



Il nostro esperto

* Giampaolo Colletti è un manager di impresa e giornalista. Collabora col Sole24Ore scrivendo di innovazione e marketing. Ha fondato la community dei lavoratori della rete wwworers. Ha scritto libri per Gruppo24ore, Egea, Hoepli.



Padre e figlio, arrotini, rilanciano la loro storica impresa in modo autentico e grazie all'e-commerce

FUORI DAI CONFINI, DENTRO IL MONDO

Ci sono storie che lasciano il segno e che fanno ben sperare per il futuro, anche in questo tempo nel quale la speranza è messa a dura prova. Storie di impegno, passione, competenza. Storie che escono dai confini spesso ristretti di botteghe e laboratori nati nelle periferie delle città o nei piccoli borghi d'Italia e che grazie a Internet raggiungono ogni angolo del mondo. In fondo è questa la storia di Livio Dalla Costa e di suo papà, arrotini per professione da generazioni e artigiani digitali per passione da alcuni anni. Siamo ad Arzignano, paese di 25mila anime nel Vicentino. Da una piccola bottega con laboratorio arriva la rivoluzione di un mestiere che ha fatto storia. «Abbiamo scommesso sull'e-commerce e non ci aspettavamo una risposta così dal mercato: ho investito poche centinaia di euro di pubblicità su Google e ancora oggi dopo mesi dal lancio abbiamo ottimi ritorni, con quasi 30 ordini mensili. L'e-commerce ci ha permesso di vendere non solo nei grandi centri urbani italiani, dove si concentrano la maggior parte dei clienti, ma anche fuori dai confini nazionali. Oggi utilizzo i social, pubblico tutti i giorni fino a 5 Stories» mi ha raccontato Livio. Questo 25enne con in tasca un diploma di perito elettronico, insieme al suo papà Luca oggi riceve



richieste da Germania, Regno Unito, Francia, Brasile, Stati Uniti. «Abbiamo fatto persino una spedizione a Bora Bora: lì una giovane coppia di ristoratori italiani ci ha ordinato un set completo di coltelli per il loro ristorante». Ripensare la storica impresa nata addirittura nell'Ottocento non è stata cosa facile, ma tutto è stato compiuto un passo alla volta e nel segno dell'autenticità, mi ha spiegato Livio. Ed è forse questa la chiave vincente per posizionarsi oggi su mercati che sono diventati ancora di più conversazioni, come recitava esattamente 20 anni fa il notissimo *Cluetrain Manifesto*: conversazioni che vanno animate, moderate, stimolate. Non basta quindi avere un'infrastruttura e puntare su una piattaforma. Per abbracciare la vendita online c'è bisogno di molto di più. Per la famiglia Dalla Costa tutto questo significa anche muoversi per tempo: così 2 anni fa, c'è stata l'apertura del loro spazio di vendita *ColtelliPersonalizzati.com*, anche se già nel 2005 era stato aperto il primo sito Internet. Nelle settimane passate *Rebold Antevenio Italia*, in occasione del Black Friday, ha stilato un prontuario in 5 punti per vendere al meglio online. La chiave su tutto è esserci, ossia presidiare la propria vetrina sul Web. «Con la bottega chiusa non siamo andati in perdita e addirittura siamo anche riusciti ad acquistare il negozio accanto al nostro» assicura Livio.

5 consigli per l'e-commerce (fonte: Rebold Antevenio Italia)

1. Crea offerte rapide, customizzate e a tempo, che stimolano potenziali clienti a visitare costantemente lo shop senza perdere il fattore sorpresa.

2. Premia i clienti per farli sentire speciali, inserendo nel sito post e banner in cui si menzionano i regali offerti e "coccolando" la propria community.

3. Sfrutta il potenziale degli hashtag, lanciando e valorizzando sui social gli hashtag relativi alle giornate rilevanti legate al commercio elettronico.

4. Incrementa l'utilizzo dell'Adv online, con una strategia pubblicitaria che possa andare di pari passo con i contenuti editoriali. Non basta l'offerta, bisogna raccontare una storia coinvolgente.

5. Accompagna i clienti al cuore dell'offerta, evitando di farli passare dalla home page del sito e allontanando la dispersione di traffico. Il tempo è prezioso, soprattutto durante le feste.