

WORKSHOP  
**E-COMMERCE PER PMI:**  
LA SOLUZIONE DEFINITIVA

TECNOSTUDI  
COMUNICAZIONE CONTEMPORANEA



# PERCHÉ SIAMO QUI OGGI A PARLARE DI E-COMMERCE

1,79 miliardi  
di persone

Nel 2017 nel mondo hanno effettuato  
un acquisto online

per il 2018 è prevista una crescita  
dell'8%

## IL MERCATO DELL'E-COMMERCE IN EUROPA NEL 2017

602 miliardi di  
euro

Il valore  
dell'e-commerce

il 14% in più rispetto al 2016

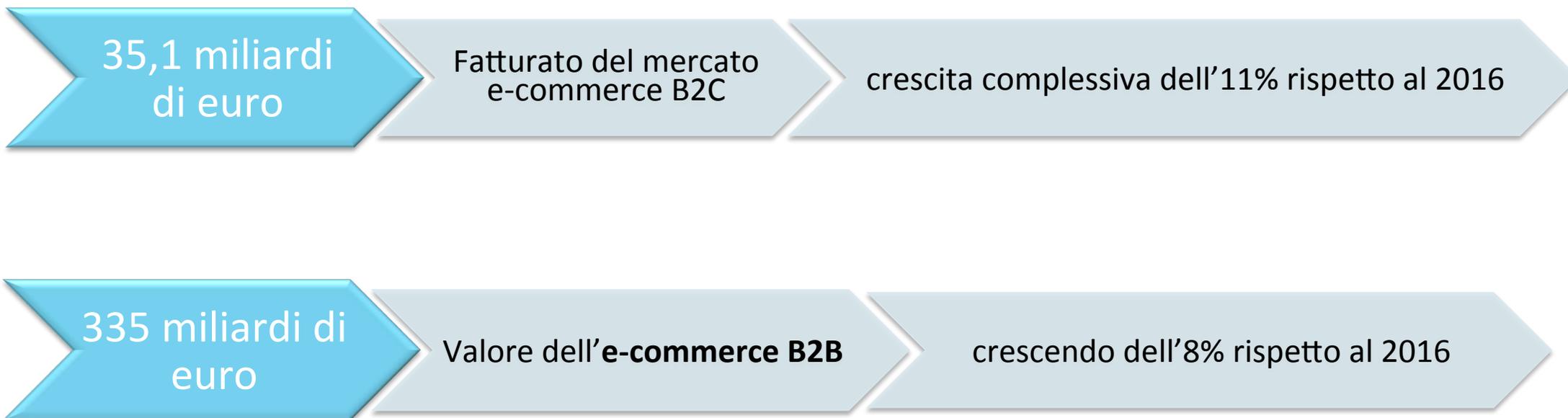
*(ricerca «e-commerce in Italia 2018» di Casaleggio Associati, partner Wired e Luiss)*

## IL MERCATO DELL'E-COMMERCE IN EUROPA NEL 2017

- ➔ Oggi il **68%** degli utenti internet europei fa acquisti online (+11% rispetto al 2016).
- ➔ I paesi che hanno visto crescere l'e-commerce market più velocemente negli ultimi cinque anni nell'area Europea sono Olanda e **Italia**.
- ➔ Si prevede un'ulteriore crescita del **14%** ogni anno fino al 2021.



## IL MERCATO DELL'E-COMMERCE IN ITALIA NEL 2017



mentre è più alta (26%) l'incidenza dell'eCommerce B2B rispetto al transato delle aziende italiane verso l'estero, segno che **le imprese che esportano sono digitalmente più mature.**

*(Osservatorio Fatturazione Elettronica & eCommerce B2B del Politecnico di Milano 18-06-2018)*

# L'E-COMMERCE A 360°

## REALIZZAZIONE DEL SITO

**GRAPHIC DESIGN** DEL SITO



**USER EXPERIENCE** CON IL  
NEUROMARKETING



SCELTA DELLA **PIATTAFORMA** E-  
COMMERCE E **REALIZZAZIONE** DEL SITO



INDIVIDUAZIONE DELLA SOLUZIONE  
MIGLIORE PER **LOGISTICA**



INDIVIDUAZIONE DELLA SOLUZIONE  
MIGLIORE PER I **PAGAMENTI**



## BENEFICI PER AZIENDA E CLIENTI

SITO **ATTRATTIVO** E **PIACEVOLE**

**BUONA** NAVIGAZIONE

**FACILE** GESTIONE

**CONSEGNE** EFFICIENTI E VELOCI

**PAGAMENTO** SEMPLICE E IMMEDIATO

# PERCHÉ È IMPORTANTE IL DESIGN DI UN SITO

- ✓ Secondo uno studio del 2005 effettuato dal dipartimento di psicologi dell'Università di Sheffield la prima impressione che abbiamo di un sito web o di un contenuto è per il **94% influenzata da aspetti di design** e questo giudizio si forma in **meno di un secondo di scansione**
- ✓ This paper experimentally investigates the role of visual complexity (VC) and prototypicality (PT) as design factors of websites, shaping **users' first impressions on 119 screenshots of real websites. Results reveal that VC and PT affect participants' aesthetics ratings within the first 50 ms of exposure.** In the second study presentation times were shortened to 17, 33 and 50ms. **Results suggest that VC and PT affect aesthetic perception even within 17ms**, though the effect of PT is less pronounced than the one of VC. Overall, websites with **low VC and high PT** were perceived as highly appealing. [*International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 70(11) (2012)]

# 0,197 secondi è il tempo minimo – utile per raccogliere informazioni in ogni fissazione



*La parte oggettiva delle informazioni rappresenta il 20% del totale, il restante 80% è elaborato da ognuno di noi secondo le nostre conoscenze, esperienze e modelli (inferenza)*

*Maturana e Varela*

# COS'È IL NEUROMARKETING

## I 3 cervelli



**Cervello  
Rettiliano**

**L'istinto**  
Reazioni istintive: via  
dal dolore, verso la  
ricompensa



**Cervello  
Limbico**

**Le emozioni**  
Principale sede dei  
processi decisionali  
inconsci ed  
emozionali



**Neocorteccia**

**La razionalità**  
Sede dei processi  
decisionali  
razionali

**5%**

**Pensiero  
consocio**

**Pensiero  
inconsocio**

**95%**



A close-up portrait of Antonio Damasio, a man with short grey hair, wearing black-rimmed glasses with a tortoiseshell pattern. He is looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

*“Non siamo  
macchine pensanti che  
si emozionano, ma  
macchine emotive  
che pensano”*

*Antonio Damasio*

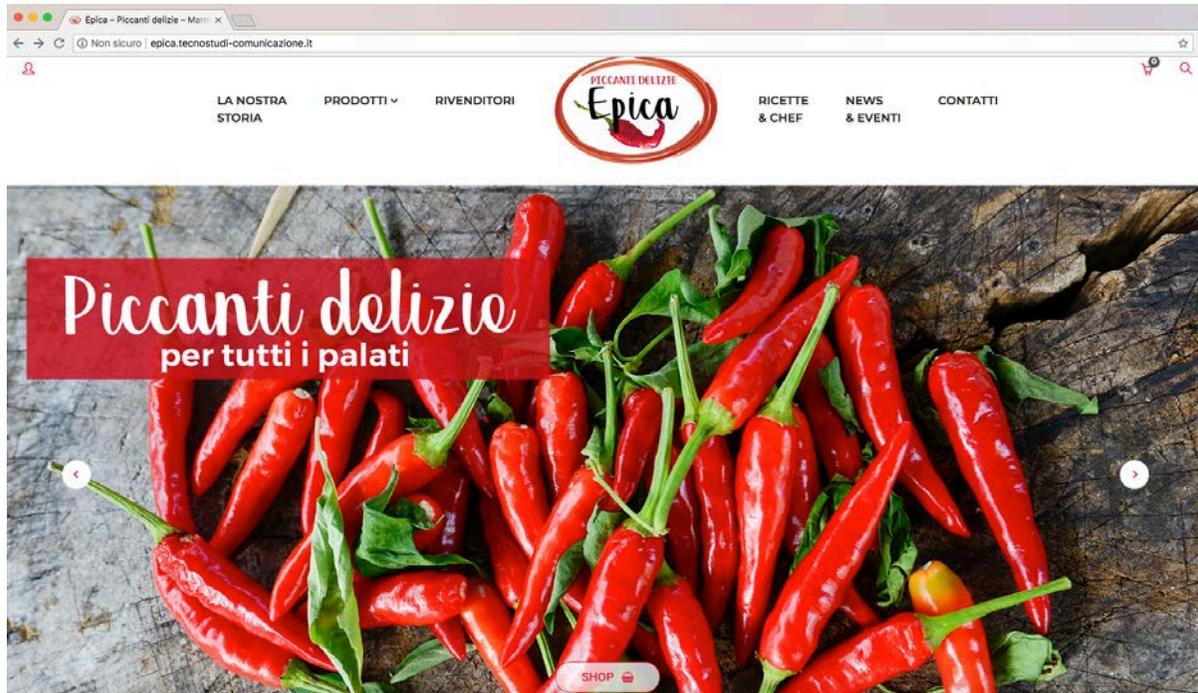
# ANALISI DELLA NAVIGABILITÀ DEL SITO CON IL NEUROMARKETING



[WWW.PICCANTIDELIZIE.IT](http://WWW.PICCANTIDELIZIE.IT)

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - HOME PAGE

PRIMA



DOPO



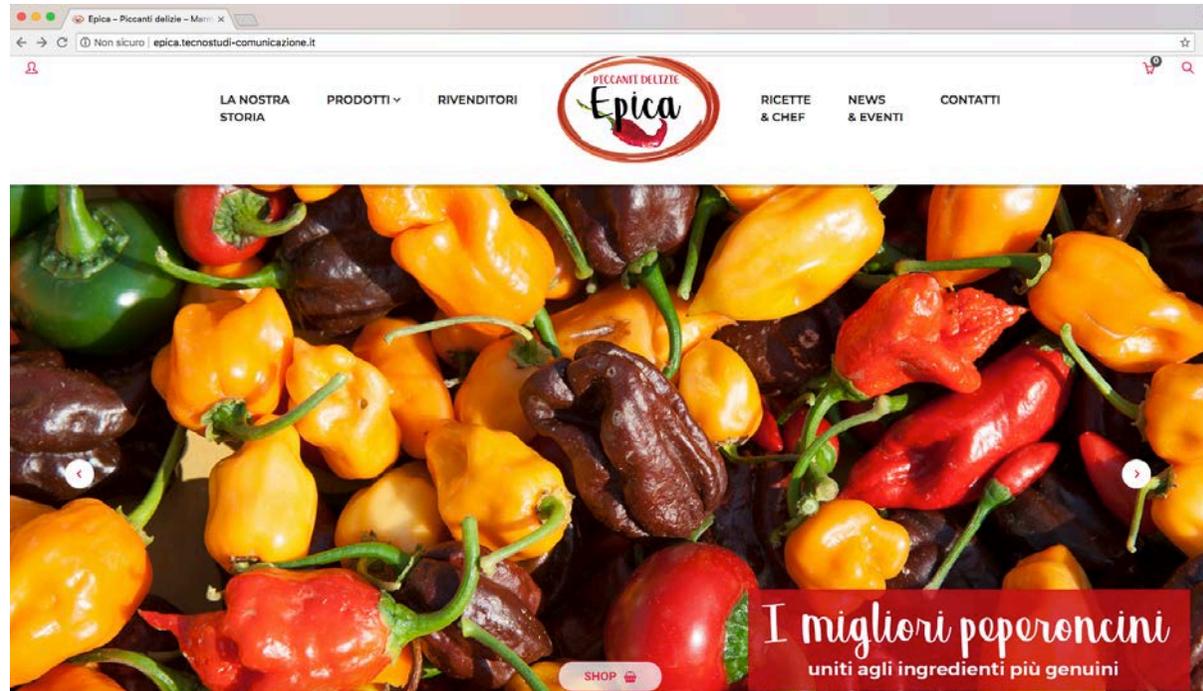
## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

- ✓ Utilizzare un'immagine non dell'ingrediente ma del prodotto stesso
- ✓ Utilizzare un'immagine che indichi come usare il prodotto inserendo elementi come il cucchiaino, il pane, il formaggio

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - HOME PAGE

PRIMA

DOPO

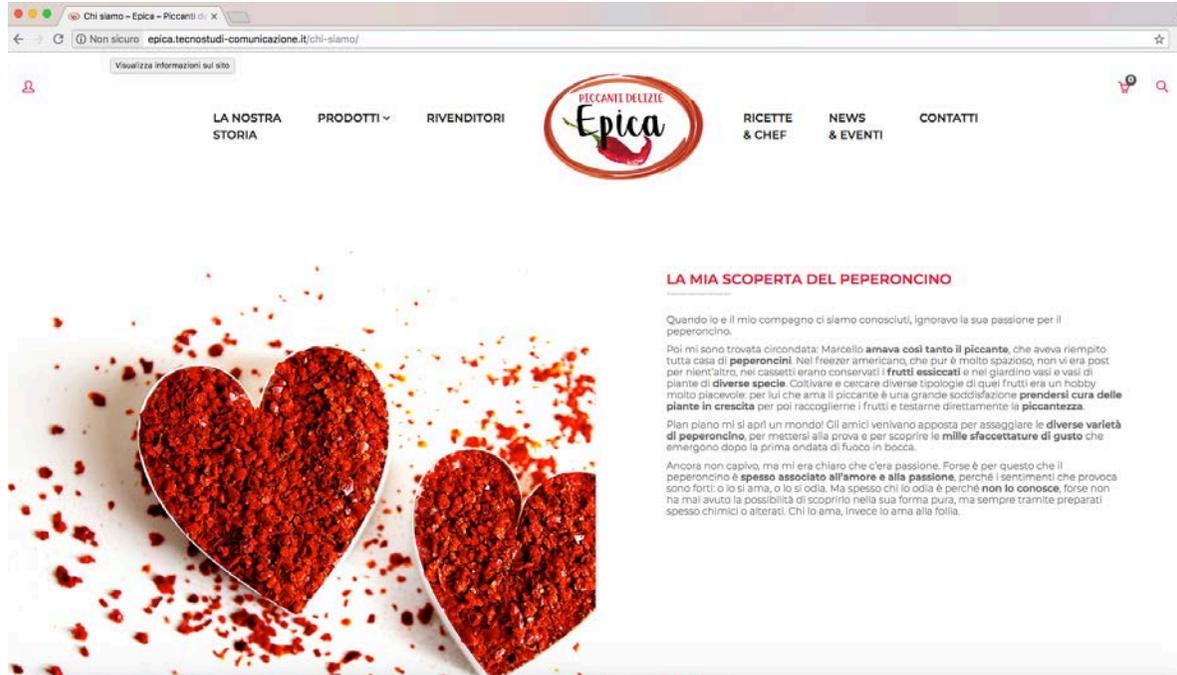


## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

- ✓ Utilizzare un'immagine non dell'ingrediente ma del prodotto stesso
- ✓ Utilizzare un'immagine che indichi come usare il prodotto inserendo elementi come il cucchiaino, il pane, il formaggio

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - CHI SIAMO

PRIMA



DOPO

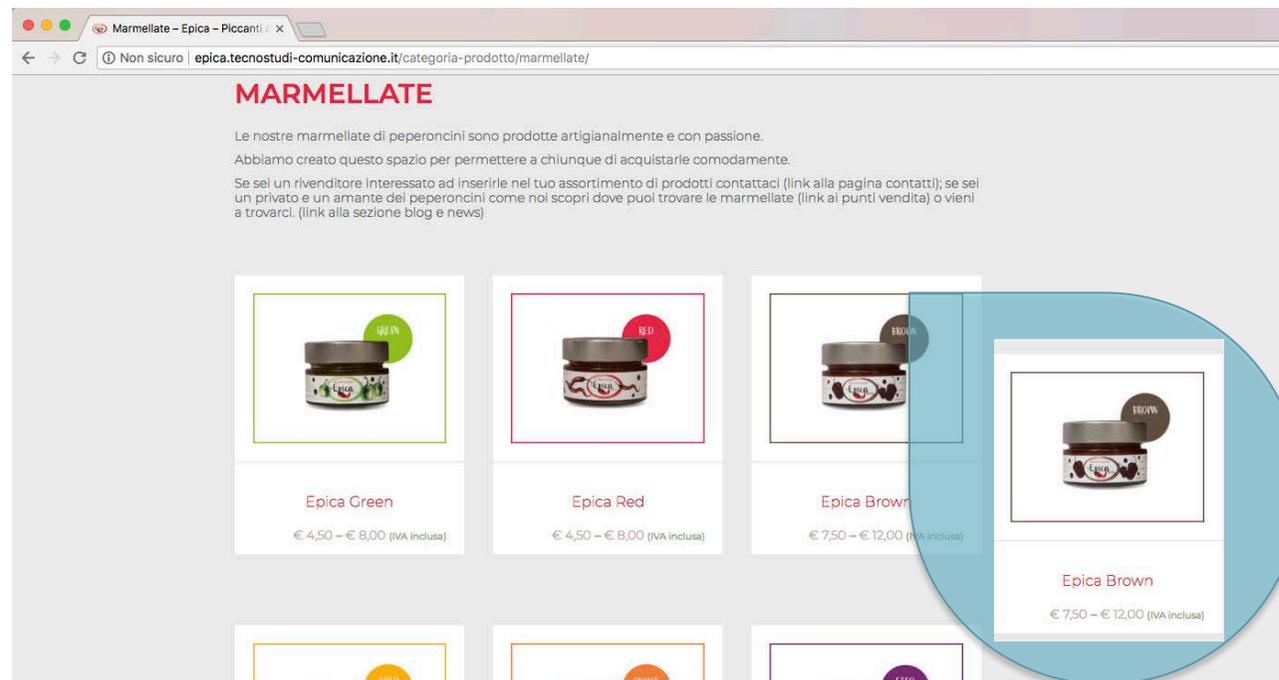


## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

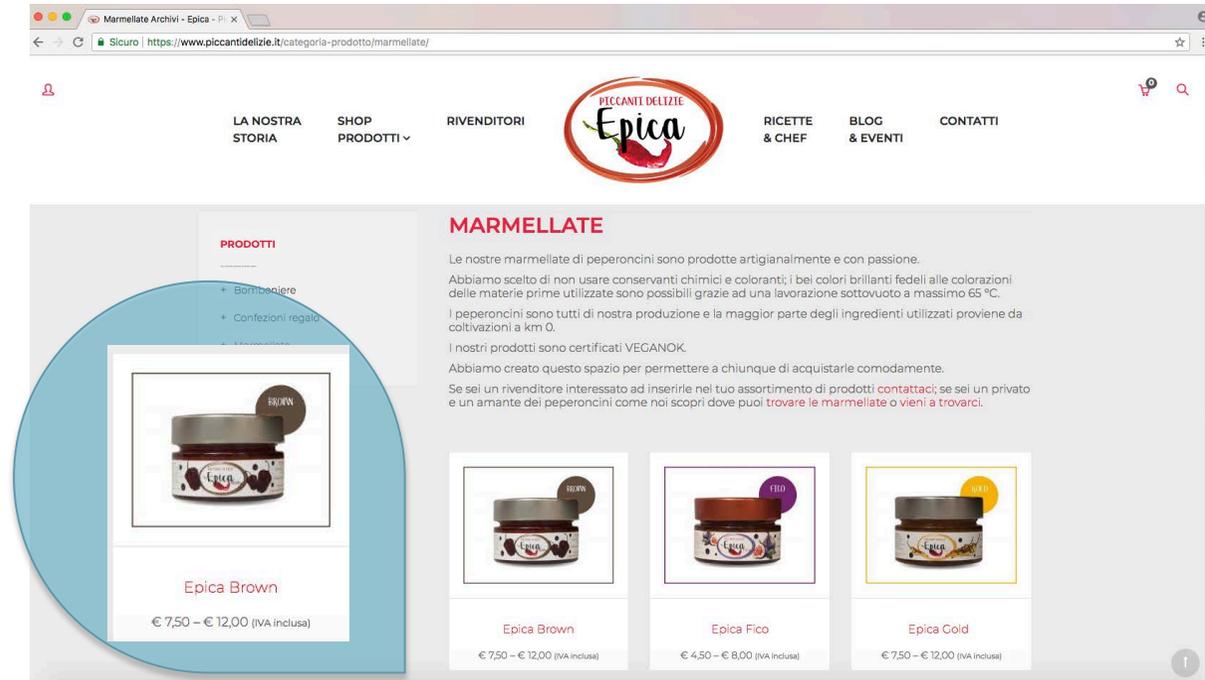
- ✓ Utilizzare un'immagine più personale che identifica chi c'è dietro al prodotto
- ✓ Testo non troppo lungo ma personale

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - PRODOTTI

PRIMA



DOPO



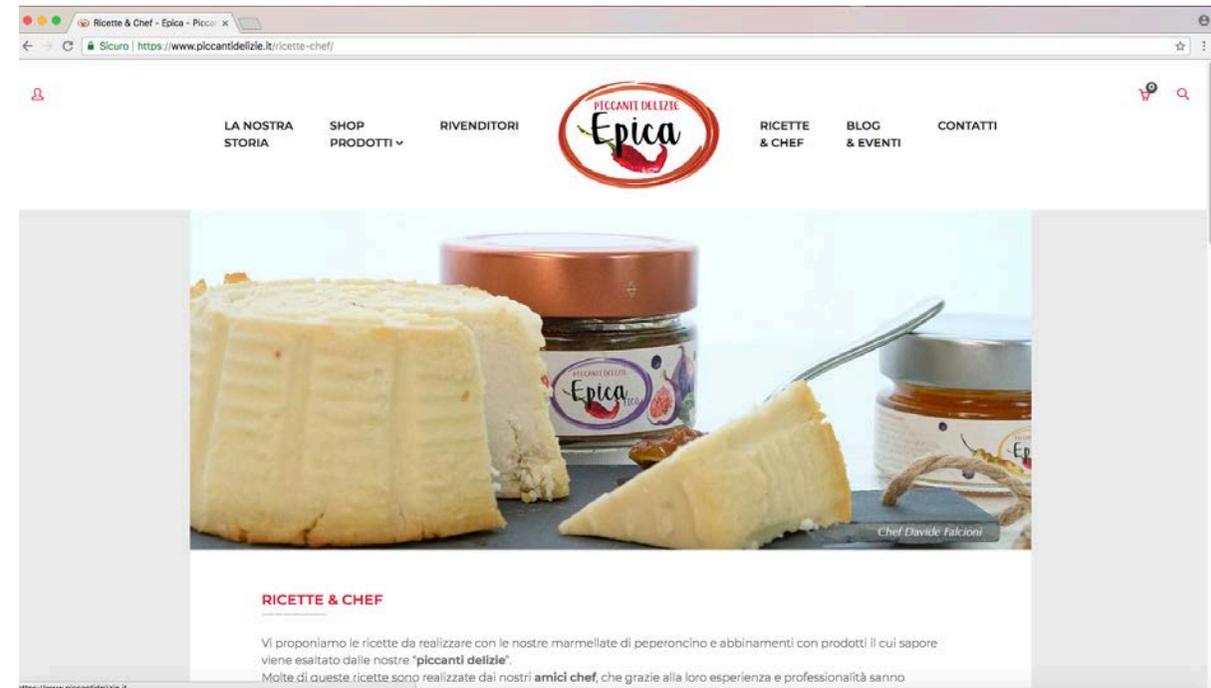
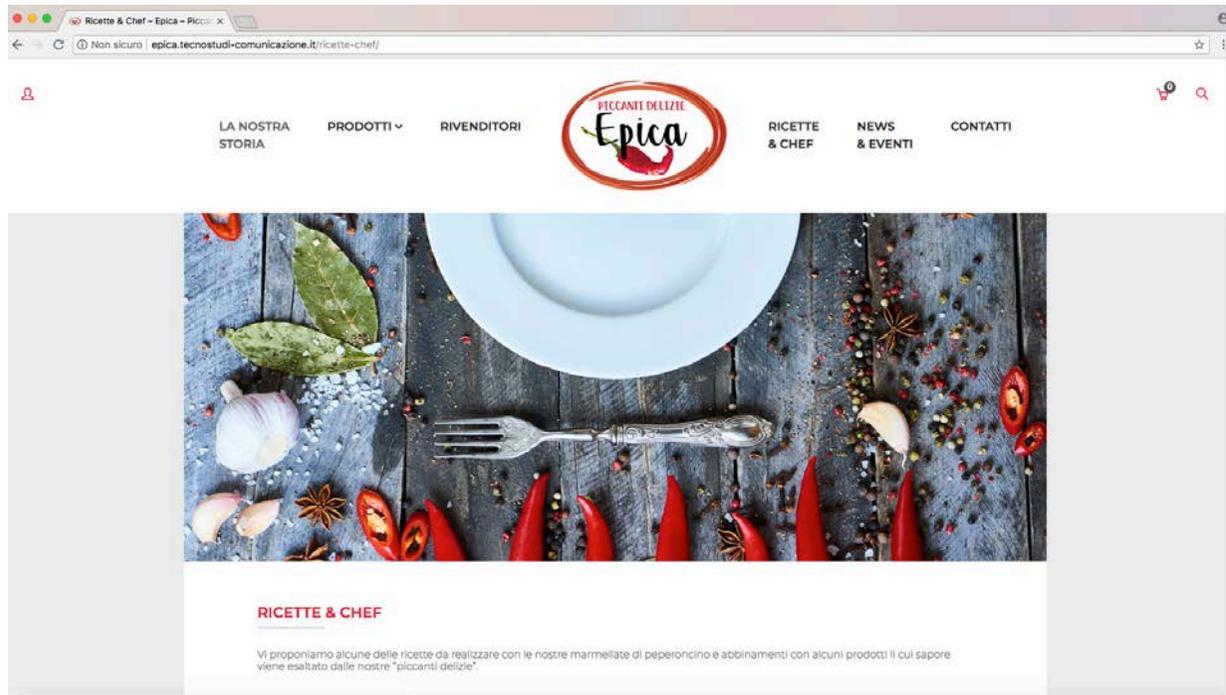
## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

- ✓ Immagine dei prodotti ben chiara, grande e visibile
- ✓ Tutte le caratteristiche importanti messe in evidenza

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - RICETTE & CHEF

PRIMA

DOPO



## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

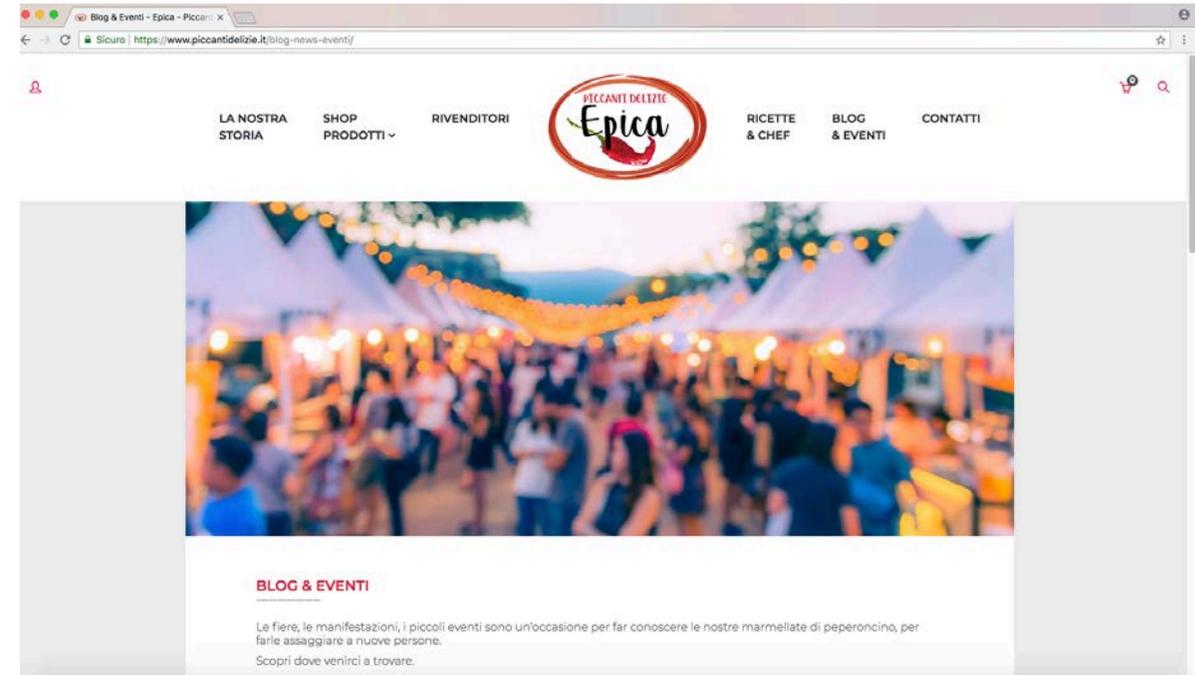
- ✓ Immagine del banner della pagina non corretta perché i peperoncini sono tagliati, il piatto è vuoto
- ✓ Mettere il prodotto in evidenza e indicare come usarlo

# WWW.PICCANTIDELIZIE.IT - BLOG & EVENTI

PRIMA



DOPO

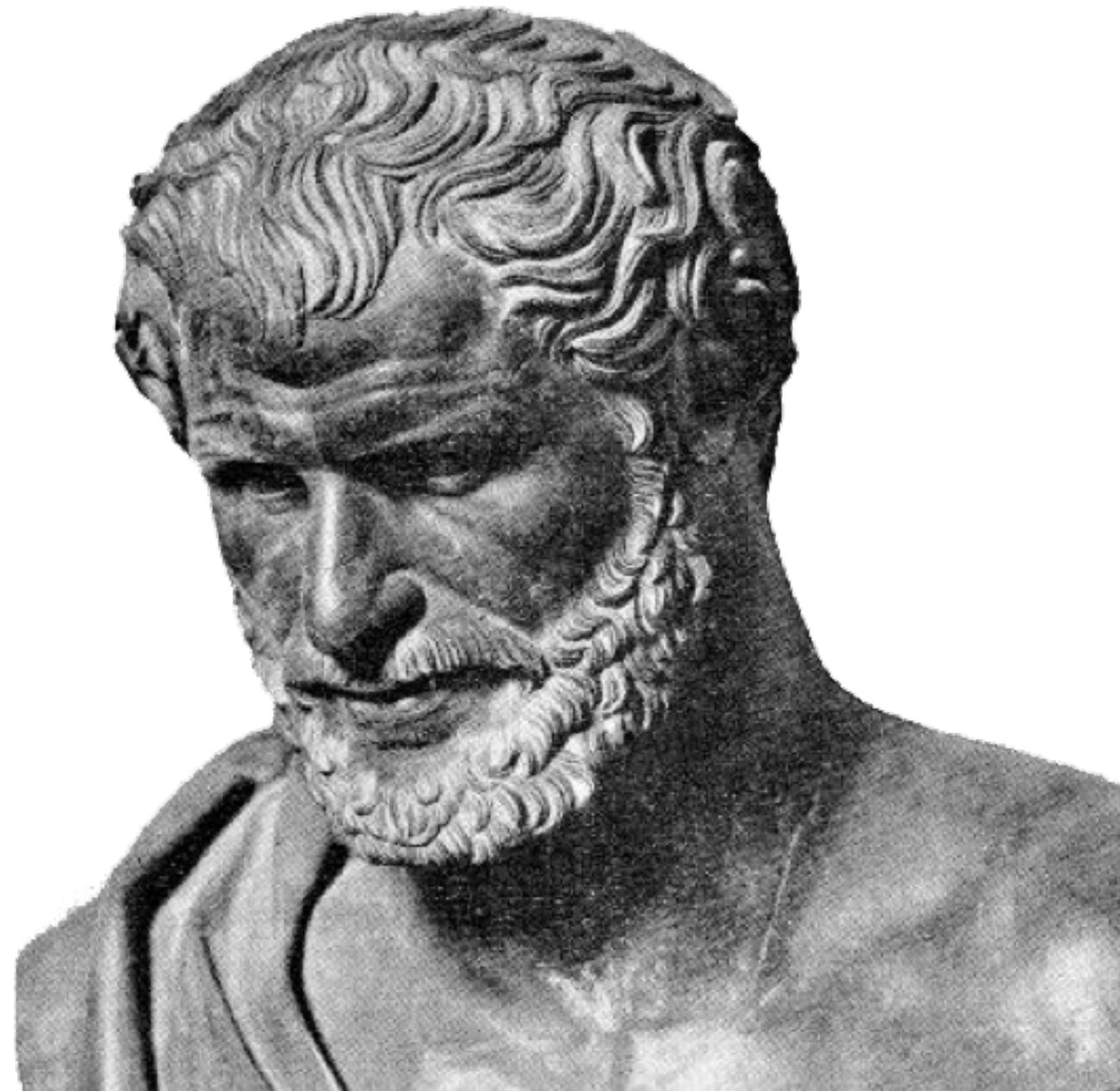


## INDICAZIONI DALL'ANALISI:

- ✓ Immagine del banner della pagina non corretta perché non mette in evidenza quello che è veramente importante comunicare: in questo caso la partecipazione a eventi in cui presentare i prodotti
- ✓ Utilizzare immagini con persone, colori, luci

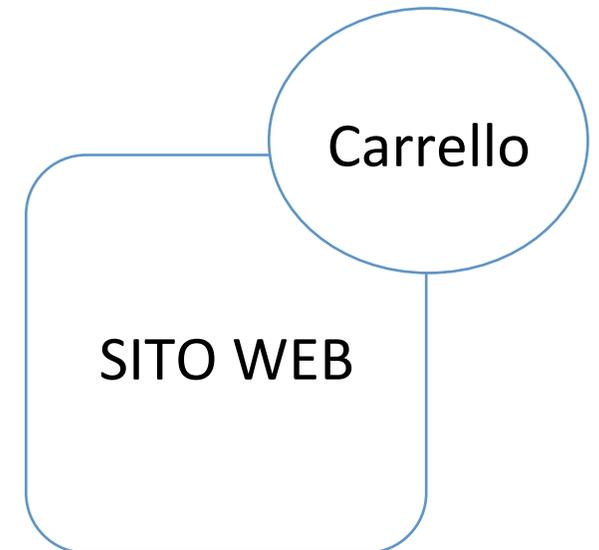
Non si può discendere due volte  
nel medesimo fiume  
e non si può toccare due volte  
una sostanza mortale  
nel medesimo stato,  
ma a causa dell'impetuosità  
e della velocità del mutamento  
essa si disperde e si raccoglie,  
viene e va.

***Eraclito***



# L'EVOLUZIONE DELLE PIATTAFORME ECOMMERCE

## 1 - Shopping Cart Era



# L'EVOLUZIONE DELLE PIATTAFORME ECOMMERCE

## 2 - Ecommerce Solution Era



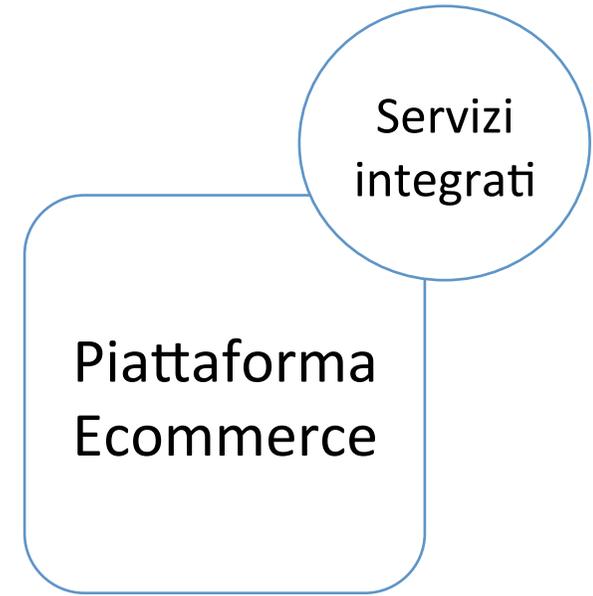
MIVA

YAHOO!



# L'EVOLUZIONE DELLA PIATTAFORMA ECOMMERCE

## 3 - Ecommerce Platform Era



# QUAL È IL MIO BUDGET PER LA PIATTAFORMA?

**SaaS**

**Open Source**

# CHE TIPO DI PRODOTTI VOGLIO VENDERE?

**Prodotti  
digitali**

**Prodotti  
semplici**

**Prodotti  
configurabili**

# CHE TIPO DI MAGAZZINO VOGLIO GESTIRE?

## PRO

## CONTRO

**MAGAZZINO EFFETTIVO IN AZIENDA**

Marginalità maggiore

Rischio di immobilizzazione

**ACQUISTO SUL VENDUTO**

Nessun costo fisso

Tempi di spedizione e disponibilità effettiva

**TRIANGOLAZIONI**

Nessun costo fisso

Tempi di spedizione e disponibilità effettiva

**DROPSHIPPING**

Disponibilità effettiva

Margini bassissimi, schede tecniche identiche

**OUTSOURCING**

Gestione semplificata

Rischio di perdere il controllo dei costi

# COME VOGLIO CONFIGURARE IL CUSTOMER SERVICE?

**Ticket**

**Email**

**Telefono**

**WhatsApp**

**ChatBot**

# LA SCELTA DELLA GIUSTA PIATTAFORMA ECOMMERCE

- ✓ Qual è il mio budget per la piattaforma?
- ✓ Che genere di prodotti voglio vendere?
- ✓ Che tipo di magazzino voglio gestire?
- ✓ Come voglio configurare il mio customer care
- ✓ Ho un ERP che gestisce i miei processi aziendali?
- ✓ Quali sono le funzionalità a cui non voglio rinunciare?
- ✓ Voglio vendere i miei prodotti anche su Marketplace?
- ✓ Come voglio gestire la fatturazione?

# LA SCELTA DELLA GIUSTA PIATTAFORMA ECOMMERCE

La migliore piattaforma di e-commerce è quella che si integra a perfezione con il tuo business e rende facile a te e ai tuoi collaboratori raggiungere gli obiettivi di business.

Il solo uomo davvero dotato di sensibilità che ho incontrato in vita mia era il mio sarto: mi prendeva le misure tutte le volte che mi vedeva, mentre tutti gli altri mantenevano le vecchie misure e si aspettavano che io mi ci adattassi.

*George Bernard Shaw*



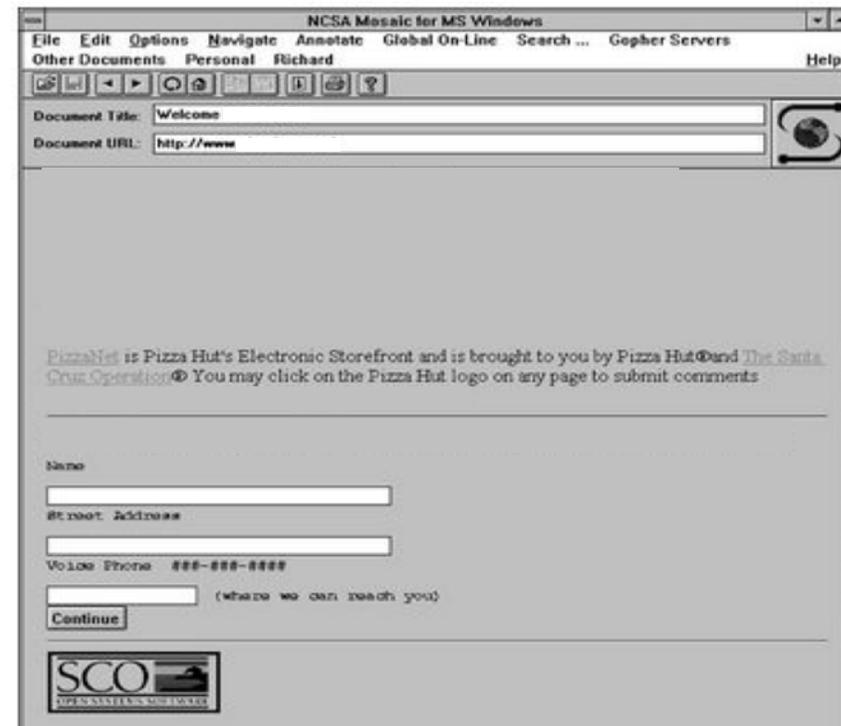








DAN KOHN



12 Agosto 1994

# The New York Times

## Attention Shoppers: Internet Is Open



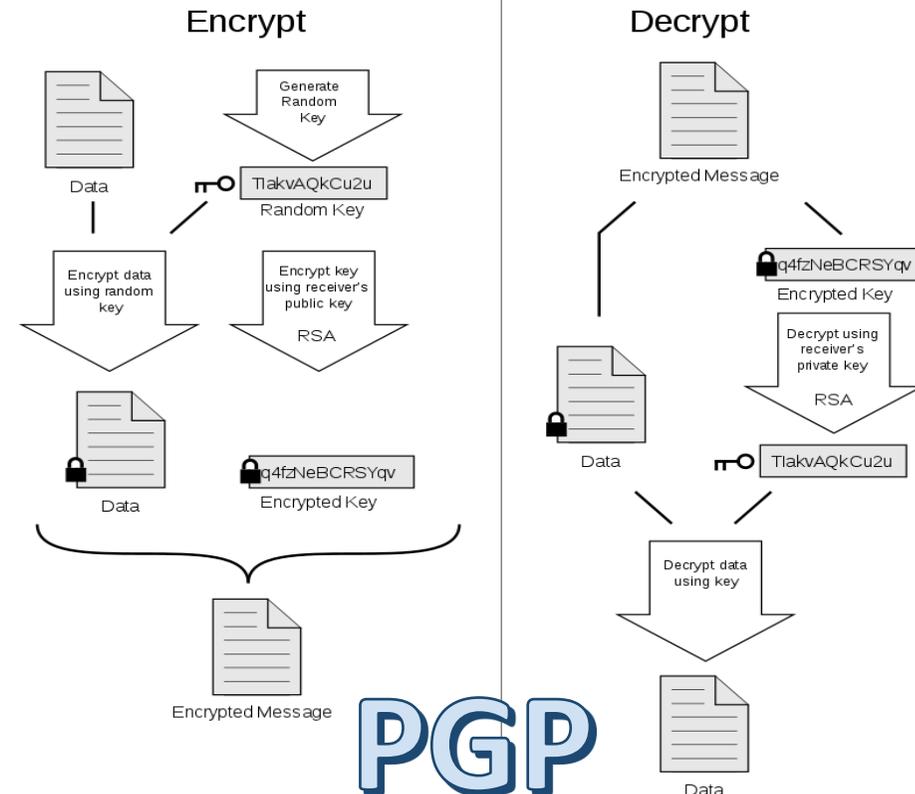
Ieri a mezzogiorno, Phil Brandenberger di Philadelphia ha acquistato un CD, lo ha pagato con la sua carta di credito e ha fatto storia.

Il sig. Brandenburger, dal suo ufficio di Philadelphia, con il suo computer si è collegato al sito NetMarket e ha inviato il numero di carta di credito Visa per pagare i \$12,48 più le spese di spedizione, per l'acquisto del CD "Ten Summoners Tales" del musicista Sting.

# PRETTY GOOD PRIVACY



PHIL ZIMMERMANN



# 11 AGOSTO 1994 NASCE L'E-COMMERCE



# SCENARIO



# E-COMMERCE IN EUROPA



✓ 742M



✓ 76,5%



✓ € 602B



✓ 61,7M



✓ 60%



✓ € 35B



✓ 63,7M

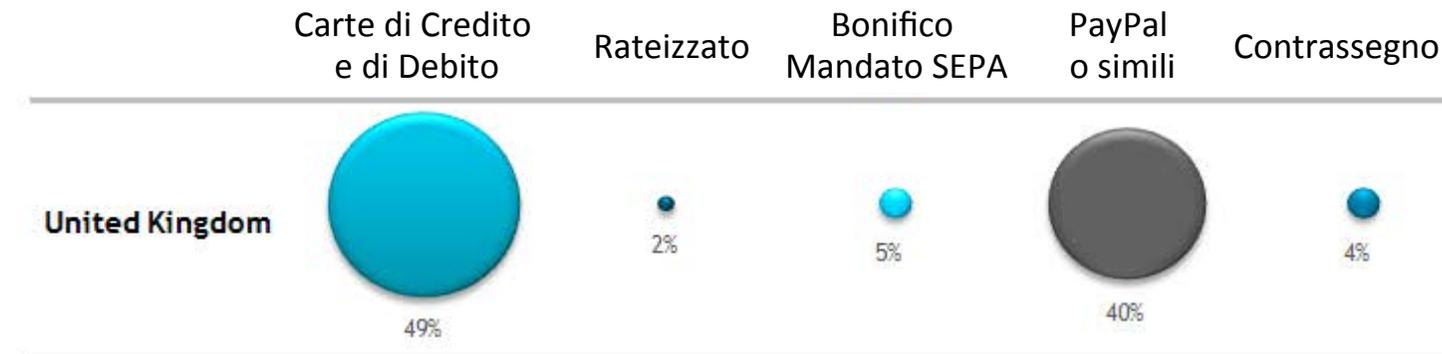
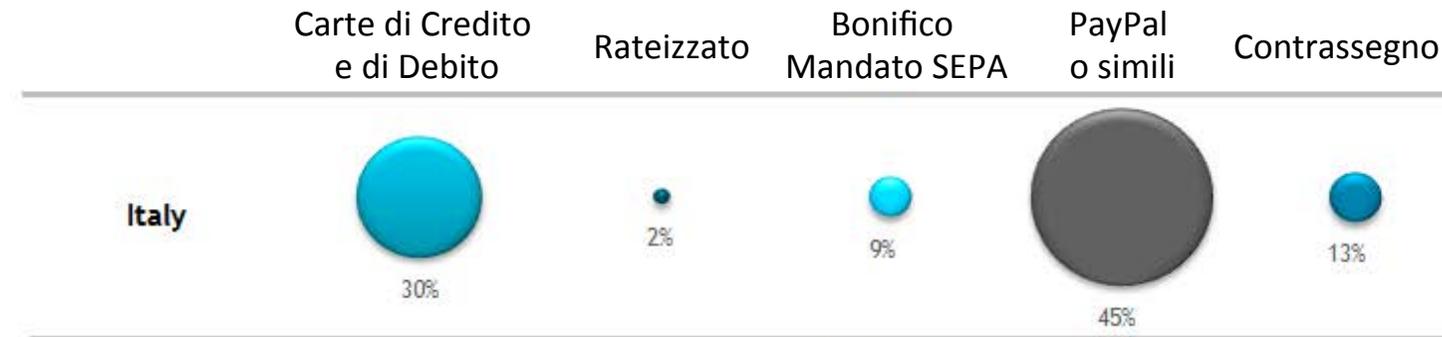


✓ 82%



✓ €157B

# E-COMMERCE | METODI DI PAGAMENTO



Source: Twenga 2018







The diagram illustrates the e-commerce process flow. At the top, a white box contains the text 'CMS - ERP -' in blue. Below this, a central white box contains the word 'LOGISTICA' in blue. At the bottom, another white box contains the word 'PAGAMENTO' in blue. The background is light blue and features various icons: a gift box, a stack of gold coins, a shopping cart, a credit card with the number '1234 5678 1234', a clock showing '24', a shopping bag, a shopping basket, a camera, a smartphone, and a music note. A hand is shown holding a tablet displaying a 'SHOPPING ONLINE' interface with a 'BUY NOW' button. The overall theme is e-commerce and digital marketing.

# IL GIUSTO PARTNER?!?







WORKSHOP

**E-Payment**  
**RAPPORTO QUALITÀ/PREZZO**



**SICUREZZA & INTEGRAZIONE**



**FUNZIONI A VALORE AGGIUNTO**

Ann.

# ComNpay

Powered by Afone Paiement



Pagamenti online da tutto il Mondo



Massima sicurezza garantita



Integrazione semplice e immediata



Servizio Clienti dedicato



Back Office semplice e completo



Ann.

# PAGINA DI CHECK-OUT PERSONALIZZATA



Ann.

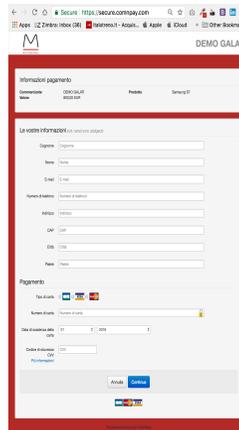
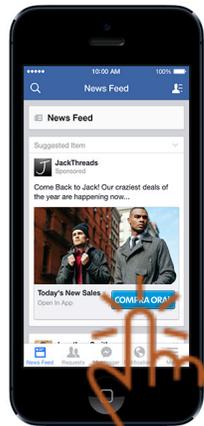
# Social Selling



Ann.

# P@yPerLink

The screenshot shows the ComNpay web interface. On the left, there are navigation menus for 'SITUAZIONE DEL CONTO', 'INFORMAZIONI', 'COMNPAY', and 'P@YPERMAIL'. The main area is titled 'CREAZIONE DI UN LINK DI PAGAMENTO' and includes sections for 'PARAMETRI DELLA CAMPAGNA' (with fields for code, name, description, price, and success/error links) and 'INFORMAZIONI DEL CLIENTE' (with checkboxes for various data fields like name, email, phone, address, etc.).



Ann.



# PARTNER



Rapporto Qualità/Prezzo



SICUREZZA & INTEGRAZIONE



FUNZIONI A VALORE AGGIUNTO

# SCEGLIETE BENE I VOSTRI PARTNER...

## Rug Carpet Embroidered

by chendongdong

★★★★★ ▾ 1 customer review



CHIEDI UNA  
CONSULENZA



TECNOSTUDI  
COMUNICAZIONE CONTEMPORANEA

Tel. 051 352666  
tecnostudi@mptstudi.com  
www.tecnostudi-comunicazione.it