

L'e-commerce low-cost

Becom a fianco dei negozi con un doppio progetto

L'agenzia bresciana Becom, nel ventesimo anno di attività, estende il suo impegno con un servizio rivolto a tutti i negozianti in difficoltà a causa dello stop imposto dall'emergenza coronavirus. Già creatrice del «metodo Becom», che consente alle aziende di esprimere il massimo del proprio potenziale in termini di performance, affiatamento del personale e risultati commerciali, ora sfida la crisi lanciando due nuovi progetti di e-commerce low cost - Vicinocasa.shop e fastcommerce.shop -, pensati per chi intende iniziare a vendere anche con le serrande abbassate.

LA SOCIETÀ di via Tartaglia in città, con sei dipendenti e circa 600 mila euro di fatturato, ha fatto dell'ottimizzazione dei costi uno dei suoi cavalli di battaglia. Con due divisioni - una specializzata nello sviluppo di campagne e piattaforme online, l'altra in consulenza e sviluppo dei processi d'impresa -, non è nuova a intuizioni di questo tipo: malgrado la sua piccola dimensione, è l'unica realtà italiana ad aver sviluppato un sistema integrato di gestione dei processi in grado di migliorare di oltre il 30% spese e tempi di gestione del flusso di commessa.



Alfredo Rabaiotti

Su questa linea si inserisce l'idea di fornire un servizio di e-commerce a basso costo (intorno ai 3 euro al giorno) che risponda in modo sicuro alla crescente richiesta di soluzioni di vendite da remoto, mantenendo alto il livello di qualità.

«**CON QUESTA** campagna desideriamo sensibilizzare il pubblico sui rischi in cui possono incorrere nell'affidarsi a soluzioni che, motivate dal prezzo irrisorio, rischiano di ingabbiare l'esercente in una struttura poco funzionale alle sue esigenze attuali e, soprattutto, future», sottolinea il titolare, Alfredo Rabaiotti, conosciuto anche per essere l'ideatore del manifesto «#iopagoifornitori». Puntare sull'e-commerce «non significa banalmente aprire un sito - spiega -, ma disporre di un team competente che accompagni in scelte coerenti con le possibilità economiche, le necessità e le prospettive di mercato future».

© RIPRODUZIONE RISERVATA