ECOM BUILDER

4 STEPS TO BUILD A BUSINESS

ALL YOU NEED TO KNOW TO CREATE A DROPSHIPPING BUSINESS

MARIO SELVA

SEZ 1 - COS È IL DROPSHIPPING?

Il dropshipping è un business model per E-commerce.
Ciò che differenzia uno store in dropshipping da uno store normalissimo è la mancanza di un magazzino, da qui il nome appunto "Dropshipping".

In sostanza in questo modello di business Tizio vende prodotti online che però non possiede e quindi non spedisce direttamente.

È appunto il fornitore ad occuparsi della spedizione al cliente finale.

SEZ 2 - COSA TI SERVE PER INIZIARE?

Per iniziare a fare dropshipping ti servono una piccola somma di denaro, un computer e tanta voglia di fare!
Ovviamente ti servono anche conoscenze e competenze adatte.

In questa guida spiegherò come iniziare in piccoli e semplici passi.

In particolare spiegherò come aprire uno store in dropshipping con ***Shopify,*** la migliore piattaforma per E-commerce.

SEZ 3 - NICCHIA E PRODOTTO GIUSTI

CAP 1 - NICHE STORE OR GENERAL STORE

La prima distinzione molto importante da fare è quella tra "STORE DI NICCHIA" e "STORE GENERALE"

STORE DI NICCHIA : Store che tratta prodotti di una nicchia specifica (Es : Negozio di articoli sportivi)

STORE GENERALE : Store che tratta prodotti di più nicchie, quindi con molteplici categorie.

Quello che di solito consiglio ai miei studenti è di scegliere la strada del **"NICHE STORE"** e di creare una sorta di Brand attorno al prodotto scelto.
Questo perchè porta il cliente a tornare sul tuo sito per acquistare ancora e soprattutto un visitatore ha più fiducia di un sito che vende un solo tipo di prodotto. I siti che vendono un po' di tutto sono visti un po' come una "cinesata" .

CAP 2 - ONE PRODUCT STORE

Dal nome si riesce a capire già di cosa stiamo parlando : "Negozio con un solo prodotto"

Perchè è così performante al momento?

La risposta è molto semplice.
Creare un brand intorno ad un solo prodotto ci rende quasi i creatori di quest'ultimo.

Anche se in realtà il prodotto esiste già e noi lo acquistiamo da fornitore esterni.

Per rendere meglio l'idea eccoti alcuni store di successo :

www.blendjet.com
www.indestructibleshoes.com
www.beautycharcoal.com

CAP 3 - PRODOTTO VINCENTE

Il prodotto vincente presenta sempre queste 3 caratteristiche :

- RISOLVE UN PROBLEMA
- FATTORE WOW
- DIFFICILE DA TROVARE NEGLI STORE

Deve risolvere un problema perchè così c'è qualcuno che ne ha bisogno e che quindi lo acquisterà.

Deve avere un fattore WOW, ovvero deve incuriosire.

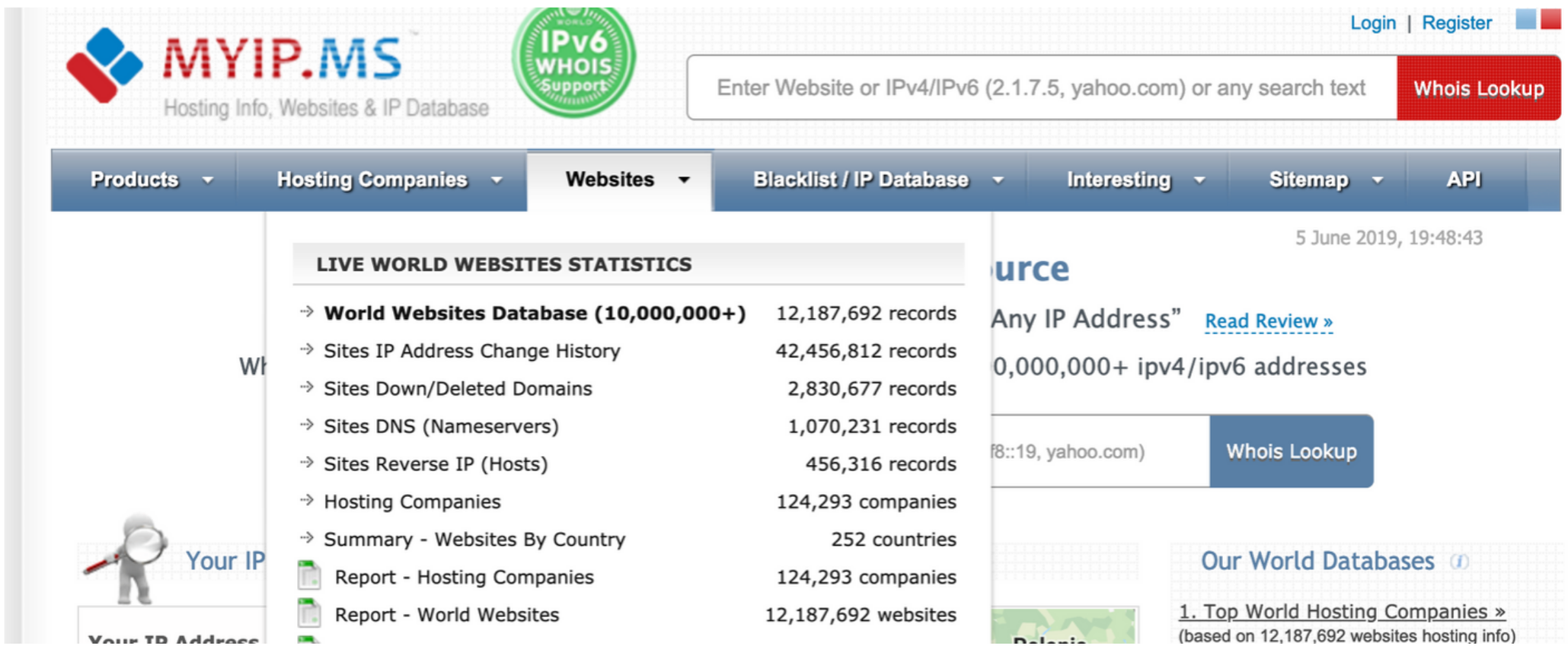
Non deve essere presente negli store fisici, perchè sappiamo tutti che l'essere umano è impaziente per natura.
Se tu avessi il negozio sotto casa che vende un prodotto che stavi per acquistare online, cosa faresti? **Scommetto che scenderesti a comprarlo, anche se costasse qualche euro in più.**

CAP 4 - METODO SPY ACTIVE

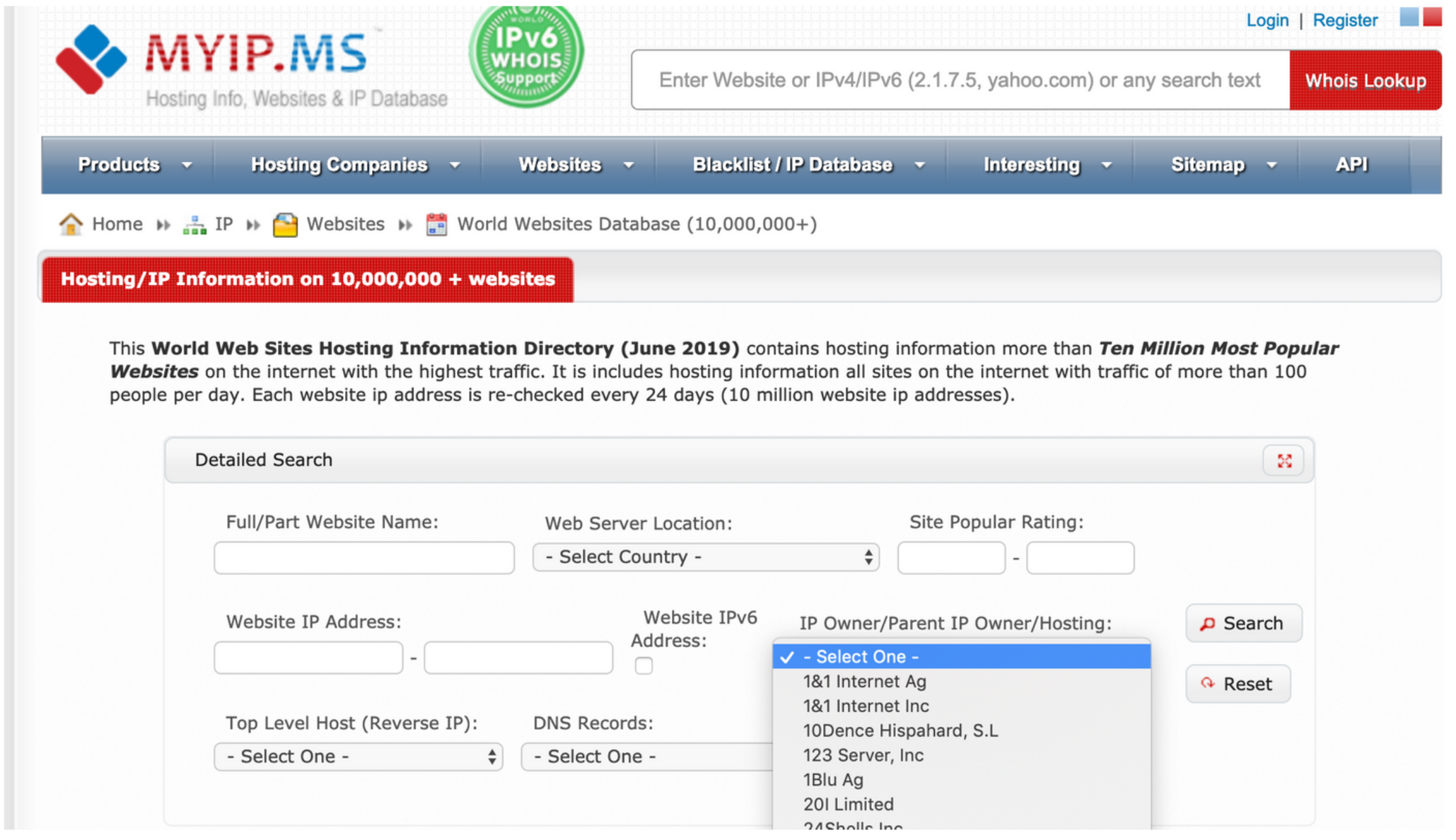
Questo metodo consiste nell'andare a spiare gli altri store realizzati con shopify e cercare un prodotto che rispetta i requisiti di cui abbiamo parlato in precedenza.

Per fare ciò accederemo ad un database dove troveremo **TUTTI** i siti creati con ***Shopify***.

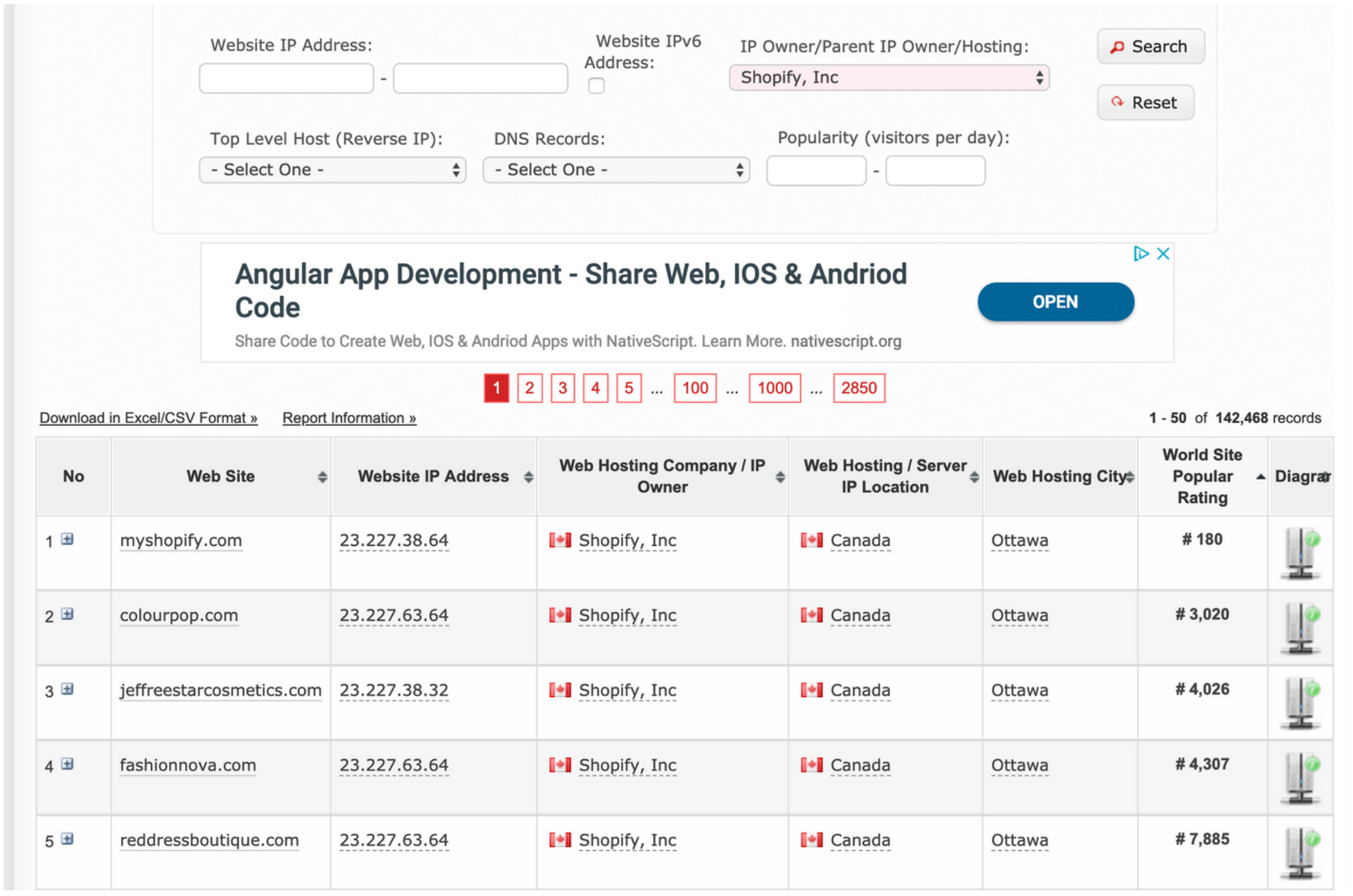
myip.ms



Clicchiamo sul menù a tendina "**Websites**" e poi su "**World Websites Database(10,000,000+)**"



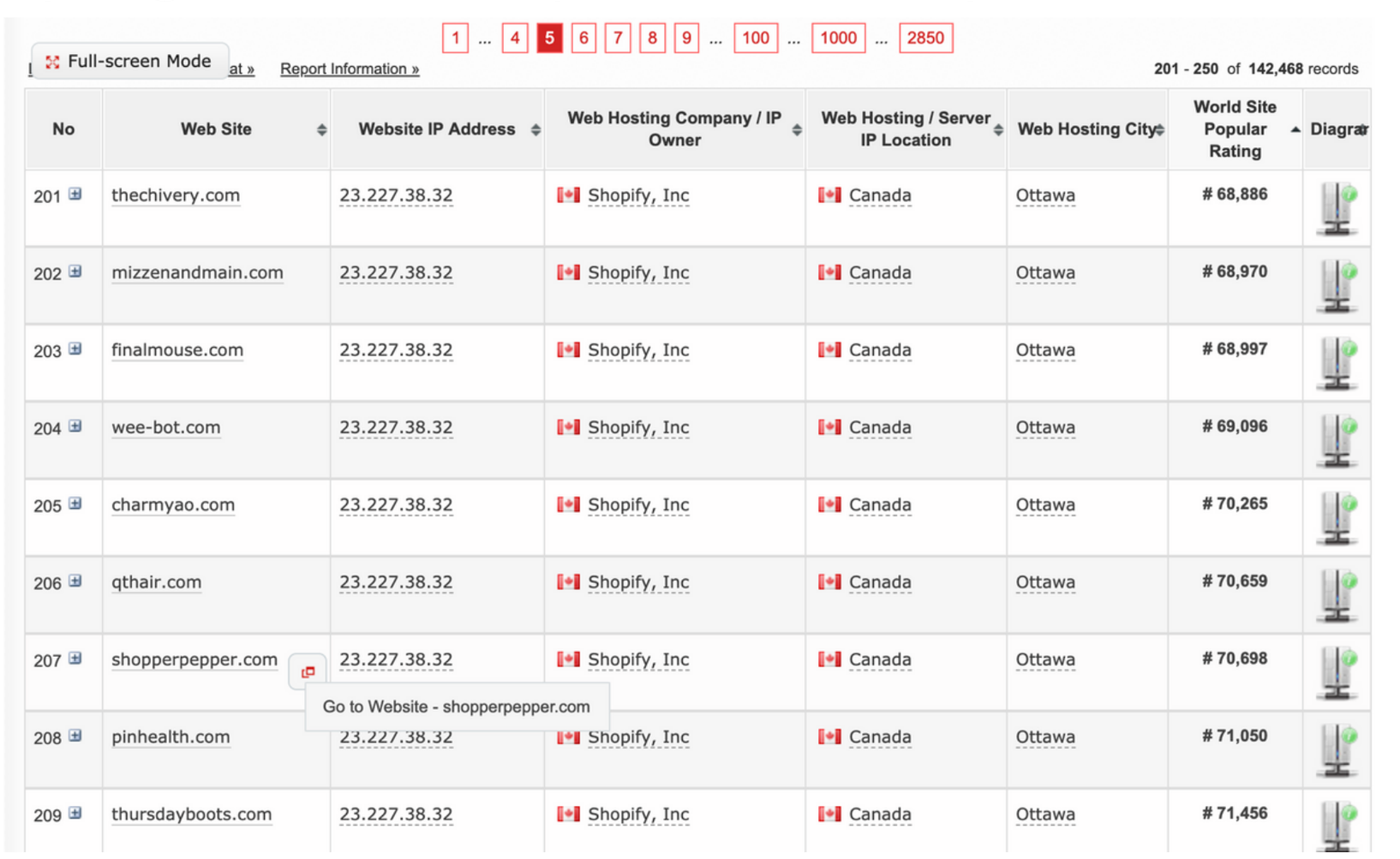
Ci troveremo di fronte ad una schermata del genere con vari filtri, cliccheremo sul menù a tendina "**IP Owner/Parent IP Owner/Hosting**" e selezioniamo "**Shopify, Inc**"



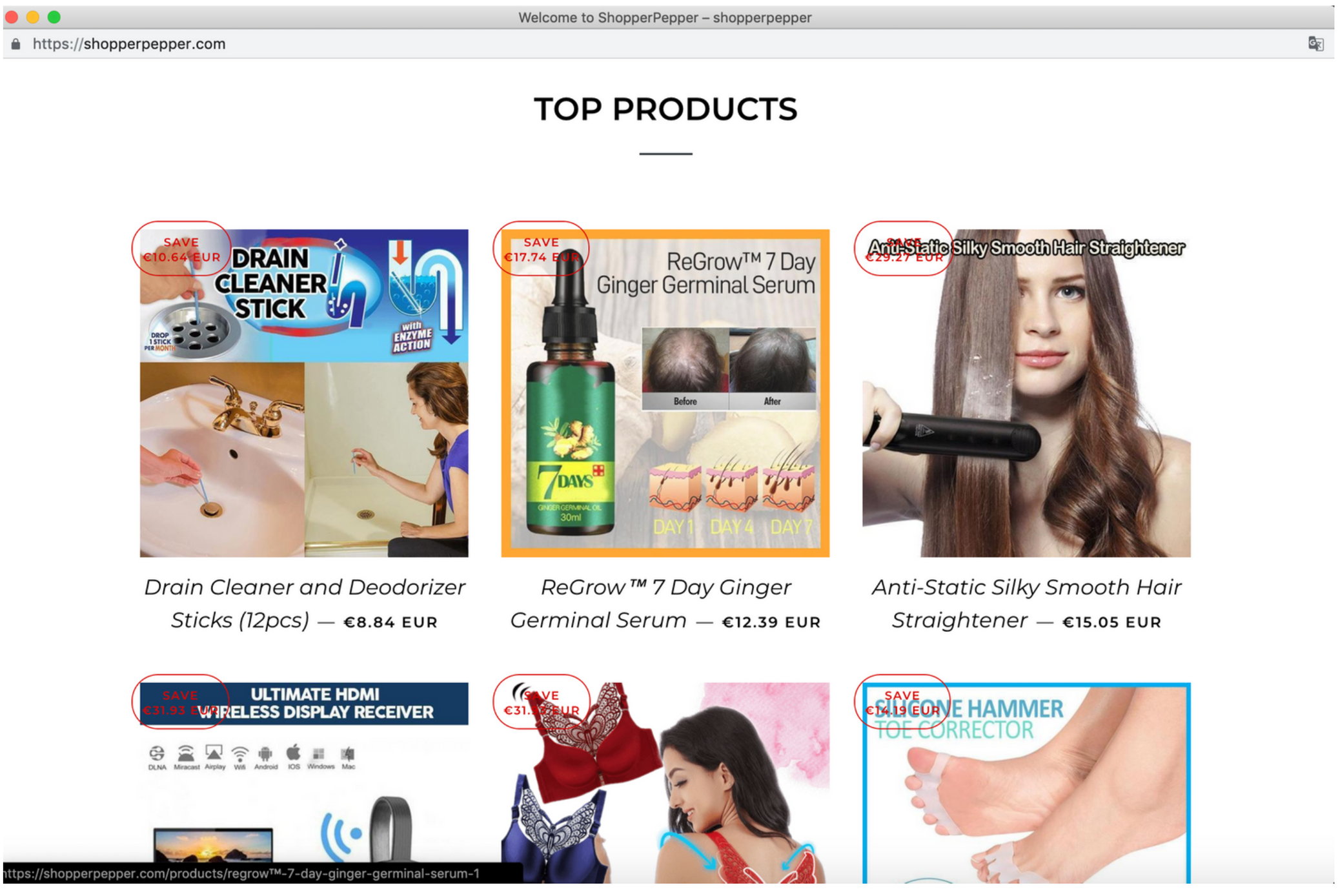
Dovreste avere una schermata del genere con tutti i siti hostati su *Shopify* in ordine di popolarità. Analizzeremo i siti web dalla pagina 5 in poi, poichè le prime 3 o 4 pagine sono occupate da siti web famosi, quindi non in dropshipping.

A questo punto i passaggi da seguire sono:

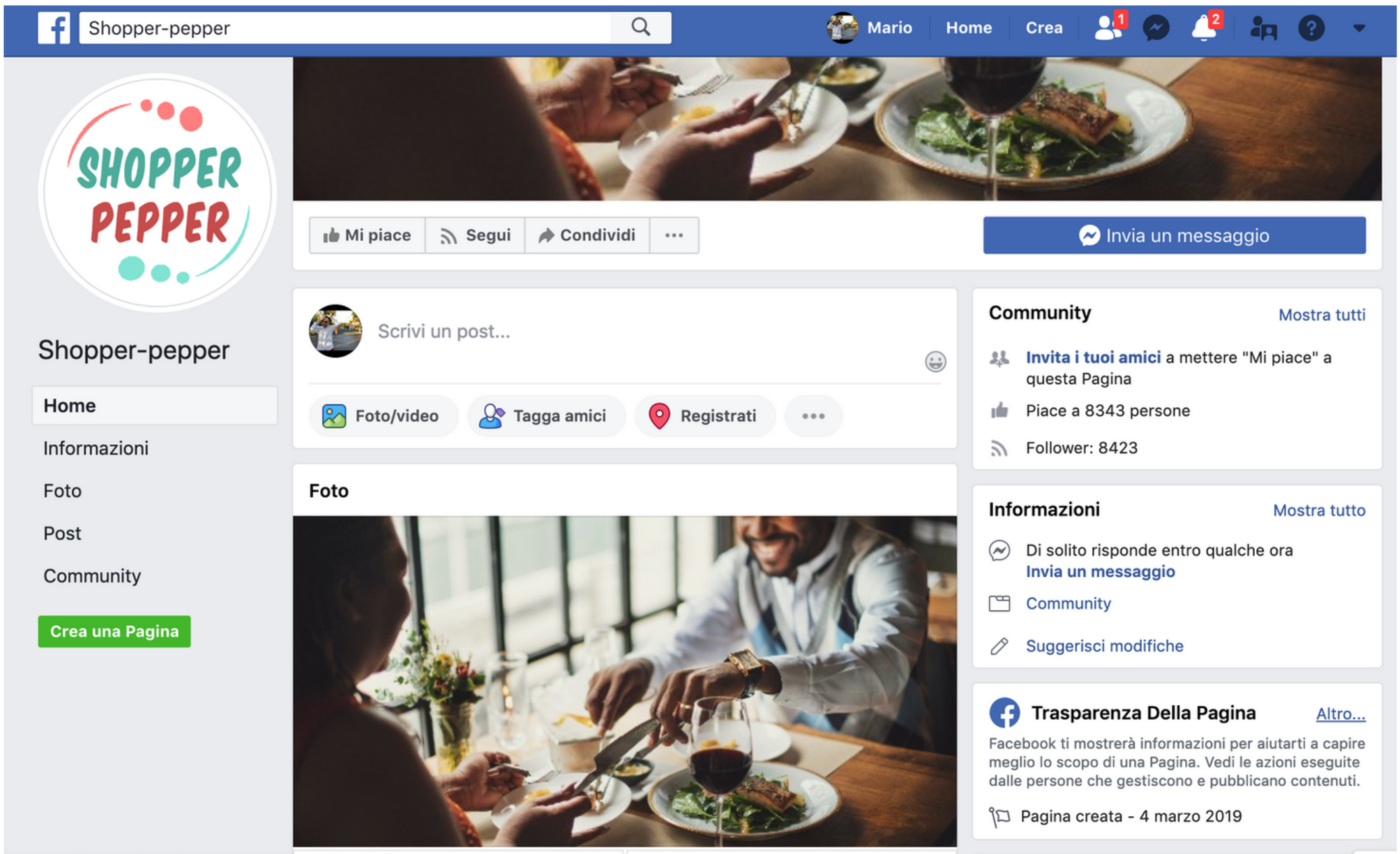
- Aprire pagina 5 e aprire uno per volta i siti web



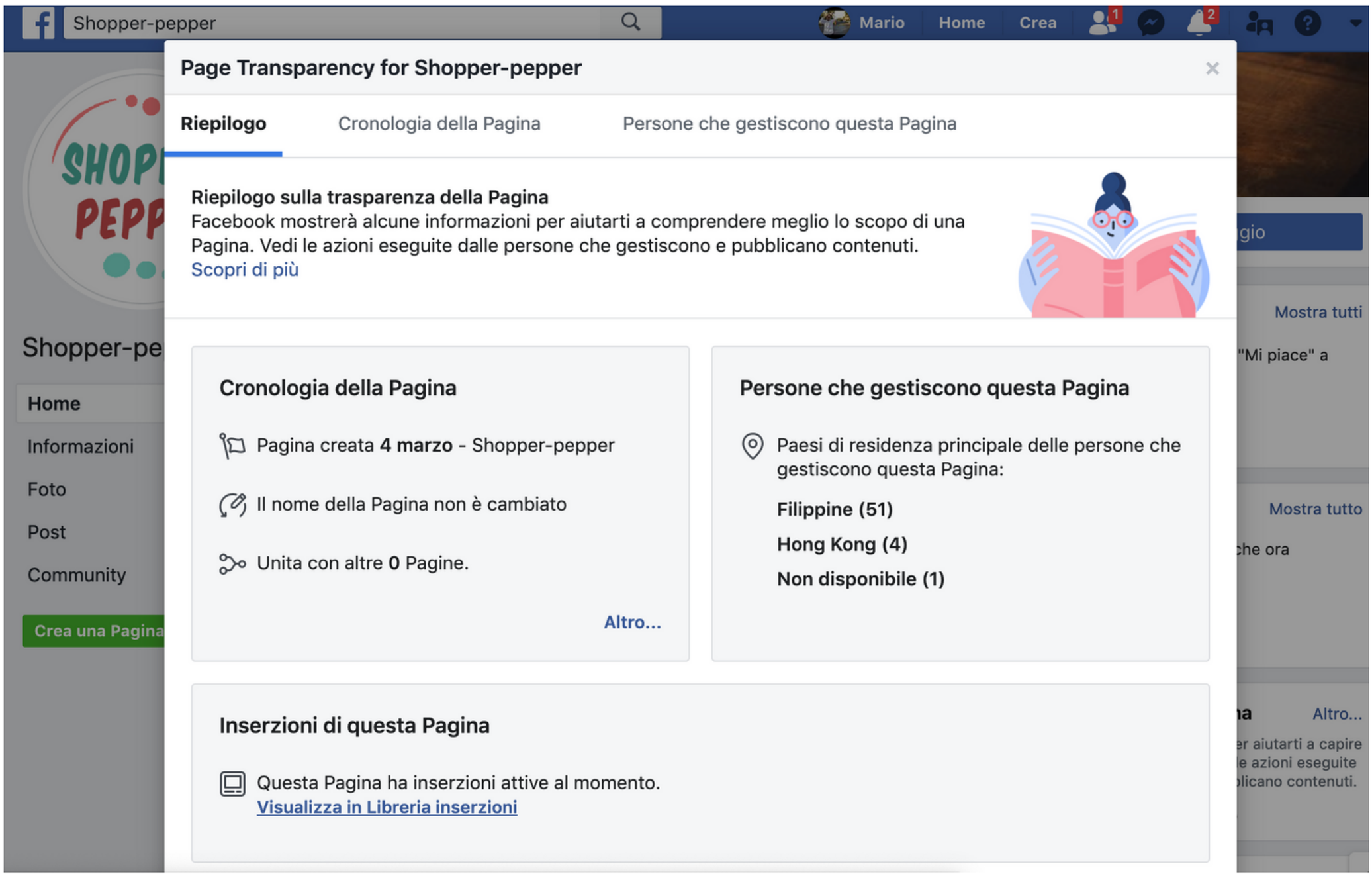
- Analizzare il sito e capire se è in dropshipping (facilmente deducibile da foto e prodotti)



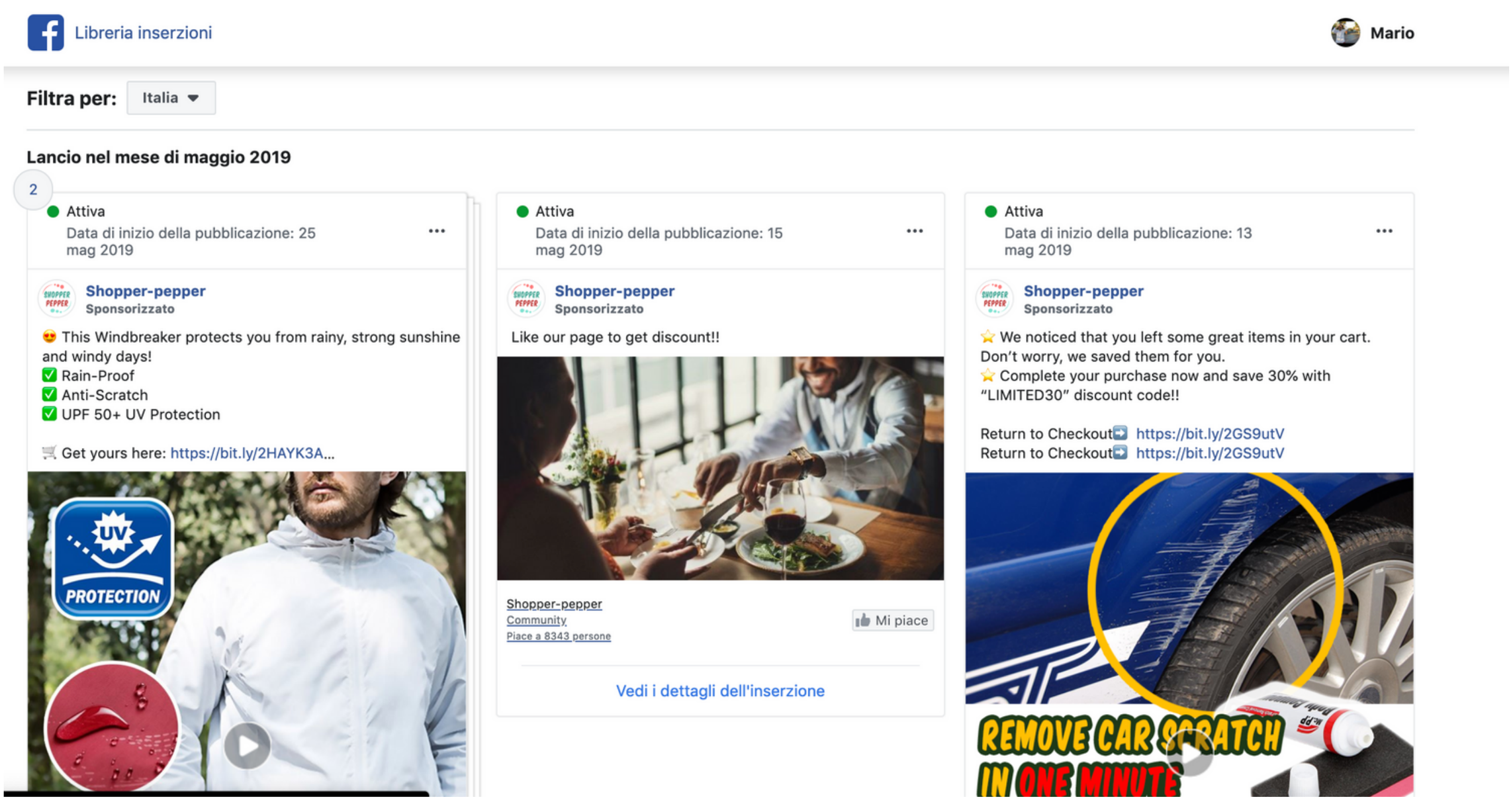
- Constatato ciò, aprire la rispettiva pagina FB



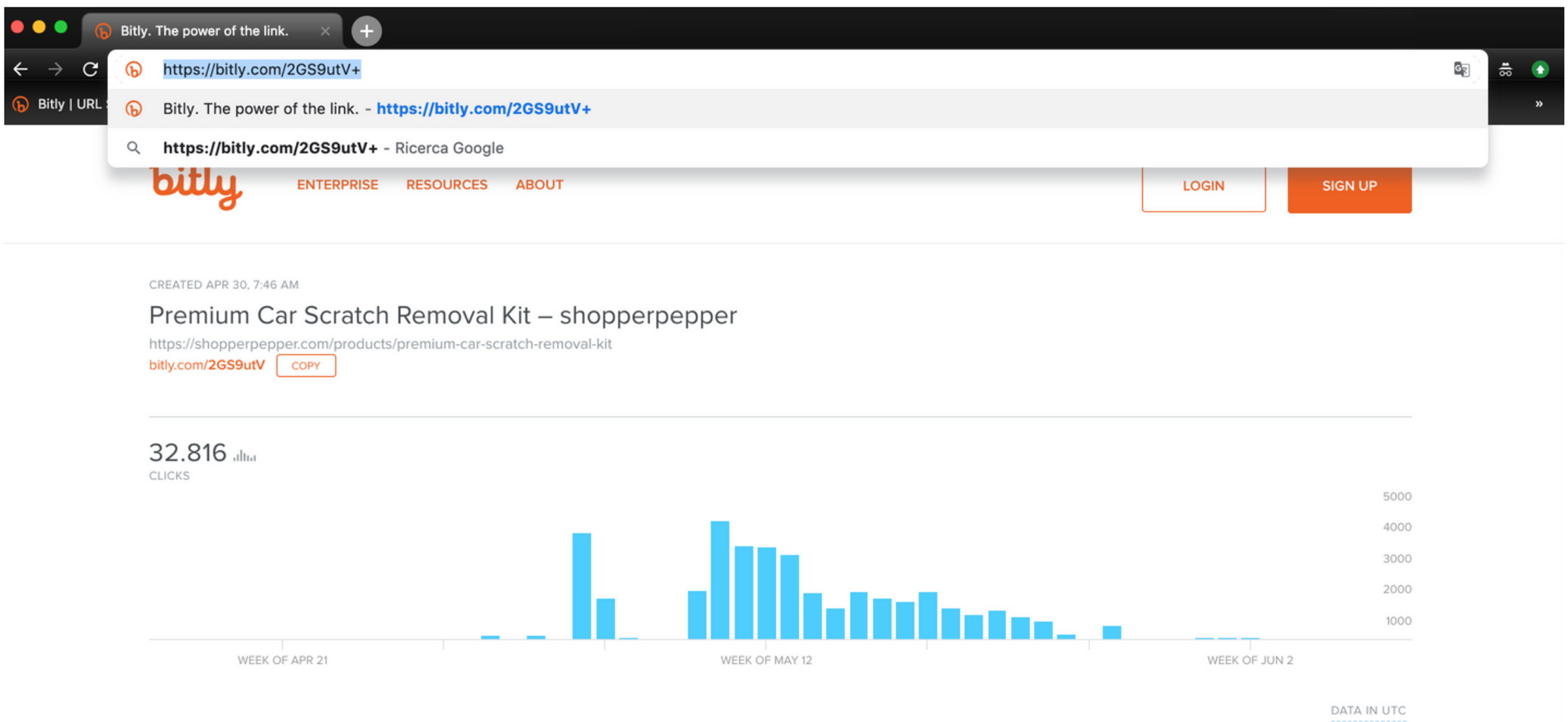
- Clicchiamo su "**altro**" nella sezione "**Trasparenza della pagina**" e in seguito nella sezione "**Inserzioni di questa Pagina**" , se la pagina ha inserzioni attive, troverete il messaggio "**Questa Pagina ha inserzioni attive al momento. Visualizza in libreria inserzioni**"



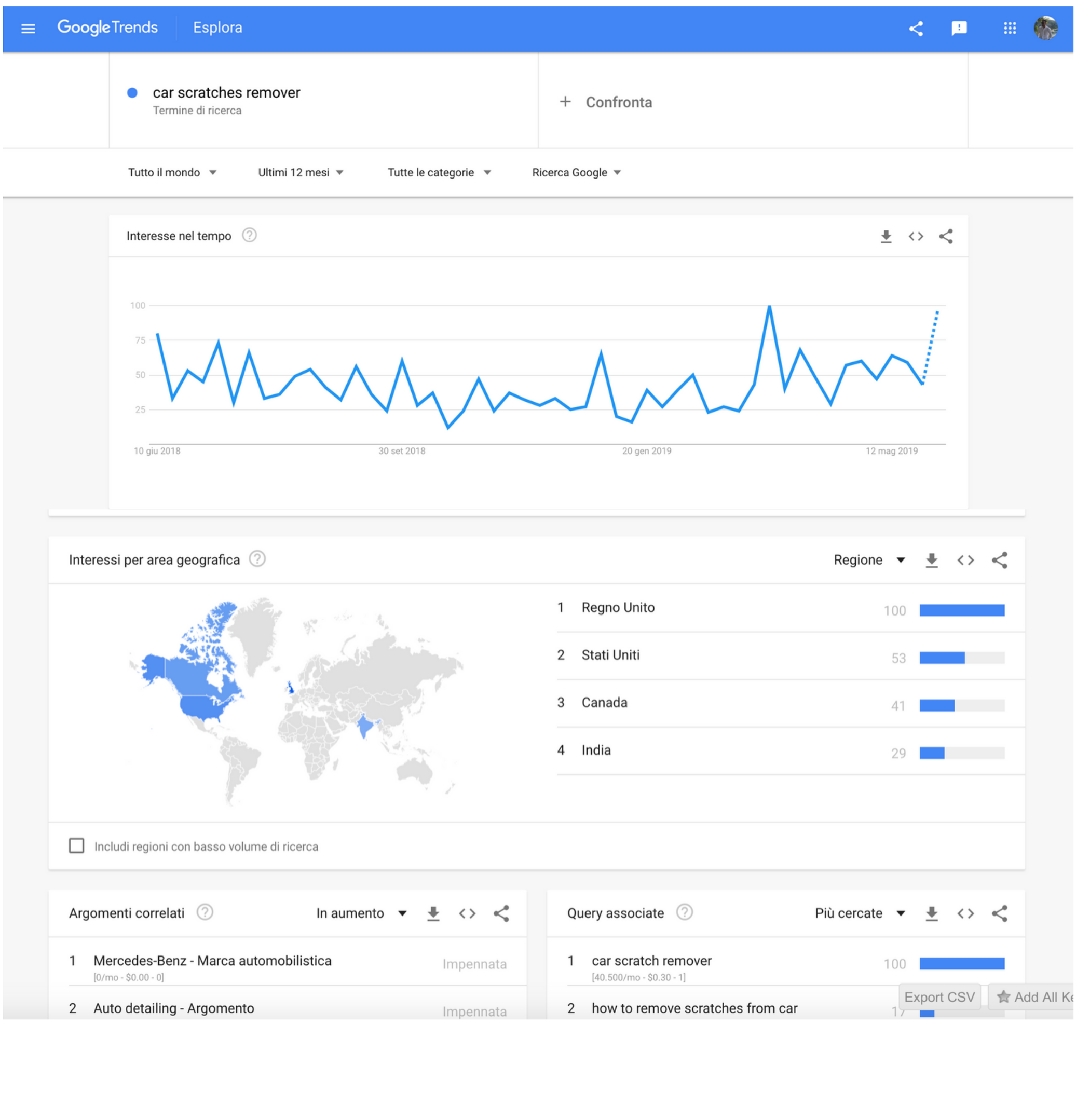
- A questo punto saremo nella libreria inserzioni della pagina in questione, quindi potremo analizzare tutti i prodotti che stanno pubblicizzando, tenendo sempre a mente le 3 caratteristiche del prodotto vincente (**SEZ 3 - CAP 3**)



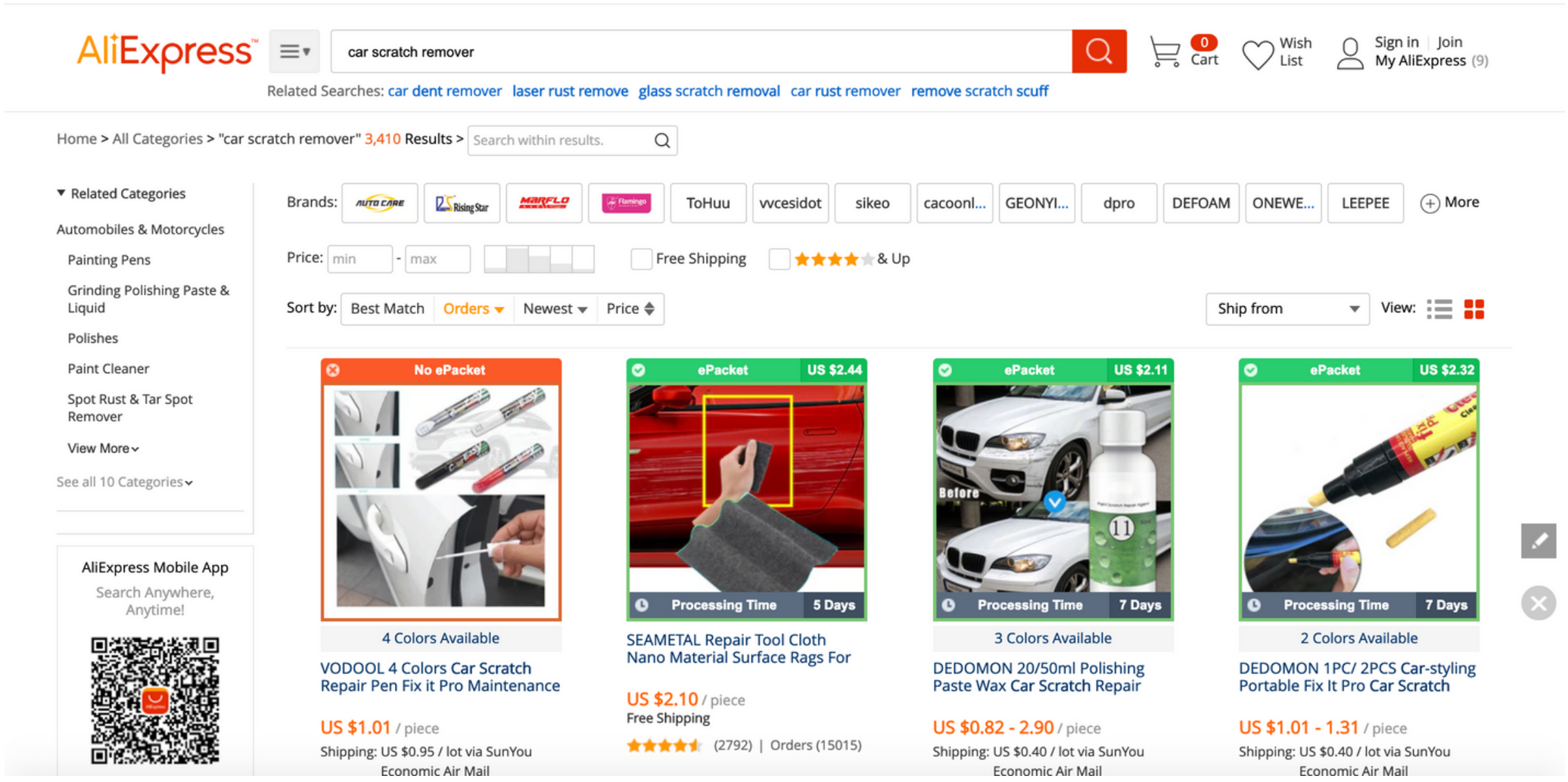
- Se troviamo un prodotto che ci sembra interessante e presenta il link abbreviato **bit.ly** nella descrizione, possiamo addirittura analizzare le statistiche del link. Basta aggiungere il segno "**+**" alla fine del link.



- Un' ulteriore analisi potrà essere effettuata su *Google Trends* per capire se il prodotto è molto cercato e soprattutto in che paesi.



- L' ultimo step da fare è cercare il prodotto su *Aliexpress* ed analizzare il volume di ordini e il costo per essere sicuri di poterlo vendere con un buon margine.

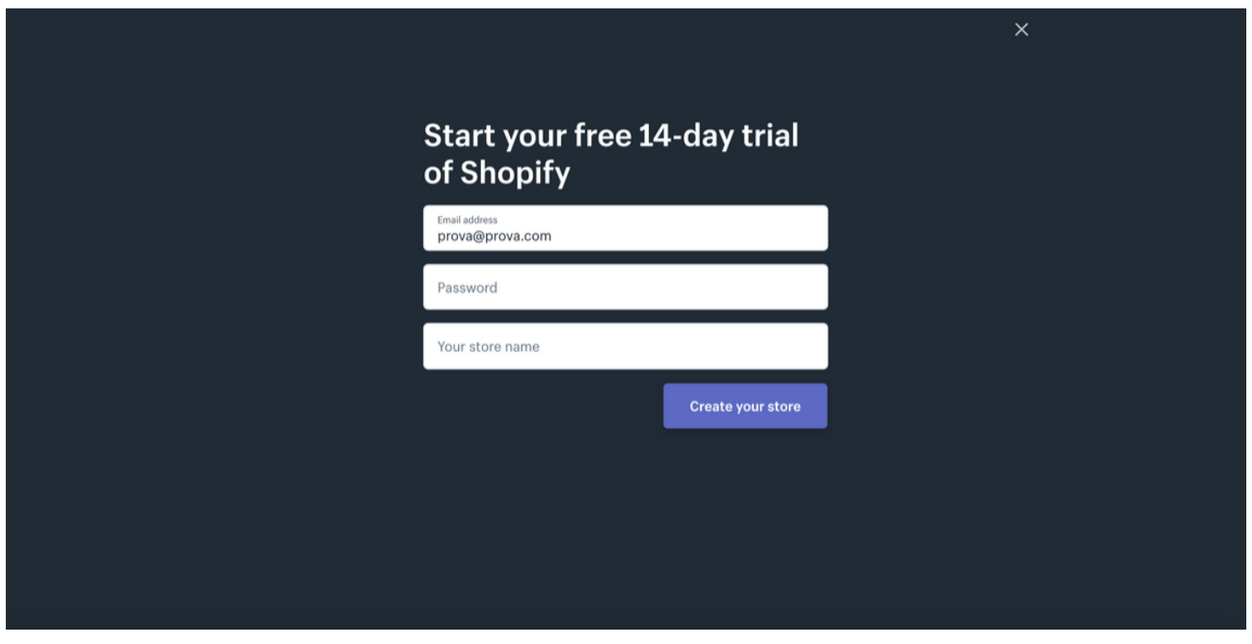


SEZ 4 - CREAZIONE STORE

CAP 1 - REGISTRAZIONE A SHOPIFY

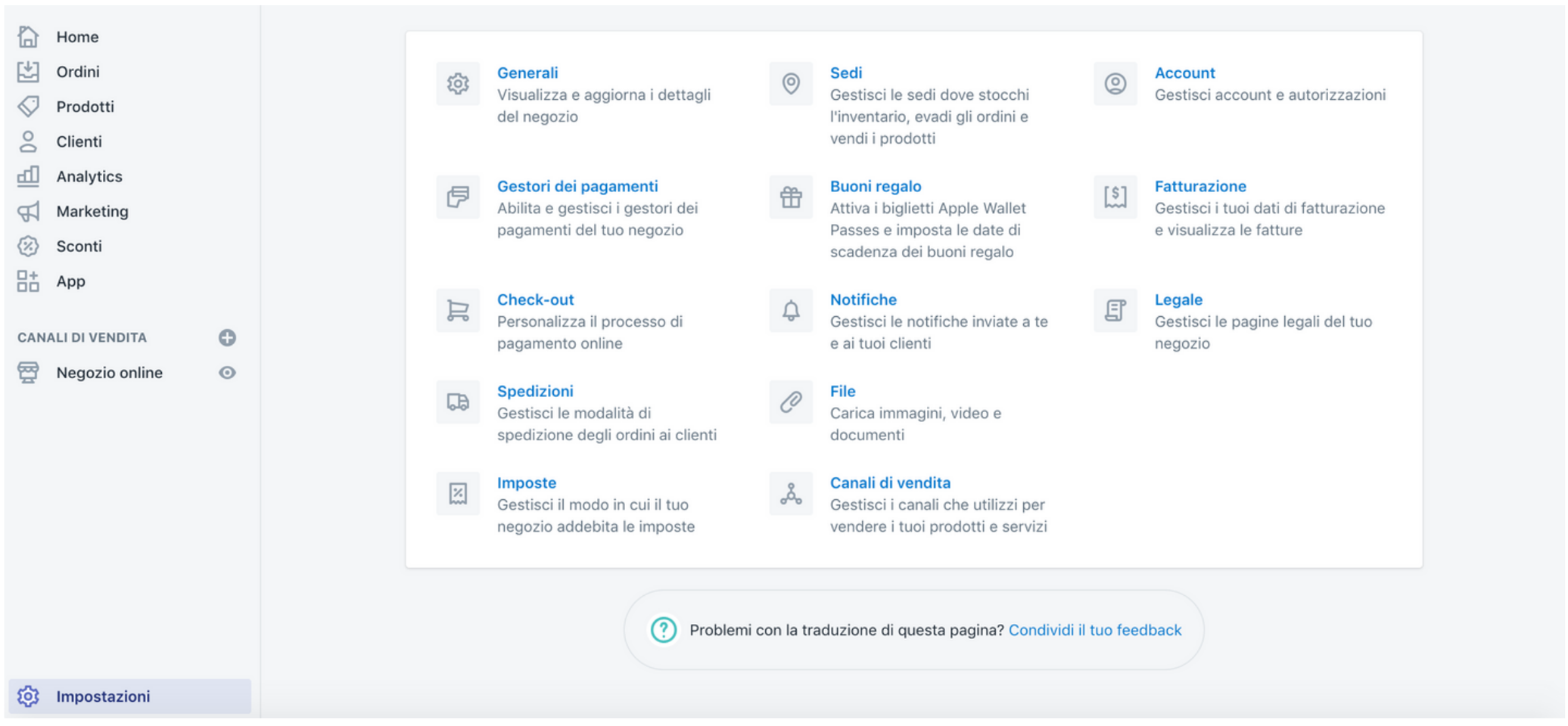
Per registrarsi a Shopify ed avere la prova gratuita di 14 giorni cliccare su questo link qui sotto ed inserire tutti i dati correttamente.

REGISTRAZIONE SHOPIFY (FREE TRIAL 14 DAYS).



CAP 2 - IMPOSTAZIONI BACK-END

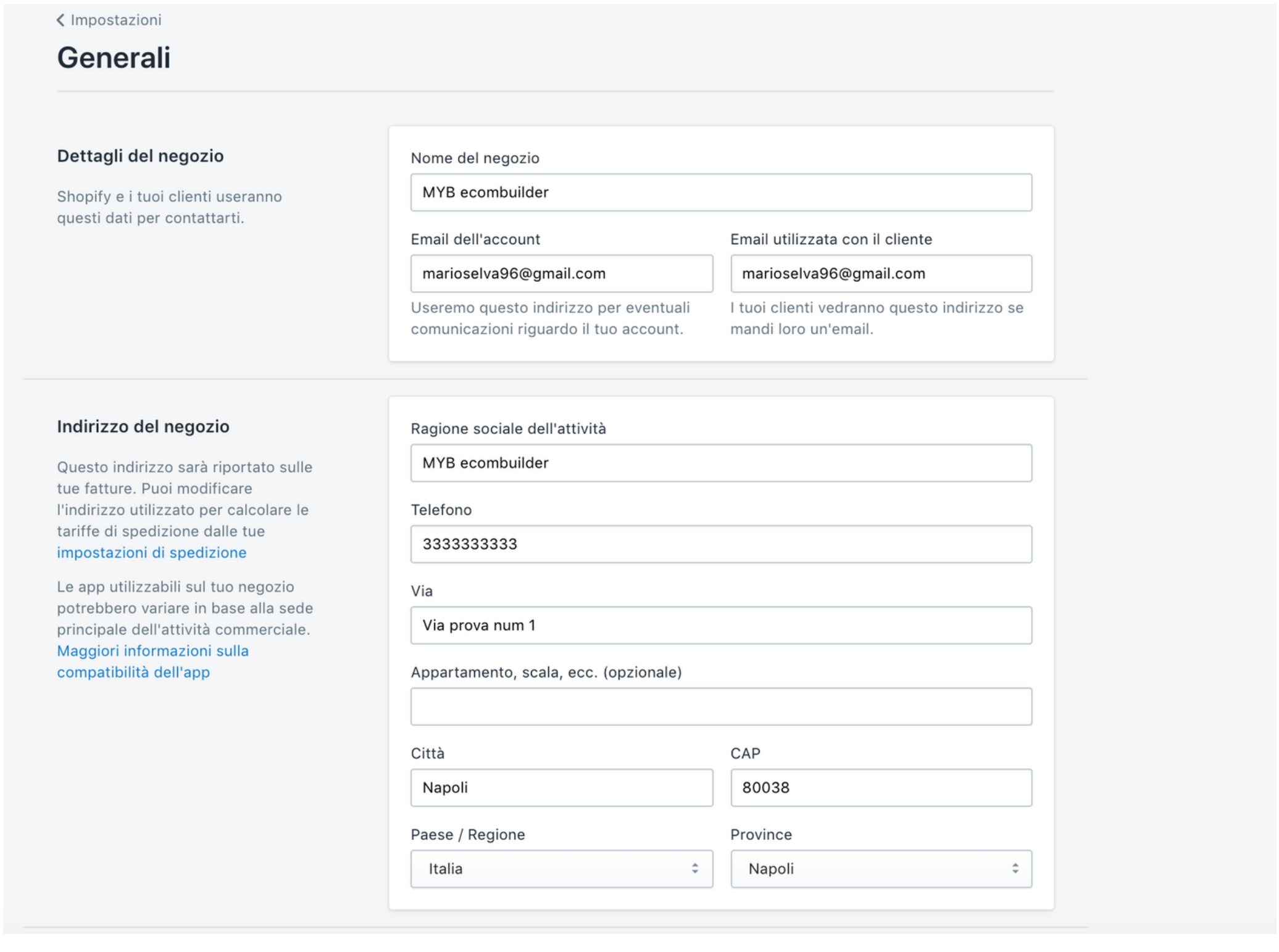
Recarsi su "**Impostazioni**" in basso a sinistra e cliccare su "**Generali**"

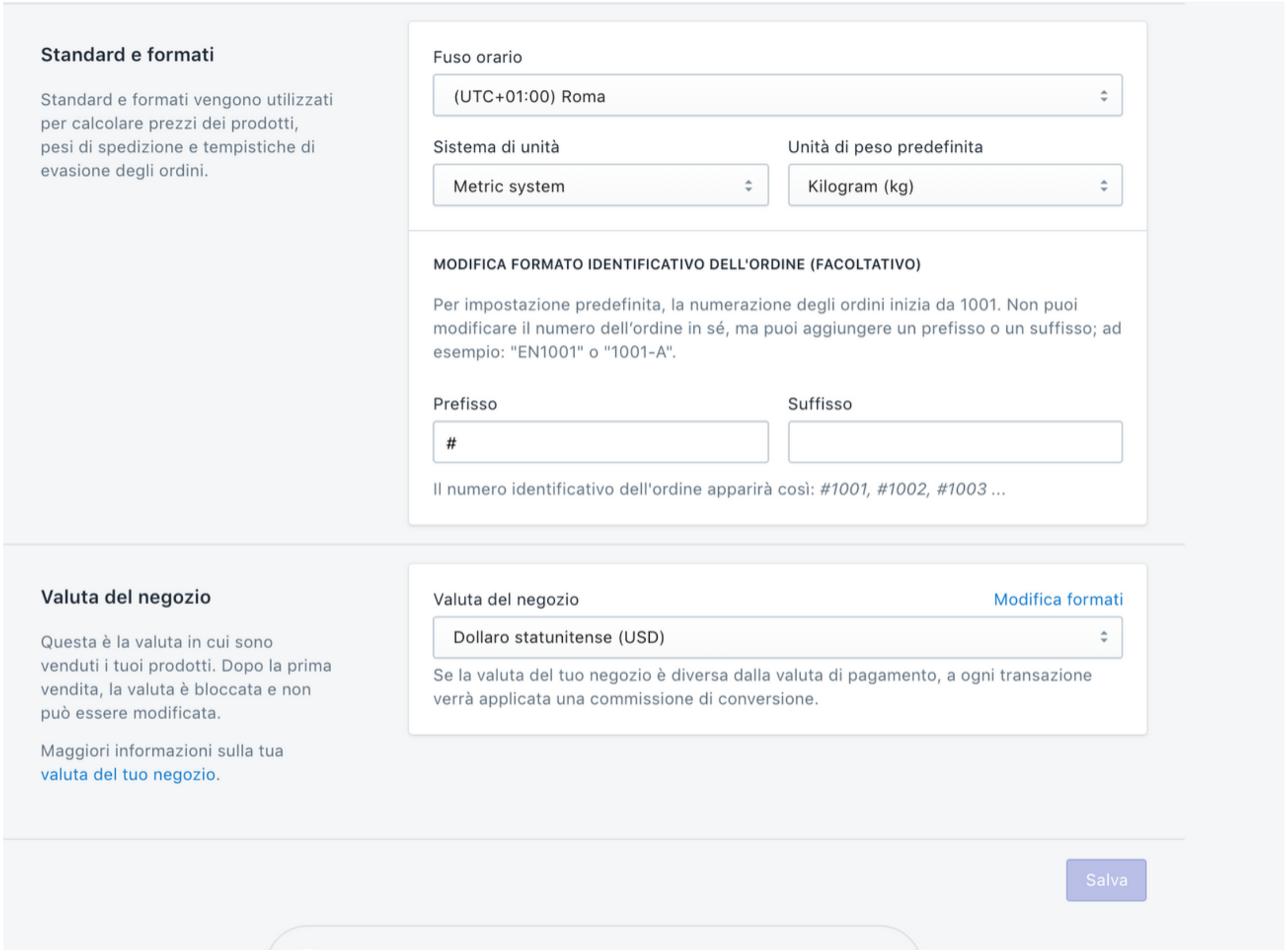


A questo punto compilare tutti i dati correttamente, in "**ragione sociale**" inserite un nome qualsiasi *(lo cambierete più avanti quando avrete deciso il nome dello store)*.

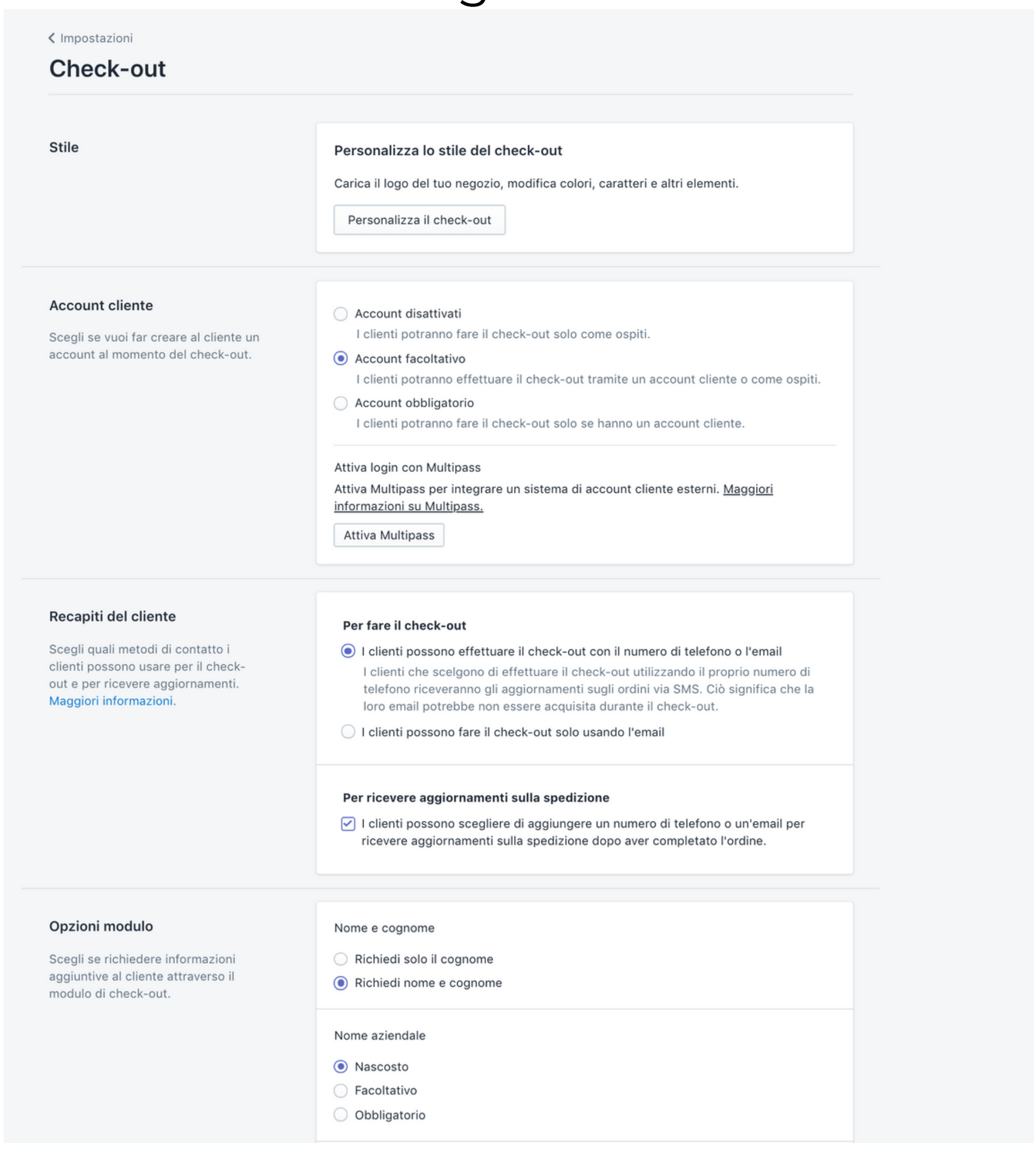
Impostate il fuso orario italiano e la valuta "**Dollaro Statunitense**" o "**Euro**". Per il resto lasciate tutto come sta.

N.B INSERIRE TUTTI I DATI SENZA TRALASCIARE NULLA





Una volta salvato potete tornare su "**Impostazioni**" in basso a sinistra e cliccare su "**Checkout**"
A questo punto impostate tutto come negli screen seguenti.



Opzioni modulo

Scegli se richiedere informazioni aggiuntive al cliente attraverso il modulo di check-out.

Nome e cognome

- ○ Richiedi solo il cognome
- ◉ Richiedi nome e cognome

Nome aziendale

- ◉ Nascosto
- ○ Facoltativo
- ○ Obbligatorio

Indirizzo - campo 2 (scala, interno, ecc.)

- ○ Nascosto
- ◉ Facoltativo
- ○ Obbligatorio

Numero telefonico dell'indirizzo di spedizione

- ○ Nascosto
- ○ Facoltativo
- ◉ Obbligatorio

Elaborazione dell'ordine

Modifica la risposta generata dal tuo negozio al verificarsi di check-out e ordini. Scopri come funziona l'elaborazione degli ordini.

Mentre il cliente sta effettuando il check-out

- ☑ Per impostazione predefinita, utilizza l'indirizzo di spedizione come indirizzo di fatturazione
  Riduce il numero di campi richiesti per il check-out. L'indirizzo di fatturazione può comunque essere modificato.
- ☑ Richiedi conferma
  I clienti devono rivedere i dettagli dell'ordine prima dell'acquisto.
- ☑ Abilita il completamento automatico dell'indirizzo
  Fornisce ai clienti suggerimenti sull'indirizzo quando inseriscono il loro indirizzo di spedizione e fatturazione.

Dopo che un ordine è stato pagato:

- ○ Evadi in automatico le voci dell'ordine.
- ○ Evadi automaticamente solo la parte dell'ordine relativa ai **buoni regalo**.
- ◉ Non evadere in automatico alcuna voce dell'ordine.

Dopo che un ordine è stato evaso e pagato:

- ☑ Archivia automaticamente l'ordine
  Gli ordini evasi verranno automaticamente rimossi dalla lista degli ordini aperti.

Script aggiuntivi

Qualsiasi personalizzazione desideri che appaia sulla pagina di stato dell'ordine

Email marketing

Consenti ai clienti di registrarsi per ricevere email di marketing al momento del check-out. Clienti chi si registra viene aggiunto al gruppo "Accetta marketing".

- ☑ Mostra un'opzione di registrazione al momento del check-out
  - ☑ Preseleziona l'opzione di registrazione

Check-out abbandonati

Invia un'email ai clienti che hanno lasciato dei Maggiori informazioni.

Personalizza email

- ☑ Invia automaticamente email relative a check-out abbandonati

Invia a

- ○ Chiunque abbandoni il check-out
- ◉ Chi è iscritto alle email promozionali e abbandona il check-out

Invia

- ○ un'ora
- ○ 6 ore
- ◉ 10 ore (consigliato)
- ○ 24 ore

Lingua del check-out

La pagina di check-out del tuo negozio è visualizzabile in **English**

Gestisci lingua per il check-out

Salva

Una volta salvato potete tornare su "**Impostazioni**" in basso a sinistra e cliccare su "**Spedizioni**"
A questo punto troverete due zone di spedizione :

- Domestic (Italy)
- Rest of World

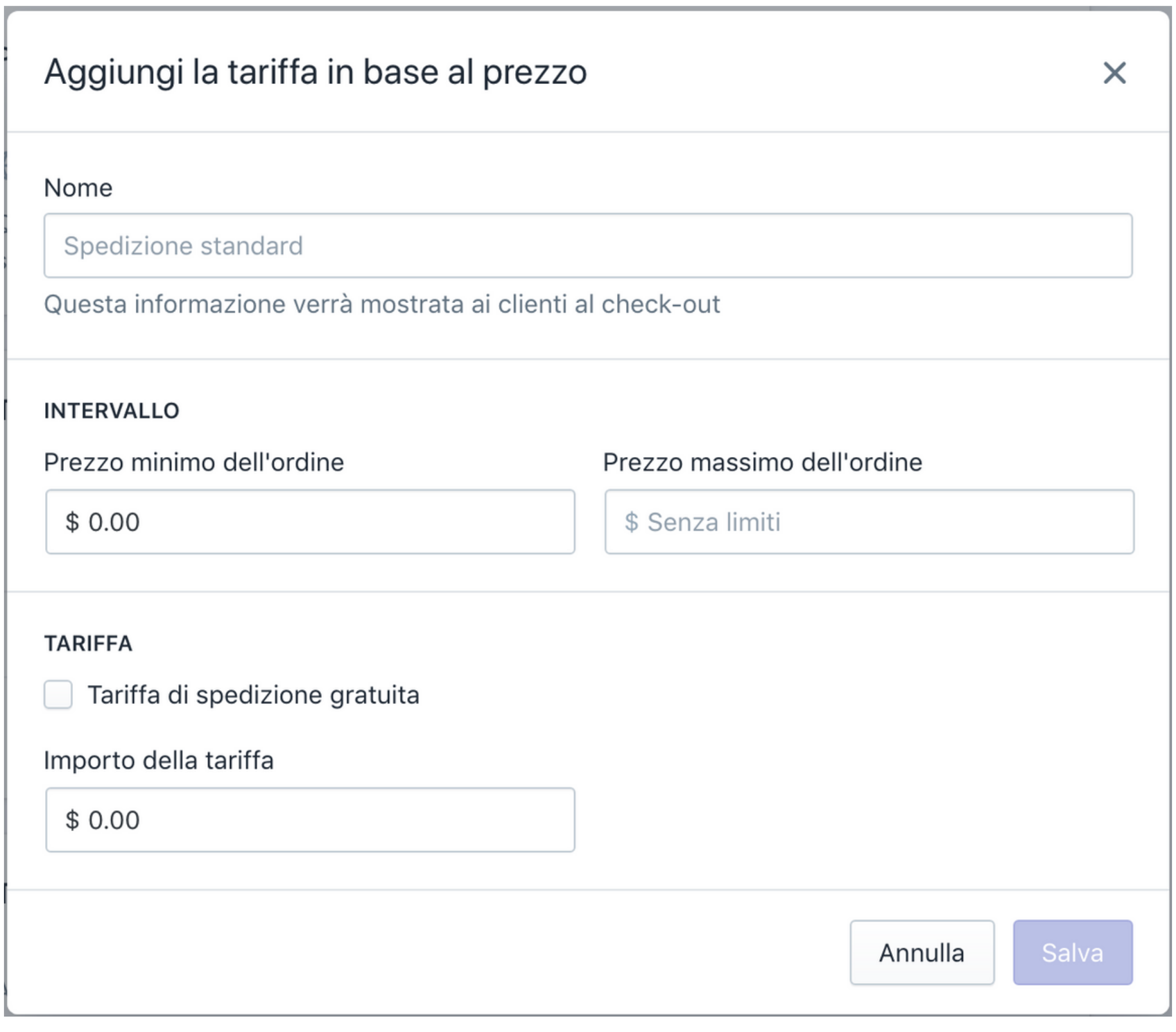
Cliccate su "**modifica**" Domestic (Italy), scorrete la pagine che vi si aprirà e cliccate su "**Elimina zona**"

Dopodichè cliccate su "modifica" Rest of World, nella pagina che aprirete troverete :

- Tariffe basate sul prezzo
- Tariffe basate sul peso

Eliminate le tariffe basate sul peso cliccando sulla **X** che trovate alla fine di ogni tariffa.

Fatto ciò cliccate su "**Aggiungi tariffa**" basata sul prezzo
A questo punto avrete una schermata del genere :

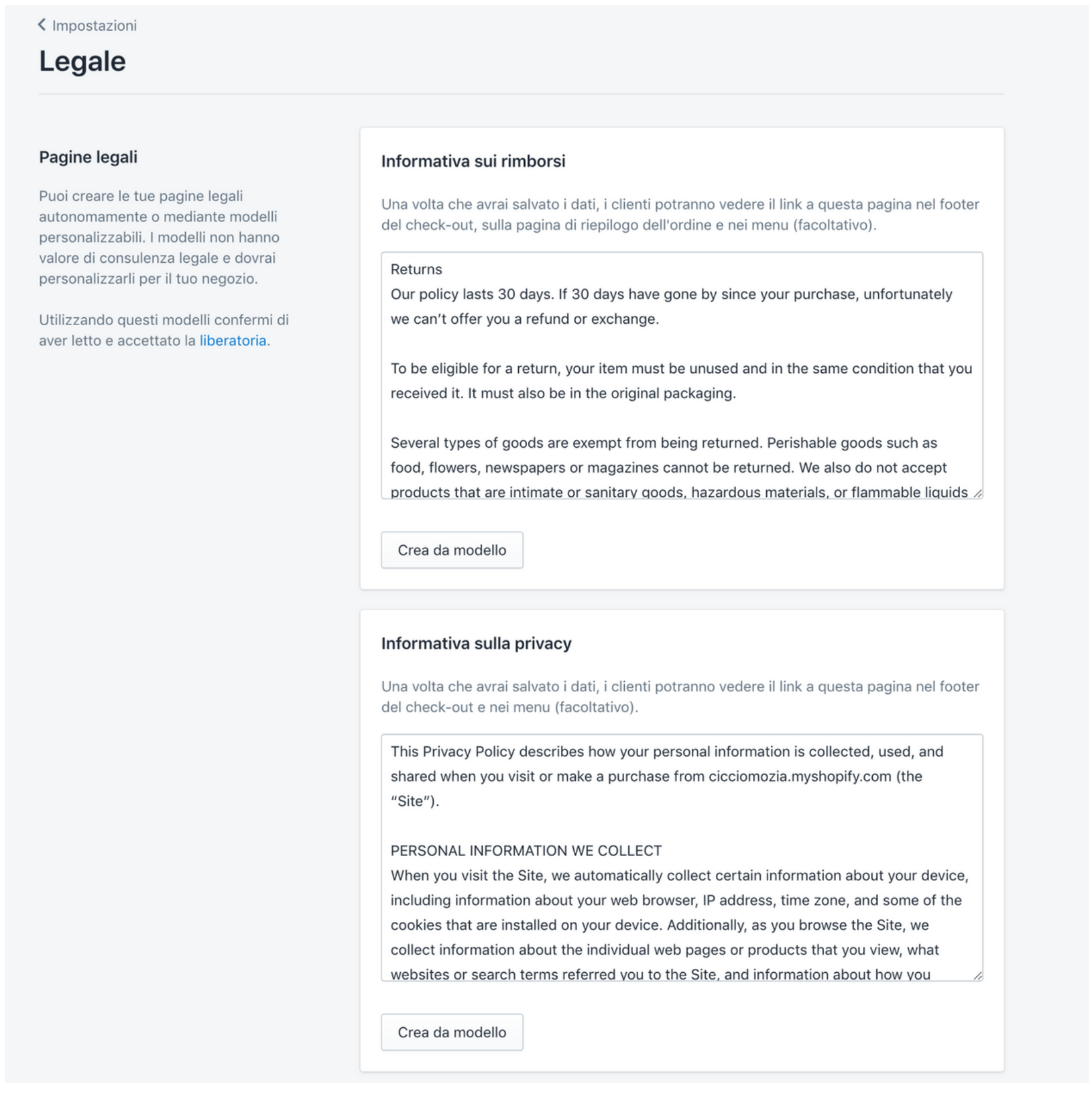


Qui potrete scegliere se far pagare la spedizione sempre, fino ad un tot oppure metterla GRATIS.
Per non far pagare la spedizione vi basterà spuntare "**Tariffa di spedizione gratuita**" senza toccare nient'altro.
Se volete far pagare la spedizione vi basta inserire l'importo della tariffa in basso e scegliere un intervallo di prezzo, all'interno del quale la spedizione sarà a pagamento.

Una volta salvato potete tornare su "**Impostazioni**" in basso a sinistra e cliccare su "**Legale**"
A questo punto troverete le varie informative (Privacy Policy, Refund Policy e Terms of Service)

Se avete seguito alla lettera tutti i passaggi spiegati in precedenza avrete il pulsante "**Crea da modello**" sotto ogni informativa.

Create i template e salvate tutto.
(L'informativa sulle spedizioni lasciatela vuota)



Una volta salvato siete pronti per passare al prossimo step. Le uniche impostazioni che vi mancano sono "**Gestori dei pagamenti**" e "**Fatturazione**" .

Nel primo dovrete impostare **PayPal** e **Stripe** per accettare pagamenti tramite carta e tramite **PayPal**

Nel secondo dovrete aggiungere una carta che servirà soltanto per pagare le commissioni ***Shopify*** (piano mensile, app e commissioni su ordini)

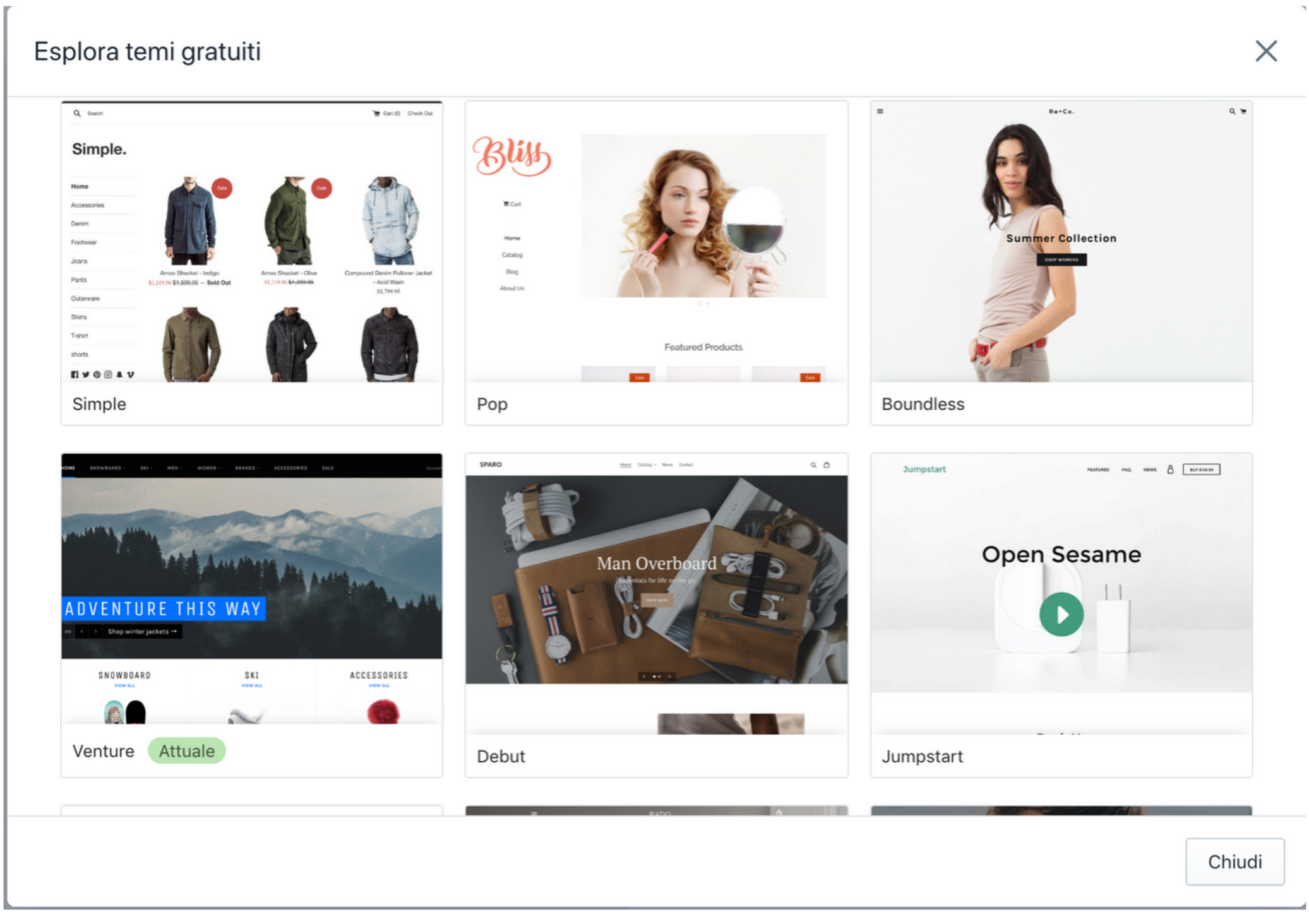
CAP 3 - SCELTA DEL TEMA

Per scegliere il tema clicca su "**Negozio online**"

Vedrai una schermata con scritto "**Tema in uso**" e "**Libreria temi**"

A questo punto clicca su "**Esplora temi gratuiti**"

Si aprirà una schermata con tutti i temi gratuiti



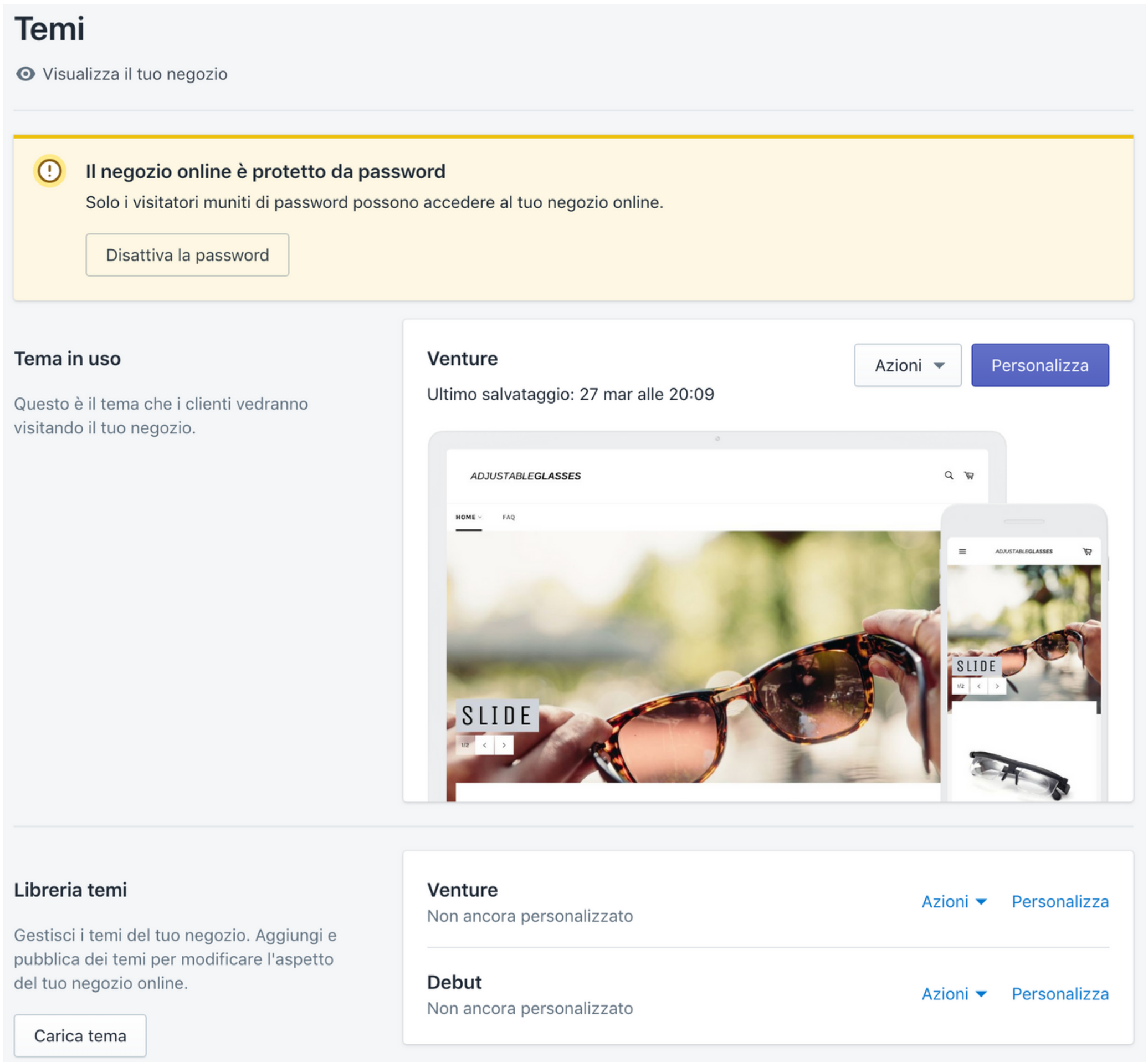
Adesso è tempo di scegliere un tema, io solitamente consiglio un tema a seconda del tipo di store che si vuole creare.

Niche store : Venture
One Product Store : Debut, Brooklyn

Per personalizzare lo store basta cliccare su **Personalizza.**

Come esempio ho preso un prodotto ormai saturo, che userò come esempio durante questa guida.

Gli occhiali regolabili.



In questo caso ho semplicemente creato un logo pulito e semplice su Canva.com

Dopodichè l'ho caricato nell'header del sito web,
ho messo una slide inerente al prodotto e ho messo il prodotto in Homepage.

CAP 4 - APP DA INSTALLARE

In questo capitolo parleremo delle App importantissime da installare sul proprio store.

- Free Shipping Bar By HEXTOM
- Oberlo
- Currency Converter Box By Autoketing
- Sales Pop
- Help Center - FAQ
- Ali Reviews/Loox Reviews/Ryviu
- Tracktor by ShopPad
- Klaviyo

Free Shipping Bar By HEXTOM

Questa app è molto semplice da utilizzare e serve per creare una barra in alto sul proprio sito web.
Di solito è utilizzata per far notare alle persone che la spedizione è gratis o comunque lo è dopo un certa somma spesa.

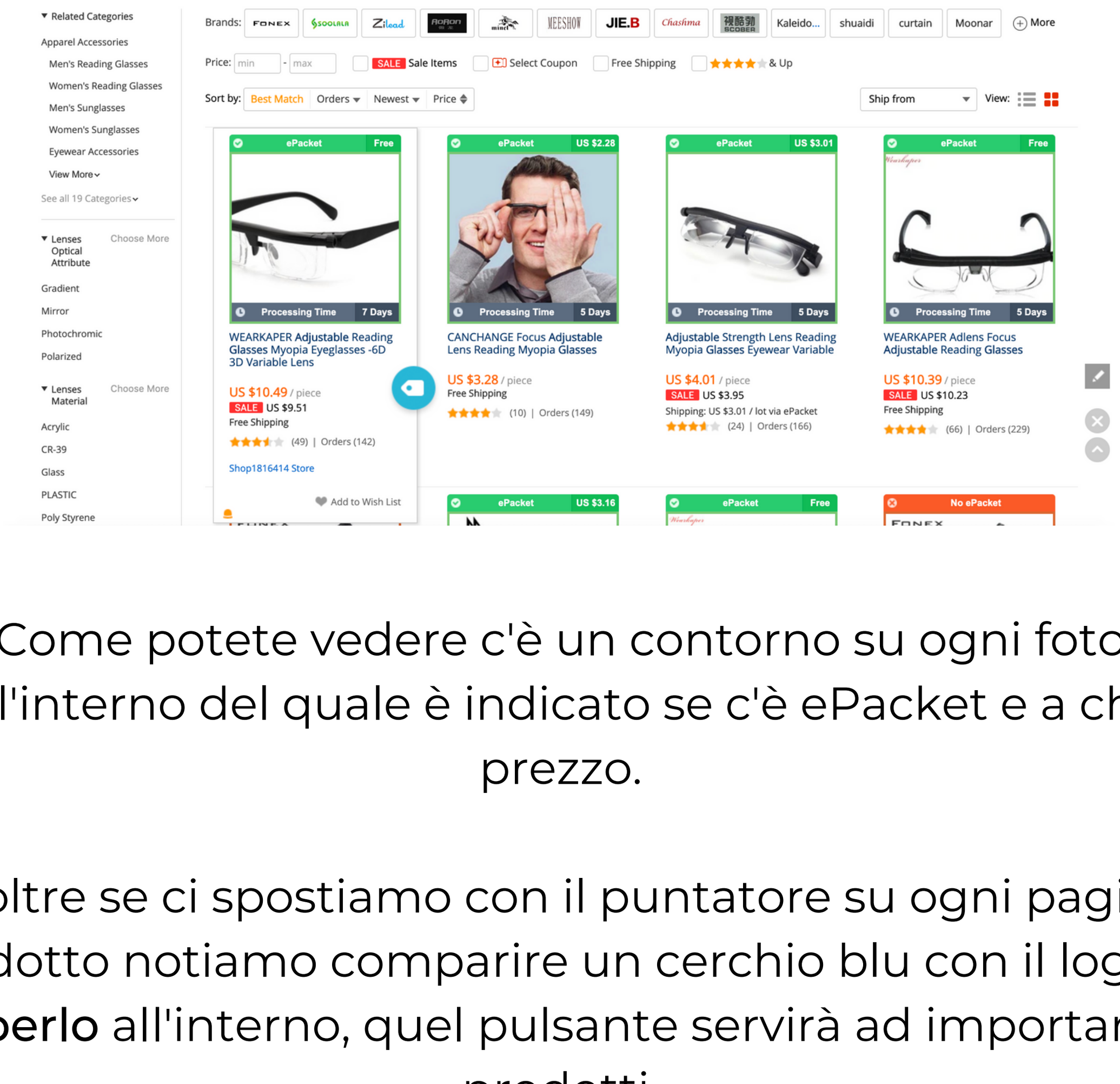
Oberlo

Questa è sicuramente l'app più importante per iniziare a fare dropshipping nel modo giusto.

Essa ti permette di importare prodotti da Aliexpress e soprattutto di ordinare ed evadere eventuali ordini che arrivano sul proprio store, tutto perfettamente automatizzato!

Quando installate l'app, installate anche l'estensione di Google Chrome : **Oberlo - Aliexpress Product Importer**

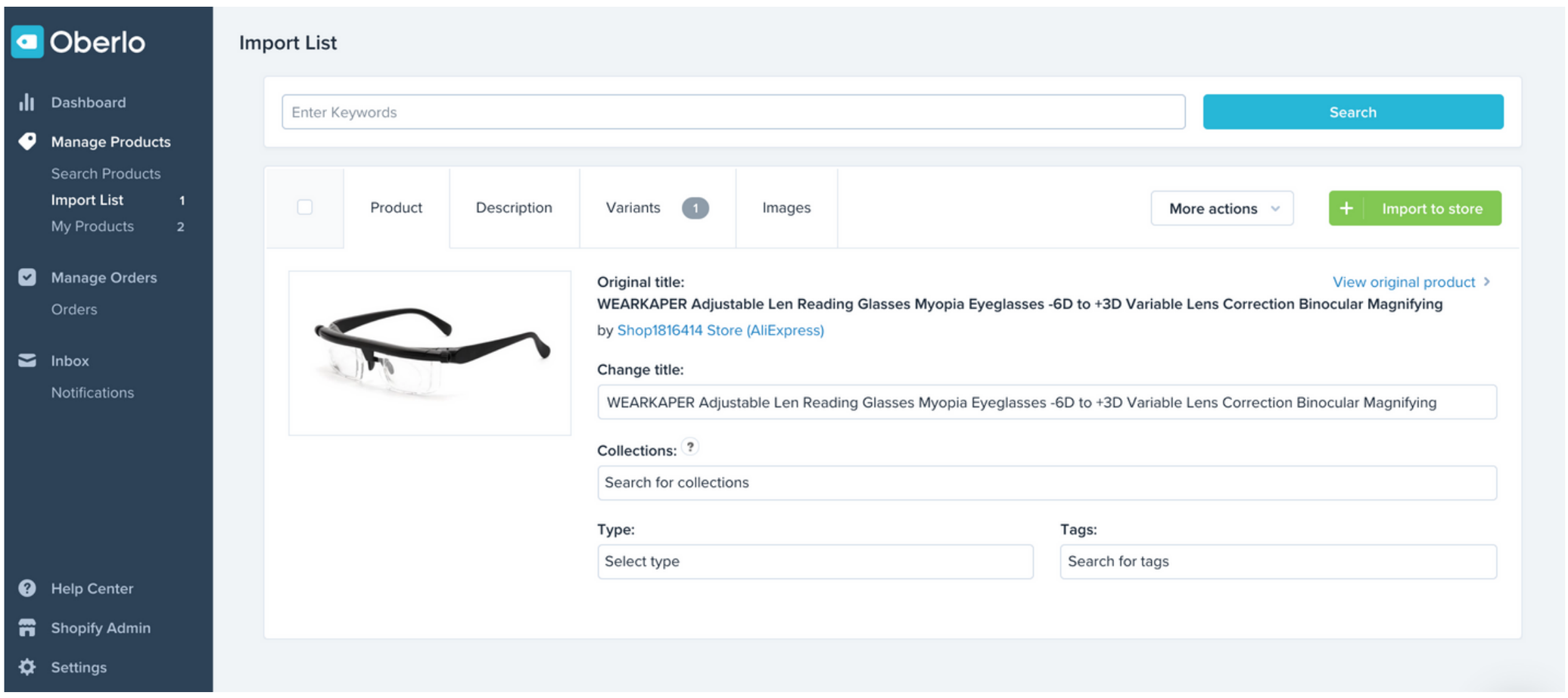
Con questa estensione sarete in grado di vedere quali fornitori di Aliexpress hanno ePacket come spedizione e soprattutto sarete in grado di importare appunto i prodotti!



Come potete vedere c'è un contorno su ogni foto all'interno del quale è indicato se c'è ePacket e a che prezzo.

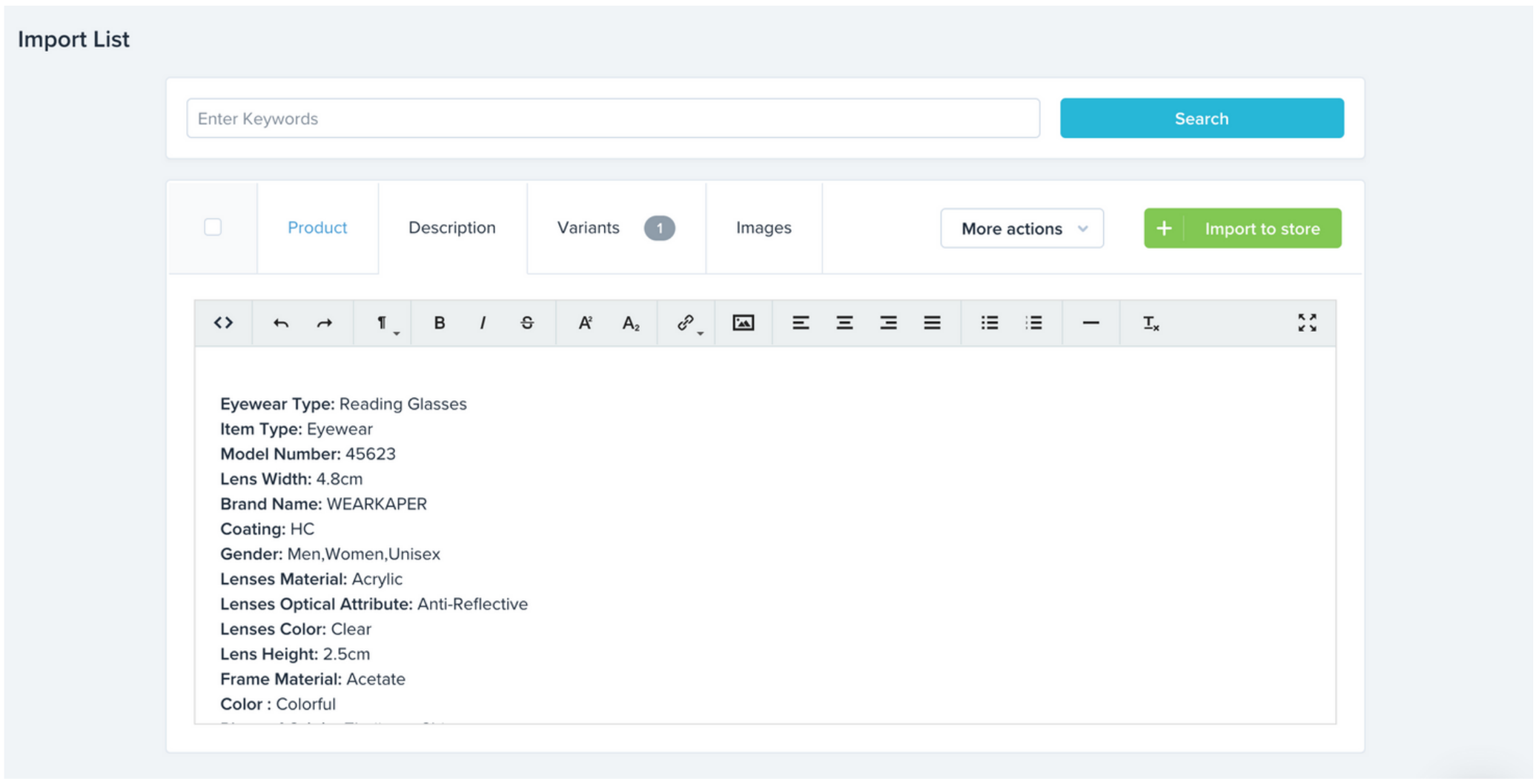
Inoltre se ci spostiamo con il puntatore su ogni pagina prodotto notiamo comparire un cerchio blu con il logo di **Oberlo** all'interno, quel pulsante servirà ad importare i prodotti.

Una volta importato il prodotto, lo troverete nella dashboard di **Oberlo** nella sezione "**Import list**"

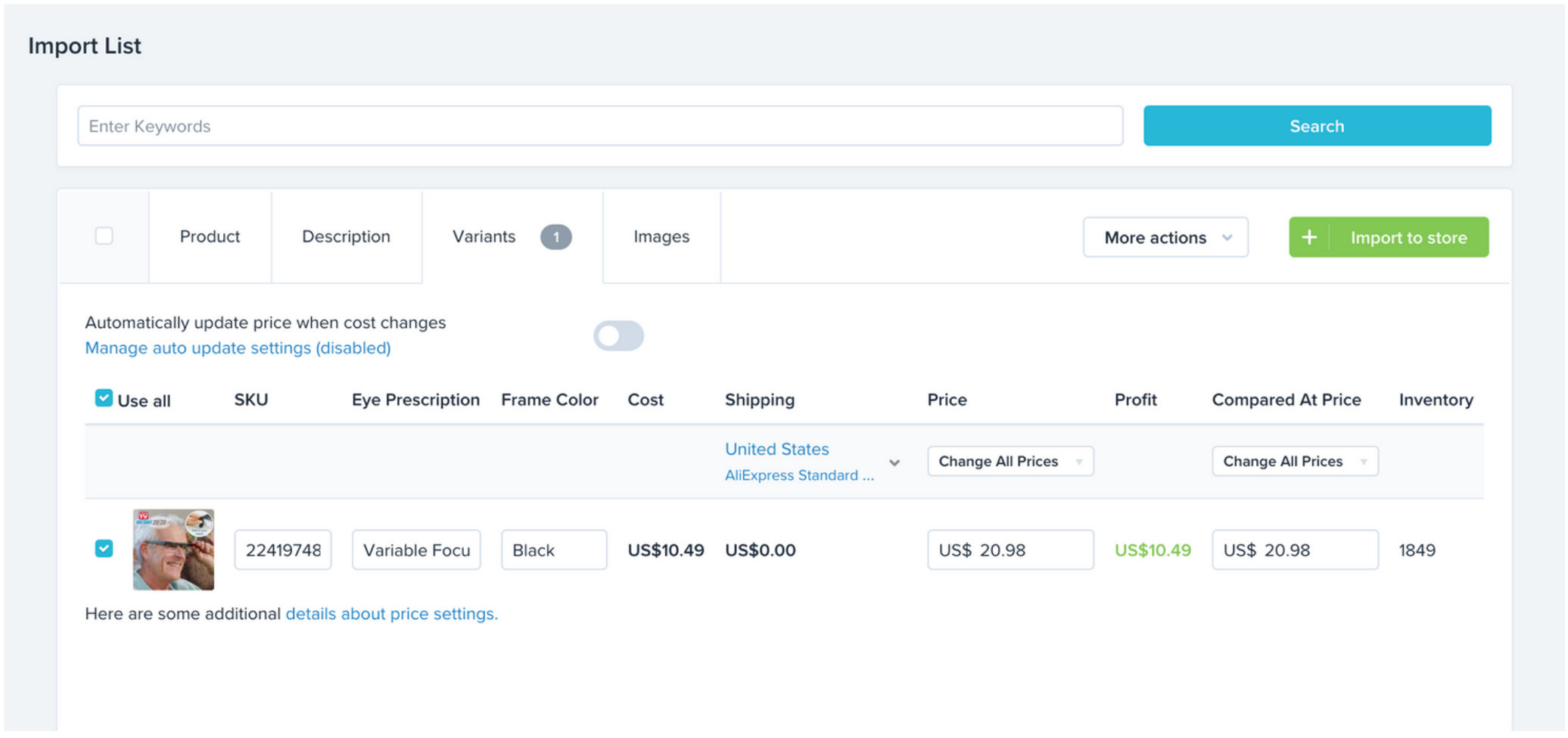


Nella prima sezione "**Product**" potrete cambiare preventivamente :

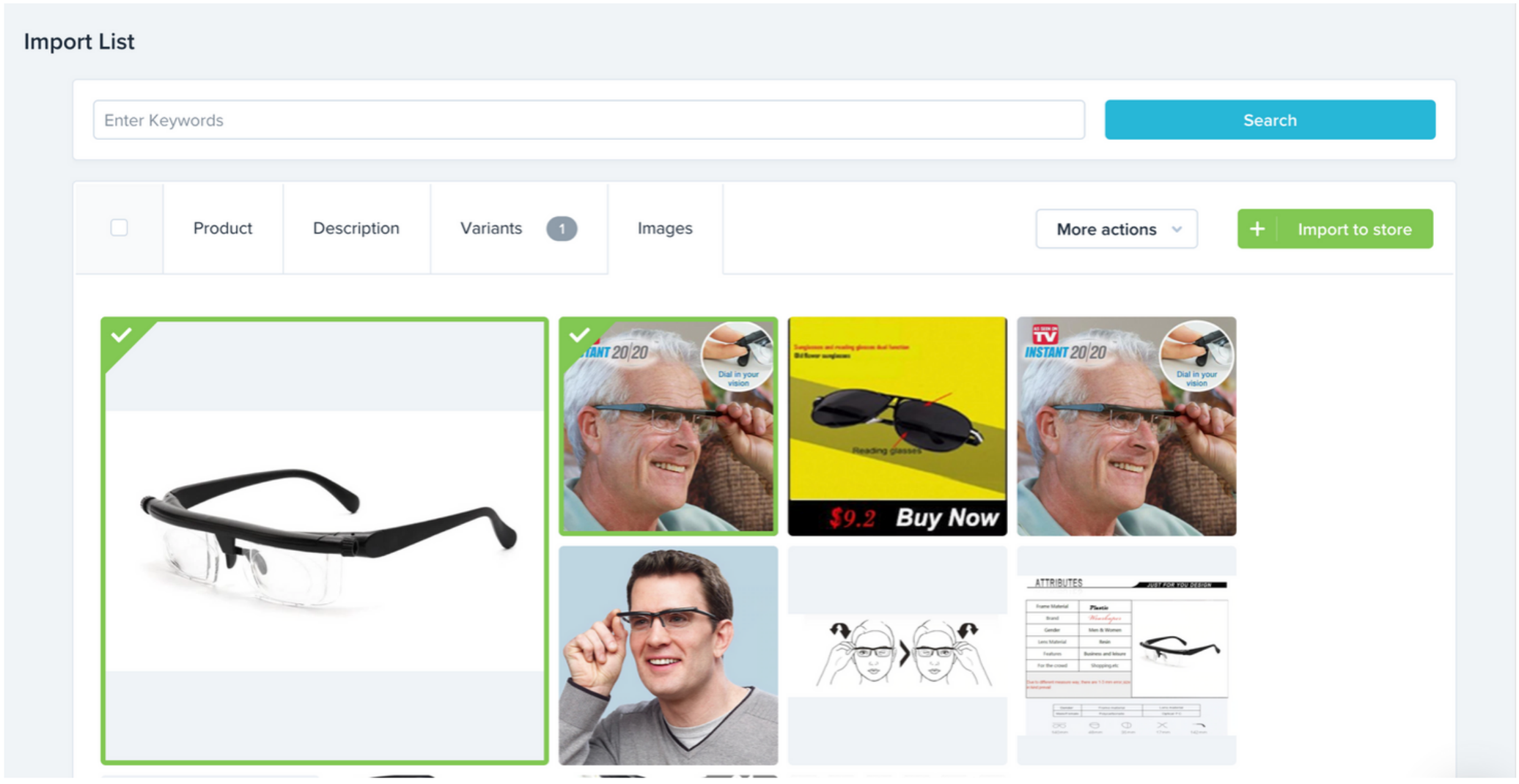
- TItolo del prodotto
- Aggiungerlo ad una collezione
- Scegliere il tipo di prodotto
- Inserire Tags (importanti per la SEO)



Nella seconda sezione "**Description**" possiamo personalizzare la descrizione del prodotto e aggiungerci immagini, GIF o video in modo tale da renderla chiara e completa.



Nella terza sezione "**Variants**" possiamo personalizzare le varianti e il prezzo. In "**Price**" possiamo modificare il prezzo di vendita, mentre in "**Compared at price**" possiamo scegliere il prezzo che verrà visualizzato come prezzo sbarrato e scontato.



Nella quarta e ultima sezione "**Images**" possiamo selezionare le varie foto che desideriamo far apparire sulla nostra pagina del prodotto.

Currency Converter Box By Autoketing

Questa applicazione vi servirà per convertire automaticamente la valuta in quella di chi visita il negozio (consigliata se andrete a vendere in paesi diversi)

Sales Pop

Quest' app è molto utile per dare Social Proof ai visitatori che sono sul vostro sito web.
La sua funzione è quella di mostrare dei pop-up di chi ha acquistato di recente articoli sul vostro store.

Help Center - FAQ

App di fondamentale importanza, molto semplice da utilizzare e da impostare.
Serve a creare una pagina di FAQ per i visitatori.

Si presenta divisa in "**Categorie**" "**Sezioni**" e "**Articoli**"

Le sezioni saranno appunto le parti nelle quali si troveranno le domande e le risposte (Shipping, Payments)

Gli articoli saranno le domande e le risposte, in particolare il titolo dell'articolo è la domanda e il corpo è la risposta.

Ali Reviews/Loox Reviews/Ryviu

Per importare le recensioni sotto i vostri prodotti (FONDAMENTALE) potrete scegliere tra queste app.

La migliore per me è Loox Reviews, ma comunque tutte fanno il loro lavoro.
L'installazione e l'importazione è molto intuitiva e sarete guidati direttamente in app.

Tracktor by ShopPad

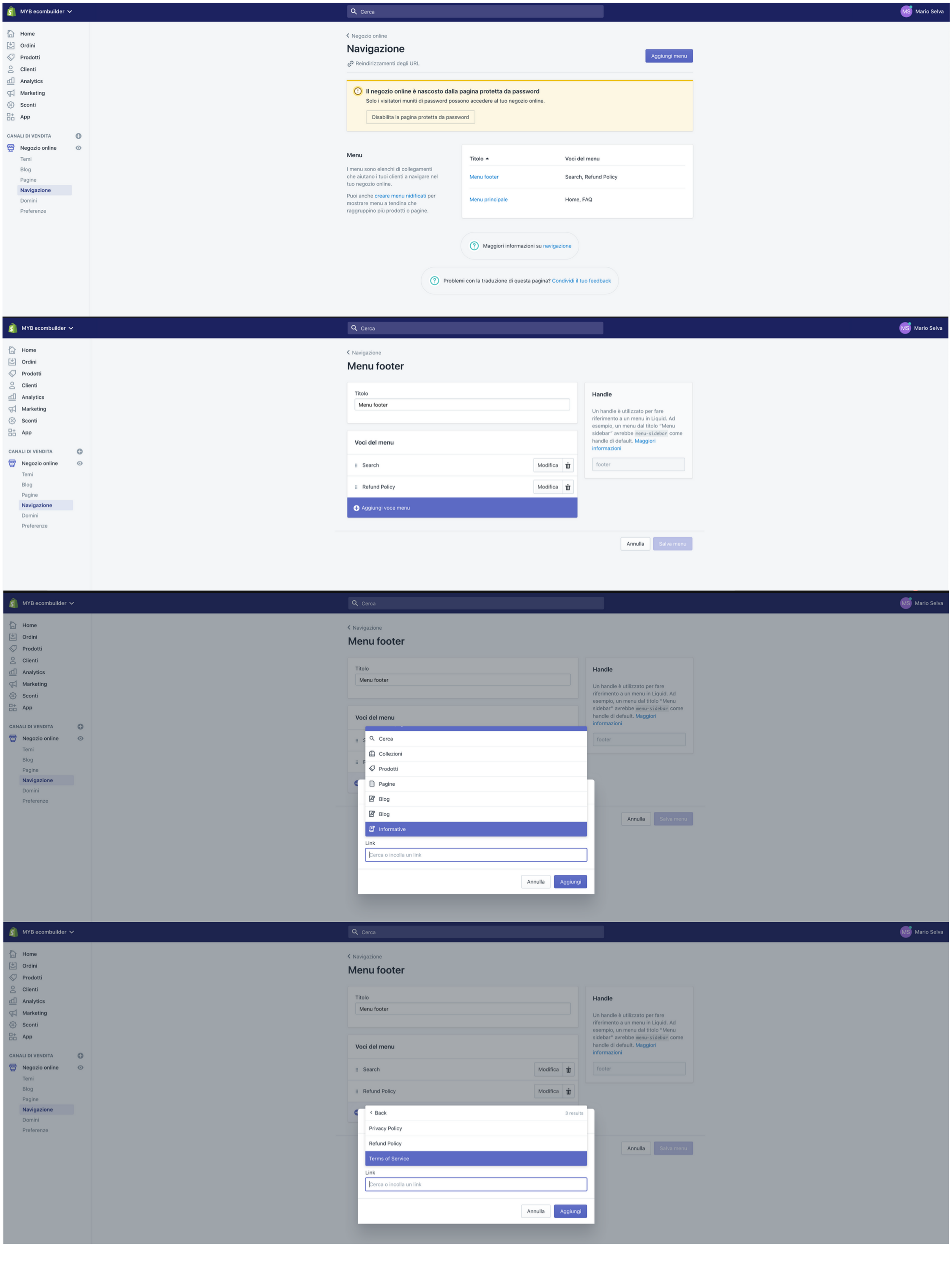
Questa è semplicemente un'app che vi consentirà di creare una pagina sul vostro store per permettere ai clienti di tracciare i propri ordini.

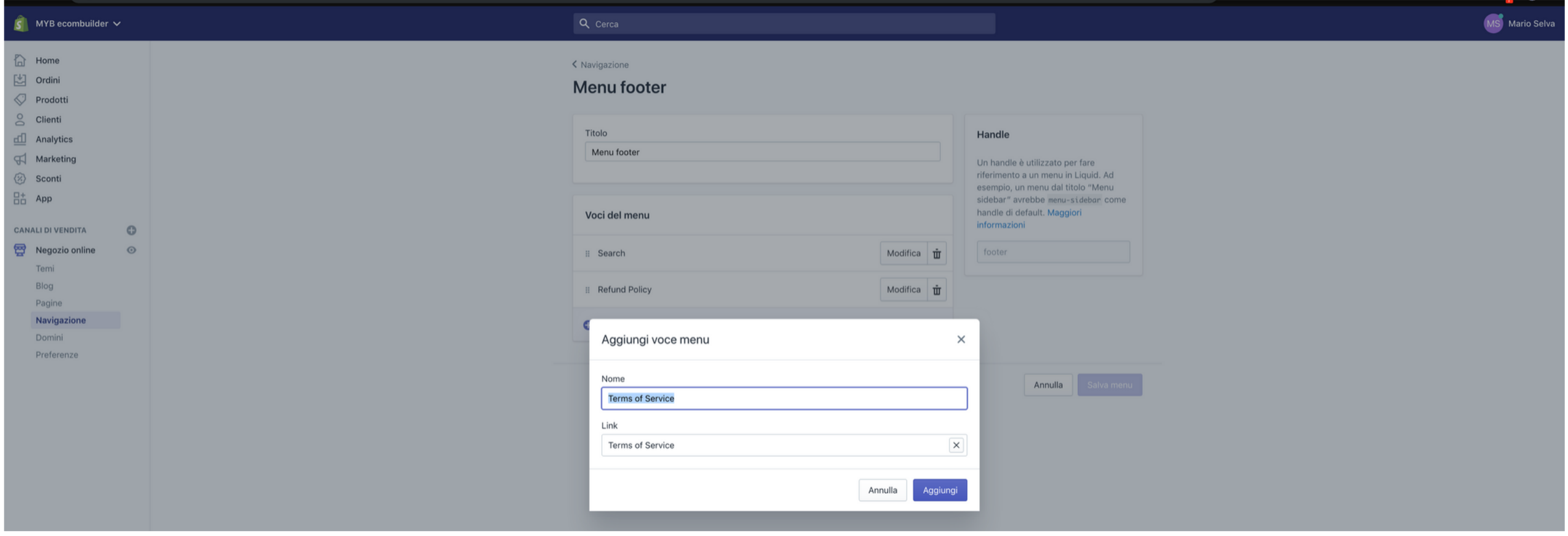
Klaviyo

Questa è un'app che richiede una conoscenza più avanzata del marketing, l'ho messa tra quelle da installare perchè credo che tutti debbano prima o poi averla.
Essa permette di creare campagne di email marketing che vi aiuteranno a recuperare molti dei carrelli abbandonati.

CAP 5 - COME MODIFICARE I MENÙ

Per modificare o creare i menù dobbiamo recarci in "**Negozio online**" e poi "**Navigazione**"





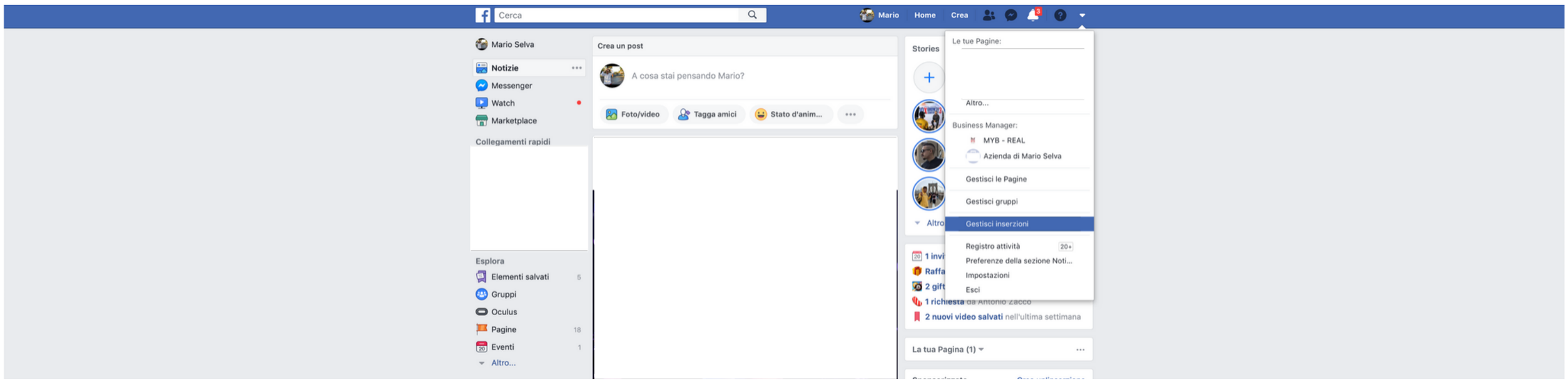
Il menù footer è quello che andrete ad inserire nel footer appunto, mentre il menù principale è quello che sarà visibile sulla barra principale del sito nell'header.

CAP 6 - DOMINIO E PIXEL

Il dominio si può acquistare direttamente da Shopify in "Negozio Online" e poi "Domini" .
Vi consiglio di associare al vostro store un dominio semplice e chiaro e che ovviamente sia inerente al vostro prodotto/nicchia.

Per quanto riguarda il pixel, è la cosa più importante del vostro store. Esso dovrà essere il vostro migliore amico. Serve a tracciare tutto quello che accade sul vostro sito web e a tenerne traccia è Facebook, che vi consentirà di sfruttare questi dati raccolti a vostro vantaggio per cercare di guadagnare di più.

Per crearne uno dovrete accedere all'account Facebook dal quale avrete creato anche la Pagina FB dello store e andare su "Gestione Inserzioni"

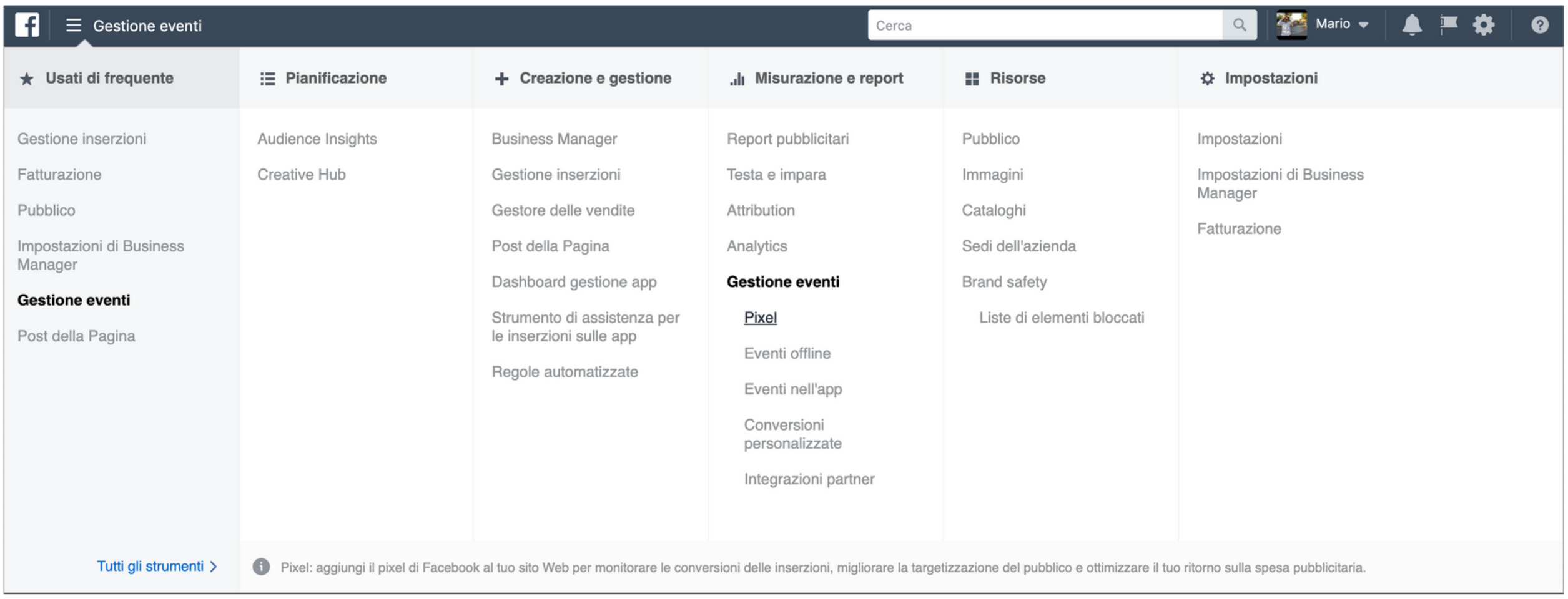


Dopodichè andate sul menù in alto a sinistra dove c'è "Gestione Inserzioni" e su "Misurazione e report" cliccate su "Pixel"

In seguito cliccate su "Aggiungi una nuova origine dei dati" e poi "Facebook Pixel"

Seguite le istruzioni su "Configura su una piattaforma partner" e poi "Shopify"

Seguite passo passo ogni passaggio e sarete apposto!



SEZ 5 - ADVERTISING

CAP 1 - COME FUNZIONA FACEBOOK

CAMPAGNE	GRUPPI DI INSERZIONI	INSERZIONI
• Obiettivo • Ottimizzazione	• Budget • Target • Posizionamenti	• Creatività

Le campagne di Facebook hanno una struttura a cartelle.

1

A livello delle campagne (*prima cartella*) viene scelto l'obiettivo di essa (*Interazioni, Conversioni, Traffico*) e il tipo di ottimizzazione (*costo inferiore*).

Le cose scritte tra parentesi sono quelle che più ci interessano, ci sono anche altri obiettivi e altri tipi di ottimizzazione.

2

A livello di gruppo di inserzioni viene scelto il budget di quest'ultimo, tutto ciò che riguarda il vostro pubblico target (*Età, Genere, Interessi o Comportamenti, Lingua, Luogo*).

Inoltre potete scegliere i posizionamenti, ovvero dove far apparire la vostra inserzione. I posizionamenti che uso di più personalmente sono "**Sezione notizie Facebook**" "**Video Consigliati**" "**Feed Instagram**" e "**Storie di instagram**"

3

A livello di inserzioni potrete scegliere la vostra creatività, ovvero l'inserzione che appunto apparirà al pubblico target. In linea generale consiglio di utilizzare video, in quanto noi abbiamo detto in precedenza che ci concentreremo su prodotti che risolvono un problema e quindi è molto importante evidenziare i benefici del prodotto stesso.

Qui potrete anche scegliere su quale pagina FB e Instagram far apparire il post sponsorizzato, potrete scegliere il copy del post e il link dell'inserzione.

Per il copy io consiglio di essere quanto più chiari e diretto possibili, senza dilungarsi in testi troppo lunghi che rovinano solo il post.

CAP 2 - LE ASTE DI FACEBOOK

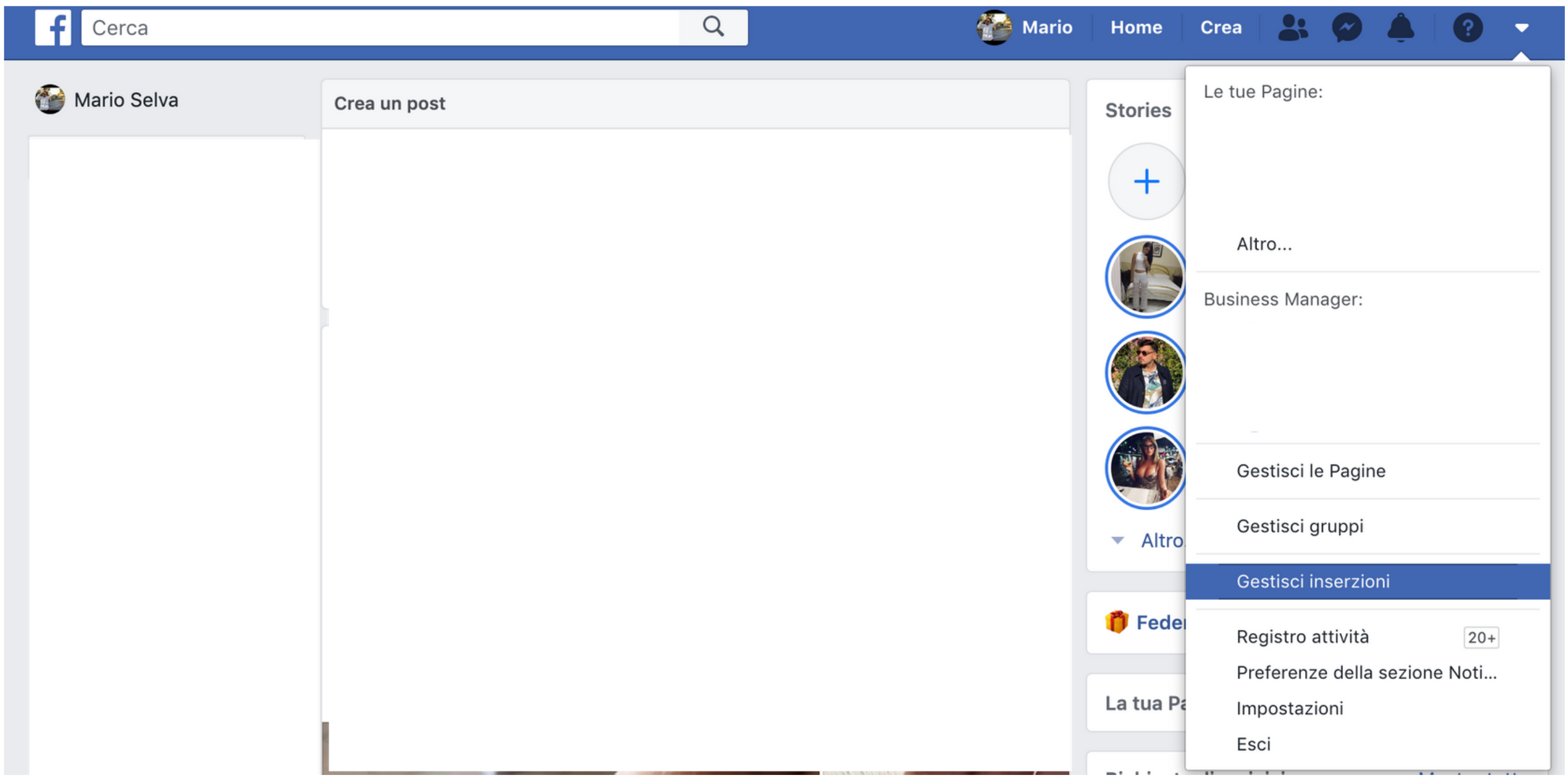
L' advertising di Facebook e di Instagram è un sistema ad aste. Però, mentre in tutte le normali aste a vincere è colui che offre di più, in questo caso non è l'unico fattore ad incidere.

Un altro elemento importantissimo è l'esperienza dell'utente, composta da altri 3 fattori :

- Qualità dell'inserzione
- Rilevanza del tuo pubblico con l'inserzione
- Performance del sito web

CAP 3 - TEST DEL PRODOTTO

Siamo adesso nella fase finale, abbiamo scelto il nostro prodotto e abbiamo creato un sito che rispecchia tutte le caratteristiche di un ottimo sito e adesso vogliamo effettivamente testare il prodotto e provare a vendere.
PER ACCEDERE ALLE CAMPAGNE ANDIAMO SU "GESTISCI INSERZIONI"
Lo si trova qui:



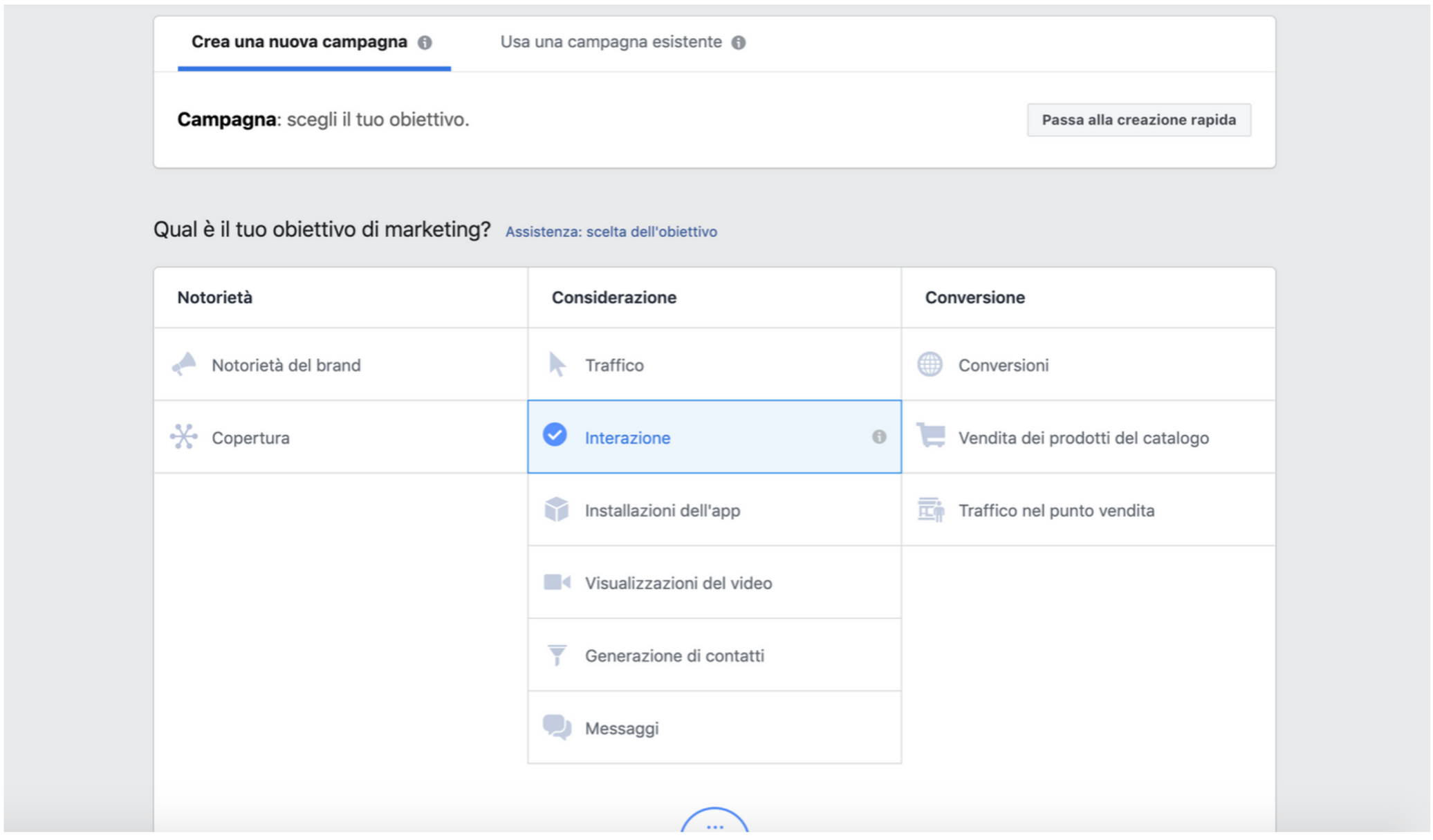
VIDEOVIEW 95% METHOD

Questo metodo è un po' diverso da tutti gli altri metodi che trovate in giro e che tutti i "GURU" vi consigliano.
È un metodo più costoso, ma otterrete più dati che vi permetteranno di vendere più facilmente.

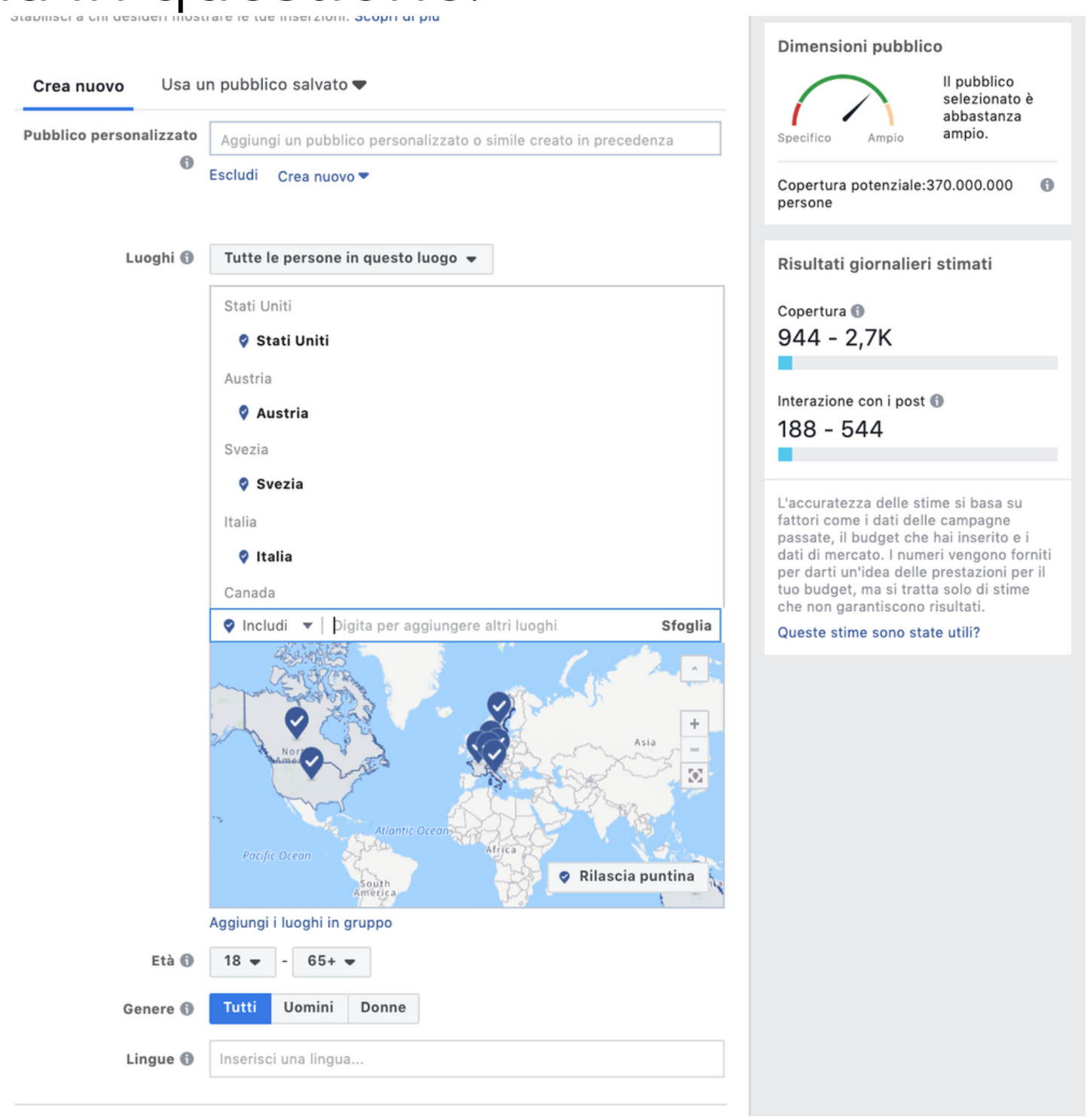
N.B. QUESTO METODO PREVEDE L'UTILIZZO DI UN VIDEO COME CREATIVITÀ DELL'INSERZIONE

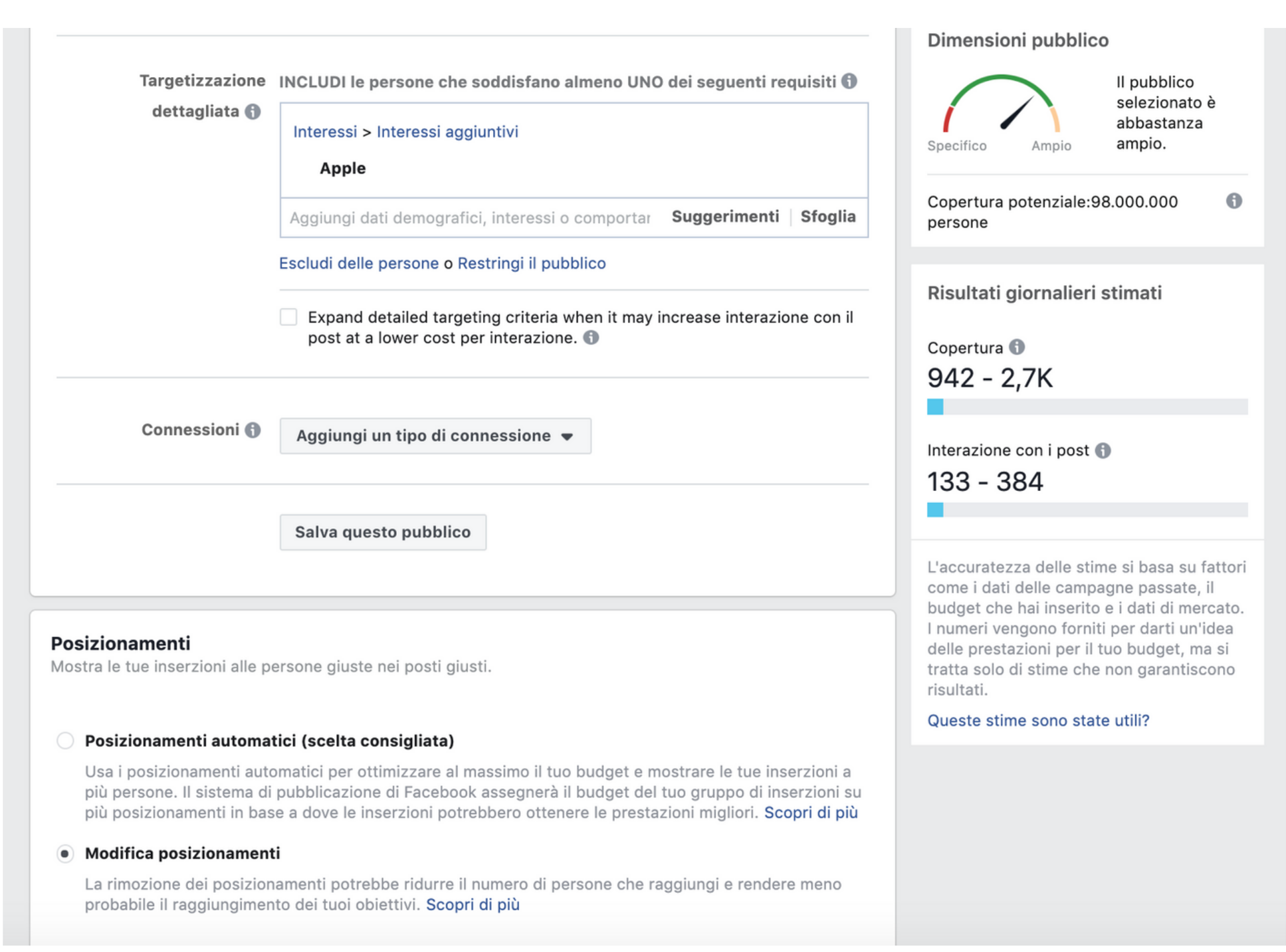
STEPS :

- Creazione campagna di interazioni

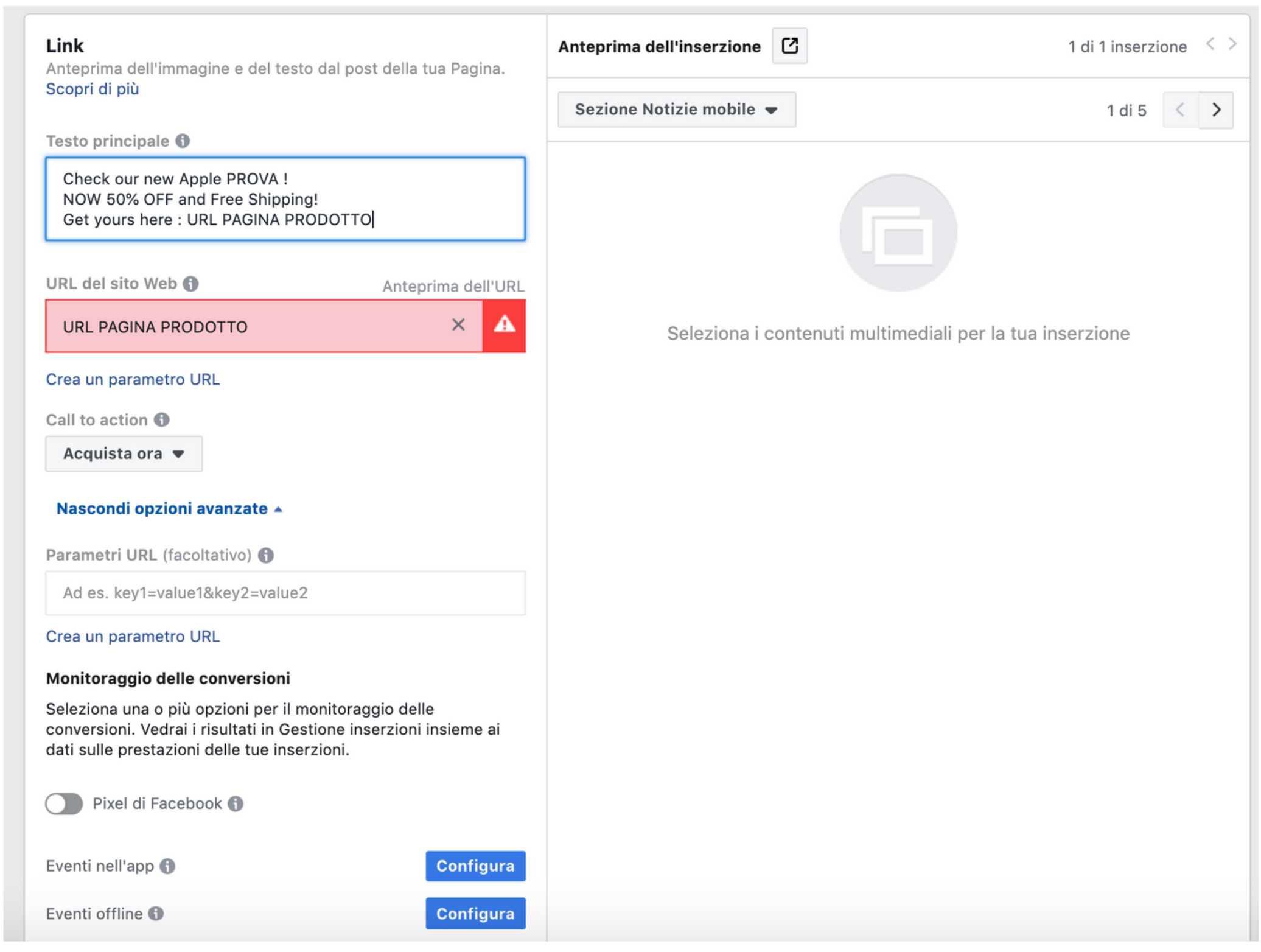


- Targetizzazione pubblico : in questa fase scegliamo tutti i paesi migliori e con spedizione ePacket, come Austria, Svizzera, Svezia, Italia, Francia, Germania, USA, Canada, Australia, Nuova Zelanda. Come Età e Genere cerchiamo di seguire un filo logico anche basandoci su un' analisi fatta in precedenza quando abbiamo scelto il prodotto. Come interesse scegliamo l'interesse "**Padre**" della nicchia in questione.





- Come posizionamenti utilizziamo i classici 4 che ho spiegato nel CAP 1 di questa sezione.
- Come budget del gruppo di inserzioni impostiamo 15/20 €
- Come creatività scegliamo il video (possibilmente quadrato)



Questo metodo serve a raccogliere dati in modo inverso e poi andare a vendere con una campagna di "**Conversioni**".

L'obiettivo principale è quello di raggiungere **70.000** o **80.000** visualizzazioni tramite la campagna di interazioni.

Dopodichè sfrutteremo uno strumento molto potente che Facebook mette a disposizione, ovvero il "**pubblico simile**" o cosiddetto "**lookalike audience (LLA o LAA)**"

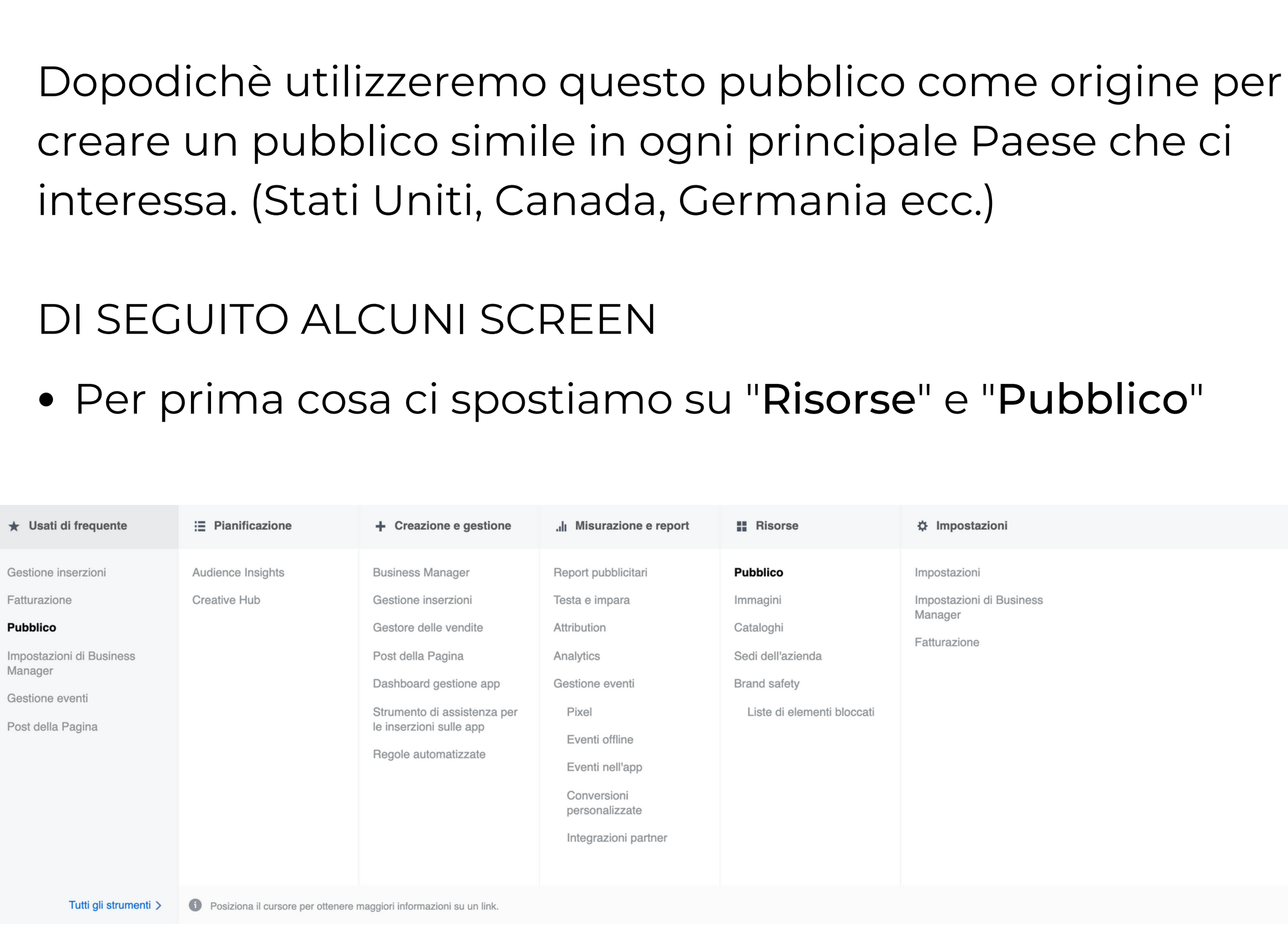
In che modo?

Andremo a creare innanzitutto un pubblico personalizzato che racchiude tutte le persone tra le 70.000/80.000 che hanno visualizzato almeno il 95% del video!
Ebbene si, Facebook ti permette di fare ciò! (e molto altro)

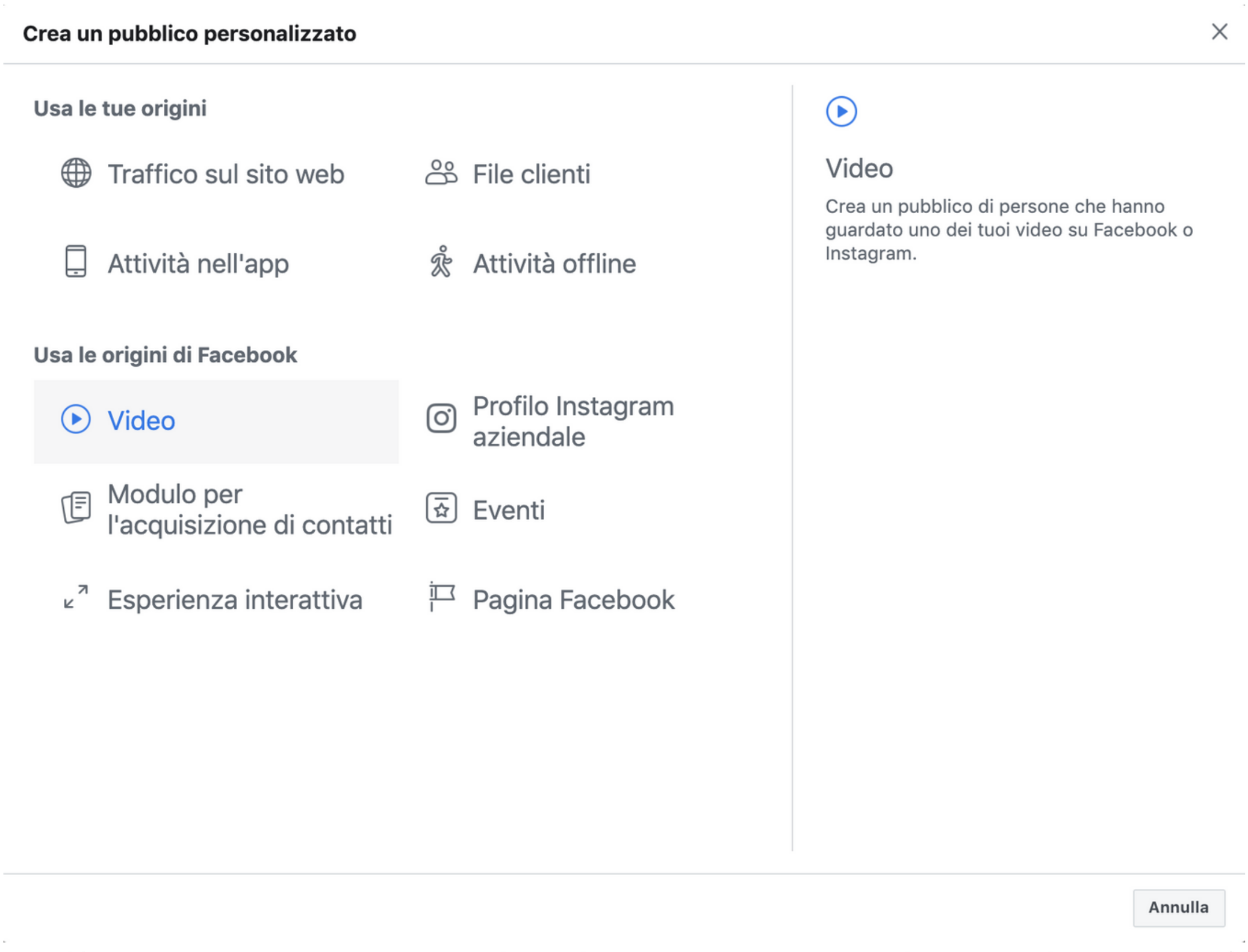
Dopodichè utilizzeremo questo pubblico come origine per creare un pubblico simile in ogni principale Paese che ci interessa. (Stati Uniti, Canada, Germania ecc.)

DI SEGUITO ALCUNI SCREEN

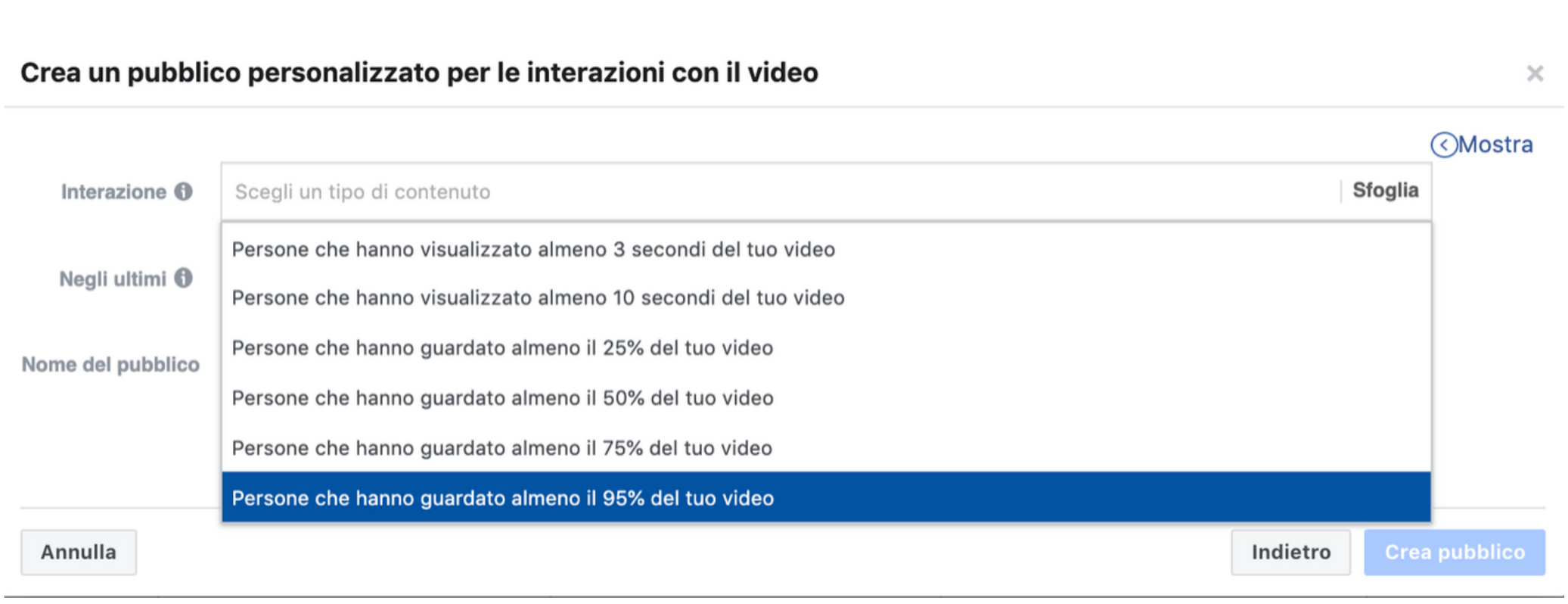
- Per prima cosa ci spostiamo su "**Risorse**" e "**Pubblico**"



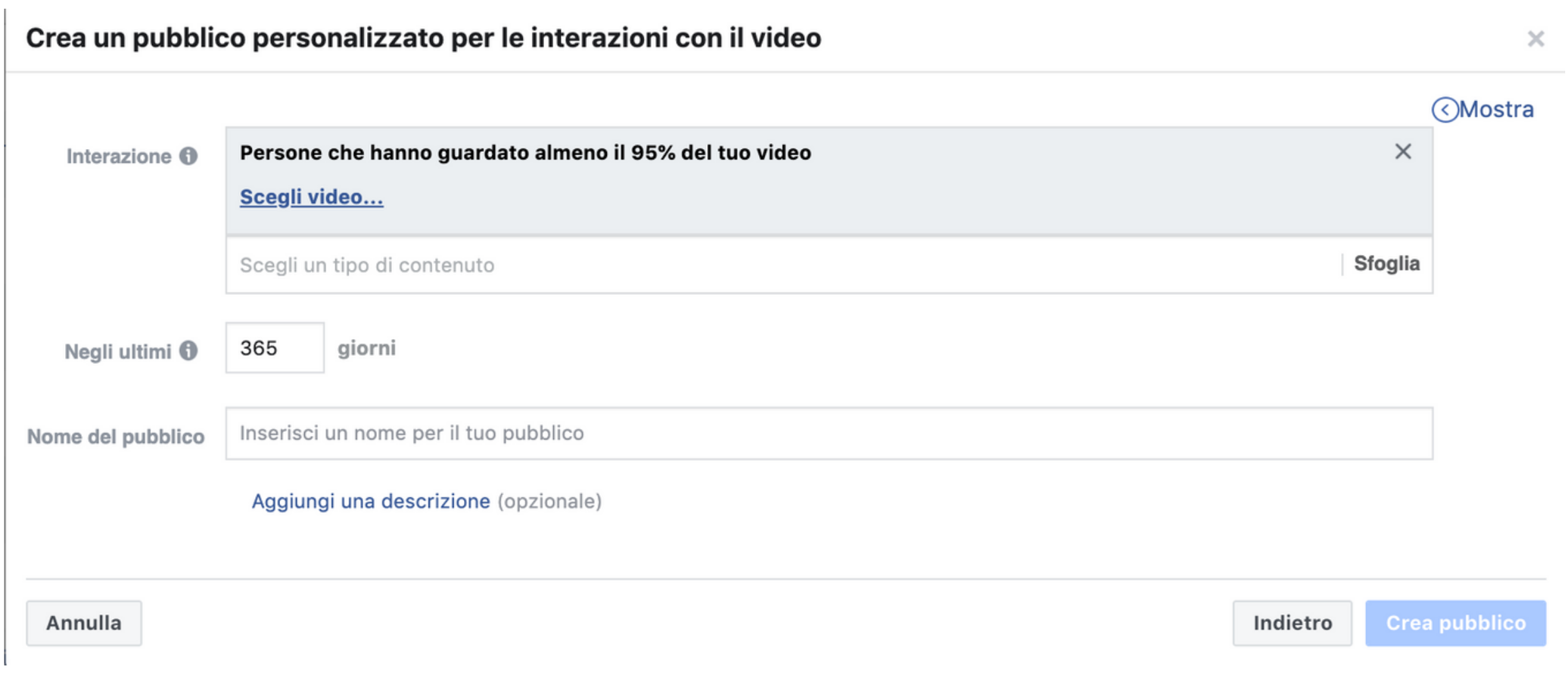
- Clicchiamo su "**Crea pubblico personalizzato**"



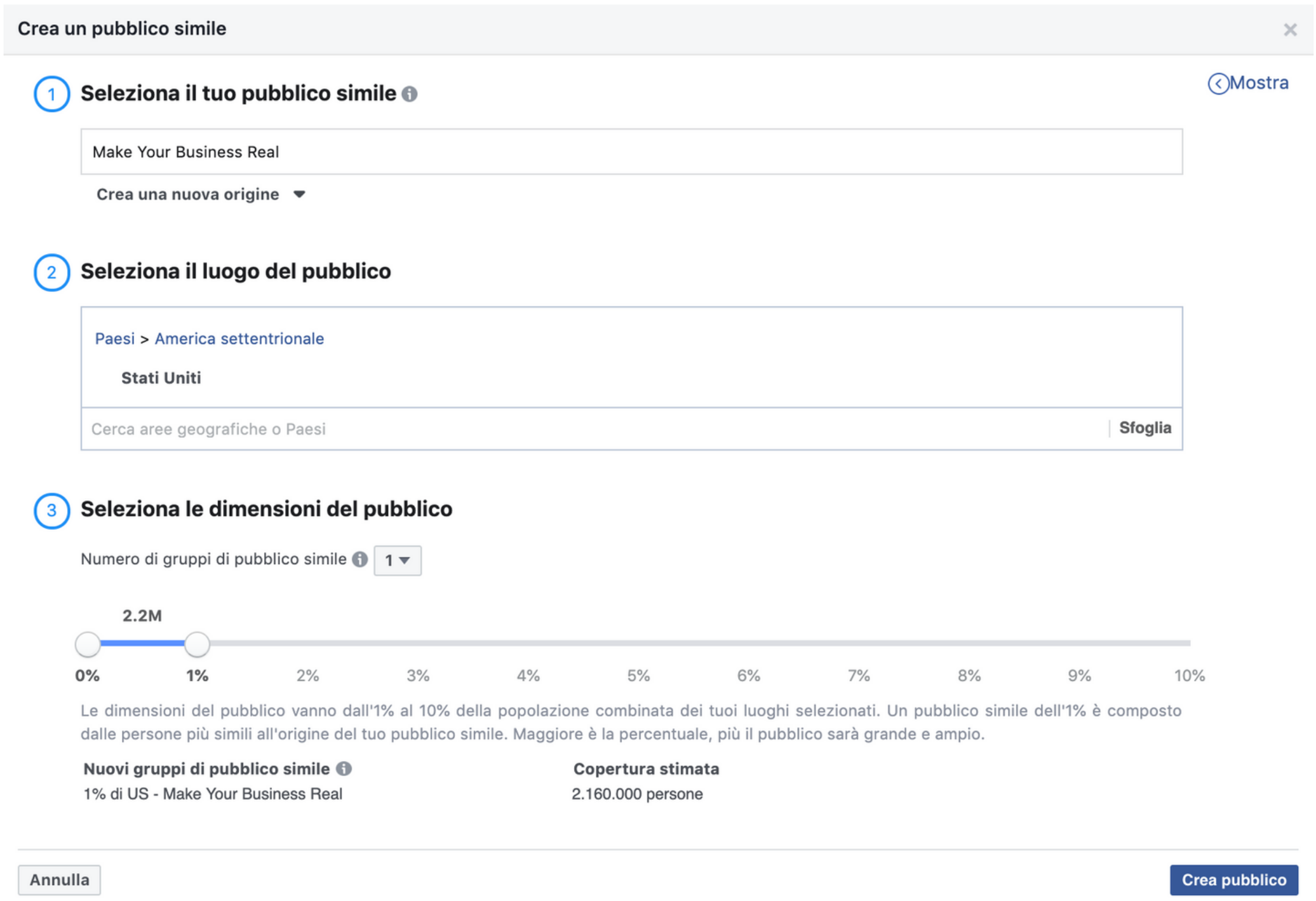
- Scegliamo "**Persone che hanno guardato almeno il 95% del tuo video**"



- Scegliamo il video.



- Una volta creato il pubblico personalizzato clicchiamo su "**Crea pubblico simile**"

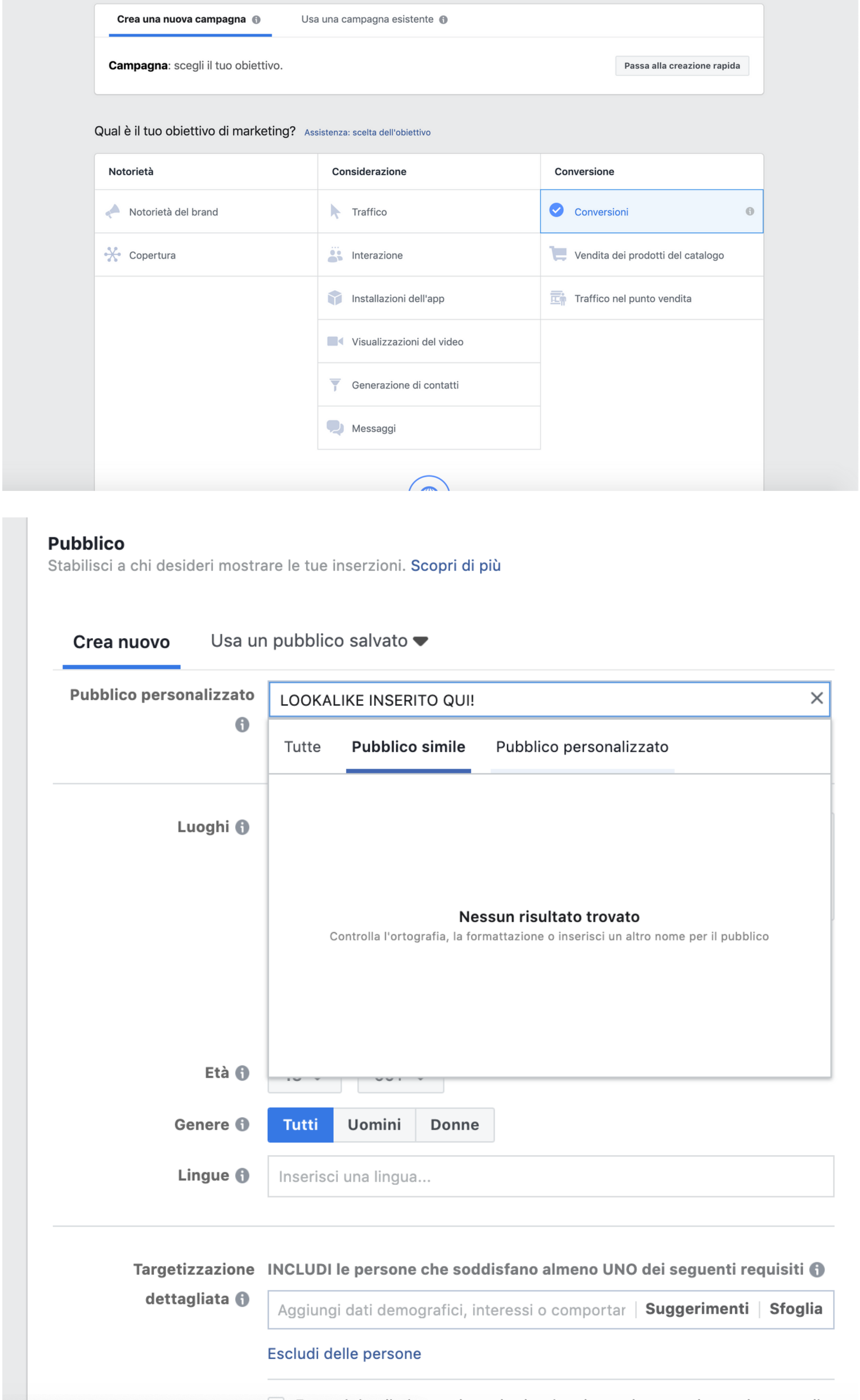


- Ho creato un pubblico personalizzato di prova e l'ho chiamato **Make Your Business Real** e l'ho utilizzato come origine per creare un pubblico simile negli **Stati Uniti** e come dimensioni del pubblico ho scelto 1% (persone più simili alla tua origine) .

In sostanza siamo andati ad impacchettare tutte le persone che hanno visualizzato il **95 % del video** e abbiamo chiesto a **Facebook** di cercare persone simili a loro, ma negli **Stati Uniti**.

Fatto ciò questi vari pubblici simili che abbiamo creato li andremo a testare in una nuova campagna, questa volta di "**Conversioni**", con 5 adset (ognuno con un pubblico simile diverso).

N.B. Oltre al pubblico non ci dovrà essere nessun filtro di targetizzazione, poichè tutta la targetizzazione è inclusa nel pubblico simile.



Ogni adset avrà un pubblico diverso e un budget di 5/10 €

ROAS

IL ROAS è il ritorno sulla spesa pubblicitaria (Return on adspend) e si calcola :

FATTURATO/SPESA PUBBLICITARIA

BREAK-EVEN ROAS

Il B-E ROAS è il punto di pareggio, ovvero il minimo valore di ROAS sotto il quale sei in perditsa e sopra il quale sei in profitto.

Si calcola :

PREZZO DI VENDITA PRODOTTO/PROFITTO

ES : Vendiamo un prodotto a 20€ e lo paghiamo 5€, quindi abbiamo un profitto di 15€.

BE ROAS : 20/15 = 1,33

Quindi se dopo 3 giorni il ROAS della nostra campagna di conversioni è superiore a 1,33 significa che saremo in profitto.

FINE

Siamo arrivati alla fine di questo percorso, spero di essere stato il più chiaro possibile.

Vi invito ad entrare nella community di Facebook se ancora non l'avete fatto e soprattutto per domande varie potrete contattarmi su Instagram.

Di seguito vi lascio i link utili :

Profilo IG : https://www.instagram.com/marioselva/
Gruppo FB : https://www.facebook.com/groups/551167895288797/

BUON GUADAGNO A TUTTI
E ANDATEVI A PRENDERE IL MONDO!