

## DROPSHIPPING: È POSSIBILE IMPORTARE ARTICOLI DA FORNITORI DIVERSI?



ROMA - Hai creato un negozio online e vuoi sapere se puoi **importare prodotti di diversi fornitori** all'interno del tuo shop? Si tratta probabilmente di una delle domande più frequenti tra tutte quelle poste dai nuovi dropshipper o aspiranti tali nelle varie community online che si occupano dell'argomento. Del resto, affidarsi soltanto ad un grossista/fornitore ed essere

vincolato ad un unico rapporto commerciale, può rivelarsi un fattore non sempre positivo. I consumatori preferiscono visitare store ed e-commerce ricchi di offerte e capaci di soddisfare le più disparate esigenze. Ed anche coloro che cercano negozi specializzati in una determinata nicchia di mercato, **preferiscono sperimentare prodotti provenienti da diversi fornitori**, in modo da poter ampliare il proprio bagaglio di conoscenze e individuare l'offerta e/o la gamma di articoli più aderente alle proprie necessità. Per fortuna, alcune piattaforme per e-commerce consentono di importare articoli da diversi fornitori. Ma cosa vendere online? E, soprattutto, in che modo il comparto si è adeguato alle rinnovate esigenze della popolazione durante la recente crisi sanitaria globale? Scopriamolo insieme.



**Cosa vendere online?**

Per avere successo con un e-commerce servono tre cose: buoni prodotti da alienare, prezzi giusti e una spiccata capacità di coinvolgere gli acquirenti e, quindi, di vendere. Hai creato nuove campagne pubblicitarie e stai finalmente attirando sul tuo sito visitatori attratti dalle tue offerte?

Lo step successivo è proporre loro gli articoli giusti, quelli che possono interessare di più, anche e soprattutto in un periodo come quello appena trascorso, che ha obbligato i più a rivoluzionare definitivamente le proprie abitudini d'acquisto. Per fortuna, esistono software in grado di **analizzare ogni nicchia di mercato**, allo scopo di individuare i prodotti più richiesti.

Ebbene, tali ricerche non hanno fatto altro che evidenziare alcuni prodotti di tendenza dai quali non è possibile prescindere se si vogliono concludere buoni affari! Tra questi figurano **il vino e la gastronomia**, due categorie la cui popolarità non rischia affatto di scemare, soprattutto in tempi di quarantena. Ma cerchiamo di capire in che modo e perché food e beverage sono riusciti a ritagliarsi uno spazio così importante nel mondo del delivery.

### **Food e beverage ai primi posti tra le categorie più popolari su internet**

Negli ultimi mesi, il commercio online ha fatto da ancora di salvezza per tantissimi comparti differenti: dalla tecnologia ai libri, sia cartacei che digitali, passando per i prodotti di bellezza e gli attrezzi dedicati al fitness fai da te. Tutto questo a causa della recente crisi sanitaria, che ha colpito il mondo intero obbligandoci a restare in casa e a modificare profondamente le nostre abitudini, comprese quelle commerciali.

Le novità non hanno risparmiato due categorie apprezzatissime come il food e il beverage, che in alcuni casi hanno fatto registrare aumenti prossimi al 300% (è il caso delle grandi città e di alcune regioni del nord Italia). Insomma, a quanto pare siamo definitivamente entrati **nell'era dell'e-commerce**, chiamato a "salvare" il commercio nell'ora più buia, con il nostro Paese in lockdown per diverse settimane e buona parte della popolazione mondiale costretta a stare chiusa in casa. Situazione che non ha fatto altro che accelerare una rivoluzione già palesatasi in passato (come emerso più volte nelle analisi del comparto offerte dagli addetti ai lavori e, in particolare, dal "Gambero Rosso", associazione particolarmente attenta ai

cambiamenti che interessano l'universo del food). Prima che l'epidemia deflagrasse, gli e-shop (da Vino75 a Winelivery, passando per Tannico ed Amazon) costituivano soltanto una delle possibilità per le tante etichette nostrane ed estere, restando un'alternativa riservata per lo più agli appassionati di etichette rare e a coloro che vivevano lontano dalle aree di distribuzione più note.

Con lo scoppio della pandemia, invece, il delivery ha abbracciato l'intera popolazione che, da parte sua, ha abbandonato l'atteggiamento critico di chi per anni aveva snobbato l'e-commerce. Che il commercio online costituisca una grande opportunità, sia per i rivenditori (dropshipper compresi) che per i produttori, è ormai evidente a tutti. Il comparto ha fatto propria una rivoluzione nata dalla necessità di non morire: tuttavia, l'online potrà aiutare il settore anche nel prossimo futuro, esattamente come ha fatto durante i mesi di marzo e aprile, quando i volumi spediti hanno fatto registrare un incremento del +100%, accompagnato da un +10% sulla frequenza d'acquisto e da un +5% in termini di quantità di bottiglie per ordine effettuato. Ovviamente, non c'è solo il vino, poiché il commercio online si è rivelato salvifico anche per il comparto del **cibo di qualità**, come rivelato da uno dei player più importanti del settore. Stiamo parlando di Eataly, il cui sito ufficiale (Eataly.net) ha fatto registrare un incredibile 3.000% di ordini in più negli ultimi due mesi. Niente male per un settore che in tanti avevano indicato come tra i più fragili in assoluto!