In rete ci sono tanti siti e-commerce realizzati da aziende locali, negozi di strumenti musicali, aziende del settore food, abbigliamento e altro. Chi commercia al dettaglio o all’ingrosso sa che la vendita online è in crescita in quasi tutti i comparti del commercio e quindi deve confrontarsi con questo tema, per mettere in campo la strategia personale.

Ci sono diverse questioni sul tappeto e probabilmente la meno importante è la realizzazione del sito e-commerce e il suo aggiornamento. Anche questa non è una questione da poco ma ci sono tante agenzie di comunicazione in grado di realizzare un ottimo sito per la tua vendita online. Ci sono invece due questioni più importanti, legate al budget che hai disponibile e alle opportunità di ampliare le vendite rispetto a quanto realizzi nel magazzino fisico. Le due questioni sono:

1. La strategia di promozione e vendita, magari con i suoi aggiustamenti stagionali.
2. La valutazione del mercato potenziale: concorrenti, esigenze di mercato insoddisfatte, prospettive di espansione.

In ogni caso, prima di procedere all’investimento in questa direzione è necessario un’analisi preliminare, un business plan che, mescolando dati e intuizioni imprenditoriali, strategie commerciali e di comunicazione, definisca gli scenari possibili e gli investimenti necessari.

Se l’argomento ti sembra interessante metti like e lascia un commento. 