2015-1-IT02-KA204-014787

Proposals and Strategies for Women Entrepreneurs

Modulo E Commerce

Prepared by: NGO CIVIS PLUS

Giugno 2016

INTRODUZIONE	**3**
DEFINIZIONE	3
STORIA	4
CHE COSA È UN NEGOZIO DI E-COMMERCE?	4
CHI PUÒ APRIRE UN NEGOZIO E-COMMERCE?	5
PRIMI PASSI CON ECOMMERCE	6
UN PRODOTTO DA VENDERE	6
DIGITAL VS MERCI FISICHE	7
UN POSTO PER VENDERE	7
CONTENT MANAGEMENT SYSTEM	8
WORDPRESS CONTRO SHOPIFY	8
HOSTING	11
DOMINIO	12
CARRELLO	12
WOO COMMERCIO	13
PAYMENT GATEWAY	15
SITO WEB DI SICUREZZA	16
STRATEGIA DI MARKETING	17
GOOGLE RISULTATI DI RICERCA E SEO	18
SPEDIZIONE	18
IL MODELLO DROPSHIP PER IL COMMERCIO ELETTRONICO SPEDIZIONE	19
RIFERIMENTI	21

Internet ha davvero rivoluzionato il mondo moderno. E 'cambiato il nostro modo di interagire uno con l'altro, il nostro modo di consumare le informazioni, e anche il modo in cui fare affari. In questi giorni sempre più persone stanno avviando il proprio negozio di e-commerce. E in realtà, è facile capire perché. Con basse barriere all'ingresso, le transazioni globali per un totale di oltre 1,2 trilioni di euro nel 2014 e previsioni di doppia crescita a due cifre, il potenziale è davvero sconcertante.

In passato, se si voleva aprire un negozio, la vostra base di clienti sarebbe limitato a coloro che una determinata distanza del tuo negozio. In questi giorni, è possibile aprire le porte molto più ampio, su scala nazionale o addirittura internazionale.

Lo scopo di questo modulo eCommerce è quello di informare su tutti gli elementi chiave della creazione e la gestione di un business e-commerce.

Definizione

Il commercio elettronico, comunemente scritto come e-commerce o commercio elettronico, è il commercio o la facilitazione del commercio di prodotti o servizi che

utilizzano reti di computer, come ad esempio Internet. Il commercio elettronico si basa su tecnologie come il commercio mobile, trasferimento elettronico di fondi, gestione della supply chain, marketing su Internet, l'elaborazione delle transazioni on-line, scambio elettronico di dati (EDI), sistemi di gestione delle scorte, e sistemi di raccolta dati automatizzati. Il commercio elettronico moderno utilizza in genere il World Wide Web per almeno una parte del ciclo di vita dell'operazione, anche se può utilizzare anche altre tecnologie come e-mail.

Storia

Il vero primo e-commerce nacque nel 1982 in Francia in seguito alla nascita del Minitel, una rete commerciale promossa dall'azienda di poste e telecomunicazioni dello stato che funzionava via modem utilizzando il sistema videotext (lo stesso di televideo).

L'e-commerce come lo conosciamo noi, dal quale poi si svilupparono le transazioni commerciali online, invece, nacque con l'EDI (Electronic Data Interchange), diffuso già dal 1970 e diventato standard nel 1984. L'EDI era il primo servizio elettronico attraverso il quale si trasferivano documenti, utilizzato da imprese di grandi dimensioni attraverso reti di telecomunicazione private.

L'integrazione del sistema EDI alla rete internet, quindi la comunicazione pubblica, ha portato alla nascita di un sistema flessibile e più vicino allo standard di e-commerce.

Fu nel 1994 che Netscape lanciò i suoi servizi di browser di navigazione dando la possibilità di navigare in modo semplice sul web e incorporando la navigazione con gli standard di sicurezza per le transazioni online (Secure Socket Layer), in modo da non scoraggiare i potenziali utilizzatori. La nascita dei browser intuitivi fu la spinta

decisiva verso la nascita di veri e propri siti internet dedicati all'e-commerce. Grazie a ciò, nel 1995 nacquero i primi due portali americani dedicati agli acquisti online : Amazon ed E-bay. Il loro avvio fu lento poiché gli acquisti non prevedevano ancora le aste e, soprattutto, non era ancora disponibile una connessione ad alta velocità. Verso il 1999 la diffusione della linea ADSL ad alta velocità ha dato il definitivo slancio allo shopping online.

Nel 2011, in base alla ricerca di mercato di Netcomm, dei 25 milioni di italiani presenti sul web , 12,5 milioni hanno acquistato on-line almeno una volta nella vita, 8,8 milioni avevano comprato nei tre mesi precedenti all'indagine e ben 5,4 milioni sono gli hard buyers, ovvero coloro per i quali gli acquisti in rete sono diventati ormai un'abitudine. Ma il dato più interessante che è stato fornito è la stima del numero di persone che si appresterebbero a comprare via internet per la prima volta: 1,3 milioni, una cifra che conferma la notevole crescita del fenomeno.

Inoltre stando a una ricerca commissionata da Google Italia al Boston Consulting Group, l'Internet economy nel nostro paese costituirebbe già il 2% del PIL per un valore complessivo di 32 miliardi di euro (tale cifra include, oltre al valore del transato on-line, i canoni per gli accessi alla rete e l'acquisto di dispositivi e mezzi fisici per la navigazione) e si appresterebbe a rappresentare il 4,3% del prodotto interno lordo del 2015. Questi dati lasciano ben sperare e offrono una misura di quanto l'economia della rete possa contribuire alla ricchezza futura del nostro paese.

Che cosa è un negozio di e-commerce?

Un negozio e-commerce è un negozio on line che permette alle persone di comprare prodotti o servizi su Internet, attraverso un sito web. MoltI grandi rivenditori online, tra cui Amazon, ASOS, e Overstock lavorono con il titolo eCommerce, e molte aziende con presenze sul territorio hanno anche un braccio di e-commerce, come Ikea e Dixons. Il focus guida di oggi è quello di introdurre il commercio elettronico da una prospettiva di business.

Chi può aprire un negozio e-commerce?

In una parola: tutti.

Il commercio elettronico (e-Commerce) riveste oggi grandi potenzialità di business, anche associato al Social Commerce (sfruttando la sinergia dei social network per la vendita grazie all'interazione tra utenti e allo scambio di feedback). Una buona occasione per tanti giovani con buone idee. Tanto più che la Direttiva 2000/31/CE stabilisce che si possa avviare un e-commerce senza autorizzazioni preventive (fermi restando i requisiti professionali per lo svolgimento di specifiche attività).

Le numerose barriere all'ingresso per l'avvio di un negozio di commercio tradizionale semplicemente non esistono on line. Non avrete bisogno di perdere mesi in ricerca per i permessi. Non avrete bisogno di redigere un rischioso contratto di locazione a lungo termine per l'edificio e spendere una piccola fortuna per i mobili. Non avrete bisogno di assumere un piccolo esercito di lavoratori per aiutare l'esecuzione del negozio. Non avrete nemmeno bisogno di comprare tutte i vostri prodotti in anticipo, molti negozi di e-commerce acquistano lo stock di merce dopo che hanno fatto una vendita, riducendo al minimo il rischio. Con un negozio di e-commerce, le cose sono solo più facili. Tutto ciò che serve è un sito web, e questo sarà relativamente rapido e facile da configurare, e costerà poco.

Con questa premessa, chiunque può avviare un negozio di e-commerce. Poche persone avranno i mezzi finanziari, o propenzione per il rischio, che un negozio di mattoni richiede. Questo ha portato ad un mercato online altamente competitivo, dove chiunque e tutti possono tentare la fortuna; da piccoli venditori di hobby one-man, fino alle grandi multinazionali di cui siamo tutti a conoscenza. E, naturalmente, molti dei grandi rivenditori hanno una presenza in più di un canale commerciale, nota come omni-channel vende al dettaglio. Ad esempio, si potrebbe condurre un negozio di e-commerce on-line, avere allo stesso tempo un negozio fisico, un catalogo, e vendere direttamente tramite mail, il tutto sotto lo stesso marchio. Chi può dire che la vostra partenza eCommerce non può espandersi in questi altri settori, anche?

Primi passi con eCommerce

Ora, un business e-commerce è un business commerciale.

I principi di business necessari per realizzare un negozio non in linea si applicano ancora per la concretizzazione di un negozio on-line, anche se i problemi che incontrerete saranno diversi.

Con questo in mente, la struttura di base di un modello di business e-commerce è molto simile: è necessario avere dei prodotti da vendere, un posto fisico per vendere, e una strategia di marketing per attirare i clienti. Con negozi di commercio elettronico, avrete anche bisogno di una strategia per la consegna della merce.

Diamo un'occhiata a ciascuno di questi concetti e confrontare come il vostro approccio sarà diverso a quello di un negozio di commercio in linea.

Un prodotto da vendere

Per prima cosa, il tuo negozio e-commerce avrà bisogno del prodotto da vendere. Questi possono essere prodotti sia in-house o di provenienza esterna.

In qualità di rivenditore online, non si è limitati ai fornitori on-line quando si tratta di approvvigionamento dei vostri prodotti, qualsiasi fornitore in linea è perfettamente valido. Tuttavia, a causa della natura di un business online, la maggior parte dei proprietari di eCommerce potranno fare affari con altri businesses. L'approccio alla

ricerca di prodotti per un negozio di commercio elettronico sarà identico a quello di un negozio non in linea.

Digital vs merci fisiche

Ora, in generale, la merce che si vende da un negozio di e-commerce sarà identico a quello di un negozio fisico, in un negozio che per esempio vende chitarre, una Gibson è una Gibson sia se acquistato online o al negozio, giusto? Tuttavia, l'avvio di un negozio di e-commerce ti dà anche la possibilità di vendere prodotti digitali. Un buon digitale è una versione immateriale di un oggetto fisico del mondo reale, basti pensare a un eBooks piuttosto che ai libri e alla musica scaricabile e video, invece di CD e DVD.

Questi hanno un certo numero di vantaggi rispetto ai prodotti fisici, sia dal punto di vista del compratore che del venditore. Dal punto di vista del compratore, un prodotto digitale è grande perché può essere scaricato immediatamente. Nessuna attesa per la consegna. Per i venditori, non ci sono spese di spedizione, non ci si deve preoccupare se tutto è esaurito (un download non influisce sui livelli delle scorte) o al contrario avere giacenze in magazzino.

Un posto per vendere: il tuo sito web

La differenza principale tra un negozio di e-commerce e di un negozio di mattoni è dove tu fai affari. Naturalmente, un negozio di e-commerce, è on-line. Per fare questo, avrete bisogno di un sito web. Ora, il vostro sito sarà probabilmente la parte più importante del vostro business e-commerce.

Dopo tutto, il vostro sito sarà il luogo in cui i clienti interagiranno e e acquisteranno da voi. Il design del tuo sito web influenzerà pesantemente la loro opinione su di voi e su quello che decideranno di acquistare.

In parole povere: se si desidera realizzare un business e-commerce, il tuo sito web è qualcosa che deve essere al top. Purtroppo, non è così semplice come scegliere un sito web e funzionante allo stesso tempo, ci sono una serie di cose che dovrete considerare.

Se non hai mai costruito un sito web prima d'ora, l'intero processo può sembrare scoraggiante. Lo scopo di questa guida è quello di abbattere tutte le barriere il

necessario in termini semplici, per rendere il processo meno spaventoso, e più gestibile.

Sistema di gestione dei contenuti

Se sei nuovo nello sviluppo di un sito web, la costruzione di un sito web da zero sembra un compito arduo. La buona notizia è che non avrete bisogno di alcuna conoscenza di programmazione per creare il tuo sito: è possibile fare uso di ciò che viene chiamato un Content Management System (CMS). Questo prevede essenzialmente il quadro di riferimento per il vostro sito web, che consente di aggiungere e modificare le pagine del tuo sito web con un semplice clic di un pulsante, perfetto se stai cercando di aggiungere e organizzare un'intera gamma di prodotti. Ci sono un certo numero di CMS disponibili, ma questo può essere molto chiaro per principianti. Per semplicità, mi atterrei al confronto tra due dei più comunemente utilizzati CMS, WordPress e Shopify.

WordPress contro Shopify

Ora, WordPress è in realtà il più popolare oggi CMS, alimentando oltre il 20% di Internet. Si tratta di un self-hosted CMS-il che significa che sarà necessario il proprio hosting, ma è al contrario completamente gratis da usare. Ci sono due versioni di WordPress, WordPress.org e WordPress.com. WordPress.com va bene per testare le acque, in quanto è completamente libero da provare (non sarà necessario il proprio host), ma ci sono un sacco di limitazioni che lo rendono inadatto per l'esecuzione di un negozio online.

Andando avanti, quando mi riferisco a WordPress, sto parlando esclusivamente di WordPress.org. Questa è la versione che può essere usata per creare un negozio online.

Con WordPress, si inizia con l'installazione di un tema per il vostro sito web. Un tema è il design visivo che utilizza il sito. Ci sono migliaia di temi disponibili. Alcuni di questi sono completamente gratuiti, mentre altri sono classificati come temi premium, e sono dotati di un prezzo.

Il tema scelto controllerà il design e il layout del tuo sito web, anche se molti temi hanno opzioni per personalizzare le cose come la combinazione di colori. I temi possono anche essere modificati con l'assunzione di uno sviluppatore. Con temi alcuni veramente buoni, disponibili per meno di 40 euro, è possibile avere le fondamenta di un grande sito web alla ricerca a un prezzo relativamente basso. La qualità dei temi varia; così quando si sceglie un tema, si consiglia di guardare al numero di vendite, e stelle da parte degli acquirenti e dei commenti sul tema. WordPress permette anche di installare i cosiddetti plug-in, che offrono funzionalità molto specifiche per il tuo sito web. Ad esempio, se si desidera consentire la condivisione dei social media sul tuo sito web, è possibile installare un plugin per aggiungere icone sociali per ogni pagina. Come con i temi, ci sono migliaia di plug-sia liberi che premium. Se si decide di utilizzare WordPress, è necessario installare un plugin per aggiungere funzionalità e-commerce carrello della spesa al tuo sito web. Spiegheremo come farlo al più presto.

Se si desiderano ulteriori informazioni e la direzione con la scelta di un tema o plug-in, ci sono una serie di grandi risorse in giro su WordPress, tra cui tema e plugin di controlli, recensioni e how-to guide. Alcuni dei migliori sono WP Tavern, WP ascensore, e WP Explorer. Se sei nuovo di zecca per WordPress, si potrebbe trovare un utile tutorial introduttivo di WordPress.

Shopify

L'altro CMS che analizzeremo è Shopify.

Shopify è stato creato appositamente per i negozi alimentare e-commerce, e ora gestisce più di 100.000 negozi on-line.

Shopify è un CMS hosted, altrimenti indicato come un software-as-a-service (SaaS). In sostanza, si tratta di una soluzione all-in-one, prendersi cura di tutto il necessario per avviare un sito e-commerce. E 'bello avere la possibilità di tenere tutto sotto lo stesso tetto, ma, allo stesso tempo, il servizio Shopify ha limitazioni rispetto a WordPress, ed è piuttosto costoso. Come con WordPress, si arriva a scegliere un tema, che fornisce il disegno generale per il tuo sito. Ci sono molti meno temi disponibili, ma questi sono stati tutti progettati da un punto di vista e-commerce. Molti dei temi possono essere personalizzati nel quadro del tema, oppure si può anche assumere uno sviluppatore per modificare il tema esattamente a proprio piacimento.

Ci sono temi gratuiti disponibili, ma i temi premium sono un po 'più costoso, tra i 70 euro e 150 euro, che è ancora molto economico se confrontato con una build personalizzata, e molto meno costosa di un negozio fisico. Come WordPress, è anche possibile aggiungere plugin per il vostro tema, anche se la stragrande maggioranza di questi sono plugin pagati. Con la piattaforma Struttura esclusivamente per i negozi di commercio elettronico, il vostro sito sarà disponibile con una funzione di shopping in-built out-the-box, che ti dà una funzione in meno da configurare.

Hosting

Ogni sito ha bisogno di hosting. Un host web memorizza essenzialmente il vostro sito web su uno dei loro server, il che significa che può essere accessibile da altri utenti Internet.

Detto in altro modo: nessun host, nessun sito web!

Ora, se si è deciso di utilizzare Shopify, tutto l'hosting è incluso all'interno del tuo piano mensile. Se si vuole fare una vetrina con più di 25 prodotti, i piani partono da 25 euro al mese, fino ad arrivare a 150 euro. Più l'hosting funziona, più è costoso. Tuttavia, questo include anche tutte le considerazioni di sicurezza e una soluzione di carrello della spesa.

Se si desidera utilizzare WordPress, avrete molte più opzioni di hosting. Alcuni web host popolari includono Hostgator, Bluehost e Siteground, con piani a disposizione da 3 euro al mese. Ci sono una serie di servizi di hosting dedicato di WordPress

disponibili; questi sono chiamati "host WordPress gestiti". Non solo questi servizi sono tra i più veloci, ma aiuteranno anche a gestire il vostro sito web WordPress ottimizzando la velocità, la sicurezza e gli aggiornamenti. Si può fare tutto questo da soli, ma è utile farsi aiutare da specialisti in questi compiti. Uno dei servizi più popolari WordPress gestiti da hosting è il motore WP, con piani a disposizione a partire da 25 euro al mese.

Dominio

Il tuo nome di dominio è il tuo indirizzo web, ed è ciò che i clienti dovranno digitare per accedere al tuo sito web- esempio www.amazon.com.

Quando si inizia a utilizzare Shopify, si sarà in grado di utilizzare un indirizzo libero, per esempio http://bettysboutique.shopify.com.

Mentre questo indirizzo farà il lavoro, un dominio personalizzato è altamente raccomandato. Non pensi che questo dominio sia più professionale http://bettysboutique.com?

Se siete convinti su come creare una corretta e-commerce, il proprio nome di dominio personalizzato è davvero un must. È possibile acquistare un dominio personalizzato attraverso Shopify, ma spesso il modo più conveniente è quello di utilizzare un servizio diverso, per esempio NameCheap. Con domini personalizzati disponibili per meno di 10 euro l'anno, davvero non hanno scuse per non investire in uno.

Carrello della spesa

Il tuo sito web e-commerce avrà anche bisogno di un carrello della spesa. Nel marketing on-line, un carrello della spesa è un pezzo di software di e-commerce su un server web che permette ai visitatori di un sito Internet di selezionare le voci per l'eventuale acquisto, analogo al termine inglese americano "carrello della spesa". In inglese britannico, è generalmente conosciuto come un carrello della spesa, ridotto quasi esclusivamente sui siti web di "cestino".

Una volta installato WooCommerce, sarete in grado di creare pagine di prodotto dal dashboard di WordPress, dove è possibile aggiungere i dettagli del tuo prodotto, immagini, prezzi, le spese di spedizione e anche i livelli di stock.

Quando si aggiungono i vostri prodotti, questo creerà anche un negozio, dove gli utenti saranno in grado di vedere la vostra gamma di prodotti in una griglia, e anche

consentire agli utenti di aggiungere un prodotto al loro carrello. Può essere difficile da trovare, orientarvi con WooCommerce, ma per fortuna c'è qualche documentazione molto dettagliata per aiutarvi.

Vale la pena notare che non tutti i plugin di WordPress sono compatibili con tutti i temi, in modo da assicurarsi che il tema supporta WooCommerce prima di procedere all'acquisto.

Pagamento

Per avviare un sito e-commerce, avrete bisogno di un pulsante di pagamento per autorizzare ed elaborare le transazioni di denaro del cliente, che non viene trasferito direttamente nel tuo conto bancario.

Dopo che ogni transazione sarà elaborata con successo, il denaro andrà a un conto di deposito, chiamato un conto commerciante, che potrà essere ritirato dal tuo proprio conto.

Se si prende l'approccio self-hosted WordPress, avrete un certo numero di opzioni a vostra disposizione.

I due processori di pagamento più popolari per gli utenti WordPress sono PayPal e Stripe. PayPal è in giro da un po’, e si ha una certa familiarità con esso grazie alla sua relazione con eBay. Stripe è più recente, ma ha il vantaggio di offrire una procedura di pagamento in loco.

PayPal funziona così porta i clienti lontano dal tuo sito web aprendo una pagina dedicata al pagamento, dove possono pagare con il proprio account PayPal, o inserendo le proprie coordinate bancarie. Stripe, consente al cliente di pagare tramite carta direttamente dal tuo sito web.

Da questo punto di vista, offre una migliore user-experience-si tratta di un processo, più semplice rispetto a PayPal è più facile da integrare. Non c'è nulla che impedisca di utilizzare entrambi, e, nella maggior parte dei casi, questa sarebbe la soluzione raccomandabile.

Se si adotta un approccio da ospite con Shopify, il vostro sito web può fare uso del proprio gateway di pagamento in-house, ma si ha anche la possibilità di una soluzione esterna, come PayPal o Stripe.

Tutti e tre i servizi sono gratuiti da configurare e integrare- ricevi l'addebbito solo per ogni operazione elaborata con successo, con una piccola tassa detratta dal denaro accreditato. Ora, ci sono una serie di fattori che influenzano le tasse da pagare, la posizione, il numero di transazioni che si elaborano, e il vostro livello di appartenenza.

Sito web di sicurezza

Così come un canale di pagamento, avrete anche bisogno di sicurezza prima di poter cominciare a prendere i pagamenti con carta dei clienti sul tuo sito web. È necessario rispettare un insieme di regole di standardizzazione, denominato PCI compliance.Ci sono una serie di aspetti sul tuo sito web che hanno bisogno di essere compatibili con PCI: il server, il gateway di pagamento e carrello. La buona notizia è che queste sono

cose che non hanno a che fare con (come tutte le principali host) sistemi di pagamento e carrelli della spesa, quelli che ho incluso in questo articolo-sono tutti PCI compatibili. Tuttavia, in alcuni casi sarà necessario anche un certificato SSL per il vostro sito web. Un certificato SSL offre una maggiore sicurezza per i vostri clienti cifrando la connessione tra il cliente e il vostro sito. Ciò è fondamentale quando si tratta di informazioni sensibili come i dati della carta di credito.

Ora, se si dovrà impostare personalmente un certificato SSL o meno dipenderà dal sistema di pagamento utilizzato. Se si utilizza PayPal, questo è qualcosa di cui non dovrai preoccuparti. Le informazioni di pagamento sensibili non vengono inserite sul tuo sito web, piuttosto vengono inserite sul proprio sito web-denominato PayPal PayPal deve fornire il SSL..

Perché Shopify offre un all-in-one di servizio di hosting, carrello della spesa, gateway i pagamenti includono anche il SSL. Gli utenti dovranno assumersi la responsabilità e creare il proprio certificato SSL. Tuttavia, questo è in realtà meno difficile di quanto sembri. L'approccio più semplice è quello di contattare il proprio fornitore di hosting e acquistarne uno da loro. Se si utilizza una delle grandi società di hosting, lo si prenderanno pure cura dell'installazione, il che significa una cosa in meno di cui preoccuparsi!

Strategia di marketing

Per la sopravvivenza di qualsiasi business, si ha bisogno di un flusso costante di clienti. Per le imprese non in linea, significa che i clienti debbano entrare dentro il negozio attraverso le porte, e per un negozio e-commerce, significa che la gente debba gurdare il tuo web. Quando hai costruito il tuo sito web, è necessario sviluppare una strategia per ottenere i visitatori.

Ora, molte delle strategie di marketing per ottenere visite attraverso le porte del mondo offline è rilevante che si parli del prodotto, quindi sono importanti annunci stampa e la televisione tradizionale può costruire la consapevolezza (se hai il budget). negozi di commercio elettronico possono anche fare uso dei social media, per espandere la loro presenza online. Non solo i social media forniscono un modo per interagire con i clienti, ma ogni volta che la vostra azienda viene menzionata positivamente, questo è essenzialmente un sigillo dorato di approvazione. La versione

online di word-of-mouth. Le persone rispettano le opinioni del loro amico, così se qualcuno può garantire per voi su Facebook, le altre persone tendono a dare un’occhiata al sito. Tuttavia, la principale fonte di traffico che va di gran lunga per la maggiore, parte dai negozi di commercio elettronico , che ti suggeriscono i motori di ricerca come Google, Bing e Yahoo. Come ottenere che il vostro sito web appaia tra i primi risultati di ricerca (SERP)?

Ci sono due soluzioni: a pagamento e gratuiti.

La soluzione a pagamento è il modo più rapido per far sì il vostro sito web compaia tra i primi posti nella SERP. Ogni motore di ricerca ha un set a pagamento di risultati per ogni query di ricerca, AdWords di Google è il più popolare. In sostanza, si analizzano le frasi che potrebbero cercare su Google i vostri potenziali clienti, poi si fa un'offerta per quella frase. Ad esempio, un negozio di ferramenta potrebbe fare un'offerta per i termini di ricerca come "acquistare strumenti potenti." Più frasi offrite, più il suo sito web sarà elencato. Si paga ogni volta che un utente fa clic sul tuo link, piuttosto che per un determinato periodo di tempo.

Google risultati di ricerca e SEO

L'approccio libero è un processo molto più lungo, ma molto più redditizio, per non parlare di costo-efficacia. Nel mondo online, è indicato come SEO, o ottimizzazione dei motori di ricerca. Ogni motore di ricerca ha un proprio algoritmo che determina il modo in cui i siti web sono classificati per ogni query di ricerca. Si possono effettuare determinate azioni per aiutare il vostro sito web a salire di livello con le parole chiave che si desidera raggiungere. SEO è vasto, al di fuori del campo di applicazione di questo articolo, è uno dei modi migliori per aiutare il vostro sito web a salire di livello è inserire altri link sul vostro sito. Ogni link dice a Google che il tuo sito web deve essere di alta qualità per essere link-degno, e questo fa sì che Google favorisca il tuo sito a salire di livello.

Se riesci a posizionarti bene con diverse parole chiave, avrete un afflusso regolare, quello di cui il vostro negozio e-commerce ha bisogno per sopravvivere. Se volete saperne di più su SEO, Moz è una risorsa fantastica.

Spedizione

L'altra grande differenza tra il commercio classico e e-commerce è il modo in cui i clienti ricevono i loro prodotti.

Con un negozio non in linea, è facile: i clienti prendono i prodotti dagli scaffali , li portano alla cassa, pagano e se li portano via con loro. Con un negozio di e-commerce, è necessario trovare una soluzione per la consegna dei prodotti al cliente. Se non stai attento, questo può prendere un sacco di tempo e uno sforzo complesso come dover andare tutti i giorni all'ufficio postale , certo non è l'ideale!La buona notizia è che ci sono una serie di soluzioni più sofisticate a vostra disposizione.

Fino ad ora, molti sono entusiasti dei servizi di spedizione offerti . Questi lavori centralizzano tutti gli aspetti del vostro trasporto: essi si fanno spedire semplicemente i prodotti dai vostri fornitori che saranno trasferiti a un centro di evasione, in cui è memorizzato il vostro inventario, pronti per essere confezionati e spediti ai clienti a seguito di un ordine di successo. Questo porta completamente fuori dall'equazione spedizione, dando più tempo per concentrarsi sulle attività più produttive. Servizi Adempimento sparato alla ribalta di recente, con Amazon che annuncia un proprio servizio di realizzazione, e Shopify da allora hanno annunciato il proprio servizio per gli utenti. Gli utenti di WordPress non dovrebbero sentono tagliati fuori, perché ci sono un certo numero di start-up di spedizione popping up per voi di prendere vantaggio. Questi includono Nube adempimento, così come il servizio di Amazon (a patto che si esegue anche un negozio di Amazon). Negozi di commercio elettronico possono anche utilizzare ciò che è noto come un modello di business dropshipping, che abbiamo brevemente toccato già. Con questo approccio, i vostri fornitori spediscono i prodotti direttamente al vostro cliente. Dal tuo punto di vista, questo è di grande beneficio: non c'è bisogno di preoccuparsi di acquistare 1.000 unità in anticipo; il fornitore semplicemente navi seguenti ogni ordine. Questo riduce al minimo il rischio di tenere magazzino indesiderati, riduce le spese di spedizione e il tempo necessario ed elimina anche i costi di storage.

Il Modello Dropship per il commercio elettronico Spedizione

Armati di queste informazioni, si dovrebbe avere tutto il necessario per ottenere il vostro business e-commerce al largo della ground.If pensi di essere troppo tardi per il

partito, non si poteva essere più sbagliato. Il futuro del commercio elettronico è roseo, e ci sono una serie di emozionanti sfide avanti.

Ad esempio, nel 2014 gli utenti di Internet sui dispositivi mobili e tablet finalmente più numerosi buoni vecchio stile desktop-e utenti mobili stanno spendendo più tempo su applicazioni mobili che sul web desktop. Come sarà il mondo eCommerce adattarsi alle preferenze mutevoli dei consumatori nel modo in cui vogliono fare acquisti online? Sarà l'ascesa di stampanti 3D vedere un'esplosione di personalizzazione e customizzazione, e in che modo i rivenditori online gestire questa situazione? Molti meteorologi ritengono che questa sarà la fine della SKU fisso a favore della gamma infinitamente personalizzabile. Questo potrebbe aprire anche la porta per i progettisti di prodotti indipendenti di vendere i loro prodotti, allo stesso modo in cui Kindle ha creato un mercato per l'autore auto-pubblicato? E che dire di cripto-valute? Con l'aumento della popolarità di Bitcoin, un certo numero di grandi rivenditori online, in particolare Dell, hanno investito pesantemente nelle infrastrutture criptovaluta. Come faranno altri negozi online reagire alle crescenti pressioni di consumo per integrare cripto-valute come metodo di pagamento valido? Sia dal punto di vista del consumatore, e una prospettiva di business, ci sono certamente tempi entusiasmanti avanti per il commercio elettronico.

References

- The Complete Beginner's Guide to eCommerce, https://prospress.com/beginners-guide-to-ecommerce/
- Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Shopping_cart_software and https://en.wikipedia.org/wiki/E-commerce
- Forbes, An E-commerce Guide For Entrepreneurs, http://www.forbes.com/sites/bhrigupankajprashar/2013/03/22/authoritative-e-commerce-guide-for-entrepreneurs/#7364a87d4802
- E Commerce Platforms, The Ultimate, Epic Guide to Create a Successful Online Business in 2016, http://ecommerce-platforms.com/ecommerce-selling-advice/ultimate-epic-guide-successful-online-shop
- The ultimate beginner's guide to e-commerce, http://www.webdesignerdepot.com/2015/07/the-ultimate-beginners-guide-to-e-commerce/