

Dow ora vende su Alibaba

Aperto un flagship store nell'area 1688.com, quella utilizzata dalle aziende per acquistare materie prime, semilavorati e prodotti finiti.

7 dicembre 2018 08:22

Dopo BASF e Covestro, anche Dow ha deciso di sbarcare su Alibaba, il principale portale di e-commerce cinese (e forse mondiale), aprendo un negozio virtuale nell'area dedicata al B2B, la sezione 1688 (dowchina.1688.com). La decisione rientra nella strategia di digitalizzazione avviata dalla società statunitense per esplorare nuove opportunità di business.



Il primo lotto proposto sul portale cinese comprende 14 diversi prodotti, tra quelli più venduti, quali sistemi poliuretanic per applicazioni industriali, coating, prodotti per l'industria alimentare, personal care, auto e costruzioni, agrochimica, prodotti per la pelle e l'industria cartaria.

Oltre che dai privati, la piattaforma di e-commerce Alibaba viene utilizzata in Cina anche da numerose piccole e medie aziende per vendere e acquistare online materie prime, semilavorati e prodotti finiti, con una ragionevole certezza su pagamenti e tempi di consegna. Da qui l'interesse di molte grandi imprese nel presidiare anche questo canale.

"La Cina è leader mondiale nelle piattaforme di e-commerce e nelle tecnologie IoT (Internet of Things) che le rendono abilitanti - spiega Yoke Loon Lim, presidente di Dow Greater China -. Ciò, unito alla predilezione dei clienti cinesi verso gli acquisti online comodi e sicuri, crea un ambiente ideale per espandere la nostra presenza online e diversificare i nostri canali di vendita e di servizio". "Il lancio del nostro flagship store 1688 si aggiunge alla presenza sulla piattaforma 1688 per gli acquisti, avviata ad agosto di quest'anno e completa la digitalizzazione dei nostri due punti di contatto con la filiera cinese: acquisti e vendite".

Creata nel 1999 da Alibaba come piattaforma di e-procurement avanzata per le aziende, 1688.com comprende oltre 10 milioni di punti vendita virtuali, con 150 milioni di acquisti giornalieri, pari al 40% del commercio interno.

© Polimerica - Riproduzione riservata