



Guida per creare un sito e-commerce, 1° parte

scritto da Francesco Colucci, settembre 2022

Libro derivato dai post del [blog di Francesco Colucci](#)



Licenza Creative Common BY-NC-ND

Tu sei libero di:

Condividere — riprodurre, distribuire, comunicare al pubblico, esporre in pubblico, rappresentare, eseguire e recitare questo materiale con qualsiasi mezzo e formato

Il licenziante non può revocare questi diritti fintanto che tu rispetti i termini della licenza.

Alle seguenti condizioni:

- Attribuzione — Devi riconoscere [una menzione di paternità](#)

adeguata, fornire un link alla licenza e indicare se sono state effettuate delle modifiche. Puoi fare ciò in qualsiasi maniera ragionevole possibile, ma non con modalità tali da suggerire che il licenziante avalli te o il tuo utilizzo del materiale.

- NonCommerciale — Non puoi utilizzare il materiale per scopi commerciali.
- Non opere derivate — Se remixi, trasformi il materiale o ti basi su di esso, non puoi distribuire il materiale così modificato.
- Divieto di restrizioni aggiuntive — Non puoi applicare termini legali o misure tecnologiche che impongano ad altri soggetti dei vincoli giuridici su quanto la licenza consente loro di fare.

Cos'è WooCommerce

Il commercio elettronico sta facendo passi da gigante e tra le piattaforme più economiche e più utilizzate per realizzare un sito di e-commerce vi è WordPress con Woocommerce.

In questo articolo parleremo di [Commercio elettronico](#) , [WooCommerce è differente da WordPress?](#) , [WooCommerce](#) , [Pagamenti online con PayPal](#).

Il commercio elettronico

Nel periodo di chiusura per l'epidemia da Covid 19 le attività del commercio elettronico hanno sostenuto la vendita di beni e servizi e la gente ha lentamente abbandonato la diffidenza verso questa nuova forma di commercio. Molte aziende hanno deciso di investire nel commercio elettronico, spinte anche dai dati statistici incoraggianti. Un' azienda potrebbe iniziare la sua attività solo online riducendo notevolmente i costi, oppure, se già presente nel mondo reale, affiancare alla presenza fisica sul territorio un suo negozio online. Capita anche che alcune aziende decidano di chiudere il negozio fisico per aprirne uno solo nel web.

Quali sono i vantaggi di un'attività di e-commerce? Vediamone alcuni:

- aumento del numero dei potenziali clienti che online possono comprare da tutto il mondo;
- poter vendere con un negozio online 24 ore su 24;
- migliorare il servizio clienti grazie alla tecnologia;
- maggior velocità nella creazione di un negozio nel web rispetto a quello fisico.

WooCommerce è differente da WordPress?

Come realizzare un sito di commercio elettronico? Avendo lavorato più di 10 anni con il CSM Joomla, un tempo l'unica soluzione era il componente di Joomla chiamato VirtueMart, usato ancora oggi con successo. Nel tempo però, sono stati introdotti nuovi strumenti per sviluppare un sito e-commerce, vi sono diverse altre soluzioni che possono essere adottare, si potrebbero usare Spotify , Magento, Prestashop e WooCommerce basato su WordPress.

E' di quest'ultima soluzione che ci occuperemo. Andiamo con ordine e parliamo prima di WordPress. WordPress è un Content Management System (CSM) ovvero un programma attraverso il quale si possono creare siti web. Si perché un negozio online non è altro che un sito web specializzato nelle vendite. WordPress è adatto soprattutto se si vogliono creare siti internet organizzati sotto forma di blog. WordPress è realizzato con il linguaggio Php

e utilizza il gestore di database MySQL. WordPress è il CSM più utilizzato al mondo e ciò assicura un aggiornamento rapido, costante e, se si vuole, automatico delle sue versioni.

Nella creazione di un sito web con WordPress il progettista può avvalersi di particolari moduli di programma detti plugin. Questi si possono installare direttamente dall'interno dell'ambiente di sviluppo WordPress e ciascuno svolge una specifica funzione. Alcuni plugin sono gratuiti, altri a pagamento. Dove risiede fisicamente il codice di un sito creato con WordPress? Risiede su un computer server gestito da società che offrono questo servizio chiamato Web Hosting.

[Kinsta](#) e [Siteground](#) sono società che offrono il servizio di web hosting.

WooCommerce

[WooCommerce](#) è un grande plugin di WordPress. Non un semplice plugin che offre una piccola funzionalità.

WooCommerce offre una grande funzionalità: consente di aggiungere ad un semplice sito WordPress tutto ciò che serve per trasformarlo in un sito di commercio elettronico. In più è un plugin gratuito. Una volta installato, WooCommerce è configurabile e gestibile attraverso il pannello di controllo di WordPress. Utilizza il tema di default Storefront. Un tema definisce l'aspetto grafico del sito. E' possibile installare un

differente tema in pochi secondi dall'interno del pannello di controllo di WordPress e, per la sostituzione di un tema compatibile con WooCommerce, non ci sono molte modifiche da apportare per rendere subito il sito pienamente accessibile con una nuova veste grafica. Ci sono temi gratuiti e temi a pagamento. Tutti questi vantaggi hanno portato alla enorme diffusione delle installazioni di siti e-commerce realizzati con WordPress associato al plugin WooCommerce.

Pagamenti online con PayPal

Uno dei dubbi maggiori degli imprenditori che hanno intenzione di aprire un'attività di commercio elettronico è quello relativo alle modalità di pagamento. Questo dubbio assale spesso anche gli acquirenti e questo frena ancora oggi lo sviluppo dell'e-commerce. WooCommerce consente molti tipi di pagamento online, dalle carte di credito al bancomat, ma quello che resta il preferito è [PayPal](#). Infatti PayPal è facile da usare e mette a disposizione sia delle imprese che dei consumatori un conto corrente online che, ovviamente, è collegato con un conto reale o a una carta. Per i consumatori il conto PayPal è gratuito mentre per le imprese, il conto è denominato business e comporta una piccola spesa, più una commissione per ogni transazione eseguita. Poiché acquirente e venditore scambiano denaro attraverso il loro conto PayPal, il numero delle loro carte di credito non è un'informazione che viaggia in rete durante le transazioni e ciò rappresenta una maggior sicurezza rispetto al

pagamento con carta di credito. Questo sistema di pagamento, inoltre, è più veloce poiché non prevede una transazione tra istituti bancari attraverso conti commerciali. Questo vantaggio ha il rovescio della medaglia di un maggior costo delle commissioni sulle transazioni rispetto a ciò che avviene con i conti commerciali.

In sintesi

Abbiamo visto una panoramica delle questioni legate al Commercio elettronico, i vantaggi che esso offre e abbiamo analizzato una piattaforma di sviluppo semplice e gratuita per crearlo e attivarlo, WordPress più WooCommerce. Infine ci siamo occupati dei pagamenti sicuri con PayPal. Nei prossimi articoli analizzeremo più in profondità alcune questioni dell'e-commerce presentate in questa panoramica.

Ti invito a iscriverti alla mia Newsletter per rimanere aggiornato sui successivi post, attraverso il form che trovi nella sidebar sulla destra di ogni pagina o in basso se leggi da smartphone. Se ti è piaciuto questo articolo lascia un commento. A presto.

La progettazione di un sito e-commerce

In questo articolo ci occuperemo della progettazione di un sito e-commerce e soprattutto di [Analisi SWOT](#).

Nel [precedente post](#) abbiamo visto una panoramica degli aspetti più salienti di un sito di commercio elettronico: perché potrebbe risultare utile realizzarlo, come crearlo in modo economico ma professionale con [WooCommerce](#) e abbiamo analizzato la modalità di pagamento online più usata, [PayPal](#).

Ora ci occuperemo della progettazione di un sito e-commerce.

L'euforia iniziale per l'attivazione di un sito di commercio elettronico potrebbe spingere l'azienda a realizzare in fretta un negozio online, senza un progetto iniziale e senza un'adeguata pianificazione. Così come la costruzione di una casa senza la progettazione delle necessarie fondamenta spesso è destinata ad un fallimento, così il progetto di un sito e-commerce senza un accurato lavoro iniziale di progettazione e pianificazione porterebbe a scarsi risultati e cocenti delusioni. Il desiderio di rapidi e facili guadagni potrebbe indurre l'azienda ad affrettare la creazione del sito con la possibilità, forse, di ottenere qualche

creazione del sito con la possibilità, forse, di ottenere qualche risultato iniziale senza che questo possa poi protrarsi nel tempo.

Analisi SWOT

Nella fase iniziale è necessario concentrarsi sugli obiettivi che si hanno in mente. Una volta definiti, la via che porta allo sviluppo del progetto sarà tracciata. Non è opportuno concentrarsi sul guadagno, questo arriverà se si sarà progettato bene e dopo un lungo e costante lavoro. Si perché Il web è un giudice intransigente, infatti i concorrenti sono numerosissimi e agguerriti. Il vantaggio di avere un numero elevatissimo di potenziali clienti si scontra con un numero di competitori altrettanto alto. Solo se avete un progetto fattibile e se sarete pronti a un duro lavoro potrete avere successo.

In questa fase occorre porsi alcune semplici domande :

- Qual è lo scopo della vendita dei miei prodotti online?
- Qual è il prodotto o quali sono i prodotti che intendo vendere?
- I prodotti da proporre hanno un potenziale mercato?
- Chi saranno i miei competitori?

E' importante che l'imprenditore si ponga queste domande. Dando ad esse delle risposte, conoscerà meglio la sua attività a prescindere dalla decisione o meno di intraprendere la strada del commercio elettronico.

Per esempio, la vendita online di un prodotto artigianale realizzato in un preciso territorio, che potrebbe, attraverso un sito e-commerce, essere conosciuto e apprezzato in tutto il mondo avrà una maggior possibilità di successo rispetto alla vendita di un prodotto industriale simile a quelli proposti da altre migliaia di aziende in Italia e nel mondo. Nel primo caso l'artigiano avrà pochi competitori che producono e vendono prodotti simili al suo, nel secondo caso i concorrenti saranno tantissimi.

Analizziamo ora in dettaglio come condurre un'analisi Swot

L'analisi SWOT è un procedimento che aiuta nella fase di progettazione di un sito e-commerce. E' un'analisi della vostra azienda che aiuta a comprendere la fattibilità della vostra idea e se gli obiettivi che vi siete posti potranno essere raggiunti. Tale analisi individua i punti di forza e di debolezza interni alla vostra attività e anche le opportunità e i rischi esterni. I punti interni sono controllabili, quelli esterni no.

SWOT ANALYSIS



Diagramma SWOT (tratto da Wikipedia)

L'analisi aiuta a far comprendere meglio tutti gli aspetti della vostra azienda e ciò aiuta a prendere le decisioni giuste in questa fase di progettazione.

Alcune domande possono aiutare i progettisti nella definizione di punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce. Quali figure professionali dovrebbero concorrere a questa analisi? Sicuramente tutte le persone che conoscono bene l'azienda e che possano concorrere con le loro conoscenze e con i loro suggerimenti a realizzare un'analisi ben fatta, per esempio i responsabili di ogni reparto, un contabile oltre che naturalmente la dirigenza. Ovviamente dovranno essere coinvolti i progettisti del sito e-commerce.

Ecco un esempio di alcune domande che potrebbero aiutare i progettisti/analisti e la dirigenza nell'individuazione dei Punti di forza (Strengths):

Cosa sappiamo fare?

Cosa facciamo meglio di chiunque altro?
Qual è il nostro vantaggio competitivo?
Cosa facciamo di unico rispetto agli altri?
Quali risorse abbiamo a disposizione?
Quali sono i vantaggi della nostra azienda di e-commerce?
Che vantaggi hanno i nostri dipendenti?
L'azienda dispone delle necessarie competenze in house (personale che generi le pagine prodotto, un redattore di contenuti, che inserisca i nuovi contenuti, un gestore del magazzino, personale che analizzi i dati delle vendite...)?
Quali sono le maggiori risorse della nostra azienda?
Cosa amano i clienti della nostra attività?
Domande che aiutano ad individuare i Punti di forza in un'analisi SWOT

Dopo aver risposto a queste domande si stila un elenco dei punti di forza individuati, ovviamente attraverso discussione, confronto, revisione, etc..

Le seguenti domande, invece, potrebbero essere usate per individuare i punti di debolezza (Weaknesses)

In cosa non siamo abili?
In cosa i nostri competitor sono più bravi?
Di cosa si lamentano i nostri clienti?
Quali svantaggi ha il nostro team?
Che ostacoli abbiamo?
Quali risorse ci mancano?
Esiste una stima attendibile dei costi?

In cosa potremmo migliorare?

Domande che aiutano ad individuare i Punti di debolezza in un'analisi SWOT

Anche dopo aver risposto a queste domande il team di progettazione stilerà un elenco preciso dei punti di debolezza

Passiamo ora all'individuazione dei fattori esterni: Opportunità e Minacce.

Le seguenti domande, invece, potrebbero essere usate per individuare le opportunità (Opportunities)

Quali possibili cambiamenti normativi potrebbero aiutare il nostro business?

Il mercato sta cambiando in modo favorevole?

L'attuale situazione economica porterà effetti positivi sulla nostra azienda?

Quali opportunità non abbiamo ancora sperimentato?

Quali nuove opportunità sono emerse?

Il costo delle nostre merci è in diminuzione?

C'è un modo di acquisire risorse utili che ancora non abbiamo?

Esiste la possibilità per futuri sviluppi tecnologici?

Domande che aiutano ad individuare le Opportunità in un'analisi SWOT

Seguirà la stesura di una lista delle Opportunità.

Per l'individuazione delle Minacce esterne possibili i quesiti da porsi e a cui dare una risposta potrebbero essere:

Chi sono i nostri attuali competitor?
Quali concorrenti appena entrati sul mercato costituiscono una potenziale minaccia per la nostra attività di e-commerce?
Le dimensioni del nostro mercato sono in decrescita?
Il settore sta cambiando in modo tale da influire negativamente sulla nostra attività?
Il costo delle nostre merci è in aumento?
Le scorte su cui facciamo affidamento scarseggiano?
Le normative stanno cambiando a danno della nostra attività?
Un nostro produttore è inaffidabile?
I professionisti interessati per la realizzazione del progetto sono facilmente reperibili?
Domande che aiutano ad individuare le Minacce in un'analisi SWOT

Anche dopo queste domande e risposte deve seguire una lista dettagliata delle possibili minacce.

Dopo questa fase occorre rispondere alle seguenti domande:

- Come potrò fare ora per sfruttare al massimo ogni punto di forza elencato?
- Cosa potrò fare per migliorare ciascuna debolezza?
- Cosa potrò fare per sfruttare al massimo ogni opportunità elencata?
- Cosa potrò fare per aggirare o mitigare gli effetti dovuti a ciascuna minaccia?

Nel prossimo articolo ci occuperemo dei costi per la realizzazione di un sito di commercio elettronico.

Ti suggerisco alcuni libri molto economici e alcuni gratuiti per approfondire le tematiche dell'Analisi SWOT.

[Libri interessanti su Analisi SWOT](#)

Il costo di un sito e-commerce

In questo post iniziamo ad occuparci del costo di un sito e-commerce. Si perché la domanda più frequente che un imprenditore si pone è : Quanto costa un sito e-commerce?

E' una domanda legittima, anzi è necessario porsi questo quesito. Analizziamo una delle voci di costo dell'e-commerce, quella relativa alla soluzione software o piattaforma commerciale da adottare. Dalla scelta della soluzione software da adottare derivano altre scelte relative al progetto e altre voci relative al budget.

Piattaforme per l'e-commerce

Le piattaforme per l'e-commerce sono tante e qui ne valutiamo alcune per grandi linee, due gratuite e due a pagamento. Ci si può orientare verso Shopify, Magento, Prestashop, WooCommerce o anche altro. Vi dico subito che la soluzione che consiglio è [WooCommerce](#), basato su [WordPress](#). Basterebbe un solo dato per farci comprendere il perché di questa scelta: è al primo posto al mondo come piattaforma usata per l'e-commerce con il 64,3% delle installazioni totali. Al secondo posto c'è Shopify con appena il 6,2% delle installazioni. Inoltre è gratuita perché è

open source, dato da non sottovalutare affatto.

Piattaforme gratuite

Anche Prestashop è una piattaforma per l'e-commerce gratuita, basata sul linguaggio Php. Occorre precisare che per piattaforma gratuita si intende una piattaforma in cui l'imprenditore non paga canoni mensili o una percentuale sulle commissioni. In quelle gratuite il software usato per costruire il sito è gratuito, tuttavia si potrebbe pagare per l'installazione di temi particolari o componenti aggiuntivi. Un tema o template definisce l'aspetto grafico e in generale l'organizzazione delle pagine del sito. Avere un sito di e-commerce con un tema bello e funzionale è fondamentale per mettere a proprio agio i clienti. Sia WooCommerce che Prestashop hanno temi gratuiti e temi a pagamento. I temi di Prestashop a pagamento risultano essere più costosi di quelli di WooCommerce, inoltre l'installazione e configurazione di componenti, chiamati moduli in Prestashop e plugin e widget in WooCommerce, risulta decisamente meno complessa con WooCommerce. In generale occorre un costo maggiore per la gestione e l'aggiornamento di Prestashop. Infine la documentazione presente in WooCommerce non ha eguali e questo può fare la differenza nella risoluzione di problemi che potrebbero sorgere durante il ciclo di vita del sito e-commerce.

Piattaforme a pagamento

Tra le piattaforme a pagamento è da menzionare [Shopify](#), che come abbiamo visto è classificata al secondo posto di tutte le installazioni al mondo.

Per i costi ci sono [3 piani tariffari](#):

- piano Basic, euro 12/mese più 2% in media e euro 0,25 per ogni commissione;
- piano Shopify, euro 59/mese più 2% in media e euro 0,25 per ogni commissione;
- piano Advanced, euro 289/mese 1,6% in media per ogni commissione.

Anche se per i negozi di dimensione media o piccola il piano Basic potrebbe essere sufficiente, come vedete per esso ci sono spese per circa euro 144 all'anno, più i costi relativi ad ogni singola commissione che non sono affatto da trascurare.

Soprattutto questi ultimi costringerebbero i venditori ad aumentare il prezzo di vendita degli articoli o dei servizi offerti rispetto alla vendita che potrebbe avvenire su un sito realizzato con una piattaforma che non prevede costi per le commissioni, come WooCommerce. Offrire un articolo ad un prezzo più alto comporta essere meno competitivi sul mercato.

Per concludere Magento

Esistono due versioni di questa piattaforma, Magento Open Source, detta anche [Magento Community](#) che è gratuita e

Magento Enterprise che prevede il pagamento per una licenza annuale dal costo elevato. Quest'ultima versione però, è adatta solo ad aziende importanti che operano anche nel mercato B2B. Inoltre per la versione Enterprise è necessario che il sito risieda su server di Magento in America.

Libri interessanti sulle piattaforme e-commerce

In sintesi

Nell'articolo abbiamo iniziato a parlare del costo di un sito e-commerce, analizzando quello relativo alla piattaforma da usare per la creazione. Abbiamo analizzato alcune tra le soluzioni più usate e senza dubbio quella che consiglio è WooCommerce.

Avendola usata la suggerisco per economicità, funzionalità e facilità d'uso.

Il voto complessivo per WooCommerce è:

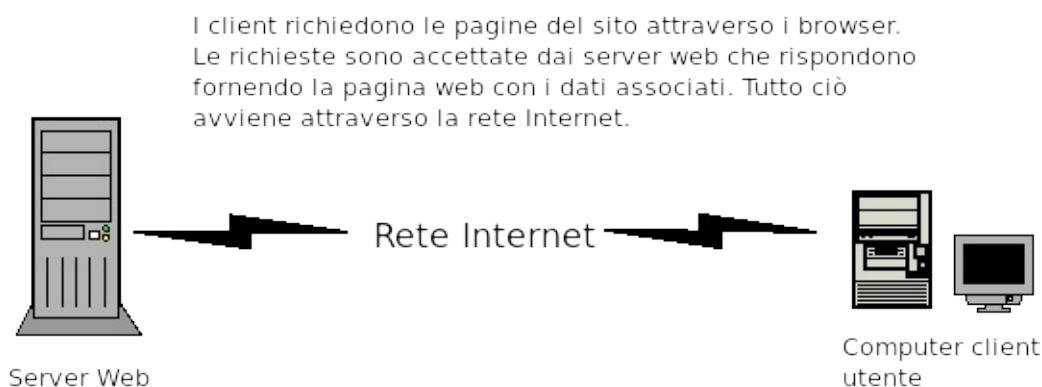


Voto per WooCommerce

[Libri interessanti su WooCommerce](#)

Scelta del servizio di hosting

In questo post analizzeremo la scelta del servizio di hosting e vedremo i fattori utili ad eseguire il confronto. In particolare prenderemo in esame i servizi hosting offerti da due società [SiteGround](#) e [Kinsta](#). Come accennato in un [precedente articolo](#) il servizio di web hosting è offerto da società che ospitano i siti internet del web. Queste società mettono a disposizione uno spazio fisico sui loro computer per contenere non solo il testo delle pagine web del sito, ma anche tutte le informazioni ad esse associate, quali immagini, video e codici collegati al sito. Quando i browser degli utenti Internet, ovvero i programmi di navigazione nel web quali Chrome o Firefox, richiedono una pagina web, i server la restituiscono insieme ai dati associati. Spesso le società di web hosting offrono anche il servizio di gestione delle caselle di posta elettronica collegate al dominio del sito, più altre funzionalità.



Funzionamento di un server web

SireGround e Kinsta sono host specializzati nell'ospitare siti WordPress e dunque anche siti di commercio elettronico creati con [WooCommerce](#).

Ci occuperemo in questo articolo anche di: [Tipi di servizio hosting](#), [I fattori da considerare nella scelta del servizio](#), [Confronto SiteGround e Kinsta](#).

Tipo di servizio

Ci sono varie modalità e tipologie di organizzazione di un servizio hosting:

- **Hosting condiviso:** Il tuo sito risiede su un computer su cui risiedono siti di altri utenti che condividono le risorse del server. E' una configurazione economica, ma anche poco veloce perché il server deve far fronte alle richieste client per più siti differenti;
- **Hosting dedicato:** Il tuo sito risiede su un server dedicato ad esso. Vi è un costo maggiore, ma anche maggior velocità in quanto le risorse del server sono dedicate solo al tuo sito. In questa modalità di hosting l'intero server è a tua disposizione e potrai accedervi in modalità super utente per configurarlo a tuo piacimento. L'imprenditore o un suo tecnico dovranno occuparsi della manutenzione e sicurezza del sito;

- **Virtual Private Server (VPS):** E' una via di mezzo tra le prime due configurazioni nel senso che l'utente ha la sensazione di poter accedere come super utente al servizio di hosting, ma esso è solo virtuale perché grazie ad una configurazione particolare si fa credere all'utente di possedere tutte le funzionalità dei server dedicato anche se in pratica il suo spazio fisico e le risorse sono condivise con altri utenti sullo stesso server;
- **Cloud hosting:** I dati del sito, ovvero immagini, testo, database, suoni, video ecc. sono dislocati su una rete di computer cloud la cui gestione è sempre a carico della società che offre il servizio hosting;
- **Hosting gestito:** Le pagine e i dati del sito sono su un server dedicato, con conseguente velocità, ma la gestione della sicurezza del server e la manutenzione è affidata alla società di hosting.

L'imprenditore, insieme ai tecnici, deve valutare la tipologia di hosting più adatta alle esigenze del sito e-commerce, analizzando anche i differenti costi.

Fattori da considerare per la scelta del servizio hosting

- **Traffico e larghezza di banda:** per traffico si intende il numero di accessi nell'unità di tempo. Per larghezza di banda si intende la quantità di dati trasferiti nell'unità di tempo. Se l'e-commerce prevede il trasferimento di brani audio, per esempio, la larghezza di banda richiesta sarà maggiore rispetto ad un classico sito e-commerce che offre beni materiali che saranno spediti;
- **La piattaforma usata per creare il sito:** nel [precedente articolo](#) ci siamo occupati delle piattaforme maggiormente

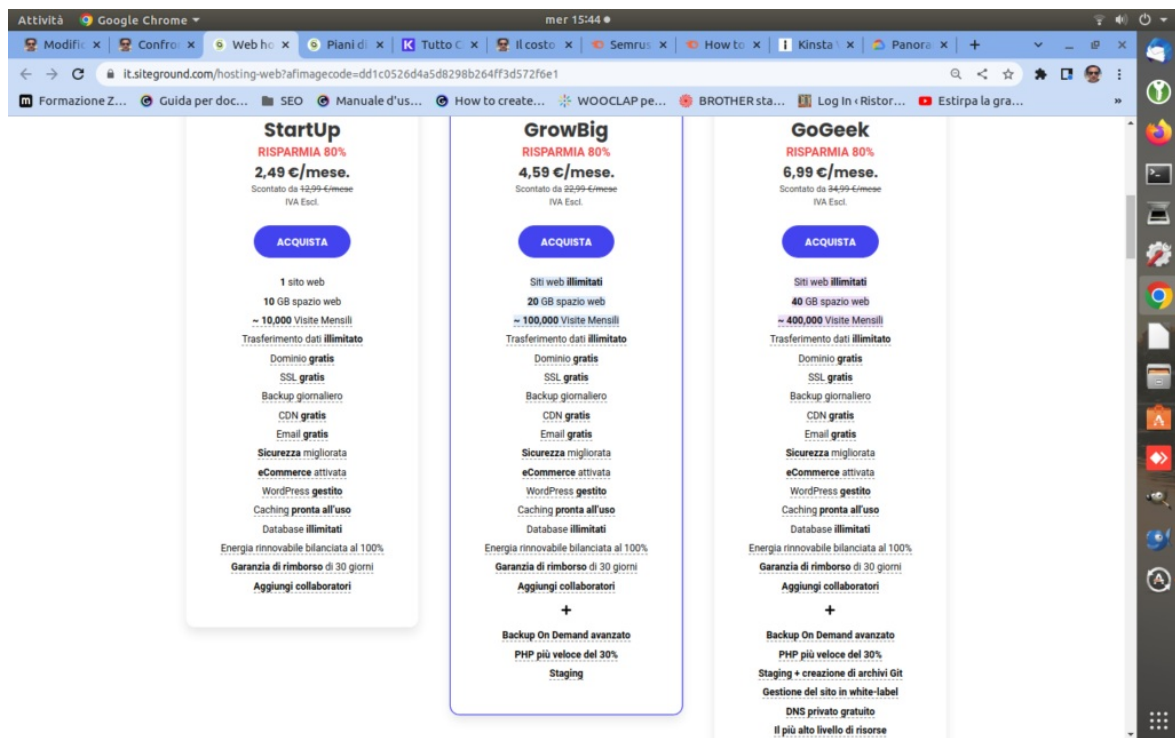
usate. Se si decide di usare WordPress con WooCommerce, per esempio, il servizio di hosting dovrà offrire tutte le caratteristiche affinché il sito possa essere installato con tale piattaforma (PHP, Database MySQL, ecc.)

- **Server gestito o meno:** Nel caso di server gestito è la società di hosting che si occupa della gestione e aggiornamento dei componenti software, esempio WordPress, PHP, DBMS (cioè il software di gestione del database), la gestione del sistema operativo, il firewall, la sicurezza, i certificati SSL, etc.
- **Assistenza online:** I tecnici della società di hosting rispondono 24 ore/24 alle chiamate, oppure rispondo efficacemente ai tickets? C'è un servizio di assistenza efficiente? Ricordiamo che se il servizio hosting si interrompe o il sito ha dei problemi ciò influisce negativamente sull'e-commerce;
- **Sicurezza:** La scelta deve anche tener conto della sicurezza offerta dall'hosting, cioè se ci sono firewall adeguati, sistemi di protezione da attacchi al sito, backup periodici del sito etc.

Confronto tra i servizi di hosting SiteGround e Kinsta

Hosting offerto da SiteGround

SiteGround è la soluzione più economica tra le due, adatta a piccole realtà che si affacciano all'e-commerce. L'immagine seguente mostra i piani hosting di SiteGround nel momento in cui scrivo.



Piani hosting offerti da SiteGround

Commentiamo le principali caratteristiche proposte analizzando l'offerta GoGeek:

Siti web illimitati significa che nello spazio web messo a disposizione ci possono essere più siti internet dell'utente. Lo spazio complessivo messo a disposizione è 40Gb di memoria di massa.

Trasferimento dati illimitato significa che non c'è un limite alla quantità di dati che possono essere trasferiti con riferimento a testo, suoni, immagini, etc.

Backup giornaliero significa che tutti i giorni viene eseguito un backup del sito e del database. E' importante che ci siano frequenti backup in modo da poter ripristinare il sito in caso di perdita dei dati.

CDN (Content Delivery Network). Cos'è un CDN? E' una rete di distribuzione di contenuti. Questa rete di computer contribuisce a velocizzare l'arrivo agli utenti delle pagine web del sito. E' molto importante perché un sito e-commerce lento, che fa attendere i suoi clienti, spesso li perde, infatti gli utenti in attesa spesso si rivolgono altrove. La CDN prevede la presenza di data center che offrono all'utente finale le informazioni del sito in tempi rapidissimi. I data center sono dislocati in più punti della Terra e comunicano tra loro con particolari protocolli. L'utente riceverà i dati del sito e-commerce molto più rapidamente perché messi a disposizione dal data center più vicino.



Spiegazione grafica di un CDN (immagine fornita da SiteGround)

WordPress gestito significa che troverai nel tuo spazio web già installato il CMS WordPress, con incluso il plugin WooCommerce per l'e-commerce. Non dovrai preoccuparti dell'aggiornamento di WordPress poiché, essendo gestito, di ciò si occuperanno direttamente i tecnici di Siteground.

Caching. Il caching si riferisce all'uso di **memorie cache** da parte del sistema di hosting. Una memoria cache velocizza il sistema di distribuzione delle pagine web all'utente Internet.

Se hai intenzione di attivare un sito e-commerce di dimensioni medio-piccole con un numero non elevato di prodotti o servizi da offrire, se pensi che il traffico che genererà sarà contenuto e se vuoi usufruire di dominio e caselle di posta elettronica incluse, allora puoi scegliere come servizio hosting SiteGround che fa il suo punto di forza nei costi contenuti.

Scegli SiteGround

Hosting offerto da Kinsta

Se desideri avere migliori prestazioni e clienti abbastanza soddisfatti della velocità del tuo sito e-commerce, nonché la possibilità di facile espansione del tuo sito, allora devi orientarti su Kinsta. Ovviamente il costo dei servizi hosting offerti da Kinsta è decisamente superiore rispetto a Siteground. Vediamo le principali caratteristiche di Kinsta:

- offre un servizio hosting di tipo VPS (Virtual Private Server) basato su Google Cloud Platform che offre una varietà di macchine virtuali (VM) equipaggiate con storage SSD e una connessione Internet veloce. Le macchine usate da Kinsta sono del tipo C2 ad alte prestazioni che supportano carichi di lavoro pesanti. Le macchine C2 sono i server più veloci della Google Cloud Platform;
- Kinsta supporta anche la tecnologia CDN con 34 data center dislocati sull'intero pianeta. Il proprietario di un sito e-commerce potrà così scegliere il miglior data center in base alla posizione geografica dei propri clienti velocizzando così la ricezione delle pagine web del sito;
- le prestazioni del DBMS MySql presente nel sito WordPress vengono ottimizzate settimanalmente;
- Kinsta offre sei tipi di backup: automatico/giornaliero gratuito, orario opzionale, manuale, generato dal sistema, scaricabile e backup esterni inviati automaticamente al vostro account Amazon S3 o Google Cloud Storage;
- il team di supporto è presente 24 ore su 24 per 365 giorni all'anno e il tempo medio delle risposte alle richieste dei

- clienti è di circa 2 minuti;
- protezione con firewall da attacchi DDoS.

Tra le altre funzioni offerte da Kinsta vi sono:

- la migrazione gratuita su Kinsta del vostro sito WordPress presente su altri servizi hosting;
- certificati SSL gratuiti;
- ambiente di staging, cioè una specie di ambiente di lavoro in cui testare il sito e-commerce prima di pubblicarlo in rete e andare dunque in produzione.

Se desiderate un servizio hosting super veloce, ad alte prestazioni, con assoluta sicurezza e assistenza ai massimi livelli allora Kinsta fa per voi. Il costo dell'hosting Kinsta parte da euro 35 al mese.

[Scegli Kinsta](#)

Scelta del nome di dominio

Nei precedenti post ci siamo occupati di alcuni costi necessari per aprire un negozio online. In particolare abbiamo esaminato [le piattaforme per la creazione dei siti e-commerce](#) e [come scegliere un servizio di hosting](#). Ci occuperemo qui soprattutto della scelta del nome di dominio di un sito e-commerce.

Occorre anche considerare altri costi per la creazione del nostro sito e-commerce quali l'acquisto del nome di dominio, i certificati SSL, eventualmente un tema per il commercio elettronico, alcuni componenti software indispensabili, spese per la carta di credito o per il [conto PayPal business](#) e i costi del personale per l'aggiornamento dei contenuti del sito (articoli, sconti, offerte ...) e per seguire i clienti online, se non si dispone di risorse umane interne in grado di fare ciò. Sono da considerare anche i costi per le attività di marketing, quelli per seguire le vendite online e infine il costo della realizzazione del sito.

Di cosa ci occuperemo

Non spaventarti se ho elencato tutte queste voci di costo, alcune non comporteranno spese elevate o addirittura potranno essere gratuite. In questo articolo ci occuperemo della [scelta del nome](#)

di dominio di un sito e-commerce e dell'importanza dei certificati SSL .

Queste voci, per esempio, potranno anche non comportare alcun costo!

Cos'è un dominio

Per spiegare in modo semplice questo concetto tecnico diciamo che il nome di dominio è un nome assegnato a un computer o a un gruppo di computer della rete Internet affinché ci si possa riferire ad essi in modo semplice. Se non esistessero i nomi di dominio gli uomini dovrebbero ricordare un indirizzo numerico per ogni computer e ciò comporterebbe problemi. Un computer della rete Internet, infatti, è indirizzabile attraverso un indirizzo numerico, chiamato indirizzo IP. Un esempio di indirizzo IP è 192.168.1.10 . Come si nota l'indirizzo IP è composto da 4 numeri separati da un punto. Per ovviare a questa difficoltà si è pensato che fosse più naturale riferirci ai computer della rete con un nome, invece che attraverso numeri. Questi nomi sono appunto i nomi di dominio. Così in Internet ci si può riferire ad un computer della rete attraverso il nome di dominio associato ad esso invece che con il suo indirizzo IP . Ci sono poi altri computer di Internet che si occupano di ricordare qual è l'indirizzo IP associato a un nome di dominio.

Ogni sito web ospitato su un servizio di web hosting deve avere un nome di dominio. Il nome del dominio di questo mio blog personale è **francescoc.it**

Scelta del nome di dominio

Da quanto visto il nome di dominio verrà associato univocamente al sito web dell' azienda. E' il nome attraverso cui il tuo marchio viene identificato nel web, dunque non può essere scelto a caso. Ci sono molte regole da considerare per la scelta di un opportuno nome di dominio per un sito e-commerce, vediamo le principali.

Nome disponibile

Deve essere innanzitutto un nome disponibile. Poiché non vi possono essere in Internet due nomi di dominio uguali, il nome non deve essere già usato in rete. Una volta che si è scelto va registrato e ciò può essere fatto anche attraverso il servizio messo a disposizione dalla società scelta per il servizio di hosting. Se il nome scelto è disponibile allora il costo annuo si aggira in poche decine di euro, [Siteground](#) lo offre gratis per il primo anno. Nel caso il nome scelto non sia disponibile, perché già in uso, potrebbe essere in vendita. Potrebbe costare molto e in tal caso un'utile alternativa potrebbe essere quella di cambiare estensione o meglio di usare un'estensione alternativa, come vedremo in seguito.

Nome corto

Non può essere un nome lungo, meglio breve, perché più facilmente ricordabile. Non solo, deve essere anche facilmente scrivibile dalla tastiera del Pc e anche da smartphone. Ricordo che il nome di dominio è presente anche nelle caselle di posta elettronica collegate al vostro sito. Qual è dunque più facile da ricordare e scrivere `info@francescoc.it` , che è l'indirizzo di posta elettronica associato a questo sito o per esempio `info@francesco_colucci156.it` ? Ovviamente il primo.

Che ricordi il marchio

Cerca di inserire il nome del tuo marchio nel dominio poiché lo ricorderanno e lo assoceranno meglio alla tua azienda. Se il tuo ristorante di Bari che vende online piatti della cucina pugliese si chiama Riso & Cozze , intuitivamente i clienti scriveranno nella barra degli indirizzi Internet del loro browser `risoecozze.it` . Dunque in questo esempio, registrando il dominio del sito online con il medesimo nome del ristorante molti utenti riusciranno ad accedervi senza conoscere con precisione il suo [URL](#).

Scegli l'estensione opportuna

Vanno fatte alcune considerazioni sulle estensioni di primo livello dei nomi di dominio, cioè `.com` oppure `.it` o `.net`. Sicuramente `.com` è l'estensione più ricordata, `.it` invece viene

usata per i siti registrati in Italia e via dicendo, ma anche le nuove estensioni non sono da trascurare per dare un tocco di originalità al sito, soprattutto se l'estensione tradizionale che abbiamo in mente non è disponibile. Sono estensioni innovative per esempio *.online* , *.store* (ideale per i nuovi siti e-commerce), *.tech* (per tutto ciò che riguarda la tecnologia), *.site* . I motori di ricerca e Google in particolare non penalizzano i siti i cui nomi hanno le nuove estensioni di primo livello.

Certificati SSL

Ogni sito di commercio elettronico deve usare i certificati SSL. La presenza di tali certificati è necessaria per implementare il protocollo web https . La s finale di https, senza entrare nei dettagli informatici, garantisce che le informazioni che viaggiano nel web tra utente e computer server siano criptate, ovvero non siano trasmesse in chiaro. Le informazioni riservate che viaggiano in rete Internet potrebbero essere intercettate da malintenzionati della rete attraverso particolari programmi se queste non fossero protette dalla cifratura. I certificati SSL garantiscono la connessione protetta del protocollo https . E' facile intuire che senza di essi nessuna informazione riservata, dai dati personali ai numeri di carta di credito, potrebbe essere inviata in modo sicuro sulla rete.

I motori di ricerca, incluso Google, penalizzano nei risultati di

ricerca i siti che non utilizzano il protocollo https . A maggior ragione esso è indispensabile per i siti di commercio elettronico. Anche i clienti e in generale gli utenti del web diffidano ormai dal navigare verso siti che non usano i certificati SSL e i browser come Firefox e Chrome mettono in guardia quando un utente tenta di accedere ad un sito che non usa i certificati SSL.

Data l'importanza di questi certificati aziende di web hosting come Aruba, SiteGround e Kinsta li includono sempre nei loro piani di hosting e [SiteGround](#) , [Kinsta](#) , Aruba e altri li offrono gratuitamente.

In sintesi

In questo post ci siamo occupati della scelta del nome di dominio per un sito e-commerce e dell'importanza e della necessità di implementare un sito che abbia i certificati SSL.

Non perderti i successivi articoli in cui continueremo ad analizzare le altre voci relative al budget di un sito di commercio elettronico.

Il tema WooCommerce

In questo appassionante viaggio nella realizzazione di un sito di commercio elettronico con WooCommerce ci occupiamo ora della scelta del tema. Un tema, come visto in un [precedente post](#), è l'insieme delle caratteristiche grafiche delle pagine del sito. Esso definisce dunque il layout di una pagina, ovvero l'aspetto grafico e può essere gratuito o a pagamento. In questo post parleremo delle [caratteristiche](#) principali dell'aspetto grafico di un sito e-commerce, di [come scegliere un tema](#), e vedremo in dettaglio [5 temi](#) gratuiti per WooCommerce

I colori, il logo, il titolo e il motto del tuo sito

Colori, logo, titolo e motto sono le caratteristiche che identificano il tuo sito e lo rendono differente, quindi riconoscibile nel mondo dell'e-commerce.

Il titolo del tuo sito dovrebbe essere uguale al [nome del tuo dominio](#) o avvicinarsi molto ad esso.

Il logo invece è una piccola immagine che raffigura il tuo prodotto o la tua identità. Se la tua azienda ha già un logo nel mondo reale è logico riprodurlo in digitale per il web, rappresentarlo graficamente e inserirlo nel tuo negozio online. Se la tua attività non ha un logo è giunto il momento di crearlo. Il

logo della tua azienda è un'informazione che si memorizza facilmente e aiuta molto per identificarla, per identificare i servizi o i prodotti che essa offre. Occorre perciò prestare molta attenzione alla sua realizzazione. Il logo dovrebbe possedere queste caratteristiche:

- essere unico. L'unicità deriva dal fatto che deve identificare univocamente la tua attività, senza ambiguità;
- essere originale. L'originalità, infatti, aiuta a ricordarlo;
- essere semplice. Non può essere complicato perché oltre ad essere riprodotto sul sito dovrà essere presente anche sui biglietti da visita, sulla carta intestata, sugli imballaggi, sulle insegne, nella pubblicità e sui media. Dovrà essere scalabile poiché dovrà essere riprodotto in diverse dimensioni e pertanto si consiglia di realizzarlo con una [grafica vettoriale](#). Si consiglia di usare pochi colori, al massimo tre. Anche nella scelta dei colori ci si deve orientare in base al target dei potenziali clienti.

Esistono anche software che possono aiutare nella creazione del logo, come [Logaster](#), [Designcrowd](#) o [Canva](#).

Infine il **motto** o tagline. E' uno slogan che descrive meglio l'attività principale del tuo e-commerce. Titolo e motto aiutano il visitatore a orientarsi e spesso potrà decidere di cambiare sito se non sono sufficientemente convincenti. Il motto dovrebbe:

- spiegare con una frase cosa fa la tua azienda;
- essere breve, al massimo 60 caratteri. Famosissimo quello

- della Nike che per anni è stato “Just Do It”;
- essere facilmente ricordabile.

Per crearlo il gruppo di lavoro potrebbe partire con un’attività di **braistorming** e successivamente rispondere a queste domande:

- come la tua attività può aiutare i tuoi clienti?
- qual è il tuo servizio?
- perché un utente dovrebbe acquistare dal tuo sito?

Dalle risposte a queste domande potrebbe scaturire più facilmente un motto appropriato e interessante per il sito.

Come scegliere un tema

Definiti quali siano gli elementi principali che caratterizzano l’identità della tua azienda esaminiamo ora come scegliere un tema che li metta ben in evidenza. Così come le vetrine, l’ingresso, l’arredamento e gli scaffali sono fondamentali per attirare clienti in un negozio fisico, così il tema del tuo sito dovrà avvicinare i clienti online al tuo e-commerce. Queste sono le caratteristiche che dovrai tener d’occhio:

- che sia responsive, ovvero capace di mostrare correttamente le pagine sia se il sito venga visualizzato sugli schermi dei desktop, sia su quelli dei tablet e sia su smartphone;
- che sia un tema leggero e veloce nella visualizzazione delle pagine. Abbiamo visto che se il cliente è costretto ad

- attendere molto tempo per il caricamento della pagina, spesso abbandona il sito;
- meglio se gratuito. Ci sono temi a pagamento che non sono molto più belli e completi di quelli gratuiti, dunque perché spendere inutilmente soldi. A volte un tema lo si può installare e usare gratuitamente, poi in più viene proposto l'aggiornamento con una versione a pagamento. Non sempre però, le funzioni aggiuntive proposte rispetto alla versione gratuita sono indispensabili;
 - scegliere temi che non hanno bisogno di molti plugin aggiuntivi per poter funzionare bene;
 - che sia un tema orientato per WooCommerce. Infatti WooCommerce aggiunge pagine di **prodotti**, carrello e checkout al tuo sito. Un tema ideale per i negozi online includerà i layout per queste pagine. Meglio se è un tema basato su Storefront, il tema suggerito e realizzato dagli stessi autori di WooCommerce;
 - Scegliere possibilmente un tema specifico per il settore della tua attività. Ci sono temi per e-commerce di abbigliamento, di profumi, per hotel, ristoranti online, elettrodomestici, mobili, ecc.

Il consiglio che mi sento di dare è quello di riflettere con calma e valutare con attenzione il tema da adottare, senza avere fretta. Leggere attentamente la descrizione delle sue caratteristiche e guardare la demo del tema che si intende adottare sono 2 ottime cose. Tutti i temi hanno infatti una demo, cioè una specie di anteprima, una rappresentazione semplificata del layout proposto. Infatti se si installasse un tema e lo si adattasse alle proprie esigenze e poi si decidesse di cambiarlo, allora la migrazione ad un altro tema comporterebbe un bel po di lavoro,

dunque più tempo e ulteriori costi. Inoltre i temi possono essere installati su WordPress e poi provati in anteprima sui contenuti del sito finora realizzati.

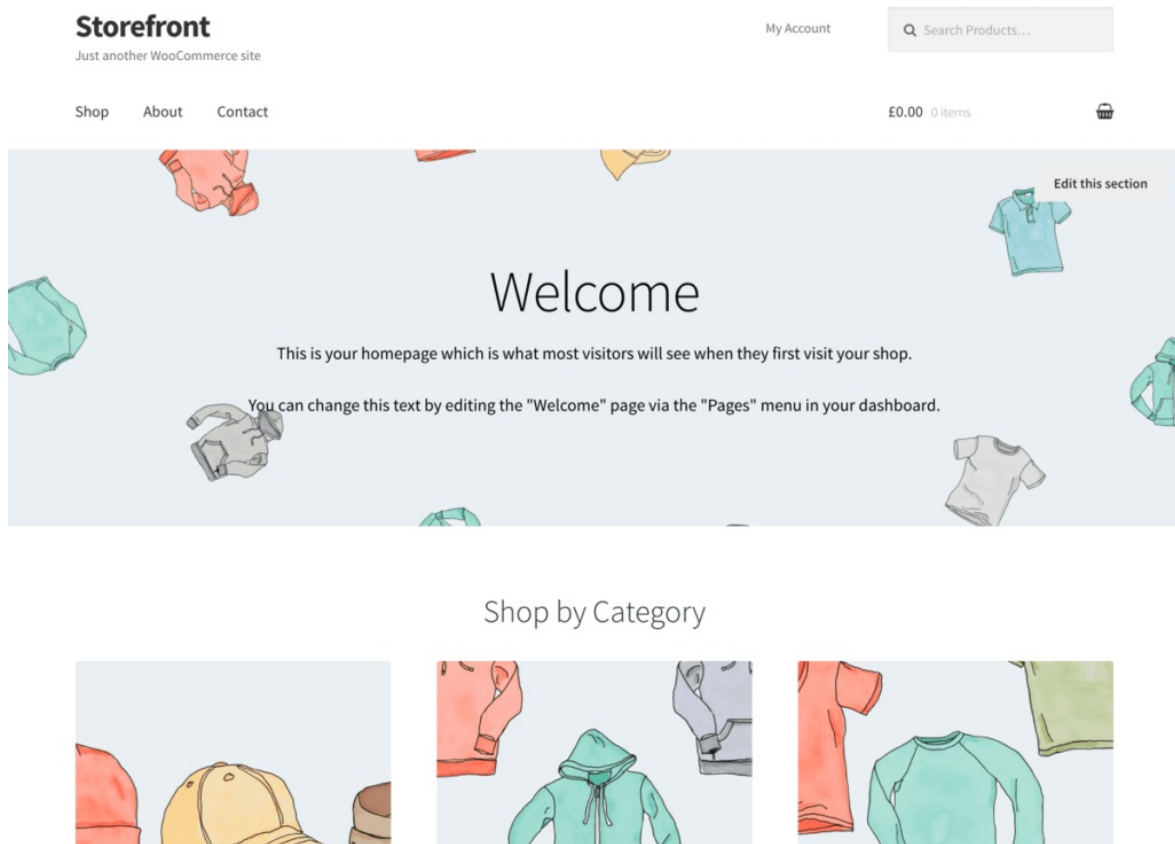
Spesso si procede così: si installano più temi che potrebbero essere i candidati e si provano facendo vedere ai dirigenti il sito con ciascuno di questi temi per una prima valutazione. Una volta individuato il tema che potrebbe andar bene si inizia a configurarlo per adattarlo alle proprie esigenze. Ovviamente tutte le prove circa l'aspetto grafico potranno essere fatte nell'[ambiente di staging](#) del proprio sito, ambiente messo a disposizione sia da [SiteGround](#) che da [Kinsta](#).

5 Temi gratuiti per WooCommerce

Voglio ora proporti alcuni temi per WooCommerce. Per essi vi è una versione gratuita e una versione Pro a pagamento che offre ulteriori possibilità di configurazione rispetto alla versione free. Per quelli a pagamento il costo può essere veramente ridotto, ovvero circa qualche decina di euro all'anno!

Ecco alcuni tra i temi gratuiti più interessanti.

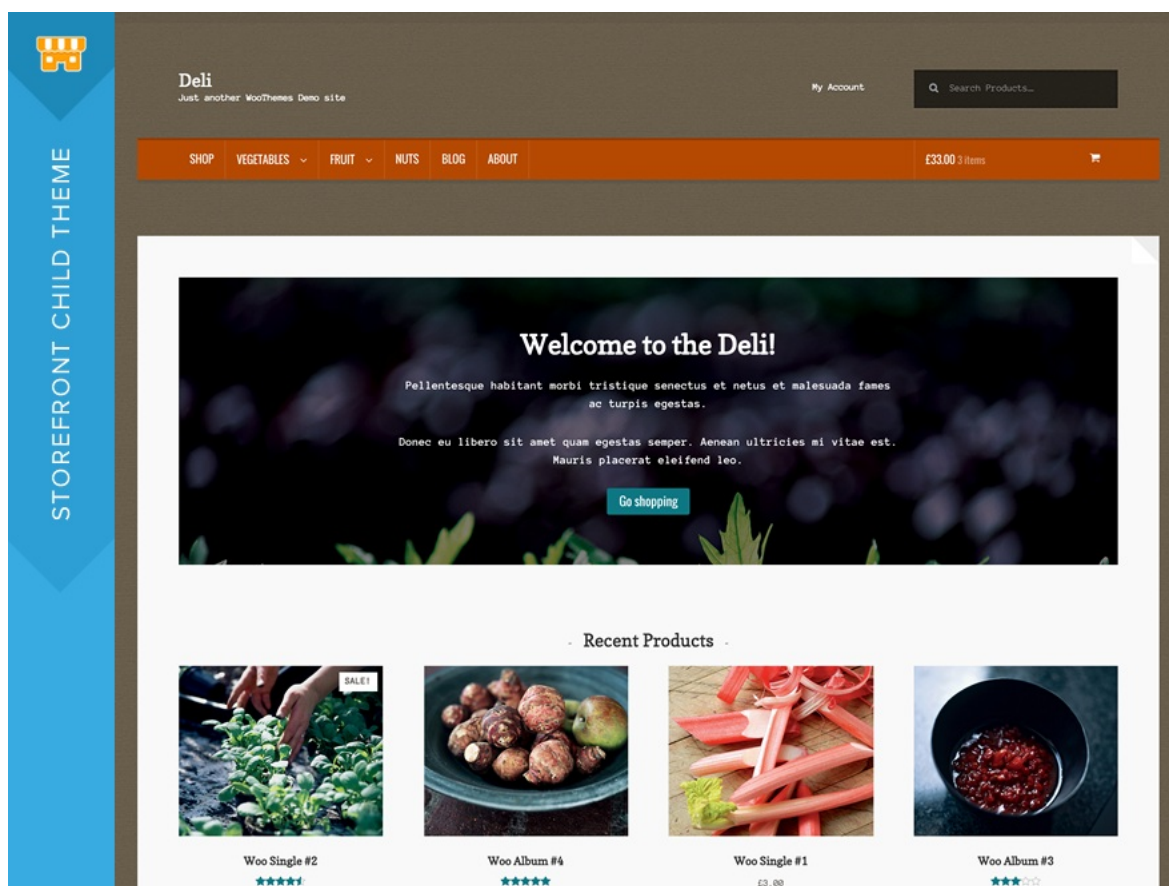
[Storefront](#) (gratuito)



Il tema Storefront

Il tema Storefront è stato creato dagli stessi sviluppatori di WooCommerce, quindi è assicurata la piena integrazione con esso. Ciò significa che anche i successivi aggiornamenti di Storefront saranno pienamente compatibili con WooCommerce. Ha un layout responsive, un sistema a griglia per la visualizzazione degli articoli e ottime prestazioni SEO. Scegliendo Storefront si va sul sicuro!

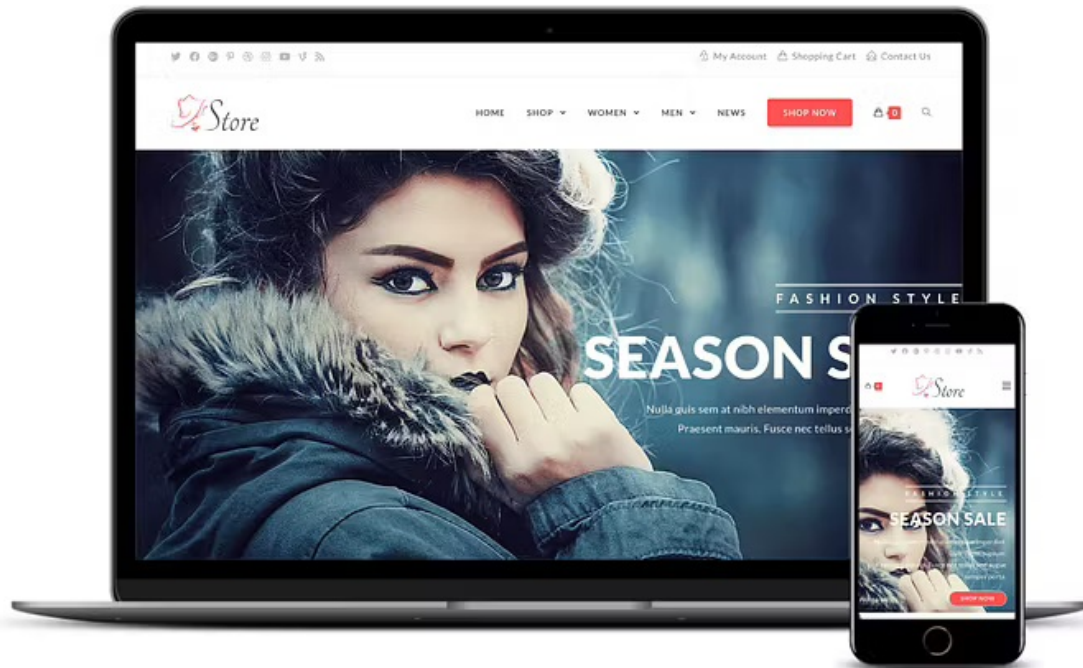
Deli (gratuito)



Screenshot di Deli

Deli è un tema molto bello, semplice ed è derivato da Storefront, ha quindi tutte le funzionalità necessarie per essere perfettamente integrato con WooCommerce. Il suo aspetto è ideale per essere utilizzato con negozi che vendono prodotti naturali, biologici o fatti a mano.

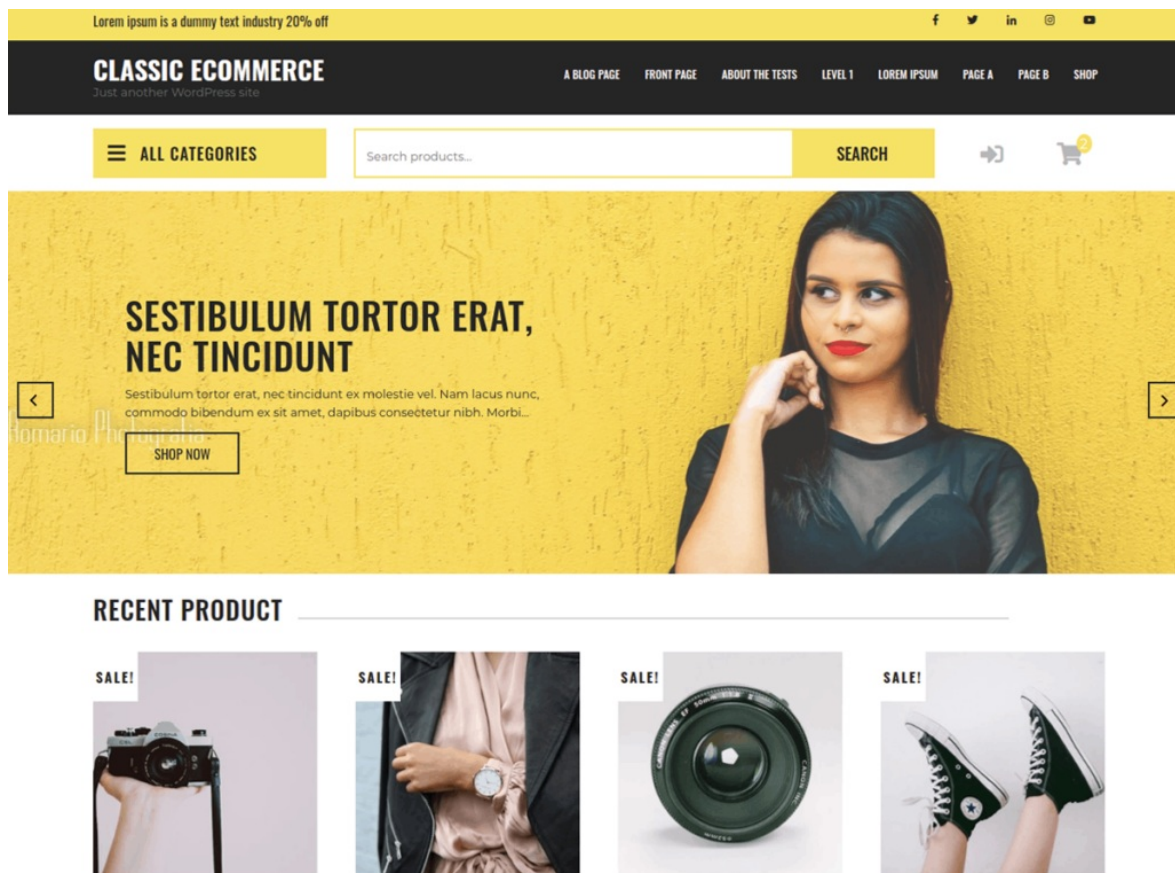
OceanWP (gratuito, versione Pro a partire da \$ 43 all'anno)



Il tema OceanWP

Questo tema multi uso risulta essere flessibile, responsive, facilmente configurabile anche da non esperti e compatibile con WooCommerce. Si caratterizza per un aspetto grafico accattivante e ciò risulta utile per attirare clienti.

Classic Ecommerce (gratuito)

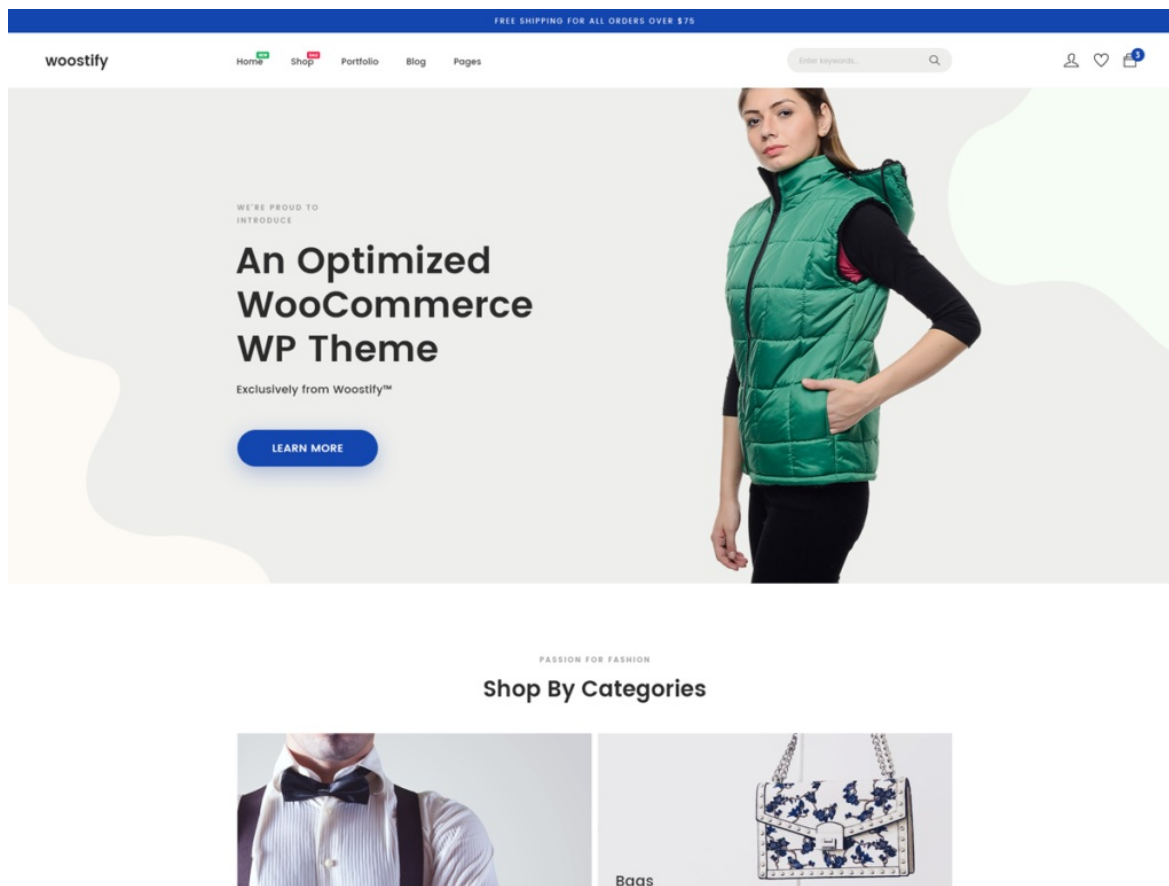


Anteprima del tema Classic Ecommerce

Questo tema potrebbe essere utilizzato per tutti i tipi di negozi online di e-commerce, inclusi scarpe, orologi, attrezzature sportive, tecnologia, prodotti digitali, negozio affiliato, giocattoli per culle, borse, smartwatch, etc.

È completamente compatibile con tutte le opzioni WooCommerce. Il modello ha un design minimale ed è responsive, è soprattutto ottimizzato per i dispositivi mobili.

Woostify (gratuito e versione Pro a partire da \$49 all'anno)



Il tema Woostify

Woostify è un tema WooCommerce veloce, leggero, reattivo e super flessibile creato pensando a SEO, velocità e usabilità. Potrai creare qualsiasi tipo di sito Web come negozio, agenzie commerciali, portale per Università, sito di consulenza, ristorante online, studio medico online e così via. Woostify è compatibile con WooCommerce e potrai ampliare le possibilità di configurazione con la versione Pro con prezzi a partire da \$ 49 all'anno per sito.

E' tutto per questo post. Non perderti i successivi articoli su questo blog.

Se vuoi approfondire e leggere uno straordinario libro su WordPress e WooCommerce ti suggerisco il libro di Lisa Sims dal titolo “WordPress e WooCommerce La soluzione completa per l’e-commerce”.

[WordPress e WooCommerce](#)

I migliori plugin per WooCommerce

Continua il nostro viaggio verso la creazione di un sito di e-commerce. In questo post ci occupiamo di conoscere quali siano i migliori plugin per WooCommerce. Alcuni di questi sono gratuiti, altri a pagamento. Vedremo come questi ultimi possono incidere sul budget per il nostro negozio online. Molti di questi plugin sono specifici e funzionali al funzionamento di un sito e-commerce, altri sono utili anche per siti WordPress non specifici per il commercio elettronico. In questo post ci occuperemo dei seguenti plugins: [Akismet spam protection](#), [Easy WP SMTP](#), [WooCommerce Tools](#), [WooCommerce PayPal Payments](#), [Advanced Shipment Tracking](#), [Stock Manager for WooCommerce](#) e [Woocommerce Pdf Invoices Italian add-on](#)

Il primo plugin è veramente indispensabile tale da essere abilitato automaticamente su tutti gli host che gestiscono automaticamente WordPress.

[Akismet spam protection](#) (indispensabile, per i siti commerciali a pagamento)

Akismet controlla i commenti e gli invii che arrivano attraverso il modulo di contatto e li confronta con il suo database globale

dello spam, per proteggere te e il tuo sito dai contenuti malevoli. Puoi revisionare i commenti spam catturati dalla voce “Commenti” del menu della Bacheca del tuo blog/sito.

Funzionalità principali di Akismet:

- Controlla automaticamente tutti i commenti per individuare spam;
- gli URL sono mostrati nel corpo dei commenti per mostrare link nascosti o ingannevoli;
- consente al moderatore di controllare il numero di commenti approvati per ogni utente;
- blocca gli spam.

Una volta attivato il plugin ti verrà richiesto di ottenere una chiave API da Akismet.com da utilizzare. Le chiavi sono gratuite per i blog personali; sono disponibili sottoscrizioni a pagamento per siti web di tipo business e commerciali.

Easy WP SMTP (indispensabile, gratuito)

In un negozio online è necessario inviare email dall'interno del sito. Un componente molto utile per tale scopo è Easy WP SMTP. E' sicuramente necessario che il gestore del sito e-commerce riceva segnalazioni via e-mail, ma anche gli utenti Internet che accedono al sito potrebbero essere raggiunti da email, come per esempio accade con le attività di email marketing.

Come dice il titolo stesso questo plugin semplifica l'invio di posta elettronica attraverso il protocollo SMTP dall'interno di WordPress. E' un plugin utilizzato molto all'interno dei siti WordPress e non solo in quelli specifici per l'e-commerce, inoltre è gratuito. Dopo l'installazione occorre definire alcuni parametri per la corretta configurazione, quali:

- Indirizzo Email Mittente, cioè l'indirizzo email che comparirà come indirizzo del mittente. In questo caso potrai usare un indirizzo email che disponi e che è associato al dominio del sito;
- Nome Mittente, ovvero il nome del mittente delle email, come per esempio il nome del tuo sito;
- Host SMTP, il tuo server di posta in uscita (esempio: smtp.gmail.com)
- Tipo di Cifratura che potrà essere nessuno, SSL o TLS;
- Porta SMTP, cioè la porta che verrà usata per consegnare la posta in uscita al tuo server mail (esempio: 465)
- Autenticazione SMTP, cioè se il tuo server SMTP specificato richiede o meno l'autenticazione per poter inviare l'email;
- Username per il nome utente utilizzato per l'autenticazione al server precedente;
- La Password usata per l'autenticazione al tuo server mail.

WooCommerce Tools (opzionale, gratuito)

Questo plugin consente di inserire

- un pulsante per aggiungere velocemente il prodotto alla lista dei preferiti;
- Un pulsante configurabile per ogni articolo che consente una

- vista rapida e più dettagliata del prodotto;
- una ricerca avanzata per WooCommerce;
- il Confronto tra prodotti;

Come spiegato bene nel seguente [post sulla lista dei preferiti](#) o wishlist, la lista dei preferiti è utilissima perché l'utente salva i prodotti di suo interesse per valutare con calma prima dell'acquisto o per acquistare in un secondo momento quando ritornerà sul sito. Le wishlist di WooCommerce memorizzano i prodotti preferiti degli utenti senza richiedere ad essi una registrazione sul sito.

WooCommerce PayPal Payments (indispensabile, gratuito)

Se hai deciso di abilitare i pagamenti con [PayPal](#), sul tuo sito e-commerce fatto con WooCommerce, allora questo componente è ideale per te e ti suggerisco di installarlo. Dopo l'installazione sarà necessario configurare il plugin collegandolo innanzi tutto con un conto PayPal business. Ricordo che un conto PayPal business non necessita di un pagamento iniziale o periodico per il cliente, ovvero è gratuito. Potrai anche aprire un conto PayPal Sandbox, cioè un conto fittizio, da usare solo per il testing ed operare con esso. Il creatore del sito potrà far testare le funzionalità di un conto PayPal proprio con un conto PayPal Sandbox. Le operazioni avverranno realmente solo che nessuna somma reale di denaro sarà di fatto trasferita tra i clienti che acquistano e il conto del proprietario del negozio.

Advanced Shipment Tracking (Monitoraggio avanzato delle spedizioni per WooCommerce) (opzionale, gratuito)

Questo eccellente plugin consente di gestire e monitorare meglio le spedizioni. Consente di inserire informazioni di tracciamento ed evasione degli ordini, tiene informati i tuoi clienti, riduce il tempo dedicato alle richieste post-spedizione, aumentando la soddisfazione generale del cliente.

Inoltre invia ai clienti importanti informazioni di spedizione come il numero di tracciamento e il corriere. Le informazioni di tracciamento saranno visualizzate nelle e-mail di stato dell'ordine e nella pagina "Visualizza ordine" (il mio account). Il link di tracciamento consentirà ai tuoi clienti di tracciare la loro spedizione sul sito web del fornitore di spedizioni. Infine è da sottolineare che possono essere selezionati oltre 300 fornitori di spedizioni.

Stock Manager for WooCommerce (opzionale, gratuito)

Questo plugin assolutamente gratuito è indispensabile per una corretta gestione dell'inventario del tuo magazzino online. E' utilissimo per la gestione delle scorte dei prodotti in modo semplice e in un'unica videata. Di un prodotto si potranno gestire i seguenti attributi:

- l'SKU

- il nome del prodotto;
- lo stato fiscale, cioè se soggetto a tassazione o meno;
- la categoria fiscale;
- la classe di spedizione, utilizzate da alcune modalità di spedizione per raggruppare prodotti simili;
- il prezzo di vendita;
- il peso;
- le scorte;
- gli ordini arretrati

inoltre potrai:

- visualizzare l'immagine in miniatura del prodotto;
- filtrare i prodotti per tipo, categoria, gestione delle scorte o stato delle scorte.

Woocommerce Pdf Invoices Italian add-on (indispensabile, a pagamento)

Aggiunge a WooCommerce tutto il necessario per un e-commerce italiano.

Infatti da gennaio 2019 è in vigore nel nostro paese la fatturazione elettronica, prevista anche da aprile 2022 per coloro che sono in regime forfettario . Questo plugin si occupa esattamente di questo, ovvero di generare le fatture elettroniche.

Per funzionare al meglio delle sue possibilità gli autori di questo plugin consigliano di associare un modulo per la generazione automatica delle fatture, come il plugin **gratuito** di Ewout Fernhout's WooCommerce PDF Invoices & Packing Slips plugin

che è in grado di numerare automaticamente le fatture e di stamparle o inviarle in formato PDF.

Inoltre direi che diventa utile acquistare anche il plugin [WooCommerce Invia Fattura Elettronica via PEC](#) (**opzionale, a pagamento**) perché consente l'invio diretto della fattura XML, generata con WooCommerce pdf invoices italian add-on, via PEC al sistema di interscambio dell'Agenzia delle Entrate;

In sintesi

Ci siamo occupati di alcuni plugins per WooCommerce. I plugins sono componenti software a corredo del sito e-commerce per aggiungere funzionalità spesso indispensabili. Tuttavia non bisogna esagerare ed installare solo quelli strettamente necessari, perché usarne molti porta ad un rallentamento dei tempi di risposta del sito. E' compito del progettista scegliere il giusto compromesso tra funzionalità e velocità del sito. Per approfondire ti propongo due link interessanti, il primo relativo alle [estensioni consigliate da WooCommerce](#), classificate magistralmente e l'altro dal [blog di SiteGround](#).

Indice

Guida per creare un sito e-commerce, 1° parte	2
Cos'è WooCommerce	4
La progettazione di un sito e-commerce	9
Il costo di un sito e-commerce	17
Scelta del servizio di hosting	22
Scelta del nome di dominio	31
Il tema WooCommerce	37
I migliori plugin per WooCommerce	48