



Martina Vazzoler

Digital Export per il B2B e B2C

VICdigital




CONFINDUSTRIA VICENZA



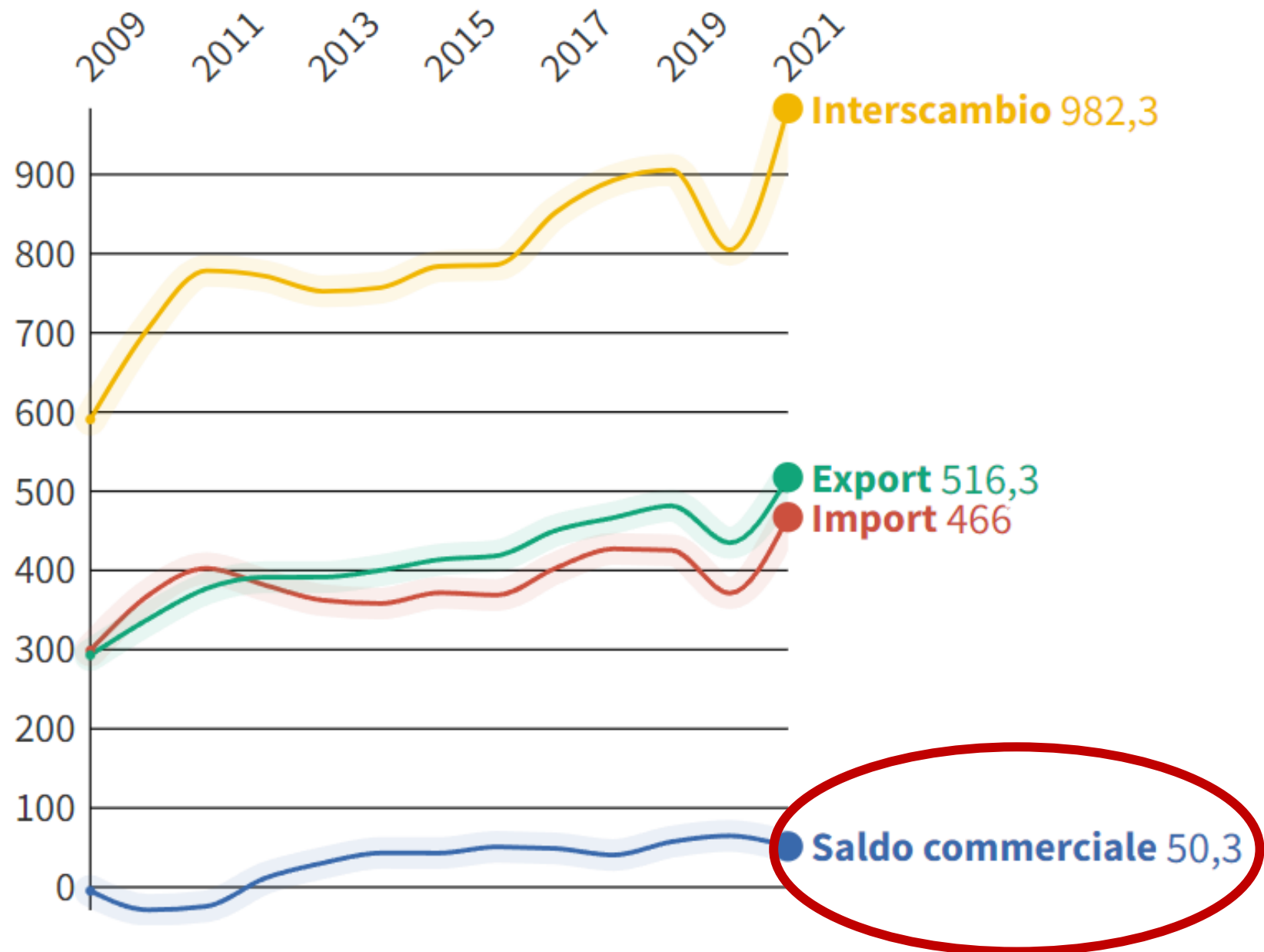
Le questioni in agenda

- L'Export prima del digitale
- Cosa è cambiato negli ultimi 15 anni?
- L'Internazionalizzazione spontanea
- L'Export sistematico: l'integrazione tra online e offline

A hand in a blue shirt points towards a tablet. The tablet screen shows a bar chart with seven bars of increasing height from left to right. The bars are white outlines. A white text box is overlaid on the left side of the tablet.

Perché serve una
strategia di Digital
Export?

Export Made in Italy



VALORI ITALIA 2022: l'export digitale in cifre

TOTALE EXPORT → 620 ML €

TOTALE DIGITAL EXPORT → 18,7 ML € (B2C) 175 ML € (B2B)

INCREMENTO EXPORT DIGITALE 2021/2022 → +15%

EXPORT DIGITALE/TRADIZIONALE → circa 28%

JAN
2023

OVERVIEW OF CONSUMER GOODS ECOMMERCE

HEADLINES FOR THE ADOPTION AND USE OF CONSUMER GOODS ECOMMERCE (B2C ONLY)



GLOBAL OVERVIEW

NUMBER OF PEOPLE
PURCHASING CONSUMER
GOODS VIA ONLINE
CHANNELS IN 2022



4.11
BILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+8.3% (+315 MILLION)

ESTIMATED TOTAL
ANNUAL SPEND ON
ONLINE CONSUMER GOODS
PURCHASES (USD, 2022)



\$3.59
TRILLION

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-6.5% (-\$250 BILLION)

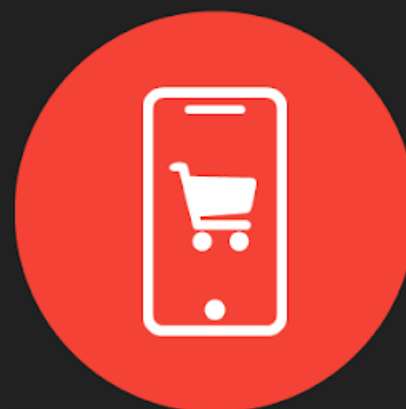
AVERAGE ANNUAL
REVENUE PER CONSUMER
GOODS ECOMMERCE
USER (USD, 2022)



\$873

YEAR-ON-YEAR CHANGE
-13.7% (-\$138)

SHARE OF 2022 CONSUMER
GOODS ECOMMERCE SPEND
ATTRIBUTABLE TO PURCHASES
MADE VIA MOBILE PHONES



59.8%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+1.2% (+71 BPS)

2022 ONLINE PURCHASES vs.
TOTAL CONSUMER GOODS
PURCHASE VALUE ACROSS
ALL RETAIL CHANNELS



17.1%

YEAR-ON-YEAR CHANGE
+4.4% (+72 BPS)

statista



statista



SOURCE: STATISTA DIGITAL MARKET OUTLOOK. SEE [STATISTA.COM](https://www.statista.com) FOR MORE DETAILS. **NOTES:** "CONSUMER GOODS" INCLUDE: ELECTRONICS, FASHION, FURNITURE, TOYS, HOBBY, DIY, BEAUTY, CONSUMER HEALTHCARE, PERSONAL CARE, HOUSEHOLD CARE, FOOD, BEVERAGES, AND PHYSICAL MEDIA. FIGURES REPRESENT ESTIMATES FOR FULL-YEAR 2022, AND COMPARISONS WITH EQUIVALENT VALUES FOR THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. FINANCIAL VALUES ARE IN U.S. DOLLARS. PERCENTAGE CHANGE VALUES ARE RELATIVE (I.E. AN INCREASE OF 20% FROM A STARTING VALUE OF 50% WOULD EQUAL 60%, NOT 70%). "BPS" VALUES REPRESENT BASIS POINTS, AND INDICATE ABSOLUTE CHANGE. **COMPARABILITY:** BASE AND CATEGORY DEFINITION CHANGES. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS.

Il processo di vendita nei 3 step



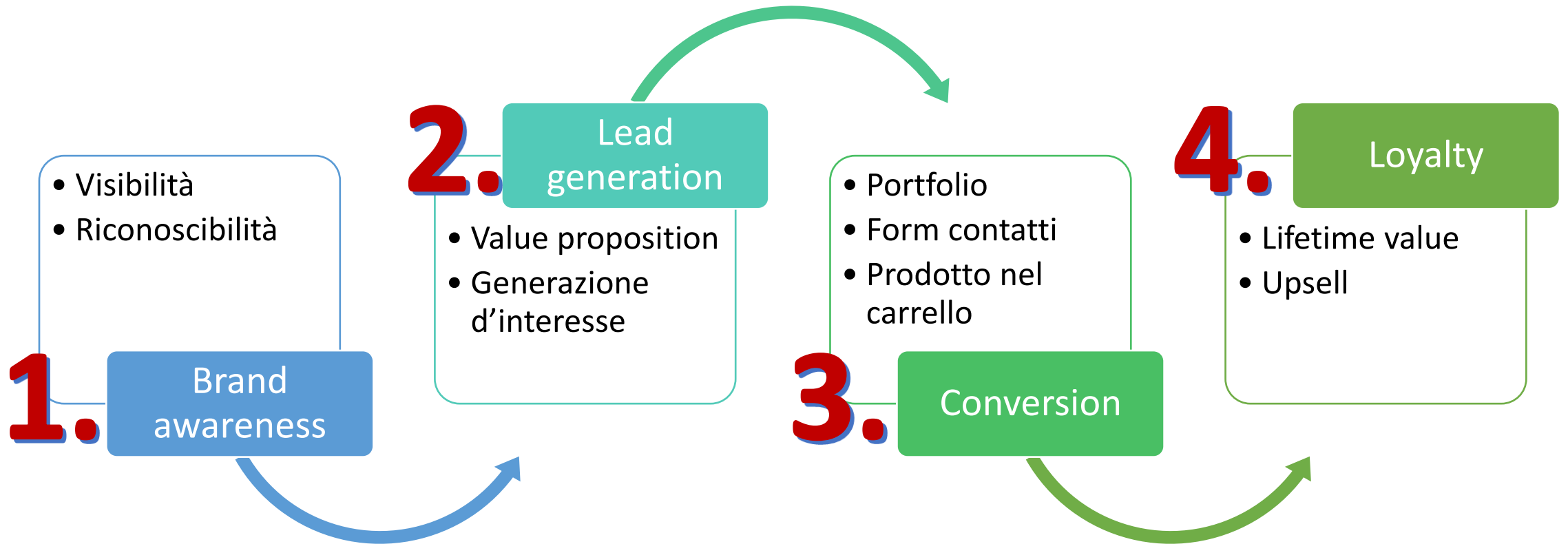
Quindi un budget dedicato a ciascuno step

Il processo dell'Export

1. Analisi del mercato
2. Scelta del modello di business
3. Action plan: obiettivi, strumenti, risorse, piano finanziario



Gli obiettivi in ordine propedeutico



Da non confondere «obiettivi» con «metriche»

- Visite al sito / e-commerce / blog

- Followers e like sui Social Media

- Condivisione di post sui Social Media

- Clicks sulle campagne di Advertisements (ADV)

- Incremento del tasso di apertura delle newsletter

...

1. Brand or product awareness

Visibilità = Impression

- Magazine (online/offline)
- Pagina LinkedIn/Social Media
- Campagne Google (Keywords → prodotto, categoria, target) Campagne display (brand)
- Google My Business
- Marketplace
- Fiere ed eventi locali
- Temporary store/corner

2. Leads generation

Interesse = Click

- Campagne LinkedIn
- Ambassador/content creators/influencer
- Eventi di Networking (associazioni di categoria)
- Sito in lingua → strategia SEO
- Landing page (contact form/configuratore/white paper)
- Community

3. Portfolio

Interesse = Click

- Demo
- Free assessment
- Campionature gratuite
- Coupon sul primo ordine
- Co-marketing
- Reputazione in catene distributive internazionali
- Free trial

4. Sale's conversion

Ordine = conversione

- Sito web
- E-commerce
- Marketplace
- Distributore online/offline
- Retailer
- Agente o Export Mgr
- Distribuzione organizzata

5. Loyalty

Nurturing = Upsell

- Newsletter → profilazione
- Fidelity card
- Programma sconti
- Recensioni
- VIP Lounge
- Programma ordine ricorrente
- Supporto e consulenza gratuita post-sale

Come si intersecano le attività OFF/ON





Cucine da esterno

Se voglio esportare in Germania B2B

PRE SALE	SALE	POST SALE
Keywords strategy in tedesco	Sito web in lingua DEU	Programma fedeltà
Content creator locale / Ambassador → cuoco, WMF	Retailer showroom /Garden Center	Newsletter per upsell
Landing page con catalogo prodotti + listino (pdf)	Filiale	Recensioni → Trustpilot
Linkedin → tematiche	Kaufland (B2B)	Visita agenti, Export Manager, Country Manager
Magazine di settore → Dega- Galabau (online/offline)	Amazon (B2B)	
Fiera di settore → Gafa-Spoga Colonia	Rete agenti	
Evento in Garden Center		

Se voglio esportare in Germania B2C

PRE SALE	SALE	POST SALE
Keywords strategy in tedesco	Retailer showroom	Autorevolezza → Trustpilot
Influencer locali di settore → ambito food & kitchen	Garden Center	Profilazione clienti → Newsletter
Landing page per evento con cuoco	Local office / stores	Programma fedeltà
Evento di lancio in co-marketing	Kaufland, Amazon	Servizi di manutenzione
Social Media → Pinterest, IG, FB	Sito web in lingua	Implementazione accessori
Community → www.gartenfotografen.de	Bauhaus, OBI, HORNBACH, Leroy Merlin	
Comparatore → Idealo		

The background consists of a repeating pattern of speech bubbles in various colors (red, yellow, purple, grey) on a dark teal background. Each speech bubble contains a white question mark. The text is centered over this pattern.

Perché serve una strategia di
Digital Export?



Per ottimizzare il costo contatto

L'unico KPI rilevante

Contacts

Martina Vazzoler

Ph. +39 328 4180911

[Linkedin](#)

www.martinavazzoler.com

www.marketplacemap.it



VICdigital

0444232500

digitalmarketing@confindustria.vicenza.it

Se voglio esportare in Germania B2B

PRE SALE	SALE	POST SALE
Keywords strategy in tedesco	Sito web in lingua DEU	Programma fedeltà
Content creator locale / Ambassador → cuoco, WMF	Retailer showroom /Garden Center	Newsletter per upsell
Landing page con catalogo prodotti + listino (pdf)	Filiale	Recensioni → Trustpilot
Linkedin → tematiche	Kaufland (B2B)	Visita agenti, Export Manager, Country Manager
Magazine di settore → Dega- Galabau (online/offline)	Amazon (B2B)	
Fiera di settore → Gafa-Spoga Colonia	Rete agenti	
Evento in Garden Center		

Se voglio esportare in Germania B2C

PRE SALE	SALE	POST SALE
Keywords strategy in tedesco	Retailer showroom	Autorevolezza → Trustpilot
Influencer locali di settore → ambito food & kitchen	Garden Center	Profilazione clienti → Newsletter
Landing page per evento con cuoco	Local office / stores	Programma fedeltà
Evento di lancio in co-marketing	Kaufland, Amazon	Servizi di manutenzione
Social Media → Pinterest, IG, FB	Sito web in lingua	Implementazione accessori
Community → www.gartenfotografen.de	Bauhaus, OBI, HORNBACH, Leroy Merlin	
Comparatore → Idealo		