

**Non arrivare ultimo.
L'importanza della crescita digitale
nelle Imprese Agricole.**

Dott. Tommaso Pierini,
Co-Fondatore di peekee

peekee

Strategia di vendita tradizionale

Push



Azienda Agricola

Il Produttore attraverso agenti di vendita e contatti diretti crea una **rete di rivenditori**



Distributori

(Ho.Re.Ca., GDO, Dettaglio)



Il rivenditore spingerà i prodotti alla sua clientela, fornendo un'ampia scelta al **suo cliente finale**

Cliente finale

Strategia utilizzata da quasi la totalità dei produttori.

si tratta di una strategia di vendita che punta a creare ampie reti di distribuzione con diversi rivenditori (HORECA, GDO, vendita al dettaglio).

L'obiettivo è convincere il rivenditore a comprare e spingere il prodotto

Strategia quasi mai presente nei Produttori Agricoli

Fare in modo che il cliente finale esprima in maniera esplicita o implicita uno specifico interessamento per il brand, facendo in modo che i rivenditori siano spinti a loro volta a richiedere il prodotto poiché vende meglio degli altri

L'obiettivo è far sì che il cliente finale crei la domanda, anche ai rivenditori

Strategia di vendita diretta

Pull

Far conoscere il Brand al cliente finale



Azienda Agricola

I distributori vedendo un aumento della richiesta dello specifico brand/prodotto aumentano la richiesta



Distributori

(Ho.Re.Ca., GDO, Dettaglio)

Il cliente finale riconosce/richiede il prodotto del marchio che sta cercando, esprimendo una preferenza



Cliente finale

Come ci arriviamo al cliente finale?

Marketing Tradizionale

Attraverso i canali già conosciuti e da sempre utilizzati: **Fiere, Cartellonistica, Co-Marketing, Turismo...**

Marketing Digitale

Canale di comunicazione alla portata di tutti, che arriva a tutti.

*"...La ripresa economica riguarderà tutti i comparti, ma è sempre più marcato il contrasto tra l'**accelerazione dell'advertising digitale +20%** [...] e quello **lineare** (TV, radio, stampa, OOH, cinema), **pari a +3%**"*

[fonte engage.it, 2021](https://www.engage.it/2021)



An aerial photograph of a road intersection in a lush green field. A main road runs diagonally from the bottom left towards the top right. A smaller road crosses it at a right angle. A car is visible on the smaller road. The text is overlaid on the top left of the image.

Una corretta presenza digitale... Le insidie e gli errori

- Creazione di **punti di contatto digitali**
- Coltivazione di una **Community digitale**
- Canale di vendita diretto tramite **e-commerce**
- **Sponsorizzazioni e Digital PR**

Punto di contatto digitale, essere presenti.

Sito Indicizzato

Avere un sito indicizzato significa attirare clienti che stanno cercando qualcosa. Essere nel posto giusto al momento giusto. Tecnologia aggiornata, no errori di codice e contenuti freschi sono il segreto.

Google My Business

Se qualcuno volesse sapere dove ti trovi? I tuoi orari di apertura?

Pagine Social

Avere delle pagine social bene impostate e aggiornate è il migliore biglietto da visita possibile. Bisogna attirare e incuriosire gli utenti.



Coltivazione di una community digitale

Creare una community digitale significa avere tanti clienti presenti nello stesso momento, come se fossero fisicamente in azienda.

Presenza Social

Essere presenti sui social significa raccontare cosa facciamo di giorno in giorno e, soprattutto, **metterci la faccia**.

Chi ha una comunicazione piatta, funziona meno.

Newsletter

Costruire e coltivare un proprio database clienti è fondamentale per avere un ritorno. Le newsletter devono essere fatte con criterio: avere un tono esclusivo e capire che azioni fa il cliente sullo shop.

Chat

Molti sottovalutano l'importanza di avere un'assistenza clienti pronta ed efficace. Se un cliente vi chiamasse e voi non rispondeste?





Avere un e-commerce

Perché impiegare 5 giorni per evadere un ordine quando è possibile farlo in 24/48h?

L'e-commerce è uno strumento che automatizza un processo altrimenti dispendioso e noioso

Costi di spedizione

Avere dei costi di spedizione bassi oggi è fondamentale. Altri costi di spedizione oggi non sono più visti di buon occhio.

Vincoli d'ordine

Comprereste 6 bottiglie di un vino che non avete mai assaggiato?

Funzionalità

Il 62,5 % del traffico degli shop dei produttori con cui lavoriamo viene da Mobile*. Una pagina che non si vede bene è come una barriera architettonica, un muro.

Sponsorizzazioni e Digital PR

Sponsorizzare significa velocizzare il processo di crescita.

Stagionalità

Capire la stagionalità del prodotto ci permette di presidiare il giusto canale e avere la massima efficienza.

Promozioni

Perchè un cliente dovrebbe darci i suoi soldi in un determinato momento? Lui da qualcosa a noi, noi diamo qualcosa a lui.

PR Digitale

Esistono delle personalità (fisiche e non) che possono influenzare l'opinione delle persone. Influencer e testate di riferimento possono essere molto utili.



Tutti i passaggi devono essere curati, Altrimenti la catena di rompe

Esempio 1

Buone campagne di promozione, e-commerce con grandi vincoli

Esempio 2

Buone campagne di promozione, pagine social non attive e community non coltivata

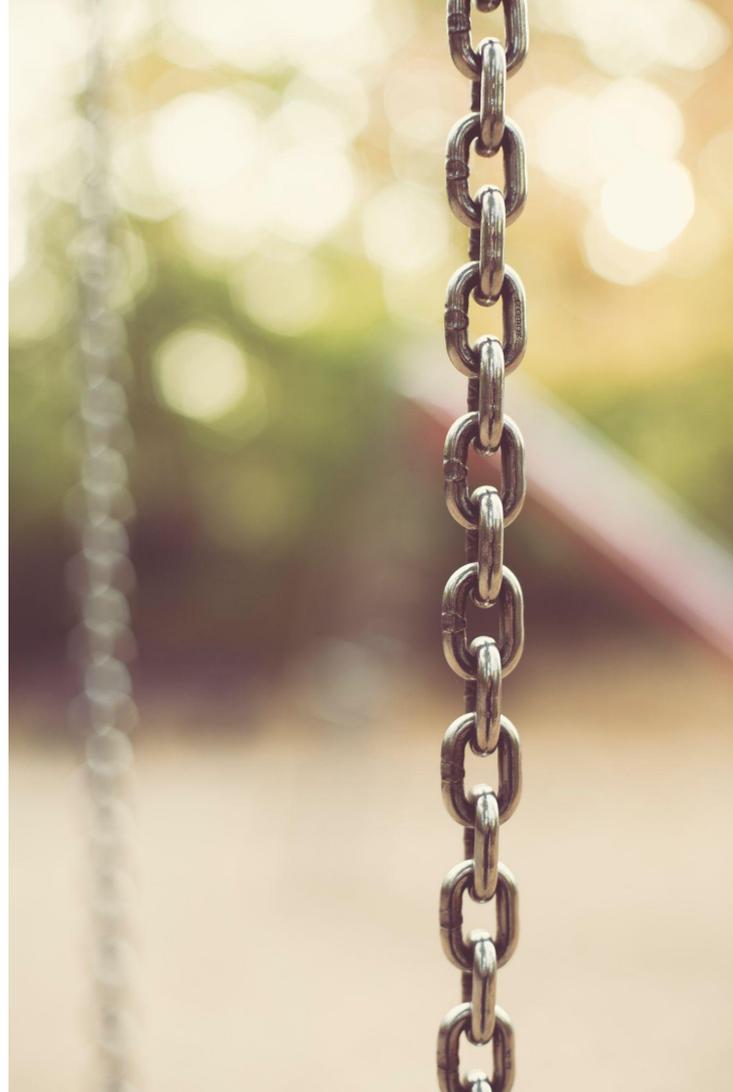
Esempio 3

Buone pagine social ed e-commerce impostato correttamente, campagne di promozione non stagionalizzate

Esempio 4

Campagne di promozione funzionanti ma pessima customer care e assistenza alle spedizioni

Il coordinamento fra tutte i diversi punti deve essere massimo e nessuna parte è meno importante delle altre





Perché è importante il posizionamento Digitale?

1. L'italiano passa mediamente **13 ore al giorno** davanti **uno schermo digitale**.
2. **Forte trend di crescita del mercato e-commerce** agrifood in particolare per beni a km0, di alta qualità e direttamente al cliente privato (filiera corta)
3. Trend in continua crescita per gli **acquisti effettuati in e-commerce**, (Italia +78% nel primo trimestre del 2021, prima in Europa) che determina uno strutturale cambiamento delle metodologie di acquisto più utilizzate

“Iniziare adesso per non arrivare ultimo”

Il cliente di domani è quello digitale!

Con l'avanzare delle generazioni l'importanza della presenza digitale del proprio brand aumenterà sempre più, andando a diventare il principale punto di incontro con il consumatore.

Il tempo del processo di digitalizzazione e posizionamento del proprio marchio non è breve, per questo chi arriverà nel prossimo futuro con una crescita e conoscenza del mondo digitale già affermata beneficerà di un importante vantaggio competitivo.



Grazie per l'attenzione!

Q&A

tommaso.pierini@peekee.it

+39 338 72 16 894