AGENZIA WEB MONZA / GUIDA 03

Database e gestione dati e-commerce

Prodotti, cataloghi, area clienti, ordini, conservazione, disponibilità ed esportazione dei dati.

Documento informativo e commerciale · Ottobre 2026

Non costituisce un preventivo né un documento contrattuale.

01 Un e-commerce gestisce dati, non soltanto prodotti

Il database può contenere cataloghi, varianti, prezzi, giacenze, account clienti, indirizzi, ordini e riferimenti ai pagamenti. La struttura deve permettere al negozio di ritrovare e collegare correttamente queste informazioni.

Prima di sviluppare definiamo quali dati servono davvero, chi deve aggiornarli e per quali processi vengono utilizzati.

I dati del negozio sono una risorsa aziendale: la loro gestione deve essere comprensibile, controllabile e trasferibile secondo gli accordi e le regole applicabili.

02 Catalogo, prodotti e varianti

Un prodotto può possedere codice identificativo, descrizione, immagini, categorie, prezzo, IVA, disponibilità e attributi come taglia o colore. I prodotti digitali possono avere file associati, licenze o regole di accesso.

Una struttura dati ben definita aiuta a mantenere coerenza nelle schede, evitare duplicazioni e integrare in futuro listini, magazzino o altri sistemi.

03 Clienti e profili personali

Un account cliente può contenere contatti, indirizzi di fatturazione e spedizione, preferenze e riferimenti agli acquisti. Non tutti questi campi sono sempre necessari: si applica il principio di minimizzazione dei dati.

Le password non devono essere conservate in chiaro. L’accesso al profilo richiede controlli di autenticazione e autorizzazione appropriati.

04 Ordini: integrità e storico

L’ordine collega cliente, articoli, prezzi applicati, eventuali sconti, imposte, metodo di consegna, stato e riferimento al pagamento. È opportuno conservare una rappresentazione storica dei dati rilevanti al momento dell’acquisto, anche se il catalogo cambia successivamente.

Le esigenze di conservazione dipendono da adempimenti fiscali, obblighi di legge e finalità operative. I dettagli vengono stabiliti con l’impresa e i professionisti competenti.

05 Pagamento: dati strettamente necessari

Il database del negozio può conservare stato della transazione, identificativi forniti dal prestatore di pagamento e dati utili alla riconciliazione degli ordini. I dati completi delle carte non devono essere archiviati senza un’architettura e requisiti di conformità specifici.

L’integrazione con un provider specializzato riduce, ma non elimina, le responsabilità di sicurezza del negozio.

06 Magazzino e disponibilità

La quantità disponibile può dipendere da movimenti interni, resi, prenotazioni e vendite contemporanee. Per le aziende con più canali di vendita può essere necessario allineare e-commerce e gestionale o sistema di magazzino.

Non tutti i negozi richiedono una gestione completa delle scorte: la soluzione dipende dall’organizzazione aziendale.

07 Dati e autorizzazioni nell’area clienti

Un cliente deve poter accedere soltanto ai propri ordini, indirizzi, documenti e download autorizzati. Le verifiche vanno applicate al livello applicativo o del database appropriato, non soltanto all’interfaccia.

Anche il personale interno può avere ruoli differenziati per assistenza, gestione ordini, marketing e amministrazione.

08 Prodotti digitali e gestione dei download

Quando si vendono file, l’ordine può abilitare un diritto di download collegato all’account o all’acquisto. Il sistema deve poter verificare accesso, durata e eventuali limiti previsti dalla licenza commerciale.

File e documenti riservati possono richiedere storage privato e collegamenti temporanei. Queste funzionalità sono definite durante l’analisi e non sono automaticamente previste per ogni e-commerce.

09 Email marketing e preferenze dei clienti

I dati destinati a newsletter e campagne devono essere gestiti distinguendo le comunicazioni necessarie all’ordine da quelle promozionali. Consensi, basi giuridiche, preferenze e richieste di opposizione devono essere trattati secondo le regole applicabili.

Brevo è il servizio di comunicazione previsto nell’offerta, ma le responsabilità privacy e i costi dei piani del provider vanno considerati separatamente.

10 Conservazione, backup ed esportazione

Definiamo come effettuare backup, per quanto conservarli e come verificare il ripristino, secondo infrastruttura e accordi. Le esportazioni possono includere dati di catalogo, ordini e clienti in formati coerenti con il sistema adottato.

Non tutti i dati devono essere conservati per lo stesso periodo e la cancellazione può essere limitata da obblighi legali. Anche i backup devono essere considerati nelle procedure di gestione e conservazione.

11 Server e fornitori: dove si trovano i dati

La localizzazione dei server dipende dai fornitori scelti per hosting, database, storage, pagamenti ed email. Non è corretto presumere che tutti i dati risiedano in un unico paese solo perché il sito utilizza un dominio italiano.

I ruoli dei fornitori, gli eventuali trasferimenti internazionali e gli accordi pertinenti devono essere valutati sulla base dell’architettura effettiva.

12 Proprietà, controllo e GDPR

Hosting e dominio sono intestati al cliente. Per database e dati aziendali definiamo accessi, disponibilità, esportazione e restituzione. La titolarità del trattamento dei dati personali e le responsabilità dei diversi soggetti si determinano secondo il GDPR e le attività effettivamente svolte.

Questa guida descrive principi operativi e non sostituisce informative privacy, registro dei trattamenti, contratti con fornitori o consulenza legale.

Documento informativo e commerciale: ogni soluzione concreta viene definita in analisi e specificata nel preventivo.