I tanti nuovi modelli del commercio elettronico. I case study

Vorticidigitali è una rubrica settimanale a cura di **@andrea_boscaro** promossa da **Key4biz** e **www.thevortex.it**. Per consultare gli articoli precedenti, **clicca qui**.
In un precedente appuntamento della nostra rubrica, abbiamo raccontato l'emergere del "live shopping", quel mix di intrattenimento e consigli per gli acquisti che all'estero ha i suoi principali esempi su **Taobao** in Cina e Amazon negli Stati Uniti con dei veri e propri show in cui i presentatori sono dei veri e propri maestri della televendita.

Tale modello è solo una delle tante nuove frontiere che sta vedendo l'eCommerce evolvere in forme in buona misura complementari al tipico orientamento dei siti di commercio elettronico volti a intercettare e soddisfare scelte strumentali e di carattere economico.

Fra i casi che è più interessante studiare vi sono:

- Il forte ricorso alla leva psicologica dell'urgenza attorno alla quale sono costruite piattaforme come Wish e Schein;
- L'accento messo sull'economia circolare da parte della notissima Vinted, sulla sostenibilità da parte di Showfields.com e sul supporto ad una causa (Theverticale.com);
- La personalizzazione dei suggerimenti offerti a valle di un quiz da cui fare emergere i gusti e le preferenze degli acquirenti (Stitch Fix) o di un processo di consenso / dissenso dato ad una proposta: The Yes, che pare richiamare Tinder, in realtà si ispira al

“discovery commerce” e alla personalizzazione del feed di Taobao per il quale “mille utenti, mille homepage” (qianren qianmian);

- Il supporto all’acquisto online via Whatsapp che in Italia ha già visto attiva Velasca e che, all’estero, si traduce in veri e propri acquisti “conversazionali”, via chat come nel caso di Hey-betty.com e del servizio Potline del sito di articoli per la casa Greatjonesgoods.com;
- L’eCommerce supportato da una videochat come nel sito di arredamento Sofology;
- La collaborazione fra Netflix e The Container Store per l’acquisto di prodotti mostrati negli show, nel caso specifico “Get Organized with the Home Edit”;

A ben vedere, non c’è nulla di strano: già Emile Zola nell’Ottocento aveva colto, nel Paradiso delle signore (Au bonheur des dames), l’inestricabile legame fra queste due dimensioni. Il digitale è solo una nuova per divertirsi e fare compere.

https://www.key4biz.it/i-tanti-nuovi-modelli-del-commercio-elettronico-i-nuovi-case-study/366191/