

## E-commerce, la piazza dell'era digitale

**Pubblicato:** Venerdì 28 Novembre 2014



L'e-commerce in Italia genera ricavi per 13 miliardi di euro all'anno. Un dato significativo per spiegare l'interesse che ha accompagnato il workshop organizzato al **Faberlab** di Tradate, giovedì 27 novembre, tenuto da due esperti del settore, **Andrea Boscaro**, fondatore di **The Vortex**, società specializzata nel settore della formazione ai media digitali, e **Fabien Riccardi**, sales mobile director e co-fondatore di **7pixel**, leader in Italia nel settore della comparazione dei prezzi e dello shopping online. Un incontro per illustrare al pubblico le migliori strategie per **mettere in contatto diretto chi ha l'esperienza e il know-how nel settore del commercio elettronico con le aziende, gli imprenditori e i professionisti** che non hanno ancora dimestichezza con l'e-commerce ma che vorrebbero sfruttarne al meglio tutte le opportunità.

«Per far crescere il nostro business – ha spiegato Boscaro – abbiamo molti strumenti, molti dei quali gratuiti. Un esempio pratico? L'altro giorno ho fatto una ricerca su Google, digitando: "come posare una piastrella". Cosa è uscito? Il tutorial di una piccola azienda che ha fatto un video proprio su come posare una piastrella. Internet consente di farci notare nonostante le nostre dimensioni, ma **spetta a noi trovare la strada giusta per emergere**» Proprio per questo, sottolinea Boscaro, sono fondamentali alcuni aspetti. «I media digitali – continua – ci impongono più attenzione nella cura dei contenuti che pubblichiamo, soprattutto se siamo un'azienda. Dobbiamo preoccuparci delle possibili criticità del nostro business, e se abbiamo una piattaforma di commercio online, **saper rispondere a eventuali stroncature dei nostri clienti** e tentare di **ricevere feedback da parte degli stessi**, magari invitandoli a esprimere un parere sull'esperienza d'acquisto. Questa si chiama attività d'ascolto, ed è fondamentale».

Boscaro elenca una serie di *tools* che aiutano l'imprenditore a lavorare nell'e-commerce, come **Google My Business**, **Buzzsumo** o **Google News Alert**, uno strumento che permette all'imprenditore di rimanere aggiornato su chi menziona la sua attività online. «La **reputazione è un fattore fondamentale per far crescere il proprio business online**, per questo deve essere sempre monitorata con attenzione». Oltre alla reputazione è poi importante capire come farsi trovare online. «In questo senso le **keyword**, o parole chiave, giocano un ruolo fondamentale nell'indicizzazione dell'attività commerciale online. Per farvi trovare dal vostro target di riferimento – prosegue Boscaro – è necessario indicare delle parole specifiche, che ci aiutino a farci trovare facilmente. In questo senso altri due strumenti fondamentali e gratuiti, sono **Google Trend** e **Google Instant**. A parità di pertinenza delle *keyword*, tra due siti che vendono lo stesso prodotto, Google sceglierà di indicizzare per primo chi riceve maggiori link al proprio sito. Questo è il principio della **popolarità** e per questo è importante saper fare campagne pubblicitarie mirate e produrre contenuti efficaci».



Non proprio un gioco da ragazzi. Proprio per questo, per avviare una buona attività di e-commerce può essere utile rivolgersi a un **comparatore di prezzi**. **Fabien Riccardi**, che con la società di cui è socio ha dato vita a **Trova Prezzi**, fa proprio questo. Il celebre portale che con più di 5 milioni di ricerche mensili su circa 6 milioni di offerte di oltre 2.000 merchant aggiornati quotidianamente, è oggi uno dei leader del settore. «Abbiamo due tipologie di clienti – spiega Riccardi – i privati e i negozi online.

In Italia c'è una vastissima pletora di attività che potenzialmente possono trovare buone opportunità su internet. Per questo collaboriamo con tre *web agency* che abbiamo certificate, le quali si occupano di offrire ai nostri clienti un pacchetto di servizi per iniziare a vendere online. Trova prezzi si occupa poi di indicizzare al meglio le attività, dando la massima visibilità ai prodotti dei nostri clienti. Lavorare online significa mettersi sulla piazza e fare i conti con i giudizi e i commenti degli utenti. Ma questo non deve spaventare, anzi».

Redazione VareseNews

[redazione@varesenews.it](mailto:redazione@varesenews.it)