

Comunicato stampa



**I 7 VIZI CAPITALI
DELL'E-COMMERCE**
UN EVENTO MOSTRUOSAMENTE VIRTUOSO

**Il processo d'acquisto è definitivamente cambiato:
eCommerce è Commerce, il Marketing è Digital.**

Imprese e eCommerce:

le aziende che si rimodellano sposando Digital e eCommerce per una radicale Digital Transformation scalano il mercato a scapito di concorrenti che non lo fanno.

Il segreto della trasformazione passa per Omnicanalità, Customer Journey, Unique Value Proposition, Marketing Automation. Ma passa anche attraverso la capacità delle risorse umane di guidare questa trasformazione tenendo insieme marketing e tecnologia.

Quali sono i classici errori che commettono le aziende che fanno eCommerce?
E i percorsi e le metodologie virtuose? Se ne parla alla

**4° edizione di Ecommerce Strategies
"I 7 Vizi Capitali dell'eCommerce"**

Fiera di Vicenza - Sala Palladio, 14 dicembre 2016
dalle ore 8.30 alle ore 18.30

Vicenza, 1 dicembre 2016 - La **convergenza tra tecnologia e marketing** è il tema caldo nel percorso di Digital Transformation delle aziende dove eCommerce e Commerce sono di fatto la stessa cosa. Nell'ecosistema di applicazioni digitali progettate per chi fa marketing **lo scenario che si presenta è customer-centrico**: creare esperienze soddisfacenti per i clienti potenziali o acquisiti con attività di misurazione e monitoraggio che assumono un ruolo cruciale.

Il rapporto "Gartner's 2015-2016 CMO Spend Survey" rivela che **il 64% dei marketer considera il digital Commerce come l'area in cui concentrare la maggior parte degli investimenti tecnologici** destinati alla personalizzazione dei contenuti, alla costituzione di relazioni dirette con specifici segmenti di audience e all'orientamento del processo di

acquisto. È chiaro, dunque, che **la tecnologia gioca un ruolo fondamentale** in questo quadro, ma **solo se accompagnata da una visione strategica in grado di coinvolgere ogni asset aziendale**.

Su questi e su molti altri temi si confronteranno a Vicenza 22 esperti italiani e internazionali nella **4° edizione di Ecommerce Strategies**, evento organizzato da Studio Cappello, una delle principali e più certificate Web Marketing Agency Italiane, nonché Premier Google Partner. Durante la **giornata di formazione gratuita**, destinata a imprese e agenzie, si parlerà de **I 7 Vizi Capitali dell'eCommerce** che sono gli errori comuni che insidiano le fasi cruciali di vita di un'impresa che si "digital-trasforma".

Fare eCommerce non significa andare online con un sito/carrello e investire in promozione. Significa, piuttosto, concepire un modo nuovo di fare impresa, che richiede nuovi modelli organizzativi, declinazione di nuove strategie, governance di progetto, fornitori digital e tecnologie. Significa valutare costi, tempi e risorse umane.

Se non si comprendono tutte le dinamiche della vendita online, delegando la gestione del proprio eCommerce a terzi, non si riuscirà mai a comprendere le nuove, reali esigenze dei propri clienti "omnichannel". Non c'è da meravigliarsi quindi se per molti il fatturato non decolla.

Internalizzare le attività eCommerce, almeno quelle che hanno a che fare con i servizi strategici, e mantenerne la governance, è l'unico modo per crescere nel mercato da protagonisti e cavalcare la Digital Transformation che sta modificando i modi di relazionarsi e fare acquisti delle persone. Ma per molti imprenditori questa è una sfida piena di ostacoli: poca esperienza e competenza in materia è spesso causa di scelte incaute.

In apertura il saluto di Andrea Cappello, CEO di Studio Cappello e di Ewolf, la prima Digital Commerce Boutique italiana, che introdurrà i lavori spiegando come i nuovi comportamenti d'acquisto stiano cambiando il modo di fare azienda.

Sarà poi la volta dell'Osservatorio del Politecnico di Milano che presenterà, in esclusiva per il nord-est, i dati più recenti sull'andamento dell'eCommerce "**eCommerce B2C 2016: Dati e Tendenze**": analisi puntuale dell'offerta; confronto con lo scenario internazionale; analisi degli acquisti in Italia tramite mobile; modelli multicanale adottati dai merchant italiani, con particolare attenzione ai benefici e alle criticità connesse; analisi dei servizi logistici a supporto dell'eCommerce B2c; esempi rappresentativi dei trend in atto nell'eCommerce B2c. Si entrerà quindi nel vivo della giornata con 16 interventi e 6 workshop che spiegheranno i 7 vizi che minano l'eCommerce e le soluzioni per farlo funzionare nel modo giusto.

"Uno dei segreti del successo di un'impresa oggi è quello di continuare a rimanere nella testa delle persone ed essere preferiti quando si manifesta il bisogno" - spiega Giovanni Fagherazzi, Digital Business Strategist di Studio Cappello. "Per molti aprire un eCommerce non è una sfida da poco. E affrontare tutto il processo che implica realizzare un business online per portarsi a casa un misero 5% in più non fa gola a nessuno. Ma è proprio

qui che si annida uno dei vizi più subdoli: considerare l'eCommerce solo come uno strumento per fare altro fatturato è un grosso errore.”

Sul palco Google, Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano, Ewolf, Banco Popolare, Netsuite, Prestashop, Highstreet.io, WMRA, Selligent, SMC Consulting, AdMingle, AW Lab, Adviva, CST Logistica e Trasporti, Clustin, CLERK.io, Cervato Law & Business, Intershop, ITReview, Qlik, Trustpilot, Qaplà, 4Dem, Commanders Act.

Spazi espositivi saranno allestiti per ospitare incontri a tu per tu con i partner dell'evento.

L'evento è gratuito previa registrazione online: www.ecommercestategies.it

Per informazioni: eventi@wmr.it

Hashtag ufficiale: #esvi16

Programma e relatori

Sessione Plenaria

- **Il processo d'acquisto è definitivamente cambiato**
Andrea Cappello
CEO - Studio Cappello, Ewolver

- **Invidia.** “Il mio concorrente ha l’eShop? Allora anch’io ma più glam! ...ma poi dove vado?”
 - **Presentazione dei dati 2016 “eCommerce B2C In Italia”**
Riccardo Mangiaracina
Direttore dell’Osservatorio eCommerce B2c del Politecnico di Milano

 - **Far emergere la Value Proposition per vincere facile**
Federico Gasparotto
eCommerce & Digital Evangelist

- **Gola.** “Finalmente ho l’eCommerce: vendo, svuoto tutto e realizzo subito!”
 - **Strategie e strumenti per l’analisi multicanale del tuo cliente**
Gian Musolino
Country Manager - Selligent

 - **Soluzioni per personalizzare l’esperienza d’acquisto del tuo prodotto**
Sarah Bacchetti
Account Executive Manager - Clerk.io

- **Ira.** “Il mio eCommerce un Flop?!? Qualche testa rotolerà per questo!”
 - **Logistica e delivery 4.0**
Marco Benettin
Direttore Commerciale, Logistica e IT di CST - Ewolver

 - **I dati aiutano... se sai come gestirli**
Riccardo Mares
Digital Manager – Studio Cappello

- **Superbia.** “Per il mio eCommerce ho comprato tutta la tecnologia più yeah!
...ma non va!”

- **Marketplace, dropshipping, proximity marketing. Cosa, come, perché**
Giovanni Guardalben
CEO – Highstreet.io
- **La convergenza necessaria tra tecnologia e marketing**
Giovanni Fagherazzi
Digital Business Strategist – Studio Cappello, Ewolver
- **Email automation**
Paolo Errico
CEO – founder 4Dem.it
- **Accidia. “Perché il MIO eCommerce guidato da ALTRI non va come vorrei IO!?!”**
 - **Accelerare innovazione e trasformazione aziendale? Detto, fatto!**
Giuseppe Ruoti
CEO Clustin srl – Netsuite Provider
 - **eCommerce actually. Il caso AW LAB**
Nicola Corà
eCommerce Specialist – AW Lab
- **Lussuria. “Faccio pubblicità, quindi vendo! vendo!! vendo!!? ...vendo???”**
 - **L’analisi della Customer Journey Multicanale secondo Google**
Marco Gallo
Agency Development Manager - Google
 - **La CRO? Un’attività vanitosa**
Vittorio Tessari
eBusiness Strategist - Studio Cappello
 - **Search Marketing: Il nexus of forces per far decollare le vendite**
Valentina Tiengo
Digital Strategist - Studio Cappello
- **Avarizia. “5k, 50k o 500k? Mumble mumble... eCommerce: ma quanto costi?”**
 - **E che dire del budget?**
Senior Consultant
Business Strategist, Ewolver

Workshop

- **SMC Consulting e Intershop insieme per il mercato italiano**
Stefan Ranger
Sales Manager – SMC Consulting
- **weCommerce is better eCommerce**
Luca Mastroianni
Country Manager Italy at PrestaShop
- **Internalizzare l'eCommerce nel fashion**
Andrea Serraiotto
eCommerce Strategist, Ewolfer
- **Attribution modelling: che cosa c'è al di là del last click**
Marco Frassinetti
Country Manager Italy – Commanders Act
- **Pagamenti online**
Fabio Burini
Banco Popolare
- **Legal Commerce: differenze tra B2B e B2C**
Piergiovanni Cervato
Cervato Law & Business, Studio Legale di Impresa