

E-commerce per l'accesso ai mercati esteri, modelli di supporto a confronto

Digital Export per le PMI italiane B2C e B2B: bisogni, modelli e casi di successo

Una mappa ragionata delle scelte importanti e delle sfide che le imprese devono affrontare per sviluppare il proprio progetto di Digital Export e alcuni casi di successo italiani nel B2C e nel B2B

Mario Bagliani, Senior Partner Consorzio Netcomm

Bologna, 27 febbraio 2019



Via Chiaravalle, 8 - 20122 | Milano | MI | Italia
Tel: +39 02 58370580 Mail: segreteria@consorzionetcomm.it
Sito: www.consorzionetcomm.it
Facebook: Consorzio Netcomm
Twitter: @ConsNetcomm
LinkedIn: Netcomm E-commerce Italia

AGENDA



Mario Bagliani

Senior Partner di Netcomm Services

Mobile +39 348 3615000 m.bagliani@gmail.com

www.consorzionetcomm.it

www.netcommforum.it

www.netcommfocus.it

www.ecommercemonitor.it

www.ecommerce-europe.eu

www.mariobagliani.com

Digital Export per le PMI, le opportunità
Digital Export per le PMI, le sfide
Digital Export per le PMI, le criticità e priorità



Il digital hub italiano

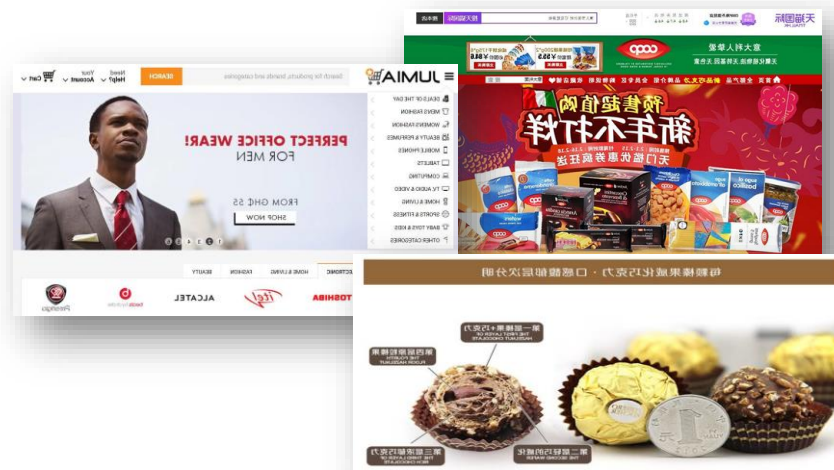
per l'evoluzione delle imprese verso
i consumatori digitali nel mondo

Digital Export per le PMI, le opportunità

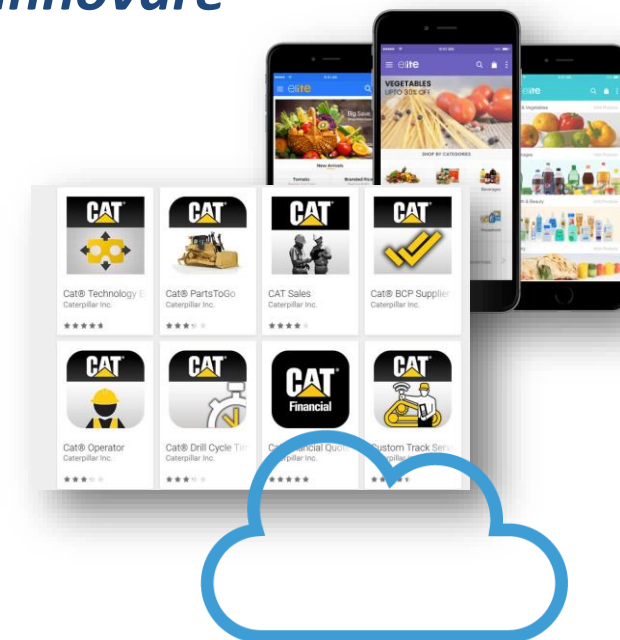
Nuovi comportamenti e nuovi bisogni di acquisto stimolati dai nuovi canali digitali (nel B2C e B2B)



Maggior facilità di accesso ai mercati, grazie alle nuove filiere distributive e nuovi modelli distributivi



Il digitale per aumentare l'efficienza operativa e innovare



Nuovi comportamenti e nuovi bisogni di acquisto stimolati dai nuovi canali digitali
Mister Worker, una caso di successo italiano nella distribuzione di attrezzi e utensili

**Mister Worker®**
ATTREZZI E UTENSILI PER PROFESSIONISTI

Contattaci 02 91433257

Lingua: Italiano ▼

Valuta: € ▼

Il mio account ▼

Cerca nel catalogo

€ 0,00

ACQUISTA PER BRAND ▼

ACQUISTA PER CATEGORIA ▼

PROMO MISTER WORKER

IL BLOG 



LO STORE ONLINE DI ATTREZZI DA LAVORO PER I PROFESSIONISTI

Tutto il Catalogo delle migliori Marche.
Più di 20.000 Prodotti disponibili.
Spedizione 24/48 h in tutto il Mondo.
Consulenza Tecnica e Preventivi Personalizzati.

Promo Mister Worker®

UTENSILI PROFESSIONALI A PREZZI ECCEZIONALI

 Offline

Nuovi comportamenti e nuovi bisogni di acquisto stimolati dai nuovi canali digitali
Mister Worker, una caso di successo italiano nella distribuzione di attrezzi e utensili

Clients



Worldwide Sales



Nuovi comportamenti e nuovi bisogni di acquisto stimolati dai nuovi canali digitali

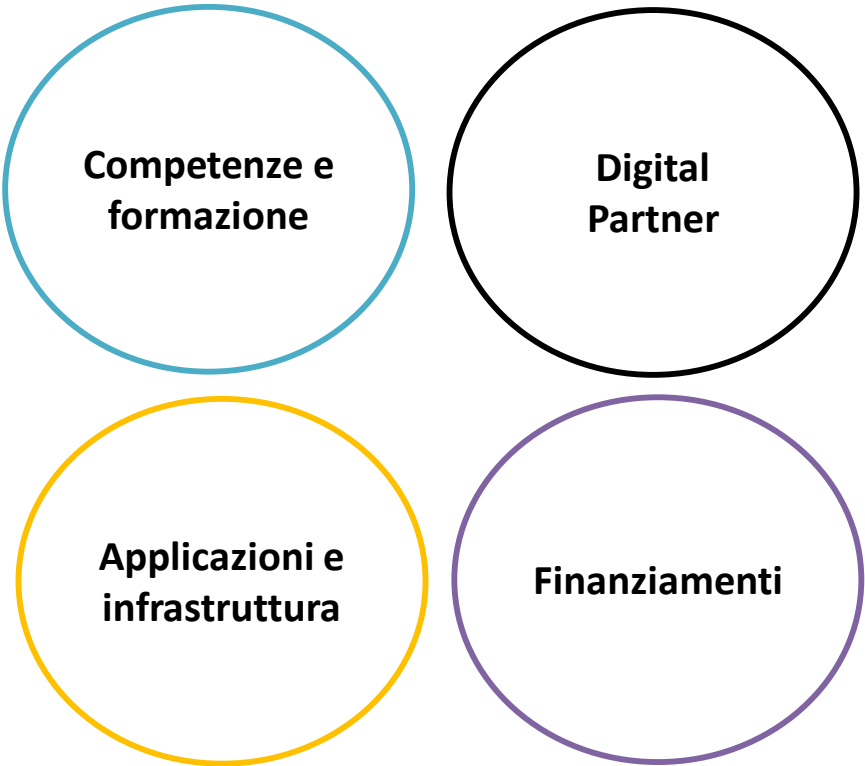
Mukako, una caso di successo italiano con value proposition, servizi e prodotti innovativi



Digital Export per le PMI, i punti chiave e le sfide



PORTAFOGLIO PROGETTI DI BUSINESS



PORTAFOGLIO PROGETTI INFRASTRUTTURALI

L'opportunità dei marketplace e i tanti diversi modelli di business

Il ruolo dei marketplace nei paesi emergenti e il modello cross-border

La scelta dei mercati, dei canali e della formula di vendita



L'opportunità dei distributori / marketplace B2B e B2Retail

La scelta dei mercati, dei canali e della formula di vendita

DISRIBUTORE MULTI CANALE

Omnichannel Integrated Store vs On-line Independent Store
Industrial Goods vs General MRO (materials, repair, operation)

RAJAPACK
N°1 IN EUROPE FOR PACKAGING

Mister Worker
ATTREZZI E UTENSILI PER PROFESSIONISTI

Manutan
All you need. With love.

MEF
distribuzione materiale elettrico

CLIENTE BIZ

- Tutti i distributori e grossisti B2B tradizionali che vanno on-line
- I nuovi player nati con l'on-line
- Locali e globali

MARKET PLACES

Specialized & Industrial ecosystem / non specialized
B2B only vs B2C & B2B
Consorzi & Network industriali
Procurement Platform

SUPPL HI

Direct
INDUSTRY

EC21

Alibaba.com

CLIENTE BIZ

CLIENTE BIZ +
CONS

CLIENTE BIZ

CLIENTE BIZ

- Tra i 5.000 e i 10.000 i marketplace B2B nel mondo
- Infiniti modelli di business, sia lato seller sia lato buyer
- Locali e globali

amazon

EXOSTAR

SoloStocks

EUROPAGES

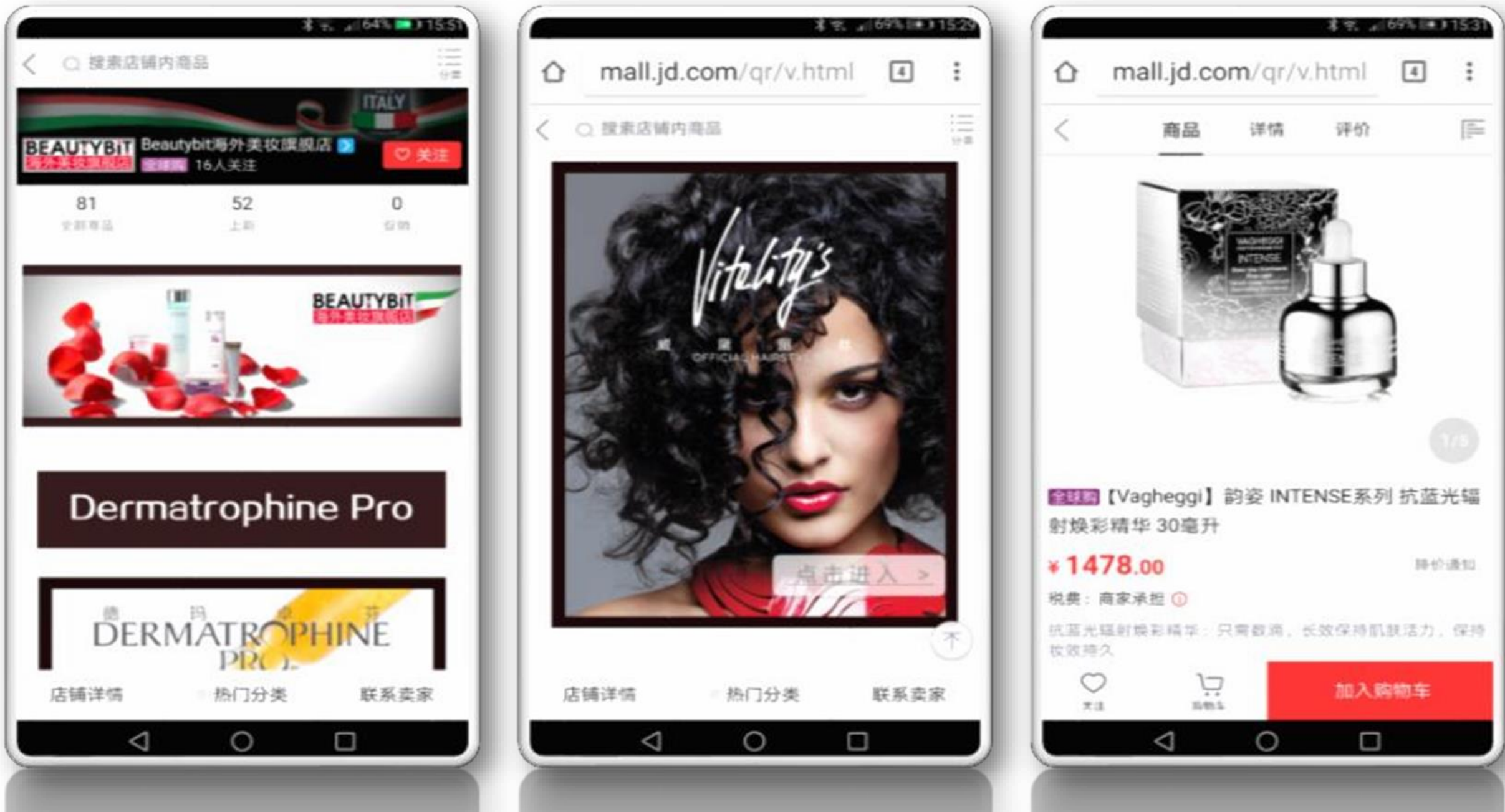
consip

SAP Ariba

Supplier
Connection

BeautyBit un negozio COLLETTIVO in un marketplace cross-border (JD e a breve su WeChat, Cina) con più di dieci produttori di cosmesi italiani

La scelta dei mercati, dei canali e della formula di vendita



Sardiniaecommerce.it, un marketplace territoriale per aggregare prodotti, vendere direttamente e fare accordi distributivi nel mondo

La scelta dei mercati, dei canali e della formula di vendita

ORGOSOLO



ARANZADA DI ORGOSOLO -
28 PZ
da **Dulhes**
25,00 €

AGGIUNGI AL CARRELLO

PRODOTTI SARDI AL 100%

OFFERTA LANCIO SPEDIZIONI GRATUITE

PAGAMENTI SICURI

Cerca

SARDINIAeCOMMERCE

Preferiti

Account

Carrello

HOME

GUSTO

ENOTECA

ARTIGIANATO

ABBIGLIAMENTO

BENESSERE

ARTE E LIBRI

SCONTI



NURAGICI 2.0
tra tradizione e modernità

CLICCA QUI

Presenza fisica locale anche con Shopping Events e Private Sales

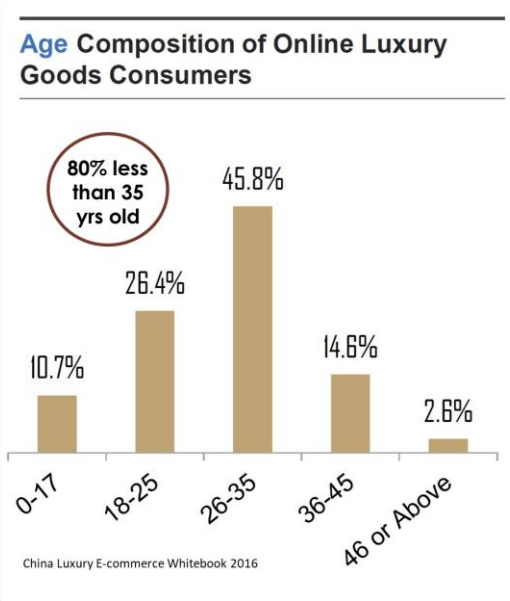
La scelta dei
mercati, dei
canali e della
formula di
vendita



- In sinergia agli investimenti in digital marketing del negozio online
- Per generare fatturato aggiuntivo
- Per rendere anche fisica la presenza del negozio on-line
- Per generare contenuti di marketing in loco
- Per valorizzare clienti top
- Per valorizzare la parte alta della gamma

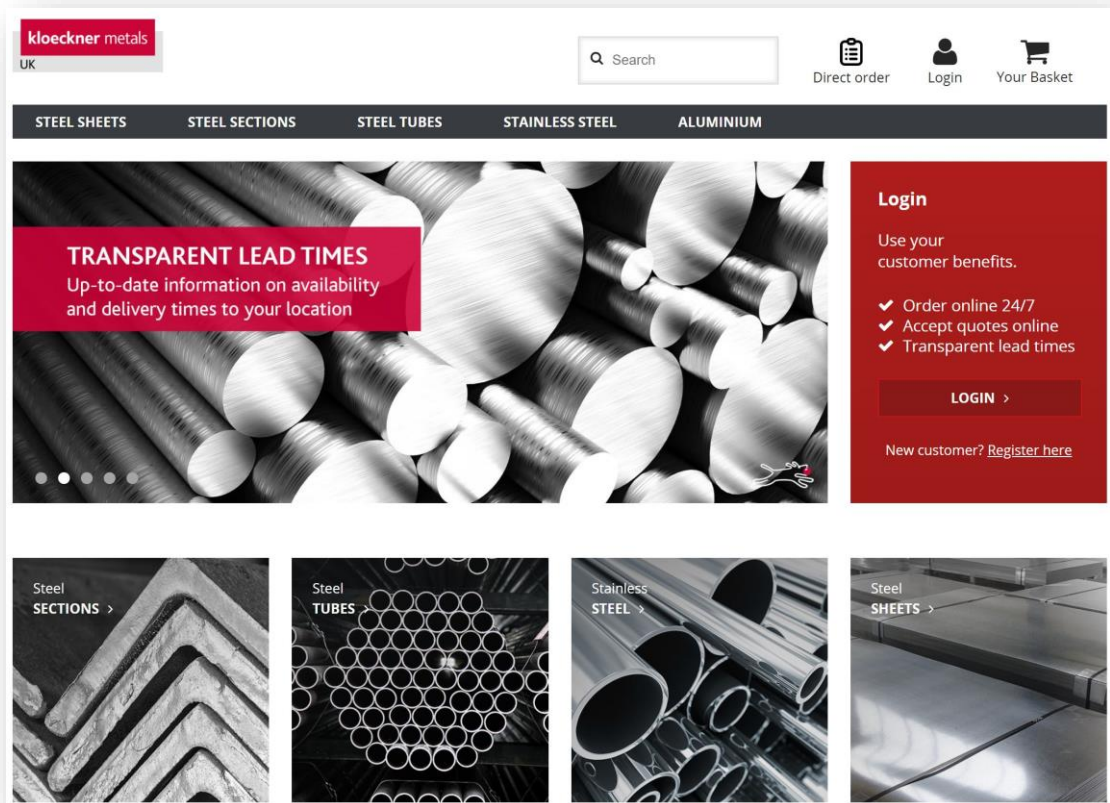
I canali e i social locali, per ingaggiare i clienti esteri quando sono in Italia (casi di uso WeChat per ingaggiare i clienti cinesi in Italia)

La scelta dei mercati, dei canali e della formula di vendita



Il ciclo dell'ordine e la logistica come nuove leve competitive, nel B2C e nel B2B

Logistica e
operations per il
Digital Export



- Delivery options (& quotation)
- Free delivery
- Cross border option and tax management
- Premium Packaging
- Planning & Forecast integration (B2B)
- ...



Logistica e operations per il Digital Export



Livello di soddisfazione per i servizi e i fornitori per la logistica e le consegne per l'e-commerce cross border

	Molto + Abbastanza soddisfatto
Tempi complessivi di consegna	76,5%
Qualità e disponibilità di servizi di consegna adeguati ai diversi paesi	64,7%
Gestione degli aspetti doganali e normativi	58,8%
Costi dei servizi logistici e di consegna	41,2%
Gestione dei resi	35,3%



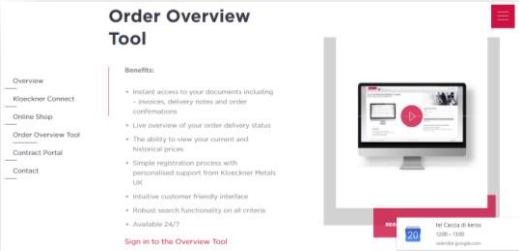
- **Alti costi logistici e difficoltà a gestire i resi**
- **Buona disponibilità di servizi e tempi di consegna soddisfacenti**
- **Criticità nella gestione degli aspetti normativi e doganali, ruolo chiave dei partner logistici e dei marketplace**

Quanto vi ritenete soddisfatti dei seguenti aspetti inerenti i servizi e i fornitori per la logistica e le consegne per l'e-commerce all'estero? N18

La digitalizzazione del ciclo dell'ordine e delle interazioni con i clienti

Fino a -20% del Total Cost dei processi order-to-cash

Oltre -20% sui costi di magazzino con l'automazione



- Ruolo attivo dei client
- Automazione delle attività di credit management e di gestione dei pagamenti/incassi
- Fin tech e ottimizzazione del ciclo finanziario
- Uso di canali digitali asincroni (mail, chat,..)
- Centralizzazione e sviluppo del Customer Care
- Chatbot e assistenti virtuali
- Automazione di magazzino
- Marketing automation
- ...

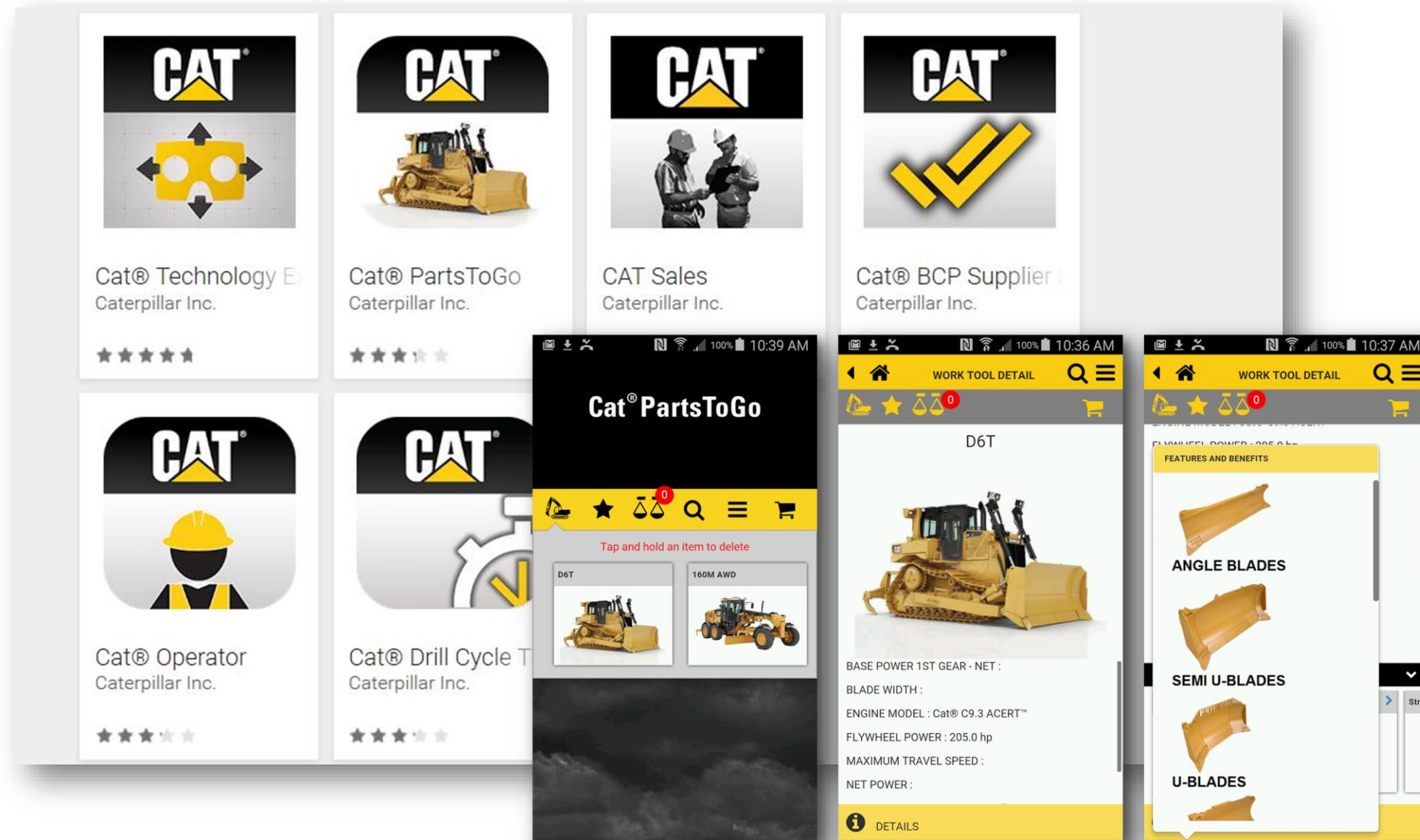
PROCESSI COINVOLTI LATO SELLER										
Marketing & Engagement		Order-to-cash						Post Sales		
Communication & Lead Generation	Pre-sales & Quotes	Order management	Credit Management	Warehouse, Shipping & Trasportation	Billing, Payment, Account collections	Ottimizzazione Circolante e Stock Mngmt	Returns Management	Post Sales Services	CRM & Ambassadorship	Collaboration

PROCESSI COINVOLTI LATO BUYER									
Up Stream			Down Stream				Post Sales		
Analisi spesa, Identificazione bisogno	Analisi mercato, Rating e Albo fornitori	Negoziazione e contratto	Order Management	Payment, Debt Management	Consegna, Ispezione, Integrazione	Riconciliazione e Report	Post Sales Services	CRM & Ambassadorship	Collaboration

I processi diventano mobile app

Il best case è Caterpillar con oggi 32 app disponibili in ogni app store

Digitalizzazione
dei processi e
dell'azienda



- Caterpillar ha lanciato un progetto per sviluppare una Mobile App per ciascuno dei principali processi, in particolare, quelli distribuiti, quali, la relazione e i processi di assistenza con i Clienti, con i distributori, con i centri di assistenza tecnica
- Tra i principali obiettivi: ridurre i costi dei processi, coinvolgere tutti gli stakeholder con modalità collaborative, valorizzare i dati per il miglioramento continuo
- Oggi sono scaricabili dagli App Store 32 applicazioni
- Tra le App disponibili, una Mobile App con una community globale di utilizzatori che si mettono a disposizione degli altri utilizzatori per suggerimenti sul miglior utilizzo delle macchine e dei loro attrezzi (Assistenza Tecnica peer to peer)
- La community e le informazioni raccolte sono utilizzate anche nei progetti di sviluppo dei prodotti

Le tecnologie digitali e l'open innovation alla portata delle PMI

Un caso di successo italiano nelle wearable tech



**Digitalizzazione
dei processi e
dell'azienda**



- Jolly Spa è un produttore di calzature specializzato in calzature tecniche per i settori professionali, quali le forze dell'ordine e i corpi di pronto intervento. I cantieri e i field services
- Jolly SpA ha stretto una partnership con IMCK Italia, una Innovation & Patent company italiana con laboratori per ricerca applicata nell'elettronica e nell'IoT ed ha co-finanziato lo sviluppo di una tecnologia da includere nelle calzature per il recupero di personale disperso tramite qualsiasi sistema di telecomunicazioni
- Ha avviato nel 2013 una prima produzione, in collaborazione anche con la Croce Rossa Italiana
- Oggi partecipa a gare nei 5 continenti nel settore avanzato research & rescue grazie a questo prodotto innovativo
- Il mercato attuale dello Smart Garment /Clothing ai fini del research & rescue è stimato in 1-3 milioni di pezzi all'anno

I contenuti e il marketing «sono il prodotto» nell'e-commerce e nel new retail

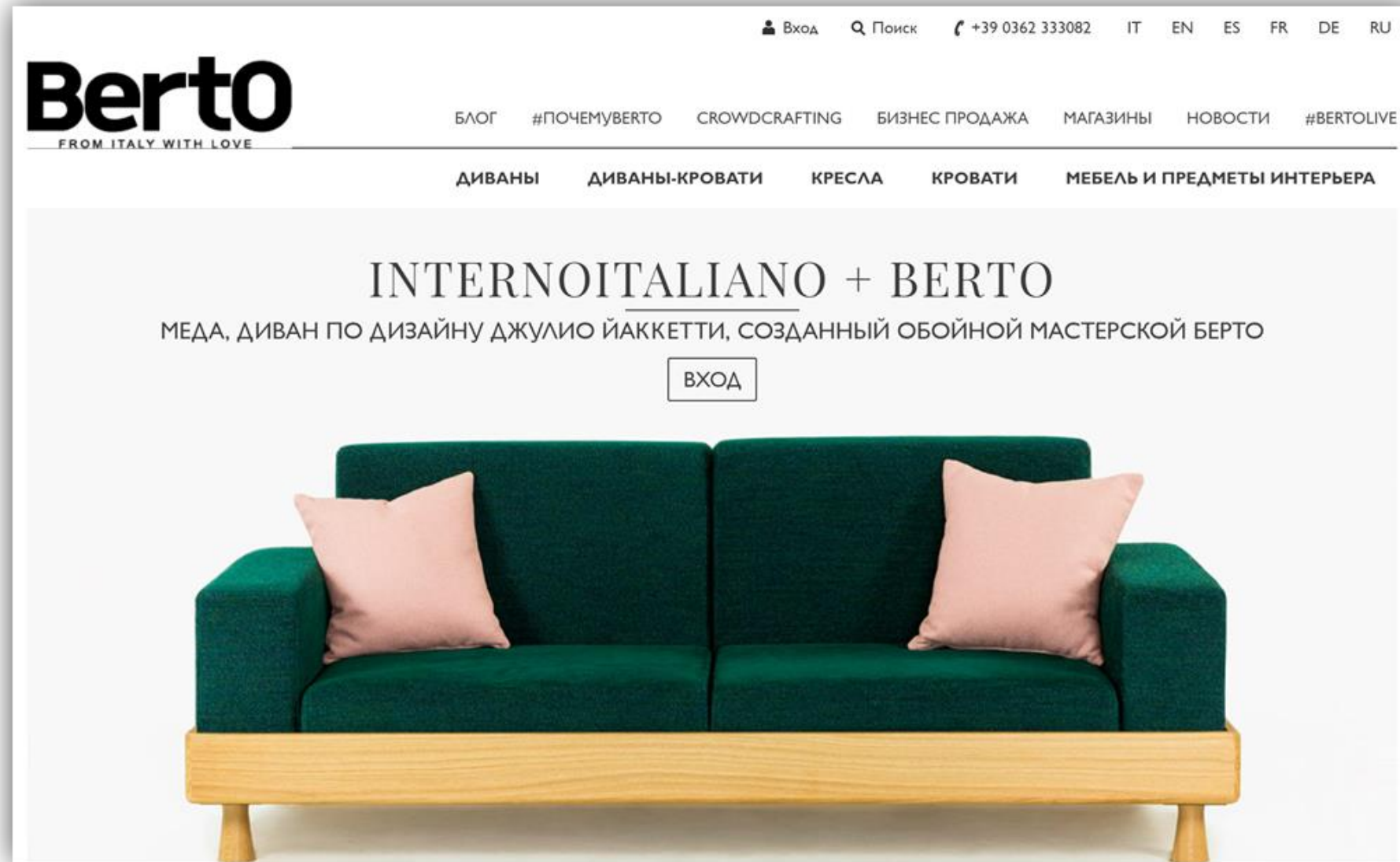
Il ruolo degli investimenti in marketing nell'e-commerce e nel new retail

Il ruolo del Digital
Marketing



Un caso di successo nell'uso dei canali digitali per vendere nel mondo prodotti artigianali

Il ruolo del Digital Marketing



- Berto Salotti, un'azienda artigiana specializzata nella produzione di divani su misura per le zone living e notte, con più di 40 anni di storia.
- A metà degli anni 2000 ha incominciato a vendere online, sfruttando i canali digitali per far crescere le sue quote di export. Nel 2016 è stata citata come caso esemplare dal presidente di Google, Eric Schmidt: "**Prendiamo Berto, per esempio, una tappezzeria sartoriale di Meda che produce divani in Brianza. Da quando ha cominciato a usare la pubblicità online nel 2006, il sito dell'azienda e il suo canale YouTube hanno ricevuto milioni di visite, i ricavi sono quadruplicati e l'organico è cresciuto da sei a trenta persone. Le richieste arrivano da tutto il mondo, ma l'intera produzione è rimasta in Italia.**"
- Oggi Berto ha siti e-commerce dedicati per Italia, Spagna, Gran Bretagna, Francia, Germania e Russia.

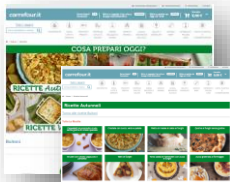
I contenuti premium e il nuovo Digital Trade Marketing per conquistare visibilità nei nuovi retailer/marketplace

Il ruolo del Digital Marketing



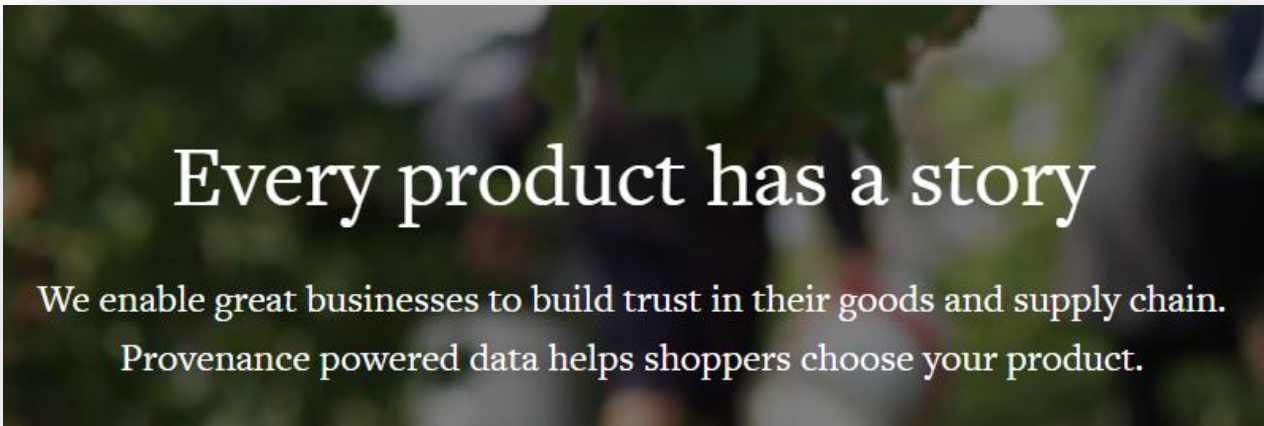
Capacità di produrre contenuti per spingere visibilità e vendite presso i retailer

- Schede prodotto avanzate
- Contenuti premium (video, infografice, Story Telling, review, corsi, video e social, concorsi, ...)
- Nel B2B: configuratori, progetti, BOM,...



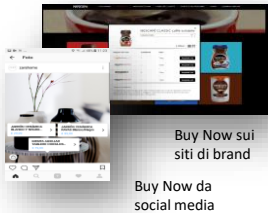
Il nuovo trade marketing con i Retailer on-line

- La visibilità nella Search, nella Home Page di Category e nei «prodotti suggeriti» è il «nuovo scaffale» dove si compete per la visibilità e i contenuti hanno un ruolo
- La Search diventa una nuova linea di ricavo per i Retailer
- Le nuove forme di i-merchnatising
- Shop in shop e valorizzazione di contenuti premium
- Nuove tipologie di accordi tra Brand e big dell'on-line retailing



Negozi proprio on-line (in sinergia a quello dei retailer)

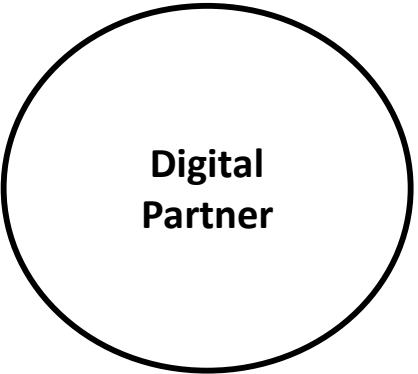
- Il Brand Store valorizza i clienti «Ambassador», gli abbonamenti, i grandi formati, i prodotti «Long Tail» e super premium, i prodotti personalizzati
- Il Brand Store lavora in sinergia con gli store dei Retailer
- I Big Brand spostano l'attenzione dall'Upper Funnel al Lower Funnel



Drive to store e Store Locator

- I Brand indirizzano i clienti sugli store on-line dei retailer
- I canali dei Brand diventano programmi di Affiliation per i Retailer

Un sistema articolato di partner per poter sviluppare il digital export



ITALIA

Mercato estero

Canali locali

Partner e programmi istituzionali

Partner locale per lo Store & Customer Management

Partner locali per il Digital Marketing

Partner locali per l'integrazione di canali /eventi fisici

Partner logistico e doganale

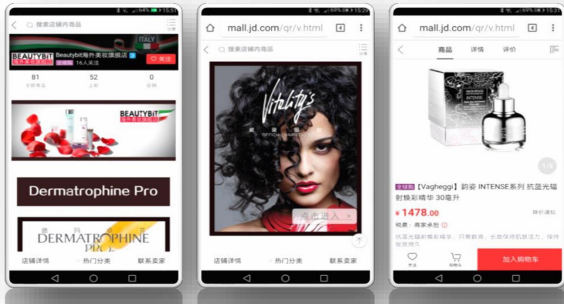
Partner italiano specializzato in Digital Export «chiavi in mano»

PMI ITALIANA



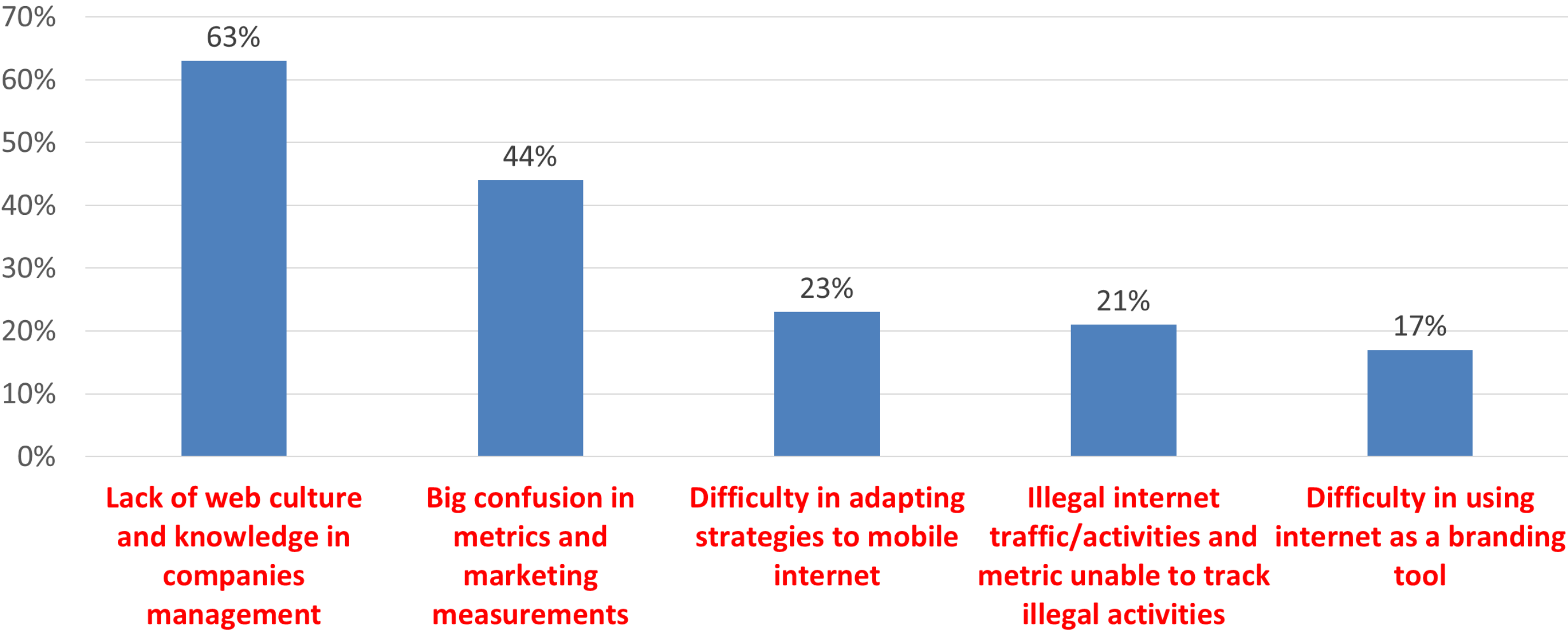
Partner italiani di contenuti e mktg

Partner italiani per applicazioni



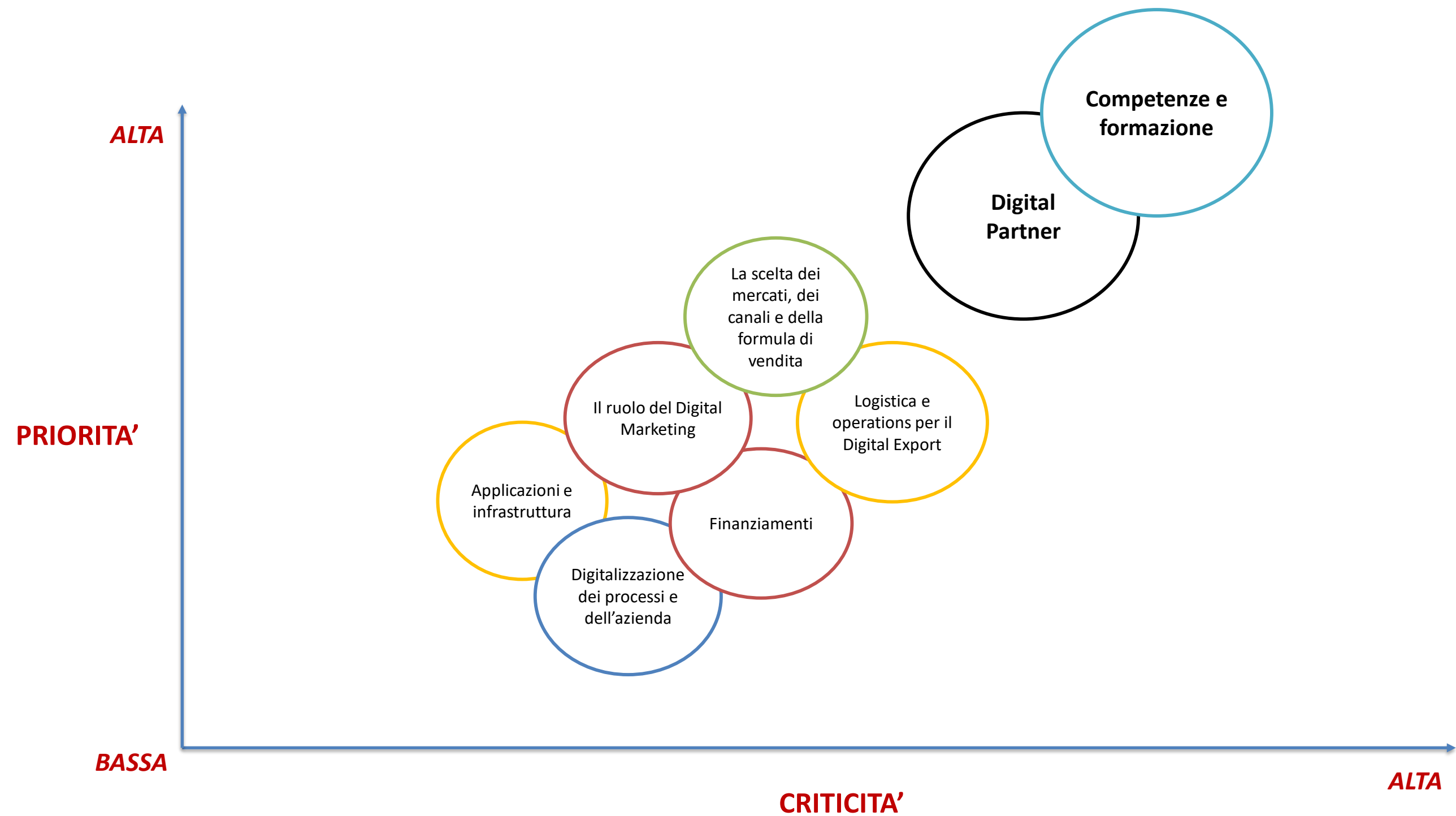
L'e-commerce e il new retail sono «knowledge based business»
Vince chi capisce i nuovi mercati e ha le competenze per competere

Competenze e
formazione



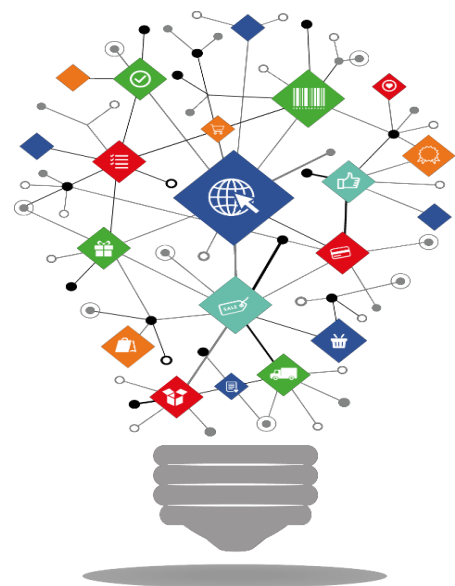
Source: Human Highway 2017

Digital Export per le PMI, criticità e priorità



Il digital hub italiano

per l'evoluzione delle imprese verso
i consumatori digitali nel mondo



SIGILLO NETCOMM

DATI DI MERCATO E
RICERCHE

EVENTI

BUSINESS MATCHING

TAVOLI DI LAVORO

SUPPORTO LEGAL E
FISCALE

INTERNAZIONALIZZAZIONE

CONVENZIONI PER SOCI

FORMAZIONE

netcomm
ACADEMY

ADVISORY

netcomm
SERVICES

COMUNICAZIONE

INIZIATIVE PER I
CONSUMATORI

CHI SIAMO

Netcomm, il Consorzio del Commercio Elettronico Italiano, è il punto di riferimento in materia di **e-commerce** e **trasformazione digitale** nel panorama nazionale e internazionale.

Nato nel 2005, riunisce oltre 300 aziende composte da società internazionali e piccole medie realtà di eccellenza. Netcomm promuove lo sviluppo del commercio elettronico e dell'evoluzione digitale delle aziende, generando valore per l'intero sistema economico italiano e per i consumatori.

netcomm
FORUM

IT | EN | FR | ES

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO



THE DIGITAL COMMERCE RETAIL EVENT

29 - 30 MAGGIO 2019
MICO MILANO - GATE 14 - VIA GATTAMELATA 5

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO

Digital marketing per l'e-commerce e il new retail

MILANO
DIGITAL
WEEK

14
MARZO
2019

netcomm
IL COMMERCIO DIGITALE ITALIANO