

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	
<ol style="list-style-type: none"> 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
Risultato formativo atteso	Soluzioni di e-commerce sviluppate in funzione degli obiettivi strategici
Oggetto di osservazione	Le operazioni di sviluppo di soluzioni di e-commerce
Indicatori	Individuazione e personalizzazione della piattaforma di e-commerce in funzione della strategia aziendale e delle caratteristiche dell'offerta; predisposizione ed aggiornamento dei contenuti del sito di e-commerce
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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 experience in ambito e-commerce
Referenziazione ISTAT CP2011	<p>2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)</p> <p>3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione</p>

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2

Denominazione unità di competenza	Monitoraggio e ottimizzazione delle performance e-commerce
Livello EQF	5
Risultato formativo atteso	Attività e-commerce monitorate ed ottimizzate
Oggetto di osservazione	Le operazioni di monitoraggio delle attività di vendita on-line
Indicatori	Utilizzo dei tools di monitoraggio dei dati di vendita e di ottimizzazione del sito di e-commerce
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Tradurre dati/informazioni di customer satisfaction in azioni di miglioramento dei servizi erogati2. Prevedere soluzioni per l'ottimizzazione dei flussi di magazzino3. Identificare strumenti per la sicurezza delle transazioni4. Applicare metodi e strumenti di gestione della customer satisfaction5. Utilizzare strumenti per la misurazione ed analisi delle performance di vendita della piattaforma e-commerce (web analytics)
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Principi, tecniche e strumenti di customer satisfaction2. Elementi di sicurezza informatica3. Codice internet e del commercio elettronico, per la gestione e l'utilizzo delle informazioni e la diffusione delle informazioni via web4. Tecniche di incasso on-line5. Elementi di customer service6. Documenti della compravendita on-line7. Web marketing: strategie, politiche e strumenti8. Teoria e strumenti di web analytics9. 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

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3

Denominazione unità di competenza	Definizione delle strategie di e-commerce
Livello EQF	5
Risultato formativo atteso	Strategie di e-commerce definite in termini di obiettivi, posizionamento e politiche di marketing
Oggetto di osservazione	Le operazioni di definizione delle strategie di e-commerce
Indicatori	Segmentazione e targeting del mercato coerente con gli obiettivi e le strategie aziendali; analisi della concorrenza; definizione delle strategie e politiche di e-commerce marketing
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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	<p>2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)</p> <p>3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione</p>