REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
Denominazione qualificazione	**Tecnico esperto e-commerce**
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 24 - Area comune
Area di Attività	ADA.24.04.06 - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online ADA.24.04.08 - Sviluppo e monitoraggio della rete di vendita online
Processo	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
Sequenza di processo	Pianificazione e gestione commerciale
Descrizione sintetica della qualificazione	Il Tecnico esperto e-commerce si inserisce nel processo di commercializzazione di prodotti/servizi utilizzando strumenti web e di net-economy. E' in grado di rapportarsi con i vari settori operativi al fine di ottimizzare le procedure inerenti il processo di commercializzazione on-line dei prodotti/servizi, interagendo, in particolare, con la funzione marketing. Vista l'enorme diffusione dell'e-commerce questa figura può trovare impiego in aziende di qualsiasi settore e di diverse dimensione, prevalentemente come dipendente, anche se non è escluso un suo impegno come autonomo.
Referenziazione ATECO 2007	G.47.91.10 - Commercio al dettaglio di qualsiasi tipo di prodotto effettuato via internet N.82.20.00 - Attività dei call center N.82.91.20 - Agenzie di informazioni commerciali
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione

ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA

1. Sviluppo di soluzioni di e-commerce (2388)
2. Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce (2389)
3. Definizione delle strategie di e-commerce (2390)

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1	
Denominazione unità di competenza	**Sviluppo di soluzioni di e-commerce**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	Soluzioni di e-commerce sviluppate in funzione degli obiettivi strategici
Descrizione breve	
Abilità	1. Individuare soluzioni per l'implementazione di siti dedicati congruenti con la strategia aziendale (piattaforme e funzionalità) 2. Modellare soluzioni di e-commerce (front-end e back-end) in funzione del target e degli obiettivi di business 3. Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni 4. Predisporre le regole per la gestione dei rapporti con i clienti (customer care) in relazione a pagamenti, resi e rimborsi 5. Curare la user e customer experience al fine di indurre l'utente ad effettuare almeno un acquisto 6. Selezionare e gestire i contenuti della piattaforma e-commerce (prodotti, foto, video, guide, FAQ, infografiche, ...)
Conoscenze	1. Sistemi di content management 2. Elementi di sicurezza informatica 3. Elementi di customer care 4. Normativa civilistica e fiscale del commercio on-line e diritti del consumatore 5. Progettazione di soluzioni di e-commerce 6. Caratteristiche e trend dell'e-commerce 7. Piattaforme per e-commerce: caratteristiche e personalizzazioni 8. Customer e user expericence in ambito e-commerce
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione
Risultati attesi	
Attività	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2	
Denominazione unità di competenza	**Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	Attività e-commerce monitorate ed ottimizzate
Descrizione breve	
Abilità	1. Tradurre dati/informazioni di customer satisfaction in azioni di miglioramento dei servizi erogati 2. Prevedere soluzioni per l'ottimizzazione dei flussi di magazzino 3. Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni 4. Applicare metodi e strumenti di gestione della customer satisfaction 5. Utilizzare strumenti per la misurazione ed analisi delle performance di vendita della piattaforma e-commerce (web analytics)
Conoscenze	1. Principi, tecniche e strumenti di customer satisfaction 2. Elementi di sicurezza informatica 3. Codice internet e del commercio elettronico, per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web 4. Tecniche di incasso on-line 5. Elementi di customer service 6. Documenti della compravendita on-line 7. Web marketing: strategie, politiche e strumenti 8. Teoria e strumenti di web analytics 9. Strategie e pratiche di SEO (Search Engine Optimization)
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione
Risultati attesi	
Attività	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3	
Denominazione unità di competenza	**Definizione delle strategie di e-commerce**
Livello EQF	5
Descrizione della performance da osservare	Strategie di e-commerce definite in termini di obiettivi, posizionamento e politiche di marketing
Descrizione breve	
Abilità	1. Applicare tecniche di benchmarking 2. Applicare tecniche di segmentazione dei clienti attuali e potenziali 3. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.) 4. Selezionare i segmenti obiettivo cui rivolgere l'offerta (targeting) in funzione della strategia di segmentazione prescelta (differenziata, concentrata e indifferenziata) 5. Utilizzare strumenti di analisi della concorrenza 6. Applicare tecniche empiriche e/o statistiche (es. cluster analysis) per individuare i benefici distintivi dell'offerta di prodotti/servizi nei confronti dei segmenti obiettivo selezionati (posizionamento) 7. Definire gli obiettivi strategici di e-commerce marketing (strategia multi o omni-channel, ...) 8. Definire strategie e politiche di e-marketing mix (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione, processo, persone, ...) 9. Selezionare politiche e strumenti di web marketing (direct marketing, SEO, SEM, ...) in funzione degli obiettivi strategici
Conoscenze	1. Elementi di matematica e statistica 2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 3. Tecniche di benchmarking 4. Elementi di marketing strategico ed operativo 5. Web marketing: strategie, politiche e strumenti 6. Tecniche e strategie di segmentazione e targeting 7. Strategie di posizionamento per e-commerce 8. Tecniche e strumenti di analisi della concorrenza 9. E-marketing mix: strategie e politiche 10. Caratteristiche e trend dell'e-commerce
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione
Risultati attesi	
Attività	