

Quanto costa un e-commerce di successo?

L'e-commerce è sempre commercio

A prima vista tutto sembra sempre facile. In fondo, di cosa si tratta? Poca cosa, niente di particolarmente speciale...

Affrontare le cose con leggerezza è un attimo che rischia di costare molto caro. Non c'è differenza tra la vita di tutti i giorni e il commercio online. O meglio, differenze ci sono e rendono più difficile vendere online.

È comune che una persona, non trovando nella distribuzione commerciale dell'area in cui vive il prodotto che cerca con insistenza, decida di aprire un negozio? Purtroppo in molte situazioni succede e nelle vie commerciali di un paese, di una media città, si vedono negozi che ci si domanda: "Ma dove sono i clienti?" "Dov'è la consistenza di persone che cercano quel prodotto?"

La promessa di un facile successo è anche spesso la promessa che gira sulla rete: "Milionari di persone in tutto il mondo aspettano il tuo prodotto, apri con qualche clic e sei pronto a vendere"

Se fosse facile saremo tutti ricchi

"Quattro righe di spiegazione e poi partiamo". "Vorrei quintuplicare il mio volume d'affari nei prossimi tre mesi". Come se le soluzioni fossero pronte a portata di mano sullo scaffale della scrivania...

Un e-commerce non è un sito web come un altro. È la parte visibile di un iceberg complesso che si potrebbe chiamare **ecosistema e-commerce**. Un sistema tentacolare, un assieme di tecnologia, servizi, prodotti, tecniche di marketing, copywriting, competenze, conoscenze, tutte necessarie ed indispensabili ad un progetto di vendita a distanza.

Il lato tecnico di un sito e-commerce

Non c'è solo l'acquisto di un programma che mette online le tue inserzioni...

- Lo sviluppo del sito web
- Il sistema di pagamento online
- La logistica (l'approvvigionamento della merce, il magazzino, la spedizione...)
- La gestione commerciale, la sincronizzazione con un programma gestionale. Ma anche la gestione manuale ha un costo...
- La manutenzione tecnica e l'evoluzione del sito web.

Il lato marketing di un sito di e-commerce

Come quando aprite un negozio in città scegliete una via commerciale e non una galleria buia, spendete per la vetrina, la promozione, la diffusione delle offerte e di tutto quello che fa entrare i clienti nel negozio (inbound marketing), pensate che basti mettere online il sito, e farlo sapere ad amici e conoscenti?

- Animazione della vendita, aggiornamento del catalogo prodotti, promozione incrociata, buoni acquisto, codici promozionali...
- Campagne email clienti con invio di newsletter
- Analisi delle statistiche con gli strumenti di web analytics.
- Se avete un blog deve essere ben scritto, coerente, aggiornato, interessante, che non sia solo autoreferenziale

Quanto costa un e-commerce di successo?

- Gestione / Ottimizzazione SEO
- Gestione della comparazione dei prezzi (Kelkoo, TrovaPrezzi...)
- Vendita diretta sui marketplace (eBay, Amazon...)
- Campagne di affiliazione
- Gestione del brand sui social network, con l'apertura di un mondo a sua volta complesso e tentacolare

Dare un ordine di priorità alle cose

Se devo fare un trasloco, prendo un furgone oppure una utilitaria? Se devo spostare tonnellate di terra, uso una macchina movimento terra, o la station wagon di famiglia? Se devo correre una gara in pista, metto a punto il mio mezzo, o basta un passaggio all'autolavaggio? Faccio una gara e corro con il freno a mano tirato e 500 kg di zavorra? Posso anche mettere la benzina da formula 1 sulla mia utilitaria, ma quanto cambiano le prestazioni?

Una impresa e non un semplice sito

Dire sito e-commerce è un nome semplicistico che non rende conto della complessità delle cose. Negozio non è impresa commerciale. Lo spazio di vendita è solo un pezzo dell'attività. Impresa e-commerce è un concetto a lungo termine: organizzazione, risorse umane e finanziarie.

- Fate tutto da soli? 250 foto, le ottimizzazioni delle foto, i testi delle schede prodotto?
- 15 giorni per fare 250 schede?
- Avete collaboratori aziendali?
- Impari da solo ad analizzare le statistiche di Google Analytics? Ci metti un anno ad imparare, comperi manuali, o ti affidi a qualcuno?
- Le campagne Adwords? Impari da solo? Ti fai spennare per le prime 10 campagne provando a caso? Ti affidi a qualche professionista?
- Siti di comparazione dei prezzi e marketplace diversi li gestisci manualmente? Hai un sistema di sincronizzazione?
- Come ti comporti con le affiliazioni?
- E prima ancora: identità visuale, copywriting, testi, correzioni, etc.

Niente di impossibile

Tutto si può fare, non c'è niente di impossibile. L'importante è aver ben chiaro cosa si vuole fare e cosa si vuole ottenere. Dopo di che gioie, dolori, difficoltà e successi, sono il percorso normale che ci si può aspettare, e lo si affronta con cognizione di causa e con obiettivi a medio e lungo termine, pause necessarie e capacità progettuale.