

SUPSI

Progettare e gestire un sito e-commerce

Modulo breve

Presentazione

In poco più di 10 anni l'e-commerce si è trasformato da un esperimento di vendita per poche aziende a una concreta opportunità di business piccole, medie e grandi società.

La pandemia ha accelerato la crescita del canale online da molti punti di vista:

- Aumento del 40-50% del volume degli acquisti online nel 2020
- Incremento del 30% delle imprese che hanno realizzato investimenti e-commerce nel 2021
- Sviluppo del 20-25% dei posti di lavoro nel settore e-commerce

Fare e-commerce significa avere un chiaro business plan, definire un preciso posizionamento online, individuare i propri clienti target, selezionare risorse umane e fornitori qualificati, imparare a gestire i rapporti con i propri clienti, investire in attività di digital advertising e saper analizzare le performance di vendita e comunicazione.

Il corso, realizzato con NetComm Suisse, l'associazione svizzera del commercio elettronico, fornisce competenze a chi ha la responsabilità di gestire un business online.

Obiettivi

- Dare un inquadramento strategico del canale e-commerce all'interno dell'organizzazione aziendale
- Valutare i fattori critici di successo per un progetto e-commerce
- Insegnare a gestire in maniera ottimale le vendite online e i rapporti con i fornitori e clienti
- Fornire le competenze necessarie per interpretare i dati di vendita e le performance di comunicazione
- Dare tutto il supporto e il materiale didattico necessario

Destinatari

Imprenditori, manager, professionisti e operatori interessati al settore, e-commerce manager, store manager, marketing manager, account commerciali e direttori commerciali, membri del CdA, consulenti web marketing, product manager, web master, social media manager, digital marketing manager.

Requisiti

Essere un professionista interessato al commercio elettronico.

Certificato

Attestato di frequenza.

4 crediti di studio ECTS validi per il CAS Digital Marketing ed E-Commerce Manager, subordinati al superamento dell'esame finale.

Crediti di studio ECTS

4 ECTS

Programma

1. Introduzione all'e-commerce, dati e prospettive
L'e-commerce svizzero in cifre, l'importanza di conoscere il proprio mercato
Vantaggi e svantaggi di un'attività di vendita online
I grandi marketplaces internazionali vs. shop proprietari
I modelli di vendita online
La vendita multi canale
Case Study
2. Business plan per l'e-commerce
Il mercato
Il posizionamento-
Il vostro cliente online
Le risorse necessarie
Costi e ricavi di un sito e-commerce
SWOT
Case Study
3. Dal business plan alla pratica
Piattaforma e tecnologia: come scegliere la piattaforma più opportuna
Grafica e usabilità come elementi fondamentali nella gestione di un sito e-commerce
Le funzionalità del sito, l'integrazione con sistemi terzi (gestionali, sistemi di pagamento e comparatori)
L'esperienza del cliente
La gestione del post -vendita, le assicurazioni al cliente, la conquista di un feedback positivo
Case Study
4. Metodi di pagamento
Chi sono gli operatori coinvolti nei processi di pagamento
Come funziona una transazione
La sicurezza della soluzione PSP adottata
I rischi delle transazioni online
L'importanza dei metodi di pagamento per il successo nelle vendite
Case Study
5. La logistica per l'e-commerce
Quali modelli per la logistica
I costi della logistica
Come gestire i processi di spedizione
L'importanza dell'imballo e della tracciabilità
Case Study
- 6 Marketplaces – Amazon
Channel assesement
Definizione strategia marketplaces
Definizione del piano operative multichannel marketplace
Creazione dello Store
Catalogo e gestione dello store
Definizione dei prezzi commerciali
Amazon advertising
FBA stragegia logistica
- 7 Esercitazione pratica. I numeri del sito di e-commerce
Obiettivi di conversione, tasso di conversione e valore medio della conversione
Numero totale di visitatori, PPC, Spesa PPC, Tasso di conversione, N° ordini, Utile per ordine
Il budget per il marketing: come allocarlo? Traffico a pagamento e stima del ROI per canale
Come varia il fatturato dello shop, al variare del tasso di conversione?
Le dinamiche legate allo scontrino medio
Presentazione Case Study - Guest Speaker:

8 Digital Content Factory per l'e-commerce
Ruolo dei contenuti digitali
La digital identity
Ottimizzazione dei flussi e processi di produzione contenuti
P&L
Case study

9 Le prospettive legali, fiscalità e contabilità dell'e-commerce
Quali aspetti normativi considerare
Le garanzie minime per i consumatori
Frodi e sicurezza online
Quali elementi possono stimolare la fiducia del consumatore
Presentazione Case Study - Guest Speaker:
Introduzione generale alla fiscalità
La fiscalità nelle diverse forme di e-commerce
Tassazione e fiscalità doganale
Presentazione Case Study - Guest Speaker: Nicole Mureddu, Founder & Owner, Houseofmakeup.ch

10 Visita aziendale
Visita azienda
Presentazione sito di e-commerce e strategia di vendita online

Durata

40 ore-lezione più 2 ore d'esame.

Responsabile/i

Prof. Roberto Mastropietro, Responsabile Formazione Continua area Informatica, SUPSI-DTI

Relatore/i

Professionisti con esperienze significative nel proprio ambito d'insegnamento.

Date

17, 19, 24, 26 ottobre 2022

8, 10, 14, 16, 21, 23 novembre 2022

Esame: 30 novembre 2022

Orari

17.30-21.00

Fa eccezione il 30 novembre 2022, dove l'orario viene fissato dalle 17.30 alle 19.30.

Le lezioni potranno avere luogo online o in presenza, a dipendenza delle disposizioni emanate dalle autorità cantonali o federali in merito alla pandemia Covid-19.

Luogo

Il corso viene offerto in modalità blended learning

Dagorà Innovation Hub

Galleria 1

6928 Manno

Costo

CHF 1'900.--

È previsto uno sconto del 10% per i soci individuali di AFTI, AITI, ATEC e itSMF.

Contatti

roberto.mastropietro@supsi.ch

Informazioni

SUPSI, DTI, Formazione continua
Polo universitario Lugano, Campus Est
Via La Santa 1
CH-6962 Lugano-Viganello
tel.+41 (0)58 666 66 84, dti.fc@supsi.ch
www.supsi.ch/fc

Termine d'iscrizione

Entro il 30 settembre 2022

Link per le iscrizioni

<https://fc-catalogo.app.supsi.ch/Course/Details/35789>