

Vuoi creare un sito eCommerce?

Ecco cosa sapere
per mettere in moto
uno strumento
di successo





Vuoi creare un sito eCommerce?

Indice

p.3 Introduzione

p.4 Aprire un eCommerce: perché conviene?

p.8 Creare un sito eCommerce, quale piattaforma scegliere?

1. Experience
2. Merchandising e Catalogo
3. Operations

p.11 La piattaforma per il tuo eCommerce

1. Magento
2. WooCommerce
3. OpenCart
4. Prestashop
5. OsCommerce

p.17 **Conclusione**



Introduzione

Stai valutando la possibilità di aprire un eCommerce?

Visti i trend positivi rispetto agli acquisti online, che vedono una crescita del **+28%**, potrebbe essere una soluzione da non escludere per **incrementare le performance del tuo business**.

È importante precisare però che esistono già svariate realtà **marketplace** che consentono la vendita di prodotti, senza dover creare un tuo personale shop online. Chiaramente, se si vogliono raggiungere **maggiori risultati in termini di ROI e conversioni**, la scelta più opportuna è quella di realizzare un proprio sito eCommerce professionale, che sarà poi possibile integrare con i diversi marketplace (**Amazon, Ebay, Google Shopping, etc...**).

Prima però di pensare a un investimento, è opportuno analizzare il contesto, la concorrenza e valutare se effettivamente il mercato di riferimento offre opportunità concrete. **In questo eBook vedremo quali sono i passi da seguire per creare un eCommerce e avviare una performante attività di business online.**

Aprire un eCommerce: perché conviene?

Secondo una recente **survey** condotta da **Netcomm (Consorzio del Commercio Elettronico Italiano)**¹, nel 2016 il valore degli acquisti online ha superato i 20 miliardi. Inoltre, coloro che hanno comprato almeno una volta sul web sono circa **21,4** milioni e ogni acquisto effettuato, sia tramite negozio fisico sia online, risulta essere nella maggior parte dei casi direttamente influenzato dalle informazioni trovate grazie al web.

Se si ha quindi intenzione di avviare un'attività eCommerce è importante conoscere gli aspetti che sottendono l'apertura di un negozio online. Di sicuro però, il passaggio dal reale al digitale comporta notevoli vantaggi.

- **Costo di un eCommerce:** a differenza di un negozio fisico per aprirlo è sufficiente una buona piattaforma di sviluppo. Se si sceglie di affidarsi ai marketplace i costi base si limitano a quelli che il fornitore richiede.

1. <http://www.consorzionetcomm.it/>

- **La vendita è diretta e senza intermediari:**
nell'applicazione di questo approccio è fondamentale oltre al prodotto, anche l'infrastruttura tecnologica.
- **Ampliamento dei segmenti di target che possono essere raggiunti.** A differenza delle realtà fisiche che, generalmente, hanno una clientela occasionale e limitata a una stretta cerchia, l'eCommerce permette di rivolgersi ad ampi segmenti di pubblico, potenzialmente composti da acquirenti in continua crescita.
- **Un eCommerce è aperto h24.** Gli utenti possono accedere a un negozio online quando vogliono, anche solo per dare un'occhiata, da qualsiasi tipo di dispositivo e, soprattutto, anche comodamente seduti sul loro divano.
- **Un eCommerce consente una gestione più efficace del magazzino.** Attraverso software gestionali dedicati è possibile valutare l'andamento delle vendite, la richiesta di ogni prodotto e ottimizzare l'approvvigionamento al fine di diminuire le giacenze a magazzino e smaltire gli item meno richiesti o di fine serie attraverso promozioni e offerte ad hoc.

- **Un eCommerce riduce e semplifica gli aspetti burocratici e gestionali.** Tutte le attività di tipo amministrativo, in una realtà online, diventano più veloci da gestire in quanto svolte direttamente e unicamente tramite la piattaforma.

Il primo quesito che però ci si pone prima di iniziare un'attività online è: *quanto costa?*

Il mondo dello sviluppo, della programmazione e del web design sono spesso poco conosciuti e sottovalutati da coloro che “*guardano da fuori*”, ma i risultati che porta un prodotto costruito a livello professionale sono completamente differenti rispetto a qualcosa *home made*.

L'eCommerce infatti è uno strumento complesso che deve essere supportato da una strategia chiara e definita, di cui il sito è solo il punto di partenza.

In concreto si tratta di un'attività commerciale come le altre e, nella maggior parte dei casi, gli investimenti richiesti vengono semplicemente “*spostati*” da un settore fisico (*l'espositore di una vetrina*) a uno virtuale, ma altrettanto indispensabile (il layout grafico di una pagina prodotto, con tutte le funzionalità di ricerca, galleria immagini, recensioni utenti, etc.).

Il budget di cui tenere conto non può quindi escludere tutti gli aspetti dell'attività, quali:

- Architettura hardware (*hosting*)
- Architettura software (piattaforme per l'eCommerce).
- Inserimento dati (*data-entry*) del proprio catalogo prodotti.
- Scelta dei metodi di pagamento (inclusi i *gateway* bancari).
- Integrazione software gestionali, di logistica e magazzino.
- Attività di indicizzazione posizionamento sui motori di ricerca.
- Aggiornamento tecnologico.

Ognuno di questi aspetti richiede analisi e valutazioni che nascono da un *know-how* specifico.

Pensare quindi che un'attività di eCommerce sia economica è una semplificazione che può portare a investimenti errati e passi falsi.

Partire da un budget realistico e proporzionato ai propri obiettivi è il primo step verso l'avvio di un'attività efficace.

Creare un sito eCommerce: quale piattaforma scegliere?

Un punto cruciale per la creazione di uno shop online è la scelta della **piattaforma software**. Scegliere la più adatta è essenziale per l'avvio di un'attività commerciale di successo. Il punto è capire cosa ci si aspetta dalla piattaforma e **quali strumenti si desidera integrare**.

Quali sono le caratteristiche che deve avere per capire se risponde alle esigenze di business?

Per trovare la miglior risposta a questa domanda partiamo analizzando una delle possibili rappresentazioni dell'architettura **software di un eCommerce**, che si compone di 3 livelli:

1. Experience
2. Merchandising e catalogo
3. Gestione degli ordini e delle operations di back-office

1. Experience

Questo primo livello comprende la componente software che gestisce **l'interazione tra l'utente e**

l'eCommerce che avviene, principalmente, grazie a due elementi: il sito e i suoi contenuti, che possono essere fruibili da diversi device e applicazioni, e le modalità di comunicazione tra gli utenti e il customer care.

Per poter gestire al meglio la **customer experience** e i diversi *touchpoint* è fondamentale ottimizzare i processi di navigazione, al fine di fornire una buona *user experience*.

2. Merchandising e Catalogo

Questo secondo livello definisce nel dettaglio l'offerta di vendita e la politica commerciale. Il **Product Information Management** è infatti un aspetto fondamentale per la raccolta e l'archivio di tutte le informazioni prodotto.

Questa componente gestionale è utile non solo ai fini dell'eCommerce ma **anche come strumento aziendale per la pianificazione strategica delle attività**.

Il miglior venditore è quello che è in grado di proporre il giusto prodotto al giusto prezzo

Quasi tutte le piattaforme eCommerce prevedono **tool nativi** che, grazie all'utilizzo di logiche complete e solide, escludono la necessità di integrazioni esterne, ad eccezione di suite specifiche per **recommendation** e

personalization.

Piattaforme Open Source come Magento consentono un'avanzata strutturazione della gestione di prezzi, promozioni e percentuali di scontistica.

3. Operations

Affinché una vendita sia possibile, è necessario prevedere una corretta gestione degli ordini.

Nello specifico, le realtà inerenti a questo livello si raggruppano in 3 entità:

- Aspetti amministrativi e contabili.
- Gestione del magazzino e delle spedizioni.
- Pagamenti e transazioni.

La piattaforma per il tuo eCommerce

Dopo aver scelto i prodotti, le procedure di vendita e l'architettura complessiva, è importante quanto necessario analizzare le diverse piattaforme, al fine di scegliere la migliore e più adeguata ai propri bisogni.

Risparmiando sulle spese relative alla licenza, è sempre più consigliato l'utilizzo di portali *open source* che forniscono comunque una più che buona qualità generale della piattaforma, senza alcun tipo di esborsi monetari.

Per trovare la soluzione migliore è importante valutare e selezionare quello più adatto a specifiche esigenze. Le funzionalità da analizzare per fare questa scelta sono molteplici e si riferiscono principalmente alla **facilità di installazione della piattaforma**, alla possibilità di **aggiungere modelli personalizzati**, alla **reperibilità** e la **gestione più semplice e veloce delle estensioni**.

Per ciò che concerne invece la configurazione della piattaforma, è opportuno considerare le modalità di gestione dei prodotti (e di eventuali sconti), degli ordini, delle valute e delle lingue.

È possibile affidarsi a differenti tipi di piattaforme:

- **Soluzioni open source:** piattaforme con licenza GNU (General Public License), che si caratterizzano per un codice sorgente *free* e completamente modificabile. **Prestashop** o **Magento** sono alcuni dei principali **software open source** in circolazione.
- **Soluzioni con licenza:** come ad esempio Hybris.
- **Sito web proprietario:** questo approccio richiede un maggiore investimento economico in quanto lo sviluppo è completamente custom sulla base delle esigenze dell'azienda.

A questo livello troviamo anche i marketplace, soluzioni che possono supportare le conversioni di un eCommerce o essere un utile trampolino di lancio.

Esistono due principali tipologie di **marketplace**:

- **Verticali:** raccolgono differenti rivenditori specializzati in un unico settore e puntano a una precisa nicchia di mercato. Un esempio è Buru Buru, un famoso marketplace italiano specializzato in design.
- **Orizzontali:** promuovono la vendita di prodotti di differenti tipologie di mercato. Tra i più noti Amazon ed eBay.

Le principali piattaforme per creare un sito eCommerce sono 5, vediamole nel dettaglio.

1. Magento

Magento è una piattaforma per l'eCommerce basata su tecnologia **open-source**, che permette di offrire soluzioni personalizzabili, robuste, sicure e stabili per il commercio online. L'ottimizzazione per i motori di ricerca e i flessibili strumenti di gestione del catalogo permettono di poter creare siti per il commercio elettronico a misura di business.

Perché utilizzare Magento?

Questa piattaforma garantisce una serie di vantaggi poiché include potenti strumenti di marketing e di gestione del catalogo prodotti, ed è un sistema estremamente versatile. A differenza di altre soluzioni è stato ottimizzato per la SEO: per ogni pagina, sezione o prodotto possiamo gestire le meta-informazioni più utili a migliorare indicizzazione e posizionamento.

2. WooCommerce

WooCommerce è il plugin open-source per Wordpress per il commercio elettronico. **WooCommerce** è stato lanciato nel 2011 da Woocommerce come fork di Jigoshop

e dal 2015 è stato acquistato da Automattic, operator di Wordpress.com e principale contributore di Wordpress.

Woocommerce è pensato per le piccole e grandi aziende che vendono online ed è attualmente, secondo **Builtwith**², la piattaforma eCommerce più utilizzata nel web con oltre 1 milione di installazioni attive e una percentuale complessiva del **30%**.

3. OpenCart

È uno dei prodotti più giovani del mercato, non richiede grandi competenze informatiche, è robusto e facile da configurare.

Con questa piattaforma è possibile inserire un numero illimitato di prodotti e scegliere tra diversi tipi di pagamento e spedizione. Infine, permette di ottimizzare un eCommerce gratuitamente in modo che sia meglio indicizzato da Google, e consente ai clienti di recensire i prodotti.

È adatto però per realtà di media dimensione.

Il successo di Opencart è racchiuso nella sua **eccellente usabilità lato sviluppo**, ma anche per i clienti che acquistano su questa piattaforma.

2. <https://trends.builtwith.com/shop>

4. Prestashop

Prestashop è una piattaforma di eCommerce *open source* molto facile da utilizzare che incorpora molteplici funzioni a cui si aggiunge un ricco store di moduli aggiuntivi, per integrare applicazioni per ogni tipo di necessità.

Non ha costi legati a licenze sul core (nel senso che il CMS non ha nessun canone, per quanto ci siano moduli aggiuntivi che ne migliorano o introducono funzionalità avanzate per i quali è necessario pagare una licenza, anche se una tantum).

Essendo un sistema sviluppato *ad hoc per l'eCommerce* ha tutte le caratteristiche necessarie al cliente (es. comparazione prodotti, approfondimenti, prodotti correlati, prodotti simili, check out senza registrazione, ecc) e all'operatore che lo gestisce (gestione fatture, resi, spese di spedizione con vari criteri, pagamenti con bonifico, carta di credito, contrassegno, di analisi delle vendite, ecc).

5. OsCommerce

Tra le prime piattaforme *open source* nate per creare un sito eCommerce, è stata lanciata nel 2000 in Germania. Oggi la sua community ospita oltre 270.000 membri.

È caratterizzata dall'offerta di circa 7000 add-on che la rendono potente e flessibile. Il suo vantaggio principale è la **versatilità**, ma non bisogna dimenticare che, rispetto ad altri software eCommerce più recenti, ha avuto qualche problema di sicurezza e che in alcuni casi rende difficile la separazione tra dati, struttura e contenuti.

Conclusione

La competizione nel mondo del commercio elettronico è oggi ancora più dura di qualche anno fa e tenere la propria fetta di mercato è molto difficile.

Come abbiamo visto, le possibilità sono molteplici e la scelta della piattaforma più adatta al tuo sito eCommerce deve essere fatta in base alle **caratteristiche del negozio** che si intende costruire, individuando le **esigenze di business** e gli **obiettivi** che si intende raggiungere.

Questo eBook è solo uno spunto per iniziare a individuare il tipo di piattaforma che potrebbe essere utile al tuo business online. È importante non chiudersi in convinzioni o lasciarsi condizionare da luoghi comuni. Il web è una miniera d'oro ma una chiacchierata con un esperto del settore può essere illuminante!

DALLE AZIENDE LOCALI ALLE MULTINAZIONALI
ALLE STARTUP, DAL B2C A B2B, SEMPRE CON UN OBIETTIVO
COMUNE: INCREMENTARE LE VENDITE E LE PERFORMANCE.



FISSA UN BRIEFING ONLINE CON UN CONCIERGE

Compila il form se desideri parlare con noi, il nostro ConciERGE sarà lieto di poter entrare in contatto con te!

Programma il Briefing

MILANO

Piazza Umberto Giordano, 2

T. +39 02 400 30 662

M.+39 351 957 57 21

AndreaCastellana.it

