

Evento animazione **R.E.V.TEC.h** 4.0

*foRmazione imprenditoriale
riVolta alle TECNologie 4.0*



Sant'Anna
Scuola Universitaria Superiore Pisa



Con il sostegno di:



Con i professionisti di:





DAL SITO VETRINA AL BOOKING ON LINE

Alessandra Renai – 6EMME STUDIO



PIACERE. CI PRESENTIAMO



ALESSANDRA RENAI
social & marketing strategist



ILARIA FALCHINI
creative & design director



MARCO LONGOBARDI
usability & web specialist



MARCO GIANNINI
web developer



La crescita dell'uso di Internet è eccezionale, le generazioni più giovani sono quasi totalmente connesse ed i grandi operatori delle telecomunicazioni vogliono presto raggiungere il 100%.

Questa crescita è **rivoluzionaria ed è riuscita a modificare stili di vita ed abitudini di tutti gli uomini e donne del mondo.**

Internet è diventato oltre che principale mezzo di comunicazione di massa **uno strumento decisivo per molte attività connesse al Marketing ed al Commercio.**



QUALCHE NUMERO ...

ITALIA 2018

fonte: <https://wearesocial.com/it/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

GEN
2018

DIGITAL IN 2018 IN ITALIA

UNO SNAPSHOT DEGLI INDICATORI STATISTICI PRIMARI RELATIVI ALL'ITALIA



POPOLAZIONE
TOTALE



59,33
MILIONI

URBANIZZAZIONE:

69%

UTENTI
INTERNET



43,31
MILIONI

PENETRAZIONE:

73%

UTENTI ATTIVI SU
SOCIAL MEDIA



34,00
MILIONI

PENETRAZIONE:

57%

UTENTI
MOBILE



49,19
MILIONI

PENETRAZIONE:

83%

UTENTI ATTIVI SU SOCIAL
MEDIA DA MOBILE



30,00
MILIONI

PENETRAZIONE:

51%

we
are
social



we
are
social



**GEN
2018**

TEMPO SPESO SUI MEDIA

DATI RICAVATI DA INDAGINE: I NUMERI RAPPRESENTANO L'ATTIVITÀ IN BASE AD UN'AUTOVALUTAZIONE DI CHI HA RISPOSTO



TEMPO MEDIO GIORNALIERO
SPESO SU INTERNET DA
QUALSIASI DISPOSITIVO



6H 08M

TEMPO MEDIO GIORNALIERO
SPESO SU SOCIAL MEDIA DA
QUALSIASI DISPOSITIVO



1H 53M

TEMPO MEDIO DI VISIONE
TELEVISIVA (TRASMISSIONI,
STREAMING E VIDEO ON DEMAND)



3H 01M

TEMPO MEDIO GIORNALIERO
SPESO ALL'ASCOLTO DI
MUSICA STREAMING



0H 45M

GEN
2018

ATTIVITÀ DI E-COMMERCE (ULTIMI 30 GIORNI)

DATI RICAVATI DA INDAGINE: I NUMERI RAPPRESENTANO L'ATTIVITÀ DICHIARATA DAGLI STESSI RISPONDENTI



HANNO CERCATO IN
RETE PRODOTTI O
SERVIZI DA ACQUISTARE



we
are
social

63%

HANNO VISITATO
UN PUNTO
VENDITA ONLINE



global
web
index

67%

HANNO ACQUISTATO
UN PRODOTTO O UN
SERVIZIO ONLINE



global
web
index

53%

HANNO EFFETTUATO
UN ACQUISTO ONLINE
TRAMITE UN COMPUTER
FISSO O PORTATILE



global
web
index

24%

HANNO EFFETTUATO
UN ACQUISTO
ONLINE TRAMITE UN
DISPOSITIVO MOBILE



24%

GEN
2018

SPESA E-COMMERCE: CRESCITA ANNUALE

CAMBIAMENTO ANNUALE DELL'IMPORTO SPESO IN UN ANNO SU CATEGORIE DI PRODOTTI E-COMMERCE LEGATE AL CONSUMATORE



MODA &
BELLEZZA



+12%

we
are
social

ELETTRONICA
& TECNOLOGIA



+10%

statista

CIBO & CURA
DELLA PERSONA



+15%



ARREDAMENTO &
ELETTRODOMESTICI



+14%

GIOCHI, FAI DA TE
E PASSATEMPI



+7%

statista

VIAGGI (SISTEMAZIONE
INCLUSA)



+15%



MUSICA
DIGITALE



+9%

we
are
social

VIDEO
GAMES



+9%

GEN
2018

SPESA E-COMMERCE PER CATEGORIA

IMPORTO TOTALE SPESO IN UN ANNO SU CATEGORIE DI PRODOTTI E-COMMERCE LEGATE AL CONSUMATORE [IN DOLLARI AMERICANI]



MODA &
BELLEZZA



\$ 4,27
MILIARDI

we
are
social

ELETTRONICA
& TECNOLOGIA



\$ 3,13
MILIARDI

statista

CIBO & CURA
DELLA PERSONA



\$ 1,17
MILIARDI



ARREDAMENTO &
ELETTRODOMESTICI



\$ 2,43
MILIARDI

GIOCHI, FAI DA TE
E PASSATEMPI



\$ 2,71
MILIARDI

statista

VIAGGI (SISTEMAZIONE
INCLUSA)



\$ 3,54
MILIARDI



MUSICA
DIGITALE



\$ 0,10
MILIARDI

we
are
social

VIDEO
GAMES



\$ 0,82
MILIARDI

IMPRESA 4.0 ED E-COMMERCE



Migliorare i propri **Processi di Vendita** tramite l'implementazione di software specifici rientra pienamente nel piano di *sviluppo di impresa 4.0*, pertanto **gli e-commerce sono un strumento indispensabile** a questa trasformazione.



IMPORTANZA E-COMMERCE



In questo scenario **un'azienda che non possiede un sito web**, o ne possiede uno mal progettato o mal indicizzato, *è sicuramente tagliata fuori da questa fitta rete di vantaggi.*

Nello specifico **un'azienda di un prodotto che non vende online** limita enormemente le proprie possibilità ed il proprio mercato.

Essere presenti online col proprio sito, offrire agli utenti contenuti interessanti, rendere la propria attività più umana sono tutti passi decisivi verso un sostanziale **miglioramento della propria identità aziendale** che quasi sempre porta ad un incremento di contatti e conseguentemente di vendite.



I MUST HAVE DI UN E-COMMERCE



- **Sicurezza**
- **Velocità**
- **Mobile first and mobile only**
- **Semplicità di acquisto**
- **Contenuti di qualità**
- **Informazioni precise e puntuali**
- **Recensioni**
- **Prova sociale**
- **Garanzie**
- **Privacy & GDPR**
- **Codici di tracciamento**



LE POSSIBILITÀ DI UN E-COMMERCE



Perché è importante tracciare il comportamento degli utenti?

- Il cuore della rivoluzione 4.0 in ambito digitale sta nell'**utilizzo dei "BIG DATA"** al fine di centralizzare le informazioni e la loro conservazione in modo da poter creare del valore dai dati raccolti
- **Tracciare il comportamento degli utenti** significa comprendere i punti di forza e di debolezza della nostra strategia e degli strumenti a supporto di essa
- Grazie ad essi è **possibile fare azioni di Marketing** ancora più mirate al target giusto (REMARKETING)



- **Google Analytics:** analisi del traffico del sito web
- **HEAT MAPS:** analisi del comportamento del mio target onsite
- **Newsletter:** report sulle campagne di email marketing
- **Insight di Facebook / Instagram:** analisi del pubblico organico che segue i miei profili o i miei post
- **Insight di Business Manager / Google Adwords:** analisi del pubblico delle campagne adv realizzate





GRAZIE!

Alessandra Renai – 6EMME STUDIO

www.6emme.it

dé Digital4.0

Le realtà partecipanti:

