

[Ecommerce, cosa c'è dietro alla crescita?](#)

Raimondo Bruschi

servizi-internet.eu

L'e-commerce è in aumento, in crescita del 18% sullo stesso trimestre preso in analisi nel 2012 rispetto al 2011.

Due sono i fattori principali che balzano agli occhi: la normale evoluzione nell'uso delle tecnologie, e la crisi che spinge le aziende a cercare opportunità in nuovi lidi ove trovare sbocchi commerciali. Non solo questo.



Come mai tanti e-commerce ora ?

Diverse iniziative commerciali hanno contribuito a convincere le aziende a puntare sull'on line, anche in settori che prima non erano stati interessati. I sistemi di scontistica (Groupon, Groupalia, tanti altri) hanno avuto un grande successo non appena sono nati anche perché hanno fornito per la prima volta la possibilità di vendere non solo prodotti, ma anche servizi: l'impatto dell'e-commerce è quindi cresciuto notevolmente. Anche settori come quello medicale sono stati coinvolti dal sistema di scontistica: gli utenti finali non viaggiano più nei paesi dell'Est per cercare un dentista a buon mercato, ma si comprano i buoni sconto da condividere con gli amici per avere i denti più bianchi o addirittura impianti dentali in titanio. Una forma di pubblicità in cui il dentista preferisce vendere i buoni sconti anziché acquistare pubblicità sulle vecchie pagine gialle. Il cliente tornerà, a prezzo pieno, la prossima volta. Le barriere all'ingresso crollano, nuovi soggetti entrano più facilmente nel mercato.

I coupon consentono di farsi conoscere a un pubblico vasto, con costi contatto o di acquisizione contenuti, per poi proporsi a un pubblico più consapevole del valore sia del prodotto che del fornitore. L'e-commerce è una scelta che permette di acquisire nuovi clienti a cui destinare una comunicazione mirata, profilata in base agli interessi del consumatore, economica quanto una email, in modo da risparmiare sui costi di gestione e determinare eventualmente prezzi più accessibili.