

Vendita 2022+

Impiegata del commercio al dettaglio AFC / Impiegato del commercio al dettaglio AFC

Orientamento "Gestione di negozi online"

Supporto alle decisioni dei Cantoni per valutare le aziende di formazione con orientamento "Gestione di negozi online"

Stato: febbraio 2022

Caratteristiche per poter gestire un "negozio online"

Sì	No
Durabilità dell'offerta	Singole attività
Ordinazione online possibile	Nessuna ordinazione possibile, ma soltanto rappresentazione dei prodotti
Possibilità di pagamenti online	Solo pagamenti anticipati
Spedizione di merce	La merce deve essere acquistata nel negozio
Possibilità di rappresentare personalmente (immagini o fotografie, testo)	Si rilevano unicamente i codici EAN – nessun testo, nessuna immagine o fotografia)
I prodotti possono essere pubblicizzati sulla piattaforma	Nessuna possibilità di pubblicizzare i prodotti (nemmeno in forma indiretta)
Il gerente può fissare personalmente i prezzi di vendita	Pura intermediazione di prodotti (fornitore "long-tail") senza competenza di fissare i prezzi
I dati delle transazioni sono a disposizione per un'analisi	Nessuna possibilità di analizzare i dati

Durabilità dell'offerta

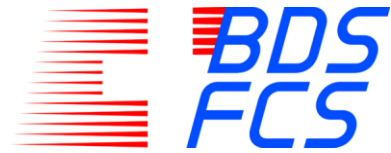
È importante disporre di un'offerta di prodotti "continua nel tempo" tramite un canale di vendita online. In altre parole, l'azienda di formazione offre prodotti in modo duraturo in un negozio online, sul mercato, su un canale dei social media oppure tramite una pagina di terzi. Evidentemente i prodotti possono essere cambiati e sostituiti, ma è importante avere un canale d'offerta in funzione e servito tutto l'anno.

Un'azienda che offre e vende online prodotti unicamente a Natale o il giorno di San Valentino, ma che sospende le proprie attività durante il resto dell'anno, svolge singole attività.

Gestione di ordinazioni online

CO f2 Analizzare i dati concernenti le vendite online e il comportamento dei clienti

Il canale (i canali) di vendita offerto dall'azienda di formazione deve consentire al cliente di consegnare online un'ordinazione. Nel caso normale ciò significa che il cliente può esprimere in forma digitale la sua volontà d'acquisto fornendo le rispettive coordinate,



scegliere un'opzione di pagamento e, nel caso normale, accettare le condizioni commerciali e l'informativa sulla privacy.

L'azienda di formazione si limita a rappresentare i prodotti (pagine informative) ma senza attivare nessuna operazione d'acquisto: in questo caso non sono soddisfatte le condizioni di un negozio online.

Possibilità di pagamenti online

Un'azienda di formazione, oltre alla possibilità di "pagamento anticipato" dovrebbe offrire almeno un'ulteriore possibilità di pagamento (acquisto a credito o con fattura, twint, carta di credito, carta-regalo ecc.). Secondo il nostro parere, una simile condizione è necessaria siccome, accanto alla transazione di merce, avviene online anche una transazione monetaria.

Limitarsi al puro "pagamento anticipato" non costituisce un criterio di esclusione, ma dovrebbe segnalare che lo sviluppo dell'offerta online è ancora piuttosto limitato.

Spedizione di merce

Un tipico acquisto online comporta la spedizione di merce – normalmente dovrebbe quindi essere possibile una spedizione verso un determinato luogo. Naturalmente si possono offrire delle opzioni come click & collect, click & reserve ecc. tutte facenti parte di un'offerta online.

D'altro canto, un'offerta basata solo sul ritiro della merce viene valutata piuttosto criticamente. In questo caso, si tratta essenzialmente di "un canale di comunicazione delle informazioni online" e, in misura minore, di un negozio online.

Possibilità di rappresentare personalmente (immagini o fotografie, testo)

CO f1 Curare i dati degli articoli per il negozio online

Una presenza online può avvenire tramite canali / media che posso modificare e adattare personalmente oppure tramite strutture predefinite di un terzo operatore che non mi offre nessun tipo di indipendenza in qualità di operatore. Normalmente si possono offrire i prodotti con fotografie o immagini proprie, con testi e video propri, con indicazioni proprie dei prezzi e il proprio ambiente – in altre parole "il negozio" viene allestito, strutturato e organizzato personalmente. Naturalmente si possono utilizzare anche immagini standard, testi del fabbricante ecc. Viene perciò concessa ampia libertà nell'impostazione dell'offerta di prodotti. → Ciò comporta un trattamento professionale dei dati da parte del gerente del negozio online.

All'estremo opposto non c'è nessun trattamento dei dati, ma si comunica a un terzo operatore il numero del prodotto (codice EAN) ed eventualmente il rispettivo numero di prodotti disponibili aventi questo numero. Questo terzo operatore prende tutti i dati (materiale fotografico, testi, prezzi) dal proprio database senza concedere né indipendenza né riconoscibilità all'operatore. In questo contesto l'operatore funziona come semplice "fornitore di merce" senza indipendenza riconoscibile / influenzabile per quanto concerne la presenza online.

In questo caso non sono soddisfatte le condizioni richieste a un'azienda di tirocinio siccome la competenza operativa f1 non può essere coperta.

Possibilità di pubblicizzare i prodotti

CO f3 Gestire la presentazione della merce e le procedure nel negozio online

L'operatore deve poter pubblicizzare personalmente i prodotti proposti online tramite newsletter, marketing sui motori di ricerca Google, influenza della sequenza su come rappresentare i prodotti, display advertising, social media oppure strumenti simili (sono sufficienti almeno due canali pubblicitari digitali utilizzati).

Se l'operatore non è in grado di pubblicizzare personalmente in nessun modo i propri prodotti o di metterli in evidenza, non si tratta di una presenza online indipendente.

Fissare i prezzi di vendita finali (B2B 2 B2C)

CO f1 Curare i dati degli articoli per il negozio online

Se l'operatore è in grado di fissare personalmente i prezzi di vendita finali ai clienti privati e commerciali e di curarli e adattarli personalmente nella presenza online, si può affermare che si tratta di una presenza online indipendente.

Se l'offerta è di natura puramente "tecnica" ed è il risultato di un'attività di intermediazione da parte di una terza persona (long-tail), nel caso normale sussiste una pura relazione di logistica senza nessun rapporto con l'attività online dell'azienda di tirocinio.

Dati delle transazioni

CO f2 Analizzare i dati concernenti le vendite online e il comportamento dei clienti.

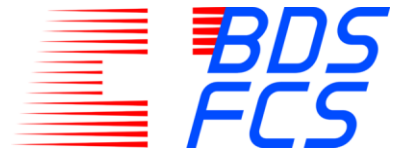
Normalmente un operatore online può accedere ai dati delle transazioni (indirizzi, articoli venduti, comportamento del consumatore sul sito web ecc.). Se l'azienda di tirocinio ha accesso ai dati delle transazioni e se risulta effettuare delle analisi utilizzando i dati delle transazioni, si può supporre che si tratti di un commercio online.

Se tuttavia l'azienda di tirocinio non dispone dei dati relativi ai clienti, alle transazioni di vendita ecc., si deve supporre che non venga offerto un commercio online ai sensi del nuovo tirocinio.

FAQ

L'azienda di tirocinio deve avere in magazzino la merce offerta oppure è ammesso anche un cosiddetto "drop shipping" (la merce viene procurata solo al momento di un'ordinazione da parte del cliente)?

Siamo favorevoli affinché anche i cosiddetti sistemi "drop shipping" siano ammessi come commercio online. In primo luogo è importante che la merce sia proposta "al fronte". Nella valutazione, l'acquisto / l'approvvigionamento effettuato successivamente ha la priorità 2.



L'azienda di tirocinio che ha richiesto l'autorizzazione a formare gestisce un canale dei social media e presenta quotidianamente nuovi modelli. Tuttavia la vendita non si svolge attraverso il canale dei social media; per acquistare la merce, il cliente deve presentarsi nel negozio. È sufficiente per poter garantire l'orientamento "Gestione di negozi online"?

No, il cliente deve avere la possibilità di svolgere la transazione d'acquisto attraverso il canale online.

L'azienda di tirocinio che ha richiesto l'autorizzazione a formare vende unicamente tramite i mercati. La transazione (compreso il pagamento) avviene sul mercato. È sufficiente per poter garantire l'orientamento "Gestione di negozi online"?

Se il commerciante si procura personalmente gli articoli, prepara il materiale fotografico, rileva dati / testi, pubblicizza in qualche modo gli articoli e se è in grado di acquisire e analizzare dati relativi alle operazioni di vendita, allora la risposta è Sì.

L'azienda di tirocinio che ha richiesto l'autorizzazione a formare vende nel negozio online esclusivamente prodotti che non coincidono con il ramo di formazione e d'esame interessato. Nonostante ciò, può essere rilasciata l'autorizzazione a formare per l'orientamento "Gestione di negozi online"?

No, siccome le competenze operative «Curare i dati degli articoli per il negozio online» e «Gestire la presentazione della merce e le procedure nel negozio online» sono in stretto rapporto con i prodotti e i servizi, anche nel negozio online deve essere presente l'assortimento dei rami di formazione e d'esame scelti.