



People, Business, Experience

Monday – il Modello di Canale Distributivo per Vendere su Internet

Il modello che proponiamo ai nostri partner è completo e strutturato ma anche flessibile perché tiene conto, per ogni specifica realtà, delle caratteristiche che richiedono un particolare approfondimento e adeguamento.

1) Modulo Base

- a) Analisi prodotto / servizio
- b) Vetrina E_Commerce
- c) Web Marketing
- d) Studio Parole Chiave e indicizzazione sui principali motori di ricerca
- e) Order Entry

2) Opzioni di servizio

- a) Gestione Pagamento e Riscossione
- b) Gestione magazzino e collegamento fornitori
- c) Packaging e Spedizione
- d) Fatturazione complessiva fine mese
- e) Delivery
- f) Customer care

Il modulo base è composto da un primo nucleo di servizi che parte dall'analisi del prodotto, caratteristiche distintive, dal mercato di riferimento, con studio del mercato potenziale su Internet e valutazione della concorrenza. Implementazione della vetrina commerciale secondo le più moderne ed efficaci tecniche realizzative per essere presenti e ben posizionati dai principali motori di ricerca Internet come Google.

In questo ambito viene creata l'infrastruttura per gestire poi tutte le opzioni di commercializzazione dei prodotti e servizi a catalogo e non: dalle campagne di lancio, a quelle promozionali sulla stessa vetrina e/o su altre come **e_bay**.

Si procede poi alla realizzazione di tutte le attività orientate a portare i clienti che richiedono quel prodotto / servizio sulla vetrina: il Web Marketing.

Il Web marketing è un'attività a largo spettro, in continua evoluzione nelle tecniche e negli strumenti e permanente nel tempo. Inizia in parallelo con la definizione delle parole chiave distintive dei prodotti e con la stesura dei contenuti descrittivi col fine di rendere immediatamente visibile l'azienda negli elenchi dei motori di ricerca e quindi pronta a produrre nuovi ordini.

Successivamente si avviano tutte le attività finalizzate a diffondere la presenza e la fidelizzazione sul mondo Internet, come l'utilizzo del link popularity, dei social network come Facebook, il web 2.0.

Nel secondo gruppo di attività sono elencate tutte le possibili opzioni che Monday è in grado di implementare grazie alla solida esperienza maturata nella gestione dei processi e dei rischi associati: la gestione delle transazioni economiche con l'onere delle operazioni con tutti i sistemi di pagamento disponibili e il governo del rischio di frodi, la gestione del magazzino con possibilità di utilizzo conto vendita, c/o produttore, c/o terzi, combinazione dei casi precedenti, drop shipping.

Altre opzioni sono la gestione del punto spedizione con possibile collegamento ai sistemi di gestione magazzino per controllo griglia riassortimento, picking, attività di packaging, gestione ottimizzata del vettore per la distribuzione in Italia e all'estero, la gestione imprevisti e resi, supporto customer care con gestione pre e post vendita.

In un contesto di rete di vendita diretta e/o indiretta già presente, l'introduzione di un nuovo canale come Internet può inizialmente far sorgere qualche difficoltà di convivenza se non si approccia il modello con una visione più generale: in tale contesto Monday può supportare l'azienda nella creazione di reali sinergie tra le reti commerciali in un'ottica di multicanalità con l'obiettivo di armonizzare la tradizionale presenza sul territorio con la più pervasiva e rapida presenza nel mondo web.

Le attività legate alla specifica realizzazione della vetrina commerciale, la cui proprietà rimane all'azienda, sono sostenute da un modesto e reciproco investimento.

Le altre attività e opzioni sopra descritte possono essere attivate sulla base di una puntuale analisi di:

- natura dei prodotti / servizi
- copertura dei processi esistente presso l'azienda
- confronto puntuale dell'economicità rispetto quelli offerti da Monday

La configurazione della percentuale provvigionale sarà pertanto proporzionale al livello di copertura offerto, trovando sicuramente l'adeguato equilibrio tra risultato di vendita e costo del canale.

Per ulteriori informazioni, definire incontri di approfondimento contattate Stefano Mazzoleni allo 02.45070821 / 02.99021636 o inviare mail a stefano.mazzoleni@monday-group.com.

Stefano Mazzoleni
Business Developer Manager
www.monday-group.com
Via Kennedy, 26
20024 Garbagnate Milanese (MI)