

ninja



Ninja Project Work

per BTicino



Daniele Perugini

Agenda

- 00.** Chi sono
- 01.** Analisi dei pro e contro
- 02.** Mercato e concorrenza
- 03.** Roadmap di implementazione



Consulente digitale freelance

Lavoro all'intersezione tra marketing, dati e tecnologia.

Analizzo problemi, misuro ciò che conta e utilizzo dati, software, automazione e AI per creare risultati di valore.

Negli anni ho aiutato le aziende (tra cui una multinazionale) a sfruttare al meglio le possibilità del digitale con strategie e strumenti per il marketing e la forza commerciale.



01. **Analisi dei pro e contro**





immagine: bticino.it

bticino

Uno dei principali marchi globali delle infrastrutture elettriche e digitali dell'edificio

- Parte del gruppo internazionale **Legrand** (9,48 mld € di ricavi nel 2025)
- 1,1 mld € fatturato nel 2024

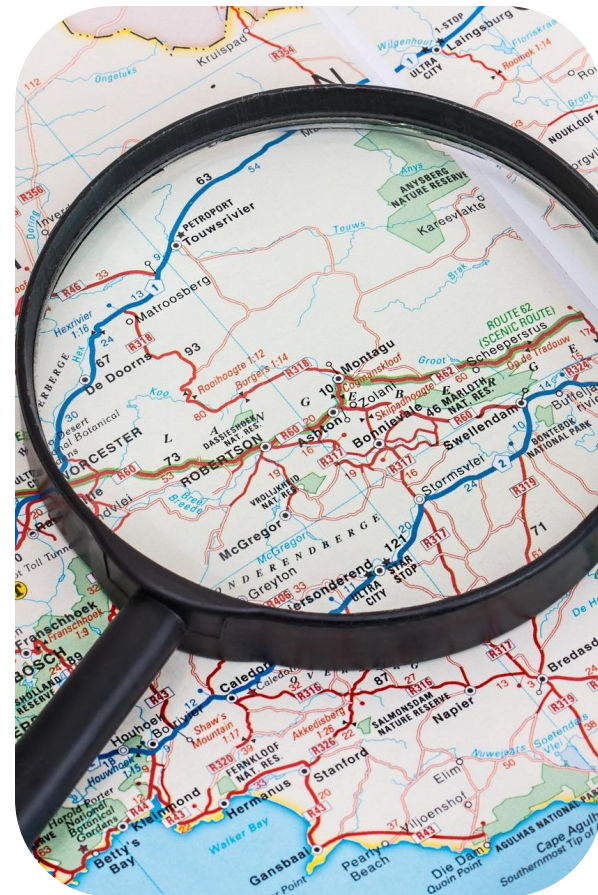
POTENZIALI BENEFICI

Sei potenziali benefici di un e-commerce proprietario

1. **Dati** di prima parte
2. **Velocità** di innovazione
3. **Conversione** della domanda ed **esperienza** d'uso
4. **Controllo** del brand
5. **Valorizzazione** delle partnership e del cliente
6. Relazione **post vendita**

1. Dati di prima parte

La visione completa del comportamento e del percorso utenti: da dove arrivano, cosa fanno sul sito, perchè se ne vanno.





2. Velocità di innovazione e personalizzazione

La completa proprietà della piattaforma permette di realizzare nuove funzionalità **su misura** ed in tempi **brevi**.

Come un abito sartoriale.

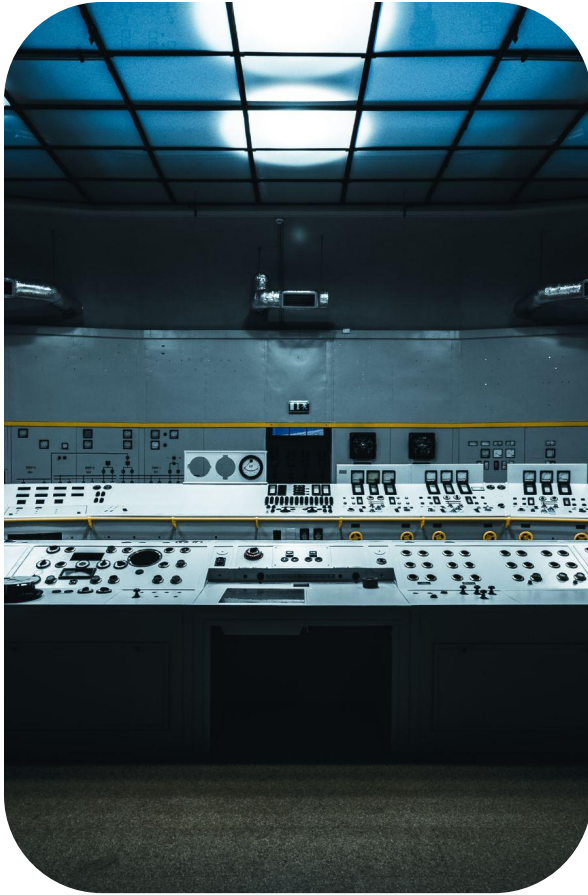
3. Conversione della domanda ed esperienza d'uso

Niente più utenti che saltano tra siti
proprietari BTicino, retailers e
marketplaces

=

miglior **esperienza**, più **conversione**





4. Controllo del brand

Controllo totale su comunicazione, pricing esposto, contenuto scheda prodotto.

Ottimizzazione strategie di cross-selling e upselling.

5. Valorizzazione delle partnership e del cliente

Utente **B2C**: **sicurezza** di fare una scelta sempre giusta e compatibile, con la supervisione di un professionista certificato.

Utente **B2B**: **velocità**, ricezione di **lead** qualificati, processi **semplici**





6. Relazione post-vendita

Generazione di un circolo virtuoso di gestione **ricambi e ciclo vita del prodotto**.

Un utente seguito dal brand, **sceglie nuovamente** BTicino e lo consiglia.

POSSIBILI CRITICITÀ

1. Logistica

B2C: prelievo di piccole quantità,
packaging, spedizioni, resi.
Tutto da implementare e con logiche
molto diverse dal modello attuale.

B2B: logiche già implementate





2. Conflitti con i distributori

e-commerce che replica assortimento, prezzo e servizio dei partner:

- sposta fatturato
- riduce la motivazione commerciale della rete
- compromette un'infrastruttura che oggi offre copertura, competenza tecnica, logistica e credito

3. Infrastruttura IT

Niente soluzioni standard: non sono adatte.

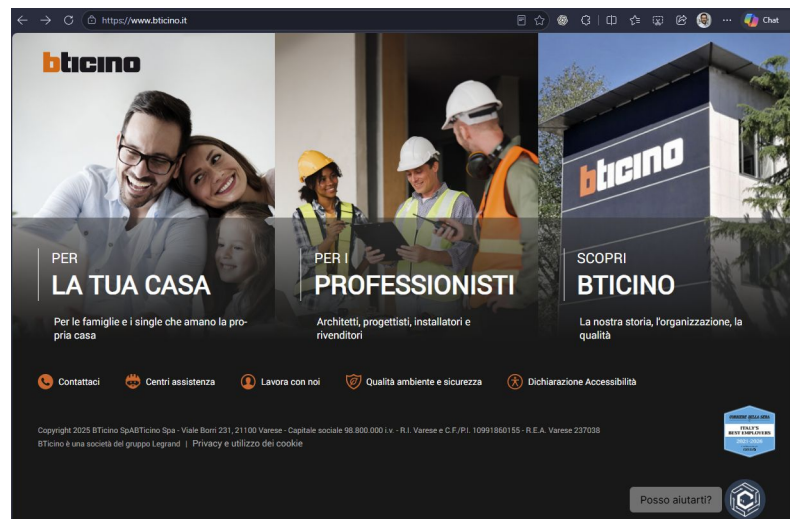
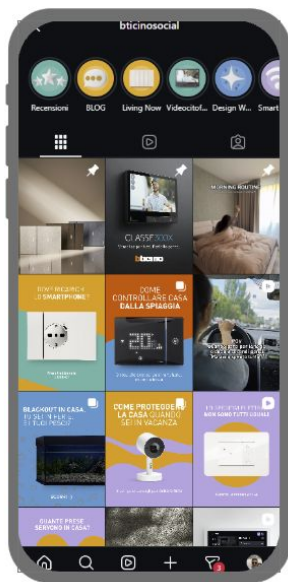
Sviluppo **complesso**, integrazione software esistenti, **sicurezza** informativa, GDPR, **costi**.



IMPATTO SUL POSIZIONAMENTO COMPETITIVO DEL BRAND

Valori BTicino:

- Design
- **Innovazione**
- Comunicazione
- Storia



BTicino vende
certezza,
compatibilità,
soluzione completa
ed **installata**

IL CONFINE STRATEGICO

NO

- Prezzo più basso
- Catalogo generalista
- Distributore sostituito

sì

- **Compatibilità certa**
- **Documentazione ufficiale**
- **Filiera nel percorso**

**L'e-commerce BTicino traduce un bisogno
in un progetto realizzabile supportato
anche dopo la vendita**



Conquista del posizionamento nella vendita diretta online

02. Peculiarità di mercato e analisi della concorrenza



COMPETITOR

Competitor diretti – aree di intervento

1. **Vimar**: serie civili, domotica, videocitofonia, cablaggio
2. **Gewiss**: distribuzione e protezione, serie civili, home e building automation, sistemi portacavi, illuminazione e mobilità elettrica
3. **Schneider Electric**: distribuzione elettrica, smart home, UPS, cablaggio
4. **ABB**: elettrificazione, serie civili, videocitofonia
5. **Urmet**: videocitofonia e controllo accessi, sicurezza, smart home
6. Riello UPS, Eaton e Vertiv, Hager Bocchiotti, OBO, Panduit, Commscope sono competitor in aree molto più confinate

Competitor diretti – modello commerciale e comunicazione social

Tutti i competitor diretti si affidano a **distributori** (no vendita diretta).

Presidiano più di un **canale social**, in particolare **Linkedin** e **Youtube** per comunicazione corporate, esposizione casi reali e testimonianze, video tutorial.

Alcuni si stanno dotando di **strumenti digitali più avanzati** come i configuratori online.

Marketplace e retailers

I **marketplace** vendono prodotti BTicino **insieme ad altri brand** e competerebbero rispetto ad un e-commerce BTicino per il **controllo della domanda e del traffico** (Amazon, ManoMano).

Leroy Merlin è un **retailer omnicanale** che integra vendita diretta, punti fisici, marketplace di venditori terzi.

Rischio attuale: perdere controllo sul listino, sulla compatibilità tra componenti, sul pricing e sulla relazione con il cliente finale.

Competitor funzionali smart home

Vendono **prodotti specifici** per la smart-home, esempio:

- Google / Nest
- Ring / Alexa

Non sostituiscono l'intero impianto BTicino, ma rendono acquistabili **single funzioni senza adottare un sistema integrato.**

BTicino a confronto

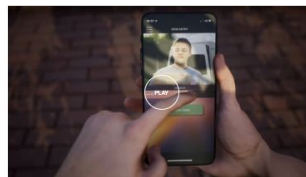
Capacità di valorizzare un **ecosistema** residenziale e professionale.

Unisce soluzioni di **design**, **configurazione** guidata, **installatori** qualificati, **ricambi** e **assistenza** lungo il ciclo di vita, aumentando il valore percepito.



Luci

Accendi e regola tutte le luci che vuoi, comprese quelle led e i tuoi smart certificate Zigbee 3.0.



Videocitofono

Apri il cancello dall'app ed attiva la telecamera esterna.



Termostato

Regola il termostato da remoto per gestire al meglio i consumi del riscaldamento.



Prese connesse

Aggiungi prese connesse per controllare i consumi e il funzionamento degli elettrodomestici.



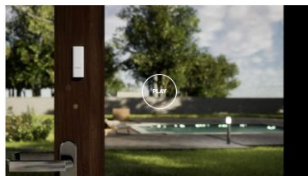
Gestione carichi

Assegna priorità ai tuoi elettrodomestici per evitare i blackout.



Tapparelle

Comanda da remoto le tapparelle motorizzate e aggiungi alle luci e prese per creare scenari.



Sicurezza

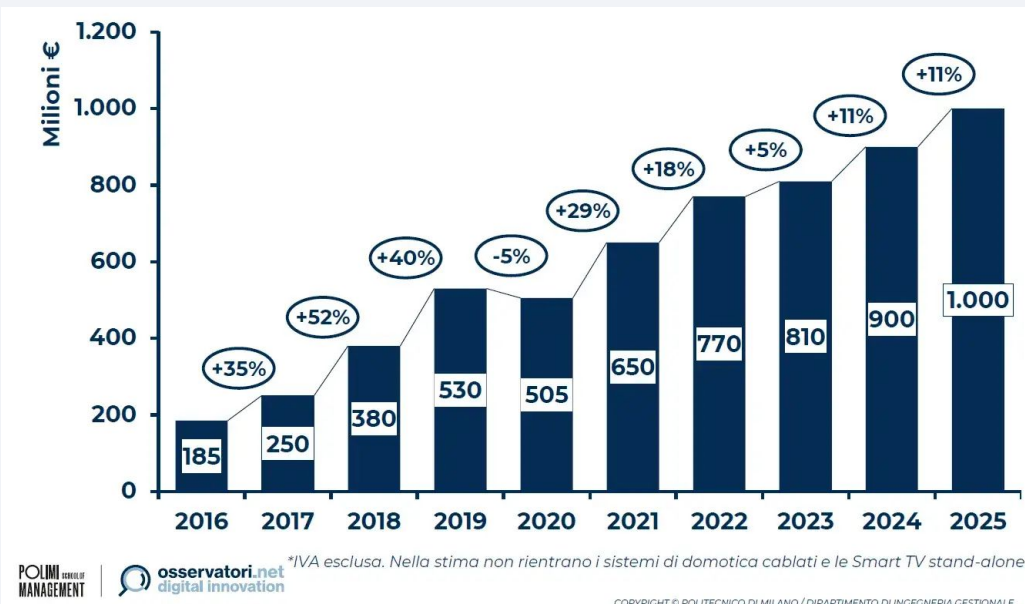
immagine: bticino.it

TREND DI MERCATO

Smart Home Italia
€1,0 mld nel 2025
(+11% sul 2024)

<https://www.osservatori.net/comunicato/internet-of-things/smart-home-mercato-italiano/>

SMART HOME ITALIA



sicurezza
30%

elettrodomestici
connessi
20%

risparmio
energetico
14%

POLIMI: analisi smart home Italia

<https://www.osservatori.net/comunicato/internet-of-things/smart-home-mercato-italiano/>

- il 71% degli utenti è interessato a soluzioni per **ottimizzare i consumi**
- L'**Intelligenza Artificiale** diventa il principale driver di innovazione, nascono nuovi modelli di servizio
- Il 63% degli italiani ha almeno un dispositivo Smart Home. Il 51% connette realmente i dispositivi acquistati.
- il 73% dei consumatori italiani conosce la Smart Home (+4% vs 2024)

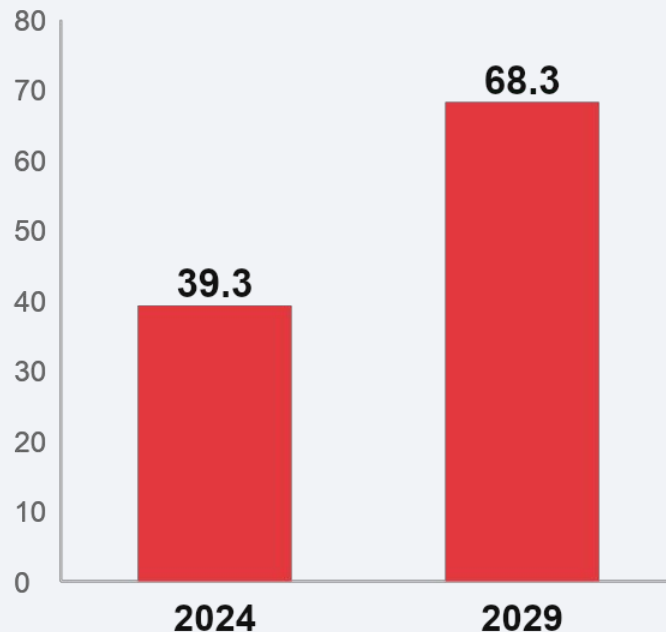
Trend **Europa in crescita**

secondo Berg Insight:

- 72,8 mln abitazioni smart.
- Previste 102 mln abitazioni smart entro il 2029

<https://media.berginsight.com/2025/10/28151840/bi-sh12-sum.pdf>

SMART HOME EUROPA • € MLD



ANCE: comparto edilizio

https://ance.it/wp-content/uploads/allegati/20260120_Osservatorio_-_Gennaio_2026.pdf

- Nel 2025 investimenti residenziali per 104,5 mld € (poi calati del 15%), non residenziale 128 mld € (+15,2%)
- Previsioni 2026: +5,6% complessivo sul 2025, sbilanciato su ristrutturazioni anziché sul nuovo

Altre aree dell'offerta BTicino

<https://www.iea.org/reports/electricity-2026/demand>

<https://www.osservatori.net/comunicato/data-center/data-center-in-italia/>

- Crescita mercato trainata da **elettificazione consumi** (EV, pompe di calore, processi industriali, infrastrutture per AI)
- Italia periodo 2023-2025: 7,1 mld € per costruzione data center
- Si stimano 25,4 mld € per il periodo 2026-2028

Tra i concorrenti analizzati, nessuno unisce gamma, relazione e acquisto diretto.

TRE CAMPI COMPETITIVI

PRODUTTORI
Vimar · GEWISS
Schneider · ABB
· Urmet

MARKETPLACE
Amazon ·
ManoMano
Leroy Merlin

SMART HOME
Google Nest
Ring · Alexa

SPAZIO BTICINO

**Autorevolezza del produttore +
esperienza dual audience + filiera**

COMPORTAMENTO CLIENTI B2B E B2C NEL DIGITALE

Presenza online – report Casaleggio Associati

<https://www.ecommerceitalia.info/report/e-commerce-italia-2026/>

- 6 mld utenti nel mondo
- 7 ore al giorno online
- il 56% compra online ogni settimana
- Nel 2025 il 62% degli utenti italiani ha fatto acquisti online

Canali per gli acquisti online

<https://www.cmimagazine.it/29415-radiografia-del-consumatore-online-2025/>

<https://www.simon-kucher.com/de/insights/global-d2c-study-home-and-consumer-electronics>

<https://www.dhl.com/content/dam/dhl/local/global/dhl-ecommerce/documents/pdf/g0-ecs-insights-country-report-italy-2025.pdf>

- il 62% degli utenti italiani che acquistano online preferisce comprare sui marketplace, **MA...**
- il **33% degli acquisti di elettronica di consumo** avviene sui **canali diretti** dei brand, spinto da **fiducia** verso il brand, certezza di acquistare un **prodotto autentico e di qualità**, e la ricerca di **vantaggi aggiuntivi** (ricerca Simon-Kucher): c'è spazio libero per la domanda
- Si esplora da telefono (89% utenti) e si finalizza sul computer (83%, ricerca DHL): il **mobile first** è un must.

Utenti B2B VS B2C

<https://www.osservatori.net/comunicato/b2b-digital-commerce-experience/b2b-digital-commerce-italia/>

<https://www.osservatori.net/comunicato/internet-of-things/smart-home-mercato-italiano/>

- B2C: certezza e risposte semplici. Si cercano soluzioni e non prodotti (studio POLIMI)
- B2B: richiedono informazioni dettagliate (documenti, disegni tecnici, video tutorial, dati specifici). E' necessaria un'esperienza che induca senso di affidabilità visti i capitali in gioco per singolo ordine.

Due audience.
Due forme di
semplicità.

B2C · CASA

Conosce meno il
prodotto
Compra online con
familiarità
Cerca bisogno,
compatibilità,
installatore

B2B · PROFESSIONISTA

Conosce codici e
applicazioni
Vuole velocità e
disponibilità
Cerca distinte,
documenti, riordino

**B2C: semplificare il prodotto · B2B: semplificare
l'acquisto**

NORMATIVE

Conformità di prodotto

- Direttiva Bassa Tensione 2014/35/UE: le **informazioni obbligatorie** di prodotto
- Direttiva EMC 2014/30/UE: richiede che il dispositivo non **disturbi** gli apparecchi vicini, sia immune all'ambiente in cui opera e riporti in scheda come installarlo e utilizzarlo
- Direttiva RoHS 2011/65/UE limita **piombo, mercurio, cadmio, cromo esavalente**, alcuni ritardanti di fiamma e ftalati, con documentazione tecnica e dichiarazione di conformità
- Regolamento (UE) 2023/988: la **sicurezza generale** dei prodotti di consumo anche quando sono venduti online

Installazione e fine vita

- **Installazione** (DM 37/2008): l'impianto va realizzato da impresa abilitata che rilascia la dichiarazione di conformità; l'e-commerce vende il materiale, non la posa, e deve renderlo evidente
- **RAEE**: informativa sulla raccolta separata e ritiro dell'usato per chi vende online
- **Batterie** (Reg. UE 2023/1542): etichettatura, informazioni e obblighi di ritiro

Vendita online

- **Identificazione** del venditore (D.Lgs. 70/2003): ragione sociale, sede, contatti e Partita IVA accessibili
- **Tutela del consumatore**: **prezzi** trasparenti, **condizioni** di vendita, **consegna**, **recesso** e **garanzia** legale. Dal 27 settembre 2026 l'avviso sulla garanzia va mostrato online, ben visibile
- **Accessibilità** (D.Lgs. 82/2022): navigazione, configurazione, checkout e pagamento fruibili **anche con disabilità**
- **Cookie e privacy**: informativa chiara, **consenso** preventivo ai **tracciamenti** non necessari, trattamento conforme al **GDPR**

03. Roadmap di implementazione

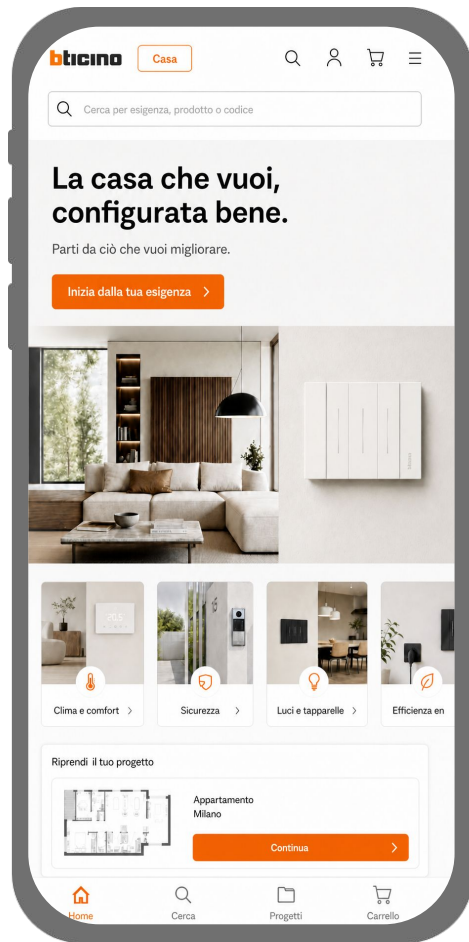


TARGET DI RIFERIMENTO

La piattaforma e-commerce BTicino si rivolge a clienti privati (B2C), e professionali (B2B).

B2C conosce meno il catalogo ma compra online con maggiore familiarità

B2B conosce prodotti e codici, ma può avere bisogno di essere accompagnato nel percorso digitale.



Utente privato

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0092070306288405>

- Cerca un **ricambio**
- **Soddisfa una necessità** (sicurezza di casa, gestione consumi elettrici, ecc...)
- Comunicazione **semplice** e senza troppi dettagli
- I **bundle** che rappresentano soluzioni complete sono molto apprezzati (ricerca Harris e Blair) perché riducono il carico cognitivo dell'utente
- **Navigazione per soluzione, configuratori** guidati, indicazioni di **compatibilità** e connessione con **installatori certificati** direttamente sulla piattaforma sono un must.
- Touchpoint non solo online ma anche **fisici**: scheda prodotto → **showroom** → punto vendita
- Ridurre la complessità del prodotto

Utente professionista

- Ruoli diversi: distributore, installatore/progettista
- Navigazione principale **gerarchica** con filtri e categorie e scheda prodotto molto dettagliata
- Installatore ordina per un cantiere: ha bisogno di **ricerca** per codice, gestione **distinta**, **prezzi** riservati, consegna in cantiere, **riordino**, **supporto** tecnico
- Distributore: compra per il proprio punto vendita fisico: ha bisogno di gestione ordini **ricorrenti**, **previsivi**, **integrazioni** IT
- Chi si avvicina a BTicino beneficia della **navigazione alternativa “per soluzione”**
- Ridurre la complessità d’acquisto

Vantaggi per gli utenti

- **professionista** (installatore, progettista, ecc): disponibilità e data di consegna dichiarate prima di impegnarsi con il cliente, distinta validata e lead dei progetti configurati dai privati, funzionalità avanzate
- **distributore**: riassortimento self-service continuo, scambio dati con il proprio gestionale e la possibilità di non stoccare le referenze a bassa rotazione che l'e-shop copre

STRATEGIE COMPETITOR

Marketplace

- Obiettivo competitor: intercettare la domanda e **convertirla**, facendo leva su **assortimento, prezzo, comparazione**, recensioni, promozioni e rapidità di consegna
- Esempi: Leroy Merlin, Amazon, ManoMano vendono prodotti di venditori terzi
- Strategia BTicino: presidiare la comunicazione su queste piattaforme senza vendere

Distributori – non sono competitor ma è utile analizzarli

- Esempi: Sonepar Italia, Sacchi, Gruppo Comet, Elettroveneta e Rexel. Hanno e-commerce che sono verticali sul tema elettrico.
- Affiancano alla piattaforma i **punti vendita fisici**
- Puntano non alla singola transazione ma al **rapporto fidelizzato**, spesso sostenuto da programmi dedicati.
- Spesso il sito e-commerce è una rappresentazione digitale del catalogo: il punto di forza resta la rete fisica
- Hanno catalogo multimarca utile a chi cerca il **miglior prezzo** con un buon servizio

OBIETTIVI • KPI • BUDGET

Obiettivi

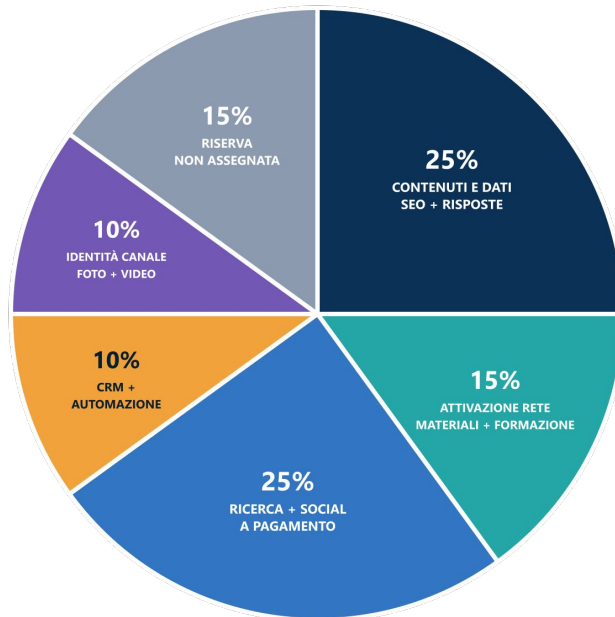
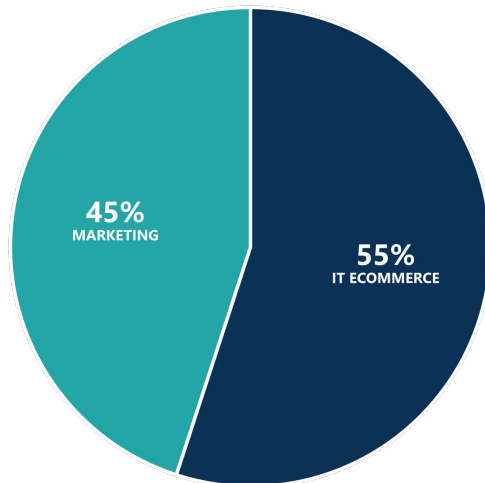
- **Margine incrementale:** nuove vendite, non solo spostarle dall'e-commerce dei distributor. Obiettivo: *valore positivo entro 18 mesi.*
- **Convertire** domanda esistente e acquisire **dati di prima parte:** muovere audience sull'e-commerce e acquisire dati comportamento utente. Obiettivo: *80% percorso utenti entro 9 mesi*
- **Esperienza B2B e B2C.** Esperienza B2C semplice, con supporto installazione e certezze. Esperienza B2B veloce e di supporto professionale. Obiettivo: *50% delle configurazioni B2C chiuse con un ordine entro 24 mesi.*
- Creare **valore per professionisti e distributori:** lead qualificati per i professionisti e processi snelli per distributori. Obiettivo: *300 professionisti attivati e 40% riordino assortimento dei distributori entro 9 mesi.*

KPI

- margine incrementale: il margine che BTicino guadagna grazie all'e-commerce, al netto di quello che avrebbe guadagnato comunque
- professionisti registrati e attivati, passaggio dal primo al secondo ordine, quota di riordino digitale
- valore lordo degli ordini, valore medio del carrello, percentuale di abbandono
- CAC e LTV, costo di acquisizione e valore del cliente nel tempo
- tasso di conversione, per modalità Casa e Professionista
- configurazioni complete e loro esito
- resi per incompatibilità, quota di ricerche senza risultati, ordini consegnati completi entro la data promessa

Budget sviluppo IT
400 K € + 50 K €
annui di costi
infrastruttura.

Budget marketing
300 K – 400 K € al
lancio.



ripartizione budget
marketing

Ipotesi ricavi B2C

- AOV 170€ (130 – 220€) analizzando i prezzi online dei prodotti di sicurezza (30% vendite smart home italiana secondo POLIMI)
- [Seranking.com](https://seranking.com): traffico BTicino 250.000 click organici / mese
- Supponendo: 20% visitatori da sito BTicino.it verso e-commerce ed 1,5% conversione
- 1,5 mln € in 12 mesi
- 380.000 € nel primo anno se il B2C parte negli ultimi 3 mesi

Ipotesi ricavi B2B

- Riassortimento distributori sposta solo il fatturato
- Da verificare il lavoro dei professionisti

**FUNZIONALITÀ •
ESPERIENZA D'ACQUISTO**

Funzioni in comune contesto B2B/B2C

- **ricerca** codice e descrizione (anche sinonimi)
- scelta **contesto** Casa / Professionista
- navigazione per **soluzioni o catalogo gerarchico**
- **scheda prodotto**: deve adattare le informazioni per contesto
- analisi **compatibilità** tra prodotti
- **disponibilità**
- area cliente con storico, documenti e stato dell'ordine
- **hub assistenza** cliente

Funzioni per utente privato

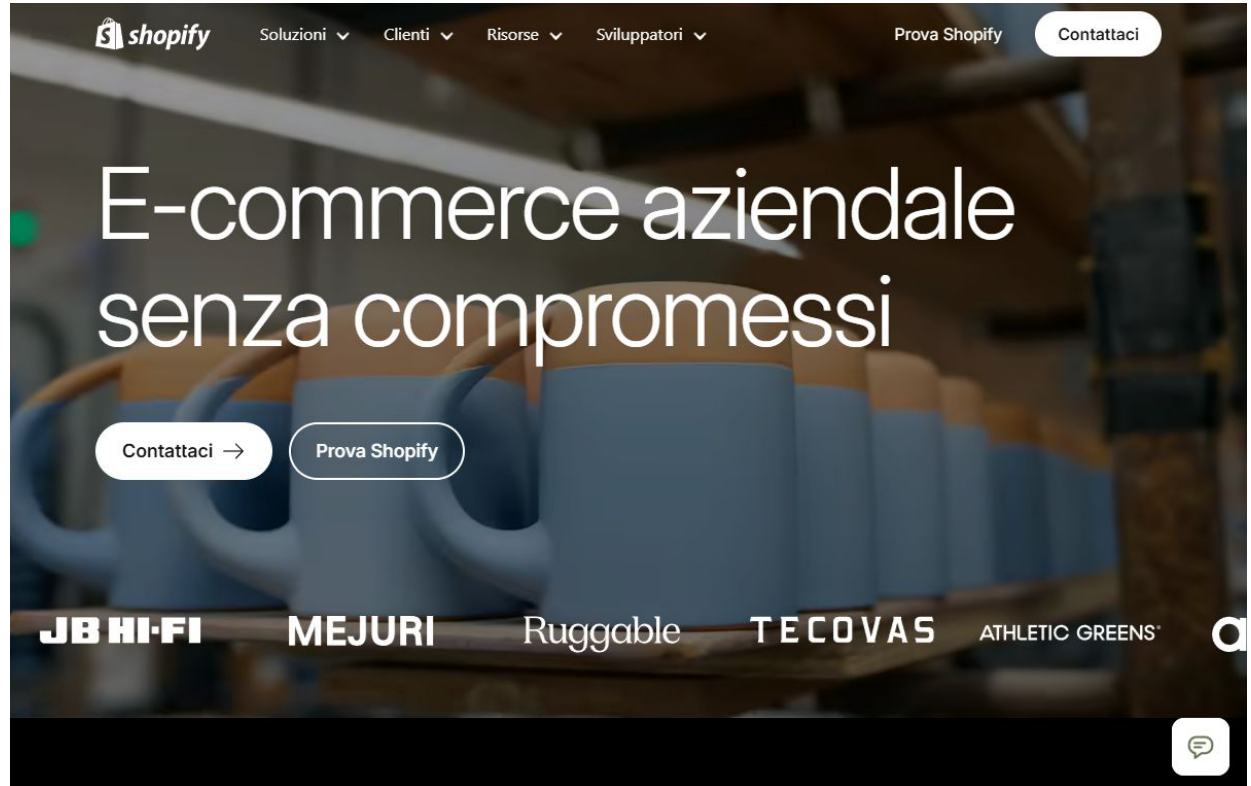
- **configuratori** di soluzioni specifici per B2C
- gestione **progetti** semplificati
- progetto **collaborativo**: il cliente include nel progetto un installatore qualificato registrato al sito, che ne visiona il contenuto, concorda la posa ed emette il proprio preventivo per materiali e posa, senza che la configurazione già fatta vada persa
- ricerca **ricambi** e sostituti aggiornati di prodotto
- checkout ospite
- consegna a domicilio o presso un distributore BTicino

Funzioni B2B

- **registrazione** utente come professionista e collegamento con un distributore BTicino già presente a sistema. I distributori non si registrano autonomamente ma ricevono un account direttamente da BTicino.
- **ricerca** prodotti avanzata
- **collaborazione** con i progetti dei clienti privati
- gestione **progetti professionali** (cantieri): inserimento codici tramite copia/incolla, upload excel, barcode o QR
- **condizioni economiche e disponibilità** in tempo reale
- destinazione della merce a scelta: cantiere, sede o punto vendita distributore collegato
- riordino da storico ordini
- gestione documenti amministrativi (fatture, DDT, capitolati)
- esposizione API di **interscambio** con sistemi proprietari del distributore

PIATTAFORME • INTEGRAZIONE

Shopify | SaaS



Adobe Commerce | ex Magento

versione open source
versione con licenza
(SaaS – PaaS)

The screenshot shows the Adobe for Business website. The header includes the Adobe logo and navigation links: Menu principale, Adobe Commerce, Funzionalità, Casi d'uso, Prezzi, Risorse, Prodotti aggiuntivi, and Inizia. Below the header, a breadcrumb trail reads: Home / Prodotti / Adobe Commerce / Magento. The main content area features the headline "MAGENTO DIVENTA ADOBE COMMERCE" and "Le soluzioni per l'e-commerce di Magento si sono evolute in Adobe Commerce". Below this, a paragraph states: "Ora Magento è Adobe Commerce, la piattaforma di e-commerce per eccellenza che aiuta le aziende a espandersi in modo efficiente. A partire dalle solide basi di Magento, Adobe Commerce offre prestazioni e scalabilità, uno sviluppo moderno API-first e un'integrazione ottimizzata." To the right, there is a large image of a man with a beard and glasses using a tablet. Overlaid on this image are two floating panels: "Composable commerce" with a list of services (Catalog services, Payment services, Storefronts, Live search, Product recommendations) and "Integrations" with logos for Micro ERP and SAP.

Magento si adatta a una nuova era dell'e-commerce

Magento è sempre stato sinonimo di un e-commerce aperto, flessibile e innovativo. Ora, Adobe Commerce porta avanti questa tradizione offrendo inoltre funzionalità cloud migliorate, ad esempio una velocità superiore, scalabilità e una completa integrazione con il potente ecosistema Adobe. Adobe Commerce è la soluzione più all'avanguardia per migliorare la tua strategia di e-commerce e aumentare le vendite.

A user profile card for Anna Khan. It includes a profile picture, the name "Anna Khan", an email address "a.khan@bodea.com", and interests "Hiking, neutrals". At the bottom, there is a button labeled "Adobe Firefly".

A product recommendation card titled "Our recommendations" and "Top hiking boots". It features an image of a pair of brown hiking boots.

Adobe Commerce, l'evoluzione di Magento

Adobe Commerce porta avanti il successo di Magento con ulteriori funzionalità che supportano la crescita e la scalabilità aziendale. L'evoluzione di Magento in Adobe Commerce è stata motivata dal bisogno di allinearsi con le crescenti esigenze nel mondo dell'e-commerce. Grazie all'unione dei punti di forza di Magento con le capacità ampliate di Adobe, Commerce è una potente soluzione per il marketing, in grado di offrire customer

Proposta

Adobe Commerce per:

- flessibilità d'installazione
- personalizzazione più completa
- funzioni B2B native

The screenshot shows the Adobe for Business website. The header includes the Adobe logo and navigation links: Menu principale, Adobe Commerce, Funzionalità, Casi d'uso, Prezzi, Risorse, Prodotti aggiuntivi, and Inizia. The main content area features the headline "MAGENTO DIVENTA ADOBE COMMERCE" and the sub-headline "Le soluzioni per l'e-commerce di Magento si sono evolute in Adobe Commerce". Below this, a paragraph states: "Ora Magento è Adobe Commerce, la piattaforma di e-commerce per eccellenza che aiuta le aziende a espandersi in modo efficiente. A partire dalle solide basi di Magento, Adobe Commerce offre prestazioni e scalabilità, uno sviluppo moderno API-first e un'integrazione ottimizzata." To the right, there is a large image of a man with a beard and glasses using a tablet. Overlaid on this image are two floating panels: "Composable commerce" with a list of services (Catalog services, Payment services, Storefronts, Live search, Product recommendations) and "Integrations" with logos for Microsoft ERP and SAP.

Magento si adatta a una nuova era dell'e-commerce

Magento è sempre stato sinonimo di un e-commerce aperto, flessibile e innovativo. Ora, Adobe Commerce porta avanti questa tradizione offrendo inoltre funzionalità cloud migliorate, ad esempio una velocità superiore, scalabilità e una completa integrazione con il potente ecosistema Adobe. Adobe Commerce è la soluzione più all'avanguardia per migliorare la tua strategia di e-commerce e aumentare le vendite.

A user profile card for Anna Khan. It includes a profile picture, the name "Anna Khan", an email address "a.khan@bodea.com", and interests "Hiking, neutrals". At the bottom, there is a button labeled "Adobe Firefly".

A recommendation card titled "Our recommendations" and "Top hiking boots". It features an image of a pair of brown hiking boots.

Adobe Commerce, l'evoluzione di Magento

Adobe Commerce porta avanti il successo di Magento con ulteriori funzionalità che supportano la crescita e la scalabilità aziendale. L'evoluzione di Magento in Adobe Commerce è stata motivata dal bisogno di allinearsi con le crescenti esigenze nel mondo dell'e-commerce. Grazie all'unione dei punti di forza di Magento con le capacità ampliate di Adobe Commerce è una potente soluzione per il marketing, in grado di offrire customer

Adobe Commerce
come **motore**, non
come l'intera
esperienza.

ARCHITETTURA HEADLESS E MODULARE

FRONT-END PROPRIETARIO · mobile-first

**LOGICA DI DOMINIO BTICINO · progetti,
configuratori, compatibilità, ecc... (sito
personalizzato)**

INTEGRAZIONI · CRM · ERP · PIM · 3PL

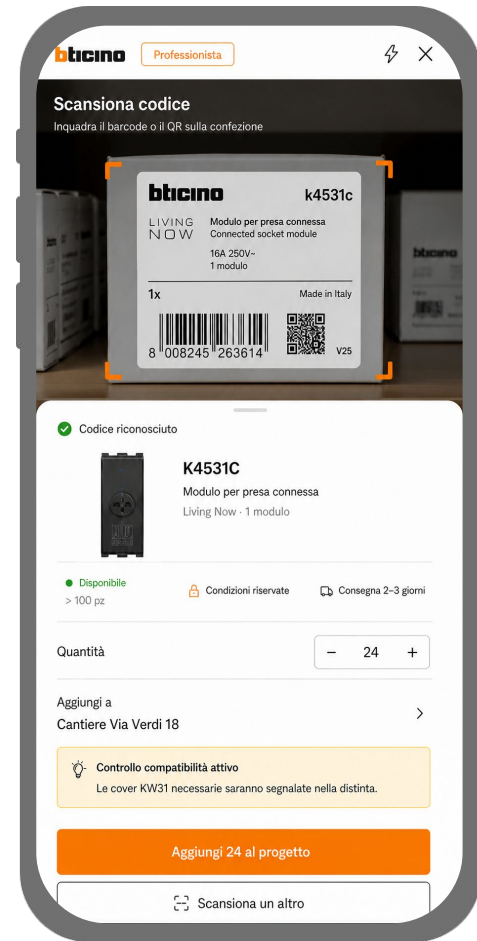
**ADOBE COMMERCE · cataloghi B2B · transazioni
· ordini**

Componenti soluzione IT

- **logica di dominio (back-end)**, rappresentazione digitale dei processi BTicino: personalizzata e proprietaria (es.: gestione progetti, configuratori, ecc...)
- strato di **integrazione dati** verso ERP, CRM, magazzino e operatore logistico
- **interfaccia utente (front-end)**: proprietaria, evita di personalizzare un tema Adobe Commerce e i vincoli che ne deriverebbero per la UX BTicino;
- **motore e-commerce**, unico componente che un'agenzia esterna deve integrare con il resto del sito.

Possibile sviluppo interno: meno dipendenza da sviluppatore e-commerce

Con questa soluzione si potrebbe in futuro sviluppare una **app nativa con funzioni specifiche per smartphone** (es.: scansione barcode in magazzino, documentazione in tempo reale, ecc)



Integrazioni dati necessarie

- **anagrafica articoli, dati tecnici e documenti:** escono dal sistema di gestione delle informazioni di prodotto, che diventa fonte unica verso sito, marketplace e distributori, in sincronizzazione periodica;
- **condizioni** riservate per cliente: lette dall'ERP, mai riscritte in piattaforma;
- **giacenza** e **data** di consegna
- **ordini, documenti** e **stati:** scritti verso l'ERP e restituiti al cliente con lo stesso identificativo.

LOGISTICA • PAGAMENTI

B2B sui flussi attuali, B2C su 3PL

- Vendita B2C: **piccole quantità, packaging, spedizioni, resi**
- Affidare logistica B2C ad operatore **esterno** (3PL)
- BTicino trasmette flussi spedizione e scorta prodotti al 3PL
- Vantaggi: **velocità** di partenza, **nessuna modifica al magazzino attuale**
- Mantenere **quantità merci allineate**
- Qualità servizio logistico B2C in mano al fornitore

Pagamenti B2C

- I pagamenti sono fondamentali per la fiducia del privato
- Carte di credito / debito
- Apple Pay / Google Pay
- Klarna

Apple Pay

Google Pay

Klarna



Pagamenti B2B

- Gestione dilazioni
- Bonifici / Carte di credito / carte di debito
- Riconciliazione
- Fattura elettronica

PROGETTAZIONE FUNZIONALITÀ

Architettura UX

- Unica piattaforma, due **contesti: Casa / Professionista**
- Unica fonte dati, ma il contesto Casa restringe il catalogo ai soli prodotti consumer
- Il contesto decide: **linguaggio, profondità dell'informazione**
- Switch sempre presente per cambiare contesto
- **Esplorazione** catalogo per **soluzioni o tradizionale** (gerarchica)
- Sia clienti privati che professionisti possono esplorare per soluzioni o catalogo e possono cambiare contesto
- Il **tipo di utente** (privato o professionista) **decide le funzionalità abilitate**, il formato prezzo, e l'applicazione di condizioni commerciali

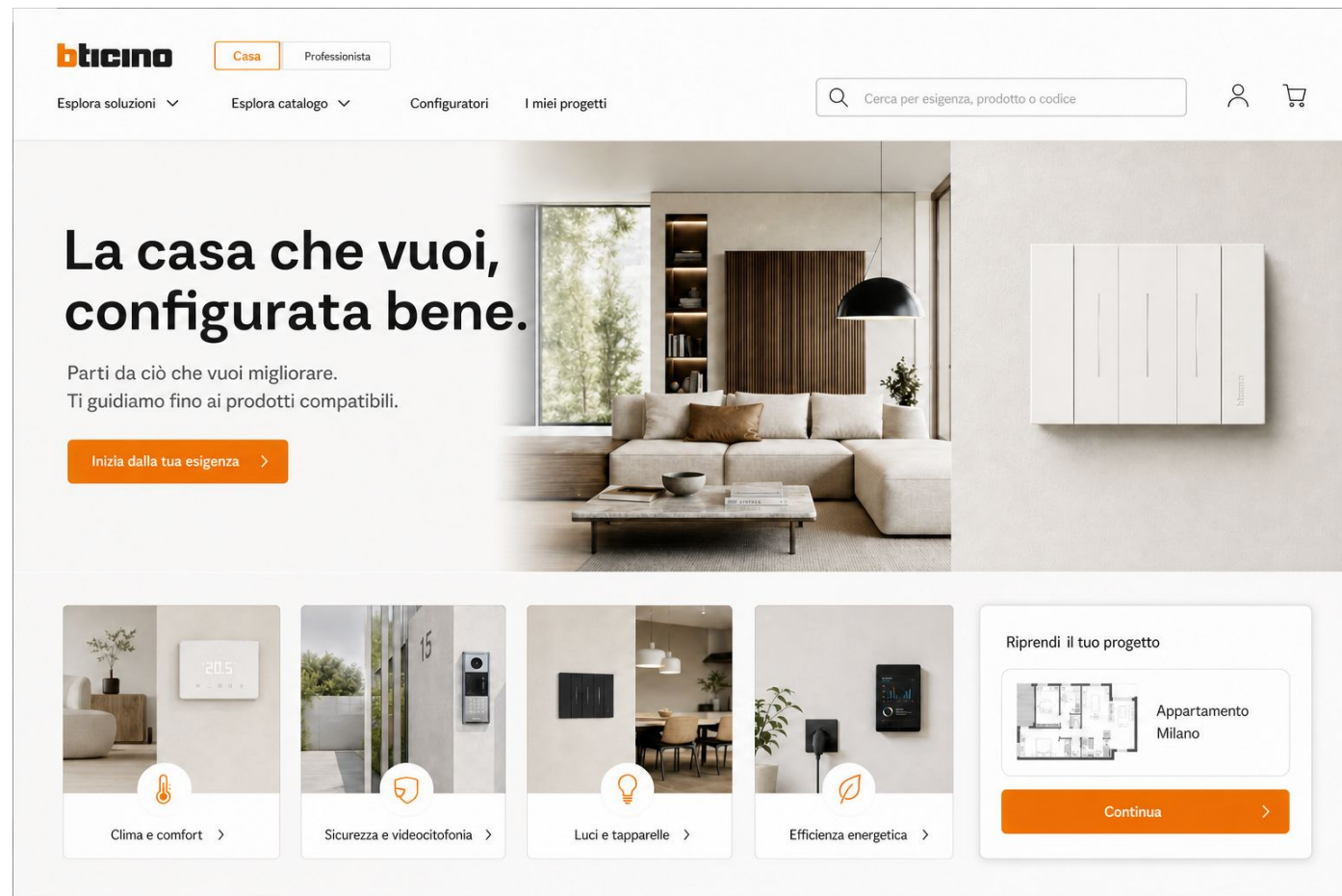
		CONTESTO	
MODALITÀ DI ESPLORAZIONE	CASA	PROFESSIONISTA	
01 SOLUZIONI	AMPIEZZA	Sezione limitata ai prodotti consumer	
	SCHEDA	Scheda prodotto semplificata	
02 CATALOGO	AMPIEZZA	Sezione limitata ai prodotti consumer	
	SCHEDA	Scheda prodotto semplificata	
		AMPIEZZA	Tutto il catalogo
		SCHEDA	Scheda prodotto dettagliata
		AMPIEZZA	Tutto il catalogo
		SCHEDA	Scheda prodotto dettagliata

Contesto e modalità di esplorazione guidano l'esperienza: la modalità apre il percorso, il contesto stabilisce cosa si vede e con quale profondità

Mockup home
page

selezione **contesti**
in alto

selezione
esplorazione nel
menu principale



Esplorazione

ricerca per
esigenza e
ambienti

bticino

Casa

Professionista

Esplora soluzioni

Esplora catalogo

Configuratori

I miei progetti

Cerca per esigenza, prodotto o codice



Esplora soluzioni > Soluzioni per la tua casa

Cosa vuoi migliorare?

Parti da un'esigenza: ti mostreremo soluzioni complete e prodotti compatibili.

Esigenze

Ambienti



Clima e comfort

Gestisci la temperatura e riduci gli sprechi



Sicurezza e accessi

Controlla ingressi, chiamate e casa da remoto



Luci e tapparelle

Crea scenari e automatizza ogni ambiente



Efficienza energetica

Monitora i consumi e usa meglio l'energia



Esplora per ambiente



Soggiorno



Camera



Cucina



Ingresso



Soluzioni consigliate



Clima intelligente stanza per stanza



Scopri la soluzione



Videocitofonia connessa e controllo accessi



Scopri la soluzione



Living Now: luci, tapparelle e scenari



Scopri la soluzione



Hai già un progetto?



Appartamento
Milano

Continua



Esplorazione

ricerca per
catalogo

bticino

Casa **Professionista**

Catalogo

Soluzioni

Configuratori

Progetti

Ordini

Cerca codice o descrizione

Catalogo > Soluzioni per edifici residenziali e terziario > Living Now > Living Now Smart

Gerarchia catalogo

Soluzioni per edifici residenziali e terziario

Serie civili

Smart Home

Living Now

Living Now Smart

Dispositivi filari

Comandi wireless

Gateway

Starter Kit

Videocitofonia

Distribuzione energia

Filtri tecnici

Disponibilità

Disponibile 48

Categoria

Serie

Funzione

Moduli

1 modulo 24

2 moduli 24

Tensione

100-240 Vac 48

Colore

Bianco 16

Sabbia 16

Nero 16

Tipo

Connesso 48

Tradizionale 0

Resetta filtri

Living Now Smart

48 articoli

Disponibile X Serie: Living Now Smart X Tipo: Connesso X Tensione: 100-240 Vac X Resetta filtri



K4531C

Modulo per presa connessa

1 modulo

100-240 Vac

€ 52,48

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto



K4003C

Deviatore connesso

1 modulo

100-240 Vac

€ 52,25

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto



K4027C

Comando tapparella connesso

1 modulo

100-240 Vac

€ 79,10

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto



K4411C

Interruttore / Dimmer connesso

1 modulo

100-240 Vac

€ 60,09

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto



K4510C

Gateway per installazione connessa

2 moduli

100-240 Vac

€ 194,14

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto



FC80GCS

Modulo gestione carichi DIN smart

1 modulo DIN

100-240 Vac

€ 161,23

IIVA esclusa

Disponibile

Consegna 2-3 giorni

Aggiungi al progetto

ninia

81

Scheda prodotto

in contesto Casa le informazioni sono indirizzate al privato

bticino

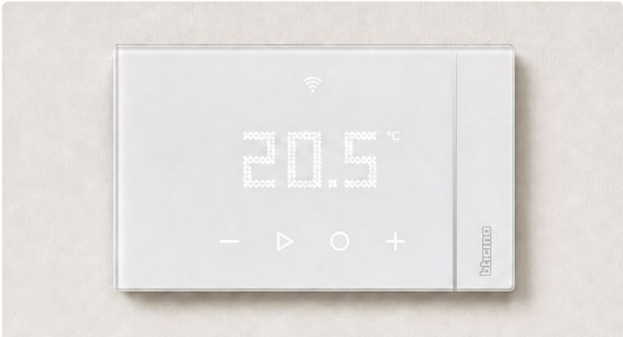
Casa

Professionista

Esplora soluzioni ▼Esplora catalogo ▼ConfiguratoriI miei progetti

Cerca per esigenza, prodotto o codice

Casa > Clima e comfort > Smarter2 with Netatmo





Clima e comfort

Smarter2 with Netatmo

Termostato connesso da incasso

Codice XW8002

★★★★★ 4.6 (128)

Bianco



 Controlla il clima da casa e da remoto

 Programmi settimanali e funzione Boost

 Compatibile con valvole intelligenti Netatmo

€ 241,13

Iva inclusa

Disponibile

Consegna stimata 2-3 giorni

Quantità

1 ▼

Aggiungi al carrello >

Aggiungi al progetto

 **Comfort su misura**
Imposta la temperatura ideale in ogni momento.

 **Consumi sotto controllo**
Monitora i consumi e ottimizza il riscaldamento.

 **Gestione da app Home + Control**
Controlla il clima da casa e da remoto.

 **Comandi vocali**
Compatibile con gli assistenti vocali più diffusi.

Vantaggi

CaratteristicheInstallazioneDocumenti

Compatibile con il tuo impianto?

Smarter2 with Netatmo funziona perfettamente con:

 **App Home + Control**
Gestione completa del tuo impianto, sempre a portata di mano.

 **Valvole intelligenti Netatmo**
Regola la temperatura in ogni stanza e ottimizza il comfort.

Scheda prodotto

in contesto
Professionista le
informazioni sono
dettagliate e
contengono
documentazione
specifica

bticino

Casa **Professionista**

Catalogo Soluzioni Configuratori **Progetti** Ordini

Cerca codice o descrizione

Catalogo > Smart Home > Termostati connessi > Smarther2 with Netatmo



Serie Smart Home

Smarther2 with Netatmo

Termostato connesso da incasso

Codice

XW8002

Colore / Finitura

Bianco

Articolo a catalogo

Disponibile

> 100 pezzi

Consegna 2-3 giorni

Quantità

1

Aggiungi a

Cantiere Via Verdi 18

Aggiungi al progetto

Aggiungi al carrello

€ 197,65

IVA esclusa

Condizioni riservate applicate

Caratteristiche tecniche

Tensione	230 Vac
Dimensioni	126 × 87 × 12,6 mm
Sezione massima cavo	1 × 1,5 mm ²
Tipo	Connesso
Codice EAN	8005543650028
Quantità minima	1
Unità di vendita	1

Esporta dati prodotto

Documentazione tecnica

Scheda tecnica

Scarica

Dichiarazione di conformità Radio

Scarica

Istruzioni d'uso

Scarica

Manuale utente

Scarica

Compatibilità e relazioni

Completa con

Valvola termostatica intelligente NAV-PRO

Verifica compatibilità

Gestione progetti

L'utente professionista può creare progetti personalizzati ed inserirvi i prodotti necessari con modalità diverse (da navigazione, copia-incolla righe di testo, upload excel, scansione codice a barre)

bticino

Casa **Professionista**

Catalogo Soluzioni Configuratori **Progetti** Ordini

Cantiere Via Verdi 18

Cerca codice o descrizione

Modifica progetto Duplica Esporta distinta Altro

Distinta materiali

Quadri e linee

Documenti

Note

Attività

Stato progetto

In lavorazione

Creato da Mario Rossi

Creato il 06/05/2024

Ultima modifica 16/05/2024

Inserisci codici e quantità

Incolla righe: codice, quantità
K4531C, 24
K4003C, 12
K4027C, 8
FC80GTN, 1

Un codice e quantità per riga

Aggiungi righe

Carica Excel

Scansiona codice

Codice	Descrizione	Quantità	Condizioni	Disponibilità	Consegna
 K4531C	Modulo per presa connessa Living Now 1 modulo	- 24 + pz	Riservate	Disponibile > 100 pz	2-3 giorni
 K4003C	Deviatore connesso Living Now 1 modulo	- 12 + pz	Riservate	Disponibile > 100 pz	2-3 giorni
 K4027C	Comando tapparella connesso Living Now 1 modulo	- 8 + pz	Riservate	Disponibile 76 pz	2-3 giorni
 FC80GTN	Gateway DIN smart DIN 2 moduli DIN	- 1 + pz	Riservate	Disponibile 12 pz	2-3 giorni
+ Aggiungi riga					

4 righe

Aggiorna disponibilità

Controllo distinta

1 integrazione consigliata
Aggiungi 24 cover KW31 per completare i moduli K4531C.
Aggiungi 24 cover

Vedi dettagli

Riepilogo progetto

Condizioni riservate applicate

Totale IVA esclusa
€ 4.286,40

Destinazione
Cantiere

Consegna più rapida
2-3 giorni lavorativi
Trasforma in ordine

Esporta distinta

Gestione progetti

L'utente privato può creare progetti semplificati, inserirvi i prodotti necessari, condividere il progetto con un professionista per avere consulenza e preventivo di installazione

bticino

CasaProfessionista

Esplora soluzioni ▾Esplora catalogo ▾ConfiguratoriI miei progetti

Cerca per esigenza, prodotto o codice

👤🛒

← I miei progetti

Appartamento Milano ✎

Condiviso con un professionista

ConfigurazioneValidazione**Preventivo**Ordine

Condividi progetto

Panoramica

Prodotti

Compatibilità

Messaggi 2

Documenti

Distinta prodotti

4 referenze · 7 pezzi

Prodotto	Quantità	Stato	
 Smarter2 with Netatmo XW800Z	2 pezzi	✓ Incluso	⋮
 Classe 300EOS with Netatmo 344842	1 pezzo	✓ Incluso	⋮
 Gateway Living Now K4500C	1 pezzo	✓ Incluso	⋮
 Modulo per presa connessa K4531C	3 pezzi	✓ Incluso	⋮

✓

Compatibilità verificata

Tutti i componenti necessari sono presenti

>

Luca Bianchi

Installatore qualificato BTicino

Ho verificato la configurazione.

Ho aggiunto il gateway necessario.

Oggi, 10:24

Grazie Luca, perfetto.

Oggi, 10:28 ✓

Modifica proposta

+ 1 Gateway Living Now K4500C

Oggi, 10:24

Preventivo posa

In attesa

€ 680,00

Materiali esclusi

Validità preventivo: 30 giorni

Approva preventivo

Richiedi modifiche

Il progetto di un privato collega **bisogno**, prodotto e **verifica / installazione** (opzionale).

L'ordine è sempre a carico cliente owner del progetto



Configuratori

Necessari a
guidare sia utenti
B2B che B2C

bticino

CasaProfessionista

Esplora soluzioni ▼Esplora catalogo ▼ConfiguratoriI miei progetti

Cerca per esigenza, prodotto o codice

Configuratori > Configura il clima

1. Tipo di impianto

2. Soluzione

3. Ambienti

4. Dispositivi

5. Riepilogo

3 di 5 · Ambienti

Dove vuoi gestire la temperatura?

Puoi scegliere una stanza o creare una soluzione per tutta la casa.

Soggiorno☐

Zona notte☐

Bagno☐

Tutta la casa☒

Indietro

Salva e continua più tardi

Continua >

La tua configurazione

 Appartamento - 85 m²

 Caldaia autonoma

 Radiatori

Smarter2 with Netatmo
XW8002 - bianco

3 valvole intelligenti

 Compatibilità verificata

Stima prodotti

€ 555,00
IVA inclusa

ninia

87

Post vendita

Supporto,
documentazione
sempre presente

bticino

Casa

Professionista

Esplora soluzioniEsplora catalogoConfiguratoriI miei progetti

Cerca per esigenza, prodotto o codice

I miei progetti

Appartamento Milano

Lavori completati

Installatore collegato: [Luca Bianchi](#)

Panoramica

Prodotti installati

Garanzie

Documenti

Assistenza e resi

3 prodotti registrati

Garanzie attive

Documenti completi

Nessuna richiesta aperta

Prodotti installati

Prodotto	Seriale	Installazione	Garanzia	Azioni
 Smarter2 with Netatmo XW8002	Serial XW8-24-0001846	Installato il 14/05/2026	Garanzia attiva Fino al 14/05/2028	Dettagli Richiedi assistenza
 Classe 300EOS with Netatmo 344842	Serial EOS-24-0000932	Installato il 14/05/2026	Garanzia attiva Fino al 14/05/2028	Dettagli Richiedi assistenza
 Gateway Living Now K4500C	Serial GW-24-0002715	Installato il 14/05/2026	Garanzia attiva Fino al 14/05/2028	Dettagli Richiedi assistenza

Archivio documenti

Dichiarazione di conformità
PDF · 285 KB
Caricato il 14/05/2026
[Scarica](#)

Fattura ordine
PDF · 412 KB
Emessa il 10/05/2026
[Scarica](#)

Verbale di installazione
DOCX · 156 KB
Caricato il 14/05/2026
[Scarica](#)

Manuali dei prodotti
PDF · 3.2 MB
Aggiornato il 14/05/2026
[Scarica](#)

Come possiamo aiutarti?

Assistenza tecnica

Segnala un problema sul prodotto o sull'impianto

Richiesta in garanzia

Apri una pratica per un prodotto coperto

Avvia un reso

Restituisci un prodotto acquistato online

Ritiro dell'usato RAEE

Prenota il ritiro di un'apparecchiatura da smettere

Apri una richiesta

Storia del progetto

Ordine consegnato

10/05/2026

Installazione completata

14/05/2026

Conformità caricata

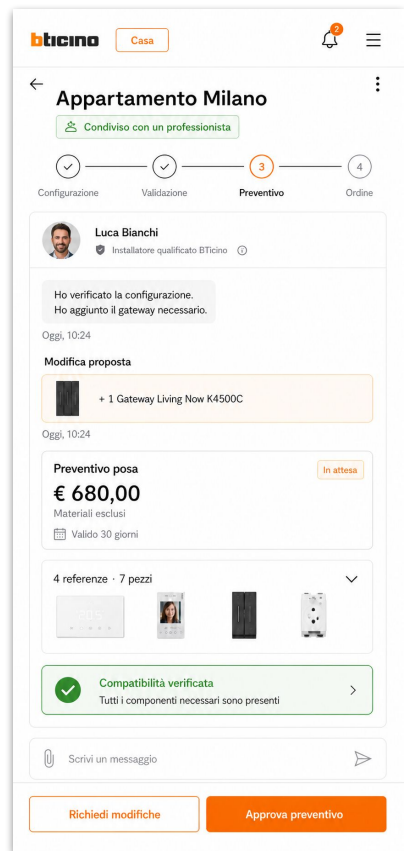
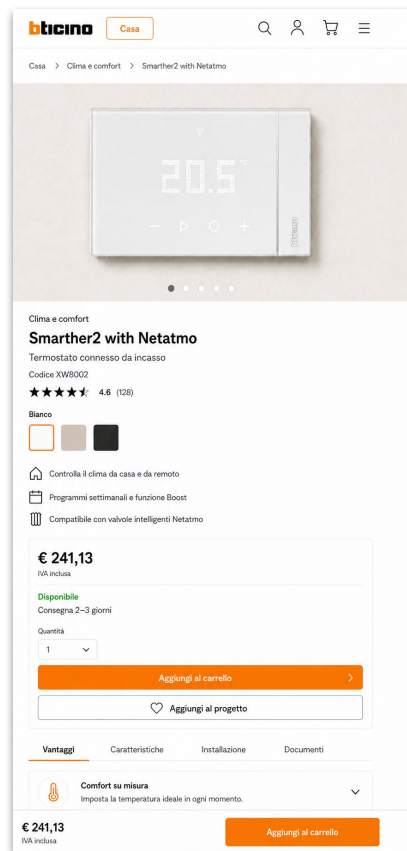
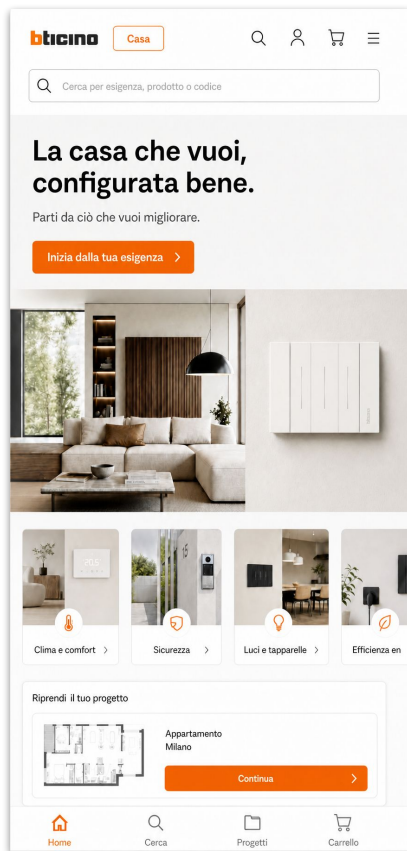
14/05/2026

Garanzie attivate

14/05/2026

Contatta Luca Bianchi

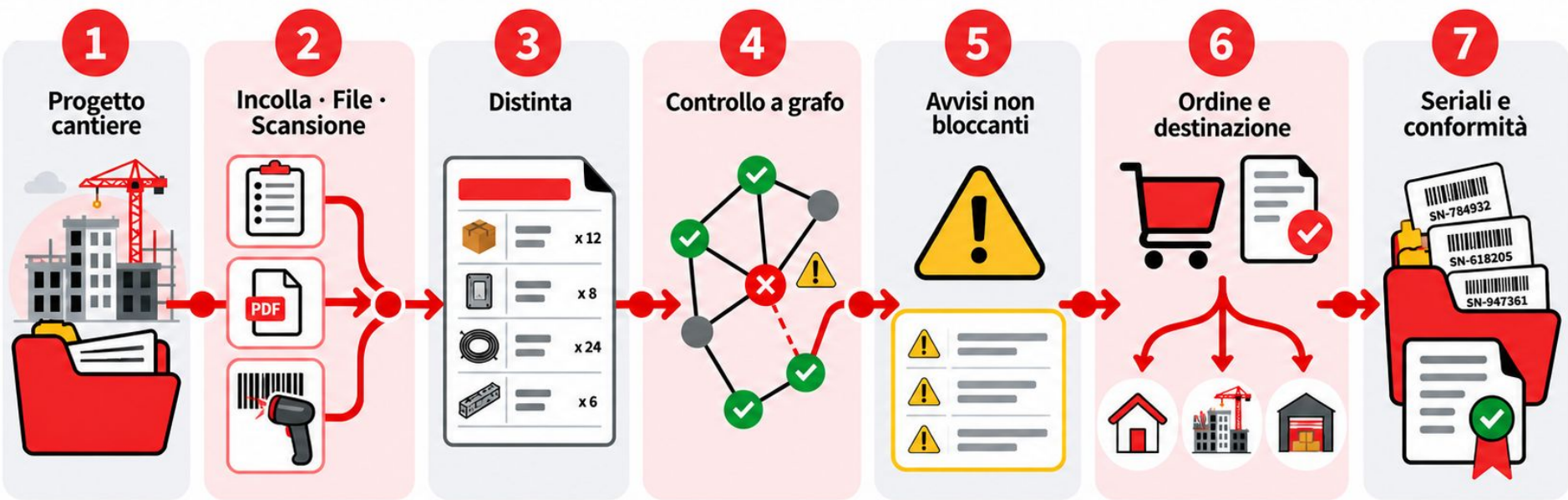
Installatore qualificato BTicino



Mobile-first è un must



Percorso di esempio di un privato



Percorso di esempio di un professionista (installatore)

TEST USABILITÀ • USER ACCEPTANCE TESTING

Test usabilità

- Ricerca e catalogo — trovare un prodotto per codice, filtro o caratteristica.
- Configuratore — comporre una soluzione, verificarne compatibilità e componenti.
- Progetto condiviso — trasferire la distinta dal privato o dal progettista all'installatore.
- Ripresa in showroom [B2C] — riaprire in negozio un progetto iniziato online.
- Acquisto e consegna — ordinare con le condizioni del profilo e scegliere domicilio, cantiere o ritiro.
- Riordino [B2B] — ripetere un ordine tramite storico, lista o gestionale.

User acceptance testing (UAT) – parte 1

Area	Test	Atteso
Profilazione	accedere con ciascun profilo e tentare funzioni riservate	prezzi e permessi corretti, accessi indebiti bloccati
Catalogo e configuratore	comporre una soluzione valida, una incompatibile e una con riga non disponibile	dati aggiornati, combinazioni errate bloccate, distinta e data di consegna complete
Progetto condiviso	condividere un progetto e aprirlo come installatore	stessi prodotti, quantità e note
Ordini e documenti	completare un ordine prova per profilo	un solo ordine, pagamento registrato, stesso identificativo nel gestionale Enterprise Resource Planning (ERP) e documento fiscale corretto

User acceptance testing (UAT) – parte 2

Area	Test	Atteso
Consegna e ritiro	accedere con ciascun profilo e tentare le diverse destinazioni	ordine instradato a magazzino, operatore logistico esterno (3PL) o punto vendita, con stato tracciabile.
Post-vendita	aprire reso, garanzia e ritiro dell'usato	pratica tracciata dall'apertura alla chiusura
Progetto condiviso	condividere un progetto e aprirlo come installatore	stessi prodotti, quantità e note
Qualità	navigazione da tastiera, prestazioni, sicurezza	requisiti Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2 AA e soglie tecniche rispettate

STRATEGIA DI MARKETING PER LANCIO E POSIZIONAMENTO E-COMMERCE



Per chi progetta, installa e abita un impianto, l'e-shop BTicino è il luogo ufficiale del produttore dove la **soluzione è certa**. Non il più economico, non il più assortito, non un sostituto del distributore.

Messaggio al distributore

“Il canale che porta lavoro al punto vendita”.

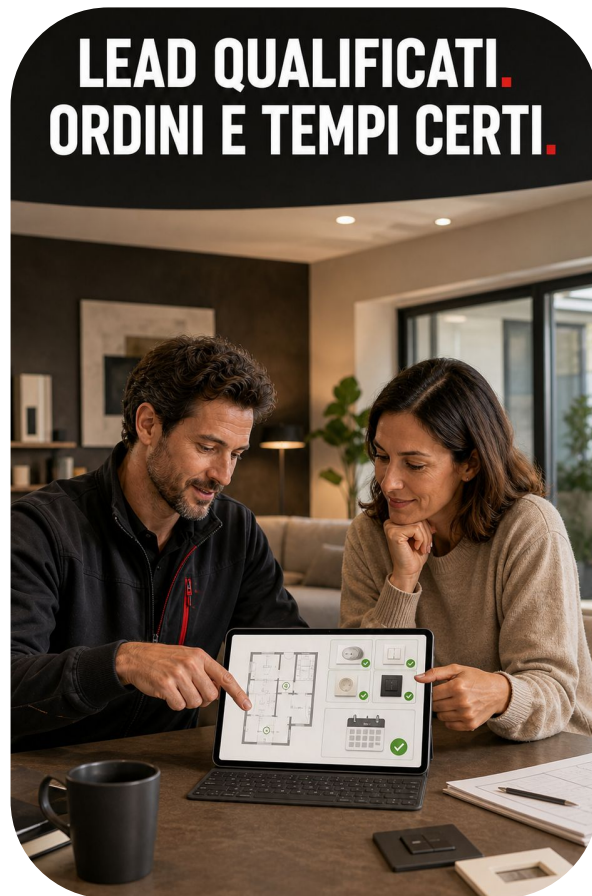
È il primo messaggio, prima dell'apertura.



Messaggio al professionista

“Il canale che provvede lead qualificati, ordini e tempi certi”.

Il canale porta lead qualificati: privati in cerca di consulenza e posa in opera. Gli ordini vengono controllati dal sistema. I tempi sono noti dall'inizio.



Messaggio al privato

“Si parte dall'esigenza: sicurezza, consumi, comfort, ricambi. Non dal codice”.

Si mette in evidenza l'approccio al risultato per il privato: la sicurezza della famiglia, la gestione economica, ecc...



Modello di lancio

- **No ad un modello con unico** lancio a grande impatto
- Rischio: **promesse** non mantenute
- Apertura su invito ad un gruppo chiuso B2B e poi rilascio graduale
- Sequenza: comunicazione interna → forza vendita → distributori → installatori/professionisti → mercato
- I partner non devono venirne a conoscenza da pubblicità, ma sentirsi **considerati con comunicazione mirata e gestione della crisi**

La sequenza

Prima i partner infine il mercato.

Assicurarsi la collaborazione della filiera è fondamentale per la riuscita del progetto.

Vanno comunicati bene i vantaggi che avranno.

I APERTURA SU INVITO



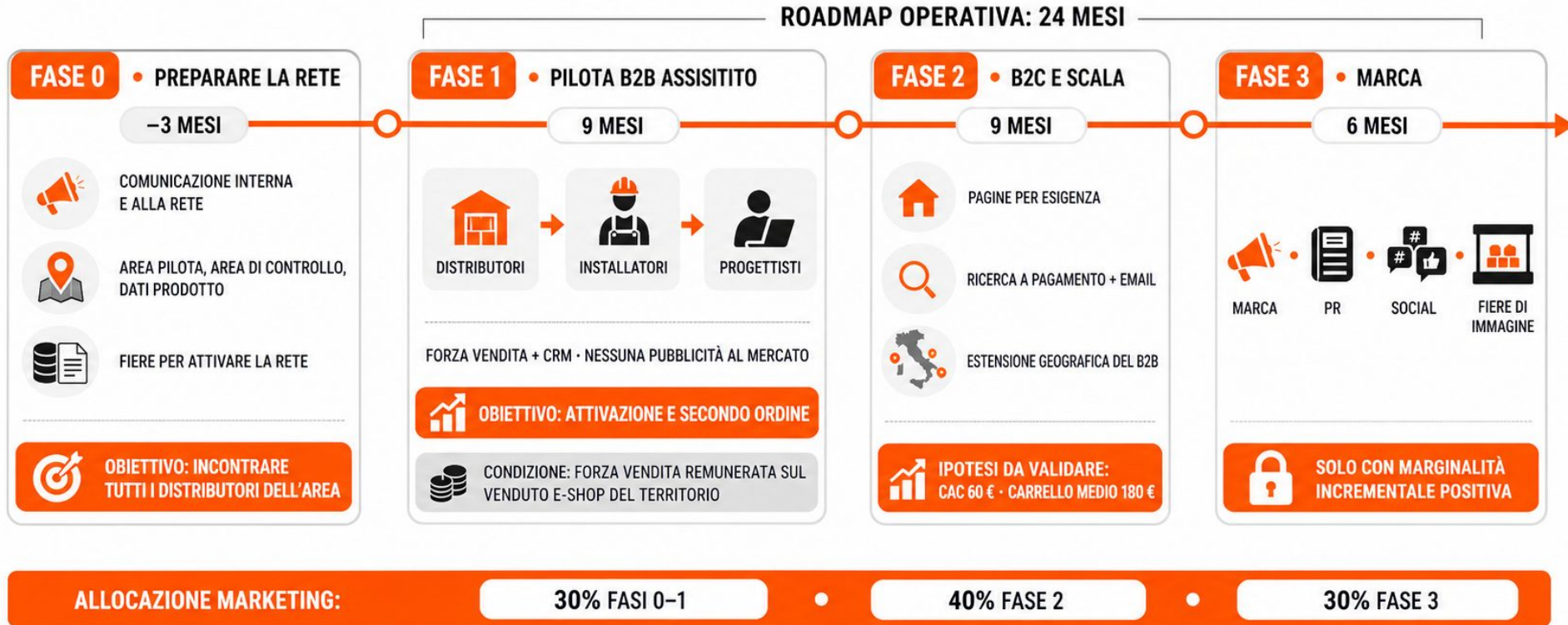
I LA RETE LO SA PRIMA DELLA PUBBLICITÀ



Fasi e obiettivi di comunicazione

- **Fase 0** (3 mesi prima dell'apertura): **comunicazione interna e alla rete partner, scelta di area pilota** e di controllo, fiere per attivare la rete. Obiettivo: incontro con tutti i distributori dell'area scelta.
- **Fase 1** (9 mesi): **attivazione assistita di distributori, e poi professionisti** tramite forza vendita. Nessuna pubblicità. Obiettivo: professionisti attivati e generazioni ordini, non nuovo traffico.
- **Fase 2** (9 mesi): **apertura del B2C**, pagine per esigenza, ricerca a pagamento, mail marketing, **estensione geografica del B2B**. Ipotesi da verificare nel pilota: costo di acquisizione 60 € su carrello medio 180 €.
- **Fase 3** (6 mesi): **branding**, relazioni pubbliche, social adv e fiere di immagine.

PRE-LANCIO: 3 MESI • ROADMAP OPERATIVA: 24 MESI



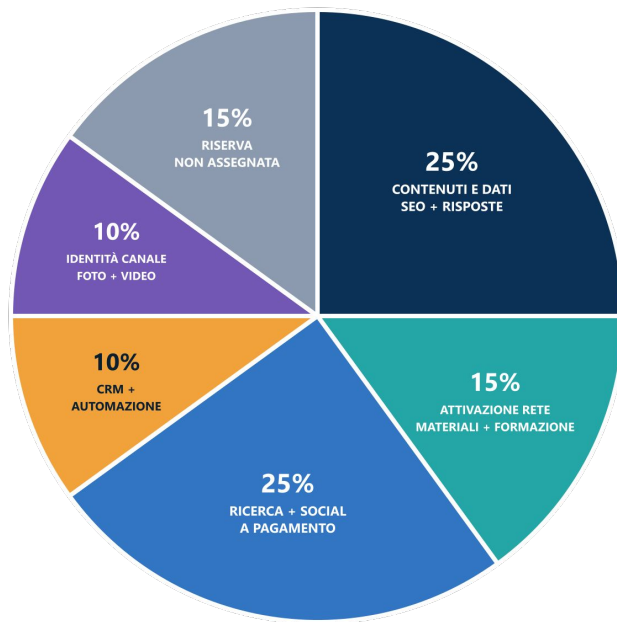
Fasi di lancio

Canali

- Il lancio converte domanda e traffico già in possesso → precedenza a catalogo, CRM, showroom, punti vendita
- Ricerca **organica** → lavorare sull'intento transazionale
- Ricerca a **pagamento** → focus su marca e chiavi specifiche
- Gestione **AEO**
- **Instagram e TikTok** per campagne rivolte ai privati, reel emozionali, UGC
- **Linkedin** per comunicazione corporate
- **Youtube** per hosting video tutorial per professionisti (visualizzati anche nella scheda prodotto)
- **Email marketing** per mantenere relazioni con i partner

Allocazione budget marketing

- ricerca organica e per risposte 25%
- attivazione della rete, materiali e formazione 15%
- ricerca e social a pagamento 25%
- CRM, automazione e mail marketing 10%
- identità del canale, foto e video 10%
- riserva non assegnata, sul solo marketing, 15%



MONITORAGGIO E OTTIMIZZAZIONE

Fase 1 – professionisti

- Ogni settimana: si monitorano professionisti invitati, registrati e attivi. Analisi ordini, problemi con le ricerche, reclami
- Ogni mese: passaggio da registrazione ad attivazione (quanti professionisti hanno fatto almeno un ordine) e dal primo al secondo ordine, andamento dei gruppi entrati nello stesso periodo, che mostra quando un gruppo smette di ordinare: se gli ordini crescono, potrebbe essere che accade solo perché vengono attivati nuovi professionisti, mentre quelli attivati nei mesi precedenti smettono di ordinare.

Fase 2 – privati

- Ogni settimana: errori tecnici e di pagamento, velocità, ricerche, pagine di uscita e carrelli abbandonati.
- Ogni mese: provenienza dei visitatori, percentuale che acquista, costo di acquisizione (CAC), rendimento dei canali, configurazioni concluse, resi per incompatibilità e consegne complete nella data promessa.
- A ogni passaggio, dalla ricerca al pagamento, si contano quanti proseguono e quanti escono: lo scarto rispetto al percorso progettato dice dove il cliente si ferma. Il perché sta in tre domande: non trovava ciò che cercava, ci metteva troppo, o non si fidava?

Altre misurazioni

- Ogni trimestre: traffico diretto, ricerche del brand, menzioni dentro e fuori i social. Vanno letti con l'andamento delle ricerche del settore perché fiere e detrazioni muovono la domanda da sole.
- Ogni trimestre: valore del cliente nel tempo (LTV), vendite di eCommerce dei distributori e margine incrementale. Si confrontano l'area pilota e le aree di controllo, prima e dopo il lancio.

Soglie di passaggio fasi durante il lancio

- verso la fase 2: 60% degli invitati registrati, 50% dei registrati al primo ordine, 40% al secondo, 95% di ordini consegnati completi entro la data promessa, nessun reclamo della rete rimasto aperto;
- verso la fase 3: margine incrementale positivo rispetto all'area di controllo e costo di acquisizione B2C entro i 60 € ipotizzati nella strategia marketing;
- arresto: due trimestri consecutivi sotto metà della soglia di attivazione sospendono il pilota e riaprono le discussioni strategiche.

GRAZIE

ninja