce a tassi del 20% all'anno.

Anche la percentuale di imprese che fanno eCommerce in Italia cresce a un tasso decisamente superiore rispetto alla media europea, come mostrano le [statistiche di Eurostat](#).

Molte **PMI** stanno infatti comprendendo, finalmente, che il mercato eCommerce rappresenta il futuro da conquistare aggredendo il presente e reagendo alla terribile congiuntura economica con lungimiranza.

Che il **negozio di eCommerce** sia già operativo online o debba ancora essere avviato ci sono alcuni elementi indispensabili da tenere in considerazione affinché le vendite e il web marketing abbiano successo.

Le 6 qualità fondamentali per un sito eCommerce di successo

Il successo di una qualunque attività è sempre il risultato di un complesso di fattori che contribuiscono positivamente. Per i **negozi di eCommerce** gli aspetti da curare con particolare attenzione, escludendo quelli finanziari, logistici e produttivi che esulano dal tema della **strategia internet**, sono sei:

- Valore reale e/o percepito in rapporto al prezzo di vendita;
- Facilità d'uso del sito;
- Navigazione piacevole e intrattenimento;
- Sicurezza e fiducia ispirate;
- Influenza delle reti sociali;
- Strategie di web marketing.

1. Valore percepito in rapporto al prezzo di vendita

Su internet, a differenza del mondo fisico, confrontare caratteristiche e prezzi dei prodotti è facilissimo, immediato e a costo zero: bastano pochi click del mouse. Per essere competitivi bisogna **ridurre i margini di guadagno su singolo prodotto** e comunicare con efficacia il valore aggiunto e i vantaggi offerti rispetto alla concorrenza. Parallelamente bisogna lavorare sul target di utenti attraverso il marketing online per portare sul sito visitatori propensi

all'acquisto: traffico di qualità.

2. Facilità d'uso del sito

Il sito e-commerce cancella la mediazione umana durante il processo d'acquisto; perciò è fondamentale che funzioni sempre perfettamente e che sia **facile da usare**. Il funnel d'acquisto, dall'inserimento dei prodotti nel carrello al pagamento finale, deve essere corto e richiedere il minimo sforzo. Un buon negozio su internet deve rispettare i [criteri di usabilità web](#) ed essere accessibile per tutti. È fondamentale che sia adatto alla visualizzazione da qualunque dispositivo, compresi tablet e smartphone (sito mobile).



3. Navigazione piacevole e intrattenimento

Un sito perfettamente funzionale può essere inadeguato in termini estetici, psicologici e comunicativi. Se l'esperienza di navigazione e la fruizione dei contenuti non sono piacevoli e coinvolgenti le probabilità d'acquisto crollano verticalmente. L'**esperienza di acquisto** ha sempre un carattere emozionale che la progettazione del sito deve tenere in considerazione. [La grafica e il design](#) devono essere gradevoli, le informazioni chiare, i contenuti stimolanti e, perché no, divertenti.

4. Sicurezza e fiducia ispirate

Da tutte le indagini nel settore eCommerce emerge che la percezione di sicurezza che l'acquisto vada a buon fine è un fattore determinante per aumentare le vendite. **Un negozio internet deve assicurare l'utente attraverso tutti i segnali possibili**. Devono poter contattare il commerciante telefonicamente, mediante email e possibilmente tramite chat dal vivo. È importante offrire trasparenza nei tempi di consegna, diritti di recesso e restituzione. Garantire la **sicurezza dei pagamenti** mostrando chiaramente i metodi e magari i loghi delle carte di credito. Tutto concorre a favorire la conversione del visitatore in cliente.

5. Influenza delle reti sociali

Come nella vita reale i nostri acquisti sono influenzati dalle opinioni e i consigli delle persone che conosciamo e non, così on line molte vendite vanno a buon fine solo se confortate dalla **raccomandazione di conoscenti e consumatori**. Un sito eCommerce che integra i social network e le funzioni di condivisione che offrono ha certamente più possibilità di successo. Analogamente il tasso di conversione aumenta con l'implementazione di sistemi di raccolta delle valutazioni e delle recensioni degli utenti.

6. Strategie di web marketing

I cinque fattori descritti fin qui rientrano già in qualche misura nell'ambito delle strategie di web marketing. Più precisamente possono essere considerati la spina dorsale del commercio elettronico sulla quale si innestano tutte le tipologie di **campagne e tattiche particolari che alimentano le visite al sito**.

Web marketing per siti di e-commerce

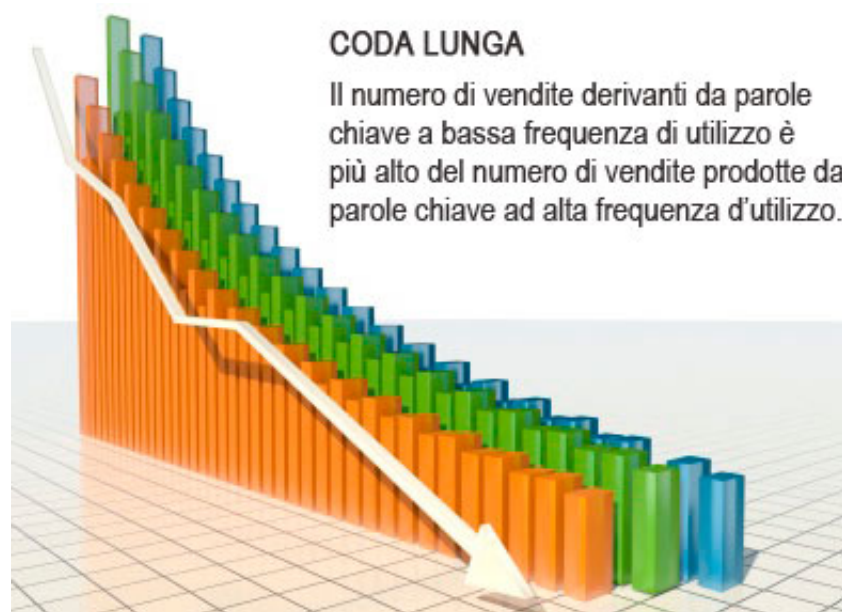
Senza pretesa di voler essere esaurienti, in un compendio delle principali **strategie di web marketing** per siti eCommerce vanno certamente inclusi:

- Analisi della concorrenza e benchmark dei prezzi;
- Valorizzazione del design e dell'esperienza utente sul sito;
- [SEM](#) – Search Engine Marketing:
 1. [SEO](#) (Search Engine Optimization) e [SMO](#) (Social Media Optimization);
 2. [SEA](#) (Search Engine Advertising) e [Social Network Advertising](#);
- Remarketing e Retargeting;
- Email marketing;
- [Social Media Marketing](#):
 1. Marketing virale e conversazionale;
 2. Integrazione dei social network sul sito eCommerce;
 3. Implementazione del social login;
- Marketing dei contenuti;
- Affiliate marketing;
- Vendita sui marketplace;
- Analisi dati web (data mining).



Rimandiamo ad altre sezioni del sito l'approfondimento delle varie tipologie di marketing online; qui ci limitiamo a stilare un elenco di **25 consigli spot per incrementare le vendite di un negozio di eCommerce**.

1. Realizza il sito pianificando fin da principio almeno una parte delle attività di web marketing. Ragionare dall'inizio sul marketing permette di definire meglio le caratteristiche che dovrà possedere il sito eCommerce.
2. Inserisci l'ottimizzazione SEO già in fase di sviluppo della piattaforma di eCommerce.
3. Cerca di specializzarti: i portali generalisti sono dominio delle grosse realtà commerciali.
4. Sviluppa qualche prodotto/servizio distintivo che ti dia notorietà sul mercato. Dagli visibilità attraverso tutti i canali web.
5. Riduci i margini di guadagno sui prodotti ad alta competizione: i prezzi sono un fattore determinante sottolineato da tutte le ricerche di settore.
6. Rispetta i tempi di consegna: sgarrare su questo versante riduce significativamente il potenziale di fidelizzazione.
7. Investi adeguatamente sul SEO. Tutte le visite che arrivano per via naturale sono soldi risparmiati in altre attività pubblicitarie.
8. Punta sulla "coda lunga". Gran parte delle visite da ricerca organica sono composte da una gran varietà di parole chiave e frasi a bassa occorrenza.



9. Non c'è solo Google, sfrutta tutti i motori di ricerca.
10. Utilizza i social network per promuovere il brand e sfrutta il passaparola.
11. Conosci il tuo target, scopri cosa dicono di te, analizza il sentiment e la tua reputazione online.
12. Crea un blog e produci contenuti di qualità. Tutto il traffico generato rinforza la reputazione di marca e si riversa sul negozio eCommerce.
13. Cura le schede prodotto e punta su foto di alta qualità.
14. Accetta la sfida delle recensioni sui prodotti: favoriscono l'acquisto e migliorano il posizionamento sui motori di ricerca.
15. Incentiva il primo acquisto con un regalo o uno sconto importante.
16. Usa la leva dello sconto e delle promozioni per aumentare le transazioni.
17. Crea bundles e confezioni regalo, promuovi il cross e l'up selling per aumentare lo scontrino medio.
18. Investi sull'email marketing che spesso garantisce alti tassi di conversione.
19. Incentiva in tutti i modi l'iscrizione alla newsletter.
20. Inseguì gli utenti con il remarketing e il retargeting.
21. Usa la leva della scarsità e del senso di urgenza.

22. Favorisci l'acquisto d'impulso.

23. Riduci il più possibile il tempo di caricamento delle pagine: può fare la differenza.

24. Sfrutta le statistiche di traffico, analizza in profondità il comportamento degli utenti sul sito e ricavane informazioni per ottimizzare le strategie di web marketing.

25. Sii aperto alle innovazioni, di anno in anno sul web nascono nuovi strumenti di comunicazione e marketing, i siti di eCommerce devono essere i più svelti ad assimilarli.



Risorse utili sul tema del commercio elettronico in Italia

www.consozionetcomm.it

Consorzio Netcomm per la crescita e la diffusione del commercio elettronico in Italia

www.aicel.org

Associazione nazionale degli operatori e-commerce

www.casaleggio.it/e-commerce/ecommerce_standings

Classifica dei 100 siti di e-commerce più popolari in Italia (Casaleggio e Associati)

www.istat.it

Dati, informazioni e statistiche ISTAT sul commercio elettronico in Italia

www.pmi.it/tag/e-commerce

Articoli sull'e-commerce per le piccole e medie imprese