

ARRICCHIMENTO • i siti B2C funzionano, ma orientano poco all'acquisto

# Il vino virtuale punta sul prodotto

L'interattività è limitata, così come le vetrine. E le comunità sono solo abbozzate

GIGI BELTRAME



www.wineshop.it

Sito interessante non tanto per il numero e il tipo di prodotti, quanto per l'approccio chiaro e semplice anche per un neofita. Ci si può iscrivere al sito per ottenere vantaggi e informazioni. La grafica è forse eccessivamente essenziale, ma facilita la navigazione.



www.vinoplease.it

Graficamente originale, ha un approccio piuttosto lineare al commercio elettronico. Offre un minimo d'interazione con i propri clienti, ma non una vera comunità. Elevato il numero di prodotti selezionati, accessibili attraverso un ottimo motore di ricerca. Alcune sezioni del sito sono interessanti, come cibo e vini o il glossario.

Da catalogo selezionato a piccola comunità					
www. →	wineshop.it	vinoplease.it	ilvino.com	wineshopitalia.com	divino.it
Grafica (uso e tempo di caricamento)	media	buona	buona	essenziale	media
Comunicazione (modo di presentarsi agli utenti)	buona	media	media	essenziale	media
Navigazione (facilità di visita in profondità)	media	media	media	minima	media
Aiuto (con operatori-spiegazioni)	medio	medio	medio	medio	medio
Servizio di tracking (specificato nel sito)	medio	medio	medio	medio	medio
Tempi di consegna (specificati nel sito)	medi	medi	medi	medi	medi
Sito (completo, medio, scarso, monomarca)	medio	medio	medio	medio	completo
Catalogo (numero di prodotti presenti)	scarso	ottimo	ottimo	medio	ottimo
Target	internazionale	nazionale	internazionale	nazionale	nazionale
Possibilità di personalizzazione	minima	assente	minima	media	media
Prezzi	medi	medi	medi	medi	medi



www.ilvino.com

Contiene un elevato numero di bottiglie, ma l'approccio è un po' troppo diretto e quindi difficile. Se non si accede ai dati attraverso il motore di ricerca, si può selezionare uno dei numerosi link contenuti nella home page. È un sito adatto agli esperti. Manca un minimo d'intento di creare comunità.



www.wineshopitalia.com

Sito maturo, tra i più facili da navigare per i negozi virtuali. Pur essendo estremamente asciutto, offre un minimo d'interazione per quanto concerne l'aiuto agli abbinamenti e i consigli diretti da parte del sommelier. Ottima la suddivisione per categorie e sufficiente il motore di ricerca. La cantina è ben rifornita.



www.divino.it

Sito tra i più interessanti, sia come approccio d'interazione sia per la semplicità d'uso. Schede semplici e chiare aiutano l'utente nella fase d'acquisto. Interessante la sezione "Gioca con divino", in cui l'utente può provare a fare abbinamenti in base a un menu proposto. La cantina è ben rifornita, ma ancora da ampliare.