

CASE STUDY

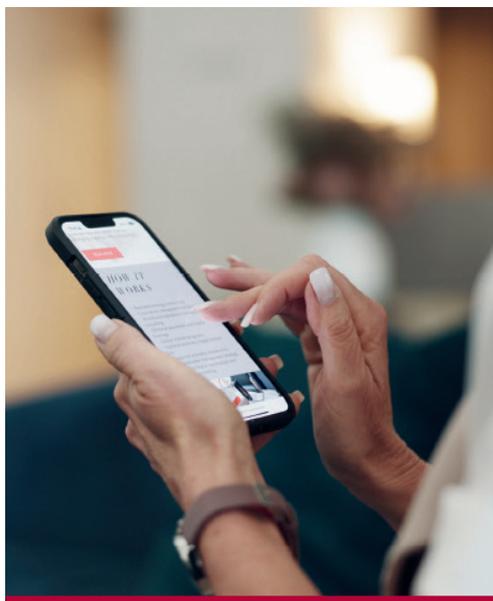
Progettazione e implementazione di una nuova piattaforma e-commerce

■ L'ESIGENZA

RCS MediaGroup, leader nel mercato editoriale italiano, desiderava sviluppare una nuova piattaforma di e-commerce per gestire gli abbonamenti premium a giornali come La Gazzetta dello Sport e il Corriere della Sera, ma anche relativi alla vendita di libri e merchandising.

L'obiettivo del progetto era introdurre una nuova piattaforma di e-commerce basata su Magento 2 che potesse garantire flessibilità di configurazione e facilità di sviluppo di nuove funzionalità.

Fincons si è aggiudicata il progetto a seguito dell'implementazione del nuovo motore di e-commerce.



■ LA SOLUZIONE

Al fine di soddisfare l'esigenza di RCS MediaGroup di pubblicare con facilità una quantità significativa di contenuti editoriali e di marketing, a supporto della loro offerta online, Fincons ha progettato e configurato un'architettura ad hoc in cui Magento 2 funziona come motore di e-commerce, gestendo ordini, catalogo, prezzi e promozioni.

Allo stesso tempo, WordPress fornisce la gestione dei contenuti, semplificando attività editoriali come la creazione di landing page, la pubblicazione dei contenuti e la presentazione delle informazioni.

Questa strategia di disaccoppiamento sblocca il pieno potenziale di entrambe le piattaforme, massimizzando l'esperienza dell'utente, razionalizzando i processi e agevolando le personalizzazioni.

Tra queste personalizzazioni, vi è la possibilità per l'utente di regalare prodotti o abbonamenti, una funzionalità resa possibile differenziando il profilo del pagante dal profilo del consumatore sia su Magento che su WordPress.

Inoltre, Magento 2 è stato integrato con altri sistemi di RCS MediaGroup come SSO, CRM e API middleware.

■ I BENEFICI

Unendo la volontà di RCS MediaGroup nello sviluppo di una piattaforma di e-commerce flessibile e scalabile con le competenze tecniche approfondite di Fincons sull'utilizzo delle moderne tecnologie come Magento 2 e WordPress, il progetto è stato completato con successo, garantendo:

- Il rapido lancio della nuova piattaforma, riducendo così il time to market;
- Una collaborazione comprovata tra i dipartimenti Business e IT nelle decisioni chiave come l'architettura della piattaforma e la progettazione dell'esperienza utente;
- Un aumento della soddisfazione degli utenti, sia quelli interni coinvolti nella gestione dell'e-commerce che gli utenti finali.