

E-COMMERCE OPERATIVO

ONLINE MASTERCLASS (5 MODULI DA 4H CIASCUNO)

DATE

3,10,17,20,24

ottobre 2023

ORARIO

9.00-13.00

DURATA

COMPLESSIVA

20 ore

COSTO

400€+iva prima

iscrizione

50% di sconto

dalla seconda

DESTINATARI

Imprenditori e risorse coinvolte nell'attività di marketing e vendita online

OBIETTIVI

Vendere online non è semplice e soprattutto implica una quantità di aspetti di cui tenere conto prima di imbarcarsi in un progetto, sia per stimare realisticamente costi e ricavi potenziali, sia per fare le scelte giuste in termini di allocazione delle risorse. Fornire una panoramica aggiornata sull'eCommerce, con overview di strumenti, competenze, costi e tempi da considerare.

Definire l'architettura del sistema e pianificare le attività di gestione della piattaforma

PROGRAMMA

- Trend dell'eCommerce
- Progettare un eCommerce
- Definire l'assortimento di vendita
- Shop online vs. marketplace (orizzontali e verticali)
- Le piattaforme eCommerce (CMS più diffusi, piattaforme open-source vs. proprietarie)
- La normativa eCommerce in Italia
- Sistemi di pagamento a confronto
- Allestire lo shop online: Tassonomia del sito e categorizzazione dei prodotti/servizi
- Web design & usability: best practice per ottimizzare la user experience
- Mobile commerce: web design in ottica mobile
- Content management e storytelling, dalla scheda prodotto alla narrazione del brand
- Cross-selling: suggerimenti per l'acquisto e prodotti correlati
- Modelli logistici nell'eCommerce: in house, outsourcing e dropshipping. Definire un modello logistico sostenibile
- La scelta del corriere: tempi di spedizione e consegna
- Tracking di spedizione: la digitalizzazione del tracciamento pacchi come strumento di marketing (Marketing automation e tracking page personalizzata)
- Il ruolo dell'eCommerce Manager: team, processi e risorse
- Pianificare le attività: come creare una roadmap delle attività quotidiane di store management e assegnare in modo corretto e sostenibile ruoli e risorse
- Promuovere l'ecommerce: scelta dei canali di adv, stilare un marketing mix strategico e operativo
- CRO Processi, KPI, tempi e costi; principi di persuasione/neuromarketing; strumenti di test
- Analizzare le vendite senza sentimentalismi
- Oltre il tasso di conversione (Conversion Rate - CR): le principali metriche eCommerce

DOCENTE

Sara Caminati <https://www.saracaminati.it/>

UFFICIO FORMAZIONE

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302
marika.petrillo@federlegnoarredo.it

Iscriviti
qui

UFFICIO FORMAZIONE

formazione@federlegnoarredo.it

Marika Petrillo (+39) 02 80604 302
marika.petrillo@federlegnoarredo.it