

## Il Social Commerce? Funziona eccome! E i blog sono sempre importanti

*Per la prima volta Blomming rilascia i dati di provenienza delle vendite, confermando l'importanza di Facebook e Blog per l'E-Commerce. La prima startup di Social Commerce presenta inoltre numerose novità: versione francese del sito, redesign avanzato, superamento della soglia di 5.000 Promoter iscritti alla Social Affiliation e nuove "Cards" per Twitter e Pinterest*

CAGLIARI - 31 LUGLIO 2013 – Ogni bravo commerciante lo sa da sempre: *“La pubblicità è l'anima del commercio”*, sì, ma **per vendere è importante anche mantenere buone relazioni con i clienti. Tanto più online e sui Social Media** dove comunicazione, relazioni, promozione e vendita sono integrate. Lo conferma l'esperienza di Blomming: **nel 40% dei casi le vendite avvengono su Facebook** o provengono direttamente dal social network. Mentre **blog e siti dei venditori generano il 42% degli scambi**. In questo dato spicca Blogger, blog network di Google, che da solo vale il 4%.

**Blomming così conferma la previsione di Gartner, Inc.** secondo la quale *“Entro il 2015 le aziende genereranno il 50% delle vendite via web tramite la loro presenza Social e applicazioni mobili”*<sup>1</sup>. Inoltre, su Blomming sono in crescita anche le vendite dal nuovo Social Marketplace e dall'applicazione mobile, introdotti solo pochi mesi fa.

Numerose le novità Blomming: il **nuovo design** rende il sito più facile da usare. Le varie pagine mettono ora meglio in evidenza i proprietari degli Shop, per una relazione personale e diretta con il venditore. La **nuova vetrina dei prodotti**, più accattivante con filtri di selezione che facilitano la ricerca di ciò che si preferisce.

Tra i visitatori di Blomming sono sempre più importanti anche i *“Social Media Lover”* che aiutano i venditori promuovendone i prodotti tramite la Social Affiliation che ha da poco **superato la soglia di 5.000 Promoter iscritti**. Basta selezionare i prodotti di propria scelta e condividerne i link con un post sul blog o anche con **un semplice Like, Pin, Tweet**, eccetera. In caso di vendita il Promoter guadagna una percentuale del prezzo, determinata dal venditore. Altre informazioni in [questa pagina](#).

E' per potenziare lo Share che **Blomming, caso unico in Italia, ha implementato le nuove funzionalità avanzate di Pinterest e Twitter**, Twitter Cards e Rich Pins. Oltre a immagine e titolo ora su questi Social vengono visualizzati direttamente il prezzo e altre informazioni dei prodotti Blomming condivisi. Infine, continua la strategia di espansione internazionale con l'introduzione della **versione francese del sito**.

---

<sup>1</sup> Blomming è stata l'unica azienda italiana citata nel report “Cool Vendor in E-Commerce 2012” di Gartner, Inc.: <http://bit.ly/gartcoolv>





**Matteo Cascinari, amministratore delegato di Blomming, afferma:** *“Queste sono solo alcune delle novità che abbiamo sviluppato recentemente. I piani per il prossimo futuro sono estremamente intensi, sia con il rilascio di nuove funzionalità sia tramite nuove importanti partnership sia attraverso lo sviluppo internazionale che prevede il lancio del sito in altre lingue. Inoltre, per i prossimi mesi il founder Nicola Junior Vitto è a San Francisco proprio per attivare nuove opportunità di business internazionali”.*

I dati delle vendite generate dagli Shop di Blomming confermano il buon andamento del Social Commerce. Infatti, **nel 40% dei casi le vendite avvengono direttamente negli Shop Facebook o grazie alla condivisione sui social network** - Facebook per il 30% e Pinterest, Twitter e YouTube per il restante 10%. **Per il 42% dipendono dall'uso di siti e blog.** E il restante 18% avviene invece direttamente su Blomming - **una tendenza in crescita** grazie al recente redesign del Social Marketplace. Maggiori informazioni si trovano nell'infografica allegata.

### **Cos'è Blomming**

**Blomming** permette a chiunque, individui e aziende, di vendere attraverso il proprio sito, blog, pagina Facebook e direttamente su Blomming stesso offrendo così *“Tre Shop in uno”* tramite una piattaforma centralizzata e facilissima da usare. Inoltre, supporta oggi **più di 23.000 Shop online** con un catalogo di oltre **300.000 prodotti in vendita.**

### **Riconoscimenti**

*Premio Nazionale per l'Innovazione 2012, Presidenza della Repubblica, Italia*

*Cool Vendor in E-Commerce 2012, Gartner, Inc., USA*

*Innovative Niche E-commerce Providers to Watch, 2012*

*Best E-Tailer - Best Pure Online Player, Accenture, 2012*

*Top 25 Startup Southern Europe, TechTour, 2011*

### **Chi siamo**

*Blomming è un'iniziativa sviluppata da Nicola Junior Vitto, Alberto D'Ottavi, Matteo Cascinari e Andrea Salicetti. A soli 32 anni, Nicola, founder e product strategist, ha già un'esperienza quasi decennale di product strategy su web, e-commerce e finanza. Alberto, co-founder, è giornalista, blogger, docente ed esperto di innovazione digitale. È stato nominato da Wired.it tra i “50 Italiani da seguire” su Twitter e Facebook. Matteo Cascinari, proveniente da esperienze dirigenziali di alto livello in grandi aziende italiane e internazionali e business angel, è partner di rilievo e amministratore delegato. Andrea Salicetti è partner e senior developer. Nel 2012 ha ricevuto un finanziamento di 1,3 milioni di Euro da Vertis SGR.*

**Per altre informazioni:** [press@blomming.com](mailto:press@blomming.com) - <http://www.blomming.com>  
<http://blog.blomming.com/it> - <http://facebook.com/blomming> - <http://twitter.com/blomming>

[end]

**Blomming Spa - [press@blomming.com](mailto:press@blomming.com)**

