



CORSO GRATUITO E-COMMERCE SPECIALIST

CORSO PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE
IN DEFINIZIONE DEL PIANO DI MARKETING,
ORGANIZZAZIONE DELLE VENDITE,
SVILUPPO DELLE APPLICAZIONI E-BUSINESS

248 ore di cui 76 di stage

E

CORSO DI FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER RSPP/ASPP MODULO A

28 ore

ISCRIZIONI DAL 5/8/2022 AL 28/9/2022

DIGISKILLS Cod. progetto 298630



In partnership con:



ESSETI

Tu, al centro dei nostri obiettivi





E-COMMERCE SPECIALIST

Corso per la certificazione delle competenze in Definizione del piano di marketing, Organizzazione delle vendite, Sviluppo dell'applicazione di e-business

- E-COMMERCE SPECIALIST è un corso di formazione gratuito per il rilascio di un **Attestato di Certificazione delle competenze**.
- Il corso è interamente **gratuito**, in quanto **finanziato con le risorse del POR FSE TOSCANA 2014-2020** e rientra nell'ambito di Giovanisì, il progetto della Regione Toscana per l'autonomia dei giovani.



E-COMMERCE SPECIALIST: OBIETTIVI FORMATIVI

In esito al percorso i partecipanti saranno in grado di **definire e implementare il piano di e-marketing** e gli strumenti e le strategie commerciali per la vendita online di prodotti o servizi. I compiti spaziano **dall'analisi di mercato**, alla definizione della **rete commerciale**, dalla scelta degli strumenti più adatti al perseguimento degli obiettivi di e-business alla gestione dell'organizzazione interna per la vendita, dall'analisi delle differenti **piattaforme** dedicate alla vendita on line **all'individuazione di una soluzione su misura per l'impresa**.



DURATA DEL PERCORSO

- **248 ore E-COMMERCE SPECIALIST:**
 - **164** ore di aula
 - **76** ore di stage in azienda
 - **8** ore di accompagnamento (2 individuali, 6 di gruppo)
- **28 ore corso** Formazione obbligatoria per responsabile dei servizi di prevenzione e protezione (RSPP) e addetto dei servizi di prevenzione e protezione (ASPP) - modulo a (base) – ed. 1



PIANO DI STUDI E-COMMERCE SPECIALIST

UF	Denominazione	Ore
1	Principi di Marketing e Digital Marketing	27
2	Analisi di mercato e definizione della rete commerciale	22
3	Strumenti per la creazione della rete commerciale	14
4	Modelli e soluzioni per la vendita on line e per l'organizzazione logistica	42
5	Analytics e conversioni	10
6	Contrattualistica e privacy per la vendita on line	7
7	Technical English	12
8	Orientamento al lavoro, alle professioni e al bilancio di competenze	30
9	Stage	76
	TOTALE	240

A cui si aggiungono le 8 ore di accompagnamento di gruppo



UF 1 - Principi di Marketing e Digital Marketing

Contenuti:

- Cosa è il marketing – introduzione;
- le strategie competitive, il posizionamento, il marketing operativo;
- come è cambiato il rapporto tra azienda e cliente;
- il marketing come conversazione;
- il dialogo con il consumatore e i nuovi sistemi di interazione;
- social media marketing, digital marketing, web-marketing;
- strumenti di web marketing: il sito, servizi SEO, servizi SEM, Google Adwords, campagne search e display, Social Media Marketing;
- l'impatto dei nuovi modelli di marketing sulle strategie aziendali.

Obiettivi:

- Principi di marketing tradizionale, per applicare le metodologie classiche adattandole al contesto
 - competitivo del commercio elettronico su Internet;
- strategie di marketing in rete, per prevedere al meglio l'utilizzo delle nuove opportunità offerte al
 - marketing dallo sviluppo di Internet;
- tecniche di Web marketing, per prevedere l'utilizzo dei nuovi strumenti sviluppati per il marketing on
 - line nella definizione del piano di marketing;
- tecniche e strumenti di direct marketing su Internet (come profilazione del cliente, pricing on line,
 - advertising on line, promozione via Internet, ecc...), per sfruttare le potenzialità offerte dalla
 - comunicazione on line nella promozione del prodotto/servizio;
 - Principi di customer satisfaction

UF 2 - Analisi di mercato e definizione della rete commerciale

Contenuti:

- Analisi di mercato;
- interpretare i comportamenti del consumatore, valutando, mediante opportune informazioni e analisi, le caratteristiche dei destinatari e il loro grado di esigenza, le loro abitudini e costumi, al fine di individuare i fattori di persuasione e di attrazione sui quali agire;
- utilizzare le informazioni provenienti dal Cliente (ricerche, dati di marketing, piani di sviluppo dei prodotti) e quelle interne all'agenzia (studi di mercato, dati di ricerca ecc.) per arrivare alla stesura di un piano di comunicazione preciso, coerente e fattibile.

Obiettivi:

- Ricerche di mercato sui comportamenti dei potenziali clienti e sul contesto competitivo, per una corretta definizione del piano di marketing;
- tecniche di analisi del comportamento dei clienti on line, per acquisire ulteriori informazioni sulla base delle quali elaborare il piano di marketing.

UF 3 - Strumenti per la creazione della rete commerciale

Contenuti:

- E-COMMERCE

Modelli di e-commerce: B2B, B2C, C2C, B2G

Shop online

Dropshipping

Marketplace

- Vendere attraverso i sistemi di messaggistica (Wechat, telegram..)

- Vendere attraverso newsletter commerciali

- SOCIAL COMMERCE (vendere attraverso le piattaforme e i social).

Obiettivi:

- Principali scelte di struttura delle reti commerciali, per adottare il modello ottimale in termini di rapporto tra costi e benefici;
- strumenti di gestione ed incentivazione delle reti di vendita, per incrementare le vendite del prodotto e/o servizio attraverso i canali tradizionali.

UF 4 - Modelli e soluzioni per la vendita on line e per l'organizzazione logistica

Contenuti:

- Software selection;
- analisi sul web delle piattaforme esistenti;
- conoscenza delle Piattaforme;
- Conoscenza dei marketplace (Amazon, e-bay, ecc);
- implementazione di una soluzione di shop online;
- logistica e organizzazione aziendale per l'e-commerce (catalogo, foto, annunci, spedizioni, dialogo magazzino/area vendita);
- strumenti per la gestione dei cataloghi Excel, database relazionali;
- Virtual Communication: saper comunicare efficacemente, coordinare i progetti e gestire la propria identità digitale in ambienti digitali.

Obiettivi:

- Concetti di base ed architettura di Internet (protocolli, domini, indirizzi, ecc...), per comprendere opportunità e vincoli tecnologici nello sviluppo dell'applicazione di e-business;
- Concetti di base relativi allo sviluppo di un sito Web mediante strumenti applicativi dedicati, per ridurre costi e tempi di sviluppo;
- Concetti relativi all'amministrazione di un sito Web per l'e-business, per utilizzare al meglio le potenzialità offerte per un'efficiente gestione delle transazioni da strumenti evoluti di amministrazione;
- Principi di base della sicurezza delle reti informatiche e dei siti Internet, per collaborare nello sviluppo delle misure atte ad assicurare un adeguato livello di sicurezza nelle transazioni on line;
- Principali scelte di struttura delle reti commerciali, per adottare il modello ottimale in termini di rapporto tra costi e benefici;
- Principi base di logistica applicata alla vendita di prodotti e/o servizi on line, per coordinare una efficiente organizzazione della distribuzione del prodotto o servizio al cliente finale;
- Tecniche di organizzazione delle reti di vendita di prodotti e/o servizi online, per affiancare e potenziare, se necessario, il canale di vendita diretto attraverso la rete.



UF 5 - Analytics e conversioni

Contenuti:

- Analytics.
- Tassi di conversione.
- Tecniche di Business Intelligence.

Obiettivi:

- Definire gli indicatori da monitorare per verificare il successo del piano di marketing nella promozione della soluzione di e-business;
- Definire un insieme di indicatori di efficacia ed efficienza per monitorare la performance commerciale in relazione ai target di vendita e all'andamento dei mercati di riferimento;
- Verificare i risultati di vendita, confrontandoli con gli obiettivi e tenendo aggiornati i responsabili aziendali su andamenti e previsioni.

UF 6 - Contrattualistica e privacy per la vendita on line

Contenuti:

- Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda.
- GDPR.
- Digital Awareness: utilizzo degli strumenti digitali ed equilibrio tra vita professionale e salute personale.

Obiettivi:

- Normative vigenti in materia di privacy e tutela dei dati personali (D. Lgs 196/2003), per assicurare il rispetto delle disposizioni di legge da parte del software sviluppato;
- Nozioni di diritto commerciale e tributario applicato alle vendite a distanza, per assicurare il rispetto degli obblighi normativi e fiscali da parte dell'azienda;
- Digital Awareness: utilizzo degli strumenti digitali ed equilibrio tra vita professionale e salute personale.

UF 7 - Technical English

Contenuti:

- GRAMMAR, per approfondire le costruzioni sintattiche e grammaticali;
- FUNCTION, per analizzare frasi ed espressioni utili all'interno di una determinata situazione di vita reale;
- VOCABULARY, per fornire liste di vocaboli relativi a una determinata situazione di vita reale;
- EVERYDAY ENGLISH, per analizzare espressioni idiomatiche della lingua inglese;
- TECHNICAL ENGLISH, per approfondire documentazione e lessico tecnico in lingua inglese.

Obiettivi:

Lingua inglese, per comprendere la documentazione, tanto tecnica, che commerciale, redatta in lingua inglese.

UF 8 - Orientamento al lavoro, alle professioni e al bilancio di competenze

Contenuti:

Presentazione del contesto imprenditoriale territoriale nei settori tecnologici (ad esempio Industria 4.0) con particolare riferimento alle competenze tecnologiche maggiormente richieste nel mercato del lavoro:

- teorie e tecniche della comunicazione efficace nella smart economy e di public speaking;
- tecniche di presentazione e valorizzazione di un prodotto/servizio/innovazione;
- gestione dei flussi di informazioni;
- teorie dei processi di apprendimento;
- teorie e tecniche del lavoro di gruppo;
- gestione delle relazioni nei diversi gradi di complessità;
- teorie e tecniche del problem solving;
- contenuti specifici per l'orientamento al lavoro e parità di genere;
- laboratorio per lo sviluppo delle competenze auto-orientative;
- ricerca attiva del lavoro; strumenti presenti sulle piattaforme dedicate e strumenti a sostegno dell'occupabilità e dell'imprenditoria femminile.

Obiettivi:

- teorie e tecniche della comunicazione;
- teorie e tecniche del lavoro di gruppo;
- teorie e tecniche di problem solving;
- principali caratteristiche dei processi di apprendimento in contesti formali, non formali e informali e dei relativi dispositivi di messa in trasparenza, validazione e certificazione nel settore di riferimento per il monitoraggio della propria crescita professionale;
- contesto imprenditoriale territoriale nei settori tecnologici (ad esempio Industria 4.0): esigenze tecnologiche e ricerca profili a livello regionale, nazionale ed europeo;
- conoscenza delle tecniche e degli strumenti di candidatura e autocandidatura per l'ingresso nel mondo del lavoro.

CORSO GRATUITO E-COMMERCE SPECIALIST

CORSO PER LA CERTIFICAZIONE DELLE COMPETENZE
IN DEFINIZIONE DEL PIANO DI MARKETING,
ORGANIZZAZIONE DELLE VENDITE,
SVILUPPO DELLE APPLICAZIONI E-BUSINESS

248 ore di cui 76 di stage

E

CORSO DI FORMAZIONE OBBLIGATORIA PER RSPP/ASPP MODULO A

28 ore

ISCRIZIONI DAL 5/8/2022 AL 28/9/2022

DIGISKILLS Cod. progetto 298630



In partnership con:



ESSETI

Tu, al centro dei nostri obiettivi

