



# FUTURE e-COMMERCE

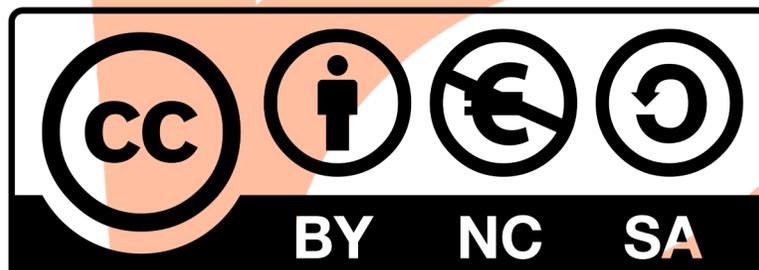
2022-1-R001-KA220-VET-000088579

*Raccomandazioni e informazioni utili  
per piccoli imprenditori e artigiani*

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



Questo documento può essere copiato, riprodotto o modificato secondo le regole sopra indicate. Inoltre, è necessario fare chiaramente riferimento a un riconoscimento degli autori del documento e a tutte le parti applicabili dell'avviso di copyright

Tutti i diritti riservati.

© Copyright 2023 Future E-Commerce

# TABELLA DEI CONTENUTI

## **CAPITOLO 1** *Raccomandazioni per gli artigiani che operano nei mercati elettronici*

**CAPITOLO 1.1** *Selezione del prodotto giusto*

**CAPITOLO 1.2** *Visualizzazione del prodotto nel negozio virtuale*

**CAPITOLO 1.3** *Prezzi corretti del prodotto*

**CAPITOLO 1.4** *Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti*

**CAPITOLO 1.5** *Selezione del marchio e del logo*

## **CAPITOLO 2** *Informazioni utili per gli artigiani che operano nell'e-commerce*

**CAPITOLO 2.1** *Supporto governativo fornito a chi effettua commercio elettronico*

# CAPITOLO 1

*Raccomandazioni per gli artigiani che operano nei mercati elettronici.*





# CAPITOLO 1.1

*Selezione del prodotto giusto*



## Per gli artigiani che operano in un mercato elettronico e che desiderano selezionare il prodotto giusto, ecco alcuni consigli:

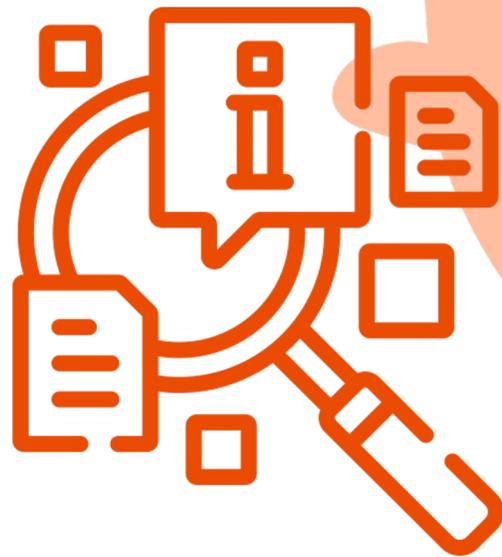
- ❑ **PRODOTTI UNICI E AUTENTICI:** Sottolineate l'unicità e l'autenticità dei vostri prodotti. Gli e-marketplace offrono un'ampia gamma di opzioni, quindi concentrarsi sull'offerta di articoli fatti a mano o artigianali vi aiuterà a distinguervi dalla concorrenza. Evidenziate l'artigianalità, l'attenzione ai dettagli e la storia che si cela dietro ogni prodotto per attirare i clienti che apprezzano il valore dei prodotti artigianali.
- ❑ **RICERCA DELLA DOMANDA DI MERCATO:** condurre ricerche di mercato approfondite per identificare tendenze popolari, preferenze dei clienti e nicchie emergenti. Analizza quali tipi di prodotti fatti a mano o artigianali sono molto richiesti e allinea di conseguenza la selezione dei prodotti. Questa ricerca ti aiuterà a identificare potenziali lacune nel mercato che puoi colmare con le tue offerte uniche.
- ❑ **QUALITÀ E DURATA:** assicurati che i prodotti selezionati soddisfino standard di alta qualità. L'artigianalità e l'attenzione ai dettagli dovrebbero riflettersi nella durabilità e nella longevità dei tuoi prodotti. I clienti apprezzano gli articoli ben fatti che possono resistere a un uso regolare e questo contribuirà a costruire una reputazione positiva per il tuo marchio.
- ❑ **STRATEGIA DI PREZZO:** sviluppare una strategia di prezzo che consideri il costo dei materiali, i tempi di produzione, le spese generali e un margine di profitto ragionevole. Ricerca i prezzi della concorrenza per assicurarti che i tuoi prezzi siano competitivi pur riflettendo il valore del tuo artigianato. Sii trasparente sui prezzi e su eventuali costi aggiuntivi, come le spese di spedizione o di personalizzazione, per evitare sorprese per i clienti.

## Per gli artigiani che operano in un mercato elettronico e che desiderano selezionare il prodotto giusto, ecco alcuni consigli:

- ❑ **DIFFERENZIAZIONE DEL PRODOTTO:** Differenzia i tuoi prodotti offrendo opzioni di personalizzazione o tocchi personalizzati. Ciò può includere la possibilità per i clienti di scegliere varianti di colore, aggiungere monogrammi o incisioni o fornire servizi su misura. Le opzioni di personalizzazione aumentano il valore percepito dei tuoi prodotti e danno ai clienti un senso di appartenenza e unicità.
- ❑ **IMMAGINI DI PRODOTTI DI ALTA QUALITÀ:** investi in fotografie di prodotti di alta qualità che catturino accuratamente i dettagli, le trame e i colori dei tuoi prodotti. Immagini chiare e visivamente accattivanti svolgono un ruolo cruciale nell'attrarre clienti e nel trasmettere la qualità e l'artigianalità delle tue offerte. Includi più angolazioni, primi piani e scatti di lifestyle per mostrare il prodotto in vari contesti.
- ❑ **RECENSIONI E TESTIMONIANZE DEI CLIENTI:** incoraggia i clienti soddisfatti a fornire recensioni e testimonianze sui tuoi prodotti. Il feedback positivo degli acquirenti precedenti crea fiducia e credibilità per i potenziali clienti. Mostra queste recensioni in evidenza sulla vetrina o sul sito web del tuo e-marketplace per mostrare la soddisfazione dei clienti passati.
- ❑ **DESCRIZIONI CHIARE DEL PRODOTTO:** crea descrizioni del prodotto dettagliate e accurate che mettono in evidenza le caratteristiche principali, i materiali utilizzati, le dimensioni ed eventuali istruzioni speciali per la cura. Includi informazioni sul tuo processo artistico, sulla tua ispirazione e sulla storia dietro ogni prodotto. Descrizioni trasparenti e informative aiutano i clienti a prendere decisioni di acquisto informate.

**Ricorda di monitorare continuamente il feedback dei clienti, adattare la selezione dei prodotti in base alle tendenze del mercato e mantenere una comunicazione aperta con i tuoi clienti per comprendere le loro esigenze e preferenze.**

Offrendo costantemente prodotti di alta qualità, unici e ben presentati, puoi stabilire una forte presenza nel mercato elettronico e attirare clienti fedeli al tuo marchio artigianale.



<https://www.ecommercenext.org/18-best-marketplaces-for-handmade-goods/>



# CAPITOLO 1.2

*Visualizzazione del prodotto nel negozio virtuale*



Ci sono molti metodi utilizzati per questo oggi. Metodi semplici e veloci che possono essere consigliati ai commercianti:

### FOTOGRAFIA DEL PRODOTTO:

- ☐ **QUALITÀ:** utilizza una fotocamera di buona qualità o assumi un fotografo professionista.
- ☐ **COERENZA:** mantieni uno stile coerente in tutte le foto per un aspetto professionale.
- ☐ **DETTAGLI:** Includere foto di dettagli o caratteristiche speciali del prodotto.

### DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

- ☐ **VANTAGGI:** Concentrarsi sui vantaggi del prodotto, non solo sulle funzionalità.
- ☐ **CHIAREZZA:** Evitare termini tecnici complessi che potrebbero confondere il cliente.
- ☐ **SEO:** Incorpora parole chiave pertinenti per migliorare il posizionamento nei motori di ricerca.

### VISUALIZZAZIONE 3D:

- ☐ **STRUMENTI:** Utilizza software specializzato per creare modelli 3D di alta qualità.
- ☐ **INTERATTIVITÀ:** consente agli utenti di interagire con il modello 3D per un'esperienza più ricca.

Ci sono molti metodi utilizzati per questo oggi. Metodi semplici e veloci che possono essere consigliati ai commercianti:

### VIDEO DEL PRODOTTO:

- ☐ **PROFESSIONALE:** Considera l'assunzione di un operatore video per garantire la qualità.
- ☐ **TESTIMONIANZE:** Includi testimonianze dei clienti o dimostrazioni del prodotto in azione.

### INTERAZIONE UTENTE:

- ☐ **PERSONALIZZAZIONE:** Offri opzioni di personalizzazione del prodotto, se possibile.
- ☐ **FACILITÀ D'USO:** Assicurati che gli strumenti interattivi siano facili da usare e da comprendere.

### REALTÀ VIRTUALE (VR):

- ☐ **IMMERSIONE:** Offri un'esperienza coinvolgente in grado di differenziare il tuo prodotto dalla concorrenza.
- ☐ **ACCESSIBILITÀ:** Garantire che l'esperienza VR non richieda hardware che gli utenti non possono avere.

Ci sono molti metodi utilizzati per questo oggi. Metodi semplici e veloci che possono essere consigliati ai commercianti:

### REALTÀ AUMENTATA (AR):

- 📌 **INTEGRATIONE:** Integra facilmente l'AR nell'esperienza di acquisto.
- 📌 **ISTRUZIONI:** Fornire istruzioni chiare su come utilizzare le funzionalità AR.

### RECENSIONI E VALUTAZIONI:

- 📌 **AUTENTICITÀ:** Assicurati che le recensioni siano autentiche per creare fiducia.
- 📌 **RISPOSTE:** Rispondere alle recensioni, sia positive che negative.

### INVITO ALL'AZIONE (CTA):

- 📌 **VISIBILITÀ:** I pulsanti CTA devono essere visibili e facili da trovare.
- 📌 **URGENZA:** Utilizzare testo che crei un senso di urgenza o scarsità.

Ci sono molti metodi utilizzati per questo oggi. Metodi semplici e veloci che possono essere consigliati ai commercianti:

### OTTIMIZZAZIONE MOBILE:

- ☒ **RESPONSIVE:** Progetta il tuo negozio per adattarlo alle diverse dimensioni dello schermo.
- ☒ **VELOCITÀ:** assicurati che il negozio si carichi rapidamente sui dispositivi mobili.

### TEMPI DI CARICAMENTO:

- ☒ **OTTIMIZZAZIONE:** comprimi immagini e video senza sacrificare troppo la qualità.
- ☒ **INFRASTRUTTURA:** utilizzare una buona rete di hosting e distribuzione dei contenuti (CDN).

### OTTIMIZZAZIONE SEO:

- ☒ **META DESCRIZIONI:** scrivi meta descrizioni attraenti per le pagine dei prodotti.
- ☒ **STRUTTURA DEL SITO:** Organizza il negozio in modo logico in modo che sia facile da navigare.

Per implementare queste strategie può essere utile utilizzare piattaforme di e-commerce che hanno già molte di queste funzionalità integrate, come Shopify, Magento o WooCommerce. Queste piattaforme semplificano il processo di visualizzazione dei prodotti e spesso offrono plug-in o estensioni per funzionalità aggiuntive come AR/VR e personalizzazioni avanzate.

**Stare al passo con le tendenze tecnologiche e le aspettative dei clienti è fondamentale anche per garantire che il tuo negozio online sia attraente e competitivo.**



*shopify*



Magento®



**COMMERCE**



# CAPITOLO 1.3

*Prezzo adeguato del prodotto*



**Il prezzo corretto dei prodotti nell'e-commerce è fondamentale per il successo del tuo business online. Richiede un approccio strategico che tenga conto di vari fattori, tra cui i costi, la concorrenza, il mercato di riferimento e il valore percepito. Ecco alcuni passaggi per aiutarti a determinare la giusta strategia di prezzo per i tuoi prodotti e-commerce:**

☐ **ANALISI DEI COSTI:** calcola il costo totale di produzione o approvvigionamento dei tuoi prodotti. Ciò dovrebbe includere i costi di produzione o di vendita all'ingrosso, le spese di spedizione, i costi di stoccaggio e qualsiasi altra spesa relativa alla consegna del prodotto ai tuoi clienti.

☐ **ANALISI DELLA CONCORRENZA:** ricerca le strategie di prezzo dei tuoi concorrenti. Scopri come prezzano prodotti simili e se offrono sconti o promozioni. Queste informazioni possono aiutarti a posizionare i tuoi prezzi in modo efficace.

☐ **RICERCA MARKER:** analizza il tuo mercato target per determinare quale fascia di prezzo sono disposti a pagare per i tuoi prodotti. Considera fattori come dati demografici, livelli di reddito e comportamento di acquisto.

☐ **PROPOSIZIONE DI VALORE:** identifica i punti di forza unici dei tuoi prodotti. Se i tuoi prodotti offrono qualcosa di speciale o hanno una qualità superiore, puoi giustificare un prezzo più alto.

☐ **STRATEGIE DI PREZZO:** considera varie strategie di prezzo, come il prezzo cost-plus (aggiungi un margine ai costi di produzione), il prezzo competitivo (stabilisci prezzi in linea o leggermente inferiori a quelli della concorrenza), il prezzo basato sul valore (valuta i tuoi prodotti in base al valore percepito che offrono ai clienti) o prezzi dinamici (aggiustare i prezzi in tempo reale in base alla domanda e all'offerta).

☐ **SCONTI E PROMOZIONI:** pianifica sconti o promozioni occasionali per attirare i clienti. Questi possono essere utilizzati strategicamente per aumentare le vendite durante i periodi di rallentamento o per occasioni speciali.

☐ **TEST E OTTIMIZZAZIONE:** inizia con una strategia di prezzo ma sii disposto ad adattarla in base al feedback dei clienti e ai dati di vendita. Il test A/B su diverse fasce di prezzo può aiutarti a trovare il prezzo ottimale per i tuoi prodotti.

**Il prezzo corretto dei prodotti nell'e-commerce è fondamentale per il successo del tuo business online. Richiede un approccio strategico che tenga conto di vari fattori, tra cui i costi, la concorrenza, il mercato di riferimento e il valore percepito. Ecco alcuni passaggi per aiutarti a determinare la giusta strategia di prezzo per i tuoi prodotti e-commerce:**

☐ **CONSIDERARE I MARGINI DI PROFITTO:** assicurati che la tua strategia di prezzo ti consenta di mantenere margini di profitto sani pur rimanendo competitivo. Non impostare prezzi troppo bassi da non poter coprire i costi e realizzare un profitto.

☐ **TRASPARENZA:** sii trasparente con i tuoi clienti riguardo ai prezzi. Commissioni nascoste o costi imprevisti possono portare all'insoddisfazione del cliente.

☐ **MONITORAGGIO E REGOLAZIONE:** monitora continuamente i dati di vendita e il feedback dei clienti. Se noti che i tuoi prezzi non funzionano come previsto, preparati ad apportare modifiche.

☐ **COSTI DI SPEDIZIONE:** considera in che modo i costi di spedizione influenzeranno la tua strategia di prezzo. Puoi offrire la spedizione gratuita e includere il costo nel prezzo del prodotto oppure addebitare la spedizione separatamente.

☐ **VALUTA E OPZIONI DI PAGAMENTO:** Se vendi a livello internazionale, fai attenzione ai tassi di conversione della valuta e fornisci varie opzioni di pagamento per soddisfare una base di clienti globale.

☐ **CONSIDERAZIONI LEGALI:** assicurati che i tuoi prezzi siano conformi a tutte le leggi e i regolamenti pertinenti, comprese le tasse e le leggi sulla trasparenza dei prezzi nella tua regione.

**Ricorda che la determinazione del prezzo non è una decisione una tantum, ma un processo continuo che dovrebbe evolversi man mano che cambiano le condizioni del tuo business e del mercato. Rivedi e adatta regolarmente la tua strategia di prezzo per rimanere competitivo e redditizio nel panorama dell'e-commerce.**



# CAPITOLO 1.4

*Aumentare la soddisfazione e la fedeltà del cliente*



Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### **FORNIRE UN SERVIZIO CLIENTI ECCELLENTE:**

- ☑ Offri un'assistenza clienti tempestiva e utile attraverso vari canali, tra cui chat, e-mail e telefono.
- ☑ Forma il tuo team di supporto affinché sia competente ed empatico quando affronta le preoccupazioni e le richieste dei clienti.
- ☑ Utilizza chatbot e strumenti basati sull'intelligenza artificiale per fornire supporto 24 ore su 24, 7 giorni su 7 per le query di base.

### **PERSONALIZZA L'ESPERIENZA D'ACQUISTO:**

- ☑ Utilizza l'analisi dei dati per raccogliere informazioni dettagliate sulle preferenze e sui comportamenti dei clienti.
- ☒ Consigliare prodotti in base alla cronologia di navigazione e di acquisto.
- ☒ Rivolgiti ai clienti usando il loro nome nelle comunicazioni per farli sentire apprezzati.

Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### **OTTIMIZZARE IL SITO WEB E L'ESPERIENZA MOBILE:**

- ☑ Assicurati che il tuo sito web sia facile da usare, si carichi rapidamente e sia reattivo ai dispositivi mobili.
- ☑ Semplifica il processo di pagamento, riducendo gli attriti e i carrelli abbandonati.
- ☑ Visualizza recensioni e valutazioni dei prodotti per creare fiducia.

### **OFFRIRE PREZZI COMPETITIVI E SCONTI:**

- ☑ Monitora i prezzi dei tuoi concorrenti e modifica i tuoi di conseguenza.
- ☑ Fornisci sconti esclusivi o programmi fedeltà per i clienti abituali.
- ☑ Implementare strategie di prezzo dinamiche basate sulla domanda e sull'inventario.

Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### TRASPARENZA e AFFIDABILITÀ:

- ☑ Comunicare in modo chiaro i costi di spedizione, le politiche di restituzione e i tempi di consegna.
- ☑ Mostra segnali di fiducia come certificati SSL e opzioni di pagamento sicure.
- ☑ Condividi la storia e i valori del tuo marchio per costruire una connessione emotiva.

### DESCRIZIONI E IMMAGINI DEI PRODOTTI DI QUALITÀ:

- ☑ Fornire descrizioni dettagliate e accurate dei prodotti.
- ☑ Utilizza immagini e video di alta qualità per mostrare i prodotti da varie angolazioni.
- ☑ Includi contenuti generati dai clienti come recensioni e immagini degli utenti.

Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### **RISPOSTE E RECENSIONI:**

- ☑ Incoraggia i clienti a lasciare recensioni e valutazioni.
- ☑ Rispondere prontamente e professionalmente ai feedback sia positivi che negativi.
- ☑ Utilizza il feedback per apportare miglioramenti ai tuoi prodotti e servizi.

### **MARKETING E-MAIL E NEWSLETTER:**

- ☑ Invia consigli e offerte personalizzati sui prodotti via e-mail.
- ☑ Segmenta la tua lista e-mail per inviare contenuti pertinenti a diversi segmenti di clienti.
- ☑ Utilizza l'automazione dell'email marketing per coltivare lead e coinvolgere i clienti.

Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### COINVOLGIMENTO SUI SOCIAL MEDIA:

- ☑ Mantenere una presenza attiva sulle piattaforme di social media.
- ☑ Interagisci con i clienti rispondendo a commenti, messaggi e menzioni.
- ☑ Condividi contenuti generati dagli utenti e organizza concorsi o omaggi sui social media.

### SPEDIZIONE VELOCE E AFFIDABILE:

- ☑ Offri più opzioni di spedizione, inclusa la spedizione rapida e gratuita quando possibile.
- ☑ Fornisci informazioni di tracciamento in tempo reale in modo che i clienti possano monitorare i loro ordini.
- ☑ Stabilisci aspettative di consegna realistiche e soddisfa o superale.

Aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nell'e-commerce è essenziale per il successo a lungo termine. I clienti soddisfatti e fedeli non solo effettuano acquisti ripetuti, ma fungono anche da sostenitori del marchio, contribuendo ad attirare nuovi clienti attraverso il marketing del passaparola. Ecco alcune strategie per aiutarti a migliorare la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nella tua attività di e-commerce:

### PROGRAMMI FEDELTA':

- ☑ Implementare un programma fedeltà che premi i clienti per gli acquisti ripetuti.
- ☑ Offri punti, sconti o accesso esclusivo a contenuti o prodotti premium.
- ☑ Rendi il programma facile da comprendere e a cui partecipare.

Implementando queste strategie e concentrandoti sul miglioramento dell'esperienza complessiva del cliente, puoi aumentare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti nella tua attività di e-commerce, portando a crescita e successo a lungo termine.

### MIGLIORAMENTO CONTINUO:

- ☑ Regularly gather customer feedback Raccogli regolarmente il feedback dei clienti e conduci sondaggi.
- ☑ Utilizza l'analisi per identificare le aree di miglioramento nell'esperienza del cliente.
- ☑ Sii aperto a apportare modifiche e ad adattarti all'evoluzione delle esigenze e delle preferenze dei clienti.



# **CAPITOLO 1.5**

*Selezione del marchio e del logo*



La selezione di un marchio e di un logo per un'azienda è un processo importante che richiede attenzione e cura. Le parole d'ordine sono due: ricerca e confronto; spesso accompagnato da un terzo: la fantasia. Ecco alcuni suggerimenti per aiutarti a scegliere il tuo marchio e logo:

- ❑ **DEFINIRE IDENTITÀ E VALORI AZIENDALI:** Prima di selezionare un marchio e un logo, è essenziale comprendere l'identità e i valori aziendali. Chiediti quali sono gli obiettivi, la missione e la personalità dell'azienda. Queste informazioni ti aiuteranno a creare un marchio e un logo che rappresentino al meglio l'immagine e i valori dell'azienda.
- ❑ **RICERCA DEL MERCATO E DELLA CONCORRENZA:** Conduci ricerche approfondite sul mercato e sulla concorrenza per capire come posizionare il tuo marchio in modo unico e differenziato. Analizza i marchi della concorrenza per identificare elementi distintivi e trovare idee creative per il tuo marchio e logo.
- ❑ **CREA UN MARCHIO E UN LOGO DISTINTIVI:** prova a creare un marchio e un logo che siano unici e distintivi. Scegli colori, forme, tipografia e stili che si allineano con l'immagine che vuoi comunicare e che si distinguono dalla concorrenza. La semplicità può essere un elemento importante per garantire che il tuo marchio e logo siano facilmente riconoscibili e memorabili.
- ❑ **RIFLETTI LA PERSONALITÀ DELL'AZIENDA:** assicurati che il marchio e il logo riflettano la personalità dell'azienda. Se l'attività è formale e professionale, il marchio e il logo dovrebbero essere coerenti con questa immagine. Al contrario, se l'azienda è giovane e innovativa, il marchio e il logo dovranno trasmettere dinamismo e creatività. È importante che il marchio e il logo siano in linea con l'identità dell'azienda per creare una connessione emotiva con il target di riferimento

La selezione di un marchio e di un logo per un'azienda è un processo importante che richiede attenzione e cura. Le parole d'ordine sono due: ricerca e confronto; spesso accompagnato da un terzo: la fantasia. Ecco alcuni suggerimenti per aiutarti a scegliere il tuo marchio e logo:

❑ **CONSIDERA ADATTABILITÀ E SCALABILITÀ:** assicurati che il tuo marchio e logo siano adattabili e scalabili. Devono funzionare bene su diverse piattaforme, sia online che offline, e su diversi mezzi di comunicazione, come sito web, carta intestata, social media, ecc. Inoltre, considera l'espansione o la modifica della tua attività in futuro e assicurati che il tuo marchio e logo abbiano la flessibilità necessaria per evolvere con il tuo business.

❑ **RACCOGLI FEEDBACK:** Chiedi feedback e opinioni a persone fidate, colleghi o consulenti esterni. L'opinione di altre persone può fornire ulteriore prospettiva e aiutare a identificare eventuali problemi o punti di forza nel marchio e nel logo proposti.

❑ **LAVORA CON PROFESSIONISTI DEL DESIGN:** Se ne hai l'opportunità, lavora con designer professionisti o agenzie di branding per creare il tuo marchio e logo. I professionisti hanno le competenze e l'esperienza necessarie per creare un marchio di successo e un logo accattivante che rifletta l'identità e i valori della tua azienda.



Ricorda che il marchio e il logo rappresentano l'identità visiva dell'azienda e saranno associati ad essa a lungo termine. Pertanto, è importante investire tempo e risorse per fare una scelta informata e accurata che contribuirà a costruire nel tempo la reputazione e il riconoscimento della propria azienda.

In particolare, il **naming**, insieme ad un logo e ad un'identità visiva, determina le basi essenziali del vostro brand pronto per essere comunicato all'esterno con strategie adeguate a dargli risonanza e che possano determinarne il successo.

*Coca-Cola*

**PUMA**

*Lay's*



Se è vero che non esiste una ricetta pronta e che, in fase di ricerca, le linee guida sfumano in considerazioni contestuali e talvolta personali, è anche vero che esistono consuetudini nella scelta di un marchio che portano con sé molto buon senso e che sarebbe sciocco non approfittarne. Vediamone alcuni:

- ❑ **ATTENZIONE AGLI ACRONIMI:** Sono quasi sempre freddi e impersonali, nascondono il vero nome e probabilmente si sovrappongono ad altri acronimi esistenti ma con significati diversi; vanno usati con cautela e solo se davvero non esistono alternative valide.
- ❑ **EVITARE NOMI TROPPO LUNGI:** Nessuno ricorda un nome lungo per intero, magari formato da molte parole. Scegline una breve, meglio di una o tre parole, e sarà più difficile per le persone dimenticarla o tagliarla via mentre ne parli, per comodità. Prendi la regola come un indizio e applica sempre un giudizio critico per capire se puoi fare un'eccezione alla regola.
- ❑ **EVITA PAROLE TROPPO COMPLICATE:** Chiedetevi innanzitutto qual è il target a cui vi rivolgerete e poi cercate di capire se il nome che avete scelto è adeguato o eccessivamente complicato da pronunciare e scrivere. Vale per l'uso delle parole straniere, ma non solo.
- ❑ **SCEGLI UN NOME EVOCATIVO:** Le parole hanno un grande potere, quindi scegli un nome che esprima i valori e l'immaginario che vuoi associare alla tua azienda: il tuo nome deve essere in grado di parlare ai tuoi clienti e a chi ti segue.
- ❑ **NON RUBARE L'IDENTITÀ DI QUALCUNO ALTRO:** Se un altro marchio ha già quel nome, soprattutto se è conosciuto, storico, o se è adottato da qualcuno che lavora vicino a te, dimenticalo. È inutile scegliere un nome quando è già occupato sui principali social network (Facebook, Instagram, ecc.) e/o quando il suo dominio, necessario per avere un sito Internet, è già di proprietà di qualcuno. Più in generale: non sfruttare l'identità altrui. Oltre ai rischi legali, essere il doppio di qualcun altro significa non avere la propria identità, lavorare di più per svilupparla o addirittura costruirsi una cattiva reputazione.

Anche avere un logo e saperlo utilizzare è una delle soluzioni più essenziali ed efficaci per farsi riconoscere tra i concorrenti, è l'elemento più piccolo e sintetico dell'immagine aziendale o di un'attività e costituisce una delle basi essenziali su cui la sua identità di marca.

Ogni logo è diverso, parla a un pubblico diverso e si muove in un contesto geografico e temporale diverso, spesso irripetibile.

Per questo motivo non esistono regole ferree che stabiliscano cosa un logo deve rappresentare - e quindi cosa deve comunicare - anche se, nella maggior parte dei settori, si ritiene auspicabile che faccia perno su elementi visivi che risuonino in qualche modo nella mente degli utenti potenziali clienti.

Tuttavia, sebbene non esista un manuale perfetto per il logo, ci sono alcuni accorgimenti e alcune linee guida che i designer professionisti sanno sfruttare per creare loghi cuciti addosso al proprio cliente e che li distinguono dal lavoro svolto da un dilettante improvvisato.

Alla base della progettazione ci deve essere un metodo razionale e la consapevolezza che non si sta realizzando un piccolo disegno che risponde solo al gusto estetico del suo proprietario, ma che si sta creando uno strumento comunicativo con obiettivi precisi da seguire.

Tenendo conto di questi obiettivi, un logo nasce dall'intersezione di molti vincoli progettuali che escludono automaticamente tutte le opzioni inappropriate, illuminando solo quelle poche strade ancora percorribili.

Esistono esigenze di posizionamento (coerenza con gli obiettivi aziendali e con il target di clientela), riconoscibilità (diversificazione dalla concorrenza, coerenza con il settore di riferimento), legali (rispetto dei diritti sui marchi già registrati) e tecniche (armonia e leggibilità in piccole dimensioni). A questi ed altri vincoli si aggiungono talvolta alcune condizioni arbitrarie, che spesso derivano da specifiche richieste figurative del cliente a cui egli non vuole rinunciare.

# CAPITOLO 2

*Informazioni utili per gli Artigiani che operano nel  
Commercio elettronico*



- ❑ **REGISTRAZIONE AZIENDALE:** Assicurati di essere correttamente registrato come entità aziendale. A seconda delle dimensioni e della struttura della tua attività, puoi scegliere di registrarti come ditta individuale, società a responsabilità limitata (SRL) o altra forma giuridica appropriata. La registrazione può essere effettuata tramite l'Ufficio del registro delle imprese.
- ❑ **FISCALITÀ:** Acquisire familiarità con le leggi e gli obblighi fiscali nazionali. Dovrai registrarti ai fini dell'IVA (imposta sul valore aggiunto) se il tuo fatturato annuo supera una determinata soglia. Mantenere registri finanziari accurati è fondamentale per la conformità fiscale.



- ❑ **MERCATI ONLINE:** se prevedi di vendere i tuoi oggetti d'artigianato sui mercati online, come Etsy o eBay, rivedi i termini e le condizioni di queste piattaforme. Rispettare le loro politiche relative a tariffe, spedizione, resi e servizio clienti.
- ❑ **TUTELA DEI CONSUMATORI:** in qualità di venditore di e-commerce, devi rispettare le leggi nazionali e dell'UE sulla tutela dei consumatori. Ciò include fornire informazioni chiare sul prodotto, rispettare le politiche di restituzione e garanzia e rispondere tempestivamente ai reclami dei clienti.
- ❑ **ELABORAZIONE DEI PAGAMENTI:** imposta opzioni di elaborazione dei pagamenti sicure e affidabili per i tuoi clienti. I gateway di pagamento più diffusi, come PayPal o Stripe, sono comunemente utilizzati nell'e-commerce.
- ❑ **PROPRIETÀ INTELLETTUALE:** proteggi i tuoi diritti di proprietà intellettuale, come marchi o copyright, se applicabile. Fai attenzione a non violare i diritti di proprietà intellettuale di altri nelle tue creazioni.
- ❑ **SPEDIZIONI E LOGISTICA:** Scegli un partner affidabile di spedizione e logistica per garantire la consegna puntuale dei tuoi prodotti. Acquisisci familiarità con le normative e i costi di spedizione, sia a livello nazionale che per gli ordini internazionali.
- ❑ **MARKETING ONLINE:** sviluppa una strategia di marketing online per promuovere i tuoi mestieri. Ciò può includere la creazione di un sito Web o l'utilizzo di piattaforme di social media per mostrare i tuoi prodotti.

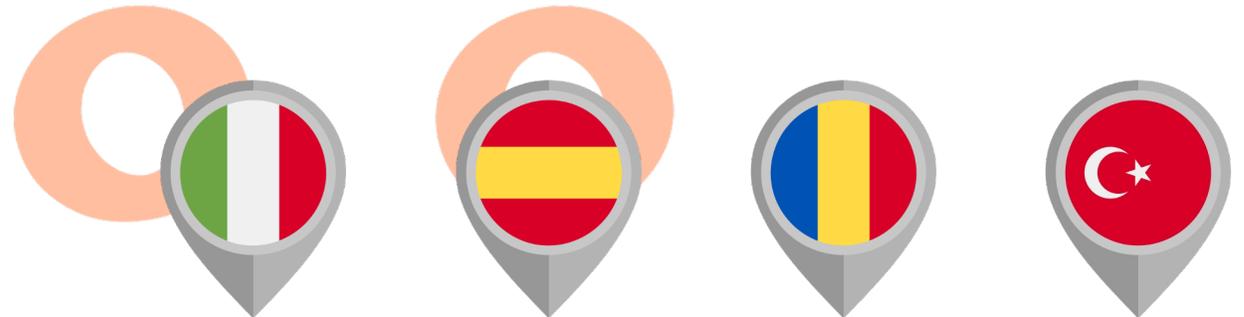
- ❑ **PROTEZIONE DEI DATI:** Se raccogli ed elabori i dati dei clienti, devi rispettare le leggi sulla protezione dei dati, come il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR). Salvaguardare le informazioni sui clienti e richiedere consulenza legale, se necessario.
- ❑ **SERVIZIO CLIENTI:** fornire un eccellente servizio clienti. Rispondere tempestivamente alle richieste dei clienti e risolvere eventuali problemi o preoccupazioni. Recensioni positive e consigli basati sul passaparola possono aiutarti a far crescere il tuo business online.



- ❑ **CONFORMITÀ LEGALE:** Rimani informato sui cambiamenti nelle normative nazionali e comunitarie sul commercio elettronico. Rivedi e aggiorna regolarmente i termini e le condizioni, l'informativa sulla privacy e altri documenti legali per garantirne la conformità.
- ❑ **GESTIONE FINANZIARIA:** Gestisci saggiamente le tue finanze. Tieni traccia delle tue entrate e uscite e valuta la possibilità di richiedere consulenza finanziaria o servizi contabili per garantire la stabilità finanziaria.
- ❑ **NETWORKING:** Unisciti alle comunità locali e online di artigiani e artigiani. Il networking può fornire prezioso supporto, consulenza e opportunità di collaborazione.
- ❑ **PRODOTTI UNICI E DI QUALITÀ:** Concentrati sulla creazione di prodotti unici e di alta qualità che ti distinguano dalla concorrenza. La tua maestria e l'unicità delle tue offerte possono essere un punto di forza significativo.
- ❑ **FEEDBACK E ADATTAMENTO:** Prestare attenzione al feedback dei clienti e alle tendenze del mercato. Adatta di conseguenza le tue offerte di prodotti e le tue strategie aziendali.

# CAPITOLO 2.1

*Supporto governativo fornito a coloro che conducono e-commerce*



# ITALIA

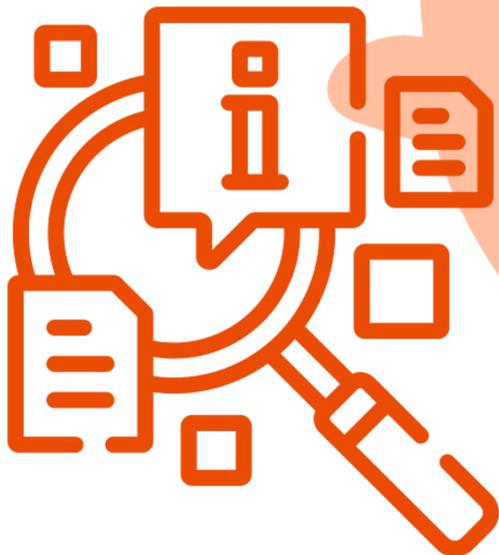
In Italia, il governo prevede diversi tipi di sostegno per chi svolge attività di commercio elettronico. Alcuni esempi di sostegno governativo includono:

- ❑ **AGEVOLAZIONI FISCALI:** Il governo italiano offre agevolazioni fiscali specifiche per le attività di e-commerce. Le aziende, ad esempio, possono beneficiare di agevolazioni fiscali per gli investimenti nelle tecnologie digitali, per l'acquisto di software e hardware, nonché per le spese di formazione e consulenza.
- ❑ **FINANZIAMENTI E INCENTIVI:** finanziamenti governativi e programmi di incentivi sono disponibili per le aziende che conducono attività di e-commerce. Ciò può includere sovvenzioni, prestiti agevolati o sovvenzioni per promuovere lo sviluppo e l'innovazione nel settore del commercio elettronico. Ad esempio, nell'ambito del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, lo sviluppo del commercio elettronico delle PMI all'estero costituisce uno dei titoli degli strumenti finanziari previsti dal Piano, con contributi a fondo perduto fino al 40% per lo sviluppo di piattaforme e-commerce e web marketing.
- ❑ **SUPPORTO ALL'ESPORTAZIONE:** il governo italiano fornisce un supporto specifico alle aziende che desiderano espandere le proprie attività di e-commerce a livello internazionale. Ciò può includere servizi di consulenza, agevolazioni fiscali sulle esportazioni e supporto nella partecipazione a fiere internazionali.
- ❑ **FORMAZIONE E CONSULENZA:** sono disponibili programmi di formazione e consulenza per aiutare gli imprenditori a comprendere meglio le dinamiche dell'e-commerce e sviluppare competenze specifiche del settore. Ciò può essere erogato attraverso corsi, workshop, webinar o attraverso l'assistenza di professionisti specializzati.
- ❑ **NORMATIVA E TUTELA DEL CONSUMATORE:** Il governo italiano ha istituito specifiche norme per regolamentare il commercio elettronico e tutelare i consumatori. Tra queste rientrano le leggi sulla privacy e sulla protezione dei dati personali, le norme sul diritto di recesso e le garanzie dei prodotti acquistati online. L'Autorità Garante per la Protezione dei Dati Personali è l'organismo governativo preposto alla protezione dei dati personali in Italia.

# ITALIA



È importante notare che le politiche di sostegno del governo possono variare nel tempo ed essere soggette a modifiche. Pertanto, si consiglia di consultare le fonti ufficiali del governo italiano e delle organizzazioni competenti per ottenere informazioni aggiornate sulle opportunità di supporto disponibili per le imprese di commercio elettronico in Italia.



<https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/imprese/agevolazioni>

<https://www.mimit.gov.it/index.php/it/incentivi-mise>

<https://www.invitalia.it/>

<https://www.simest.it/per-le-imprese/finanziamenti-agevolati-pnrr/sviluppo-ecommerce-pmi-estero/>

<https://export.gov.it/> | <https://www.sostegnoexport.it/>

<https://www.anpal.gov.it/formazione> | <https://www.garanteprivacy.it/>

# SPAGNA

Il governo spagnolo offre varie forme di sostegno e iniziative ai privati e alle imprese che conducono e-commerce. Ecco alcuni esempi del supporto disponibile:

- ❑ **PROGRAMMI DI ASSISTENZA FINANZIARIA:** il governo spagnolo offre programmi di sostegno finanziario, sovvenzioni e prestiti per incoraggiare la crescita del commercio elettronico. Questi programmi mirano ad aiutare le aziende a coprire i costi relativi allo sviluppo di siti Web, al marketing online, alla trasformazione digitale e all'infrastruttura di e-commerce.
- ❑ **FORMAZIONE E ISTRUZIONE:** il governo fornisce programmi di formazione e workshop per migliorare le competenze e le conoscenze digitali degli individui e delle imprese coinvolte nel commercio elettronico. Queste iniziative mirano a migliorare le pratiche di e-commerce, le strategie di marketing digitale, la sicurezza online e il coinvolgimento dei clienti.
- ❑ **TRASFORMAZIONE DIGITALE E INNOVAZIONE:** Il governo spagnolo promuove la trasformazione digitale e l'innovazione sostenendo iniziative che promuovono i progressi tecnologici e l'adozione di soluzioni digitali. Ciò include l'assistenza nell'implementazione di piattaforme di e-commerce, nell'integrazione di sistemi di pagamento digitali e nello sfruttamento di tecnologie emergenti come l'intelligenza artificiale o la blockchain per scopi di e-commerce.
- ❑ **SUPPORTO NORMATIVO:** il governo lavora per creare un ambiente normativo favorevole per il commercio elettronico. Stabilisce leggi e regolamenti che proteggono i consumatori, garantiscono una concorrenza leale e promuovono transazioni online sicure. Fornendo linee guida chiare e quadri giuridici, il governo aiuta le aziende ad affrontare le complessità dell'e-commerce mantenendo la conformità.

# SPAGNA

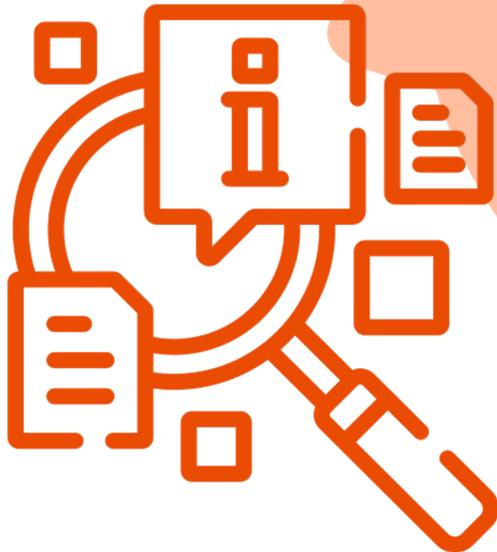
Il governo spagnolo offre varie forme di sostegno e iniziative ai privati e alle imprese che conducono e-commerce. Ecco alcuni esempi del supporto disponibile:

- ❏ **SUPPORTO NORMATIVO:** il governo lavora per creare un ambiente normativo favorevole per il commercio elettronico. Stabilisce leggi e regolamenti che proteggono i consumatori, garantiscono una concorrenza leale e promuovono transazioni online sicure. Fornendo linee guida chiare e quadri giuridici, il governo aiuta le aziende ad affrontare le complessità dell'e-commerce mantenendo la conformità.
- ❏ **INTERNAZIONALIZZAZIONE E SUPPORTO ALL'ESPORTAZIONE:** il governo spagnolo incoraggia le imprese impegnate nel commercio elettronico ad espandere la propria portata oltre i confini nazionali. I programmi di supporto facilitano la ricerca di mercato, la promozione internazionale, la partecipazione a fiere ed esposizioni e l'accesso alle reti e alle risorse di esportazione.
- ❏ **RETI E PIATTAFORME COLLABORATIVE:** il governo facilita la creazione di reti e piattaforme collaborative in cui le imprese di e-commerce possono condividere conoscenze, scambiare esperienze e collaborare a progetti. Queste reti forniscono un ambiente favorevole affinché le aziende possano crescere e imparare le une dalle altre.
- ❏ **FINANZIAMENTI PER LA RICERCA E LO SVILUPPO:** il governo spagnolo fornisce finanziamenti per progetti di ricerca e sviluppo legati al commercio elettronico. Ciò aiuta le aziende a innovare, sviluppare nuove tecnologie e migliorare la loro competitività nel mercato digitale.

# SPAGNA



È importante che gli individui e le aziende che effettuano e-commerce in Spagna rimangano aggiornati sui vari programmi di supporto e iniziative disponibili. I siti web governativi, le agenzie per lo sviluppo aziendale e le associazioni di settore sono risorse preziose per accedere a informazioni su programmi di supporto specifici e criteri di ammissibilità. L'utilizzo di queste risorse può aiutare gli imprenditori e le imprese a sfruttare il sostegno fornito dal governo spagnolo per migliorare le loro operazioni di e-commerce e stimolare la crescita.



<https://comercio.gob.es/es-es/prtr-comercio/Paginas/Plan-de-Recuperacion-Comercio.aspx>

<https://planderecuperacion.gob.es/noticias/el-gobierno-lanza-la-primera-convocatoria-de-ayudas-del-programa-kit-digital>

<https://comercio.gob.es/ComercioInterior/Observatorio/Paginas/default.aspx>

<https://www.youtube.com/watch?v=QtZVtM-HVU0>

# ROMANIA

**Il sostegno del governo agli individui e alle imprese che effettuano e-commerce in Romania può assumere varie forme, inclusi incentivi finanziari, programmi di formazione e quadri normativi:**

- ❑ **INCENTIVI FINANZIARI:** Il governo rumeno, attraverso vari programmi, può fornire incentivi finanziari e sovvenzioni per sostenere lo sviluppo delle attività di commercio elettronico. Questi incentivi possono includere sovvenzioni per la digitalizzazione, l'adozione della tecnologia e la promozione delle esportazioni.
- ❑ **PIATTAFORME E MERCATI DI E-COMMERCE:** il governo può sostenere lo sviluppo di piattaforme e mercati di e-commerce, rendendo più semplice per le imprese stabilire una presenza online. Tali piattaforme possono offrire soluzioni economicamente vantaggiose per le piccole imprese e gli artigiani.
- ❑ **FORMAZIONE E ISTRUZIONE:** programmi di formazione e workshop volti a migliorare l'alfabetizzazione digitale e le competenze in materia di commercio elettronico sono spesso a disposizione di imprenditori e imprese. Questi programmi aiutano gli individui e le aziende ad adattarsi all'economia digitale.
- ❑ **PROMOZIONE DELLE ESPORTAZIONI:** le agenzie governative possono aiutare le aziende di e-commerce ad espandere la propria portata di mercato a livello internazionale. Questo supporto può includere missioni commerciali, ricerche di mercato e assistenza con la documentazione di esportazione.
- ❑ **ACCESSO AI FINANZIAMENTI:** il governo può collaborare con le istituzioni finanziarie per fornire prestiti a prezzi accessibili e agevolazioni creditizie alle imprese di e-commerce, in particolare alle startup e alle PMI.

# ROMANIA

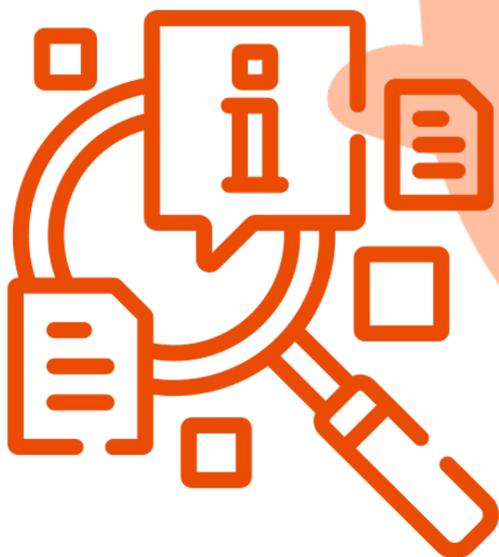
**Il sostegno del governo agli individui e alle imprese che effettuano e-commerce in Romania può assumere varie forme, inclusi incentivi finanziari, programmi di formazione e quadri normativi:**

- ❑ **SUPPORTO NORMATIVO:** è fondamentale stabilire quadri normativi chiari e favorevoli per il commercio elettronico. Il governo potrebbe lavorare sulla semplificazione delle procedure burocratiche, sulla riduzione della burocrazia e sulla garanzia che le imprese di e-commerce possano operare senza intoppi nel quadro giuridico.
- ❑ **TUTELA DEI CONSUMATORI E RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE:** Agenzie governative come l'Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor (ANPC) possono fornire guida e supporto alle imprese di e-commerce per garantire il rispetto delle normative sulla tutela dei consumatori. Possono anche aiutare a risolvere le controversie dei consumatori attraverso la mediazione e l'arbitrato.
- ❑ **INFRASTRUTTURA DIGITALE:** il governo può investire in infrastrutture digitali, compresa la connettività a banda larga, per garantire che le imprese di e-commerce abbiano un accesso Internet affidabile e ad alta velocità.
- ❑ **SOSTEGNO ALL'INNOVAZIONE E ALL'ADOZIONE DELLA TECNOLOGIA:** le iniziative che incoraggiano le imprese ad adottare tecnologie innovative e strumenti digitali possono ricevere il sostegno del governo. Ciò può includere sussidi per l'adozione di software e strumenti di e-commerce.
- ❑ **AGENZIE DI PROMOZIONE DELL'ESPORTAZIONE:** Organizzazioni come l'Autorità rumena per la promozione commerciale (Agenția Română de Promovare a Exportului) possono fornire assistenza, informazioni e supporto alle aziende che desiderano espandere le proprie attività di commercio elettronico a livello internazionale.

# ROMANIA



È importante notare che le politiche di sostegno del governo possono variare nel tempo ed essere soggette a modifiche. Pertanto, si consiglia di consultare le fonti ufficiali del governo rumeno e delle organizzazioni competenti per ottenere informazioni aggiornate sulle opportunità di supporto disponibili per le imprese di commercio elettronico in Romania.



<https://www.economie.gov.ro/> | <https://www.anpc.gov.ro/>

<https://www.arpexport.ro/>

# TURCHIA

Il governo turco fornisce varie forme di sostegno e iniziative a privati e aziende che conducono e-commerce.

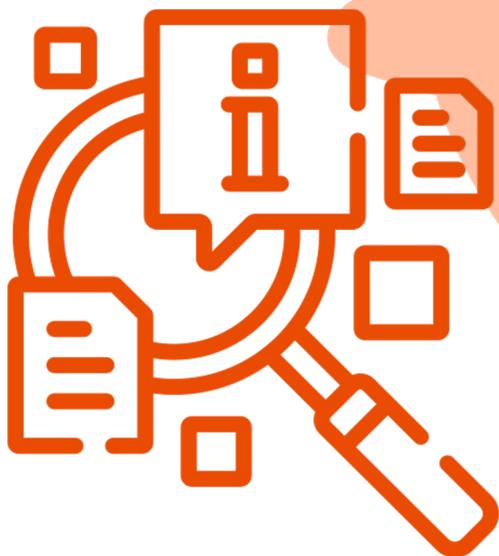
Ecco alcuni esempi del supporto disponibile:

- ❑ **SVILUPPO E SUPPORTO AMMINISTRATIVO DELLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE (KOSGEB):** KOSGEB offre supporto finanziario e servizi di consulenza alle piccole e medie imprese, comprese le attività di e-commerce.
- ❑ **SUPPORTI DEL MINISTERO DEL COMMERCIO:** Il Ministero del Commercio offre vari incentivi alle imprese volti ad aumentare le esportazioni. Le aziende di e-commerce possono utilizzare questi supporti per competere sui mercati internazionali.
- ❑ **SUPPORTO ALLA DIGITALIZZAZIONE:** Esistono diversi progetti e programmi in Turchia volti a promuovere la digitalizzazione. Questi programmi possono aiutare le aziende di e-commerce a migliorare la propria presenza online e migliorare le proprie capacità di marketing digitale.
- ❑ **SCONTI ED ESENZIONI FISCALI:** Le attività di e-commerce possono beneficiare di sconti o esenzioni fiscali quando soddisfano condizioni specifiche. In particolare, l'esenzione fiscale da parte del governo è applicabile a coloro che gestiscono attività di e-commerce da casa e rientrano in determinate normative. Questa esenzione riguarda gli imprenditori che svolgono attività commerciali senza aprire una sede aziendale separata o utilizzare macchinari automatizzati per la produzione di massa.
- ❑ **SUPPORTI PER L'ESPORTAZIONE ELETTRONICA:** Le aziende di e-commerce in Turchia possono trarre vantaggio da vari supporti e programmi di esportazione elettronica per espandersi nei mercati internazionali e vendere i propri prodotti all'estero.

# TURCHIA



I dettagli, le condizioni di richiesta e i processi del sostegno governativo in Türkiye vengono aggiornati frequentemente. Pertanto, è importante che imprenditori e artigiani visitino i siti web ufficiali delle istituzioni competenti per accedere alle informazioni aggiornate sui supporti che corrispondono alle loro esigenze e qualifiche. Inoltre, consulenti o esperti finanziari possono assistere imprenditori e artigiani nell'individuazione dei supporti statali più idonei.



<https://www.kosgeb.gov.tr>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/ihracat-destekleri/pazara-giriste-dijital-faaliyetlerin-desteklenmesi>

<https://geka.gov.tr/tr/sayfa/geka-imalat-sanayide-kurumsallasma-ve-dijital-donusum>

<https://ticaret.gov.tr/destekler/e-ihracat-destekleri>



# FUTURE e-COMMERCE

2022-1-R001-KA220-VET-000088579

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