



FUTURE e-COMMERCE

2022-1-RO01-KA220-VET-000088579

*Guida alle Buone
Pratiche*

This Project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which be made of the information contained therein.



**Co-funded by
the European Union**

INDICE

ITALIA	3
1. Pane da Matera al resto del mondo.....	3
2. Tufo dei Sassi in piccole sculture vendute online.....	5
3. Dalla coltivazione degli alberi di olive all'e-commerce.....	6
4. E-commerce come strumento di promozione delle aree rurali	8
5. Una piattaforma di e-commerce per aiutare gli artigiani Italiani durante la Pandemia	9
ROMANIA	12
1. Negozio di alimentari online	12
2. Esteto.....	13
3. Haine Select.....	13
4. Zapatos	14
5. Karturi Berg	15
6. Fitness Nation.....	16
7. Niche Brands	17
8. SMART TabbyBoo	18
9. AQUA Life	19
10. Energie Sostenabila	20
SPAGNA	21
1. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online I.....	21
2. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online II.....	23
3. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online III.....	25
4. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online IV.....	27
5. Buone pratiche di e-commerce sviluppate durante la pandemia: Compraensoria.com	29
6. Alloggio e attività all'aperto	32
7. Olio d'oliva di alta qualità.....	33
8. Cantina	34
9. Salumi.....	35
10. Adattamento al commercio elettronico a causa della pandemia COVID-19	36
TURCHIA	38
1. Biglietto da visita digitale Trowas	38
2. Homefoni ev tekstilleri	39
3. Syorell.....	40

4. Söyle Gelsin	42
5. Fozy	43
6. Hobiburada	44
7. Tazze di ceramica	45
8. E-Hediyeci	46
9. Pastaland	47
10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri.....	48



ITALIA

1. Pane da Matera al resto del mondo

NOME DELL'AZIENDA:	Pane e Pace
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Il forno tradizionale di Pane e Pace è l'esempio di come un'azienda artigianale possa adottare un modello di e-commerce sostenibile, mantenendo la propria tradizione e i propri valori.</p> <p>La famiglia Perrone è attiva da oltre un secolo nella produzione di pane a Matera, con un forno a legna tradizionale.</p> <p>Tre generazioni di panettieri hanno attraversato tutto il XX secolo, partecipando ai cambiamenti e alle rivoluzioni che hanno trasformato la società italiana. In una città antica come Matera, dove si ha l'impressione che il tempo ogni tanto si fermi, riprenda fiato e continui, Pane e Pace ha mantenuto vivo il rapporto con il territorio e ha saputo conservare e tutelare, innovare e diffondere la conoscenza della panificazione.</p> <p>Il risultato è la forte caratterizzazione del pane, tanto da renderlo identitario per la comunità. L'esperienza professionale, il senso di responsabilità e l'attenta selezione delle materie prime garantiscono la preparazione di prodotti sani. Il progetto Pane e Pace è la manifestazione dell'impegno nella produzione consapevole di alimenti autentici per favorire la buona salute alimentare e la pace in se stessi, nelle famiglie e nella società.</p>

	<p>È un esempio di Frugal Management perché lavora sulle 4 dimensioni che si integrano tra loro in un modello tanto antico quanto moderno.</p> <p>Oggi Pane e Pace vende i suoi prodotti in tutto il mondo grazie a una piattaforma di e-commerce, disponibile al link https://www.paneepace.it/forno-online/, dove si trovano non solo alimenti tipici (come pane, biscotti, taralli ecc.), ma anche prodotti innovativi a base di pane, tra cui la birra.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>I principali problemi legati al commercio elettronico di Pane e Pace riguardano la capacità di consegnare ai clienti tutti i prodotti acquistati in tempo e senza comprometterne la qualità.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.paneepace.it/</p> <p>https://www.sassilive.it/economia/enogastronomia/antico-forno-a-legna-di-matera-pane-e-pace-scelto-come-migliore-pratica-per-le-commerce-sostenibile-di-unimpresa-artigiana/</p> <p>https://www.basilicatamagazine.it/pane-e-pace-matera-indicato-come-migliore-pratica-nel-commercio-online-sostenibile/</p> <p>https://www.paneepace.it/2023/01/13/pa-ne-e-pace-matera-indicato-come-migliore-pratica-nel-commercio-online-sostenibile/?fbclid=IwAR3JF_h646kgafy8Vo3fkIp4x8jpdWc3zxLE3JXGdX3hZaCkFMFQfc3N0Js</p>
<p>FOTO</p>	<p>https://www.paneepace.it/gallery/</p>

2. Tufo dei Sassi in piccole sculture vendute online

NOME DELL'AZIENDA:	Progetto Arte
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Progetto Arte nasce 20 anni fa, con l'intento di soddisfare la richiesta di elementi architettonici in tufo per il restauro e la ristrutturazione dei Sassi. Oggi, oltre ad essere ancora impegnata nella produzione di elementi per il restauro e la ristrutturazione, Progetto Arte produce apparecchi di illuminazione, prodotti per l'edilizia, arredi per la casa e complementi d'arredo; tutti realizzati in modo tradizionale con il supporto di designer internazionali.</p> <p>Il tufo è una pietra calcarea di formazione sedimentaria, duttile e altamente resistente alla compressione. Fino a pochi anni fa, il tufo è stato uno dei principali materiali da costruzione utilizzati nella nostra regione (Basilicata). Oggi, grazie all'associazione con i "Sassi", il tufo di Matera gode di un riconoscimento nazionale e internazionale. In risposta a questa crescente consapevolezza di Matera e del tufo (la pietra con cui sono stati costruiti i "Sassi"), c'è una crescente domanda in Italia e all'estero di prodotti artigianali realizzati con questa pietra.</p> <p>Così, il team di Progetto Arte ha deciso di implementare la produzione di piccole sculture in pietra di tufo e ha creato il marchio Tufa, che permette di vendere questi prodotti non solo nel suo negozio situato a Matera, ma anche online, grazie alla piattaforma di e-commerce disponibile al link https://tufaitaly.com/collections/all.</p>

	Così, questi piccoli artigiani locali vendono in tutto il mondo i loro prodotti, creati con il tufo, materiale tipico di Matera.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	I principali problemi legati all'e-commerce di Progetto Arte riguardano le competenze necessarie al personale che deve gestire la piattaforma web, compreso il lavoro che serve per aggiornarla con foto belle e interessanti e descrizioni attraenti dei prodotti, oltre che per la gestione di un efficace servizio clienti online prima e dopo la vendita, ecc.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.progettoarte.info/it/ https://tufaitaly.com/
FOTO	https://www.progettoarte.info/it/prodotti/le-nostre-realizzazioni https://tufaitaly.com/collections/all

3. Dalla coltivazione degli alberi di olive all'e-commerce

NOME DELL'AZIENDA:	L'Olio dei Sassi
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Fondata nel 2000, L'Olio dei Sassi è un'azienda a conduzione familiare che si occupa della produzione, trasformazione e commercializzazione di olio extravergine di oliva e che ha sede a Matera. L'azienda, con umiltà, impegno e grande spirito di sacrificio, negli anni ha saputo crescere a piccoli passi, senza mai dimenticare l'importanza di praticare una coltivazione genuina e sana nel pieno rispetto dell'ambiente.

	<p>Grazie alla continua formazione del personale, all'impegno costante e alla crescente passione di tutta la famiglia, l'azienda piazza il suo olio extravergine di oliva, a marchio L'Olio dei Sassi, al 1° posto del Concorso Regionale Olivarum nella Sessione dell'Accademia Nazionale dell'Olivo in Basilicata.</p> <p>Dopo questo straordinario risultato e credendo fermamente nelle potenzialità di questo progetto, la famiglia Vitale, che era partita dall'idea di praticare la coltivazione degli ulivi e di vendere semplicemente a terzi le olive prodotte, nel tempo non solo è passata alla produzione di olio extravergine di oliva e alla sua commercializzazione, ma con l'acquisto di un frantoio è riuscita finalmente a chiudere l'intero ciclo produttivo dell'olio all'interno dell'azienda stessa.</p> <p>Quindi, questi piccoli artigiani locali hanno iniziato a vendere i loro prodotti non solo in negozio, ma anche online, per commercializzare in tutto il mondo il loro olio coltivato a Matera.</p> <p>La piattaforma di e-commerce che hanno creato è disponibile al link https://www.oliodeisassi.it/prodotti/ e i loro prodotti sono molto conosciuti in Italia e all'estero.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>I principali problemi legati all'e-commerce de L'Olio dei Sassi riguardano la capacità di consegnare al cliente tutti i prodotti acquistati in buono stato. A causa dell'elevato numero di persone che utilizzano la piattaforma di e-commerce, un altro problema da affrontare riguarda la competenza e il grado di impegno necessario da parte del personale che gestisce il sistema di e-commerce.</p>

ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.oliodeisassi.it/
FOTO:	https://www.oliodeisassi.it/filiera/

4. E-commerce come strumento di promozione delle aree rurali

NOME DELL'AZIENDA:	Masseria Agricola Buongiorno
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>L'azienda Masseria Agricola Buongiorno nasce a Senise, piccolo comune situato in Basilicata a ridosso del Parco Nazionale del Pollino, con l'obiettivo di promuovere e valorizzare l'eccellenza della cucina lucana, il "Peperone di Senise IGP", conosciuto anche come "Oro Rosso" qualità unica nel suo genere dal sapore insolito, un prodotto simbolo della tradizione gastronomica lucana.</p> <p>L'azienda produce principalmente peperoni di Senise IGP, certificati da una filiera garantita dalla terra al vasetto. Ogni fase della produzione è seguita con attenzione, dalla semina alla raccolta, all'essiccazione, alla lavorazione e al confezionamento, per garantire la qualità del prodotto.</p> <p>Producono e trasformano i prodotti agricoli che la loro terra, la Basilicata, offre. Dalle olive, alle melanzane bianche di Senise e Rotonda fino alla fragola di Cadonga, per preservare e promuovere il territorio attraverso la trasformazione di prodotti 100% lucani.</p> <p>Con l'obiettivo di promuovere il territorio lucano e i suoi prodotti, l'azienda ha deciso di implementare la vendita online, da affiancare agli altri canali di distribuzione</p>

	<p>tradizionali: gastronomie o punti vendita selezionati in tutta Italia e ristoranti.</p> <p>L'e-shop è disponibile al link https://www.masseriagricolabuongiorno.it/i-nostri-prodotti/</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>Uno dei rischi che si corrono quando si inizia un'attività di e-commerce è quello di avere una scarsa SEO, che può far finire il sito web nelle posizioni più basse dei motori di ricerca. Ciò significa che i potenziali clienti non saranno in grado di trovare l'azienda attraverso i motori di ricerca, perdendo così il denaro e il tempo spesi per implementare la piattaforma di e-commerce.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.masseriagricolabuongiorno.it/</p>
<p>FOTO:</p>	<p>https://www.masseriagricolabuongiorno.it/gallery/</p>

5. Una piattaforma di e-commerce per aiutare gli artigiani Italiani durante la Pandemia

<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>MIRTA</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>MIRTA è una startup cresciuta in tempi di pandemia, una piattaforma di e-commerce che sostiene gli artigiani italiani e promuove il loro lavoro, facendoli conoscere direttamente ai clienti di tutto il mondo. Grazie alla tecnologia digitale, la piattaforma apre le porte delle botteghe creando un legame diretto tra il produttore e il cliente finale e mettendo al centro le creazioni, il valore e la firma di ogni artigiano.</p>

Nel 2019, **MIRTA** ha lanciato la propria boutique con i migliori marchi locali del Made in Italy. Ha avuto un successo inaspettato durante il periodo della pandemia, con un fatturato di oltre 10 milioni di dollari in soli 2 anni, con prodotti apprezzati in tutto il mondo. Avendo sperimentato in prima persona quanto sia doloroso e costoso per le boutique indipendenti trovare e raggiungere marchi locali e inesplorati, **MIRTA**, nasce con l'obiettivo di potenziare i negozianti, offrendo loro una piattaforma facile da usare per ricercare e ordinare marchi indipendenti non ancora scoperti.

MIRTA ha rivoluzionato gli acquisti di moda ricercando i migliori marchi locali e portando collezioni fatte a mano ai curatori delle boutique, facilitando e digitalizzando la connessione tra marchi e rivenditori.

"Puntiamo a portare le merci italiane all'estero - racconta ad Alley Oop Martina Capriotti, fondatrice di Mirta insieme a Ciro Di Lanno - e ad aiutare le piccole realtà artigianali colpite duramente durante la pandemia nel passaggio al digitale. Non essendo online e spesso abituati alla vendita fisica, quando i turisti non sono più venuti in Italia, si sono sentiti in difficoltà. Abbiamo cercato di sostenerli attraverso la tecnologia e l'e-commerce in un percorso di costruzione, e durante dell'estate abbiamo visto l'effetto maggiore".

I due giovani, entrambi di 32 anni, hanno inventato la formula del pre-ordine, usata soprattutto quando i negozi erano chiusi, dando ai clienti internazionali la possibilità di pre-ordinare i prodotti. Dal punto di vista del cliente c'era entusiasmo nel sostenere le piccole aziende in difficoltà, dal punto di vista dell'artigiano era fondamentale continuare a lavorare anche durante il

	<p>lockdown. <i>"Gli artigiani hanno visto molti ordini cancellati dai negozi- dice Martina - durante la pandemia, e il fatto di portare i loro prodotti su una piattaforma digitale, potendoli far vendere su un altro canale, è stato fondamentale per dare continuità all'attività, quando il loro business tradizionale stava fallendo".</i></p> <p>I dati dicono che su 60.000 artigiani, il 60% non era online: Martina e Ciro hanno preso questa fetta di produttori italiani per aiutarli nella digitalizzazione, che ora rappresenta la normalità</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>In questo caso, il rischio legato all'e-commerce è molto basso perché tutto il sistema tecnico e amministrativo è gestito da Mirta, per cui gli artigiani possono lavorare come sempre nei loro negozi.</p> <p>La soddisfazione del cliente è la spina dorsale di qualsiasi attività di e-commerce. Se i clienti sono soddisfatti, le probabilità di ripetere gli acquisti sono più alte e i vostri prodotti possono essere consigliati a un maggior numero di potenziali clienti.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.mirta.com/</p> <p>https://alleyoop.ilsole24ore.com/2021/11/08/start-up-mirta-e-l-e-commerce-a-sostegno-degli-artigiani-del-made-in-italy/</p>
<p>FOTO:</p>	<p>https://www.mirta.com/m/our-brands</p>

ROMANIA

1. Negozio di alimentari online


NOME DELL'AZIENDA:	Euro Discount V&C SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Euro Discount V&C è una prestigiosa azienda del settore commerciale della contea di Neamt che ha iniziato la sua attività il 31 marzo 2008, spinta dal desiderio di portare prodotti freschi e di qualità sul mercato alimentare.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda all'inizio soffriva per la mancanza di risorse finanziarie disponibili; - L'azienda non era conosciuta sul mercato online; - Costi aggiuntivi per la stipula di contratti con fornitori e corrieri; - L'adozione di regolamenti legislativi o normativi restrittivi con un impatto sfavorevole.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.eurodiscount.ro/
FOTO:	

2. Esteto

NOME DELL'AZIENDA:	S.C. EASY PRO SOFT S.R.L.
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Esteto è un negozio online di prodotti cosmetici professionali. Il negozio online si distingue per una gamma variegata di prodotti e per l'esperienza nel commercio online.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda all'inizio soffriva per la mancanza di risorse finanziarie disponibili; - L'azienda non era conosciuta sul mercato online; - Costi aggiuntivi per la stipula di contratti con fornitori e corrieri; - L'adozione di regolamenti legislativi o normativi restrittivi con un impatto sfavorevole.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.esteto.ro/
FOTO:	

3. Haine Select

NOME DELL'AZIENDA:	S.C. MONSTERA S.R.L.
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Sul nostro sito web sono presenti oltre 25000 prodotti da uomo. Dal classico al completo, dallo sportivo, al casual,

	all'elegante, riusciamo a portare al cliente una gamma variegata di abbigliamento economico e di qualità. Sembra idealistico? Beh, noi vi mostriamo come sia possibile un mercato equo e rispettoso dei clienti.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda all'inizio soffriva per la mancanza di risorse finanziarie disponibili; - L'azienda non era conosciuta sul mercato online; - Costi aggiuntivi per la stipula di contratti con fornitori e corrieri; - L'adozione di regolamenti legislativi o normativi restrittivi con un impatto sfavorevole.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.haineselect.ro/
FOTO:	

4. Zapatos

NOME DELL'AZIENDA:	S.C. Boutique Mall S.R.L.
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Zapatos è una boutique di calzature e accessori per uomini e donne.
PROBLEMI/RISCHI:	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda all'inizio soffriva per la mancanza di risorse finanziarie disponibili;

Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda non era conosciuta sul mercato online; - Costi aggiuntivi per la stipula di contratti con fornitori e corrieri; - L'adozione di regolamenti legislativi o normativi restrittivi con un impatto sfavorevole.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://zappatos.ro/
FOTO:	

5. Karturi Berg

NOME DELL'AZIENDA:	Corban Petru PFA
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Il negozio offre un'ampia gamma di go-kart con pedali e accessori.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavourable impact.

ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	http://www.karturi-berg.ro/
FOTO:	

6. *Fitness Nation*


NOME DELL'AZIENDA:	RANATION SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Fitness, nutrizione e salute! Programmi di allenamento per la massa muscolare, la perdita di peso e la ricomposizione corporea.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavorable impact.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://fitness-nation.ro/

FOTO:	
-------	--


7. Niche Brands

NOME DELL'AZIENDA:	NICHE BRANDS SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Consulenza sui fondi europei - Soluzioni valide ed efficienti per la realizzazione dei progetti di investimento proposti.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavorable impact.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	http://nichebrands.ro/
FOTO:	


8. *SMART TabbyBoo*

NOME DELL'AZIENDA:	BEST ALTERNATIVE TECHNOLOGIES SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>SMART TabbyBoo® è un nuovo marchio che Daniela e Raul, due genitori entusiasti, hanno creato per i genitori che condividono il loro stesso spirito e gli stessi valori. Essere un genitore moderno è complicato, ogni giorno porta con sé nuove sfide, stress, incertezze e... tanta gioia.</p> <p>Hanno creato il marchio SMART TabbyBoo® per aiutare i genitori a creare momenti felici con i loro piccoli.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavorable impact.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://tabletecopii.ro/
FOTO:	

9. AQUA Life

NOME DELL'AZIENDA:	NATIVART SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Un team di persone con esperienza nella costruzione, manutenzione e riparazione di piscine. L'obiettivo principale è la costruzione di piscine in grado di stupire e, soprattutto, di soddisfare i gusti dei clienti. Offre un design originale, a seconda delle esigenze e dello spazio esistente, soluzioni tanto ingegnose quanto attraenti.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavorable impact.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://piscineaqualife.ro/
FOTO:	

10. Energie Sostenabila

NOME DELL'AZIENDA:	GLOBAL ONLINE SRL
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Energie Sostenabila è un'azienda che si dedica all'installazione di impianti di riscaldamento e condizionamento e di pannelli solari per aziende e privati.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - The business is at the beginning and a lack of available financial resources was felt; - The company was not known on the online market; - Additional costs for concluding contracts with suppliers, courier companies; - The adoption of restrictive legislative or normative regulations with an unfavorable impact.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.energiesustenabila.ro/
FOTO:	

SPAGNA

1. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online I


NOME DELL'AZIENDA:	Cooperativa de Quesos de La Jarradilla
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>La Cooperativa de Quesos de La Jarradilla è un'azienda situata in una zona rurale della regione della Cantabria, dove si producono formaggi artigianali. La migliore pratica attuata consiste nel vendere i propri prodotti attraverso piattaforme di vendita online come Amazon ed Etsy, oltre che attraverso il proprio sito web.</p> <p>Questa strategia ha permesso loro di raggiungere un pubblico più ampio e di aumentare le vendite. Attraverso queste piattaforme online, la Cooperativa de Quesos de La Jarradilla può offrire i propri prodotti a clienti di tutto il mondo, senza dover investire in infrastrutture o aprire nuovi negozi fisici.</p> <p>Inoltre, l'azienda ha sfruttato gli strumenti di marketing online, come i social media, per promuovere i propri prodotti e raggiungere nuovi clienti. La Cooperativa de Quesos de La Jarradilla utilizza Facebook e Instagram per pubblicare foto e descrizioni dei suoi prodotti, oltre che per informare su eventi e attività legate all'azienda.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<p><u>Concorrenza:</u> L'azienda potrebbe trovarsi di fronte a un aumento della concorrenza online, che potrebbe rendere difficile la differenziazione dei prodotti e la realizzazione delle vendite.</p> <p><u>Costi di spedizione e logistica:</u> La gestione delle spedizioni e della logistica potrebbe</p>

	<p>essere più complessa e costosa per l'azienda, con conseguenti ripercussioni sulla sua redditività.</p> <p><u>Mantenimento della reputazione online:</u> Le recensioni e le opinioni dei clienti sono visibili ad altri potenziali acquirenti, quindi l'azienda deve mantenere una buona reputazione online per attirare nuovi clienti e fidelizzare quelli attuali.</p> <p><u>Adattamento tecnologico:</u> L'implementazione di una piattaforma di e-commerce richiede un investimento significativo in termini di risorse e tempo per il suo sviluppo e per la sua manutenzione, il che potrebbe comportare difficoltà tecniche e finanziarie per l'azienda.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.quesoslajarradilla.com/</p>
<p>FOTO:</p>	

2. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online II

<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>Aceites Hacienda El Palo</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>Aceites Hacienda el Palo è un'azienda a conduzione familiare situata nella provincia di Jaén, in Andalusia, che si dedica alla produzione e alla vendita di olio extravergine di oliva di alta qualità. Ha implementato una best practice di e-commerce creando un negozio online che le ha permesso di raggiungere clienti in tutto il mondo e di aumentare la propria presenza sul mercato digitale.</p> <p>Il negozio online offre un'ampia gamma di oli extravergine di oliva, tra cui diverse varietà e qualità. Offre anche altri prodotti come olive e aceti balsamici. Il sito web include informazioni dettagliate su ciascuno dei prodotti, con descrizioni dei sapori, origine e consigli d'uso.</p> <p>Aceites Hacienda el Palo ha utilizzato diverse strategie di marketing digitale per promuovere il proprio negozio online, tra cui pubblicità sui social media e collaborazioni con influencer. Ha inoltre partecipato a fiere ed eventi gastronomici per aumentare la visibilità del proprio marchio.</p> <p>Nel complesso, la strategia di e-commerce di Aceites Hacienda el Palo ha permesso di raggiungere un pubblico più ampio, di aumentare le vendite e di consolidare la posizione di uno dei principali produttori di olio d'oliva in Spagna. Inoltre, è riuscita a distinguersi in un mercato molto competitivo grazie alla qualità dei suoi prodotti e al suo impegno per la sostenibilità e l'ambiente.</p>

<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>Aceites Hacienda el Palo potrebbe aver affrontato sfide legate alla logistica e alla distribuzione online dei suoi prodotti a base di olio extravergine di oliva. L'olio d'oliva è un prodotto delicato che richiede una cura particolare nel trasporto e nello stoccaggio per mantenerne la qualità. L'azienda deve assicurarsi che i suoi prodotti arrivino in buone condizioni ai clienti, il che può essere una sfida nelle aree rurali e quando si esporta in altri Paesi.</p> <p>Inoltre, l'azienda deve garantire che il suo negozio online sia facile da usare e ben progettato, per offrire una buona esperienza al cliente. Deve anche investire in sicurezza e privacy per proteggere le informazioni personali e finanziarie dei clienti.</p> <p>Un'altra sfida per Aceites Hacienda el Palo potrebbe essere la mancanza di riconoscimento del marchio da parte dei consumatori online. La mancanza di interazione personale con i clienti può rendere difficile la costruzione di rapporti di fiducia con gli acquirenti online. L'azienda deve investire in marketing e pubblicità online per aumentare la visibilità del marchio e attirare nuovi clienti nel suo negozio online.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.bravoleum.com/</p>

FOTO:	
-------	--

3. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online III

NOME DELL'AZIENDA:	Naranjas María Teresa
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Naranjas María Teresa è un'azienda di e-commerce che vende arance e altri agrumi coltivati nel suo frutteto a Valencia. L'azienda ha implementato diverse best practice sul proprio sito web per migliorare l'esperienza di acquisto dei clienti e aumentare la fiducia nel proprio marchio:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Offre informazioni dettagliate sui prodotti, tra cui foto, descrizioni e consigli per il consumo. Questo permette ai clienti di conoscere meglio i prodotti prima di acquistarli e aumenta la loro soddisfazione. - Ha una politica di spedizione gratuita per gli acquisti superiori a un certo valore. Questo incentiva i clienti a fare acquisti più consistenti e aumenta il valore di ogni transazione. - Offre una varietà di metodi di pagamento, tra cui carta di credito, bonifico bancario e contrassegno. Questo facilita gli acquisti

	<p>dei clienti e aumenta l'accessibilità del sito web.</p> <p>- I prodotti vengono spediti direttamente dal loro frutteto, il che garantisce la freschezza e la qualità dei prodotti. Inoltre, offre la possibilità di selezionare la data di spedizione più adatta alle esigenze del cliente.</p> <p>- Sul sito web è presente un sistema di feedback dei clienti, che aumenta la trasparenza e la fiducia nell'azienda. I clienti possono condividere la loro opinione sui prodotti e sui servizi dell'azienda, aiutando così gli altri clienti a prendere decisioni di acquisto informate.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>Tra i potenziali problemi e rischi che Naranjas María Teresa potrebbe aver affrontato all'avvio del percorso di e-commerce vi sono:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Logistica e spedizioni</u>: Garantire che gli ordini siano evasi correttamente e consegnati in tempo può essere impegnativo, soprattutto per prodotti deperibili come la frutta fresca. Anche i costi di spedizione possono essere un problema, soprattutto quando si tratta di spedizioni su lunghe distanze. 2. <u>Sicurezza dei pagamenti</u>: Nelle transazioni online c'è sempre il rischio di frodi o hackeraggi, che possono causare perdite finanziarie sia per l'azienda che per i clienti. 3. <u>Usabilità e funzionalità del sito web</u>: Un sito web mal progettato o difficile da navigare può dissuadere i clienti dall'effettuare acquisti, con conseguente perdita di vendite. 4. <u>Servizio clienti</u>: Fornire un eccellente servizio clienti può

	<p>essere più impegnativo online, poiché i clienti possono avere domande o problemi che devono essere risolti in modo rapido ed efficiente.</p> <p>5. <u>Concorrenza</u>: Con l'aumento del commercio elettronico, il mercato online può essere molto competitivo, rendendo difficile per le nuove aziende attrarre clienti.</p>
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.naranjasmariateresa.com/
FOTO:	

4. Commercializzare i prodotti locali attraverso piattaforme di vendita online IV

NOME DELL'AZIENDA:	La Antigua de Fuentesauco
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	L'azienda La Antigua de Fuentesauco è un buon esempio di pratica di e-commerce di successo in ambienti rurali in Spagna. Questa azienda si dedica alla produzione di salsicce artigianali ed è riuscita ad adattarsi all'ambiente digitale e al

	<p>commercio elettronico senza abbandonare le proprie radici rurali.</p> <p>L'azienda ha sviluppato un sito web di e-commerce molto intuitivo e facile da usare, dove è possibile trovare tutti i suoi prodotti con una descrizione dettagliata e fotografie accattivanti. Ha anche una buona strategia di social media marketing, che le permette di raggiungere un pubblico più ampio e diversificato.</p> <p>L'azienda si è concentrata sulla qualità dei suoi prodotti e sull'offerta di un servizio eccezionale ai suoi clienti, il che ha portato a un'elevata fedeltà e a raccomandazioni da parte dei clienti soddisfatti. Inoltre, è stata in grado di adattarsi alla domanda dei clienti e di offrire prodotti adatti a diverse esigenze, come le salsicce senza glutine e senza lattosio.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>Nell'avviare la propria attività di e-commerce, La Antigua de Fuentesauco potrebbe aver affrontato diverse sfide e rischi come:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mancanza di esperienza nelle vendite online e nelle strategie di marketing; 2. Difficoltà ad adattarsi ai requisiti tecnologici del commercio elettronico; 3. Aumento della concorrenza da parte di altri rivenditori online; 4. Preoccupazione per la sicurezza e la privacy dei dati dei clienti; 5. Dipendenza da fornitori terzi per la spedizione, l'elaborazione dei pagamenti e altri servizi fondamentali; 6. Accesso limitato a infrastrutture Internet affidabili e convenienti nelle aree rurali;

	<p>7. Problemi di evasione e consegna relativi a prodotti deperibili come il formaggio.</p> <p>Tuttavia, grazie all'implementazione di strategie e pratiche efficaci, sono riusciti a superare queste sfide e ad avere successo nel commercio elettronico.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://queserialaantigua.com/</p>
<p>FOTO</p>	

5. Buone pratiche di e-commerce sviluppate durante la pandemia: *Compraensoria.com*

<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>Diputación Provincial de Soria</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>Compraensoria.com è una piattaforma di e-commerce creata dal Governo Provinciale di Soria, in Spagna, che mira a promuovere il commercio locale e il consumo sostenibile nella provincia di Soria. L'iniziativa è stata realizzata durante la pandemia COVID-19, per aiutare i commercianti locali ad affrontare le sfide</p>

	<p>economiche e logistiche presentatesi nel contesto della pandemia.</p> <p>La piattaforma consente ai commercianti locali di creare un negozio virtuale online, dove possono esporre e vendere i propri prodotti e servizi. In questo modo, i commercianti possono raggiungere un pubblico più ampio e offrire i loro prodotti in modo più comodo e sicuro, consentendo ai clienti di fare acquisti comodamente da casa senza dover uscire di casa.</p> <p>I clienti possono accedere alla piattaforma e acquistare beni di provenienza locale, molti dei quali prodotti in modo sostenibile e artigianale. Inoltre, Compraensoria.com offre la possibilità di effettuare ordini online e di ricevere i prodotti a casa o di ritirarli presso il negozio fisico del commerciante. In questo modo, si riduce la necessità di viaggiare per fare acquisti e si promuove il consumo locale e sostenibile.</p> <p>In sintesi, Compraensoria.com è un'iniziativa di e-commerce innovativa che ha permesso ai commercianti locali della provincia di Soria di affrontare le sfide della pandemia COVID-19 e di continuare a vendere i propri prodotti e servizi, promuovendo al contempo il consumo locale e sostenibile nella regione. Questa piattaforma è un'eccellente pratica di e-commerce che può essere replicata in altre regioni e Paesi per sostenere i commercianti locali e promuovere economie sostenibili.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p><u>Resistenza al cambiamento:</u> L'adozione di una piattaforma di e-commerce da parte dei commercianti locali potrebbe incontrare delle resistenze dovute alla mancanza di esperienza o di familiarità con questa modalità di vendita.</p>

	<p><u>Logistica</u>: La logistica delle consegne poteva rappresentare una sfida per i commercianti locali, poiché molti di loro non erano abituati alle consegne a domicilio.</p> <p><u>Mancanza di risorse tecnologiche</u>: Alcuni commercianti locali potrebbero aver incontrato problemi tecnici nell'utilizzo della piattaforma a causa della mancanza di accesso a dispositivi tecnologici o a internet.</p> <p><u>Adattamento dei commercianti al modello di business online</u>: L'adozione di una piattaforma di e-commerce implica una trasformazione del modello di business dei commercianti locali, che potrebbero avere difficoltà ad adattarsi a questo nuovo paradigma.</p> <p><u>Carenza di scorte o impossibilità di rifornimento</u>: La pandemia COVID-19 potrebbe aver influenzato la produzione o la fornitura di alcuni prodotti, rendendo difficile per i commercianti locali mantenere le scorte dei loro prodotti sulla piattaforma.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://compraensoria.com/</p>

<p>FOTO:</p>	
--------------	--

6. Alloggio e attività all'aperto

<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>Casa Rural Melones</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>Questa azienda è una pensione rurale situata nella provincia di Cuenca. Utilizza l'e-commerce per vendere online i propri servizi, tra cui l'alloggio ed i servizi annessi, come l'escursionismo e l'equitazione.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p><u>Accesso limitato a Internet ad alta velocità:</u> Le aree rurali hanno spesso un accesso limitato a Internet ad alta velocità, il che può rendere difficile per le aziende creare e gestire piattaforme di e-commerce. La scarsa velocità di internet può anche portare a esperienze frustranti per i clienti che cercano di accedere al sito web o di effettuare acquisti.</p> <p><u>Problemi di spedizione e consegna:</u> Le aziende rurali possono trovarsi di fronte a problemi di spedizione e consegna. Tra queste, i costi di spedizione più elevati, i tempi di consegna più lunghi e la difficoltà</p>

	di accedere a servizi di spedizione affidabili e convenienti.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://casaruralmelones.com/
FOTO:	

7. Olio d'oliva di alta qualità

NOME DELL'AZIENDA:	Aceite de Oliva Valderrama
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Questa azienda produce olio d'oliva di alta qualità nella provincia di Jaén. Utilizza l'e-commerce per vendere i propri prodotti online e raggiungere un pubblico più ampio.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<p><u>Opzioni di pagamento limitate:</u> Le aree rurali possono avere opzioni di pagamento limitate, il che può rendere difficile per le aziende elaborare i pagamenti dei clienti. Ciò può anche comportare l'impossibilità per i potenziali clienti di effettuare acquisti a causa delle limitate opzioni di pagamento.</p> <p><u>Mancanza di presenza online e di marketing:</u> Molte aziende rurali possono non avere una forte presenza online o una strategia di marketing, il che può rendere difficile attirare i clienti e competere con le</p>

	aziende più grandi. Ciò può comportare una riduzione delle vendite e dei ricavi per l'azienda.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.valderrama.es/
FOTO:	

8. Cantina

NOME DELL'AZIENDA:	Bodegas La Aurora
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	È un'azienda vinicola a conduzione familiare situata nella provincia di Valladolid. Utilizza l'e-commerce per vendere i propri vini online e promuovere il proprio marchio ai clienti al di fuori della regione.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<p><u>Mancanza di fiducia dei clienti:</u> I clienti possono esitare ad acquistare prodotti da aziende rurali che non conoscono, soprattutto se in passato hanno avuto esperienze negative con l'e-commerce.</p> <p><u>Accesso limitato all'assistenza clienti:</u> Le aziende rurali possono avere un accesso limitato ai servizi di assistenza clienti, il che può rendere difficile affrontare i reclami dei clienti o fornire un'assistenza tempestiva.</p>

	<p>Rischi di conformità normativa: Le aziende rurali possono trovarsi ad affrontare rischi di conformità normativa, tra cui la conformità alle leggi sulla privacy dei dati, alle leggi fiscali e alle leggi sulla protezione dei consumatori. La conformità a queste normative può essere complessa e costosa per le piccole imprese.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://www.bodegaslaaurora.com/</p>
<p>FOTO:</p>	


9. Salumi

<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>Embutidos y Jamones España e Hijos</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>Questa azienda produce salumi tradizionali spagnoli e si trova nella provincia di Salamanca. Utilizza l'e-commerce per vendere i propri prodotti online e raggiungere clienti in tutta la Spagna e oltre.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<p>Accesso limitato alla tecnologia e alle risorse: le aziende rurali possono avere un accesso limitato alla tecnologia e alle risorse necessarie per creare e gestire piattaforme di e-commerce. Ciò può includere l'accesso a computer, software e personale qualificato, che possono rendere difficile la creazione e la</p>

	<p>manutenzione di un sito Web di e-commerce.</p> <p><u>Rischi legati alla sicurezza informatica:</u> le piattaforme di e-commerce potrebbero essere vulnerabili agli attacchi informatici e le aziende rurali potrebbero non avere le risorse per investire in solide misure di sicurezza informatica per proteggere i dati dei propri clienti e prevenire le frodi.</p>
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://espanahijos.com/</p>
<p>FOTO:</p>	

10. Adattamento al commercio elettronico a causa della pandemia COVID-19

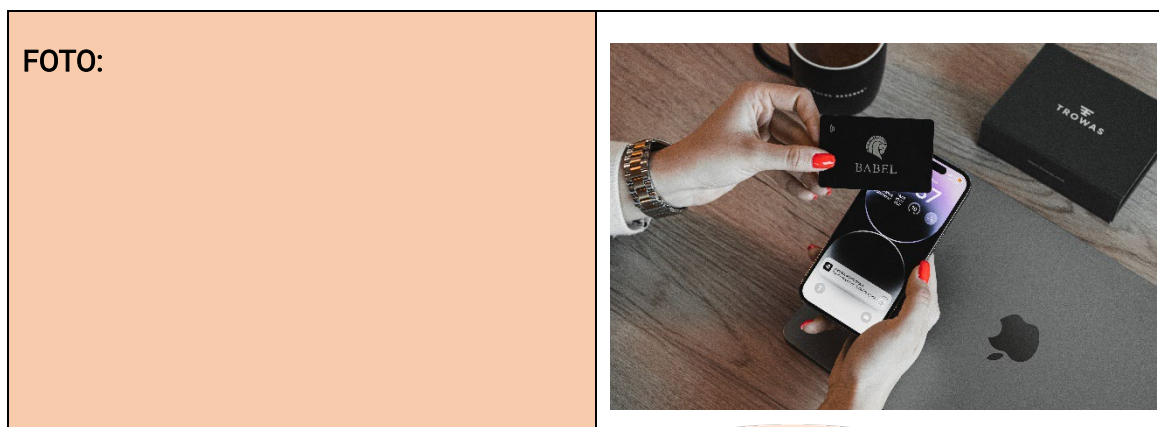
<p>NOME DELL'AZIENDA:</p>	<p>Aceitunas Torrent</p>
<p>DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:</p>	<p>Prima della pandemia, Aceitunas Torrent vendeva i propri prodotti principalmente a negozi, bar e ristoranti locali e partecipava a fiere ed eventi. Tuttavia, quando è scoppiata la pandemia e sono state implementate le misure di blocco, le vendite sono diminuite in modo significativo poiché i clienti sono stati costretti a chiudere. Per adattarsi a questa nuova situazione, hanno deciso di iniziare a vendere i loro prodotti online e hanno lanciato un sito di e-commerce. Hanno anche iniziato a promuovere i propri prodotti attraverso piattaforme di social</p>

	media e hanno offerto servizi di consegna a domicilio ai clienti Spagnoli
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	Il passaggio all'e-commerce non è stato facile per l'azienda poiché non aveva alcuna esperienza precedente con le vendite online. Tuttavia, i referenti hanno rapidamente acquisito le competenze necessarie e adattato le loro operazioni al nuovo modello. Il passaggio all'e-commerce ha permesso loro di raggiungere nuovi clienti oltre la propria zona e di espandere la propria attività anche durante la pandemia.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.aceitunastorrent.com/es/
FOTO:	

TURCHIA


1. Biglietto da visita digitale Trowas

NOME DELL'AZIENDA:	Smartover Yazilim
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Il biglietto da visita digitale Trowas ti consente di trasferire rapidamente le tue informazioni di contatto, le informazioni sui social media e molto altro su qualsiasi smartphone con tecnologia NFC senza la necessità di un'applicazione specifica. Offre una soluzione ambientale digitale alternativa, essendo stato sviluppato durante il periodo pandemico per sostituire i tradizionali biglietti da visita cartacei.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Il fatto che la tecnologia NFC sia ancora una tecnologia per lo più sconosciuta; - Il fatto che le persone difficilmente rinunciano ai tradizionali biglietti da visita a causa delle loro solite abitudini; - Mancanza di tecnologia NFC sui telefoni antecedenti al 2018; - Impossibilità di comprendere la funzionalità di salvataggio nei contatti sui telefoni Android; - Spese di spedizione; - Costi dei server e soluzioni di protezione ad alta tecnologia necessarie per garantire la sicurezza dei dati in modo continuo.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.trowas.com/



2. Homefoni ev tekstilleri

NOME DELL'AZIENDA:	Beyceli Tekstil
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Il marchio di tessili per la casa e decorazioni Homefoni è l'iniziativa di e-commerce di Beyceli Textile, che esporta in 17 paesi diversi e produce come subappaltatore per i propri marchi e per altri importanti marchi di tessili per la casa. Grazie all'aumento dello shopping digitale durante il periodo pandemico e al crescente interesse per i prodotti tessili per la casa, l'azienda offre i propri prodotti agli utenti finali attraverso l'e-commerce.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - L'azienda non ha precedenti esperienze di vendita con e-commerce. - Presenza di aziende concorrenti con elevata brand awareness nello stesso settore. - Necessità di notevoli stock di produzione nella transizione dalla produzione all'ingrosso alla vendita al dettaglio.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://homefoni.com/

FOTO:	
-------	--


3. Syorell

NOME DELL'AZIENDA:	Sanitrum Biyoteknoloji A.Ş.
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Syorell deriva dalla frase inglese "See Your Real" - "Guarda il tuo vero te". Il primo specchio al mondo a Çatalhöyük ci ha impressionato così tanto che abbiamo scelto questo nome come marchio, in onore dei nostri antenati che si guardarono in quello specchio e videro se stessi per la prima volta.</p> <p>Sanitrum deriva dal latino "Sanitas" - "salute" e dall'inglese "Room" che significa "stanza". In breve possiamo chiamarla la "Stanza della Salute". Non potrebbe esserci nome migliore per la nostra boutique.</p> <p>Tutti i prodotti Syorell sono realizzati e confezionati nel nostro stabilimento di Bursa-Orhangazi. La nostra fabbrica dispone anche di un laboratorio avanzato per la ricerca e sviluppo di estratti e oli vegetali.</p> <p>I nostri prodotti contengono conservanti naturali conformi agli standard biologici. In un prodotto naturale, se c'è una goccia d'acqua; Anche il gel di aloe vera necessita di qualche conservante che ne mantenga</p>

	<p>la freschezza e garantisca la durata di conservazione della formulazione.</p> <p>Non utilizziamo conservanti tossici. Oltre ai conservanti consentiti dallo standard ICEA nelle creme biologiche, utilizziamo la vitamina E nelle formule senz'acqua. I nostri saponi non contengono conservanti.</p>
<p>PROBLEMI/RISCHI:</p> <p>Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gli utenti potrebbero preferire i classici prodotti solari di marche famose; - Il Potere pubblicitario e di marketing dei principali produttori di prodotti chimici solari; - Il fatto che i prodotti nei mercati cosmetici comuni siano la prima scelta degli utenti; - I prodotti biologici per la protezione solare non sono molto conosciuti in Turchia.
<p>ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:</p>	<p>https://syorell.com/</p>
<p>FOTO:</p>	

4. Söyle Gelsin

NOME DELL'AZIENDA:	Söyle Gelsin Teknoloji Danışmanlık İletişim Tekstil
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Söyle Gelsin è un supermercato di Istanbul, che fornisce servizi online in particolare per le aziende. Sono nati durante la pandemia per fornire soluzioni online mobili che eliminassero le difficoltà nella catena di approvvigionamento e sviluppano tecnologie adatte alle esigenze emergenti in questo processo, offrendo soluzioni di nuova generazione alla vita moderna.</p> <p>Sul loro sito Web sono in vendita forniture per ufficio e tutte le suppellettili per uffici a prezzi convenienti e competitivi.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Avere marchi che sono entrati nel settore prima di loro e hanno ricevuto finanziamenti; - Difficoltà di trasporto a Istanbul; - Rapidi cambiamenti dei costi e delle condizioni competitive; - Incapacità di alcuni brand di rinunciare ai classici processi di shopping e di acquisto.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.soylegelsin.com.tr/

FOTO:	
-------	--

5. Fozy

NOME DELL'AZIENDA:	Fozy Toptan Ltd Şti.
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Fozy Toptan è stata fondata nel 2021, produce con il marchio Fozy e vende all'ingrosso anche ad aziende rinomate, abbigliamento per bambini da 0-5 anni.</p> <p>Ha iniziato a vendere prodotti di abbigliamento per bambini su Internet nel 2022 tramite il sito di e-commerce www.fozy.com.tr nato nel pieno della pandemia.</p> <p>Questo sito web è operativo 24 ore su 24 ed offre prodotti di qualità a prezzi convenienti, prodotti di design e supporto post vendita.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Esistenza di mercati per neonati e bambini già avviati nel settore. - Sfide dei processi di consegna e resi dei prodotti per neonati e bambini. - Vantaggi del potere pubblicitario dei grandi marchi.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.fozy.com.tr/

FOTO:	

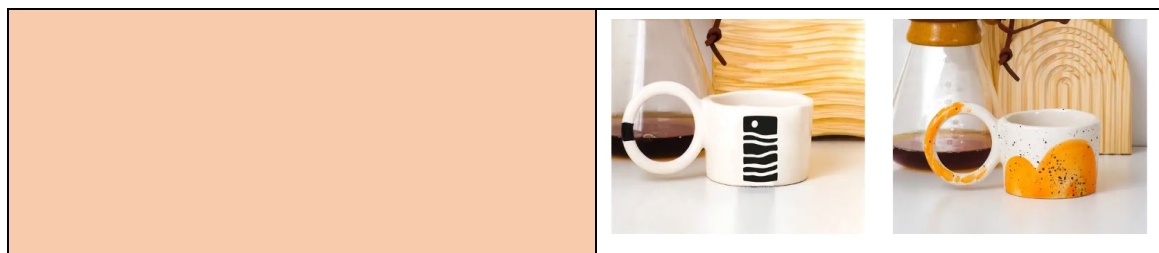
6. Hobiburada

NOME DELL'AZIENDA:	Ayaz Yün İplik Tekstil
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Partendo dall'idea che le persone che non potevano uscire di casa durante la pandemia si dedicassero all'artigianato, l'azienda ha deciso di vendere i prodotti online e di consegnarli direttamente a domicilio. Per questa ragione, le vendite online sono aumentate fortemente durante il periodo della pandemia.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<p>L'azienda ha implementato l'e-commerce a causa delle difficoltà finanziarie causate dal periodo pandemico. Tuttavia, sia i dirigenti che il personale ha avuto difficoltà ad acquisire le competenze digitali necessarie.</p> <p>Inoltre, hanno avuto difficoltà nel fotografare i prodotti e nel gestire le spedizioni perché non avevano esperienza di e-commerce fino a quel momento.</p>
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.hobiburada.com/

FOTO:	Nako İplikleri		Ayaz İplikleri	
	Seri Sonu Ürünler		Paket Satış	

7. Tazze di ceramica

NOME DELL'AZIENDA:	Vina Seramik
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Durante il periodo della pandemia, ha trasformato la sua attività di ceramista, che praticava come hobby, in un'impresa commerciale, proprio grazie all'e-commerce. Oggi vende le sue tazze di ceramica fatte a mano sia sul suo sito Web che su Instagram.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	La mancanza di precedenti esperienze nell'e-commerce e nelle vendite è stato uno dei problemi più evidenti che ha riscontrato.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://vinaseramik.com/
FOTO:	 



8. E-Hediyeci

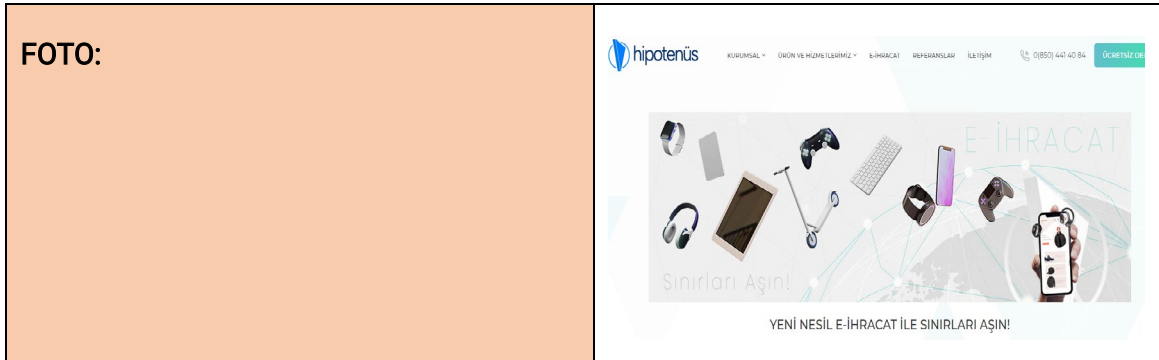
NOME DELL'AZIENDA:	Selda Alkor
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	E-Hediyeci è un'azienda femminile e un negozio di articoli da regalo con sede a Bursa che opera come dropshipping offrendo franchising XML su grande scala.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	Non hanno precedenti esperienze di vendita online. Hanno avuto problemi nella gestione delle fotografie del prodotto e nelle spedizioni.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.e-hediyeci.com/
FOTO:	

9. Pastaland

NOME DELL'AZIENDA:	Ataygeldi Gida
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	Pastaland è un sito di e-commerce con sede a Bursa-inegöl, creato a grande richiesta, che vende materiali e attrezzature per pasticceria, oltre che cioccolato e altri prodotti dolciari.
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - La presenza di marchi che sono entrati nel settore prima di loro e hanno ricevuto finanziamenti. - Difficoltà di comunicazione con i clienti e difficoltà di ottenere un feedback positivo a causa della mancanza di incontri face to face con i clienti.
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.pastaland.com.tr/
FOTO:	

10. Hipotenus E-Ticaret Siteleri

NOME DELL'AZIENDA:	Hipotenus Elektronik Ticaret Ve Yazilim
DESCRIZIONE DELLA BUONA PRATICA:	<p>Con una struttura che segue le innovazioni nel settore dell'e-commerce a Bursa, forniscono servizi connessi all'infrastruttura e-commerce a centinaia di marchi importanti. Quando tutti si sono dedicati all'e-commerce a causa della pandemia, hanno deciso di cominciare a vendere proprio i siti di e-commerce.</p> <p>Forniscono soluzioni di e-commerce ai clienti nel settore dell'e-commerce, in costante sviluppo, con la loro infrastruttura SEO all'avanguardia e compatibile con i dispositivi mobili (responsive) con un approccio innovativo al 100%, supportando l'infrastruttura SEO con la tecnologia più recente, proponendo molteplici hosting e modalità di pagamento, oltre ad infrastrutture di interfaccia agevolate ed evolute.</p>
PROBLEMI/RISCHI: Informazioni sui problemi e sui rischi legati all'avvio dell'E-commerce	<p>L'elevato capitale iniziale era uno dei principali problemi. A causa dell'incapacità dei piccoli commercianti di comunicare online con i clienti e di gestire le piattaforme digitali, hanno dovuto fornire costantemente servizi online e di consulenza. Inoltre, hanno dovuto formare il personale per la comunicazione e nel mentoring.</p>
ULTERIORI INFORMAZIONI SUL WEB:	https://www.hipotenus.com.tr/



CC-BY-NC-SA



This document may be copied, reproduced, or modified according to the above rules. In addition, an acknowledgement of the authors of the document and all applicable portions of the copyright notice must be clearly referenced.

All rights reserved.

© Copyright 2023 e-Commerce

