

## **E-commerce e legge di Pareto.**

L'e-commerce sembra non seguire la legge di Pareto nota (100 anni fa) per spiegare che il 20% della popolazione dispone del 80% del reddito. La legge di Pareto è stata via via applicata in vari settori fino ad arrivare alle aziende della vendita a distanza che, prima dell'avvento dell'e-commerce, avevano come obiettivo quello di conoscere, e quindi "coccolare", quel 20% di clienti che generano l'80% del fatturato.

In questo senso la stessa attenzione era riservata anche alla fase di reclutamento. Per reclutare si sceglievano riviste profilate in grado di assicurare la redemption ed anche uno scontrino d'acquisto alto e ripetitivo.

Lo stesso veniva fatto per la scelta delle liste a cui inviare un mailing postale.

Ora nell'e-commerce ci sono molte cose da ottimizzare, ad esempio nella vendita online di abbigliamento in nazioni come Germania e Olanda si raggiunge il 40% di reso merce, ma non pare che questo sia un problema urgente da risolvere. Si continua a reclutare ovunque e chiunque, senza targetizzare, anzi incoraggiando i nuovi clienti con banner, sconti e coupon.