

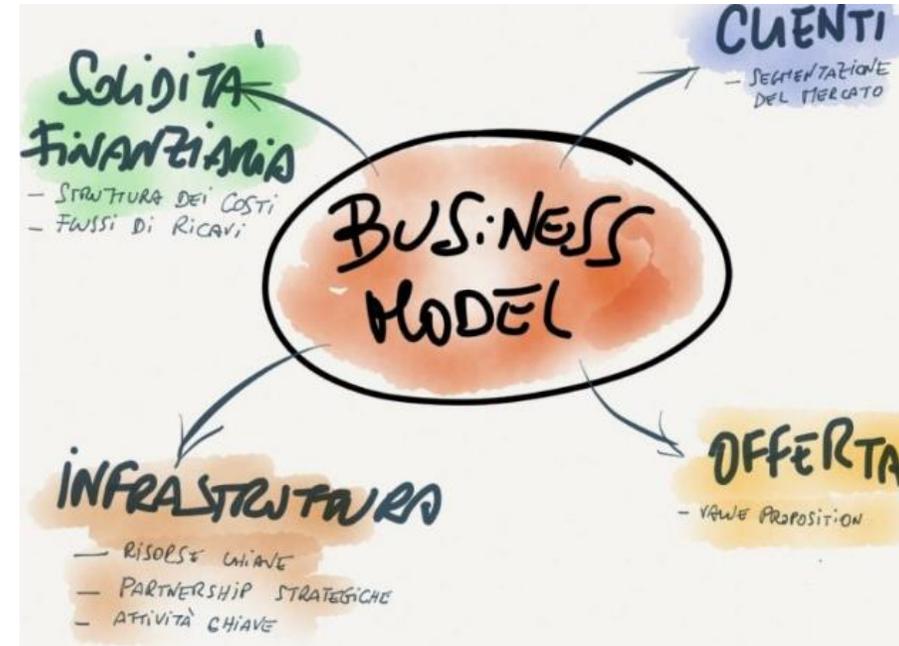
BUSINESS TALK WEBINAR VENDERE ON LINE: STRUMENTI E STRATEGIE

Cuneo, 11 dicembre 2020

Cuneo, 11 dicembre 2020

Cosa è il modello di business

Il modello di business o business model riflette una serie di ipotesi che l'impresa fa, sia su ciò che i clienti vogliono, come lo vogliono e quanto saranno disposti a pagarlo, sia su come un'impresa possa organizzare la sua proposta di valore per soddisfare al meglio le esigenze dei clienti ed essere pagata bene per farlo (Teece 2010).



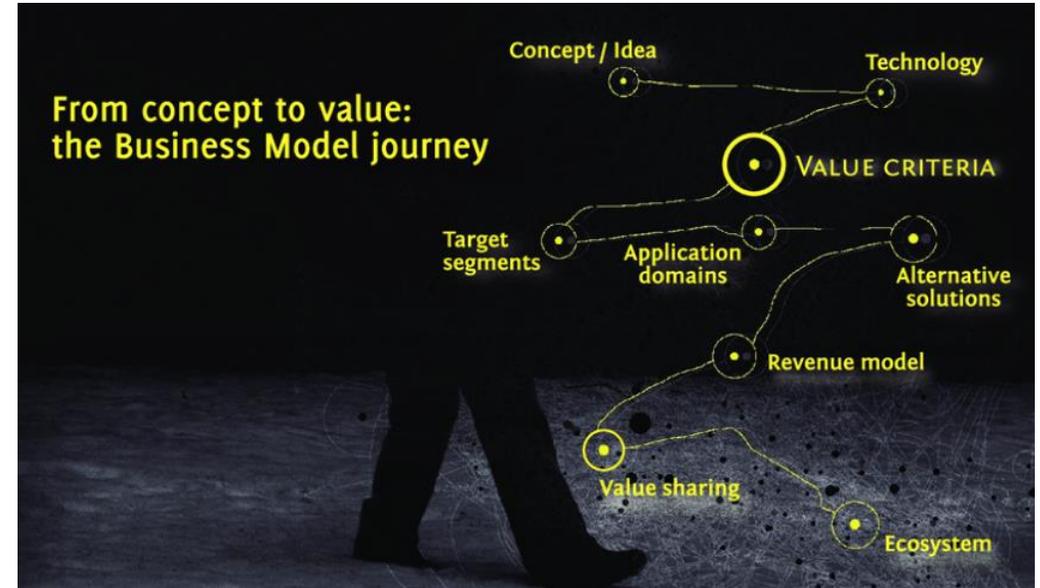
A cosa servono i modelli?

Questa modellizzazione concettuale del business, dei suoi flussi e processi economici, aiuta a comprendere come funziona o potrebbe funzionare un'azienda e permette di individuare e scegliere i meccanismi che creano valore per il cliente, attraverso la comunicazione, la commercializzazione e la distribuzione, e quelli che generano costi e ricavi. **Il business model in altre parole ci permette di comprendere come generare e consegnare al cliente il miglior valore possibile massimizzando la sua esperienza.**



Business model journey

Un percorso che inizia dalla nascita di un bisogno e si snoda attraverso alcuni passaggi nei quali il cliente entra in contatto, effettivamente o potenzialmente, con l'azienda e/o il suo brand determinando una serie di touchpoint ovvero punti di contatto. Il viaggio esperienziale del cliente è, pertanto, la descrizione dei passaggi tra un touchpoint e l'altro sia da un punto di vista funzionale che emotivo.



Perché il viaggio esperienziale?

Analizzare e comprendere il cliente è fondamentale per soddisfare i suoi bisogni e trasferire il valore che l'azienda produce.

Questo, indipendentemente da qualsiasi sia l'obiettivo che si pone: **dall'ottimizzazione del processo commerciale o di comunicazione alla revisione di un sito web o del layout di un negozio fino alla definizione dell'intera strategia aziendale attraverso l'analisi del lifecycle prima, durante e dopo l'acquisto.**



Il cliente al centro

Accompagnare il cliente nel suo viaggio significa metterlo al centro e farlo per davvero. Il punto di partenza diventa la comprensione dei bisogni, delle aspettative, dei desideri, delle gioie e dei problemi ovvero di **tutto quell'insieme di fattori umani e tecnici che condizionano le decisioni e impattano sulla sua esperienza.**



Riorganizzarsi e poi riorganizzarsi

Inoltre, permette di modellizzare il proprio business focalizzandosi sul processo d'acquisto del cliente, creando una proposta di valore e definendo i propri canali distributivi, commerciali e di comunicazione secondo una logica che ne massimizza l'esperienza e non le economie dell'azienda o il prodotto/servizio. Infine, aiuta a ragionare in termini strategici su ogni singolo touchpoint e non più solo su un quadro generale e astratto.



La proposta di valore

Un modo di fare business modeling che parte dal cliente e dalla sua esperienza in coerenza con un approccio outside-in. Il “journey” guida il nostro processo di business modeling, da cui Business Model Journey, permettendoci di sviluppare nel **dettaglio la proposta di valore, delle politiche di canale e di gestione della relazione con il cliente e di conseguenza anche delle micro-azioni da attuare per raggiungere gli obiettivi strategici ed economici.** È l’esigenza dell’azienda e dell’imprenditore, del manager e del consulente che porta a scegliere di volta in volta la chiave di lettura più opportuna.



Percorsi di accompagnamento e Virtual Export Management

Sempre più d'ausilio i percorsi di accompagnamento nei mercati esteri che permettono alle aziende di entrare nei mercati con ponderazione e proporre un'offerta mirata.

Fondamentale poter usufruire del supporto di VEM per :

- **Creazione e gestione di Landing Pages;**
- **Amministrazione dei trasporti anche a mezzo Logistica di Amazon o servizi similari.**
- **Upload y gestione di annunci sui marketplaces da localizzarsi nelle lingue locali;**
- **Analisi dei dati di mercato in tempo reale.**



Il Virtual Export Manager nel mercato di destinazione

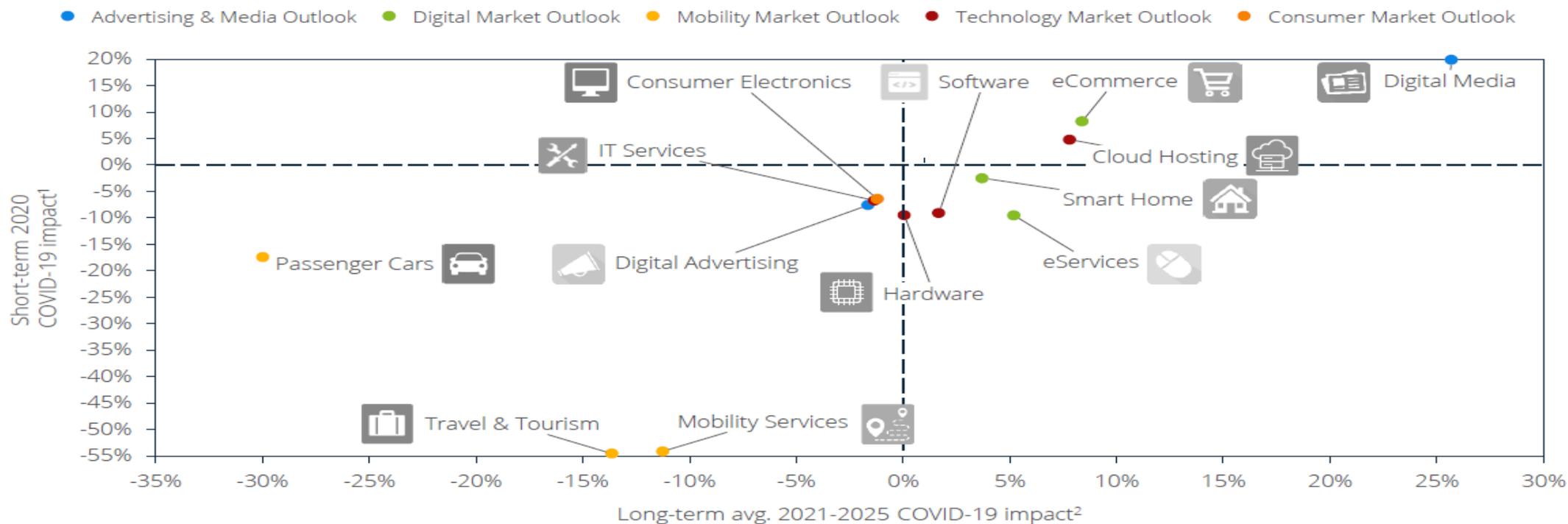
Il Vem, per tutta la fase di sviluppo dell'entry strategy, svolge tutta una serie di funzioni con competenze attualmente riscontrabili in diverse figure ovvero l'Export Manager, l'E-Commerce Manager, il Social Media Manager ed il Country Manager. Il Virtual Export Manager:

- **Individua i mercati più adeguati grazie allo studio degli Analytics;**
- **Identifica i canali di vendita digitale più adeguati;**
- **Sarà il riferimento ed il responsabile di azioni e visite commerciali nel paese target;**
- **Si occuperà della fase di follow up;**
- **Darà supporto anche nella fase delle trattative seguendo le direttive impartitegli.**



Tendenze in atto: Meno mobilità e più uso dei media

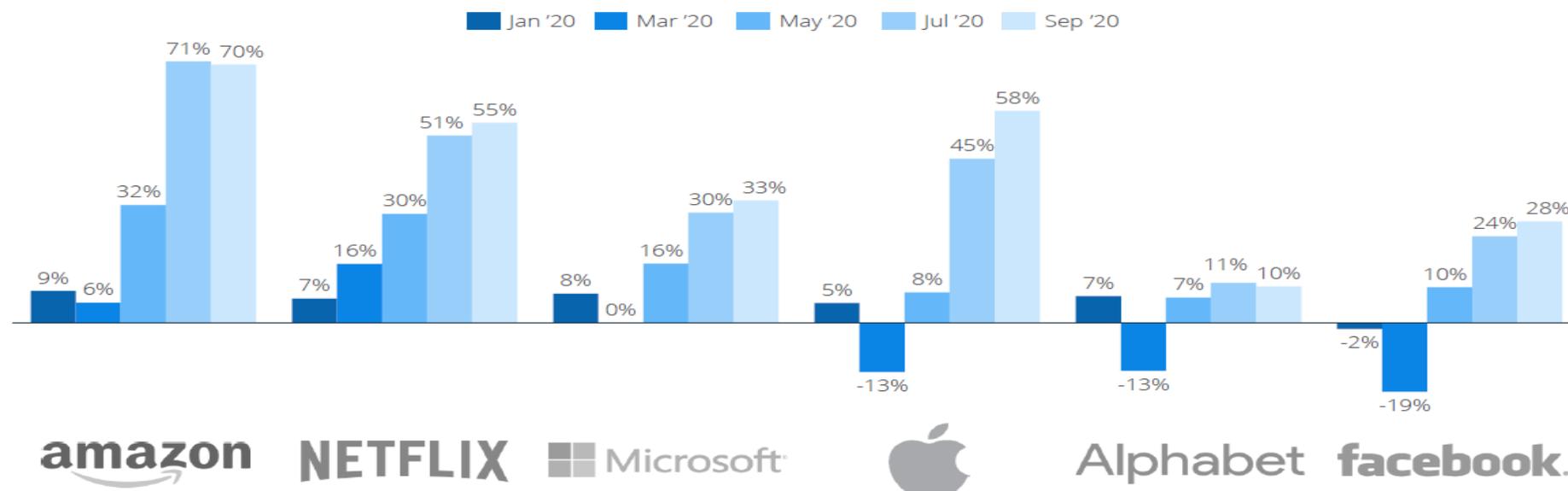
Short- and long-term COVID-19 impact on selected Statista markets



1: Statista modeled COVID-19 impact 2020 on markets pre-COVID-19 (as of Q4/Q1 2019/2020) vs. post-COVID-19 (as of October 2020)
 2: Statista modeled COVID-19 average impact 2021-2025 on markets pre-COVID-19 (as of Q4/Q1 2020) vs. post-COVID-19 (as of October 2020)
 Sources: Statista Market Outlooks

I big della digital economy continuano a crescere.

Stock performance of leading global digital companies during COVID-19 as compared to December 31, 2019



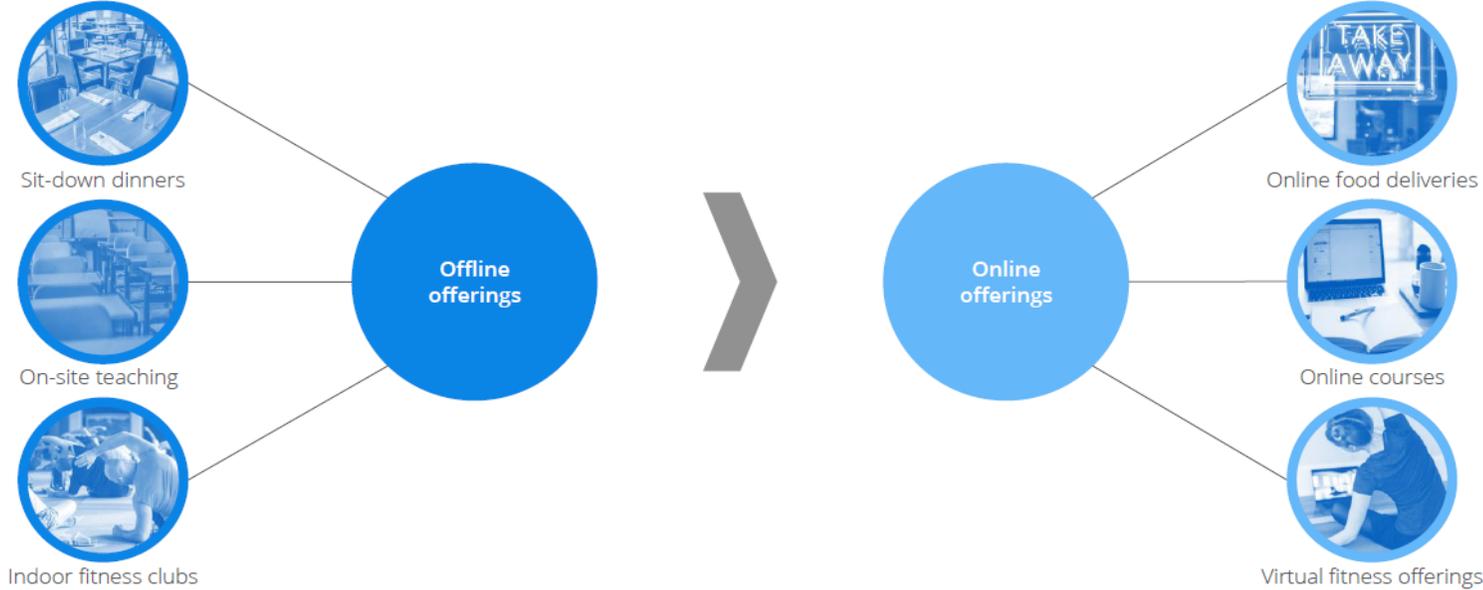
Note: as of September 30, 2020
Sources: Forbes, Yahoo Finance

statista

Come il Covid-19 stia spingendo la trasformazione digitale

Indicative COVID-19 induced transformations of sample industries

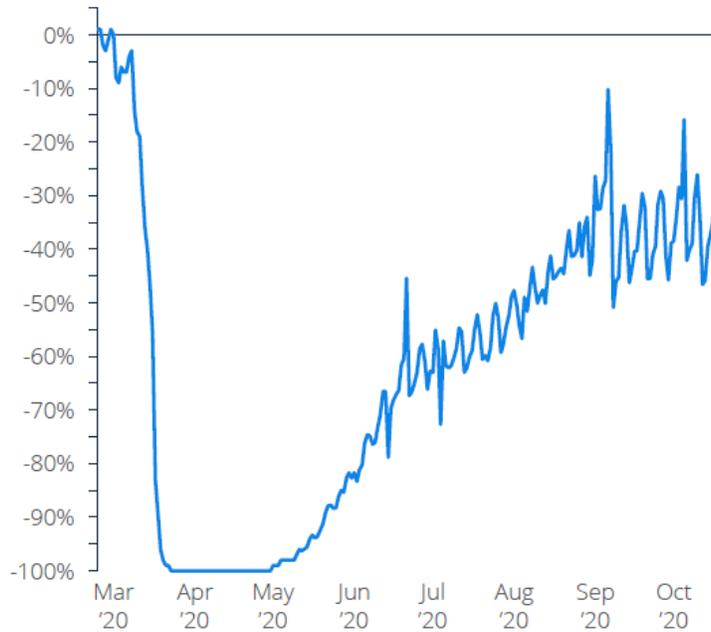
● Pre-COVID-19 ● During COVID-19



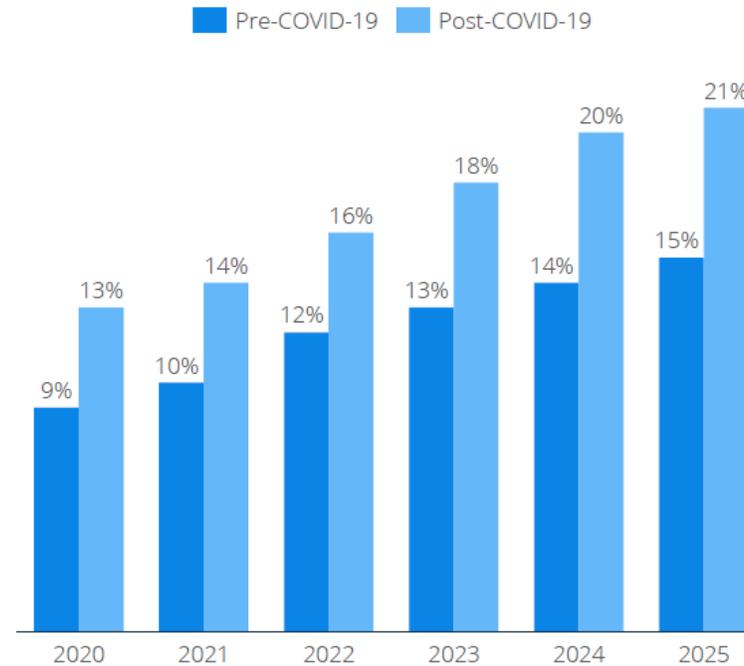
statista

Esempi di fast change: la ristorazione online!

Global y-o-y daily change in seated restaurant diners¹

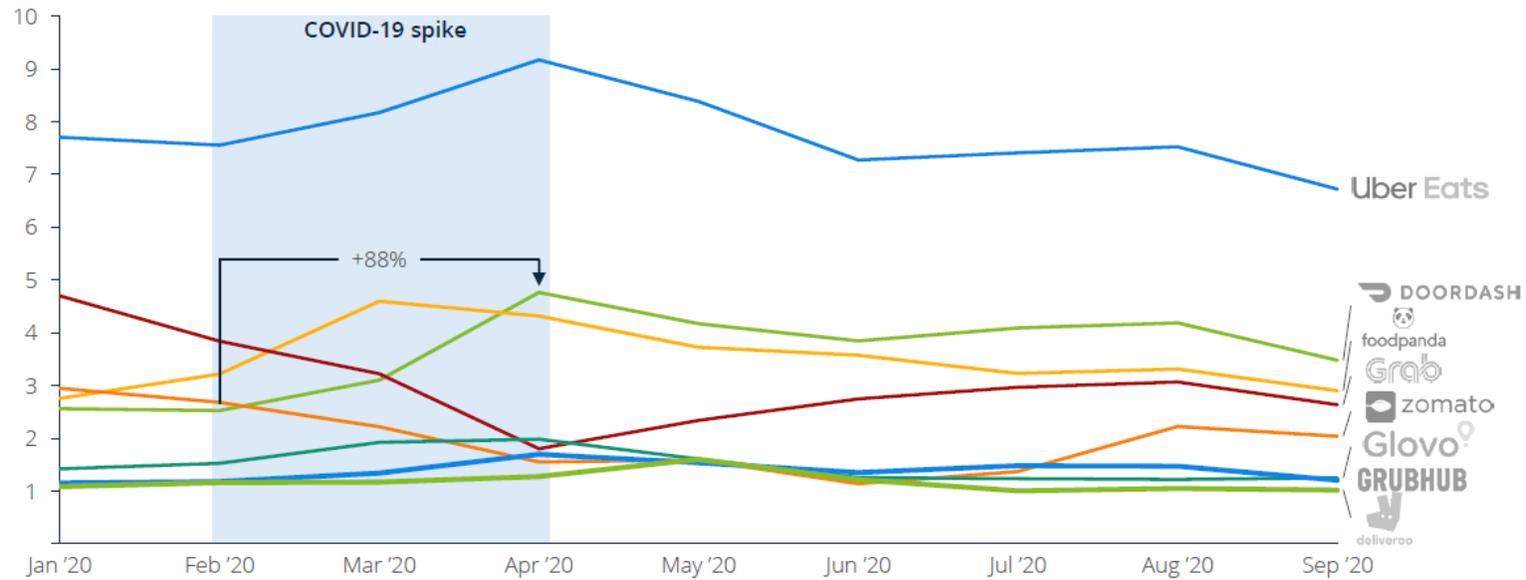


Change in online food delivery penetration in the U.S.



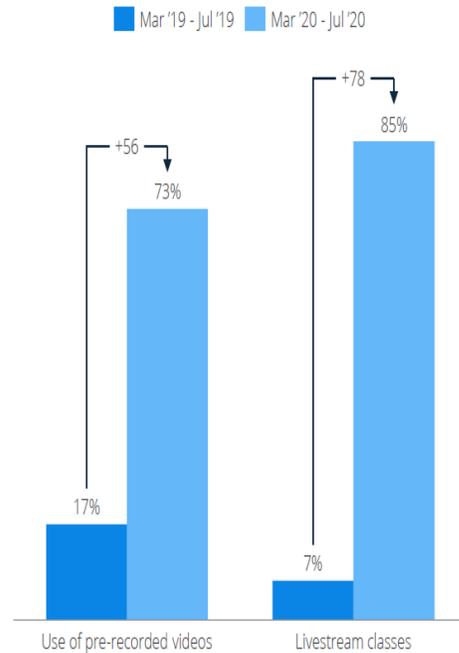
Sempre più app per il delivery...

Global top food delivery app downloads in million

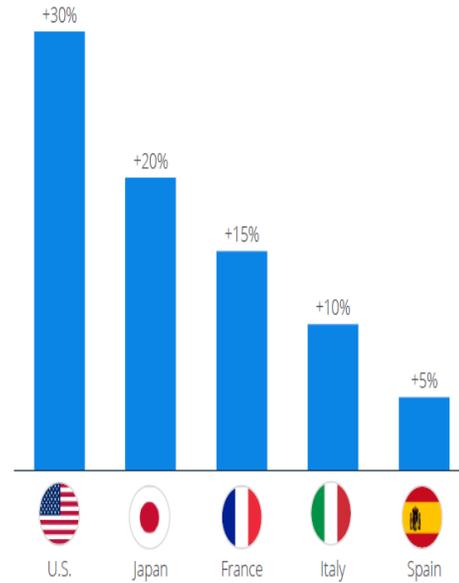


La palestra diviene virtuale...

Changing shares in the use of virtual fitness content¹



Change in weekly hours spent by users on health & fitness apps between Dec '19 and Mar '20²



Selected key players in health and fitness apps

General fitness apps	Workout apps	Healthy eating apps
Google Fit adidas RUNTASTIC SWÖRKIT Better Me. runkeeper Calm GoodRx moveGB headspace Fiit	PELTON Personal Fitness Coach fitbit coach JEFIT myfitnesspal Home Workout WORKIT MAPMYRUN Fitness Coach	Nutrients Fooducate MyPlate MyNetDiary EASY MEALS Lifesum Protein Tracker Calorie Counter & Diet Tracker Lose It!

Gamification: di che si tratta?

Una possibile definizione di gamification può essere **l'utilizzo di elementi, terminologia ed esperienze emotive tipiche degli ambienti di gioco in contesti radicalmente differenti.**

Con questi presupposti si può fare leva su un meccanismo emotivo molto comune: ricevere appagamento quando si vince un premio, si raggiunge un traguardo, si completa una collection o si ottiene una medaglia. La gamification stimola la competitività delle persone e la soddisfazione di fare dei progressi.



Gamification: facciamo degli esempi

Le applicazioni di questo approccio sono potenzialmente infinite e, con la diffusione di app e smartphone, anche le opportunità per il marketing si sono moltiplicate rapidamente. Fitness, produttività, tecniche di concentrazione o servizi di geolocalizzazione sono gli ambiti che hanno saputo sfruttare più a fondo la gamification; tuttavia, i casi di successo vanno anche oltre



NOTIZIE CALCIO

08 ottobre 2020 - 13:07

Un videogioco per il calciomercato: il Tolosa userà Football Manager

Il Presidente del Tolosa ufficializza il nuovo metodo che userà per il calciomercato: nientemeno che il famosissimo videogioco manageriale

Tanti appassionati in tutto il mondo, che si cimentano nel ruolo di allenatore: questo, e molto altro è Football Manager. Un videogioco che ha fatto la storia dei videogame, e che ormai viene utilizzato anche come training manageriale. Lo sanno bene in Francia, dove il presidente del Tolosa Damien Comolli ha scovato nuovi giocatori proprio utilizzando il noto gioco, e ora lo useranno stabilmente per il calciomercato.

Risiko e le strategie del marketing...

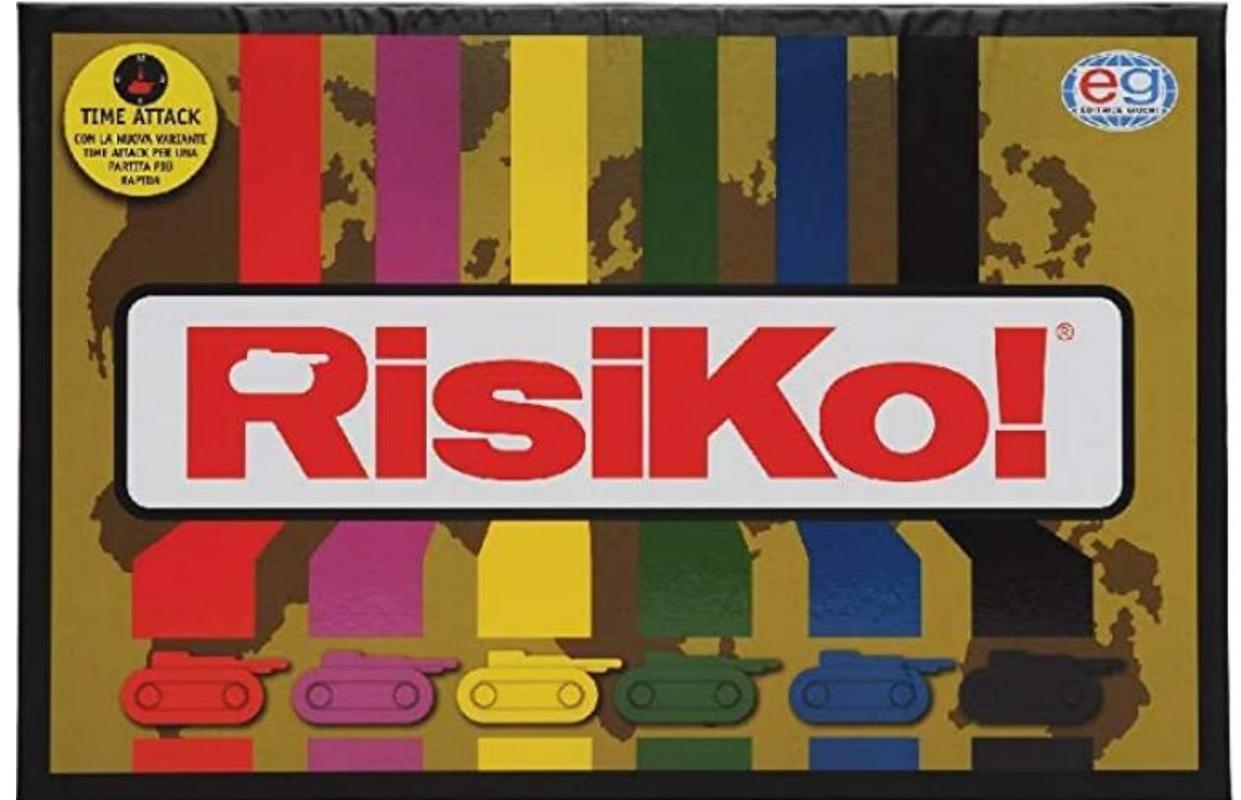
E una valida strategia di marketing verrà attuata allo stesso modo: gli investimenti verranno utilizzati come i carri armati, per conquistare nuove fette di mercato, al fine di superare l'offerta della concorrenza, rappresentata nel gioco dalle truppe nemiche.



Risiko e internazionalizzazione

Il Risiko è un gioco da tavolo, il cui obiettivo è quello di completare la propria missione segreta, mediante la conquista di determinati territori, di due o tre continenti o mediante l'eliminazione di un nemico: il vincitore sarà colui che riuscirà per primo a raggiungere il proprio obiettivo. Come avviene in ambito business: vince chi persegue a livello internazionale la propria mission, inseguendo la propria vision.

Per tentare di conquistare un determinato territorio l'attaccante dovrà lanciare dei dadi, di numero variabile in base al numero di armate possedute sul proprio territorio, contro un difensore che dovrà difendersi nello stesso modo. Proprio come avviene con le azioni commerciali di breve, medio e lungo periodo cercando di conquistare fette di mercato di altri competitor.



Strategia 1: spendere per il miglior esercito!

Cercare di conquistare la totalità di uno dei continenti per ricevere delle armate aggiuntive all'inizio del turno e utilizzarle come rinforzo per l'attacco o per la difesa. **La forza di un esercito è misurata dal numero di armate aggiuntive ricevute come bonus all'inizio di ogni turno.** Cercare di ottenere il maggior numero possibile di rinforzi, da utilizzare per l'attacco e per la difesa, è un'ottima strategia.



Strategia 2: Taccuino a portata di mano

Osservare costantemente che cosa succede nei territori confinanti. Un accumulo di armate nemiche in un territorio confinante potrebbe segnalare un imminente attacco da parte di un avversario, mentre poche armate potrebbero significare il declino di un competitor.



Strategia 3: come il mitico Trap!

Garantire che i propri territori di confine siano difesi da un numero appropriato di armate. È bene cercare di dispiegare lungo i territori di confine la maggior parte delle armate aggiuntive ricevute all'inizio di ogni turno per complicare un eventuale attacco da parte degli avversari. E allora catenaccio e contropiede...

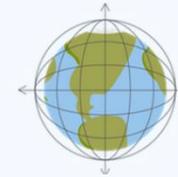
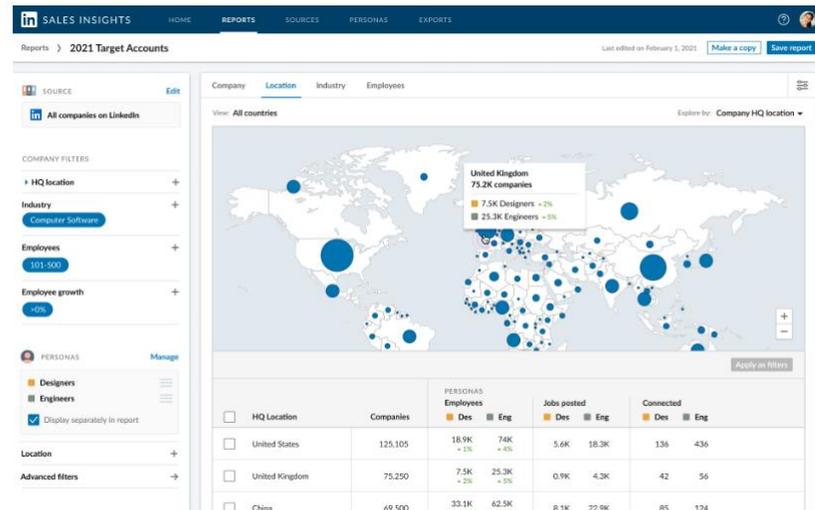


LinkedIn Sales Insights

The Most Reliable Data to Power Your Sales Organization

Coming in 2021

TRANSFORM SALES PLANNING



79%

Of sales operations teams believe their data isn't reliable enough to do effective Territory Planning



87%

Of sales operations teams believe their data isn't reliable enough to do effective Account Prioritization



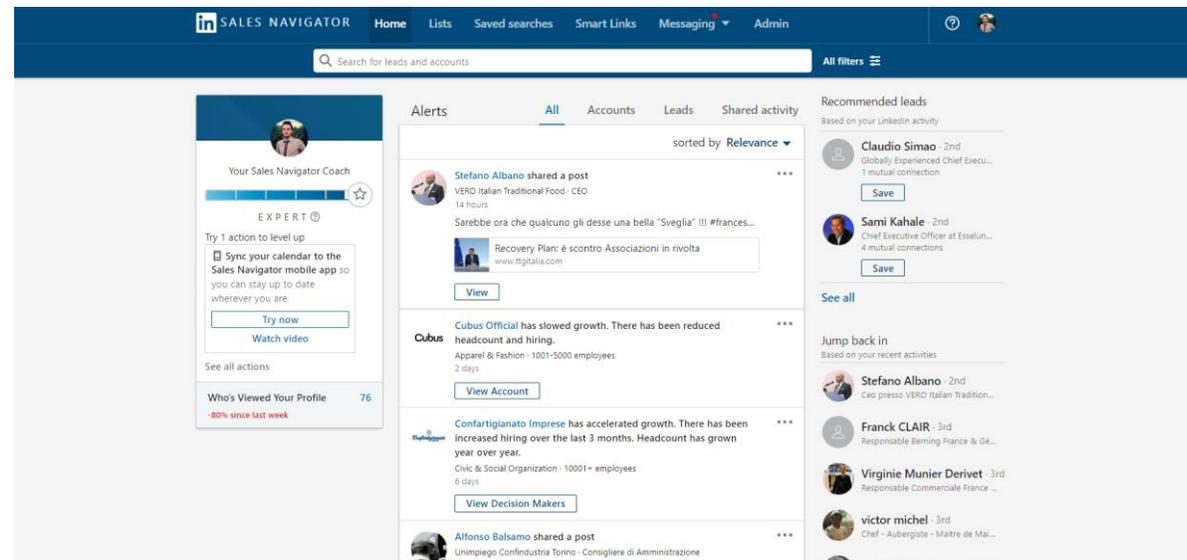
79%

Of sales operations teams believe their data isn't reliable enough to uncover Growth Opportunities

LinkedIn Sales Navigator

Sales Navigator è uno dei LinkedIn tools dedicati a chi si occupa di vendite, prevalentemente in ambito B2B, e permette di fare Social Selling, cioè di utilizzare la propria rete di contatti sul social network per vendere.

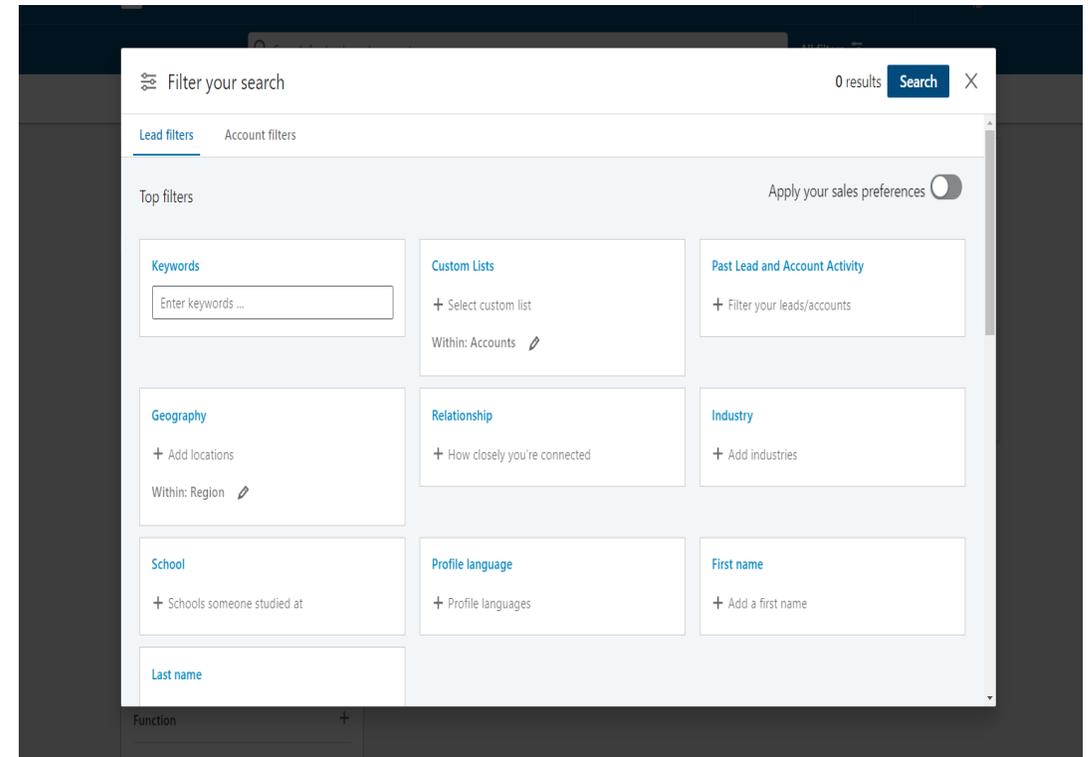
Per utilizzarlo in maniera strutturata, è necessario pianificare la propria strategia di azione, partendo dall'ottimizzazione dei contenuti



La specialità della casa...la ricerca avanzata!

Il vero punto di forza del tool è la ricerca avanzata. Sales Navigator ti permette di organizzare la ricerca su due macrocategorie logiche, Lead (contatti dei professionisti con cui ci interessa entrare in contatto) e Account (aziende che appartengono al target di interesse e in cui operano i Lead).

Grazie a un'ampia serie di filtri potrai individuare con precisione e riuscire a raggiungere le pagine delle aziende e i profili dei Lead a cui siamo interessati. In ogni ricerca si possono impostare fino a 21 filtri ogni volta.





Competitor o alleato?

Amazon ha lanciato nuovi strumenti avanzati di grande ausilio per le PMI italiane. Ad esempio Showroom è un nuovo strumento interattivo di acquisto di mobili che consentirà ai clienti di visualizzare i prodotti per la casa in un salotto virtuale e personalizzabile che li aiuterà a prendere una decisione.

In particolare, questa innovazione integra le funzionalità di acquisto esistenti, Discover e AR View.

<https://www.amazon.com/adlp/arview>

<https://www.amazon.es/showroom>

<https://www.amazon.com/discover>



Amazon Business...per il B2B

Consegne rapide e senza costi aggiuntivi

Approfitta della consegna in giornata senza costi aggiuntivi e ricevi i tuoi ordini dove e quando vuoi.

[Scopri di più >](#)

Politiche di acquisto Guided Buying

Le tue direttive indirizzano automaticamente il team verso i prodotti e i venditori che meglio soddisfano i requisiti e le politiche aziendali.

Riduci i costi

Risparmia sui prodotti che la tua azienda acquista di più.

[Scopri di più >](#)

Analizza i tuoi acquisti

Analizza le spese con la funzionalità "Spend Visibility" per prendere decisioni più oculate sul budget, localizzare con più facilità i problemi di conformità e trovare nuove opportunità di risparmio.

amazonbusiness

Milioni di clienti aziendali di diversi settori registrati in tutto il mondo: Italia, Germania, Francia, Spagna, Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Giappone e India.

50%

delle aziende FTSE MIB

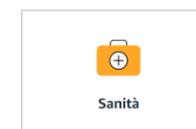
+50%

delle aziende FTSE 100

+50%

delle aziende Fortune 100

Per tutte le aziende, a ogni stadio di crescita





Per diversificare e sperimentare...

Ebay.com è molto diffuso anche tra le PMI e non solo tra i privati

Consente l'utilizzo di Therapeak per l'accesso alle statistiche di mercato

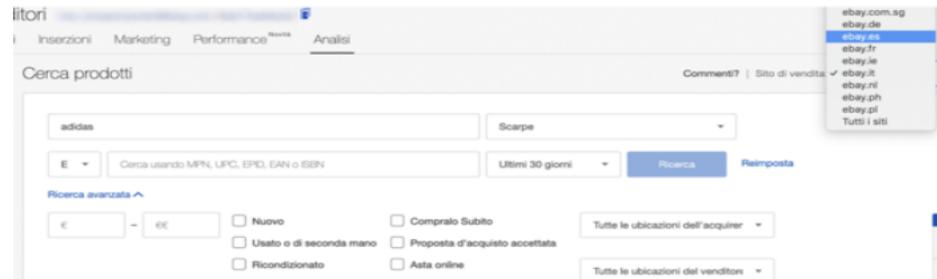
La traduzione degli annunci avviene in automatico grazie a Webinterpret



8 siti internazionali

Sito eBay	Attiva	Paesi	Inserzioni in corso	Account eBay
ebay.com / Inglese	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.co.uk / Inglese	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.de / Tedesco	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.fr / Francese	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.it / Italiano	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.es / Spagnolo	<input type="checkbox"/>	Spagna e 219 altri	2 pubblicate 0 in elaborazione	diglesias88 Aggiungi un account
ebay.com.au / Inglese	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account
ebay.ca / Inglese	<input type="checkbox"/>			diglesias88 Aggiungi un account

Terapeak per il pre-sales...



Vendite internazionali

Con Terapeak puoi effettuare ricerche anche negli altri mercati eBay e quindi prendere decisioni strategiche per espanderti nei 22 mercati globali.

Identifica le tendenze di vendita e riattiva le inserzioni insoddisfacenti

Se alcune inserzioni non danno i risultati sperati, puoi usare lo strumento Terapeak per individuare le tendenze di vendita e le inserzioni competitive per identificare le migliori strategie per le foto, il prezzo, le specifiche dell'oggetto e altro ancora. Puoi utilizzare Terapeak per migliorare il livello del servizio offerto e allinearti ai concorrenti verificando immediatamente metriche generali come la percentuale delle inserzioni con spedizione gratuita e le spese di spedizione medie.

La gestione della logistica

- Qualsiasi strategia non potrà non tenere in considerazione l'invio fisico dei vostri prodotti.
- In alcuni casi è necessario anche programmare il modo ed il dove avverrà l'assemblamento (in Italia o direttamente a destinazione?);
- La Logistica di Amazon è un alleato potente utilizzabile anche fuori piattaforma;
- Esistono anche servizi molto localizzati (ad esempio <https://www.flexlogi.com/index.htm> servizio di logistica flessibile su Barcellona)



La logistica di Amazon



Rete logistica europea

Rete logistica europea ti consente di gestire gli ordini di qualsiasi marketplace europeo di Amazon, ma puoi spedire la merce ai centri logistici di Amazon solo in un paese. Sono applicabili i costi di gestione transfrontaliera.



Programma Paneuropeo di Logistica di Amazon

raggiungi un numero maggiore di clienti con costi ridotti utilizzando il Programma Paneuropeo di Logistica di Amazon. Invia i tuoi prodotti ai centri logistici nel paese desiderato e noi ci occuperemo di distribuirli per lo stoccaggio in tutta Europa. I tuoi prodotti diventano idonei a Prime e visibili a milioni di clienti, garantendo una consegna più rapida. Tu paghi solo i costi di gestione locali, indipendentemente da dove venga gestito un ordine*.

- Logistica di Amazon è un servizio di pagamento in base alla vendita.
- Non esiste alcun requisito di inventario minimo: puoi inviare la quantità che desideri.
- I servizi di Logistica di Amazon non prevedono alcuna quota di abbonamento fissa.

Quotarsi nel nuovo mercato...

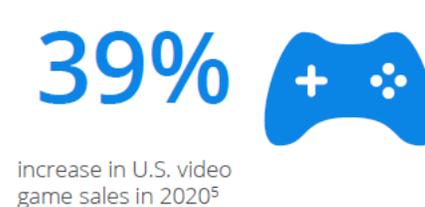
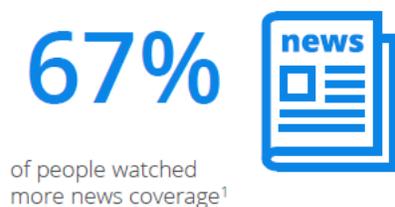
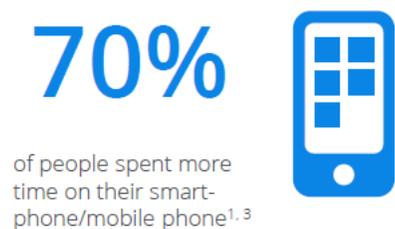
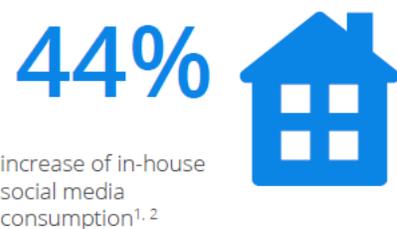
L'analisi di competitività non può prescindere dallo studio della quotazione dei mercati;

- E' ragionevole avere una strategia iniziale (entry strategy) che può prevedere dei costi più accomodanti per raccogliere i primi feedback;
- I partner nel mercato possono pretendere un innalzamento o abbassamento del prezzo per difendere la loro posizione di mercato;
- Il canale prescelto influenza fortemente la quotazione;
- Per il canale digitale è importante seguire l'andamento dei prezzi dei competitor (specie nelle prima fase).



I grandi cambiamenti del digitale...in cifre!

Changes in consumer behavior during COVID-19



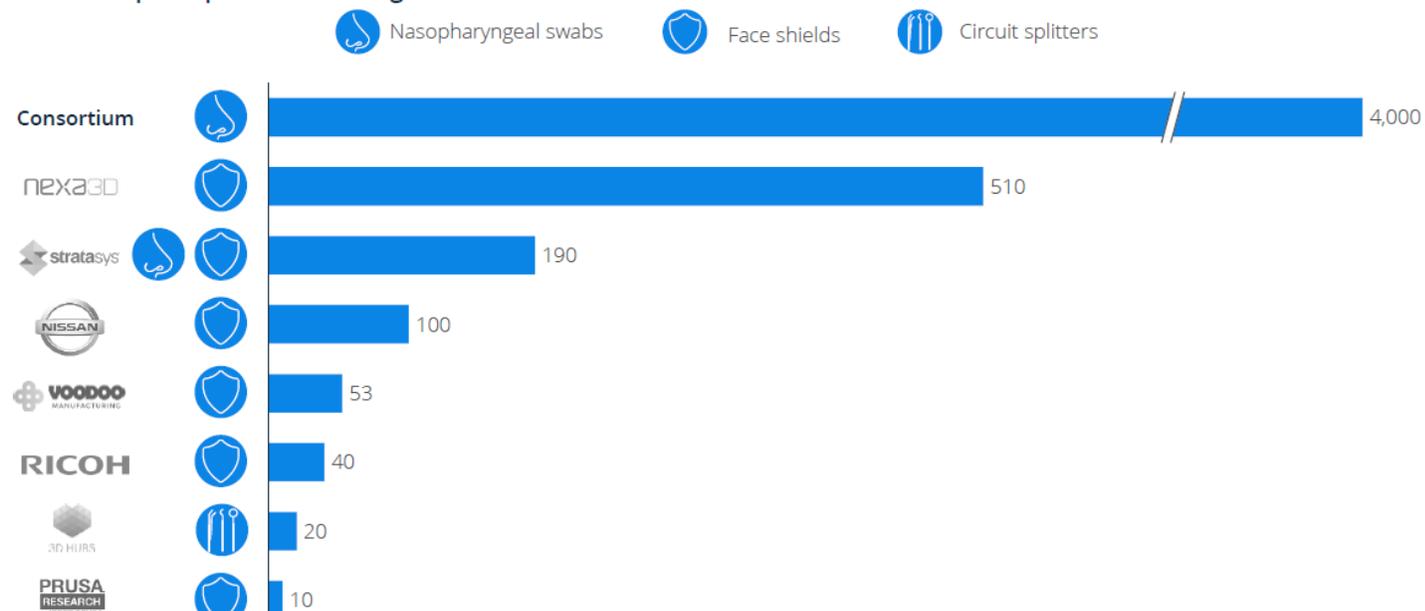
La formazione è...a distanza e spesso FREE

Impact due to COVID-19 on the online learning platforms Coursera and Udemy



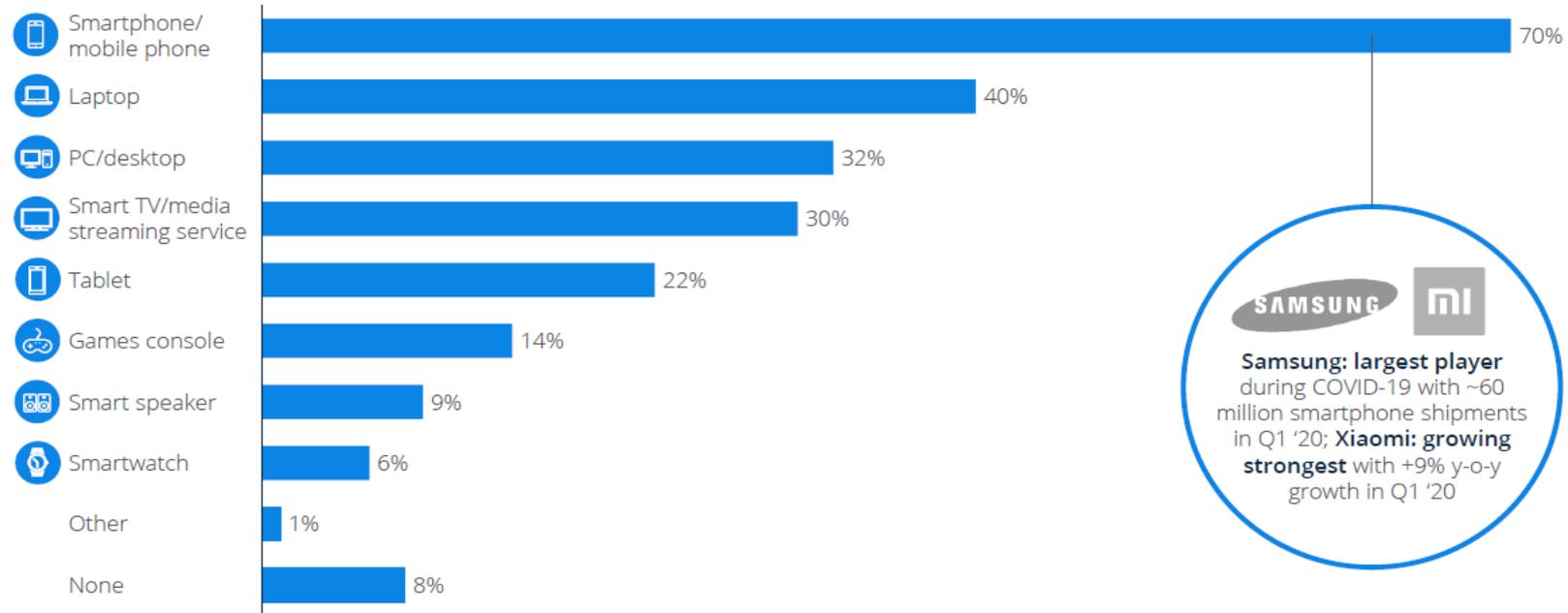
Cresce esponenzialmente l'uso della stampante 3D

Global 3D parts produced during COVID-19 in thousand¹



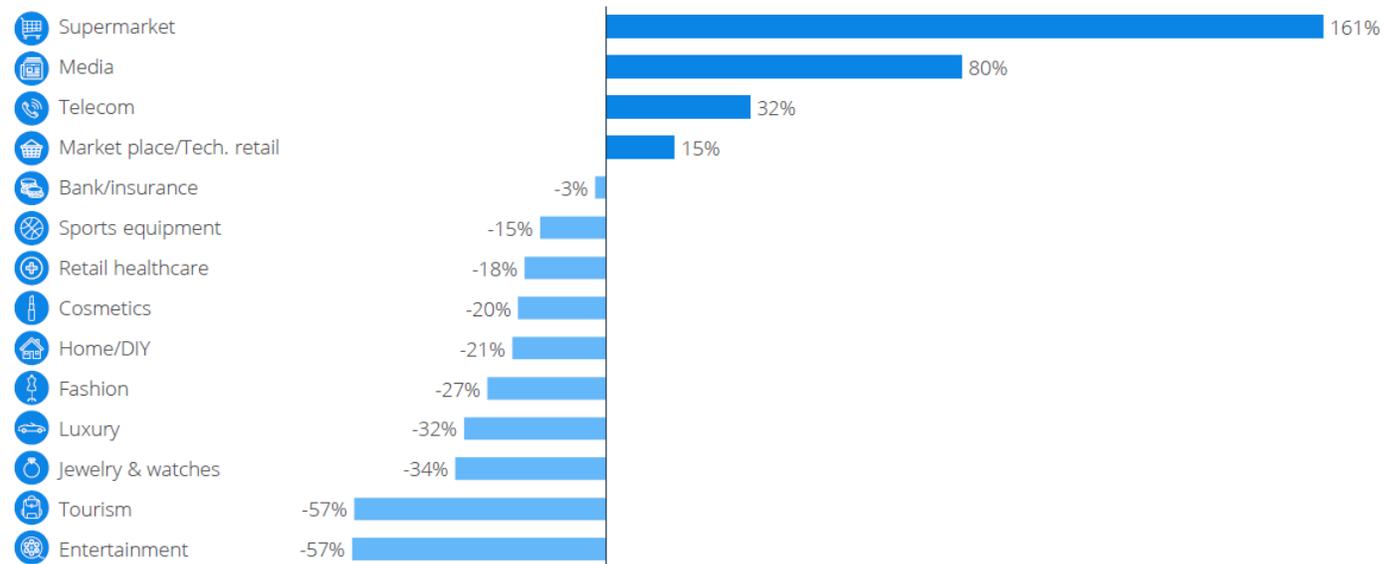
I nostri devices sempre più connessi...

Globally increased device usage at the onset of the COVID-19 outbreak¹



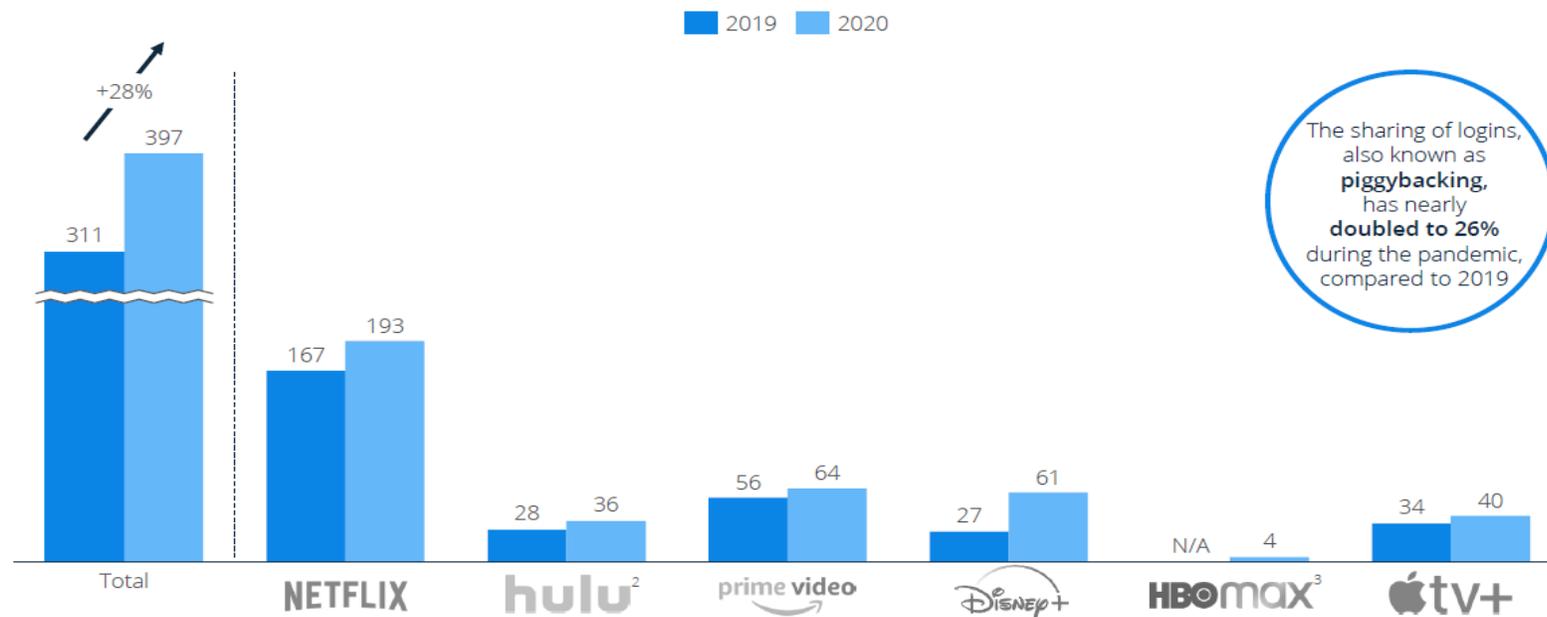
Il traffico online...

COVID-19 impact on online traffic¹



Via libera allo streaming su tutte le piattaforme...

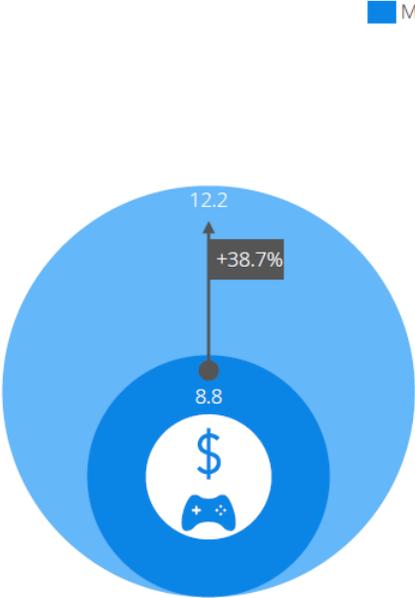
Number of global subscriptions for key SVoD providers in million¹



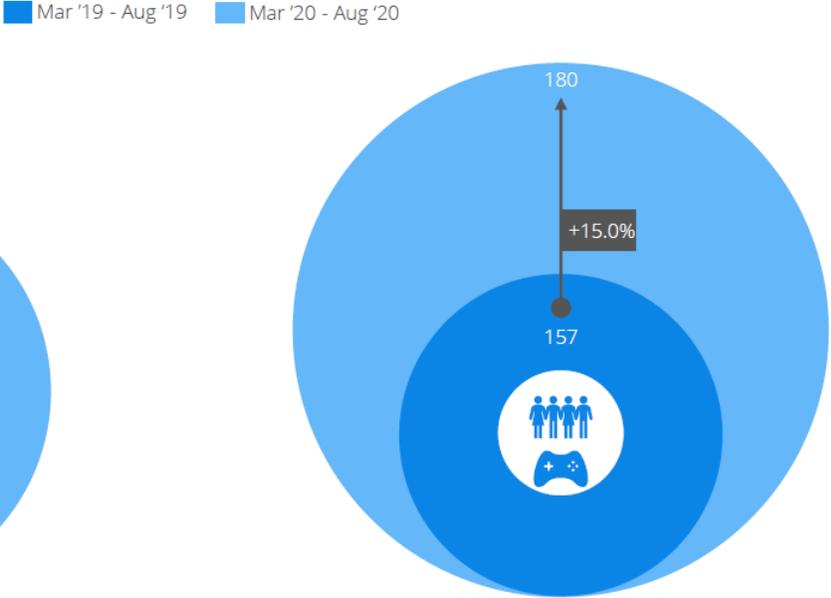
The sharing of logins, also known as **piggybacking**, has nearly **doubled to 26%** during the pandemic, compared to 2019

E online si gioca alla grande, da ogni dove.

U.S. video game sales in billion US\$

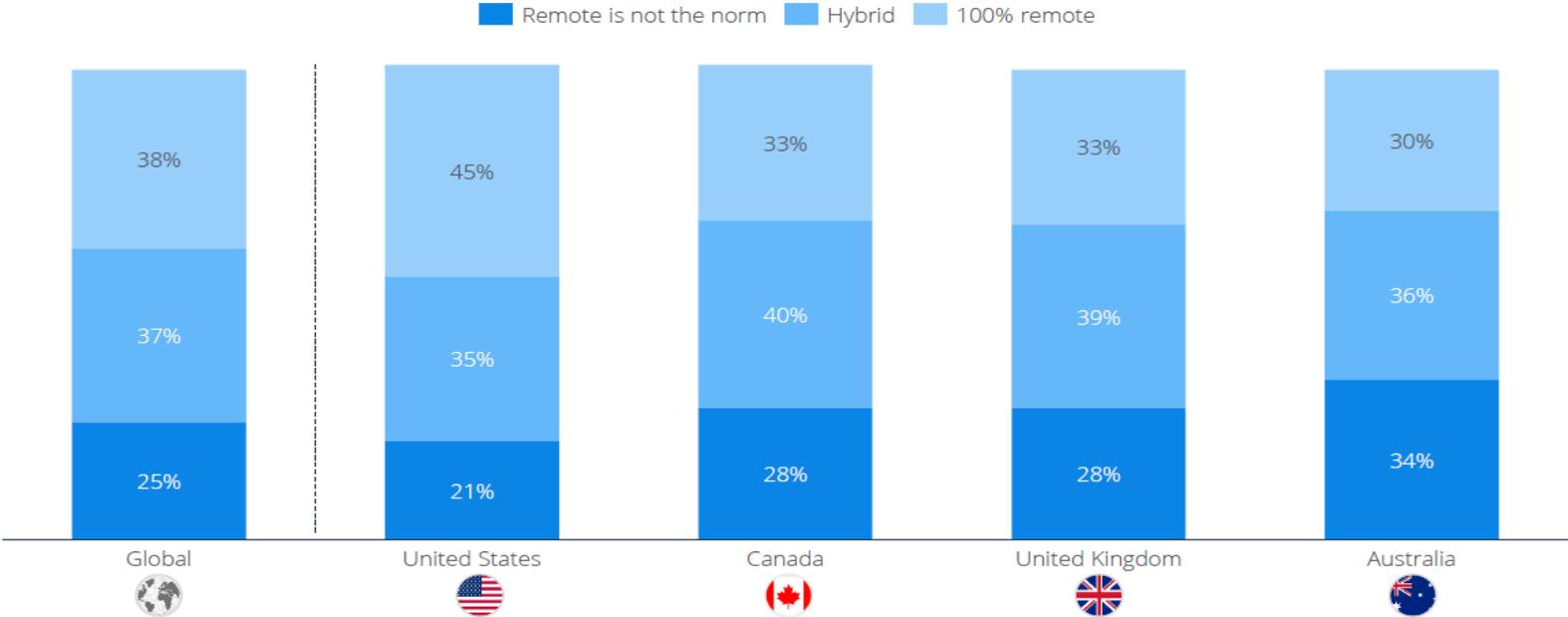


Players on leading platform Steam globally in million¹



Cambia il lavoro che si smaterializza

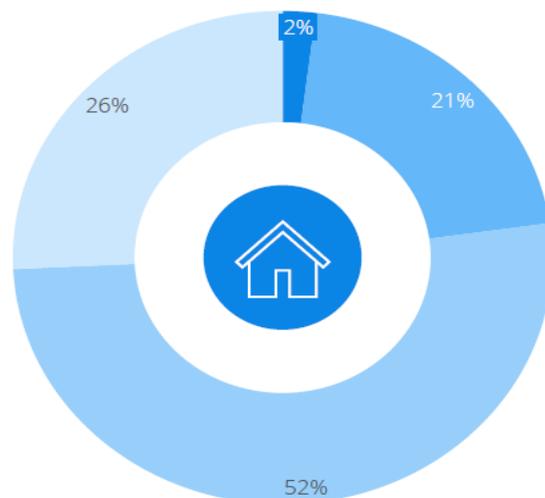
Company policy on remote work for workers with digital output¹



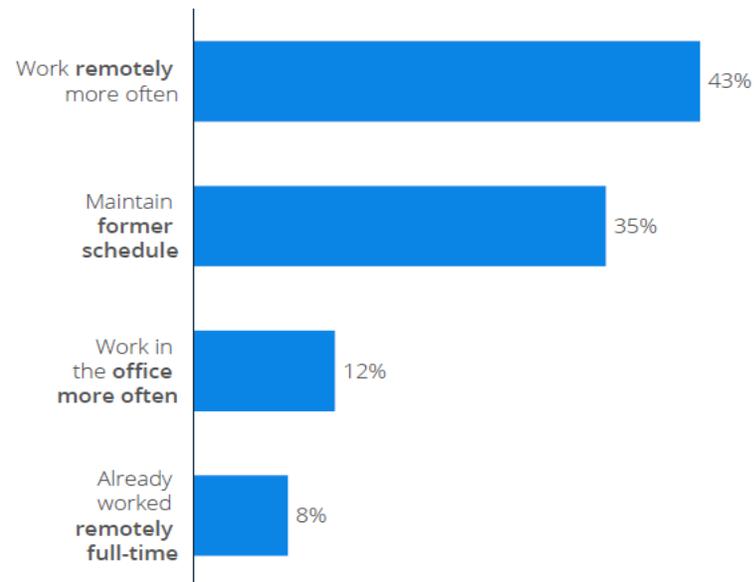
E l'effetto del cambiamento potrà essere permanente

Weekly hours expected to work remotely post-COVID-19¹

>20 hours 8-20 hours 2-8 hours 0 hours

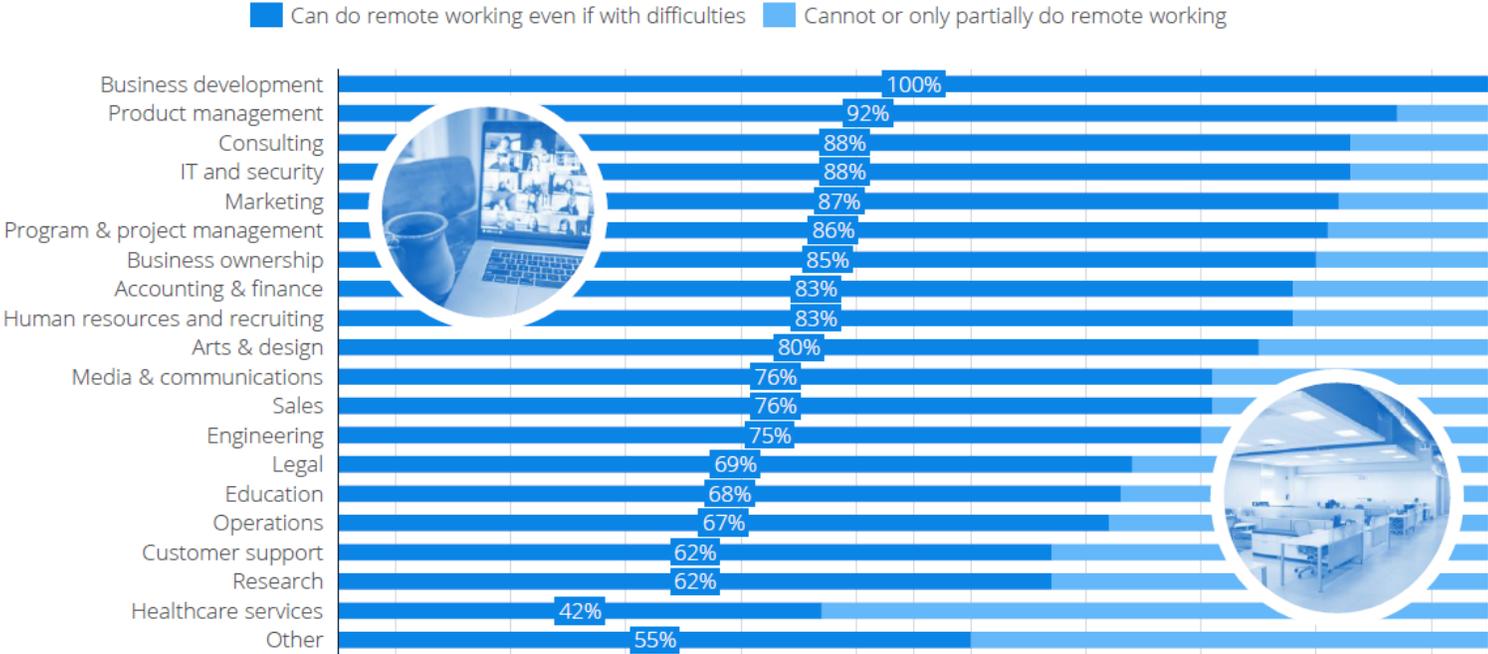


Respondents who would like to change their work schedule after COVID-19²



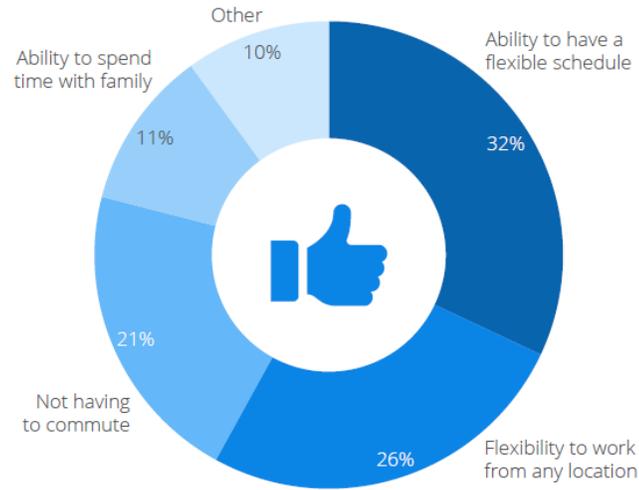
Quali lavori sopravvivono online...

Suitability of remote work by industry¹

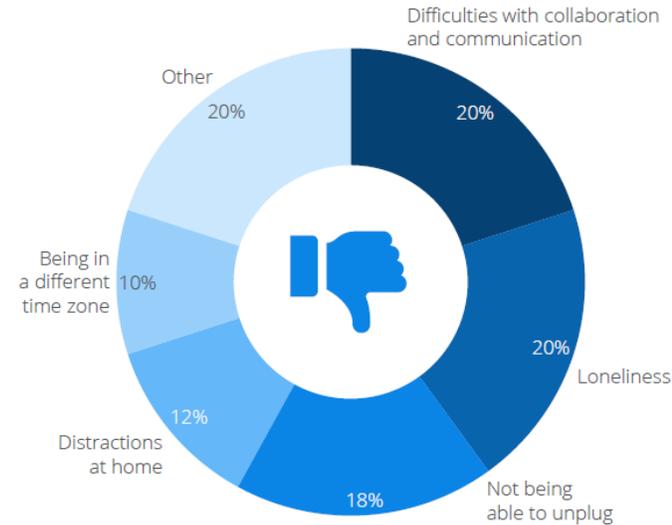


Vantaggi e svantaggi dello smart working

Biggest benefits to working remotely¹

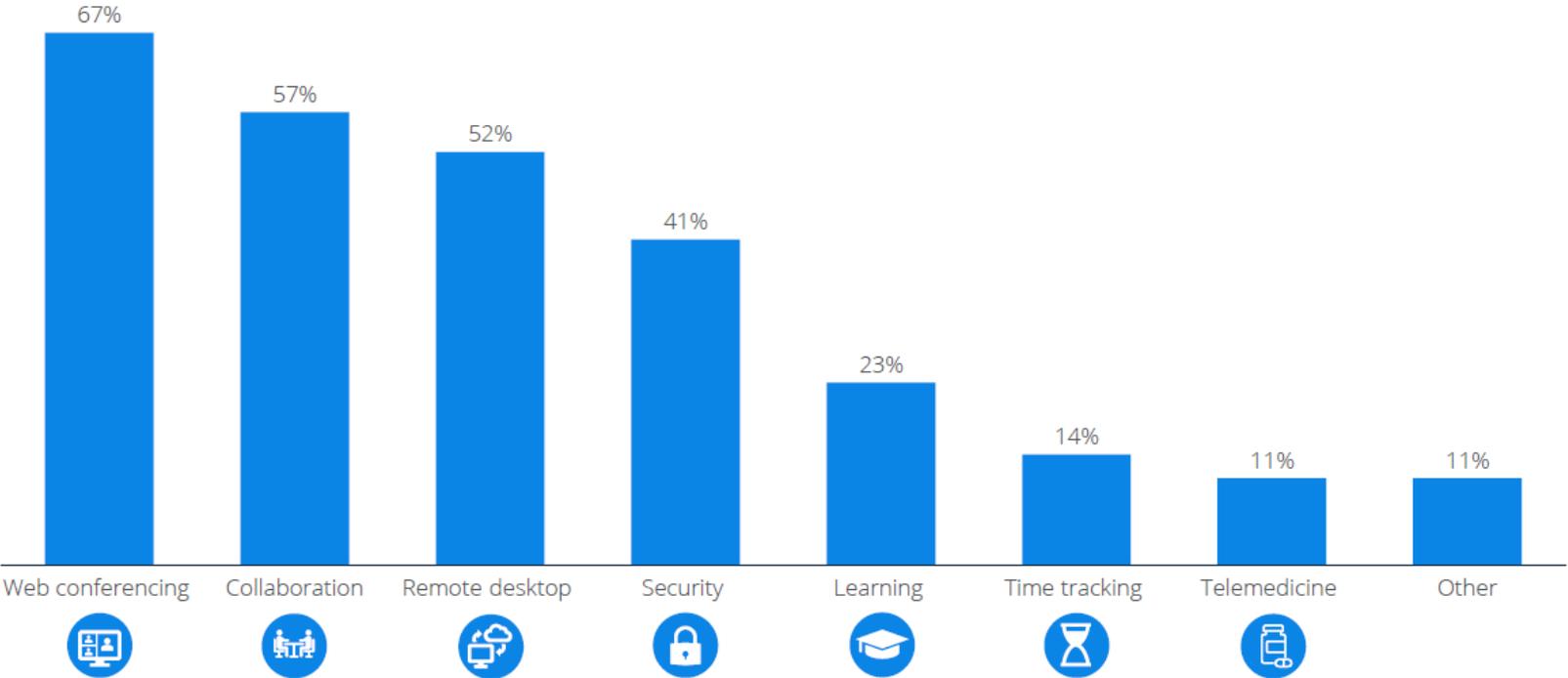


Biggest struggles with working remotely²



Meno colleghi, più...software!

Global business software spending increased amid COVID-19¹

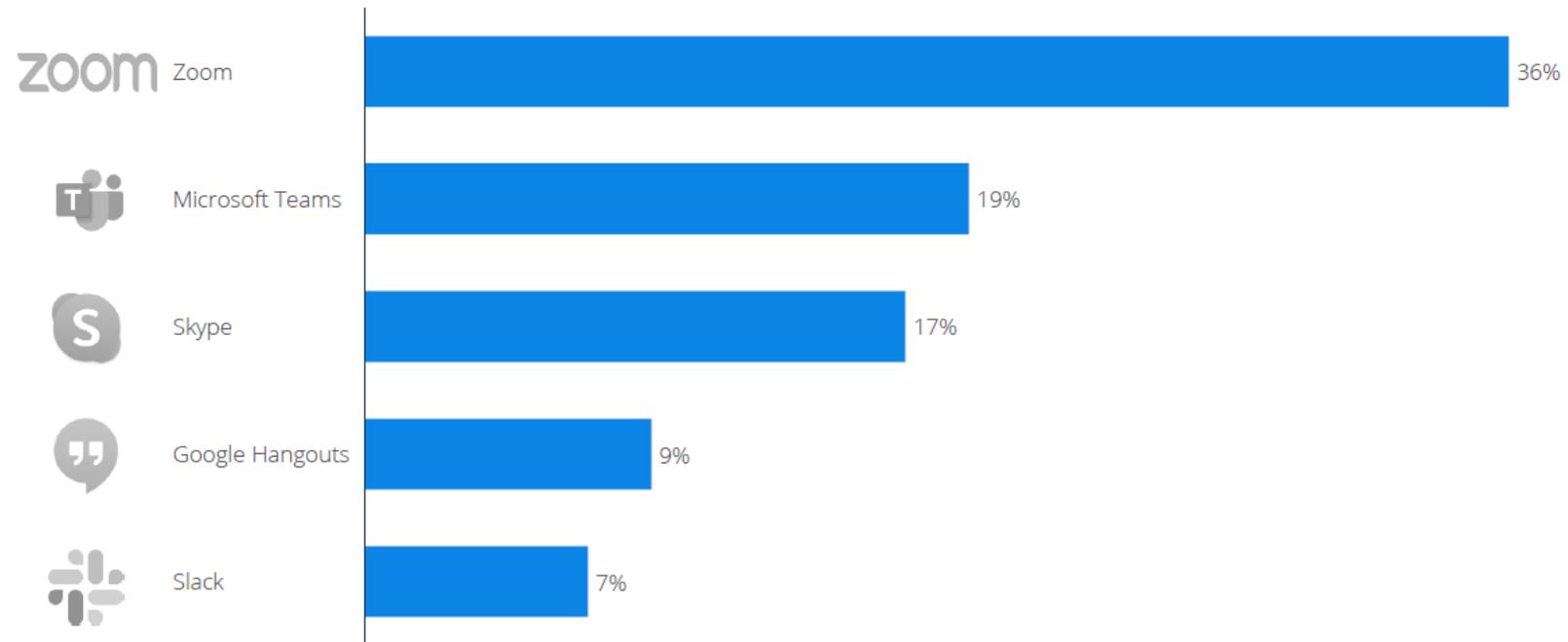


Tanti modi per connetterci...

Selected key players in enterprise collaboration and social software

Team collaboration, presentation & virtual offices	Social VR	Meetings & events	Medical training
Education & training	Visualization & review	Architecture	Design, creation & prototyping

Videoconferenze, quali piattaforme?



I vantaggi ci sono...con ponderazione..

Overall impact of remote working



US\$700bn¹ savings in the U.S.

76%² of respondents experience **less distractions**

66%² agree on an **increase in productivity**

74%³ feel it is **motivating**

PROGETTO PROMOSSO E COORDINATO DA:



Cuneo, 11 dicembre 2020

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Giuseppe Pizzi – italia@vsiconsulting.net