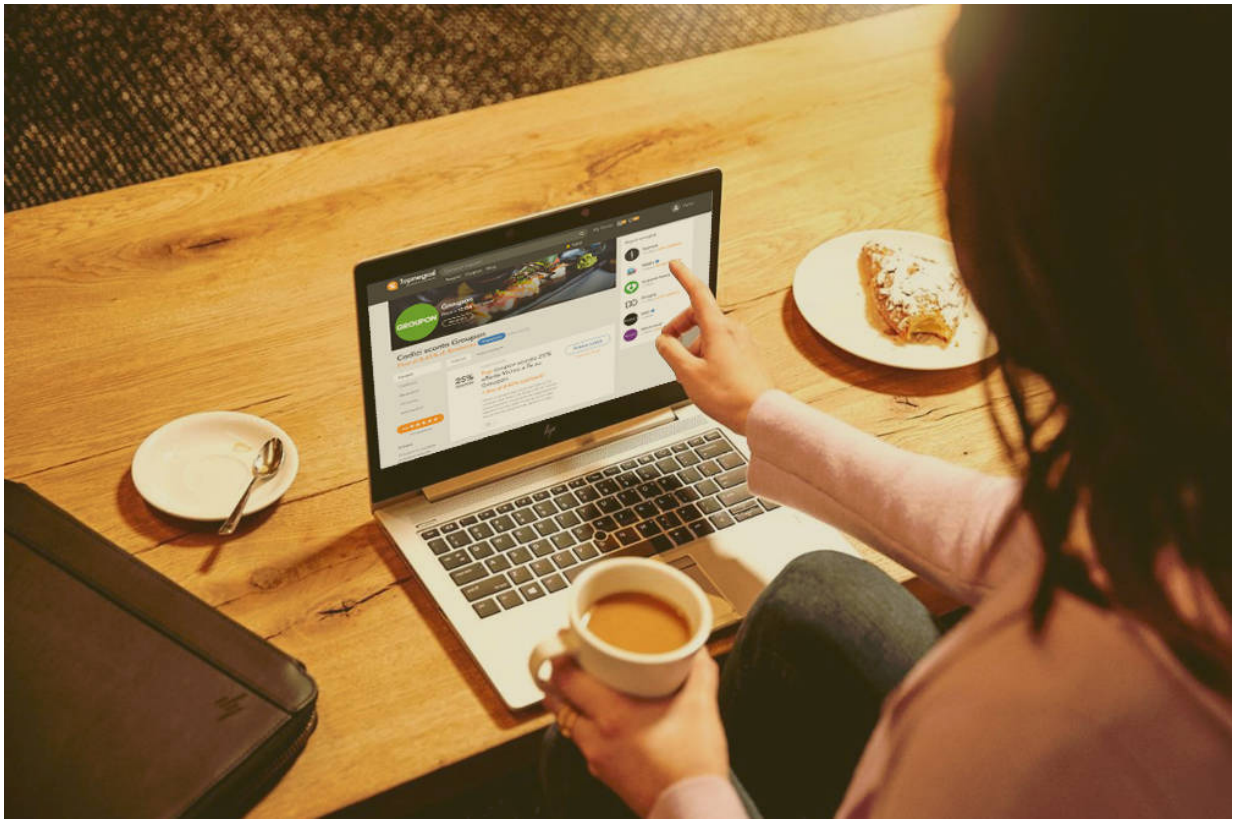
Gestire le vendite ai tempi del coronavirus

di **Amministratore Sito**
24 Novembre 2020 – 6:35



Nell'epoca della pandemia del covid-19, non è davvero possibile fare a meno di reinventare le proprie attività imprenditoriali: la vendita sul web, in questo senso, è spesso l'unica via per non perdere il proprio business.

Le vendite online per salvare le attività

In tantissime aree del nostro paese, a causa delle normative adottate per contrastare la pandemia del coronavirus in corso, sono numerose le attività commerciali che non possono più operare in modo per così dire ordinario: e così, per non soccombere alle difficoltà del presente, l'unica via percorribile è quella di puntare alle vendite sul web. Una riconversione di questo tipo non è facile, giacché non basta sapere che le buste per le spedizioni esistono in tanti formati per organizzare in maniera efficiente e vincente il proprio e-commerce, attendendo semplicemente gli ordini dei clienti. D'altro canto, bisogna pure sottolineare come – purtroppo – **non tutte le attività di vendita possano essere riconvertite, da un giorno all'altro, in moderni ed efficienti shop online**: taluni beni o servizi, infatti, è impossibile proporli tramite questo canale di vendita, se non a fronte di investimenti piuttosto ingenti e, talvolta, con scarse prospettive di successo. Tuttavia, è indubbio che non siano pochi i negozi tradizionali che, in questo momento storico difficile, possono optare per la strada della digitalizzazione per non soccombere e lasciare spazio unicamente ai giganti del commercio online, i quali, è indubbio che possono fare valere un know-how e un brand di tutto rispetto in questa difficile competizione.

L’e-commerce: quello che bisogna sapere

Dal momento in cui si decide di optare per la realizzazione di un portale per la vendita, bisogna avere ben in chiaro che, oltre a proporre una vetrina virtuale per vendere beni o servizi, bisogna anche **predisporre un servizio di assistenza alla clientela che sia degno di questo nome, pena il clamoroso insuccesso dell’attività sul web**. Per esempio, quando arriva un ordine è importante che lo stesso sia verificato, quindi, dopo aver stabilito che quanto richiesto dalle persone sia effettivamente disponibile, è davvero fondamentale spedire una conferma dello stesso. In assenza di una comunicazione puntuale e tempestiva, infatti, le persone potrebbero domandarsi se – effettivamente – l’ordine sia stato effettuato in maniera corretta o, al contrario, se qualche disservizio possa averne determinato l’insuccesso. Le modalità di pagamento, d’altro canto, sono un punto sul quale vale la pena di soffermarsi a fare delle considerazioni: diverse opzioni, tra le quali alcune che offrano delle garanzie ad entrambe le parti, sono indispensabili per guadagnare la fiducia degli acquirenti. In terzo luogo, è importantissimo avere una gestione delle spedizioni e degli eventuali resi che sia all’altezza delle aspettative dei clienti: un servizio logistico puntuale ed affidabile, con tempistiche ragionevoli, è il segreto della soddisfazione dei consumatori 2.0 nell’epoca dello shopping online. Un’altra considerazione che non può essere trascurata, è quella relativa ad eventuali rimborsi o supporto post vendita: offrire risposte pertinenti in tempi ragionevoli, è il miglior modo per guadagnare recensioni positive e costruirsi una buona reputazione.

Procurarsi tutto il necessario per vendere sul web

Se è vero che il mondo del web è virtualmente senza confini, esistono dei buoni motivi per i quali convenga pianificare bene anche il tipo di attività di vendita che si intenda realizzare nell’universo digitale, individuando ad esempio la giusta piattaforma da usare allo scopo. **Se si dispone già di un portale che gode di una certa popolarità tra i clienti, è possibile pensare di aggiungere un’area dedicata alla vendita online**: e al proposito, esistono numerosi strumenti che consentono di creare un e-commerce ben strutturato che consenta di gestire le vendite in tutta sicurezza. In caso contrario, si può anche valutare una soluzione differente, vale a dire, quella di iscriversi all’interno di piattaforme che consentono di vendere realizzando il proprio negozio online in pochi clic: in questo caso, si sfrutta la fama di un brand noto nonché tutti i servizi della sua struttura, dovendo però mettere in conto anche l’accettazione di determinate condizioni per operare. In questo senso, quindi, la scelta di una soluzione – anziché un’altra – dipende solitamente dalla spendibilità del proprio brand nonché da altre valutazioni circa la concorrenza, i tempi e i costi per realizzare lo shop online.