



Guide operative Shopify

Shopify Basic: configurare e gestire il primo store

Diciassette operazioni, dal catalogo al lancio, ciascuna con la sua prova di controllo.

Francesco Guiducci

Edizione ottobre 2026 · Italiano

ifgdigital.com

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

Sommario

Come usare questa guida	3
1 · Capire cosa gestisce Shopify	3
2 · Accedere e proteggere l'account	3
3 · Orientarsi nell'amministrazione	4
4 · Impostare i dati del negozio	4
5 · Creare un prodotto completo	5
6 · Organizzare collezioni e navigazione	6
7 · Personalizzare il tema con un ambito chiaro	6
8 · Gestire testi e traduzioni	6
9 · Gestire un ordine dall'arrivo alla chiusura	7
10 · Configurare pagamenti e verificarli	7
11 · Configurare spedizioni senza vuoti di copertura	8
12 · Creare uno sconto controllabile	8
13 · Installare un'app per una necessità precisa	9
14 · Leggere i dati senza confondere le metriche	9
15 · Gestire clienti e newsletter	10
16 · Collegare il dominio e pubblicare	10
17 · Chiedere supporto con informazioni utili	10
Piano di esercitazione e controllo	11

Come usare questa guida

Questa guida è un percorso di lavoro per chi deve imparare a usare Shopify: preparare un catalogo, organizzare il sito, configurare la vendita e gestire gli ordini. «Basic» indica il livello introduttivo della guida, non che ogni funzione sia inclusa nel piano Shopify Basic. Verifica disponibilità, permessi e costi nel tuo account.

Sono Francesco Guiducci, consulente e sviluppatore Shopify freelance a Roma. Vengo da ingegneria meccanica e lavoro su store, temi, Liquid e app. Ho organizzato i capitoli attorno alle operazioni che un merchant deve saper completare e controllare.

Per esercitarti prepara un prodotto campione, una collezione e una pagina informativa in un ambiente adatto. Se il negozio vende già, non usare ordini o clienti reali per le prove. Una copia del tema protegge il lavoro sul layout, ma condivide prodotti e impostazioni dello store: non isola pagamenti, inventario o automazioni.

1 - Capire cosa gestisce Shopify

Shopify comprende l'amministrazione di catalogo, ordini e clienti, più gli strumenti per vendere. Il negozio online è uno dei canali: gli altri canali e il punto vendita hanno requisiti, costi e configurazioni propri.

La piattaforma gestisce l'hosting del servizio. Restano a tuo carico accessi, contenuti, configurazioni, app installate e organizzazione del lavoro. Non ogni modifica richiede codice, ma un requisito che il tema non prevede può richiedere uno sviluppatore.

Prima di scegliere un piano elenca ciò che ti serve: canali, persone con accesso, mercati, pagamenti, report e integrazioni. Confronta l'offerta corrente, non una tabella prezzi copiata da una guida vecchia. Le funzioni principali di Shopify Analytics sono disponibili su qualsiasi piano; controlla comunque le singole funzioni e i permessi del personale.

Risultato del capitolo. Una lista di requisiti, ciascuno con disponibilità verificata e costo effettivo, quando previsto. Un requisito mancante si risolve prima di impegnare il budget.

2 - Accedere e proteggere l'account

Accedi dall'indirizzo ufficiale di Shopify o dal link all'admin del tuo store. Controlla il dominio nella barra del browser, poi seleziona il negozio giusto se ne gestisci più di uno.

Attiva la verifica in due passaggi dalle impostazioni di sicurezza dell'account. Usa un metodo supportato, come un'app di autenticazione o una chiave di sicurezza, e conserva i codici di recupero in un posto separato. Un codice ricevuto via email non è il secondo fattore previsto. Gli SMS non si possono configurare come nuovo metodo: continuano a funzionare solo dove sono già attivi.

Assegna ai collaboratori accessi individuali, con i soli permessi necessari. Il proprietario conserva il controllo di dominio, fatturazione e recupero dell'account. Registra chi può autorizzare l'acquisto di app e le modifiche ai pagamenti.

- ☐ Esci e rientra con il metodo configurato.
- ☐ Verifica che la procedura di recupero sia disponibile, senza divulgarne i codici.
- ☐ Quando un collaboratore finisce il lavoro, rivedi o revoca il suo accesso.

3 - Orientarsi nell'amministrazione

Le posizioni del menu possono cambiare. Impara a cosa serve ogni area e usa la ricerca dell'admin quando una voce si sposta.

Area	Operazioni principali
Ordini	Pagamenti, evasione, resi, cronologia
Prodotti	Articoli, varianti, inventario, collezioni
Clienti	Profili, segmenti e stato marketing
Contenuti e Negozio online	File, pagine, navigazione, blog e tema, secondo l'area disponibile
Analytics	Metriche, report e confronti
Sconti	Regole promozionali e utilizzi
App e canali	Funzioni e collegamenti installati
Impostazioni	Dati dello store, pagamenti, consegna e configurazioni generali

Prima di salvare rileggi il nome dell'oggetto che stai modificando. Dopo il salvataggio riaprilo: una schermata compilata non dimostra che la modifica sia stata salvata.

Esercizio. Trova il prodotto campione, la sua collezione e il tema che lo mostra. Annota le tre identità distinte: un prodotto e il template della sua pagina non sono lo stesso oggetto.

4 - Impostare i dati del negozio

Raccogli denominazione, indirizzo dell'attività, email amministrativa, contatto cliente, lingua, valuta e fuso orario. Per un'attività gestita da Roma usa Europe/Rome: scadenze degli sconti e report vanno letti nello stesso fuso.

Aggiorna i dati nell'area delle impostazioni pertinente, salva e controlla dove compaiono. Checkout, notifiche e pagine informative possono usare campi diversi, e cambiare un indirizzo in un punto non aggiorna i testi scritti a mano altrove.

Per prezzi e imposte prepara una specifica con il professionista che segue l'attività. Non scegliere un'esenzione solo perché la valuta è estera. Prima di cambiare valuta o paese di uno store con vendite, valuta le conseguenze su catalogo, pagamenti e report.

Campo	Valore approvato	Superficie verificata	Data e responsabile
...	...	...	...

Tieni i dati sensibili fuori dalle copie condivise per la revisione del sito.

5 - Creare un prodotto completo

Apri Prodotti e crea un articolo in bozza. Usa dati reali del campione; se i prodotti sono didattici, tienili nell'ambiente di prova.

1. **Titolo e descrizione.** Indica che cos'è, uso previsto, materiali, dimensioni, contenuto della confezione e limiti. Documenta le prestazioni dichiarate; non inventare recensioni.
2. **Media.** Carica immagini coerenti con il campione, scegli l'ordine e scrivi testi alternativi utili. Controlla la resa nel tema.
3. **Prezzo.** Inserisci il prezzo approvato. Il prezzo di confronto richiede uno sconto reale e regole promozionali verificate. Il costo per articolo non coincide con tutti i costi dell'ordine.
4. **Inventario.** Usa SKU univoci secondo una convenzione interna. Inserisci il barcode solo se disponibile e corretto. Controlla sede, quantità e politica per i prodotti esauriti.
5. **Varianti.** Definisci opzioni comprensibili, poi controlla prezzo, media, SKU, peso e disponibilità di ogni combinazione.
6. **Consegna.** Segnala se il prodotto è fisico e indica il peso pertinente. Per un contenuto digitale configura anche il servizio che consegna il file: scrivere «digitale» nella descrizione non basta.
7. **Organizzazione.** Scegli categoria, tipo di prodotto, collezioni e tag utili. La categoria standardizzata non garantisce un posizionamento SEO.
8. **Pubblicazione.** Controlla stato e canali. Salvare non rende per forza l'articolo acquistabile.
9. **SEO.** Prepara title, descrizione e handle leggibili. Il motore di ricerca può mostrare un testo diverso da quello inserito.

Esempio di varianti: tre taglie e due colori producono sei combinazioni, e devi verificare che esistano tutte. Shopify documenta fino a 2.048 varianti e tre opzioni per prodotto, ma temi, app e canali possono avere limiti inferiori. Prima di progettare un catalogo grande, prova la compatibilità.

Collaudo. Seleziona ogni variante, aggiungila a un carrello di prova, cambia la quantità e confronta il totale. Prova un articolo esaurito e leggi il messaggio. Per i testi usa il Template pagina prodotto, per il lotto fotografico la Checklist immagini.

6 - Organizzare collezioni e navigazione

Una collezione raccoglie prodotti secondo un criterio. Una voce di menu porta a una destinazione: creare la collezione non la aggiunge a nessun menu.

Per una selezione editoriale breve usa una collezione manuale. Per una regola stabile valuta una collezione automatica: scrivi prima la regola in italiano («tutti i prodotti con questo tag e disponibili per questa proposta»), poi controlla nel pannello la logica «tutte» o «qualunque» condizione.

1. Crea titolo e descrizione coerenti con il contenuto.
2. Aggiungi prodotti o condizioni e salva.
3. Verifica inclusioni, esclusioni e ordinamento.
4. Collega la collezione al menu pertinente.
5. Apri il collegamento nello storefront.

Test minimo: un prodotto che deve entrare, uno che non deve entrare, uno che cambia attributo. Non chiamare «bestseller» una selezione senza dati di vendita. Una gerarchia nel menu non crea relazioni padre-figlio tra le collezioni.

7 - Personalizzare il tema con un ambito chiaro

Prima di un intervento esteso duplica il tema e dai alla copia un nome con data e scopo. Lavora sulla copia, controllandone l'identità nell'editor. La copia non è un backup completo dello store: contiene il tema, non prodotti, clienti, ordini o impostazioni.

Configura prima font, colori, larghezze e navigazione; poi homepage, pagina prodotto, collezione e pagine informative. Usa contenuti sufficienti per valutare il layout: un titolo molto corto non mette alla prova una categoria con nomi lunghi.

Un template può essere assegnato a più pagine o prodotti. Se cambi un template condiviso, la modifica può propagarsi a tutte le risorse che lo usano. Per una struttura diversa crea e assegna un template compatibile con il tema, senza duplicare l'intero sito.

Un tema gratuito non è per forza inadatto, e uno a pagamento non garantisce le funzioni che ti servono. Verifica componenti, accessibilità e comportamento effettivi.

- ☐ Prova mobile, desktop e tastiera.
- ☐ Controlla apertura e chiusura del menu, focus, immagini, varianti, carrello e link.
- ☐ Pubblica la copia solo dopo una decisione e conserva il riferimento della versione precedente per il ripristino.

8 - Gestire testi e traduzioni

Distingui testi del tema, contenuti del catalogo, notifiche e traduzioni. Il comando che modifica i testi standard del tema non controlla le email di un'app né ogni passaggio del checkout.

Per una seconda lingua crea un piccolo glossario: nomi prodotto da non tradurre, termini tecnici, unità, consegna e resi. Usa il flusso di traduzione disponibile nello store, poi rivedi a mano le informazioni decisive.

Sequenza di prova: apri un prodotto in italiano, passa all'inglese, seleziona una variante, apri il carrello, raggiungi il checkout e torna alla pagina. Controlla link, lingua, valuta e se la scelta viene mantenuta. Verifica anche contenuti mancanti e fallback.

Non tradurre i nomi commerciali senza motivo e non convertire le unità senza un calcolo verificato. Una traduzione corretta mantiene limiti, condizioni e quantità. Registra la lingua pubblicata separatamente da quella solo preparata.

9 - Gestire un ordine dall'arrivo alla chiusura

Quando arriva un ordine, aprilo nell'admin e controlla prodotti, varianti, quantità, pagamento, indirizzo, disponibilità e note. Le email sono avvisi: il riferimento operativo è lo stato dell'ordine e delle transazioni.

Prima dell'evasione verifica che pagamento e processo interno consentano la spedizione. «Autorizzato», «pagato» e «in attesa» non sono sinonimi. Se c'è un rischio o i dati sono incoerenti, assegna il controllo a una persona.

Evasione. Seleziona le righe effettivamente preparate, registra corriere e tracking corretti e controlla l'opzione di notifica. Per un invio parziale verifica cosa resta da spedire. Un ordine evaso non è un ordine consegnato.

Rimborso o annullamento. Rileggi importo, righe e operazioni già eseguite, e decidi separatamente il rientro a magazzino. Un rimborso da admin non si annulla e la commissione di elaborazione della carta originale non viene restituita: segui il metodo e il provider.

Documenti. La stampa dell'ordine o un modello Order Printer non dimostrano da soli una fatturazione corretta. Il processo documentale deve rispettare la specifica approvata per l'attività.

Esercizio. Simula due articoli, uno disponibile e uno in ritardo. Registra cosa comunicheresti, quali righe evaderesti e cosa resterebbe aperto. La guida Ordini e assistenza approfondisce eccezioni e responsabilità.

10 - Configurare pagamenti e verificarli

Apri le impostazioni dei pagamenti e verifica idoneità, account, documenti e conto richiesti. Registra i costi effettivi: un metodo non è sempre più economico di un altro.

Per un pagamento manuale scrivi istruzioni chiare e indica chi verifica l'incasso. Il cliente che sceglie il bonifico non ha ancora pagato. Per provider e wallet controlla la disponibilità per paese, valuta e account.

Prova un pagamento riuscito e uno rifiutato in un ambiente idoneo. La modalità test vale per l'intero store: non attivarla su un negozio che sta vendendo. Non evadere gli ordini di prova, perché le etichette di spedizione acquistate si pagano, e disattiva prima le app di evasione automatica. I test simulati non compaiono tra i payout e non verificano gli accrediti bancari.

Prima delle vendite reali disattiva la modalità test, salva e rileggi l'impostazione. Non promettere payout in 1–3 giorni per ogni account: consulta condizioni e stato effettivi. Per verifica dell'identità, valute, riconciliazione e anomalie usa la guida Configurare e gestire Shopify Payments.

11 - Configurare spedizioni senza vuoti di copertura

Elenca prodotti, sedi, paesi serviti, pesi, costi e tempi. Distingui preparazione e trasporto. Assegna i prodotti ai profili corretti e crea zone e tariffe in base al servizio disponibile.

Esempio didattico: spedizione a pagamento sotto 50 € e gratuita da 50 €. Stabilisci il comportamento a 49,99 €, 50 € e 50,01 €, evitando un intervallo senza tariffa. Controlla anche sconti e prodotti di profili diversi, perché il totale risultante può cambiare.

Per ritiro e consegna locale verifica sede, area servita, orari, disponibilità e istruzioni. Non presentarli come spedizioni equivalenti.

Destinazione	Peso	Carrello	Rispetto alla soglia	Tariffa mostrata	Risultato atteso
Ammessa / esclusa	Basso / alto	Singolo / misto	Sotto / alla / sopra	...	...

Correggi le differenze prima di aprire il mercato. Per capire se la soglia è sostenibile usa la guida Prezzi e margini.

12 - Creare uno sconto controllabile

Definisci scopo, pubblico, prodotti, durata e margine minimo. Poi scegli tra codice e sconto automatico e configura le condizioni disponibili: importo o percentuale, soglia, utilizzi, destinatari e combinazioni.

Salvare non attiva subito lo sconto: controlla date e fuso orario. Registra quando deve iniziare e finire, chi lo approva e come si disattiva.

- ☐ Carrello idoneo.
- ☐ Carrello escluso.
- ☐ Importo sotto soglia.
- ☐ Applicazione insieme a un'altra promozione.
- ☐ Tentativo fuori periodo.

Per «Compra X, ricevi Y» verifica che gli articoli richiesti siano nel carrello e che il beneficio si applichi come previsto. Non promettere l'inserimento automatico di articoli senza averlo provato.

Esempio: su 50 € uno sconto del 10% porta il prezzo a 45 €. Non significa che il profitto cali del 10%: ricalcola costi e contributo. Non usare timer che ripartono a ogni visita per simulare una scadenza che non esiste.

13 · Installare un'app per una necessità precisa

Scrivi il problema prima di cercare l'app e verifica se il tema o Shopify lo risolvono già. Per ogni candidata controlla costo corrente, limiti di utilizzo, permessi, dati trattati, compatibilità e procedura di rimozione.

Installa solo dopo aver deciso su costo e accessi. Completa il setup e prova la funzione nello storefront: «installata» non significa «visibile e funzionante». Controlla le notifiche o le automazioni che il setup potrebbe attivare.

Tieni un registro con app, scopo, proprietario, addebito, componenti aggiunti e ultimo test. Prima di disinstallare, esporta ciò che serve e verifica cosa resta nel tema o nei servizi esterni. Una copia del tema non ripristina i dati delle app.

Per il recupero dei checkout abbandonati usa il flusso attuale di Shopify Messaging. Attivare la nuova automazione è una modifica permanente: non si torna alle email precedenti, e le impostazioni vecchie funzionano solo finché Shopify non le rimuove. Non creare due automazioni che inviano lo stesso messaggio.

14 · Leggere i dati senza confondere le metriche

In Analytics scegli periodo, canale e valuta prima di leggere i risultati. Salva una vista utile e annota la definizione della metrica. Le funzioni principali di Analytics sono disponibili su qualsiasi piano; non attribuirle ai soli piani superiori.

Domanda	Controllo
Quanto abbiamo venduto?	Definizione di vendite lorde, nette e totali nel report
Quanti acquisti arrivano dalle visite?	Sessioni e sessioni convertite sullo stesso perimetro
Quanto vale un ordine?	Formula dell'AOV e trattamento di sconti e rimborsi
Cosa è arrivato in banca?	Payout e riconciliazione, separati dalle vendite

Esempio didattico: 20 sessioni convertite su 1.000 sessioni sono il 2%. Non sostituire il denominatore con gli utenti unici né contare nel numeratore tutti gli ordini multicanale.

Per GA4 segui il percorso ufficiale tramite Google & YouTube e verifica che non esista già un'integrazione duplicata. Collegare Merchant Center non serve per configurare i tag GA4. Finché il negozio è protetto da password, GA4 non registra eventi.

Confronta periodi comparabili e segnala campioni piccoli, cambi di consenso e promozioni. Un calo nel report può dipendere dal tracciamento o dal mix di traffico: verifica il dato prima di cambiare il sito.

15 - Gestire clienti e newsletter

Un profilo cliente non dimostra l'iscrizione al marketing. Prima di inserirlo in una campagna controlla stato, origine e preferenze. Tieni solo note interne pertinenti e limita l'accesso ai dati.

Prepara un modulo di iscrizione con una promessa chiara: che tipo di contenuto riceverà chi si iscrive e quale beneficio effettivo, se previsto. Prova iscrizione, conferma (quando configurata) e disiscrizione con un indirizzo di test autorizzato. Verifica che la lingua della comunicazione corrisponda alla scelta.

Per le campagne usa lo strumento previsto nello store, come Shopify Messaging, o un'integrazione adatta. Controlla prezzi e soglie correnti: non scegliere sulla base dei numeri di un vecchio piano gratuito.

Prima di inviare verifica pubblico, oggetto, corpo, link, mittente e pagina di destinazione. Salva una bozza e tieni l'approvazione separata dall'invio. Per privacy e basi giuridiche applicabili usa le procedure approvate per l'attività: questa guida non è una regola legale.

16 - Collegare il dominio e pubblicare

Se hai già un dominio, verifica chi gestisce registrar e DNS. Segui i valori correnti mostrati da Shopify, conserva la configurazione precedente e non sovrascrivere record email non pertinenti.

Dopo il collegamento controlla stato, HTTPS, dominio primario e redirect. Prova le versioni con e senza www secondo la configurazione scelta. La propagazione può richiedere tempo: valuta lo stato effettivo, non il momento in cui hai salvato.

Prima di rimuovere la password raccogli gli esiti su catalogo, pagamenti, consegna, imposte approvate, notifiche, policy, percorso mobile, desktop e tastiera, accessi. Un test saltato resta non verificato.

Pubblica il tema corretto e rimuovi la password dopo la decisione del responsabile. Apri il dominio pubblico in una nuova sessione e ripeti il percorso principale. Registra data, versione e problemi aperti: la preview non dimostra il risultato pubblico.

17 - Chiedere supporto con informazioni utili

Prima di aprire un ticket annota cosa stavi facendo, il risultato atteso e quello osservato. Aggiungi URL, ID non sensibili, data con fuso orario e passaggi per riprodurre il problema. Oscura i dati personali e non inviare mai password o codici di sicurezza delle carte.

Per il comportamento della piattaforma consulta il centro assistenza Shopify e i canali disponibili dopo l'accesso. Per un'app rivolgiti al suo sviluppatore; per un tema o un'integrazione personalizzati, individua chi ne mantiene il codice. Non dare per garantiti i tempi di risposta.

Per lavorare con me, i riferimenti aggiornati sono su ifgdigital.com. Indica store, problema e impatto: una pagina illeggibile, un ordine bloccato e la richiesta di una nuova funzione richiedono interventi diversi.

Piano di esercitazione e controllo

Completa tre sessioni, ciascuna con un risultato verificabile:

1. **Catalogo.** Un prodotto con varianti, una collezione, il menu e il contenuto in italiano e inglese.
2. **Vendita.** Matrice delle spedizioni, sconto di prova, checkout simulato e procedura d'ordine.
3. **Lancio.** Dominio, notifiche, report, accessi e registro dei controlli.

Ogni settimana rivedi ordini aperti, richieste dei clienti, pagamenti in attesa e contenuti da correggere. Ogni mese confronta ricavi, costi e differenze di riconciliazione. La guida Advanced approfondisce architettura, integrazioni ed esperimenti, quando queste basi sono stabili.

Fonti

- Shopify Help Center, report di Shopify e Analytics: <https://help.shopify.com/en/manual/reports-and-analytics/shopify-reports>
- Shopify Help Center, accesso sicuro e verifica in due passaggi: <https://help.shopify.com/en/manual/your-account/logging-in/secure-sign-in>
- Shopify Help Center, varianti di prodotto: <https://help.shopify.com/en/manual/products/variants/add-variants>
- Shopify Help Center, backup e duplicazione: <https://help.shopify.com/en/manual/shopify-admin/duplicate-store/>
- Shopify Help Center, rimborsi con Shopify Payments: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/payouts/refunds>
- Shopify Help Center, test di Shopify Payments: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/testing-shopify-payments>
- Shopify Help Center, nuova automazione per checkout abbandonati: <https://help.shopify.com/en/manual/promoting-marketing/create-marketing/migrate-abandoned-checkout>
- Shopify Help Center, configurazione GA4: <https://help.shopify.com/en/manual/reports-and-analytics/google-analytics/google-analytics-setup>
- Shopify Help Center, strumenti di marketing: <https://help.shopify.com/en/manual/promoting-marketing/create-marketing>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.