

Andrea Saccà

CREA IL TUO E-COMMERCE CON MAGENTO 2

Prefazione di *Francesco Chiappini*



SCOPRI LA PIATTAFORMA PIÙ COMPLETA PER VENDERE ONLINE



CAMBIARE CAPPELLO SIGNIFICA CAMBIARE IDEE,
AVERE UN'ALTRA VISIONE DEL MONDO.

C.G. Jung

Dario Flaccovio Editore

Andrea Saccà

CREA IL TUO E-COMMERCE CON MAGENTO 2

Prefazione di *Francesco Chiappini*



ANDREA SACCÀ
CREA IL TUO E-COMMERCE CON MAGENTO 2

ISBN 9788857909806

© 2019 by Dario Flaccovio Editore s.r.l.

siti: darioflaccovio.it
webintesta.it
darioflaccovioeventi.it
blog: magazine.darioflaccovio.it

Prima edizione: gennaio 2020

Stampa: Priulla Print, Palermo

Nomi e marchi citati sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici. L'editore dichiara la propria disponibilità ad adempiere agli obblighi di legge nei confronti degli aventi diritto sulle opere riprodotte. La fotocopiatura dei libri è un reato. Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633. Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata dall'editore.

Indice

Ringraziamenti	pag.	15
Prefazione di <i>Francesco Chiappini</i>	»	17
1. Magento 2	»	25
1.1. Origini di Magento.....	»	25
1.2. Caratteristiche principali	»	26
1.2.1. Stack tecnologico.....	»	27
1.2.2. Flessibilità	»	28
1.2.3. Scalabilità	»	29
1.2.4. UI e UX ottimizzata	»	29
1.2.5. Mobile first.....	»	31
1.2.6. PWA ready	»	31
1.2.7. Checkout veloce	»	32
1.2.8. Sicurezza	»	33
1.2.9. Aggiornamenti	»	34
1.2.10. Integrabile	»	34
1.2.11. SEO friendly	»	35
1.2.12. Community.....	»	35

1.3.	Versioni di Magento 2	»	36
1.4.	Magento in Italia	»	37
1.5.	Demo Magento 2	»	38
1.6.	Magento 1? EOF – End Of Life	»	39
1.7.	Migrazione da Magento 1 a Magento 2	»	39
1.8.	Conclusioni	»	40
2.	Requisiti di sistema e hosting per Magento	»	43
2.1.	Requisiti minimi hosting Magento 2	»	44
2.2.	Soluzioni hosting per Magento 2	»	45
2.2.1.	Hosting condiviso	»	45
2.2.2.	Hosting dedicato	»	47
2.2.3.	Hosting VPS	»	48
2.2.4.	Cloud hosting Amazon/Google/Microsoft	»	48
2.3.	Best practice per lo sviluppo di un progetto Magento 2..	»	51
2.3.1.	Ambiente di sviluppo	»	51
2.3.2.	Ambiente di produzione	»	52
2.4.	Conclusioni	»	52
3.	Download, installazione	»	53
3.1.	Download Magento 1	»	53
3.1.1.	Creare un account sul sito magento.com	»	53
3.1.2.	Download Magento 2	»	54
3.2.	Installazione Magento 2	»	55
3.2.1.	Verifica prerequisiti di sistema	»	56
3.2.2.	Collega il database	»	58
3.2.3.	Configurazioni web	»	58
3.2.4.	Personalizza lo store	»	60
3.2.5.	Installare Magento 2	»	62
3.2.6.	Conclusioni	»	63
3.3.	Magento 2 in italiano	»	63
3.3.1.	Primo passo: download della traduzione in italiano.	»	64
3.3.2.	Secondo passo: caricamento dei file in FTP	»	65
3.3.3.	Terzo passo: configurazione dell'admin	»	65
3.4.	Conclusioni	»	66

4. Frontend, backend e caratteristiche di Magento 2	»	67
4.1. Frontend	»	67
4.1.1. Homepage.....	»	68
4.1.2. Pagina CATEGORIA/CATALOG	»	70
4.1.3. Scheda prodotto.....	»	70
4.1.4. Carrello	»	72
4.1.5. Checkout	»	72
4.2. Backend	»	73
4.2.1. La dashboard.....	»	75
4.2.2. Ricerca globale	»	76
4.2.3. La griglia.....	»	77
4.3. Conclusioni.....	»	79
5. Store, store view, websites.....	»	81
5.1. Differenze tra websites, stores e store views	»	82
5.2. Creare un nuovo sito web	»	85
5.3. Creare un nuovo store	»	86
5.4. Creare una vista negozio	»	87
5.5. Gli URL del negozio	»	87
5.5.1. Come configurare l'URL base	»	88
5.5.2. Come configurare l'URL base sicuro	»	89
5.5.3. Come inserire il codice negozio negli URL.....	»	90
5.6. Conclusioni.....	»	91
6. Il catalogo di Magento: attributi, categorie e prodotti	»	93
6.1. Le categorie.....	»	94
6.1.1. Creare una categoria.....	»	95
6.1.1.1. Informazioni Generali.....	»	96
6.1.1.2. Impostazioni di visualizzazione	»	96
6.1.1.3. Design	»	97
6.1.1.4. Prodotti nella categoria.....	»	98
6.1.2. Modificare le categorie e l'albero delle categorie	»	98
6.2. Attributi e set di attributi.....	»	100
6.2.1. Attributi.....	»	100
6.2.1.1. Come creare un attributo di prodotto....	»	101
6.2.1.2. Proprietà avanzate	»	104

6.2.1.3.	Gestione dei titoli delle label e proprietà della vetrina	»	105
6.3.	Prodotti.....	»	107
6.3.1.	Prodotto semplice.....	»	108
6.3.1.1.	Seleziona il tipo di prodotto.....	»	109
6.3.1.2.	Scegli il set di attributi.....	»	109
6.3.1.3.	Completa i campi richiesti	»	110
6.3.1.4.	Completa i dettagli di prodotto rimanenti	»	110
6.3.1.5.	Pubblica il prodotto semplice.....	»	112
6.3.1.6.	Visualizza il tuo prodotto semplice nello store	»	112
6.3.2.	Prodotto configurabile.....	»	112
6.3.2.1.	Creare il prodotto configurabile.....	»	113
6.3.2.2.	Completare i campi richiesti.....	»	114
6.3.2.3.	Salva e continua.....	»	115
6.3.2.4.	Aggiungere le configurazioni di prodotto	»	115
6.3.3.	Prodotto bundle.....	»	120
6.3.3.1.	Seleziona il tipo di prodotto.....	»	121
6.3.3.2.	Completa i campi richiesti	»	122
6.3.3.3.	Completa i rimanenti dettagli di prodotto	»	122
6.3.3.4.	Crea le opzioni di prodotto	»	124
6.3.3.5.	Genera il prodotto	»	126
6.3.4.	Prodotto raggruppato	»	126
6.3.4.1.	Seleziona il tipo di prodotto.....	»	127
6.3.4.2.	Aggiungere il prodotto raggruppato	»	128
6.3.5.	Prodotto scaricabile	»	129
6.3.5.1.	Selezionare il tipo di prodotto.....	»	130
6.3.5.2.	Compilare i campi richiesti.....	»	130
6.3.5.3.	Inserire le informazioni del prodotto scaricabile	»	131
6.3.5.4.	Link.....	»	131
6.3.5.5.	Esempio	»	132
6.3.5.6.	Crea il prodotto.....	»	132
6.3.6.	Prodotto virtuale.....	»	133
6.3.6.1.	Seleziona il tipo di prodotto.....	»	133
6.3.6.2.	Inserisci i campi richiesti	»	135

6.3.6.3. Generare il prodotto	»	135
6.3.7. Opzioni personalizzate	»	135
6.3.7.1. Creare un'opzione personalizzata	»	136
6.3.7.2. Importa le opzioni personalizzate.....	»	137
6.4. Conclusioni	»	137
7. Personalizzare lo store	»	139
7.1. Gestione dei temi in Magento 2	»	143
7.1.1. Installare un nuovo template	»	143
7.2. Panoramica su CMS.....	»	144
7.3. Pagina CMS	»	145
7.3.1. Creare una pagina CMS	»	145
7.3.2. Scegliere il layout della pagina	»	146
7.3.3. Inserire il contenuto	»	147
7.3.4. Completare i metadati.....	»	147
7.3.5. Scegliere il sito web.....	»	148
7.4. Blocchi CMS o blocchi statici	»	148
7.4.1. Aggiungere un blocco in Magento 2	»	148
7.5. Cambiare il logo.....	»	150
7.6. Email transazionali	»	151
7.7. Conclusioni	»	152
8. Gestione degli ordini.....	»	153
8.1. Fare un ordine	»	153
8.2. Gestire un ordine	»	156
8.2.1. Azioni legate all'ordine	»	156
8.2.2. Ricerca e filtro di un ordine	»	157
8.2.3. Esecuzione di un ordine	»	158
8.2.4. Lo stato di un ordine.....	»	158
8.3. Modificare un ordine.....	»	160
8.4. Creare fatture e note di credito.....	»	161
8.4.1. Creare una fattura	»	162
8.4.2. Stampare fatture multiple	»	166
8.4.3. Creare una nota di credito.....	»	166
8.5. Creare una spedizione	»	169
8.6. Conclusioni	»	171

9. SEO Magento 2	»	173
9.1. SEO: l'ottimizzazione per i motori di ricerca	»	173
9.2. Metadati.....	»	174
9.2.1. Metadati di default.....	»	175
9.2.2. Metadati specifici per categorie e prodotti.....	»	175
9.2.3. Autogenerazione meta tag	»	176
9.3. Meta tag canonical	»	178
9.4. SEO: sitemap.....	»	179
9.4.1. Come generare la sitemap.....	»	179
9.4.2. Come configurare la sitemap.....	»	180
9.4.3. Completa le impostazioni di generazione	»	182
9.5. Modificare il file <i>robots.txt</i>	»	184
9.6. Google Analytics.....	»	186
9.7. Velocità.....	»	187
9.8. Conclusioni.....	»	187
10. Regole promozionali	»	189
10.1. Promozioni del catalogo.....	»	190
10.1.1. Regola di prezzo per il catalogo.....	»	190
10.1.1.1. Come applicare la regola	»	193
10.2. Promozioni del carrello	»	193
10.2.1. Come creare una regola di prezzo per il catalogo	»	194
10.3. Conclusioni.....	»	196
11. Configurazioni di vendita	»	197
11.1. Gestione delle tasse	»	197
11.2. Classi delle tasse	»	198
11.3. Zone e aliquote fiscali	»	199
11.4. Imposta sul valore aggiunto (IVA).....	»	199
11.4.1. Come configurare l'IVA	»	199
11.5. Le spedizioni.....	»	202
11.5.1. Spedizione gratuita	»	203
11.5.2. Spedizione con tabelle	»	204
11.5.3. Come visualizzare le tabelle spedizioni caricate e caricare le nuove	»	205

11.5.4. Spedizione forfettaria.....	»	205
11.5.5. Qaplà: il nuovo modo di gestire le spedizioni.....	»	207
11.6. Metodi di pagamento.....	»	208
11.6.1. PayPal.....	»	209
11.6.2. Braintree.....	»	210
11.6.3. Amazon Pay.....	»	211
11.6.4. Klarna (ex Sofort).....	»	212
11.6.5. Altri gateway integrabili.....	»	212
11.6.6. Assegni o vaglia.....	»	213
11.6.7. Bonifico bancario.....	»	214
11.6.8. Contrassegno.....	»	214
11.7. Email transazionali.....	»	215
11.7.1. Caricare il template di default.....	»	216
11.7.2. Inserire le informazioni del template.....	»	217
11.8. Conclusioni.....	»	218
12. Estendere Magento con i moduli.....	»	219
12.1. Marketplace.....	»	219
12.2. Come installare i moduli.....	»	221
12.3. Altri siti dove acquistare estensioni.....	»	227
12.4. Conclusioni.....	»	229
13. Velocizzare Magento 2.....	»	231
13.1. Cache.....	»	231
13.2. Abilita il catalogo flat.....	»	232
13.3. Minificazione HTML.....	»	233
13.4. Varnish.....	»	234
13.5. Production mode.....	»	234
13.6. Tool check velocità.....	»	235
13.7. Estensioni per velocizzare Magento2.....	»	236
13.8. Conclusioni.....	»	237
14. Integrazioni e automazioni Magento 2.....	»	239
14.1. Comunicazioni sincrone e asincrone.....	»	241
14.2. API in Magento 2.....	»	243
14.2.1. Protocolli REST e SOAP.....	»	243

14.2.2. Configurare una nuova integrazione	»	244
14.2.3. Come estendere il set di API di Magento 2.....	»	247
14.3. Feed e tracciati in Magento 2.....	»	248
14.3.1. Import ed export in Magento 2	»	248
14.4. Plugin per integrazione sistemi esterni	»	252
14.5. Utilizzare M2E Pro per sincronizzare Amazon e eBay	»	252
14.6. Futuro delle integrazioni e nuovi orizzonti.....	»	255
15. Reportistica	»	257
15.1. I cinque tipi di report di Magento 2.....	»	258
15.1.1. Report sulle vendite	»	258
15.1.2. Report sul marketing.....	»	260
15.1.3. Report sulle recensioni.....	»	261
15.1.4. Report sui clienti	»	262
15.1.5. Report sui prodotti	»	262
15.2. La gestione dei report.....	»	264
15.3. Conclusioni	»	266
16. Sicurezza Magento 2.....	»	267
16.1. Percorso admin Magento	»	267
16.2. Percorso admin protetto da IP.....	»	268
16.3. Google reCAPTCHA.....	»	269
16.4. 2 factor authentication.....	»	271
16.5. Strumenti per verificare se il tuo Magento è sicuro	»	271
16.5.1. Magereport.com.....	»	271
16.5.2. Magento Security Scan.....	»	272
16.6. Conclusioni e altri consigli.....	»	276
Glossario	»	277
Bibliografia	»	282
Sitografia	»	282

Contributori



Francesco Chiappini

PREFAZIONE > PAG. 17

Fondatore di Ecommerce-School.it, la prima scuola in Italia di formazione e-commerce per numero di partecipanti e recensioni positive (oltre 1.000 in 8 edizioni). Si occupa di e-commerce dal 2002, consulente di successo nell'ambito B2B e B2C, Formatore di lunga esperienza e blogger. Autore del libro edito da Dario Flaccovio Editore *Marketing automation per e-commerce*, edizione 2018.



Simone Fantini

CAP. 2 > PAG. 43

Sistemista di lungo corso, ha iniziato nel mondo Windows/bancario, e dopo diversi anni è passato a Linux. Da sempre appassionato di web, ha trovato una naturale evoluzione nel connubio cloud/e-commerce platforms e da qui ovviamente su Magento. Simone è un cloud architect specializzato anche su security, web security, performance testing.



Manuela Maurizi

CAP. 6 > PAG. 93

Da sempre collabora in Magentiamo e negli anni si è specializzata in store management con la piattaforma Magento 1 e Magento 2 per clienti e progetti interni. Si occupa anche della redazione di guide e tutorial relative alla gestione del catalogo presenti su Magentiamo e ha partecipato come formatore store management ai vari corsi organizzati da Magentiamo.



Alessandro Montalti

CAP. 14 > PAG. 239

Appassionato di tecnologia e di e-commerce, che affronta con un approccio molto progettuale ma sempre con un occhio alla strategia e al business. Laureato in ingegneria informatica a Bologna, lavora dal 2010 presso varie realtà e software house tra Milano e la Romagna, approcciando quasi da subito la piattaforma Magento. Esperto di piattaforme e di system integrations, dal 2014 si dedica anche alla formazione in ambito e-commerce, partecipando come speaker a eventi come SMAU e Meet Magento, oltre a eventi di formazione quali i corsi di Ecommerce School e Magentiamo.

Ringraziamenti

Ho iniziato a lavorare su Magento nel 2009 e a distanza di 10 anni sono molto felice di pubblicare il mio secondo libro su questo software.

Ringrazio chi in tutti questi anni mi ha supportato e ha sempre creduto nei miei progetti e che mi ha seguito in questo lungo percorso di crescita.

Ringrazio **MANUELA MAURIZI**, fedele collaboratrice che da anni lavora con me e ha visto nascere Magentiamo.

Un grazie ad **ANDREA PASCALE**, grande amico e collaboratore, ma anche guida spirituale.

Ringrazio **FRANCESCO CHIAPPINI** che ha sempre creduto in me e che ora oltre ad essere un grande amico è anche mio socio in un'avventura chiamata BeeCommerce.

Ringrazio **SIMONE FANTINI**, per avermi sempre supportato e seguito per la parte sistemistica e **VALERIO MASCIOTTA** per essere stato sempre stato di grande aiuto e supporto sul codice.

Ringrazio **ALESSANDRO MONTALTI**, conosciuto per caso ad un evento Magento ormai anche lui grande amico e collaboratore.

Ringrazio mia **MAMMA** per avermi insegnato che nella vita tutto è possibile, basta volerlo e metterci dedizione, determinazione, sacrificio e amore.

Un ringraziamento all'editore **DARIO FLACCOVIO EDITORE** e tutto il team che mi ha supportato in questa avventura.

Un grazie finale e doveroso ovviamente a **MAGENTO**, perché senza questa piattaforma questo libro non sarebbe potuto esistere :)

Prefazione

di *Francesco Chiappini*

Il 2000 era appena passato e internet in Italia muoveva i suoi primi passi reali nell'e-commerce, quando ho iniziato a vendere online. In quegli anni il principale canale di vendita era eBay che aveva altissimo traffico ed era leader di mercato sull'usato e sul nuovo. Ti posso assicurare che c'erano più persone che volevano comprare che venditori sulla piattaforma. Era un vero e proprio Eldorado che però è durato pochi anni e ben presto il canale si è saturato. Per questo parallelamente sono iniziati a nascere i primi e-commerce proprietari, spesso "fatti in casa" con scarsissima usabilità (chi si ricorda dei siti in flash?) e stabilità di sistemi, per poi nel tempo, avere sempre più scelta su tecnologie e piattaforme.

Una delle prime piattaforme open source che ho utilizzato è stato oScommerce, seguito da Joomla e poi dal 2008 sono pas-

sato su Magento e fino a oggi non ho più cambiato scelta tecnologica.

Avendo un'agenzia che si occupa anche di sviluppo e facendo formazione conosco ed ho studiato anche il mondo dei SAAS (da Shopify a soluzioni enterprise) e di altre piattaforme open source come WooCommerce o PrestaShop e ti posso assicurare che per molti oggi è difficile muoversi all'interno di tutte queste offerte e spesso è difficile comprendere i valori aggiunti o le differenze tra le varie proposte.

In questa lunga esperienza non ti nego di aver fatto tanti errori di valutazione, di aver "buttato dalla finestra" tanti soldi investendo su tecnologie e consulenti spesso improvvisati e in questa prefazione ti passerò alcuni consigli perché tu non faccia gli stessi errori e per approssimare la giusta scelta della piattaforma.

Scegliere una piattaforma web o decidere di cambiarla non è mai una scelta banale e può compromettere diversi asset aziendali e soprattutto il conto economico se errata nella valutazione.

Quali sono dunque i criteri da tenere in considerazione per scegliere la giusta piattaforma?

Ecco i principali:

- ◆ budget
- ◆ scalabilità
- ◆ personalizzazione
- ◆ valore commerciale
- ◆ costi gestione sviluppo e infrastruttura
- ◆ performance
- ◆ mobile ready
- ◆ plugin & community.

BUDGET

Il budget comanda spesso, ovviamente, quelle che sono le scelte. Parti dal presupposto che per fare e-commerce ti serve budget, so-

prattutto per il marketing e per la crescita aziendale («*la crescita succhia risorse*», dice Peter Drucker).

Del totale del budget, il mio consiglio è di non investire più di un 20% del totale sulla piattaforma, perché altrimenti non avrai la benzina per poterti inserire nel mercato e fare gli investimenti utili alla penetrazione di mercato.

L'e-commerce è un insieme di attività e strategie, spesso gli imprenditori fanno l'errore di credere nell'equazione e-commerce = piattaforma, ma quest'ultima è solo una parte (fondamentale) del business e non ti basterà solo quella per vendere.

Detto questo, a seconda del tuo budget dovrai fare delle scelte e stai attento a non seguire il prezzo nei preventivi, ma scegli il tuo partner in base ai case study e ai lavori realizzati.

Chi sviluppa non può mentire sui lavori svolti, sono online e pubblici, quindi chiedi referenze e valuta lo storico.

Considera che sviluppare un sito open source ha dei costi maggiori in fase di startup rispetto a dei SAAS come Shopify e oltre ai costi di sviluppo dovrai sostenere costi di aggiornamento e modifiche nel tempo.

SCALABILITÀ

Se vuoi crescere la tua piattaforma dovrà sostenere tanto traffico e vendite, oltre che continue personalizzazioni.

Un errore che si fa spesso è pensare che una volta online non si debbano più mettere le mani al sito, invece quasi quotidianamente avrai necessità di migliorare la tua piattaforma o fare delle modifiche che possano affiancare e migliorare l'operatività aziendale. Inoltre nel tempo avrai necessità di integrare tool o gestionali esterni (ERP, PIM, finance, gestionali di magazzino, ecc.), dunque una piattaforma che permetta queste integrazioni diventa importante in una "fase 2" quando l'e-commerce è cresciuto e sta macinando ordini.

Te lo dico perché spesso in fase iniziale non si valuta quello che seguirà dopo e scegliere una piattaforma poco scalabile all'inizio

significa avere problemi in una seconda fase, ed è questo uno dei motivi principali per cui molti cambiano piattaforma dopo i primi anni.

Ma un cambio di piattaforma non è sempre facile e indolore, e può costare molto in termini economici e soprattutto di operatività aziendale.

Magento rappresenta una piattaforma altamente scalabile che, a fronte di maggiori costi di startup, può affiancare il business nella crescita nel medio-lungo periodo.

PERSONALIZZAZIONE

Ogni business online ha le sue particolarità, esigenze e personalizzazioni date dal modello di business o settore, perciò capita spesso che il sito deve prevedere alcune funzionalità aggiuntive rispetto a quelle standard.

Assicurati che la piattaforma dia la possibilità di effettuare queste modifiche e anche quelle future non legate solo alla startup. La maggior parte delle piattaforme open source permettono una completa personalizzazione, meno invece quelle SAAS (*software as a service*) che non possono avere la flessibilità di personalizzazione sui vari clienti (essendo di base un'unica piattaforma venduta a molti).

È vero che è difficile in fase di startup mappare tutto ciò che sarà necessario personalizzare o implementare più avanti, ma, per esempio, scegliendo Magento non avrai grossi problemi nel fare le modifiche, qualsiasi esse siano, per personalizzare il tuo e-commerce.

VALORE COMMERCIALE

Il valore commerciale di una piattaforma è un aspetto, dal mio punto di vista, molto sottovalutato. Per valore commerciale intendo il valore che ha la piattaforma in termini economici e di asset aziendale, per esempio quanto vale nel momento in cui

vuoi rivendere il tuo e-commerce. Non dare per scontato che gli e-commerce sono facilmente rivendibili, in quanto sono delle macchine che producono denaro e che possono scalare in breve tempo, e oggi c'è molta richiesta nell'acquisizione di e-commerce con grossi volumi o potenzialità di crescita. Personalmente ho avuto esperienza in compravendita di e-commerce e la parte tecnologica è di fondamentale importanza per chi compra perché deve spesso implementarla sui suoi sistemi proprietari. Ti posso assicurare che vendere un Magento rispetto ad altre piattaforme ha un valore importante nella trattativa e nello stesso mercato delle piattaforme si configura tra i leader del settore.

COSTI GESTIONE SVILUPPO E INFRASTRUTTURA

Quando investi in una piattaforma non lo fai solo all'inizio, ma, come già anticipato, sarà necessario investire nel tempo su diversi sviluppi e pertanto cerca di capire quanto ti costa nel medio-lungo periodo e non fermarti ai soli costi di startup. Non solo lo sviluppo, ma anche i costi legati all'infrastruttura tecnica come hosting, CDN, PIM, ecc., che devono o possono supportare il tuo e-commerce.

Magento ha un'infrastruttura e un framework molto complessi e necessita di ottimizzazione e di "macchine" potenti a partire da un hosting studiato ad hoc, sistemi di cache e ottimizzazioni di *backend* e *frontend*, pertanto prevedi a bilancio tutti questi costi accessori allo sviluppo stesso, sia prima che dopo il *go-live*.

PERFORMANCE

Parti dal presupposto che la pazienza degli utenti online rispetto ai tempi di caricamento è pari allo zero, soprattutto sulle nuove generazioni. La velocità del tuo e-commerce è un valore davvero importante e che devi tenere in considerazione, soprattutto da mo-

bile. Lo stesso Google ha inserito la velocità di caricamento e navigazione nei fattori di ranking di un sito web.

Per rendere veloce il tuo e-commerce sono necessarie diverse attività e sono da gestire una serie di ottimizzazioni, dalle grafiche ai carichi di lavoro che deve amministrare la piattaforma.

Parti da un'analisi funzionale o da uno studio tecnico per capire in che modo raggiungere gli obiettivi di velocità in termini di caricamento del sito. Magento nasce come una piattaforma molto ampia e "pesante" quindi è necessario ottimizzarla per bene se si vogliono raggiungere delle performance davvero elevate in termini di velocità. Assicurati di farti seguire da dei professionisti che sappiano dove e cosa ottimizzare.

MOBILE READY

Oltre alla velocità, un altro fattore di fondamentale importanza riguarda l'aspetto mobile e come la piattaforma può aiutarti a vendere sui dispositivi mobili. Dal 2008 a oggi si è rivoluzionato completamente il modo di navigare e molti siti hanno un traffico da mobile anche superiore al 70-80%; significa che 8 utenti su 10 accedono da smartphone.

Non è più possibile far finta che questo fenomeno non esista e oggi gli e-commerce devono essere progettati in modalità *mobile first*, ossia prevedere un design che nasca dal mobile per poi passare al desktop e soprattutto sia facilmente navigabile e studiato sin dall'inizio per la navigazione in mobilità.

Le PWA (*progressive web app*) sono una nuovissima tecnologia (che si affianca ad AMP) che permette un nuovo modo di navigare online su mobile attraverso una fruizione in stile app, quindi super veloce e con tempi di caricamento inferiori al secondo.

A oggi è una tecnologia ancora molta nuova, ma Magento dall'ultima versione 2.3 supporta nativamente le PWA e questo può essere davvero un valore aggiunto, soprattutto in ottica futura (e il futuro in questo settore si misura in mesi).

PLUGIN & COMMUNITY

I plugin sono dei moduli che ti permettono di velocizzare tante operazioni (come per esempio l'integrazione del software di email marketing, la creazione del feed di shopping, strumenti vari di marketing, ecc.) che senza dovrebbero essere realizzate "a mano" attraverso la scrittura o la modifica del codice. Magento offre un marketplace molto ampio con tantissimi sviluppatori certificati di plugin e che spesso tornano utili per implementare sul sito diverse personalizzazioni e necessità ad hoc.

Oltre ai plugin è importante anche valutare quanto è grande la community di developer intorno a un software open source, perché questo può garantire un continuo sviluppo e miglioramento della piattaforma nel tempo e soprattutto la community torna utile per il confronto che si sviluppa sui forum laddove uno o più sviluppatori incontrino dei problemi durante la programmazione.

Come vedi le variabili (e sono solo le principali) da considerare nella scelta della piattaforma sono davvero tante ed è importante valutare tanti aspetti e non decidere di pancia, ma analizzare nel dettaglio le KPI (gli obiettivi), le funzionalità delle piattaforme e le personalizzazioni previste, oltre ai tempi e alle aspettative prefissate.

Da non molto tempo, Magento da progetto completamente proprietario e open source è stato acquisito da Adobe, e la futura direzione non è ancora molto chiara, la versione community (quella open source) sta venendo sempre più affiancata da versioni enterprise con modello licenziatario (quello più simile a un SAAS) dove forse Adobe punterà sempre di più nel tempo.

Sia che tu scelga la community o la enterprise (il budget qui conta eccome) Magento è una piattaforma davvero solida per il tuo ecommerce e rappresenta, a oggi, una scelta di qualità per poter operare nel migliore dei modi in un business online.

1. Magento 2

La piattaforma è lo strumento principale per le tue vendite online e deve avere una serie di caratteristiche affinché possa garantire stabilità, sicurezza e flessibilità. Dopo oltre 10 anni dalla sua nascita, Magento resta una delle migliori piattaforme open source sul mercato per realizzare un sito e-commerce.

In questo capitolo farò una panoramica generale sulla piattaforma e su tutto quello che ruota intorno all'ecosistema di questa incredibile piattaforma. Scopriamola insieme!

1.1. Origini di Magento

Magento è un CMS open source pensato e realizzato per e-commerce. Venne lanciato il 31 marzo del 2008 dalla Varien, azienda californiana fondata da Roy Rubin. L'azienda decise così di lanciare una piattaforma che era destinata a lasciare il segno. Seppur lan-

ciato nel 2008, la sua storia inizia qualche tempo prima: nel luglio del 2007 è stata rilasciata la sua versione beta, per poi entrare definitivamente nel mercato l'anno successivo.



Figura 1.1. Logo originale di Magento e logo attuale

Da questo momento in poi il mondo dell'e-commerce cambia completamente, diventando meno complicato, sia per gli sviluppatori che per gli store manager. Magento, infatti è un CMS flessibile e scalabile, che consente di realizzare e-commerce con molteplici funzionalità.

Nel corso degli anni, sono stati numerosi gli aggiornamenti e i miglioramenti apportati alla piattaforma nella sua versione 1, fino ad arrivare al 2015 con la nuovissima versione 2.0.

Tappa molto importante nella storia di Magento è stata l'acquisizione dell'azienda da parte di eBay, con l'interesse di integrare poi il sistema di pagamento PayPal da sempre nativo all'interno della piattaforma, e successivamente nel 2018 con la vendita ad Adobe con un accordo di ben 1,68 miliardi di dollari¹.

1.2. Caratteristiche principali

La versione 2 di Magento è stata incredibilmente rivisitata e presenta sicuramente molti vantaggi e migliorie. Tra le varie piatta-

¹ Per maggiori informazioni e approfondimenti leggi l'articolo sul mio blog magentiamo.it: *Adobe ha acquisito la piattaforma e-commerce Magento*, www.magentiamo.it

forme per e-commerce in circolazione (Woocommerce per Wordpress, PrestaShop, o soluzioni in SAAS come Shopify) Magento 2 si distingue per i seguenti motivi:

- ◆ stack tecnologico
- ◆ flessibilità
- ◆ scalabilità
- ◆ UI e UX ottimizzata
- ◆ mobile first
- ◆ PWA ready
- ◆ checkout veloce
- ◆ sicurezza
- ◆ aggiornamenti
- ◆ integrabile
- ◆ SEO friendly
- ◆ community.

Scopriamoli nel dettaglio.

1.2.1. Stack tecnologico

Magento 2, a differenza di quanto si può immaginare, non è un vero e proprio aggiornamento di Magento 1. Si sa, in ambito tecnologico, i tempi corrono rapidi e mantenere la piattaforma sul vecchio stack tecnologico avrebbe significato restare indietro con i tempi. Pertanto è stata riscritta da zero, utilizzando delle tecnologie più moderne. La tecnologia alla base del software è nettamente superiore e moderna rispetto al suo predecessore:

- ◆ supporto PHP 7.2
- ◆ webserver Apache o Nginx
- ◆ DB MySQL o MySQL Percona
- ◆ Varnish per la cache
- ◆ Redis per la cache admin
- ◆ HTML5 e CSS3 per il frontend

- ♦ jQuery come libreria principale
- ♦ RequireJ.

La manutenzione e gli aggiornamenti sono diventati più semplici e l'architettura interna è stata migliorata. Notevoli i miglioramenti anche per l'utente, che ha una shopping experience ottimizzata, con prestazioni più elevate, dal punto di vista della velocità di caricamento (sempre se installato su un server ottimizzato per Magento 2, vedi approfondimento nel prossimo capitolo relativo all'hosting).



Figura 1.2. Stack tecnologico Magento 2

1.2.2. Flessibilità

Magento 2 nasce con un preset di funzionalità adatte a svolgere le principali funzioni per e-commerce, ma come spesso accade ci ritroviamo con alcune funzionalità mancanti. Magento 2 grazie alla sua popolarità vanta una moltitudine di estensioni o plugin che ne ampliano le funzionalità di base. Nel capitolo 12 dedicato alle estensioni vedremo appunto quali estensioni offre il mercato, dove reperirle e come installarle attraverso il nuovo sistema integrato per la gestione dei moduli.

1.2.3. Scalabilità

Per **scalabilità** si intende la capacità di un sistema o di un business di aumentare o diminuire risorse in funzione delle necessità e in base alla crescita. Grazie alla sua flessibilità e ricchezza di features, Magento può cambiare e adattarsi al tuo business senza limitarti nella crescita. Quindi non parliamo soltanto di scalabilità lato server, dove puoi iniziare con un determinato set di risorse per poi aumentarle quando aumenteranno le visite o il numero di prodotti, ma anche a livello di funzionalità e integrazioni.

1.2.4. UI e UX ottimizzata

Magento 2 ha un pannello di amministrazione completamente rinnovato e di facile utilizzo rispetto a Magento 1, in cui lo store manager può gestire a 360° l'e-commerce, gli ordini, i clienti il catalogo e tutto quello che riguarda la piattaforma.



Figura 1.3. Dashboard Magento 2

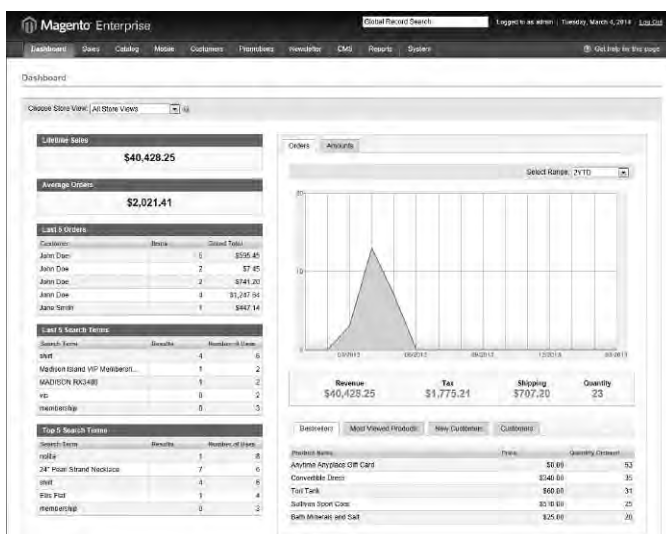


Figura 1.4. Dashboard Magento 1

La novità non riguarda soltanto la parte di backend ma anche il frontend, completamente rivisitato con un design mobile first e una UX ottimizzata per favorire il processo di acquisto agli utenti finali.

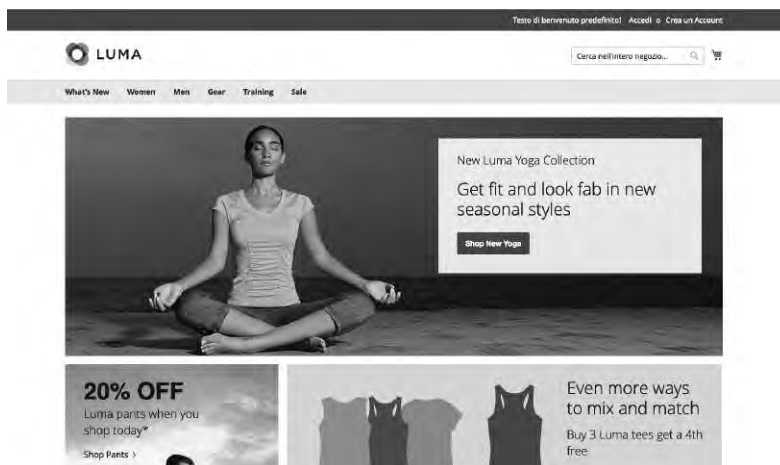


Figura 1.5. Frontend Magento 2



Acquistalo