



SG SOLUTION

“DROPSTART”

il dropshipping spiegato da zero.

**LA GUIDA COMPLETA PER
INIZARE A VENDERE
ONLINE CON SUCCESSO
IN SOLI 10 GIORNI.**



Indice

- Capitolo 1 : Dropshipping
 - Cos'è il dropshipping e come funziona
 - Per chi è il Dropshipping
- Capitolo 2 : Dropshipping Pro e Contro
 - Vantaggi
 - Svantaggi
- Capitolo 3 : Come iniziare correttamente un business in dropshipping
 - Come scegliere la tua nicchia
 - Risorse online per trovare idee
 - Come scegliere i tuoi prodotti
 - Come scegliere il giusto fornitore
 - Scegliere la tua piattaforma di vendita
 - Scegliere la strategia di marketing
 - Nozioni di ecom business elementari

Cos'è il Dropshipping e come funziona

Prima di iniziare ad analizzare in dettaglio gli elementi essenziali per creare da zero un business di dropshipping è necessario capire bene il suo funzionamento ed i processi sui quali si basa.

Il Dropshipping è un modello di business grazie al quale un'impresa o un singolo individuo è capace di realizzare vendite di prodotti fisici senza preoccuparsi della produzione, senza avere un proprio magazzino e senza gestire le spedizioni ai clienti finali.

In poche parole questo significa che una volta che un utente acquista un prodotto sul tuo sito e-commerce (o su un marketplace come Amazon / Ebay / Etsy) l'ordine viene trasferito direttamente al tuo fornitore – il dropshipping partner – che spedisce il prodotto direttamente al tuo cliente.

Provando a dividere il processo in modo più dettagliato, qui di seguito trovi gli step che spiegano in dettaglio come funziona il dropshipping:

1. il **cliente** visita il negozio online, sceglie il prodotto e procede con l'acquisto.
2. Il proprietario dello store – il **retailer** – gira l'ordine (manualmente o automaticamente) al fornitore con tutti i dettagli del cliente (prodotto ed indirizzo di spedizione)
3. Il **fornitore** imballa il prodotto selezionato e lo spedisce direttamente al cliente per conto del retailer.

Se sei nuovo nel mondo dell'eCommerce, questo sistema ti permette di partire velocemente e testare il tuo business con un investimento relativamente piccolo visto che non devi

preoccuparti dei costi e della gestione del magazzino e della logistica.

Come puoi ben immaginare, questo modello di business ha avuto un grande successo negli ultimi anni. Poter gestire il proprio store senza dover essere legati ad un particolare luogo e poter gestire il tutto con un semplice laptop ed una connessione internet è un vantaggio senza precedenti.

I margini di profitto per un business di dropshipping possono oscillare tra il 20% ed il 40% ma esistono molti casi, dipendendo dal prodotto e dalla nicchia, dove è possibile realizzare margini fino al 100%.

Riuscire ad entrare in un mercato non saturo con il giusto prodotto ed il giusto fornitore è alla base del successo di questo modello di business.

Per chi è il Dropshipping?

Ci sono alcune tipologie di imprenditori che possono trarre beneficio dal dropshipping. Vediamo alcuni esempi:

- **Imprenditore novizio (newbie):** Questo modello di business è l'ideale per chi vuole iniziare a vendere online. Vendere online non è una semplice per tutti. Convertire traffico in vendite è un processo che può richiedere molto tempo prima che venga appreso. I costi bassi del dropshipping possono aiutare un imprenditore alle prime armi ad avere più tempo per capire come ottimizzare ogni aspetto. Una volta padroneggiate tutte le tecniche sarà poi possibile investire più soldi in modo più sicuro.
- **Tester:** questo modello di business è perfetto per testare una nicchia, un prodotto o un'idea di business prima di investire molti soldi
- **Imprenditore con poco budget:** Il dropshipping è un sistema veramente economico per vendere online perchè non bisogna anticipare soldi per i propri prodotti o per la

gestione dei processi. Tutti quelli che voglio iniziare un business ma vogliono tenere i costi iniziali molto bassi possono trovare nel dropshipping il sistema ideale.

CAPITOLO 2: Dropshipping: Pro e Contro

Il Dropshipping è veramente la soluzione a tutti i problemi di chi vuole fare eCommerce?

Le nostre guide sono caratterizzate dal fatto che cerchiamo sempre di analizzare in modo onesto e cristallino le vere opportunità di business dietro i nuovi trend, i suoi vantaggi e come affrontare i principali svantaggi.

Vediamo insieme i veri pro ed i contro di questo sistema di vendite per eCommerce.

Vantaggi

Costi ridotti

Probabilmente il più grande vantaggio del dropshipping rispetto al classico modello è quello di poter lanciare uno store eCommerce senza la necessità di investire in anticipo ingenti capitali per il proprio magazzino o altri costi di gestione.

Con questo modello di vendita non è necessario acquistare un prodotto a meno che tu non abbia già effettuato una vendita.

Gestione semplificata

Non gestire direttamente il tuo magazzino ed i tuoi prodotti non significa soltanto un risparmio dei costi ma anche un risparmio dei tempi di gestione.

Il tempo è la risorsa più importante in qualsiasi business.

Con il dropshipping non dovremo più preoccuparci di gestire:

- Imballaggi
- Spedizioni
- Monitoraggio delle scorte
- Resi

Test di nuovi prodotti

Non dover produrre o acquistare in anticipo i prodotti che vendi sul tuo negozio online e poter facilmente integrare numerosi fornitori e partner dropshippers (fra poco vedremo come) ti permette di aggiungere al tuo inventario ed offrire velocemente e a zero costi una grande varietà di prodotti.

Location

Uno degli aspetti più attrattivi del dropshipping è il fatto di poter essere gestito ovunque. L'unico ingrediente fondamentale è una connessione ad internet che ti permetta di comunicare con i tuoi clienti ed i tuoi fornitori, gestire la tua piattaforma eCommerce ed analizzare i tuoi dati di marketing e business in generale. Fra pochissimo vedremo in dettaglio come fare.

Svantaggi

Nell'ultimo periodo tutti parlano di questo modello di vendita e di come sia facile iniziare un business in dropshipping. E' facile imbattersi su internet in case study di ecommerce che riescono a realizzare velocemente guadagni a 6 o anche 7 cifre nel primo anno. Più difficile è trovare i numeri dei numerosi fallimenti dietro a questo business.

Vediamo insieme perché:

I Vantaggi sono per tutti

Sì, hai letto bene. Tutti i vantaggi e gli aspetti positivi sopra descritti rappresentano basse barriere d'ingresso e questo può essere paradossalmente uno dei principali problemi.

La facilità con il quale è possibile iniziare un business in drop si traduce in un' altissima competizione.

Esistono letteralmente decine di migliaia di persone che setacciano internet in cerca dell'ultima novità da vendere e delle strategie di marketing più efficaci che utilizzano gli altri.

Bassi margini

Uno degli aspetti più importanti da tenere in conto quando si gestisce un qualsiasi business sono i margini di profitto. Minore il margine, minore saranno i capitali che potrai riutilizzare per acquisire nuovi clienti e minore saranno le possibilità di scalare il tuo business. Equazione semplice ma crudele.

Ed è proprio questo uno dei principali rischi del dropshipping. Sebbene sia un modello perfetto per iniziare, molti hanno problemi a costruire un business sostenibile nel lungo periodo con questo sistema.

Il motivo per il quale i margini di profitto possono essere così bassi con il dropshipping risiede nel fatto che i fornitori con cui si lavora sono spesso in realtà intermediari e come tali aggiungono il loro margine al costo reale di produzione.

La soluzione sta nella transizione graduale del nostro business dal semplice dropshipping con intermediari ad un rapporto diretto con i produttori. In questo modo i margini possono aumentare facilmente dal 30%-50% all'80% -100%.

Logistica

Il fatto di non doversi preoccupare della logistica non è solo un vantaggio. Anche questo aspetto va ben considerato guardando i due lati della medaglia.

Se da una parte, infatti, siamo più liberi di concentrarci sul marketing dei nostri prodotti, dall'altra significa non avere nessun tipo di controllo su questa.

Quando un prodotto viene spedito ad esempio da un nostro fornitore cinese (tipicamente tramite ePacket, un sistema di spedizione ideato per commerciare facilmente ed economicamente pacchi fino a 4.4 libbre) non sappiamo se i tempi di spedizione saranno di 10 giorni oppure 30 giorni.

Il tracking di questi pacchi è pessimo e questo non aiuta la gestione del tuo customer care. Anche qui esistono soluzioni di cui parleremo fra poco che ci possono aiutare a migliorare la gestione della logistica.

CAPITOLO 3: Come iniziare correttamente un business in dropshipping

Adesso che sai esattamente cos'è il dropshipping e quali vantaggi e svantaggi implica, vediamo di capire in dettaglio cosa ti serve per iniziare a costruire correttamente il tuo business senza incorrere nei classici problemi.

Come scegliere correttamente la nicchia

Come abbiamo già detto, per creare un business dropshipping di successo è fondamentale focalizzarsi su un determinato mercato.

Questo però non basta.

E' necessario infatti trovare una sua area ristretta caratterizzata da un equilibrio tra una importante domanda e poca competizione.

In questa sezione ci focalizzeremo proprio sulle caratteristiche principali che una nicchia ed i suoi relativi prodotti dovrebbero avere per aumentare le probabilità di successo del vostro business in dropshipping:

NICCHIA SPECIALIZZATA

Una delle caratteristiche principali di uno store in dropshipping di successo è la specializzazione in prodotti che siano rivolti ad uno specifico gruppo di persone e non alla massa.

Ecco qui un esempio:

“Accessori” è una categoria prodotti e di sicuro non è specializzata.

Se controlliamo tra le tipologie di prodotti incluse in questa categoria troveremo ad esempio “borse”.

Anche questa sottocategoria non è affatto specializzata.

Se scendiamo in dettaglio in questa sottocategoria troveremo:



Borse per bicicletta



Borse per corsa



Borse da viaggio

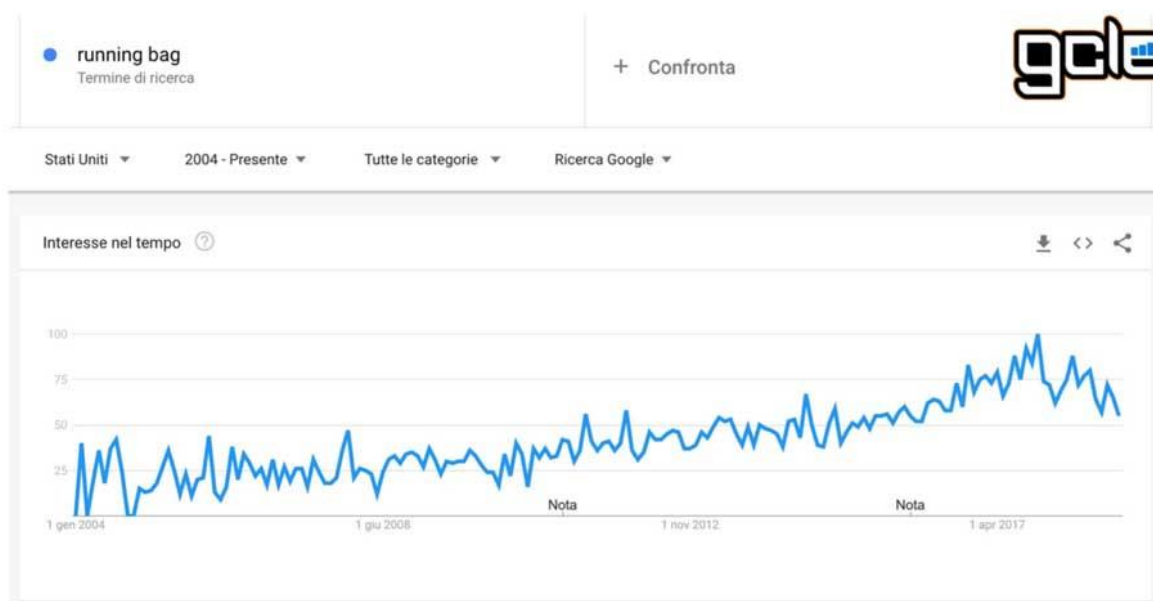
Queste tre tipologie di prodotti sono esattamente il tipo di specializzazione di cui parlavamo e che possono realmente aiutarvi a trovare un gruppo di persone specifico ed interessato al vostro negozio online.

TREND LUNGO PERIODO

I prodotti del tuo store devono rispondere ad una necessità attuale. E' di fondamentale importanza accertarsi che esista un trend positivo dietro la domanda della tipologia di prodotti che vuoi scegliere per il tuo store.

Come è possibile controllare in anticipo questi trend? Uno strumento popolare per la ricerca delle tendenze attuali è Google Trends un tool che utilizza le ricerche sul popolare motore di ricerca per individuare l'aumento o la diminuzione di interesse rispetto ad un particolare argomento.

Nel nostro caso sarà sufficiente inserire il nome della nostra nicchia (usate l'inglese se il vostro store si rivolge ad un pubblico internazionale) per analizzare velocemente i trend di ricerca rispetto a quel termine:



AUDIENCE BENE DEFINITA

L'audience potenzialmente interessata ai vostri prodotti deve essere bene definita: Sesso, età, location ed interessi. Queste informazioni sono essenziali soprattutto in fase di advertising. Se ad esempio prendiamo in considerazione le borse da corsa, un possibile targeting efficace potrebbe essere:

Sesso: Donne

Età: 25-44

Location: USA, UK, Germania

Interessi: Running

Per farvi una idea rispetto alla vostra audience potete usare lo strumento Audience Insights di facebook.

COMPETIZIONE

Questo può sembrare un controsenso dopo tutto quello che abbiamo scritto relativamente alla saturazione di un mercato.

In realtà, se qualcuno sta guadagnando vendendo una tipologia specifica di prodotti è un buon segno. Se trovi una nicchia in cui non esiste nessun competitor, può essere molto rischioso. La competizione è normale e non bisogna averne paura. L'unica cosa di cui bisogna stare attenti è la saturazione di un mercato.

Tool per trovare idee di nicchie:

LISTA DI HOBBY

<https://discoverahobby.com>

TRENDSHUNTER

<https://www.trendhunter.com/>

TRENDS SU EBAY

<https://explore.ebay.com/>

BEST SELLERS SU AMAZON

<https://www.amazon.com/Best-Sellers/zgbs>

BEST PRODUCTS

<https://www.bestproducts.com/>

TRENDS DU THIEVE

<https://thieve.co/trending>

TRENDS SU STORE ENVY

<https://www.storenvy.com/trending>

DROPWOW NICHE IDEAS

<https://blog.dropwow.com/niche-business-ideas/>

Come scegliere un prodotto

Una volta scelta la nicchia dovremo pensare a quali prodotti vendere.

Vediamo quali sono le caratteristiche fondamentali per poter effettuare correttamente questa scelta:

PRICE POINT

Quando scegli i prodotti da vendere valuta bene a quale prezzo finale potrai offrirli sul tuo store.

Vendere online prodotti con un prezzo elevato è sicuramente possibile ma di sicuro non semplice. E' necessario infatti prevedere un supporto pre-vendita accurato per eliminare tutte le domande (e le frizioni) che chiunque si porrebbe prima di spendere molti soldi online.

Soprattutto se è la prima volta che visita il tuo store.

Se stai pianificando di vendere prodotti di alto valore valuta bene i margini di profitto in modo che possano compensare i costi di un supporto pre-vendita telefonico.

Se invece stai iniziando adesso e vuoi minimizzare i costi di supporto cerca di trovare prodotti che possano essere offerti ad un valore non superiore ai 100€-150€.

PRODOTTI FACILI DA SPEDIRE

I prodotti che sceglierai è meglio che **non siano**:

- Fragili
- Grandi
- Pesanti

I costi relativi alla spedizione sono legati al peso e alle dimensioni. Questo è il motivo per cui dovrete scegliere prodotti dalle dimensioni ed il peso ridotto.

Mentre i prodotti fragili è meglio evitarli per ridurre il numero di resi dovuti ad inconvenienti durante la spedizione.

PRODOTTI CON MOLTI ACCESSORI

Il Cross-selling (letteralmente “vendita incrociata”) è una strategia di vendita che consiste nel proporre al cliente che ha già acquistato un particolare prodotto, l’acquisto di altri prodotti o servizi complementari.

Questa strategia è molto usata dagli store eCommerce e deve essere fondamentale anche nel tuo business.

La sua finalità è quella di consolidare la relazione con il cliente – che spesso acquista più prodotti nello stesso processo d’acquisto – e di accrescerne la profittabilità, aumentando la varietà dei prodotti o servizi acquistati dal cliente tra quelli presenti nel tuo store.

DIFFICILMENTE REPERIBILE LOCALMENTE

Come regola generale, vendere prodotti difficili da reperire nei negozi classici aumenterà la vostra chance di successo. Se avessi bisogno di un semplice frullatore molto probabilmente salteresti in auto e andresti ad acquistarlo al supermercato vicino casa.

Cosa faresti invece se stessi cercando un kit d’emergenza per riparare e gonfiare le ruote della tua bicicletta? Probabilmente

apriresti il tuo laptop e cominceresti a fare delle ricerche su internet.

PRODOTTI DI QUALITÀ'

La qualità dei prodotti che vendi sul tuo store deve essere ottima. Non puoi spedire ai tuoi clienti prodotti di scarsa qualità che non funzionano o si deteriorano dopo poco tempo o non corrispondono a quanto si aspettavano.

Questo è il peggior modo di costruire il rapporto con i tuoi clienti ed il miglior modo di distruggere ogni possibilità di acquisto successivo. Senza contare la quantità di recensioni negativo che questo approccio può apportare.

Come scegliere il giusto fornitore

Il successo di questo modello di business si basa sull'assunto che il fornitore sarà capace di gestire tutti i tuoi ordini in modo efficiente, preciso e soprattutto puntuale.

Proprio per questo la scelta del giusto fornitore/dropshipper è essenziale per la crescita reale del tuo business. Se il tuo fornitore non riesce a mantenere livelli di servizio alti, il tuo store sarà il primo diretto responsabile agli occhi dei clienti.

La chiave qui è trovare un fornitore che non solo abbia prodotti di qualità ma che sappia anche prendersi cura dei tuoi clienti e gestire tutte le problematiche relative alla logistica.

Ci sono alcuni fattori fondamentali che devi prendere seriamente in considerazione quando scegli il tuo dropshipper, vediamo insieme quali sono:

ESPERIENZA

Avere un partner con un'esperienza reale e specializzata nel settore da te scelto è fondamentale. I migliori dropshipper hanno rappresentanti di vendita che conosco in dettaglio i prodotti che

vendono e sanno consigliarti costantemente sulle novità ed i nuovi trend del settore. Questo è un aspetto fondamentale soprattutto se stai muovendo i primi passi in una nuova nicchia.

SUPPORTO SELLER

I fornitori più affidabili sono caratterizzati da un supporto seller eccellente. Ogni volta che un problema di qualsiasi natura incorre, la possibilità di contattare facilmente il supporto è una caratteristica importantissima.

PUNTUALITÀ

La velocità e l'efficienza delle spedizioni sono aspetti cruciali per un business in dropshipping di successo. Nella scelta del tuo business partner devi prediligere chi riesce a elaborare, impacchettare ed evadere gli ordini in 24/48 ore al massimo. Questo ti aiuterà sicuramente ad avere clienti più felici e più predisposti a tornare sul tuo sito e fare altri acquisti.

Se sei preoccupato dei tempi reali di spedizione, ti consigliamo di fare un ordine di prova. Questo ti permetterà di testare realmente tutta l'esperienza di acquisto dei tuoi clienti.

Clicca qui per vedere la lista aggiornata dei migliori fornitori di [dropshipping italiani](#).

Scegliere il tuo canale di vendita

Un canale di vendita è una piattaforma ecommerce che ti permette di vendere i tuoi prodotti ed è ovviamente un elemento fondamentale per un business in dropshipping.

La piattaforma che deciderai di usare influenzerà decisamente i tuoi volumi e le modalità di vendita. Sarai soggetto alla flessibilità (o mancanza di flessibilità) del tuo canale ed il pubblico che raggiungerai (e come lo raggiungerai) saranno estremamente relazionati a questa scelta.

Come potrai ben immaginare puoi usare contemporaneamente anche più canali di vendita con un conseguente aumento di opportunità di business ma questo comporterà anche un aumento del numero di operazioni e dei processi da gestire.

Le tre piattaforme di vendita più popolari sono : eBay, Amazon e gli store personali.

Nessuna di queste è migliore rispetto alle altre è quindi necessario dedicare un po' di tempo per studiare e capire qual è l'opzione migliore per voi e per il vostro business.

Dropshipping con Amazon: vantaggi e svantaggi

Considerato il più grande marketplace di tutti i tempi, Amazon è uno dei canali di vendita preferiti per molti imprenditori di dropshipping.

Vantaggi

- **Una vetrina incredibile per i tuoi prodotti:** pubblicando i tuoi prodotti su Amazon sei sicuro di esporre il tuo business ad un pubblico gigantesco e propenso all'acquisto.
- **Le persone hanno fiducia in Amazon:** conosci qualcuno che ancora non abbia effettuato un acquisto su questa piattaforma? Difficile. Amazon ormai è riconosciuto globalmente come un luogo sicuro dove comprare i propri prodotti.

Svantaggi

- **Costi:** Amazon impone commissioni molto alte ai seller che vogliono usare questa piattaforma. Le commissioni possono oscillare tra il 10% ed il 15%. In più bisogna aggiungere il costo fisso mensile di accesso che ad oggi è di 39.99\$. Se i tuoi margini di profitto sono già bassi questi costi non aiuteranno sicuramente il tuo business.
- **Competizione:** come già accennato, Amazon è molto popolare tra i dropshippers e questo porta come svantaggio una enorme competizione sui prezzi.

- **Paypal:** Amazon non accetta paypal e questo può spesso complicare il processo d'acquisto visto che ormai moltissime persone usano questo sistema di pagamento.
- **Pagamenti:** I Seller su Amazon vengono pagati ogni 14 giorni e per molti imprenditori questo costituisce un problema non da poco.

Dropshipping con eBay: vantaggi e svantaggi

eBay è uno dei più grandi marketplace al mondo e condivide con Amazon molti dei vantaggi e svantaggi:

Vantaggi

- **E' gigantesco:** eBay vi darà un accesso immediato a milioni di clienti già pronti per l'acquisto. Questo impatterà in modo decisamente positivo i vostri costi di marketing.
- **E' facile:** il dropshipping su eBay è semplicissimo da impostare. Puoi gestire tutti i processi di gestione senza la necessità di un team.
- **Paypal:** eBay accetta uno dei metodi di pagamento più usati al mondo.

Svantaggi

- **Commissioni:** come Amazon, anche eBay taglia i vostri profitti con commissioni che possono arrivare fino al 10%.
- **Sistema Aste:** Il sistema ad aste non semplifica la vita a chi vuole fare dropshipping. Le offerte hanno una scadenza e questo implica il fatto che dovrete ripubblicare i vostri prodotti una volta che l'offerta è scaduta.

Dropshipping con il tuo sito: vantaggi e svantaggi

Sebbene costruire da zero un proprio negozio online possa sembrare molto complicato (soprattutto se non hai nessuna esperienza) la realtà è completamente diversa. Con software eCommerce con Shopify oggi potete facilmente realizzare il vostro canale di vendita personalizzato ed automatizzarlo con

l'uso di plugin.

Vantaggi

- **Pieno controllo:** potete avere libertà di decisione su ogni singolo elemento del vostro store: dal posizionamento del vostro logo al layout delle vostre pagine. Ancora più importante è il fatto che potrete integrare un blog che vi aiuterà a comunicare ai vostri potenziali clienti il valore dei vostri prodotti.
- **Commissioni basse:** Le commissioni per i 3 piani principale di shopify arrivano al massimo al 2%. Oltre a queste le uniche commissioni che dovrete considerare saranno quelle relative ai gateway di pagamento.
- **Branding:** la possibilità di personalizzare il vostro store e la comunicazione relativa ai vostri prodotti vi permette di distinguervi dai vostri concorrenti e dai marketplace come Amazon e eBay e di costruire un proprio brand.

Svantaggi

- **il Marketing è a vostre spese:** non avrete accesso ad un pubblico predisposto all'acquisto come lo avreste su Amazon o eBay. Avere un proprio negozio online significa che lo sforzo di costruire la vostra audience sarà completamente sulle vostre spalle. Dovrete investire più soldi e tempo nel marketing.
- **Più tempo per vedere risultati:** difficilmente riuscirete a fare le prime vendite in poco tempo come potrebbe accadere sui marketplace. Avrete bisogno di più tempo per attirare i vostri primi clienti e creare un flusso di vendite costanti.

Strategie per acquisizione Clienti

A questo punto, avete tutto per iniziare: prodotti per la vostra nicchia, fornitori affidabili ed una piattaforma eCommerce dove i vostri clienti potranno acquistare e far volare il vostro business.

Ma come possiamo far sì che le persone visitino il nostro canale di vendita e acquistino i nostri prodotti? Avete bisogno di una strategia di marketing ed advertising.

Potete scegliere se percorrere il percorso breve pagando delle piattaforme di advertising per acquisire i vostri clienti oppure scegliere la strada più lunga e gratuita del traffico organico.

Traffico a pagamento

La piattaforma di advertising ideale per acquisire nuovi clienti è sicuramente **Facebook**.

Facebook è il primo social media al mondo in termini di iscritti. Milioni e milioni di persone si collegano tutti i giorni su questa piattaforma ed è proprio questo aspetto che la rende uno strumento perfetto per fare advertising.

I principali vantaggi di questa piattaforma troviamo:

- E' relativamente facile iniziare a promuovere il vostro business
- Avete il controllo totale sulle vostre spese di acquisizione
- Potete essere molto precisi quando definite la vostra audience target
- Se usata correttamente potrete vedere risultati positivi molto velocemente
- Ideale non solo per vendere ma anche per far conoscere il vostro brand

Un'altra opzione molto efficace da prendere in considerazione quando si parla di traffico a pagamento è **Google**.

Come tutti sanno Google è il più grande motore di ricerca al mondo. Tantissime persone da ogni parte del mondo usano questo strumento per ricercare contenuti, risposte e soluzioni su internet.

Per far comparire il vostro business ed i vostri prodotti nelle prime posizioni di Google potete utilizzare delle tecniche di posizionamento organiche oppure pagare le Ads di Google per avere un posizionamento immediato.

A differenza di Facebook, piattaforma ideale per lavorare sulla domanda latente (il potenziale cliente non conosce il vostro business finchè non vede la vostra inserzione), Google è ideale per la domanda consapevole (l'utente sta già cercando una soluzione al proprio problema).

Un altro sistema molto efficace per acquisire clienti è fare marketing attraverso **social media influencers**. E' un metodo sempre più utilizzato dai vari brand perchè unisce viralità e fiducia rispetto all'influencer che diventa punto di riferimento e sinonimo di fiducia diminuendo in questo modo le frizioni d'acquisto.

Per realizzare questo tipo di advertising dovrete contattare direttamente l'influencer nella vostra nicchia e proporre un accordo economico. Un solo post, se ben fatto, può portare potenzialmente moltissimo traffico.

Traffico Organico (gratuito)

Uno degli approcci migliori per un business di dropshipping è quella di unire parallelamente al traffico a pagamento, del traffico organico e gratuito.

Il primo sistema da tenere in considerazione è il **content marketing**.

Questo tipo di tecnica è spesso realizzata attraverso l'uso di un blog sviluppando una serie di contenuti specifici per la nostra nicchia che possano rispondere a determinate problematiche dei nostri potenziali clienti.

Questo tipo di contenuti, se ben realizzati, non solo aggiungono un valore importante al nostro business ma aiutano il nostro store

a posizionarsi sui più importanti motori di ricerca. Questo si traduce in traffico gratuito e di qualità.

E' importante tenere in mente che questo tipo di contenuti non deve essere costruito con il solo proposito di attirare l'attenzione al nostro brand ma soprattutto per aiutare i nostri potenziali clienti a risolvere un determinato problema. Quindi cercate di non usare lo stesso approccio che usereste per realizzare contenuti di advertising.

Un altro elemento essenziale quando si parla di traffico gratuito è sicuramente il **social media marketing**. E' molto complesso oggi ricevere traffico da questi canali ma non impossibile. E' necessario pubblicare costantemente contenuti che possano aiutarci dapprima a far conoscere il nostro brand, successivamente a costruire una base di followers e poi trasformare questi in veri clienti. E' uno dei sistemi più difficili ma anche necessari se vogliamo far conoscere il nostro business.

L'ultimo sistema ma non in ordine di importanza è sicuramente l'email marketing. Questo è ancora oggi considerato uno degli approcci migliori per acquisire clienti. Per costruire la vostra lista di email esistono molti approcci come ad esempio richiederla per sbloccare contenuti esclusivi o sconti oppure semplicemente in fase di checkout. Una volta costruita la vostra lista avrete uno strumento potentissimo e gratuito per raggiungere la vostra audience ogni volta che ne avrete bisogno.

Nozioni elementari di eCom business

Adesso che hai tutti gli elementi per iniziare con il tuo dropshipping business è necessario parlare delle metriche che ti aiuteranno ad analizzare la salute e l'efficienza della tua impresa.

Vediamo le quattro principali metriche di controllo:

Costo di Acquisizione Clienti (CAC)

il costo di acquisizione dei tuoi clienti è calcolato dividendo tutti i costi spesi in un determinato periodo per l'acquisizione dei tuoi clienti (marketing, piattaforma ecommerce, plugin, spedizione,...) per il numero di clienti.

Quando inizi un business da zero il CAC è ovviamente molto più alto della media in quanto i costi di set-up sono tipicamente maggiori.

Uno dei grandi benefici nel fornire un ottimo customer service è quello di aumentare la probabilità di avere ripetitive buyers che hanno un costo di acquisizione bassissimo se non nullo. Ecco perché costruire una relazione duratura con i tuoi clienti ti permetterà di aumentare non solo la revenue ma soprattutto il profitto.

Fatturato

Questo è il valore più eccitante di qualsiasi business perché è la metrica più alta che avrai nei tuoi report. Proprio per questo è il numero che pubblicano tutti nei vari gruppi dedicati al mondo dell'ecommerce.

Bisogna stare attenti perchè il fatturato non è il profitto netto! (calcolato sottraendo al fatturato costi e tasse). Nonostante ciò è un ottimo indicatore veloce che gli imprenditori devono prendere in considerazione per confrontare diversi periodi e valutare il flusso di vendite.

Costi operativi

Una delle metriche più sottovalutate dagli imprenditori.

Se hai fatto 5000€ il tuo primo mese ma hai lavorato 800 ore sul tuo store, non stai realmente guadagnando. Il tuo tempo è uno dei costi principali di cui bisognerebbe tenere sempre traccia per calcolare realmente la performance del tuo business.

Altri costi fissi e variabili sono ad esempio i software, il team, l'hosting, le spese di advertising ecc..

Cerca sempre di tagliare sapientemente i tuoi costi, automatizzare ed impiegare le ore di lavoro in modo più intelligente per migliorare i tuoi profitti.

Profitto

il tuo fatturato snellito dei costi variabili, fissi e dalle tasse è il profitto – la metrica più importante del tuo business. Se non riesci a vedere un incremento progressivo di questo valore mano a mano che passa il tempo allora c'è bisogno di una ottimizzazione dei costi e dei tempi e una ricerca prodotto ancora più accurata.

l' eCommerce è una industria continuamente in evoluzione e se vuoi realmente vincere sul lungo periodo devi conoscere bene e controllare queste metriche costantemente.

