



Confederazione Nazionale
d'Agricoltura e di Piccola
Media Impresa
Macerata



CONFCOMMERCIO
IMPRESSE PER L'ITALIA
MARCHE CENTRALI



DIVINI
ISTITUTO TECNICO
TECNOLOGICO
SAN GIUSEPPE MACERATA

Soggetto attuatore:

L.A.C.A.M.

Via Raffaello, 13 – Matelica (MC)

Svolto presso:

DROP S.R.L.

Montegranaro (FM)

RELAZIONE FINALE SULL'ATTIVITÀ DI STAGE

RELAZIONE STAGE CORSO I.F.T.S.

Digital Social Media Specialist

Finanziato dalla Regione Marche P.O.R. Marche – FSE 2014-2020, Asse 3 P.d.I. 10.4.- R.A. 10.6. Avviso pubblico per la presentazione dei progetti di formazione per percorsi di Istruzione Formazione Tecnica Superiore – IFTS 2021-2022. D.D.P.F. n. 692/IFD DEL 28.6.2021 e D.D.P.F. n. 1142/IFD del 18.10.2021 - Sch. SIFORM2 n.1083357

di

ELOISA MONICA GENTILI

[timbro e firma dell'azienda ospitante]

DROP S.R.L.
Via Sandro Pertini 1
63812 Montegranaro
Tel 0733-779539 www.drop.it
P.I. 01383870431

[nome, cognome e firma allievo]

Eloisa M. Gentili

[Nome, cognome e firma tutor aziendale]

Alfredo Celiberti
Alfredo Celiberti

INDICE

1. Introduzione

1.1 Il valore dell'esperienza-stage

2. Contenuto:

2.1 La realtà aziendale nella quale ho operato e le caratteristiche di quest'ultima

2.2 Organizzazione del percorso e inserimento in azienda

2.3 L'attività del percorso

3. Conclusioni

3.1 Riflessione personale e una valutazione soggettiva sull'esperienza maturata lungo il percorso.

1. INTRODUZIONE

1. Il valore dell'esperienza stage

L'attività formativa presso l'azienda rappresenta un momento molto importante nel percorso di formazione di uno studente, poiché permette di sperimentare le competenze acquisite e prendere i primi contatti con il mondo del lavoro, seppure un periodo ridotto di tempo.

Un'esperienza del genere assume un'importanza ancora maggiore se si considera che consente di mettere in pratica, per la prima volta, le conoscenze e le abilità apprese in classe in forma teorica. In azienda queste stesse conoscenze assumono infatti una dimensione pratica e si trasformano in competenze, diventando parte del vissuto dello studente.

Durante l'anno scolastico la L.A.C.A.M. mi ha dato modo di svolgere degli incontri preparatori allo svolgimento del percorso.

L'attività illustrata nella presente relazione è stata svolta presso l'azienda Drop s.r.l. di Montegranaro (FM). L'esposizione di questo lavoro è articolata in diverse sezioni:

Introduzione

Tre capitoli

Conclusione

Nel primo capitolo si presenta la realtà aziendale nella quale si è operato e le caratteristiche di quest'ultima.

Nel secondo e nel terzo capitolo si descrivono, rispettivamente, l'organizzazione e l'attività del percorso svolta.

Infine le conclusioni contengono una riflessione personale e una valutazione soggettiva sull'esperienza maturata lungo il percorso.

2. CONTENUTO

2.1 La realtà aziendale nella quale ho operato e le caratteristiche di quest'ultima

Drop è un e-business provider pioniere nel settore e-commerce, leader nella scena italiana. Da più di 20 anni supporta e accompagna le aziende nello sviluppo e nella gestione del proprio business online.



Dopo essere entrati nelle rispettive classifiche di *Campione della Crescita 2023* de La Repubblica e *Leader della Crescita 2023* de Il Sole 24 Ore, abbiamo alzato il tiro posizionandoci alla **502ª posizione** nella classifica *FT 1000 Europe's Fastest Growing Companies* del Financial Times.

Si tratta della classifica che ogni anno il Financial Times elabora assieme alla società di ricerca *Statista*. In essa vengono inserite le aziende europee che hanno raggiunto il più alto tasso di crescita annuo del fatturato, con un minimo del 5% e un massimo del 100%.

Figura 1 – Risultati pubblicati dal sito Drop.com

A livello di tipologia di struttura organizzativa Drop è una ibridazione tra la struttura a matrice e la struttura quasi flat, self managed. L'approccio è orientato alla sostenibilità e sta evolvendo verso un'organizzazione priva di gerarchie e basata su gruppi, fiducia, ed auto organizzazione.

In Drop vi sono 10 reparti:

- amministrazione
- business development
- comunicazione
- customer service
- developer (sviluppo ed assistenza)

- ecommerce manager
- legal
- project manager
- UI/UX
- web marketing

coordinati da un team di tre persone.

La squadra di Drop è formata da 50+ persone con età media 33 anni.

La Mission è aiutare le aziende che vendono online ad accrescere le proprie competenze e sfruttare tutte le potenzialità ed opportunità che tale settore offre.

La Vision è esplorare le opportunità che la tecnologia offre per rendere fantastica l'esperienza utente di acquisto digitale.

Il core business di Drop è quello della progettazione, implementazione e gestione di e-commerce, specie in ambito fashion. Sia sul fronte B2C che B2B e B2B2C.

Il mio stage si è svolto nel reparto di Web Marketing che si occupa di :

- SEA (Search Engine Adv)

Gestione SEA, sui network più importanti (Google Ads, Bing, Yandex) secondo un approccio fortemente legato ai dati di performance e visibilità per le categorie di prodotto. Drop è da anni Google Official Partner e specialista in Yandex advertising.

- Performance Social Media Adv

Sponsorizzazioni Facebook e Instagram strettamente collegate all'e-commerce: prodotto, remarketing e lead generation per far crescere risultati di ritorno sull'investimento in modo rapido e sostenibile.

- Retargeting

Collabora da anni con le migliori piattaforme di retargeting e performance display advertising disponibili sul mercato (Adroll, Criteo, Facebook e Google) per far tornare sul sito le persone che hanno già visto i prodotti e sono nella fase conclusiva di decisione di acquisto.

- Video advertising

Lavora con Facebook e YouTube per garantire quante più visualizzazioni al minor costo possibile alle produzioni video del brand (nuove collezioni, serie informative, iniziative speciali, eventi fisici).

- Affiliate

Collabora con i migliori Affiliate Network (Awin, Webgains, Rakuten Linkshare, CJ..) con l'obiettivo di coniugare le esigenze in termini di brand protection e le performances tramite un'analisi accurata dei risultati e lo scouting dei publishers migliori presenti nel network.

- Programmatic

Acquisto automatizzato di spazi pubblicitari sulla base dei dati di comportamento degli utenti interessati al brand, per massimizzare i risultati di traffico al minor costo possibile, senza favoritismi verso nessuna piattaforma.

- Native Advertising

Acquisto selezionato di spazi pubblicitari contestuali all'interno di editoriali online che siano attinenti al pubblico di riferimento. Un esempio classico è promuovere il lancio della nuova collezione all'interno di un fashion blog che parla delle nuove tendenze della stagione.

- SEO

L'approccio pragmatico prevede la definizione delle categorie di prodotto sulla base del search intent degli utenti. Questo presuppone un'attenta valutazione in tandem con il brand della struttura del sito e dell'ottimizzazione ongoing degli elementi grafici, testuali e di linking dell'e-commerce, monitorando le performance di posizionamento in SERP per via empirica.

2.2 Organizzazione del percorso e inserimento in azienda

L'inserimento è stato da me percepito come un momento molto piacevole e naturale, non ho incontrato un clima freddo nei miei confronti, ma solo gentilezza e disponibilità.

Dal primo giorno mi è stata assegnata una postazione, con tavolo, computer e tutto l'occorrente.

Inoltre ho fatto un tour dei vari reparti insieme ad una collega, che mi ha presentato tutti e mi ha mostrato il locale e gli ambienti comuni.

I membri del team Web Marketing sono 3 e mi hanno assegnato i primi piccoli compiti da subito, con mia grande soddisfazione.

Come concordato e stabilito dal calendario dello stage, mi sono recata in azienda 5 volte a settimana con orario:

Lunedì e Martedì dalle 9:00 alle 13:00 e dalle 14:00 alle 16:00;

Mercoledì dalle 9:00 alle 13:00;

Giovedì e Venerdì dalle 14:00 alle 18:00.

Nei giorni in cui rientravo per il pomeriggio ho svolto la mia pausa usufruendo degli spazi condivisi, come la cucina, il salotto ecc...

Sono stata colpita positivamente dall'atteggiamento di disponibilità e collaborazione che contraddistingue le persone in azienda e l'assenza di nette divisioni, non è solo "formale", data la conformazione delle postazioni distribuite in open space, ma bensì "reale" e funzionale allo svolgimento di un flusso di lavoro creativo e produttivo.

2.3 L'attività del percorso

In accordo con quanto mi era stato detto durante il colloquio conoscitivo, sono stata assegnata al reparto di web marketing, dove Laura è diventata mia "mentor" e mi ha subito accolta e inserita nel processo lavorativo di competenza.

Durante tutto il mio stage, ho sempre lavorato nel reparto di Web Marketing che si occupa di performance marketing, SEO, SEA, automation marketing ed email marketing. Il mio ruolo era quello di assistere i membri del team nelle loro attività quotidiane e contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'azienda.

Inoltre, ho contribuito alla ricerca delle parole chiave più rilevanti per i brand che si avvalgono dei servizi del reparto e ho collaborato alla creazione di contenuti SEO-friendly, come meta description e titoli ottimizzati per i motori di ricerca. Ho anche lavorato all'ottimizzazione dei tag HTML per migliorare la visibilità del brand sui motori di ricerca.

Il primo lavoro che mi è stato assegnato prevedeva la scrittura dei testi di alcune pagine del sito di un cliente, ovviamente in ottica SEO.

Essendo ad inizio Dicembre, il tema commerciale del momento era ovviamente il Natale, e avendo a che fare con un brand nel settore fashion, mi è stato chiesto di scrivere i testi delle Gift Guide, inserendo descrizioni e parole chiave riferiti agli articoli in vendita nella collezione AI 22.

Contemporaneamente ho potuto fare esperienza con la scrittura di altri testi SEO, anche in lingua inglese, questa volta per un altro brand.

Queste esperienze mi hanno permesso di iniziare a conoscere i clienti di Drop e farmi un'idea sul loro target.

Per terminare la scrittura dei testi ho impiegato qualche giorno e una volta completati e corretti dai colleghi del team, mi è stato spiegato come convertirli in HTML e fare il caricamento tramite la piattaforma di e-commerce Magento.

Ho anche acquisito conoscenze in automation marketing e email marketing, partecipando alla creazione di newsletter e alla gestione dei flussi di automazione, oltre che alla collaborazione per creare i testi durante la costruzione di landing page.

Per quanto riguarda l'Email Marketing, ho collaborato alla creazione di newsletter per la promozione dei prodotti dei vari brand. Ho partecipato alla creazione dei contenuti e all'invio delle e-mail attraverso la piattaforma di marketing automation in uso (Sendinblue, Omnisend

e Shopify). Ho anche lavorato alla gestione dei flussi di automazione, creando personalmente e integralmente una proposta di un flusso mirato a risvegliare gli iscritti dormienti. Di seguito alcune immagini della presentazione che ho creato per illustrare l'idea al cliente.

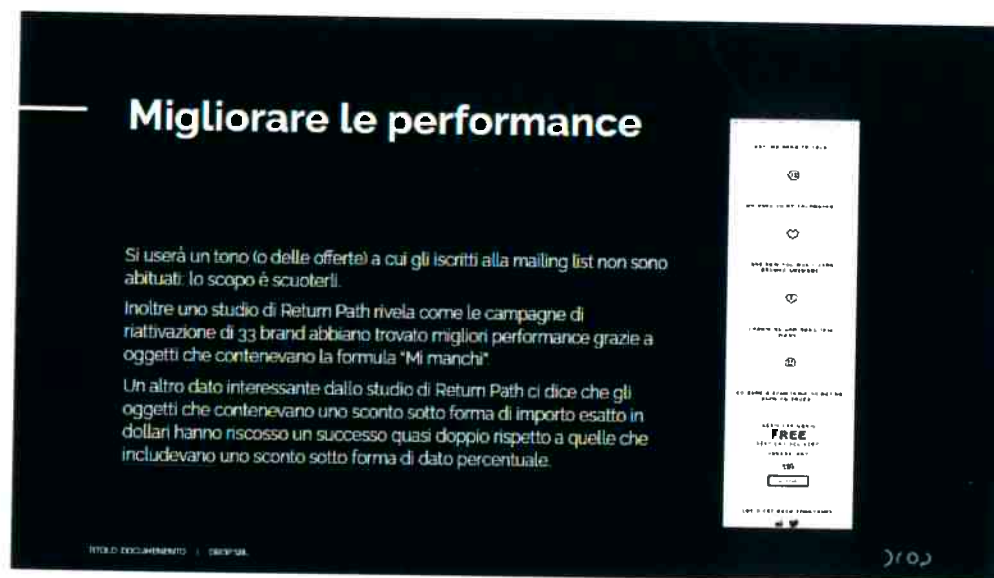


Figura 2 - Slides estratta dalla presentazione "Progetto per la gestione del cluster dormienti"

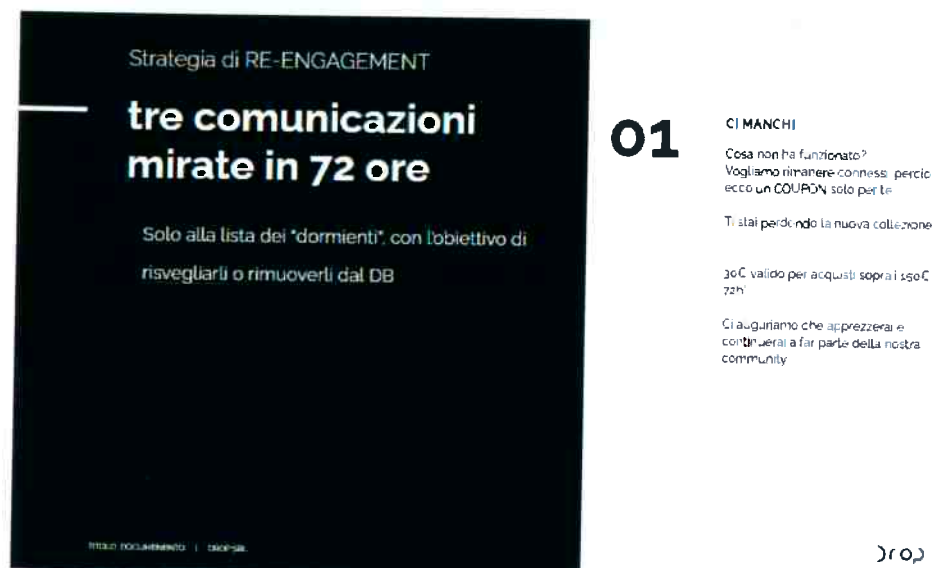


Figura 3 - Slides estratta dalla presentazione "Progetto per la gestione del cluster dormienti"

Durante lo stage, ho dimostrato una grande passione e un forte interesse per il web marketing, mostrando una buona capacità di apprendimento e un atteggiamento proattivo nell'affrontare

le attività assegnate.

Per esempio quando mi è stato assegnato il compito di inserire le category text dei vari prodotti, per ottimizzare il posizionamento all'interno della piattaforma web-vetrina, non mi sono limitata ad eseguire il compito, ma ho approfondito il tema per trovare le parole più adatte a descrivere la categoria esatta, specialmente in lingua originale (la piattaforma in questione funziona per Germania e Austria) e così aumentare le conversioni. Inoltre, ho dimostrato un'ottima capacità di lavoro in squadra e una buona comunicazione con i membri del team.

Infine, ritengo che il mio stage abbia rappresentato un'ottima opportunità per acquisire conoscenze e competenze nel campo del web marketing, e sono convinta che queste competenze mi saranno utili nella mia carriera futura. "In generale, ho trovato che lavorare su queste attività di SEO e Email Marketing mi ha permesso di acquisire una comprensione più approfondita delle dinamiche di marketing digitale e di come utilizzare strumenti specifici per raggiungere gli obiettivi di business dell'azienda. Queste esperienze mi sono state utili non solo durante lo stage, ma anche nel mio percorso formativo e professionale successivo.

Ho osservato ed ascoltato quello che succedeva intorno a me, anche negli altri reparti e credo che le competenze e le capacità richieste in azienda per le figure professionali che si occupano dello sviluppo ecommerce possono variare a seconda del ruolo e delle responsabilità specifiche all'interno dell'organizzazione. Tuttavia, alcune competenze generali e capacità trasversali che possono essere richieste includono:

Conoscenza delle piattaforme ecommerce: è importante avere familiarità con le diverse piattaforme ecommerce come Magento, Shopify, etc. In particolare, conoscere le funzionalità e le opzioni di personalizzazione offerte da queste piattaforme può essere cruciale per sviluppare soluzioni ecommerce efficaci.

Programmazione e sviluppo web: le conoscenze di base in HTML, CSS e JavaScript sono necessarie per lo sviluppo di siti web.

Le figure professionali con cui ho collaborato e sono entrata in contatto durante il mio stage, sono estremamente preparate e aggiornate e penso che le competenze e capacità loro richieste sono quelle elencate di seguito:

- Competenze di project management: è importante essere in grado di gestire il proprio lavoro e di svolgerlo in modo collaborativo in un team. La conoscenza di strumenti di gestione dei progetti come Jira, Trello, Asana, etc. può essere utile per la pianificazione e la gestione dei compiti.

- Creatività e innovazione: l'e-commerce è un settore in continua evoluzione, quindi è importante essere in grado di proporre soluzioni innovative e creative per migliorare l'esperienza degli utenti e aumentare le vendite.
- Comunicazione e problem solving: è fondamentale essere in grado di comunicare in modo efficace con i membri del team e con i clienti, nonché di risolvere i problemi in modo rapido ed efficiente per garantire un'esperienza di acquisto senza intoppi.

Vorrei completare l'elenco delle capacità richieste citando un estratto dal Manifesto di Drop, anche perché per me è stata una assoluta novità scoprire un'azienda che non solo predica ma che soprattutto pratica un modello gestionale non gerarchico e che mette al primo posto le persone:

“Ironia e pragmatismo sono alla base della nostra identità.

Linguaggio informale e diretto, vettore di sostanza e consapevolezza.

Ci teniamo ad essere non ordinari e riconoscibili. Cerchiamo di essere autentici.

Uno dei principi chiave in Drop è che tutti insegnano a tutti, con passione e senza condiscendenza.

Ogni collega è tenuto ad aiutare un nuovo collega entrante ad allinearsi ai valori ed alle aspettative di Drop.

Questa semplice regola di mentoring non solo assicura che i valori fondamentali di Drop vengano trasmessi ai nuovi assunti, ma che questi li rafforzino ulteriormente insegnandogli ad altri...

...Cerchiamo di focalizzarci sul risultato finale (outcome), cercando di superare la sterile dinamica input/output, ordine/esecuzione.

Cerchiamo di stimolare le persone a sviluppare capacità di visione, pensiero laterale e orientamento alla soluzione.

Ruoli fluidi che superano la rigidità della job description.

Il nostro motore è basato su curiosità, entusiasmo, esplorazione, sperimentazione, accettazione dell'errore come parte del gioco.

Tutto questo crea un ambiente sempre in evoluzione in cui si cresce attraverso cicli virtuosi e nel quale il fallimento è accettato. “

In riferimento a strumenti e tools utilizzati, ho potuto conoscere e utilizzare per la prima volta piattaforme come Magento e Shopify per il caricamento dei testi e per l'ottimizzazione degli elementi SEO, come ad esempio l'inserimento degli ALT IMG dei prodotti.

Ho utilizzato frequentemente Sendinblue, Omnisend e Shopify per la gestione dell'email marketing e per la creazione-programmazione delle Newsletter e/o per gestire i Workflow all'interno della Marketing Automation.

Credo di aver portato a termine tutti i lavori che mi sono stati assegnati nei tempi richiesti e con un livello di autonomia consono alla mia esperienza.

3. CONCLUSIONI

Ci tengo ad aggiungere un commento sull'ambiente lavorativo e la qualità dei rapporti tra colleghi.

Fin dal primo giorno, anzi, ancor prima di iniziare lo stage, ho percepito un clima friendly, una sensazione che non avevo mai provato nelle mie precedenti e molteplici esperienze professionali. Un'altra cosa che ho notato quasi subito è stata che l'età media delle persone che lavorano in Drop è piuttosto bassa (33 anni) e questo mi ha spinto a farmi immediatamente l'idea che l'azienda punta molto sull'innovazione e sulle future generazioni.

Ripensando al percorso e dovendo analizzare anche le difficoltà incontrate posso dire che venendo da due anni di lavoro autonomo, gestito in casa o fuori, secondo i miei orari, inizialmente tornare in un luogo fisico di lavoro, con orari e colleghi è stato un pò impegnativo, ma non in senso negativo, solo che non ero più abituata.

Quindi ho apprezzato l'opportunità dello stage, anche per ricreare abitudini nella mia routine e instaurare nuove relazioni sociali.

Inoltre ho appreso le dinamiche che i colleghi utilizzano per la comunicazione interna ed esterna, ho osservato come viene gestita una riunione, come affrontano i problemi e come organizzano e pianificano all'interno del team le varie attività e situazioni da gestire.

Per concludere, posso affermare che nel complesso sono riuscita a portare avanti l'attività in modo sereno e produttivo.

Le attività che mi sono state assegnate, hanno rappresentato in parte una sfida, laddove non ero pienamente preparata, ma io vedo le difficoltà soprattutto come opportunità di crescita formativa e personale, perciò sono grata per questa esperienza.

Per quanto riguarda gli aspetti di crescita a livello professionale, sono stati molto buoni, infatti ho svolto molte attività e mi sono esercitata tanto, quindi mi ritengo molto più preparata di

quando sono entrata. A livello personale e relazionale ho fatto esperienza nel frequentare tanti colleghi nello stesso ambiente, con i quali ho condiviso le mie giornate, i pensieri e i momenti di relax.

Grazie all'osservazione del loro metodo di lavoro ho potuto capire come si svolgono le attività in modo professionale, tra colleghi e col cliente.

Sicuramente senza questa esperienza non avrei potuto raggiungere il grado di sicurezza e fiducia che ora ho, perchè la sola conoscenza teorica non basta. Perciò sono grata e penso che mi faciliterà molto nel costruire la mia nuova strada professionale in ambito digitale.