

Il Digital Innovation Hub (DIH) di Confesercenti Ravenna organizza e promuove la rassegna "Vitamine per l'e-commerce" nell'ambito de "I Mesi del Commercio" con il primo appuntamento previsto per giovedì 24 ottobre alle ore 15 presso la sala Assemblee in Piazza Bernini 7: ospite e relatore sarà **Giovanni Cappellotto**, esperto di fama nazionale di retail marketing ed e-commerce.

Abbiamo intervistato Cappellotto in vista dell'iniziativa, per una sorta di piccola anteprima sui contenuti che verranno trattati giovedì 24, buona lettura!

La vendita diretta al consumatore è cambiata notevolmente negli ultimi anni con l'affermazione degli acquisti on-line, ma in Italia più del 90% delle vendite passa ancora dal negozio (dati Osservatorio Ecommerce B2C). Perché invece sembra di vedere pacchi Amazon ovunque?

G.C. - Il commercio cambia di anno in anno ed il commercio di oggi non è il commercio di solo 10 anni fa. Al di là delle quote percentuali tra vendite online e vendite in store, ci sono due dati importanti da considerare:

- Le ricerche online trascinano il 90% delle vendite, che avvengano online o in negozio. In pratica non ci sono più vendite che non partano da una ricerca online. Prezzi, servizi, comparazione dei prezzi sono diventati elementi essenziali della ricerca del cliente;
- Il 50% delle vendite online è fatto da Amazon, che è sia un grande aggregatore di prodotti, un grande negozio online, ma anche un grande motore di ricerca.

Tutto questo genera idee e percezioni della realtà che incidono fortemente sul comportamento dei consumatori e di cui bisogna tener conto per vendere, anche in un negozio tradizionale.

Durante la nostra iniziativa DIH ci concentreremo sulle strategie di customer journey in negozio, ma non solo: quanto è importante integrare il punto vendita con i canali on-line?

G.C. - L'e-commerce è la spina dorsale del commercio.

Bisogna poi intenderci cosa consideriamo per e-commerce che non sempre è solo sito online per vendere, non è solo marketplace, ma è capacità di incontrare il cliente in molti punti di contatto per agganciarlo e avere considerazione.

L'obiettivo è sempre vendere ed in questo senso il negozio è sempre una gran macchina per vendere.

Stanno nascendo punti vendita dalla forma e modalità ibrida, come temporary store e truck: è la nuova frontiera della vendita diretta?

G.C. - Tentativi ed esperimenti sono all'ordine del giorno e lo sono sempre stati.

Bisogna anche stare con i piedi per terra e non confondere Londra, New York e Tokyo con il proprio comune. La necessità di spettacolarizzare le merci è un elemento comune e distintivo ed è replicabile ovunque. Ma serve anche capacità commerciale per non confondere il consumatore e soprattutto per non perdere di vista l'obiettivo principale: vendere e generare profitti.

Grazie Giovanni, ci vediamo giovedì 24 a Ravenna!

IMPORTANTE!

I posti sono limitati, pertanto **è gradita la prenotazione** contattando la Segreteria Confescenti ai seguenti recapiti:
tel. 0544292721 oppure mail provinciale.ravenna@sicot.it

Partner della rassegna è sin dalle prime edizioni **La BCC Credito Cooperativo ravennate forlivese e imolese** che continua a sostenere l'Associazione in questi momenti di approfondimento sul digitale per le aziende: avremo quindi piacere di ospitare il dott. **Emanuele Tarroni** per un suo saluto iniziale. L'iniziativa "Vitamine per l'e-commerce" è resa possibile grazie al **patrocinio e contributo della Camera di Commercio di Ravenna e del Comune di Ravenna.**



