

# PERCHÉ APPROCCIARSI ALL'E-COMMERCE?



## Perché approcciarsi all'e-commerce?

Il futuro delle aziende italiane, soprattutto se rivolto ai mercati esteri, nella maggior parte dei casi è orientato verso l'**e-commerce**. Non è possibile pensare ad un domani per le aziende senza una trasformazione digitale. L'aggiornamento tecnologico e l'investimento nella *digital transformation* dovranno essere pertanto una priorità per le imprese.

L'impatto economico causato dalla **pandemia Covid-19** ha dato una spinta notevole all'e-commerce, confermando che il futuro delle aziende italiane dipende dalla loro abilità di **trasformarsi digitalmente**.

Le PMI italiane hanno infatti cercato di reagire alla situazione di incertezza creata dalla pandemia di Covid-19 accelerando la trasformazione digitale del proprio business.

Il *lockdown* ha indirizzato milioni di persone ad avvalersi dello **shopping online** e si prevede che molte di loro rimarranno conquistate dalla comodità e dai prezzi competitivi e continueranno a effettuare online almeno parte dei loro acquisti.





## Alcuni dati statistici



### 250 mila

Numero di **nuovi account Paypal** aperti in media ogni **giorno** nel mese di **aprile 2020**.



### 2.05 miliardi

Numero di **acquirenti digitali nel mondo** nel corso del **2020**.



### 22.7 miliardi

Numero di **acquisti online** effettuati in **Italia** nel corso del **2020**. Ben **4.7 miliardi in più** rispetto al **2019 (+26%)**.



### 2.4 miliardi

Sarà il numero di **acquirenti digitali nel mondo** nel **2021**. Questo significa che **1 persona su 4** **acquisterà online** (il **26,28%** della popolazione globale).

Fonte: osservatorio B2C del Politecnico di Milano



## Maxi accordo Ice con Alibaba

A conferma del grande interesse nei confronti dell'export digitale, è stato siglato un importantissimo accordo tra l'**Agenzia ICE** e il colosso cinese dell'e-commerce **Alibaba**.

Una **grande fiera online permanente**, aperta 365 giorni all'anno per 24 ore al giorno e in grado di raggiungere **26 milioni di clienti professionali in 190 paesi del mondo**.

Si tratterà pertanto di **un padiglione virtuale dedicato alle aziende italiane**, soprattutto quelle medie e piccole.

Una nuova via per spingere il *made in Italy*.



ITALIAN TRADE AGENCY

ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane



**Alibaba Group**  
阿里巴巴集团



## Internazionalizzazione



Per le aziende con vocazione internazionale, pertanto, l'e-commerce rappresenta sicuramente uno strumento ideale per **entrare in un mercato straniero**.

L'e-commerce favorisce l'accesso ad un numero più elevato di consumatori, spesso con **redditi più elevati**, che cercano prodotti *made in Italy* di alta qualità.

Tuttavia, per andare nella direzione dell'e-commerce, è necessario adottare una **linea strategica** appropriata al contesto e orientata all'obiettivo.



## Digital branding

Per essere efficace, una strategia di e-commerce deve considerare vari aspetti. Spesso l'imprenditore si sofferma solo sul *target price* e sulla logistica, trascurando la **necessità di valorizzare il proprio brand**.

Il proprio marchio può essere conosciuto e apprezzato sul mercato italiano ma non necessariamente sul mercato target.

Diventa fondamentale allora creare un **brand digitale** per entrare in un nuovo mercato.

Un brand di successo si basa su due caratteristiche chiave: **credibilità e visibilità**.





## Digital branding – creare un brand digitale credibile

La **credibilità** si acquisisce con una campagna di comunicazione finalizzata ad illustrare:



le caratteristiche e le qualità del prodotto



le motivazioni che lo portano ad eccellere su altri già presenti sul mercato

Una strategia di branding deve essere realizzata in base alle **preferenze del mercato**.



### **TARGET ESEMPIO: MERCATO ASIA – PACIFICO**

- Moderno e dinamico
- Più della metà dei consumatori asiatici desidera vedere i contenuti video dei marchi.

➡ Se l'azienda non investe in tecniche innovative come ad esempio video o live chat, risulterà molto difficile attrarre l'attenzione di un consumatore asiatico.



## Digital branding – creare un brand digitale visibile

La **visibilità** del brand si può ottenere solo conoscendo le abitudini del consumatore: come acquista? Dove acquista?



### TARGET ESEMPIO: MERCATO ASIA – PACIFICO

Nel mercato Asia-Pacifico gli acquisti vengono sempre più effettuati tramite **‘social-commerce’** (social media) o **‘m-commerce’** (su mobile). Semplicemente, senza una **presenza sui principali canali di social media locali**, il rischio è di rimanere invisibili e di conseguenza perdere numerose opportunità di vendita.

Un altro parametro da considerare per una PMI italiana è **“l’e-commerce personalisation”**. L’uso dell’intelligenza artificiale (AI) e la raccolta dei dati sulle preferenze dei consumatori consente di fornire al consumatore raccomandazioni personalizzate sui prodotti. Questa strategia porta a **product acquisition rate** più alto e rafforza la validità del brand. Nei mercati competitivi dell’e-commerce, la personalizzazione è fondamentale.



## Agevolazioni finanziarie

Investire nell'e-commerce consentirà alle aziende di fruire di importanti agevolazioni.

Il governo ha stanziato, per il supporto alla ripresa economica, importanti **risorse per fornire alle aziende il supporto di esperti** come *Temporary Export Manager*, *Innovation Manager* e consulenti specializzati in specifici mercati esteri.

Sono stati previsti inoltre dei **finanziamenti agevolati** per le aziende che operano in mercati esteri attraverso piattaforme proprie o di terzi.





Nexta può affiancare le imprese che intendono investire nell'e-commerce in tutti i passaggi che ciò comporta.

Continuate a seguirci per rimanere aggiornati sui prossimi approfondimenti sul mondo del commercio online e dell'internazionalizzazione.

## DIPARTIMENTO INTERNAZIONALIZZAZIONE



**RESPONSABILE**

**Monica Rota**

[m.rota@nextapartners.it](mailto:m.rota@nextapartners.it)



**TEAM SPECIALIST**

**Alberto Perani**

[a.perani@nextapartners.it](mailto:a.perani@nextapartners.it)



**Headquarter:** Milano – Via U. Visconti di Modrone, 7

*Tel.: +39 02 50041265 – Email: [info@nextapartners.it](mailto:info@nextapartners.it)*