

# UPA

FORMAZIONE ECOMMERCE  
PROGRAMMA WEBINAR  
GIUGNO - LUGLIO 2021

In collaborazione con

The logos for Accenture and Google are positioned to the right of the text. The Accenture logo consists of the word "accenture" in a bold, black, sans-serif font, with a small purple chevron symbol above the letter 'e'. Below it is the Google logo, which features the word "Google" in its characteristic multi-colored font (blue, red, yellow, blue, green, red).

# E-COMMERCE

Il corso mira a dare una panoramica sul mondo dell'e-commerce e sui vari step per creare un e-commerce di successo.



**10** h.9-11  
**GIUGNO**

Introduzione e Overview del mercato B2C italiano ed estero e dei trend più innovativi.



**17** h.9-11  
**GIUGNO**

Il contesto competitivo, le strategie, le piattaforme e i fattori chiave di successo.



**24** h.9-11  
**GIUGNO**

How to's per un ecommerce efficace: commerce framework e maturity assessment tool.



**01** h.9-11  
**LUGLIO**

Gli strumenti di digital marketing a supporto dell'eCommerce.



**15** h.9-11  
**LUGLIO**

Come definire gli obiettivi dell'e-commerce e come misurare i risultati.



**22** h.9-11  
**LUGLIO**

Come ottimizzare l'esperienza e-commerce su mobile e app.

**UPA** UTENTI PUBBLICITÀ ASSOCIATI

accenture

Google

**WEBINAR**

## 1. Background

Ad oggi le vendite online continuano a crescere su scala nazionale e mondiale.

Orientarsi nel mondo e-commerce diventa sempre più difficile per le tante soluzioni possibili; è perciò importante dotarsi degli strumenti giusti per avviare un'attività online che abbia successo e sia complementare a quella offline.

## 2. Obiettivi del corso

Il corso mira a dare una panoramica sul mondo dell'e-commerce, sui vari step per creare un e-commerce di successo e sugli impatti della crescita di questo canale sul digital marketing e advertising.

Il livello è intermedio, con l'obiettivo di fornire visione strategica e qualche approfondimento operativo.

## 3. Target

- C-level
- Marketing manager
- Ecommerce e data specialist

# INDICE DELLE SESSIONI

---

## 10 GIUGNO

h. 9-11

1

Introduzione e Overview del mercato B2C italiano ed estero e dei trend più innovativi

## 17 GIUGNO

h. 9-11

2

Il contesto competitivo, le strategie, le piattaforme e i fattori chiave di successo

## 24 GIUGNO

h. 9-11

3

How to's per un ecommerce efficace: commerce framework e maturity assessment tool

4

Gli strumenti di digital marketing a supporto dell'eCommerce

5

Come definire gli obiettivi dell'e-commerce e come misurare i risultati

6

Come ottimizzare l'esperienza e-commerce su mobile e app

## 1 LUGLIO

h. 9-11

## 15 LUGLIO

h. 9-11

## 22 LUGLIO

h. 9-11

# INDICE DELLE SESSIONI

1

Introduzione e Overview del mercato B2C italiano ed estero e dei trend più innovativi

**10 GIUGNO**

h. 9-11



## AGENDA:

- ▶ Introduzione sull'evoluzione scenario del digital post COVID
- ▶ Introduzione ai principali dati relativi all'e-commerce: la crescita del fenomeno e i dati di spesa per categoria a livello globale
- ▶ **Il mercato Italiano:** quanto vale l'e-commerce in Italia, i dati di penetrazione, i dati di spesa per categoria merceologica e i trend di crescita
- ▶ **E-commerce online e negozio fisico:** i trend a confronto e un'analisi di come si sta evolvendo la relazione tra negozi fisici e virtuali in Italia e nel mondo
- ▶ **Come analizzare il contesto competitivo:** Gli strumenti e le tecniche di analisi della concorrenza per prendere decisioni strategiche efficaci

# INDICE DELLE SESSIONI

2

Il contesto competitivo, le strategie, le piattaforme e i fattori chiave di successo

**17 GIUGNO**

h. 9-11

## AGENDA:

- ▶ **Definizione ed analisi delle modalità di vendite online-** le principali differenze tra le due principali modalità di vendita online
  - **E-commerce Direct to Consumer:** la vendita online tramite un sito e-commerce del brand
  - **Marketplace e E-tailers:** la vendita online tramite terze parti
  - **Il social commerce:** Gli strumenti per la vendita online tramite i social network
- ▶ **I principali fattori chiave di successo della vendita online:** la gestione dello stock e dell'assortimento, la presentazione e la comunicazione dei prodotti, l'accessibilità e la navigabilità del sito, i servizi di consegna, ...

# INDICE DELLE SESSIONI

---

3

How to's per un ecommerce efficace: commerce framework e maturity assessment tool

**24 GIUGNO**

h. 9-11

## AGENDA:

- ▶ **Introduzione sul Commerce Maturity Framework**  
– la struttura, l'importanza ed i pillar chiave:
- ▶ **Build the foundation:** Come mettere le basi per la vendita di un prodotto
- ▶ **Activate marketing:** l'attivazione di marketing per una crescita efficiente di clienti nuovi e fidelizzazione di quelli esistenti
- ▶ **Deliver the experience:** Gli strumenti per creare una esperienza best in class
- ▶ **Manage and Grow:** La gestione continua del business per una crescita sostenibile
- ▶ **Review dei risultati aggregati della sondaggio sulla maturità** (fatto in anticipo sulla audience di inserzionisti) e condivisione di suggerimenti e best practice per le macro categorie prioritarie sulla base degli outcomes della survey

# INDICE DELLE SESSIONI

---

4

Gli strumenti di digital marketing a supporto dell'eCommerce

**1 LUGLIO**

h. 9-11

## AGENDA:

- ▶ Una panoramica degli strumenti di digital marketing a supporto delle performance e-commerce: Performance Media, SEO, CRM
- ▶ **PERFORMANCE MEDIA:** I canali, le tecniche, le metriche principali e le best practice per una corretta gestione degli investimenti media a sostegno del canale e-commerce
- ▶ **SEO:** Come ottimizzare il proprio e-commerce per una visibilità ottimale sui motori di ricerca
- ▶ **EMAIL MARKETING:** La definizione di un piano di email marketing efficace, la anatomia delle email e una panoramica sulle principali tecnologie



# INDICE DELLE SESSIONI

---

5

Come definire gli obiettivi dell'e-commerce e come misurare i risultati

**15 LUGLIO**

h. 9-11

## AGENDA:

- ▶ **Le metriche principali per la valutazione del successo di un e-commerce:** Costo di acquisizione cliente, tasso di conversione, scontrino medio, ..
- ▶ **Gli strumenti di misurazione fondamentali:** il funzionamento per canali, le tecniche, le metriche principali e le best practice per una corretta gestione degli investimenti media a sostegno del canale e-commerce
- ▶ **Gli strumenti di misurazione avanzati:** Come creare una vista unica sul cliente ed una visione omnicanale sulle performance del digital commerce

# INDICE DELLE SESSIONI

---

6

Come ottimizzare l'esperienza e-commerce su mobile e app

**22 LUGLIO**

h. 9-11

## AGENDA:

- ▶ Overview sul mondo mobile
- ▶ Quanto l'esperienza online è diventata cruciale: le evidenze dell'impatto dell'esperienza mobile sulle vendite e sulla soddisfazione del cliente
- ▶ Valutare la qualità del proprio sito mobile: gli strumenti e le tecniche a disposizione
- ▶ I principali fattori chiave di successo dell'esperienza e-commerce da mobile: velocità, connettività e un'esperienza utente eccellente
- ▶ Roadmap to success: Definire un piano di evoluzione delle properties mobile con l'obiettivo di incrementare le vendite