

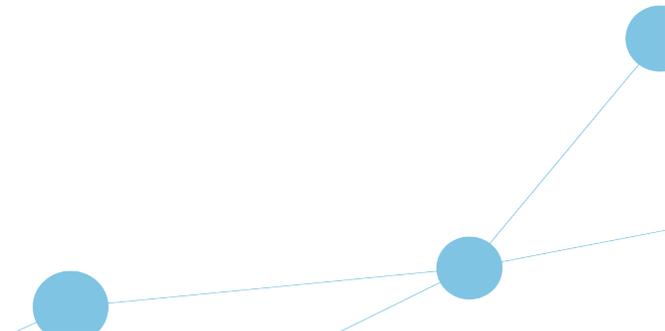
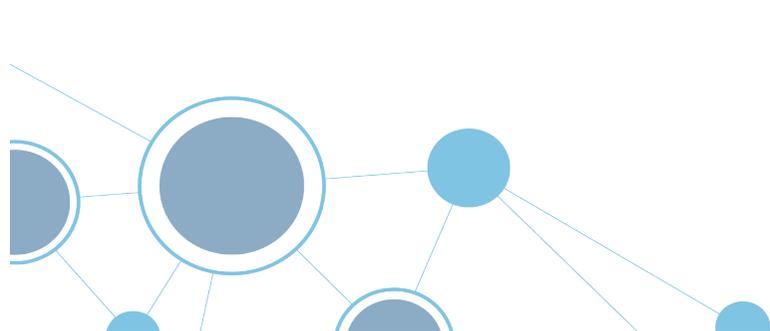
# EBiComLab

Centro studi sul terziario trevigiano

## FOCUS

**TRADIZIONE E INNOVAZIONE**  
I CANALI DI VENDITA DEL TERZIARIO TREVIGIANO

*Treviso, 23/11/2017*



---

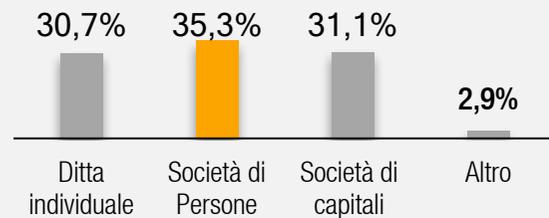
I

**PROFILO DEL CAMPIONE**

---

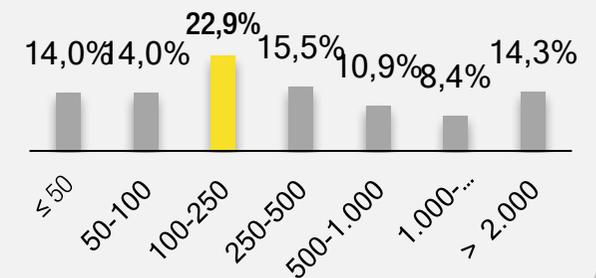
# Anagrafica delle imprese

## FORMA GIURIDICA



## FATTURATO

(in migliaia di €)



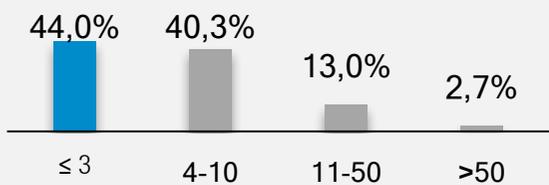
Società di persone

Dai 100.000€ ai 250.000€

Frequenze maggiori

## ADDETTI

(titolari e dipendenti)

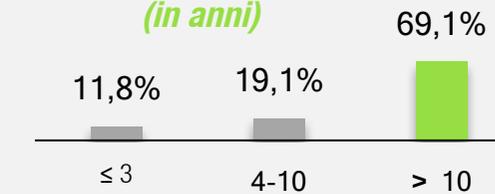


Fino a 3 addetti

Più di 10 anni

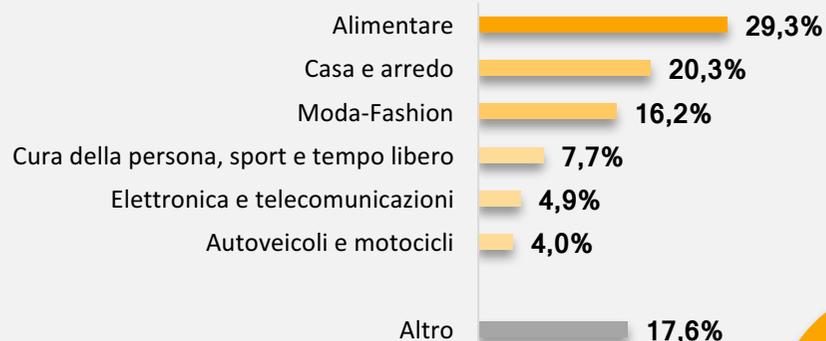
## LONGEVITÀ

(in anni)

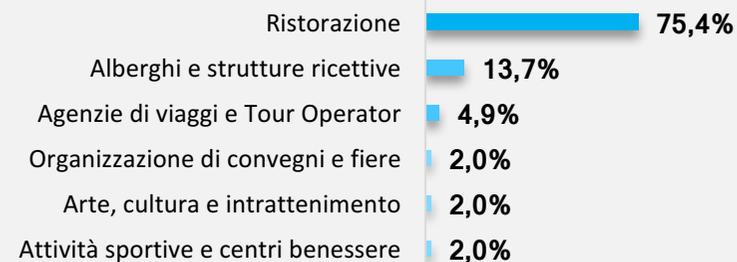


## Settore di attività delle imprese

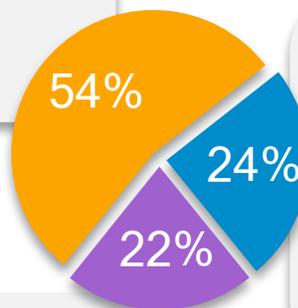
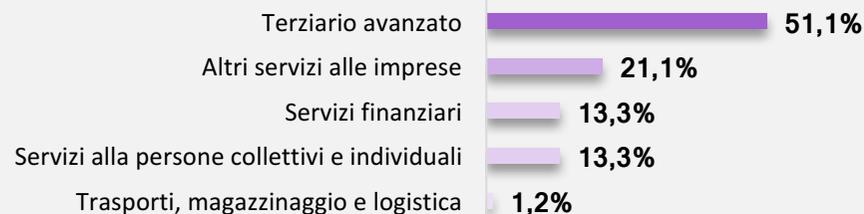
### COMMERCIO



### TURISMO



### SERVIZI



---

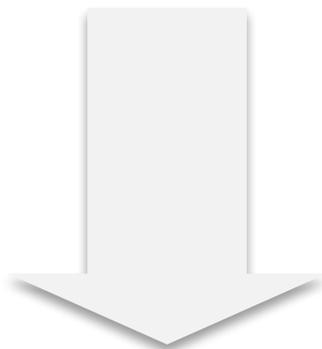
# II

## L'AZIENDA E LE NUOVE TECNOLOGIE

---

## Propensione all'utilizzo di nuove tecnologie (1)

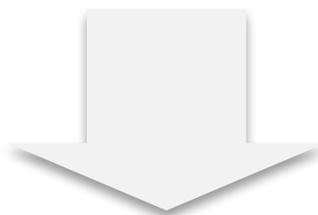
51,2%



**PRUDENTI**

Adottiamo nuove tecnologie solo quando siamo certi che siano adatte a risolvere specifiche esigenze aziendali

29,5%



**INNOVATORI**

Siamo sempre aggiornati, attenti e pronti a sperimentare e adottare nuove tecnologie

Il settore dei **Servizi** si conferma il più propenso all'innovazione

15,0%



**GREGARI**

Adottiamo nuove tecnologie solo quando sono diventate di uso comune

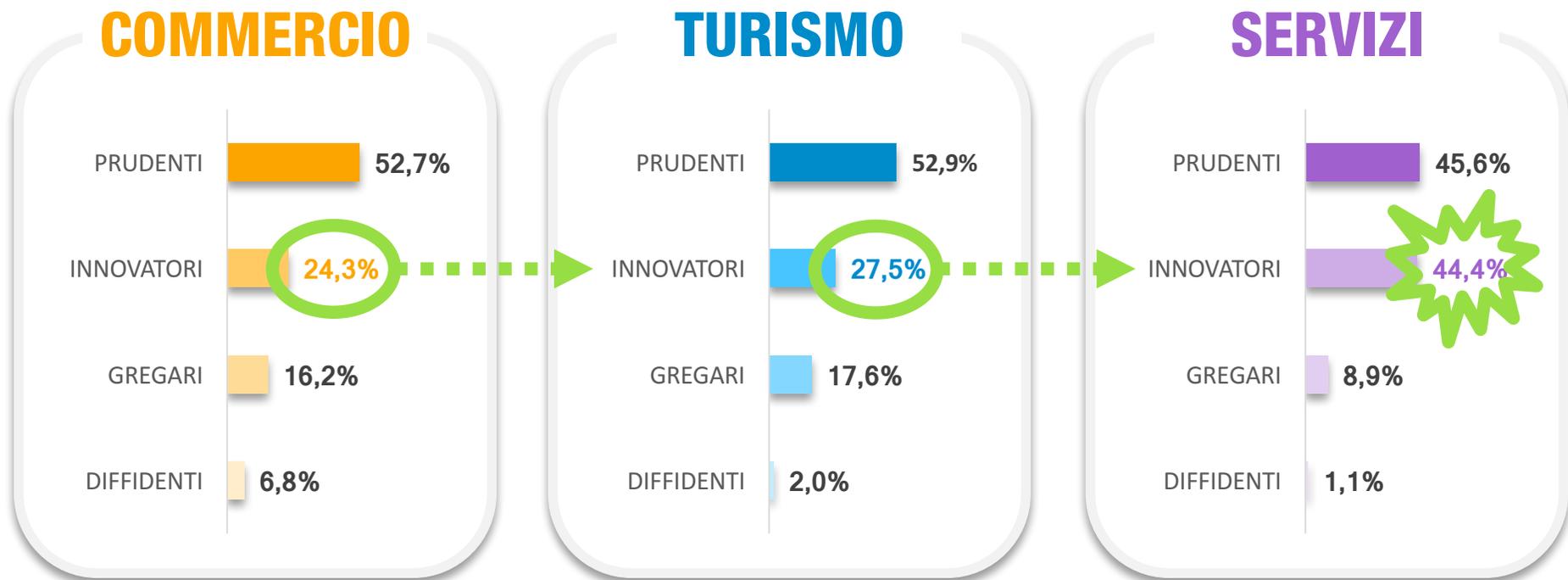
4,3%



**DIFFIDENTI**

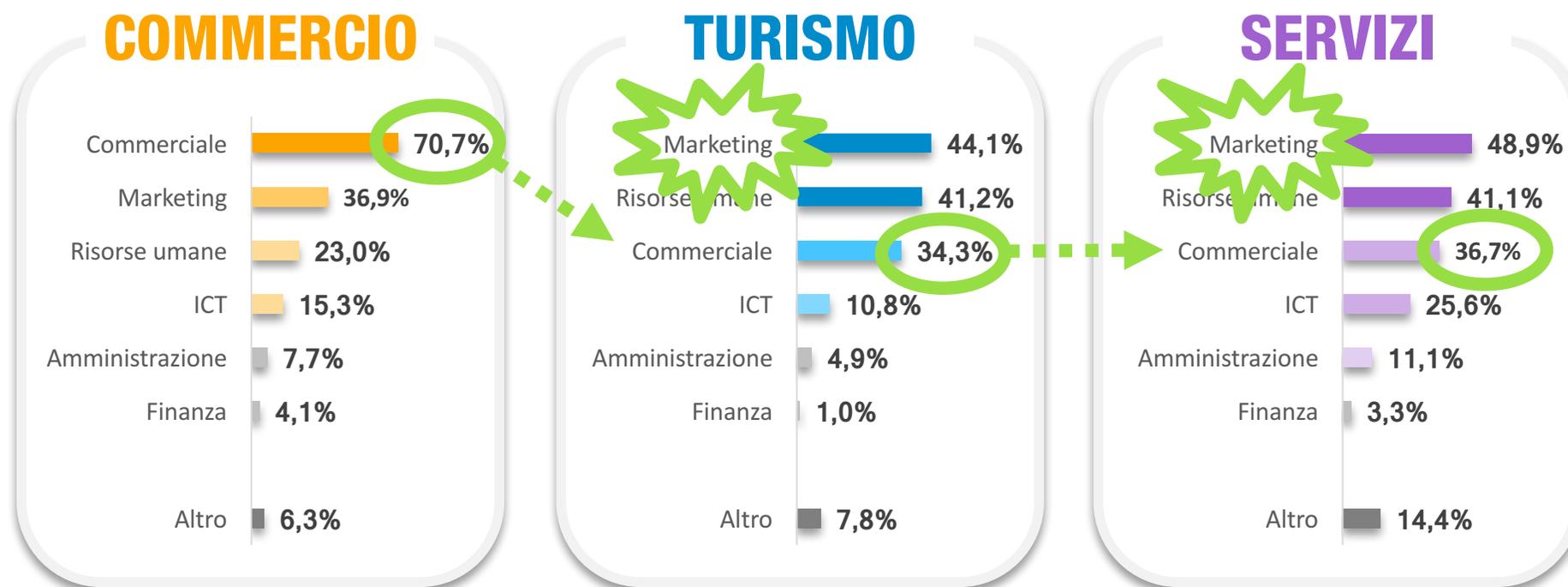
Pensiamo che, più che risolvere i problemi, le nuove tecnologie complicano eccessivamente l'attività lavorativa

## Propensione all'utilizzo di nuove tecnologie (2)



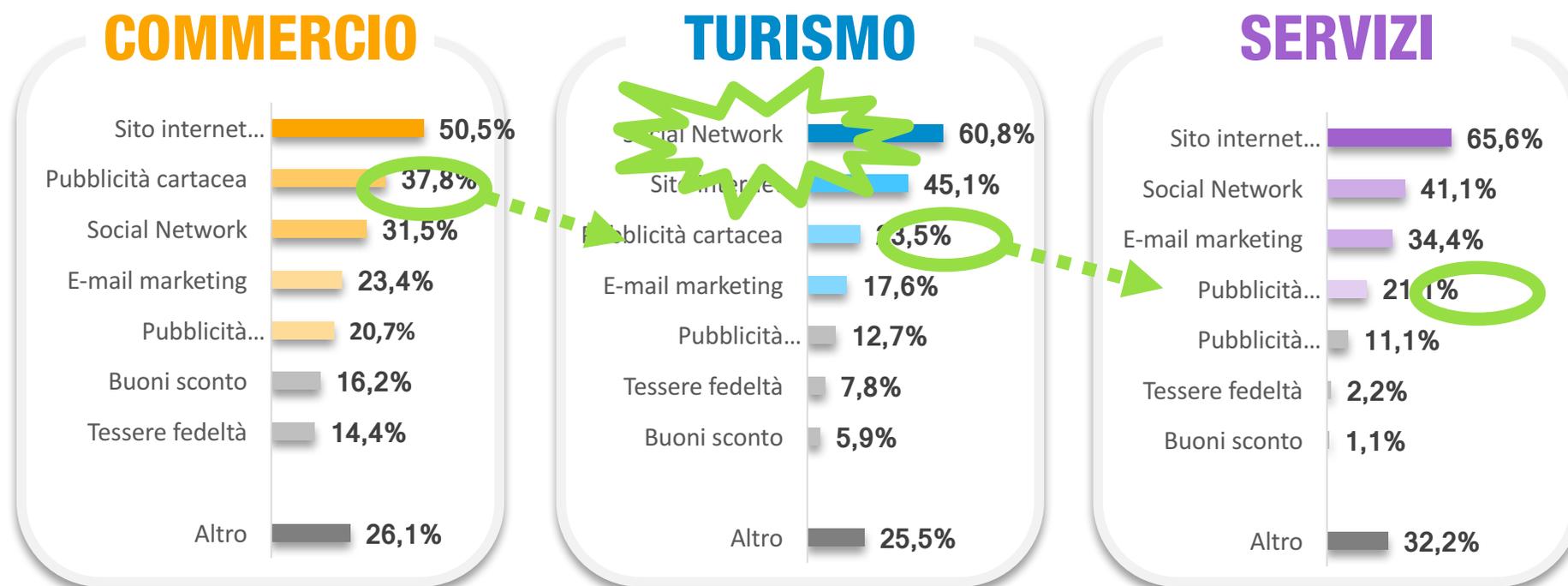
## Fattori di sviluppo e promozione dell'attività (2)

### SU QUALI AREE PUNTA?



## Fattori di sviluppo e promozione dell'attività (3)

### QUALI STRUMENTI UTILIZZA?



## Canali di vendita e commercio online

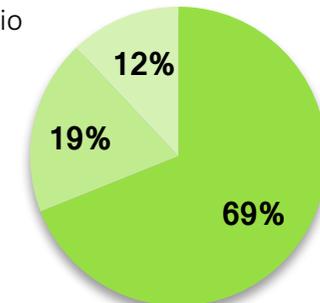
### QUALI CANALI DI VENDITA USA?



14%  
 SI  
 online?

### CHI LO USA?

- Commercio
- Turismo
- Servizi



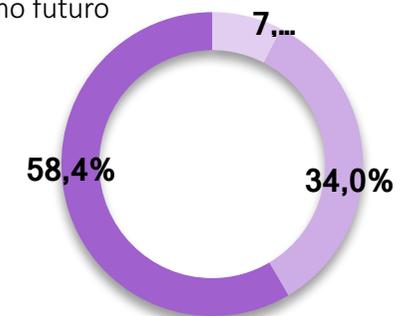
### Perché no?

- La vendita online non è applicabile al nostro settore/prodotto
- Non ne abbiamo bisogno**
- Preferiamo avere un approccio diretto con il cliente (che tocca con mano)
- Troppo oneroso (tempo e denaro) o complicato**
- Non siamo preparati/non sappiamo come fare

NO  
 86%

### LO USERÀ?

- Si, entro il 2017
- Si, in un prossimo futuro
- No



---

# III

**FOCUS: IL COMMERCIO ONLINE**

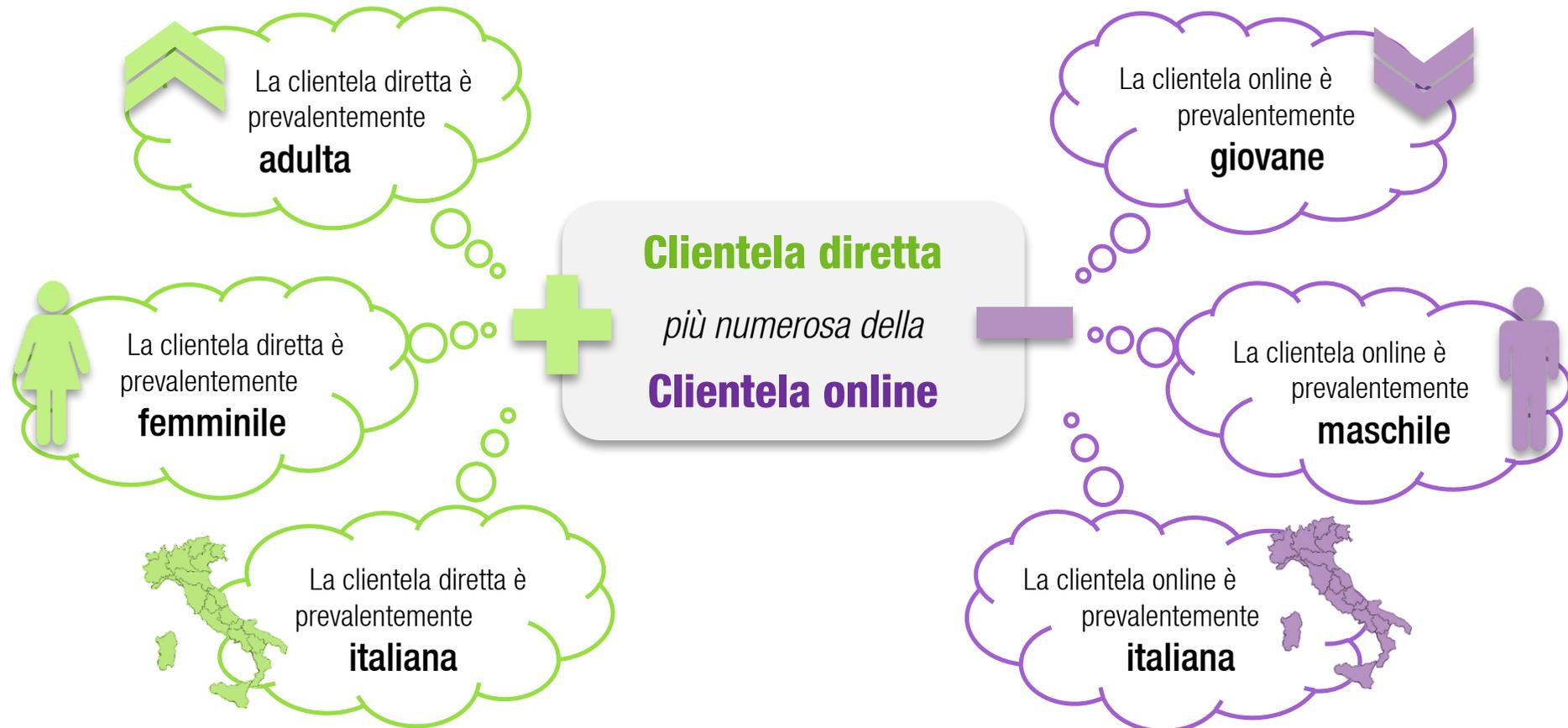
---

## Canali di vendita online più utilizzati



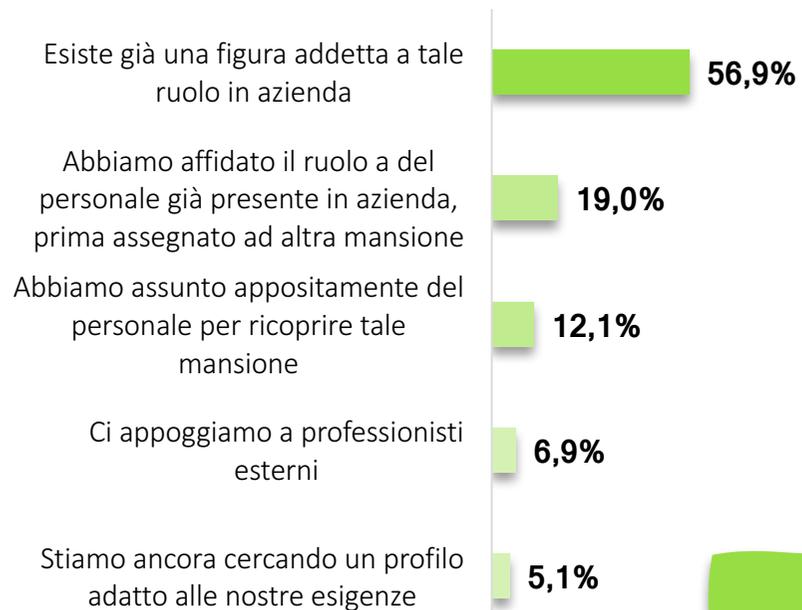
■ ■ ■ **Altro 10,2%**

## Chi usufruisce dei canali di vendita online

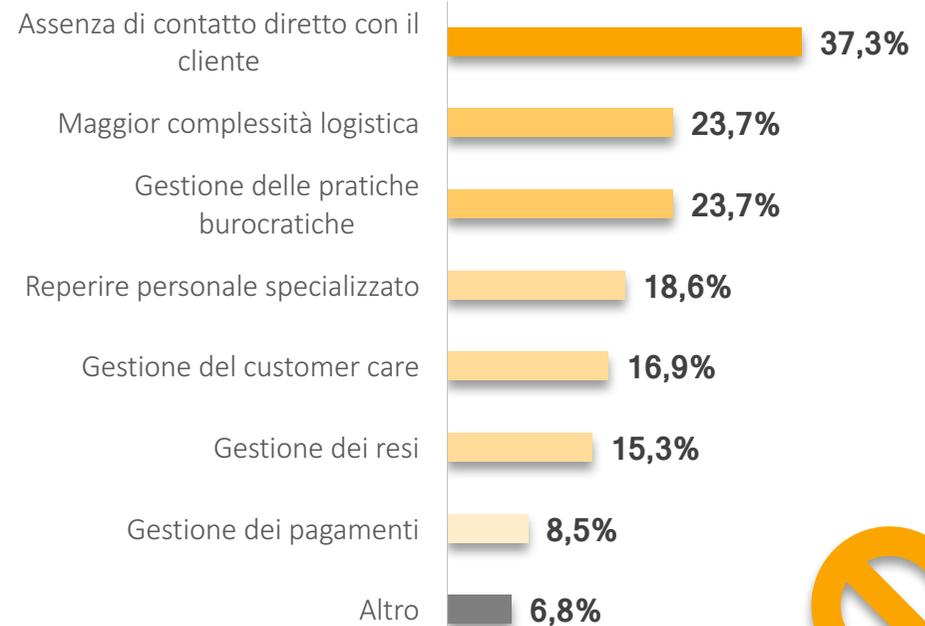


## Gestione dei canali online

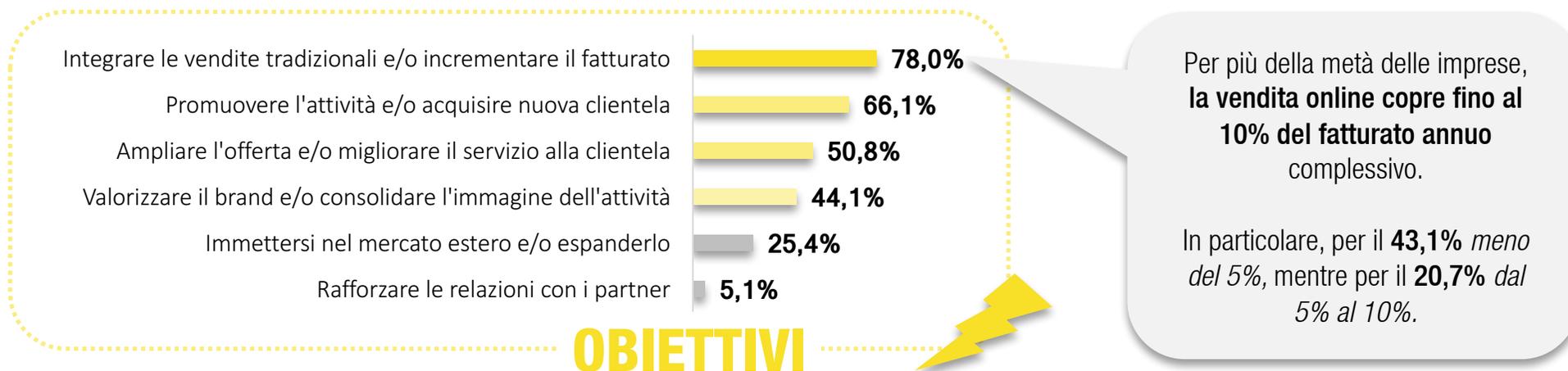
### CHI LI GESTISCE?



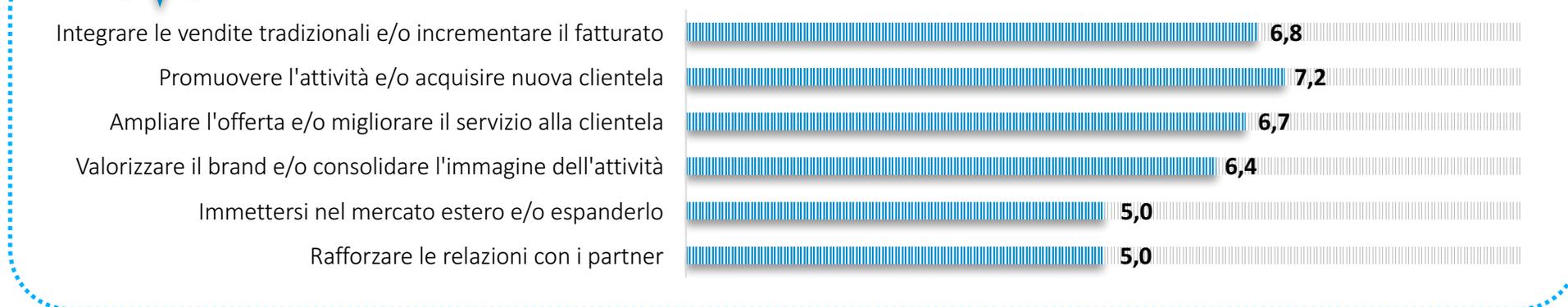
### QUALI LE CRITICITÀ?

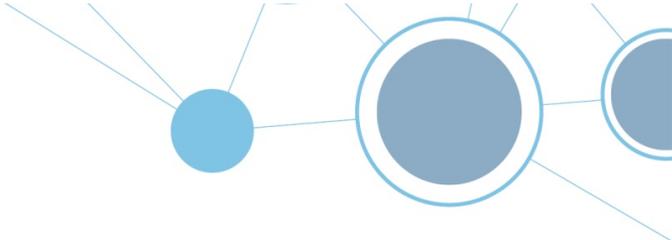


## Obiettivi prefissati e risultati ottenuti



## EFFICACIA DELLO STRUMENTO ONLINE





# EBiComLab

Centro studi sul terziario trevigiano



## Sede

Via Venier 55 - 31100 Treviso

## Segreteria

tel: 0422/412639

## Centro studi

tel: 0422/591544

e-mail: [ebicomlab@ebicom.it](mailto:ebicomlab@ebicom.it)

## Area stampa

tel: 0422/697966

e-mail: [ufficiostampa@milanipress.it](mailto:ufficiostampa@milanipress.it)

