



Strategie per l'E-Business e l'E-Market



Nicola Frega

Commercio elettronico e strategie di e-business

Introduzione, soluzioni e piattaforme

Intro

- L'e-commerce in Europa ha continuato a crescere anche se con ritmi e modalità differenti nei diversi paesi.
- Lo shopping on line è un'abitudine ben consolidata in Gran Bretagna, Germania e Francia, mercati che rappresentano complessivamente il 70-80% dell'e-commerce europeo, mentre è appena agli inizi o sta crescendo nel resto d'Europa, inclusi Paesi come Italia e Spagna.
- La crescita più rapida riguarda tuttavia le economie emergenti dell'Europa orientale, guidate dalla Russia, mercato per cui si prevede una crescita fino al 200% nei prossimi tre anni.

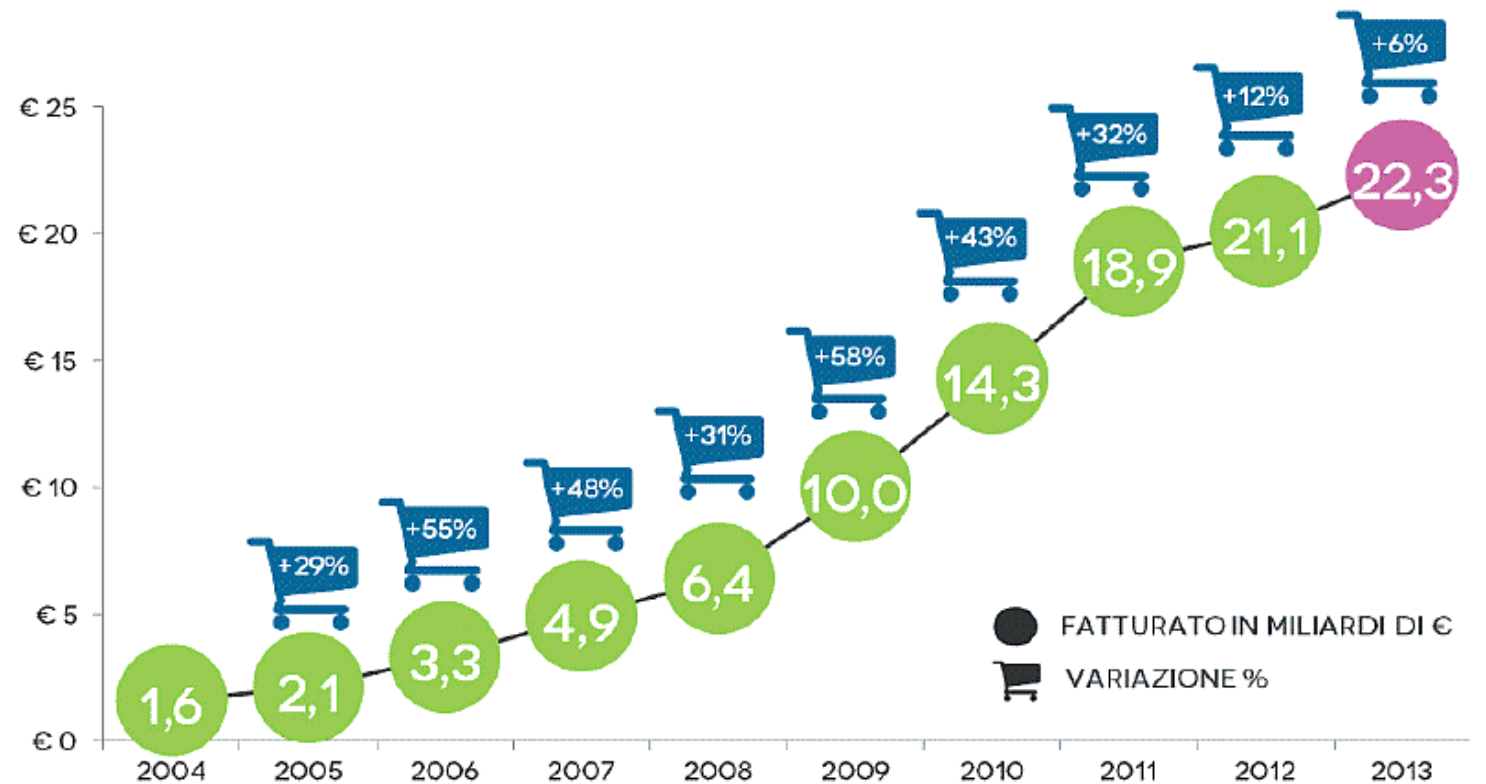
Numeri e Tendenze

Il valore del fatturato e-commerce in Italia nel 2013 è stimato in 22,3 miliardi di Euro, con una crescita del 6% sul 2012.

Il trend è quindi ancora positivo, nonostante la generale contrazione dei consumi evidente soprattutto in alcuni settori.

Per la prima volta dal 2005 la crescita percentuale dell'e-commerce non è a doppia cifra: si ferma a un valore inferiore a quanto rilevato nel 2012 e ancor più ridotto rispetto agli anni precedenti.

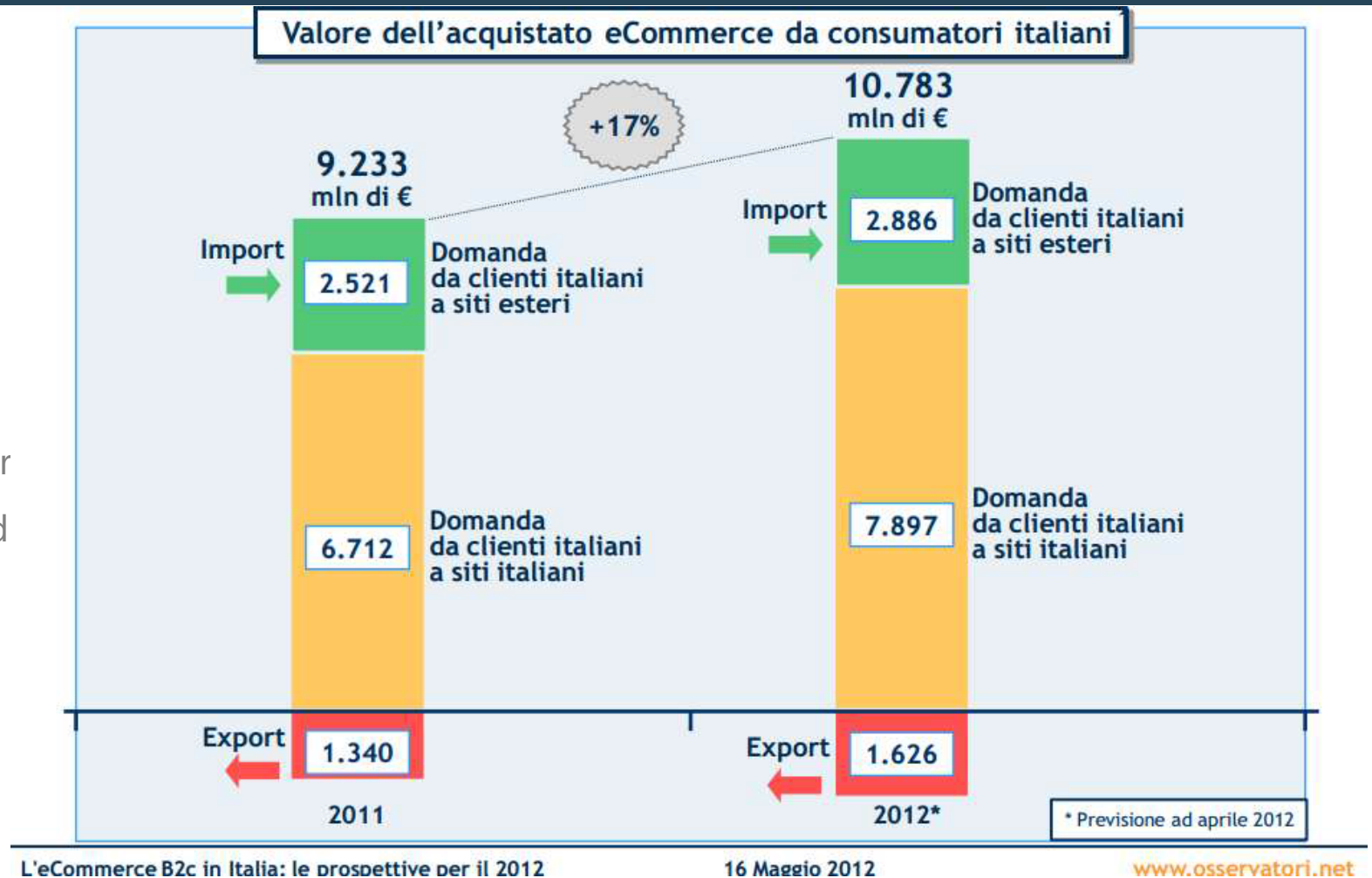
CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE



Numeri e Tendenze

Nel 2013 la percentuale di popolazione italiana con accesso a internet, da qualsiasi luogo e strumento, ha raggiunto l'82% (individui tra gli 11 e i 74 anni).

L'accesso attraverso un computer di casa risulta la modalità più diffusa, disponibile per 15 milioni di famiglie italiane, per un totale di 35 milioni di individui.



Numeri e Tendenze

Il 47% della popolazione (22 milioni di individui) accede a internet dal proprio smartphone, e il 15% da tablet (6,9 milioni).

Si registra quindi una crescita significativa della disponibilità di accesso alla rete da dispositivi mobili: nel 2013 infatti i valori rilevati erano rispettivamente del 38% (accesso da smartphone) e del 6% (accesso da tablet).



I SETTORI MERCEOLOGICI



ALIMENTARE

ALIMENTI, BEVANDE, SUPERMERCATI, RISTORAZIONE



ASSICURAZIONI

POLIZZE CASA, AUTO, MOTO



CASA E ARREDAMENTO

MOBILI, ARTICOLI PER LA CASA, GIARDINO



CENTRI COMMERCIALI ON LINE

MULTIPRODOTTO, EBAY (PER LA PARTE B2C)



EDITORIA

HOME VIDEO, LIBRI, MUSICA, SOFTWARE, INFORMAZIONE



ELETTRONICA DI CONSUMO

ELETTRODOMESTICI, HARDWARE, TELEFONIA, FOTOGRAFIA, AUDIO



MODA

ABBIGLIAMENTO, CALZATURE, GIOIELLI, OCCHIALI



SALUTE E BELLEZZA

PROFUMI, COSMETICI, BENESSERE, MEDICAZIONI



TEMPO LIBERO

SCOMMESSE, GIOCHI D'AZZARDO, GIOCATTOLI, ARTICOLI SPORTIVI, SPETTACOLI, TELEFONIA

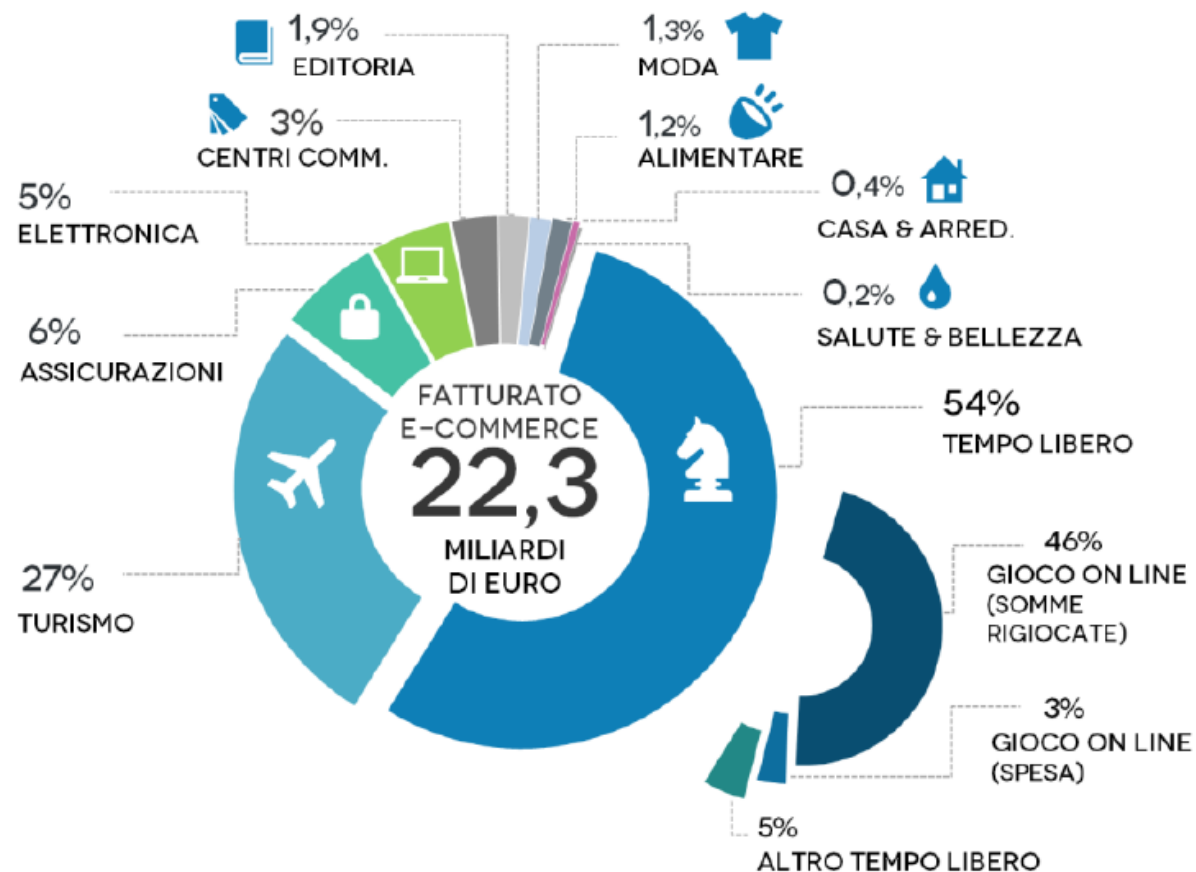


TURISMO

TRASPORTI, HOTEL, TOUR OPERATOR, ATTRAZIONI

Numeri e Tendenze

LA DISTRIBUZIONE DEI FATTURATI NEL 2013



Numeri e Tendenze

I TREND DELL'E-COMMERCE



MOTORI DI RICERCA PRODOTTI

Amazon, ebay e altri big player sono il primo luogo dove gli utenti cercano i prodotti



NEGOZI FISICI VENDONO ON LINE

Le attività di vendita al dettaglio lanciano la vendita on line per combattere la crisi



PRODUTTORI DIVENTANO MEDIA COMPANY

Le aziende di produzione comunicano e vendono direttamente al cliente finale



MOBILE È PREFERITO PER NAVIGARE

Il traffico da mobile deve essere sfruttato per aumentare le conversioni



DIGITALIZZAZIONE DEL RETAIL

L'integrazione tra web e punto vendita è la strategia competitiva dei player multicanale

Promozione brand

PROMOZIONE ON LINE DEL BRAND



SODDISFACENTE



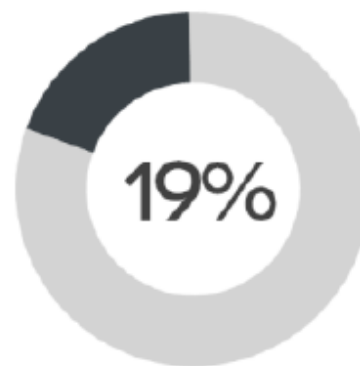
30% NEL 2013



DIFFICOLTOSA



53% NEL 2013



INSODDISFACENTE



17% NEL 2013

FONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2014

Piattaforme e-commerce

TABLE 4.4

APPLICATION SERVERS AND THEIR FUNCTION

APPLICATION SERVER	FUNCTIONALITY
Catalog display	Provides a database for product descriptions and prices
Transaction processing (shopping cart)	Accepts orders and clears payments
List server	Creates and serves mailing lists and manages e-mail marketing campaigns
Proxy server	Monitors and controls access to main Web server; implements firewall protection
Mail server	Manages Internet e-mail
Audio/video server	Stores and delivers streaming media content
Chat server	Creates an environment for online real-time text and audio interactions with customers
News server	Provides connectivity and displays Internet news feeds
Fax server	Provides fax reception and sending using a Web server
Groupware server	Creates workgroup environments for online collaboration
Database server	Stores customer, product, and price information
Ad server	Maintains Web-enabled database of advertising banners that permits customized and personalized display of advertisements based on consumer behavior and characteristics
Auction server	Provides a transaction environment for conducting online auctions
B2B server	Implements buy, sell, and link marketplaces for commercial transactions

Funzionalità base

- Funzionalità di base
 - Online catalog
 - Shopping cart
 - Credit card processing
- Merchant server:
 - Ambiente integrato con ERP
- Servizi E-commerce merchant
 - e.g. Yahoo's Small Business Merchant Solutions
- Open source Web building tools:
 - e.g. Apache Web server, MySQL, PHP, PERL

Infrastruttura di supporto

- Hardware platform:
 - Non trascurare le esigenze computazionali per supportare le funzionalità e-commerce volute
- Obiettivo:
 - Assicurarsi di avere un'infrastruttura hw capace di sostenere i picchi di richieste, senza sprecare denaro inutile
- E' fondamentale avere chiari i differenti fattori che influenzano la velocità, la capacità di archiviazione e la scalabilità del proprio store online

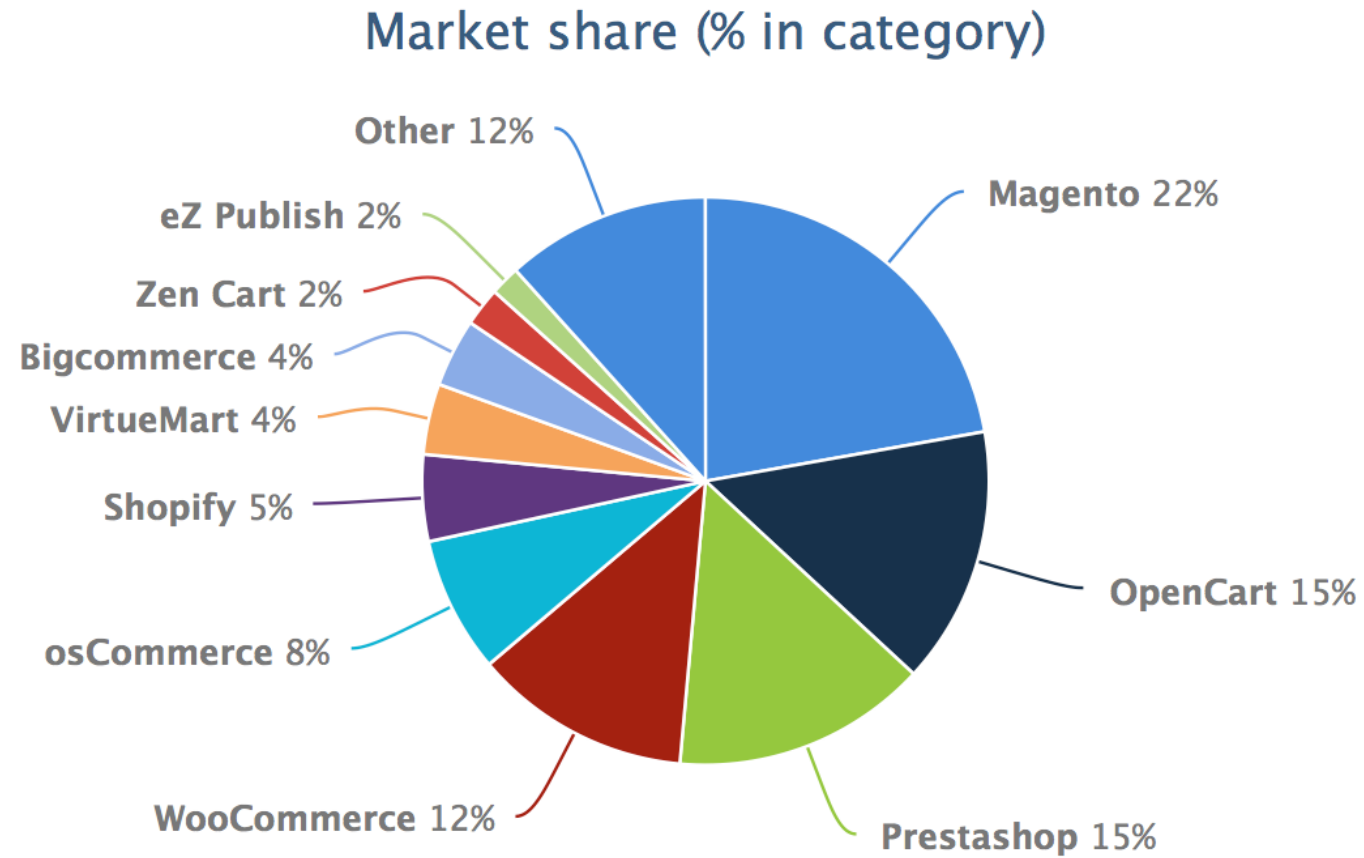
Infrastruttura di supporto

- La “domanda” di accesso è il fattore chiave per la velocità di un sito di e-commerce
- Fattori che influenzano il livello di richieste al sito:
 - Number of simultaneous users in peak periods
 - Nature of customer requests (user profile)
 - Type of content (dynamic versus static Web pages)
 - Required security
 - Number of items in inventory
 - Number of page requests
 - Speed of legacy applications

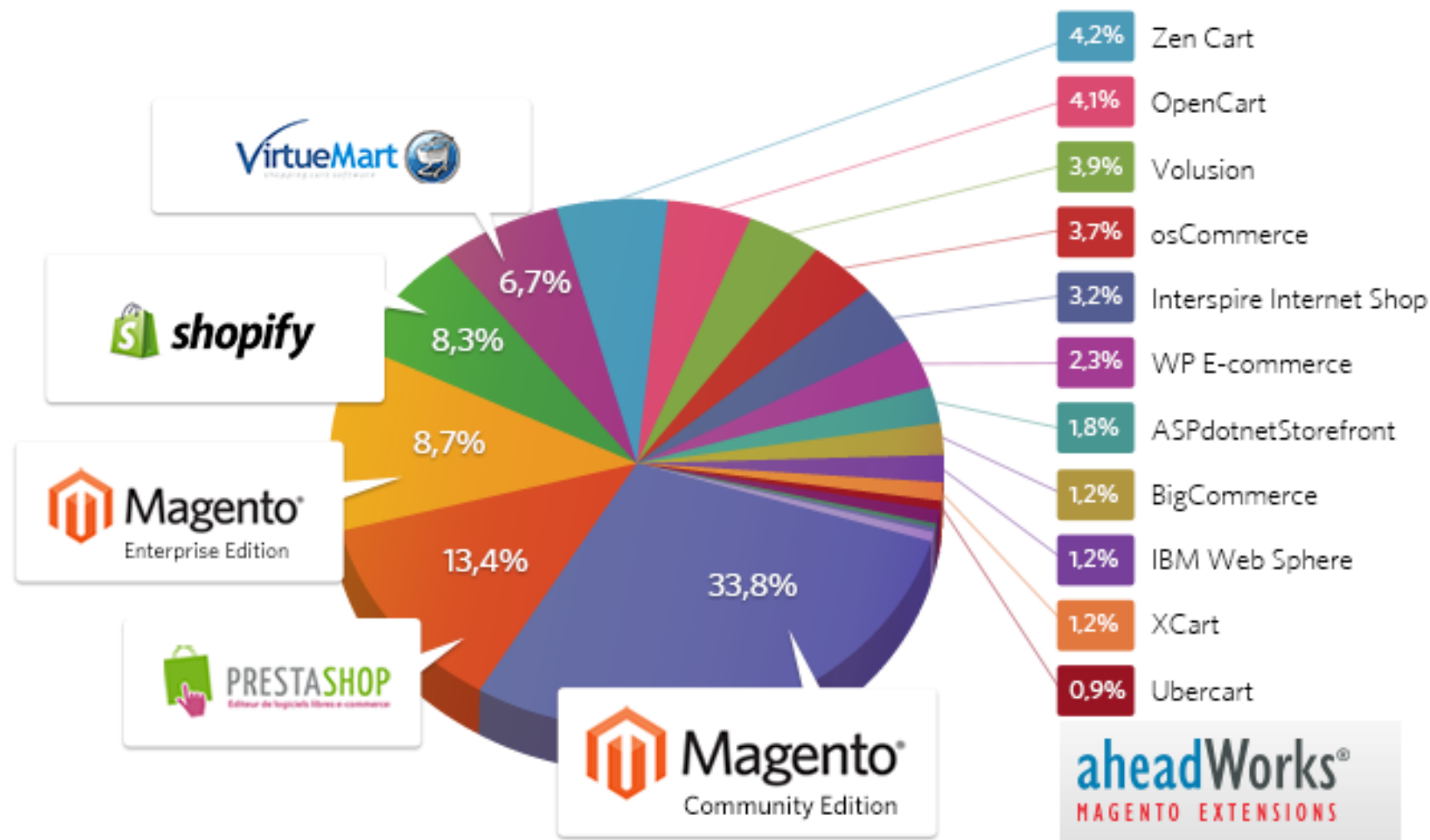
Le piattaforme



Distribuzione di mercato piattaforme



Distribuzione di mercato piattaforme



Quale Scegliere??

Criteri di scelta

- Budget
- Esigenze
- Infrastruttura
- Esigenze future
- **Competenze Tecniche**

Pagamenti Online: Numeri e Tendenze

L'evoluzione dei metodi di pagamento (e del consumatore)

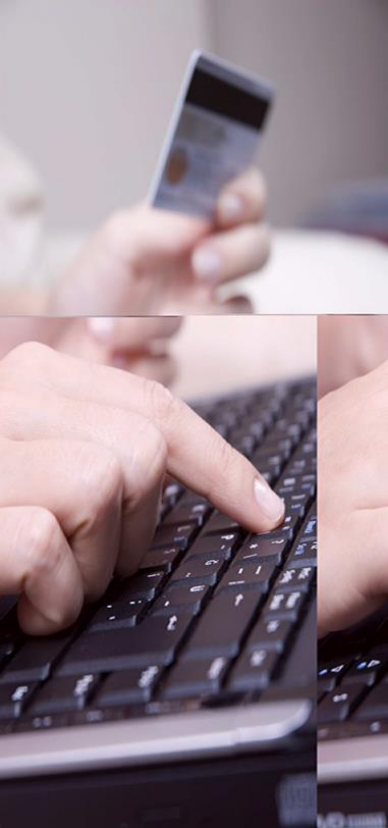
NEL 2006



NEL 2011

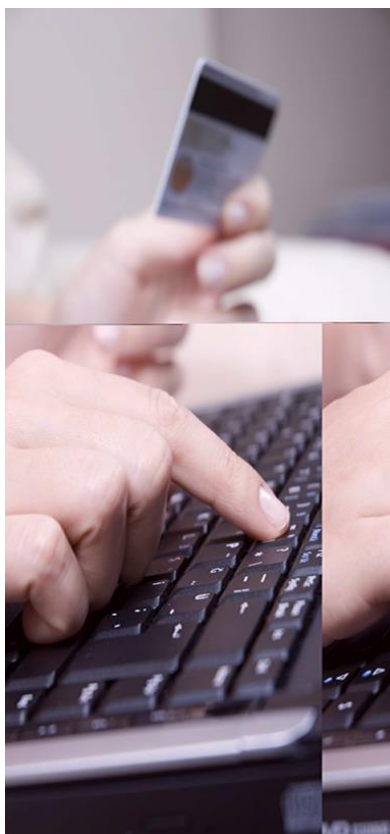


Pagamenti online: come avviene con carta di credito



1. Il titolare di carta accede al sito dell'esercente per effettuare un acquisto online
2. Il titolare fornisce i dati di carta sul sito dell'esercente o sulla pagina della Banca acquirer
3. La Banca acquirer invia, tramite i circuiti internazionali richiesta di autorizzazione alla Banca Issuer che autorizza o nega l'addebito
4. La Banca acquirer riporta l'esito all'esercente che a sua volta lo notifica al titolare

Pagamenti online: come avviene con carta di credito



**GESTPAY**
**sella.it**

State effettuando un acquisto a favore dell'esercente:
La valuta del pagamento è espressa in:
L'importo del pagamento è:
Il codice identificativo attribuito al pagamento dall'esercente è:

TERASHOP S.P.A.
EUR
7,39
GOLDEN_8329

Seleziona la lingua
    

Modalità di pagamento

Inserimento dati

Riepilogo dati

Ricevuta

Numero Carta

Data Scadenza (Mese/Anno)

Inserite qui il codice di sicurezza della vostra carta (CVV2 o 4DBC)

Dove trovo il codice di sicurezza?

Inserite qui il vostro nome e cognome, come riportati sulla vostra carta

dfdsf dfdsf

Inserite qui il vostro indirizzo di posta elettronica (e-mail):

sadfa@fs.it

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 30/06/2003, N. 196
CODICE IN MATERIA DI PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Gentile Utente,
le società: Banca Sella S.p.A., con sede in Biella, Piazza Gaudenzio Sella
n. 1 ed Easy Nolo S.p.A., con sede in Biella, Piazza Gaudenzio Sella n. 1,

☐ Accento al trattamento dei dati *

Pagamenti online: come avviene con carta di credito



Stai perfezionando l'acquisto sul **sistema di pagamento sicuro PagOnline Business.**

Dati dell'ordine

Numero d'ordine: **0dfb1344-63b2-4d23-a079-88ee2fb02f2a**
Importo: **40,00**
Moneta: **EURO**
A favore di: **TRENITALIA - LEFRECCE**

Dati della carta di credito

Titolare della carta
nome cognome
Tipo carta
Numero della carta
Scadenza carta

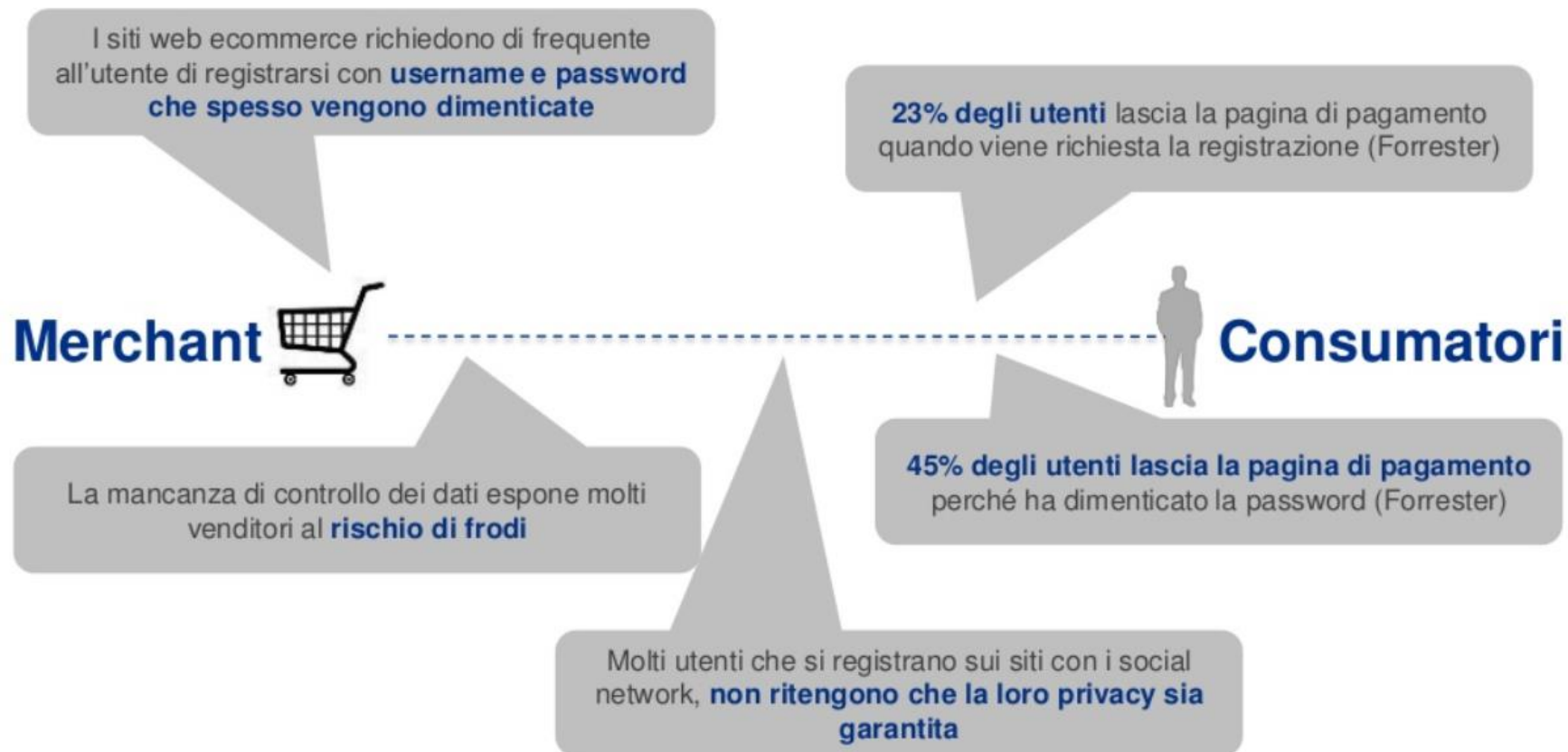
Per qualsiasi richiesta di informazioni riguardanti l'ordine, contattate l'esercente:

TRENITALIA - LEFRECCE

Cliccare uno dei pulsanti seguenti per abbandonare o proseguire il pagamento



Sull'e-commerce c'è ancora la mancanza di fiducia tra consumatore e commerciante



Pagamenti online: Paypal



Paypal è diventato in pochissimi anni uno dei metodi di pagamento più usati al mondo.

Ad oggi, PayPal ha 248milioni di conti attivi ed è disponibile in 190 Paesi e territori e milioni di persone possono inviare e ricevere denaro semplicemente usando una connessione ad internet, un indirizzo email ed una carta di credito.

Pagamenti online: Paypal, la storia

Paypal nasce nel 1999 grazie a Peter Thiel che con un gruppo di amici della Stanford university crea una società con il nome di Confinity.

Peter Thiel finanzia Max Levchin, un programmatore di software che vuole realizzare un programma che permetta in sicurezza lo scambio dei fondi mediante computer. L'idea è più o meno quella dell'attuale Paypal ed il successo è immediato.

Nuovi ed importanti finanziatori aiutano Confinity a crescere (Nokia, DeutchBank ed altri...) ed il successo è veramente immediato. Il sistema però non è ancora del tutto stabile e sicuro e viene preso inizialmente di mira da numerosi hackers.

Si arriva al punto che Confinity è addirittura bandito da alcuni stati U.S.A. come la Luisiana, ed oggetto di investigazione in altri stati come New York e California.

Nonostante queste disavventure comunque l'idea è buona e Paypal continua a crescere, soprattutto grazie all'esplosione mondiale di eBay (il famoso sito di aste online).

Nel 2002 Paypal viene acquisita da eBay

Pagamenti online: Paypal, funzionamento

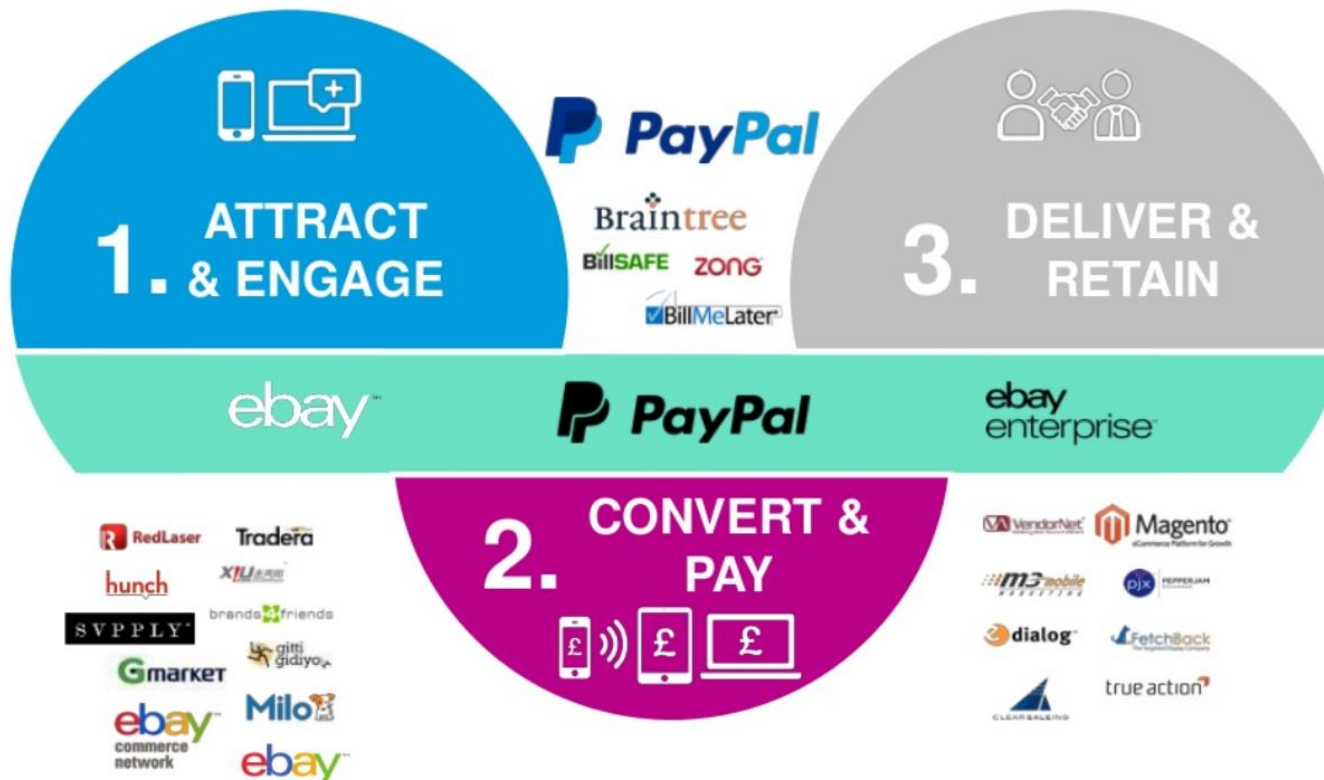
Paypal è uno strumento online per il trasferimento dei fondi in modo elettronico. E' possibile pagare un asta di eBay, acquistare un prodotto da un sito online oppure fare una donazione semplicemente usando il proprio PC.

Più o meno è come fare un vaglia postale a qualcuno, con la differenza però che con Paypal l'accredito è istantaneo, può essere fatto in differenti valute e soprattutto può essere inviato quasi in ogni parte del mondo.

Per inviare dei fondi è necessario registrarsi (gratuitamente) su Paypal. L'invio può essere fatto a qualsiasi persona che abbia un indirizzo email (non necessariamente deve già avere un utenza su Paypal).

Universo Paypal

PayPal, an **ebay inc** company



Pagamenti online: Paypal, modello di business

Quello che fa Paypal è piuttosto semplice, si interpone tra l'acquirente ed il venditore avendo cura che l'addebito ed il pagamento vengano portati a buon fine nei vari circuiti bancari (ne esistono di differenti e sono legati alle carte di credito, di debito, alle banche e a tanti altri strumenti).

Il guadagno di Paypal è rappresentato dalle tariffe che applica ad ogni transazione (chi riceve i soldi paga infatti una tariffa pari ad alcuni centesimi di euro più una piccola percentuale sull'ammontare della transazione stessa).

Tutti i soldi dei conti correnti virtuali degli utenti Paypal sono in realtà inseriti in dei conti correnti reali di Paypal che fruttano diversi milioni di dollari grazie agli interessi annuali.

Pagamento con Paypal

Il cliente seleziona un oggetto da acquistare, controlla il carrello e procede al pagamento cliccando Procedura di pagamento sicuro.

The image shows a two-part screenshot of the DesignerFotos website. The top part displays the 'Still Life' category with three products: an orchid, a Pomeranian dog, and a cactus flower. The bottom part shows the 'Carrello' (Cart) page with a table listing the selected item, a total amount of \$250.00 EUR, and buttons for 'Aggiorna carrello', 'Continua shopping', and 'Rivedi e conferma pagamenti'.

DesignerFotos Visualizza carrello | Il mio conto | Aiuto

Cerca:

Categoria

- Paesaggio
- Foto astratta
- Still Life
- In vetrina
- Nuovi arrivi
- In vendita
- Iscriviti al PhotoClub
- Ordina catalogo

Still Life



Orchidea
24" x 15"
\$50.00 EUR

[Aggiungi al carrello](#)



Volpino di Pomerania
32" x 32"
\$250.00 EUR



Fiore di cactus
40" x 10"
\$150.00 EUR

Pagamenti tramite **PayPal**

DesignerFotos

Carrello

Qtà	Rimuovi	Oggetto	Opzioni	Prezzo
1	☐	Stampa volpino di Pomerania #EME208		\$250.00 EUR

I costi di spedizione, imposte e gestione possono essere aggiunti durante la procedura di revisione e conferma dei pagamenti.

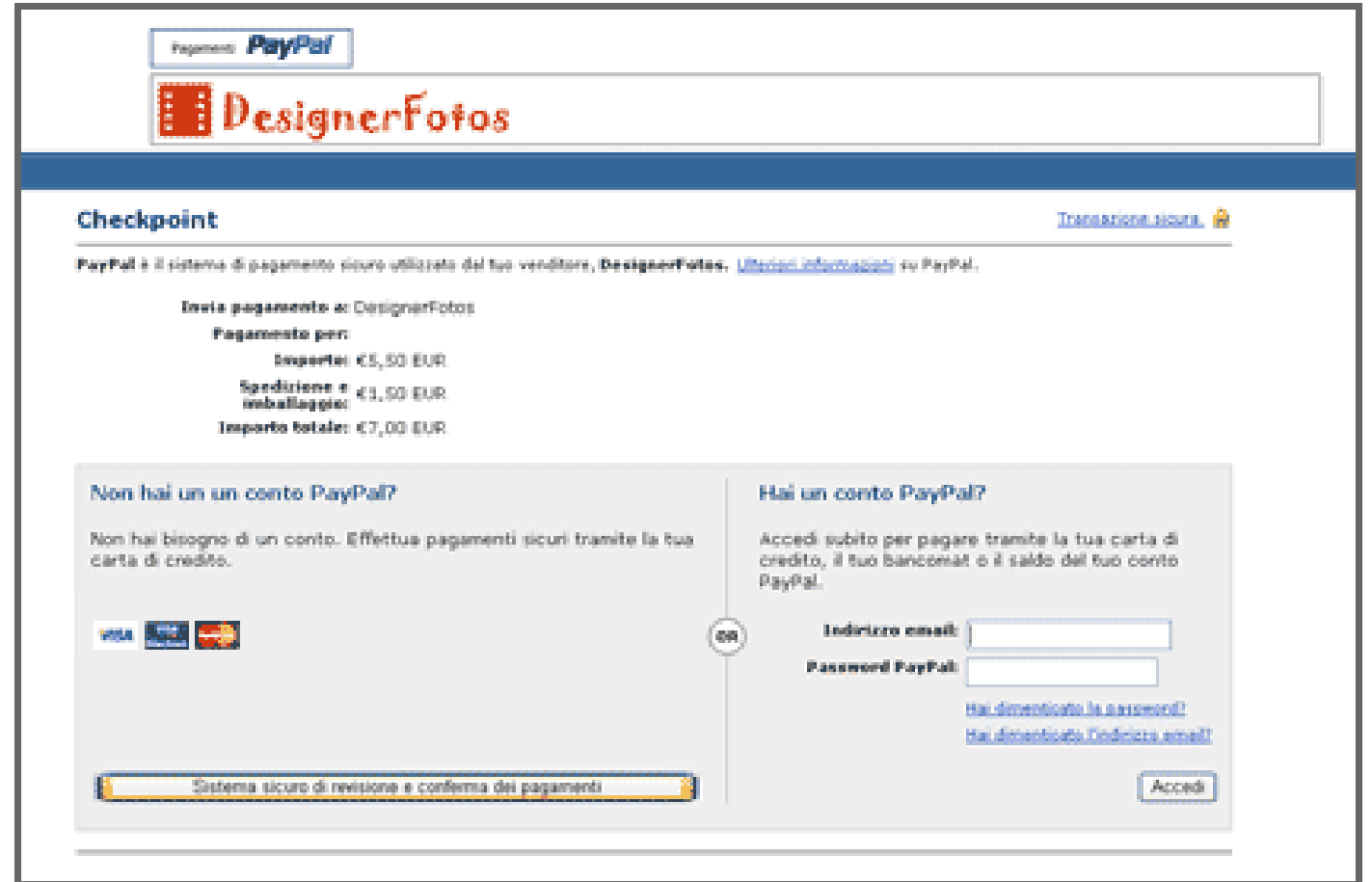
Importo \$250.00 EUR

[Aggiorna carrello](#) [Continua shopping](#) [Rivedi e conferma pagamenti](#)

Pagamento con Paypal

Il cliente clicca Procedura di pagamento sicuro per effettuare il pagamento con la propria carta di credito.

Non ha bisogno di un conto PayPal per inviarti un pagamento.



The screenshot shows the PayPal checkout interface for a purchase from DesignerFotos. At the top, there's a 'Pagamenti' button with the PayPal logo and the DesignerFotos logo. Below this is a 'Checkpoint' section with a 'Transazione sicura' icon. The text explains that PayPal is a secure payment system used by the seller. The payment details are listed: 'Invia pagamento a: DesignerFotos', 'Pagamento per: Importo: €5,00 EUR', 'Spedizione e imballaggio: €1,00 EUR', and 'Importo totale: €7,00 EUR'. There are two main options for the user: 'Non hai un conto PayPal?' (No account) and 'Hai un conto PayPal?' (Have account). The 'No account' option includes logos for Visa, Mastercard, and American Express, and a note about secure payments. The 'Have account' option includes fields for 'Indirizzo email' and 'Password PayPal', with links for 'Hai dimenticato la password?' and 'Hai dimenticato l'indirizzo email?'. An 'Accedi' button is at the bottom right. A footer bar at the bottom states 'Sistema sicuro di revisione e conferma dei pagamenti'.

Pagamenti **PayPal**

DesignerFotos

Checkpoint [Transazione sicura](#)

PayPal è il sistema di pagamento sicuro utilizzato dal tuo venditore, **DesignerFotos**. [Ulteriori informazioni](#) su PayPal.

Invia pagamento a: DesignerFotos

Pagamento per:

Importo: €5,00 EUR

Spedizione e imballaggio: €1,00 EUR

Importo totale: €7,00 EUR

Non hai un conto PayPal?

Non hai bisogno di un conto. Effettua pagamenti sicuri tramite la tua carta di credito.

Hai un conto PayPal?

Accedi subito per pagare tramite la tua carta di credito, il tuo bancomat o il saldo del tuo conto PayPal.

Indirizzo email:

Password PayPal:

[Hai dimenticato la password?](#)

[Hai dimenticato l'indirizzo email?](#)

[Accedi](#)

Sistema sicuro di revisione e conferma dei pagamenti

Pagamento con Paypal

Il cliente immette i dati di spedizione e di fatturazione, quindi clicca Continua pagamento.

Pagamenti
PayPal

Spedizione → Fatturazione → Paga → Fine



Informazioni sulla spedizione
Transazione sicura

☐ Spedizione non richiesta. (scaricamento online)
 ☒ Spedizione richiesta. (inmetti l'indirizzo nel campo)

Paese:

(Gli indirizzi di fatturazione e di spedizione sono obbligatori)

Nome:

Cognome:

Indirizzo di spedizione 1:

Indirizzo di spedizione 2:
(opzionale)

CAP:

Città:

Provincia:

Indirizzo di fatturazione:

☒ Sì
 ☐ No (più avanti ti verrà chiesto)





Informazioni sulla fatturazione
Transazione sicura

Le tue informazioni finanziarie verranno gestite con la massima riservatezza. [Clicca qui per la nostra informativa privacy](#)

Tipo di carta di credito:

Numero della carta di credito:

Data di scadenza:

Nome di intestazione della carta di credito:
(Se il nome della carta di credito, coincide o inizia con il nome del titolare, non è necessario il numero di intestazione della carta di credito)

Nome:
(come indicato sulla carta di credito)

Cognome:
(come indicato sulla carta di credito)

Indirizzo di fatturazione 1:

Indirizzo di fatturazione 2:
(opzionale)

CAP:

Città:

Provincia:

Paese:

Indirizzo email:
(PayPal utilizza il tuo indirizzo email per inviarti una ricevuta)

Telefono abitativo:
(il tuo numero di telefono non sarà reso noto a nessuno)

Numero di sicurezza: Digita i caratteri che appariranno nella casella. I caratteri non distinguono fra maiuscole e minuscole.

Per poter utilizzare il pagamento, PayPal ti richiede alcune informazioni personali che conserverà in base alla propria [informativa sulla privacy](#). Per maggiori informazioni sulla procedura, clicca su [Clicca qui per la nostra informativa](#).

Pagamento con Paypal

Il cliente rivede l'ordine per confermare il totale dell'addebito sulla propria carta di credito, quindi clicca Paga.

Pagamenti 

Spedizione → Fatturazione → **Paga** → Fine



Esegui il pagamento

[Transazione sicura](#) 

Leggi le seguenti informazioni e verifica che siano corrette. Clicca su **Paga** per completare il pagamento. Questa transazione con carta di credito verrà indicata sulla fattura con dicitura "PAYPAL *DESIGNFOTOS".

Invia pagamento a: DesignerFotos

Pagamento per:

Quantità: 1

Importo: €100,00 EUR

Importo totale: €100,00 EUR

Informazioni sulla spedizione

Indirizzo per la spedizione: Via Vai
20031 Milano
Italia

[Apporta modifiche](#)

Informazioni sulla fatturazione

Carta di credito: 3000 0000 0000 0000 4343

Nome: David

Cognome: Jegereson

Indirizzo di fatturazione: Via Vai
20031 Milano
Italia

Numero di telefono: +39 023465367

[Apporta modifiche](#)

Clicca su Paga per autorizzare PayPal ad addebitare sulla carta di credito indicata sopra l'acquisto effettuato da djegereson@paypal.com.

Paga **Annulla**

Pagamento con Paypal

Il cliente riceve la conferma del pagamento.

Quindi, viene reindirizzato al sito web, dove potrà cliccare Continua shopping.



Pagamento con Paypal

Il cliente preferisce pagare con PayPal, quindi clicca Accedi

The screenshot shows the PayPal checkout interface for DesignerFotos. At the top, there's a 'Pagamenti PayPal' button and the 'DesignerFotos' logo. Below this is a 'Checkpoint' section with a 'Transazione sicura' icon. The text explains that PayPal is the secure payment system used by the merchant. It lists the payment details: 'Invia pagamento a: DesignerFotos', 'Pagamento per: Importo: €5,50 EUR', 'Spedizione e imballaggio: €1,50 EUR', and 'Importo totale: €7,00 EUR'. There are two main options: 'Non hai un un conto PayPal?' (No PayPal account) and 'Hai un conto PayPal?' (Have a PayPal account). The 'No account' option shows logos for Visa, MasterCard, and American Express, with a note that a credit card is needed for secure payments. The 'Have account' option has fields for 'Indirizzo email' and 'Password PayPal', with links for 'Hai dimenticato la password?' and 'Hai dimenticato l'indirizzo email?'. An 'Accedi' button is at the bottom right. A security bar at the bottom states 'Sistema sicuro di revisione e conferma dei pagamenti'.

Pagamenti **PayPal**

DesignerFotos

Checkpoint Transazione sicura

PayPal è il sistema di pagamento sicuro utilizzato dal tuo venditore, **DesignerFotos**. [Ulteriori informazioni](#) su PayPal.

Invia pagamento a: DesignerFotos

Pagamento per:

Importo: €5,50 EUR

Spedizione e imballaggio: €1,50 EUR

Importo totale: €7,00 EUR

Non hai un un conto PayPal?

Non hai bisogno di un conto. Effettua pagamenti sicuri tramite la tua carta di credito.

Hai un conto PayPal?

Accedi subito per pagare tramite la tua carta di credito, il tuo bancomat o il saldo del tuo conto PayPal.

Indirizzo email:

Password PayPal:

[Hai dimenticato la password?](#)

[Hai dimenticato l'indirizzo email?](#)

Accedi

Sistema sicuro di revisione e conferma dei pagamenti

Pagamento con Paypal

I clienti possono rivedere i dati di spedizione e fatturazione, confermare l'importo totale dell'ordine e cliccare Paga per completare il pagamento.

Pagamenti **PayPal**

 **DesignerFotos**

Esegui il pagamento [Transazione sicura](#)

Leggi i dettagli sul pagamento riportati di seguito e clicca su **Paga** per eseguire il tuo pagamento in modo sicuro.

Invia pagamento a: DesignerFotos
Stato dell'utente: [Utente Premier non statunitense verificato \(Novità\)](#)
Pagamento per:
Quantità: 1
Importo: €100,00 EUR
Importo totale: €100,00 EUR

Origine dei fondi
Carta di credito: €100,00 EUR da Visa XXXX-XXXX-XXXX-6651
Questa transazione con carta di credito verrà indicata sulla fattura con dicitura "PAYPAL *DESIGNERFOTOS".
[Altre fonti di finanziamento](#)

Informazioni sulla spedizione
☒ **Spedisci a:** [Assunta Indicio](#)
☐ Nessun indirizzo di spedizione richiesto

Paga

Annulla

PayPal protegge la tua privacy e la tua sicurezza.
Per ulteriori informazioni, leggi [l'Informativa sulla privacy](#), [le Condizioni d'uso](#) e [la Descrizione del servizio](#).

Copyright © 1999-2005 PayPal. Tutti i diritti riservati.
PayPal (Europe) Ltd è un istituto per l'emissione di moneta elettronica regolamentato dalla Financial Services Authority del Regno Unito.
Numero d'iscrizione di PayPal nel registro FSA: 226056.

Pagamento con Paypal

Il cliente riceve la conferma del pagamento.

Quindi, viene reindirizzato al sito web merchant, dove potrà cliccare Continua shopping.

Pagamenti **PayPal**

 **DesignerFotos**

Pagamento effettuato [Transazione sicura](#) 

Informazioni sul pagamento
Hai inviato un pagamento sicuro di €100,00 EUR per gli oggetti indicati di seguito. Questa transazione con carta di credito verrà indicata sulla fattura con dicitura "PAYPAL *DESIGNERFOTOS". Tra breve riceverai un'email di conferma della transazione.

Importo: €100,00 EUR

Spedizione e imballaggio: €0,00 EUR

Numero dell'oggetto: 1

Titolo dell'oggetto:

Quantità: 1

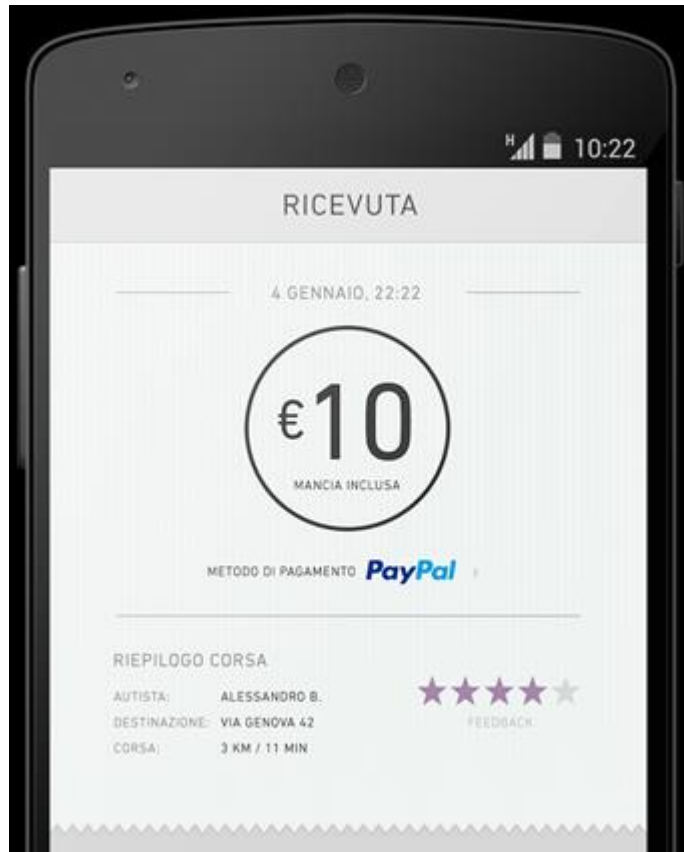
Importo totale: €100,00 EUR

Informazioni di contatto
Ragione sociale:
Email del contatto:

Eseguito

PayPal protegge la tua privacy e la tua sicurezza.
Per ulteriori informazioni, leggi l'[Informazione sulla privacy](#), [le Condizioni d'uso](#) e [la Descrizione del servizio](#).

Paypal Mobile



PayPal Mobile è un nuovo servizio che PayPal offre ai suoi utenti e che permette di utilizzare alcune funzionalità PayPal dal proprio telefono cellulare invece che dal computer.

Attualmente con PayPal Mobile puoi controllare il saldo, inviare e ricevere denaro.

Paypal Mobile: trend in italia

Comportamento su mobile dei clienti PayPal

.....

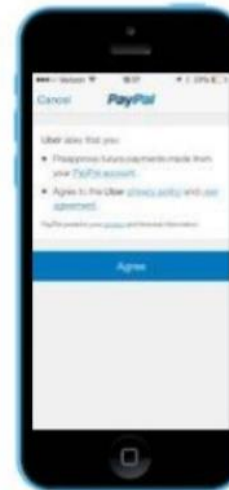
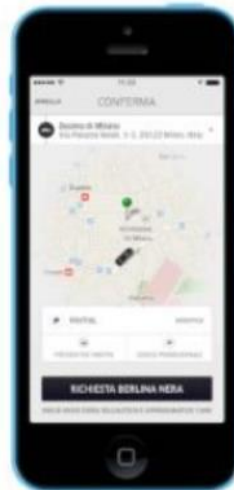
Prodotti acquistati da mobile

Chi utilizza PayPal in Italia è il 140% più propenso ad acquistare prodotti e servizi dallo smartphone



Paypal Mobile: esempio di integrazione

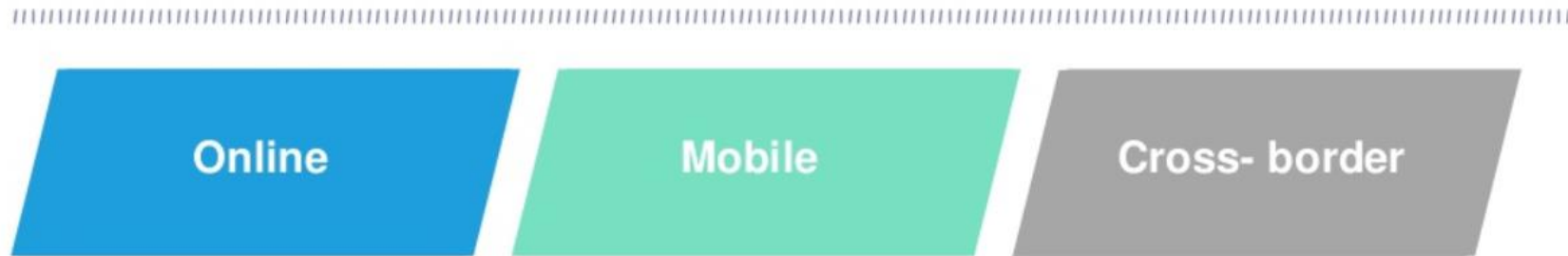
**Rispondere alle esigenze del consumatore:
Velocizzare la prenotazione del taxi**



- ✓ Braintree elabora i pagamenti in oltre 130 valute di tutto il mondo, quindi i clienti di Uber sono stati in grado di cominciare a fare i pagamenti in valuta locale dal primo giorno.

PayPal: facts

1\$ ogni 6\$ spesi online è tramite PayPal



› **148 mln** utenti attivi*

› #9 mln+ pagamenti ogni giorno

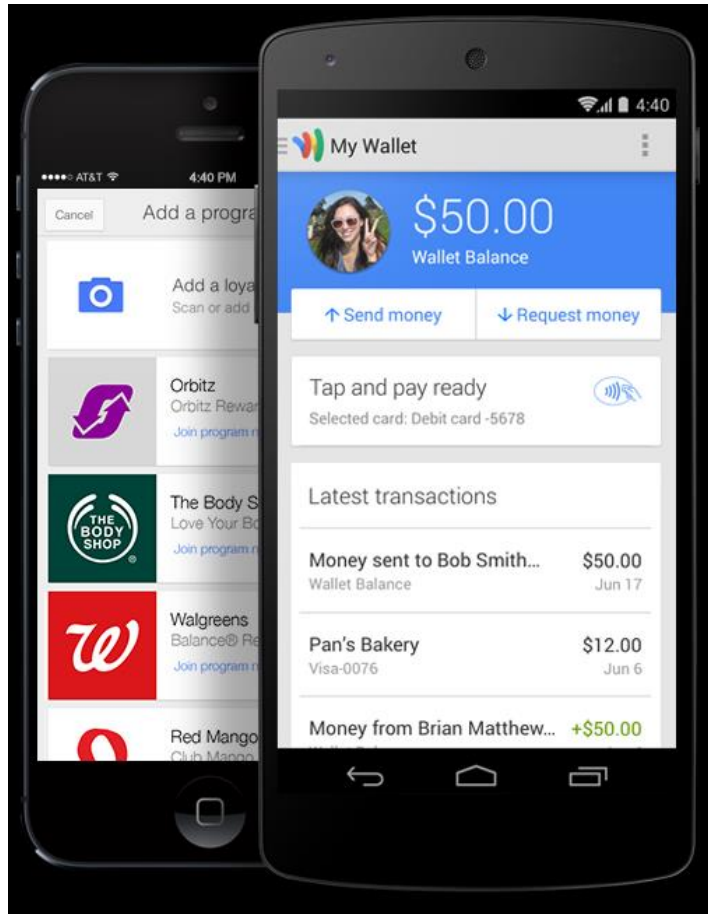
› **15%** del volume totale dei pagamenti è stato effettuato da **mobile** (2013)

› **100M+ download** delle app PayPal e eBay

› **25%** dei pagamenti sono **cross-border**

› PayPal è il metodo più diffuso per gli acquisti online cross-border**

«New» players: Google & Apple



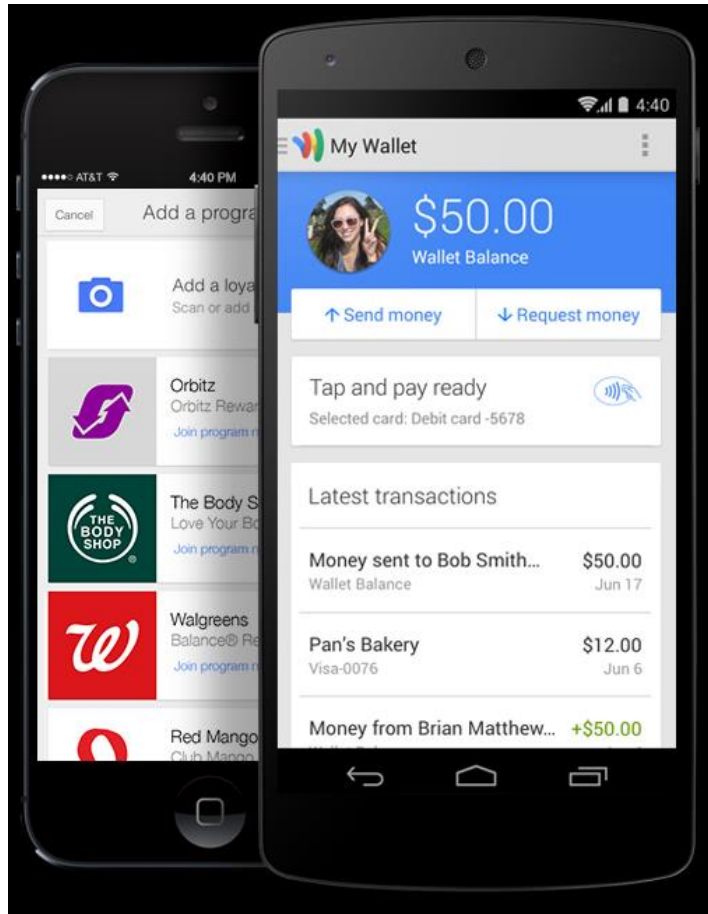
Apple è pronta a far debuttare in questi giorni la propria soluzione di pagamento online: Apple Pay.

Google già fornisce un servizio di portafoglio virtuale «Google Wallet»

Al centro del sistema di scambi ci sarebbe il sistema di comunicazione NFC, che permette di effettuare micropagamenti in sicurezza molto velocemente.

Entro il 2014, dicono le proiezioni, gli scambi in denaro con la tecnologia NFC dovrebbe raggiungere 1 trilardo di dollari. A quel punto possedere una quota di mercato significherebbe generare miliardi di dollari in commissioni.

Google Wallet



Google Wallet consente di memorizzare in modo sicuro i dati di pagamento nell'account Google in modo da non dover inserire i dati di fatturazione e di spedizione ogni volta che si fanno acquisti online.

Si può accedere e pagare velocemente quando si fa il check-out sui siti dei commercianti online e nelle applicazioni Android che accettano Google Wallet.

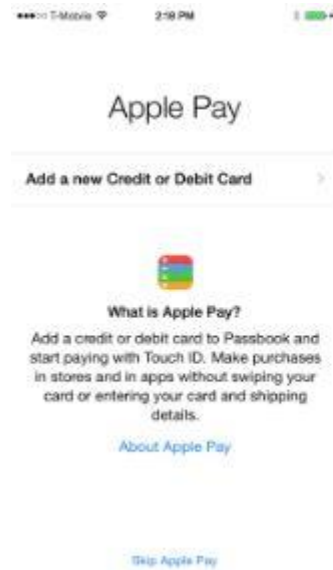
Si può anche inviare e ricevere denaro in tutta sicurezza sul Web o tramite Gmail a/da chiunque negli Stati Uniti o in paesi dove è stato attivato, attraverso un account Wallet.

[Video Tutorial](#)

Google ha acquisito, per questo, la società Zetawire che ha alcuni brevetti per il portafoglio elettronico.

Inoltre la Google Ventures, che finanzia start-up, ha investito in Corduro, una società americana di pagamenti mobili.

Apple Pay



Il lancio di Apple Pay, l'innovativo sistema di pagamenti mobile basato su NFC ad ID Touch, è sempre più vicino.

Apple Pay userà Apple Passbook e sarà in grado di memorizzare sino a 8 carte di credito o di debito da quanto emerge dal materiale informativo distribuito da Apple. L'integrazione di Passbook e Apple risulti molto stretta con le società emettitrici della carte di credito o con le banche partner Apple. Infatti, per ogni carta di credito collegata, gli utenti visualizzeranno un elenco di tutte le transazioni effettuate, i contatti della banca, potranno installare l'App dedicata, se disponibile e ricevere notifiche push sulle transazioni concluse. Inoltre, nel caso una carta di credito scadesse, Passbook aggiornerà la stessa con la nuova data di scadenza. L'operazione sarà automatica, cioè gli utenti non dovranno eliminare la vecchia carta aggiungendo la nuova, semplicemente riceveranno una notifica push dell'avvenuto cambiamento.

Pagamenti elettronici: Previsioni

Le previsioni dicono che in un arco di tempo di tre anni, gli italiani che effettueranno pagamenti con il cellulare potrebbero arrivare addirittura ad un quarto della popolazione (una serie di casi di studio di mobile payment sono elencati sul sito dell'Osservatorio).

L'Italia al momento è assai distante dai Paesi leader al mondo in materia di mobile payment, come Giappone e Corea del Sud.

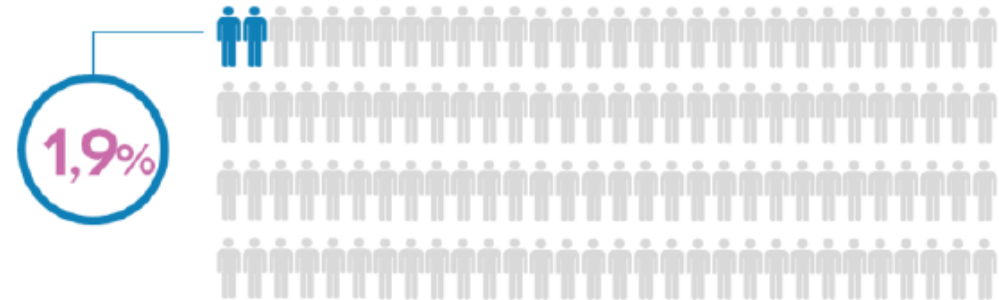
Rapidità e ampiezza della diffusione del mobile payment saranno probabilmente determinate da una pluralità di fattori fra cui la percezione di sicurezza che ne hanno i consumatori lo sviluppo di applicazioni facili da installare e utilizzare e di telefoni cellulari in grado di supportarle, la disponibilità degli esercenti a dotarsi dei lettori di prossimità.

Conversion Rate

**Il tasso di conversione medio,
inteso come la percentuale di visite
al sito che si perfeziona con un
acquisto, in Italia, è circa il 1,9%**

TASSO DI CONVERSIONE

CONVERSION RATE
Medio



FONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2014

Ostacoli alla conversione

MOTIVI DI NON CONVERSIONE



Al fine di incrementare le conversioni è fondamentale individuare i fattori che spingono o inibiscono il completamento dell'acquisto on line. Ma il 25% delle aziende italiane dichiara di non aver mai effettuato analisi in tal senso.

Conversion Rate: survey

6) COMPREREI DI PIÙ SE

Quanto (poco, molto) potrebbe aumentare la tua propensione all'acquisto online se:



Da offline a online

Le fatidiche domande:

- **Why**
- **Who**
- **What**
- **Where**
- **How**

WHY

Perché voglio essere presente online?

- Sono interessato a Vendere o a far Conoscere il mio Marchio/ la mia azienda?

Voglio avviare un nuovo canale per tutta la mia offerta o solo per una parte?

WHO

- A chi è rivolto il mio e-commerce?
- Qual è il profilo del mio cliente tipo?

Venderò a clienti già conosciuti oppure cercherò di acquisire nuovi clienti e prospect?

WHAT

- Perché una persona dovrebbe acquistare da me?
- Cosa offro di meglio rispetto agli altri negozianti online (e offline)?
- La mia proposta è valutabile su questi 4 elementi
 1. Originalità: la mia proposta di valore è originale ?
 2. Unicità: quanto si distingue della concorrenza ?
 3. Eccellenza: quanto siamo eccellenti nella nostra proposta ?
 4. Desiderabilità: che tipologie di clienti si attraggono ?

WHERE

- Venderò in tutta Italia o solo in alcune zone?
- Venderò anche all'estero?

HOW

Negozio proprietario?

- Piattaforma comune?
- Servizi di vendita terzi?
- Etc.

Venderò solo online o farò da supporto alla vendita di un negozio fisico?

Concetti «leva»: es. scarcity

Se qualcosa è difficile da ottenere (limitato nel tempo, scarsità, etc) il **desiderio di averlo aumenta**

□ L'ultimo rimasto

Item	Attributes
 LifeStride <u>Dash</u> SKU #7423758	Size: 9.5 Width: WW (E) Color: Rich Brown/ Copper Croc <i>*Only 1 left!</i>

Altri «driver»

- Offerta limitata nel tempo
- Offerta riservata a clienti «premium»
- Informazioni/prodotti non facilmente accessibili

Esempi

- Se il prezzo è più alto, deve essere migliore



— Our Price: \$349.99



Our Price: \$99.97

Elementi di confusione



Avere tante opzioni potrebbe sembrare un'ottima opportunità

Ma allo stesso tempo, si è misurato, che troppe opzioni **bloccano il processo di acquisto**. In quanto introducono indecisione

Cross-selling: proposta accessori

Item Description		Price	Quantity	Total
	<u>High End Camera With Lots of Amazing Features</u>	\$689.99	1	\$689.99

This item will be saved for 30 days. Your browser must have cookies enabled for the cart to work properly.

Recommended Accessories



[See all camera cases](#)

Lightweight Deluxe Camera Bag with Side Pockets



Add to Cart

Opzioni di ordinamento

- Per prezzo
- Per dimensioni
- Per numero di item venduti
- -----

Search Results



Teton Tent
Price: 289.99



Trekker Tent
Price: 259.99



Mountaineer Tent
Price: 199.99



Andes Tent
Price: 289.99

Strategie di conversione

La strategia maggiormente impiegata è la promozione dei prodotti, con tecniche diverse che vanno dal lancio di flash sales e sconti a validità limitata nel tempo, ad altri vantaggi economici legati all'acquisto.

Queste tecniche, indicate come valide per il 63% delle aziende, fanno leva sulla creazione di un senso di urgenza e di convenienza che scade nel tempo, inducendo l'utente a finalizzare l'acquisto per poter usufruire del vantaggio.

STRATEGIE DI CONVERSIONE



Altre strategie di engagement

- Per il 49% delle aziende, la chiave è l'annullamento dei costi di spedizione (ad es. se l'importo totale dell'ordine supera una soglia). L'obiettivo è, oltre alla conversione in acquisto, l'aumento dello scontrino medio.
 - Il 22% offre la spedizione sempre gratuita.
- Si può «premiare» (lo fa il 47% delle aziende) il cliente che spende di più con buoni sconto e voucher per acquisti futuri sul sito stesso, nei negozi del brand oppure per acquistare prodotti e servizi di marchi partner.

Altre strategie di engagement

L'ottimizzazione grafica del sito è ritenuta importante dal 44% delle aziende, che investono ad esempio in progetti di A/B testing per individuare le soluzioni più efficaci e prevedono attività di miglioramento continuo per aumentare le conversioni.

Altre strategie di engagement

Il 30% delle aziende ha attivato o ha in programma interventi specifici per favorire l'aumento delle conversioni da smartphone e tablet, come il lancio della versione mobile del sito, l'ottimizzazione di quello esistente o promozioni dedicate su questo canale.

Il 29% integra sul sito recensioni e opinioni dei clienti sui prodotti, al fine di aumentarne il valore percepito e generare fiducia negli utenti grazie alla testimonianza di chi ha già comprato o utilizzato il prodotto.

Fidelizzazione clienti esistenti

Acquisire un nuovo cliente
costa **6 volte di più** che
fidelizzarne uno già esistente

Harvard Business Review

La probabilità di vendere ad
**un cliente già acquisito è
60 – 70%**

La probabilità di vendere ad un nuovo
prospect è 5 - 20%

Marketing Metrics, Farris – Bendle – Pfeifer - Reibstein

Post-acquisto

44%

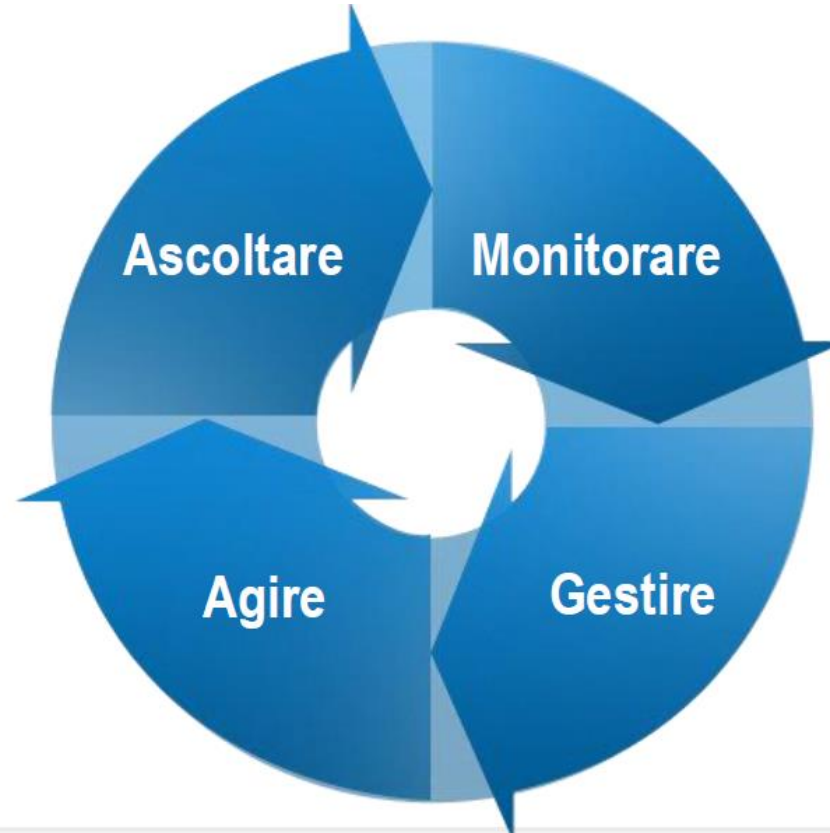
degli online shopper
italiani compiono
un'azione dopo
l'acquisto

- Scrivono su blog o forum recensioni e commenti
- Condividono sui social network la propria esperienza di acquisto
- Contattano il venditore per chiedere consigli sull'utilizzo del prodotto o per segnalare problemi

Dopo l'acquisto gli utenti sono predisposti all'interazione: meglio incanalare questa propensione verso i propri canali. Sfruttate il momento per raccogliere la loro opinione, misurarne la soddisfazione, gratificarli o intervenire in caso di criticità.

Post-acquisto

Misurare e monitorare la relazione coi clienti e la loro soddisfazione post-acquisto non significa semplicemente impostare un sondaggio, ma strutturare una **rilevazione continuativa**.



Post-acquisto



- 1. Soddifazione:** risposta alle esigenze dei clienti
- 2. Raccomandabilità:** valore percepito del prodotto / servizio e motivazioni per consigliarlo ad altri
- 3. Distintività:** esclusività rispetto ad altri prodotti / servizi simili
- 4. Propensione al riacquisto:** probabilità di un futuro rinnovo dell'acquisto

Interventi sul processo di vendita

ONLINE

- Navigabilità del sito
 - Ricerca online dei prodotti
 - Tempi / spese di spedizione
 - Tempi / modalità di consegna
- Packaging

OFFLINE

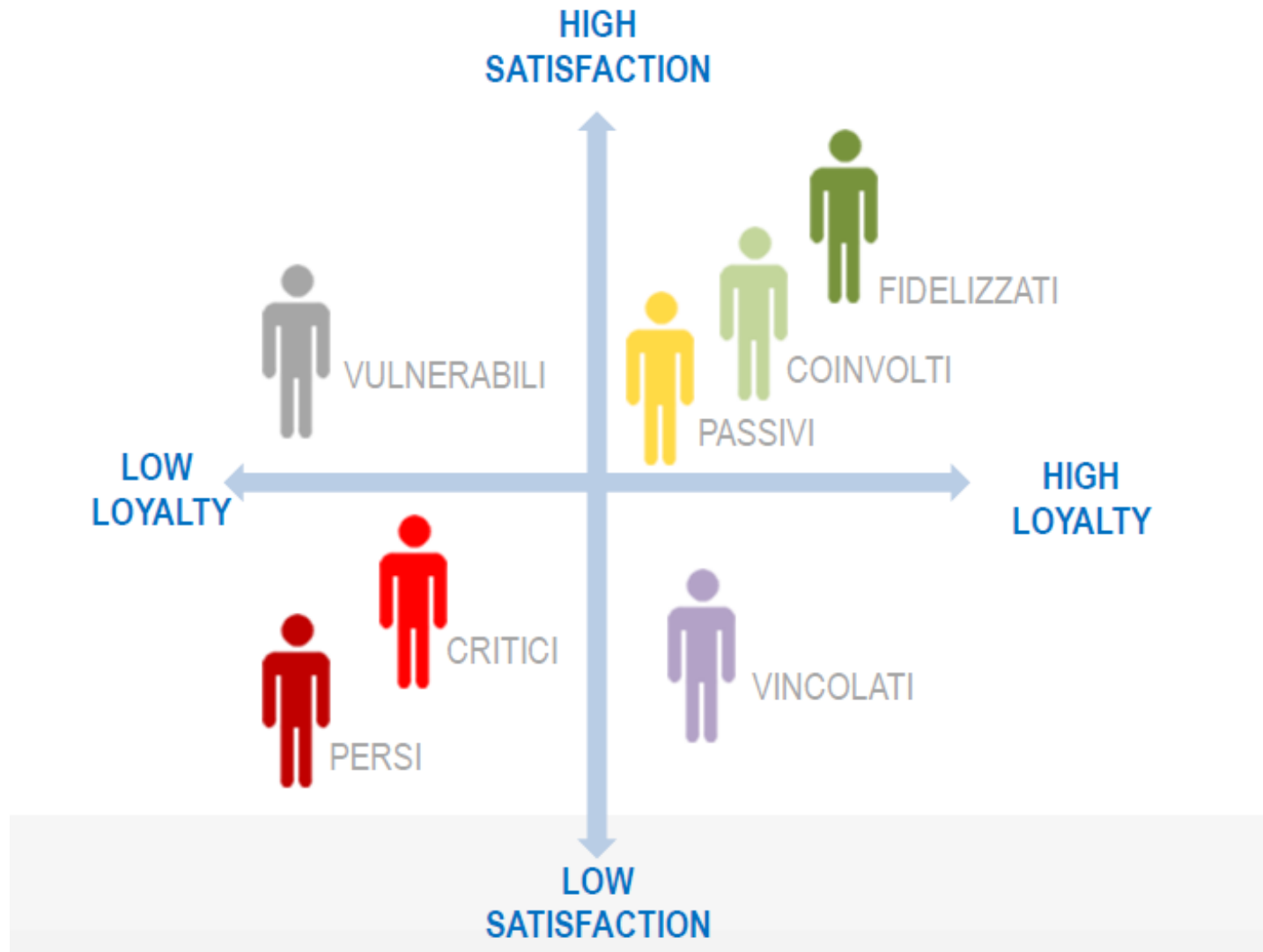
- Ambiente / atmosfera
- Personale di vendita
(disponibilità, cortesia,
professionalità, competenza,
...)

CROSS-CHANNEL

- Contatto post-acquisto (facilità,
disponibilità, cortesia,...)
- Disponibilità dei prodotti
- Qualità dei prodotti
- Programma / carta fedeltà

Un programma di indagine continuativa offre indicazioni precise e concrete per migliorare la customer satisfaction e potenziare il proprio business

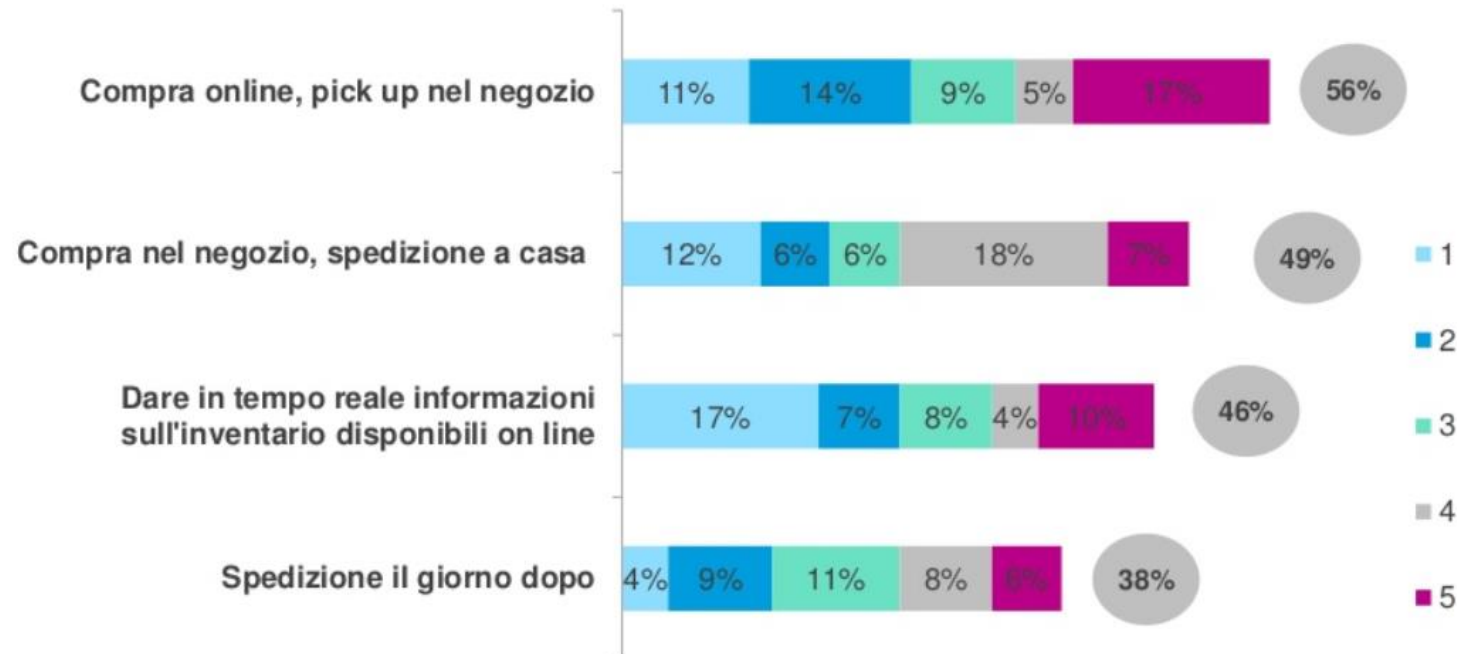
dashboard CRM dedicate: esempio metriche



Omichannel strategies

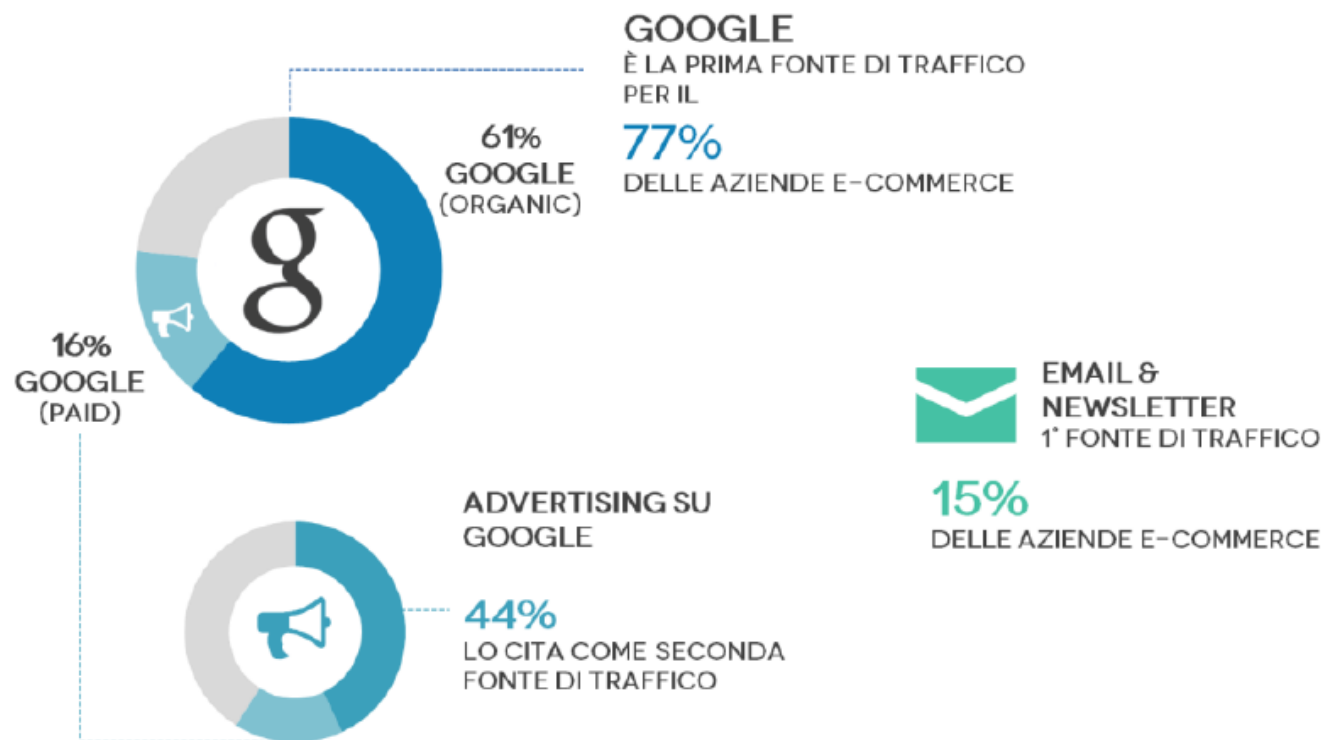
Diverse società di servizi retail stanno implementando nuovi casi d'uso multicanale (anche senza forte presenza online)

Nuovi casi d'uso omnichannel



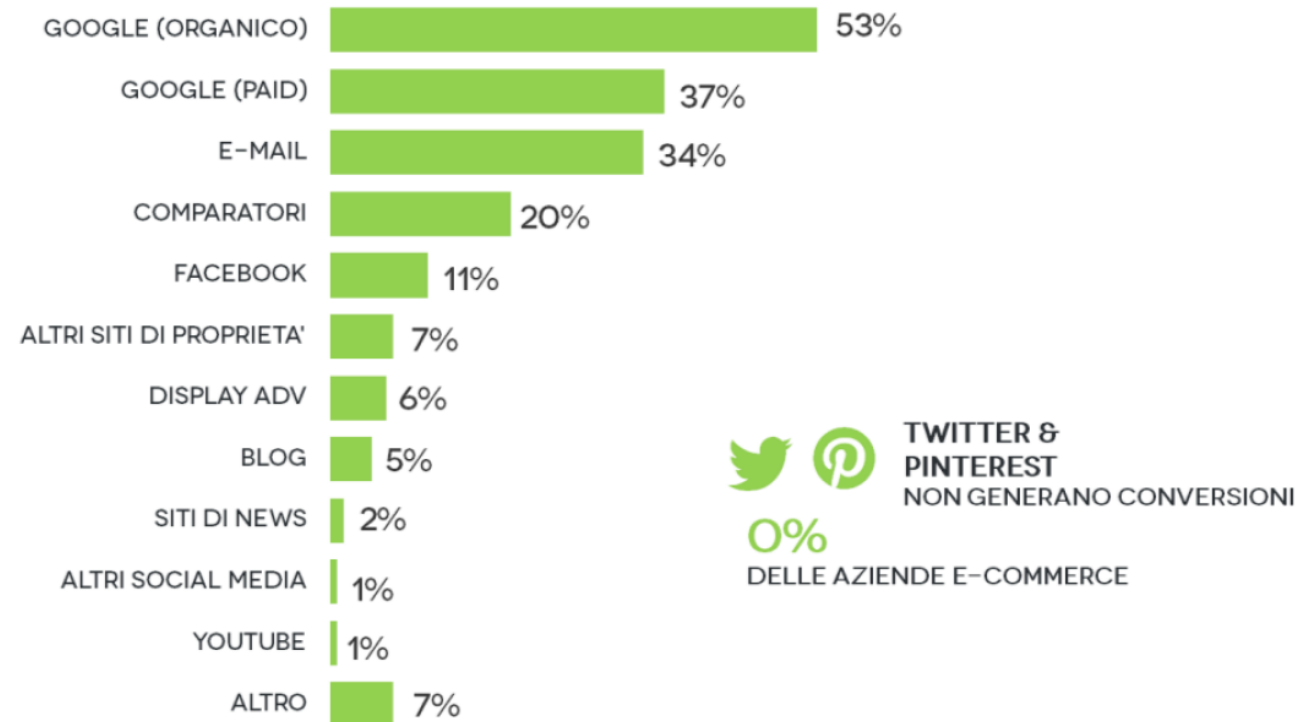
Analytics: Fonti di traffico

FONTI DI TRAFFICO: VISITE AL SITO



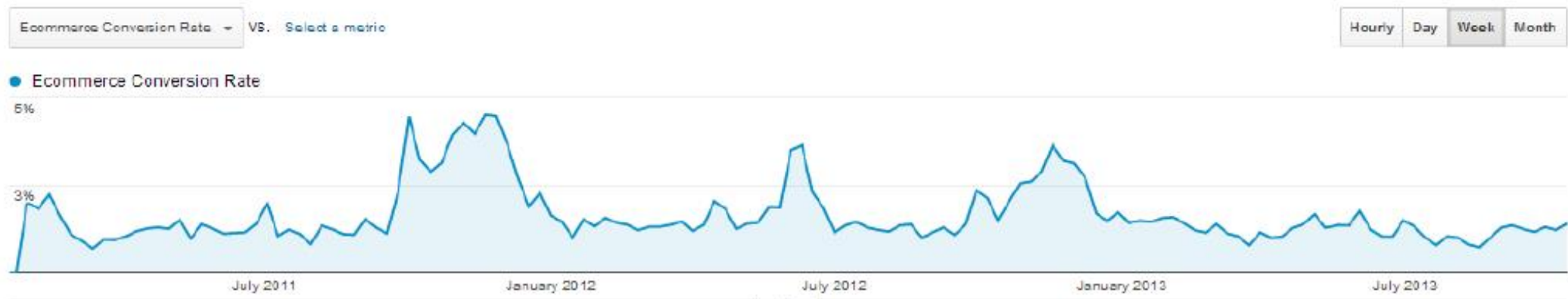
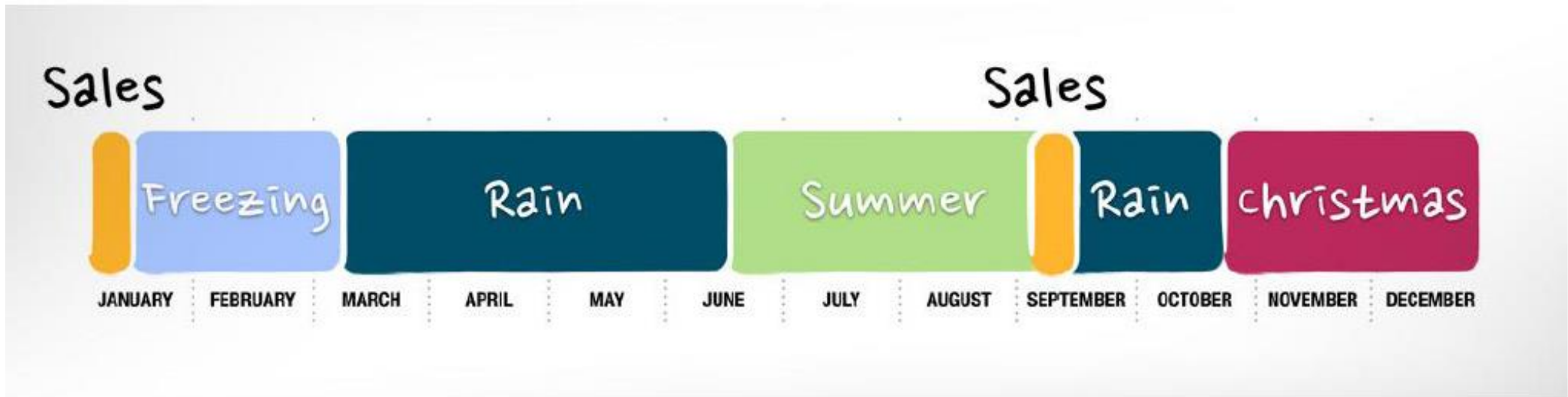
Conversioni da fonti

FONTI DI TRAFFICO: CONVERSIONI



FONTE: CASALEGGIO ASSOCIATI, 2014 (RISPOSTA MULTIPLA)

Conversion: statistiche per stagione



Bouncing problem

Landing page	% landings	bounce %
Home page	32%	23%
Category page	25%	33%
Product page	22%	55%

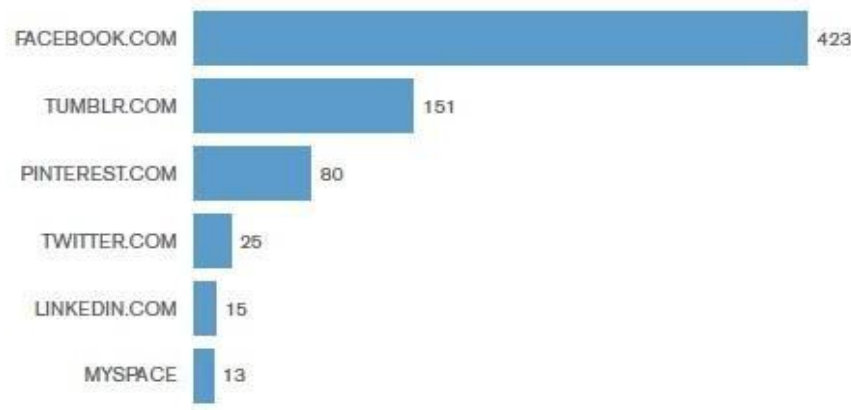
Quindi ? Molti arrivano non sulla home

Problema: Il 68% dei visitatori arriva su pagine «interne», ma il 40% di loro abbandona il sito da lì

Social Media

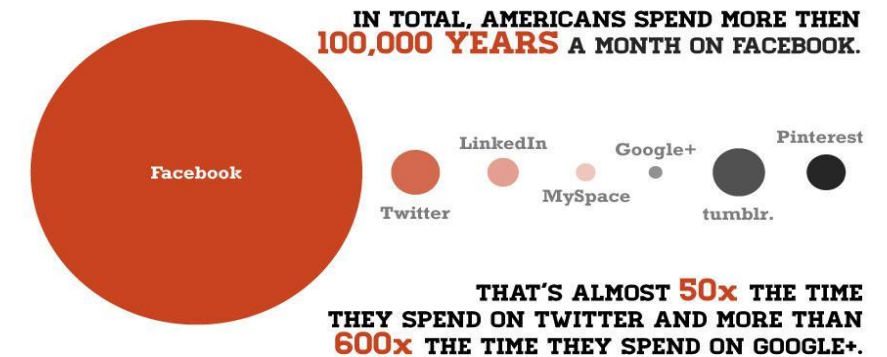
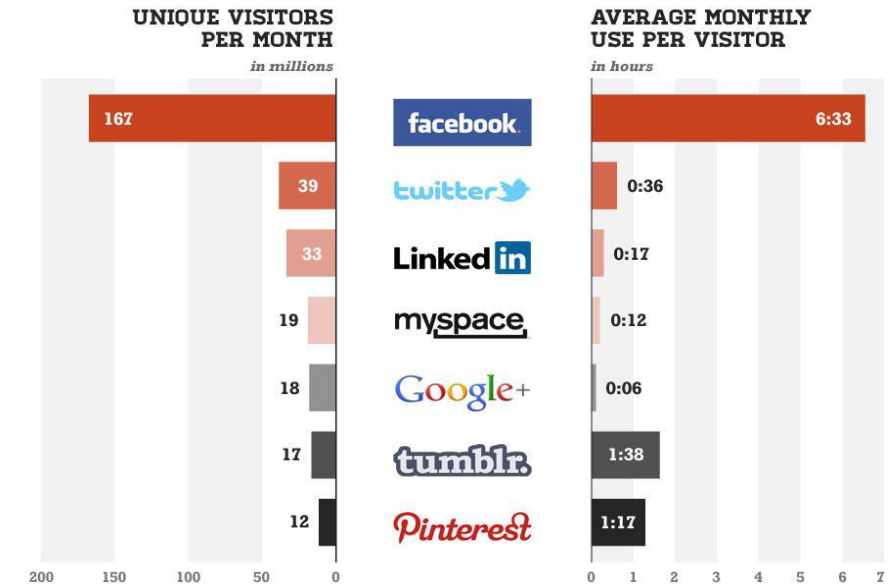
Statistiche dei social media

Source: comScore Media Metrix, Dec-2011, U.S.



Time is money

Social network use in the United States



All numbers are estimates

Social Commerce



Groupon

Groupon Scegli la tua Città: **Treviso** Registrati e invita gli amici. Ricevi € 6 al loro primo acquisto! Ricevi le offerte di Treviso: Inserisci la tua email

Deal del giorno Deal recenti Come funziona MyGroupon Registrati Login

NOVITÀ! Acquista i tuoi coupon direttamente da iPhone Scopri come! Clicca qui Scarica Ora Gratis

Fai conoscere questa offerta: Facebook Twitter E-Mail

Un menu per due persone con selezione Pizze di Piola a 19 Euro (invece di 45,80) o con selezione Pizze Gourmet km zero a 24 Euro (invece di 50,60)

Compralo Subito!

Totale: da € 19,00	
Sconto 59%	Risparmi € 26,80

Deal Nazionale:

€ 179,00 invece di € 399,00: Robot pulente Robo-Vac Pro

€ 179,00 invece di € 399,00

Altre offerte speciali

€ 79,00 invece di € 270,00: Un abbonamento Platinum in palestra di tre o sei mesi



Fenomeno **Groupon**
35 Milioni di utenti

TripAdvisor



Il sito con i consigli di viaggio più seguiti del mondo

[Accedi attraverso Facebook](#) | [Entra](#) | [Iscriviti ora!](#) | [Applicazione mobile GRATIS](#) | 

[Solo risultati in italiano](#) [CERCA](#)

[Home](#) | [Hotel](#) | [Voli](#) | [Ristoranti](#) | [Il meglio del 2011](#) | [Più](#) | [Scrivi una recensione](#)

Pianifica il tuo viaggio perfetto

 Hotel

 **Voli**

 Ristoranti

 Cose da fare

 Foto & Video

 Forum

Trova hotel consigliati dai viaggiatori

Città:

Arrivo: Partenza: Adulti:

[Trova hotel](#)

Partner of

Miles & More

 Lufthansa

Il programma di fidelizzazione più famoso in Europa

Top 10: Vita Notturna

1. Madrid, Regione di Madrid, Spagna
2. Londra, Inghilterra, Regno Unito
3. Berlino, Germania, Europa
4. Barcellona, Provincia di Barcellona, Catalogna
5. Budapest, Ungheria, Europa
6. Amsterdam, Olanda Settentrionale, Paesi Bassi
7. Parigi, Île-de-France, Francia
8. Roma, Lazio, Italia
9. Milano, Lombardia, Italia
10. Valencia, Provincia di Valencia, Comunidad Valenciana

Fischi & Fiaschi

Le vostre migliori e peggiori esperienze

 **Punto de vista B&B**
San Vito lo Capo, Sicilia


"Gentilissimi i proprietari sempre molto accurati nei consigli sulle escursioni, apprezzatissimo il pane caldo x la colazione del mattino e le varie torte al cioccolato..." [leggi tutto](#)
Da maxtimbalero

Foto della settimana



Dolomiti
Fotografato da: Un membro di TripAdvisor

TripAdvisor

User Review verticali

Hotel Residence Baia delle Ginestre
Sicilia, Palermo

"I bambini mi piacciono tutti molto, la pulizia delle stanze è perfetta, il cibo è molto buono"

Scarica GRATIS la migliore applicazione di viaggio>>



Booking

**BOOKING.COM**
prenotazioni alberghiere online

Italiano €€\$ Valuta accettata dagli hotel

Benvenuto/a. [Accedi](#) o [creati un profilo](#) per velocizzare la prenotazione | [La Mia Prenotazione](#)

home

Cerca hotel

Dove?

Per es. città o nome dell'hotel

Data check-in Giorno Mese Data check-out Giorno Mese

☐ Non ho ancora deciso le date del mio soggiorno

☐ Viaggio in gruppo o con bambini

Cerca

 **Oltre 163.390+ hotel in tutto il mondo**

Le mete più famose

**Barcelona**
Spagna
664 hotel
Ultima prenotazione: 7 secondi fa

**Madrid**
Spagna
539 hotel
Ultima prenotazione: 20 secondi fa

**Firenze**
Italia
508 hotel
Ultima prenotazione: 36 secondi fa

**Berlino**
Germania
800 hotel
Ultima prenotazione: 14 secondi fa

 Mi piace  A Jörn Straten, Roberto Chibbaro e altri 254.678 piace questo elemento.

**Booking.com sul tuo mobile**
[Scarica gratis](#)

**Risparmia a partire dal 50% con le Offerte Lampo**
[Iscriviti per ricevere offerte esclusive](#)

**Roma**
1315 alberghi

**Best Western Hotel Globus** ★★★★★
Punteggio ottenuto da 545 giudizi del cliente: *Ottimo*, 8
Ultima prenotazione: 1 ora fa
Ci sono 19 persone che stanno visualizzando questo hotel.

**Starhotels Metropole** ★★★★★
Punteggio ottenuto da 1135 giudizi del cliente: *Ottimo*, 8.4
Ultima prenotazione: 3 ore fa
Ci sono 11 persone che stanno visualizzando questo hotel.

**Venetia Palace Hotel** ★★★★★
Punteggio ottenuto da 583 giudizi del cliente: *Buono*, 7.9
Ultima prenotazione: 37 minuti fa
Ci sono 3 persone che stanno visualizzando questo hotel.

**Navona Palace Residenze Di Charme**

Outlet: Saldi Privati



Le **migliori firme**, a prezzi **scontati -80%**



Vinci un Weekend di shopping a Parigi!

Se ti iscrivi ora a Saldi Privati,
Vanity Fair ti regala un weekend per 2 a Parigi e € 1.000 da Colette.

Iscriviti subito, è gratis!

Nome

Cognome

Email

Password

☐ Dichiaro di aver preso visione e di accettare senza alcuna riserva le [Condizioni Generali di Vendita](#) di Saldiprivati.com e di aver dato il consenso al trattamento dei miei dati personali secondo quanto previsto dall'[Informativa sulla Privacy](#).

☐ [Leggi](#) l'informativa privacy di Edizioni Condè Nast e acconsenti all'invio della newsletter di Vanityfair.it

 [Consiglia](#) **9 mila**

[Regolamento del concorso](#)

Invia



Solo Soprani -50%
Chiude fra 3 giorni 7h 21m 52s



Dolce Gabbana Kids
Chiude fra 3 giorni 7h 21m 52s



Amy Gee -80%
Chiude fra 7h 21m 53s



Red Hot -70%
Chiude fra 7h 21m 53s

 **Ottimi prodotti, tutti nuovi e originali**

 **Pagamento sicuro**

 **Consegna a Domicilio o Pick&Pay**

Ogni mese proponiamo almeno 60 vendite "solo su invito", spesso direttamente in collaborazione con le migliori Marche di abbigliamento, accessori, prodotti per la casa e la famiglia, giochi e articoli per bambini, arredamento, libri, elettronica e tanto ancora.

BNK4 - Saldiprivati Srl con unico socio | Soggetta ad attività di direzione e coordinamento di BANZAI SPA | SEDE LEGALE VIA M. BUONARROTI, 8 20145 MILANO
CAPITALE SOCIALE € 100.000 i.v. - P.IVA/COD.FISC. 05249460964 - REA MILANO n. 1807720

Spazi privati di acquisto

F-commerce

facebook Ricerca Home Profilo Account

Freddy Mi piace
Azienda · Milano

THE SLOUNGE
AVM
FREDDY
ART OF MOVEMENT

Amare la moda,
ma interpretarla con il proprio stile.
Acquista direttamente qui i tuoi capi
della collezione spring/summer 2011
al 30% di sconto.

Featured Products

Sort by: Date Added print subscribe

 Borsa sport Freddy Athletic € 34,93 Like	 Pantalone militare Freddy Research € 66,50 Like 3	 Mini abito con cappuccio Freddy € 34,93 Like 3	 Scarpa Fitness Freddy Emotion € 34,30 Like 7
 Canotta Freddy	 Pantalone lungo	 T-shirt Freddy	 Shorts Freddy '80

Tu e Freddy
Place a 6 amici.

Consiglia questo luogo
Aiuta i tuoi amici a scoprire luoghi fantastici da visitare consigliando Freddy.
Scrivi un consiglio...

Luoghi duplicati
Aiutaci a migliorare i Luoghi di Facebook. Quali dei seguenti duplicati di Freddy?


Freddy Showroom tramite Foursquare
0 persone sono state qui - piace a 1 Salva

Foto degli amici
Tag — Francesca Fabbri e altri 3 amici
2

F-commerce
E-commerce all'interno delle piattaforme social

Integrazione con Social

EVERYONE | FRIENDS

FILTER BY CATEGORY All

YOU'RE SIGNED IN AND CONNECTED TO FACEBOOK.
CLICK ON FRIENDS TO SEE WHAT THEY LIKE.

EVERYONE LIKES



Like 4K

501® Original Jeans - Dark Aged



Like 481

501® Original Jeans - Premium Chipped Rigid



Like 797

Low Skinny 531™ Jeans - Black Sheen



Like 783

5 Pocket Legging - Rinse



Like 477

Slim Straight 514™ Jeans - 3D Coated



Like 221

501® Original Jeans - Rigid Rinse

prev 1 2 3 next

EVERYONE RECENTLY LIKED



Frank Snijders likes 501® Original Jeans - Dark Aged



The blue jean that started it all. Our button-fly 501® Original Jean is still straight through the seat, thigh and leg, a bestseller for its one-of-a-kind fit. The tilted waistband pitches toward the front. Wear it true to size or size it up for a looser look. 100% Cotton.
1 day ago · See It · Buy It

Like

Luca Alagna, Matteo Sarzana and 4,215 others like this.

Levi's on Facebook

Like

Levi's
"L'istruzione è l'arma più potente che si possa usare per cambiare il mondo" - Nelson Mandela



7,374,422 people like Levi's.



Rosario



Jacopo



Emanuela



Massimo



Paola



Matteo

UPCOMING

Pay with a Tweet

[Home](#) | [Create a Pay Button](#) | [How people use it](#) | [FAQ's](#) | [Press](#) | [About us](#)

Sell your products for the price of a tweet.

In today's world the value of people talking about your product is sometimes higher than the money you would get for it. 'Pay with a Tweet' is the first social payment system, where people pay with the value of their social network.

It's simple, every time somebody pays with a tweet, he or she tells all their friends about the product. Boom.

[Click here to create your download button.](#)

SELL FOR A TWEET

Test 'Pay with a Tweet':
Download our book for free, if
you pay with a Tweet:

Paga con un **Tweet**.
E se l'attenzione fosse la moneta più importante?

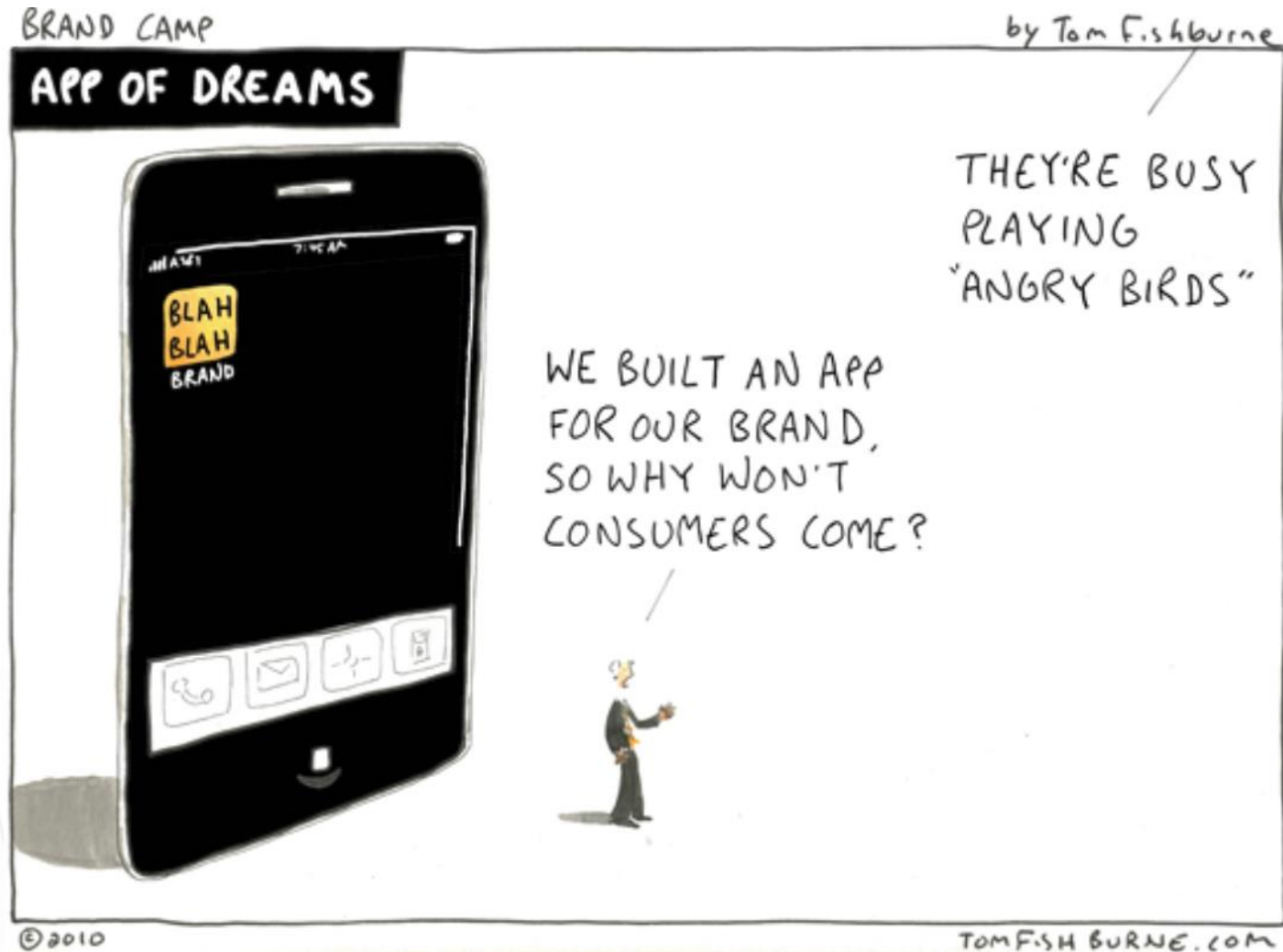
E-Commerce oggi: 6 dimensioni

1. **Scarsità:** «*Less is more*»
2. **Affinità:** «*Shop with like-minded people*»
3. **Reciprocità:** «*Payback favours*»
4. **Popolarità:** «*Follow the crowd*»
5. **Autorità/Trust:** «*Follow the leaders/experts*»
6. **Consistenza:** «*One step at the time*»

E-Commerce oggi: 7 driver

- 1. Sperimentare –provare a vendere su social**
- 2. Aggiungere il “mobile” sharing nella strategia social**
- 3. Integrare i SOCIAL PLUG-INS es. FACEBOOK ‘LIKE’**
- 4. UP-SELLING con reviews e recommendations**
- 5. Inserire tool di chat per far interagire i visitatori fra loro**
- 6. Fare del proprio sito e-commerce una “SOCIAL FLAGSHIP” (Ammiraglia nel social)**
- 7. Trasferire online l’esperienza che il brand ha maturato offline**

Why mobile ?



OLTRE
Advanced School of Innovation
2019

Contatti:

E-mail: nicola.frega@unical.it

Twitter: @nfrega