

**RA 1:** Realizzare un sito e-commerce conforme alla normativa di riferimento, a partire dalla definizione della sua architettura, curando la completezza dei contenuti (testi, format documentali, modalità e circuiti di pagamento, ecc.), la coerenza con le caratteristiche del prodotto/servizio offerto e con il mercato di sbocco

### 1 – Realizzazione di un sito e-commerce

### 2 – Pubblicazione del sito e-commerce

#### 1.4 – Manutenzione del sito e-commerce

Sulla base delle indicazioni ricevute dal personale che gestisce la fase operativa di vendita online (es. report su funzionalità, accesso al sito, commenti utenti), effettuare interventi di manutenzione del sito al fine di migliorarne il funzionamento e la fruibilità, anche alla luce di innovazioni tecnologie intervenute o di quanto proposto dalla concorrenza.

#### 1.1 – Progettazione del sito e-commerce

A partire dalle caratteristiche del prodotto/servizio offerto e del relativo mercato di sbocco, progettare l'architettura del sito e-commerce (es. struttura dei dati, layout delle pagine, modalità di interazione con l'utente, procedure di acquisto, soluzioni di assistenza online), individuando le soluzioni tecniche hardware e software più idonee

#### 1.2 – Realizzazione del sito e-commerce

Sulla base del progetto elaborato, realizzare il sito e-commerce sviluppando ogni singolo componente utile a fornire la miglior esperienza d'acquisto possibile ai potenziali clienti nel rispetto della normativa di riferimento, curando in particolare la struttura della base dati, le funzioni di inserimento e aggiornamento dei prodotti, la modalità di ricerca e consultazione di prodotti, le procedure di acquisto e di pagamento e le modalità di interazione online con i clienti pre e post vendita.

#### 1.3 – Sviluppo degli automatismi

Sviluppare le funzioni per l'interazione automatica tra le diverse componenti del sito e-commerce (es. aggiornamento della disponibilità dopo carico/scarico prodotti, gestione delle priorità tra acquisti simultanei, attivazione delle fasi post acquisto: verifica pagamenti, fatturazione, spedizione).

#### 2.3 – Cura del catalogo prodotti online

Curare il catalogo online evidenziando i prodotti soggetti a promozioni, indicando tempi previsti per la disponibilità dei prodotti temporaneamente esauriti, fornendo risposte puntuali alle richieste dei clienti, riportando i commenti dei clienti che hanno già acquistato lo stesso prodotto.

#### 2.1 – Inserimento prodotti nel catalogo online

Inserire nel catalogo online i prodotti destinati alla vendita compilando le diverse sezioni informative (es. denominazione, descrizione, immagini, prezzo, disponibilità, dati tecnici).

#### 2.2 – Messa online del sito e-commerce

Effettuare le operazioni di testing del sito e-commerce e, dopo aver sistemato eventuali malfunzionamenti riscontrati, effettuare le operazioni di pubblicazione del sito accompagnando il tutto con azioni promozionali finalizzate a far conoscere il proprio catalogo di prodotti.

**RA 2:** *Curare le attività di monitoraggio in relazione agli aspetti statistici e di funzionamento del sito, descrivendone i risultati al fine di supportare lo sviluppo del piano di web-marketing*

**1 – Statistiche di accesso al sito**

**2 – Statistiche di funzionalità del sito**

**1.2 – Ipotesi di miglioramento**

Sulla base dei dati di accesso e vendita rilevati, elaborare delle ipotesi di interventi migliorativi sia destinati all'area marketing per rendere più efficaci le politiche commerciali (es. tipologie e tempistiche delle promozioni) e sia all'area di sviluppo del sito per favorire l'utente nella scelta rapida dei prodotti desiderati (es. funzionalità legata alla ricerca e confronto dei prodotti).

**1.1 – Monitoraggio dati accesso e vendita**

Monitorare le statistiche di accesso al sito rapportandole a quelle che si concludono con una vendita, analizzando i dati al fine di elaborare report dettagliati dei risultati (es. indicatori su tipologie di prodotti visionati, numerosità di prodotti visionati prima di procedere all'acquisto, correlazioni tra iniziative promozionali e risultati di vendita).

**2.3 – Report di miglioramento**

Sulla base dei dati statistici raccolti sul funzionamento e sull'usabilità del sito, redigere report periodici destinati agli sviluppatori del sito contenenti tabelle e/o grafici rappresentativi delle ricorrenze dei malfunzionamenti e dei giudizi espressi dagli utenti, e finalizzati a attivare interventi di miglioramento del sito di vendita online.

**2.1 – Monitoraggio funzionamento del sito**

Monitorare il funzionamento del sito di vendita online, segnalando immediatamente agli sviluppatori situazioni di malfunzionamento e registrando a fini statistici sui modelli predisposti i dati relativi alla tipologia, ricorrenza temporale, probabili cause.

**2.2 – Raccolta dati su usabilità del sito**

Raccogliere informazioni dai clienti sull'usabilità del sito, attraverso la predisposizione di questionari online da sottoporre agli utenti che hanno visitato il sito e completato l'acquisto.

**RA 3:** *Provvedere alla realizzazione delle attività di vendita on line, curando le operazioni previste per l'evasione degli ordini e per l'assistenza tecnica online*

**1 – Evasione degli ordini**

**2 – Assistenza tecnica online**

**1.3 – Evasione indiretta degli ordinativi**

Gestire le procedure di raccordo con le aziende fornitrici dei prodotti ordinati dai clienti, per effettuare la spedizione degli stessi ai clienti ottimizzando i tempi e i costi di trasporto, in particolare considerando le richieste del cliente di ricevere tutti i prodotti contemporaneamente o a lotti.

**1.1 – Evasione diretta degli ordinativi**

Gestire le procedure di evasione degli ordini relativi a merce presente nel proprio magazzino, provvedendo al confezionamento delle tipologie e quantitativi di prodotti richiesti e individuando i canali migliori per le spedizioni sulla base della tipologia e numerosità dei prodotti, del luogo e dei tempi di consegna, dei preventivi di spesa e degli accordi con una o più aziende di trasporto.

**1.2 – Aggiornamento stato avanzamento evasione ordini**

Mantenere costantemente aggiornate le informazioni sullo stato di avanzamento di evasione di un ordine, singolo o multiplo, compilando le sezioni del sito ad uso interno e quelle visibili al cliente (es. stato ordine, tracciabilità del pacco spedito con corriere).

**2.1 – Assistenza all'acquisto**

Fornire assistenza online ai clienti in fase di acquisto dei prodotti presenti sul proprio sito (es. informazioni tecniche su specifici prodotti, tempi previsti per la disponibilità dei prodotti momentaneamente esauriti).

**2.3 – Assistenza post vendita**

Fornire assistenza online ai clienti rispetto ai prodotti consegnati ai clienti e che essi ritengono non funzionanti o non conformi a quanto ordinato sul sito (es. modello differente, quantitativi errati) attivando le procedure di verifica e di eventuale rientro del prodotto contestato.

**2.2 – Informazioni su evasione ordini**

Esaudire le richieste di informazioni dei clienti sullo stato di avanzamento dell'evasione del proprio ordine, gestendo eventuali situazioni di criticità dovute a ritardi sui temi di consegna previsti, anche attraverso il ricorso sistemi riparatori rientranti nelle politiche aziendali (es. buoni sconto su nuovi acquisti per scusarsi del ritardo).

## Fonti

- Antonacci Francesco, “E-commerce. Marketing & vendite. Strumenti e strategie per vendere online”, Ed. Hoepli, 2015
- Rutigliano Daniele, “E-commerce vincente. Di modelli di business alle strategie di vendita online”, Ed. Hoepli, 2017
- Fiore Francesco, “E-commerce manager. Come gestire un negozio online che generi profitto nel tempo”, Ed. WebBook, 2017
- Schede SST presenti nei Repertori di settore del FVG
- Materiali presenti nell’Atlante del lavoro e delle qualificazioni professionali.