

PMI italiane e casi di successo: Ebranditalia e le strategie di vendita online

Il settore manifatturiero italiano vanta grandi eccellenze nei settori più disparati, eppure la storica vocazione alla qualità e all'innovazione del settore produttivo nostrano continua a scontare le conseguenze di un mercato internazionale sempre più competitivo e di una domanda interna che fatica a riportarsi sui livelli pre-crisi.

Mentre politici ed economisti continuano ad interrogarsi sulle formule più indicate per fornire all'economia nazionale nuovi stimoli, sono tante le imprese di piccole e medie dimensioni che, rimboccandosi le maniche, dimostrano come ancora oggi il valore del Made in Italy rappresenti il vero punto di forza sul quale fare leva.

La chiave di volta per superare quel gap competitivo che in molti casi separa le aziende italiane da quelle europee? L'innovazione tecnologica, non solo in termini di metodi produttivi, ma anche di strategie e modalità di presenza sul mercato.

In particolare, il successo della formula dell'e-commerce sta finalmente crescendo anche in Italia, trasformandosi in un perfetto canale di vendita per quelle aziende che intendono proporre direttamente al grande pubblico i loro prodotti, senza passare per altri intermediari, mantenendo competitivi i costi e stringendo relazioni salde con i clienti finali.

Una prospettiva troppo ottimistica? No di certo e ad dimostrarlo è la storia dello [store di prodotti cosmetici Ebranditalia.com](https://www.ebranditalia.com).

Il comparto della cosmesi, anche se erroneamente poco considerato, è da sempre uno dei tanti fiori all'occhiello dell'industria italiana: il fatturato complessivo generato dalla vendita di prodotti di bellezza per uso domestico e professionale e dalle innumerevoli attività dedite alla cura della persona raggiungeva a fine 2017 la cifra record di 11 miliardi di euro, con una crescita annua stimata da Cosmetica Italia attorno al 4,4%.

Il percorso di Ebranditalia si inserisce nell'ambito di un quadro caratterizzato da dinamiche positive, ma anche da una concorrenza locale ed internazionale piuttosto accesa.

Eppure, nell'arco di soli 7 anni, il progetto passa da piccola impresa con appena 4 dipendenti a realtà consolidata, con un personale cresciuto a 25 impiegati ed un fatturato annuo di oltre 3 milioni di euro.

Nel cammino di crescita di Ebranditalia, il ruolo dell'omonimo portale e-commerce è stato essenziale: è proprio attraverso questo canale che l'azienda propone il suo ricco catalogo, oggi comprensivo di più di 3.000 articoli, rivolgendosi a spa, centri benessere e liberi professionisti, ma anche a tutti i consumatori interessati all'acquisto di cosmetici professionali con formulazioni biologiche a costi convenienti.



Il segreto del successo di ebranditalia.com è in primis nel costante lavoro di ottimizzazione dell'esperienza utente portato avanti dai programmatori e dai content editor che curano il lato tecnico e i ricchi contenuti che caratterizzano il sito.

Gli utenti possono destreggiarsi con semplicità tra i menù in cui è suddiviso il grande catalogo, selezionando i prodotti di interesse e consultandone le schede tecniche, alla scoperta di descrizioni, formulazioni, principi attivi, proprietà, modalità d'uso e recensioni.

Ovviamente, molta è l'attenzione posta alla verifica dell'affidabilità dei sistemi di pagamento e dei

