



# **IMPARA A CONOSCERE I TUOI CLIENTI**

per migliorare la loro  
esperienza e il tuo fatturato



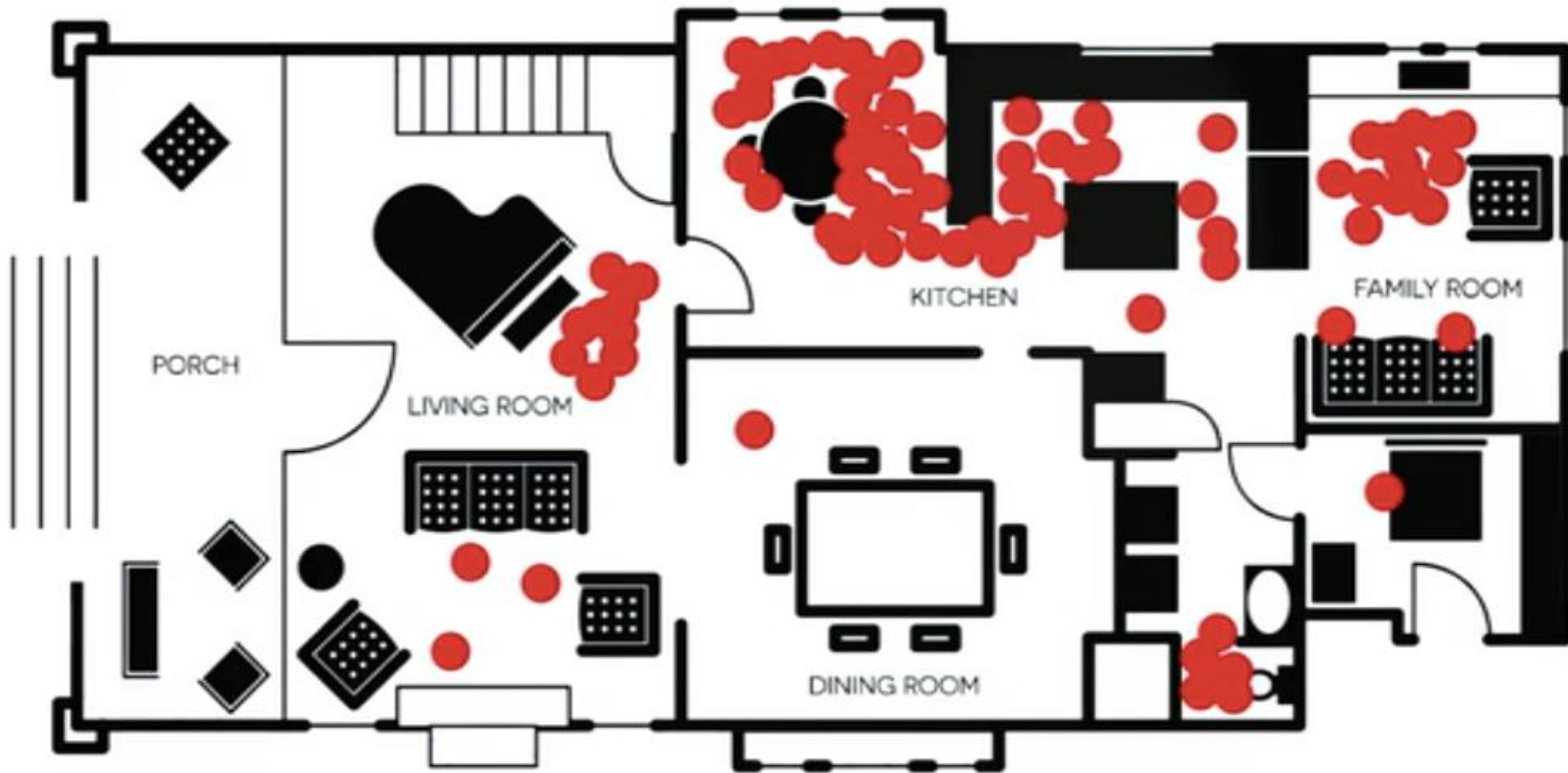


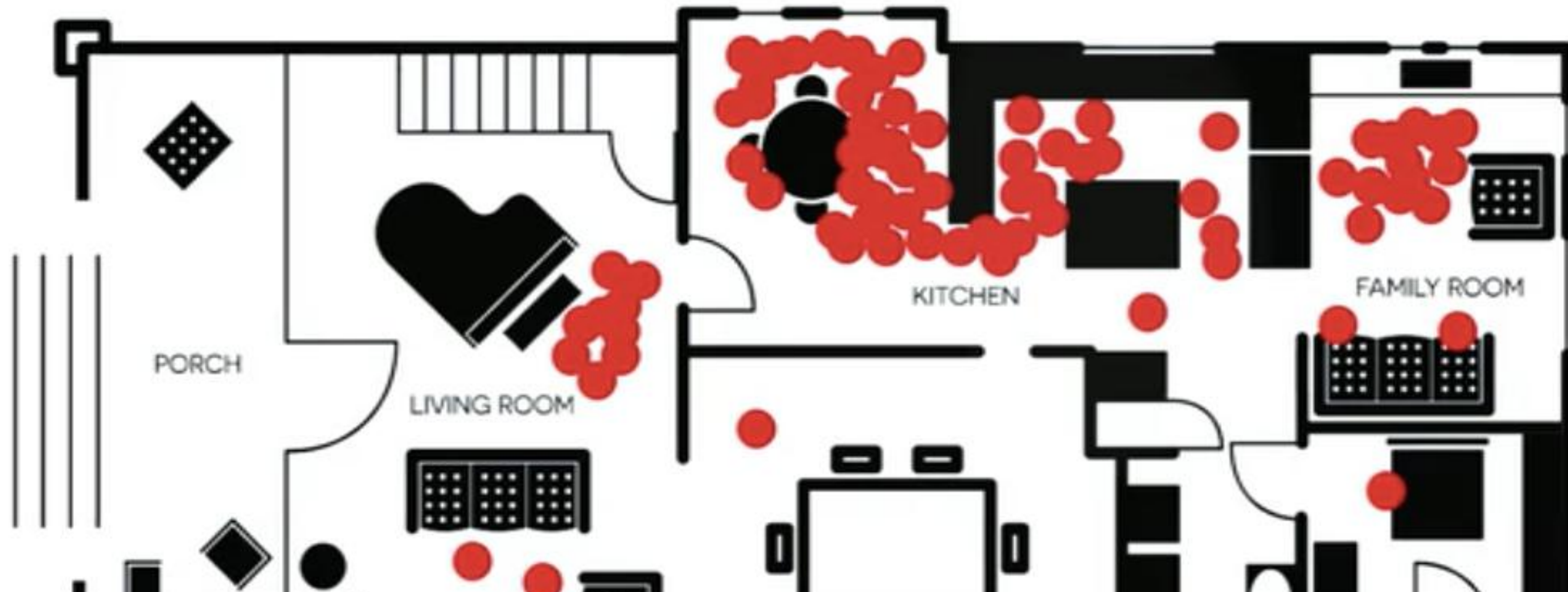
# MINIMALISM

A DOCUMENTARY ABOUT THE IMPORTANT THINGS









**La famiglia oggetto dello studio usava all'incirca il 40% dello spazio a sua disposizione**

David Friedlander - Communications director, LIFEEDITED



A black and white portrait of a man with dark hair and a beard, looking slightly to the right with a slight smile. He is wearing a light-colored shirt. The background is a soft, out-of-focus grey.

Marco Ziero

Socio Titolare e  
Resp. Marketing



@mocainteractive  
@marcoziero

Imparare. Migliorare. Crescere

Ma poi...

*[...] Vogliamo un nuovo sito,  
minimale e accattivante! [...]*

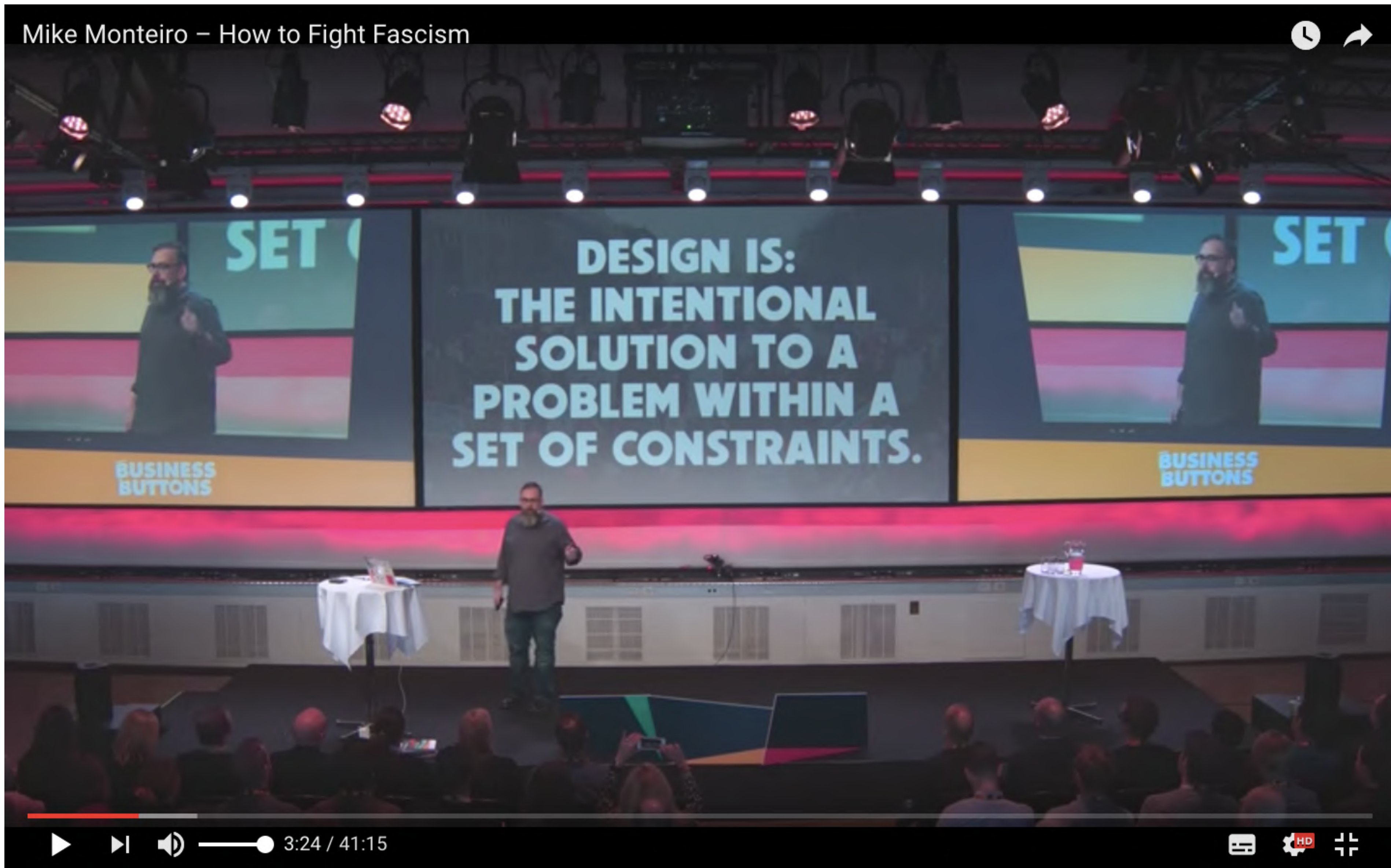


*[...] Come si comporta  $X^*$  in questi casi? [...]*

\* Amazon, il concorrente migliore

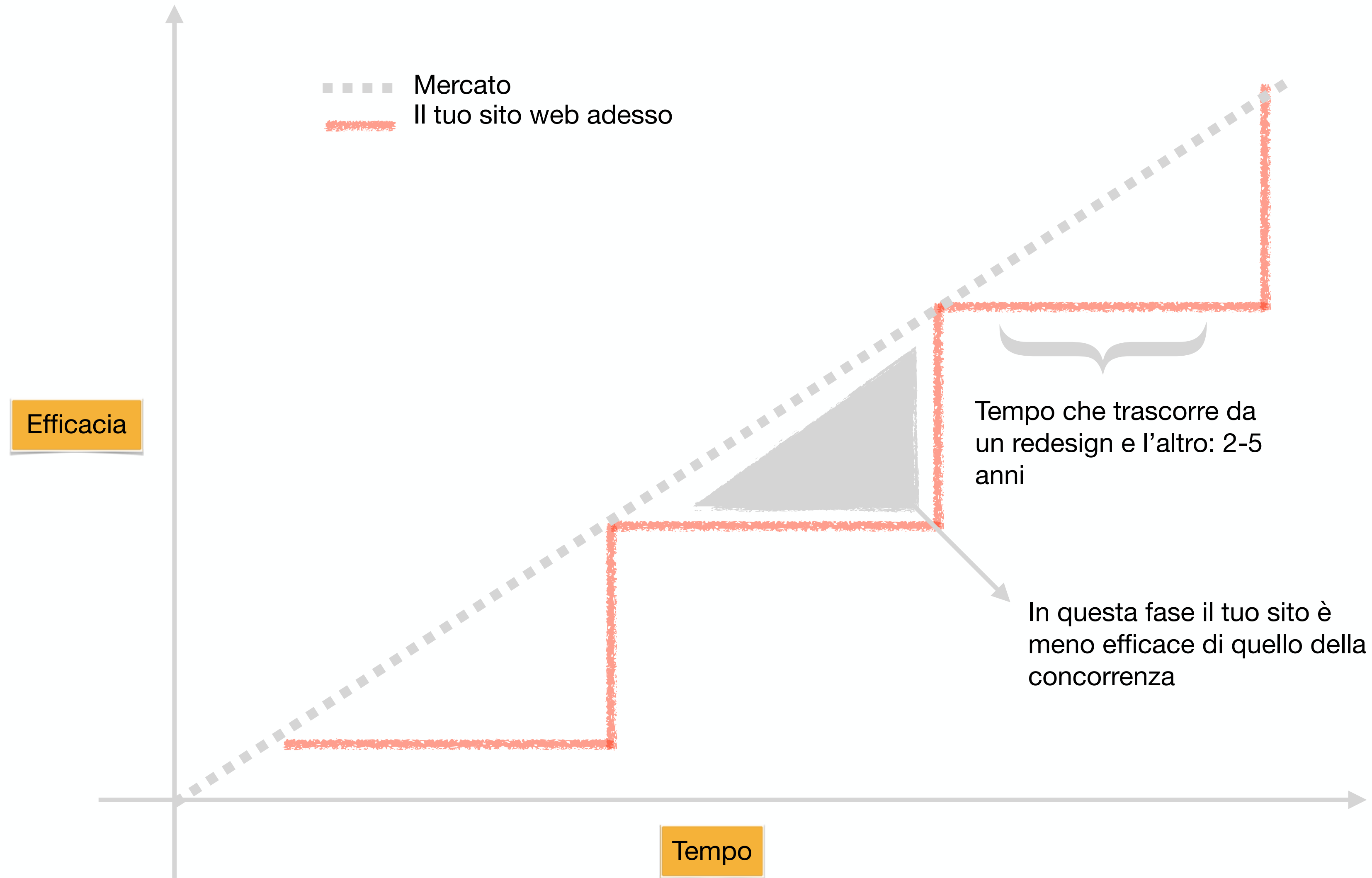
Ci facciamo ispirare dal bello.  
E invece...





[Guarda il video – Mike Monteiro – How to Fight Fascism](#)

# Revolutionary web design

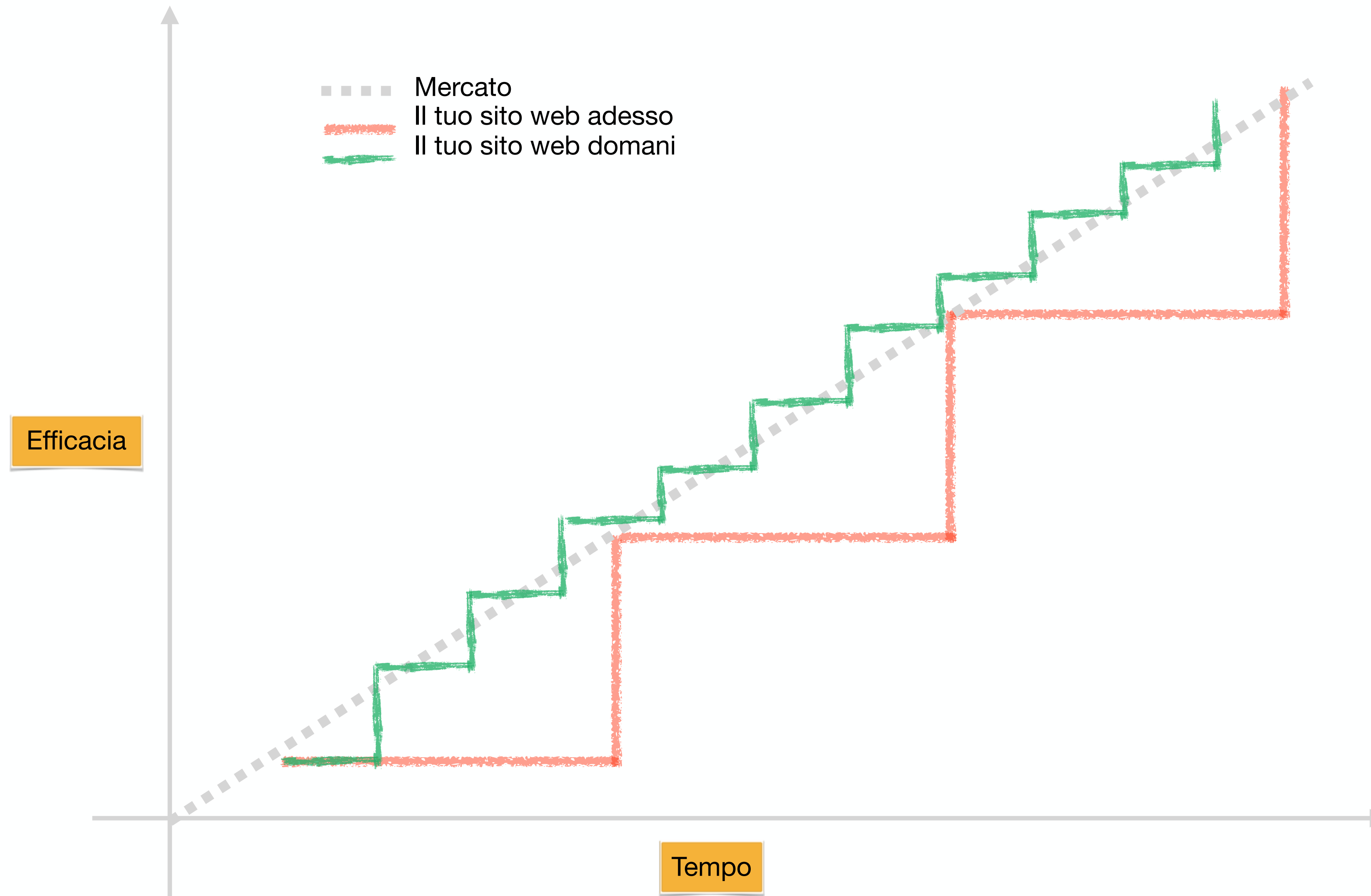




# Revolutionary web design

- Ci si basa su **opinioni** personali
- Succede ogni **2 o 5 anni**
- Tempi di realizzazione > di **9 mesi**
- **Budget** investiti non sono sufficienti
- **Alto rischio** di fallire

# Evolutionary web design





# Evolutionary web design

- Focus sui **dati** (quantitativi e qualitativi)
- **Rapidità** di intervento (minimo 1 mese)
- **Ottimizzazione** delle risorse
- **Crescita** continua
- Minimizzare i **rischi**

# Conversion Research



**Cosa** succede sul sito oggi?  
**Perché?**

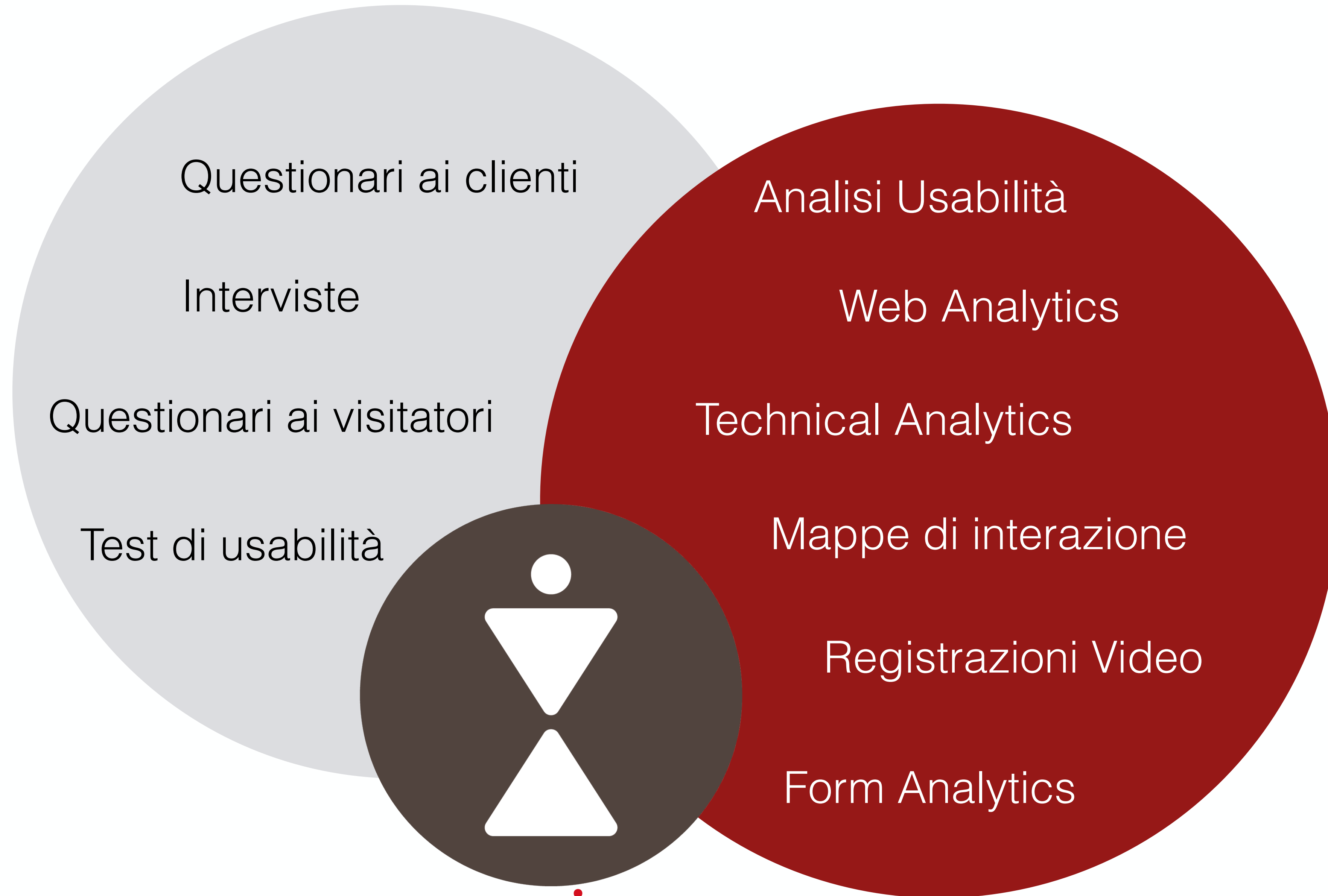




*“La risposta è dentro di te [...]”*



# Modelli di analisi





# **Barriere** e i punti di **frizione** (ci sono sempre)

Errori di **usabilità**, migliorare le  
**prestazioni**

Come le **persone utilizzano il sito**



Molti dati li hai già!





# Marketing





**Vendite**





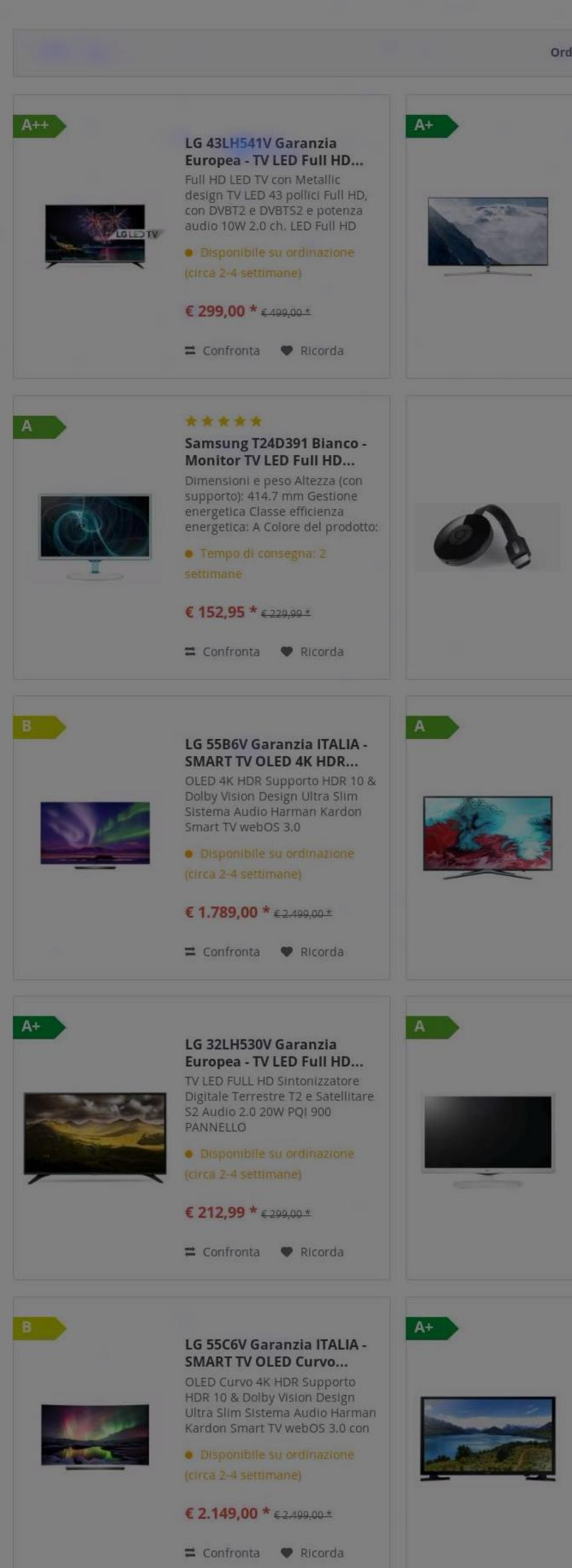
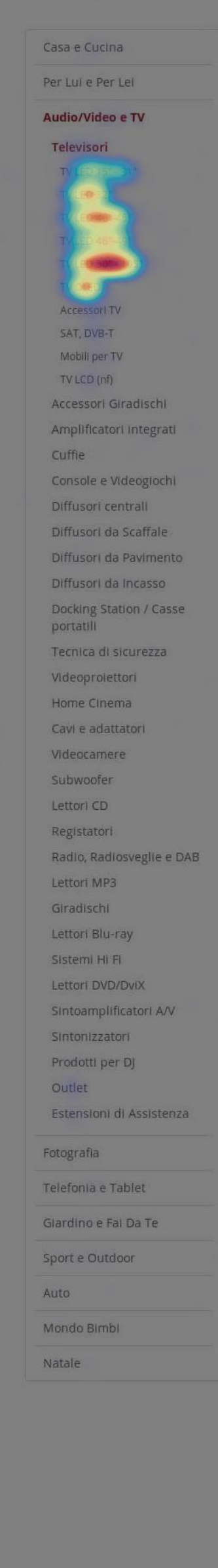
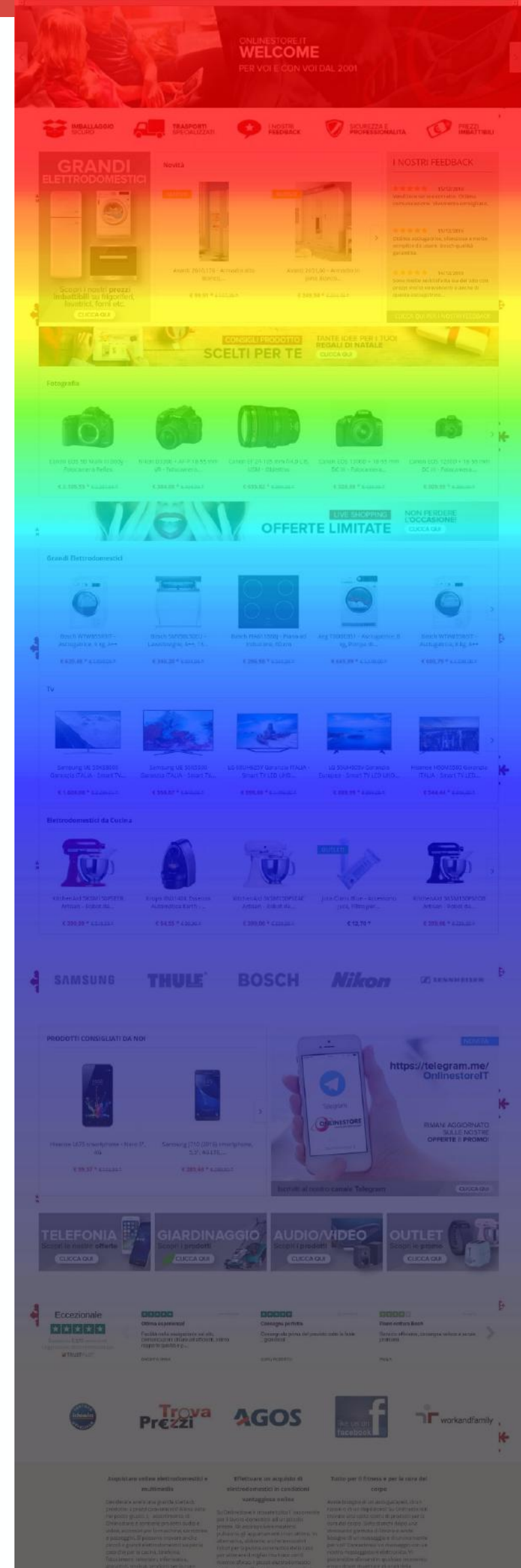
# Relazioni



- **Dispositivi** (desktop, smartphone, tablet)
- **Browsers e Risoluzioni** di schermo
- **Tempi** di caricamento
- Pagine più **visualizzate**
- Pagine di **abbandono** del sito
- **E-commerce** avanzato e **Obiettivi**

Google Analytics





# Mappe di interazione



Bracciale Fossil donna in acciaio, acciaio dorato e acciaio rosé. Giovanile e pratico. Autenticità ufficiale Fossil



- 1 +

Disponibile Subito

Prezzo: €49,00

AGGIUNGI AL CARRELLO

AGGIUNGI AI PREFERITI

Ordina adesso. Spediamo in 24H.

Costo spedizione 8,70€

< PRECEDENTE | SUCCESSIVA >

COD: JF01316998. Categorie: Bracciali, Fossil, Gioielli.



Recensioni (0)

Richiedi informazioni

Informazioni aggiuntive

### Informazioni aggiuntive

Genere Donna

Stile Giovanile

Materiale Acciaio

### Dai un'occhiata anche qui!



PAGAMENTI SICURI  
Affidabili al 100%

SPEDIAMO GRATIS IN ITALIA  
Ordine minimo 97€

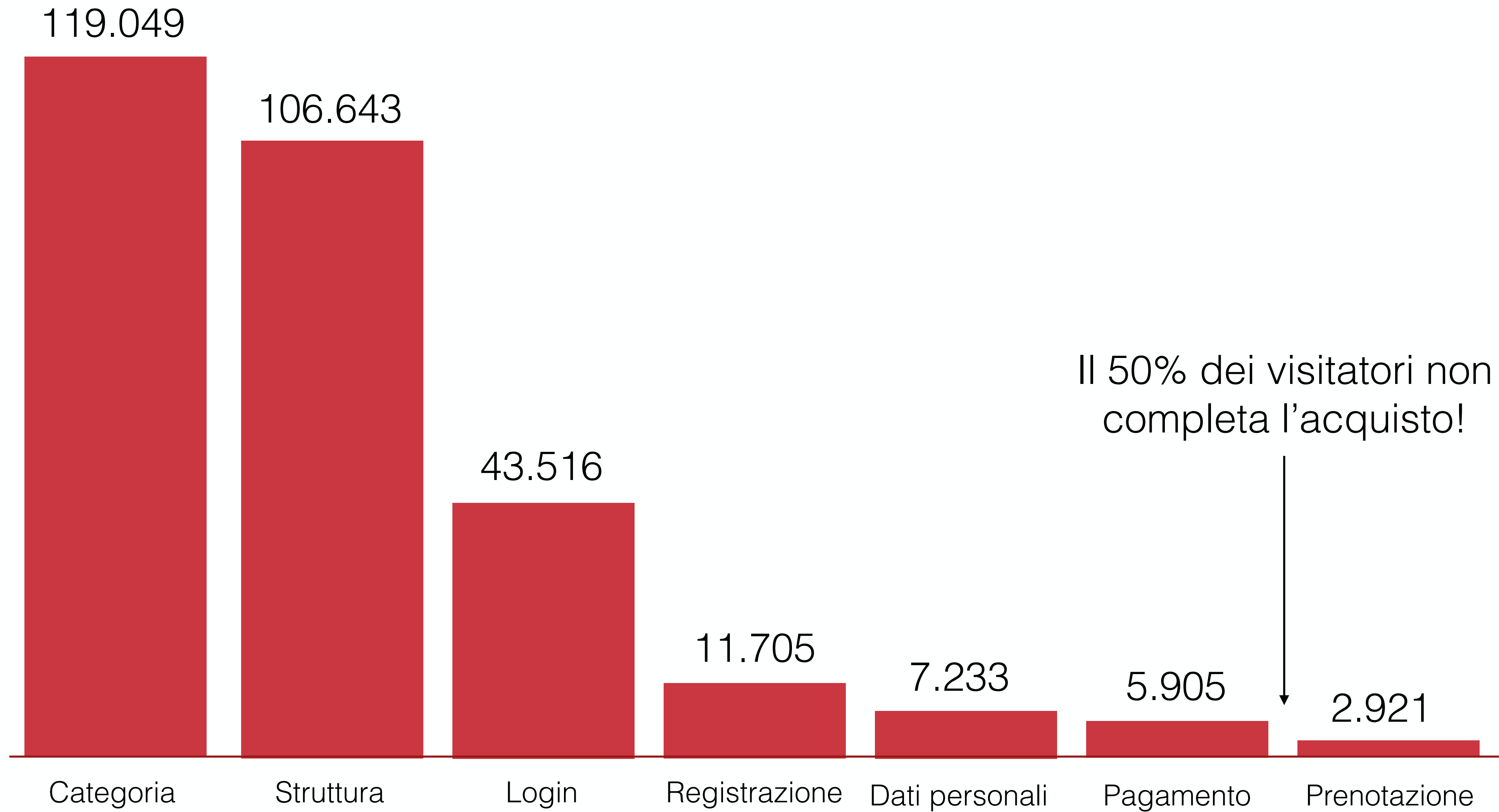
SODDISFATTI O RIMBORSATI  
Reso facile e gratis entro 30 giorni

CONFEZIONE REGALO  
Richiedila gratis alla cassa

★★★★★  
Jan 15, 2016 by Maddalena

“ Complimenti, ogni aspetto del servizio ...  
Continua a leggere

Video delle visite sul sito



# Funnel analytics



# C'è stato qualcosa che ti stava per bloccare durante la prenotazione?

1. Prenotare e pagare all'estero per compagnia online
2. Truffa
3. Informazioni turistiche sulla località
4. Informazioni e prezzi stanze
5. Barriera linguistica

Questionari ai clienti







Chat attiva, dicci pure

Ciao! Possiamo darti supporto? Se hai domande usa la chat, siamo online!

Scrivi la tua domanda e clicca invio!

POWERED BY OLARK

## Paolo

Email transcript to another person

chatted for 146 words with Vanessa | January 20, 2016 | 04:01 PM (GMT+01:00) Rome

	→ Referred from <a href="#">www.toscanogioielli.it/online/bracciale-uomo-fossil-semi-rigido...</a>	16:01:33
	→ Started chatting from <a href="#">www.toscanogioielli.it/contatti</a>	
	→ - referred from <a href="#">http://www.toscanogioielli.it/online/bracciale-uomo-fossil-semi-rigido-acciaio-jf84883040/</a>	
<b>Info Message</b>	- might be affiliated with WIND Telecomunicazioni S.p.A - visitor is replying to these automated messages: >> Possiamo essere utili? Puoi usare la chat se vuoi.	
<b>Paolo</b>	Buonasera, volevo fare una proposta di acquisto relativa a un bracciale che ho visto sul vostro sito. Siccome so che è fuori produzione vi offro 35 euro spedizione compresa. Il bracciale in oggetto è JF84883040	
<b>Paolo</b>	Perdonate il disturbo.	
<b>Vanessa</b>	buonasera, nessun disturbo.	16:02:49
<b>Vanessa</b>	verifico un momento e le do subito una risposta	16:03:06
<b>Paolo</b>	ok	16:05:29
<b>Vanessa</b>	il prezzo del modello è di 49.00 €, quindi il massimo che possiamo fare come sconto è di 44.00€. Anche se fuori produzione l'articolo ha ancora mercato. Inoltre le spese di spedizione sono gratuite per un importo superiore ai 97 € e non ci rientriamo in questo caso purtroppo	16:06:24
<b>Paolo</b>	Ho capito, la ringrazio comunque ma quello che mi ha proposto è più o meno il prezzo presente in tanti altri siti. E' stata comunque gentilissima. Le auguro buon lavoro e buona serata. Paolo	16:08:10
	→ Vanessa used a command: <b>!name Paolo</b>	
<b>Info Message</b>	→ remembering visitor name as Paolo	
<b>Vanessa</b>	Grazie a lei Paolo, spero di riaverla presto come nostro cliente. Buona serata	16:09:08
	→ Vanessa used a command: <b>!feedback</b>	16:11:06
	→ Visitor left the page or the chat session was ended. <a href="#">What does this mean?</a>	16:26:09

# Chat su sito web





# Test di usabilità



[...] **non riesco a trovare quello che cerco** – dove sono i vestiti per bambina? [...]

[...] *no, non acquisterei* – mi vengo **richiesti troppi dati** [...]

[...] *se cerco vestiti invernali perché mi* **mostra cerchietti e scarpe?!** [...]

Citazioni dei test usabilità

[...]clicco vai al carrello e **non succede nulla!**[...]

[...]se ordino oggi, **quando riceverò il prodotto?**

Non faccio un ordine da 500€ senza questa  
informazione![...]

Citazioni dei test usabilità

# Processo di ottimizzazione delle conversioni

Approccio sistematico che è possibile  
ripetere in tutti i siti



- Scopri cosa **migliorare** e perché è necessario
- **Risposte veloci** e miglioramenti continui
  - Aumentano le probabilità che **l'ipotesi** sarà **migliorativa**

“Migliore sarà la **ricerca**,  
più solida sarà **l’ipotesi**  
e **migliori** saranno i  
**risultati** dei test”



# Consigli sulla CRO

– a prescindere dal budget

Verifica che i **dati che  
acquisisci** siano **corretti**



**Dati – insights, soluzioni.**

Non il contrario

Non ha senso fare test A/B se  
non sai qual è il **problema da  
risolvere**

Un **A/B test può fallire** anche  
se ci si basa sui dati. *Ahia.*  
Continua con altri test



**Piccoli incrementi** di crescita,  
significano una **grande**  
**crescita** a fine anno

GRAZIE

# Guida di autovalutazione sulla CRO

[bit.ly/mocavicenzaoro](http://bit.ly/mocavicenzaoro)



# Marco Ziero

[marco.ziero@mocainteractive.com](mailto:marco.ziero@mocainteractive.com)  
@marcoziero

## MOCA Interactive

@mocainteractive

moca 

