

**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

## ADA.24.04.08 - SVILUPPO E MONITORAGGIO DELLA RETE DI VENDITA ONLINE

### 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