

Aprire un negozio online **Aspetti tecnici, burocratici e promozionali**

Oggi aprire un'attività di e-commerce (un negozio online) è più semplice di quello che si pensa. L'e-commerce è un settore sempre più in espansione, un settore cruciale per migliorare il ritorno economico e il reddito di tantissimi negozianti, piccoli e grandi.



Anche il Governo ormai se ne è accorto e con Agenda Digitale, in cui sono racchiuse una serie di misure per informatizzare e digitalizzare tutto il paese, inclusi incentivi ed idee per far decollare l'e-commerce nel nostro Paese.

Perché investire nell'e-commerce? semplice, perché con l'e-commerce alcuni costi di gestione tipici di un negozio fisico non esistono, come ad esempio il pagamento dell'affitto, di luce, acqua

e quant'altro. Ma non solo. L'e-commerce non è solo un modo per migliorare il reddito di chi opera già nel commercio ma rappresenta anche una buona idea imprenditoriale, al passo con i tempi, affiancata dalle dovute conoscenze burocratiche, tecniche e di web marketing.

Per avviare un'attività di e-commerce ci sono due strade. Una è quella di cominciare in piccolo, magari mettendo il proprio negozietto online su ebay per alcuni mesi per testarne il ritorno economico e le conversioni da parte degli utenti. Le conversioni o leads, rappresentano il compimento di azioni da parte dei consumatori volte a visitare il proprio negozio on line, che si concludono con un acquisto. Questo primo passo è piuttosto semplice, poiché registrarsi su ebay è abbastanza facile anche per un neofita del computer. Un'altra strada, è quella di aprire ex novo un'attività online improntata al commercio elettronico: è possibile, in questo caso, fare del proprio negozio un e-commerce, per vendere direttamente online prodotti che teniamo in un magazzino. Magari per cominciare può andar bene anche una stanza della casa dove abbiamo già archiviato o catalogato dei prodotti, siano accessori per la casa, oggetti di elettronica, abiti o scarpe realizzati da noi, l'e-commerce si estende a qualsiasi segmento di mercato. Gli step successivi e fondamentali per avviare un'attività di e-commerce a questo punto vertono su tre aspetti in particolare: aspetti burocratici, aspetti, tecnici e aspetti promozionali.

Aspetti burocratici

Gli aspetti burocratici riguardano tutto ciò che occorre per mettersi in regola con il fisco e con le leggi italiane. Prima di tutto occorre registrare la propria attività alla Camera di Commercio ed aprire la partita IVA. Occorre poi informare il comune di riferimento dell'inizio dell'attività commerciale tramite una comunicazione telematica, documento che va poi inviato mediante firma digitale. Questa si chiama comunicazione SUAP, ovvero Sportello unico per le attività produttive, che presuppone una Segnalazione certificata di inizio attività, chiamata anche con la sigla SCIA.

Aspetti tecnici

Gli aspetti tecnici riguardo l'apertura di un'attività di e-commerce vertono su cosa bisogna sapere, come iniziare e con cosa iniziare, quale piattaforma è meglio avere per cominciare con il nostro e-commerce. Bene subito sapere che l'e-commerce necessita di una piattaforma che supporti come minimo il linguaggio php e un database in cui inserire i prodotti da vendere che dovranno essere organizzati in maniera funzionale alla vendita(con carrello, modalità di scelta multipla, modalità varie di pagamento, reset dell'ordine, scelta del corriere, ecc). In genere, se conoscete sviluppatori abbastanza esperti, la spesa potrebbe aggirarsi intorno ai 500-1000 euro al massimo, se vi affidate ad agenzie, i costi ovviamente levitano, ma magari si hanno più garanzie.

Aspetti Promozionali

Una volta che il nostro sito è online bisogna pensare a lanciarlo. Ci sono tanti modi per farlo: social network, blog, article marketing, un po' di seo(search engine optimitation). O ci si affida a professionisti del web marketing, oppure si può cominciare da soli ad informarsi su come aprire un blog direttamente collegato al proprio sito, con articoli aggiornati sulla merce in vendita, strutturati per parole chiave collegate al sito: se ad esempio vendiamo elettronica o telefonini, possiamo scrivere articoli che vertono su questo e viceversa. Un'altra idea è quella di affidarsi ai siti dei Confronta prezzi, ovvero quei siti come Kelkoo, Ciao prezzi e tantissimi altri che costruiscono i loro database sui tantissimi negozi di e-commerce ad essi collegati. Un'altra idea è quella di mettere annunci sui siti di annunci gratuiti, ma a questo punto se si ha un minimo da investire si possono seguire i consigli di un bravo consulente di web marketing.

Dopo questi passi è necessario occuparsi di un aspetto cruciale dell'e-commerce: il CRM, ovvero il customer management system, che detto in parole povere rappresenta la gestione dei clienti: seguirli nei loro movimenti sul nostro sito, nelle conversioni, negli acquisti, attraverso una certa attenzione al feedback, ai contatti, alla comunicazione. Mai tardare nella risposta ad una mail di un cliente! Mai deluderli, possiamo perderli in un click, vista la concorrenza sempre più agguerrita.

Proprio per questo per avviare un'attività di e-commerce dobbiamo soprattutto essere presenti, partecipare a tutti gli aspetti del progetto, prima e soprattutto, dopo.

Per chi volesse un supporto nell'avvio dell'attività segnaliamo il Kit Creaimpresa (da noi valutato e ritenuto veramente valido): [Come avviare un negozio online \(attività di e-commerce\)](#)

Dire che essere sul web è un passo fondamentale per aprire una qualunque attività commerciale ormai è quasi scontato. Ognuno di noi sa quanto tempo si trascorre su internet ogni giorno e ne capisce facilmente la resa economica che questo può portare a un negozio. Secondo gli ultimi dati pubblicati da Audiweb nel 2012 sono stati 13.8 milioni gli italiani collegati giornalmente a internet, con un aumento dell'8,4% rispetto all'anno precedente. Più di tre quarti di questi, con un'età compresa tra gli 11 e i 74 anni, hanno dichiarato di accedere alla rete non solo da casa, ma anche da lavoro, luoghi di studio o tramite tablet e cellulari. Inoltre, sondaggi preventivi, dichiarano che circa 5 milioni di italiani hanno affermato di voler acquistare sul web i regali di Natale. I prodotti e i servizi maggiormente acquistati risultano essere: hi-tech, trattamenti estetici, cene e weekend fuori porta, abbigliamento e calzature, mentre pochi ancora acquistano alimentari.

Come aprire Così come ogni attività commerciale per aprire un negozio on line si devono seguire alcuni iter burocratici standard, ma, a differenza di un'attività fisica. aprire un negozio on line è molto più semplice e veloce: - apertura partita IVA (non è obbligatoria per le attività con un fatturato annuo lordo inferiore a 5.000€); - iscrizione alla Camera di Commercio; - comunicazione inizio attività, specificando luogo e inizio attività (si può iniziare a esercitare dopo 30 giorni dalla comunicazione); - altre pratiche possono essere richieste in base alla tipologia di attività, alla presenza di personale o ad altri fattori.

Anche aprire un negozio on line richiede studi e valutazioni ma in generale prima di aprire un negozio on line è importante tenere conto di alcuni aspetti: - cura del sito. Il sito è il negozio e si deve presentare come tale da tutti i punti di vista ma è anche il biglietto da visita e quindi ciò che ci presenta al nostro potenziale cliente: - vendita diretta o indiretta. Vendere sul sito, quindi adottare una strategia e-commerce diretta, oppure offrire un servizio gratuito attraendo il potenziale cliente per poi proporre servizi più specifici fatti ad hoc per lui? La risposta può sembrare immediata se guardiamo esclusivamente il tipo di servizio o di prodotto offerto, ma non è sempre così; - cura del servizio pre-vendita, vendita e post vendita quindi informazioni sul prodotto o servizio, sulle modalità di pagamento e di trasporto, modulistica, calcolo delle spese, modalità di pagamento, ma anche assistenza e informazioni dopo l'acquisto, ecc...; - Eventuali integrazioni. Il web ci dà tantissime possibilità di espansione per aprire un negozio on line in base al tipo di vendita che intendiamo offrire. Possiamo associare servizi quali Ebay e similari, integrazioni ecommerce facebook, twitter o altri social network o ancora canali specifici che

permettano di ampliare il bacino d'utenza e la visibilità on line; - conoscere le abitudini dei propri clienti. Uno dei veri punti di forza del web è la possibilità di monitorare le abitudini in modo molto più specifico rispetto a un negozio standard attraverso vari servizi di statistiche e informazioni sul proprio negozio on line. In questo modo si potrà sapere come si comportano mediamente i visitatori sul sito e sarà anche più facile prendere delle decisioni gestionali e aziendali.

Aprire un negozio on line, rispetto ad aprire un negozio standard, differisce anche nelle leve principali:

	Negozio standard	Negozio on line
Pubblicità e agli obiettivi) almeno per i primi tempi	standard e web (in base alla tipologia approccio esclusivamente web based,	
Prezzo riguarda i prodotti	ponderato	il più basso possibile, soprattutto per quanto
Prodotto prodotto	limitazione derivata da spazio	eventuale richiesta a terzi in mancanza del
Punto prodotti, non richiesto in caso di vendita di servizi	vendita	necessario magazzino necessario nell

Pro e contro

Come tutte le tipologie di attività anche aprire un negozio on line ha i suoi vantaggi e i suoi svantaggi rispetto a un negozio standard. Per prima cosa analizziamo i punti di forza che ha aprire un negozio on line: - investimento basso, soprattutto per quanto riguarda sviluppo e promozione del sito; - spese gestionali più contenute; - software con gestione aziendale integrato nei maggiori sistemi di e-commerce, anche freeware (quindi disponibili gratuitamente on line); - non eccessiva esperienza richiesta, ne dal punto di vista gestionale ne sul settore di riferimento; - clientela potenziale più estesa; - riduzione costi e delle attese bancarie perché tutto viene fatto sul web; - acquisti d'impulso e acquisti correlati più frequenti; - possibilità di

monitoraggio specifico grazie ai numerosi strumenti forniti gratuitamente e a pagamento sul web.

Analizziamo ora i punti deboli di aprire un negozio on line: - margini generalmente inferiori; - maggiore concorrenza, anche per questo motivo spesso diventa necessario avere un prezzo più competitivo, ma non sempre; - esigenza di un sito professionale, sbagliato scegliere soluzioni troppo facili o troppo economiche, sarebbe idoneo confrontarsi con un esperto; - tempi d'attesa molto ristretti, il cliente non accetta tempi d'attesa troppo lunghi per la consegna; - ottima esperienza d'acquisto e maggiore intelligenza d'acquisto da parte del cliente; - pianificazione logistica spesso non semplice (magazzino, spedizioni ecc), soprattutto se parliamo di beni deteriorabili (per esempio i prodotti alimentari); - clientela potenziale più esigente; - aumento dei tempi di consegna del bene. Nel negozio standard abbiamo la consegna del bene all'acquisto, nel negozio on line invece passano giorni prima che il bene arrivi a destinazione; - minore conoscenza del bene. Il web non ci permette di sfruttare alcuni sensi (per esempio toccare un capo d'abbigliamento).

Click and mortar

Click and mortar, bricks and clicks o ancora clicks and flips, sono quei negozi che vendono i propri prodotti sia on line (click) sia in un punto vendita classico (mortar. bricks o flips), alcuni a volte offrono anche la vendita a catalogo e quella telefonica. Il classico esempio è quello di una catena di negozi che permette al cliente sia l'acquisto on line, offrendo il reso o il cambio al negozio fisico, sia l'acquisto in uno dei loro punti vendita, consegnando il bene a casa anche successivamente all'acquisto (per esempio per momentanea mancanza di prodotti, colori o altro). La presenza fisica permette anche una vendita più efficace su internet perché il negozio acquista fiducia nei confronti del cliente potenziale e allo stesso tempo permette di raggiungere luoghi in cui non è fisicamente presente il negozio. Inoltre, il click and mortar permette di applicare forme di pubblicità associabili solo al web ma che aiutano anche a migliorare l'immagine percepita sul mercato generale con budget decisamente inferiori (la pubblicità su internet ha costi mediamente inferiori). Il valore aggiunto di aprire un negozio standard disponibile anche on line sta nel fatto che il nostro pubblico aumenta notevolmente, non solo per motivi geografici, come detto precedentemente, ma anche per motivi di stile di vita. Ad esempio il cliente che non ha tempo potrà acquistare on line, quello invece che preferisce guardare i dettagli, toccare il bene o magari odorarlo, ovvero tutto ciò che il web non permette, preferirà recarsi al negozio mortar. Anche se alcune aziende sono cresciute molto più velocemente e molto di più applicando questa logica, mi sembra doveroso specificare che non tutti i negozi si prestano alla vendita on line: ipotizziamo, per esempio, di dover acquistare un'autovettura, un immobile o qualunque altro prodotto che abbia bisogno di un acquisto

ponderato. Resta, così, semplice comprendere le tipologie di attività che possono avere un buon appiglio su internet: gli acquisti d'impulso, ovvero quelli fatti in funzione di uno stimolo momentaneo provocato dal piacere di avere quel bene al di là della sua utilità o della sua convenienza. Uno studio conferma l'importanza dell'acquisto d'impulso affermando che solo il 19% di coloro che fanno una lista acquistano soltanto ciò che c'è scritto nella lista.

Soluzione Strategica

Soluzione Strategica ti permette di mettere in pratica e ti aiuta a definire la tua idea per aprire un negozio on line offrendoti: ricerca del finanziamento pubblico o privato più adatto alle tue esigenze, sviluppo e studio di fattibilità del tuo progetto, studio del mercato di riferimento, soluzioni per la massimizzazione dei tuoi utili, tutte le pratiche burocratiche del caso e tutti gli studi che possono far rendere al meglio la tua attività, perché la nostra realizzazione è il tuo successo. In più ti offriamo assistenza da parte di esperti sia nella fase di avviamento che in quella di gestione dell'attività con un consulente personale pronto a trovare la soluzione giusta per te.