

Esempio compilato: brief per partner digitale

Domidea Srl, nuovo e-commerce con area riservata ai rivenditori collegata al gestionale | versione 1.0 del 14 ottobre 2026

Esempio illustrativo. Domidea Srl è un'azienda fittizia che produce arredi e complementi di design per la casa. Numeri, nomi e risultati sono inventati a scopo didattico: servono a mostrare il livello di dettaglio atteso, non sono dati reali. Ogni risposta indica se l'informazione è verificata, un'ipotesi da validare o una decisione aperta.

Voce	Contenuto
Azienda e progetto	Domidea Srl, rifacimento dell'e-commerce B2C e creazione di un'area ordini per i rivenditori
Referente	E-commerce manager, con il responsabile dei sistemi informativi
Data e versione	14 ottobre 2026, versione 1.0
Uso del brief	Gara tra quattro partner digitali

1. Base comune

Contesto

Chi siete, cosa offrite, con quale modello di business? Da quale situazione nasce la necessità del progetto?

Domidea Srl progetta e produce arredi e complementi di design per la casa: sedute, tavoli, librerie, lampade e oggetti decorativi. Fondata nel 1987, ha sede e stabilimento in Brianza, 92 dipendenti e un fatturato 2025 di 21,4 milioni di € (EBITDA 9%). Vende per il 58% all'estero (Germania, Francia, Benelux, Paesi nordici) attraverso 380 rivenditori attivi, di cui 140 in Italia; il canale contract (hotel e residenze) pesa il 17% e l'e-commerce diretto, avviato nel 2023, il 6%.

L'e-commerce attuale (2023) è separato dal gestionale: disponibilità e prezzi vengono aggiornati a mano due volte a settimana. I rivenditori ordinano via email o telefono: 9.600 ordini nel 2025.

Stato: verificato

Problema o opportunità

Che cosa volete risolvere o cogliere? Quali evidenze avete già raccolto?

Il 14% degli ordini online riguarda prodotti non disponibili e viene annullato. L'ufficio commerciale dedica 2,5 persone a tempo pieno all'inserimento degli ordini dei rivenditori, con un errore ogni 40 ordini.

Stato: verificato (dati 2025)

Obiettivi

Quali risultati vi aspettate, in quale ordine di priorità? Separa gli obiettivi di business e gli obiettivi di progetto. Formulate ogni obiettivo in modo SMART: specifico, misurabile (con numeri e valori di partenza), raggiungibile, rilevante per l'azienda e con una scadenza.

Obiettivi di business:

Obiettivo	Indicatore	Valore di partenza	Target	Scadenza
1. Vendite online	Fatturato e-commerce B2C	1,28 milioni di €	1,9 milioni di €	31 dicembre 2028
2. Ordini rivenditori digitali	Quota di ordini dall'area riservata	0%	60%	12 mesi dal rilascio
3. Efficienza	Ore mensili di inserimento ordini	420	170	12 mesi dal rilascio

Obiettivi di progetto:

Obiettivo	Indicatore	Valore di partenza	Target	Scadenza
1. Disponibilità corrette	Ordini annullati per mancanza prodotto	14%	sotto 2%	3 mesi dal rilascio
2. Velocità	Tempo di caricamento mobile (LCP)	4,1 secondi	sotto 2,5 secondi	al rilascio
3. Conversione	Tasso di conversione B2C	1,4%	2%	12 mesi dal rilascio

Stato: verificato per i valori di partenza; target approvati dalla direzione

Destinatari

Chi sono i vostri clienti target, utilizzatori e altre persone coinvolte nella scelta?

- Clienti finali (78.000 utenti unici al mese, 64% da mobile)
- 380 rivenditori, di cui 120 ordinano almeno una volta al mese
- Agenti di vendita che consultano listini e ordini
- Ufficio commerciale e logistica

Stato: verificato

Mercato e competitor

Quali sono i fattori di scelta che i vostri clienti considerano quando devono scegliere un prodotto? Elencali dal più importante al meno importante

Quali concorrenti e alternative considerano i clienti? Per quali ragioni vi confrontano?

Fattori di scelta:

Posizione	Fattore di scelta	Fonte
1	Estetica e coerenza con l'arredo esistente	Interviste a 24 rivenditori, 2026
2	Qualità percepita dei materiali e delle finiture	Recensioni e-commerce (612 analizzate)
3	Tempi di consegna certi	Reclami 2025: 31% riguarda ritardi

Posizione	Fattore di scelta	Fonte
4	Prezzo coerente con la fascia medio alta	Listini concorrenti, rilevazione interna
5	Firma del designer e storia del prodotto	Sondaggio clienti finali, 410 risposte

Due concorrenti diretti offrono già un'area ordini ai rivenditori; secondo 11 rivenditori su 24 è un motivo per preferirli.

Stato: verificato (interviste)

Brand

Posizionamento, promessa, tono, identità: quali linee guida esistono già?

Il sito deve applicare il manuale di identità e la libreria di componenti esistente (palette, caratteri, icone).

Stato: verificato

Allegati di riferimento: manuale di identità, file di design del sito attuale

Evidenze

Quali risultati di discovery, interviste, dati interni ed esterni, osservazioni, feedback e materiali visivi potete condividere?

- Report GA4 di 24 mesi
- Analisi di 1.200 email di ordine dei rivenditori
- Test di usabilità con 8 clienti: 5 non trovano la guida alle misure

Stato: verificato

Perimetro di lavoro

Quali attività sono incluse ed escluse? Quali dipendenze e contributi interni sono previsti?

Incluso: analisi, design, sviluppo, integrazione con il gestionale, migrazione dati, test, formazione. Escluso: contenuti e foto (a cura interna), campagne di marketing.

Stato: verificato

Elaborati da consegnare

Cosa va consegnato, in quali formati e quantità, con quale livello di sviluppo?

Elaborato	Formato	Quantità	Livello di sviluppo
Analisi funzionale	Documento e mappa dei flussi	1	Progetto definitivo / da approvare
Prototipo navigabile	Prototipo cliccabile	B2C e area rivenditori	Concept / bozza di lavoro
Sito e area riservata	Piattaforma in produzione	IT, EN, DE	Esecutivo / pronto all'uso
Documentazione	Manuali e guida tecnica	3 manuali	Esecutivo / pronto all'uso

Vincoli

Scadenze, requisiti tecnici, organizzativi e normativi pertinenti.

- Rilascio entro il 15 settembre 2027, prima del picco di vendite autunnale
- Gestionale esistente da non sostituire, con interfacce disponibili
- Conformità GDPR e accessibilità secondo la normativa europea in vigore

Stato: verificato

Responsabilità

Chi è il referente? Chi va coinvolto? Chi approva il risultato finale?

Referente: e-commerce manager. Sistemi informativi per integrazioni e sicurezza. Approvazione: comitato di 3 persone (AD, direttore commerciale, responsabile IT).

Stato: verificato

Verifica

Come avverranno revisioni e accettazione? Quali indicatori monitorerete?

Collaudo su un elenco di 60 casi di test, rilascio pilota a 20 rivenditori per 4 settimane, accettazione dopo 30 giorni senza errori bloccanti.

Stato: verificato

Misurazione: fatturato e conversione riguardano solo l'e-commerce B2C; la quota di ordini digitali e le ore di inserimento riguardano solo i rivenditori B2B. Usare periodi omogenei e la stessa definizione di conversione. Rilevare il LCP mobile al 75° percentile dei dati degli utenti; prima del rilascio usare test controllati e confermare il risultato con i dati reali. La completezza delle 120 schede riguarda il freelance; l'integrazione e la correttezza della disponibilità riguardano il partner digitale.

2. Approfondimenti specifici

Obiettivi e utenti

Chi userà lo strumento e per ottenere cosa?

Clienti finali: scegliere e comprare con misure chiare. Rivenditori: ordinare in meno di 3 minuti, vedere disponibilità e stato delle spedizioni.

Stato: verificato

Percorsi e azioni

Quali azioni devono poter completare gli utenti?

- Acquisto con configurazione di finitura
- Riordino rapido da storico per i rivenditori
- Download di schede e foto per i rivenditori
- Richiesta di preventivo contract

Stato: verificato

Funzionalità prioritarie

Cosa è indispensabile al primo rilascio, cosa può attendere?

Primo rilascio: catalogo, carrello, disponibilità in tempo reale, area rivenditori con listini personalizzati.
Dopo: configuratore 3D, programma fedeltà.

Stato: verificato

Contenuti e dati disponibili

Quali contenuti e dati esistono, dove, in che stato?

410 prodotti con dati nel gestionale, 3.800 foto, 120 schede riscritte entro febbraio 2027, listini per 4 fasce di rivenditori.

Stato: verificato

Integrazioni e migrazioni

Con quali sistemi va collegato? Cosa va migrato?

Gestionale (prodotti, prezzi, disponibilità, ordini), CRM, corriere, pagamenti. Migrazione di 21.000 clienti e storico ordini di 3 anni.

Stato: verificato

Responsabilità di gestione

Chi aggiornerà contenuti e dati dopo il lancio?

Team e-commerce interno di 2 persone per contenuti; il partner per manutenzione e aggiornamenti di sicurezza.

Stato: verificato

Accessibilità, privacy, sicurezza

Quali requisiti pertinenti vanno rispettati?

Accessibilità secondo le norme europee, consensi privacy registrati, accessi rivenditori con doppia autenticazione.

Stato: verificato

Test, formazione, assistenza

Come si testa, chi va formato, quale assistenza dopo il rilascio?

Test di carico per 3 volte il traffico di picco, formazione di 8 ore al team, assistenza con risposta entro 4 ore lavorative per 12 mesi.

Stato: verificato

Budget di sviluppo e gestione

Budget per lo sviluppo e, se previsti, costi annui di licenze, hosting e assistenza, separati.

Sviluppo 90.000-120.000 € esclusa IVA. Costi annui di licenze, hosting e assistenza: massimo 18.000 €.

Stato: verificato

N.B. Senza un'indicazione di budget, molte agenzie e professionisti non prendono in carico il brief. Per questo l'esempio indica sempre un importo o una fascia.

3. Allegati visivi

Per ogni immagine indicate cosa mostra, perché è rilevante e quale indicazione offre al progetto. Specificate se è un'evidenza (raccolta nella realtà) o un riferimento stilistico (da non copiare). Segnalate le immagini generate con l'AI come illustrazioni di un'ipotesi.

N.	Cosa mostra	Perché è rilevante	Evidenza o riferimento
1	Email tipo di ordine di un rivenditore	Mostra errori e dati mancanti	Evidenza
2	Registrazione del test di usabilità sulla guida misure	Prova del problema di navigazione	Evidenza
3	Area riservata di un servizio di altro settore	Livello di semplicità desiderato, da non copiare	Riferimento stilistico

4. Come verrà giudicata la proposta presentata

- **Criteri di selezione:** comprensione del problema 40%, qualità del metodo 25%, team dedicato 20%, offerta economica 15%
- **Attività richieste nella proposta:** lettura del problema in massimo 2 pagine, metodo e calendario, team con ruoli e giornate, offerta economica separata per fase
- **Calendario:** invio del brief il 3 novembre, domande entro il 10 novembre, consegna delle proposte il 24 novembre, presentazioni il 1 e 2 dicembre, decisione entro il 9 dicembre
- **Modalità di chiarimento:** domande via email al referente; risposte condivise con tutti i partecipanti entro 3 giorni lavorativi quando cambiano il perimetro

Stato: verificato (calendario approvato dalla direzione)

Il brief non sostituisce contratto e proposta economica: li prepara, rendendo chiaro su cosa ci si sta accordando.