



Calendario

Marzo: 23 (ore 09:00-13:00,
14:00-18:00)

Quota di partecipazione

180,00 € + IVA per aziende associate
234,00 € + IVA per aziende non
associate

CORSO CFC34

Come avviare un progetto eCommerce

Obiettivi

Verificare la reale opportunità di avviare un progetto di eCommerce

- Essere in grado di valutare la fattibilità economica, tecnica e l'impatto organizzativo
- Realizzare un business plan dell'iniziativa eCommerce in ottica multicanale e un piano di marketing
- Analizzare i principali ambiti di intervento: logistica, magazzino, sistemi di pagamento, flussi finanziari, piattaforma tecnologica, customer experience, etc.
- Individuare la migliore soluzione eCommerce per la propria realtà aziendale
- Realizzare un piano di lavoro dell'iniziativa eCommerce

Destinatari

Manager e responsabili di aziende interessati ad avviare progetti di vendita via web, Responsabili di B.U. Marketing, Commerciale, ICT, Persone in azienda incaricate di avviare un progetto di eCommerce, Consulenti e PMdi aziende ed agenzie operanti nel settore dell'eCommerce

Metodologia

Durante il corso verranno realizzate esercitazioni su casi reali e verranno impostati studi di fattibilità e budget di progetti eCommerce

Programma

Analisi degli scenari dell'eCommerce e definizione di una strategia di vendita online

- Descrizione del processo di vendita online e degli aspetti economici, organizzativi e tecnologici necessari (analisi di alcuni siti eCommerce di riferimento)
- Come valutare i principali dati di vendita online di aziende competitor e analizzare trend di sviluppo del mercato (strumenti di Google, Alexa e ricerche di settore)
- Analisi dei canali su cui puntare (Internet, Mobile, Social network, ...) per sviluppare il brand ed aumentare le vendite
- Definizione del business model e del piano di marketing on line; pianificazione delle vendite (scontrino medio, visite, conversion rate, etc.)
- Ritorno dell'investimento, individuazione del break-even e del tempo di payback

Casi di successo, di insuccesso e perché

- Casi aziendali che esemplificano le chiavi di successo e i punti di forza di taluni progetti di eCommerce
- Casi aziendali di insuccesso, per capire quali fattori, scelte e criticità hanno causato l'insuccesso dell'iniziativa

Impostare un sito visibile, interessante, con un numero elevato di visitatori e alte vendite

- Descrizione del comportamento di navigazione e acquisto del cliente: motori di ricerca e comparatori di prezzi, processo di registrazione e login, integrazione con le fidelity card, ricerca dei prodotti, processi di acquisto, richiesta di informazioni e di supporto
- Importanza dell'info-commerce, integrazione e avvio di funzionalità di social network

- Attività di Web Marketing: pianificazione delle new-sletter, descrizione del SEO e del SEM, Google Adwords, realizzazione di campagne marketing CPM, CPI, CPC e CPA, landing strip
- Trading, Marketing, Customer Care: processi, competenze e tecnologie per massimizzare il business online
- Compatibilità con il canale Mobile, con funzionalità di Reserve and Collect e Pay and Collect
- Analisi e design della Customer Experience e sviluppo del conversion rate
- Gli strumenti di Analytics per guidare il business

Aspetti organizzativi e tecnici di una soluzione di eCommerce

- Impostazione ed integrazione delle anagrafiche clienti
- Processo di integrazione e gestione del catalogo prodotti
- Integrazione con la logistica centralizzata e con i corrieri
- Avvio di sistemi per la gestione del post vendita
- Analisi dei flussi finanziari
- Sistemi di pagamento differenziati (carte di credito, bonifico, Paypal, ..), prevenzione delle frodi e gestione dei resi e dei rimborsi
- Analisi delle principali soluzioni di mercato per la realizzazione del sito di eCommerce: soluzioni make, buy, SAS e Revenue Sharing
- Principali problematiche di integrazione con i Sistemi informativi aziendali
- Architettura tecnologica (Hardware e Software) e dimensionamento

Organizzazione del progetto eCommerce

- Definizione del piano di progetto eCommerce
- Stima preliminare dei tempi e definizione di un Gantt (inizio, fine, scadenze chiave e milestones)
- Stima preliminare dei costi ed analisi costi-benefici dell'iniziativa
- Rivisitazione del business plan in logica multi Canale ed eventualmente multi Country

Profilo

I docenti del corso, professionisti attivi nell'ambito di progetti eCommerce, fanno parte di Value Group, una società di consulenza e formazione specializzata in project management, change management e sviluppo delle competenze per un continuo miglioramento delle performance aziendali.

Durata

8 ore

Docente

Esperti di Materia

Sede di svolgimento

Sede di Reggio Emilia

Informazioni

Comastri Cristina - cristinacomastri@cspmi.it

Tel.: 0522 267711