



Risultati ripetibili, nel tempo.



# DIGITAL REVOLUTION PER LA **FARMACIA 4.0**

Prendi le decisioni «digitali»  
per la tua farmacia

**6° Forum Shackleton**  
Appuntamento con l'innovazione



shackleton  
group



**Samuele Camatari**

**Jusan Network srl**

samuele.camatari@jusan.it

<https://www.linkedin.com/in/samuelecamatari/>



*la tua web agency!*  
www.jusan.it



www.ecommerceday.it



www.ecommerceguru.it



Google  
Partner

PayPal Partner



shopware

## CHI SIAMO

La **Jusan Network** è una **digital agency** torinese con una forte vocazione per l'**e-commerce** e alla **comunicazione multicanale**.

La nostra esperienza decennale nel campo del web ci ha portati prima di altri a comprendere come il ruolo strategico dell'**e-commerce** unito ad una pianificazione strategica della **comunicazione multicanale** può assumere un ruolo fondamentale per il successo delle aziende.

L'Italia negli ultimi anni sta conoscendo una forte crescita nel comparto delle vendite online. Sempre più consumatori decidono di rivolgersi ad un e-commerce per i loro acquisti.

Da oltre un decennio, **Jusan Network** fornisce il proprio supporto a grandi e piccole aziende in diversi settori, per mercati B2B e consumer, per

comparti tradizionali e innovativi.

L'esperienza acquisita consente alla **Jusan Network** di garantire ai propri clienti strumenti, strategie e linguaggi di comunicazione e marketing capaci di rivolgersi a diversi pubblici in un contesto sociale ed economico in continua evoluzione.

Per tale motivo abbiamo attivato una serie di iniziative allo scopo di diffondere e ampliare le sue conoscenze sul tema del commercio elettronico, alla comunicazione ed a innovative strategie digitali. Oltre alla progettazione e realizzazione di **e-commerce** forniamo ai nostri clienti tutta una serie di servizi che migliorano non solo la performance del negozio online ma anche il modo di comunicare affinando linguaggi e selezionando i corretti strumenti di marketing.



*la tua web agency!*  
[www.jusan.it](http://www.jusan.it)



[www.ecommerceday.it](http://www.ecommerceday.it)



[www.ecommerceguru.it](http://www.ecommerceguru.it)



#### CREATIVITÀ E COMUNICAZIONE

Creatività e Comunicazione sono parte integrante della nostra filosofia aziendale.



#### REALIZZAZIONE SITI WEB

Realizziamo siti web innovativi e di design che mettono in risalto il progetto del cliente.



#### REALIZZAZIONE SITI E-COMMERCE

Realizziamo negozi online originali ed efficaci che attirano utenti e creano conversioni.



#### APP MOBILE

Realizziamo negozi online originali ed efficaci che attirano utenti e creano conversioni.



#### WEB MARKETING

Siamo impegnati in attività di web marketing destinate a portare a un incremento sostanziale delle conversioni.



#### SOCIAL MEDIA MARKETING

Creiamo, gestiamo e diffondiamo contenuti sui Social Media che portano risultati.



#### CONTENT MARKETING

Curiamo campagne content marketing per aumentare la visibilità e la reputazione del brand .



#### GUERRILLA MARKETING

Utilizziamo tecniche di marketing non convenzionale per portare risultati immediati.



#### CONSULENZA SEO

Siamo impegnati in attività di web marketing destinate a portare a un incremento sostanziale delle conversioni.



#### ORGANIZZAZIONE DI EVENTI

Progettiamo e gestiamo l'organizzazione di eventi curando nel dettaglio ogni fase di preparazione.



#### FORMAZIONE

Mettiamo continuamente a disposizione le nostre competenze ad aziende e professionisti.



#### CONSULENZA INFORMATICA

Forniamo servizi di consulenza informatica, supporto tecnico e manutenzione su diverse piattaforme.

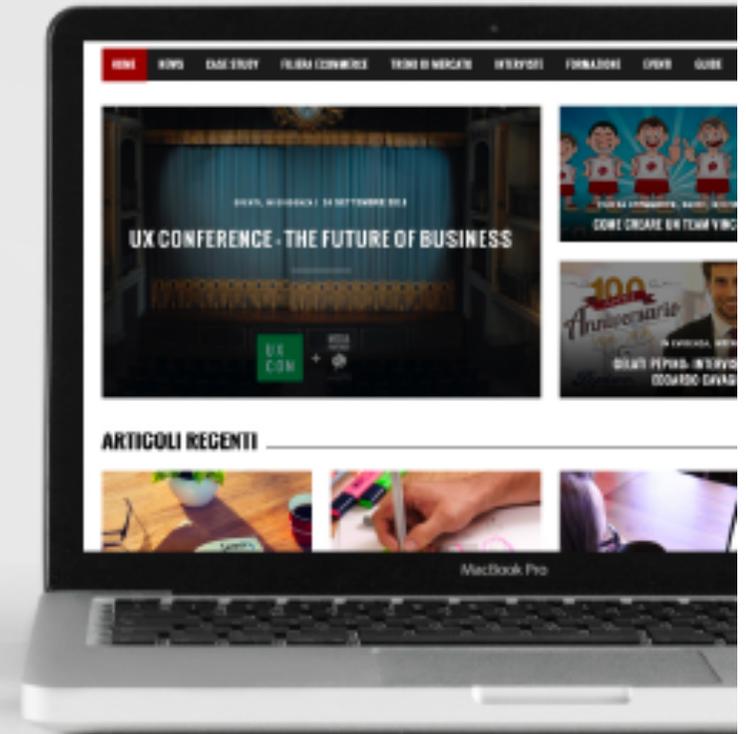
SERVIZI

ecommerceguru.it

**Diamo linfa all'informazione  
per il tuo business**

**OGNI GIORNO**

**1.000+** persone leggono i nostri articoli



in **6 edizioni** abbiamo fatto incontrare ...

**1.800+**  
*persone!*



**Andrea Lai**  
Sales Manager - Facebook



**Corrado D'Angelo**  
Marketing Specialist - FCA Mirafiori Motor Village

### Torna l'evento nazionale dedicato alla vendita online!

L'Ecommerce Day è un vero e proprio percorso formativo attraverso gli aspetti chiave del **commercio elettronico**, con l'obiettivo di diffonderne la cultura e promuoverne lo sviluppo. Questa nuova edizione si rivolge a tutti coloro che vogliono saperne di più sui cambiamenti in atto relativamente alle **abitudini d'acquisto**, dettate dalla continua **innovazione tecnologica**.

# I NUMERI



6 edizioni



1.800+ partecipanti dal vivo



89 relatori



12.500 utenti in streaming



270+ articoli di tesi



VII EDIZIONE  
13 OTTOBRE

TORINO

ECOMMERCE DAY  
DESIGN 2017  
IMPROVE THE EXPERIENCE

Vi aspettiamo numerosi ;)

<http://www.ecommerceday.it>



# I NUMERI dell'e-commerce



# I SETTORI MERCEOLOGICI



## ALIMENTARE

ALIMENTARE, BEVANDE, SUPERMERCATI, RISTORAZIONE



## ASSICURAZIONE

POLIZZE CASA, AUTO, MOTO



## CASA E ARREDAMENTO

MOBILI, ARTICOLI PER LA CASA, GIARDINO



## CENTRI COMMERCIALI

MULTIPRODOTTO, EBAY, (PER LA PARTE B2C)



## EDITORIA

HOME VIDEO, LIBRI, MUSICA, SOFTWARE, INFORMAZIONE



## ELETTRONICA DI CONSUMO

ELETTRODOMESTICI, HARDWARE, TELEFONIA, FOTOGRAFIA, AUDIO



## MODA

ABBIGLIAMENTO, CALZATURE, GIOIELLI, OCCHIALI



## SALUTE E BELLEZZA

PROFUMI, COSMETICI, BENESSERE, MEDICAZIONI



## TEMPO LIBERO

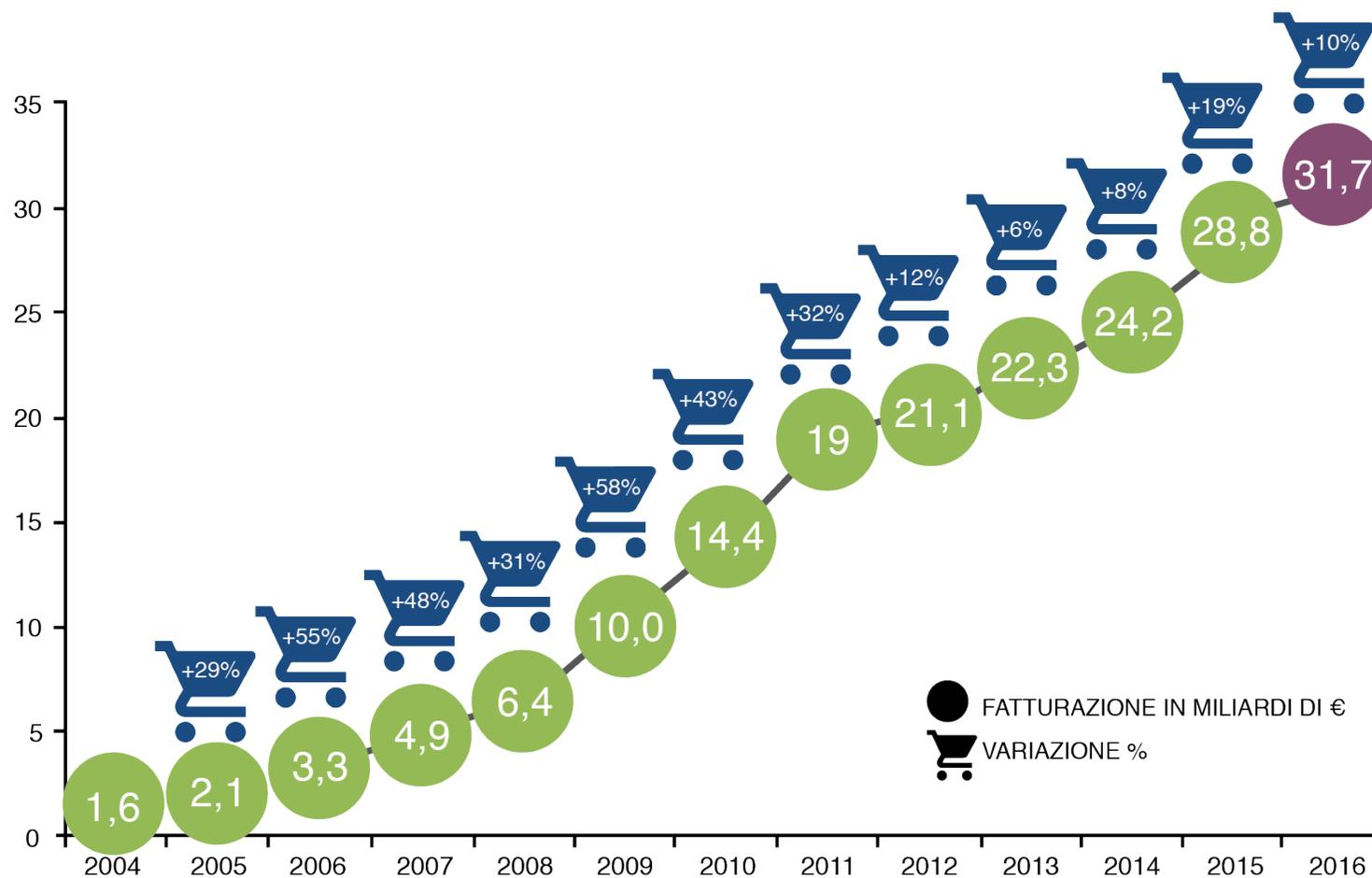
SCOMMESSE, GIOCHI D'AZZARDO, GIOCATTOLI, ARTICOLI SPORTIVI, SPETTACOLI, TELEFONIA



## TURISMO

TRASPORTI, HOTEL, TOUR OPERATOR, ATTRAZIONI

## CRESCITA DEL FATTURATO E-COMMERCE



## PROSPETTIVE DEI SETTORI NEL 2017



ALIMENTARE  
**+38%**



ASSICURAZIONI  
**+9%**



CASA & ARR.  
**+29%**



CENTRI COMM.  
**+26%**



EDITORIA  
**+18%**



ELETTRONICA  
**+4%**



MODA  
**+28%**



SALUTE & BELL.  
**+31%**



TEMPO LIBERO.  
**+2%**



TURISMO  
**+9%**

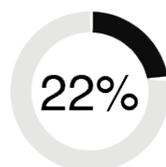
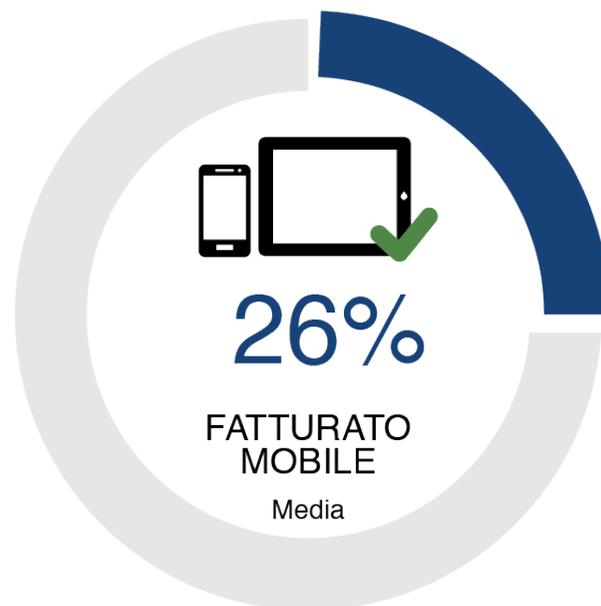
Il vostro mercato online in Italia ha generato  
un fatturato molto interessante !!



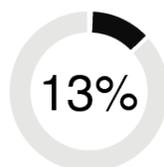
## VENDITA SUI MARKETPLACE



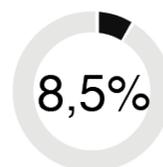
## FATTURATO MOBILE NEL 2015



2015



2014

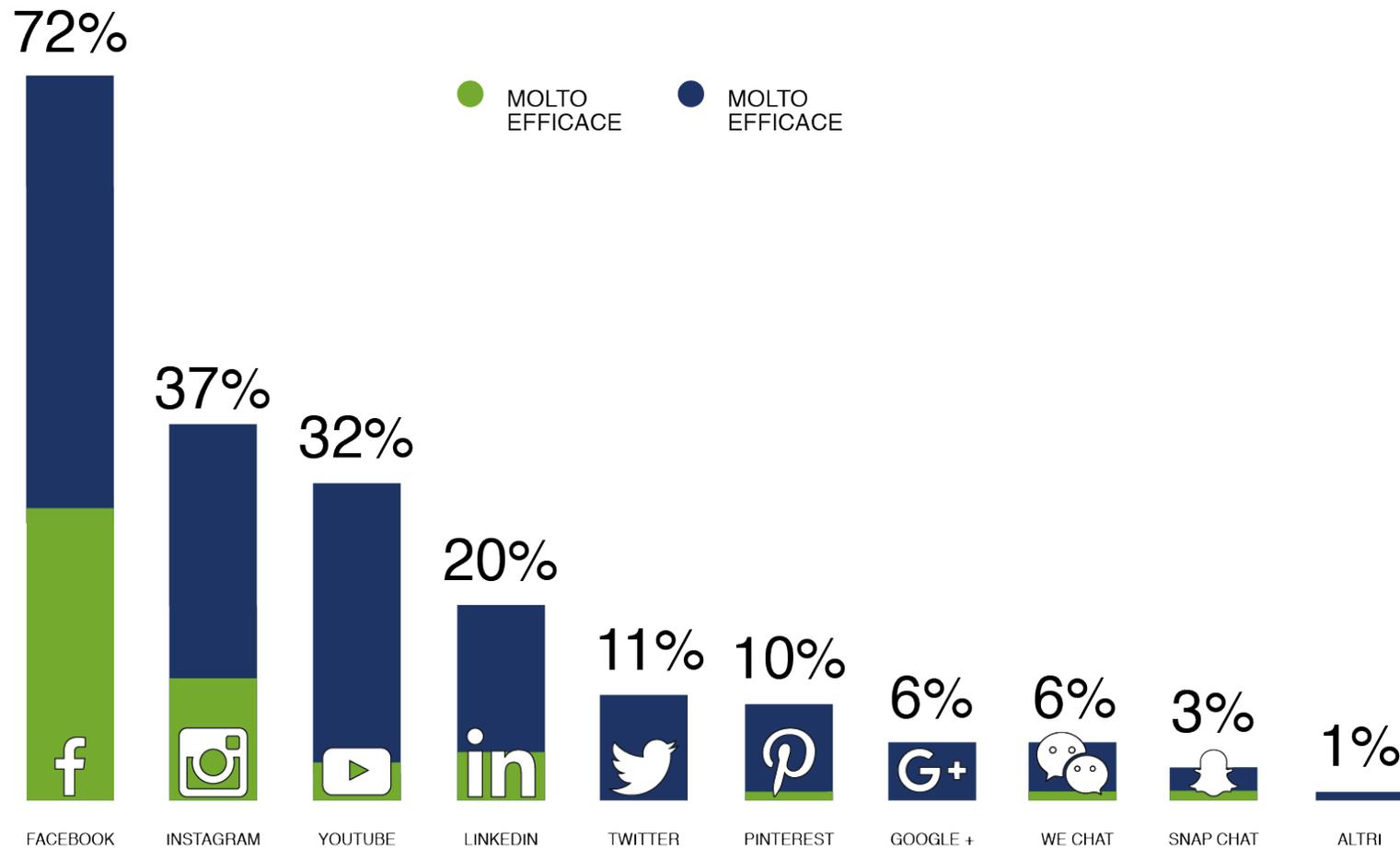


2013

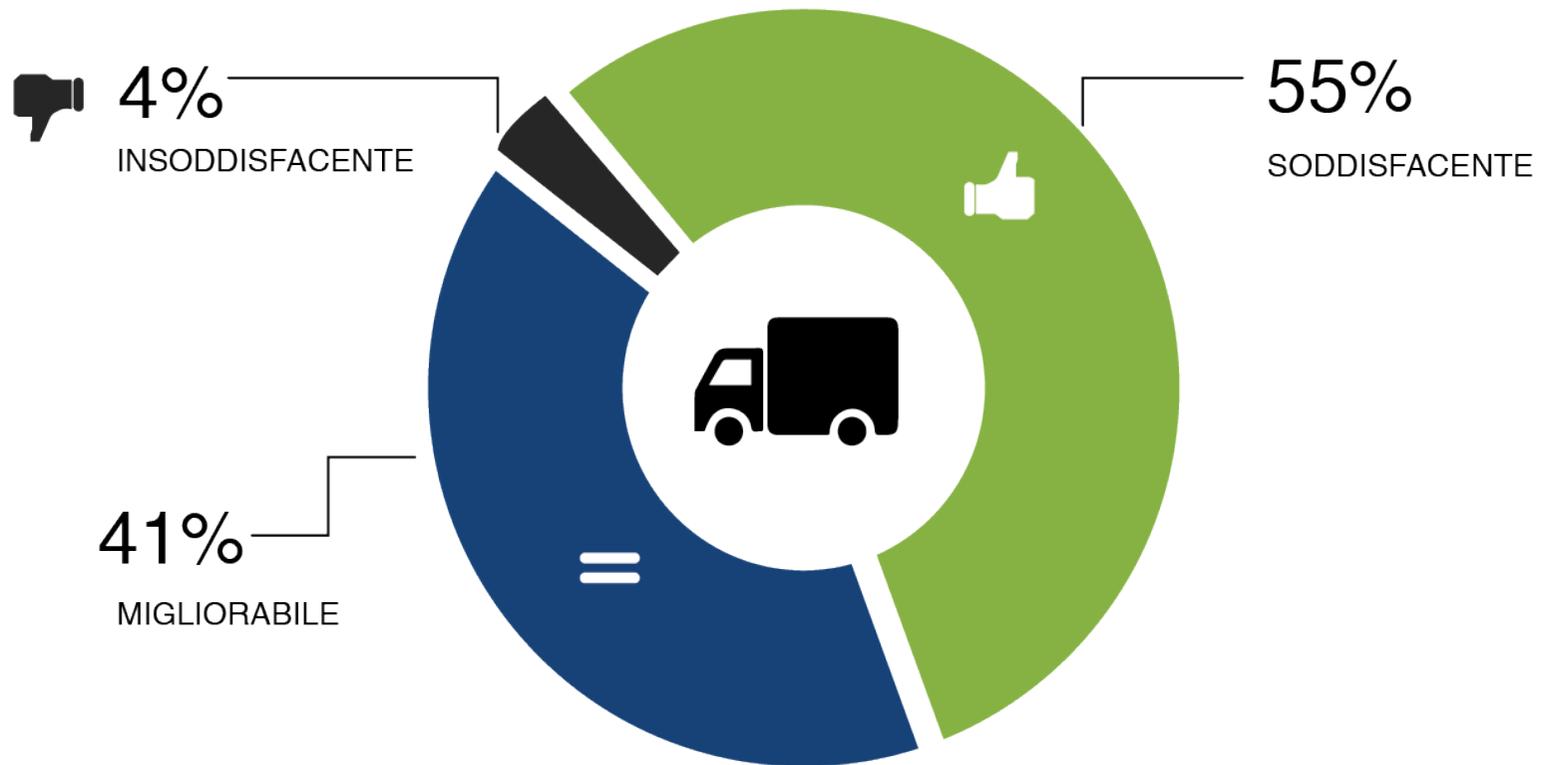


2012

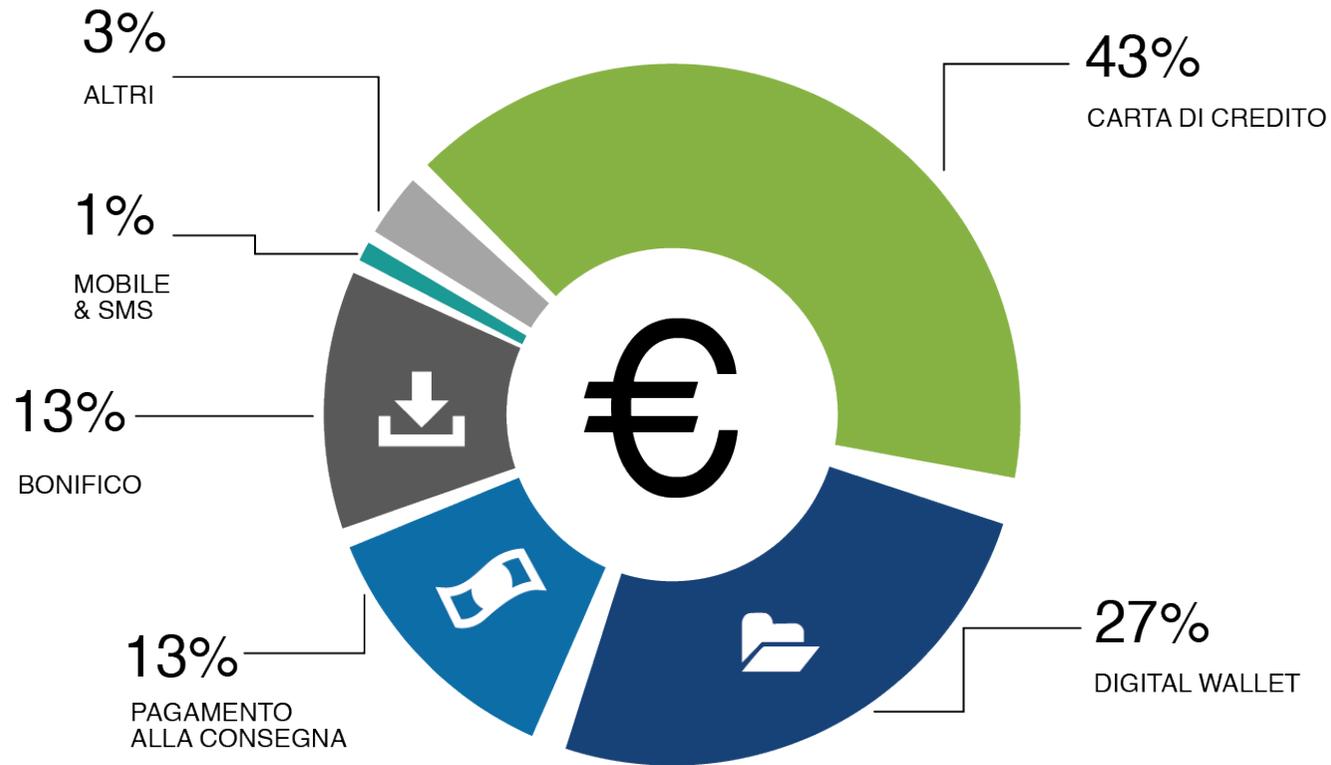
## EFFICACIA DEI SOCIAL MEDIA



## GIUDIZIO DI SPEDIZIONE



## METODI DI PAGAMENTO UTILIZZATI



ORA vi racconto  
una storia





Come possiamo passare da un fatturato di 20.000 euro ad uno di **5 Milioni** di euro in 3 anni?

DENTRO UN **GARAGES** in provincia di **NOVARA**?



## PERCORRIAMO IL LORO SVILUPPO – con supporto del giusto partner

- Ditta individuale / secondo lavoro
- Lavoro principale
- Assunto 1 persona amministrativa
- Creato un piccolo magazzino fisico
- Assunto una persona per gestire i clienti
- Assunto una persona per caricare i prodotti
- Assunto 1 persona per gestire i market place
- Assunzione magazziniere
- I fornitori oggi lo cercano
- Apertura mercato francese
- Diventati srl
- Portato in azienda il figlio come AD

## I PROSSIMI PASSI PER CRESCERE

- Attivazione nuovo sistema CRM
- Gestione in completo outsourcing del sistema e del marketing
- Ricerca nuova sede
- Apertura punto fisico
- Apertura mercato spagnolo
- Apertura mercato tedesco
- Sviluppo brand proprio
- Gestione logistica in completo outsourcing
- Bigdata per fare **prediction** e **sentiment analysis**
- .....



# PIANIFICAZIONE DEL PROGETTO

**The Business Model Canvas** Designed for: \_\_\_\_\_ Designed by: \_\_\_\_\_ One: \_\_\_\_\_ Iteration: \_\_\_\_\_

<b>Key Partners</b> Who are our Key Partners? Who are our suppliers? Which Key Partners are we creating value capture? Which Key Partners do our business partners?	<b>Key Activities</b> What Key Activities do our Value Propositions require? Do our Customers Demand? Customer Relationships? Revenue Streams?	<b>Value Propositions</b> What value do we deliver to the customer? What set of our customer problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we addressing?	<b>Customer Relationships</b> What kind of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which customer relationships are we offering? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?	<b>Customer Segments</b> For whom are we creating value? Who are our most important customers?
	<b>Key Resources</b> What Key Resources do our Value Propositions require? Do our Customers Demand? Customer Relationships? Revenue Streams?		<b>Channels</b> Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are we planning to reach them? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we packaging them with Customer Segments? How are we integrating them with Customer Segments?	
<b>Cost Structure</b> What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive?		<b>Revenue Streams</b> For what value are our customers really willing to pay? Do we sell a physical product? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?		

[www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)



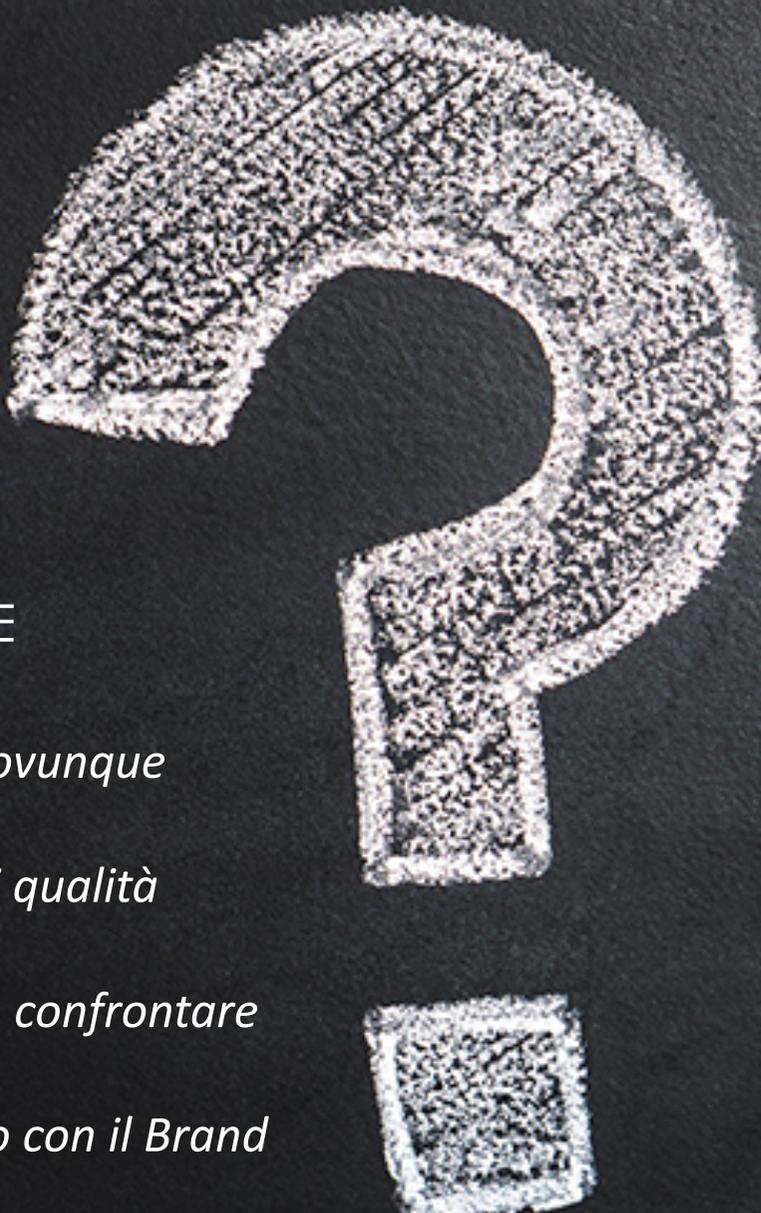


COSA CERCA IL CLIENTE

## IL PERCORSO D'ACQUISTO DEL CLIENTE



Il 67% delle persone inizia l'acquisto da un device per poi proseguire su di un altro



## ASPETTATIVE DEL CLIENTE

*ricevere un'esperienza 1-a-1 ovunque*

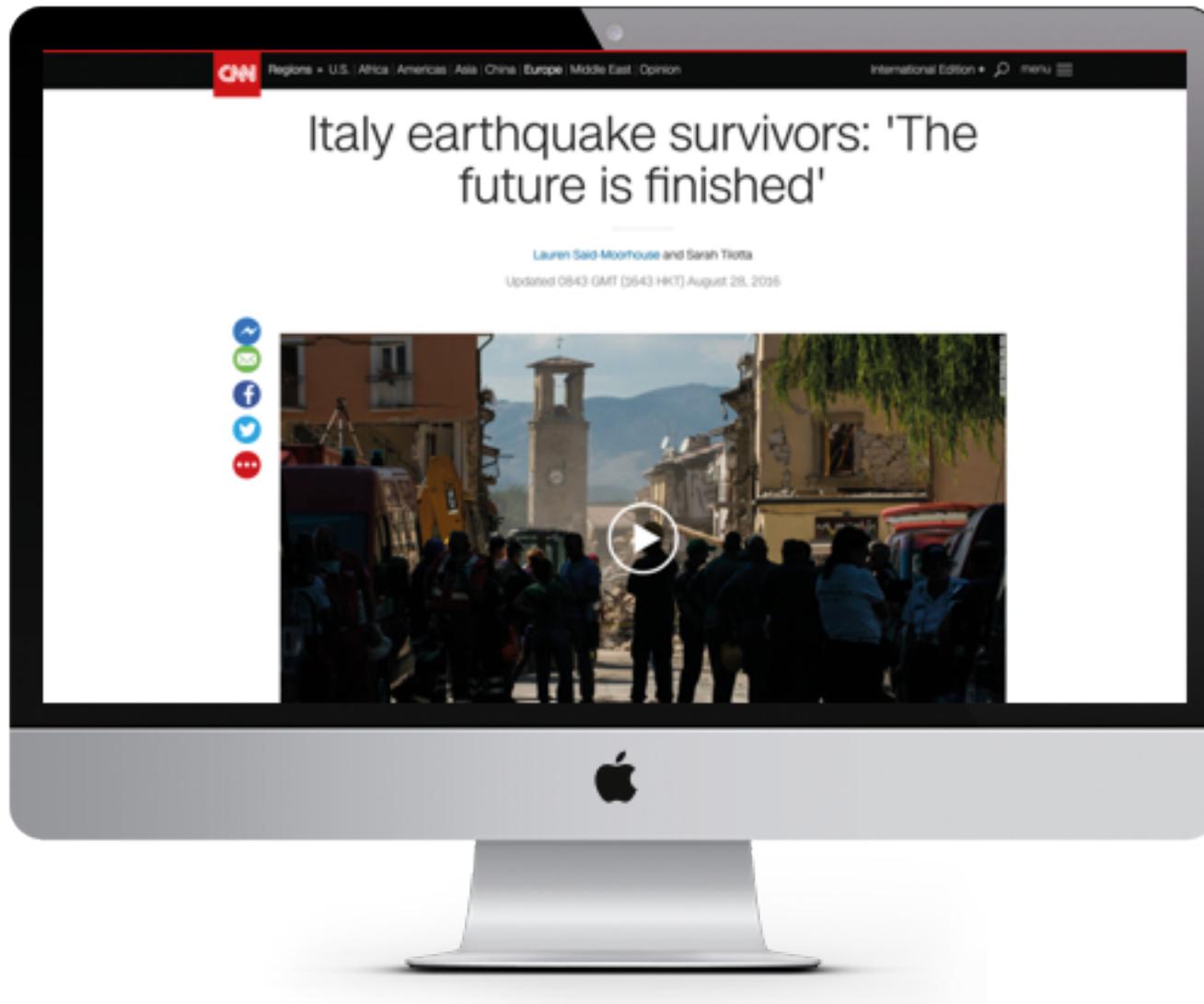
*potersi fidare di un servizio di qualità*

*comprendere, essere ispirati, confrontare*

*ritrovare in negozio il dialogo con il Brand*



## L'IMPORTANZA DELLO STORYTELLING



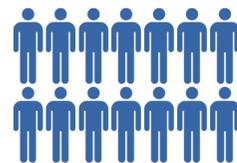
*fine*  
**italy**  
selected by



## IDEE VIRALI E A BASSO COSTO #IceBucketChallenge



17 M  
Video condivisi



440 M  
Persone



\$ 100 M

## MARKETING – FARSÌ RICORDARE





01



02



03



**MONITORAGGIO CONTINUO**

## ...ASCOLTARE I CLIENTI

Attraverso la definizione di una **strategia orientata al cliente** abbiamo la missione di creare e consolidare la relazione con il cliente finale attraverso l'**ascolto sistematico** e strutturato volto a **soddisfare e risolvere** le sue esigenze.

Come? Con **sondaggi**, usano **CRM**, in **CHAT**, al **telefono**, ecc..





**DIALOGARE CON I CLIENTI - OVUNQUE**

DA TENERE SEMPRE PRESENTE

# 2017 *This Is What Happens In An Internet Minute*



IL MOBILE NON È IL FUTURO MA È IL **PRESENTE**

KEEP  
CALM  
AND  
SHARE YOUR  
SELFIE



## INTERNAZIONALIZZAZIONE

Da considerare

- La lingua
- La cultura
- La tecnologia usata (metodi di pagamento, ecc..)

Seguire un piano dello sviluppo in una nazione per Volta



RICORDATEVI



farmacia online



Tutti Shopping Notizie Immagini Video Altro Impostazioni Strumenti

Circa 22.000.000 risultati (0,38 secondi)

**Farmacia On line Angelini - Consegna in 24/48 Ore - pharmangelini.com**

[Ann.](#) [www.pharmangelini.com/Farmacia/Online](http://www.pharmangelini.com/Farmacia/Online) ▼ 06 438 2893

Prezzi Scontati fino al 50% - Consegna in 24/48 Ore - Acquista Subito!

Sconti e Promozioni · Oltre 90.000 prodotti · Chiedi all'Esperto · Consegne Gratuite

**Easyfarma.it | La tua Farmacia Online - Spediamo il benessere a casa ...**

[www.easyfarma.it/](http://www.easyfarma.it/) ▼

**Farmacia online:** scegli tra migliaia di prodotti con consegna in 24h! Cosmetici, integratori, mamma e bimbo, uomo, elettromedicali.

Accedi · Promo Solari - 50% · Farmaci da banco · Cosmesi & Bellezza

**Farmacia On Line Italiana - Acquista Farmaci da banco, Integratori ...**

<https://www.efarma.com/> ▼

Su eFarma.com trovi anche Cosmetici, Veterinari, Omeopatici. SPEDIZIONE in 24/48h GRATIS con soli 59.90 € di spesa, e se vuoi puoi pagare in contanti alla ...

Farmaci da Banco · Marchi A-Z · Prodotti in promozione · Mucolitici Fluidificanti

**Farmacia Online: Farmaplanet**

<https://www.farmaciaoonline.it/> ▼

Vendita online parafarmaco, fitoterapici, dermocosmetici, sanitari, articoli veterinari, Igiene, Integratori.

Orecchini sterili · Pinzette sterili monouso · Ovuli e capsule vaginali · Altri prodotti

# FARMACIA ONLINE – 1° PER RICERCA ORGANICA



Inserisci nome o codice del prodotto



HOME PAGE

FARMACI DA BANCO

PROMO

CATEGORIE

PRODUTTORI

NUOVI PRODOTTI

IL TUO PROFILO

← Ordina online.

Ritira quando vuoi.

EasyFarma PRENOTA & RITIRA

servizio gratuito

senza code

Servizio clienti e Ordini telefonici: chiamaci allo 06.45.55.12.91 dal Lun al Ven dalle ore 8.00 alle ore 19.00 | Sab dalle ore 8.30 alle ore 13.30

✓  
"Eccellente"  
95%  
762 Recensioni  
su 3 portali  
Altro

LABO



VICHY  
LABORATOIRES

JOWAÉ  
REGENERATION PARADOXALE

EAU THERMALE  
Avène





**Samuele Camatari**

**Jusan Network srl**

samuele.camatari@jusan.it

<https://www.linkedin.com/in/samuelecamatari/>

**via Principi d'Acaja 44**  
**10139 Torino**

Via Copernico 38  
20125 **Milano**

+ 39 011 75 75 578

info@jusan.it | **www.jusan.it**

*grazie*