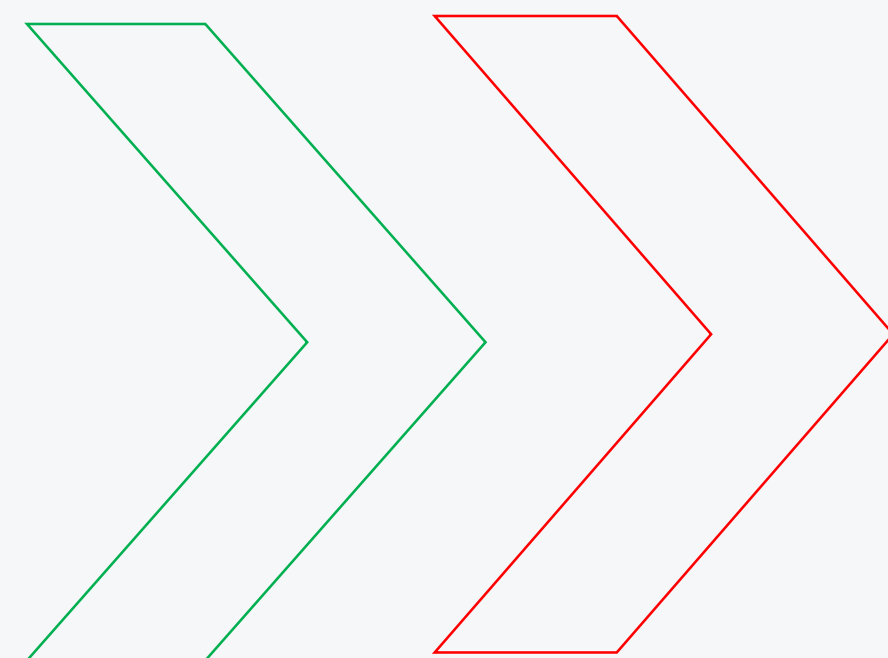




Esportare >> in Digitale

PROMOS
ITALIA
BE GLOBAL

sace



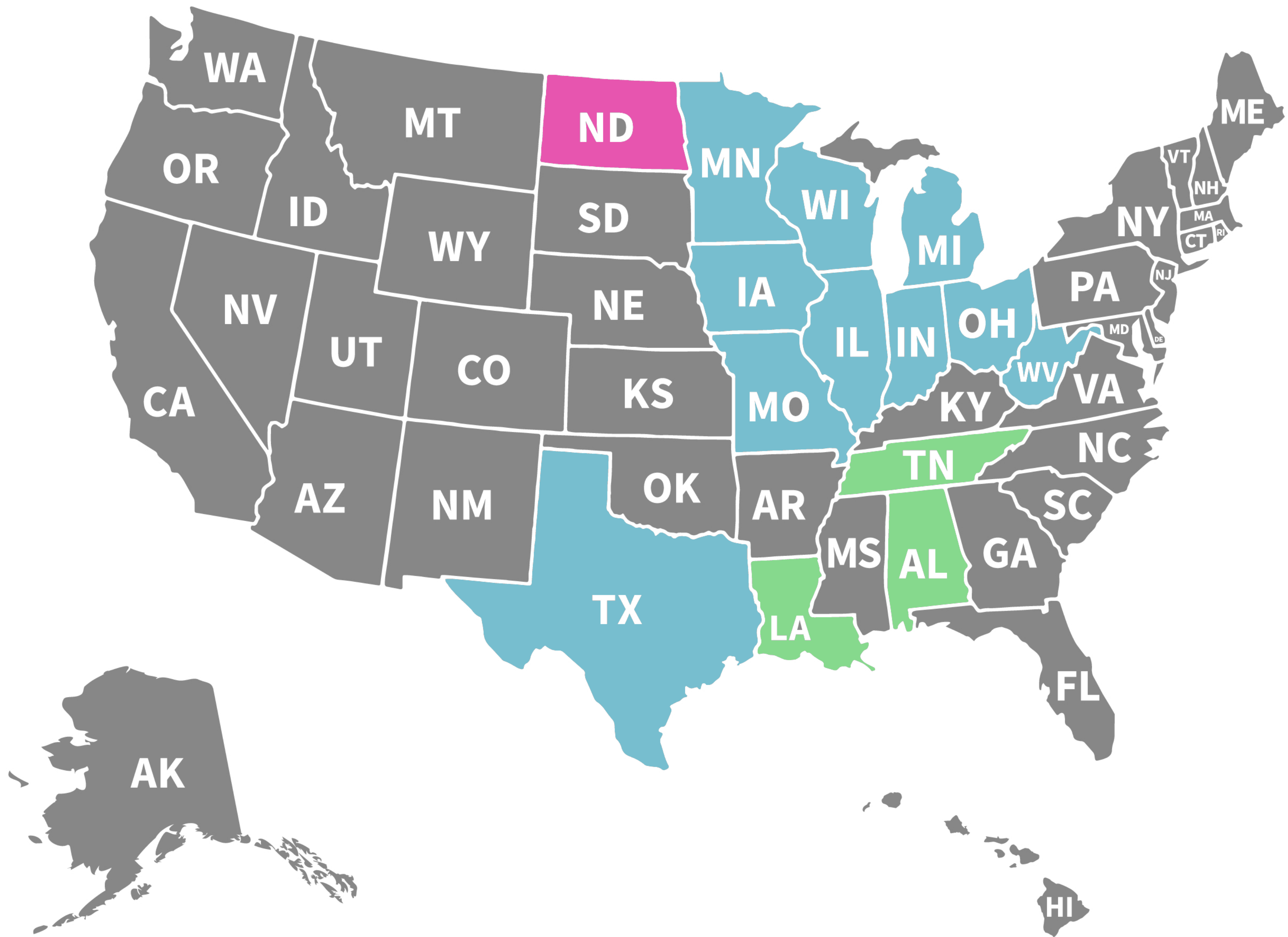
FOCUS USA —
Lo scenario digitale negli USA e
opportunità per le PMI italiane

Lucio Miranda, Presidente Export USA New York Corp.

- Società di consulenza specializzata sugli **Stati Uniti**
- Quartier generale a **New York**, sede italiana a **Rimini**
- Filiale a **Bruxelles**, struttura logistica a **Dayton**, Ohio
- Focus: Internazionalizzazione
- **Primo sito di ecommerce = 1997**
- <https://exportusa.us>

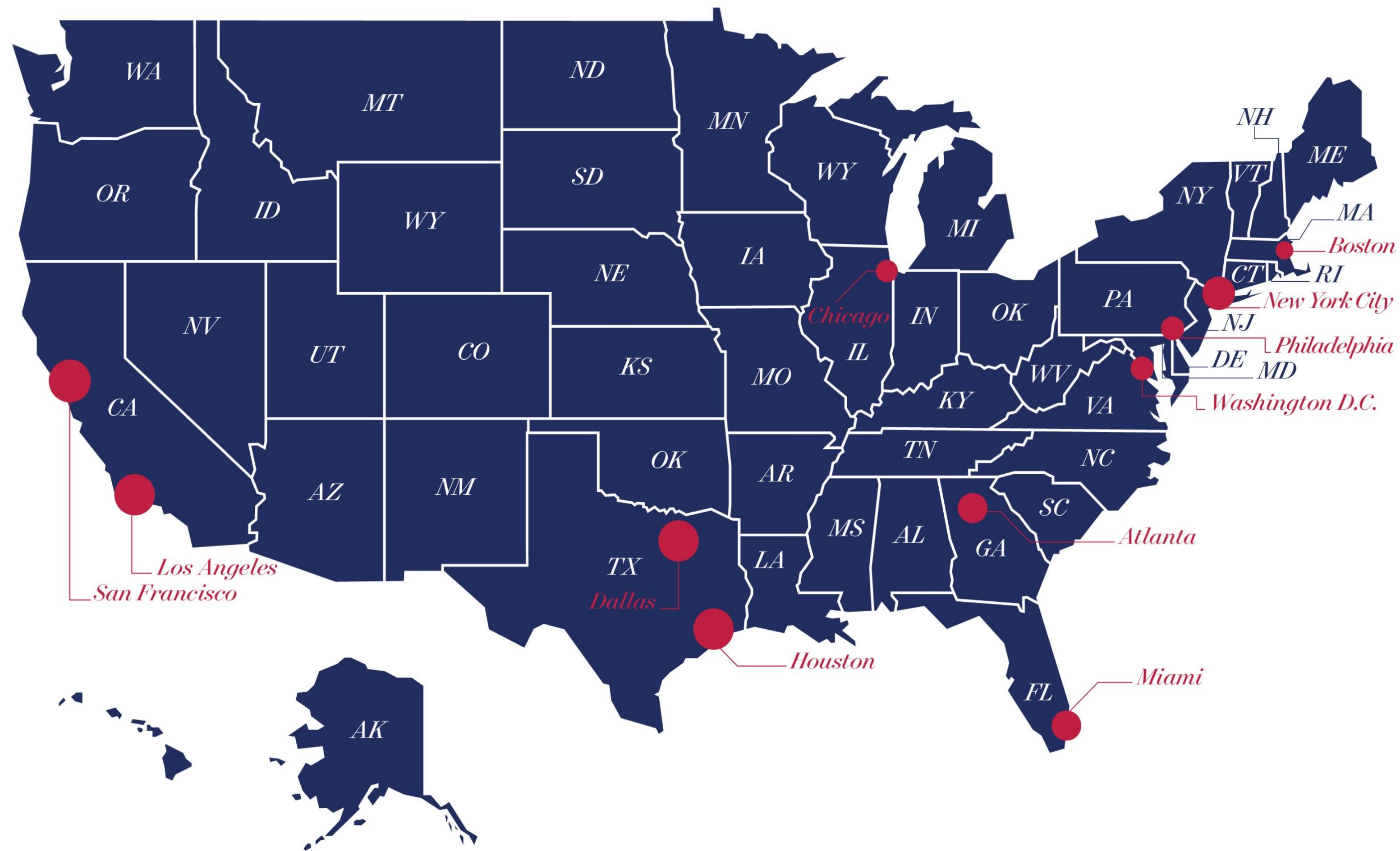
USA: Economia e COVID

- PIL 2019 = \$21.4TLN, 27% dell'economia globale, +2.1% nel 2019
- PIL 2020 = \$21TLN; 2021 = \$23TLN
- 70% del PIL è generato da consumi
- Tasso Disoccupazione 3.6% [Marzo 2022]
- Vendite al dettaglio 2022: Gen +4.9%; Feb +0.8%; Mar +0.5%
- Re-shoring di produzioni dalla Cina, e sostanziale ribilanciamento della fornitura dall'Asia verso l'Europa
- Velocità nel riprendersi da shock
 - Aprile 2020: Distribuiti \$2700 Miliardi a favore di PMI e famiglie



Gli Stati a vocazione industriale

Aree Metropolitane



Ranking per Popolazione

1.	<u>New York-Newark</u>
2.	<u>Los Angeles-Long Beach</u>
3.	<u>Chicago-Naperville</u>
4.	<u>Washington-Baltimore</u>
5.	<u>San Jose-San Francisco</u>
6.	<u>Boston-Worcester-Providence</u>
7.	<u>Dallas-Fort Worth</u>
8.	<u>Philadelphia-Reading-Camden</u>
9.	<u>Houston-The Woodlands</u>
10.	<u>Miami-Fort Lauderdale</u>
11.	<u>Atlanta-Athens-Clarke County</u>
12.	Detroit-Warren-Ann Arbor
13.	Seattle-Tacoma
14.	Minneapolis-St. Paul
15.	Cleveland-Akron-Canton
16.	Denver-Aurora
17.	Orlando-Deltona-Daytona Beach
18.	Portland-Vancouver-Salem
19.	St. Louis-St. Charles-Farmington
20.	Pittsburgh-New Castle-Weirton

>>> Numeri ecommerce USA

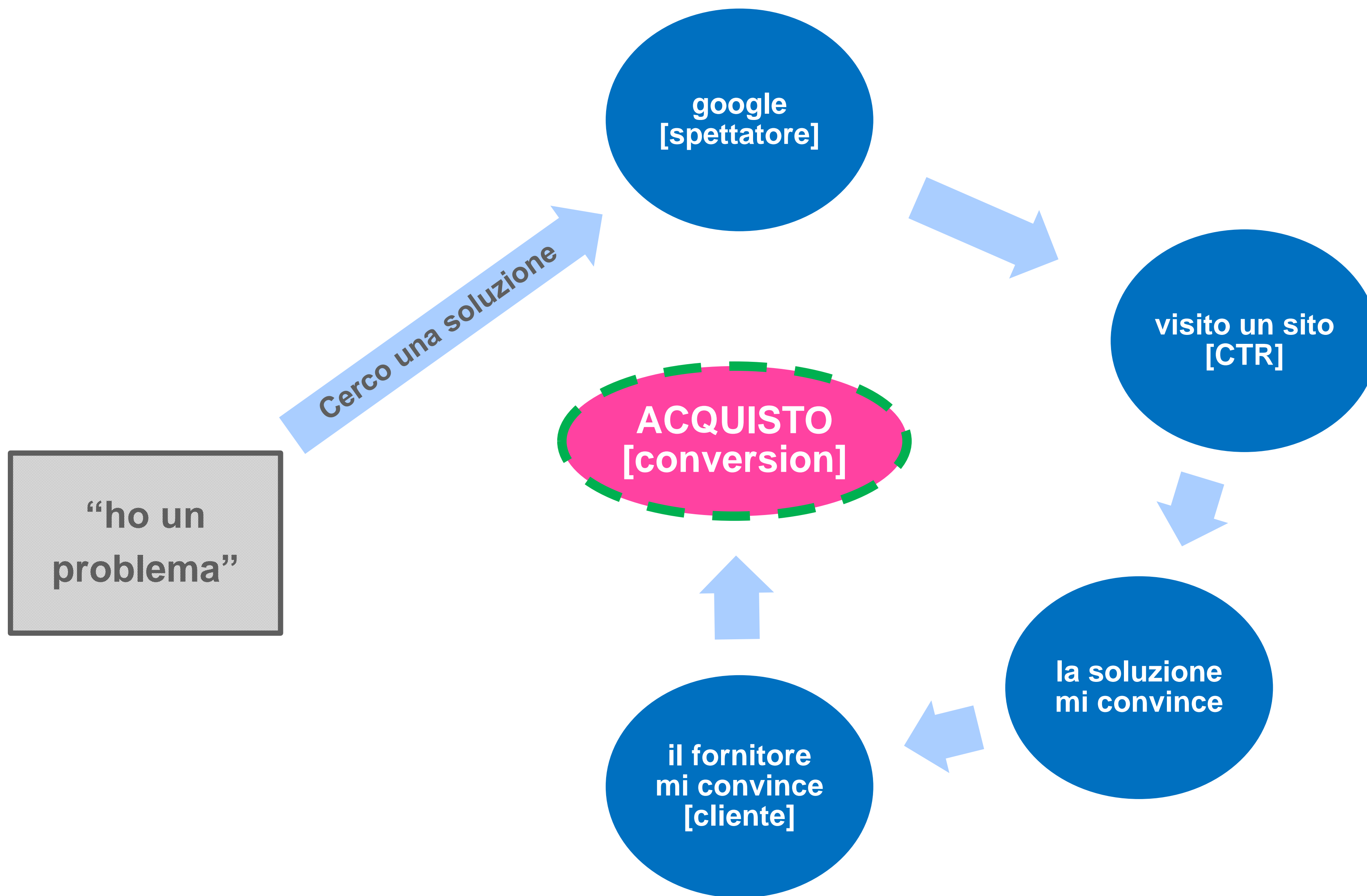
- Retail sales 2021 = \$4547MLD +14% [*]
 - Ecommerce = \$871MLD +14.2% [share 19.1%] *PIL Italia \$2200MLD*
 - mCommerce = \$359MLD +15.2% [share 41%]
 - B2B ecommerce = \$1630 +17.8%
1. **Amazon** \$141MLD; **Walmart** \$53MLD
 2. Apple + Home Depot + Target + Best Buy = \$88MLD
 3. [1+2] = \$282MLD [share 32.3%]

[*] esclusi ristoranti e combustibili

>>> ecommerce: B2B

- \$1630MLD nel 2021 +17.8% su 2020 [!]
- Grainger
- Thomas Register [Xometry]
- Globalspec
- Fastenal
- mcmaster.com

[!] dato sottostimato



>>> Le chiavi del Successo

- DIMENSIONE **QUANTITATIVA**
Ricerca => CTR => CR
- DIMENSIONE **CULTURALE**
influenza la dimensione quantitativa

SEARCH = SPETTATORE [CPC = COST PER CLICK]

CTR = CLICK TRU RATE = VISITATORE

CR = CONVERSION RATE = CLIENTE

	CPC	CTR	CR
PET	\$0.82	0.7%	2.1%
FASHION	\$0.82	0.8%	2.7%
BEAUTY	\$0.87	0.8%	3.7%
INDUSTRIALS	\$0.66	0.9%	5.0% ["need"]

10000 Spettatori x 0.8% = 80 visitatori x \$0.82 = \$65.6 Costo di acquisizione

80 x 2.7% = 2 Clienti

>>> Layers of Complexity

- **Popolazione:** 328 Milioni, 60% bianchi, 14% ispanici, 13% afroamericani
- **Top 5 paesi immigranti:** Messico, Cuba, Cina, Rep. Dom., India
- **Logistica:** 2 volte l'area dell'intera Unione Europea
- **Clima:** esistono 4 stagioni in ogni momento dell'anno
- **Comunicazioni:** 2 lingue, 3 fusi orari, immediatezza nelle risposte
- **Cultura:** modi di fare e negoziare molto diversi
- **Reddito medio:** Washington DC \$85K vs. West Virginia \$44K
- Come massimizzare risorse limitate per vendere in un mercato così?

The NETFLIX Fallacy

Gli americani

NON

sono uguali a noi

**“People buy
from people”**

[they like..

&

trust..]



>>> Like & Trust

- Traduzioni
- Linguaggio
- Usability
- Aspettative
- Logistica
- Customer Service [pre e post sale]

- Amazon
- Shopify
- Etsy
- IG
- APPS

- Grainger
- Thomas Register
- Xometry
- Globalspec
- Fastenal
- [mcmaster.com](https://www.mcmaster.com)

>>> LE APP

- DEPOP
- VESTIAIRE COLLECTIVE
- POSHMARK
- THE REAL REAL
- THREAD UP
- GRAILED
- YOOX
- REVOLVE
- THE OUTNET
- ASOS

>>> NUOVI ECOSISTEMI

INSTAGRAM

TIKTOK

PINTEREST

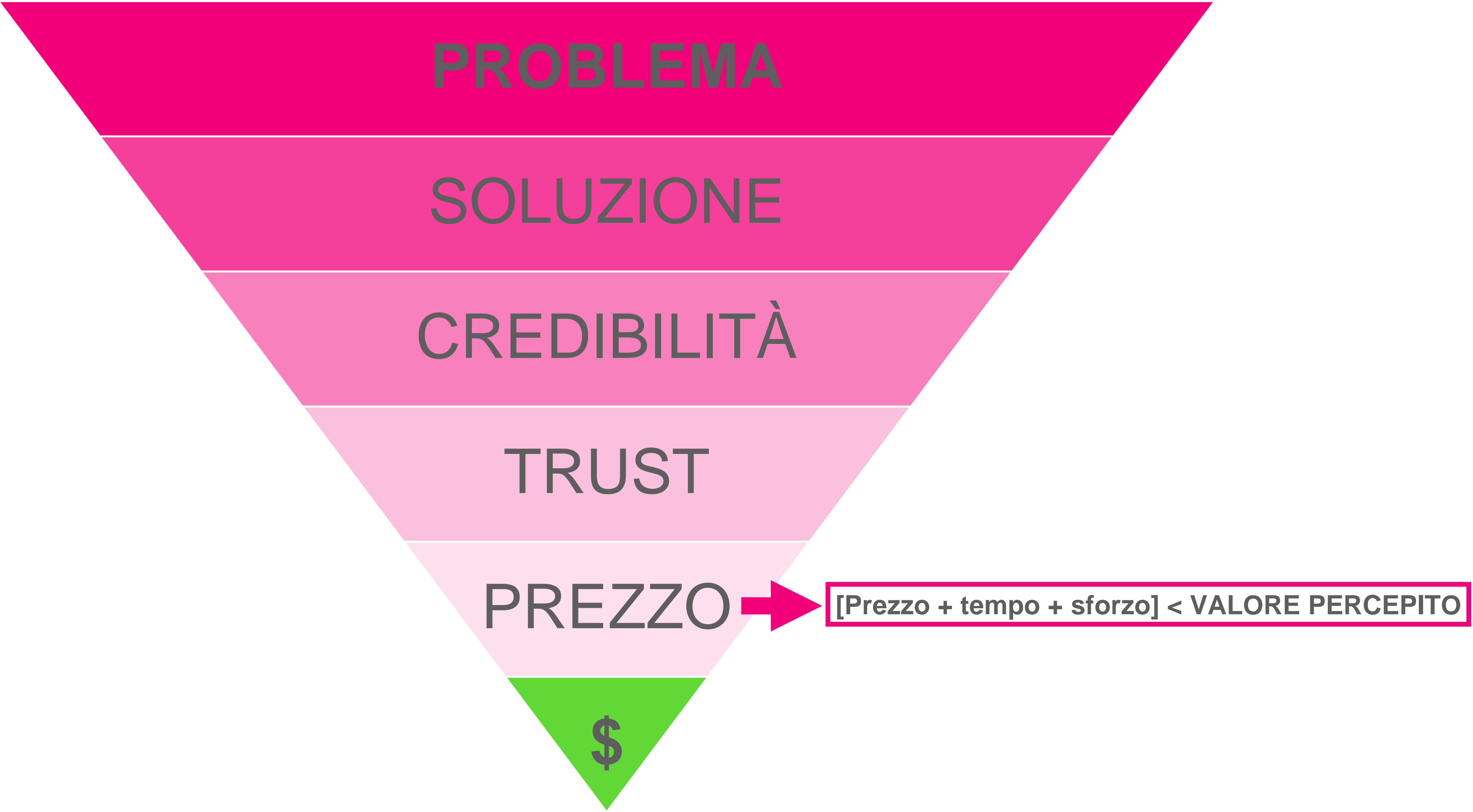
«Chi compra un
trapano in realtà ha
bisogno di un **buco**
nel muro»

Problema

Soluzione

Benefit

[caratteristiche tecniche]



NEEDS

WANTS

Faster

Better

Easier

Cheaper

TCO

Total Cost of Ownership

- Costo di Acquisto
- Costi di Gestione [include anche i rischi: perdite emergenti e lucro cessante]
- Costo del Personale



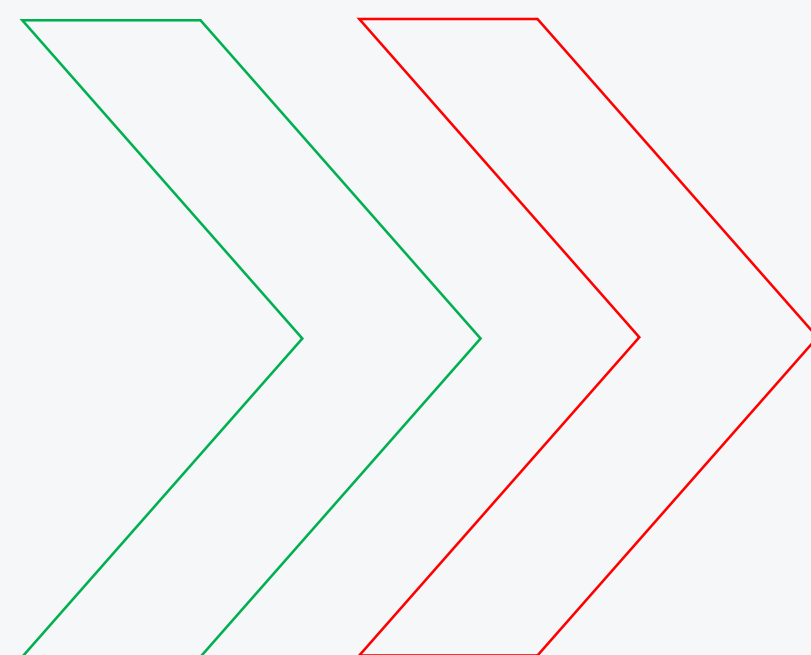
>>> Comunicazione commerciale efficace

- Il prodotto non come assieme di caratteristiche fisiche ma come capacità di risolvere un problema
- Fornire una Reason Why
- “What’s in it for me?”
- Immediatezza / Rapidità
- Non dare nulla per scontato

Esportare >> in Digitale



Grazie



CONTATTI 

Lucio Miranda, Presidente Export USA New York Corp.

info@exportusa.us

www.sito.com