

IL CASO ITALIANO

Nuovi "portali", si punta alla fidelizzazione

CLAUDIO GERINO

Si moltiplicano i siti di e-commerce anche in Italia. Si moltiplicano, ma alcuni durano pochi mesi, non riuscendo a "sfondare" su un mercato on line, quello italiano, certamente più difficile. E così, i portali destinati al B2C si devono rapidamente adeguare, fornendo servizi utili agli utenti e puntando molto sulla fidelizzazione e sulla personalizzazione.

Sono due, in ordine di tempo, gli ultimi portali di e-commerce nati in questi giorni. Ed entrambi si muovono su un terreno innovativo nel rapporto con gli utenti e nel modo di offrire i prodotti. Il primo, **www.newprice.it**, offre oltre 50.000 articoli a listino, soluzioni di pagamento flessibili e concorrenziali, configuratore per PC e possibilità di acquisire punti con un programma di fidelizzazione. Nato circa un anno per volontà un gruppo di esperti del mercato della vendita on line, il sito ha l'obiettivo di "offrire il massimo al prezzo migliore".

«Abbiamo riscontrato un forte successo - dice Luigi Petrellese, Amministratore Delegato di Newprice S.r.l. - sia in termini di accessi

che di iscritti. Attualmente contiamo circa 500.000 iscritti al sito, di cui il 64% sono utenti privati ed un buon 30% di utenza è femminile. Gli

iscritti alla mailing list sono circa 250.000, con una media giornaliera di oltre 100.000 accessi unici al giorno». Le categorie merceologiche inserite a listino sono per ora una decina (audio, climatizzazione, elettrodomestici, game e console, informatica, ufficio, salute e bellezza, telefonia, video, sport e fitness), ma presto se ne aggiungeranno altre. Il portale presenta inoltre un'estrema facilità nella ricerca, che può avvenire sia per "titolo" che per "tipologia" di offerta: trasporto gratis, tasso zero, promozione, fine stock, ultimi arrivi, ecc.

E nella sezione dedicata ai computer, un configuratore dedicato, riesce a guidare il cliente nella creazione del proprio PC o notebook. Anche le modalità di pagamento so-

no tra le più vantaggiose e flessibili del mercato, sempre nel settore della vendita on-line: per i pagamenti tramite finanziamento è in grado di offrire tassi e condizioni concorrenziali. Il portale assicura la consegna nelle 48 ore (72 ore per le isole) dalla conferma dell'ordine. Tra i servizi proposti da Newprice, va segnalata la possibilità di acquistare un "buono regalo" quando si vuole fare

un dono ma non si ha l'idea giusta: sarà così il beneficiario a decidere in piena autonomia come e quando utilizzarlo.

Il secondo sito di e-commerce è

"**Kuanto.it**", affiliato a Tuttogratis Italia SpA. Kuanto.it è il primo frutto dell'omonima divisione di Tuttogratis pensata per l'e-commerce creando così un nuovo brand, Kuanto. Si caratterizza per essere user friendly, in linea con la filosofia di Tuttogratis, e offre un servizio innovativo in una veste grafica originale, accattivante e pulita, tale da poter garantire anche di essere usufruito attraverso smartphone.

Soprattutto, è in grado di modificarsi in funzione di quello che gli utenti cercano. Il sistema creato da Tuttogratis rileva le richieste dei navigatori e modifica le pagine in funzione delle categorie e dei prodotti più ricercati. Al centro del progetto, infatti, è stata posta

la facilità d'uso e l'accessibilità al prodotto specifico con il minor numero di click. Kuanto.it inizia la sua attività sul mercato internet italiano avendo già attivato partnership con i principali players e-commerce, quali: Automobili.com, BOL, Bookings, Click&Game, Dell, eBay, eDreams, Mallteam, MondoLibri, Pangora, Puntoshop, Secondamano, Tradedoubler.

Configuratore "guidato" per costruire in Rete il proprio computer ideale

L'Italia in crescita

In alto, Diego Piacentini, vicepresidente di Amazon. Nel grafico, l'andamento dell'e-commerce in Usa e in Europa. L'Italia segna, in questo settore, una costante crescita dal 2001 ad oggi

