



Checklist di lavoro

Checklist pre-lancio Shopify

Verificare il negozio prima di aprire le vendite: requisiti, prove e decisioni di lancio.

Francesco Guiducci

Edizione ottobre 2026 · Italiano

ifgdigital.com

Uso personale o interno alla propria attività; distribuzione non autorizzata vietata.

Sommario

Come usare questa checklist	3
Preparare il collaudo	3
L01 · Canali di vendita e catalogo pubblicato (P0/P1)	3
L02 · Dominio, accessi e versione pubblica (P0)	4
L03 · Pagamenti e checkout (P0)	4
L04 · Prezzi, imposte, spedizioni e destinazioni (P0)	5
L05 · Ordine, inventario ed evasione (P0)	5
L06 · Pagine informative, condizioni e recesso (P0/P1)	6
L07 · Email operative, moduli e assistenza (P1)	7
L08 · Testi, prodotto e navigazione (P1)	7
L09 · SEO essenziale prima dell'apertura (P1)	7
L10 · Immagini, video e prestazioni (P1/P2)	8
L11 · Analytics, consenso e qualità dei dati (P0/P1)	8
L12 · Marketing pronto e app necessarie (P1/P2)	9
L13 · Dispositivi e accessibilità del percorso (P0/P1)	9
L14 · Riunione di lancio e criterio Done	10
L15 · Prime verifiche dopo l'apertura	11

Come usare questa checklist

Prima del lancio percorro il negozio come farebbe un cliente: cerco un prodotto, scelgo una variante, leggo costi e condizioni, provo il checkout e controllo cosa succede dopo. La configurazione nell'admin è il punto di partenza. La prova decisiva è il comportamento del negozio sul dominio e sulla versione che saranno pubblici.

La checklist produce un verbale di lancio e si può usare anche dopo una migrazione o una modifica importante. Non garantisce l'assenza di difetti: rende visibili i casi verificati, quelli esclusi e le responsabilità ancora aperte. Gli esempi sono scenari di collaudo da adattare al tuo catalogo. I riferimenti normativi indicano dove cercare l'obbligo e non sono consulenza legale: l'applicabilità al tuo negozio la conferma il consulente competente.

Preparare il collaudo

Campo	Da compilare
Negozio e dominio pubblico	...
Tema o versione da pubblicare	...
Mercati, lingue e valute di lancio	...
Data prevista e responsabile del via libera	...
Responsabili di ordini, assistenza e parte tecnica	...
Posizione delle prove e del piano di ripristino	...

Assegna a ogni controllo uno di questi esiti: **OK, DA CORREGGERE, NON VERIFICATO, NON APPLICABILE**, sempre con una prova o una motivazione. P0 blocca il lancio del percorso interessato: acquisto impossibile, prezzo errato, consegna non gestibile, accesso compromesso o problema rilevante nella gestione dei dati. P1 va corretto prima del lancio oppure escluso esplicitamente dall'ambito pubblicato. P2 può entrare nel piano successivo con responsabile e scadenza.

Scegli un campione che rappresenti i rischi: prodotto semplice, variante, articolo esaurito, sconto, soglia di spedizione, destinazione ordinaria ed esclusa. Aggiungi bundle, digitale, abbonamento o B2B solo se previsti al lancio. Un ordine riuscito in Italia non verifica da solo un mercato estero.

L01 - Canali di vendita e catalogo pubblicato (P0/P1)

Elenca i canali che servono davvero al lancio. Per ciascuno controlla idoneità, prodotti pubblicati, prezzo, inventario, valuta e gestione degli ordini. Vedere il canale nell'admin non dimostra che tutti i prodotti siano approvati o sincronizzati.

☐ Il negozio online mostra solo prodotti pronti alla vendita.

- ☐ I canali esterni hanno uno stato di pubblicazione verificato.
- ☐ Le differenze tra cataloghi sono volute e documentate.
- ☐ Un ordine proveniente dal canale arriva al flusso di evasione previsto.

Se un canale richiede ancora un'approvazione, lo segno come escluso dal lancio. Non apro un canale in più per allungare l'elenco dei loghi.

Prova utile. Canale → prodotti → stato → responsabile. Per il sito conserva gli URL pubblici e i controlli sulle varianti; per i canali esterni, lo stato osservato nel sistema del canale.

L02 - Dominio, accessi e versione pubblica (P0)

Apri il dominio in una sessione senza accesso amministrativo. Verifica HTTPS, dominio primario e redirect delle varianti usate nelle comunicazioni. Controlla che non compaiano un vecchio negozio, una pagina con password o una versione di anteprima.

Registra l'identità della versione collaudata. Prima di cambiare tema o impostazioni conserva ciò che serve a ripristinarli: copia del tema, esportazioni pertinenti, note sulle impostazioni. Una copia del tema non è un backup completo di prodotti, ordini e configurazioni.

- ☐ Gli account di lavoro hanno accessi appropriati e un titolare riconoscibile.
- ☐ Il dominio pubblico serve la versione prevista.
- ☐ HTTPS funziona senza contenuti bloccati rilevanti.
- ☐ Password e piano sono compatibili con l'apertura delle vendite.
- ☐ Il ripristino ha un responsabile e passaggi comprensibili.

Da annotare. Dominio ... / versione ... / ora della verifica ... / procedura di ripristino Indica il fuso orario usato nel verbale.

L03 - Pagamenti e checkout (P0)

Parti da una modalità di prova supportata dal provider. Shopify descrive il gateway di prova e la modalità test di Shopify Payments: nessuno dei due addebita costi e il gateway di prova richiede un piano a pagamento. Finché il provider è in modalità test i clienti non possono effettuare ordini reali. Un test con pagamento reale, poi annullato e rimborsato, può comunque comportare commissioni del processore. Gli ordini di prova non compaiono nei payout né nei report.

Percorri selezione della variante, carrello, indirizzo, spedizione e pagamento. Verifica almeno un pagamento riuscito e uno rifiutato, quando disponibili, e la correzione di un campo errato. Un errore non deve cancellare il lavoro del cliente né generare un secondo ordine inatteso.

Caso	Atteso	Osservato	Prova
Pagamento riuscito	Ordine, totale e stato corretti	...	...
Pagamento rifiutato	Messaggio utile, nessuna falsa conferma	...	...
Metodo alternativo previsto	Percorso completabile	...	...
Codice sconto ammesso o escluso	Regola commerciale rispettata	...	...

Per wallet e checkout accelerati verifica i metodi mostrati davvero sui dispositivi compatibili: un metodo non provato resta non verificato. Dopo il collaudo disattiva la modalità test e rileggi lo stato del provider prima dell'apertura. Gestisci gli ordini di prova in modo che non vadano in evasione reale.

L04 - Prezzi, imposte, spedizioni e destinazioni (PO)

Prepara una matrice approvata dall'attività: dove vendi, quali prodotti, prezzi e valuta, imposte da applicare, costi di spedizione, tempi dichiarati, eventuale gestione degli oneri d'importazione. Confronta la configurazione con questa matrice. La checklist non determina aliquote né obblighi fiscali.

Prova un indirizzo rappresentativo per ogni regola diversa, comprese le zone particolari quando previste. Con una soglia di spedizione gratuita verifica sotto soglia, soglia esatta e sopra soglia, poi ripeti dopo uno sconto. Pesi, profili di spedizione e ubicazioni possono cambiare il risultato di un carrello misto.

- ☐ Il totale mostrato coincide con quello atteso per il mercato.
- ☐ Le destinazioni servite hanno opzioni utilizzabili e tempi realistici.
- ☐ Le destinazioni escluse non ricevono promesse di consegna.
- ☐ Carrelli misti e prodotti speciali seguono le regole previste.
- ☐ Imposte e oneri sono descritti in modo coerente in prodotto, policy e checkout.

Conserva indirizzo di prova non personale, composizione del carrello, totale atteso e totale osservato. Se non riesci a spiegare una differenza, ferma quel percorso prima di aprirlo alle vendite.

L05 - Ordine, inventario ed evasione (PO)

Apri l'ordine generato dal test. Il lavoro non finisce alla pagina di ringraziamento: chi prepara la merce deve ricevere variante, quantità, indirizzo e servizio corretti.

Controlla la riduzione delle scorte, l'eventuale prenotazione, le ubicazioni e le regole per vendere articoli esauriti. Per i prodotti digitali verifica consegna e permessi d'accesso; per gli abbonamenti, calendario e importi ricorrenti; per i bundle, componenti e disponibilità.

- ☐ L'ordine entra nel sistema usato dal responsabile operativo.
- ☐ Nessuna automazione evade per errore l'ordine di prova.
- ☐ Conferma, tracking ed eventuale annullamento seguono un flusso comprensibile.

- ☐ Rimborso e ripristino dell'inventario sono provati nei limiti del test.

Chiusura L05. Una persona diversa da chi ha configurato il catalogo capisce cosa consegnare e come gestire un'eccezione. Registra l'ID dell'ordine di prova e i passaggi osservati, senza esportare dati personali inutili.

L06 - Pagine informative, condizioni e recesso (P0/P1)

Leggi le pagine pubblicate, traduzioni comprese. Contatti, identità dell'attività, consegna, resi, rimborsi, privacy e condizioni di vendita devono descrivere il servizio realmente disponibile. Modelli e generatori vanno adattati e verificati dal responsabile competente.

- ☐ Non restano segnaposto, nomi di altre aziende o riferimenti a vecchi domini.
- ☐ Tempi, costi e procedure coincidono con checkout e operatività.
- ☐ Footer e punti rilevanti del percorso portano alle pagine corrette.
- ☐ Le traduzioni mantengono condizioni, esclusioni e contatti.
- ☐ Le informazioni richieste per prodotti o mercati particolari sono state validate.
- ☐ L'informativa privacy descrive i trattamenti reali del negozio, compresi analytics, email e app installate.

Per le vendite a consumatori nell'UE verifica, con chi cura le condizioni di vendita, questi punti. Sono riferimenti da controllare, non una conclusione di conformità.

Tema	Cosa risulta dalla fonte	Fonte e data
Recesso	Periodo ordinario di 14 giorni (art. 9); fino a 12 mesi se l'informazione sul recesso non è stata data (art. 10); rimborso entro 14 giorni (art. 13); tra le informazioni precontrattuali, chi sostiene il costo della restituzione (art. 6). Esistono eccezioni per categorie di contratti: controlla quali riguardano il tuo catalogo.	Direttiva 2011/83/UE, EUR-Lex, letta il 17/10/2026
Funzione di recesso online	Per i contratti a distanza conclusi tramite interfaccia online, il professionista offre una funzione con dicitura «recedere dal contratto qui» o equivalente, visibile per tutto il periodo di recesso, seguita da una conferma «conferma recesso» o equivalente. Invia subito una ricevuta su supporto durevole. Si applica dal 19 giugno 2026.	Direttiva (UE) 2023/2673, art. 11 bis; in Italia art. 54-bis del Codice del consumo, D.Lgs. 209/2025, letti il 17/10/2026

Verifica. Il pulsante di recesso è raggiungibile da un ordine di prova nei casi in cui il recesso è ammesso. La ricevuta arriva alla casella usata nel test, con data e ora. Il modulo tipo di recesso resta tra le informazioni precontrattuali: secondo le fonti divulgative consultate non è sostituito dal pulsante, ma non ho letto l'allegato sul testo ufficiale (UNVERIFIED).

Una policy pubblicata non certifica la conformità del negozio. Scrivi chi ha verificato i contenuti e quali mercati copre la revisione. Non sostituire un dubbio sostanziale con una spunta generica.

L07 - Email operative, moduli e assistenza (P1)

Invia un messaggio dal modulo contatti con dati di prova e verifica che arrivi nella casella realmente presidiata. Prova anche un errore di compilazione e il messaggio di conferma. Controlla destinatario, mittente, indirizzo di risposta e autenticazione del dominio quando prevista.

Apri su telefono le notifiche generate dal test d'ordine: conferma, spedizione e rimborso, se presenti nel flusso. Link, importi, logo, lingua e riferimenti all'assistenza devono essere leggibili. Le comunicazioni operative e quelle promozionali hanno finalità diverse: non mescolarle senza verificare le condizioni applicabili.

Registro. Messaggio ... / inviato ... / ricevuto ... / casella ... / esito dei link Dichiarare orari e tempi di risposta che il team può rispettare; ogni canale di contatto pubblicato ha un responsabile.

L08 - Testi, prodotto e navigazione (P1)

Rileggi le pagine partendo dalla decisione che il cliente deve prendere: cosa compra, cosa è incluso, quale variante scegliere, quanto paga, cosa succede dopo.

Elimina testi dimostrativi, superlativi non dimostrati, recensioni fittizie e certificazioni non verificabili. Prezzi barrati, disponibilità e urgenza devono corrispondere a condizioni reali. Controlla anche le etichette dei pulsanti, la ricerca senza risultati e i messaggi d'errore: spesso sfuggono alla revisione delle sole descrizioni.

- ☐ Menu e ricerca raggiungono i prodotti importanti.
- ☐ Varianti, misure, materiali e istruzioni bastano per scegliere.
- ☐ Le call to action portano alla destinazione dichiarata.
- ☐ Ogni lingua pubblicata è stata letta nel proprio contesto.
- ☐ Carrello vuoto, ricerca vuota ed esaurito hanno un comportamento utile.

Prova. Percorso reale dalla home a un prodotto e ritorno, con gli errori raccolti per URL e lingua. Per un problema di testo conserva la frase originale e la sostituzione approvata.

L09 - SEO essenziale prima dell'apertura (P1)

Controlla home, collezioni, prodotti e pagine principali sul sito effettivo. Titoli e descrizioni devono essere specifici, coerenti con la lingua e senza promesse non mantenute. Il template deve rendere riconoscibile il titolo principale e organizzare le sezioni in modo leggibile.

Verifica accessibilità pubblica, stato HTTP, canonical e assenza di noindex involontari sulle pagine destinate alla ricerca. Shopify genera la sitemap in automatico, alla radice del dominio (/sitemap.xml), e la aggiorna quando cambiano prodotti, collezioni, pagine e articoli; non è accessibile finché il negozio è in modalità privata. Con più domini internazionali ciascuno ha la propria sitemap, da inviare nella proprietà Search Console corretta (Indicizzazione → Sitemap). La sitemap aiuta la scoperta delle pagine e non garantisce indicizzazione né posizionamento.

Se migri un sito, prepara la mappa vecchio URL → nuovo URL pertinente, prova i redirect e aggiorna i link interni. Non cambiare slug solo per rendere il report più ordinato. Le versioni linguistiche richiedono URL e collegamenti internazionali coerenti: non basta tradurre la home.

L10 - Immagini, video e prestazioni (P1/P2)

Controlla nitidezza e dimensioni reali sui dispositivi previsti. Le immagini informative richiedono un'alternativa testuale pertinente; quelle puramente decorative possono avere alt vuoto. I video devono avere controlli utilizzabili e, quando serve, un'alternativa accessibile al contenuto.

Individua l'immagine principale di caricamento e non ritardarla con il lazy loading; valuta invece il caricamento differito dei media fuori schermo. Misura peso e richieste realmente servite dal tema: non dare per scontato che una compressione o un'app garantiscano un risultato fisso.

Registra una misura iniziale delle pagine chiave e prova menu, varianti e carrello dopo le modifiche. I dati di laboratorio aiutano a trovare i problemi; i dati di utenti reali possono non essere disponibili prima del lancio. Un punteggio isolato non sostituisce il collaudo delle funzioni.

L11 - Analytics, consenso e qualità dei dati (P0/P1)

Decidi quali misure servono e chi le mantiene. Shopify Analytics offre le funzioni principali sui piani Shopify. Per GA4 usa l'integrazione corrente del canale Google & YouTube: in Sales channels → Google & YouTube scegli «Get started» nel banner dedicato a GA4, poi una proprietà esistente di cui sei amministratore, oppure creane una nuova. Il collegamento non richiede un account Google Merchant Center. Evita di aggiungere più implementazioni dello stesso evento.

- ☐ Proprietà, account e identificativi appartengono all'attività corretta.
- ☐ Ogni evento essenziale ha un solo responsabile tecnico.
- ☐ Un acquisto di prova non genera acquisti duplicati.
- ☐ Valore, valuta e identificativo della transazione sono coerenti.
- ☐ Nessun dato personale non previsto finisce in URL o parametri analytics.
- ☐ Accettazione, rifiuto e modifica delle preferenze producono il comportamento previsto.

Il banner visibile non prova che i tag rispettino le scelte. Verifica il comportamento prima e dopo la scelta, con le impostazioni privacy del mercato. Consent Mode è una funzione tecnica, non una certificazione legale.

Per l'Italia, le Linee guida cookie del Garante privacy (10 giugno 2021, lette il 17/10/2026) indicano punti da provare nel banner:

- il consenso richiede un'azione positiva e documentabile: lo scroll da solo non basta, né le caselle preselezionate;
- chiudere il banner con la «X» mantiene le impostazioni predefinite, cioè nessun cookie non tecnico;
- il banner contiene un'informativa breve, il link a quella completa, il comando per accettare tutto e il collegamento alle scelte granulari, con pulsanti di pari rilievo;
- l'utente può cambiare le scelte in ogni momento, per esempio da un link nel footer;
- dopo un rifiuto il banner non dovrebbe riapparire, salvo modifiche rilevanti, impossibilità di sapere se il cookie era già memorizzato o almeno sei mesi dall'ultima proposta;
- gli analytics sono assimilabili ai cookie tecnici, senza consenso, solo se riducono il rischio di identificazione (per esempio mascherando l'IP), producono statistiche aggregate per un solo sito e non vengono incrociati con altri dati dal fornitore. Controlla le condizioni dello strumento che usi.

Conserva le prove senza dati personali superflui.

L12 - Marketing pronto e app necessarie (P1/P2)

Prova le destinazioni delle campagne: pagina, prodotto disponibile, lingua, codice promozionale e parametri di attribuzione. Un annuncio pronto non serve se porta a una variante esaurita o a un beneficio non applicabile.

Per newsletter e recupero del checkout controlla destinatari, preferenze, condizioni di invio, disiscrizione e deduplicazione. Non attivare tutte le automazioni disponibili il giorno del lancio: assegna prima finalità e responsabile.

Fai l'inventario delle app con funzione, costo approvato, permessi, impatto osservato e dipendenze.

Rimuovi o disattiva ciò che non serve seguendo le istruzioni della soluzione, poi controlla che non restino script o blocchi orfani. Il numero delle app non misura da solo il peso sul sito.

L13 - Dispositivi e accessibilità del percorso (P0/P1)

Usa almeno un telefono reale e un desktop rappresentativi del pubblico, più le combinazioni di browser rilevanti, e annota ciò che hai provato davvero. Una simulazione di larghezza non verifica tutti i comportamenti di Safari o dei wallet.

Controlla menu, focus da tastiera, pulsanti, etichette dei campi, errori, zoom, contrasti e contenuti che escono dallo schermo. Apri e chiudi carrello, filtri e finestre: il focus deve restare gestibile e il pulsante di chiusura raggiungibile. Banner e chat non devono coprire le azioni necessarie.

Dispositivo e browser	Percorso e lingua	Esito	Prova o limite
...	Prodotto → checkout	...	...
...	Menu, ricerca, contatti	...	...
...	Tastiera, zoom, moduli	...	...

Accessibilità come obbligo (UE/Italia). La direttiva (UE) 2019/882 (European Accessibility Act) include i servizi di commercio elettronico, cioè quelli forniti a distanza tramite siti e app su richiesta del consumatore per concludere un contratto. Si applica ai servizi forniti dopo il 28 giugno 2025; l'Italia l'ha recepita con il D.Lgs. 82/2022, che indica la stessa data. Nell'allegato I, sezione IV, per l'e-commerce rientrano tra l'altro le funzioni di identificazione, sicurezza e pagamento, che devono essere percepibili, utilizzabili, comprensibili e robuste, e le informazioni di accessibilità sui prodotti venduti quando le fornisce l'operatore responsabile. Le microimprese (meno di 10 persone e fatturato o totale di bilancio annuo fino a 2 milioni di euro) che forniscono servizi sono esentate dai requisiti (direttiva, art. 4, par. 5). Lettura della direttiva e del decreto: 17/10/2026. Come l'esenzione sia formulata nel testo italiano e quali obblighi di dichiarazione restino: UNVERIFIED, non ho letto gli articoli pertinenti del decreto. Un test tecnico o un punteggio WCAG non dimostra da solo la conformità di legge.

L14 - Riunione di lancio e criterio Done

Riunisci le anomalie per controllo, da L01 a L13. Ogni riga indica problema, impatto, prova, responsabile e decisione; se serve, aggiungi righe.

Controllo e problema	Esito e prova	Decisione	Responsabile e termine
...	...	...	...
...	...	...	...

Done per il lancio. PO chiusi sui percorsi pubblicati; P1 risolti o funzionalità escluse; modalità test disattivata; versione pubblica riletta; assistenza ed evasione pronte; limiti del collaudo espliciti; responsabile del monitoraggio presente; ripristino praticabile. Un punto non verificato non diventa OK per rispettare la data.

Decisione APRIRE / APRIRE CON AMBITO RIDOTTO / RINVIARE. **Ambito escluso e motivo ...**
Approvazione ... Data e ora del lancio ...

L15 - Prime verifiche dopo l'apertura

Appena pubblicato, ricontrolla dominio, pagina prodotto, carrello e stato dei pagamenti. Osserva il primo ordine reale nel rispetto dei ruoli: importo, notifica, inventario e passaggio all'evasione. Se non arrivano ordini, non attribuire subito il problema al checkout: verifica prima traffico, disponibilità e test del percorso.

Nella prima giornata assegna finestre di controllo per errori, richieste di assistenza e ordini anomali. Nei giorni successivi rivedi dati, pagine più visitate, destinazioni senza spedizione e problemi segnalati. La frequenza dipende da traffico e operatività, ma ogni controllo ha un responsabile preciso.

Prima revisione data ... / responsabile ... / indicatori ... / condizione di sospensione La checklist resta riutilizzabile: dopo un cambiamento, ripeti i controlli interessati e le dipendenze del percorso d'acquisto.

Fonti

- Shopify Help Center, ordini di prova: <https://help.shopify.com/en/manual/checkout-settings/test-orders>
- Shopify Help Center, sitemap: <https://help.shopify.com/en/manual/promoting-marketing/seo/find-site-map>
- Shopify Help Center, collegare GA4 da Google & YouTube: <https://help.shopify.com/en/manual/online-sales-channels/marketplaces/google/getting-setup/connect>
- Direttiva 2011/83/UE, diritti dei consumatori: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32011L0083>
- Direttiva (UE) 2023/2673, funzione di recesso: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32023L2673>
- D.Lgs. 209/2025, art. 54-bis Codice del consumo: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2025-12-31;209>
- Direttiva (UE) 2019/882, European Accessibility Act: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32019L0882>
- D.Lgs. 82/2022, recepimento italiano dell'EAA: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:decreto.legislativo:2022-05-27;82>
- Garante privacy, Linee guida cookie (10 giugno 2021): <https://www.garanteprivacy.it/home/docweb/-/docweb-display/docweb/9677876>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.