



HANDELSVERBAND
ASSOCIATION DE COMMERCE
.SWISS

Direttive inerenti al regolamento

per

l'esame di professione di

Specialista nell'e-commerce

con attestato professionale federale

(sistema modulare, con esame finale)

6 settembre 2021

Indice

1	Introduzione	3
1.1	Scopo delle direttive	3
1.2	Profilo professionale (pt. 1.2 reg. d'esame)	3
1.3	Organizzazione (pt. 2.1 reg. d'esame)	3
2	Procedura amministrativa	4
3	Esami di fine modulo	7
3.1	Organizzazione, accesso e svolgimento degli esami di fine modulo	8
3.2	Ripetizione degli esami di fine modulo	9
3.3	Durata di validità	8
3.4	Ricorso alla commissione GQ in caso di mancato superamento degli esami di fine modulo	8
4	Esame finale	9
4.1	Forma dell'esame	9
4.1.1	Parte d'esame 1 Relazione sullo sviluppo della propria esperienza	10
4.1.2	Parte d'esame 2 Colloquio professionale relativo alla relazione sullo sviluppo	11
4.1.3	Parte d'esame 3 Compito di analisi con presentazione	12
4.1.4	Parte d'esame 4 Mini-cases / critical incidents	13
4.2	Panoramica delle parti d'esame e note	14
4.3	Attribuzione delle note (pt. 6 reg. d'esame)	14
4.4	Condizioni per il superamento dell'esame finale (pt. 6.41 reg. d'esame)	14
4.5	Procedura in caso di mancato superamento dell'esame finale (pt. 7.3 reg. d'esame)	14
5	Emanazione	15
6	Allegato 1 Profilo di qualificazione	16
6.1	Panoramica delle competenze operative professionali dello specialista nell'e-commerce con attestato professionale federale	16
6.2	Livello dei requisiti richiesti	17
6.2.1	Campo di competenze operative A Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale	17
6.2.2	Campo di competenze operative B Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti	20
6.3	Campo di competenze operative C Digitalizzazione dei processi di vendita	22
6.4	Campo di competenze operative D Realizzazione delle attività di marketing	24
6.5	Campo di competenze operative E Interazione alle interfacce	26
6.6	Campo di competenze operative F Gestione di progetti e team di progetto	28
6.7	Campo di competenze operative G Interconnessione e azione nel mercato digitale	31
7	Allegato 2 Identificazione dei moduli	33
7.1	Modulo 1 – CCO A Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale	33
7.2	Modulo 2 – CCO B Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti	34
7.3	Modulo 3 – CCO C Digitalizzazione dei processi di vendita	35
7.4	Modulo 4 – CCO D Realizzazione delle attività di marketing	36
7.5	Modulo 5 – CCO E Interazione alle interfacce	37
7.6	Modulo 6 – CCO F Gestione di progetti e team di progetto	38
7.7	Modulo 7 – CCO G Interconnessione e azione nel mercato digitale	39
8	Allegato 3 Glossario	40

1. Introduzione

Il superamento dell'esame di professione consente di conseguire l'attestato professionale federale di specialista nell'e-commerce. All'esame di professione si esaminano le competenze menzionate nei campi operativi e acquisite nella pratica professionale. Le competenze sono state determinate nel corso di una procedura con specialisti e riassunte in un profilo delle competenze. L'accento è stato messo sulle situazioni di lavoro quotidiane che uno specialista nell'e-commerce deve affrontare nell'esercizio della propria professione.

1.1 Scopo delle direttive

Le direttive offrono ai candidati una panoramica dell'esame di professione federale. Si basano sul regolamento per l'esame di professione di specialista nell'e-commerce del <Datum> (in seguito reg. d'esame).

Le direttive comprendono:

- tutte le principali informazioni per la preparazione e lo svolgimento dell'esame di professione
- le informazioni relative ai moduli
- una descrizione dettagliata dei contenuti dell'esame di professione
- un riepilogo delle situazioni di lavoro, dei criteri di prestazione nonché l'identificazione dei moduli.

1.2 Profilo professionale (pt. 1.2 reg. d'esame)

1.3 Organizzazione (pt. 2.1 reg. d'esame)

Per lo svolgimento dell'esame di professione, la commissione GQ istituisce una direzione degli esami che è responsabile dell'attuazione organizzativa, offre assistenza ai periti e risponde alle questioni organizzative sollevate dai candidati. Inoltre essa informa la commissione GQ sullo svolgimento dell'esame di professione nel corso di una riunione per l'attribuzione delle note e formula le richieste di rilascio dell'attestato professionale federale.

I periti d'esame sono responsabili dello svolgimento e della valutazione degli esami scritti e orali (pt. 4.4 reg. d'esame). Quattro settimane prima dell'inizio dell'esame di professione i candidati ricevono un elenco dei periti degli esami orali (pt. 4.13 reg. d'esame). In caso di conflitto d'interesse con uno o più periti (ex collaboratori, ex superiori o simili), i candidati possono inoltrare alla commissione GQ una richiesta di ricasazione entro 18 giorni dall'inizio dell'esame (pt. 4.14 reg. d'esame).

La commissione GQ istituisce una segreteria degli esami per il disbrigo di compiti amministrativi (pt. 2.22 reg. d'esame). Essa è responsabile, tra l'altro, della pubblicazione dell'esame finale, gestisce la corrispondenza con i candidati e organizza la stesura e la spedizione dei certificati delle note e degli attestati professionali. Scadenze e formulari sono ottenibili presso la segreteria degli esami che è pure a disposizione per rispondere alle domande dei candidati.

Indirizzo della segreteria degli esami:

Formazione nel commercio al dettaglio in Svizzera
Hotelgasse 1
Casella postale
3001 Berna
n. tel. 031 328 40 40
fax 031 328 40 45
info@bds-fcs.ch

2 Procedura amministrativa

Per iscriversi correttamente all'esame di professione i candidati devono prestare attenzione alle seguenti fasi:

Fase 1 Pubblicazione dell'esame di professione (pt. 3.1 reg. d'esame)

L'esame di professione viene pubblicato nelle tre lingue ufficiali sul sito www.bds-fcs.ch almeno sei mesi prima del suo inizio. La pubblicazione fornisce informazioni su:

- date d'esame
- tassa d'esame
- ufficio d'iscrizione
- termine d'iscrizione
- modalità di svolgimento dell'esame

Fase 2 Verifica delle condizioni di ammissione (pt. 3.3 reg. d'esame)

Con riferimento all'iscrizione all'esame, i candidati devono prestare attenzione alle condizioni di ammissione conformemente al pt. 3.3 del regolamento d'esame.

All'esame finale è ammesso chi:

- a) è in possesso di un attestato federale di capacità pertinente o dispone di una qualifica equivalente;
- b) può attestare almeno due anni di pratica professionale nel campo dell'e-commerce;

oppure

- c) è in possesso di un attestato federale di capacità o dispone di una qualifica equivalente;
- d) può attestare almeno tre anni di pratica professionale nel campo dell'e-commerce;

e

- e) dispone dei necessari certificati di fine modulo o delle relative dichiarazioni di equivalenza.

È fatta riserva del pagamento entro i termini della tassa d'esame e della consegna puntuale della relazione sullo sviluppo completa.

Per attestato federale di capacità pertinente si intende un attestato federale di capacità di impiegata / impiegato del commercio al dettaglio o di impiegata / impiegato di commercio o di mediamatica / mediamatico o di informatica / informatico o di operatrice / operatore per la comunicazione con la clientela oppure una qualifica equivalente nel rispettivo campo professionale. Per pratica professionale qualificata nell'e-commerce si intende un'attività in una funzione commerciale oppure presso un'azienda commerciale nel campo dell'e-commerce. La pratica professionale richiesta deve essere assolta entro il termine d'iscrizione. La pratica professionale svolta con un carico di lavoro annuale inferiore all'80% viene computata pro rata.

Per l'ammissione all'esame finale devono essere presentati i seguenti certificati di fine modulo:

- Modulo 1 – CCO A Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale;
- Modulo 2 – CCO B Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti;
- Modulo 3 – CCO C Digitalizzazione dei processi di vendita;
- Modulo 4 – CCO D Realizzazione delle attività di marketing;
- Modulo 5 – CCO E Interazione alle interfacce;
- Modulo 6 – CCO F Gestione di progetti e team di progetto;
- Modulo 7 – CCO G Interconnessione e azione nel mercato digitale.

Nei casi di dubbio, gli interessati possono inoltrare in ogni momento la documentazione d'iscrizione completa alla segreteria degli esami per un accertamento preliminare concernente l'ammissione. La commissione GQ lo svolge a pagamento e notifica per iscritto la decisione che deve essere allegata a una futura iscrizione all'esame. La decisione negativa deve indicare la motivazione e i rimedi giuridici.

In particolare la commissione GQ decide il riconoscimento e il computo di altri titoli e prestazioni, a questo scopo emette, a pagamento, delle dichiarazioni di equivalenza. Su richiesta dei candidati, è compresa anche la dichiarazione di equivalenza di altri titoli e prestazioni concernenti i controlli delle competenze.

Presso la segreteria degli esami sono ottenibili informazioni e documentazione relative alla procedura di equivalenza.

Le spese per il riconoscimento di altri titoli e prestazioni sono fatturate ai richiedenti in funzione del tempo richiesto.

Fase 3 Iscrizione all'esame di professione (pt. 3.2 reg. d'esame)

Per iscriversi, i candidati utilizzano il formulario disponibile sul sito www.bds-fcs.ch. All'iscrizione devono essere allegati:

- un riepilogo del percorso formativo assolto e della pratica professionale svolta;
- le copie dei titoli e dei certificati di lavoro richiesti ai fini dell'ammissione;
- le copie dei certificati di fine modulo o delle relative dichiarazioni di equivalenza;
- l'indicazione della lingua d'esame;
- la copia di un documento d'identità con fotografia;
- l'indicazione del numero di assicurazione sociale (numero AVS);
- per persone con handicap, se necessario, una richiesta di compensazione degli svantaggi legati all'handicap con certificato medico attuale (cfr. Glossario).

Fase 4 Decisione in merito all'ammissione (pt. 3.33 reg. d'esame)

La decisione in merito all'ammissione è comunicata ai candidati per iscritto almeno quattro mesi prima dell'inizio dell'esame di professione. La decisione negativa deve indicare la motivazione e i rimedi giuridici. La SEFRI mette a disposizione sulla propria homepage un foglio informativo concernente la procedura di ricorso contro la mancata ammissione:

<https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/bildung/hbb/allgemeine-informationen-ep/kandidierende-und-absolvierende.html>

Fase 5 Pagamento della tassa d'esame (pt. 3.4 reg. d'esame)

Con la decisione in merito all'ammissione i candidati ricevono la richiesta di versare la tassa d'esame con l'indicazione del termine di pagamento. Per i ripetenti e in caso di interruzione dell'esame sono stabilite e pubblicate tasse speciali.

Fase 6 Convocazione (pt. 4.1 reg. d'esame)

I candidati sono convocati almeno quattro settimane prima dell'inizio dell'esame finale.

La convocazione contiene:

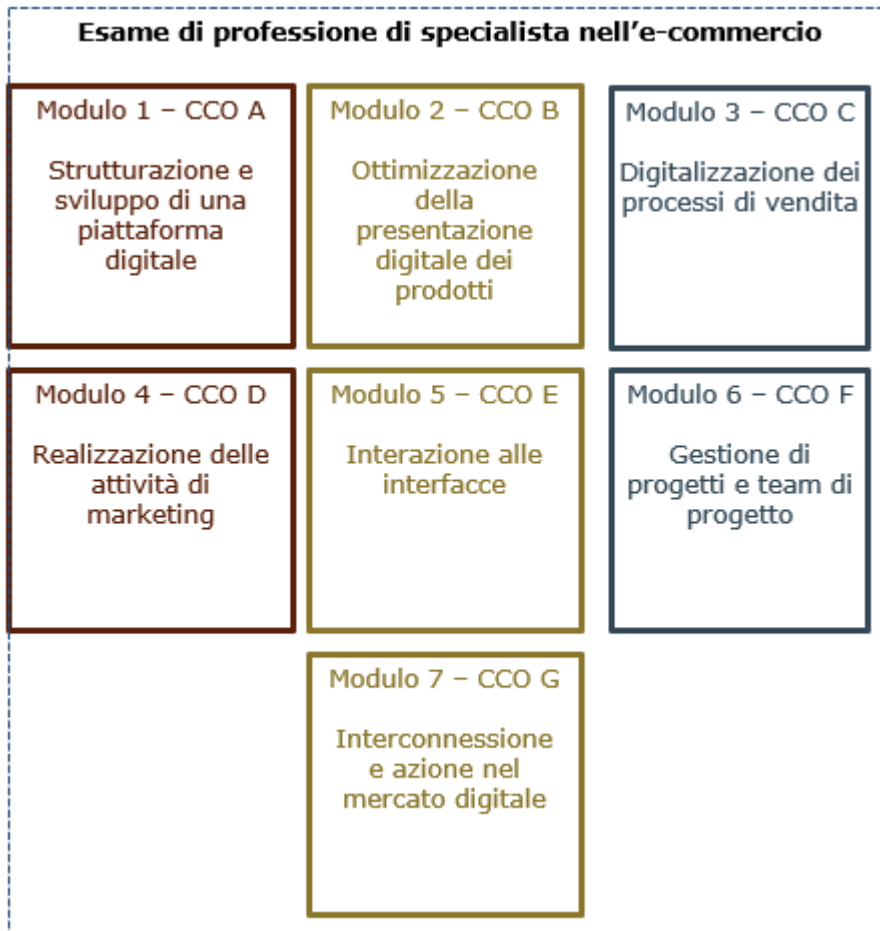
- il programma d'esame con l'indicazione precisa del luogo, della data e dell'ora dell'esame finale e degli ausili che il candidato è autorizzato a usare e a portare con sé;
- l'elenco dei periti.

Se necessario, Fase 7 Inoltro di una richiesta di ricusazione (pt. 4.14 reg. d'esame)

Se vi è un conflitto d'interesse con uno o più periti (ex collaboratori / superiori o simili), i candidati possono inoltrare una richiesta di ricusazione alla commissione GQ almeno 18 giorni prima dell'inizio dell'esame. La richiesta di ricusazione deve essere motivata in modo esaustivo e plausibile.

3 Esami di fine modulo

La struttura di base dell'esame di professione corrisponde al modello "sistema modulare con esame finale". Per poter accedere all'esame finale, i candidati devono presentare sette certificati di fine modulo.



Si raccomanda di svolgere i moduli nella successione indicata 1 – 7.

Nell'allegato 2 Identificazione dei moduli si possono trovare informazioni dettagliate sui moduli e sugli esami di fine modulo.

3.1 Organizzazione, accesso e svolgimento degli esami di fine modulo

I punti...

- pubblicazione
- svolgimento
- organizzazione

... degli esami di fine modulo sono disciplinati dagli operatori dei moduli.

3.2 Ripetizione degli esami di fine modulo

Chi non ha superato un esame di fine modulo può ripeterlo due volte al massimo. Fra il primo e il terzo tentativo devono trascorrere almeno 12 mesi.

3.3 Durata di validità

Dopo averlo assolto e superato, un modulo è valido per cinque anni come ammissione all'esame finale. La data di riferimento è il termine d'iscrizione all'esame di professione.

3.4 Ricorso alla commissione GQ in caso di mancato superamento degli esami di fine modulo

Contro le decisioni degli operatori dei moduli relative al mancato superamento degli esami di fine modulo può essere inoltrato ricorso presso la commissione GQ entro 30 giorni dalla notifica. Il ricorso deve contenere le richieste del ricorrente e le relative motivazioni con indicazione dei mezzi di prova. La decisione della commissione GQ è definitiva.

Se il ricorso viene respinto, le spese procedurali (tasse di giudizio e di cancelleria di CHF 600.--) vengono fatturate al ricorrente.

4 Esame finale

All'esame di professione vengono esaminate, in modo interdisciplinare e intermodulare, le competenze menzionate nei criteri di prestazione e acquisite nella pratica professionale.

4.1 Forma dell'esame

L'esame finale è strutturato secondo le competenze e si orienta alla pratica professionale. Esso comprende quattro parti che sono descritte in dettaglio qui di seguito.

PE 1 Lavoro di portfolio: relazione sullo sviluppo (scritto, digitale)

Una documentazione sulla pratica professionale per ogni CCO A – D & G

Esempi di temi per i lavori pratici, es.

- CCO A: In questo modo procedo per strutturare un testing / dei test cases (guida).
- CCO B: Così ho analizzato e ottimizzato il volume di ricerca (prima / dopo).
- CCO C: Presto attenzione a questo nel supporto di terzo livello. (lista di controllo).
- CCO D: Il mio ultimo piano di marketing, redazione o produzione (piano)
- CCO G: Così ho strutturato e utilizzato la mia rete (scheda di rete)

+ Griglia delle competenze & verifica della disposizione (una sola volta dopo tutti i moduli)

= **Relazione sullo sviluppo**
(Risultati, conoscenze acquisite, misure ecc. derivanti dalla verifica della disposizione, dalla griglia di competenze e dalle documentazioni sulla pratica professionale)

PE 2 Colloquio professionale relativo alla relazione sullo sviluppo, 30 minuti (orale)

Esperienza professionale e potenziale di sviluppo (CCO A – D & G)

- 5 minuti «Elevator Pitch» (presentazione non valutata)
- 10 minuti Approfondimento / domande e richieste di informazioni concernenti la relazione sullo sviluppo
- 10 minuti Interconnessione con altri campi
- 5 minuti Dedurre misure / campi d'azione

PE 3 Compito di analisi con presentazione, 30 minuti (orale)

Qualità del negozio online / della piattaforma (CCO A-D)

- 45 minuti Preparazione individuale (prova e analisi della piattaforma / del negozio online. I candidati «navigano» attraverso un negozio online. Prendono nota delle peculiarità e delle misure di ottimizzazione)
- 10 minuti Presentazione
- 20 minuti Domande e richieste di informazioni da parte dei periti d'esame

PE 4 Mini-cases e critical incidents, 30 minuti (orale)

Gestione di progetti e interazione alle interfacce (CCO E & F)

- Mini-cases: analizzare i problemi che si verificano alle interfacce durante un progetto
- Critical incidents: situazioni critiche nel team di progetto o nel progetto stesso

4.1.1 Parte d'esame 1 Relazione sullo sviluppo della propria esperienza

La parte d'esame 1 comprende un esame scritto.

Parte d'esame 1 Relazione sullo sviluppo della propria esperienza	
Compito	<p>I candidati elaborano una relazione sullo sviluppo della propria esperienza nell'ambito della pratica professionale come specialisti nell'e-commerce. La relazione sullo sviluppo comprende</p> <ul style="list-style-type: none">a) la trattazione dei propri compiti e apprendimenti. Con l'aiuto di esempi concreti della loro pratica professionale, i candidati presentano le attuazioni / esperienze pratiche compresi gli ausili utilizzati (es. risultati di analisi, liste di controllo, pianificazioni, guide oppure confronti prima / dopo). Valutano la qualità di attuazione e annotano i propri apprendimenti.b) la trattazione dello sviluppo delle proprie competenze. Con l'aiuto di strumenti d'analisi predefiniti (griglia delle competenze e verifica della disposizione), i candidati analizzano lo sviluppo delle proprie competenze e descrivono i momenti salienti concreti.c) la deduzione di conclusioni consistenti per la propria pratica e il proprio sviluppo professionale. I candidati traggono conclusioni concrete e comprensibili dal lavoro con la documentazione relativa alle attuazioni pratiche e con la trattazione dello sviluppo delle proprie competenze.
Campo di competenze operative	Campi di competenze operative A-D e G
Focus	Capacità di analisi, capacità di riflessione, competenza specifica o tecnica
Metodo	Relazione strutturata sullo sviluppo
Condizioni quadro	La relazione sullo sviluppo è redatta secondo una struttura predefinita. Comprende circa 4000 – 5000 parole (dimensione carattere: 12 pt; esclusi i media e gli allegati: documentazione relativa alle attuazioni pratiche, verifica della disposizione, griglia delle competenze).
Durata	Relazione allestita in precedenza
Ausili	Sono autorizzati tutti gli ausili conformemente al mandato assegnato.
Valutazione	La valutazione della prestazione avviene sulla base di criteri e viene definita con i punti ottenuti. I punti ottenuti confluiscono nella nota della parte d'esame 1 conformemente al pt. 5.11 reg. d'esame.

4.1.2 Parte d'esame 2 Colloquio professionale concernente la relazione sullo sviluppo

La parte d'esame 2 comprende un esame orale.

Parte d'esame 2 Colloquio professionale concernente la relazione sullo sviluppo	
Compito	<p>I candidati svolgono un colloquio professionale con i periti concernente la relazione sullo sviluppo. Per avviare il colloquio professionale, i candidati riassumono la relazione sullo sviluppo in una presentazione della durata di cinque minuti. Il successivo colloquio professionale comprende:</p> <ul style="list-style-type: none">a) l'approfondimento dei contenuti della relazione. I candidati rispondono alle domande e alla richieste di informazioni sulla relazione allestita.b) il trasferimento delle conoscenze acquisite a situazioni nuove e comparabili.c) la riflessione sulle proprie opinioni / posizioni, sui punti forti, sui punti deboli e sul proprio processo di apprendimento con l'aiuto di esempi pratici e dell'identificazione dei campi operativi.
Campo di competenze operative	Campi di competenze operative A-D e G
Focus	Capacità di argomentazione e riflessione, competenza specifica o tecnica
Metodo	Breve presentazione (non valutata) e colloquio professionale strutturato
Condizioni quadro	Nessuna
Durata	30 minuti
Ausili	Sono autorizzati tutti gli ausili conformemente al mandato assegnato.
Valutazione	La valutazione della prestazione avviene sulla base di criteri e viene definita con i punti ottenuti. I punti ottenuti confluiscono nella nota della parte d'esame 2 conformemente al pt. 5.11 reg. d'esame.

4.1.3 Parte d'esame 3 Compito di analisi con presentazione

La parte d'esame 3 comprende un esame orale.

Parte d'esame 3 Compito di analisi con presentazione	
Compito	<p>I candidati dispongono di 45 minuti per «navigare» attraverso un negozio online risp. una piattaforma digitale. Entrano nella prospettiva del cliente e annotano per iscritto, secondo una struttura predefinita, le peculiarità di settori parziali definiti / funzioni e misure di ottimizzazione per sviluppare il negozio online risp. la piattaforma digitale.</p> <p>I candidati presentano le conoscenze acquisite (10 minuti) e rispondono alle domande di concretizzazione e approfondimento relative alla loro analisi (20 minuti).</p>
Campo di competenze operative	Campi di competenze operative A-D
Focus	Capacità di analisi in una situazione complessa
Metodo	Compito di analisi strutturato
Condizioni quadro	Nessuna
Durata	75 minuti (compresa la preparazione di 45 minuti)
Ausili	<p>I candidati si presentano all'esame con un notebook personale e funzionate con i programmi necessari (BYOD) (cfr. convocazione).</p> <p>Sono autorizzati tutti gli altri ausili conformemente al mandato assegnato.</p>
Valutazione	La valutazione della prestazione avviene sulla base di criteri e viene definita con i punti ottenuti. I punti ottenuti confluiscono nella nota della parte d'esame 3 conformemente al pt. 5.11 reg. d'esame.

4.1.4 Parte d'esame 4 Mini-cases / critical incidents

La parte d'esame 4 comprende un esame orale.

Parte d'esame 4 Mini-cases / critical incidents	
Compito	I candidati elaborano oralmente un critical incident (situazione critica determinante per il successo) e un mini-case (descrizione di un piccolo caso pratico) per ciascun campo di competenze operative.
Campo di competenze operative	Campi di competenze operative E ed F.
Focus	Analizzare e affrontare situazioni difficili e problematiche Analizzare e presentare le conseguenze e il seguito della procedura
Metodo	Critical incidents (situazioni critiche per il successo) Tramite alcune frasi al candidato viene descritta la situazione iniziale. In seguito i candidati devono descrivere le misure che eseguirebbero nella situazione descritta. Mini-cases (descrizione di piccoli casi pratici) Tramite alcune frasi al candidato viene descritta la situazione iniziale. In seguito i candidati devono descrivere come intendono procedere passo dopo passo per svolgere e risolvere la rispettiva situazione.
Condizioni quadro	Nessuna
Durata	30 minuti
Ausili	Sono autorizzati tutti gli ausili conformemente al mandato assegnato.
Valutazione	La valutazione della prestazione avviene sulla base di criteri e viene definita con i punti ottenuti. I punti ottenuti confluiscono nella nota della parte d'esame 4 conformemente al pt. 5.11 reg. d'esame.

4.2 Panoramica delle parti d'esame e note

La seguente tabella riassume le parti d'esame, le durate e le note.

Parte d'esame	Tipo d'esame	Durata	Ponderazione
1 Relazione sullo sviluppo della propria esperienza	scritto	allestita in precedenza	40%
2 Colloquio professionale concernente la relazione sullo sviluppo	orale	30 min.	20%
3 Compito di analisi con presentazione	orale	75 min. (compresi 45 min. di preparazione)	20%
4 Mini-cases / critical incidents	orale	30 min.	20%
Totale		135 min.	

4.3 Attribuzione delle note (pt. 6 reg. d'esame)

La valutazione della prestazione d'esame avviene sulla base di criteri. Per ciascun compito sono predefiniti i criteri di valutazione. Il punteggio delle singole parti d'esame viene trasformato in nota. La nota complessiva dell'esame è data dalla media delle note di tutte le parti d'esame. Si possono attribuire note intere e mezze note. La nota media delle parti d'esame e la nota complessiva sono arrotondate a un decimale. Le note sono calcolate conformemente alla direttiva emanata dalla CSFP:

$$\frac{\text{Punti ottenuti} \times 5}{\text{Maxi. punti}} + 1 = \text{Nota}$$

4.4 Condizioni per il superamento dell'esame finale (pt. 6.41 reg. d'esame)

4.5 Procedura in caso di mancato superamento dell'esame finale (pt. 7.3 reg. d'esame)

La commissione GQ informa i candidati in merito al superamento o al mancato superamento dell'esame. Le decisioni concernenti il mancato superamento sono comunicate con lettera raccomandata. Contro le decisioni della commissione GQ relative al rifiuto di rilasciare l'attestato professionale può essere inoltrato ricorso presso la SEFRI entro 30 giorni dalla notifica. Il ricorso deve contenere le richieste del ricorrente e le relative motivazioni. La SEFRI mette a disposizione sulla propria homepage un foglio informativo concernente la procedura di ricorso:

<https://www.sbf.admin.ch/sbfi/de/home/bildung/hbb/allgemeine-informationen-ep/kandidierende-und-absolvierende.html>

5 Emanazione

La commissione GQ emana le direttive inerenti al regolamento per l'esame di professione di Specialista nell'e-commerce.

Luogo, <Data>

Commissione GQ

Nome
Presidente

Nome
Vicepresidente

6 Allegato 1 Profilo di qualificazione

La panoramica delle competenze operative, il livello dei requisiti richiesti (descrizione delle competenze operative compresi i criteri di prestazione) e il profilo professionale (vedi pt. 1.2 del regolamento d'esame / pt. 1.2 delle direttive) costituiscono il profilo di qualificazione.

6.1 Panoramica delle competenze operative professionali per lo specialista nell'e-commerce con attestato professionale federale

	Campi di competenze operative	Competenze operative					
		1	2	3	4	5	6
A	Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale	A1. Strutturare un negozio online / una piattaforma digitale	A2. Gestire e sviluppare un negozio online / una piattaforma digitale	A3. Testare un negozio online / una piattaforma digitale secondo il punto di vista del cliente			
B	Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti	B1. Pianificare, coordinare e verificare l'allestimento di informazioni sugli articoli	B2. Svolgere, coordinare i controlli dei contenuti e delegare le ottimizzazioni	B3. Coordinare l'ulteriore sviluppo della presentazione dei prodotti			
C	Digitalizzazione dei processi di vendita	C1. Analizzare e presentare il comportamento di utilizzo dei clienti	C2. Creare esperienze digitali dei clienti	C3. Assistere e accompagnare i clienti online durante e dopo l'acquisto			
D	Realizzazione delle attività di marketing	D1. Pianificare misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel)	D2. Attuare misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel) in un negozio online / su una piattaforma digitale	D3. Analizzare l'efficacia delle attività di marketing e adottare misure			
E	Interazione alle interfacce	E1. Coordinare l'interfaccia Logistica	E2. Coordinare l'interfaccia Category-management	E3. Coordinare l'interfaccia Canali di distribuzione omni-channel	E4. Sorvegliare la conformità giuridica della piattaforma digitale		
F	Gestione di progetti e team di progetto	F1. Attuare strategie (omni-channel) predefinite nel proprio campo di attività	F2. Dirigere progetti di e-commerce	F3. Gestire professionalmente i team di progetto	F4. Pianificare, sorvegliare e analizzare l'attuazione finanziaria dei progetti		
G	Interconnessione e azione nel mercato digitale	G1. Strutturare e utilizzare reti commerciali nel mercato digitale	G2. Sostenere la digitalizzazione e i processi di cambiamento sul posto di lavoro	G3. Progettare la gestione delle competenze personali			

6.2 Livello dei requisiti richiesti

6.2.1 Campo di competenze operative A Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>A.1 Strutturare un negozio online / una piattaforma digitale</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce offrono il proprio supporto nella strutturazione e nella definizione dei requisiti fondamentali richiesti al negozio online / alla piattaforma digitale. Accompagnano e accelerano l'attuazione di un negozio online e assicurano l'adempimento dei requisiti fondamentali.</p> <p>Utilizzando tutte le possibilità a disposizione si informano su novità e tendenze nella gestione di negozi online e nel sistema ERP (enterprise resource planning), per esempio con</p> <ul style="list-style-type: none"> • analisi della competitività e della concorrenza (benchmarking con concorrenti e leader del mercato) • fiere e riviste specializzate, blog, relazioni sui test effettuati • newsletter di fornitori e della concorrenza • indici / indicatori (performance del negozio online, tempo di caricamento del negozio online ecc.) • esperienze personali con siti web e clienti • feedback dei fornitori, sviluppo del web e altri servizi interni • sondaggi fra i clienti (procurarsi esperienze, rilevare i bisogni) <p>Gli specialisti nell'e-commerce scelgono tool adatti ai bisogni interni ed esterni, svolgono un'analisi dei requisiti e deducono conseguenze pertinenti. Verificano i potenziali di sviluppo, soppesano costi e benefici degli investimenti e verificano la possibilità di introdurre nuovi tool nella propria azienda oppure di migliorare quelli esistenti. A questo scopo analizzano il mercato digitale e identificano gli operatori. Raccolgono informazioni su possibili operatori tramite ricerche e la collaborazione con lo sviluppo del web. Assicurano il rispetto del budget disponibile.</p> <p>Non appena gli specialisti nell'e-commerce manifestano interesse per un operatore, organizzano degli incontri con gli operatori informandosi sulla rispettiva offerta. Analizzano le offerte facendo dei confronti e basandosi sulle referenze. Per arrivare alla decisione, allestiscono dei criteri di valutazione sotto forma di matrice.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sostengono la tecnologia dell'informazione (TI) nella strutturazione e nella definizione di requisiti fondamentali (specifiche tecniche) richiesti al negozio online / alla piattaforma digitale. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente dei metodi per informarsi sul software abituale per il negozio online e sulla rispettiva idoneità. • dispongono di conoscenze fondamentali per strutturare un negozio online / una piattaforma digitale. • dispongono di conoscenze fondamentali relative all'architettura di un sistema. • dispongono di conoscenze fondamentali relative alle vulnerabilità di un sistema. • dispongono di conoscenze utente di un'analisi dei requisiti. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono attenti ad aggiornarsi su tendenze e innovazioni nella gestione di negozi online e nel sistema ERP (enterprise resource planning). • sono sempre attenti al fattore costi-benefici negli investimenti e al rispetto del budget. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano gli sviluppi sul mercato digitale e, se necessario, introducono relative misure per adattare la soluzione esistente o per riorientare il negozio online o singole applicazioni. • analizzano le offerte e formulano criteri di valutazione per individuare una decisione redditizia per l'azienda. • verificano tool esistenti e, se necessario, adottano misure di miglioramento.
<p>A.2 Gestire e sviluppare un negozio online / una piattaforma digitale</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce rappresentano il collegamento tra sviluppatori TI e marketing. Effettuano accertamenti preliminari sui nuovi sviluppi con i propri superiori e in</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sostengono l'azienda e gli sviluppi dei negozi online / delle piattaforme digitali.

<p>collaborazione con altri reparti. D'intesa con i propri superiori e con strumenti di analisi, metodi e tool di test, valutano i bisogni interni ed esterni, come per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dati di clienti e feedback diretti e indiretti dei clienti • analisi degli annullamenti dell'acquisto (quando un cliente annulla l'acquisto?) <p>Sulla base di criteri prestabiliti (es. con l'aiuto di tool) definiscono le priorità di sviluppo in un apposito elenco. Agli sviluppatori del web descrivono problemi, nuove future funzioni nel negozio online focalizzandosi sui benefici del cliente e formulano dei change requests (requisiti di adattamento). Padroneggiano la forma e il tipo di segnalazione di errori / requisiti, li descrivono in modo differenziato e secondo la direttiva aziendale in modo che gli sviluppatori capiscano di che cosa si tratta. Lavorano con esempi e analisi comparativa e presentano le modalità di lavoro dei concorrenti. Lavorano con screenshot / video illustrando dove si trovano i problemi e in che modo si possono eliminare.</p>	<p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze del mercato, dei prodotti o dei servizi . • dispongono di conoscenze utente di strumenti d'analisi e metodi di test per analisi interne ed esterne del fabbisogno. • dispongono di conoscenze fondamentali nel campo "user experience UX" e "user interface UI". • dispongono di conoscenze utente delle tecniche di comunicazione. • dispongono di conoscenze utente delle tecniche di presentazione. • dispongono di solide conoscenze delle responsabilità interne e dei gruppi di interesse. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono motivati a discutere in modo proattivo le proposte di sviluppo con i propri superiori. • fungono da collegamento fra sviluppo TI e marketing. • sono attenti a formulare in modo chiaro e comprensibile i criteri di requisiti necessari richiesti agli sviluppatori. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano errori / problemi e trasmettono le relative proposte di soluzione ai rispettivi gruppi di interesse. • sulla base dell'analisi comparativa (benchmarking) analizzano aziende concorrenti e deducono la necessità di adattamento per sviluppare il proprio negozio online.
<p>A.3 Testare un negozio online / una piattaforma digitale secondo il punto di vista del cliente</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce testano i change requests (requisiti di adattamento) oppure svolgono dei test secondo il punto di vista dei clienti. In altre parole, verificano se la gestione dei clienti è ancora conforme allo stato dell'arte. Con l'aiuto di un processo strutturato e chiari parametri, scrivono dei casi di test nel proprio campo di responsabilità che illustrano chiaramente che cosa viene testato. Allestiscono le direttive sui contenuti da testare, i criteri del test nonché l'entità e il tipo di test (es. prospettiva del cliente oppure test standard automatizzati, interni oppure test con i clienti, test a 360°).</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce testano su un sistema e in modo esaustivo nuove funzioni e correzioni di piccoli errori con riferimento alla vendita. Quando è possibile, nei test coinvolgono altri reparti oppure delegano compiti parziali. Eventualmente eliminano personalmente gli errori oppure li segnalano agli sviluppatori affinché li possano eliminare prima del prossimo aggiornamento.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce commissionano dei test scegliendo un fornitore di servizi, stabiliscono un obiettivo del test (es. acquisto di un prodotto o di un servizio specifico), in seguito analizzano il test secondo i criteri fissati. Dopo gli aggiornamenti, danno il via libera all'istanza successiva per la connessione dal vivo.</p> <p>Quando è possibile, costituiscono dei cosiddetti «closed user groups», svolgono i primi piccoli test con i clienti e si procurano un feedback dai clienti stessi. Allo stesso tempo</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • svolgono test mirati secondo il punto di vista dei clienti. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente nella strutturazione di test e nell'allestimento di casi di test. • dispongono di conoscenze fondamentali di metodi e tool per i test. • dispongono di solide conoscenze utente / funzionali del proprio negozio online / della piattaforma digitale. • dispongono di solide conoscenze dei fornitori di servizi appropriati. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • nella formulazione dei casi di test sono attenti ad allestire chiaramente il contenuto. • sono sempre attenti a chiarire il mandato in modo completo e comprensibile con i rispettivi gruppi di interesse. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano i test e deducono conseguenze per l'ulteriore sviluppo del negozio online / della piattaforma digitale.

utilizzano questo primo contatto con i clienti come incentivo all'acquisto. Dai loro test deducono delle conseguenze per sviluppare i negozi online / la piattaforma digitale.	
--	--

6.2.2 Campo di competenze operative B Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>B.1 Pianificare, coordinare e verificare l'allestimento di informazioni sugli articoli</p> <p>Gli specialisti dell'e-commerce pianificano, coordinano e verificano l'allestimento di informazioni sugli articoli (merce e servizi) secondo il customer journey predefinito dal marketing o i segmenti di clienti specifici dell'azienda (es. headlines, testi, immagini / fotografie). Dapprima analizzano il gruppo target del prodotto o del servizio e stabiliscono lo scopo delle informazioni sugli articoli. In collaborazione con il marketing sviluppano il progetto per le informazioni relative al prodotto o al servizio. Con i servizi responsabili interni (direzione commerciale, marketing) analizzano il progetto e decidono quali informazioni devono essere approntate.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce consultano le informazioni disponibili dall'ERP (enterprise resource planning) e le completano con quelle ottenute dalle analisi sul volume di ricerca. Eventualmente svolgono ricerche su ulteriori caratteristiche del prodotto o del servizio.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce trasmettono al servizio responsabile l'ordine di allestire informazioni sugli articoli assicurando che i contenuti vengano ottimizzati per i motori di ricerca (SEO). Verificano le informazioni sugli articoli e forniscono un feedback al servizio responsabile per eventuali adattamenti. Tengono sempre sotto controllo la tempistica e, se necessario, adottano delle misure.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificano, coordinano e verificano l'allestimento di informazioni attrattive sugli articoli. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze fondamentali nella gestione dei processi • dispongono di conoscenze utente nella SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca). • dispongono di solide conoscenze delle strategie di marketing. • dispongono di conoscenze fondamentali del customer journey. • dispongono di conoscenze utente dello storytelling. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti a un linguaggio orientato al gruppo target e specifico del canale. • sono motivati ad attuare online le proprie riflessioni di psicologia della vendita. • sono attenti a una procedura strutturata e coscienziosa. • sono motivati a trasmettere ai servizi responsabili le informazioni sugli articoli già allestite. • sono sempre attenti a un approntamento dei dati a misura di cliente. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano l'assortimento ed evidenziano in modo appropriato al gruppo target le informazioni relative alle caratteristiche di prodotti o servizi. • analizzano informazioni scritte e grafiche sugli articoli lungo il customer journey e trasmettono le idee di miglioramento ai servizi responsabili.
<p>B.2 Svolgere, coordinare i controlli dei contenuti e delegare le ottimizzazioni</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce verificano quotidianamente la qualità del negozio online / della piattaforma digitale, svolgono controlli dei contenuti e controllano se, per esempio, mancano dati, descrizioni di articoli o immagini / fotografie. Verificano gli allarmi automatici e, se necessario, adottano misure volte a eliminare le fonti d'errore. Svolgono autonomamente semplici analisi di errori (es. verifica dei codici EAN, dati di base / immagini mancanti o sbagliate) eliminandone le fonti. Se necessario, si procurano le principali informazioni mancanti mantenendo «pulito» il proprio negozio online / la propria piattaforma digitale e si assicurano che la qualità dei dati sia corretta. Trasmettono ai servizi responsabili il fabbisogno di ottimizzazione e si confrontano regolarmente all'interno del team.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • svolgono regolari controlli dei contenuti e misure di ottimizzazione. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze delle particolarità del negozio online / della piattaforma digitale. • dispongono di solide conoscenze dei servizi responsabili e dei sistemi per i feedback relativi al negozio online / alla piattaforma digitale. • dispongono di conoscenze utente dei tool di sorveglianza necessari e dell'analisi di errori nel negozio online / sulla piattaforma digitale. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono motivati a procurarsi personalmente le principali informazioni mancanti.

	<ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti alla qualità dei dati e a un negozio online / una piattaforma digitale «puliti». • si impegnano per mantenere la soddisfazione dei clienti. • lavorano in modo strutturato e orientato ai dettagli. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano gli errori e attivano personalmente le rispettive correzioni oppure si rivolgono ai servizi responsabili. • analizzano la qualità dei dati, attivano misure di ottimizzazione presso i servizi responsabili e si confrontano all'interno del team.
<p>B.3 Coordinare l'ulteriore sviluppo della presentazione dei prodotti</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce controllano regolarmente la presentazione dei prodotti del proprio campo di responsabilità nel negozio online / sulla piattaforma digitale eventualmente anche concentrandosi su omni-channel. Affinché il prodotto / il servizio sia tangibile e percepibile, in collaborazione con il design / il marketing / gli specialisti, contribuiscono regolarmente con nuove idee sulla presentazione dei prodotti nello stesso «look and feel». Per esempio verificano il riposizionamento degli articoli oppure reagiscono alle valutazioni degli articoli e ai feedback dei clienti con migliori descrizioni, immagini a 360° ad alta risoluzione, video, dimensioni più interessanti oppure realtà virtuale. Inoltre riflettono se collocare altri ausili per i clienti e se aggiungere indicazioni supplementari accanto agli articoli (es. misure internazionali). A questo proposito, in collaborazione con il category-management o le filiali, sviluppano idee per i servizi da proporre nel negozio online sfruttando il potenziale di differenziazione nonché l'opportunità di completare il modello commerciale con altre fonti di reddito.</p> <p>Il loro obiettivo è di aumentare il conversion rate ed evitare i ritorni di merce, in altre parole assicurano che i prodotti o i servizi siano descritti in modo possibilmente preciso.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce approntano i dati di vendita e il fatturato dei prodotti o dei servizi e accertano le vendite di prodotti o servizi cercati su altri canali di vendita (es. nel commercio stazionario). Se i prodotti o i servizi cercati si vendono bene attraverso questi altri canali, ma sono poco redditizi nel commercio online, gli specialisti nell'e-commerce analizzano con maggior precisione la presentazione dei prodotti nel negozio online e verificano se le informazioni sono corrette. Con questa analisi determinano delle conseguenze per presentare i propri prodotti secondo il customer journey.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • accelerano in modo proattivo lo sviluppo della presentazione dei prodotti. • attivano idee sui servizi relativi alla merce commerciale. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze del customer journey e dei bisogni dei clienti. • dispongono di conoscenze utente dei tool d'analisi appropriati per posizionare gli articoli e presentare i prodotti. • dispongono di conoscenze utente del sistema aziendale per gestire le informazioni su contenuto e prodotti. • dispongono di conoscenze utente delle possibilità per aumentare il cross-selling / l'upselling. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti ad aggiornarsi sulle nuove tendenze e innovazioni per presentare in modo attrattivo i prodotti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. • sono sempre attenti a una descrizione degli articoli precisa e adatta per evitare acquisti sbagliati e ritorni di merce. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano la vendita di prodotti o servizi attraverso altri canali di distribuzione e ricavano misure appropriate per presentare i prodotti secondo il customer journey nel negozio online / sulla piattaforma digitale.

6.3 Campo di competenze operative C Digitalizzazione dei processi di vendita

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>C.1 Analizzare e presentare il comportamento di utilizzo dei clienti</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce si confrontano con i diversi bisogni dei clienti attuali e futuri e ne analizzano il comportamento di utilizzo digitale. In altre parole, esaminano il comportamento dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. Per farlo, utilizzano tutte le fonti e tutti i dati dei programmi installati, per esempio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • svolgono ricerche presso altri operatori su come affrontano i bisogni dei clienti (benchmarking). • svolgono sondaggi fra i clienti per procurarsi esperienze e bisogni (es. focus groups). • valutano come si muovono i clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale (es. conversion rate) e riconoscono i modelli comportamentali. Classificano i clienti in gruppi e dalle analisi ricavano delle conoscenze sull'attuale volume di ricerca. Per esempio si chiedono se il prodotto o il servizio sono presentati bene oppure raffigurati in modo significativo. Il cliente necessita di informazioni supplementari? • analizzano indici o fattori di costo importanti (es. attraverso quali dispositivi finale oppure in quali regioni i clienti fanno i propri acquisti) e cercano attivamente dei feedback (es. feedback di clienti dalle filiali oppure tramite e-mail, servizio clienti, chat online e reti sociali) oppure dei risultati da ricerche organiche (es. Google Analytics). <p>Gli specialisti nell'e-commerce raccolgono tutte le conoscenze acquisite, le analizzano, le interpretano e valutano i risultati delle loro analisi interne ed esterne. Ricavano delle conseguenze per il processo di vendita (es. determinare i prezzi massimi, rappresentare viste personalizzate del negozio) e presentano alla direzione aziendale come sono i bisogni momentanei dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. Analizzano i cambiamenti necessari nella strategia, negli obiettivi e nei processi per migliorare l'esperienza dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. Per analizzare il comportamento di utilizzo collaborano strettamente con altri servizi responsabili, per esempio agenzie o collaboratori nel reparto marketing.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano il comportamento di utilizzo digitale dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. • presentano alla direzione i risultati relativi ai bisogni attuali dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente di tools per analizzare i bisogni dei clienti e di tracking-tools. • dispongono di solide conoscenze nel campo degli indici e dei fattori di costo rilevanti. • dispongono di conoscenze utente della presentazione e visualizzazione di dati orientate al gruppo target e di risultati della ricerca (management summary). • dispongono di solide conoscenze della strategia, degli obiettivi e dei processi aziendali. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono attenti ad aggiornarsi sui principali studi e sullo scambio con altri specialisti nell'e-commerce. • si impegnano a favore di una gestione mirata e confidenziale dei dati / dell'istoriato dei clienti. • sono consapevoli dell'importanza delle strategie di vendita online / omni-channel. • sono motivati a collegare le attuali tendenze di ricerca con il proprio scopo commerciale. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • interpretano i risultati delle loro analisi e ricavano delle conseguenze per il processo di vendita. • analizzano strategie, obiettivi e processi aziendali e ricavano appropriate misure di miglioramento per un'esperienza ottimale dei clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale.
<p>C.2 Creare esperienze digitali dei clienti</p> <p>In stretta collaborazione con il team di marketing e di redazione nonché con il servizio clienti, gli specialisti nell'e-commerce creano esperienze digitali per i clienti che si concludono con l'acquisto (conversion). Nello sviluppo di customer journey sostengono e coinvolgono tutti i principali touchpoint per i clienti (omni-channel). Presentano i prodotti o i servizi offerti lungo il customer journey. A dipendenza del gruppo target e</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • in collaborazione con il team di marketing, il team di redazione e il servizio clienti creano esperienze digitali dei clienti volte a promuovere le vendite. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze dello sviluppo di customer journey specifici dei gruppi target.

<p>dell'assortimento, si servono di metodi come lo storytelling e contenuti, raccomandazioni, valutazioni e video esplicativi nonché altre misure di marketing per rendere tangibile la merce per il cliente (es. rappresentare sotto forma di sfilate di moda gli abiti da ordinare oppure impiegare video, blog, visualizzazioni 3D ecc.). Impiegano le possibilità di individualizzazione. Se possibile, coinvolgono anche la redazione del negozio online / della piattaforma digitale. D'intesa con il marketing, gli specialisti nell'e-commerce coinvolgono in modo mirato e appropriato ai destinatari i social media come canale di comunicazione per guidare i clienti nel negozio online / sulla piattaforma digitale (es. con l'aiuto di test sul prodotto oppure tramite dei link per accedere a prodotti o servizi).</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce creano attivamente una fidelizzazione dei clienti e, se possibile, li impiegano come ambasciatori (es. per gestire una raccomandazione - «raccomandare a un amico» - oppure nell'ambito di buone valutazioni sui rispettivi portali).</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce analizzano regolarmente le esperienze dei clienti create nel negozio online / sulla piattaforma digitale, fanno confluire le loro idee ed esperienze nello sviluppo del processo di vendita online presso i servizi responsabili (es. in un forum online per la raccolta di idee).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze di prodotti, assortimento e proposte di servizi. • dispongono di solide conoscenze dei metodi per migliorare la "user experience UX". • dispongono di solide conoscenze dei sistemi di raccomandazione. • dispongono di solide conoscenze delle possibilità di cross- / upselling. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti a presentare i prodotti o i servizi in modo tangibile e appropriato ai gruppi target. • sostengono le possibilità di individualizzazione. • Impiegano in modo mirato e appropriato ai destinatari i social media come canale di comunicazione. • Impiegano i propri clienti come ambasciatori per il prodotto o il servizio. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano le misure di marketing e il processo di vendita e, se necessario, introducono in modo mirato delle misure per mantenere basso il tempo di risposta / reazione. • analizzano regolarmente le esperienze dei clienti create nel negozio online / sulla piattaforma digitale e le sviluppano con nuove idee ed esperienze dei clienti stessi.
<p>C.3 Assistere e accompagnare i clienti online durante e dopo l'acquisto</p> <p>Come direzione del progetto, gli specialisti nell'e-commerce assicurano in collaborazione con TI che il processo di vendita funzioni online. Sono responsabili del buon esito di un'esperienza d'acquisto dei clienti. Se i clienti si rivolgono al servizio clienti telefonicamente, tramite hotline oppure e-mail e se il servizio clienti non è in grado di fornire aiuto, gli specialisti nell'e-commerce accolgono con il proprio team le richieste e i feedback complessi (supporto di terzo livello) e accompagnano i clienti nella «navigazione» attraverso il negozio online (es. tramite assistenza nella chat online). Da simili situazioni deducono misure per migliorare il customer journey. Mantengono con coerenza le promesse nei confronti dei clienti. Introducono misure di cross- / upselling (es. chatbots per simulare una conversazione, caratteristiche tecniche, indicazioni al momento del check-out come per esempio "anche altri clienti hanno acquistato"). Esaminano a campione le ordinazioni dei clienti e il loro istoriato.</p> <p>In collaborazione con il servizio clienti gli specialisti nell'e-commerce analizzano le richieste post-vendita più frequenti e dispendiose. Ne ricavano delle conoscenze per una digitalizzazione orientata ai bisogni dei processi post-vendita e, se possibile, li attuano allo scopo di ridurre i tempi d'attesa (es. comunicazione digitalizzata, integrare casi di garanzia nel processo). Assicurano il buon funzionamento dei processi post-vendita digitalizzati.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce analizzano regolarmente la loro interazione con i clienti e sviluppano nuovi approcci (es. possibilità di visualizzare in tempo reale per realizzare l'acquisto o la fidelizzazione del cliente).</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • assistono e accompagnano i clienti online durante e dopo l'acquisto. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze di prodotti o servizi, confronto di prezzi e assortimento. • dispongono di conoscenze utente dei processi omni-channel correnti e dei servizi. • dispongono di conoscenze utente nel supporto di terzo livello. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti al buon funzionamento del processo di vendita online. • si dimostrano sempre aperti, rispettosi e comprensivi nei confronti dei clienti. • sono sempre attenti a una buona collaborazione con il servizio clienti e gli sviluppatori. • sono sempre attenti a soluzioni rapide e orientate ai clienti. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano richieste e feedback complessi e ricavano misure di miglioramento mirate per il customer journey. • analizzano richieste post-vendita e ricavano misure di miglioramento mirate per digitalizzare i processi post-vendita. • analizzano regolarmente le interazioni con i clienti e sviluppano nuovi approcci per la soddisfazione e la fidelizzazione dei clienti nonché misure di cross- / upselling.

6.4 Campo di competenze operative D Realizzazione delle attività di marketing

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>D.1 Pianificare misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel)</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce lavorano secondo un programma prestabilito di marketing e media oppure secondo un piano redazionale. Conformemente alla pianificazione del marketing allestiscono piani di marketing, redazione e produzione riferiti all'evento a alla campagna. Su questa base verificano e pianificano la misura di performance appropriata e, se necessario, orientano di conseguenza la scelta dei diversi contenitori multimediali (es. sito web, blog, newsletter, social media, display e remarketing, motore di ricerca).</p> <p>Nell'elaborazione dei piani analizzano come si possono raggiungere nel miglior modo i propri gruppi target e adattano di conseguenza i contenuti della comunicazione, i canali, il timing e il budget. Decidono su quali canali si può attuare l'evento o la campagna per presentare su tutti i canali digitali il prodotto o il servizio nello spirito dello storytelling. A questo scopo analizzano i canali con forti vendite e, per l'allestimento dei piani, utilizzano indicatori, fatturati, conversion rate e fattori di costo. Utilizzano le attuali possibilità e misure per automatizzare i processi.</p> <p>Si confrontano anche con i rappresentanti di altri canali di distribuzione (es. commercio stazionario). Per allestire i contenitori multimediali predefiniti, gli specialisti nell'e-commerce trasmettono ai servizi esecutivi idee e input concreti per la progettazione e assicurano che vengano implementare le direttive vigenti in materia di protezione dei dati. Riflettono anche sulle conseguenze che il rispettivo contenitore multimediale può avere su altri canali di distribuzione. Forniscono feedback concreti al team di marketing e formulano proposte concrete di miglioramento in base alla propria esperienza pratica.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • pianificano misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel) predefinite. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente nel marketing digitale. • dispongono di solide conoscenze di diritto pubblicitario e protezione dei dati. • dispongono di solide conoscenze dei bisogni dei segmenti di clienti e dei gruppi d'interesse da coinvolgere. • dispongono di conoscenze fondamentali dei tool / delle possibilità pubblicitarie e delle rispettive caratteristiche. • dispongono di conoscenze utente per l'impiego della pubblicità online specifica del gruppo target. • dispongono di conoscenze utente per allestire e gestire piani di marketing, redazione e produzione. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti a un flusso di informazioni interno ed esterno trasparente. • sono motivati a collaborare strettamente con il content team / newsroom e il marketing. • sono sempre attenti a scegliere appropriati contenitori multimediali per misure pubblicitarie rivolte al rispettivo gruppo target. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano il proprio gruppo target e orientano di conseguenza i contenuti della propria comunicazione, i canali, il timing e il budget. • analizzano le proprie esperienze pratiche e forniscono feedback e proposte di miglioramento concreti al team di marketing.
<p>D.2 Attuare misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel) in un negozio online / su una piattaforma digitale</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce cercano prodotti o servizi nel proprio negozio online da offrire in modo combinato e consultano gli specialisti del category-management per sapere come e in quale momento si devono allestire gli assortimenti (es. inizio della scuola, arredamento del soggiorno, stagioni). A questo scopo ricorrono per esempio ad analisi del paniere di merci: in questo modo ottengono informazioni su che cosa i clienti ordinano in modo combinato oppure svolgono ricerche presso la concorrenza. Nei loro lavori tengono conto delle misure di marketing adottate dai concorrenti ricavando proposte di miglioramento per la propria azienda.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • attuano le misure pubblicitarie o le campagne di marketing predefinite nel negozio online / sulla piattaforma digitale. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze del mercato, dei prodotti o dei servizi. • dispongono di conoscenze utente relative all'analisi del paniere di merci. • dispongono di solide conoscenze delle strategie pubblicitarie interne e di eventuali linee guida. • dispongono di solide conoscenze delle misure di marketing adottate dai concorrenti.

<p>Gli specialisti nell'e-commerce attivano personalmente la pubblicità oppure incaricano un'agenzia e ne sorvegliano l'evoluzione.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente dello storytelling. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono attenti ad aggiornarsi su tendenze e innovazioni nel campo delle novità tecnologiche per campagne di marketing. • sono attenti a una buona collaborazione con il category-management, altre agenzie e altri reparti. • sono sempre attenti a un regolare scambio di conoscenze con specialisti interni ed esterni. • sono sempre attenti a presentare il prodotto o il servizio su tutti i canali digitali come esperienza da vivere. • sono sempre attenti a chiarire in modo mirato il mandato assegnato ai servizi rilevanti. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano le strategie di marketing dei concorrenti e ricavano in modo mirato misure di miglioramento per il proprio campo di responsabilità.
<p>D.3 Analizzare l'efficacia delle attività di marketing e adottare misure</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce verificano l'efficacia delle misure di marketing online utilizzando indicatori chiave di prestazione (es. return on asset ROA), ricavano misure e, se necessario, cercano possibilità di ottimizzazione in collaborazione con l'agenzia. Seguono attivamente il comportamento dei clienti nell'ambito delle singole campagne. Analizzano le conseguenze delle misure pubblicitarie o della campagna di marketing (omni-channel) lanciata nel negozio online / sulla piattaforma digitale tramite i tool disponibili (es. Google Analytics). Utilizzano i dati determinati preventivamente e/o si procurano i dati dalle agenzie con cui realizzano le misure pubblicitarie.</p> <p>Per assicurare una valutazione significativa, scelgono i dati rilevanti e li presentano in modo graficamente comprensibile. Analizzano gli indicatori di prestazione (KPI) predefiniti delle misure pubblicitarie attuate, svolgono controlli del budget e interpretano i risultati ottenuti. Ne derivano misure e proposte di miglioramento per future attività secondo lo spirito della strategia, degli obiettivi e dei processi aziendali. Infine informano i servizi responsabili attraverso diversi canali (es. briefing settimanale o giornaliero) e pubblicano le conoscenze acquisite nei principali contenitori interni.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • interpretano la qualità delle attività di marketing per le misure di ottimizzazione. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze della strategia (omni-channel), degli obiettivi e dei processi aziendali. • dispongono di conoscenze utente dei principali tool di analisi delle misure pubblicitarie. • dispongono di conoscenze utente dei principali indicatori di prestazione e dei controlli del budget delle misure pubblicitarie. • dispongono di conoscenze utente nella preparazione e presentazione dei dati. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • si impegnano a favore di una rappresentazione grafica comprensibile delle loro analisi. • sono motivati a informare attraverso diversi canali i servizi responsabili sui risultati delle proprie analisi. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • con l'aiuto di indicatori chiave di prestazione (KPI) verificano le conseguenze delle misure di marketing online e ricavano proposte mirate di miglioramento per future attività.

6.5 Campo di competenze operative E Interazione alle interfacce

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>E.1 Coordinare l'interfaccia Logistica</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce si coordinano regolarmente con l'interfaccia Logistica.</p> <p>Trasmettono importanti informazioni alla logistica su novità e tendenze (es. per imballaggi, riflessioni sulla sostenibilità)</p> <p>Con la logistica coordinano il processo logistico e i sistemi di fornitura e trovano regolarmente un accordo su capacità e impasse delle risorse (es. sufficiente numero di collaboratori, sufficiente spazio per nuovi prodotti, sufficienti mezzi finanziari). Assicurano l'equilibrio fra le capacità della logistica e le attività di marketing.</p> <p>Allo stesso tempo, gli specialisti nell'e-commerce verificano la rilevanza per il proprio negozio online di dati e informazioni ottenuti dalla logistica e ricavano misure appropriate (es. motivi dei ritorni di merce e conseguenti misure volte a ridurli).</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordinano l'interfaccia Logistica. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze fondamentali del processo logistico, dei rispettivi sistemi TI e degli indici. • dispongono di solide conoscenze dei servizi responsabili e dei canali d'informazione nella logistica. • dispongono di conoscenze fondamentali dei sistemi di distribuzione e delle rispettive caratteristiche. • dispongono di conoscenze fondamentali della logistica sostenibile e della gestione dei rifiuti. • dispongono di conoscenze utente dei tool per pianificare il fabbisogno di gestione sostenibile del magazzino e per vie di trasporto ottimali. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti a una trasmissione delle informazioni appropriata al gruppo target e tempestiva. • sono attenti a un'attuazione in tempo utile delle proprie misure. • si impegnano per una comunicazione con i clienti proattiva e trasparente. • sono sempre attenti a un utilizzo preciso del tool "enterprise resource planning" per la logistica. • sono attenti a ridurre le quantità di scarti e rifiuti e ad aumentare il tasso di riciclaggio. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano l'interfaccia Logistica e propongono misure per aumentare l'efficienza energetica dell'infrastruttura.
<p>E.2 Coordinare l'interfaccia Category-management</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce si coordinano regolarmente con l'interfaccia Category-management (CM). Trasmettono al CM informazioni importanti ottenute dalle proprie analisi dei bisogni dei clienti o dai tool di analisi (es. comportamento nella ricerca, termini di ricerca). Con il CM negoziano la progettazione dell'assortimento o i raggruppamenti dell'assortimento e trovano regolarmente un accordo a proposito delle idee su prodotti o servizi. Gli specialisti nell'e-commerce si procurano in modo proattivo il sostegno del CM nella cura dei prodotti o dei servizi e nell'espansione dell'assortimento. Allo stesso tempo, gli specialisti nell'e-commerce accolgono le proposte del CM e confezionano nuovi prodotti o servizi nello storytelling.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordinano l'interfaccia Category-management. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente nell'analisi dei bisogni dei clienti. • dispongono di conoscenze fondamentali nella creazione e progettazione dell'assortimento. • dispongono di solide conoscenze delle caratteristiche speciali di prodotti o servizi, marchi e certificazioni. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • si impegnano a favore dell'estensione dell'assortimento di prodotti e servizi ecocompatibili e rispettosi del clima. • sono attenti a uno scambio regolare e proattivo con il category-management (CM) su nuovi design dell'assortimento o su nuove idee di prodotti o servizi. • sono motivati a coinvolgere le proposte del CM nelle proprie attuazioni.

	<p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano i bisogni dei clienti collegati a nuovi prodotti / servizi / assortimenti e forniscono dei feedback al CM per scegliere e ottimizzare l'assortimento.
<p>E.3 Coordinare l'interfaccia Canali di distribuzione omni-channel</p> <p>Nei contatti con i rappresentanti dei canali di distribuzione gli specialisti nell'e-commerce definiscono altri canali di distribuzione. Traducono la strategia (omni-channel) dell'azienda in idee per l'attuazione (es. click & collect). In collaborazione con i rappresentanti di altri canali di distribuzione pianificano, realizzano e valutano la realizzazione. Analizzano l'aspetto finanziario dei canali di distribuzione (omni-channel). Si confrontano regolarmente con i collaboratori sul campo e li informano sullo sviluppo del negozio online. Spiegano procedure e processi affinché possano impiegarli sull'area di vendita del negozio online. In questo modo i collaboratori sono sensibilizzati a considerare il negozio online come valore aggiunto e non come un concorrente.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • coordinano l'interfaccia Canali di distribuzione. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente della strategia aziendale (omni-channel). • dispongono di conoscenze utente delle misure omni-channel e dei canali di distribuzione. • dispongono di conoscenze utente nella valutazione di canali di distribuzione (omni-channel). • dispongono di conoscenze fondamentali nella gestione del cambiamento. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono attenti a spiegare in modo convincente e comprensibile ai collaboratori il valore aggiunto di un negozio online. • sono sempre attenti ad aggiornare i collaboratori su procedure e processi. • sono motivati a confrontarsi regolarmente con i rappresentanti di altri canali di vendita e ad aggiornarsi su nuove tendenze e innovazioni. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano la strategia aziendale e ricavano idee di attuazione appropriate per i canali di distribuzione omni-channel.
<p>E.4 Sorvegliare la conformità giuridica della piattaforma digitale</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce sorvegliano la conformità giuridica dei contratti standard digitali con i clienti tenendo conto delle basi giuridiche specifiche del Paese.</p> <p>Tutto ciò comprende in particolare le condizioni generali di contratto, la protezione dei dati (es. cookie-banner), i diritti d'autore o i chiarimenti relativi all'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP).</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce decidono in quali situazioni sono necessari degli accertamenti giuridici e chiariscono i dubbi con gli specialisti o la direzione aziendale.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • chiariscono questioni giuridiche con gli specialisti o la direzione aziendale. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze fondamentali sui contratti in Svizzera e nell'Unione europea. • dispongono di conoscenze fondamentali delle condizioni generali di contratto, della protezione dei dati, dei diritti d'autore e dell'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP). • dispongono di conoscenze fondamentali degli ausili e dei punti di contatto a loro disposizione per questioni di natura giuridica. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • si impegnano a favore di un contesto giuridico sicuro della piattaforma digitale. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • valutano in quali situazioni sono necessari degli accertamenti giuridici e ricavano misure per chiarire i dubbi.

6.6 Campo di competenze operative F Gestione di progetti e team di progetto

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>F.1 Attuare strategie (omni-channel) predefinite nel proprio campo di attività</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce coinvolgono attivamente il proprio team nel processo di attuazione della strategia (omni-channel) predefinita e si confrontano sulla realizzazione degli obiettivi strategici. Non appena percepiscono timori o resistenze, li affrontano e ricavano misure per eliminarli. Accompagnano attivamente l'attuazione delle misure strategiche e dei cambiamenti processuali e ne sorvegliano l'esito.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce attuano coerentemente tutte le usanze aziendali attraverso tutti i canali utilizzati dall'azienda e prestano attenzione a un regolare scambio attraverso tutti i canali coinvolti. Inoltre rappresentano gli interessi della propria azienda verso terzi.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • attuano con il proprio team le strategie (omni-channel) predefinite. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze delle strategie omni-channel e dei modelli commerciali digitali. • dispongono di conoscenze utente nel campo delle tecniche di comunicazione appropriate ai gruppi target. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono motivati a progettare in modo proattivo misure strategiche e cambiamenti dei processi e a sorvegliarli. • sono sempre attenti a gestire resistenze e timori in modo costruttivo e orientato alla soluzione. • sono motivati ad attuare le usanze aziendali attraverso tutti i canali utilizzati dall'azienda. • sono attenti a un regolare scambio attraverso tutti i canali coinvolti. • sono motivati a rappresentare verso terzi gli interessi della propria azienda. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano l'attuazione delle misure strategiche e i cambiamenti processuali e ricavano delle ottimizzazioni mirate. • classificano proprietà e funzionamenti dei modelli commerciali digitali. • valutano le opportunità di successo dei nuovi modelli commerciali digitali nell'ambito della strategia predefinita
<p>F.2 Dirigere progetti di e-commerce</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce pianificano, strutturano, coordinano, guidano o accompagnano progetti digitali in modo metodico ed economicamente sostenibile. Assumono la responsabilità della pianificazione, la comunicazione appropriata ai destinatari e la sicurezza del progetto. Calcolano, amministrano e controllano il budget del progetto e considerano i costi variabili del processo del proprio modello commerciale (es. spese di spedizione, tasse postali e bancarie, commissionamento, gestione dei ritorni di merce).</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce definiscono le priorità dei compiti da svolgere secondo l'importanza e l'urgenza e pianificano realisticamente l'attuazione dei compiti. Nell'ambito delle loro possibilità delegano agli specialisti o ai collaboratori i compiti meno importanti oppure si coordinano con loro.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce pianificano delle finestre temporali per lavorare in modo indisturbato. Pianificano tempestivamente le scadenze e informano altrettanto tempestivamente tutti i partecipanti. Attribuiscono sempre grande valore alla preparazione e a uno svolgimento strutturato.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dirigono in modo metodico ed economicamente sostenibile progetti di e-commerce. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente nella gestione agile dei progetti e tool per la gestione di progetti. • dispongono di conoscenze fondamentali degli indici / dei fattori di costo rilevanti nei progetti di e-commerce. • dispongono di conoscenze utente nella pianificazione finanziaria e nel controlling di progetti. • dispongono di conoscenze utente delle tecniche di conduzione. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti a una chiara ed equa distribuzione dei mandati di lavoro. • sono attenti ad apprezzare e motivare i propri collaboratori. • nell'attuazione di progetti sono sempre attenti a una comunicazione appropriata ai destinatari. • sono attenti a una preparazione mirata e a uno svolgimento strutturato dei progetti.

<p>Gli specialisti nell'e-commerce si distinguono non soltanto per l'utilizzo di tool classici per gestire i progetti, ma anche per il lavoro con metodi agili e tool digitali.</p> <p>In collaborazione con il controlling analizzano il successo dei loro progetti con l'aiuto di indici e fattori di costo selezionati; utilizzano le conoscenze acquisite per l'ulteriore lavoro con il progetto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> sono motivati a definire le priorità dei compiti secondo la rispettiva urgenza e il tempo assegnato. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> analizzano con il controlling i progetti sulla base di indici e fattori di costo selezionati e ricavano misure mirate per l'ulteriore lavoro.
<p>F.3 Gestire professionalmente i team di progetto</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce portano nuove idee nel proprio team di progetto, dirigono regolarmente a livello tecnico e in modo spedito diversi gruppi (virtuali) nell'azienda o agenzie esterne nell'ambito di progetti. Assegnano compiti completi, formulati chiaramente e necessari per raggiungere lo scopo desiderato. Si preparano con cura e, per assolvere i compiti nel progetto, scelgono i collaboratori in base alle competenze. Siccome spesso non tutti i collaboratori sono del posto, assicurano con misure appropriate che tutti i partecipanti ricevano le informazioni importanti e che comunichino con efficienza.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce controllano l'attuazione dei compiti parziali nel progetto e forniscono dei feedback sotto forma di un colloquio situazionale. Se le aspettative di un compito parziale nel progetto non sono soddisfatte, le affrontano immediatamente e adottano misure appropriate.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce promuovono un'appropriata cultura del team e sono particolarmente attenti a sostenere abilmente le interfacce fra i team di progetti analogici e digitali. Non considerano come concorrenti i team nel commercio stazionario e si attivano per fare in modo che i diversi team si considerino come un unico grande team. Danno la priorità a una collaborazione efficace. Reagiscono subito ai problemi e alle difficoltà e adottano tempestivamente misure appropriate.</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce analizzano situazioni professionali sia quotidiane sia straordinarie e risolvono i casi problematici in modo integrato tenendo conto di tutti gli aspetti imprenditoriali della propria azienda. Decidono in modo rapido e sicuro l'ulteriore procedura. Analizzano criticamente e regolarmente la loro concezione dei ruoli e si confrontano con aspettative esplicite e implicite. Affinché ciò riesca, analizzano e ampliano regolarmente le proprie capacità comunicative nonché la conduzione tecnica dei progetti ed eventualmente adattano il proprio comportamento.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> dirigono e forniscono supporto a livello tecnico ai diversi team di progetto. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> dispongono di conoscenze utente nel campo del coaching del personale e del team. dispongono di conoscenze utente di tecniche e strumenti appropriati per il lavoro di squadra. dispongono di conoscenze utente su colloqui situazionali e tecniche di feedback. dispongono di conoscenze utente delle tecniche di moderazione e presentazione. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> sono sempre attenti ad assegnare lavori completi e formulati chiaramente. sono motivati a ripartire i compiti secondo le capacità dei rispettivi gruppi di interesse. sono attenti a uno scambio efficace di informazioni e un'efficiente comunicazione nel team. sono sempre attenti a diffondere un'appropriata cultura del team. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> analizzano fasi parziali e problemi e, se necessario, adottano misure di miglioramento per il seguito del progetto. analizzano regolarmente la concezione dei ruoli ed estendono costantemente le loro capacità comunicative e le tecniche di conduzione del team.
<p>F.4 Pianificare, sorvegliare e analizzare l'attuazione finanziaria dei progetti</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce pianificano e sorvegliano l'attuazione finanziaria di progetti e investimenti nel proprio campo di responsabilità (es. Relaunch webshop estraneo all'attività quotidiana). Mantengono la visione generale del proprio budget predefinito, si procurano offerte e soppesano con cura e consapevolezza costi e benefici. Su questa base inoltrano un'eventuale richiesta di finanziamento del progetto o dell'investimento</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> attuano progetti e investimenti dal punto di vista finanziario nel proprio campo di responsabilità. forniscono le basi decisionali nei progetti o negli investimenti di una certa portata.

e classificano finanziariamente il progetto nel modello commerciale esistente oppure nuovo .

Sulla base dei rispettivi indici, gli specialisti dell'e-commerce sorvegliano l'attuazione del progetto e ne analizzano l'attuazione finanziaria. Nei progetti o negli investimenti di maggior portata provvedono a fornire le basi decisionali.

Conoscenza, comprensione

- dispongono di approfondite conoscenze dei mezzi finanziari e degli strumenti a disposizione per controllare i progetti.
- dispongono di approfondite conoscenze di pianificazione del budget e delle cifre d'affari dei progetti.
- dispongono di conoscenze fondamentali nel calcolo degli investimenti.

Posizioni / opinioni, valori, motivazione

- sono consapevoli dei costi e benefici di un progetto.
- sono sempre attenti a un'argomentazione comprensibile a favore di un progetto.
- sono consapevoli dell'importanza di un controllo della qualità per dirigere un progetto.
- si dimostrano sempre aperti nei confronti della critica relativa all'attuazione finanziaria del progetto.

Metacognizione

- analizzano vantaggi e svantaggi nonché conseguenze finanziarie delle decisioni e ricavano misure di cambiamento per futuri progetti.
- classificano progetti nel modello commerciale esistente e ne valutano la rilevanza nel contesto globale degli obiettivi aziendali

6.7 Campo di conoscenze operative G Interconnessione e azione nel mercato digitale

Situazione di lavoro	Criteri di prestazione
<p>G.1 Structurare e utilizzare reti commerciali nel mercato digitale</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce strutturano una rete specifica della professione nel mercato digitale e curano regolarmente i propri contatti. Svolgono ricerche sugli sviluppi tecnologici per se stessi e la propria azienda. Raccolgono regolarmente informazioni da newsletter, fiere, seminari web, esposizioni o riviste specializzate. Utilizzano il know-how interno e, grazie allo scambio attivo con i colleghi di lavoro, si basano sulle esperienze. Si confrontano regolarmente con lo sviluppo del web e le persone con compiti in settori analoghi. Riconoscono il valore aggiunto dell'affiliazione ad associazioni specifiche e si confrontano attivamente nel ramo, oltre il proprio ramo e anche oltre i confini nazionali. Vedono il potenziale che attingono dalla rete per il proprio lavoro e lo utilizzano in modo attivo e mirato.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • curano la propria rete specifica della professione nel mercato digitale e la ampliano costantemente. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di solide conoscenze del mercato e della concorrenza interna ed estera. • dispongono di conoscenze utente dei canali di rete interni ed esterni al ramo. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • utilizzano in modo mirato eventi e adesioni per prendersi cura della rete. • si impegnano per uno scambio trasparente con gruppi di interesse importanti per la professione. • sono motivati a instaurare nuovi contatti proficui per la propria azienda e mettere a disposizione le proprie esperienze e conoscenze. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano la propria rete professionale e ne ricavano possibili cooperazioni e sinergie per la propria azienda.
<p>G.2 Sostenere la digitalizzazione e i processi di cambiamento sul posto di lavoro</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce sostengono i processi di digitalizzazione e cambiamento pianificati sul posto di lavoro d'intesa con i propri superiori. Si focalizzano sull'automazione dei consueti processi di lavoro. Dimostrano interesse verso i motivi e gli obiettivi del progetto e pongono domande supplementari in caso di incertezze. Si informano sia sui processi di cambiamento sia sui nuovi tool e tendenze con cui si possono ottimizzare e semplificare i processi di lavoro. D'intesa con i propri superiori, assolvono una formazione continua sui temi della digitalizzazione portando il proprio know-how nell'azienda e formulando proposte per nuovi tool e tendenze. Seguono regolarmente gli eventi nel ramo e gli sviluppi sul mercato digitale. Riconoscono le possibilità lungimiranti di ottimizzazione nell'azienda, raccolgono idee e le trasmettono in modo appropriato ai destinatari. Difendono con convinzione i vantaggi delle tecnologie utilizzate o i progetti di cambiamento nei confronti dei superiori, dei collaboratori e dei clienti mostrando visioni, idee e possibilità di ottimizzazione nell'ambito delle proprie possibilità. Si confrontano attivamente con possibili resistenze, inoltre applicano con sicurezza nuove tecnologie ed eventualmente offrono supporto nell'utilizzo o durante il processo di cambiamento. Accolgono impulsi, proposte di miglioramento, timori provenienti dal team e li trasmettono ai servizi responsabili.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sostengono i processi di digitalizzazione e cambiamento pianificati sul posto di lavoro. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze utente nella gestione del cambiamento. • dispongono di conoscenze utente nella valutazione dei processi di cambiamento e del progresso in campo digitale. • dispongono di conoscenze utente delle tecniche di presentazione, argomentazione e comunicazione. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre attenti ad aggiornarsi, in modo specifico per l'azienda, su tendenze e innovazioni nel mercato digitale. • sono motivati a trasmettere in modo comprensibile gli aspetti positivi della digitalizzazione ai loro collaboratori. • sono sempre attenti a formulare gli obiettivi in modo convincente e appropriato ai destinatari. • sono motivati ad accogliere timori, impulsi e proposte di miglioramento e trasmetterli ai servizi responsabili. • sono sempre attenti a gestire resistenze e sconfitte in modo costruttivo e orientato alla soluzione.

	<p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano i processi di digitalizzazione e cambiamento sul posto di lavoro e ricavano misure di ottimizzazione mirate. • analizzano i processi di lavoro e, se necessario, offrono un sostegno mirato nella gestione di nuove tecnologie.
<p>G.3 Progettare la gestione delle competenze personali</p> <p>Gli specialisti nell'e-commerce progettano il proprio sviluppo professionale riconoscendo l'importanza dell'apprendimento continuo e attuandolo in modo mirato. Cercano continue possibilità di sviluppo nel proprio campo professionale e si aggiornano leggendo pubblicazioni tecniche e del ramo. Inoltre, d'intesa con i propri superiori, frequentano corsi di formazione continua che ampliano con lungimiranza le loro competenze.</p> <p>Nelle sfide e nelle situazioni di stress utilizzano strategie collaudate. Analizzano regolarmente l'impiego delle proprie risorse e definiscono consapevolmente misure per ottimizzare l'organizzazione del proprio lavoro. In questo modo sono attenti a un giusto equilibrio fra lavoro e vita privata.</p>	<p>Gli specialisti nell'e-commerce ...</p> <p>Potenziale di attuazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sviluppano ulteriormente le competenze personali nel commercio online. <p>Conoscenza, comprensione</p> <ul style="list-style-type: none"> • dispongono di conoscenze fondamentali di strategie e obiettivi per l'apprendimento continuo. • dispongono di solide conoscenze delle fonti di informazione e delle possibilità di formazione continua specifiche del ramo. • dispongono di conoscenze utente per un giusto equilibrio fra lavoro e vita privata. <p>Posizioni / opinioni, valori, motivazione</p> <ul style="list-style-type: none"> • sono sempre motivati e disposti a frequentare corsi di formazione continua. • si impegnano per un'autoriflessione critica e una cultura del feedback. • dimostrano coraggio e interesse per affrontare nuove sfide. <p>Metacognizione</p> <ul style="list-style-type: none"> • analizzano regolarmente l'impiego delle proprie risorse e ricavano consapevolmente delle misure per ottimizzare l'organizzazione del proprio lavoro.

7 Allegato 2 Identificazione dei moduli

7.1 Modulo 1 – CCO A Strutturazione e sviluppo di una piattaforma digitale

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 1 corrisponde al campo di competenze operative A e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce strutturano negozi online e piattaforme digitali, li gestiscono e li sviluppano. Analizzano e definiscono i requisiti fondamentali del tool e individuano le possibilità tecniche e gli operatori. In qualità di collegamento fra gli sviluppatori TI e il marketing sviluppano costantemente il negozio online / la piattaforma digitale. A questo scopo analizzano i dati dei clienti e il comportamento d'acquisto nel negozio online / sulla piattaforma digitale. Testano le novità dal punto di vista tecnico e da quello dei clienti oppure commissionano i test. Dai risultati dei test ricavano conseguenze per lo sviluppo del negozio online / della piattaforma digitale.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande aperte e chiuse)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. tempi di risposta del sistema / test rapidi («Gestione / sviluppo»)
 - Svolgere test regolari sulla velocità di caricamento del cellulare / desktop
 - Se necessario, ottimizzare la velocità di caricamento
 - Analisi della situazione, es. valutazione del software del negozio online («strutturare»)
 - Definire le specifiche tecniche
 - Ponderare i criteri
 - Effettuare la valutazione

Livello e numero del modulo

FA-HM1 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.2 Modulo 2 – CCO B Ottimizzazione della presentazione digitale dei prodotti

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 2 corrisponde al campo di competenze operative B e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce pianificano, coordinano e verificano le informazioni sugli articoli, controllano il contenuto oppure ne commissionano l'ottimizzazione. Ottimizzano costantemente la presentazione dei prodotti nel negozio online / sulla piattaforma digitale. Coordinano e verificano l'allestimento delle informazioni sugli articoli in base a standard predefiniti e ad analisi del gruppo target o del servizio e commissionano i cambiamenti delle informazioni sugli articoli. Ottimizzano il contenuto rimanente tramite regolari controlli della qualità e analisi d'errore e adottano misure di miglioramento. Sviluppano costantemente la presentazione dei prodotti. Analizzano la presentazione e la cifra d'affari dei prodotti e dall'analisi ricavano misure e miglioramenti.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande aperte e chiuse)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. importare nuovi prodotti (nuovo fornitore) nel negozio online
 - Analizzare i dati di base presenti
 - Definire i dati supplementari necessari
 - Standardizzare i dati
 - Analisi della situazione, es. analisi degli articoli che si vendono male
 - Selezione / definizione di articolo che si vende male
 - Conversion rate / analizzare i tassi di ritorno e i motivi dei ritorni di merce
 - Decisione: vendita oppure nuova o diversa pubblicizzazione

Livello e numero del modulo

FA-HM2 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.3 Modulo 3 – CCO C Digitalizzazione dei processi di vendita

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 3 corrisponde al campo di competenze operative C e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce analizzano il comportamento dei clienti nella rete digitale e presentano i risultati, creano esperienze digitali dei clienti e accompagnano i clienti online durante l'acquisto. Analizzano il comportamento d'acquisto sulla base dei dati di utilizzo della propria piattaforma / del proprio negozio online nonché delle analisi della concorrenza, svolgono sondaggi fra i clienti e analizzano i feedback dei clienti ricavando delle conseguenze per il processo di vendita. Creano le esperienze dei clienti impiegando diversi metodi per progettare il customer journey. In collaborazione con le TI sono responsabili di un'esperienza d'acquisto efficiente e forniscono il supporto di terzo livello. Dai feedback ricavano misure per migliorare l'esperienza vissuta dal cliente.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande aperte e chiuse)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. da dove proviene il «traffico»?
 - Svolgere e riassumere il tracciamento dei visitatori secondo le fonti / l'impulso
 - Calcolare il conversion rate delle misure d'impulso
 - Analisi della situazione, es. analizzare l'annullamento degli acquisti
 - Dove / quando rinunciano i visitatori (anomalie)
 - Panieri di merce conclusi vs. panieri di merce aperti

Livello e numero del modulo

FA-HM3 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.4 Modulo 4 – CCO D Realizzazione delle attività di marketing

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 4 corrisponde al campo di competenze operative D e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce pianificano misure pubblicitarie o campagne di marketing (omni-channel), le attuano nel negozio online / su una piattaforma digitale, ne analizzano l'efficacia e adottano misure appropriate. Per le misure pubblicitarie, con l'aiuto del programma di marketing, elaborano piani di marketing, redazione e produzione riferiti all'evento o alla campagna. Conformemente al piano offrono proposte e assortimenti combinati riferiti all'evento o alla campagna nel negozio online / sulla piattaforma digitale e prevedono ulteriori misure pubblicitarie appropriate. Verificano l'efficacia delle misure pubblicitarie sulla base di indicatori predefiniti e ricavano delle misure.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande chiuse e aperte)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. pianificare una campagna guidata da un evento (es. black friday, Pasqua, 1° agosto ecc.)
 - Quali canali di terzi registrare / attivare?
 - Fissare il quadro del budget
 - Analisi della situazione, es. campagne per acquisire nuovi clienti
 - Quale campagna porta quanti nuovi clienti?
 - Quanto costa un nuovo cliente?
 - Quanti nuovi clienti diventano clienti fedeli?

Livello e numero del modulo

FA-HM4 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.5 Modulo 5 – CCO E Interazione alle interfacce

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 5 corrisponde al campo di competenze operative E e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce coordinano l'interfaccia con la logistica, con il category-management e con i canali di distribuzione (omni-channel). Con la logistica coordinano il processo logistico e i sistemi di fornitura e trovano regolarmente un accordo sulle capacità e sull'impasse di risorse. Trasmettono al category-management le informazioni importanti ricavate dalle analisi dei bisogni dei clienti oppure dai tool di analisi, negoziano la progettazione dell'assortimento e trovano regolarmente un accordo a proposito di nuove idee su prodotti o servizi. Definiscono ulteriori possibili canali nello scambio con i rappresentanti di altri canali di distribuzione.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande chiuse e aperte)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. pianificare azioni (black friday)
 - Output massimo della logistica
 - Pianificare con TI i carichi del server
 - Casella di posta con informazioni di diverse interfacce delle quali si devono definire le priorità e si devono coordinare le misure derivanti, es. problemi di fornitura con il prodotto XY
 - Adattare le dichiarazioni di consegna sul sito web
 - Informare i clienti che hanno ordinazioni in sospeso
 - Definire le priorità di altri prodotti / prodotti sostitutivi (successione)

Livello e numero del modulo

FA-HM5 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.6 Modulo 6 – CCO F Gestione di progetti e team di progetto

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 6 corrisponde al campo di competenze operative F e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce attuano le strategie (omni-channel) predefinite nel proprio campo di attività, svolgono la conduzione tecnica dei team di progetto, pianificano e sorvegliano l'attuazione di progetti dal punto di vista finanziario con successiva analisi. Coinvolgono attivamente il proprio team nel processo di attuazione della strategia (omni-channel) predefinita discutendo la realizzazione dei rispettivi obiettivi. Pianificano, strutturano e coordinano progetti digitali in modo metodico ed economicamente sostenibile. Portano nuove idee nel proprio team di progetto e dirigono regolarmente a livello tecnico diversi gruppi (virtuali) nell'azienda oppure agenzie esterne nell'ambito di progetti. Mantengono la visione generale del budget predefinito, si procurano offerte e soppesano con cura e consapevolezza costi e benefici. Classificano il progetto nel modello commerciale esistente oppure nuovo e ne valutano la rilevanza per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande chiuse e aperte)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche
 - Casella di posta es. pianificazione di compiti del progetto secondo l'importanza, l'urgenza e la rispettiva attuazione entro un limite di tempo

Livello e numero del modulo

FA-HM6 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

7.7 Modulo 7 – CCO G Interconnessione e azione nel mercato digitale

Condizioni

Nessuna

Competenza

Il modulo 7 corrisponde al campo di competenze operative G e ai rispettivi criteri di prestazione.

Gli specialisti nell'e-commerce strutturano reti commerciali nel mercato digitale, sostengono la digitalizzazione e i processi di cambiamento e progettano la gestione delle proprie competenze personali. Strutturano una rete specifica della professione nel mercato digitale e curano regolarmente i propri contatti. D'intesa con i propri superiori, sostengono i processi di digitalizzazione e cambiamento sul posto di lavoro. Si focalizzano sull'automazione dei consueti processi di lavoro. Progettano la propria formazione professionale continua cercando regolarmente possibilità di sviluppo nel proprio campo professionale e aggiornandosi con la lettura di pubblicazioni tecniche e del ramo.

Controllo delle competenze

Il controllo delle competenze comprende le due seguenti componenti:

- 1) Domande di conoscenza e comprensione (domande chiuse e aperte)
- 2) Applicazione con le seguenti possibilità:
 - Critical incidents / mini-cases
 - Simulazioni pratiche, es. Abbiamo bisogno di un «sistema di ticketing» per il nostro servizio clienti
 - Ricerca personale
 - Attivare una rete personale
 - Procurarsi delle referenze

Livello e numero del modulo

FA-HM7 / Modulo dell'attestato professionale federale di "specialista nell'e-commerce"

Durata di validità dell'identificazione del modulo

5 anni

Compiti di analisi / analisi della situazione	I compiti di analisi risp. l'analisi della situazione sono una forma d'esame in cui i candidati analizzano una situazione live oppure tramite un video. I candidati rilevano caratteristiche salienti, discrepanze o problemi ecc. nonché misure di ottimizzazione.
Richiesta di ricusazione	Una richiesta di ricusazione è una richiesta volta a modificare l'assegnazione del perito d'esame.
Competenza operativa professionale	La competenza è una disposizione che abilita una persona a risolvere efficacemente determinati tipi di problemi, in altre parole ad affrontare sfide concrete di un determinato tipo. La competenza operativa professionale è la capacità che una persona ha di esercitare efficacemente un'attività professionale utilizzando le proprie competenze personali, metodologiche, professionali e sociali.
Profilo professionale	Il profilo professionale è una descrizione compatta della professione (1–1,5 pagine A4) comprendente il campo di lavoro (chi sono i gruppi target, i contatti, i clienti), le principali competenze operative professionali o i criteri di prestazione nonché i requisiti per l'esercizio della professione da parte dei professionisti (autonomia, creatività / innovazione, contesto di lavoro, condizioni di lavoro). Inoltre vi si descrive il contributo della professione alla sostenibilità economica, sociale ed ecologica. Il profilo professionale è parte integrante del regolamento d'esame (obbligatorio) e delle direttive (facoltativo).
Criterio di valutazione	Un criterio di valutazione indica come viene verificata o misurata una competenza. Il criterio comprende la conoscenza specifica o tecnica e le capacità richieste. I criteri sono definiti prima di un esame e indicano che cosa ci si attende e che cosa si osserva, quali prestazioni si devono adempiere e quali sono le capacità necessarie per fornire una buona prestazione. I criteri servono come base per correggere e valutare un esame.
Certificato federale di formazione pratica CFP	Titolo di una formazione professionale di base su 2 anni.
Attestato federale di capacità AFC	Titolo di una formazione professionale di base su 3 e 4 anni.
Attestato professionale federale APF	Titolo di un esame di professione con attestato professionale federale di livello terziario B.
Esame professionale superiore EPS	Titolo di un esame professionale superiore con diploma federale di livello terziario B.
Relazione sullo sviluppo	La relazione sullo sviluppo è una forma d'esame strutturata sul lavoro di portfolio; si riferisce alla documentazione di attuazioni pratiche e coinvolge la griglia delle competenze. I candidati documentano, analizzano e riflettono sulla propria pratica professionale, evidenziano i momenti salienti e le conoscenze acquisite.

Situazioni critiche per il successo / critical incidents	Le situazioni critiche per il successo sono una forma d'esame. Una situazione critica descrive una situazione rilevante per il posto di lavoro che può essere risolta tramite competenze selezionate. Ai candidati viene descritta una situazione pratica in base alla quale essi descrivono il proprio procedimento concreto.
Colloquio professionale	Il colloquio professionale è una forma d'esame in cui i candidati discutono su un tema professionale con i periti. Nel colloquio dimostrano di comprendere il campo specifico ed essere in grado di argomentare, riflettere e pensare secondo alternative.
Campo operativo	I campi operativi comprendono diverse competenze del profilo di qualificazione che vengono raggruppate in un modulo pertinente dal punto di vista tematico. I moduli si orientano idealmente alla logica della pratica e non a una logica delle materie.
Descrizioni di piccoli casi / mini-cases	Le descrizioni di piccoli casi sono una forma d'esame. Descrivono eventi o situazioni della realtà lavorativa quotidiana di un professionista. Ai candidati viene presentata la descrizione di piccoli casi per i quali devono descrivere e giustificare una possibile attività / azione.
Orientamento alle competenze	Per orientamento alle competenze si intende il design concettuale dei titoli federali risp. delle offerte di formazione che si orientano alle competenze operative professionali. I professionisti non devono padroneggiare unicamente dei fatti, ma devono saper impiegare le proprie conoscenze in situazioni pratiche quando i compiti sono nuovi, quando i problemi sono definiti male, quando è necessario collaborare con altre persone e quando è richiesto un grande senso di responsabilità.
Dimensione della competenza: potenziale di attuazione	→ competenza (operativa) riferita alla capacità di attuazione. Descrive un'attività / un'azione concreta in una situazione di lavoro.
Dimensione della competenza: conoscenza, comprensione	→ competenza (operativa) riferita alle conoscenze specialistiche di cui una persona dispone. Comprende conoscenze specialistiche, basi teoriche, conoscenze di metodi e processi.
Dimensione della competenza: posizione / opinione, motivazione	→ competenza (operativa) sugli aspetti motivazionali necessari alla prontezza d'azione richiesta.
Dimensione della competenza: metacognizione	→ competenza (operativa) relativa alla capacità di riflessione e analisi necessaria per strutturare professionalmente il comportamento descritto.
Compensazione degli svantaggi legati all'handicap	Gli individui con un handicap hanno diritto a misure per eliminare gli svantaggi dovuti alla formazione e alla formazione continua nello svolgimento di esami. Le rispettive richieste devono essere inoltrate con l'iscrizione all'esame alla segreteria degli esami. Per l'iscrizione i candidati devono consultare il foglio informativo della SEFRI (compensazione degli svantaggi legati all'handicap nello svolgimento degli esami di professione e degli esami professionali superiori). Essi devono considerare risp. allegare i contenuti e i documenti

	<p>menzionati in questo documento (punto 2, richiesta di compensazione degli svantaggi legati all'handicap nello svolgimento degli esami di professione e degli esami professionali superiori) al momento dell'iscrizione. Il foglio informativo può essere ritirato presso la segreteria degli esami oppure scaricato al seguente link.</p> <p>Link: https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/bildung/hbb/eidgenoessische-pruefungen/kandidierende-und-absolvierende.html</p>
Modello "sistema classico"	Il modello "sistema classico" comprende un esame che verifica, in modo possibilmente esaustivo e tramite un campione rappresentativo, le principali competenze operative conformemente al profilo professionale.
Organizzazione del mondo del lavoro (Oml)	Sono considerati organizzazioni del mondo del lavoro i partner sociali, le associazioni professionali, altre organizzazioni responsabili e altri operatori della formazione professionale. Le organizzazioni di natura prettamente scolastica non sono considerate organizzazioni del mondo del lavoro. Le organizzazioni del mondo del lavoro singolarmente o con altre Oml costituiscono l'organo responsabile degli esami federali.
Casella di posta	Il compito con casella di posta è una forma d'esame. I candidati definiscono le priorità per diverse attività di una giornata lavorativa. I candidati possono accedere a queste attività da classificare tramite i più disparati documenti.
Perite e periti d'esame	Le perite e i periti d'esame sono incaricati di preparare e svolgere esami o parti d'esame per conto dell'organo responsabile dell'esame. Si tratta di specialisti qualificati.
Regolamento d'esame	Il regolamento d'esame è il documento normativo per un esame di professione o un esame professionale superiore. Esso è redatto sulla base di un testo guida e deve essere approvato dalla SEFRI.
Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione SEFRI	La Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione è l'autorità federale che approva i regolamenti d'esame e svolge la vigilanza sugli esami di professione e gli esami professionali superiori. Per maggiori informazioni consultare il sito www.sbf.admin.ch .
Finanziamento orientato alla persona	Le persone che frequentano corsi di preparazione a un esame federale ricevono un sostegno finanziario dalla Confederazione. Per conoscere le condizioni da adempiere e le modalità di richiesta del sostegno finanziario, consultare il sito tramite il seguente link. Link: https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/bildung/hbb/bundesbeitraege/absolvierende.html
Organo responsabile	L'organo responsabile è competente per lo sviluppo, la distribuzione e il regolare aggiornamento del regolamento d'esame e delle rispettive direttive. Inoltre è competente per la convocazione e lo svolgimento dell'esame federale. L'organo responsabile comprende una o più organizzazioni del mondo del lavoro (Oml), di regola è competente per tutta la Svizzera.
Direttive	Le direttive contengono informazioni dettagliate relative al regolamento d'esame. Esse sono emanate dalla commissione d'esame, dalla commissione per la garanzia della qualità o dall'organo responsabile. Devono servire, tra l'altro, a spiegare in dettaglio il regolamento d'esame ai candidati. Rispetto al

	regolamento d'esame, le direttive non contengono disposizioni normative. Devono essere redatte in modo che sia possibile superare l'esame anche senza aver frequentato il corso preparatorio, in altre parole si devono fissare i criteri di valutazione (o i criteri di prestazione) per le singole parti d'esame.
Domande di conoscenza e comprensione	Il metodo d'esame "domande di conoscenza e comprensione" fa parte di un esame scritto. Comprende domande chiuse (sì / no, scelta singola, domande a risposta multipla, domande di abbinamento, domande in successione) e domande aperte (compiti con testo, compiti situazionali).
