



COME AVERE SUCCESSO NELLE VENDITE

Corso gratuito- in modalità online

9 e 11 novembre dalle 14,00 alle 15,30

E-COMMERCE NO, PROGETTO SÌ!

Se è vero che essere presenti online è vitale **non è altrettanto vero che basta pubblicare prodotti e servizi su un e-commerce per vedere aumentare le vendite magicamente.**

Alcuni sondaggi autorevoli affermano che **1 su 100 ce la fa** (ma com'è dura la salita aggiungiamo noi citando una famosa canzone), altri sondaggi dicono che **gli e-commerce sono in continua crescita e il business aumenta in modo vertiginoso.**

Come sempre **la verità sta nel mezzo**, è sicuro che le abitudini dei consumatori sono cambiate drasticamente in seguito alla pandemia e al lockdown, beni che normalmente si compravano nel punto vendita hanno iniziato ad **essere venduti con successo online**, un esempio su tutti è la spesa. L'effetto della situazione attuale, che si protrae ormai da mesi, **ha modificato in modo permanente le abitudini dei consumatori.**

COME FARE PER AVERE SUCCESSO?

Non basta esserci, non basta utilizzare una piattaforma già esistente come ad esempio Shopify, crearne una opensource come Woocommerce o investire in una tecnologia proprietaria, è **necessario posizionare l'attività nella mente dei consumatori**, diversificarsi dalla concorrenza per riuscire ad avere successo.

Semplifichiamo il concetto trasportandolo offline nella "vita reale", immagina se il tuo negozio fisico avesse come concorrenti dei cloni sparsi nella tua città, **la scelta da parte del consumatore sarebbe molto casuale**, potrebbe affidarsi banalmente al primo che trova sulla sua strada! Allo stesso modo se non ci differenziamo agli occhi degli utenti online corriamo il medesimo rischio, **il potenziale cliente potrebbe scegliere a caso e cliccare sul primo link che gli compare nella ricerca.**

COME POSSO POSIZIONARE L'E-COMMERCE?

È necessario un **progetto ben definito che parte dal brand positioning**, dobbiamo posizionare il marchio, la nostra attività nella mente del consumatore e rispondere ad alcune domande:

- 1) Qual'è il nostro cliente?
- 2) Quale problema risolviamo?
- 3) Come lo risolviamo?
- 4) Il nostro prodotto è unico?
- 5) Se il nostro prodotto è diffuso che servizi offriamo per differenziarci?

Facciamo un esempio:

GEOX LA SCARPA CHE RESPIRA

Rispondiamo ora alle domande precedenti

1. Il cliente GEOX è una persona che bada soprattutto al comfort
2. GEOX risolve un problema di sudorazione ai piedi
3. GEOX risolve il problema attraverso una costruzione della scarpa unica
4. La scarpa non è un prodotto unico
5. GEOX diventa un tipo di scarpa unica in quanto risolve un problema specifico

BASTA DIFFERENZIARSI PER VENDERE?

Assolutamente no! Immagina di avere un prodotto che tutti vogliono e di **essere nel centro del deserto**, nessuno sa che ci sei, **occhio non vede cliente non compra!** Allo stesso modo **creare uno spazio online non è sufficiente**, è vitale far sapere agli utenti che esistiamo comunicando la nostra presenza attraverso i social, campagne sponsorizzate Google, attraendo gli utenti a noi con contenuti utili, unici, **trasmettendo valori e differenze che contraddistinguono ogni attività**, in due parole inbound marketing.

COSA IMPARERAI NEL CORSO?

Durante il corso imparerai:

- Come mettere in evidenza le tue **peculiarità**
- Come scoprire i tuoi **pregi**
- Come identificare la tua **differenza**
- Come **posizionarti** nella mente del consumatore

Verranno affrontati i pro e i contro delle diverse piattaforme di vendita online:

- Lo Shop Facebook
- Gli acquisti su Instagram
- Wordpress, Woocommerce e le piattaforme opensource
- Soluzioni proprietarie

Ti spiegheremo come portare utenti sull'e-commerce:

- Sponsorizzate Google
- Sponsorizzate Facebook
- Differenza tra inbound e outboud marketing

A CHI È UTILE IL CORSO?

In questo particolare momento storico **ogni attività dovrebbe pensare seriamente ad una presenza professionale online per la vendita di prodotti e servizi** come canale per integrare il fatturato derivante dal punto vendita offline.

Per info ed iscrizioni:

Confcommercio Academy- Michela Ferrari

Tel. 0372/567623

e-mail: formazionecr@confcommerciocremona.it