



e-commerce – approfondimento B2C

Revisione 01 Anno 2013

A chi si rivolge

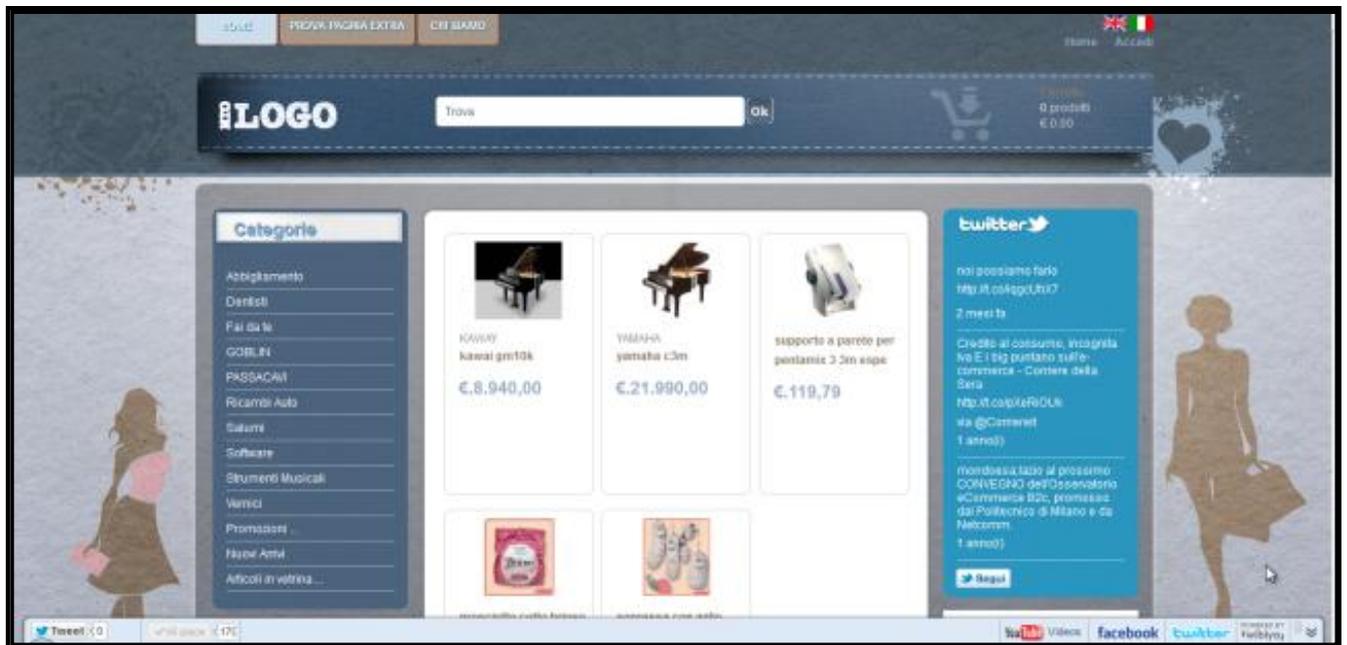
Vendere sulla rete non è solo avere un sito con un catalogo e la possibilità di pagare online, richiede un progetto aziendale a tutto tondo e un approccio integrato. Solo così l'e-commerce può divenire la grande opportunità che nell'era del web 2.0 la tua azienda non può non cogliere. Per le PMI può rappresentare una soluzione decisiva l'attivazione di un canale di promozione e distribuzione della propria merce complementare ai canali tradizionali. Può rappresentare non solo uno strumento per dare visibilità alla propria offerta all'interno della Rete, ma anche un percorso di ottimizzazione del sistema aziendale, un aumento della redditività a fronte d'investimenti relativamente contenuti. Un canale che ha non pochi vantaggi rispetto alla tradizionale vendita e distribuzione prodotti: i costi di aggiornamento dei dati sono limitati se confrontati ai costi di redazione dei cataloghi cartacei, la ricerca di prodotti specifici può essere eseguita con facilità e velocemente all'interno dei database, gli ordini possono partire in qualsiasi momento.

La versione e-commerce B2C, sia nella versione e/ready, sia nella versione e/impresa, è ideale per le aziende che desiderano mettere on-line il proprio sistema commerciale e gestirlo in modo semplice ed efficace. Il modulo B2C è integrato con l'ERP ESA Software. Ogni ordine caricato dal cliente sulla piattaforma e-commerce è visibile e gestibile con il sistema interno all'azienda.

Funzionalità modulo B2C

Carrello elettronico

- Il sistema garantisce che il cliente prima di completare l'acquisto si registri sulla piattaforma, inserendo dati e che confermi di accettare la normativa sulla privacy
- Al cliente viene richiesto se intende iscriversi al servizio newsletter
- Prima di completare ogni acquisto viene richiesta la conferma delle condizioni di vendita



Gestione magazzino

e-commerce permette di gestire la giacenza in magazzino di ogni prodotto e di comunicare con il magazzino dell'Erp aziendale. Infatti, ogni volta che un cliente acquista un prodotto, le informazioni sulla giacenza vengono aggiornate sul sistema aziendale. La gestione della disponibilità del magazzino è molto flessibile: si può scegliere di vendere esclusivamente i prodotti disponibili, oppure di consentire comunque l'acquisto al cliente dei prodotti non a magazzino o esauriti attraverso la modalità "JUST IN TIME".

Metodi di pagamento

Il sistema supporta le principali modalità di pagamento:

- Contrassegno;
- Bonifico Bancario;
- Conto corrente Postale;
- Assegni;
- PAYPAL;
- Carte di Credito (VISA, MASTERCARD, AMEX, MAESTRO), tramite l'integrazione con i principali GATEWAY bancari.

Il sistema è aperto all'integrazione con altre modalità di pagamento.

Spedizioni

Il software è dotato di moduli per gestire spedizioni tramite corriere proprio, corrieri commerciali, ritiro presso la sede.

Web marketing

e-commerce mette a disposizione gli strumenti opportuni per la gestione del marketing cliente tramite promozioni, buoni sconto, cross selling, up selling. Gestisce l'ottimizzazione integrata delle informazioni per i motori di ricerca tramite url rewriting e Metadata. Inoltre gestisce l'integrazione con le applicazioni web 2.0, come wish list, social networking, Youtube.. Per monitorare i risultati delle azioni di marketing relative alla piattaforma e-commerce è possibile integrare e-commerce con strumenti come Google Analytics, oppure visionare i cruscotti di analisi disponibili nel pannello di amministrazione (Fig.1_ Fig.2).

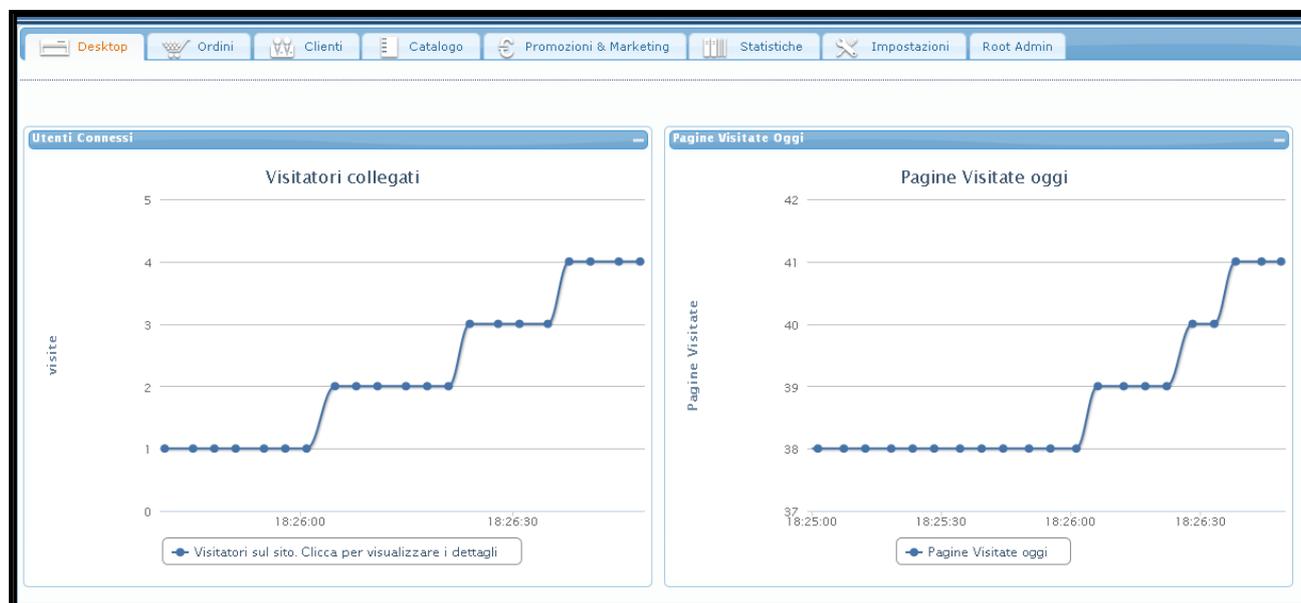


Fig.1 cruscotti di analisi traffico

The screenshot shows a web application interface for creating discounts. The top navigation bar includes 'Desktop', 'Ordini', 'Clienti', 'Catalogo', 'Promozioni & Marketing', 'Statistiche', 'Impostazioni', and 'Root Admin'. The left sidebar has a 'Promozioni' menu with sub-items: 'Gestore Prezzo Prodotti', 'Promozioni', and 'Fare Saldi'. Below this are 'Recensioni', 'Vetrina', 'Altro', and 'Buoni Sconto'. The main content area is titled 'FARE SALDI' and features a red warning: 'Vedi consigli sull'uso di Fare Saldi.' with 'aggiorna' and 'lascia' buttons. The form includes:

- 'Nome Saldo': text input field.
- 'Sconto': input field with '21.0000' and 'Tipo: Percentuale' dropdown.
- 'Ventaglio prezzi Prodotto': input fields for '0.0000' and 'a 0.0000'.
- 'Se il Prodotto è in promozione': dropdown menu with 'Ignora prezzo promozioni - Applica a prezzo prodotto e sostituisci promozione'.
- 'Data Inizio': empty input field.
- 'Data Fine': empty input field.
- Checkboxes for 'Spuntare la casella se il Saldo si applica a tutti i prodotti' (Intero catalogo).
- Checkboxes for 'Oppure spuntare le Categorie alle quali si applica questo saldo' with a list of categories and their respective discount counts.

Fig.2 creazione saldi su categoria prodotti

Newsletter promozionali/Buoni sconto

e-commerce consente di gestire le campagne di comunicazione sui clienti o prospect attraverso lo strumento di newsletter. Dal proprio database di iscritti è possibile selezionare i destinatari della newsletter promozionale in base a dei criteri specifici relativi al target della campagna (es.: abbonati alla newsletter; clienti inattivi da più di tre mesi; clienti attivi da più di tre mesi; clienti registrati che non hanno mai effettuato un acquisto) ed elaborare messaggi promozionali di ogni tipo. A supporto delle campagne di fidelizzazione del cliente, e-commerce consente di creare newsletter con coupon sconto, ovvero comunicazioni da inviare alla lista di distribuzione clienti prescelta con un codice, e di tracciare negli ordini i codici sconto utilizzati dai clienti per misurare l'efficacia della campagna.

Web 2.0

I tuoi clienti possono condividere prodotti; novità e promozioni del negozio su social network, come Facebook, Twitter, Google+. I video descrittivi dei prodotti possono essere condivisi e pubblicati sul Canale Youtube dedicato con un semplice click. Sulle pagine dei prodotti e delle promozioni del negozio è presente la funzione con la quale avviare la pubblicazione.

Collegamento con servizi Trova prezzo

Con e-commerce puoi presentare i prodotti sui siti specializzati nella comparazione di prezzi, come Kelkoo, TrovaPrezzi, OKPrezzi e Ciao.it.

Controllo del business

Monitorare i risultati costantemente serve per migliorare il proprio servizio e aumentare il numero dei visitatori. Con e-commerce puoi misurare l'andamento del tuo business e tenere sotto controllo l'investimento e il ROI. Grazie ad un sistema di reportistica, avrai report aggiornati sul traffico del tuo e-shop e potrai monitorare le variabili di mercato, indicative dell'andamento del tuo business. Per esempio (PRODOTTI PIU' ORDINATI, PIU' VISUALIZZATI, BANNER/OFFERTA PIU' CLICCATA; PRODOTTO PIU' CLICCATO; etc...). (Fig.3)

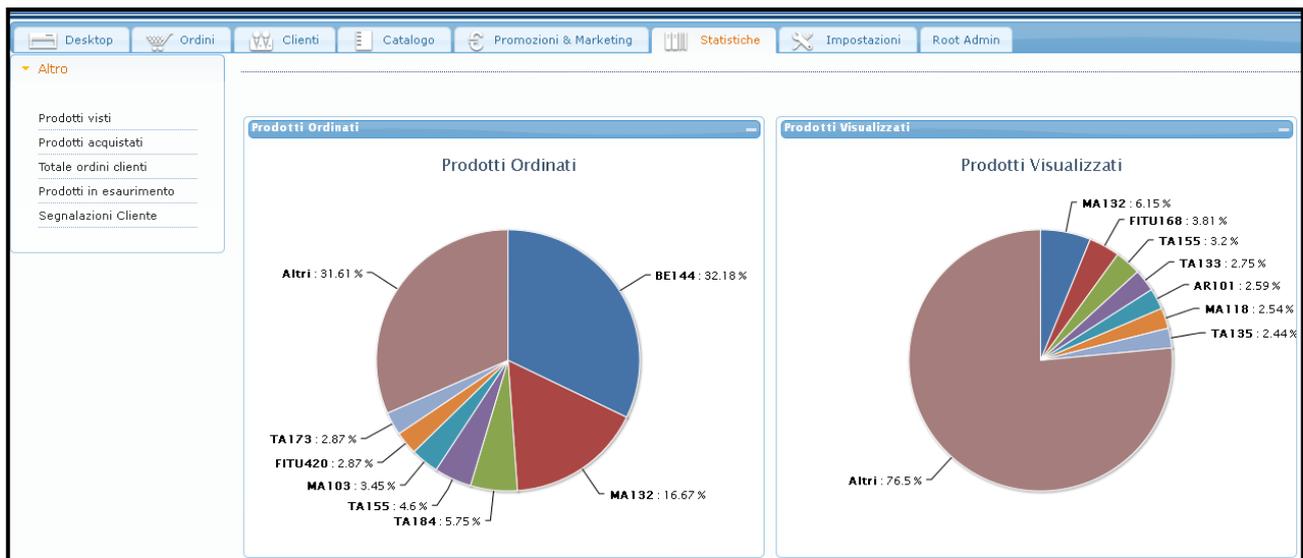


Fig.3 Cruscotti analisi traffico di vendite e ordini

Mercato Internazionale

e-commerce consente la totale gestione di applicazioni multi-lingua, multi-valuta, fornendo così la possibilità di espandere il proprio mercato a tutto il mondo.

Personalizzazione del sistema e-commerce. Il sistema è dotato di diversi livelli di personalizzazione sia per il sito web sia per l'interfaccia di amministrazione:

- LIV USER1: Template selezionabili e personalizzazione grafica (CSS + Bottoni)
- LIV USER2: SDK JQuery (modifica di grafica e comportamento delle pagine HTML)
- LIV USER3: SDK PHP (modifica comportamenti del sistema lato server)
- LIV ADMIN: SDK ADMIN (modifica report e widget lato amministrazione)

Integrazione con ERP

Il sistema di e-commerce è integrabile con:

- Erp ESA Software, versione e/ready- e/impresa
- Altri ERP tramite file standard (file csv, xls)
- Interfacce applicative di ultima generazione (JSON su HTTP o HTTPS)
- Interfacce personalizzate (a progetto)

Sicurezza e certificazione

e-commerce offre la possibilità di utilizzare certificati SSL che consentono agli utenti finali alcune garanzie molto importanti: autenticazione dell'identità del sito al quale ci si collega; autenticazione della Società o della Organizzazione che possiede e gestisce il sito; criptazione delle informazioni grazie al protocollo SSL (Secure Sockets Layer), ovvero un protocollo standard utilizzato per stabilire comunicazioni sicure tra un Server ed un Client, ed alla "chiave di sessione", cioè la chiave usata dal client e dal server per cifrare tutti i dati che vengono trasmessi.

Gestione contenuti

Con e-commerce, l'amministratore è in grado di provvedere autonomamente al mantenimento ed utilizzo quotidiano dell'e-shop. E-commerce offre la possibilità di gestire le pagine e i menù del proprio sito in autonomia, grazie a un CMS (Content Management System), che permette di aggiornare le informazioni, i prodotti e i prezzi, di ogni singola pagina del negozio e modificare banner promozionali.

Pacchetti professionali

In questo paragrafo vengono indicati tutti i servizi di consulenza necessari alla realizzazione e messa in opera di una soluzione di Business su Internet per il cliente.



- *Deploy base piattaforma*
Comprende tutte le attività necessarie all'avvio iniziale della piattaforma, quali: predisposizione dello spazio web, registrazione o trasferimento dei domini, configurazione di base delle impostazioni web, rilascio del modulo di integrazione del gestionale e/ (se previsto).
Al termine di questa attività viene rilasciato il sito di e-commerce bulk con i moduli acquistati e pronto per la configurazione/personalizzazione.
- *Gestione progetto*
Gestione di tutti gli aspetti del progetto dal contatto con il cliente al coordinamento degli aspetti tecnici, amministrativi, di web marketing e di esercizio.
- *Analisi requisiti utente*
Analisi e definizione dei requisiti utente e dei requisiti applicativi, al fine di ottenere la loro organizzazione/consolidamento propedeutica alla redazione e fornitura del Documento dei Requisiti Utente.
- *Configurazione moduli della piattaforma*
Configurazione ed installazione dei moduli della piattaforma necessari ad implementare la soluzione analizzata nell'attività "**Errore. L'origine riferimento non è stata trovata.**
- *Personalizzazione della piattaforma*

Sviluppo e messa in opera di eventuali personalizzazioni della piattaforma necessari ad implementare la soluzione analizzata nell'attività "**Errore. L'origine riferimento non è stata trovata.**" Questa attività contempla anche eventuali integrazioni con sistemi esterni (es. ERP non integrati, nuove metodi di pagamento, etc...)

- *Formazione all'uso della piattaforma*

Il presente Servizio si pone l'obiettivo di dotare tutti gli interessati delle conoscenze atte a usufruire delle potenzialità e dei vantaggi introdotti con la soluzione fornita. I piani di formazione varieranno in relazione ai moduli acquistati dal cliente e all'organizzazione dell'azienda.

- *Traduzione del sito*

Traduzione dei contenuti del sito web e della descrizione dei prodotti in lingue diverse dall'italiano.

- *Supporto legale e commerciale*

L'attività comprende:

- Redazione delle Condizioni di vendita
- Redazione della Normativa sulla Privacy
- Analisi delle normative vigenti per lo specifico settore di Business
- Supporto nell'identificazione degli idonei documenti di vendita (es. fattura, scontrino, buono consegna, ecc.)

- *Consulenze organizzativa*

L'attività comprende:

- identificazione della più adeguata forma societaria dell'attività (es. divisione aziendale o nuova azienda)
- definizione o modifica dei processi operativi di vendita, supporto e post-vendita introdotti o modificati dall'introduzione del canale Internet;
- definizione del team e delle risorse aziendali da destinare a tali processi operativi. In particolare identificazione delle figure di base per la gestione degli ordini E-Commerce (Service Manager, Operatore Call-Center, BackOffice Ordini, Amministrazione)

- *Naming del sito e marchio*

L'attività prevede l'identificazione del più adeguato nome del sito e l'ideazione di un marchio.

- *Progetto grafico del sito*

L'attività comprende il progetto grafico dell'interfaccia del sito e sua declinazione nelle diverse pagine tipo, disegno degli elementi iconografici per e-commerce.

L'attività si compone delle seguenti fasi:

- analisi del target, del mercato di riferimento e dei competitors
- ideazione di uno o più concept
- proposta di tre layout comprendenti per ognuno una homepage ed una pagina tipo
- declinazione del layout per tutte le diverse pagine tipo presenti nel sito, compreso il disegno degli elementi iconografici presenti nelle diverse sezioni.

- *Acquisizione immagini prodotti*

L'attività ha lo scopo di agevolare l'acquisizione delle immagini dei prodotti da vendere sul sito tramite i seguenti strumenti:

- Supporto tecnico/relazionale con il fornitore o distributore dei prodotti (es. per flussi di dati, download immagini, ecc.)
- Supporto grafico per adattamenti immagini, già disponibili in formato elettronico, alla piattaforma
- Acquisizione immagini da supporti cartacei
- Acquisizione immagini tramite fotografia

- *Impostazione grafica del sito*

L'attività prevede la personalizzazione, in base al progetto grafico dei seguenti elementi:

- Scelta del template
- Impostazione parametri layout della piattaforma
- Personalizzazione del CSS
- Selezione/ Creazione Immagini
- Creazione Banner
-

- *Seo e web marketing*

Essere presenti nel modo giusto sui motori di ricerca vuol dire ottimizzare la propria visibilità e poter essere raggiunti dal proprio target di riferimento. Dopo aver creato la piattaforma e-shop, diventa fondamentale, per ottimizzare i profitti, supportare il progetto con una strategia di marketing appropriata, sui principali motori di ricerca e social network. Il presente Servizio va considerato come un'attività da progettare ed eseguire in stretto contatto con il cliente, che permetta di identificare, pianificare ed eseguire tutte le attività necessarie a convogliare potenziali clienti sul sito di e-commerce, ad aumentare il tasso di trasformazione delle visite e a favorire acquisti da contatti già acquisiti tramite il sito od altri canali. L'attività verrà modulata in base alle peculiarità dell'azienda e prevede l'utilizzo di strumenti diversi in base allo specifico caso ed agli obiettivi di vendita stabiliti dal cliente.