Horeca ed ecommerce: istruzioni per l’uso

horeca-ed-ecommerce-1-a38afaf2

Come intercettare i nuovi clienti? Quale strategia digitale adottare per migliorare il posizionamento della propria azienda? Quale tipologia di crm adottare per ottimizzare le attività di sales&marketing? In che modo utilizzare i canali digitali per raggiungere più mercati? Sono stati questi gli argomenti al centro del webinar organizzato negli scorsi giorni da **Business International/Fiera Milano Media**, e pensato per avvicinarsi ai prossimi appuntamenti di **HOST Milano, TUTTOFOOD e Transpotec Logitec**. Un momento di incontro che ha voluto riunire attorno allo stesso tavolo virtuale – in attesa del ritorno dei meeting “live” – alcuni dei maggiori esperti del mercato tricolore delle vendite online nel segmento B2B e B2C (moderati da Federico Gasparotto, Founder & CEO, **Growth Automation Studio**, sono interveunti Marino Casucci – CEO, Intergic; Niccolò Giustiniani – Business Innovation Manager, **Overture**; Giovanni Cappellotto **Ecommerce & Retail consultant**). Tutti chiamati a parlare del futuro dell’ecommerce nel nostro Paese, in un momento in cui per le aziende è diventato sempre più importante capire quale sia il modello più adatto per raggiungere nuovi partner, o come accelerare il business digitale differenziarsi dalla concorrenza oppure ancora, come sfruttare nel migliore dei modi il ruolo strategico di logistica e trasporti. A fare da trait d’union alle varie tematiche, uno dei fenomeni più evidenti degli ultimi mesi: l’accelerazione digitale e l’inizio di una nuova epoca in cui multicanalità e presenza social sono diventate fondamentali per le aziende moderne,



tanto quanto l’adozione di ambienti ibridi tra fisico e digitale che uniscano

l’esperienza in-store con la vendita online attraverso le piattaforme di eCommerce. Basti pensare, a questo proposito, che secondo i dati dell’Osservatorio eCommerce B2C, promosso dalla School of Management del Politecnico di Milano e da Netcomm, l’eCommerce italiano nel 2020 ha raggiunto un valore di circa 22,7 miliardi di euro con una crescita record del +26% (4,7 miliardi in più? rispetto al 2019). Un settore, quello del commercio digitale, che va potenziato utilizzando le migliori piattaforme e

tecnologie perché, come è stato detto durante il webinar, “gestire contenuti sui touchpoints digitali è come mandare in scena un opera teatrale: se un attore arriva in ritardo o manca un oggetto di scena l’opera non può cominciare”. E in ritardo, sotto l’aspetto più generale della trasformazione digitale, è sicuramente il nostro Paese. Nonostante l’ecommerce rappresenti la vera e propria chiave del successo B2B, dalle analisi del Politecnico risulta infatti evidente come a oggi, solo il 32% delle realtà tricolori sia munito di sistemi digitali per il monitoraggio della supply chain (settori come l’eCommerce e il Food hanno però segnato nel 2020 un aumento del 6% rispetto all’anno precedente). Un dato – hanno concordato gli esperti intervenuti al webinar – che deve far riflettere. Perché se nei prossimi mesi avranno sicuramente più successo le aziende che mostreranno agilità ad assecondare il cambiamento, non tutti stanno facendo come i key player nazionali e internazionali di due settori fortemente interconnessi tra loro come il Food & Beverage e l’Hospitality. Quest’anno, entrambi chiamati a far valere le loro sinergie e interdipendenze, grazie allo svolgimento contemporaneo delle due manifestazioni punto di riferimento rispettivamente dell’ecosistema agroalimentare e dell’ospitalità e fuori casa, TUTTOFOOD e Host-Milano (a fieramilano, dal 22 al 26 ottobre).