



# **Gestire il Mercato Virtuale**

*Stefano Epifani*



<b>Sommario</b>	<b>1</b>
<b>Introduzione</b>	<b>2</b>
<b>1. Internet ed il Commercio Globale</b>	<b>3</b>
1.1 Le origini	3
1.2 Oggi: verso la comunità globale	4
1.2.1 Perché tale diffusione?	4
1.2.2 Chi “governa” la Rete?	5
1.2.3 Chi paga?	6
1.2.4 Dalla comunità globale...	7
1.2.5 ...al commercio globale	8
1.3 I numeri del commercio globale	9
1.3.1 I numeri del commercio elettronico	9
1.3.2 La situazione europea	11
1.4 Il potenziale acquirente: un profilo	12
<b>2. Comprare in Rete</b>	<b>14</b>
2.1 I vantaggi per il cliente	14
2.1.1 Maggiore possibilità di scelta	15
2.1.2 Maggiore convenienza	16
2.1.3 Apertura Non-Stop	16
2.1.4 Eliminazione dei problemi di spostamento	16
2.1.5 Facilità nel comunicare con le aziende produttrici	17
2.2 Il Commercio elettronico, tra boutique e grandi magazzini	17
2.2.1 Negozi in Rete	18
2.2.2 Lo shopping tra Store e Mall	19
2.3 Acquistare in Rete: il negozio virtuale	26
2.3.1 Le informazioni al cliente	26
2.3.2 L’Help Desk e i sistemi di supporto al cliente	27
2.3.3 La comunità virtuale e i servizi on-line	28
2.3.4 Il Catalogo Elettronico	29
2.3.5 Il carrello della spesa	30
2.4 Sicurezza e modalità di pagamento	31
2.4.1 SSL: Secure Socket Layer	32
2.4.2 SET: Secure Electronic Transaction	33
2.4.3 Digicash	33
<b>3. Vendere in rete</b>	<b>36</b>
3.1 I vantaggi per l’azienda	36
3.1.1 Apertura verso nuovi mercati	36
3.1.2 Rapporto diretto con l’utente	37
3.1.3 Diminuzione delle spese	37
3.2 Creare un negozio virtuale	38
3.2.1 Store, Shop o Mall?	38



Le soluzioni per lo shop...	39
...e quelle per store e mall	40
3.2.2 Il marketing in Rete	41
Directory e Motori di Ricerca	42
NewsGroup e Mailing List	43
Mass Mailing	44
Banner Ads	45