

# COME PROMUOVERE L'ECOMMERCE?

Tra e-commerce e in-store experience



**Egidio Murru**

Chief Commercial Officer webidoo



## **Come promuovere l'e-commerce?**

Tra e-commerce e in-store  
experience

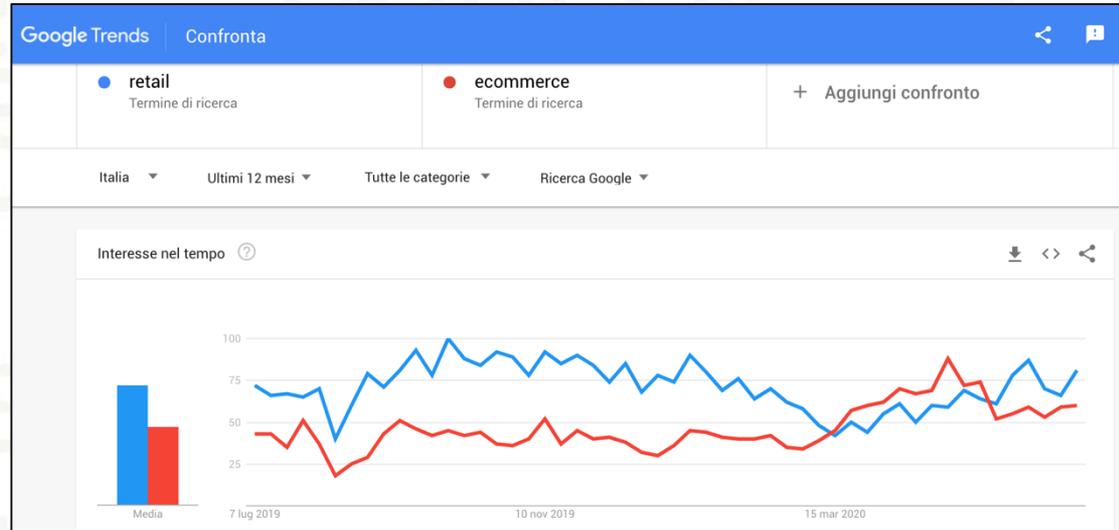
## Indice

1. Retail e Digitale = E-commerce?
2. Retail 4.0
3. Quanto conoscete i vostri clienti?
4. Quale esperienza promuovere
5. Phygital Marketing
6. Test Digitale per una strategia E-commerce
7. Kit Solidarietà Digitale

# RETAIL + DIGITALE = E-COMMERCE ?

## DOMANDA:

**Il retail post Covid-19  
con l'unione del  
digitale è solo e-  
commerce?**



# RETAIL + DIGITALE = E-COMMERCE ?

Google Trends

Confronta



● retail  
Termine di ricerca

● ecommerce  
Termine di ricerca

+ Aggiungi confronto

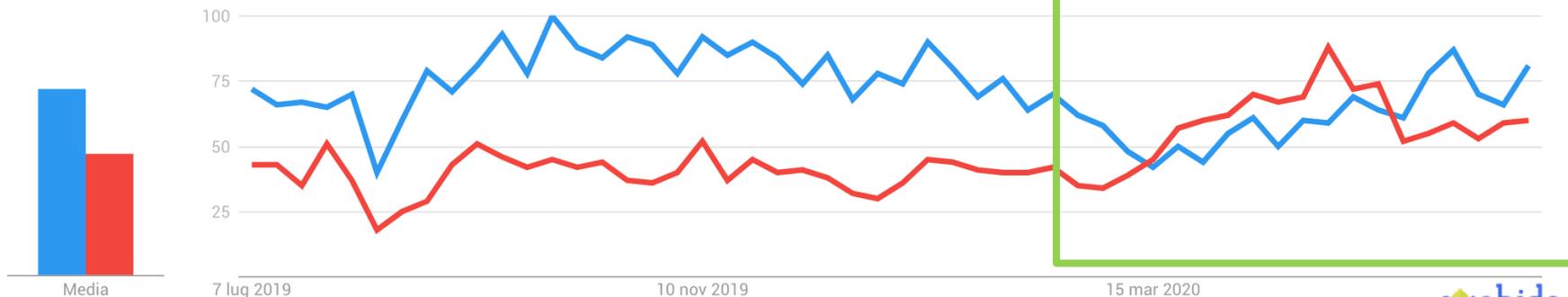
Italia

Ultimi 12 mesi

Tutte le categorie

Ricerca Google

Interesse nel tempo



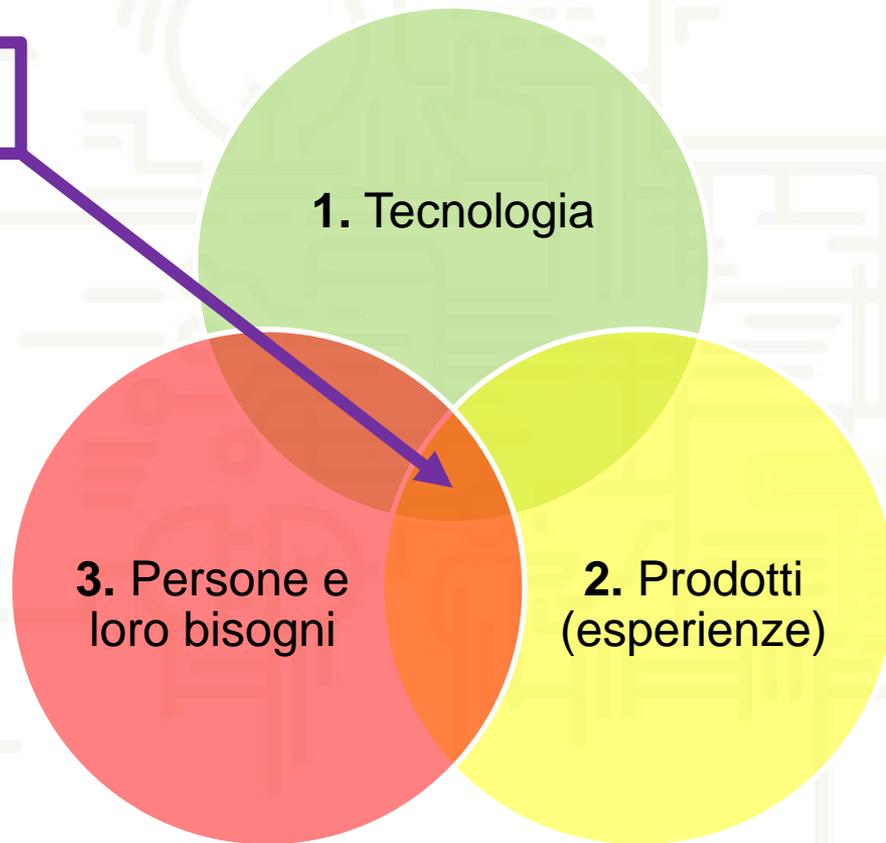
# RETAIL 4.0

RETAIL 4.0

**DOMANDA:**

**Sapete davvero cosa  
vogliono i vostri clienti**

**?**



# QUANTO CONOSCETE I VOSTRI CLIENTI ?

Non possiamo vendere solo quello che ci riesce vendere o abbiamo sempre venduto.

Dobbiamo vendere quello che le persone desiderano e con le modalità che più gli sono comode per l'acquisto.

Conoscere i nostri già clienti e potenziali è fondamentale. Questo ci consente di immaginarci chi sono, quali sono i loro bisogni, che strumenti utilizzano per soddisfarli.



# QUANTO CONOSCETE I VOSTRI CLIENTI ?

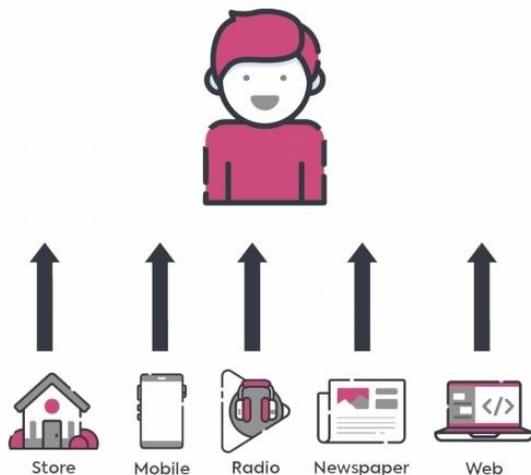
## LA GESTIONE DEI TOUCH-POINT

Il digitale ha radicalmente trasformato l'esperienza di acquisto delle persone: siamo passati da multicanalità all'omnichanalità, dove l'acquirente può vivere con fluidità e senza interruzioni la stessa esperienza online e offline su tutti i touchpoint della propria customer journey.



# QUALE ESPERIENZA PROMUOVERE ?

## ESPERIENZA MULTICANALE

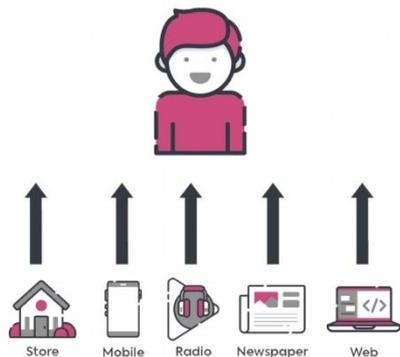


## ESPERIENZA OMNICANALE



# QUALE ESPERIENZA PROMUOVERE ?

## ESPERIENZA MULTICANALE



La multichanaltà prevede lo sviluppo da parte dell'azienda di più "touch-point" che si vanno ad aggiungere a quelli già esistenti: web, social, pubblicità offline, ecc.

## ESPERIENZA CROSSCANALE

Uno step successivo è la cross-canaltà che presuppone la progettazione di servizi integrati tra più canali.  
Es. Adv Geolocalizzato con una CTA nello store fisico

## ESPERIENZA OMNICANALE



L'omnicanaltà rappresenta un'ulteriore evoluzione della cross-canaltà: non solo mette il consumatore al centro, ma prevede un sistema interconnesso tra tutti i punti di contatto.

# PHYGITAL MARKETING: CHE COS'E' ?

Il termine “**phygital**” nasce dall’unione tra le parole “physical” e “digital”.

Il phygital marketing è l’insieme di quelle attività in cui fisico e digitale si fondono per favorire l’interazione fra negozio e persone.

Oggi non esiste una differenza fra “cliente” e “cliente digitale”: il nuovo consumatore desidera vivere un’esperienza di onlife commerce, in cui l’acquisto è solo la parte di un processo relazionale che coinvolge acquirente e venditore.

In questa prospettiva è necessario adottare un approccio omnicanale, ripensando i vari canali e progettandone l’esperienza come unico servizio erogato da un’azienda.

# PHYGITAL MARKETING: CHE COS'E' ?

L'approccio da seguire è umanocentrico dove le caratteristiche tecnico-funzionali vengono presentate secondo le modalità espressive degli esseri umani, semplificando il processo di scelta.

Allo stesso tempo, il punto vendita deve diventare un punto di aggregazione per le persone e un luogo che vada oltre l'esposizione e la vendita.

# QUALI CANALI PUBBLICITARI DIGITALI

DOMANDA LATENTE



Facebook Ads



Instagram Ads

DOMANDA CONSAPEVOLE



Google Ads



Display & Video 360

CONVERSIONE



shopify



ACQUISTO

RIACQUISTO



Google Tag Manager

HubSpot

# OBIETTIVO E-COMMERCE:



MIGLIORARE LA  
PRESENZA DIGITALE



TROVARE NUOVI  
CLIENTI



AUMENTARE IL  
FATTURATO



FIDELIZZARE  
I CLIENTI ACQUISITI

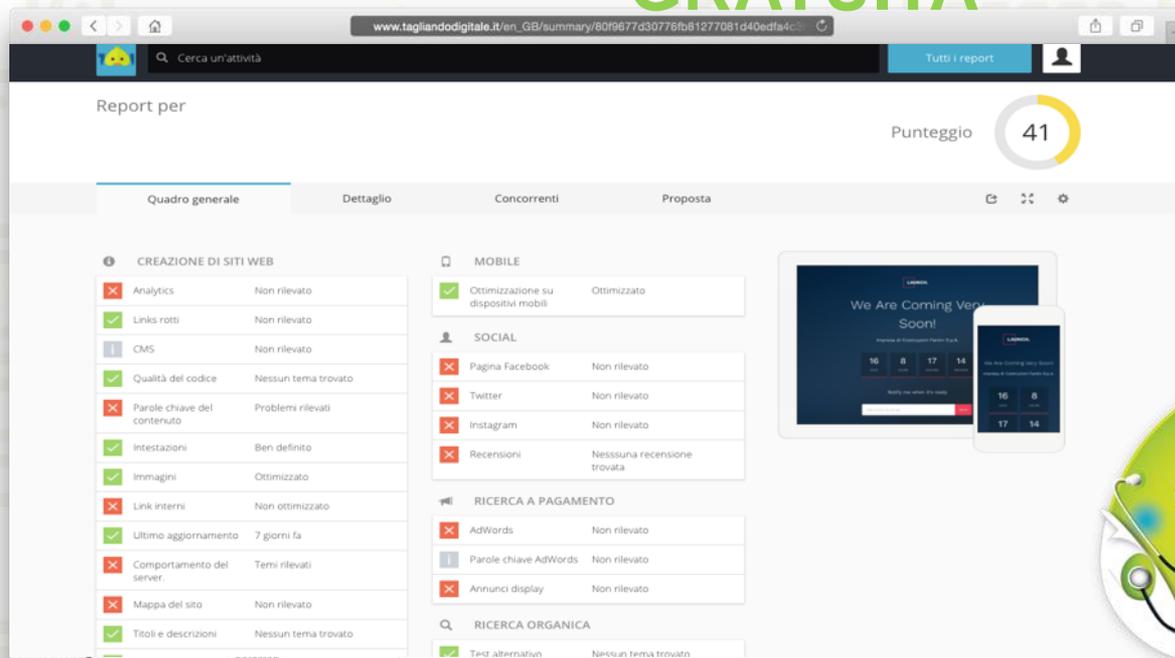
# TEST DIGITALE: ANALISI DIGITALE GRATUITA

TEST DIGITALE PER PIANIFICARE E OTTIMIZZARE UNA STRATEGIA E-COMMERCE



TUTTE LE TUE RICERCHE IN UN'UNICA SOLUZIONE!

# TEST DIGITALE: ANALISI DIGITALE GRATUITA



Report per Punteggio **41**

Quadro generale | Dettaglio | Concorrenti | Proposta

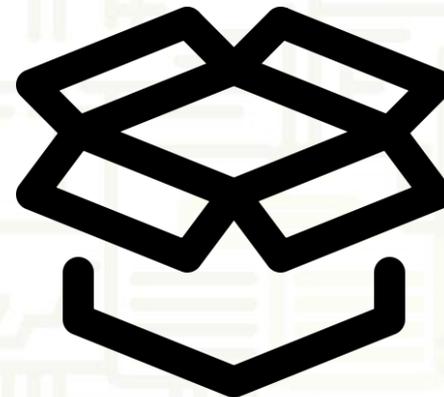
- CREAZIONE DI SITI WEB**
  - Analytics: Non rilevato
  - Linki rotti: Non rilevato
  - CMS: Non rilevato
  - Qualità del codice: Nessun tema trovato
  - Parole chiave del contenuto: Problemi rilevati
  - Intestazioni: Ben definito
  - Immagini: Ottimizzato
  - Link interni: Non ottimizzato
  - Ultimo aggiornamento: 7 giorni fa
  - Comportamento del server: Temi rilevati
  - Mapa del sito: Non rilevato
  - Titoli e descrizioni: Nessun tema trovato
- MOBILE**
  - Ottimizzazione su dispositivi mobili: Ottimizzato
- SOCIAL**
  - Pagina Facebook: Non rilevato
  - Twitter: Non rilevato
  - Instagram: Non rilevato
  - Recensioni: Nessuna recensione trovata
- RICERCA A PAGAMENTO**
  - AdWords: Non rilevato
  - Parole chiave AdWords: Non rilevato
  - Annunci display: Non rilevato
- RICERCA ORGANICA**
  - Test alternation: Nessun tema trovato



TEST DIGITALE **ANALIZZA E RIASSUME** GLI ASPETTI CHIAVE DELLA PRESENZA WEB DI UN'ATTIVITA' IN UN'UNICA ANALISI

Verrete **contattati** dal vostro **SPIN di riferimento** per organizzare una videocall e beneficiare del **KIT SOLIDARIETA' DIGITALE (gratuito)**

- ✓ ANALISI DIGITALE (REPORT)
- ✓ 1 ora di CONSULENZA sulla Strategia di posizionamento aziendale (online e offline)
- ✓ Scheda Google MyBusiness (creazione/gestione)



# Grazie



**Egidio Murru**

Chief Commercial Officer webidoo

