CAMERA DI COMMERCIO
TREVISO - BELLUNO | DOLOMITI
bellezza e impresa

CITTA' DI CONEGLIANO

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
TREVISO
DELEGAZIONE DI CONEGLIANO

Il grado di digitalizzazione dei negozi nel centro di Conegliano: prospettive e timori

Una mappatura condotta sul campo

dalla classe 4F Scienze Applicate del Liceo Marconi

5 novembre 2019

IL PROGETTO

IL PROGETTO (1/2): Le macro-fasi, le persone, i negozi intervistati

Il progetto di PCTO nasce su proposta della **Camera di Commercio di Treviso-Belluno**, ma è stata molto importante la collaborazione e il sostegno del **Comune di Conegliano** e di **Ascom-Confcommercio Conegliano.**

Avviato lo scorso anno scolastico, ha coinvolto la **Classe 3F, Indirizzo Scienze Applicate** - Liceo «G.Marconi» di Conegliano (**oggi 4F**): vi hanno partecipato **26 studenti**, con il supporto delle prof.sse **Fanny Bisson** e **Lucia Gerlin**.

Queste le **macro-fasi** in cui si è articolato il progetto:

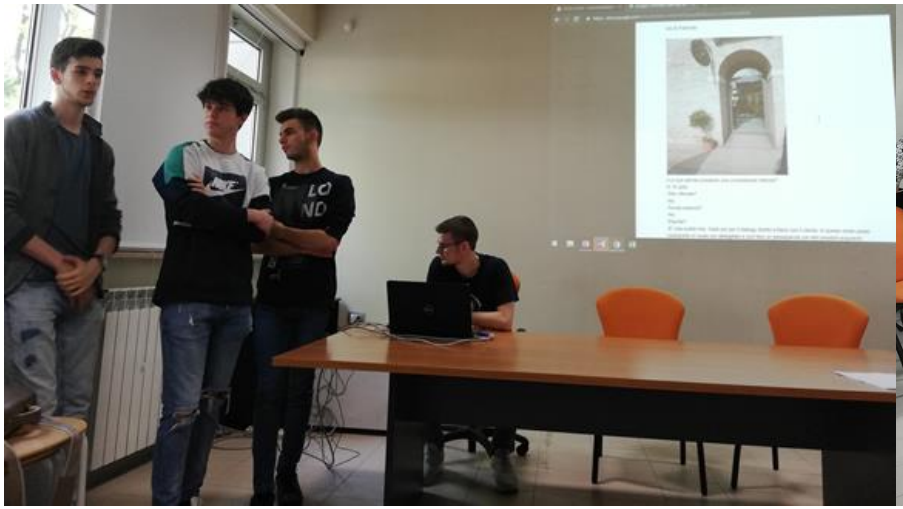
- **17-12-2018**: seminario introduttivo sulle tendenze evolutive e rischi nel digitale, a cura del responsabile scientifico del progetto, **Andrea Granelli**
- **14/18-02-2019** : corso formativo sugli strumenti per il marketing digitale, funzionale alla costruzione del questionario, a cura di **Lorenzo Amadei** (per il tramite di Ascom)
- **gen-2019**: estrazione lista negozi e definizione bacino interviste (Ascom + Cciaa) + volantino di progetto (studenti) per il contatto con i negozi
- **feb-2019**: conferenza stampa di lancio progetto presso il Comune di Conegliano
- **mar-apr 2019**: realizzazione delle interviste, con classe suddivisa in 9 gruppi di lavoro
- **mag-2019:** elaborazione dati (con il supporto ufficio studi Cciaa)
- **5-06-2019**: Presentazione e discussione primi risultati a gruppo di progetto e testimoni privilegiati, e progettazione seminario finale

la tribuna di Treviso
Dir. Resp.: Paolo Possamai
w.datastampa.it Tiratura: 15649 - Diffusione: 12022 - Lettori: 142000: da enti certificatori o autocertificati
20-FEB-2019
da pag. 40
foglio 1
Superficie: 26 %

ALTERNANZA SCUOLA-LAVORO

I liceali spiegano l'e-commerce con interviste a 178 negozianti

Al via un progetto pilota a livello regionale promosso dalla Camera di commercio
I questionari elaborati dal Marconi saranno presentati in un convegno pubblico



IL GAZZETTINO TREVISO
Dir. Resp.: Roberto Papetti
.datastampa.it Tiratura: 0 - Diffusione: 12690 - Lettori: 109000: da enti certificatori o autocertificati
20-FEB-2019
da pag. 20
foglio 1
Superficie: 16 %

Digitale, test ai negozianti dagli studenti del Marconi

IL PROGETTO (2/2): Le macro-fasi, le persone, i negozi intervistati

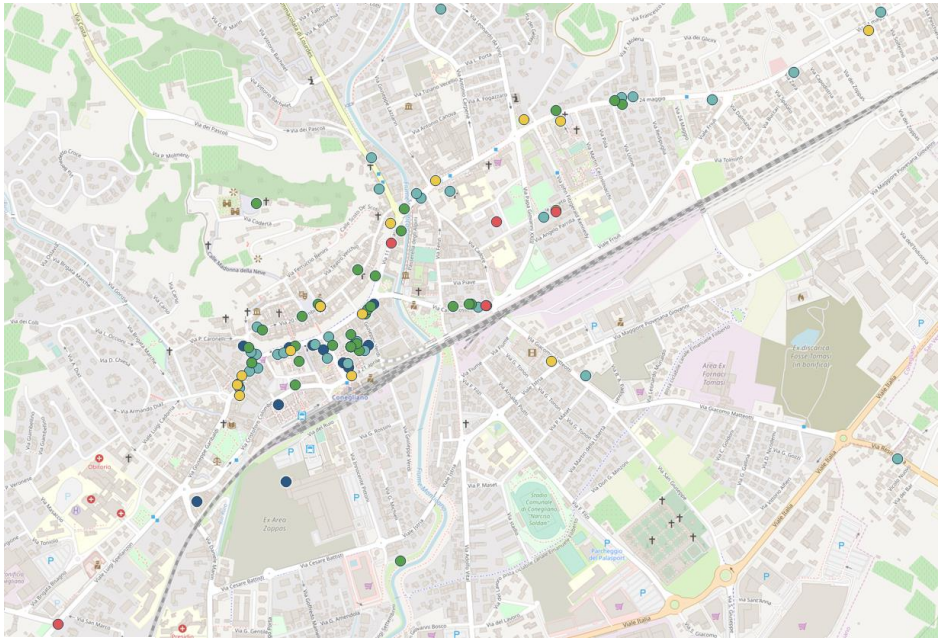
Il numero dei negozi intervistati e la loro distribuzione settoriale

- 147 negozi contattati
- **102** hanno deciso di rispondere al questionario **(69,4%):** di questi, oltre ¾ appartengono al settore del commercio non alimentare
- 45 hanno rifiutato (30,6%)
- Le domande hanno riguardato l'utilizzo e la valutazione dei seguenti servizi: **sito Internet, profili social, strumenti di comunicazione (CRM) ed e-commerce.**

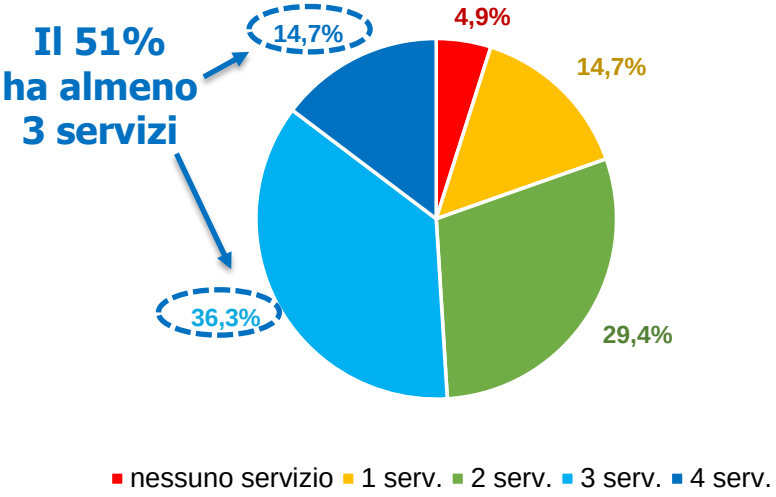
Settore	Numero Interviste	% sul totale interviste
Alimentare e Misto e Tabacchi	**8**	**7,8%**
Commercio Non Alimentare	**78**	**76,5%**
Arredo-Casa	6	5,9%
Cura della persona	11	10,8%
ICT	4	3,9%
Sistema Moda	39	38,2%
Tempo libero	15	14,7%
Altro	3	2,9%
Ristorazione e Pubblici Esercizi	**16**	**15,7%**
Totale complessivo	**102**	**100,0%**

I RISULTATI

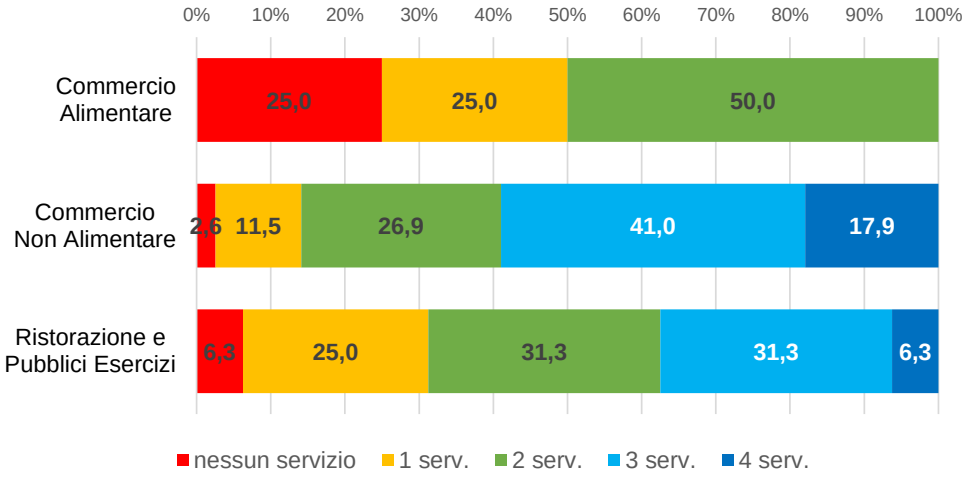
I RISULTATI – Il grado di digitalizzazione dei negozi intervistati (1/3)



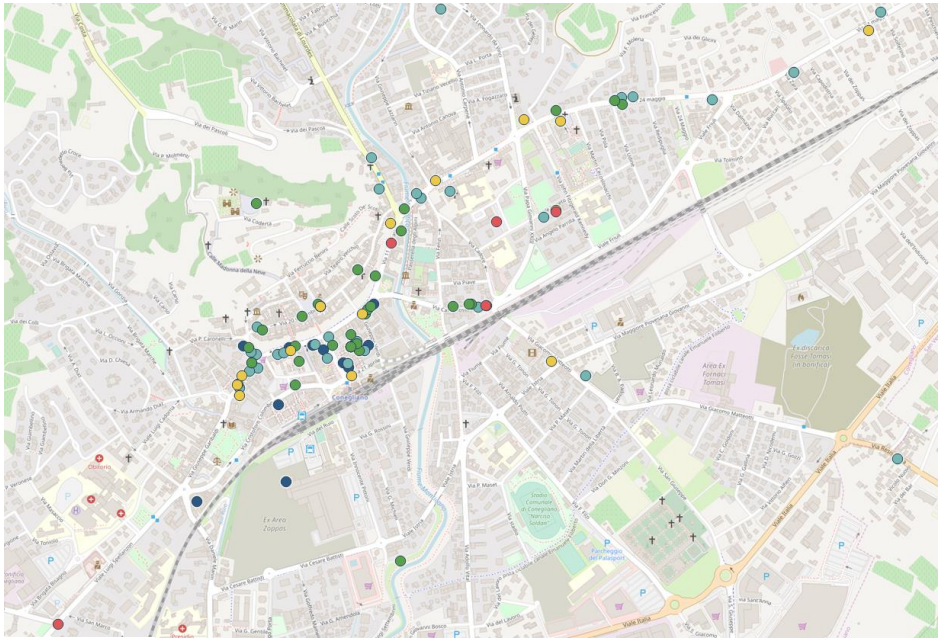
- Nessun servizio
- Un servizio
- Due servizi
- Tre servizi
- Tutti i servizi



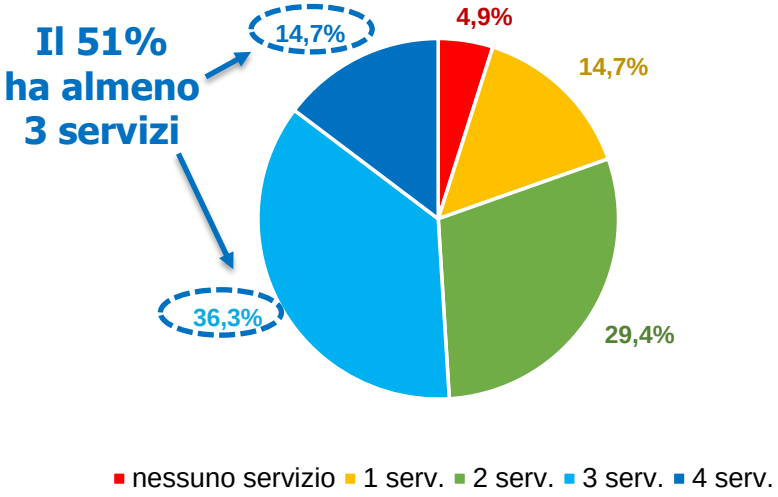
Settore	Numero Interviste	% sul totale interviste
Alimentare e Misto e Tabacchi	**8**	**7,8%**
Commercio Non Alimentare	**78**	**76,5%**
Arredo-Casa	6	5,9%
Cura della persona	11	10,8%
ICT	4	3,9%
Sistema Moda	39	38,2%
Tempo libero	15	14,7%
Altro	3	2,9%
Ristorazione e Pubblici Esercizi	**16**	**15,7%**
Totale complessivo	**102**	**100,0%**

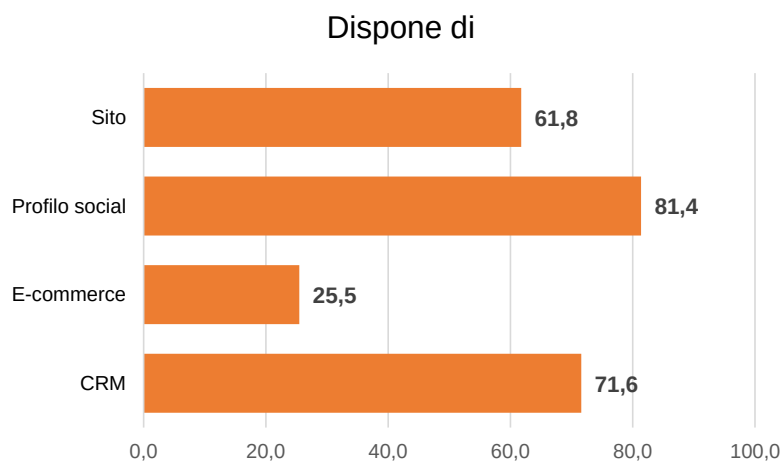


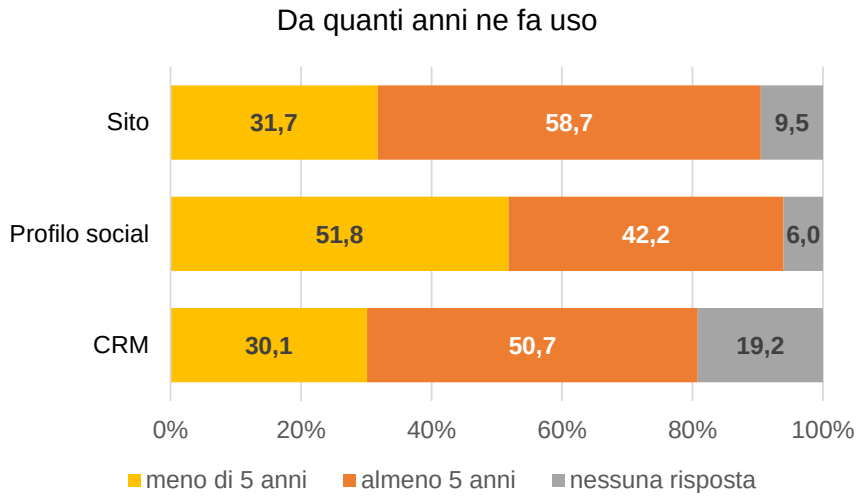
I RISULTATI – Il grado di digitalizzazione dei negozi intervistati (2/3)



- Nessun servizio
- Un servizio
- Due servizi
- Tre servizi
- Tutti i servizi

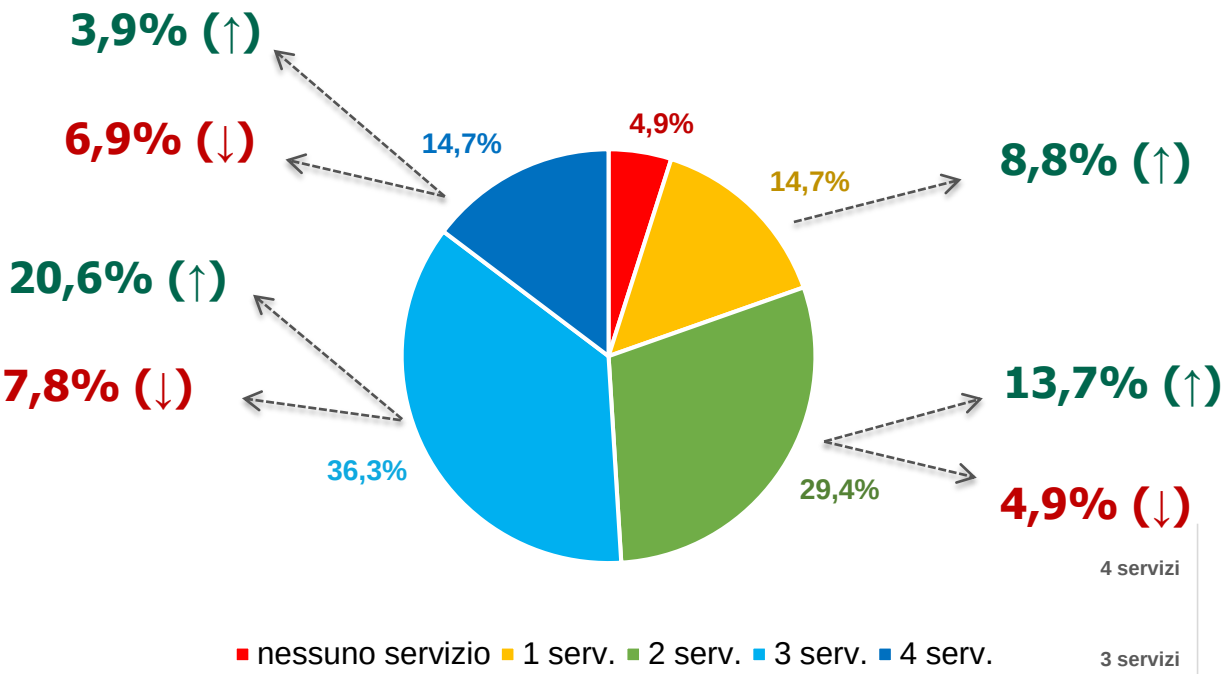




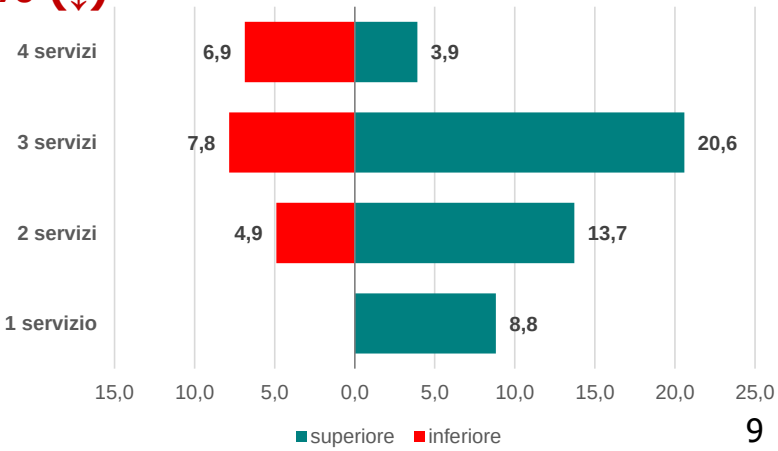


I RISULTATI – Il grado di digitalizzazione dei negozi intervistati (3/3)

Possesso degli strumenti vs. intensità d'uso degli strumenti: quota di esercenti per classi di servizi digitali posseduti che ne hanno un utilizzo **ritenuto** ottimale (↑), oppure sottodimensionato (↓). **Non è solo una valutazione soggettiva:** è uno **sguardo che apre un ponte intergenerazionale** sul digitale.

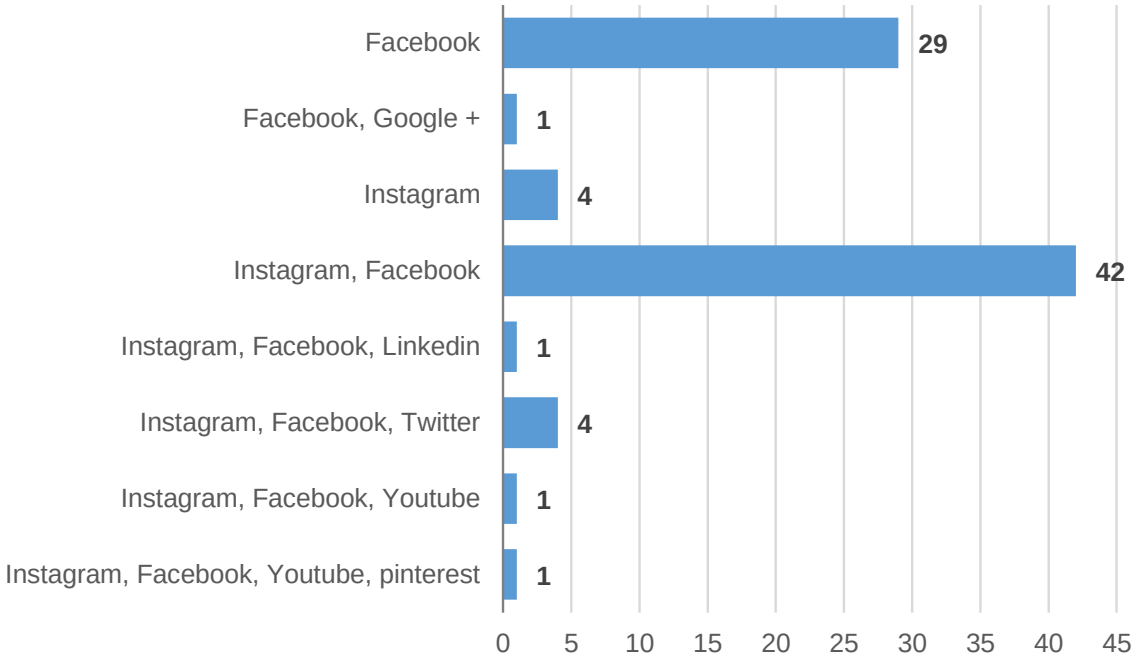


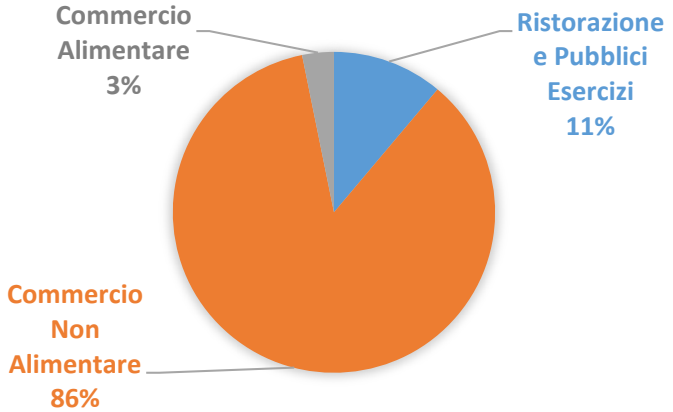
Meglio poche soluzioni, ma usate bene, che tante ma usate in modo superficiale

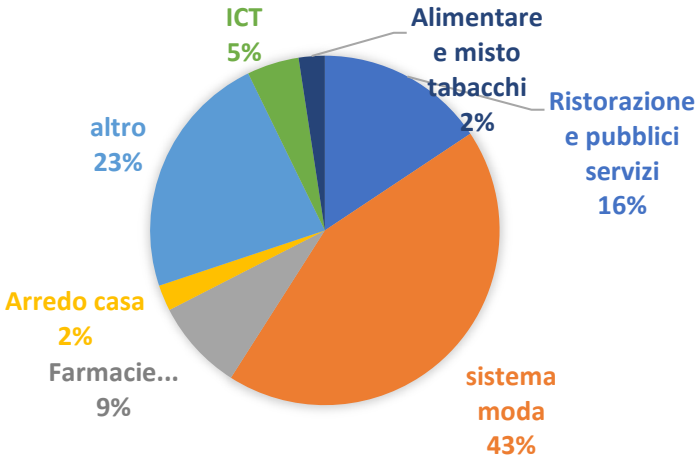


FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

L'81% dei negozianti intervistati dispone di un profilo social, con le seguenti combinazioni

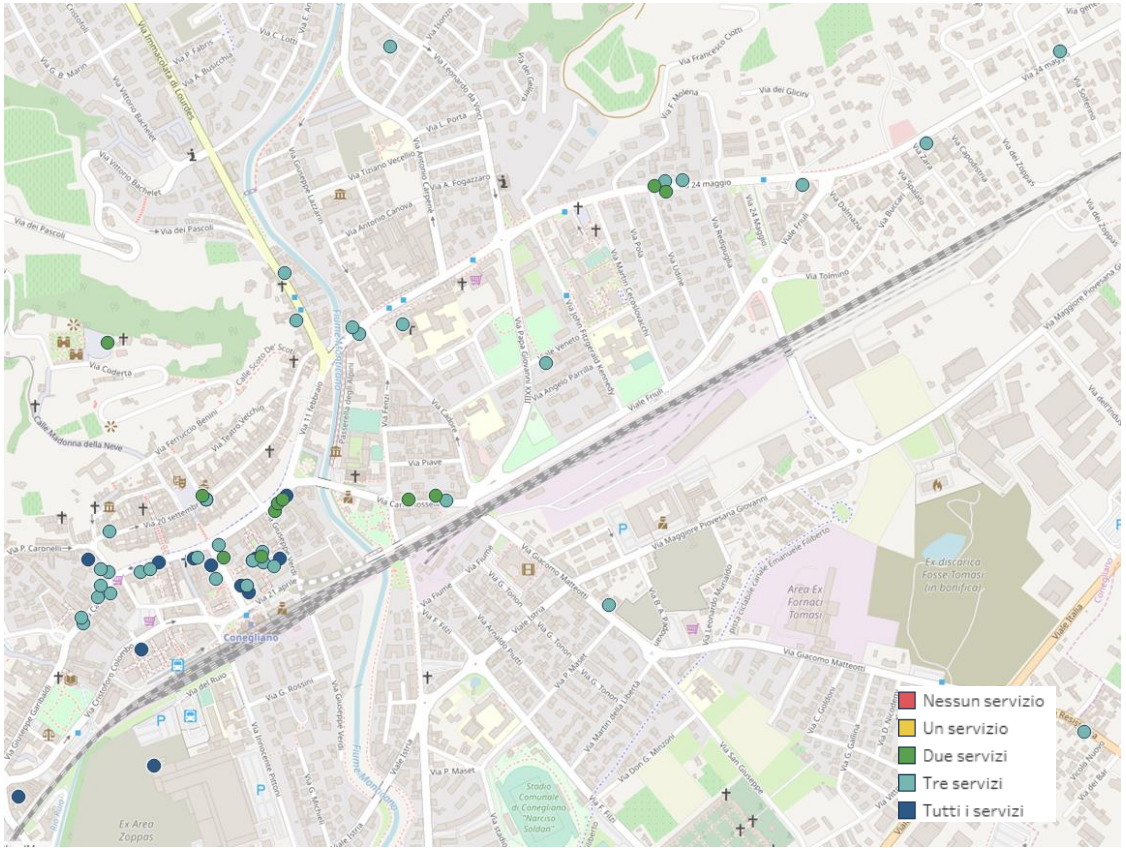


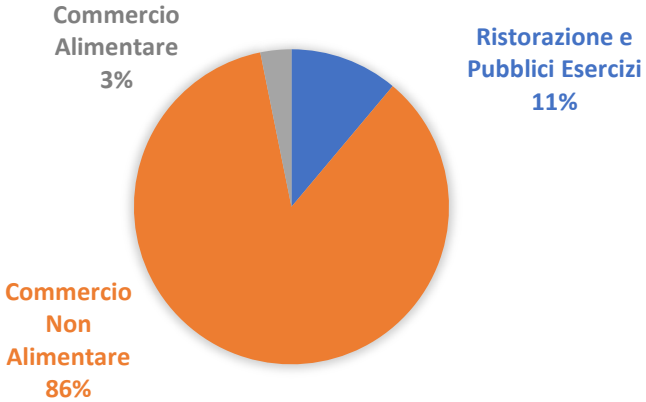


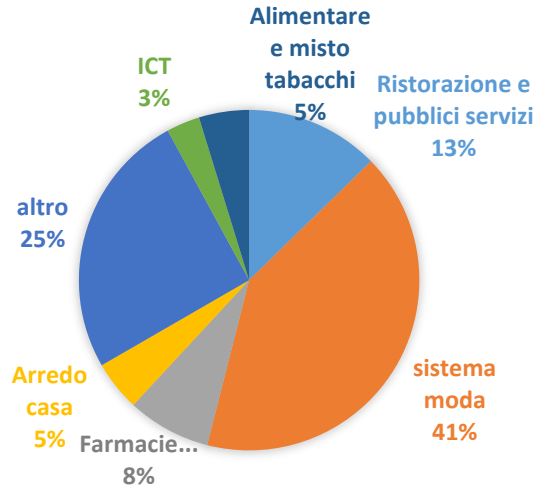


FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Il 62% dei negozianti intervistati dispone di un sito Internet (proprio o della catena di appartenenza)



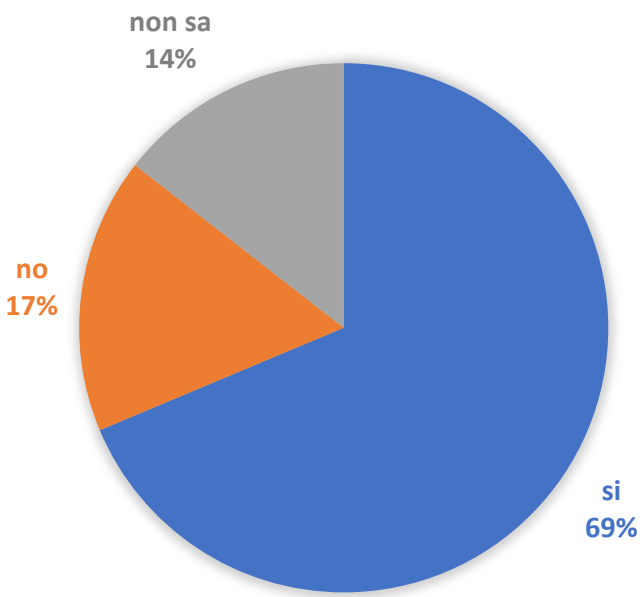




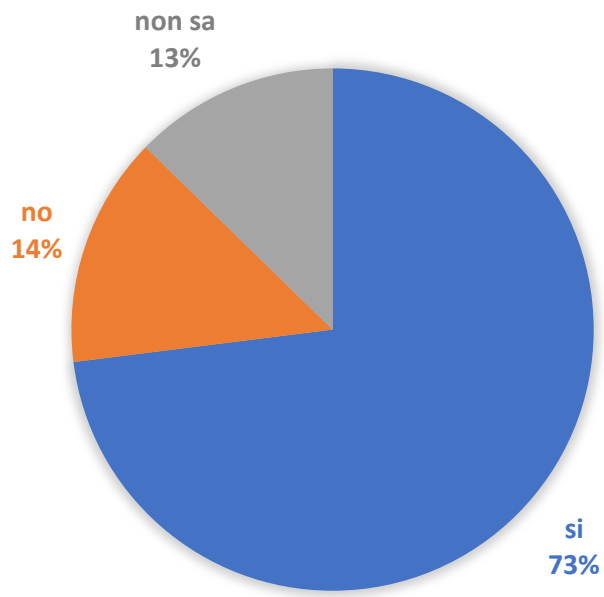
FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

L'utilizzo dei social e del sito internet porta ad un incremento delle vendite?

INCREMENTO COI SOCIAL



INCREMENTO CON IL SITO



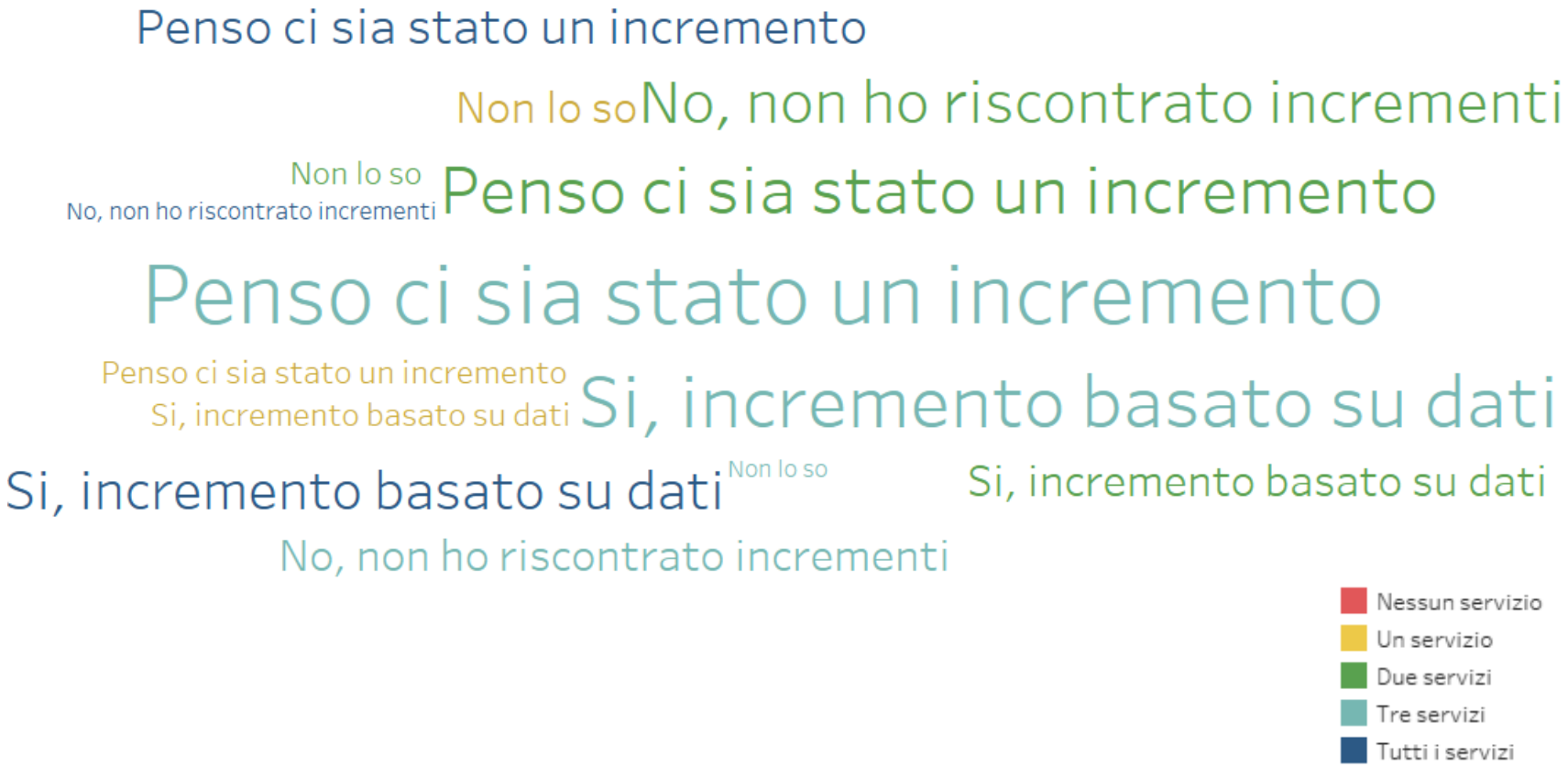
Solo il 29% dei negozi che hanno un profilo social dichiara aumenti delle vendite **misurati oggettivamente**. Un altro 40% afferma che «*pensa di avere avuto incrementi*»

Solo il 33% dei negozi che hanno un sito dichiara aumenti delle vendite **misurati oggettivamente**. Anche in questo caso un 40% afferma che «*pensa di avere avuto incrementi*»

FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante i **SOCIAL**

Pensa che l'uso dei social abbia comportato un aumento delle vendite? Ha misure di questa crescita? (77 risposte)



FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante i **SOCIAL**
Perché ha deciso di usare i social?
(82 risposte)

Aumento della visibilità del negozio

Relazione proattiva con il cliente su più livelli

Per stare al passo con i tempi dato che la nostra attività è cresciuta moltissimo

Aumento delle relazioni coi clienti

Fornire servizi di newsletter

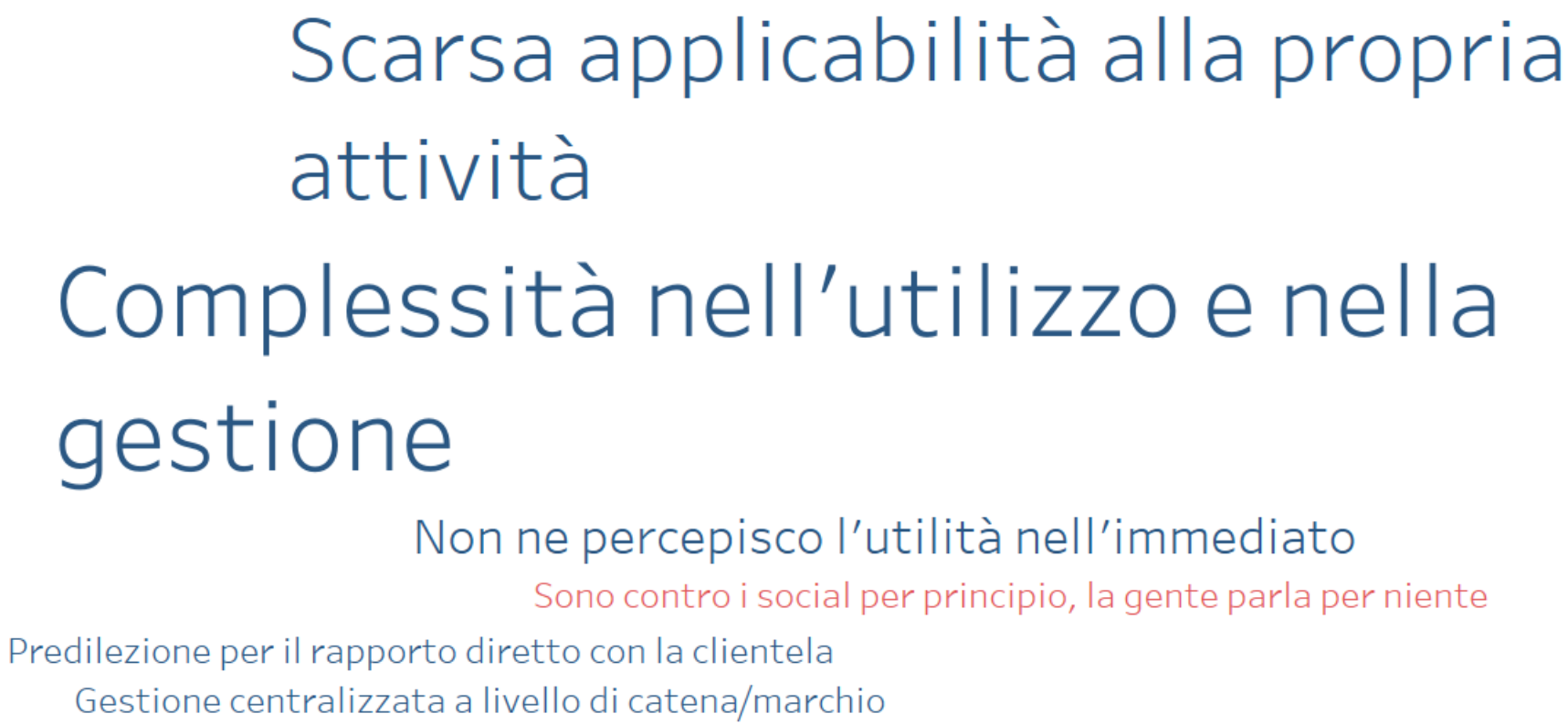
Rapido e utile per pubblicità personalizzate

FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante i **SOCIAL**

Nel caso non stia sviluppando un account nei social, quali sono i principali motivi o difficoltà?

(21 risposte)

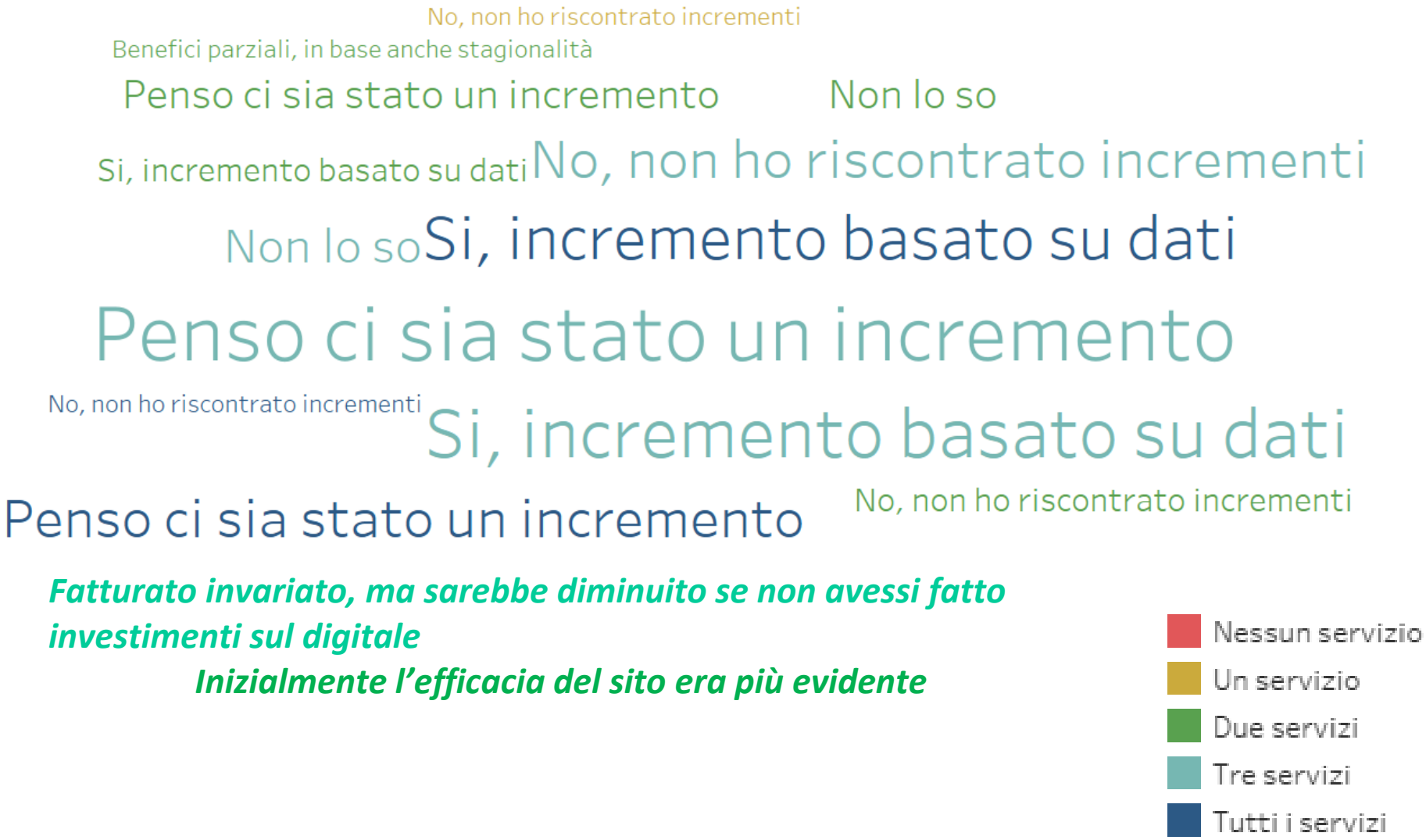


FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante il **SITO**

Pensa che avere un sito abbia comportato un aumento delle vendite? Ha misure di questa crescita?

(62 risposte)



Fatturato invariato, ma sarebbe diminuito se non avessi fatto investimenti sul digitale

Inizialmente l'efficacia del sito era più evidente

FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante il **SITO**
Perché ha deciso di averne uno?
(62 risposte)

FOCUS SU PROFILI SOCIAL E SITO INTERNET

Domanda riguardante il **SITO**

Nel caso non stia sviluppando un sito, quali sono i principali motivi o difficoltà?

(35 risposte)

Ho già avuto un sito, ma senza vantaggi

Scarsa applicabilità alla propria attività, ma forse per pigrizia

Predilezione per il rapporto diretto con la clientela

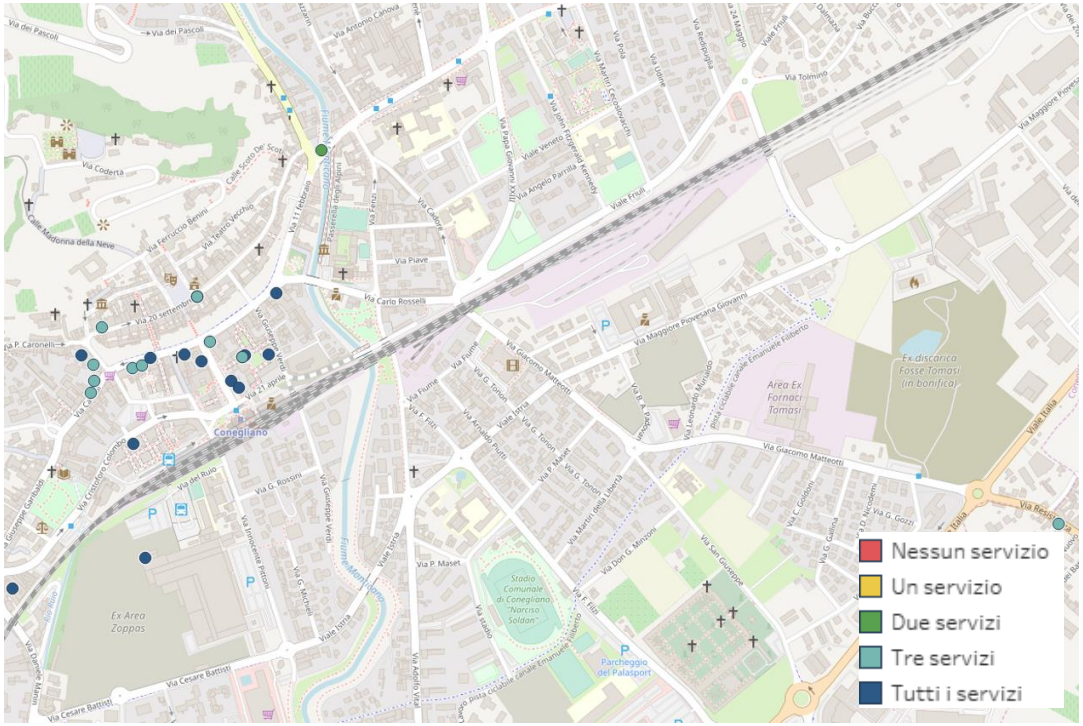
Complessità nell'utilizzo e nella gestione

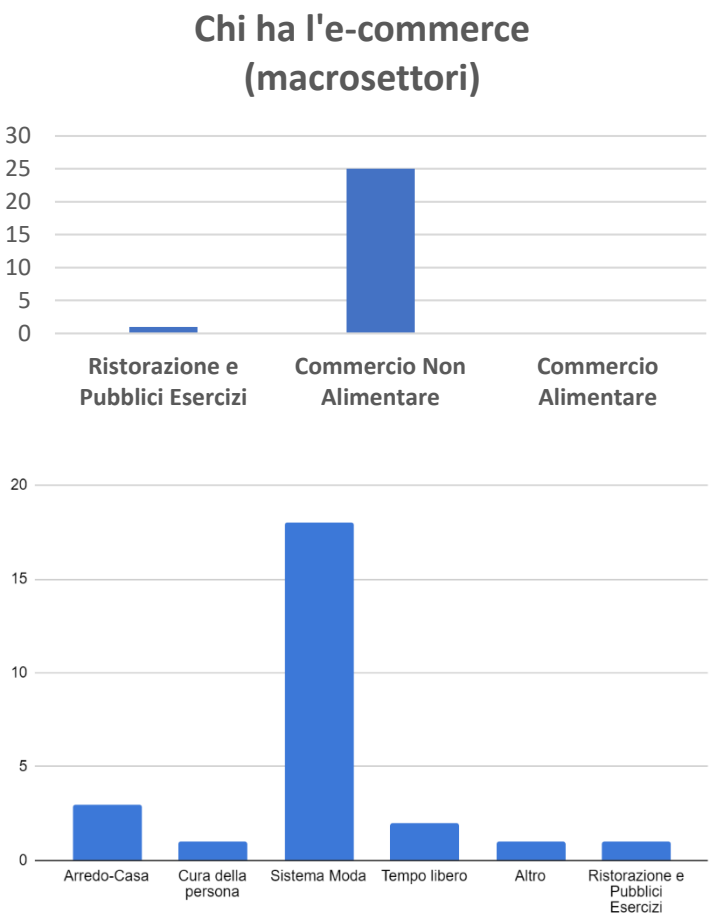
Scarsa applicabilità alla propria attività

Timore di sbagliare o incappare in fregature

FOCUS SUL COMMERCIO ELETTRONICO

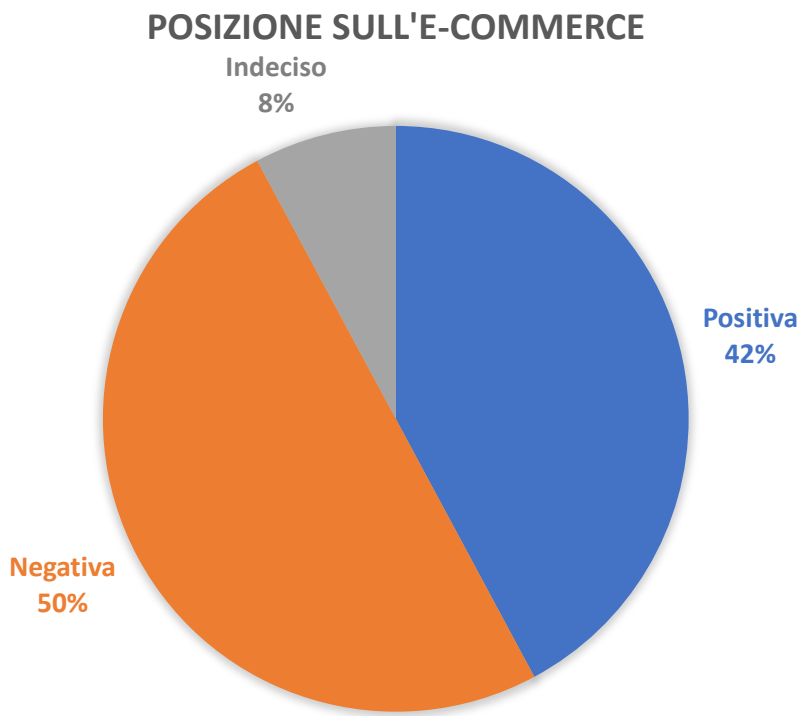
Il 25% degli intervistati dispone dell’e-commerce

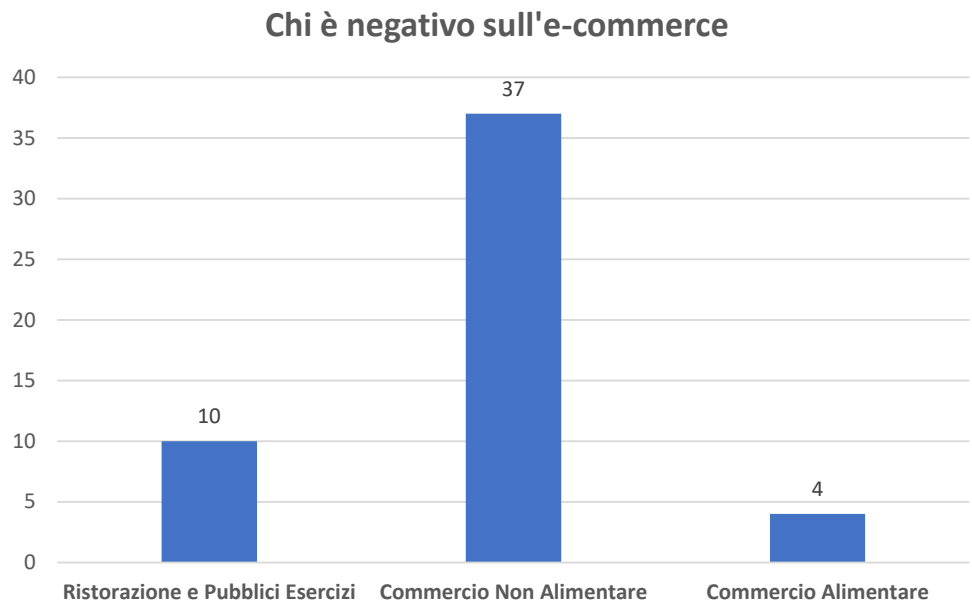




FOCUS SUL COMMERCIO ELETTRONICO

Giudizi sull'e-commerce (distribuzione % sul totale intervistati e quota giudizi negativi per comparti)





FOCUS SUL COMMERCIO ELETTRONICO

Domanda - **Commercio in negozio vs. e-commerce**

In generale, cosa pensa del commercio on line?

27 risposte su 98 evidenziano giudizi positivi dati in prospettiva o basati sull'esperienza. Solo qualcuno esprime delle riserve su costi e/o regolamentazione. Sono oltre il 70% però i giudizi negativi: qui le risposte più significative

Vorrei che le due modalità coesistessero: prevale però la contrapposizione

In una città piccola, dove conta la clientela affezionata, non porta vantaggi

Vorrei praticarlo, ma molti hanno iniziato prima di me, temo mi sia difficile mettermi alla pari

Ho una certa diffidenza: si avvantaggiano i big, lo vorrei più regolamentato

Sono contrario, fa chiudere i negozi tradizionali

Sarebbe utile per espandere la mia attività ma incontro una serie di difficoltà

Lo considero incompatibile con la mia attività

E' il futuro... ma non riesco/non ho voglia di starci dietro

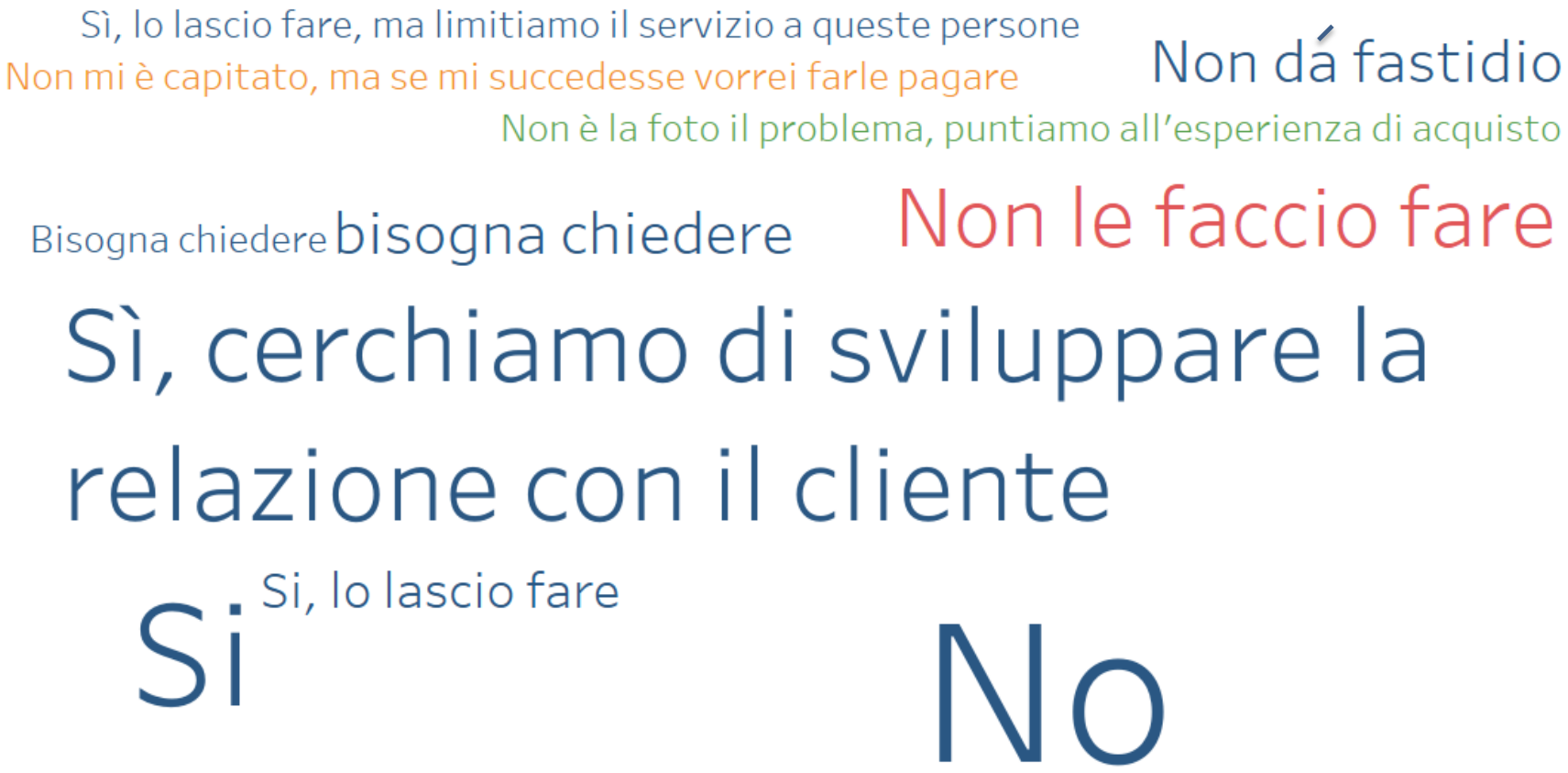
Lo sto praticando

La digitalizzazione sta sradicando il tessuto urbano

Utile, fa risparmiare tempo, ma limita il rapporto tra le persone

FOCUS SUL COMMERCIO ELETTRONICO

Domanda: **Commercio in negozio vs. e-commerce: l'atteggiamento dei clienti**
Ci sono persone che entrano nel suo negozio solo per fare foto? Come considera questo atteggiamento?
(100 risposte)



L'ESPERIENZA DEGLI ALTRI SUL DIGITALE: QUALI PERCEZIONI?

Conosce altri imprenditori commerciali, su settori analoghi al suo, che usano il digitale? Secondo lei, perché lo usano? Per perseguire quali strategie e quali vantaggi? *Su 76 risposte 23 (30,3%) sono raggruppabili fra i "no e non so"*

Conosco quelli che usano il digitale e che percepisco come miei concorrenti

La maggior parte dei negozi sono arretrati

Conosco quelli che usano il digitale e che percepisco come miei concorrenti

I commercianti giovani sono più all'avanguardia

Noi puntiamo alla fidelizzazione sul punto vendita

Sì, abbiamo promosso una rete fra esercenti simili

Non ne conosco

Si per aumentare la visibilità

Si, ma non indica il motivo

Chi non possiede il digitale, chiude

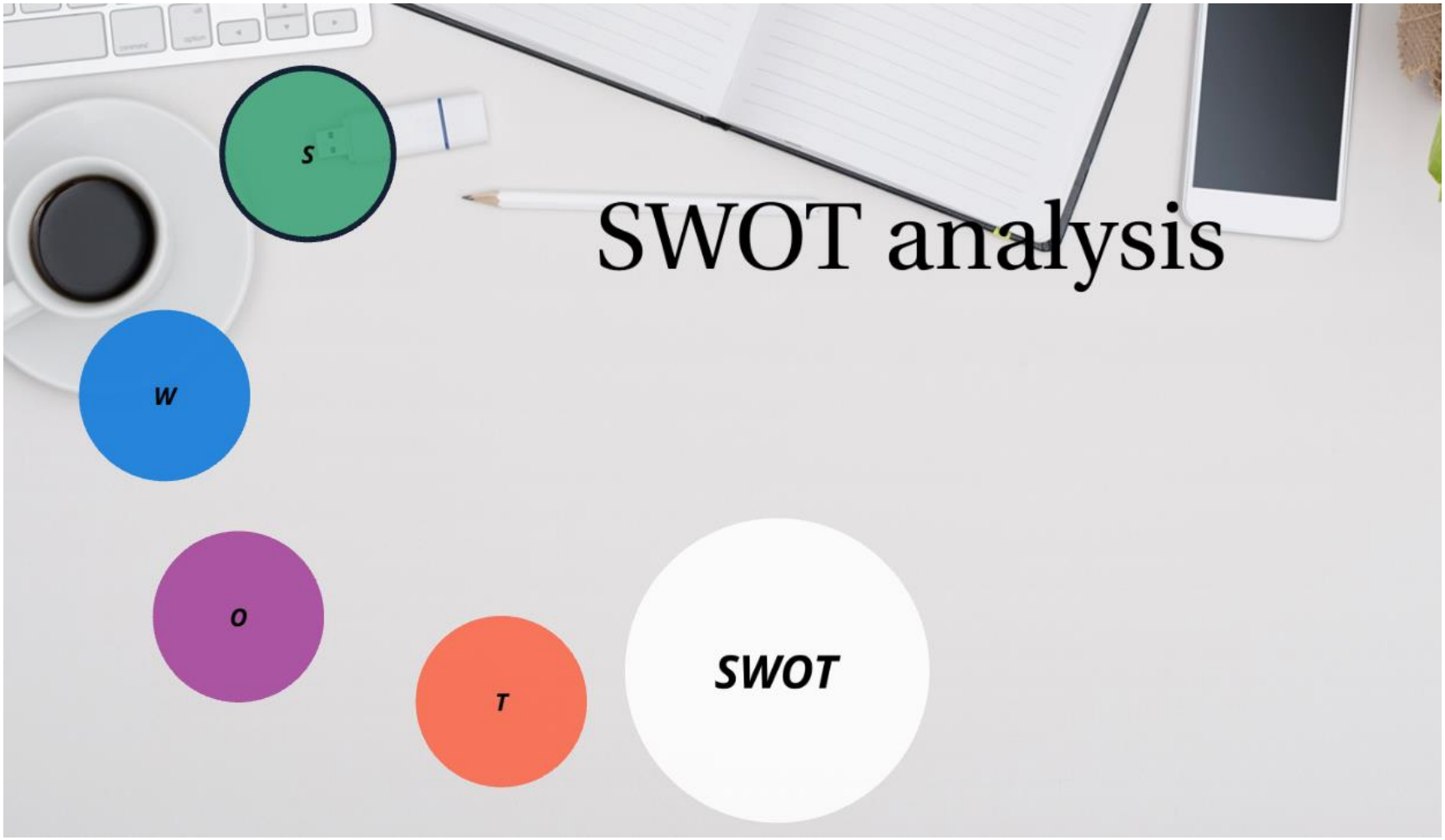
Si per incrementare le vendite

Me ne sto fuori dal digitale, altrimenti mi copiano

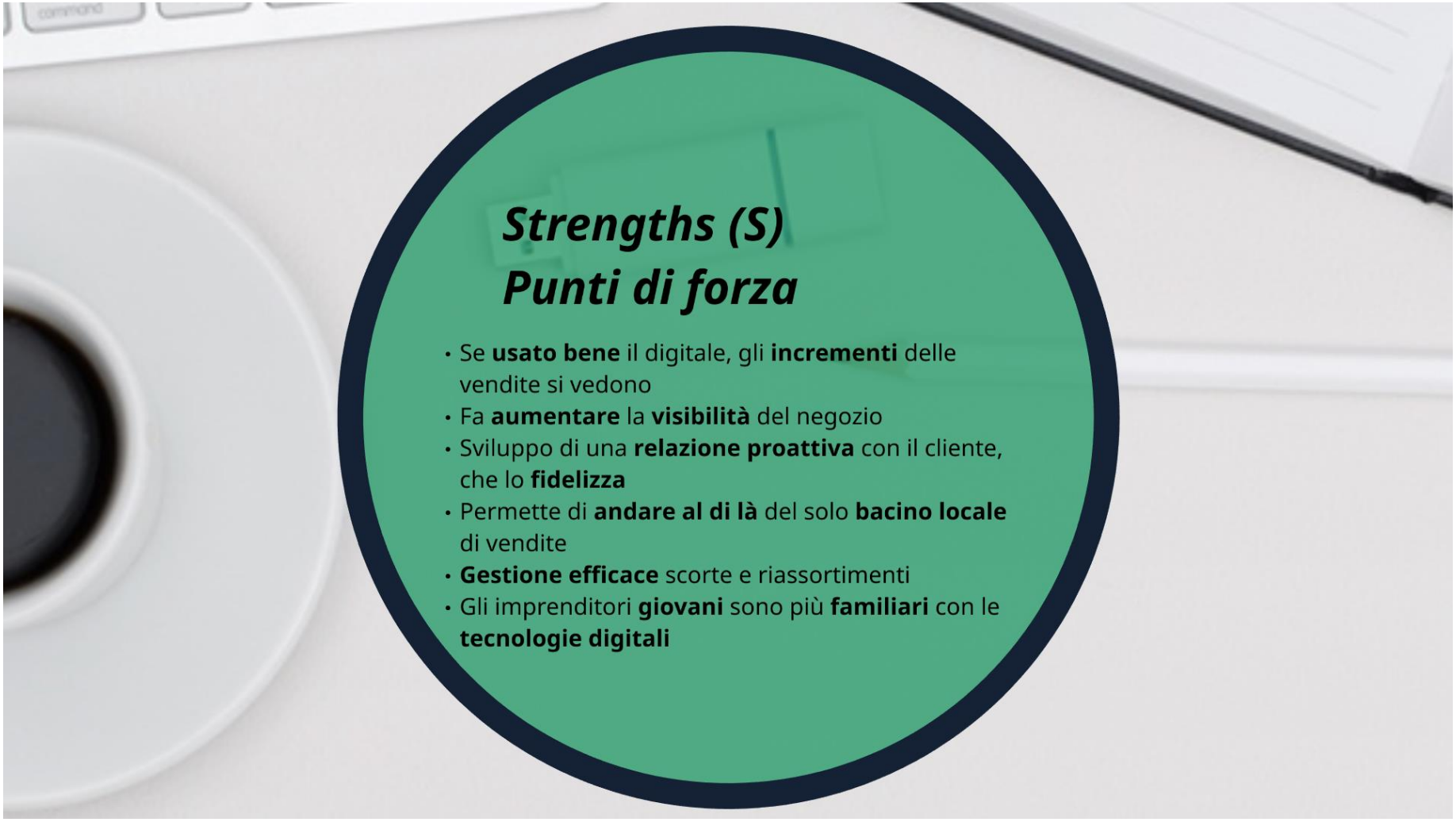
Sì, diventa pubblicità gratuita

Nessuno è messo molto meglio

La SWOT Analysis



SWOT Analysis (1/5)



Strengths (S)
Punti di forza

- Se **usato bene** il digitale, gli **incrementi** delle vendite si vedono
- Fa **aumentare** la **visibilità** del negozio
- Sviluppo di una **relazione proattiva** con il cliente, che lo **fidelizza**
- Permette di **andare al di là** del solo **bacino locale** di vendite
- **Gestione efficace** scorte e riassortimenti
- Gli imprenditori **giovani** sono più **familiari** con le **tecnologie digitali**

SWOT Analysis (2/5)

Weaknesses (W)
Punti di debolezza

- **Complessità** nella gestione degli strumenti
- **Costi** elevati
- Proposte dei fornitori **non** sempre chiare e **affidabili**
- **Esperienze negative**("scottature") hanno valore dissuasivo
- Se sei **"follower"**, fai fatica a metterti alla pari
- Necessità di **formazione**
- **Avversione** di certi imprenditori verso le nuove tecnologie
- **Debole visione** sui possibili **cambiamenti** nei modelli di business

SWOT Analysis (3/5)

Opportunities (O)
Opportunità

- Si possono trovare modalità di **coesistenza** dell'e-commerce con il commercio tradizionale
- Spinge a **migliorare l'esperienza d'acquisto** a più livelli
- Il digitale può mettere in moto strategie di **collaborazione** fra **imprenditori**
- Possibili **collaborazioni** fra imprese e **istituzioni pubbliche**
- E' un ambito che crea **nuovi posti di lavoro**
- Crescita nella **abilità digitali**

SWOT Analysis (4/5)

Threats (T)
Minacce

- L'e-commerce fa **chiudere** i negozi tradizionali
- La digitalizzazione sta **sradicando il tessuto urbano**
- **Perdita di identità** del commercio tradizionale
- **Impoverimento** delle **relazioni** con le persone
- Il suo sviluppo non farà che **aumentare** la **pressione competitiva**
- Timori che si avvantaggino solo i "big" **senza** opportuna **regolamentazione**

SWOT Analysis (5/5): la sintesi

PUNTI DI FORZA:

- Se **usato bene** il digitale, gli **incrementi** delle vendite si vedono
- Fa aumentare la **visibilità** del negozio
- Sviluppo di una **relazione proattiva** con il cliente, che lo **fidelizza**
- Permette di **andare al di là** del solo bacino locale di vendite
- **Gestione efficace** scorte e riassortimenti
- Gli imprenditori giovani sono più confidenti con le **abilità digitali**

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- **Complessità** nella gestione degli strumenti
- **Costi** elevati
- Proposte dei fornitori **non** sempre chiare e **affidabili**
- **Esperienze negative**("scottature") hanno valore dissuasivo
- Se sei **"follower"**, fai fatica a metterti alla pari
- Necessità di **formazione**
- **Avversione** di certi imprenditori verso le nuove tecnologie
- Debole visione sui possibili **cambiamenti** nei modelli di business

OPPORTUNITÀ:

- Si possono trovare modalità di **coesistenza** dell'e-commerce con il commercio tradizionale
- Spinge a **migliorare l'esperienza d'acquisto** a più livelli
- Il digitale può mettere in moto strategie di **collaborazione** fra **imprenditori**
- Possibili **collaborazioni** fra imprese e **istituzioni pubbliche**
- E' un ambito che crea **nuovi posti di lavoro**
- Crescita nella **abilità digitali**

MINACCE:

- L'e-commerce fa **chiudere** i negozi tradizionali
- La digitalizzazione sta **sradicando il tessuto urbano**
- **Perdita di identità** del commercio tradizionale
- **Impoverimento** delle **relazioni** con le persone
- Il suo sviluppo non farà che **aumentare** la **pressione competitiva**
- Timori che si avvantaggino solo i "big" senza opportuna **regolamentazione**

In generale: la reazione degli intervistati quando siamo entrati in contatto con loro…

MOLTI:

Ricevere studenti *come intervistatori* ***ci ha fatto capire l'importanza*** *di un possibile progetto di sviluppo del digitale in città*

ALCUNI:

Difficile valutare sviluppi su questi temi, quando gli intervistatori sono ragazzi

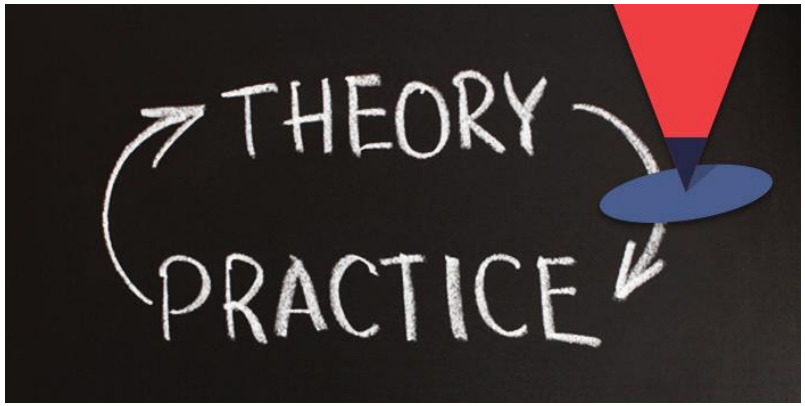
VOGLIA DI APPROFONDIRE E DI MIGLIORARSI…?

Il 75% sarebbe interessato a partecipare ad un corso sui seguenti temi:

1. **Strategie di marketing digitale**
2. **Come creare, gestire e sfruttare al meglio i social e il sito web**
3. **Linguaggio da utilizzare sul web**
4. **Come definire pubblicità mirate**
5. **Gestione e manutenzione della vetrina digitale**

Cosa abbiamo imparato dal project work?

- **Lavorare in gruppo**
- **Relazionarsi con un pubblico adulto**
- **Come cogliere l'attenzione dell'intervistato**
- **Come realizzare correttamente un'intervista**
- **Strumenti informatici per l'analisi e la presentazione dei dati**
- **Organizzazione e gestione del tempo**
- **Dinamiche economiche e sociali della nostra zona**



GRAZIE PER L'ATTENZIONE
Classe 4F indirizzo scienze applicate
Liceo «Marconi» di Conegliano

Ringraziamenti (in ordine alfab.):

- ✓ Lorenzo Amadei – Formatore e consulente di social media
- ✓ Ilenia Beghin – Analista ufficio studi CCIAA
- ✓ Federico Callegari – Responsabile project work per CCIAA
- ✓ Andrea Granelli – Supervisore scientifico project work
- ✓ Gigino Longo – Ascom Confcommercio Treviso – Delegaz. Conegliano
- ✓ Gianbruno Panizzutti – Assessore Comune di Conegliano

Un sentito ringraziamento a tutti i negozianti che si sono resi disponibili per le interviste e ai docenti di supporto: Fanny Bisson, Lucia Gerlin