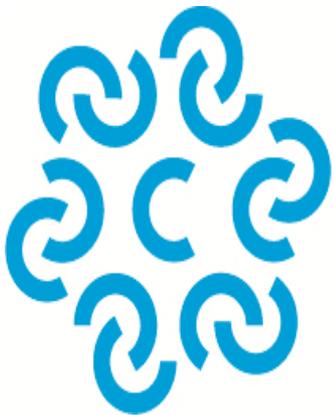


Introduzione all'e-commerce: scenari e opportunità per le Imprese



**CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO
AGRICOLTURA VERONA**

Lodovico Marengo

Verona, 12 Dicembre 2023

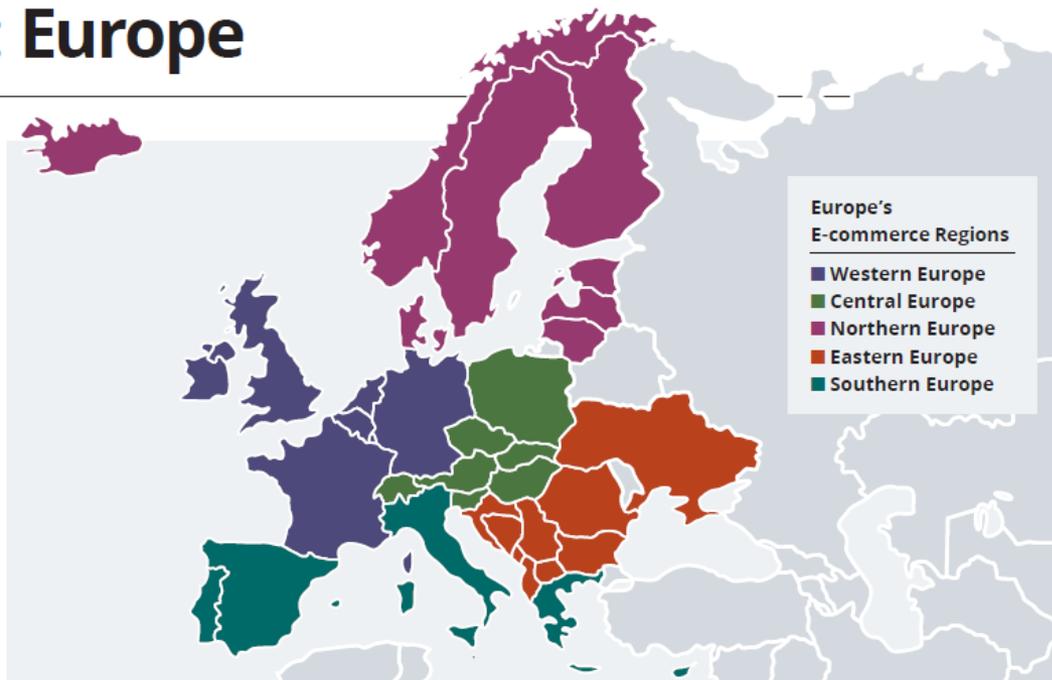
DI COSA PARLEREMO OGGI...

1. **MARKET OVERVIEW**
2. **MARKETPLACE O E-COMMERCE?** Caratteristiche, vantaggi, differenze.
3. **ANALISI, APPROCCI E STRATEGIE.** Come lavorare bene sui marketplace.
4. **L'IMPORTANZA DEI BIG DATA.** Quali dati analizzare e perché.
5. **IL MONDO DI AMAZON.** Caratteristiche, identità ed opportunità.
6. **ALIBABA.COM.** Come analizzarla e gestirla.
7. **KEYWORDS E CONTENUTI.** L'importanza del catalogo e della scheda prodotto.



Market Overview: Europe

The European continent is home to diverse markets, in particular, intricate digital markets. After the rapid growth of internet users during the Covid-19 pandemic, they appear to have stabilized at 92% of the total European population. Despite challenges with inflation and a declining population, GDP continues to grow both regionally and across Europe.



GDP (€bn)

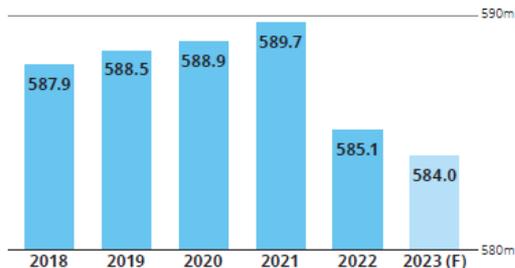
Gross Domestic Product (GDP) in €bn



SOURCE: IMF

Population of Europe

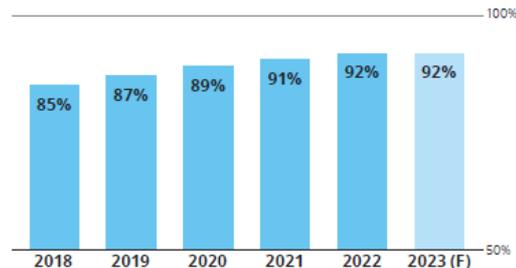
Year by year population, in millions



SOURCE: WORLD BANK, UN POPULATION DIVISION

Internet users

Percentage of the population accessing the internet



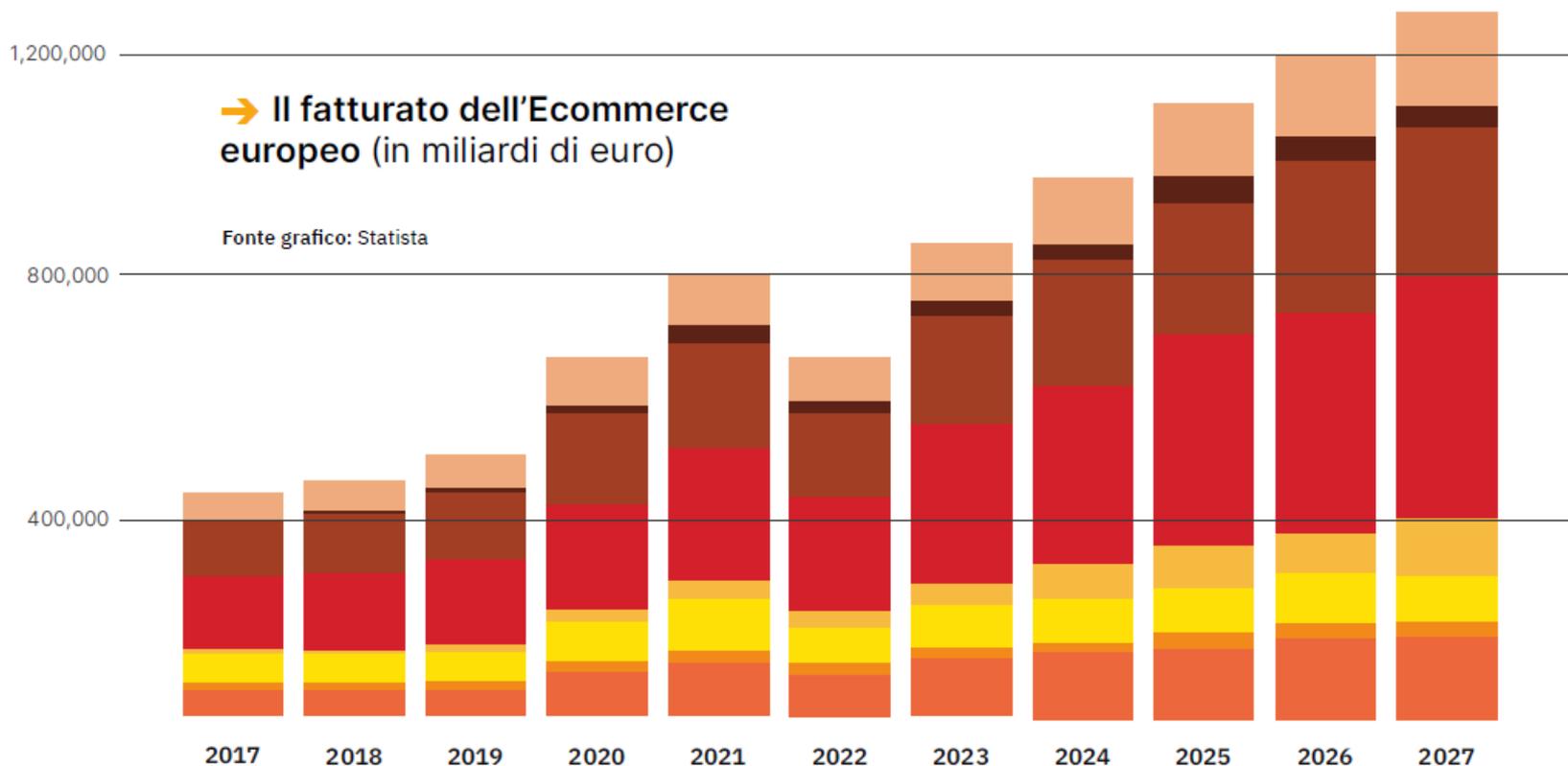
SOURCE: EUROSTAT, DATAREPORTAL

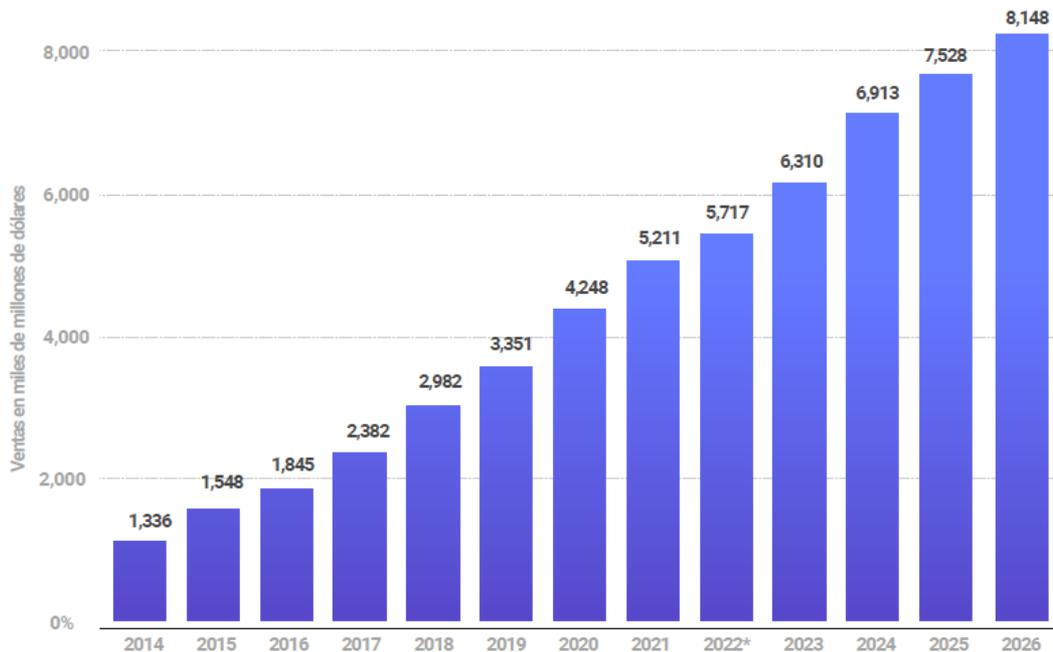


L'Ecommerce in Europa

Il 60% dei cittadini europei ormai acquista online e il fatturato Ecommerce europeo ha avuto anche nel 2021 un'accelerazione⁶ arrivando a valere 732 miliardi di dollari⁷. Il fatturato complessivo del 2022 si è invece ridimensionato tornando ai valori del 2020 perdendo circa 100 miliardi per quanto riguarda i beni di consumo.

- Giochi, hobby e DIY
- Media
- Arredamento
- Alimentare
- Abbigliamento
- Elettronica
- Bevande
- Salute, bellezza, cura personale e della casa

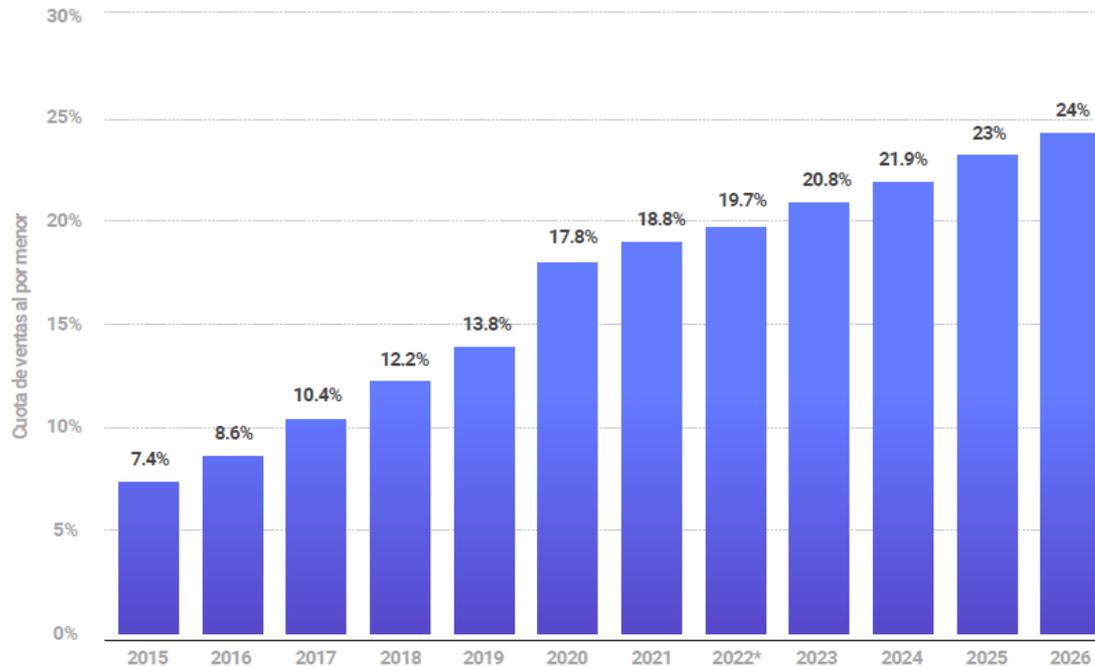




Le previsioni parlano di **6.300 milioni di dollari in vendite al dettaglio online nel 2023**: è un chiaro segno che il commercio elettronico continua a crescere e a prosperare.

Man mano che aumenta la popolarità degli acquisti online, è essenziale che le aziende stiano al passo e offrano ai propri clienti un'**esperienza di shopping online eccezionale**.

Qual è la portata del mercato dell'eCommerce a livello mondiale?



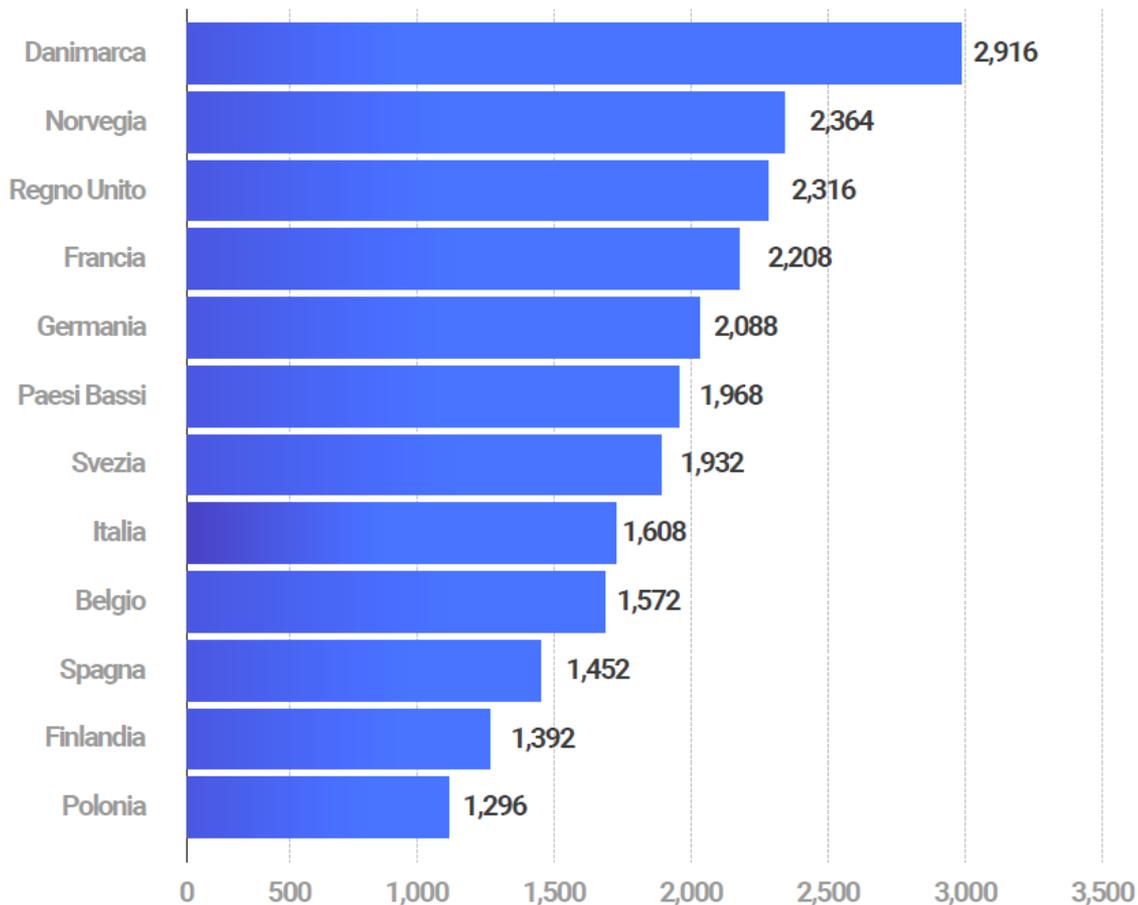
Con il 20% di tutte le vendite nel commercio al dettaglio, è evidente che **gli acquisti online non sono più soltanto un mercato di nicchia**, ma un attore importante nel settore retail.



La popolazione italiana spende per gli acquisti online 1608 € all'anno.

Un aumento del 35% rispetto all'anno precedente, che a sua volta proveniva da un aumento dell'11%.

Si conferma, così, una **tendenza in aumento degli acquisti online.**





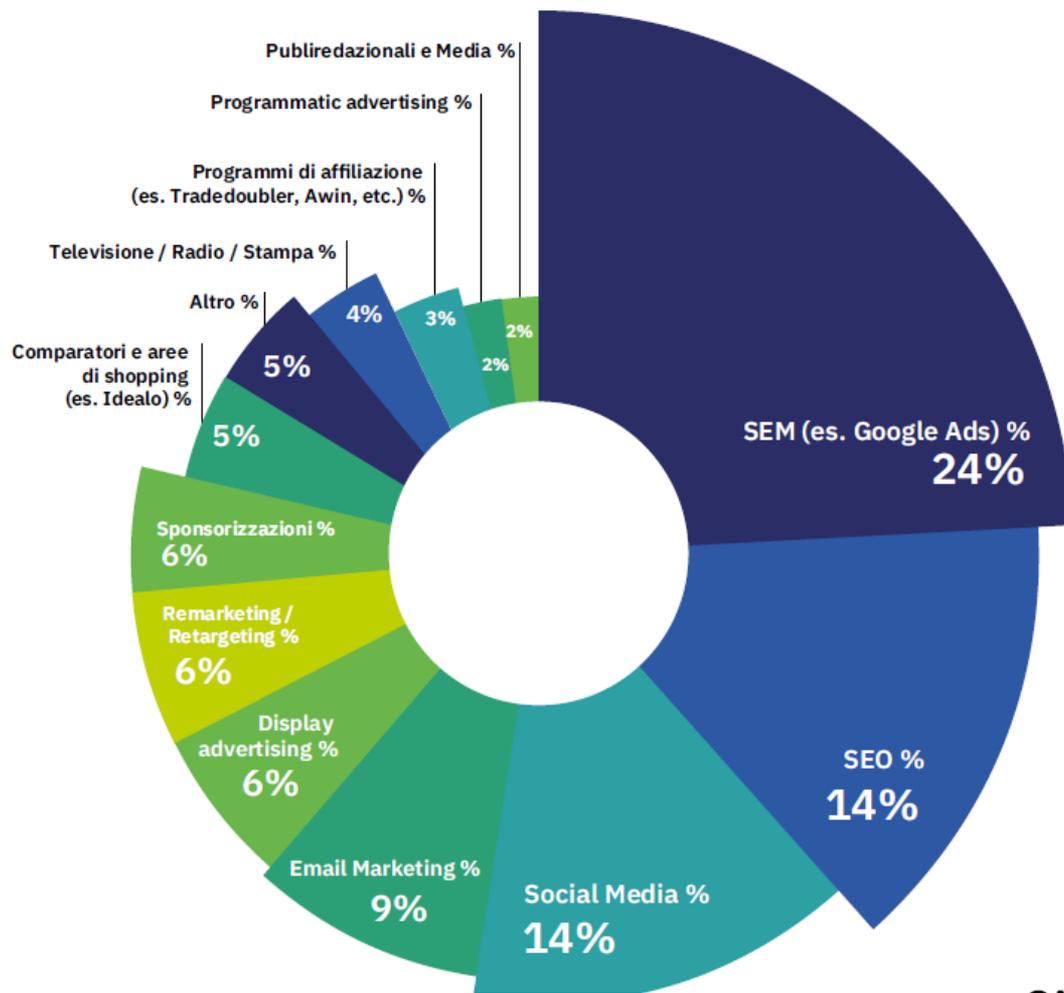
→ Il budget marketing dell'Ecommerce

Qual è la suddivisione in percentuale delle vostre attività di marketing e advertising?
(Risposta multipla. Inserire il valore percentuale per ogni area di attività)

Fonte grafico: Casaleggio Associati, 2023

Il costo di acquisizione medio in Italia è di

€ 32

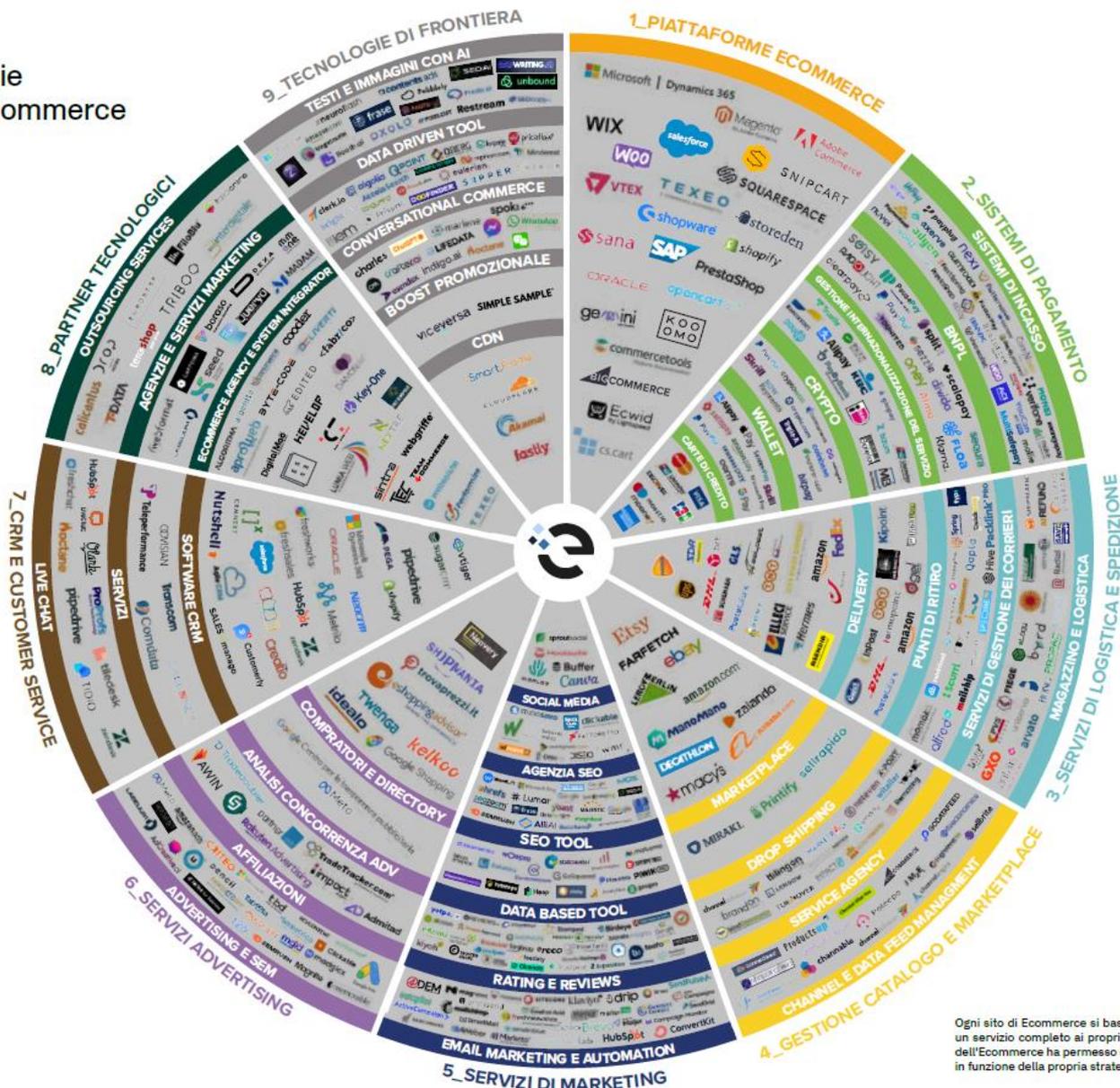




MARKETPLACE OPPURE E-COMMERCE?



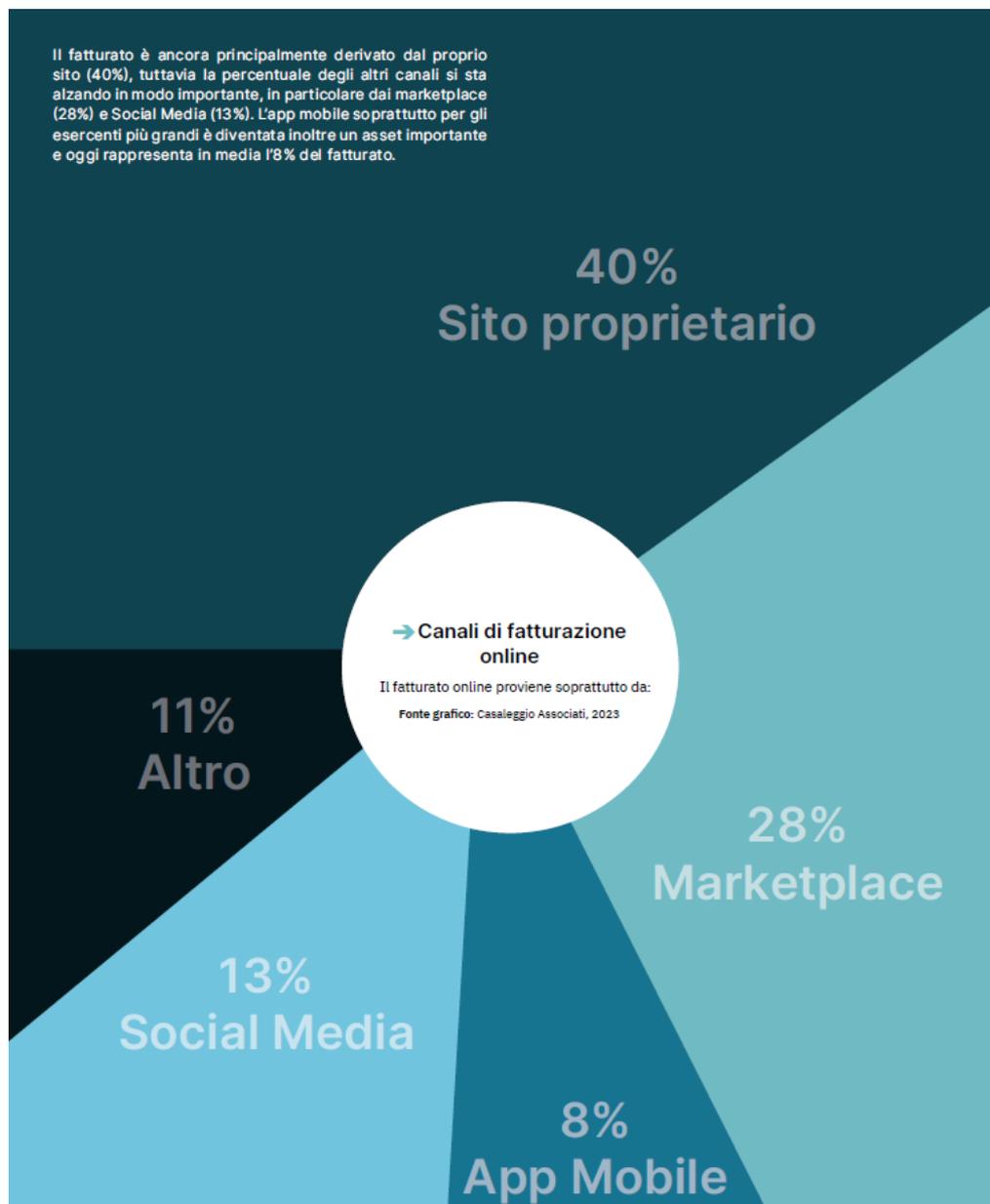
Servizi e Tecnologie disponibili per l'Ecommerce



Ogni sito di Ecommerce si basa su alcuni servizi che gli permettono di offrire un servizio completo ai propri clienti. L'analisi di oltre 500 potenziali partner dell'Ecommerce ha permesso di identificare le migliori scelte per ogni azienda in funzione della propria strategia e grandezza in termini di fatturato.



Il fatturato è ancora principalmente derivato dal proprio sito (40%), tuttavia la percentuale degli altri canali si sta alzando in modo importante, in particolare dal marketplace (28%) e Social Media (13%). L'app mobile soprattutto per gli esercenti più grandi è diventata inoltre un asset importante e oggi rappresenta in media l'8% del fatturato.



Vendere sui marketplace

Strategie di presenza sui mercati esteri e fatturato

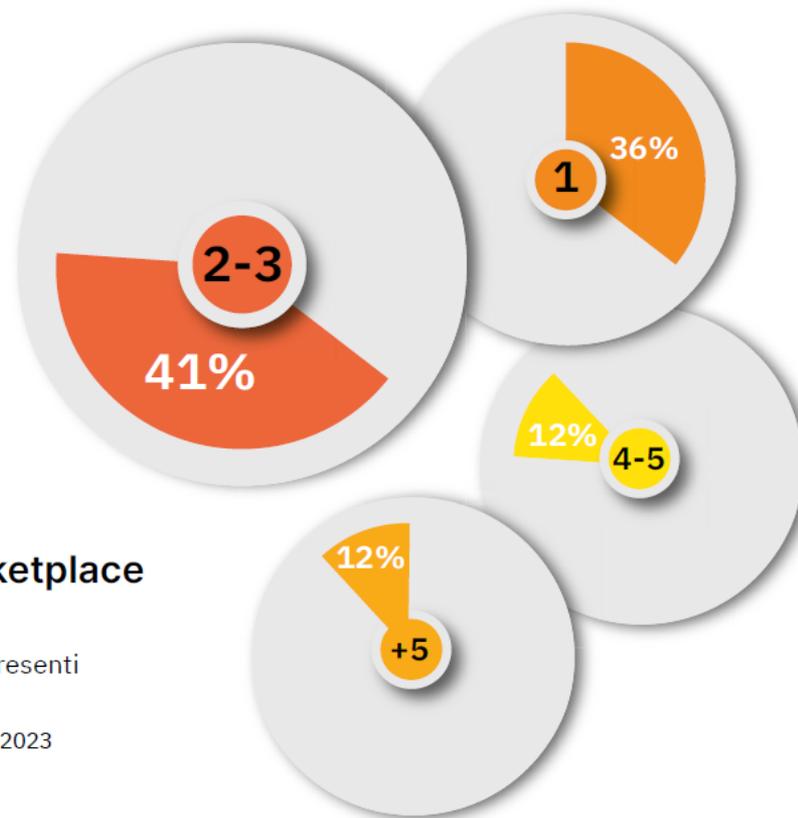
Il 65% delle aziende intervistate dichiara di essere presente anche su almeno un marketplace. Un numero in netta crescita rispetto al 49% dell'anno precedente.

Nell'ultimo anno c'è stata una razionalizzazione del numero di marketplace in cui le aziende sono presenti, con il 46% delle imprese che dichiara di utilizzare solo due o tre piattaforme. A contenere più di altre il numero di marketplace in cui essere presenti sono soprattutto aziende del settore Moda ed Elettronica di Consumo.

→ Il numero di marketplace in cui si è presenti

Su quanti marketplace siete presenti contemporaneamente?

Fonte grafico: Casaleggio Associati, 2023





I Top Ecommerce in Italia

Le cento aziende che hanno guidato l'Ecommerce nel nostro Paese nell'ultimo anno, secondo l'indice di popolarità definito da Casaleggio Associati¹⁴.



¹⁴: Per la classifica aggiornata su base mensile: <https://www.ecommerciaitalia.info/e-commerce-ranking/>.



allegro

ebay

EMAG
Marketplace

F A I R E

 **Kaufland**

 **ManoMano**

PERFUME'S CLUB

 RUE DU
COMMERCE

spartoo
FASHION FROM HEAD TO TOE

tradeINN

YOOX



MARKETPLACE O E-COMMERCE?

CARATTERISTICHE DEI MARKETPLACE

- PIATTAFORMA che ospita più venditori mettendoli in relazione con gli acquirenti
 - CATEGORIE MERCEOLOGICHE ETEROGENEE



PROCESSO DI VENDITA

IL MARKETPLACE semplicemente COORDINA e fa da tramite nel processo di vendita la cui operatività resta in mano al venditore.

CARATTERISTICHE E-COMMERCE

- SHOP ONLINE (di solito unico venditore)
- CATEGORIE MERCEOLOGICHE OMOGENEE (es Abbigliamento – Calzature – Accessori)



PROCESSO DI VENDITA

UN UNICO MERCHANT (il proprietario dello Store)

- gestisce gli ordini
- coordina la logistica
- cura la comunicazione ed il marketing



QUALI VANTAGGI SE VENDI SUI MARKETPLACE



VISIBILITA' Milioni di clienti iscritti



VELOCITA' Il venditore, una volta iscritto, inizia a vendere subito.



POSIZIONAMENTO NATURALE L'utente atterra direttamente sulla pagina del marketplace e difficilmente passa dalla ricerca su Google. Il costo di posizionamento per l'eCommerce è alto ed il marketplace consente di ridurlo notevolmente



FIDUCIA Il nome di colossi come Amazon tranquillizza il cliente che si sente tutelato maggiormente rispetto a un venditore che non conosce



COSTI QUANTIFICABILI Fissi o % sulle vendite, con il marketplace sai prima quanto spenderai. Al contrario, un e-Commerce, richiederà budget anche per acquisizione clienti, marketing, piattaforma, etc.



BASSI COSTI DI INVESTIMENTO Nessun costo di piattaforma, grafica o software house



PROMOZIONI Il Marketplace promuove sé stesso garantendo al venditore la pubblicità che su un e-Commerce dovrebbe gestire da solo.



CI SONO SVANTAGGI?

COSTI DI VENDITA

Canone fisso e % di commissione sulle vendite oltre che eventuali costi di gestione ordine come per FBA Amazon

NESSUN DATABASE CLIENTI

La maggior parte dei mp inibisce il contatto con il cliente esternamente alla propria piattaforma (*Amazon cripta addirittura le eMails del cliente*). Impossibili dunque attività di Lead Generation o di Mailing

SPERSONALIZZAZIONE DEL BRAND

Difficilmente saremo riconosciuti come Brand senza lavorare sulla Brand Reputation. Saremo più facilmente riconosciuti come «semplici» fornitori del marketplace: *«l'ho comprato su AMAZON»*.

ESCLUSIONI (spesso poco motivate)

Il marketplace può escluderci dalla vendita in ogni momento decidendo di togliere o limitare i privilegi di vendita (previo comunque sempre avvisi e moniti)



TIRANDO LE SOMME...

Attraverso il **MARKETPLACE** genero vendite **VELOCEMENTE**
LIMITANDO I COSTI di infrastruttura e personale
e avendo accesso ad un **BACINO DI POTENZIALI CLIENTI ELEVATO.**

E' una **soluzione ottimale** per iniziare **LIMITANDO GLI INVESTIMENTI.**

Se però il nostro obiettivo è quello di

- *Creare un database clienti sviluppando attività di Mailing*
 - *Targetizzare i clienti*
 - *Fare Lead Generation*
 - *Creare Funnel di Vendita*

il consiglio è quello di sviluppare parallelamente un eCommerce



NON BISOGNA PERO' DIMENTICARE CHE...



IL MARKETPLACE È UN' IMPORTANTE OPPORTUNITÀ!

Se gestito in funzione delle proprie
dinamiche e dei propri obiettivi



QUALCHE NUMERO INTERESSANTE

500+ GLOBAL ONLINE MARKETPLACE PLAYERS





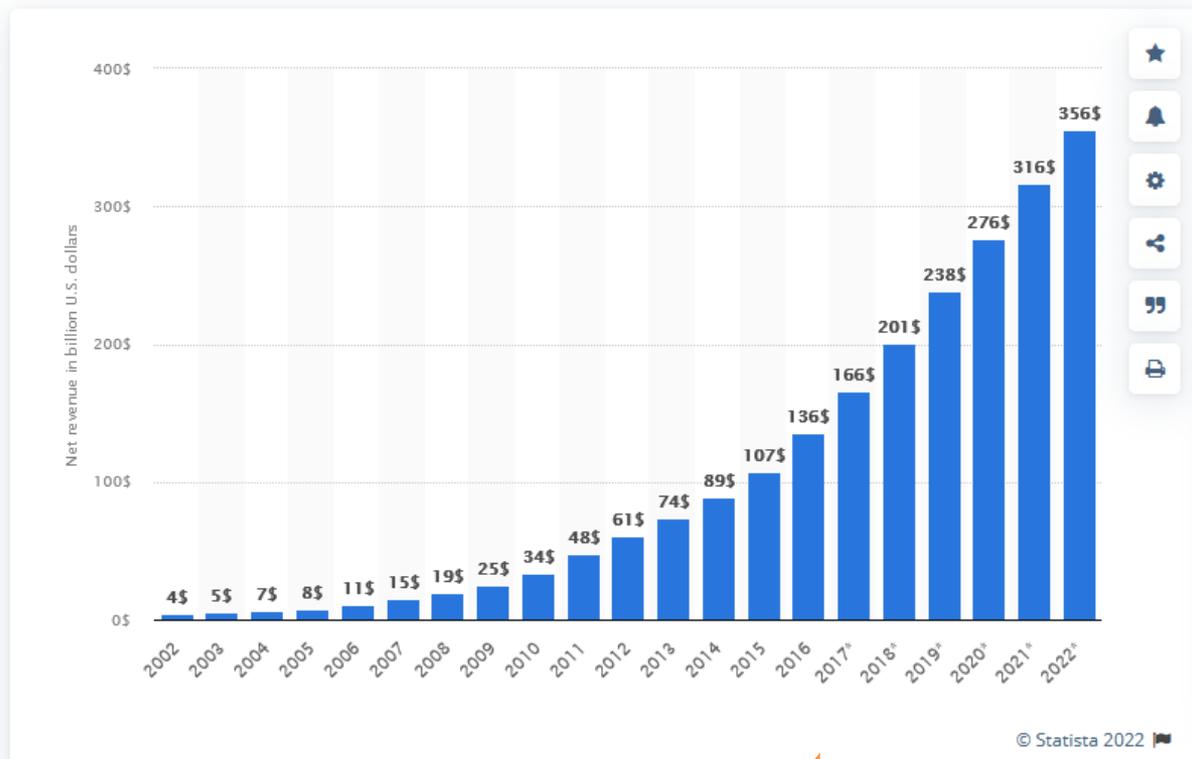
ALCUNI DEI MARKETPLACE PER IL BUSINESS



Projected global revenue of Amazon from 2002 to 2022
(in billion U.S. dollars)

- **MARKETPLACE GENERALISTA**
- Possibilità di utilizzare Logistica di Amazon (FBA).
- Possibilità di fare promo/campagne sconto con alta visibilità.
- Possibilità di intraprendere azioni media.

**IDEALE SIA PER
SMALTIRE LO STOCK CHE
PER LANCIARE NUOVE
COLLEZIONI .
SALDI. PRIME DAY.
BLACK FRIDAY.**



Australia Brasile Canada Cina Francia Germania Giappone India Messico Paesi/Regioni Bassi Polonia Emirati Arabi Uniti Regno Unito Spagna Singapore Stati Uniti Turchia





ALCUNI DEI MARKETPLACE PER IL BUSINESS



- Società con sede in Giappone
- Oltre 70 aziende e servizi
- Presenti in 30 paesi e regioni del mondo
- Si estende dall'Asia al continente americano attraverso l'Europa con una vasta gamma di servizi
- Oltre 142 milioni di prodotti



CON OLTRE 70 BUSINESS CHE SPAZIANO DALL'E-COMMERCE, AI CONTENUTI DIGITALI, DALLA COMUNICAZIONE ALLA TECNOLOGIA FINANZIARIA, RAGGIUNGE OLTRE 1,5 MILIARDI DI MEMBRI IN TUTTO IL MONDO



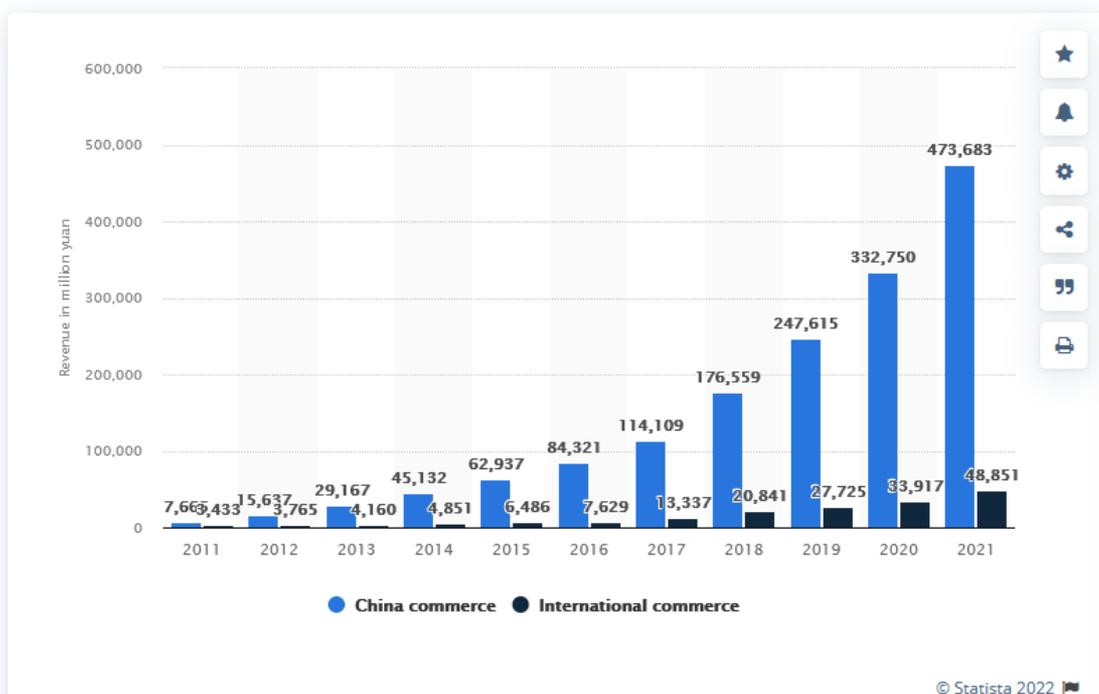
ALCUNI DEI MARKETPLACE PER IL BUSINESS



- Multinazionale cinese
- Alibaba.com è tra le piattaforme di scambio online B2B più prospere al mondo.
- Alibaba.com propone Produttori, Fornitori, Esportatori, Importatori, Acquirenti.

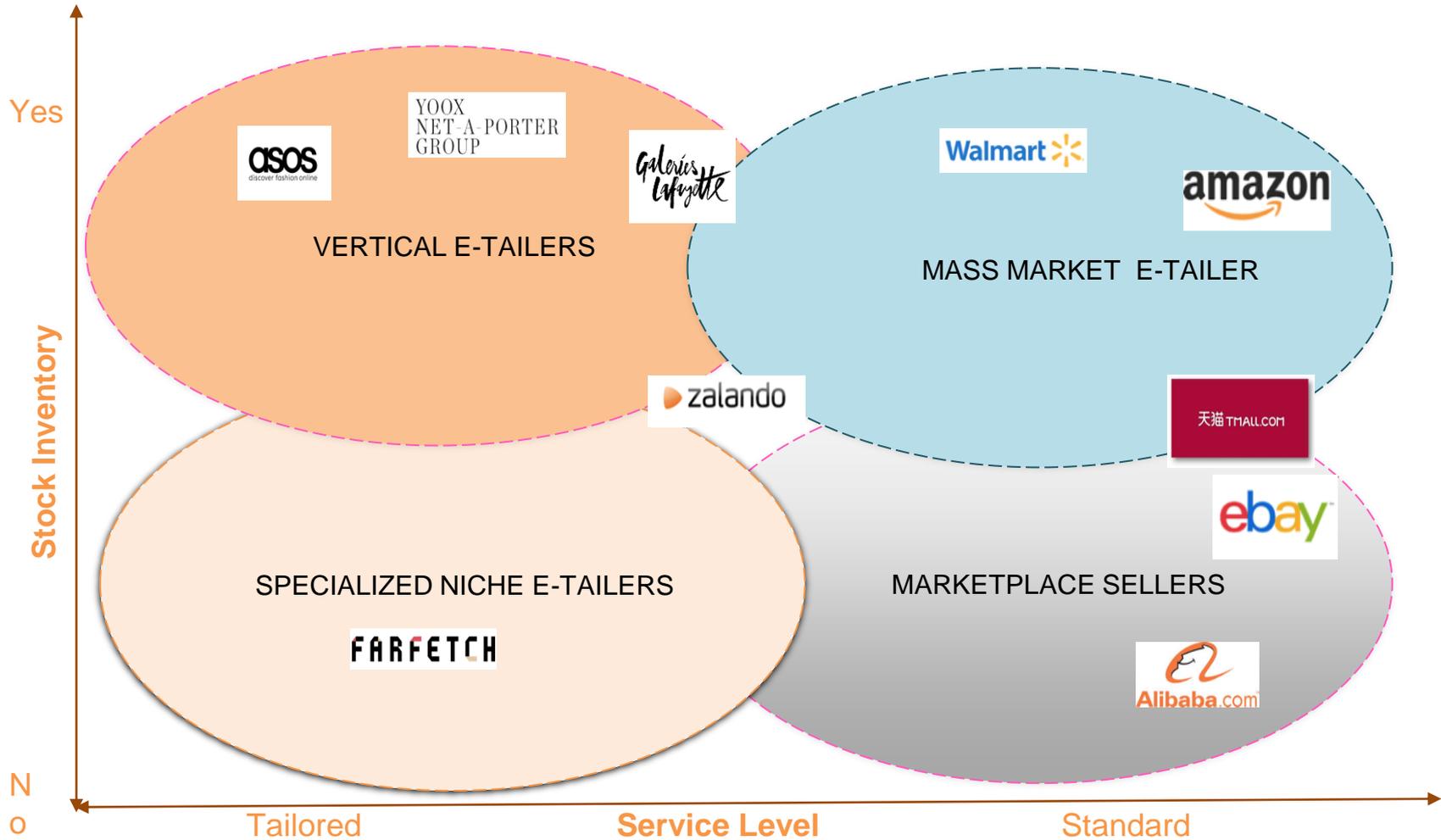
**CENTINAIA DI MILIONI DI
PRODOTTI IN OLTRE 40
DIVERSE CATEGORIE
PRINCIPALI.
OLTRE 190 PAESI E
REGIONI**

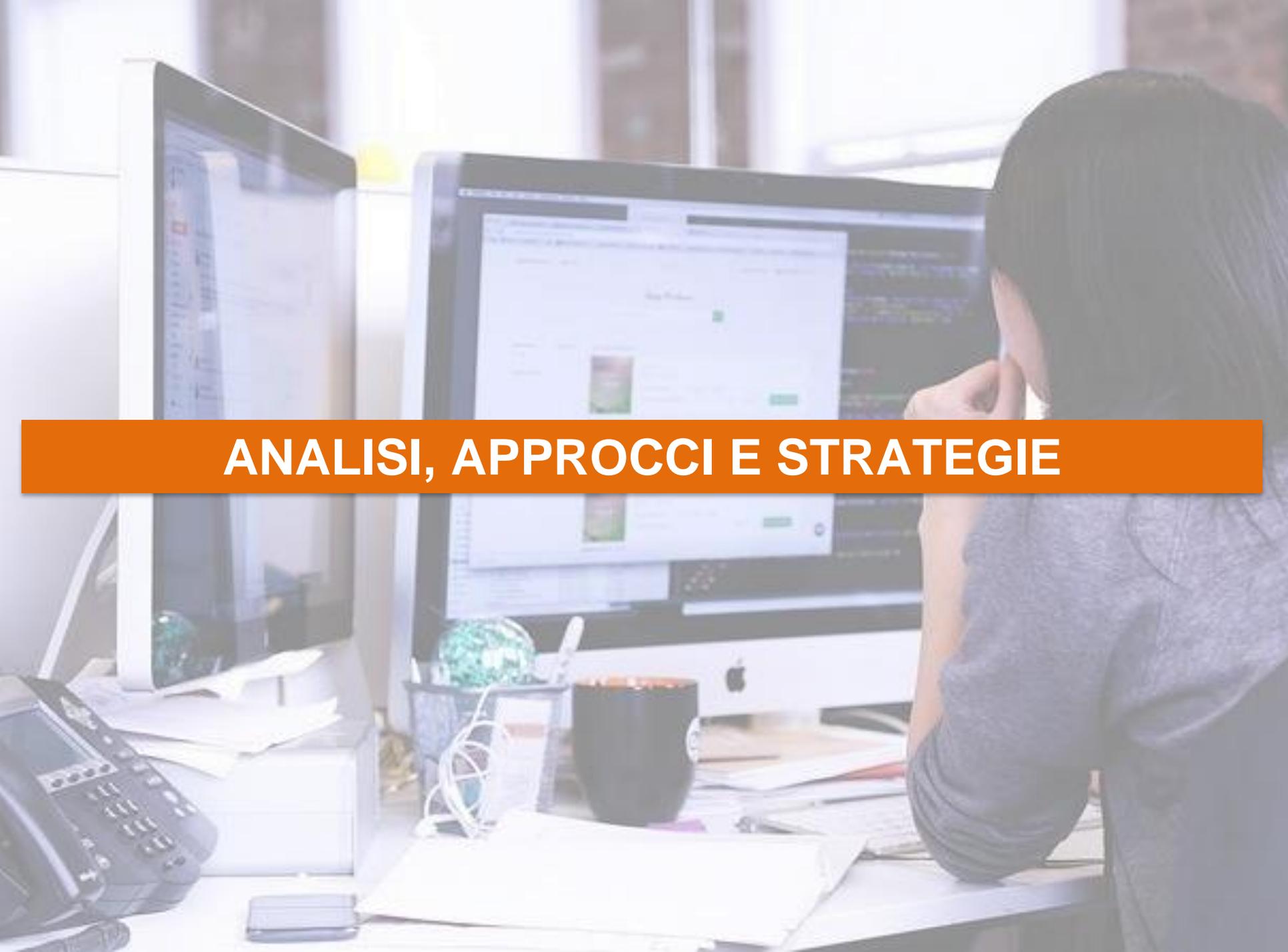
Annual e-commerce revenue of Alibaba from financial year 2011 to 2021, by region (in million yuan)





MARKETPLACE VS E-TAILER: OPPORTUNITA'



A person with long dark hair, wearing a grey sweater, is seen from the back, sitting at a desk in an office. They are looking at two large computer monitors. The monitor on the left displays a document or spreadsheet, while the monitor on the right shows a web application interface with various panels and buttons. On the desk, there is a black coffee mug, a pen holder with a pen, a smartphone, and some papers. The background is slightly blurred, showing office windows and a desk lamp.

ANALISI, APPROCCI E STRATEGIE



ANALISI SWOT: PERCHE' I MARKETPLACE?

PUNTI DI FORZA

1. Visibilità, Traffico e Conversione
2. Accesso a mercati globali
3. Trustability
4. Indicizzazione organica
5. Piattaforma tecnologica up-to-date
6. App mobile commerce gratuita
7. Nuovi metodi di pagamento
8. Presidio del mercato e della concorrenza

OPPORTUNITA'

1. Nuovi Clienti
2. Nuovi Mercati
3. + Volumi
4. Smaltimento slow movers
5. Deal e Promo di Canale (Cyber / Black)
6. Testing di prodotto
7. B2B Amazon

PUNTI DI DEBOLEZZA

1. Costi Vs. e-Commerce
2. 1to1 Customer Care
3. Competizione Globale
4. Competizione di Prezzo
5. Feedback

SFIDE

1. Account stato di salute
2. Policy & Kpi differenti e stabiliti dai Marketplace
3. Da Vendor a Seller
4. Prezzo/Stock/ Servizi
5. Conoscenza del cliente a 360°
6. "Spersonalizzazione" del Brand

QUALE APPROCCIO AI MARKETPLACE?



A- BRAND

- Analisi di posizionamento
- Analisi della concorrenza
- Shop in Shop
- SEO e contenuti arricchiti
- Testing di prodotto
- Presidio dei Marketplace
- Brand Protection
- Espansione e valutazione di nuovi mercati
- Mystery Shopping
- Marketing nei Marketplace

B- VENDITE



- Prezzi dinamici
- “Anonymous” Account
- Prodotti differenziati
- Bundle e Kit
- Attività di smaltimento
- Offerte Lampo



PIATTAFORME IN AFFITTO E DI PROPRIETA'





PERCHE' VENDERE SUI MARKETPLACE

CLIENTI RAGGIUNGIBILI

Il marketplace ci permette di venire a contatto con

*UN VASTO PUBBLICO DI
POTENZIALI CLIENTI*

appartenenti a target che magari non avevamo considerato ed ai quali non avremmo accesso da soli se non con enormi investimenti in adv



ECONOMIE DI SCALA

Dividere il catalogo prodotti tra quelli che vuoi vendere sui marketplaces e quelli che invece vuoi spingere su sito ecommerce ti permette di concentrare gli sforzi economici per generare traffico sul sito su una quantità ridotta di prodotti non concorrenti sui marketplaces



SCORTE DI MAGAZZINO

Il marketplace genera enormi volumi di vendita e questo permette di vendere le giacenze di magazzino più facilmente.

Magari sfruttando i vari Deals proposti periodicamente da ogni piattaforma.



I BIG DATA



IL MERCATO CAMBIA VELOCEMENTE

per definire strategie è importante conoscere come cambiano gli interessi dei consumatori.



LA CONCORRENZA E' GLOBALE

Se non sai chi sono e che mosse stanno facendo i concorrenti, giochi al buio.



LA BRAND REPUTATION CONTA SEMPRE DI PIU'

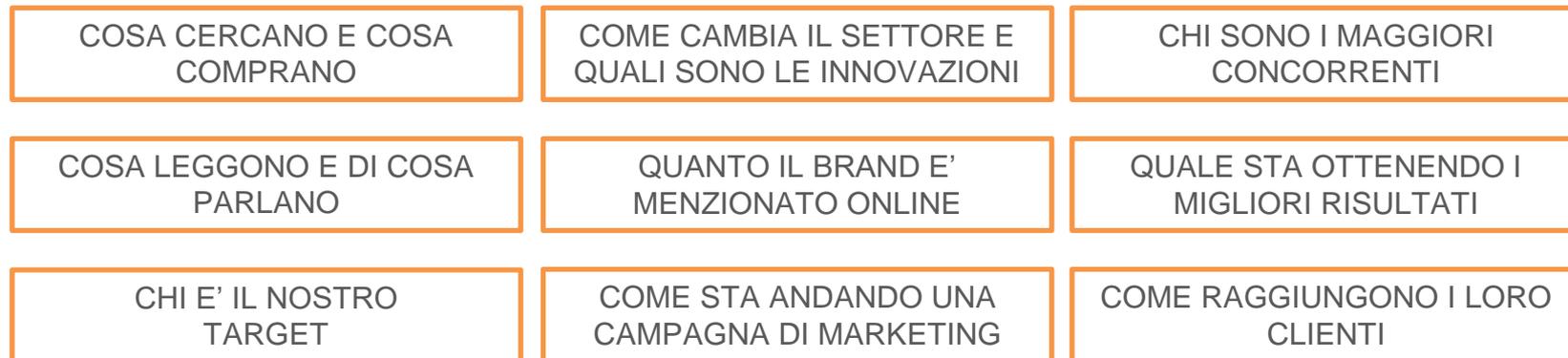
E' importante ascoltare i consumatori per essere pronto a gestire ogni situazione.

Ecco perché prendere decisioni oggi è più difficile rispetto al passato e le Indagini tradizionali non sono sufficienti, richiedono tempi lunghi e sono molto costose



I BIG DATA

Oggi è il **WEB** la fonte di ispirazione delle ricerche:
studiando le «*tracce*» che gli utenti lasciano navigando online possiamo scoprire:



TARGET

MERCATO/BRAND

CONCORRENZA

MOLI DI DATI DA TUTTO IL MONDO

INFORMAZIONI SPONTANEE E QUINDI PIU' AFFIDABILI

DATI IN TEMPO REALE E QUINDI PIU' UTILI

The Amazon logo is centered in the upper half of the image. It consists of the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. Below the text is a white curved arrow that starts under the letter 'a' and points to the right, ending under the letter 'n'. The background is a dark, slightly blurred image of a warehouse with high shelves filled with cardboard boxes. A yellow number '2' is visible on a shelf on the left side.

amazon

**È IL MARKETPLACE CHIAVE PER OPERARE SUI MERCATI
EUROPEI ED INTERNAZIONALI.**

**SONO PIÙ DI 300.000 I MERCHANT SU AMAZON IN EUROPA
E I MAGAZZINI CHE GESTISCE SONO PIÙ DI 1.300.**

LE DUE IDENTITA' DI AMAZON

SELLER

Il cliente è un **venditore come terza parte** e può utilizzare Amazon come marketplace per vendere i prodotti indipendentemente.

E' destinato soprattutto ai piccoli/medi brand.

VENDOR

Il cliente è un **venditore in prima parte** e opera come fornitore vendendo la sua merce ad Amazon in grandi quantità e fatturando direttamente al marketplace.

Amazon a sua volta diventa proprietario della merce.



ADVERTISING

AMAZON SELLER

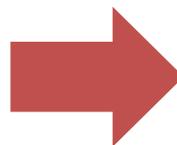
VANTAGGI

- Visibilità del prodotto accelerata
- Accesso a clienti di tutto il mondo
- Gestione autonoma delle logiche di prezzo
- Possibilità di spedire con FBA Logistica per garantire tempi di consegna Prime
- Accesso a campagne promozionali come Offerte Lampo



PER CONTRO...

- Necessità di differenziarsi dall'ampia concorrenza
- Concorrenza di prezzo strong specie per i prodotti venduti direttamente da Amazon
- Rischio perdita identità del brand



Diventa fondamentale **differenziarsi** attraverso schede prodotto complete, evidenziando cosa rende il prodotto diverso da quello degli altri e proponendo **servizi aggiuntivi** rispetto ai concorrenti

AMAZON VENDOR

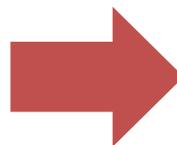


VANTAGGI

- Vendita di grandi quantità ad Amazon
- Possibilità di far girare velocemente il magazzino

PER CONTRO...

- Nessun controllo sul prezzo dei prodotti al cliente finale
- Contrattazione con Amazon elevata
- Pagamenti molto dilatati
- Porre attenzione alle politiche di reso di Amazon

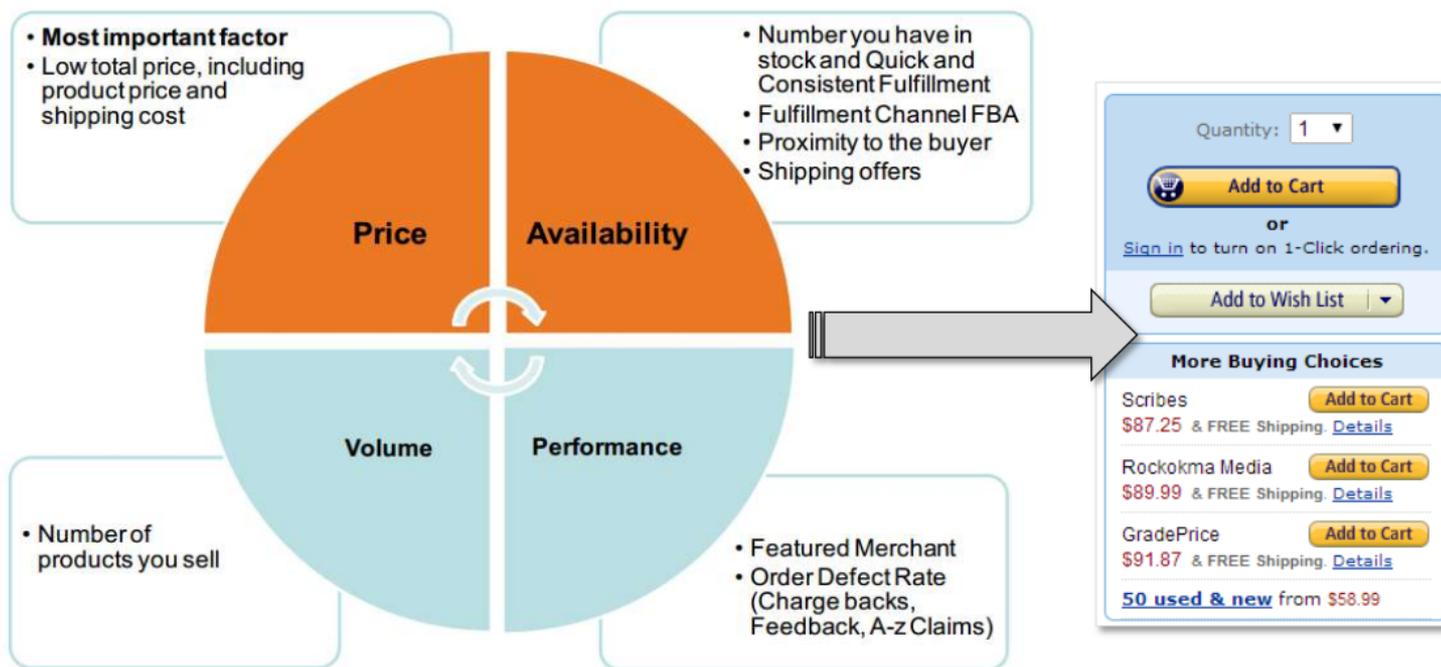


È importante avere un'ottima capacità logistica per rispettare le finestre imposte da Amazon. Bisogna inoltre analizzare i costi del programma per capire se la nostra struttura sia in grado di sostenerli.



LE OPPORTUNITA' SU AMAZON

BUY BOX: consente la prima posizione nella pagina di prodotto e di attivare le campagne pubblicitarie



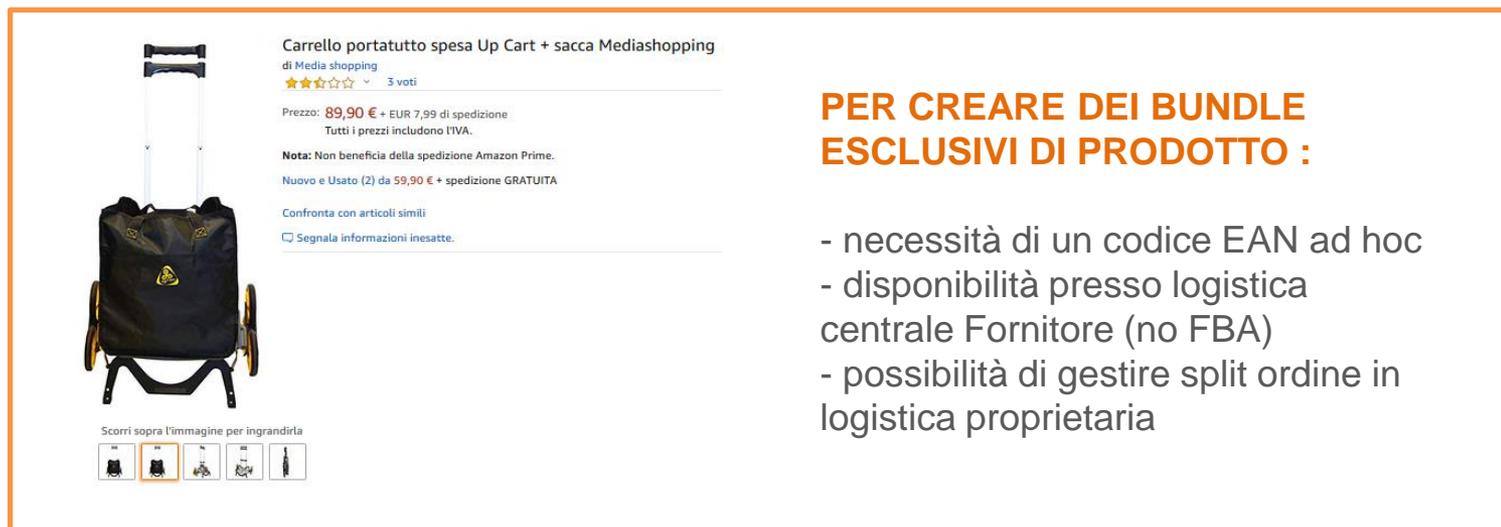
More than 75% of non-media sales comes via the Buy Box.*

LE OPPORTUNITA' SU AMAZON

OFFERTE LAMPO E PROMOZIONI ESCLUSIVE: possibilità di attivare deal esclusivi e limitati nel tempo secondo le proposte suggerite da Amazon (es. Promozione sulle Commissioni, Offerte Lampo, Black Friday)



UPSELLING E DIFFERENZIAZIONE DEI PRODOTTI : gestire Bundle & Kit. Aumenta la visibilità del brand sui motori dei Marketplace.



The screenshot shows an Amazon product listing for a black rolling shopping cart with a matching bag. The product title is "Carrello portatutto spesa Up Cart + sacca Mediashopping". It has a 3-star rating from 3 votes. The price is listed as 89,90 € + EUR 7,99 di spedizione, with a note that all prices include VAT. A note states it does not benefit from Amazon Prime shipping. The listing also shows options for "Nuovo e Usato (2) da 59,90 € + spedizione GRATUITA" and a link to "Confronta con articoli simili". There is a checkbox for "Segnala informazioni inesatte". Below the main image are five smaller thumbnail images for navigation, with the first one highlighted.

PER CREARE DEI BUNDLE ESCLUSIVI DI PRODOTTO :

- necessità di un codice EAN ad hoc
- disponibilità presso logistica centrale Fornitore (no FBA)
- possibilità di gestire split ordine in logistica proprietaria



LE OPPORTUNITA' SU AMAZON

AMAZON FBA: possibilità di gestire i fast mover direttamente in logistica Amazon e avvalersi del Servizio Prime

FBA permette di competere su tutti i marketplace, colmando il gap che dall'estero si ha nei confronti dei venditori locali perché:

a) riduce il costo di spedizione che un venditore ha all'estero

b) rappresenta la promessa di consegna : = amazon prime



TACKLIFE GGT4A, Attrezzi e Utensili da Giardino 6 Pezzi, in Acciaio Inossidabile con Borsa: include Forbici per Potare, Cazzuola per Trapianto, Paletta per Terreno, Sarchiatrice, Coltivatrice di TACKLIFE

★★★★★ 71 voti | 10 domande con risposta

Prezzo: 29,99 € **prime** Consegna 1 Giorno GRATIS
Tutti i prezzi includono l'IVA.

Nuovo (1) da 29,99 € **prime** Spedizione GRATUITA

- 🌱 **[MATERIALE RESISTENTE]** : TACKLIFE attrezzi da giardino sono realizzati in acciaio inossidabile, ad alta qualità, resistente, robusto e antiruggine, durevole, facile da pulire
- 🌱 **[7 ATTREZZI & MULTIFUNZIONI]** : Include 6 attrezzi da giardino e una borsa, un forbici per potare i rami, la cazzuola e paletta per trapiantare le piantine con tutte le radici, il rastrello a 3 punte per smuovere la terra, la sarchiatrice per diserbare usando il principio della leva
- 🌱 **[STRUMENTI EFFICACI E PROFESSIONALI]** : La paletta per terreno, grazie al bordo seghettato, facile da aprire sacchetti di fertilizzante e semi, Forbici affilata per tagliare i steli e rami in rapido
- 🌱 **[IMPUGNATURA COMODA & DETTAGLI PRATICO]** : Disegno dell'impugnatura ergonomica in gomma, riducendo la pressione sul polso e sulla mano, piccolo foro per viene utilizzato per appendere, comodo per riporre
- 🌱 **[BORSA DA PORTARE & PERFETTO REGALO PER GIARDINO]** : Viene fornita una borsa in cotone speciale e poliestere, resistente e facile da pulire, 9 slot pregettata per conservare i 6 utensili, evitando la perdita, facile da trasportare, sarà un regalo ottimo per il giardino



LE OPPORTUNITA' SU AMAZON

B2B Central

Impara a conoscere, gestire e far crescere le vendite dei clienti Amazon Business

Vendita su Amazon Business



Introduzione al programma Amazon Business



Maggiori informazioni su Amazon Business



Configura le impostazioni del servizio di calcolo dell'Iva e di fatturazione



Imposta uno sconto sul prezzo aziendale o sulla quantità

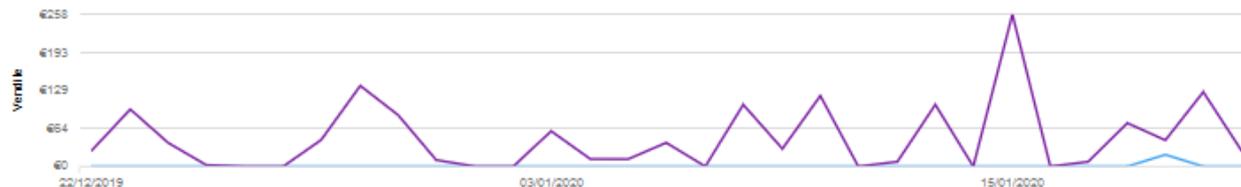


Rispondi a una richiesta di preventivo

APERTURA DEL CANALE B2B AMAZON: consente la creazione di offerte per il canale B2B ai clienti registrati con P.iva in Amazon utilizzando la piattaforma Amazon Business.

Istantanea delle vendite

B2B & Non B2B | Vendite | 22/12/2019 - 21/01/2020



Confronta con l'anno scorso

	Vendite YoY	Vendite	Ordini	Totale prodotti ordinati	Unità	Ordini medi
B2B	N/A	19,90 € (1%)	1	1	1	19,90 € 1,00 unità
Non B2B	N/A	1.472,50 € (99%)	38	38	39	38,75 € 1,03 unità
Totale	N/A	1.492,40 € (100%)	39	39	40	38,27 € 1,03 unità



Performance B2B per fascia di clienti

Industria | Vendite | 20/12/2019 - 19/01/2020

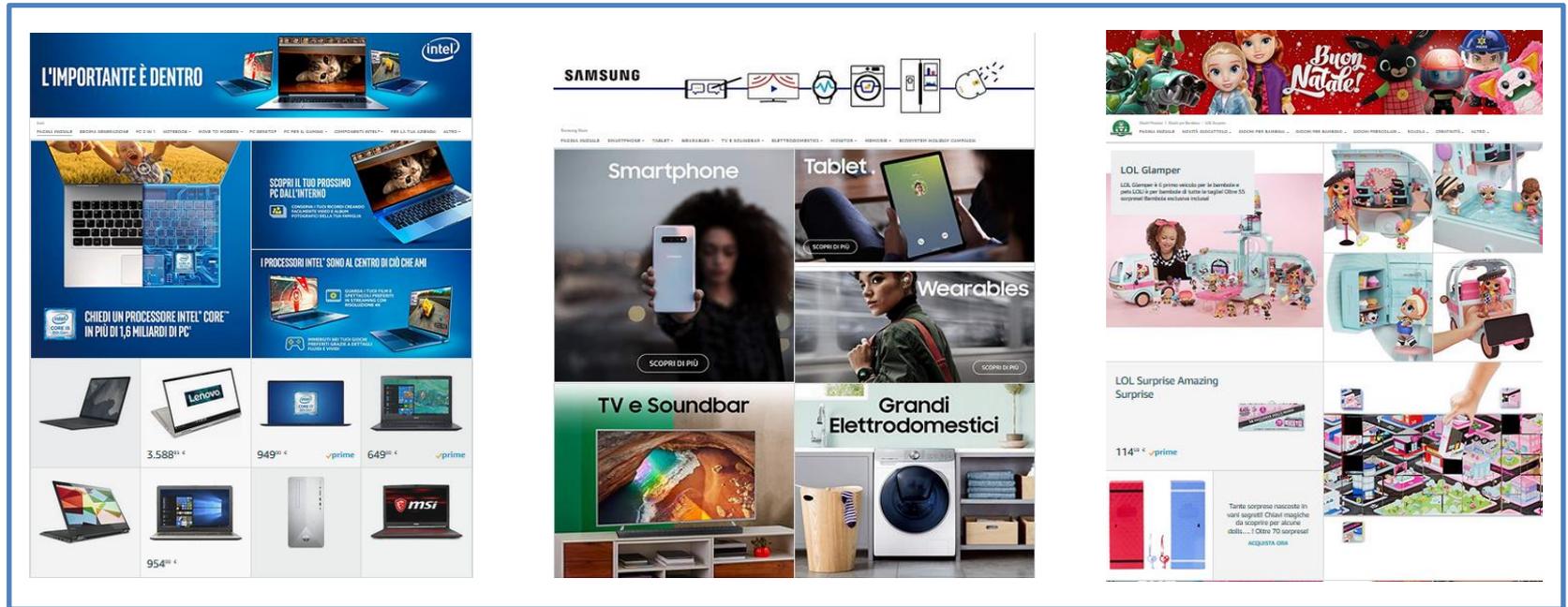
Prodotti B2B più venduti per fascia di clienti

Tutte le industrie | Vendite | 21/12/2019 - 20/01/2020



LE OPPORTUNITA' SU AMAZON

AMAZON STORE: vetrina del negozio con alberatura categorie come per sito e-commerce.



Esperienza di acquisto incentrata sul brand, sui prodotti e sulla proposta di valore

Esperienza multi-pagina con design responsive

Lo store riceve traffico dalle pagine di ricerca di Amazon

E' possibile creare una sinergia con le campagne Amazon Adv per indirizzare il traffico verso lo Store



LA CONCORRENZA SU AMAZON

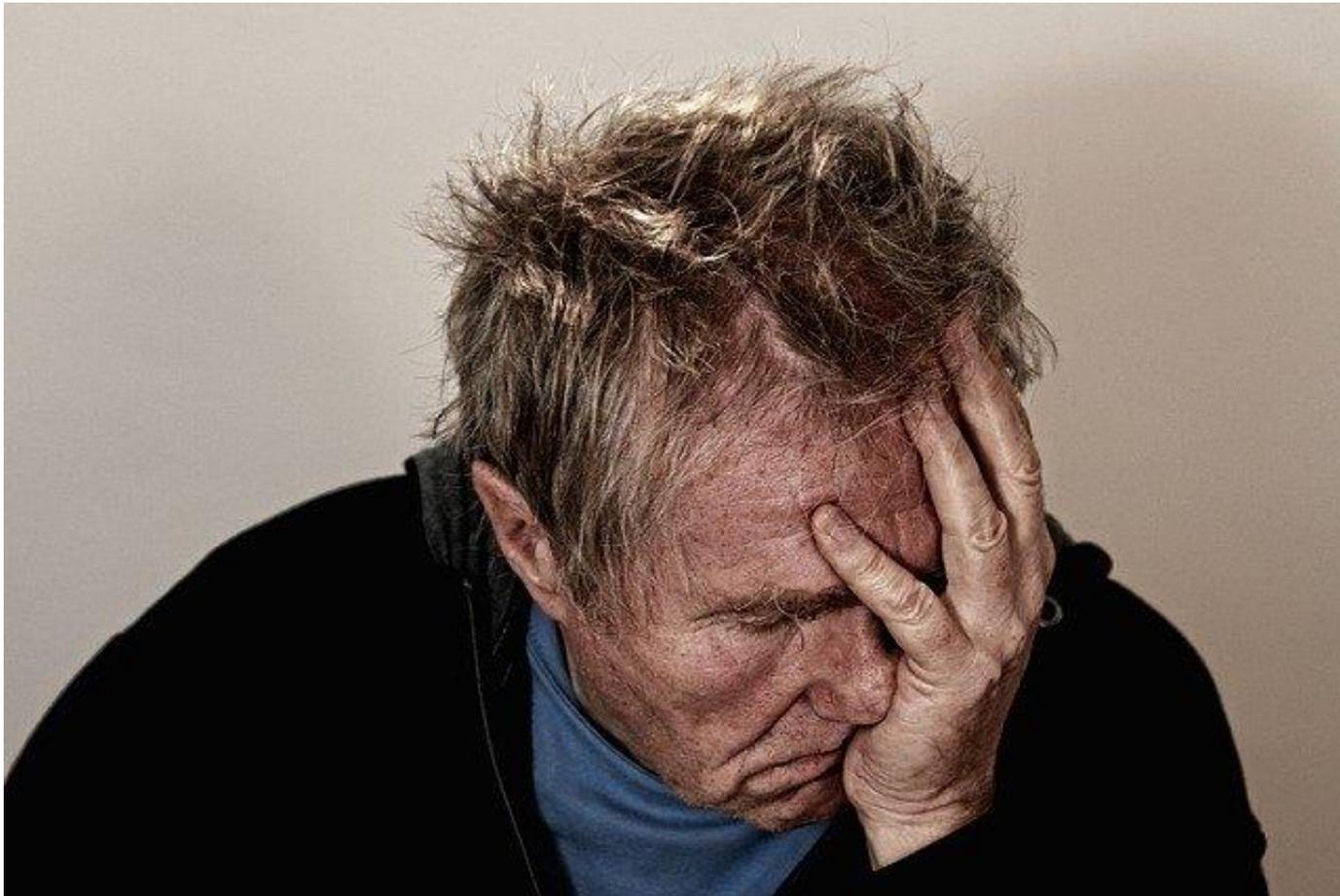
CENTINAIA DI
IMPRENDITORI CHE
VENDONO
PRODOTTI
IDENTICI/SIMILI AI
TUOI E CLIENTI
CHE HANNO A
DISPOSIZIONE
INFORMAZIONI IN
ABBONDANZA.





LA CONCORRENZA SU AMAZON

IL PRIMO PENSIERO?





LA CONCORRENZA SU AMAZON

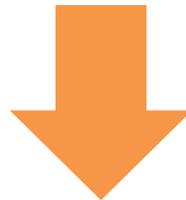
«Tieniti stretti gli amici e ancora più stretti i nemici»

UN **PRODOTTO MOLTO VENDUTO** E' ANCHE UN **PRODOTTO MOLTO RICHIESTO**

PIU' CLIENTI ACQUISTANO, PIU' **RECENSIONI E FEEDBACK** LASCIANO SUL
PRODOTTO E SUL VENDITORE

PIU' **FEEDBACK** LASCIANO, PIU' INFORMAZIONI SU **COSA VOGLIONO I CLIENTI**
OTTIENI

IL TUO **MIGLIOR CONCORRENTE** PUO' **INSEGNARTI MOLTO**



ANALISI DELLA CONCORRENZA



LA CONCORRENZA SU AMAZON

ANALISI DI RECENSIONI PRODOTTO E FEEDBACK VENDITORE

1. Quantità delle recensioni dei prodotti concorrenti

Più di 50 recensioni ciascuno, indicano che potrebbe essere difficile riuscire ad entrare in quel mercato

Quindi devi essere sicuro di avere un prodotto con caratteristiche che lo distinguano dalla concorrenza.

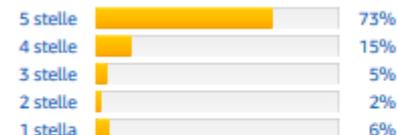
2. Linea diretta con i pensieri dei clienti

Lamentele sui prodotti dei concorrenti. Esigenze non soddisfatte dal prodotto. Caratteristiche che apprezzano.

Puoi sfruttare i **punti deboli** dei concorrenti per avere **successo** con il **tu**o prodotto.

★★★★☆ 4,5 su 5

151 valutazioni clienti



Per funzionalità

Leggero ★★★★★ 4.4

Ottimo rapporto qualità-prezzo ★★★★★ 4.3

Adesione ★★★★★ 4.0



LA CONCORRENZA SU AMAZON

ANALISI DEI VENDITORI CONCORRENTI

1. Amazon vende direttamente quel prodotto

In questo caso, salvo tu non possa gestire un'offerta più vantaggiosa e tempi di spedizione più rapidi, vale la pena fermarsi a riflettere sul prodotto che vuoi proporre.

2. Sei un Rivenditore

Quanti sono i venditori che competono con te per quello stesso prodotto?

Scegli un prodotto con **meno competitors** e che si **differenzi** per qualche caratteristica

Usa **FBA** per accedere a **Prime** e spedire tramite il servizio di **Amazon Logistica**





LA CONCORRENZA SU AMAZON

VERIFICA DEI PREZZI

1. Competere sul prezzo NON è la tua prima opzione

Qualcuno che venderà A MENO di Te ci sarà SEMPRE.

Competi sulle qualità del prodotto, sui servizi che offri.

- *Qualità maggiore*
- *Spedizione più veloce*
- *Garanzie*
- *Guide – Consigli – Materiale Digitale*

2. Il PRICING dei concorrenti ti aiuta a definire il tuo PREZZO DI VENDITA

Se il prezzo del competitor è in media di 50 euro ma tu dovresti uscire con un prezzo di 90 euro per marginare, il prodotto che hai scelto probabilmente non è adatto ad Amazon



LA CONCORRENZA SU AMAZON

UTILIZZO DI TOOLS SPECIFICI

AMZ SCOUT PRO		Results	Avg. Monthly S...	Avg. Sales Rank	Avg. Price	Avg. Reviews	Avg. Net Margin	Niche Score	Niche History						
		60	353	52,195	\$17.34	79	63%	8							
★ #	Product Name	Brand	Product Score	Sellers	Rank	Price	FBA Fees	Net Margin	Est. S	Est. Revenue	# of Reviews	RPR	Rating	LQS	A
✓ ★ 1	SP 9 Inch Banneton Proofing Basket, WERTIOO Brea...	WERTIOO	6	1	#1,133	\$13.60	\$5.46	60%		\$38,624	138	\$280	4.3	76	
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> ➕ Add to Tracker 📊 Profit Calculator 📈 Product History 🔍 Get keywords 🔗 Find at </div>										<div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center;"> 🔍 Find at Google </div>					
> ★ 2	SP 10 x 6 Inch Oval Proofing Basket, WERTIOO Ban...	WERTIOO	4	1	#16,253	\$13.80	\$5.45	61%		\$690	26	\$27	4.5	80	
> ★ 3	9 Inch Proofing Basket Bread Proofing Basket Bannet...	Bread Bosses	4	1	#903	\$14.20	\$5.52	61%		\$35,713	642	\$56	4.7	84	
> ★ 4	9 inch Round Bread Banneton Proofing Basket & Line...	SugusHouse	7	1	#3,313	\$10.45	\$4.96	53%		\$9,395	23	\$408	4.5	90	
> ★ 6	(10 x 6 x 4 inch) Premium Oval Banneton Basket with ...	Saint Germain Bak...	6	1	#3,538	\$13.95	\$5.47	61%		\$14,592	94	\$155	5.0	92	
> ★ 7	10inch Banneton Proofing Basket Set – Complete Ba...	Ozylor	4	1	#51,638	\$24.99	\$9.15	63%		\$425	7	\$61	4.8	84	
> ★ 8	Banneton Proofing Basket 10" Liner Metal Dough S...	Charles Good Food	9	1	#12,293	\$29.99	\$9.90	67%		\$7,468	13	\$574	4.9	88	
> ★ 9	9 Inch Proofing Basket Bread Proofing Basket Bannet...	Bread Bosses	5	1	#7,671	\$21.00	\$6.54	69%		\$11,655	244	\$48	4.5	80	
> ★ 10	(10 x 4 Inch) Premium Round Banneton Basket with L...	Saint Germain Bak...	3	1	#9,512	\$11.95	\$5.20	56%		\$4,338	110	\$39	4.5	82	
> ★ 11	10 Inch Bread Proofing Basket - Banneton Proofing B...	FOTEMIX	7	1	#15,713	\$14.79	\$5.64	62%		\$12,009	52	\$231	4.2	83	
> ★ 12	Forsun 1pcs 8.5" Round Banneton Brotform Bread Do...	FORSUN	3	1	#7,766	\$9.99	\$4.84	52%		\$6,184	214	\$29	4.7	84	
> ★ 13	10 Inch Oval Proofing Basket Banneton Bread Profin...	Bread Bosses	4	1	#9,433	\$19.00	\$6.31	67%		\$6,327	130	\$49	4.7	94	
> ★ 14	Round Bread Proofing Basket 8.5inch Banneton Provi...	FOTEMIX	4	1	#20,434	\$13.89	\$5.48	61%		\$2,472	37	\$67	4.7	84	
> ★ 15	10 Inch Oval Proofing Basket Banneton Bread Profin...	Bread Bosses	4	1	#13,335	\$19.00	\$6.20	67%		\$4,617	94	\$49			



KEYWORDS E CONTENUTI



LA QUALITA' DEL CATALOGO

Una **SCHEDA PRODOTTO DI QUALITÀ** è una delle carte vincenti per avere successo su Amazon

Cosa ti aiuta a distinguerti dalla concorrenza?

- PAROLE CHIAVE
- DESCRIZIONI
- ELENCHI PUNTATI
- FOTO PRODOTTO

Come riconoscere un catalogo di scarsa qualità?

- Il titolo non è **ESPLICATIVO** ed **ESAURIENTE**
- Le descrizioni non danno nessun **VALORE AGGIUNTO** all'utente
- Le foto sono in **BASSA QUALITÀ** e non valorizzano le caratteristiche del prodotto
- L'elenco puntato **RIPORTA SOLO CARATTERISTICHE TECNICHE** invece dei benefici che conseguono all'uso del prodotto
- Le **PAROLE CHIAVE** non sono giuste per il prodotto che stai inserzionando
- Le **KEYWORDS** non corrispondono alle parole usate dagli utenti per la ricerca



TARGET E POSIZIONAMENTO



LA QUALITA' DEL CATALOGO

PRIMA di capire **COME** descrivere il prodotto
devi aver ben chiaro a **CHI** lo descrivi.
Chi e' il tuo **TARGET?**





PASSI FALSI E COME EVITARLI

- Un **TARGET GENERICO** → AVATAR CHIARO E SPECIFICO
- **POSIZIONAMENTO** solo sul **PREZZO** → DISTINGUI IL TUO PRODOTTO
- Concorrenza diretta verso **UN SOLO COMPETITOR** o **un'AZIENDA LEADER** → PUNTI DI DEBOLEZZA DEL CONCORRENTE
- Promesse **NON REALIZZABILI** → BISOGNI NON SODDISFATTI DALLA CONCORRENZA
- Posizionamento **APPROSSIMATIVO** → SEGUI LA STRATEGIA
- Ragionare solo in ottica di **BREVE TERMINE** → GUARDA OLTRE



INTERCETTARE I CLIENTI



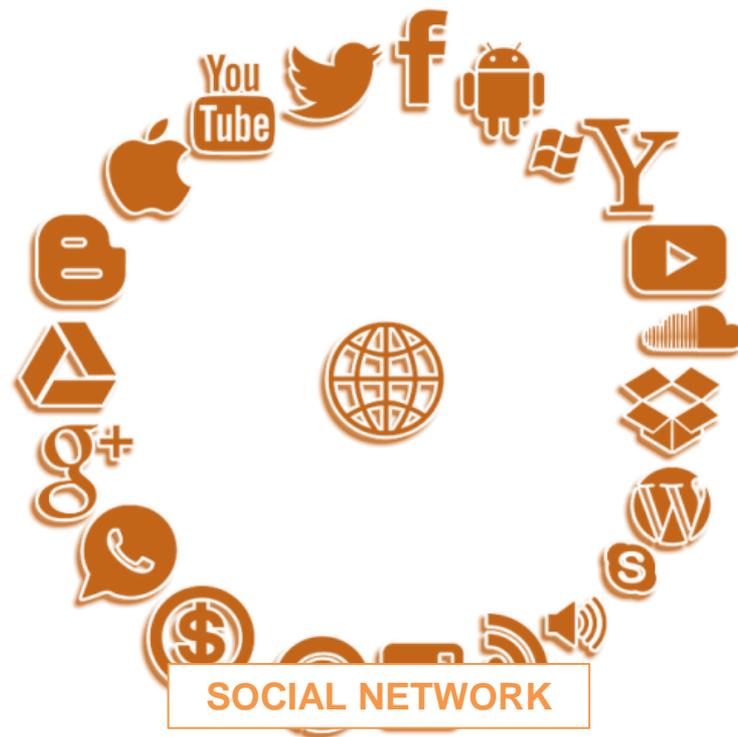


INTERCETTARE I CLIENTI



FUNNEL DI VENDITA

DIVERSI PASSI CHE L'UTENTE COMPIE :
DALLA PRIMA INTERAZIONE ALLA
CONVERSIONE.

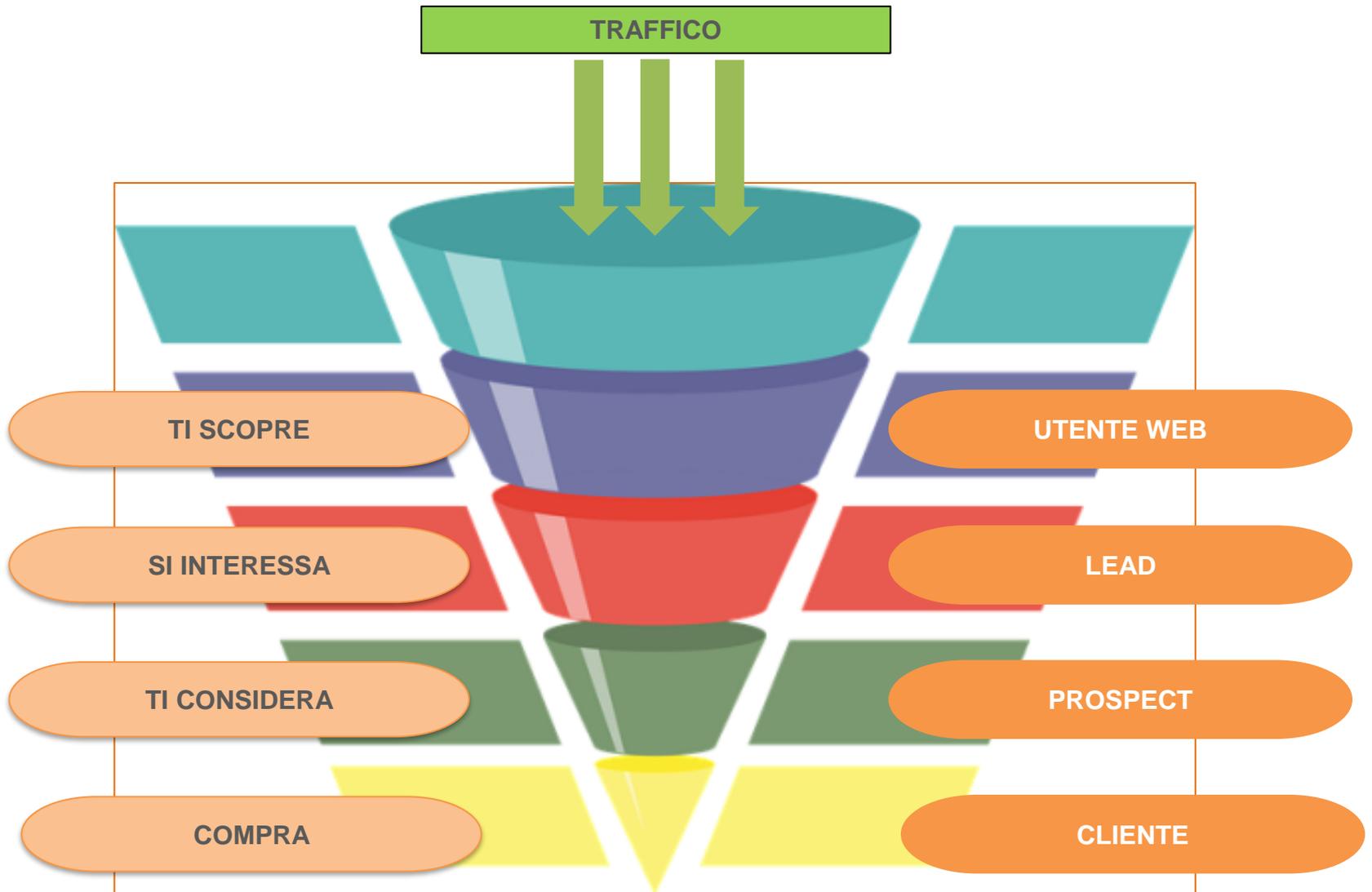


SOCIAL NETWORK

SPAZIO CHE CONSENTE AGLI UTENTI DI
INTERAGIRE PER SCAMBIARSI OPINIONI,
PARERI, MESSAGGI.

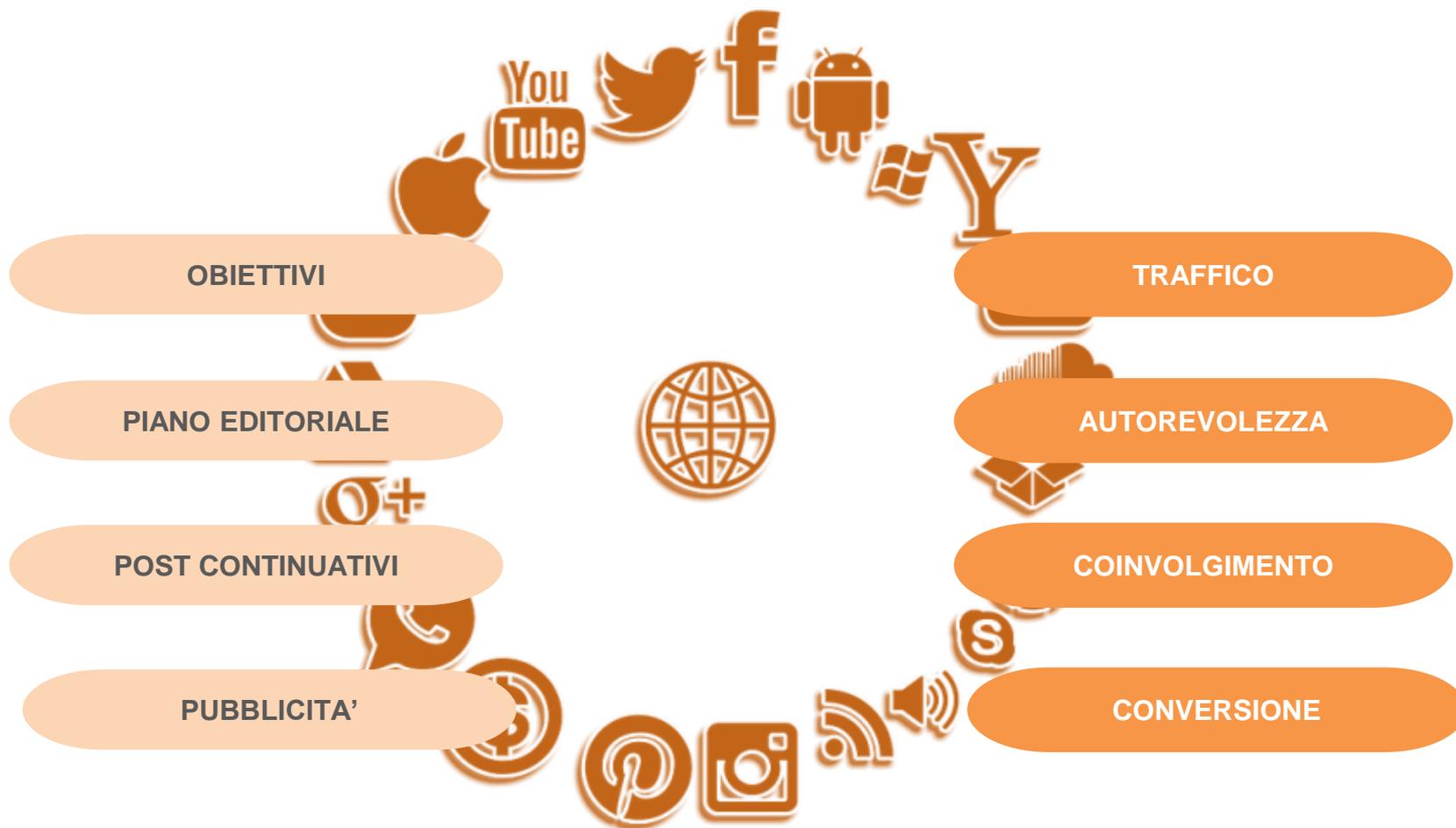


INTERCETTARE I CLIENTI





INTERCETTARE I CLIENTI





COME FARSI NOTARE



ALGORITMO A9: calcolo matematico che dispone i risultati di ricerca secondo punteggi classificati ed opera seguendo diverse caratteristiche di qualità.

Tra i fattori di posizionamento per Amazon da considerare ce ne sono alcuni molto importanti:

PERFORMANCE di vendita (e relativo storico)

PREZZO DEL PRODOTTO

RILEVANZA DEL TESTO INSERITO NEI
PRODOTTI

DISPONIBILITÀ DEL
PRODOTTO

La **RILEVANZA DEL TESTO** nei prodotti è il cuore della SEO per Amazon.
La corretta analisi delle parole chiave è **fondamentale** per capire
come l'utente ricerca il prodotto.

COME FARSI NOTARE

Su Amazon le **vendite** dei prodotti e la loro **visibilità** sono strettamente collegate

Amazon Advertising può aiutare a **fidelizzare i propri clienti** e soprattutto raggiungere nuovi potenziali clienti, generando traffico e catturando l'attenzione dei clienti con annunci altamente mirati.

- **POSIZIONAMENTI** ad alta visibilità sia su dispositivi desktop che mobile
- **TARGETING** in base a keywords, al prodotto o all'interesse dell'utente
- **REPORT** completi per monitorare il ROI e gestire i costi
- **CAMPAGNE ALWAYS-ON** integrate alle altre campagne pubblicitarie su Amazon





COME FARSI NOTARE - ADV

AMAZON SEGUE IL MODELLO COSTO-PER-CLICK (CPC)

Il CPC è stabilito tramite **UN'ASTA** in cui gli inserzionisti fanno un'offerta per ogni parola chiave.

Ogni volta che un cliente fa una ricerca, gli inserzionisti partecipano a un'asta basata sulle diverse offerte assegnate alla parola chiave.

Il vincitore dell'asta e il CPC vincente sono stabiliti secondo un modello di asta al secondo prezzo, ma anche da altri fattori variabili, come il CTR stimato o la rilevanza.

SPONSORED BRANDS

Aumenta l'awareness con annunci contenenti parole chiave mirate sopra i risultati di ricerca.

PRODUCT DISPLAY ADS

Aumenta la consideration con annunci mirati presenti nelle pagine di descrizione (buy box).

SPONSORED PRODUCTS

Aumenta il volume delle vendite di prodotti chiave e il ROI. Il testo proviene dalla scheda prodotto.



COME FARSI NOTARE - ADV

SPONSORED BRANDS

Si attiva quando l'utente cerca una determinata keyword ed indirizza gli utenti che hanno fatto clic a una pagina dedicata al brand (Amazon Store) o agli ASIN indicati

PRODUCT DISPLAY ADS

Gli annunci vengono visualizzati nella detail page del prodotto, in quella contenente le recensioni dei clienti e below the fold nelle pagine dei risultati di ricerca

SPONSORED PRODUCTS

Gli utenti vedono gli annunci nelle pagine dei risultati della ricerca e nelle detail page dei prodotti

Formati ADV	Vendor	Seller
<i>Sponsored Brands</i>	✓	✓
<i>Sponsored Products</i>	✓	✓
<i>Product Display ADS</i>	✓	✗
<i>Platform ADV</i>	advertising.amazon.it	sellercentral.amazon.it

	<i>Sponsored Products</i>	<i>Sponsored Brands</i>	<i>Product Display Ads</i>	<i>Esempio</i>
Broad Match	✓	✗	✗	scarpe rosse
Phrase Match	✓	✓	✗	"scarpe rosse"
Exact Match	✓	✓	✗	[scarpe rosse]
Negative Phrase/Exact Matching	✓	✗	✗	scarpe rosse



GESTIRE IL MARKETPLACE



GESTIRE IL MARKETPLACE





GESTIRE IL MARKETPLACE

CHECK LIST

QUALI PAESI

QUALI MARKETPLACE/RETAILER

QUALI SERVIZI DAL MARKETPLACE

QUALE LOGISTICA

QUALI PRODOTTI E GAMMA

QUALE PRICING

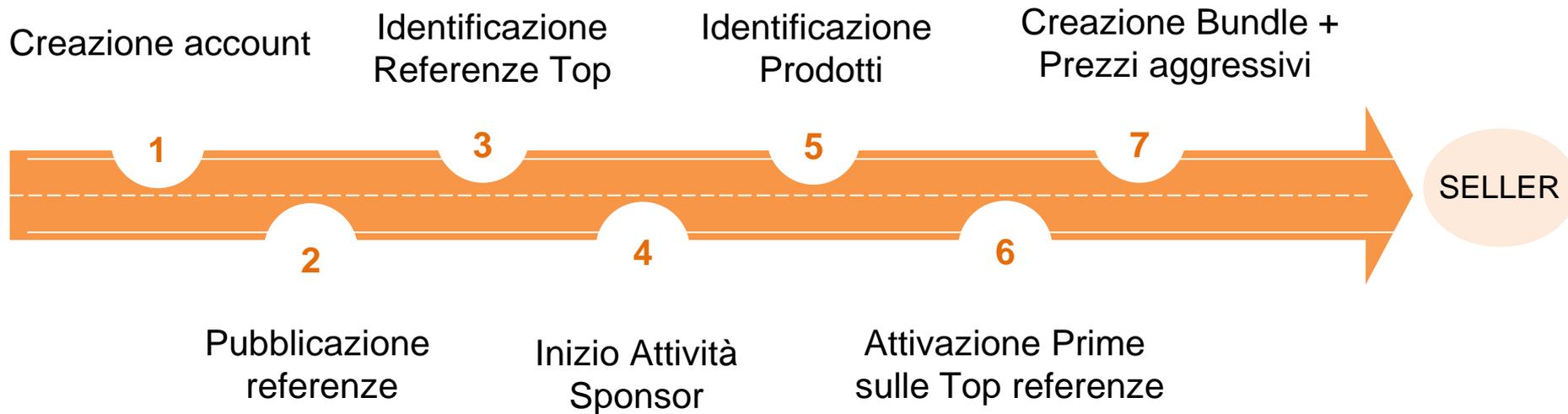
STIMA MARGINI

BUDGET DI LANCIO E DI GESTIONE

VENDITE E KPI OBIETTIVO

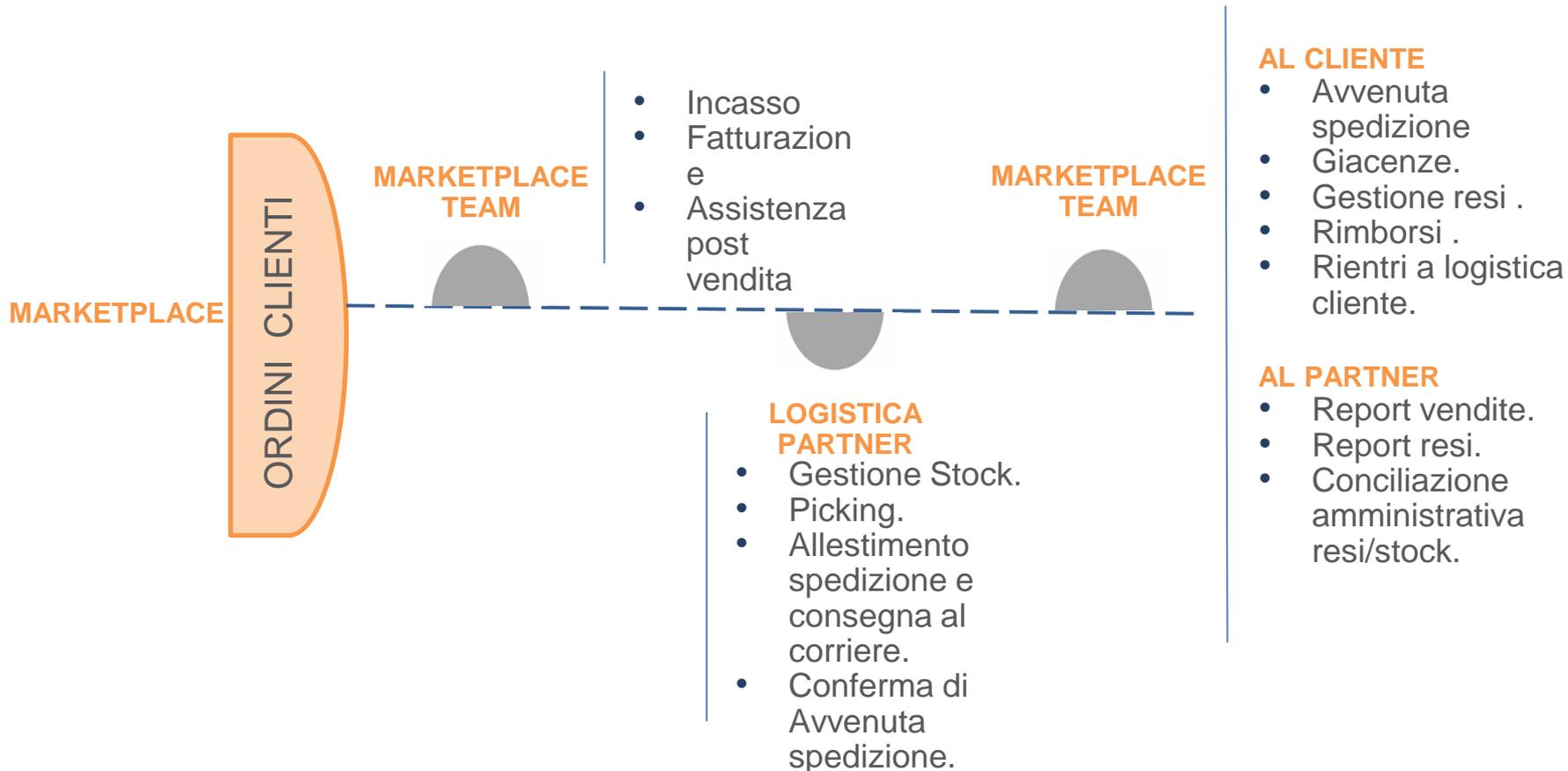


GESTIRE IL MARKETPLACE



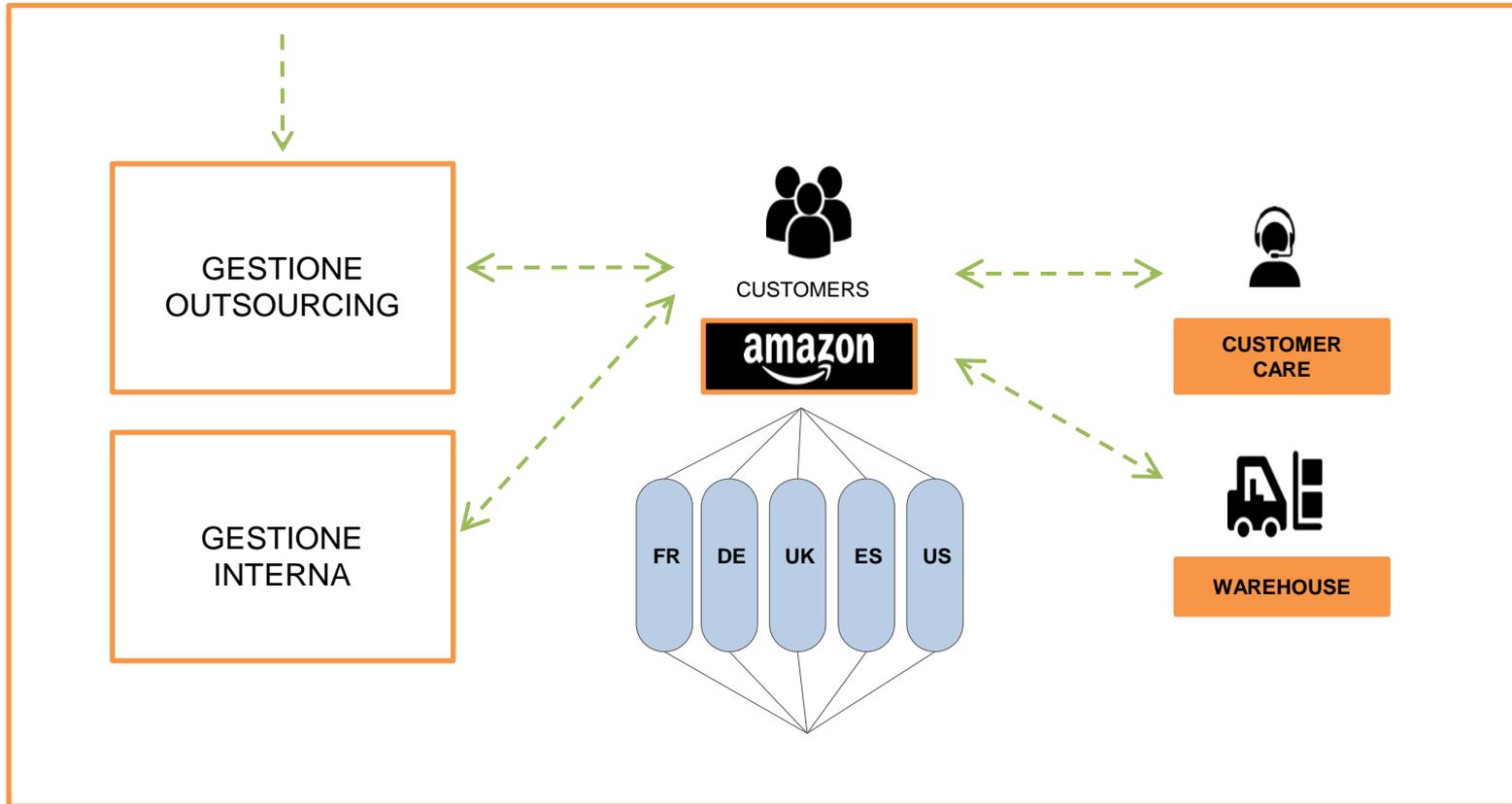


GESTIRE IL MARKETPLACE





GESTIRE IL MARKETPLACE







 Alibaba.com

Fondata nel 1999 la **piattaforma B2B**
Alibaba.com aiuta le PMI a raggiungere i
Buyer in tutto il mondo da più di 20 anni.



DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

Raggiungi milioni di acquirenti B2B in tutto il mondo

Alibaba.com rende possibile l'e-commerce B2B per i seller di tutto il mondo, mettendoli in contatto con nuovi clienti e fornendo gli strumenti necessari per fare business su scala globale.

47 milioni

buyers attivi nel mondo

300+ mila

richieste sui prodotti
ogni giorno

200+

paesi e regioni
rappresentati

19

lingue



DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

Domanda e offerta dell'industria italiana su Alibaba.com

Industrie con la maggior domanda in Italia



**Food
& Beverage**



**Minerals
& Metallurgy**



**Fabric
& Textile Raw**



**Beauty
& Personal Care**



Agriculture



**Construction
& Real Estate**



**Vehicles
& Accessories**



Apparel



**Machinery,
Fabrication
Services**



**Rubber
& Plastics**



Furniture



**Luggage
& handbag**



DIGITAL EXPORT "Facile Ovunque"

L'Italia è una priorità per Alibaba.com

Sourcing Solutions Services & Membership Help & Community On Alibaba My Alibaba Orders Favorites

Alibaba.com Italian Expo Products - Enter the product name... Search

Made in Italy pavilion

Mr. Luca Borinato
Quiko Italy Snc Di Borinato Luca
Industry: Mechanical

"E-commerce opens up the gateway for Quiko to reach the emerging markets in..."

Mr Luca Borinato, the export manager of Quiko believes that development in emerging markets is very important to Quiko. That is why Quiko has a foreign...

Mr. Andrea Vitiello
Davia Spa
Industry: Food & Beverage

"an Italian leader company in the agri-food industry, broadens its business..."

Davia has expanded its business from domestic market to foreign market, cooperating with major international companies and corporate organizations...

Mr. Marco Andreoni
MARCO ANDREONI
Industry: Food & Beverage

"Within the first year I had quadrupled my sales!"

Alibaba can be described as the biggest global trade fair that is open 24 hours a day and 365 days a year. It isn't rare to receive new contacts during the night...

Are you a supplier? Join Alibaba.com as a verified supplier and connect with buyers around the world! Contact us for details on how to grow your business! [Chat with consultant](#)



DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

La crescita di Alibaba.com in Italia

SELLER ITALIANI
SU ALIBABA.COM
+193%

PRODOTTI ITALIANI
ONLINE
+107%

BUYER INTERESSATI A
PRODOTTI ITALIANI
+250%

INQUIRY INVIATE AD
AZIENDE ITALIANE
+473%

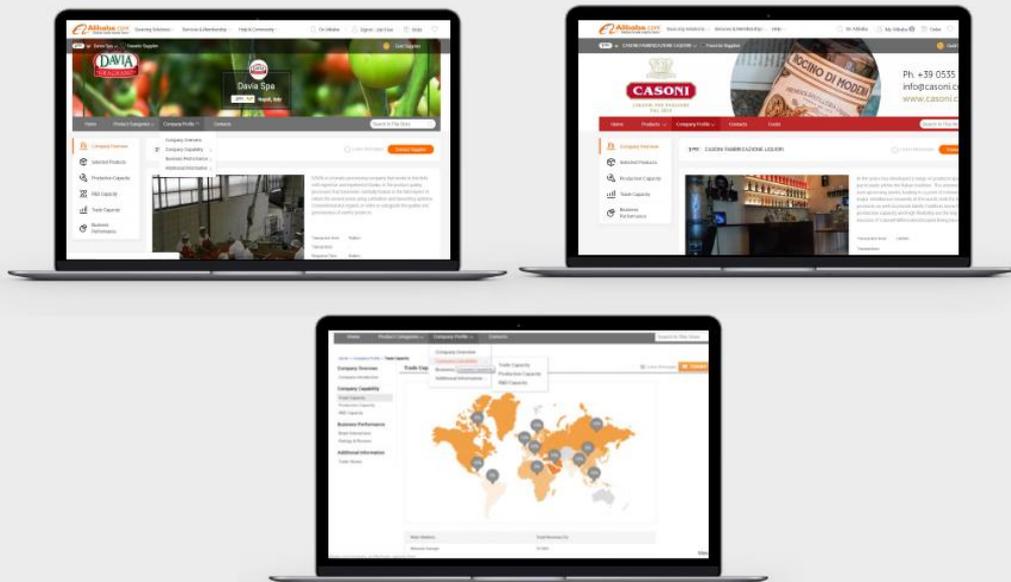
RAPPRESENTANZA
REGIONALE
100%





DIGITAL EXPORT *"Facile Ovunque"*

1. Crea il tuo Store Online B2B



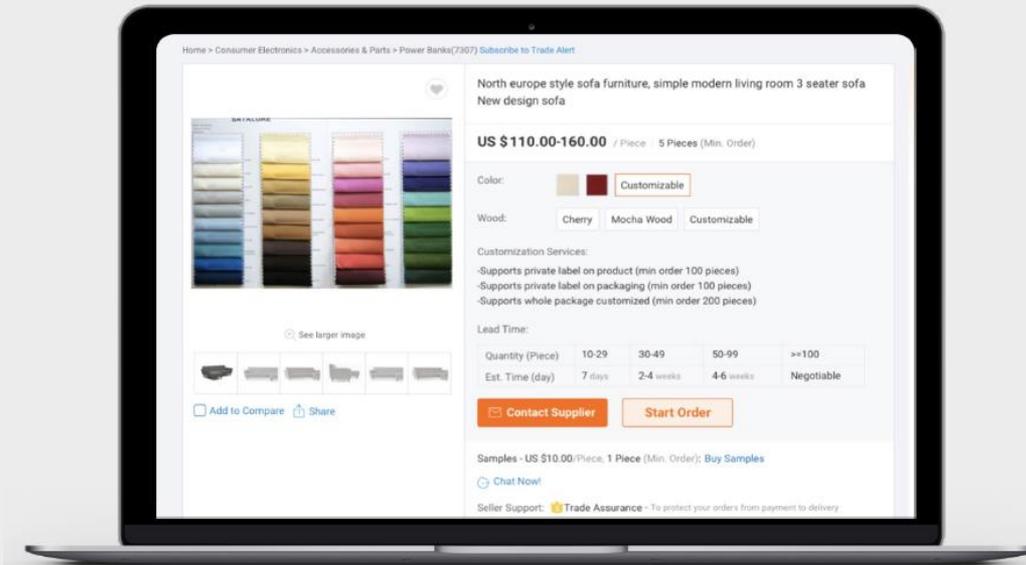
Presentati
a milioni di partner commerciali in tutto
il mondo.

Di loro
chi sei,
quello che fai,
in quali mercati si sta operando,
quali sono le vostre capacità di
produzione,
quali certificazioni detiene l'azienda.

Tutto ciò che pensi possa attirare nuove
opportunità per il tuo business!

DIGITAL EXPORT *"Facile Ovunque"*

2. Carica i tuoi prodotti



- Preview del prodotto B2B (fascia di prezzo e requisiti minimi di acquisto).
- Possibilità di effettuare specifiche condizioni logistiche e di produzione (i prodotti non devono essere necessariamente finiti al momento).
- Includere termini di pagamento e requisiti specifici.

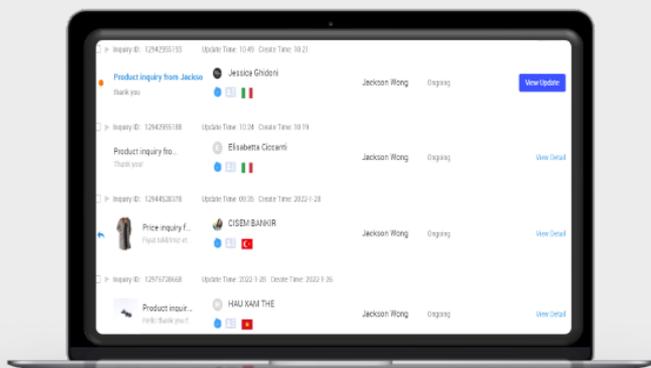


DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

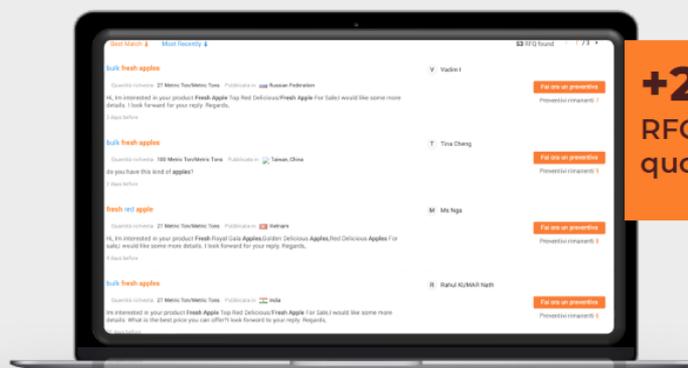
3. Connettiti con i Buyer potenziali

Rispondi alle inquiries



Gestisci le richieste dei buyers che ti contatteranno dopo aver visualizzato le tue pagine prodotto per negoziare una fornitura.

Invia preventivi tramite le RFQ



+20.000
RFQs pubblicate
quotidianamente

Contatta proattivamente i buyers che sono alla ricerca dei prodotti che sei in grado di fornire.



DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

Brand Protection

Con l'accesso alla Piattaforma Alibaba.com si avranno i seguenti benefici per la protezione della Proprietà Intellettuale (IPP)



L'account della piattaforma IPP da diritto alla sottomissione di reclami per le maggiori piattaforme di Alibaba Group.



La *IPP Piattaforma* rappresenta il canale online per monitorare e gestire le attività legate alla tutela della Proprietà Intellettuale in modo efficiente e trasparente.

DIGITAL EXPORT

"Facile Ovunque"

Investimento nella creazione di contenuti in fase di set up iniziale

- 1 Il tuo minisito è la tua vetrina per entrare in contatto con +40M di B2B buyer. Più dettagli sui tuoi prodotti significa più possibilità di comparire nei risultati di ricerca degli acquirenti.

Presidio del canale

- 2 Come in qualsiasi negozio, nutrire le tue relazioni è fondamentale. È importante investire del tempo nel tener aggiornato il tuo minisito e nel rispondere tempestivamente alle richieste dei tuoi potenziale acquirenti.

Prospettiva a medio termine

- 3 Tutti gli strumenti forniti sono pensati per potenziare il tuo business tramite la creazione di relazioni durature. In linea con un ciclo commerciale B2B, entrare su Alibaba.com dev'essere considerato come un investimento di medio/lungo periodo.





CI SONO DOMANDE?

A close-up photograph of a person's hand holding a pen, with a bright light flare emanating from the tip. The person is wearing a dark suit jacket, a white shirt, and a blue and green striped tie. The background is dark and out of focus. The text "THANK YOU" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters.

**THANK
YOU**

lodovicomarengo.it

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/lodovicomarencofan/>

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/in/lodovicomarengo/>

YOUTUBE: <https://www.youtube.com/c/LodovicoMarengo>

info@lodovicomarengo.it

marengo@lmlcompany.it

+39 011.433.56.10

+39 348.52.01.604