

Nell'ottica di dover vivere in queste condizioni di "distanziamento sociale" e auto-isolamento, scegliere di investire in un eCommerce potrebbe rivelarsi una strategia davvero vantaggiosa, rimanendo poi uno strumento ugualmente funzionale in una prospettiva più a lungo termine.

eCommerce contro la crisi

In particolar modo per quanto concerne le entità coinvolte nella vendita, la situazione è delicata: chi si trova a fare totale affidamento su un unico negozio fisico, è decisamente a rischio. Al contrario, la presenza di una versione digitale di quest'ultimo, o un negozio unico online, sono le riposte per coloro che iniziano ad interrogarsi su come evitare bruschi cali di guadagni.

Nell'ottica, quindi, di dover vivere in queste condizioni di 'distanziamento sociale' e auto-isolamento, scegliere di investire in un eCommerce potrebbe rivelarsi una strategia davvero vantaggiosa, rimanendo poi uno strumento ugualmente funzionale in un'ottica più a lungo termine.

Dobbiamo tenere conto del fatto che il fenomeno di boom degli acquisti su canali eCommerce di questi ultimi giorni (a partire dalla seconda metà di febbraio 2020 gli eCommerce hanno avuto un incredibile aumento delle vendite soprattutto nell'area dell'Italia settentrionale.

Infatti passando da un +40% a un **+58,3%** delle vendite, sfiorando nel terzo weekend di febbraio un trend di aumento del +101%) non è altro che l'inizio di un fenomeno già iniziato da tempo e che troverà sempre maggior espansione in futuro, a discapito delle botteghe e degli store presenti fisicamente nel territorio.

Gli eCommerce per vendere nell'era 4.0

Un eCommerce è quindi un sistema facile, comodo, veloce e pratico per l'acquisto di qualunque bene. Che sia digitale o materiale, che sia un servizio in ottica b2b o b2c, si adatta a qualunque esigenza e servizio.

Non pone alcun limite dal punto di vista geografico, generando un pubblico potenzialmente globale, permettendo di trovare target ideali e community davvero interessante a ciò che si ha intenzione di mettere sul mercato.

Un altro vantaggio risiede nel fatto che i costi sono decisamente inferiori, andando a minimizzare le spese connesse alla struttura del negozio e del magazzino, soprattutto nel momento in cui si decide di investire in un eCommerce con modalità di vendita 'dropshipping'.

In questo caso, infatti, il passaggio della merce andrà direttamente dal grossista o produttore del bene al consumatore finale, evitando passaggi intermedi e tutti i costi connessi.

Il sito per l'eCommerce

Il primo passo per spostare la propria vendita online è quella di sviluppare una piattaforma online che ospiterà tutti i prodotti e l'offerta che si ha intenzione di commercializzare.

Ovviamente tanto più sarà personalizzata e coerente con quello che viene venduto, tanto più aumenterà la possibilità di convincere il cliente nell'effettuare l'acquisto.

Ma, se la parte grafica è facilmente modificabile e adattabile scegliendo il tema più coerente, certe aree sono irrinunciabili per un eCommerce: un catalogo online in grado di mostrare e fornire tutte le informazioni necessarie sui prodotti, una sezione per gestire correttamente e in modo sicuro i pagamenti, uno spazio per organizzare le modalità di spedizione.

Scegliete il **CMS** per creare un sito eCommerce più adatto alle vostre esigenze e al vostro livello di capacità in termini di competenze informatiche. È possibile partire con una piattaforma più semplice, per poi investire in professionisti per passare a un livello più sofisticato.

Il sito dell'azienda

Non solo la piattaforma specifica per l'eCommerce, ma anche un sito web che inglobi la piattaforma di vendita è sicuramente una soluzione ottimale.

Importantissima qui la sua costruzione e gestione in termini di ottimizzazione seo per Google: potrebbe davvero fare la differenza.

Creare un sito e pensarlo nell'ottica delle regole e delle logiche dei motori di ricerca sarà fondamentale per permetterne un suo posizionamento ottimale nelle pagine dei risultati di ricerca. Qualora l'attività commerciale avesse già uno spazio online, potrebbe essere più opportuno un seo assessment per valutare l'effettivo stato della performance del sito.