

# primadonna<sup>®</sup> collection

# INDICE

---

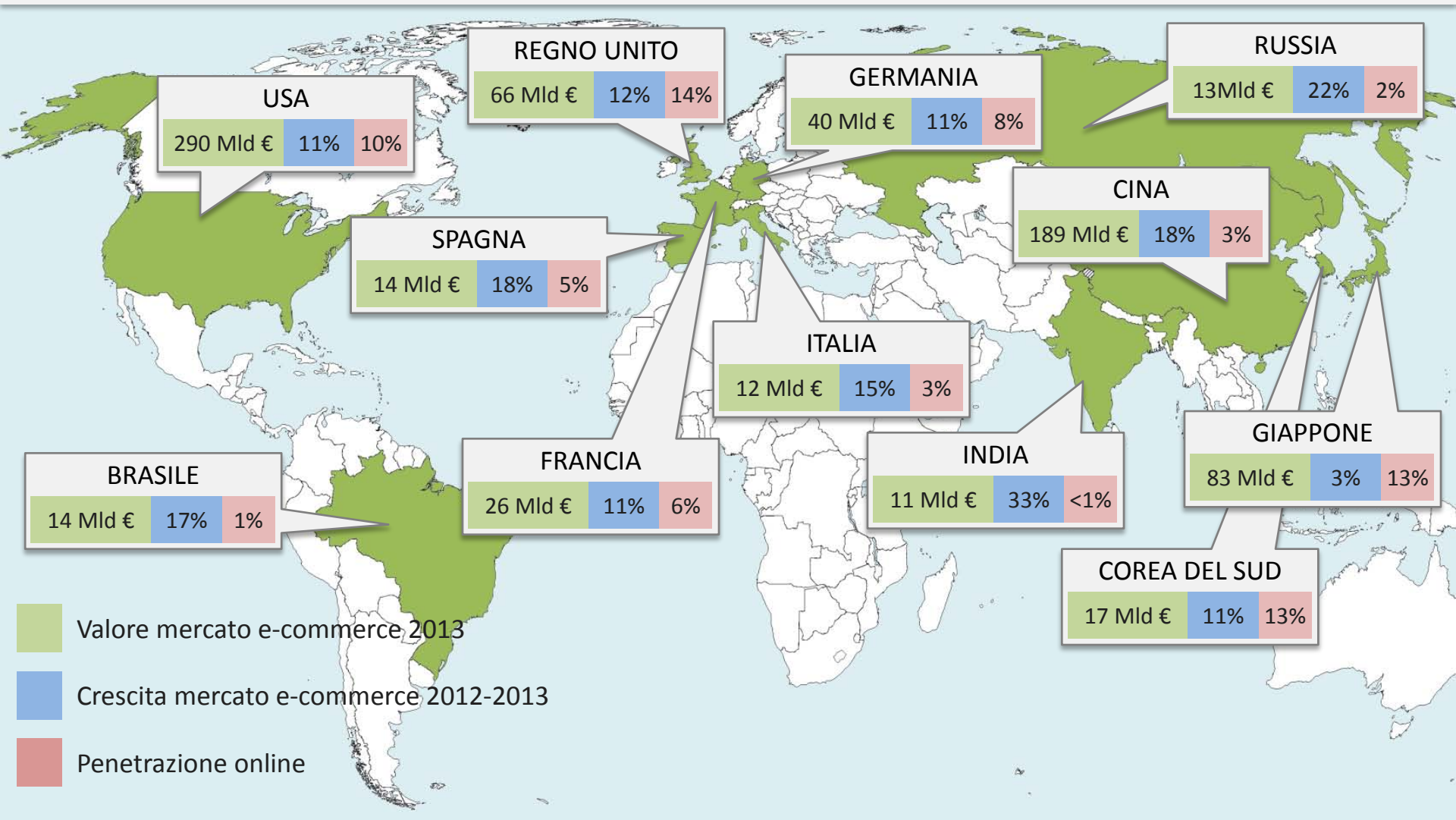
Stato dell'arte

Analisi Swot (punti di forza e di debolezza)

Progetto Primadonna

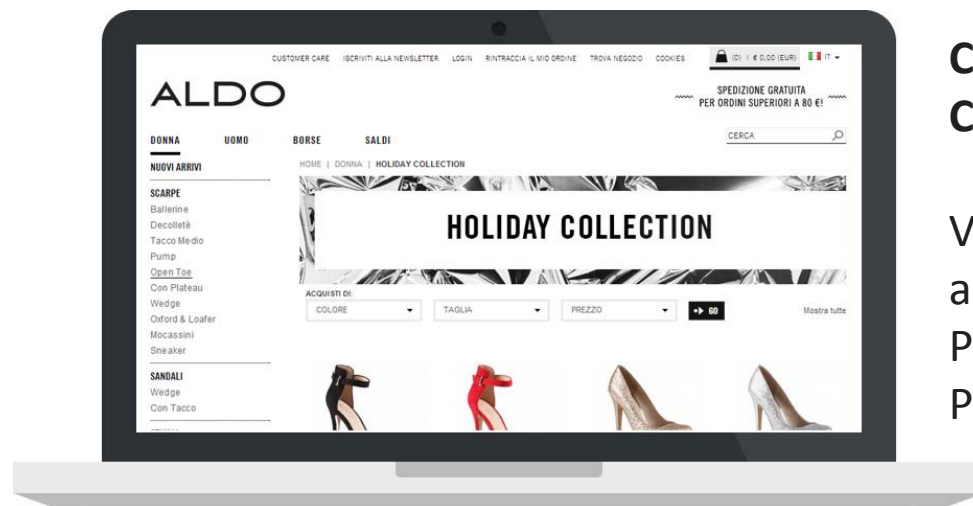
Proposte commerciali

# I PRINCIPALI MERCATI INTERNAZIONALI



# AZIENDE PRODUTTRICI NEL SETTORE E-COMMERCE

Nome	Paese	Aree di attività	Nascita
ALDO	CANADA	Scarpe e accessori monomarca	1972
MELLOWYELLOW	FRANCIA	Scarpe, Abiti e accessori monomarca	2003
DESIGUAL	SPAGNA	Abiti e scarpe monomarca	1984
BATA	REP. Ceca	Vendita scarpa plurimarche	Inizi 900



## CARATTERISTICHE COMMERCIALI

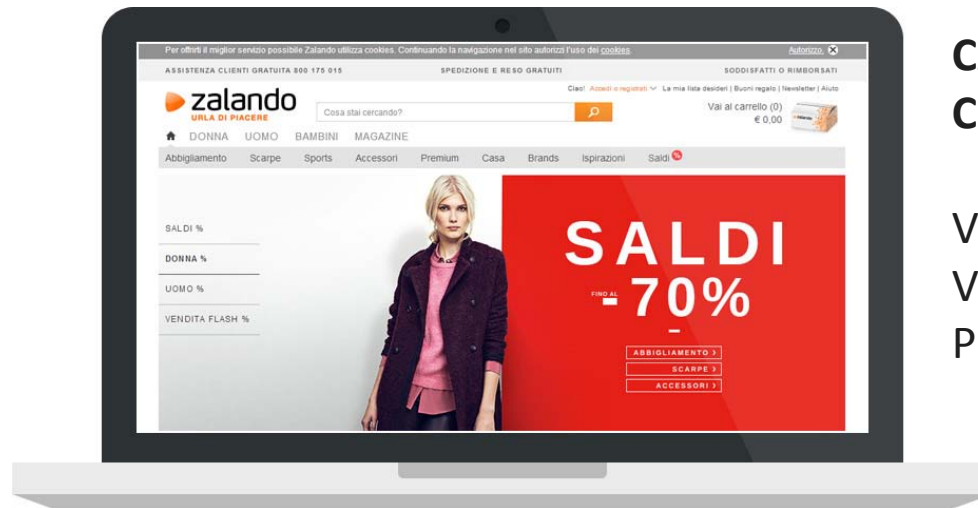
Vendita complementare accessori

Proposte commerciali simili

Presenza di store

# AZIENDE LEADER NEL SETTORE E-COMMERCE

Nome	Paese	Aree di attività	Nascita
ZALANDO	GERMANIA	Scarpe, abiti, accessori plurimarche	2008
SHOWROOMPRIVE	FRANCIA	Prodotti di diversi settore plurimarche	2006
YOOX	ITALIA	Moda e Design Multibrand	2000
SARENZA	FRANCIA	Vendita scarpa plurimarche	2005



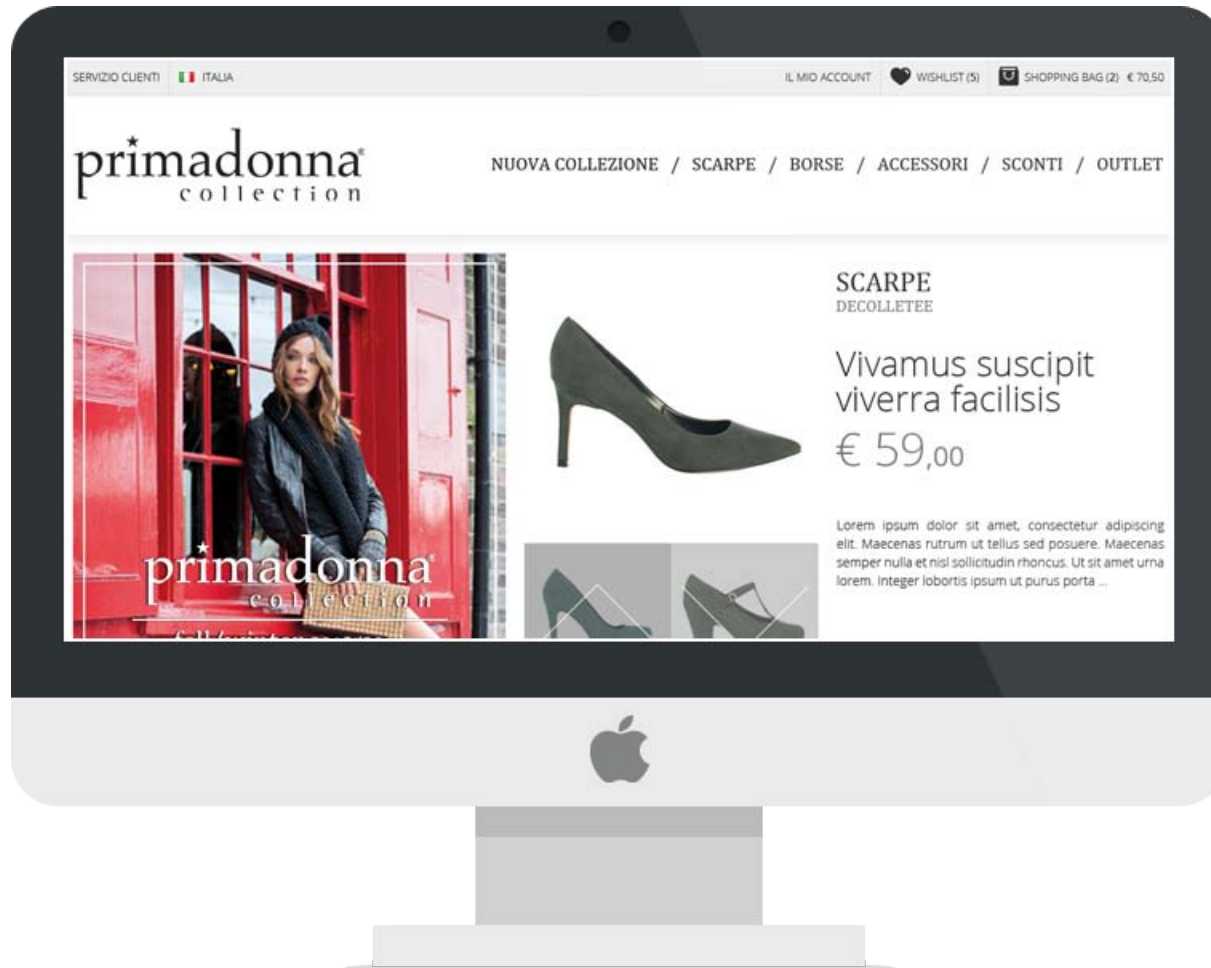
## CARATTERISTICHE COMMERCIALI

Vendita Plurimarchi  
Vendita Pluriprodotto  
Proposte commerciali simili

# ANALISI SWOT



# PROGETTO PRIMADONNA



## Home Page

La *home page*, ha come scopo quello di indirizzare l'utente su settori strategici del sito, rappresenta quella che per uno store è la vetrina.

Daremo dunque la possibilità di gestire alcuni blocchi che riportano alle sezioni principali del momento (es. una nuova collezione, prodotti in saldo, etc.) .

In alto l'utente avrà sempre ben visibile il menù e la sua shopping bag dinamica.

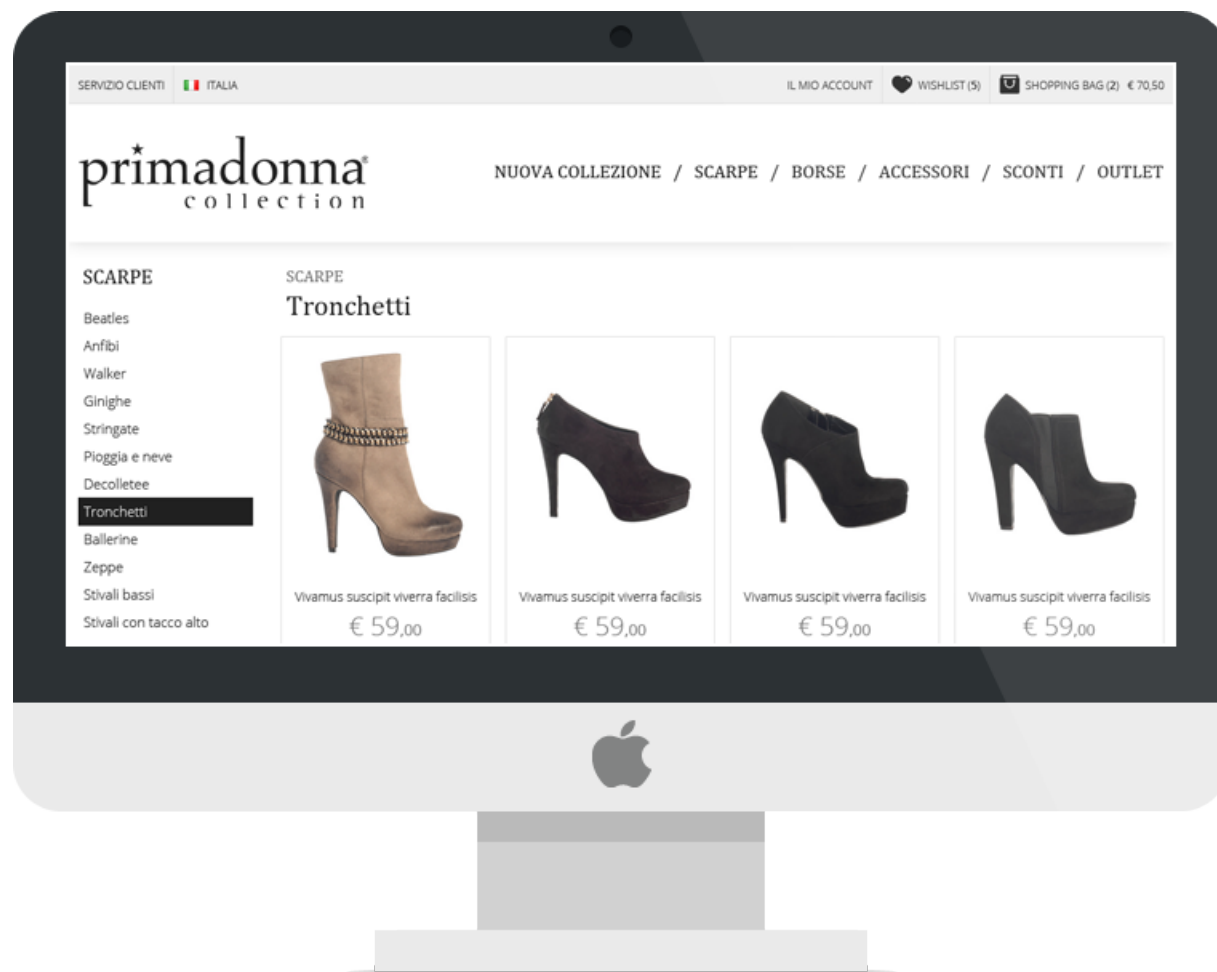
# PROGETTO PRIMADONNA

## Elenco prodotti

I prodotti cercati verranno mostrati all'utente in modo chiaro, ampie foto ne mostreranno la bellezza invogliando l'utente a cliccare alla ricerca di maggiori informazioni.

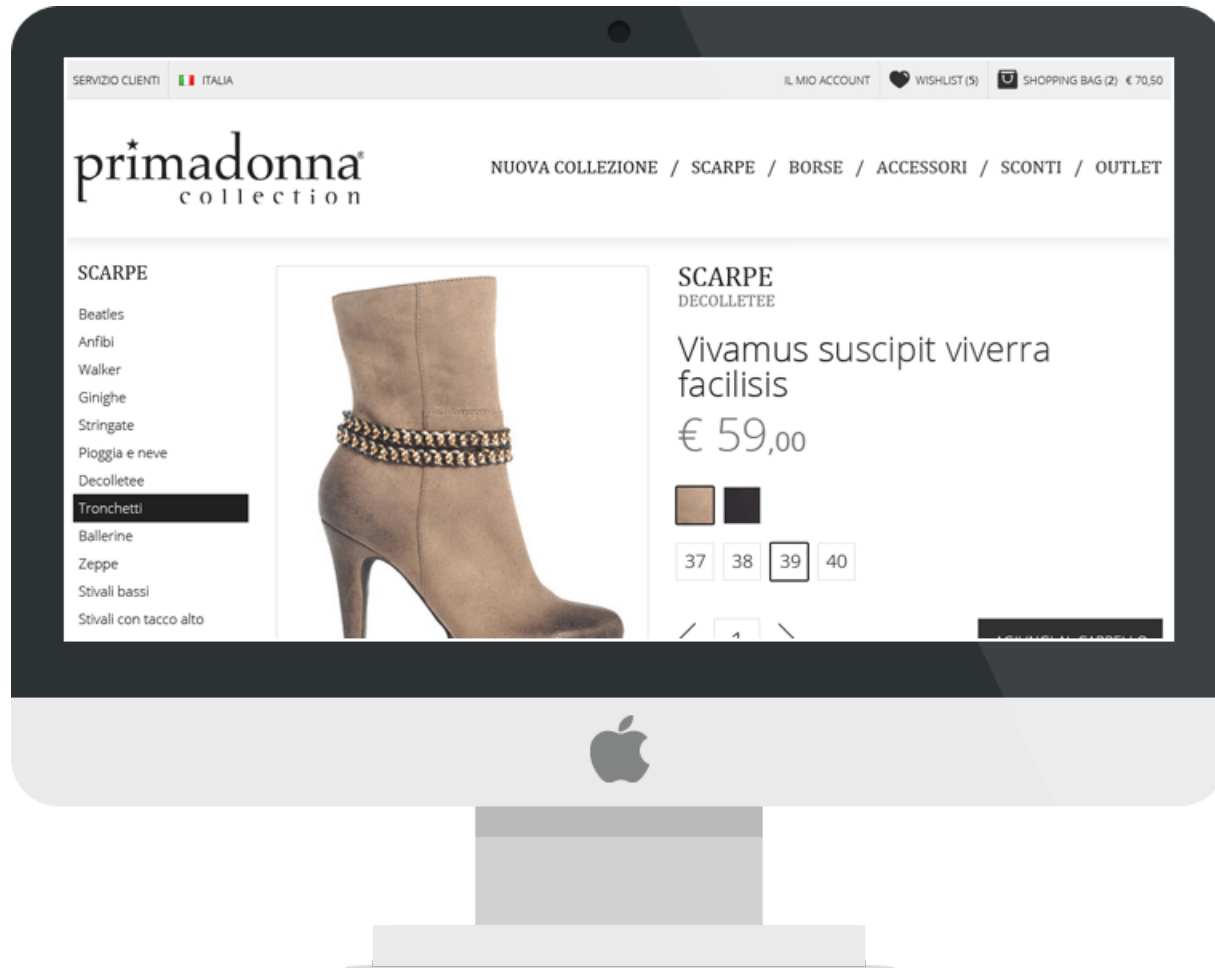
Sulla sinistra avremo sempre la categoria di riferimento del prodotto stesso in modo da agevolare la navigazione.

In alto avremo la possibilità di filtrare i prodotti in base a prezzo, colore, ect.





# PROGETTO PRIMADONNA



## Dettaglio prodotti

Il singolo prodotto sarà presentato con una galleria di immagini in alta definizioni e zoomabili sulla sinistra, mentre a destra ci saranno i dettagli principali (nome, codice e prezzo) un pannello per effettuare l'acquisto (con scelta di taglie/numeri e colori) e dettagli più specifici suddivisi in tab.

Fondamentali sono anche i prodotti correlati e/o simili e la possibilità di condivisione sui *social network*.

# CHECKOUT / METODI DI PAGAMENTO



Il checkout è la fase più delicata dell'acquisto online, dobbiamo dunque semplificare questa procedura per renderla fruibile a tutti gli utenti.

## **Checkout con registrazione**

La registrazione è utile perché tende a fidelizzare il cliente, dobbiamo dunque incentivarlo con proposte personalizzate per gli iscritti e/o soci.

## **Checkout come ospite**

Una grossa fetta di mercato preferisce non registrarsi, quindi dobbiamo permettere di effettuare un acquisto inserendo solo i dati fondamentali.



## **PayPal**

PayPal è forse lo strumento più utilizzato e permette di effettuare acquisti con carte di credito/prepagate o con un portafoglio elettronico. Ha inoltre vari livelli di affiliazione per il venditore



## **Servizi Bancari**

Molti istituti bancari offrono servizi di pagamento online. Questi a volte possono sembrare più sicuri agli occhi degli utenti.

# CONSEGNA & TRASPORTO



## 1. L'utente completa l'acquisto

L'utente sceglie i prodotti che più gli piacciono, gli aggiunge alla *Shopping bag* ed effettua il pagamento online.



## 2. L'ordine viene ricevuto e preparato

L'ordine viene ricevuto dal magazzino Fercam che imballa e prepara ogni singolo prodotto per la spedizione.

## 3. L'ordine viene spedito all'utente

Durante il trasporto, grazie ad un *tracking code* l'utente può visionare dove si trova il suo pacco.



## 4. Il pacco viene consegnato

Il corriere provvederà a consegnare il pacco al domicilio indicato dall'utente al momento dell'acquisto.



# ASSISTENZA PRE-VENDITA



## FAQ

La pagina FAQ (*Frequently Asked Questions*) aiuterà l'utente a sciogliere i suoi dubbi riguardo le funzionalità del sito.

## Consegna & Trasporto

In questa pagina l'utente sarà informato e tranquillizzato sulle modalità di trasporto, sui costi e sulle tempistiche di consegna della merce acquistata.



## Feedback

Al fine di migliorare l'esperienza di utilizzo del sito dopo ogni acquisto l'utente sarà invitato a scrivere un feedback sia sul prodotto che sul servizio reso.

Questo processo sarà sicuramente d'aiuto ai futuri acquirenti che potranno conoscere le opinioni di altri clienti già soddisfatti.



## Call-center o Chat

Qualora per l'utente non fosse possibile reperire le informazioni che cerca direttamente sul sito, sarà attivo un servizio di *call-center* o una *chat testuale* in modo da metterlo in contatto direttamente con un operatore che potrà fornire tutto il supporto richiesto.

# ASSISTENZA POST-VENDITA



## Customer Care

E' importantissimo che l'acquirente non si senta mai solo per quelle che possono essere le problematiche successive alla vendita (merce difettosa rovinata o in ritardo).

Un customer care efficiente è parte del successo, in quanto ha il compito di supportare, tranquillizzare ed risolvere i problemi dell'acquirente.



## Resi & Rimborsi

In caso di merce difettosa, rovinata o non conforme l'utente può richiedere un rimborso o la sostituzione della merce. Sarà necessario andare sul sito, selezionare la tipologia di rimborso, stampare il modulo, applicarlo al pacco e rispedirlo in azienda.

### Rimborso su conto virtuale

Sull'account viene accreditata la somma spesa.



### Rimborso su carta di credito

La somma spesa viene riaccreditata sulla carta.



### Sostituzione merce

L'utente riceve un nuovo prodotto.



# PIATTAFORMA INFORMATICA



## Server e strutture dati

Per la mole di lavoro si pensa di utilizzare un server dedicato, che dovrà collegarsi al gestionale aziendale per la conoscenza dei prodotti in magazzino.

I dati saranno memorizzati su database MySql, utilizzato per applicazioni web.

Si propone l'utilizzo di server dedicati ARUBA S.p.a.



## Linguaggi di programmazione

Il linguaggio di programmazione utilizzato per lo sviluppo dell'intera applicazione sarà Php 5.3.

Il linguaggio permetterà di costruire l'infrastruttura con il modello MVC (Model View Controller), utilizzato dalle moderne piattaforme. Il sistema è completamente personalizzabile in qualsiasi momento, con nuove funzionalità



## Sviluppo grafico front-end

Il front-end del sito e-commerce sarà scritto in HTML5 e CSS. Il tutto sarà coadiuvato da script in jQuery per rendere l'esperienza dell'utente semplice ed intuitiva.

Il sito inoltre verrà realizzato con tecnologia responsive, così sarà visualizzato correttamente su tutti i dispositivi (pc, smartphone e tablet) in lingua italiana e inglese

# WEB REPUTATION



## Analisi e gestione reputazionale

Analizzare, monitorare, difendere e valorizzare la propria immagine/reputazione significa creare una **rendita per il futuro**, basata sulla **fiducia del pubblico** verso l'azienda e sulle **emozioni positive** associate ai suoi prodotti



## Opinione degli utenti

**Gestione feedback negativi e crisis management:** rispondere sempre anche alle critiche o giudizi negativi (mai far calare il silenzio!)

**Coinvolgimento dell'utente e stimolo all'invio di feedback:** l'azienda deve invogliare (attraverso una serie di strategie) alla condivisione di reazioni, commenti e domande.



## Creazione d'identità digitale

L'elaborazione dei risultati di un'analisi reputazionale produce un piano di creazione di identità digitale mirato rispetto a: categoria di prodotto e target (tenendo presente l'estensione che questo sul "territorio" web ha rispetto al contesto fisico o locale)

# SEO



## Codice HTML ottimizzato

La scrittura del codice sarà *Seo Friendly* in modo che il motore ricerca legga la pagina seguendo la corretta semantica ed i nuovi tag che HTML 5 mette a disposizione per schematizzare le informazioni.

Questo farà in modo che ogni contenuto sia indicizzato all'interno del corretto contesto.



## Title / Keyword / Description / Contenuti

I tag title, keyword e description sono testi principali che descrivono un documento online. Title è il secondo più importante elemento di on-page SEO (il contenuto complessivo è più importante), e appare in tre posti chiave: browser, motori di ricerca pagine dei risultati, e siti web esterni.



## Sitemap XML

Una sitemap, o site map, o semplicemente mappa, è una pagina Web che elenca gerarchicamente tutte le pagine di un sito Web.

La sitemap xml permette ai webmaster di menzionare all'interno di un file XML, e non solo, tutti gli URL delle pagine di un determinato sito Web che si desidera sottoporre al motore di ricerca.



# SEM



## Google AdWord

Strumento di pubblicità, permette di effettuare campagne marketing targhettizzate per determinate parole chiave, ecc...



## Facebook ADV

Strumento di pubblicità, permette di effettuare campagne marketing targhettizzate per tipologia di utente, ecc..

## Blogger

I blog sono un importante vettore di informazioni e opinioni. E' importante calamitare visite dai blogger freelance che già vantano bacini di utenza importanti.



## Affiliazioni

Siti intermediari o comparatori di prezzi che sfruttano il loro enorme bacino d'utenza per convogliare ingenti quantità di visite giornaliere ai propri e-commerce.



# INTEGRAZIONI CON I SOCIAL NETWORK



## Facebook

Uno dei social network più utilizzato dagli utenti della rete. Permette di condividere stati personali, foto , video , articoli. Creazione di pagine aziendali.



## Twitter

Social networking e microblogging fornisce agli utenti una pagina personale aggiornabile tramite messaggi di testo max 140 caratteri.

## Instagram

Social nato per la condivisione di immagini, video. Ha la possibilità di applicare alle foto dei filtri, e far diventare un utente un vero e proprio fotografo.



## Pinterest

Pinterest è un social dedicato alla condivisione di immagini e video, con la possibilità di creare album o dei pannelli dove attaccare le proprie immagini/foto.

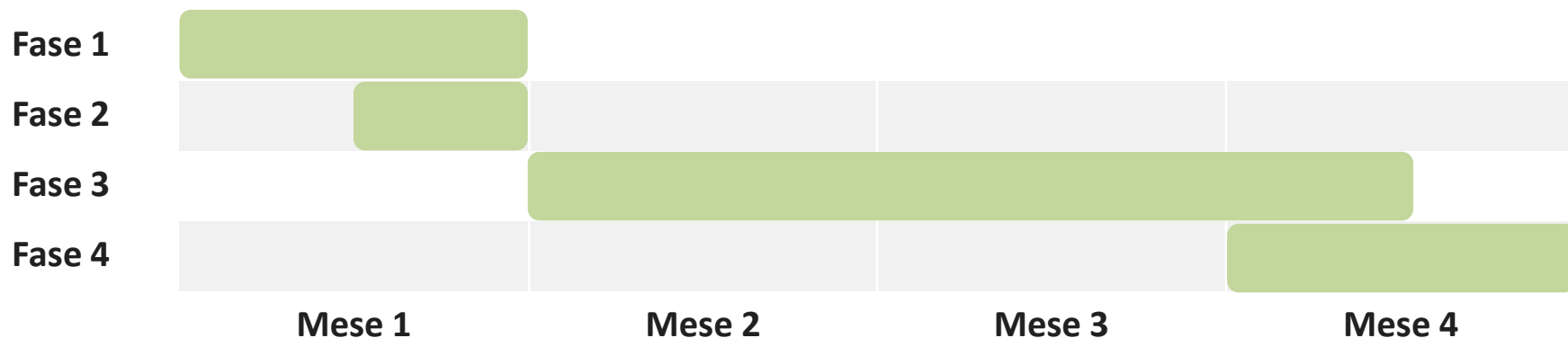


# TEMPISTICHE DI REALIZZAZIONE



Analizzando l'intero progetto, il nostro crono-programma di sviluppo è il seguente:

- FASE 1      Analisi dati, analisi prodotti e categorie merceologiche, analisi sistemi, layout web e sezioni sito internet
- FASE 2/3    Sviluppo piattaforma e-commerce
- FASE 4      Formazione e test con amministratori



# TEAM DI PROGETTO

Si propone un team di progetto composto da quattro aree funzionali che interagiranno tra di loro e che avrà nei Project Managers le figure di contatto con il cliente Primadonna (project manager, programmatore, web designer, project assistant, social media manager).



## Area Sviluppo / Programmazione

2 risorse che provvederanno alla programmazione del sito e-commerce.



## Area Grafica

2 risorse che realizzeranno il layout del sito ed i suoi miglioramenti.

## Funzioni di Staff

2 risorse che svolgeranno le attività interne a supporto del gruppo di lavoro e relazioni con gli utenti.



## Project Manager

2 risorse che si occuperanno della parte gestionale e reportistica.



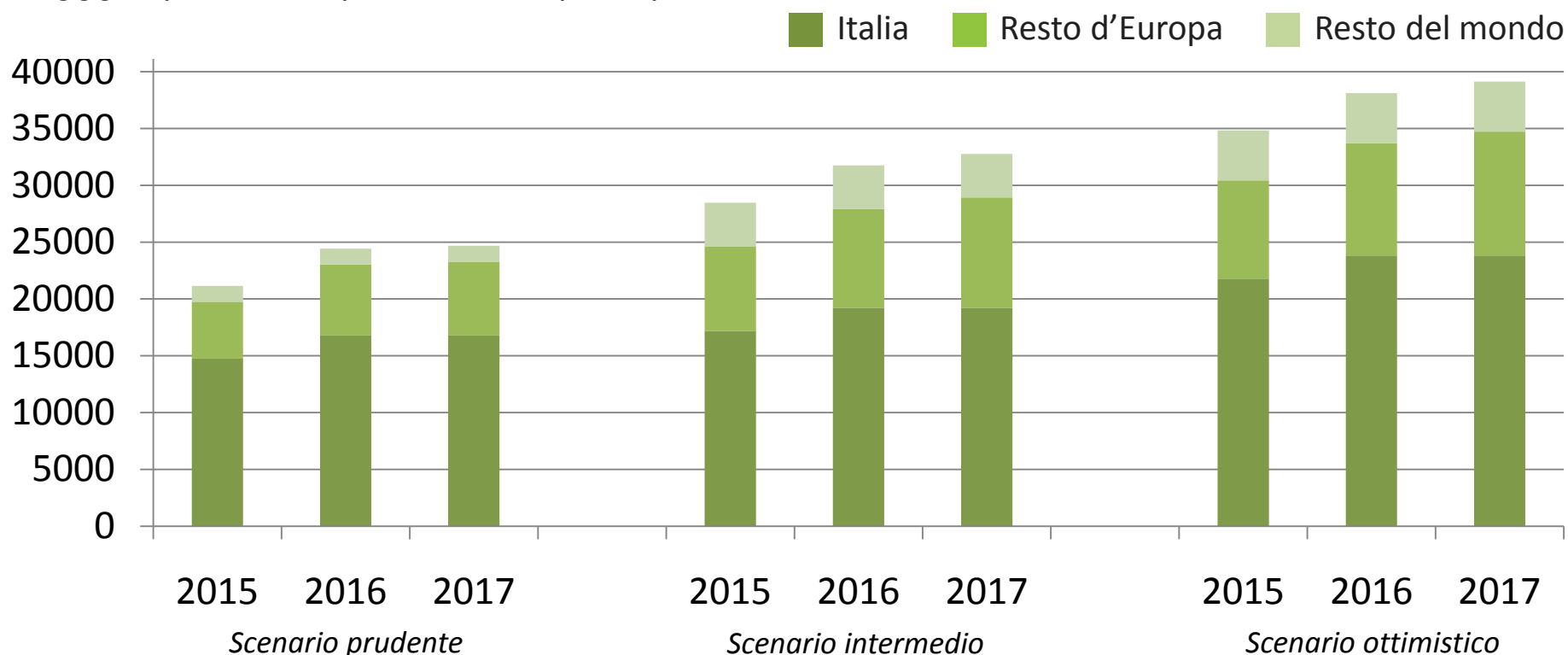
# IPOTESI DI VENDITE

Di seguito vengono esposti tre grafici relativi alle vendite del prodotto “Scarpa” sul solo portale e-commerce nelle seguenti aree geografiche

Italia: area geografica principale nella quale il brand è leader del settore

Resto d'Europa: area in cui c'è stata una forte espansione del marchio, apertura continua di stores

Mondo: presenza importante nelle più importanti realtà economiche mondiali



Previsioni eseguite con un'operazione di benchmarking contabile, prendendo a riferimento la Compar S.p.A., holding del gruppo Bata.

# PROPOSTE COMMERCIALI



## Partner

€ 15.000,00

20% sugli ordini

*L'offerta prevede:*

Portale e-commerce

Consulenza web marketing

Assistenza Full

Portale Outlet ★



## Small Partner

€ 20.000,00

10% sugli ordini

*L'offerta prevede:*

Portale e-commerce

Consulenza web marketing

Assistenza Full



## Fornitore

€ 20.000,00

€ 5.000,00 assistenza mese

*L'offerta prevede:*

Portale e-commerce

Consulenza web marketing

Assistenza Full

**I-factory S. r. l.**

Via Cardassi, 14 – 70123 BARI

[www.i-factory.biz](http://www.i-factory.biz)

[info@i-factory.biz](mailto:info@i-factory.biz)

