



Formazione su **E-Commerce** e **Omnicanalità**

---



## Formazione su E-Commerce e Omnicanalità

- I Partecipanti verranno guidati nella lavorazione dei loro contenuti allo scopo che siano **digitalmente performanti**;
- I Partecipanti potranno creare un vero "pacchetto" per il canale delle vendite intermedie pricing incluso definendo **look&feel** ideale dell'azienda e gli obiettivi da raggiungere.
- Verranno analizzati i comportamenti dell'utente finale per pianificare le informazioni da comunicare, andando a disegnare lo **storytelling adeguato** per ciascuna realtà sia a livello di visual che di contenuto.





# Strategia

Il percorso partirà da un'analisi del mercato e dell'arredo online, con l'obiettivo di delineare le vere dimensioni, le geografie più interessanti oltre ai trend che pervaderanno il mercato nei prossimi anni.

Si entrerà nel **Customer Journey del cliente**, mostrando come i clienti finali si muovono tra il **canale online e offline**, come si informano e come si comprano, allo scopo di trasferire l'importanza di conoscere i propri clienti di intercettarli nel modo più efficace ed efficiente possibile, in linea con il posizionamento individuale.





FORMAZIONE

# # LA PROPOSTA



## Struttura e date

# 2 edizioni fondamentali articolate in **2 giornate formative**



Prima edizione **Milano:**

- 23 maggio 2017
- 06 giugno 2017

Seconda edizione **Mestre**

- 15 giugno 2017
- 21 giugno 2017

## Info pratiche



Sede di svolgimento a Milano: **Foro Buonaparte 65 Milano**

Sede di svolgimento a Mestre: **Confindustria Veneto Via Torino 151/c**

Orario: **10.00 – 17.00**

\* Il corso di formazione verrà svolto sia a Milano che a Mestre.



## DAY #1

• **Milano 23 maggio**

• **Mestre 15 giugno**

- **Analisi del mercato dell'arredo online**, con l'obiettivo di delineare le vere dimensioni, le geografie più interessanti oltre ai trend che pervaderanno il mercato nei prossimi anni.
- **Focus sulle diverse categorie merceologiche** che ci rappresentano illuminazione, cucina etc. così da dare agli interlocutori appigli reali sulla loro esperienza quotidiana.
- **Customer Journey del cliente**, mostrando agli interlocutori come i clienti finali si muovono tra il canale online e offline, come si informano e come si comprano, allo scopo di trasferire ai partecipanti **l'importanza di conoscere i propri clienti** allo scopo di intercettarli nel modo più efficace ed efficiente possibile, in linea con il posizionamento individuale.
- **Dettaglio delle opportunità di vendita reali per i nostri brand**, dividendo il "mondo" in vendite dirette (es. Online brand store) e quindi attraverso il loro store online o negozi di proprietà e le vendite così dette "intermediate" cioè attraverso grandi siti e-commerce multibrand.

**DAY #2****•Milano 6 giugno****•Mestre 21 giugno**

- **L'aspetto editoriale di un sito.**  
Ovvero come raccontare al meglio il prodotto attraverso le sue particolarità e caratteristiche distintive.
- Capiremo come **realizzare delle storie** che possano portare un valore aggiunto per l'utente **attraverso una dimensione attuale e contemporanea**. Analizzeremo degli esempi concreti di siti italiani ed internazionali per entrare nel dettaglio dello storytelling.
- **Come distribuire i prodotti e le varie informazioni all'interno del sito.** L'estetica intesa come percezione dell'utente ma anche come **brand positioning** dell'azienda.
- **Quali sono i prodotti su cui puntare e come presentarli.**  
entreremo nel vivo di una rivoluzione chiamata emotional commerce.  
Mostreremo loro l'importanza della completezza delle informazioni in ottica cliente finale e le migliori **best practice in ambito di trattamento** delle foto in ambito digital.
- Faremo creare loro un vero "pacchetto" per il canale delle vendite intermedie pricing incluso.
- Definiremo il **look&feel** ideale dell'azienda e gli obiettivi da raggiungere.
- Analizzeremo i comportamenti dell'utente finale per pianificare le informazioni da comunicare, quindi andremo a disegnare lo storytelling adeguato per ciascuna realtà sia a livello di visual che di contenuto.



FORMAZIONE

## Tiziano Pazzini



Founder Furnichannel.com (2017 - Present)

Founder Lovli.it (2013 - Present)

Responsabile Scientifico Master in e-commerce at TAG Innovation School

<https://it.linkedin.com/in/tizianopazzini>

<http://tizianopazzini.tumblr.com/>

Dopo essermi formato in Autogrill SPA e nel gruppo Ferrero, come Brand Manager in China, India ed Emerging Markets,.

Circa 4 anni fa ho fondato insieme ad Alberto Galimberti: lovli.it il #1 Talent Store del design Italiano, che ci ha permesso di diventare un punto di riferimento per tutti quei client che nel design italiano "ci credono"!

Dopo qualche anno con "la stessa squadra"

abbiamo dato alle aziende l'opportunità di utilizzare la nostra piattaforma tecnologica e le nostre competenze, posizionando in pochi mesi: Furnichannel, come la piattaforma omnichannel di riferimento per i brand dell'arredo.

Con il mio team supportiamo i grandi Brand mettendo a loro disposizione la nostra esperienza nello sviluppo ed implementazione delle

strategie digitali più evolute: "Furniture Omnichannel Experience", " Furniture Configurator" o il Lead management verso i punti di vendita fisici,

ponendoci come veri Partner Industriali in grado di aiutare le aziende a raggiungere i propri obiettivi strategici.



FORMAZIONE

# # I DOCENTI



## Margot Zanni

<https://www.linkedin.com/in/margot-zanni-a5b37016/>



Ha lavorato come giornalista televisiva specializzata in arredamento, architettura, e home&living per Class CNBC (Sky 505).

Nel 2011 ha lanciato il sito di e-commerce Dalani.it in Italia dove ha ricoperto il ruolo di Founder e Creative director fino a febbraio 2017.

Per il sito ha coordinato le attività di:

- Branding: Dalani.it è diventato in poco più di 5 anni il sito leader in Italia per lo shopping home&living.
- Sales: coordinamento del buying team e del team creativo attraverso scouting di nuovi brand. Massimizzazione delle vendite attraverso lo storytelling sul prodotto.
- Visual: Creazione di una linea stilistica chiara, riconoscibile e originale. Dal layout fino al packaging brandizzato Dalani.
- Merchandising: Gestione e definizione dell'assortimento e della varietà dei prodotti presenti sul sito.
- Comunicazione e PR: Art direction e supporto alla realizzazione dei 6 spot televisivi realizzati con Saatchi&Saatchi e PicNic. Brand ambassador e testimonial attraverso attività di influencer marketing make over.





FORMAZIONE

# # COSTI e OPZIONI

**FLA**  
Eventi

## Quota partecipazione

800 € + iva

### *Offerta Early Booking*

*10% di sconto per iscrizioni entro 7 giorni dalla data di inizio corso.*





FORMAZIONE

# # CONTATTI E ISCRIZIONE

**FLA**  
Eventi

## Per iscriverti

Compila e manda la **SCHEDA D'ISCRIZIONE**  
[formazione@federlegnoarredo.it](mailto:formazione@federlegnoarredo.it)



### Contatti Ufficio Formazione

Sara Nilli -0280604331

Mara Lorenzini -0280604435

Marika Petrillo-0280604302



**FORMAZIONE**

**SCHEDA ISCRIZIONE**

**MODALITA' ISCRIZIONE**

L'iscrizione avviene inviando via mail questa scheda, completa nei campi obbligatori contrassegnati (\*) all'indirizzo [formazione@federlegnoarredo.it](mailto:formazione@federlegnoarredo.it) ed effettuando il pagamento secondo le modalità sotto indicate prima dell'inizio del corso.

**MODALITA' DI PAGAMENTO**

Il versamento della suddetta cifra verrà effettuato tramite bonifico bancario intestato a: Federlegno Arredo Eventi SpA,  
Banca Popolare di Sondrio  
IT19C0569601600000006892X38

**PRIVACY:** ai sensi del D. Lgs. 196/03 e successive integrazioni e modifiche, informiamo che il trattamento dei dati personali indicati, effettuabile anche con l'ausilio di mezzi elettronici esterni, è diretto esclusivamente all'attività di Federlegno Arredo Eventi SpA. I dati personali non saranno diffusi e comunicati se non per il raggiungimento della finalità di Federlegno Arredo Eventi SpA. All'interessato del trattamento in esame è riconosciuto l'esercizio dei diritti di cui all'art. 7 D. Lgs. 196/03. Vedi l'informativa completa sul sito [www.federlegno.it](http://www.federlegno.it).

Luogo, data.....  
FIRMA.....

<b>NOME E COGNOME *</b>	
<b>INDIRIZZO E LOCALITA' AZIENDA*</b>	
<b>E-MAIL *</b>	
<b>TELEFONO*</b>	
<b>CELLULARE</b>	
<b>FAX</b>	
<b>RUOLO AZIENDALE*</b>	

<b>RAGIONE SOCIALE*</b>	
<b>SOCIO</b>	<b>NON SOCIO</b>
<b>TEL *</b>	
<b>INDIRIZZO MAIL PER FATTURAZIONE:</b>	
<b>PARTITA IVA*</b>	
<b>CODICE FISCALE*</b>	

<b>TITOLO CORSO*</b>	<b>FORMAZIONE SU E-COMMERCE e OMNICANALITA'</b>		
<b>DATA INIZIO*</b>		<b>DATA FINE*</b>	
<b>PREZZO *</b>	<b>+ IVA</b>		