

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 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 - ATTIVITÀ DI MONITORAGGIO DEL SITO E-COMMERCE

Grado di complessità 3

1.3 ELABORAZIONE IPOTESI DI MIGLIORAMENTO

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), sulla base dei dati di accesso e vendita rilevati.

Grado di complessità 2

1.2 ELABORAZIONE REPORT DI MIGLIORAMENTO

Redigere report periodici destinati agli sviluppatori del sito contenenti indicazioni per interventi di miglioramento, sulla base dei monitoraggi svolti.

Grado di complessità 1

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).

1.1 MONITORAGGIO FUNZIONAMENTO DEL SITO

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

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Sito di e-commerce e relativo catalogo
- Dati di accesso al sito
- Dati di vendita
- Dati di funzionamento del sito
- Standard di servizio
- Procedure aziendali e normativa in vigore

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche ed operatività di monitoraggio di siti e-commerce

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Sito monitorato negli accessi e negli acquisti
- Criticità tecniche individuate e segnalate
- Miglioramenti tecnici richiesti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. Un set di caratteristiche di un sito di e-commerce
2. Un set di dati di accesso, vendita e criticità di funzionamento

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. Prova prestazionale: Sulla base del set dato, analisi delle informazioni ed individuazione degli elementi commerciali e tecnici oggetto di miglioramento, con formulazione di proposte di sviluppo

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