



Formazione E-commerce

Catalogo Offerta Formativa





L'e-commerce una grande opportunità per tutti

L' e-commerce è la punta dell'iceberg dell'economia digitale: i mercati non hanno più confini fisici e le aziende di ogni dimensione devono rispondere alla sfida impostando una corretta gestione della vendita online.

I consumatori volenterosi di compiere acquisti online aumentano trasversalmente a tutti i settori merceologici, avendo vinto l'iniziale diffidenza dei pagamenti via internet.

Non solo: **aumenta la domanda di mercato per la possibilità di compiere acquisti online via smartphone e nuovi device.**



Sembra dunque non esserci un momento migliore di questo per i manager italiani per ripensare e consolidare le strategie di vendita online delle proprie imprese - piccole o grandi che siano.

Il mercato dell'e-commerce ha rinnovato le sue esigenze; le priorità di aggiornamento riguardano il mobile, la multicanalità, l'usabilità, gli strumenti di advertising e di pagamento, l'acquisizione di nuovi clienti e l'influenza dei social media sui ricavi della vendita online.

Destinatari dei nostri corsi

I nostri corsi sono dedicati a **privati, imprenditori di piccole e medie aziende, responsabili commerciali ed altri manager.**

Tutti operanti nel mercato **B2B** (Business To Business) e **B2C** (Business To Consumer), senza limitazioni di sorta sul settore merceologico.





1

corso **STRATEGIA E-COMMERCE** **crea una strategia e-commerce** **sostenibile e remunerativa**



Un e-commerce va pensato come un'azienda a sè, e va gestito come tale. È necessaria una solida progettazione iniziale, che parta da un'analisi del mercato in cui ci si vuole inserire, e comprenda una scelta della piattaforma più adatta, un piano di marketing e il costante monitoraggio dei risultati.

Indice argomenti principali

- 1) Nuova prospettiva di **e-shop online**
- 2) Negozio off-line e negozio on-line: **convivenza necessari**
- 3) Vision **E-commerce come azienda**
- 4) Le persone come **chiave di svolta del processo**
- 5) Il cono del **successo e-commerce**
- 6) Creare **E-commerce plan**
- 7) Creare Piano di **web marketing ecommerce**
- 8) Definire **i punti chiave del progetto**
- 9) Dal bisogno alla recensione: **gestire e guidare il processo dell'utente**
- 10) E-commerce: **fasi dalla progettazione alla pubblicazione**
- 11) E-commerce: **fasi dalla pubblicazione alla rendita costante**
- 12) Processi chiave: **gestione e miglioramento continuo**
- 13) Il cliente al **centro del suo e-shop**
- 14) Piano web marketing: **sviluppare e mantenere la quota di mercato**





Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

Realizzare e mettere in atto una strategia di vendita online sostenibile e remunerativa nel medio/ lungo periodo.

Indirizzo: prevalentemente teorico-strategico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





2 **corso** **APRIRE UN E-COMMERCE** come iniziare a vendere online



Da una ricerca condotta da Nielsen, è emerso che fra tutti gli italiani che usano il web ogni giorno l'88% lo fa con lo scopo di fare acquisti. È una percentuale altissima, non credi?

Indice argomenti

1) cos'è il commercio online

- definizione
- principali vantaggi
- numeri commercio online in italia

2) Come avviare un'attività di commercio online

a) Step 1: Realizzazione preliminare business plan

- Analisi interna
- Analisi esterna

b) Step 2: guida al processo di realizzazione dell'ecommerce

- l'infrastruttura tecnologica: scegliere lo strumento adatto
- il layout grafico e l'usabilità
- l'iter di acquisto online: migliorare l'esperienza di acquisto come fattore critico di successo
- la customer service come attività strategica
- l'importanza dei contenuti, testuali e fotografici
- la spedizione
- il pagamento online
- il contratto online
- la legislazione e la normativa vigente





c) Step 3: il web marketing

- cos'è il web marketing
- seo interna al sito web
- ottimizzazione tag, meta-tag, url, title
- copywriting
- blogging
- seo esterna al sito web
- campagne a pagamento Google
- blog e forum
- il fenomeno della newsletter
- social networking: facebook, you tube, twitter, linkedin
- link building
- landing page
- comunicati stampa
- comparatori di prezzo
- fenomeno coupon

3) Come misurare i risultati

- uno strumento gratuito e attendibile: utilizzare al meglio le Google Analytics

4) Realizzazione caso pratico negozio on-line

- Realizzazione e-commerce basic

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

- 1) Conoscere le dinamiche principali del commercio online**
- 2) Poter intraprendere un'attività di commercio online in proprio**
- 3) Saper misurare e gestire l'andamento del canale online**

Indirizzo strategico: strategico-pratico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





3

corso

E-COMMERCE MANAGER

come gestire un e-commerce



Una nuova professione emergente: E-Commerce Manager

Molte aziende pensano che basti aprire un e-commerce per avere successo nella vendita online.

“In realtà si devono mettere in testa che l’apertura dell’ecommerce è solo uno step di una strategia elaborata di vendita online”

Indice argomenti

All'interno di una strategia di vendita online ci sono molteplici step, che possiamo riassumere all'interno di 4 macro fasi principali

- 1) Analisi di mercato e fattibilità preliminare**
- 2) Pianificazione e-commerce**
- 3) Realizzazione e-commerce**
- 4) Gestione post pubblicazione e-commerce**

Un E-Commerce Manager per definirsi tale deve essere in grado di conoscere e gestire le 4 fasi.

Il nostro corso per diventare E-Commerce Manager affronta in maniera analitica tutte le 4 fasi per fare chiarezza e rendere il nostro e-commerce manager in grado di intraprendere le decisioni giuste per garantire il successo della vendita online.





Dettaglio del programma

1) Analisi di mercato e fattibilità preliminare

- analisi settore di riferimento
- analisi concorrenza online
- analisi SWOT

2) Pianificazione e-commerce

- realizzazione business plan e-commerce
- mettere in pratica il piano operativo

3) Realizzazione e-commerce

- realizzare un e-commerce con una piattaforma CMS
- saper gestire tutte le fasi del processo di vendita online

4) Gestione post pubblicazione e-commerce

- gestire tutte le fasi post pubblicazione dell'e-commerce

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

1) Conoscere le dinamiche principali del commercio online

2) Gestire un e-commerce come consulente o dipendente di un'azienda

3) Saper misurare e gestire l'andamento del canale online

Indirizzo strategico: teorico-pratico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





4

corso

AUMENTARE LE VENDITE

del tuo negozio online



Ti sei fatto fare l'e-commerce da una web agency più o meno quotata, hai speso diverse migliaia di euro, ma il tuo e-commerce non vende.

Come mai? Cosa puoi fare per invertire la rotta?

Indice argomenti

1) Analizzare pregi e difetti del tuo ecommerce

- analizzare la grafica
- analizzare le funzionalità
- analizzare la piattaforma tecnologica

2) Gestire la home page per aumentare le vendite

- gestire blocco banner principali
- gestire banner sibecar
- gestire header
- gestire gooter
- gestire prodotti in vetrina
- gestire news e offerte
- gestire social network

3) Come gestire i prodotti

- categorizzazione
- scheda prodotto
- come inserire il titolo
- descrizioni
- fotografie





4) Gestire le modalità di pagamento

5) Gestire le modalità di spedizione

6) Come analizzare le statistiche del tuo e-commerce

7) Analizzare il livello di ottimizzazione SEO per il posizionamento

8) Ottimizzare i contenuti SEO per il posizionamento su Google

9) Effettuare attività di web marketing

- creare e gestire politiche di sconto
- creare campagne di fidelizzazione dei clienti
- come massimizzare il database di contatti email dei clienti
- come attivare e gestire campagne Pay per Click Google
- come attivare e gestire campagne per Motori di Comparazione

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

1) Capire i pregi e difetti del negozio online

2) Poter massimizzare la gestione dell'e-commerce

3) Saper misurare e gestire l'andamento del canale online

Indirizzo strategico: teorico-pratico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso

Prezzo del corso:

1) Corso in aula: 650 euro + iva

2) Corso individuale personalizzato presso l'azienda cliente: 900 euro + iva

3) Corso a distanza modalità Webinar diretta streaming: 490 euro + iva

4) Videocorso registrato da vedere dove e quando si vuole: 350 euro + iva





Perché fare web marketing?

Fare pubblicità con internet significa farsi trovare prima della concorrenza e, di conseguenza, giungere prima di altre aziende al potenziale cliente. **Il web marketing, in questo senso, ha il compito di studiare il mercato e sviluppare strategie che possano permettere all'impresa, piccola o grande che sia, di trovare clienti con internet.**

Indice argomenti

1. Introduzione al web marketing: canali e strumenti

- L'importanza del web nel settore dei prodotti e servizi
- Definizione generale di Web Marketing
- Definire una strategia web marketing vincente: l'importanza delle visioni strategiche e complessive
- Generare traffico verso il proprio sito: Motori di Ricerca e Social Network

2. Posizionare il proprio sito sui motori di ricerca

- Come ragionano i motori di ricerca: Funzionamento e logica di classificazione dei siti web
- L'algoritmo di Google: Le variabili decisive per ottenere un ottimo posizionamento
- Le fasi del processo di posizionamento

3. Posizionare il proprio sito sui motori di ricerca

- Le fasi del processo di posizionamento(II)
- Esercizio pratico: Applicchiamo la teoria, ottimizziamo il nostro sito web





4. I social media come strumento di web marketing (I)

- Panoramica general sull'importanza dei social media per il marketing delle aziende
- Come usare Facebook per le nostre campagne web Marketing
- Come usare Youtube per le nostre campagne
- Come sfruttare le potenzialità di Twitter
- Airbnb.com: il portale fondamentale per le strutture ricettive

5. I social media come strumento di web marketing (II)

- La gestione delle recensioni sui portali, sito web e social network.
- Creare community e utilizzare il blogging per dare visibilità al proprio sito.
- Esercizio pratico. Creare una campagna di web marketing attraverso i social Network: Facebook e Youtube.

6. Riepilogo finale e consigli utili

- Esercizio pratico. Creare una community e sfruttare la forza del blogging per attirare visitatori al proprio sito: conosciamo WordPress.
- Consigli pratici per interagire con gli esperti in web marketing e i webmaster
- Elementi fondamentali correlati a una campagna web marketing di successo: Usabilità, Grafica, Persuasione e affidabilità

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

- 1) Conoscere i principali strumenti di web marketing**
- 2) Selezionare gli strumento web marketing necessari**
- 3) Creare e implementare una strategia di web marketing**

Indirizzo strategico: teorico-pratico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





6

CORSO

SOCIAL NETWORK

apri e gestisci i social network
del tuo e-commerce



I social media sono ormai una realtà nella vita di ognuno di noi. La crescita a livello mondiale è incredibile, dalle più recenti statistiche Facebook conta **693 milioni di utenti attivi**, **Google Plus 343 milioni**, **YouTube e Twitter 288 milioni di utenti attivi**. Cifre impressionanti se si pensa che su Facebook c'è più di 10 volte la popolazione italiana.

Indice argomenti

1) Alcuni numeri sulle potenzialità degli strumenti 2.0

- Sviluppo in Italia
- Sviluppo all'estero

2) Introduzione ai principali Social Network 2.0

- Panoramica sui principali strumenti 2.0

3) I social media come strumento di web marketing (I)

- Panoramica generale sull'importanza dei social media per il marketing delle aziende
- Come usare **Facebook** per le nostre campagne web Marketing
- Come usare **Youtube** per le nostre campagne
- Come sfruttare le potenzialità di **Twitter**
- Come sfruttare le potenzialità di **Google Plus**
- Come sfruttare le potenzialità di **Linkedin**
- Come sfruttare le potenzialità di **Pinterest**
- Come sfruttare le potenzialità di **Instagram**
- **Airbnb.com**: il portale fondamentale per le strutture ricettive





4) I social media come strumento di web marketing (II)

- La gestione delle recensioni sui portali, sito web e social network.
- Creare community e utilizzare il blogging per dare visibilità al proprio sito.
- Esercizio pratico. Creare una campagna di web marketing attraverso i social Network: Facebook e Youtube.

5) La nuova frontiera del social ecommerce

- Come aumentare le vendite del tuo ecommerce grazie ai social network

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

- 1) Conoscere i principali social network**
- 2) Selezionare gli strumenti social necessari**
- 3) Creare e implementare una strategia social**

Indirizzo strategico: teorico-pratico

Durata del modulo: 10 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





Impara a **creare un e-commerce professionale** e perfettamente funzionante con Wordpress e WooCommerce. Scopri **come scegliere e personalizzare la grafica** del tuo negozio e **aggiungere nuove funzionalità e dettagli**.

Indice argomenti

1) Cos'è WordPress

- definizione
- caratteristiche
- principali vantaggi

2) Come aprire un ecommerce con la piattaforma WordPress

- scegliere il dominio
- scegliere il server giusto
- scegliere la grafica e lo stile giusto del tuo negozio online
- adattare la grafica ai dispositivi mobile smartphone e tablet
- come preparare il materiale fotografico e inserire i contenuti testuali all'interno di WordPress

3) Come gestire il negozio online con WordPress

- gestire la home page principale del tuo negozio WordPress
- creare e gestire le pagine istituzionali
- creare e gestire le categorie prodotti
- inserire, modificare e cancellare i prodotti
- configurare le spese di spedizione
- configurare le modalità di pagamento
- gestire gli ordini e gestire le email dei clienti





4) Ottimizzare i contenuti per il posizionamento all'interno di Google

- ottimizzare pagine per Google
- ottimizzare prodotti per Google
- ottimizzare categorie per Google

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

1) Aprire un negozio online con WordPress

2) Ottimizzare il negozio online per Google

Indirizzo strategico: pratico

Durata del modulo: 20 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





corso

GOOGLE ANALYTICS

sfrutta le potenzialità
dell'analisi dei dati



Per chi gestisce un sito web o un e-commerce è di fondamentale importanza analizzare il modo in cui i visitatori lo utilizzano e lo navigano.

1) Strumenti di analisi

Analizza più fondo i tuoi dati.

Rapporti in tempo reale: misura l'attività nel momento stesso in cui si verifica

- **Rapporti personalizzati:** definisci le informazioni che desideri analizzare
- **Variabili personalizzate:** crea e analizza segmenti personalizzati
- **Segmentazione avanzata:** analizza facilmente sezioni specifiche del tuo traffico
- **Dashboard:** organizza, monitora e condividi KPI
- **Visualizzazione:** scopri qual è il percorso che i visitatori utilizzano per arrivare al tuo sito

2) Analytics Intelligence:

- **Analytics Intelligence** è un motore di analisi algoritmica che rileva qualsiasi anomalia statisticamente rilevante nei pattern di traffico.
- Gli **avvisi** vengono pubblicati automaticamente a scadenza giornaliera, settimanale o mensile. Non devi fare nulla: puoi vederlo in questo momento.
- Crea **avvisi personalizzati**, ad esempio una conversione dalla campagna estiva New York.





3) Rapporti personalizzati

- Risparmia tempo creando rapporti in grado di offrire a te e agli altri interessati esattamente ciò che volete vedere.
- Raggruppa insieme tutte le informazioni che ritieni più pertinenti.
- Condividi facilmente i rapporti con i colleghi, in modo da poter prendere le decisioni più rapidamente sulla base di dati.
- Dopo la creazione, ciascun rapporto personalizzato è disponibile per il tempo che desideri.

4) Pagine Analytics

Trova i contenuti principali del tuo sito e gemme nascoste con i rapporti relativi sui contenuti in Google Analytics. Potrai scoprire con quale frequenza gli utenti visitano ciascuna pagina del tuo sito, per quanto tempo si trattengono e con quale frequenza generano una conversione. Tutti i rapporti si trovano nella sezione dei contenuti.

5) Analytics per cellulari

Comprendere il funzionamento dei siti, delle app e degli annunci per cellulari e il modo in cui essi incrementano il tuo volume d'affari diventa di giorno in giorno più importante.

6) Suite per le conversioni

Con la suite per le conversioni di Google Analytics puoi andare oltre le visualizzazioni di pagina il conteggio dei visitatori. Scopri in che modo tutti i tuoi canali di marketing digitale interagiscono tra loro per portare visitatori sul tuo sito.

7) Rapporti social

La rivoluzione social media è qui e sta avanzando rapidamente. La stai misurando? I rapporti social ti aiutano a misurare l'impatto dei social media sulle conversioni e sugli obiettivi della tua attività. L'integrazione di dati web e dati social permette di avere una visione completa dei tuoi contenuti e delle tue community.





8) Analytics per la pubblicità

Hai investito molto per attirare visitatori sul tuo sito. Come puoi sapere se i tuoi programmi pubblicitari funzionano? Esamina tutti i canali digitali, tra cui ricerca, display, social, affiliate ed email, e scopri come hanno influenzato i tassi di conversione e il rendimento. Approfondisci ulteriormente la tua analisi grazie all'integrazione con AdWords, includendo le campagne display e per cellulari.

Obiettivi del corso:

Alla fine del corso il candidato sarà in grado di:

- 1) Conoscere le dinamiche principali di Google Analytics**
- 2) Analizzare e interpretare i dati di Google Analytics**
- 3) Gestire i dati per piani di webmarketing e business plan**

Indirizzo strategico: pratico

Durata del modulo: 8 ore

Attestato finale: rilascio certificazione frequenza corso





Rilascio certificazione finale di frequenza corso



E-commerce Conversion
come vendere online

E-Commerce Conversion conferisce alla sig.ra

Rachele Agostino

ATTESTATO DI PARTECIPAZIONE AL CORSO

“Web Marketing e Social Media nel settore Agro-alimentare e dei prodotti tipici regionali”



Durata corso: 20 ore

Periodo corso: Marzo – Aprile 2015

Ecommerce Conversion
Via G. Marconi 1
52100 - Arezzo
P.iva 0210248510
c.f. frenrc80r09a390y





Modalità di partecipazione corsi

1) In aula con max 10 partecipanti

2) Presso l'azienda a domicilio

3) A distanza in diretta streaming online

4) Videocorsi registrati da vedere dove e quando si vuole





Docente

Dr. Enrico Erba

- **E-commerce Specialist**
- Consulente E-commerce
- **Docente Commercio Online**
- Magento Specialist



- **Dal 2005 sviluppo e implementazione strategie** e-commerce per il commercio elettronico per le aziende
- **Dal 2008 attività di consulenza** per il commercio online presso le aziende
- **Dal 2008 docente di commercio online** e web marketing presso le aziende le associazioni di categoria
- **Dal 2008 progettazione e realizzazione siti web e-commerce**





E-Commerce Conversion

www.e-conversion.it

Per informazioni scrivete a **info@e-conversion.it**

