



**Martina Vazzoler**

**Sinergia digitale-offline per l'export: integrare i canali per competere sui mercati esteri**

# Di cosa parliamo oggi

1. L'evoluzione dell'Export
2. I marketplace, ecosistemi privilegiati dell'Export Digitale
3. Dove si inceppa la sinergia ON-OFF
4. *Bad practice vs best practice*
5. L'integrazione nella Export Strategy
6. Conclusioni

# L'Export Made in Italy nel 2024

 **674,8 mld €**



**+0,3%**

la crescita in valore 2024 al netto dei prodotti energetici (fonte ISTAT)



**Top settori:**

meccanica, moda, alimentare,  
arredo, design – il cuore del Made in Italy



**Mercati trainanti:**

Germania, Francia, USA,  
Svizzera, Spagna

All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# L'EXPORT DIGITALE IN ITALIA



**€ 175 mld B2B**

**= ≈ 28 % del totale export**



**€ 18,7 mld B2C**

**= ≈ 9 % del totale export**



**SACE: +3,7 % export 2024, +4,5 % previsto  
2025 → ripresa guidata dall'integrazione**

All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

**FEB  
2025**

# OVERVIEW OF CONSUMER GOODS ECOMMERCE

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



ITALY

NUMBER OF PEOPLE  
PURCHASING CONSUMER  
GOODS VIA ONLINE  
CHANNELS IN 2024



**19.5  
MILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+6.0% (+1.1 MILLION)**

ESTIMATED TOTAL  
ANNUAL SPEND ON  
ONLINE CONSUMER GOODS  
PURCHASES (USD, 2024)



**\$64.2  
BILLION**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+13.9% (+\$7.8 BILLION)**

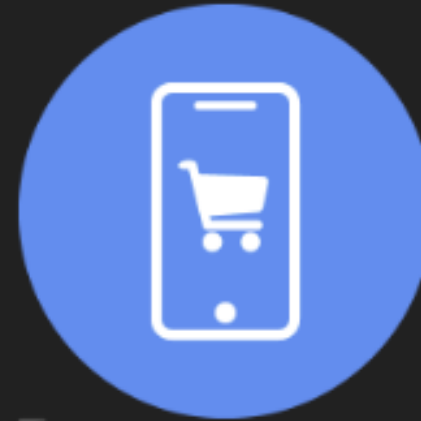
AVERAGE ANNUAL  
REVENUE PER CONSUMER  
GOODS ECOMMERCE  
SHOPPER (USD, 2024)



**\$3,290**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+7.2% (+\$220)**

SHARE OF 2024 CONSUMER  
GOODS ECOMMERCE SPEND  
ATTRIBUTABLE TO PURCHASES  
MADE VIA MOBILE PHONES



**42.1%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+1.3% (+54 BPS)**

2024 ONLINE PURCHASES vs.  
TOTAL CONSUMER GOODS  
PURCHASE VALUE ACROSS  
ALL RETAIL CHANNELS

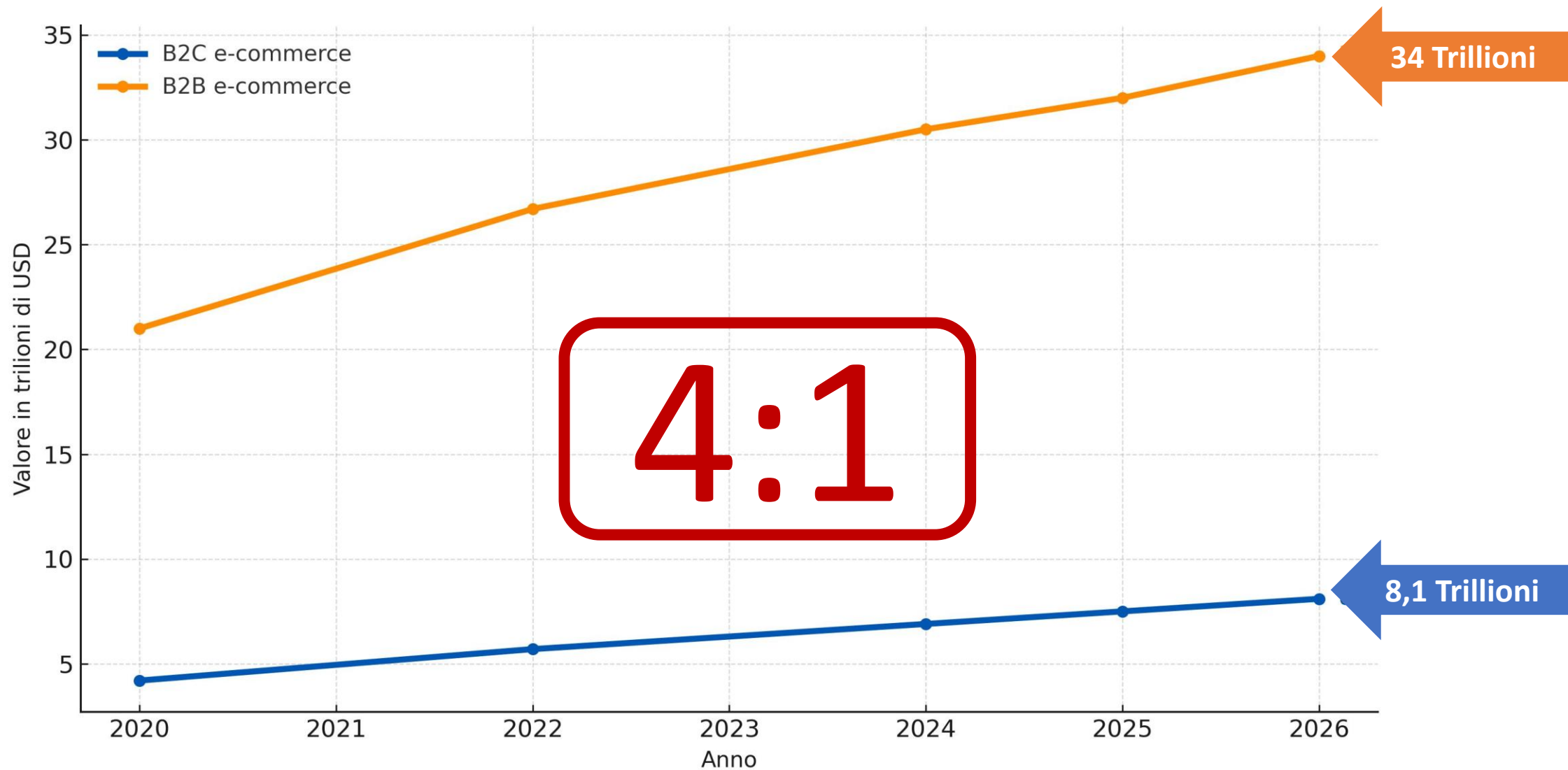


**14.9%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+11.8% (+157 BPS)**

All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# E-commerce mondiale B2B vs B2C



All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# Digital Export

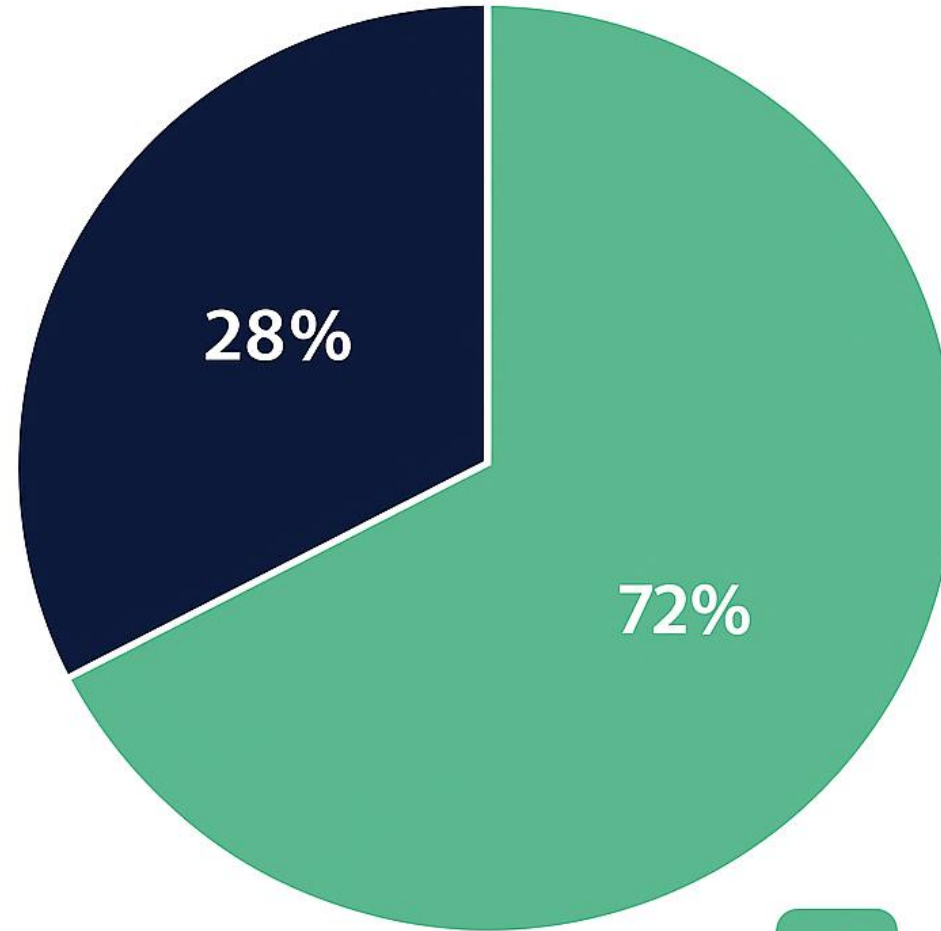
È l'insieme delle strategie, dei canali e degli strumenti digitali utilizzati dalle imprese per accedere, presidiare e sviluppare mercati esteri.

# L'universo dei marketplace



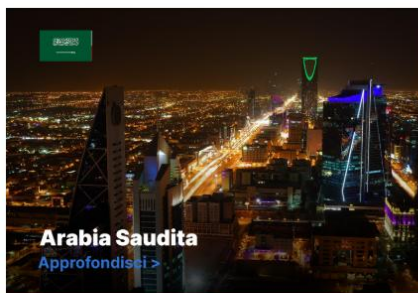
All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

## E-stores



## Marketplace

# Digital Global Market – l'ecosistema digitale



All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# In quale fase dell'export vi trovate?



**Lancio**

Nuovo mercato



**Potenziamento**

Mercato attuale

# Integrare i canali per competere sui mercati esteri



- Attività di pre-vendita
- Hub di vendita
- Attività di post-vendita

# Dove si inceppa la sinergia ON-OFF?



All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# Digitale e offline: due mondi che non si parlano

- Digitale → analitico, veloce, iterativo.
- Offline → relazionale, lento, esperienziale.
- ✓ Due tempi, due metriche, zero sincronizzazione.
- ✓ La fiera vive in mesi, la campagna in ore.



All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# «Bad practice»



Il Marketing genera contatti Online → I commerciale non li processa Offline.



Agenti chiudono contratti → il marketing non li racconta.



Nessuno monitora la corrispondenza tra Obiettivi e KPI.



Nessuno coordina la visione complessiva.

# «Best practice»



Coordinare contenuti, timeline e follow-up



Usare eventi offline come leve digitali

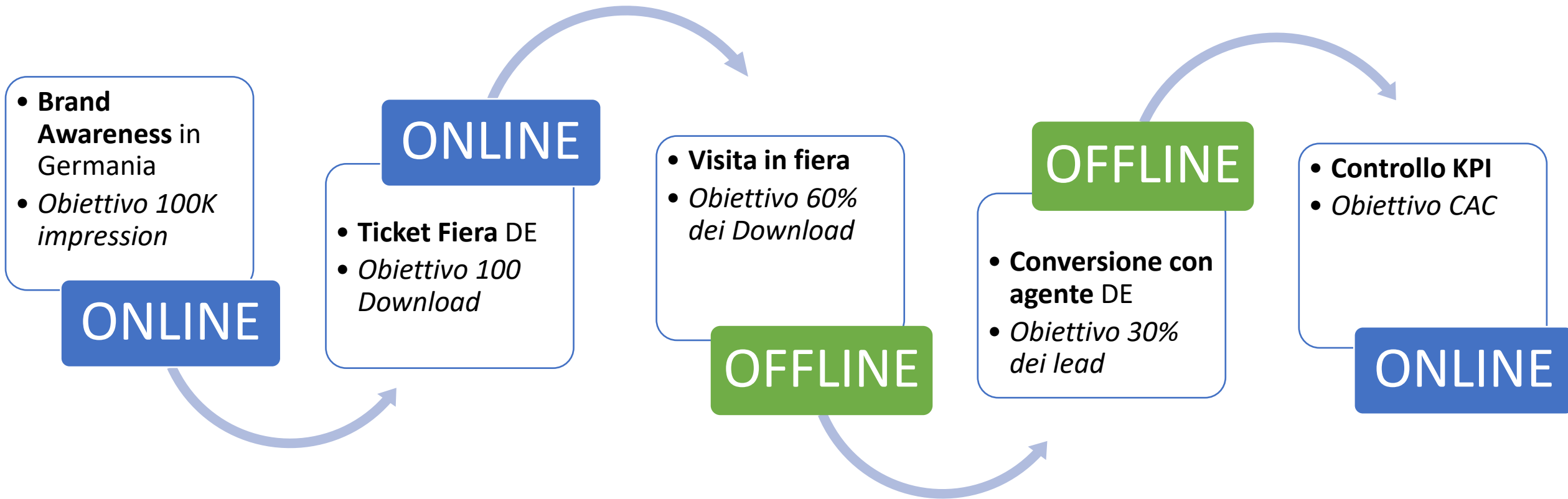


Raccogliere e condividere i dati tra uffici



Integrare CRM, Analytics e feedback commerciali sul ciclo vendite

# Dal caos alla sinergia



# Come sincronizzare attività ON e OFFLINE



The background is a collage of medical images, primarily axial MRI slices of a human brain. The images are rendered in a blue and white color scheme. Overlaid on these images is various technical text, likely from DICOM headers, including parameters like 'FoV 199', '296', '512', 'Sag(1.5)', 'W 128', 'C 66', 'Tra>Cor(6.1)', 'Chilam', 'Harmoni', '4VA12', 'HFS', 'STUDY 1', '1101', '16 41 56', '2 MA 18', 'RFP', '5cm', and 'R'. The text is in a monospaced font, typical of medical data. The overall composition suggests a focus on medical imaging and data integration.

Integrare significa  
*mettere in risonanza*  
i canali, non fonderli.

# Tre pilastri per la sinergia digitale-offline

- *Canali* → coerenti e tracciabili
- *Persone* → formate e coordinate
- *Processi* → misurabili e condivisi

All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# Grazie!

**Martina Vazzoler**

Digital Strategist

Digital Export Advisor

+39 328 4180911

[www.martinavazzoler.com](http://www.martinavazzoler.com)



All rights reserved © Martina Vazzoler - 2025

# Fonti dei dati riportati

- Marketplace Pulse
- Osservatorio eCommerce B2C
- Netcomm Italia
- Statista / eMarketer
- We are social
- ISTAT



**VIC**digital

0444-232500

[digitalmarketing@confindustria.vicenza.it](mailto:digitalmarketing@confindustria.vicenza.it)