

## **CONSULENZA E-COMMERCE**

### **IL PROGETTO**

Il progetto di consulenza e-commerce ha l'obiettivo di trasmettere un metodo di lavoro e di individuare e analizzare i parametri fondamentali per migliorare le prestazioni del sito. La collaborazione comprende:

- Formazione sulla piattaforma di gestione e sui principali indicatori da tenere monitorati
- Analisi del sito online e delle campagne pubblicitarie
- Formazione in ambito marketing
- Consulenza sugli strumenti pubblicitari
- Analisi economica

### **INDICE DEGLI ARGOMENTI**

- 1. ANALISI DEL BACK OFFICE**
- 2. SITO ONLINE – front office**
- 3. SITO ONLINE – analisi del traffico**
- 4. RAGGIUNGERE NUOVI CLIENTI**
- 5. FIDELIZZARE I TUOI CLIENTI**
- 6. RISULTATI ECONOMICI**
- 7. MODALITA' DI EROGAZIONE DELLA CONSULENZA**

## 1. ANALISI DEL BACK OFFICE

### Obiettivi:

- ✓ Fornire gli strumenti per conoscere a fondo la piattaforma di gestione del tuo sito e-commerce.
- ✓ Ottimizzare i tempi di lavoro
- ✓ Definire i parametri chiave per analizzare i risultati

#### a) Ordini

Una parte molto importante della piattaforma da tenere monitorata è l'area "ordini".

La consulenza ti aiuterà ad impratichirti con le seguenti funzioni:

- Analisi del numero di ordini ricevuti, degli ordini evasi e di eventuali difficoltà riscontrate nel processo di gestione dell'ordine
- Analisi delle vendite per prodotto
- Analisi del trend di vendita di un determinato periodo rispetto all'andamento storico
- Individuazione dei prodotti "forti" che abbiano registrato più acquisti da diversi acquirenti
- Analisi dei carrelli abbandonati:
  - Nel caso si tratti di un numero rilevante, verificare se ci siano problemi nel processo di acquisto (problemi con il pagamento) per capire cosa possa avere portato all'interruzione ed eventuali verifiche tecniche
  - Valutare iniziative da adottare per riportare il cliente ad un carrello attivo (esempio offerta buono sconto)

#### b) Clienti

Chi acquista sul tuo sito e-commerce?

La consulenza ti aiuterà ad impratichirti con le seguenti funzioni:

- Analisi dei nuovi clienti e fonte di acquisizione (controllo dati di Google Analytics - pagina di atterraggio utente - fonte di acquisizione)
- Analisi per tipologia di acquisto con registrazione o acquisto veloce

#### c) Prodotti

La consulenza ti aiuterà ad impratichirti con le seguenti funzioni:

- Verifica del corretto inserimento dei prodotti suggeriti da Prenofa e costante aggiornamento del catalogo
- Verifica dell'inserimento del prodotto a catalogo con il nome corretto (marca e funzione) evitando di utilizzare il nome di default di banca dati spesso non comprensibili al cliente finale
- Verifica dell'eliminazione dei prodotti in esaurimento
- Definizione dei prodotti "forti" per specializzazione, margine e linee particolari

## **2. SITO ONLINE – front office**

### **Obiettivi:**

- ✓ **Verificare se le aree personalizzabili sono chiare e ben leggibili per il cliente**
- ✓ **Prendere familiarità con le iniziative di marketing**
- ✓ **Imparare ad analizzare i siti dei competitor e le loro strategie**

### **a) Esperienza di acquisto**

Verifichiamo insieme il sito a livello di “usabilità” e chiarezza di informazioni.

La consulenza ti aiuterà ad impratichirti con le seguenti funzioni:

- Analisi della struttura del sito
- Nomi delle categorie di prodotto per verificare che siano chiari e comprensibili
- Indagine sulla necessità di nuove categorie per prodotti particolari oppure per prodotti non inseriti nelle categorie standard
- Verifica delle informazioni sulle modalità di consegna e spedizione

### **b) Marketing**

Il tuo sito applica correttamente gli strumenti di marketing che hai a disposizione?

La consulenza ti aiuterà ad impratichirti con le seguenti funzioni:

- Analisi dei prodotti inseriti nello slider
- Analisi delle promozioni attive e verifica dell'efficacia
- Analisi dei banner attivi e valutazione delle performance
- Analisi dei prodotti civetta e valutazione del criterio di definizione
- Analisi dei prodotti strategici (civetta, stagionali e linee particolari)
- Analisi sui comparatori prezzo dei prodotti strategici

### **c) Benchmark – analisi dei competitor**

La consulenza ti aiuterà ad elaborare un metodo di analisi con cui monitorare i siti dei principali competitor individuati. Punti di analisi:

- Quali sono i prodotti civetta e stagionali dei competitor e come scegliere i propri
- Analisi della navigabilità del sito dei competitor
- Indagine sulle promozioni e su iniziative particolari
- Indagine su informazioni diverse e/o aggiuntive presenti sui siti dei competitor
- Analisi del processo di iscrizione alla newsletter

### **3. SITO ONLINE – analisi del traffico**

**Obiettivi:**

- ✓ **Saper analizzare il traffico sul proprio sito a livello quantitativo e qualitativo**

#### **a) Google Analytics (o Piwik)**

La consulenza ti aiuterà ad elaborare un metodo di analisi con cui monitorare i visitatori sul tuo sito secondo diversi parametri:

- Analisi del traffico quantitativo in entrata
- Analisi dei nuovi utenti e visitatori di ritorno
- Verifica della durata media delle sessioni (almeno intorno a 1 minuto)
- Analisi della frequenza di rimbalzo (non più alta del 50/60%)
- Indagine sulle parole chiave che portano traffico da motori di ricerca
- Analisi demografica dei visitatori
- Indagine dei device di accesso al sito

### **4. RAGGIUNGERE NUOVI CLIENTI**

**Una volta che il sito è online bisogna saper portare traffico al sito e trovare i clienti selezionando i giusti canali e gestendo con la massima cura gli investimenti pubblicitari.**

**Obiettivi:**

- ✓ **Definire i canali da utilizzare per portare traffico al sito**
- ✓ **Definire i canali da utilizzare per promuovere i prodotti del sito**

#### **a) Portare traffico al sito**

La consulenza ti aiuterà ad individuare e saper gestire i canali utili per portare traffico al tuo e-commerce:

- Pagina Facebook dedicata all'e-commerce
  - Analisi della comunicazione e supporto alla creazione del piano editoriale
- Campagne pubblicitarie su Facebook
  - Supporto alla creazione di annuncio pubblicitari con messaggio generici o su determinate categorie
- Banner pubblicitari Google Display
  - Supporto alla creazione di spazi pubblicitari grafici con messaggio generico o su determinate categorie

## **b) Trovare nuovi clienti**

La consulenza ti aiuterà ad individuare, saper scegliere e gestire i canali online e offline utili per acquisire nuovi clienti:

- **Trovaprezzi**
  - Scelta dei prodotti forti o in promo speciale partendo da un benchmark legato a stagionalità e prezzo
  - Verifica del corretto funzionamento del feed dati
  - Verifica dell'inserimento dei prodotti nelle categorie giuste e visibili
  - Verifica del prezzo di vendita in modo che sia concorrenziale, ma in linea con i competitors per evitare la svalutazione
  
- **Google Shopping**
  - Scelta dei prodotti forti o in promo speciale partendo da un benchmark legato a stagionalità, prezzo e competizione
  - Verifica del corretto funzionamento del feed dati, del numero dei prodotti caricati e approvati e correzione di eventuali errori
  - Verifica offerta cpc max e numero di impression con conseguente aggiustamento delle offerte sui singoli prodotti
  - Valutazione di promozioni speciali:
    - Budget per la promo e periodo di validità
    - Margine sul prodotto
    - Costo massimo dell'offerta per click legata a margini e conversioni
  
- **Sito online – iniziative promozionali**
  - Disponibilità di un coupon di benvenuto
  - Disponibilità di un buono sconto a seguito dell'iscrizione alla newsletter
  - Attivazione di promozioni speciali (spedizione gratuita, iniziative temporali, festività)
  
- **Altre attività promozionali**
  - DEM
  - Pubblicità radio / giornali

## **5. FIDELIZZARE I TUOI CLIENTI**

**Mantenere e coltivare il rapporto con i clienti, incentivare gli acquisti e offrire un buon servizio ti consentirà di creare una base solida di clienti fidelizzati al tuo e-commerce.**

**Obiettivi:**

- ✓ **Saper mettere in campo strumenti e strategie per mantenere il contatto con i clienti**
- ✓ **Saper scegliere strategie utili per favorire la fidelizzazione del cliente**

### **a) Rimanere in contatto**

La consulenza ti aiuterà a strutturare un piano editoriale per mantenere un rapporto con i tuoi clienti attraverso alcuni strumenti di base:

- Facebook
  - Verifica della comunicazione sulla pagina
- Newsletter
  - Verifica della pianificazione delle newsletter
  - Analisi del contenuto

### **b) Stimolare il secondo acquisto**

Dopo aver messo online il sito e avere acquisito un certo numero di clienti l'obiettivo principale diventa quello di fidelizzarli al sito e-commerce e incentivare acquisti successivi. La consulenza ti aiuterà a conoscere e scegliere alcune strategie di fidelizzazione basate su diversi canali:

- Ordini
  - Inserimento di campioncini omaggio
  - Disponibilità di un buono sconto sul secondo acquisto
  - Inserimenti di un volantino promozionale
  - Diffusione di un'indagine di customer satisfaction
  - Inserimento di una lettera di accompagnamento
- Newsletter
  - Creazione di comunicazioni con le offerte
  - Creazione di comunicazioni con prodotti legati alla stagionalità
  - Sviluppo di iniziative di cross selling su un target specifico
- Campagne a pagamento
  - Campagne Trovaprezzi
  - Campagne Google Shopping

### c) Un “must” – il rapporto con il cliente

Qualità della confezione, del servizio e rapida ed efficiente gestione delle difficoltà sono caratteristiche essenziali per un sito e-commerce di successo. La consulenza ti aiuterà a prendere in considerazione alcuni aspetti importanti relativi al rapporto con il cliente:

- Informazioni costanti
  - Comunicazioni legate a problemi sul prodotto
  - Comunicazioni legate a problemi relativi alla spedizione
  - Verifica dello scambio email e comunicazioni
- Il servizio
  - Offrire un pacchetto adeguato
  - Garantire il rispetto dei tempi di consegna

## 6. RISULTATI ECONOMICI

**La consulenza ti aiuterà ad analizzare i risultati economici di un sito e-commerce tramite una valutazione attenta e dettagliata di diversi parametri:**

- Costo investimento pubblicitario
- Costo di acquisto dei prodotti
- Eventuale extra sconto sul prezzo di acquisto
- Costo spese di spedizione
- Costi per commissioni pay pal e carta di credito
- Costi vari
  - Costo del personale
  - Resi
  - Ritiro merce
  - Costi pacco e nastro adesivo
- Fatturato generato

## **7. MODALITA' DI EROGAZIONE DELLA CONSULENZA**

La consulenza si articola in due fasi per una durata complessiva di circa 3 mesi.

- 2 incontri formativi con maggiore caratterizzazione di analisi della tua piattaforma in rapporto agli obiettivi e al metodo con cui gestire l'e-commerce. Gli incontri si svolgeranno presso la sede Fulcri o in collegamento web. Durata di ogni incontro: 3 ore
- 5 appuntamenti in teleassistenza da remoto (o presso la nostra Fulcri) con cadenza bisettimanale per i successivi 2 mesi. Obiettivo di questi incontri aiutare la Farmacia a gestire l'e-commerce secondo le strategie e le metodiche individuate nei primi due incontri.