

Commercio elettronico e business: è indispensabile sapere che...



Andrea Payaro

Consulente Certificato da ELA

andrea@payaro.it

Andrea Payaro

- Dottore di Ricerca in Ingegneria Gestionale
- Consulente e Professore di marketing e logistica presso l'Università di Padova
- Certificato a livello europeo da ELA (European Logistics Association) – Strategic Level
- Collaboratore con la rivista di Marketing ed Economia LARGO CONSUMO

Il Commercio Elettronico

- Si parla di commercio elettronico o di e-business nel momento in cui alcune attività della propria azienda vengono veicolate verso un nuovo canale di comunicazione: Internet.
- Le attività possono essere:
 - La comunicazione;
 - La promozione;
 - Gli acquisti;
 - Le vendite.

Le forme di e-commerce

- **Business-to-Business (B2B)** Transazioni commerciali effettuate tra aziende (ad esempio il produttore con il proprio canale distributivo). Agli inizi vi era l'EDI.
- **Business-to-Consumer (B2C)** Transazioni commerciali realizzate tra azienda e consumatore finale. Categoria diffusasi notevolmente con l'avvento del Web e delle nuove tecnologie che hanno permesso di realizzare siti multimediali ed interattivi, in modo da poter illustrare nel migliore dei modi il prodotto al potenziale acquirente.

Fare e-commerce

- Il commercio elettronico, nei paesi in cui è già diffuso, sta cambiando il modo di fare business per le imprese e di fare acquisti per i consumatori. Consente alle aziende di eseguire velocemente transazioni commerciali, senza l'utilizzo di documenti cartacei, con altre imprese e con i clienti.
- I vantaggi:
 - Minori errori di comunicazione;
 - Velocità di comunicazione;
 - Accesso in tempo reale a informazioni / servizi / prodotti

Le nuove frontiere

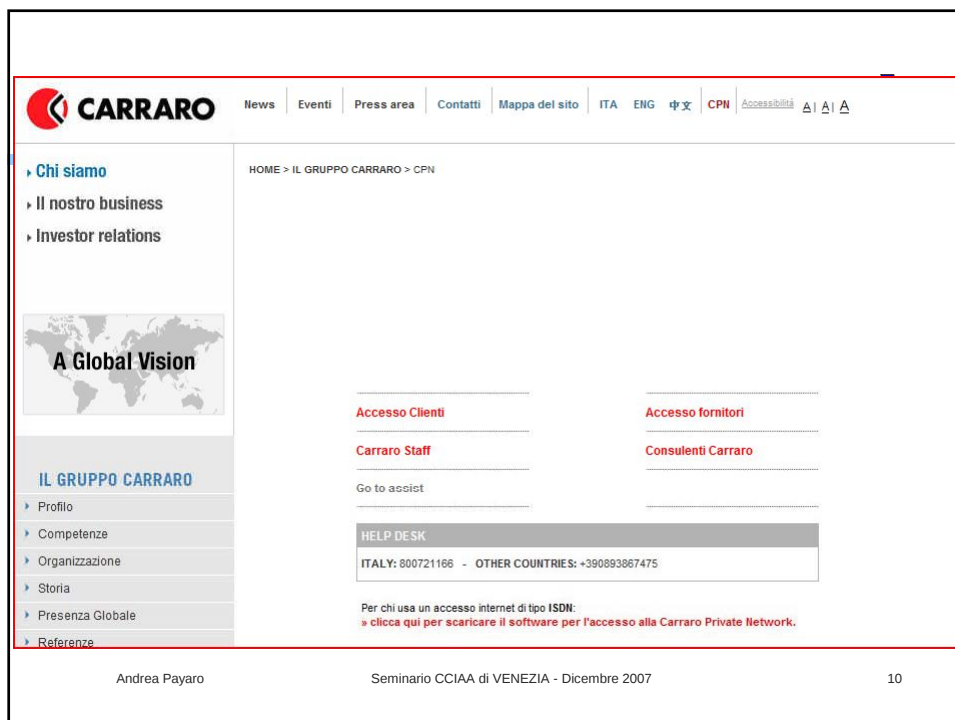
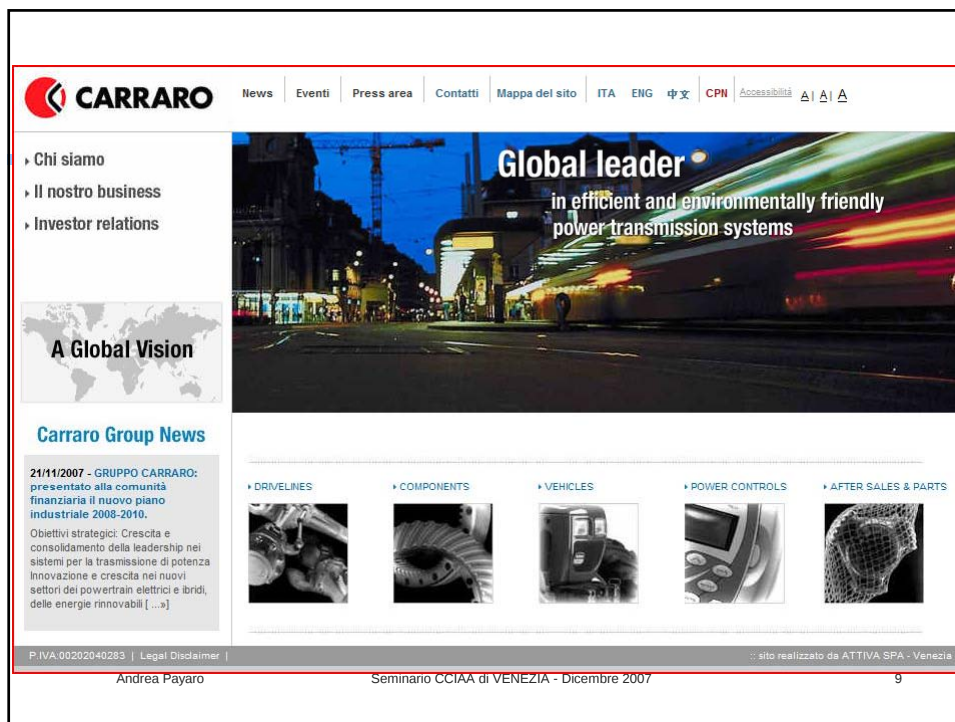
- Strumenti di comunicazione sempre più legati alle nostre abitudini di vita e di consumo (telefoni, gps, computer)
- Crescente fabbisogno di comunicazione in tempo reale
- Dispositivi interattivi e compatti in grado di trasmettere il nostro profilo all'ambiente circostante (RFID, gps, etc)
- Sempre minore TEMPO da dedicare ad acquisti di servizi o di prodotti di uso comune (shopping escluso)

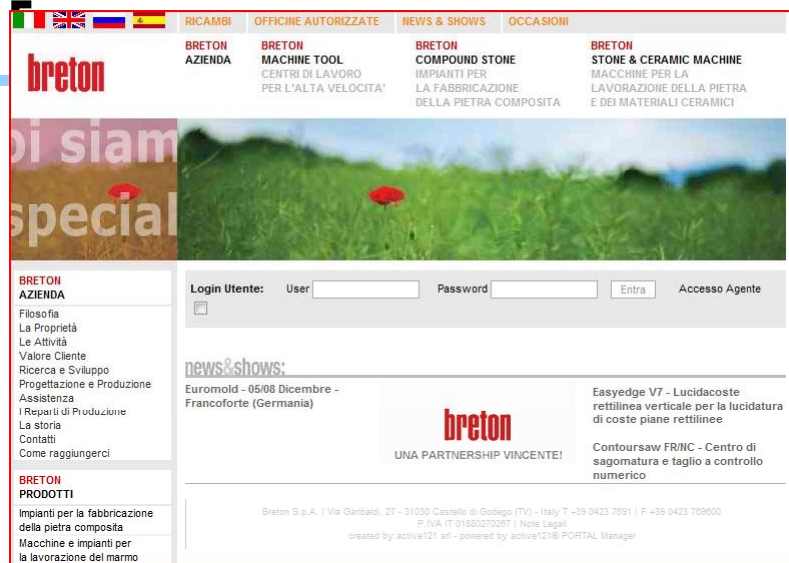
Le tendenze

- Eliminazione della carta per trasmettere informazioni.
- Crescente accesso a comunità virtuali
- Richiesta di disponibilità dell'informazione 24x7

Le forme di e-C di tipo B2B

- E-fulfillment
- Tutte le attività verso il cliente che si realizzano dopo l'ordine. Fa parte del fulfillment il tracing del prodotto, il customer service, il servizio assistenza on line
- E-procurement
- Il procurement racchiude tutte le attività necessarie all'approvvigionamento dei beni o servizi e la gestione del loro flusso dal fornitore all'azienda acquirente

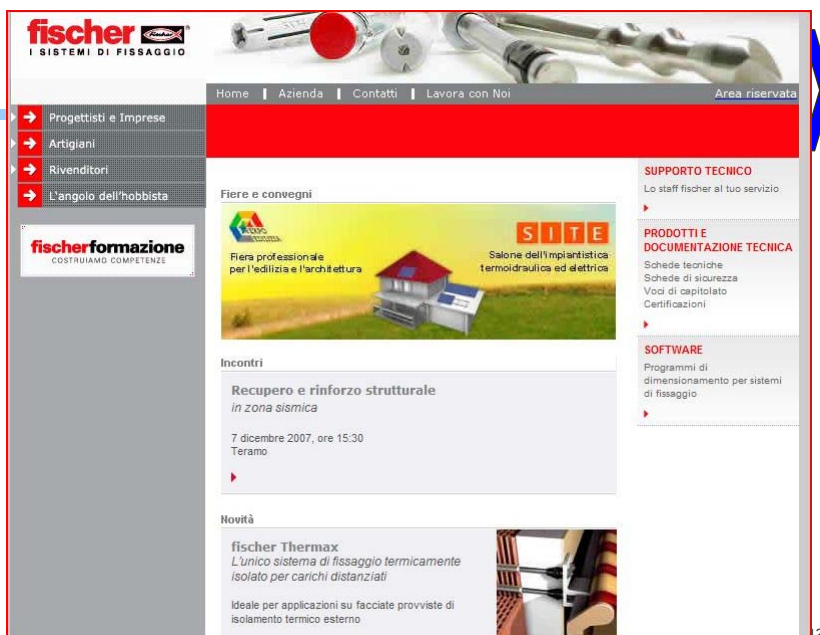




Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

11



12

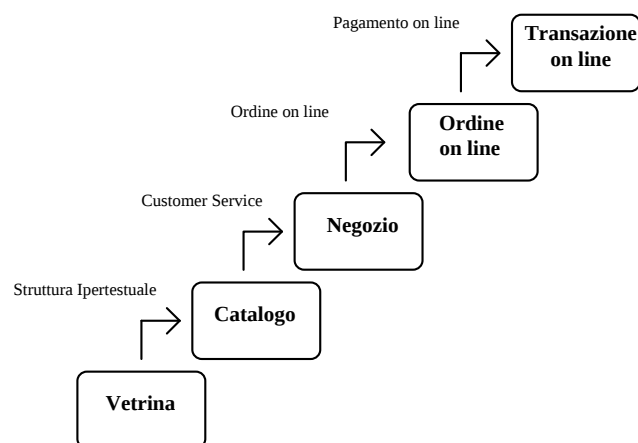
I vantaggi dell'e-Com B2B

- Riduzione della merce a magazzino
- Riduzione del tempo di ciclo dell'ordine
- Possibilità per alcuni prodotti di avere forniture più economiche
- Riduzione dei tempi di ricerca e selezione dei fornitori
- Aumento del controllo delle relazioni con il cliente
- Conoscenza della disponibilità di prodotti in tempo reale e da remoto

Le forme di e-C di tipo B2C

- Si possono identificare:
 - Vetrina: sito Internet a bassa interattività
 - Catalogo: possibilità di avere informazioni sul catalogo/listino prodotti
 - Negozio: Buona interattività ma senza possibilità di acquisto
 - Vendita: Acquisto con pagamento off-line
 - Commercio: Acquisto con pagamento on-line

I livelli di presenza



La presenza

- Le prime tre possono essere applicate da qualsiasi azienda e mirano attraverso il Web a fornire ai propri clienti informazioni e contenuti.
- Le ultime due hanno l'obiettivo di potere sviluppare on line un nuovo canale di vendita dei propri prodotti, la prima con pagamenti off line, la seconda con pagamenti on line. Queste ultime due strategie sono fortemente vincolate nella loro applicazione.

acquista online
cataloghi
campagna pubblicitaria

carrello

collezioni
video gucci
le boutique
gucci
campagna per l'unicef

area legale
registrati



GUCCI

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

17

RENE CAOILLA

azienda
dove siamo
**collezione
fall-winter**
collezione
spring-summer
collezione
accessori
boutiques
distribuzione
contattaci

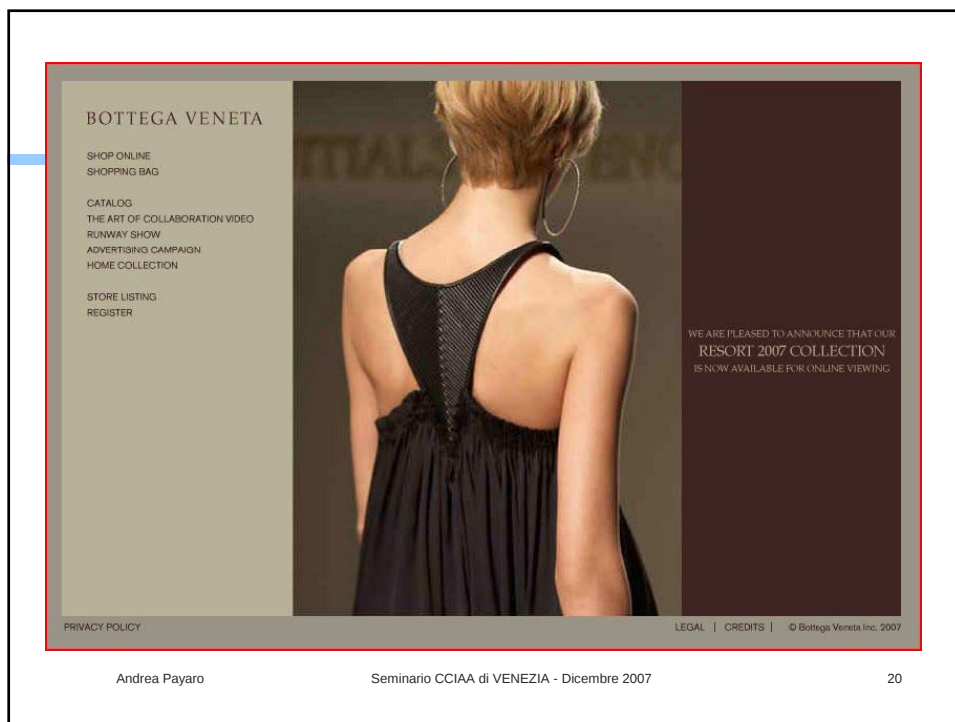


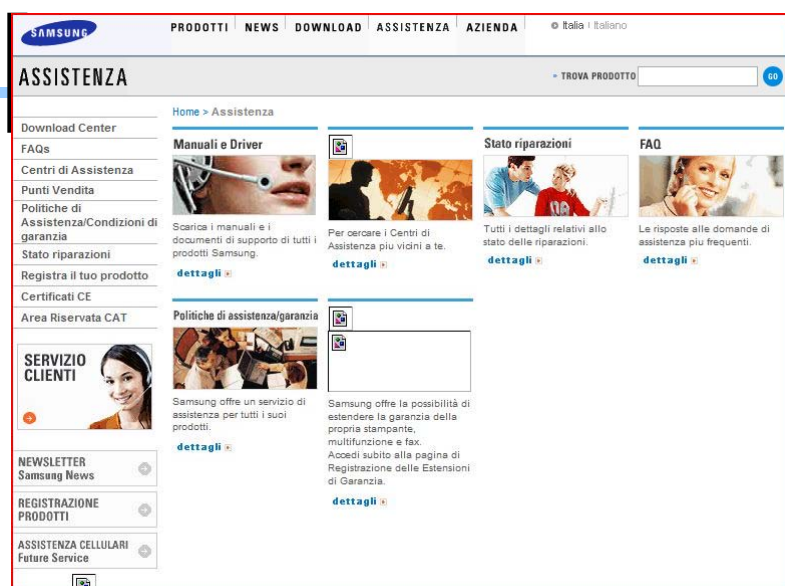
RENE CAOILLA Via Paradisi, 1 30032 Fiesse D'Artico (VE) Tel. +39 049 9801300 Copyright © 2004 All rights reserved

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

18





SAMSUNG PRODOTTI | NEWS | DOWNLOAD | ASSISTENZA | AZIENDA HOME | CONTATTACI | MAPPA DEL SITO ITALIA

ASSISTENZA - TROVA PRODOTTO: **GO**

Home > Assistenza > FAQ

FAQ

Per ottenere un risultato più preciso seleziona un prodotto e poi digita la tua domanda.

Prodotto: Digita la domanda nello spazio sottostante.

Telefoni Cellulari

-- Seleziona -- (Es.: I televisori DLP sono soggetti ad impressionamento?)

LE DOMANDE PIU' FREQUENTI

No	Titolo
1	Dove posso trovare le configurazioni WAP e MMS per il mio cellulare?
2	In che modo e' possibile trasferire le fotografie da telefono a pc?
3	Dove posso reperire i software di collegamento al pc per i diversi modelli Samsung?
4	In che modo e' possibile trasferire immagini, suonerie o video dal pc al telefono?
5	Come posso contattare Samsung Italia?
6	Come posso eliminare il logo operatore sul mio telefono?
7	Non riesco ad inviare MMS. Cosa posso fare?
8	Il mio telefono cellulare e' bloccato. Cosa devo fare?
9	Ci sono dei programmi che supportano la sincronizzazione del cellulare con il PC?
10	Cosa si deve fare se la sincronizzazione tra il software ed il telefono fallisce?

Download Center
FAQs
Centri di Assistenza
Politiche di Assistenza/Condizioni di garanzia
Stato riparazioni
Punti Vendita
Registra il tuo prodotto
Certificati CE
Area Riservata CAT

SERVIZIO CLIENTI

NEWSLETTER Samsung News
REGISTRAZIONE PRODOTTI
ASSISTENZA CELLULARI Future Service
AREA RISERVATA Information Technology

Andrea Payaro

23

Vendibilità di un prodotto on line

- Cosa considerare?
- Prestazioni:
 - componenti tecnico-funzionali
 - componenti fisiche (peso, dimensione, odore tatto e sapore)
 - estetica (colore, forma, design)
- Brand
- Reperibilità sul mercato
- Valore unitario

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

24

Prestazioni - Reperibilità

		Prestazioni	
		Sensoriali	Tecniche
Reperibilità	Alta	Abbigliamento in genere Calzature Auto e moto usate	CD, Libri, hardware, videocassette, Viaggi, Auto nuove.
	Bassa	Abbigliamento disegnato per la vendita on line Arte, articoli da collezionismo	CD, libri, Hardware (articoli molto scontati) Viaggi Moto

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

25

Brand - Prestazioni

		Prestazioni	
		Sensoriali	Tecniche
Brand	Non Conosciuto	Abbigliamento Alimentari e prodotti da discount Arte, articoli da collezionismo	Hardware e computer no-brand (PC assemblati)
	Conosciuto	Abbigliamento Calzature	Hardware e computer di marca, Videocassette, Auto e moto nuove.

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

26

Brand - Reperibilità

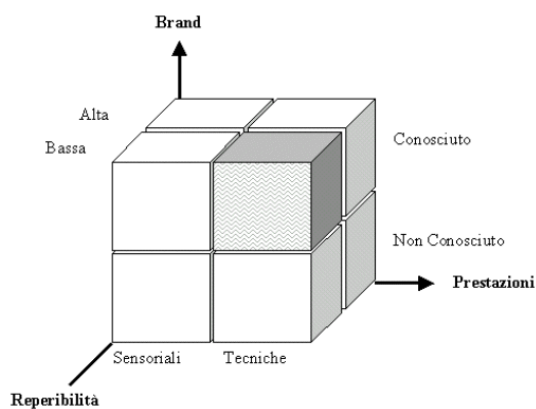
		Reperibilità	
		Alta	Bassa
Brand	Non Conosciuto	Abbigliamento Alimentari e prodotti da discount	Prodotti di artigianato locale.
	Conosciuto	Prodotti elettronici. Abbigliamento e calzature di marca. Profumi, prodotti di bellezza.	Prodotti elettronici, profumi, abbigliamento e calzature di marca scontati o non reperibili negli store tradizionali

Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

27

La vendibilità



Andrea Payaro

Seminario CCIAA di VENEZIA - Dicembre 2007

28

Le forme di interazione

- I newsgroup è un servizio in cui gli utenti attraverso la posta elettronica discutono su argomenti chiave. La comunicazione è asincrona e mediata da qualche operatore o moderatore che verifica e filtra i messaggi che arrivano.
- Le newsletter sono rappresentate da lettere spedite periodicamente in formato elettronico agli iscritti. Nelle newsletter l'utente non partecipa attivamente alla loro redazione. NON ESAGERARE

Le forme di interazione

- La chat è una forma di comunicazione mediata dal computer che consente a più utenti in tempo reale di realizzare un dialogo
- Forum si riferisce all'intera struttura informatica contenente discussioni e messaggi scritti dagli utenti. Un senso di comunità virtuale si sviluppa spesso intorno ai forum che hanno utenti abituali.

La moda dei blog

- Un blog è un diario in rete.
- Il termine blog è la contrazione di web-log, ovvero "traccia su rete".
- Il blog permette a chiunque sia in possesso di una connessione internet di creare facilmente un sito in cui pubblicare storie, informazioni e opinioni in completa autonomia. Ogni articolo è generalmente legato ad un thread, in cui i lettori possono scrivere i loro commenti e lasciare messaggi all'autore.

Prima di fare un sito: Alcuni consigli

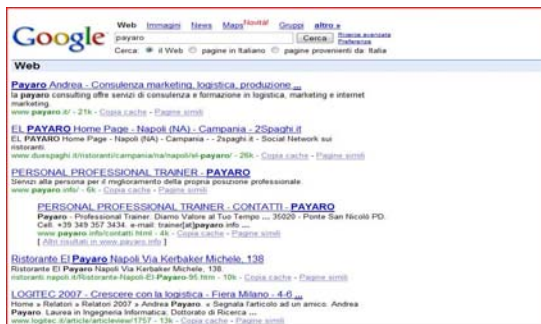
- Chiarire il perché
- Definire cosa ci si aspetta
- Definire il giusto dominio
- Assegnare le risorse (persone) alla sua gestione
- Riproporre l'immagine aziendale
- Aggiornarlo
- Rispondere sempre e velocemente alle e-mail
- Scegliete con cura i contenuti del sito e le parole chiave

Prima di fare un sito: Alcuni consigli

- Nel B2B puntare alla funzionalità del sito
- Nel B2B non esagerare su grafica o effetti speciali
- Nel B2C siate chiari sul messaggio che dovete trasmettere
- Nel B2C adattate i contenuti, messaggi e colori a chi deve entrare nel sito

Prima di fare un sito: Alcuni consigli

- Non trascurare l'aggiornamento e le attività di web-marketing. L'obiettivo è quello di essere sempre tra i primi nei motori di ricerca.



Quanto costa un sito

- Difficile fare un preventivo, soprattutto per il B2B. Ambienti integrati vanno oltre il 200.000 €
- Per un sito “decente” per il B2C senza particolari funzioni:
 - Registrazione del dominio: 40 €
 - Creazione del sito: da 500€ a 1500€
 - Mantenimento del sito (min. 1 aggiornamento al mese)
- Costo minimo annuo 600 €
- Costo massimo annuo XXXX€

L'e-Com di tipo C2C

- Si basa sulla realizzazione di una transazione tra consumatori



[**Andrea Payaro**



Grazie per l'attenzione

andrea@payaro.it
Via Monte Bianco 16
35020, Ponte San Nicolo' PD

Tel. 349 357 3434