

## La digitalizzazione fa ripartire l'export

**Pubblicato:** Giovedì 2 Settembre 2021



Digitalizzazione e sostenibilità dei tessuti sono gli elementi chiave per rilanciare il comparto tessile, uno dei settori storici del territorio varesino, da qualche anno investito da una fase di rallentamento.

Queste sono le evidenze emerse dai dati presentati alla fine del mese scorso da Confartigianato Varese, che sottolinea nei suoi commenti la preoccupazione per una contrazione del fatturato che si è attestata lo scorso anno intorno al 36,6%.

Fortunatamente – aggiunge l'associazione di categoria nella recensione dei dati – il peso di Varese a livello regionale resta comunque importante, rappresentando un buon 7% del totale delle esportazioni lombarde.

Il quadro è confermato anche dalle parole del presidente di Confartigianato Varese Davide Galli, secondo cui la nascita di nuove imprese, in particolare start up, offre nuova fiducia al settore. Importante è concentrarsi sulle potenzialità del territorio e capitalizzare le capacità delle aziende locali: per rilanciare il comparto sono due le vie da perseguire, la prima è sicuramente la digitalizzazione.

Oggi più che mai è di fondamentale importanza che le imprese si aprano a nuove competenze nel mondo digitale e dell'e-commerce, affidandosi a figure di skill elevato, come gli export e digital manager.

Una consapevolezza che evidenzia la necessità di approcciare nuovi modi di interagire con il cliente e

conferma le recensioni delle società del settore, secondo cui oggi fare marketing tradizionale non è più sufficiente.

Opinione condivisa da **Co.mark Spa**, azienda specializzata nel marketing digitale e nell'export, secondo cui saper sfruttare il digitale al meglio per promuovere i propri prodotti e servizi è indispensabile per incrementare le vendite, soprattutto in un momento in cui la maggior parte delle relazioni tra cliente e aziende avviene sul web.

Nei suoi commenti Co mark specifica che *“è importante imparare a conoscere il proprio mercato e identificare gli strumenti più adatti per realizzare una strategia digital efficace e duratura. Rispetto alle strategie tradizionali, quelle digitali hanno un potenziale di visibilità immenso. Sono inoltre misurabili e più economiche.”*

Ed è proprio verso il digitale che molte realtà locali si stanno già muovendo per generare un'inversione di tendenza e riscattare uno dei settori più colpiti dalle difficoltà economiche: un aspetto, insieme a quello della sostenibilità, che punta a creare le basi per la ripresa futura del tessile varesino attraverso l'innovazione e l'ampliamento delle competenze.

Ma qual è la strategia digitale migliore per incrementare le vendite?

### **Co.Mark, le migliori strategie per incrementare le vendite con il digitale**

Secondo la **best practice** riportata da Comark nel suo sito ufficiale, per essere competitivi e vendere nel nuovo scenario digitale è indispensabile mettere in atto una strategia che si compone dei seguenti punti:

1. **Analisi di mercato.** L'opinione dell'azienda rimarca la necessità di approfondire le caratteristiche del proprio settore commerciale, studiandone a fondo i trend per rispondere alle nuove esigenze. Analizzare la concorrenza è di fondamentale importanza in questo scenario per avere una panoramica del contesto in cui ci si sta muovendo.
1. **Software CRM.** Conoscere e analizzare i CRM (Customer Relationship Management) significa dotarsi del supporto di strumenti in grado di automatizzare e velocizzare le procedura di raccolta e conservazione dei dati: l'azienda nei suoi commenti definisce questi software come uno dei modi migliori per ottenere e tenere traccia delle informazioni sull'interazione con il cliente e i dati sulle sue preferenze.
1. **Web Marketing.** Per raggiungere nuovi lead – specifica Comark nella sua recensione – ossia contatti interessati ad un prodotto o servizio, è importante integrare le giuste tecniche di web marketing e realizzare una strategia funzionale al proprio mercato di riferimento.

L'azienda esprime la sua opinione in particolare su tre attività digitali: in primis il SEM (Search Engine Marketing), che combina contenuti sponsorizzati e non a pagamento agendo sui motori di ricerca per canalizzare utenti verso il sito.

Positivi anche i commenti sul content marketing, attività che sfrutta diversi canali di marketing per veicolare contenuti testuali e visivi, al fine di catturare l'interesse del lettore verso l'azienda e i suoi prodotti o servizi.

In terza posizione nella recensione troviamo invece il social selling, tecnica di vendita sempre più diffusa che punta sui canali social per entrare in relazione con nuovi utenti in target con il proprio prodotto/servizio. Questa nuova modalità di vendita permette di instaurare e mantenere un rapporto di fiducia con il cliente anche dopo il processo di acquisizione.

Solo sfruttando le nuove potenzialità offerte dal web è possibile agire in modo strategico per differenziarsi dai competitor: l'esempio di Varese ne è la prova ed esprime al meglio la consapevolezza

maturata dalle PMI italiane, sempre più coscienti di dover mettere a punto nuove soluzioni per aumentare la competitività e cogliere le opportunità di business sui mercati esteri.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it