

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Obiettivi

Il modulo eCommerce & Online Businesses serve a rispondere e a fornire approfondimenti su quanto segue:

- Introduzione all'eCommerce e alle aziende online
- Tipi di commercio elettronico
- Strumenti online utili per la creazione di un'attività commerciale online
- Vantaggi di un'attività di eCommerce Sfide di un'attività di eCommerce
- Come creare un'attività di eCommerce di successo
- Tendenze e statistiche dell'eCommerce

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Cos'è il commercio online?

- L'eCommerce (commercio elettronico) è una transazione online di beni, servizi, fondi o dati su Internet. L'acquisto e la vendita di beni online comportano uno scambio di dati e/o di denaro per completare la vendita ed elaborare la transazione.
- Il cliente può effettuare ordini di beni o servizi tramite l'interfaccia utente del negozio, che saranno poi registrati nel sistema backend del negozio online. Il sistema di backend è in grado di:
  - Tenere aggiornato lo stock di prodotti
  - Ricevere gli ordini
  - Elaborare i pagamenti online
  - Comunicare con il cliente

# Tipi di imprese di commercio online (1/2)

Esistono diversi tipi di aziende di eCommerce che funzionano in vari modi, a seconda del loro modello di business e dei loro prodotti/servizi. Di seguito sono riportati alcuni dei tipi più comuni di aziende di commercio elettronico:

**Business to Business (B2B):** Le aziende B2B si riferiscono alle aziende che vendono beni o servizi a un'altra azienda. Ad esempio, una fabbrica che produce carta che vende specificamente ad altre aziende per il loro utilizzo.

**Direttamente al consumatore (D2C):** che è un modello di eCommerce molto diffuso oggi, che si vede spesso attraverso i negozi di Instagram e le pagine di Facebook. Attraverso questo tipo di eCommerce, un marchio può vendere direttamente ai propri clienti senza dover passare attraverso un altro canale di servizio.

**Business to Consumer (B2C):** Questo tipo di attività prevede che un'azienda venda i propri beni o servizi a un cliente. Ad esempio, un bar locale vende caffè e pasticcini ai suoi clienti.

**Consumatore a Consumatore (C2C):** che prevede la vendita di beni e servizi tra due consumatori. Questo tipo di vendita si verifica tipicamente quando un consumatore desidera vendere articoli nuovi o usati a un altro consumatore.

# Tipi di imprese di commercio online (2/2)

**Consumer to Business (C2B):** quando un consumatore/individuo vende i propri beni o servizi a un'azienda, come spesso accade a freelance e fotografi.

**Business to Government (B2G):** quando un'azienda offre i propri servizi a enti governativi, ad esempio quando le società di sicurezza professionali offrono i propri servizi per proteggere edifici/locali governativi.

**Consumer to Government (C2G):** questo si verifica comunemente quando i consumatori effettuano transazioni su siti web governativi, come il pagamento di tasse, multe e bollette.

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Strumenti online utili per principianti (1/4)

- Ogni anno vengono creati e aggiornati diversi strumenti online per i principianti, che facilitano la vita degli imprenditori e di vari tipi di consumatori.
- La maggior parte degli strumenti per il commercio elettronico online aiuta le aziende a creare uno spazio professionale per presentare i propri prodotti e servizi, offrire una comunicazione bidirezionale, consentire le transazioni finanziarie e offrire varie opzioni di consegna in base alle preferenze del cliente.
- In base alle preferenze e alle esigenze dell'imprenditore, questi è in grado di ricercare lo strumento di commercio elettronico online più adatto alle sue esigenze transazionali e ai suoi prezzi. È importante notare che diversi strumenti di commercio elettronico online offrono versioni gratuite ai loro utenti e spesso richiedono l'acquisto di funzionalità aggiuntive, se necessario.



# Strumenti online utili per principianti(2/4)

Alcuni degli strumenti di eCommerce online più semplici da utilizzare per le aziende sono:

## **Instagram Shop:**

Avendo un proprio account Facebook e/o Instagram, l'utente potrà creare uno speciale account business/creatore attraverso la piattaforma online per iniziare a creare il proprio negozio online.

Disponendo di un proprio account Facebook e/o Instagram, l'utente può creare uno speciale account business/creatore attraverso la piattaforma online per iniziare a creare il proprio negozio online.

Soprattutto, le transazioni finanziarie non avverranno tramite l'applicazione di Instagram, ma attraverso il dominio del sito web dell'azienda che intende vendere. Instagram contribuirà semplicemente a creare un seguito di consumatori per il marchio, dandogli visibilità presso il suo pubblico di riferimento.

# Strumenti online utili per principianti(3/4)

## 2) Shopify:

Come accennato in questo modulo, ogni azienda online deve avere un proprio sistema di backend per tenere traccia delle scorte, eseguire transazioni di vendita, assistere i clienti con le opzioni di consegna e comunicare con i clienti quando necessario.

Shopify è tra le più popolari piattaforme di e-commerce utilizzate oggi dalle piccole imprese per costruire un negozio online e vendere attraverso un cruscotto dedicato.

Una piattaforma di e-commerce simile a Shopify è necessaria per le piccole imprese, poiché offre un database centralizzato dei prodotti dell'azienda e garantisce la massima professionalità durante le transazioni.

Piattaforme come Shopify offrono diversi piani a pagamento con prezzi accessibili in base alle esigenze della piccola impresa.

# Strumenti online utili per principianti(4/4)

- As mentioned within this module, merging social media interfaces with the backend system is often deemed mandatory – in order to keep track of sales, transactions, and promote an image of professionalism.
- Thankfully, such eCommerce platforms are able to be merged in order to complete the small business's transactions with its customers.
- For the sake of the previously suggested eCommerce platforms, a small business's Instagram Shop and Shopify are able to be linked in order to provide ease to the small business.
- Various tutorials on linking the two eCommerce platforms are available online, similar to the below video on YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Vantaggi di un'impresa online

**Rapida crescita:** nelle aziende di eCommerce, come Amazon, nel 2021 è stato registrato che le piccole imprese hanno raggiunto un fatturato internazionale di 2 miliardi di dollari, con l'acquisto di circa 7.500 prodotti al minuto.

**Portata globale :** poiché la piccola impresa può essere presentata online, ciò non limita l'interazione del cliente con il marchio al solo negozio fisico. Con le aziende online, i clienti possono essere raggiunti a livello globale.

**Facilita l'ordine dei prodotti online da parte dei clienti:** Con i vari tipi di eCommerce disponibili, ogni cliente può effettuare un ordine con pochi clic e confrontare i prezzi con quelli di altri rivenditori.

**Riduzione dei costi operativi per le piccole imprese :** Invece di investire in un negozio fisico con affitto, dipendenti e magazzino, il piccolo imprenditore potrà investire piccole somme per costruire un sito web e/o abbonarsi a un software di backend.

Permette una connessione perfetta tra i prodotti della piccola impresa e il cliente.

# Challenges of an eCommerce Business

**Minima interazione fisica tra la piccola impresa e i suoi clienti:** A seconda del prodotto e/o del servizio offerto dalla piccola impresa, quest'ultima può trovarsi ad affrontare delle sfide quando cerca di spiegare i dettagli del prodotto/servizio. Questa sfida può essere combattuta con una chiara storia del marchio, con specifiche dettagliate sulla piattaforma di e-commerce e promuovendo il contatto del cliente con il proprietario dell'azienda in caso di necessità.

**Possibilità di difficoltà tecniche:** che possono verificarsi con le piattaforme e i software di eCommerce e che normalmente richiedono alcuni giorni per essere risolti.

**Protezione di dati e sicurezza:** una sfida comune nell'era digitale, che può essere ulteriormente chiarita nel modulo Regolamenti e galatei digitali.

**Potenziati difficoltà di spedizione e consegna:** che possono verificarsi a causa di circostanze impreviste. Spetta al titolare dell'azienda richiedere le misure standard della società di consegna/spedizione in caso di furto, smarrimento di un articolo e disastri naturali.

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Consigli su come creare un'impresa di successo

Prodotti e/o servizi di alta qualità: il perfezionamento del prodotto/servizio offerto è una parte essenziale della creazione di un'azienda di successo, alla quale i clienti non rinunceranno per altri marchi.

Un'esperienza online facile da usare: con i molti vantaggi che le aziende online hanno, creare un'esperienza online semplice e positiva per i clienti è essenziale per costruire un elenco di clienti ricorrenti.

Una storia unica del marchio: insieme alla strategia di branding della piccola impresa, è importante evidenziare il motivo per cui il marchio è diverso dalle altre opzioni presenti sul mercato. Ad esempio, se la creazione di una piccola impresa ha una storia ispiratrice alle spalle, sarebbe consigliabile menzionare questa storia nei post sui social media del marchio.

Sapere cosa vuole il pubblico target: alcuni dei modi migliori per capire le esigenze del vostro pubblico target sono le ricerche di mercato online, il lancio di sondaggi pubblici e l'organizzazione di interviste individuali o focus group con i membri che considerate parte del vostro pubblico target.

Consegna rapida ed efficiente: stringere partnership o accordi con corrieri affidabili è molto importante anche dopo che la transazione è stata finalizzata. Anche le opzioni di consegna a basso costo, come la consegna dei prodotti/servizi da parte del titolare dell'azienda, sono un'opzione praticabile quando l'attività è in fase di lenta crescita.



# Tendenze e statistiche del commercio online

Amazon, una delle piattaforme di eCommerce più popolari per le piccole imprese, è un esempio importante di rappresentazione delle principali tendenze nel settore dell'eCommerce. Alcune delle tendenze più evidenti menzionate da Amazon tra il 2021 e il 2022 sono le seguenti: Vendite stagionali: Amazon ha registrato un fatturato di 1 miliardo di dollari solo grazie alle vendite durante le festività, in particolare il Giorno del Ringraziamento e il Cyber Monday negli Stati Uniti. Rapida crescita dell'e-commerce: Secondo Amazon, l'azienda di eCommerce ha registrato una crescita del 3% delle vendite di eCommerce negli Stati Uniti tra il secondo e il terzo trimestre del 2022, raggiungendo un massimo di 265 miliardi di dollari di vendite online. M-commerce: Amazon ha notato anche un'eccezionale quantità di vendite effettuate tramite telefoni cellulari, per un totale del 43% delle vendite online effettuate da un telefono cellulare. Pertanto, quando si crea un'attività online, è importante prestare attenzione a come il sito web e/o l'applicazione dell'azienda funzionano su un telefono cellulare. Social media eCommerce: la presenza online attraverso i social media di un marchio è un'altra tendenza evidente, utilizzata per attirare nuovi membri del pubblico di riferimento, creare consapevolezza del marchio e incrementare le vendite online.

# Digitale: Commercio ed imprese online

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project No. 2021-1-ES01-KA220-ADU-000033439

# Riferimenti

<https://sell.amazon.com/learn/what-is-ecommerce#:~:text=An%20ecommerce%20business%20uses%20digital,and%20ship%20orders%20to%20customers.>

<https://www.the-future-of-commerce.com/2020/01/19/what-is-e-commerce-definition-examples/>

<https://ecommerce-platforms.com/articles/the-best-ecommerce-platform-for-beginners>

<https://later.com/blog/instagram-shop/>

<https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>

<https://themeisle.com/blog/shopify-tutorial/#gref>

<https://www.forbes.com/advisor/business/software/what-is-shopify/>

<https://www.youtube.com/watch?v=K1tjKfJqXQs>