

Indice

<i>Introduzione</i>	pag.	13
1. Panoramica sul mercato elettronico	»	15
1.1. Cosa è il mercato elettronico.....	»	16
1.2. Gli strumenti di acquisto della Pubblica Amministrazione	»	18
1.2.1. Le convenzioni	»	20
1.2.2. Il MePA.....	»	20
1.2.3. Gli accordi quadro.....	»	21
1.2.4. Il sistema dinamico di acquisizione (SDAPA)	»	21
1.2.5. Le gare telematiche.....	»	21
1.3. Perché è importante iscriversi al MePA.....	»	22
1.4. Il mercato elettronico privato.....	»	25
1.4.1. E-commerce.....	»	25
1.4.2. Marketplace.....	»	27

1.4.3. Dropshipping.....	»	28
1.4.4. Aste online	»	29
1.5. Vantaggi e svantaggi del mercato elettronico	»	30
1.6. Andare online con il proprio e-commerce	»	31
1.7. Trend di crescita del mercato elettronico	»	32
1.7.1. La situazione nel mondo.....	»	32
1.7.2. La situazione in Europa.....	»	33
1.7.3. La situazione in Italia	»	35
1.8. Come vendere i propri prodotti o servizi sul mercato elettronico.....	»	36
1.9. Le piattaforme web	»	38
1.9.1. Il problema delle piattaforme.....	»	41
1.9.2. In che modo le piattaforme digitali stanno cambiando il mercato.....	»	43
2. La sicurezza nel mercato elettronico	»	45
2.1. Il problema della sicurezza.....	»	45
2.2. Firewall, antivirus, browser e sistema operativo	»	48
2.3. Controllo delle transazioni (https).....	»	49
2.4. Autorevolezza del sito di e-commerce	»	50
2.5. Firma digitale.....	»	50
3. Il mercato elettronico privato: strategie di vendita sul web	»	53
3.1. I 7 pilastri del digital marketing.....	»	54
3.1.1. Web marketing plan	»	55
3.1.2. Selezionare.....	»	58
3.1.2.1. Valutazione del proprio mercato – la nicchia ..	»	59
3.1.2.2. Analisi di mercato	»	61
3.1.2.3. Analisi della concorrenza	»	62
3.1.2.4. Brand positioning	»	62
3.1.2.4.1. Origini	»	62

3.1.2.4.2. Cosa significa brand positioning	»	63
3.1.2.4.3. Come fare brand positioning in Italia	»	64
3.1.2.4.4. Dalla teoria alla pratica	»	66
3.1.2.5. Il piano strategico	»	67
3.1.2.6. Come si testa il mercato sul web	»	68
3.1.2.7. Selezionare il pubblico	»	68
3.1.2.8. I buyer personas	»	68
3.1.2.9. Analisi dei bisogni e trend di mercato	»	70
3.1.2.10. Bisogni, desideri e domanda	»	71
3.1.2.11. Analisi dei trend di mercato	»	73
3.1.2.12. Analisi delle keyword	»	75
3.1.3. Attrarre	»	76
3.1.3.1. Come farsi trovare	»	76
3.1.3.1.1. Sistemi gratuiti	»	77
3.1.3.1.2. Sistemi a pagamento	»	78
3.1.4. Capitalizzare	»	80
3.1.4.1. Video marketing	»	86
3.1.5. Socializzare	»	88
3.1.5.1. Dialogare con il pubblico	»	89
3.1.5.2. Social media strategy	»	90
3.1.5.3. Facebook	»	91
3.1.5.4. Altri social	»	93
3.1.6. Vendere	»	94
3.1.6.1. I 12 proiettili di una lettera esplosiva	»	97
3.1.7. Misurare	»	101
3.2. Riepilogo	»	103
4. Il mercato elettronico della Pubblica Amministrazione	»	105
4.1. I 5 errori da evitare con il MePA	»	107
4.1.1. Registrazione senza abilitazione	»	107

4.1.2. Compilazione errata del catalogo	»	110
4.1.3. Scelta di keyword sbagliate	»	110
4.1.4. Mancanza di rinnovi	»	111
4.1.5. Consultare le RdO solo dai messaggi personali	»	112
4.2. Come registrarsi al MePA – La registrazione base	»	112
4.2.1. Chi può registrarsi	»	113
4.2.2. La vetrina dei bandi MePA	»	114
4.2.3. Come eseguire la registrazione base	»	117
4.3. L’abilitazione.....	»	120
4.3.1. I 7 passi della procedura di abilitazione	»	122
4.3.2. Cosa fare dopo l’invio della domanda di abilitazione...	»	131
4.4. La gestione del catalogo	»	134
4.4.1. Come cercare altri fornitori e i loro articoli	»	135
4.4.2. La compilazione del catalogo.....	»	137
4.4.3. La compilazione attraverso la modalità web	»	139
4.4.3.1. Inserimento di nuovi articoli	»	139
4.4.3.2. Aggiornare gli articoli già inseriti	»	142
4.4.3.3. Cancellare gli articoli già inseriti.....	»	143
4.4.3.4. Invio del catalogo web firmato.....	»	143
4.4.4. Compilazione attraverso la funzionalità massiva	»	144
4.4.4.1. Indicazioni utili alla compilazione del file Excel	»	144
4.4.4.2. Sostituzione integrale del catalogo e inserimento nuove offerte xls	»	145
4.4.4.3. Aggiornamento offerte xls – Foglio di calcolo..	»	148
4.4.4.4. Cancellazione offerte xls – Foglio di calcolo	»	149
4.4.4.5. Aggiornamento massivo prezzi catalogo	»	150
4.5. La gestione delle vendite	»	151
4.5.1. L’ordine diretto di acquisto (OdA)	»	152
4.5.1.1. Come accettare ed evadere un ordine diretto .	»	153
4.5.2. La richiesta di offerta (RdO).....	»	154

4.5.2.1. Come consultare le RdO	»	155
4.5.2.2. Procedura di risposta ad una RdO	»	158
4.5.2.3. Cosa fare dopo l'invio dell'offerta	»	162
4.5.2.4. Stipula del contratto	»	163
4.5.2.5. Accesso alla seduta pubblica.....	»	164
4.5.3. La trattativa diretta.....	»	165
4.5.3.1. Come rispondere a una trattativa diretta.....	»	166
4.5.3.2. Invio dell'offerta	»	168
4.5.3.3. La stipula della trattativa.....	»	168
4.5.3.4. L'area comunicazioni.....	»	169
4.6. Le scadenze nel MePA.....	»	169
4.6.1. Il rinnovo dell'autocertificazione.....	»	169
4.6.1.1. Come rinnovare	»	170
4.6.2. L'aggiornamento del catalogo a scadenza.....	»	171
4.6.2.1. Come aggiornare il catalogo	»	172
4.6.3. Il rinnovo dell'adesione al servizio di fatturazione elettronica	»	172
Conclusioni	»	175
Bibliografia	»	179