

---

## Report Workshop Crazy Web Shopping 16 marzo 2017

---

Presentazione novità 2017: [vedi slide](#)

### Tavolo di discussione sul Progetto Crazy Web Shopping:

Identità: Crazy web shopping è un progetto per la creazione di una rete di merchant operatori e-commerce con il valore di moltiplicatore di visibilità.

Obiettivo: diventare un appuntamento fisso e atteso dai consumatori. Crescita del numero degli aderenti e loro partecipazione attiva nella rete del progetto aiutati dal kit di comunicazione e dagli strumenti messi a disposizione dal Team. Conseguente crescita del numero degli utenti, che di edizione in edizione si fidelizzano e conoscono i negozi presenti nel progetto.

Mission "L'unione fa la forza": il COORDINAMENTO di ogni singolo attore e componente del progetto è la base per ottenere il risultato di effetto leva. Un regia unica del progetto da parte di Netcomm e del Team di Crazy Web Shopping dove il "coro" dei merchant esegue la melodia seguendo il ritmo. *"Il suono coordinato e armonico risulta, così, facilmente udibile, mentre se ognuno agisce singolarmente risulta un suono confuso, che disturba invece di attrarre i consumatori"*.

- **Messaggio da comunicare: l'evento.** Captare l'attenzione di nuovi utenti che tendenzialmente non comprano online e lo fanno quel giorno per curiosità, divertimento, emulazione. L'evento diventa una vetrina. Gli aderenti, quindi, devono mostrarsi al meglio attraverso i prodotti bestseller, certo, ma anche con una scelta esaustiva e attrattiva tra la loro gamma di prodotti e sfruttare l'occasione di farsi conoscere.
- **Comunicazione:** i contenuti saranno direzionati a valorizzare sia l'idea di un evento con prezzi scontati che le categorie merceologiche, **accentuando il valore dei prodotti** delle aziende di nicchia che offrono prodotti di qualità.
  - Comunicazioni Aderenti verso i propri clienti (newsletter, sito, social) in base al tipo di prodotti e al tipo di business ogni merchant decide la tempistica per comunicare l'evento. Comunicati stampa Netcomm da inoltrare alla propria rete di contatti media.
  - Comunicazione di Netcomm alle istituzioni e al Netcomm Forum (10-11 maggio 2017). Comunicazione del progetto da parte di Netcomm per attirare nuovi aderenti e potenziare così la rete.
- **Offerte:** proporre offerte attrattive agli utenti per accrescere il valore dell'evento

Perché durante la settimana: in seguito alle richieste degli aderenti stessi l'evento si svolgerà in giorni lavorativi. Ciò permette un customer care più gestibile da tutti i merchant, anche i più piccoli. Si è scelto il 22 e 23 giugno per anticipare i saldi nei negozi offline (una settimana prima).

---

### #CWS17

 CrazyWebShopping

 CWS\_Netcomm

 Crazy Web Shopping



[www.crazywebshopping.it](http://www.crazywebshopping.it)

[info.cws@consorzionetcomm.it](mailto:info.cws@consorzionetcomm.it)

Un progetto Netcomm in collaborazione con:

 imginternet  
DIGITAL COMMUNICATION

## NOTE E SPUNTI

- **Customer Care** è fondamentale per i giorni dell'evento per gestire eventuali criticità!  
RISPONDERE SEMPRE AGLI UTENTI, ALLE LORO RICHIESTE.  
Nel caso di grandi aziende fare attenzione anche alla comunicazione interna relativa alla partecipazione all'evento.
- il Consiglio regionale della Lombardia ha recentemente approvato **una norma apposita**, che modifica il testo unico del commercio, regolarizzando una consuetudine già adottata da molti negozi. Viene modificata la normativa vigente in materia di commercio e fiere che prevede il divieto di effettuare vendite promozionali nei 30 giorni precedenti l'inizio dei saldi. Così, le iniziative legate al Black Friday potranno essere liberamente attuate dagli esercizi commerciali lombardi senza incorrere nelle multe, come invece accade di regola. A tal proposito Netcomm ha preso contatti con realtà come la Camera di Commercio di Milano, Confcommercio, ecc... per verificare la disponibilità ad intraprendere un progetto congiunto che favorisca l'integrazione delle vendite online e offline
- Attraverso una serie di strumenti e attività negli ultimi anni Netcomm sta cercando di fare anche educazione ai Consumatori e lo fa sollecitando le imprese ad adottare il codice di autoregolamentazione in materia pubblicitaria, che rappresenta il faro delle buone prassi riguardo alla trasparenza dei prezzi e alla qualità dell'offerta online; mettendo a disposizione degli utenti [guide](#) pratiche, utili e veloci, che spiegano come approcciare, in sicurezza e consapevolezza, i servizi di vendita online offerti dal mondo dell'e-commerce; verificando l'impegno dei merchant (ossia dei gestori di negozi di vendita online) al rispetto della normativa di tutela del consumatore attribuendo, a seguito di controlli seri e accurati, il [Sigillo di qualità](#); adoperandosi affinché il consumatore e l'impresa, in caso di reclami irrisolti, possano arrivare a una soluzione bonaria della controversia senza necessità di ricorrere al giudice, mettendo a disposizione la [conciliazione paritetica](#) siglata con 20 associazioni consumatori iscritte al [CNCU](#).

Ogni suggerimento o consiglio da parte vostra è benvenuto e prezioso per la crescita del progetto Crazy Web Shopping.

Scriveteci all'indirizzo [aderenti.cws@consorzionetcomm.it](mailto:aderenti.cws@consorzionetcomm.it)

---

**#CWS17** CrazyWebShopping CWS\_Netcomm Crazy Web Shopping[www.crazywebshopping.it](http://www.crazywebshopping.it)[info.cws@consorzionetcomm.it](mailto:info.cws@consorzionetcomm.it)

Un progetto Netcomm in collaborazione con:

 imginternet  
DIGITAL COMMUNICATION