



Mini-guida in 10 passi

Aprire un negozio Shopify in dieci passi

Per ogni passo una decisione, una configurazione e una prova: dal posizionamento al lancio, con un dossier che documenta ciò che hai verificato.

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 · Definisci cosa vendi e a chi	3
2 · Prepara account e impostazioni	3
3 · Costruisci un catalogo di prova completo	4
4 · Decidi come ricevere i pagamenti	4
5 · Verifica dove e a quali condizioni puoi consegnare	5
6 · Traduci le regole fiscali approvate in configurazioni	5
7 · Costruisci il percorso di acquisto	6
8 · Prepara misurazione e reperibilità	6
9 · Prepara le risposte dopo l'acquisto	6
10 · Decidi il lancio sulla base delle prove	7
Uso della guida	7

Come usare questa guida

La guida serve a organizzare un primo lancio. Per ogni passo prepari una decisione, una configurazione e una prova. Puoi usarla anche per capire cosa manca in un negozio già avviato. Il risultato è un dossier di lancio che collega offerta, catalogo, checkout e gestione quotidiana.

Sono Francesco Guiducci, consulente e sviluppatore Shopify freelance a Roma. Ho un background in ingegneria meccanica e lavoro su negozi, temi, Liquid e app Shopify.

Lavora prima su un ambiente di prova. Se il negozio vende già, pianifica le modifiche che possono interrompere acquisti o automazioni: la modalità test dei pagamenti vale per l'intero negozio, non solo per il tema in anteprima.

1 - Definisci cosa vendi e a chi

Scrivi l'offerta in termini verificabili: prodotto, cliente, utilizzo, prezzo previsto e alternativa con cui il cliente ti confronta. Se un beneficio dipende da una prestazione, procurati la documentazione prima di pubblicarlo.

Compila questa scheda per la prima categoria:

Decisione	Da compilare
Cliente e bisogno	... persona o attività, problema concreto
Offerta iniziale	... prodotti effettivamente disponibili
Differenza verificabile	... caratteristica e relativa prova
Costo e prezzo	... valori sulla stessa base fiscale
Limite operativo	... quantità gestibile, tempi, paesi serviti
Primo risultato da misurare	... metrica, periodo, fonte

Prova. Racconta l'offerta a una persona del pubblico previsto e chiedi cosa compra, cosa riceve e quanto spenderà. Se deve indovinare, riscrivi prima di costruire il sito. Un feedback positivo è un segnale, non la prova di una domanda sufficiente né una previsione di vendite.

2 - Prepara account e impostazioni

Definisci chi possiede il negozio e chi può modificarlo. Attiva l'autenticazione a due passaggi, conserva i codici di recupero in un luogo protetto e dai ai collaboratori accessi individuali. Non condividere l'account del titolare. Per usare Shopify Payments l'autenticazione a due passaggi è richiesta: senza, i pagamenti ricevuti possono restare sospesi.

Controlla dati dell'attività, paese, fuso orario, lingua e valuta. Per un'attività che lavora da Roma usa Europe/Rome nei report operativi. Collega il dominio scelto, verifica dove punta e controlla l'indirizzo mittente delle notifiche. Non cambiare la valuta di un negozio con vendite storiche senza aver valutato l'effetto su prezzi e report.

Il piano si sceglie dopo la prova gratuita. Nella pagina prezzi Shopify indica una prova di 3 giorni senza carta di credito e, per la maggior parte dei piani, 1 USD al mese per i primi 3 mesi prima della tariffa standard. Prezzi e condizioni cambiano e dipendono da valuta e paese: leggili nella schermata di registrazione prima di confermare.

Evidenza. Una tabella con impostazione, valore atteso, responsabile e data del controllo. Password, codici di recupero e dati bancari restano fuori dal dossier condiviso.

3 - Costruisci un catalogo di prova completo

Prepara un prodotto rappresentativo prima di importare l'intero catalogo. Compila titolo, descrizione, immagini, varianti, peso e i dati organizzativi utili. SKU e barcode servono a cose diverse: non inventare un barcode per riempire un campo.

Organizza collezioni e filtri secondo il modo in cui i clienti scelgono. Una collezione automatica richiede regole comprensibili: prova un articolo che deve entrare e uno che deve restare fuori.

Il costo per articolo alimenta i report sul margine lordo, ma non include tutti i costi dell'attività. Va inserito per ogni variante: il report mostra il profitto solo dei prodotti con un costo registrato al momento della vendita, quindi le vendite senza costo non compaiono e le vendite nette dei due report possono non coincidere. È un valore fermo nel tempo, non un costo aggiornato automaticamente.

Prova. Seleziona ogni variante del prodotto campione: nome, immagine, prezzo e disponibilità devono corrispondere. Nell'ambiente di prova controlla anche cosa succede con una variante esaurita.

4 - Decidi come ricevere i pagamenti

Verifica l'idoneità a Shopify Payments: l'Italia è tra i paesi supportati, ma contano i requisiti della tua attività. Completa le richieste nel pannello e leggi lo stato restituito. Il modulo compilato non dimostra che l'account sia approvato o che sia arrivato un accredito.

Scegli solo metodi utili al tuo pubblico e che sai gestire. Per ciascuno registra provider, valuta, costi effettivi, referente e procedura di rimborso. Usa la cattura manuale solo se qualcuno può controllare le autorizzazioni prima che scadano.

Per provare i pagamenti con Shopify Payments, dopo aver completato la configurazione vai in Impostazioni > Pagamenti > Shopify Payments > Gestisci e seleziona «Attiva modalità test». Gli ordini di prova usano numeri di carta di prova, come 4242 4242 4242 4242 per un pagamento riuscito e 4000

0000 0000 0002 per un rifiuto generico. Gli importi di prova devono superare l'equivalente di 1 USD, non vanno evasi e non compaiono in accrediti e report.

Prova. In un ambiente idoneo esegui uno scenario riuscito e uno rifiutato. I pagamenti simulati non dimostrano l'accredito bancario. Un acquisto reale di prova è una decisione separata: muove denaro, e un rimborso non restituisce la commissione di elaborazione originale.

Per configurazione, riconciliazione e anomalie usa la guida Shopify Academy «Configurare e gestire Shopify Payments».

5 - Verifica dove e a quali condizioni puoi consegnare

Parti dai paesi che servi davvero. Elenca origine della spedizione, prodotti, pesi, tariffe, tempi di preparazione e tempi di trasporto. Se usi profili di spedizione diversi, controlla i carrelli misti: il risultato può differire da quello di un singolo articolo.

Una soglia di spedizione gratuita deve reggere per il carrello tipico, non solo per il prodotto con il margine migliore. Tieni separati ritiro e consegna locale dalla spedizione con corriere.

Matrice minima di prova:

- ☐ Destinazione servita.
- ☐ Destinazione esclusa.
- ☐ Carrello sotto la soglia.
- ☐ Carrello alla soglia.
- ☐ Carrello sopra la soglia.
- ☐ Carrello con prodotti di profili diversi.

Registra importo e metodo mostrati. Una tariffa assente va spiegata o corretta prima di aprire quel mercato.

6 - Traduci le regole fiscali approvate in configurazioni

Prepara con il professionista che segue la tua attività una matrice per paese, tipo di cliente e categoria di prodotto. Deve indicare come trattare il prezzo, quali imposte riscuotere, quali documenti emettere e come gestire rimborsi e vendite estere.

Usa la matrice come specifica per Shopify. Il fatto che il checkout accetti una carta, o che un paese sia fuori dall'UE, non dice nulla sul trattamento fiscale. Non aggiungere registrazioni o esenzioni partendo da un esempio generico.

Prova. Per ogni scenario approvato confronta subtotale, imposte, spedizione e totale con il calcolo atteso. Il riepilogo ordine non sostituisce la verifica del processo documentale e contabile.

7 - Costruisci il percorso di acquisto

Scegli un tema adatto a ciò che devi mostrare, poi configura navigazione, ricerca, collezioni e pagina prodotto. Parti dalle domande del cliente: cos'è, per chi serve, quali varianti esistono, cosa comprende e come arriva.

Usa immagini fedeli al prodotto reale. Le informazioni necessarie per acquistare devono esistere anche come testo leggibile: una misura o un limite di compatibilità non può comparire solo in un'immagine.

Prova. Da smartphone e da desktop apri una collezione, trova il prodotto campione, scegli una variante e arriva al checkout. Ripeti con la sola tastiera. Controlla menu, focus visibile, pulsanti, messaggi di errore e ritorno alla pagina precedente.

8 - Prepara misurazione e reperibilità

Definisci prima le domande: quante persone raggiungono una pagina prodotto, aggiungono al carrello e completano l'acquisto? Scegli gli strumenti necessari, configura le preferenze privacy previste per il negozio e verifica gli eventi nelle condizioni di consenso applicabili.

Per le pagine principali scrivi title e descrizioni specifici. Shopify consiglia titoli unici, con la parola chiave principale all'inizio e non oltre 60 caratteri, e descrizioni di circa 160 caratteri. Usa URL leggibili e non cambiarli di continuo. Le parole cercate dai clienti devono descrivere l'offerta, in frasi naturali e non in elenchi ripetuti.

Prova. Verifica il dominio e l'accesso alla proprietà in Search Console e rendi identificabili gli eventi di test. Un evento inviato dal browser non equivale a ricavi riconciliati, e inviare la sitemap non garantisce l'indicizzazione.

9 - Prepara le risposte dopo l'acquisto

Completa Contatti, Spedizioni, Resi, Pagamenti e le altre pagine informative richieste per la tua attività. Indica chi risponde, attraverso quale canale e con quali tempi sostenibili.

Scrivi tre procedure interne: modifica di un ordine, richiesta di reso, pagamento non riconosciuto. Per ciascuna indica chi decide, quali dati servono e dove registrare l'esito. Le comunicazioni devono descrivere uno stato verificato: «rimborso avviato» e «rimborso ricevuto» non sono sinonimi.

Prova. Una seconda persona deve riuscire a risolvere il caso simulato con la sola procedura, senza chiederti di interpretarla.

10 - Decidi il lancio sulla base delle prove

Raccogli gli esiti dei passi precedenti in un registro: controllo, scenario, risultato, evidenza, problema aperto e responsabile. Un controllo saltato non è superato.

- ☐ Catalogo e varianti campione coerenti.
- ☐ Prezzi, imposte e consegna verificati negli scenari approvati.
- ☐ Pagamenti configurati correttamente e modalità test disattivata prima delle vendite reali.
- ☐ Notifiche e assistenza provate.
- ☐ Percorso desktop, mobile e da tastiera utilizzabile.
- ☐ Pagine informative raggiungibili e dati dell'attività corretti.
- ☐ Accessi, backup e referente per le anomalie disponibili.

Togli la password dello storefront (in Negozio online, cambia l'accesso da Privato a Pubblico) e annuncia il lancio solo dopo la decisione del responsabile. Nelle prime 48 ore controlla errori e ordini reali senza scambiare un campione piccolo per un trend. Nei primi trenta giorni annota una modifica alla volta, quando possibile: cosa hai cambiato, perché e quale effetto osservi. Che due eventi coincidano nel tempo non dimostra un nesso causale.

Chiusura. Il registro non ha controlli saltati segnati come superati, nessun problema aperto che blocchi acquisti o pagamenti, e un responsabile ha approvato il lancio.

Uso della guida

Le voci dell'interfaccia di Shopify possono cambiare: verifica sempre il pannello del tuo negozio. Questa guida stabilisce la sequenza e le decisioni; per i dettagli usa le altre risorse della serie: Prezzi e margini per i calcoli, Checklist immagini per i media, Template pagina prodotto per la scrittura, Checklist pre-lancio per il collaudo.

Fonti

- Shopify Help Center, test di Shopify Payments: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/testing-shopify-payments>
- Shopify Help Center, report sui profitti: <https://help.shopify.com/en/manual/reports-and-analytics/shopify-reports/report-types/profit-reports>
- Shopify Help Center, rimborsi con Shopify Payments: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/payouts/refunds>
- Shopify Help Center, parole chiave e SEO: <https://help.shopify.com/en/manual/promoting-marketing/seo/adding-keywords>
- Shopify Help Center, password dello storefront: <https://help.shopify.com/en/manual/online-store/themes/password-page>
- Shopify Help Center, autenticazione a due passaggi: <https://help.shopify.com/en/manual/your-account/account-security/two-step-authentication>
- Shopify Help Center, paesi supportati da Shopify Payments: <https://help.shopify.com/en/manual/payments/shopify-payments/supported-countries>
- Shopify, prezzi e prova: <https://www.shopify.com/pricing>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.