

«Le aziende devono vendere online»

LEGNANO - Le piccole aziende devono necessariamente utilizzare Internet come vetrina, "osando" la strada del commercio online se vogliono essere sempre più competitive e presenti sul mercato, qualunque sia il settore merceologico di cui si occupano.

Lo dice e lo sottolinea **Franco Colombo**, presidente di Confapi Varese, la confederazione delle piccole imprese del nostro territorio, ospite del Rotary Club Legnano - Busto Arsizio - Gallarate "Castellanza", in una serata ricca di domande, curiosità e aneddoti che hanno fatto riflettere i soci e hanno permesso di avanzare nuovi scenari per il futuro. Così la presidente legnanese **Patrizia Codecà** mette a segno un'altra interessante serata dibattito dopo l'incontro con **Davide Romieri** sulla comunicazione nell'era di Internet e con **Saro Capozzoli** sulle immense opportunità di mercato per le aziende italiane in Cina, paese molto attivo nel commercio online. Il mondo va sempre più digitalizzandosi e il web è ormai uno strumento irrinunciabile. Ma per un'azienda non basta più avere un buon sito Internet di presentazione, deve organizzarsi e vendere online. «Le prime aziende a utilizzare l'e-commerce nella nostra zona - ha ricordato Colombo - sono state quelle agro-ali-

mentari portando i prodotti freschi direttamente nelle case, senza intermediari. Basti pensare a Cortiglia. Oggi i soliti canali distributivi non bastano più. Il web vince sulla personalizzazione. In provincia di Varese il 35 per cento delle aziende sono leader nella capacità di comunicazione in rete. Non esistono infatti vie di mezzo: o si è capaci di promuoversi offrendo prodotti di alta qualità e soprattutto un servizio eccellente nella gestione di ordini e consegne oppure si perde la sfida. Bisogna osare, accettare la sfida, e non dimenticare mai che la reputazione è tutto».

I tempi di consegna dei prodotti sono fondamentali per il successo di un e-commerce efficace, così come la possibilità di reso e la sostituzione: «Il concetto di reputazione - ha continuato Colombo - sta tutto nell'esempio classico dei siti in cui si commentano alberghi e ristoranti, come Tripadvisor: bastano alcuni commenti negativi e l'indice di gradimento di un'attività cala drasticamente. Ecco perché la logistica è importante e non bisogna mai dimenticare che prima o poi incontreremo il cliente che ha acquistato online; capiterà almeno una volta. E dovremo essere sempre all'altezza delle sue aspettative».

Elena Casero