



IMPARA A CONOSCERE I TUOI CLIENTI

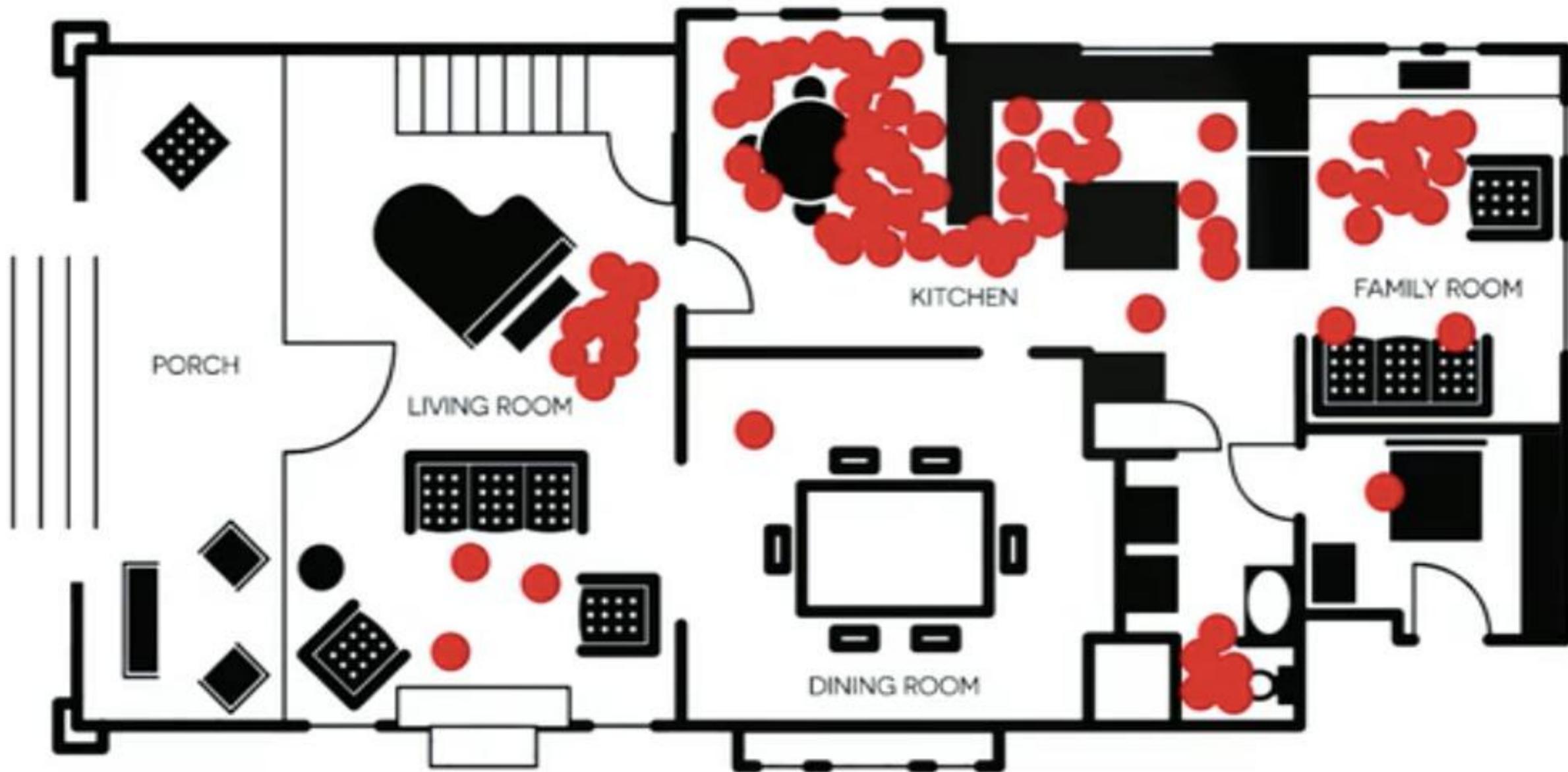
per migliorare la loro
esperienza e il tuo fatturato

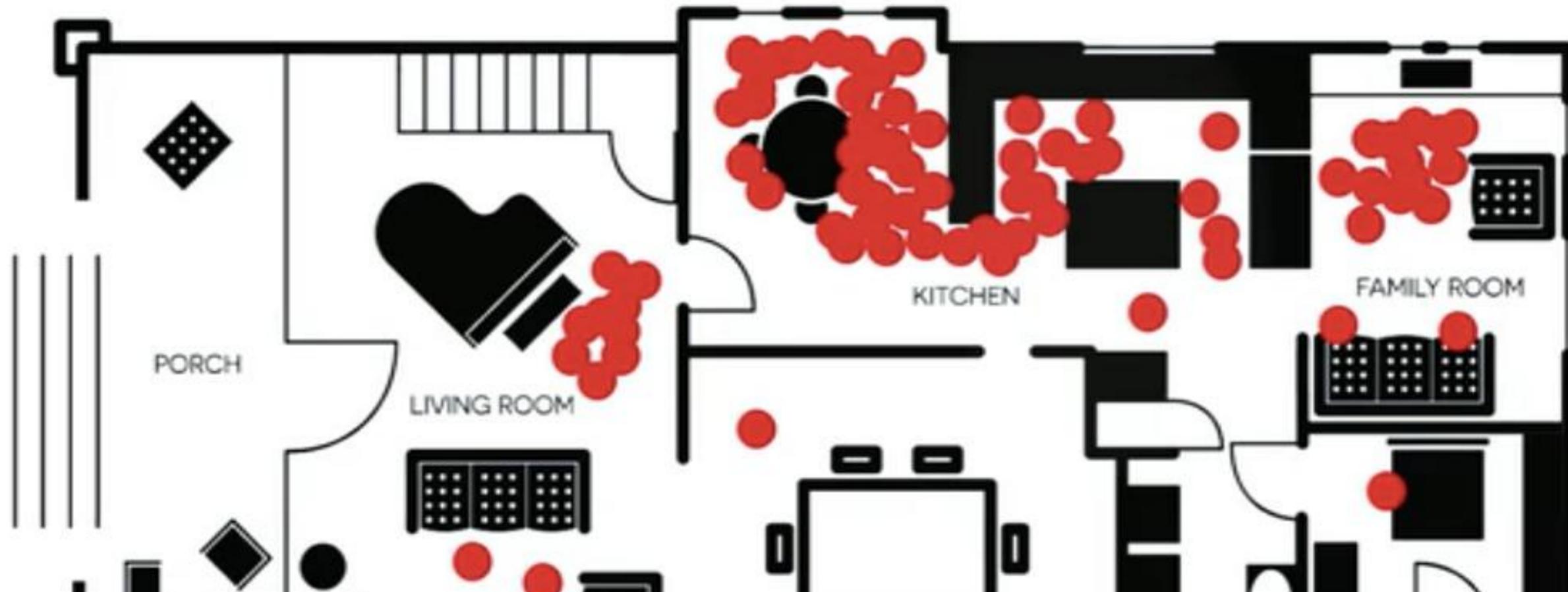


MINIMALISM

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 plain, light-colored wall.

Marco Ziero

Socio Titolare e
Resp. Marketing



@mocainteractive
@marcoziero

Imparare. Migliorare. Crescere

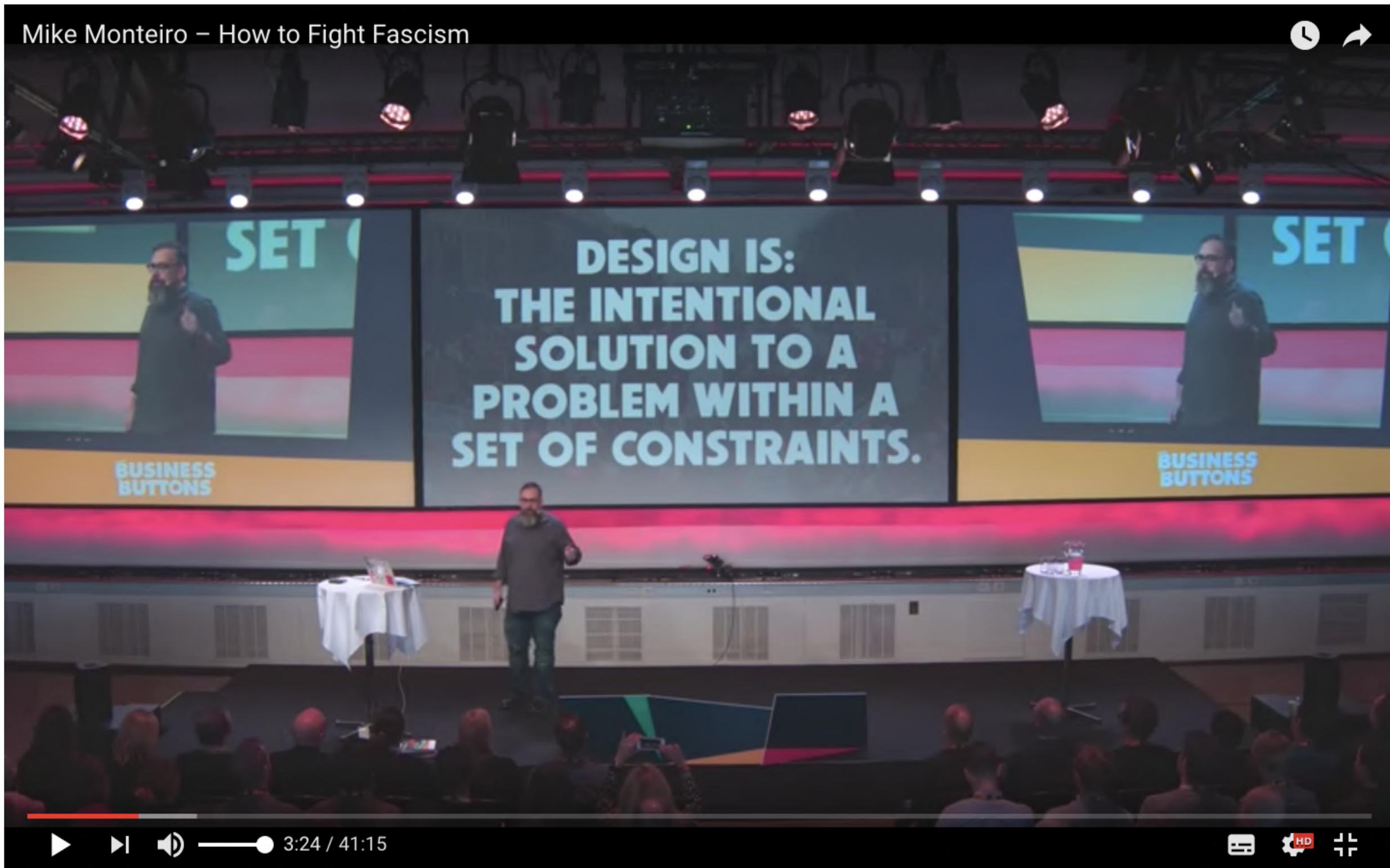
Ma poi...

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

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

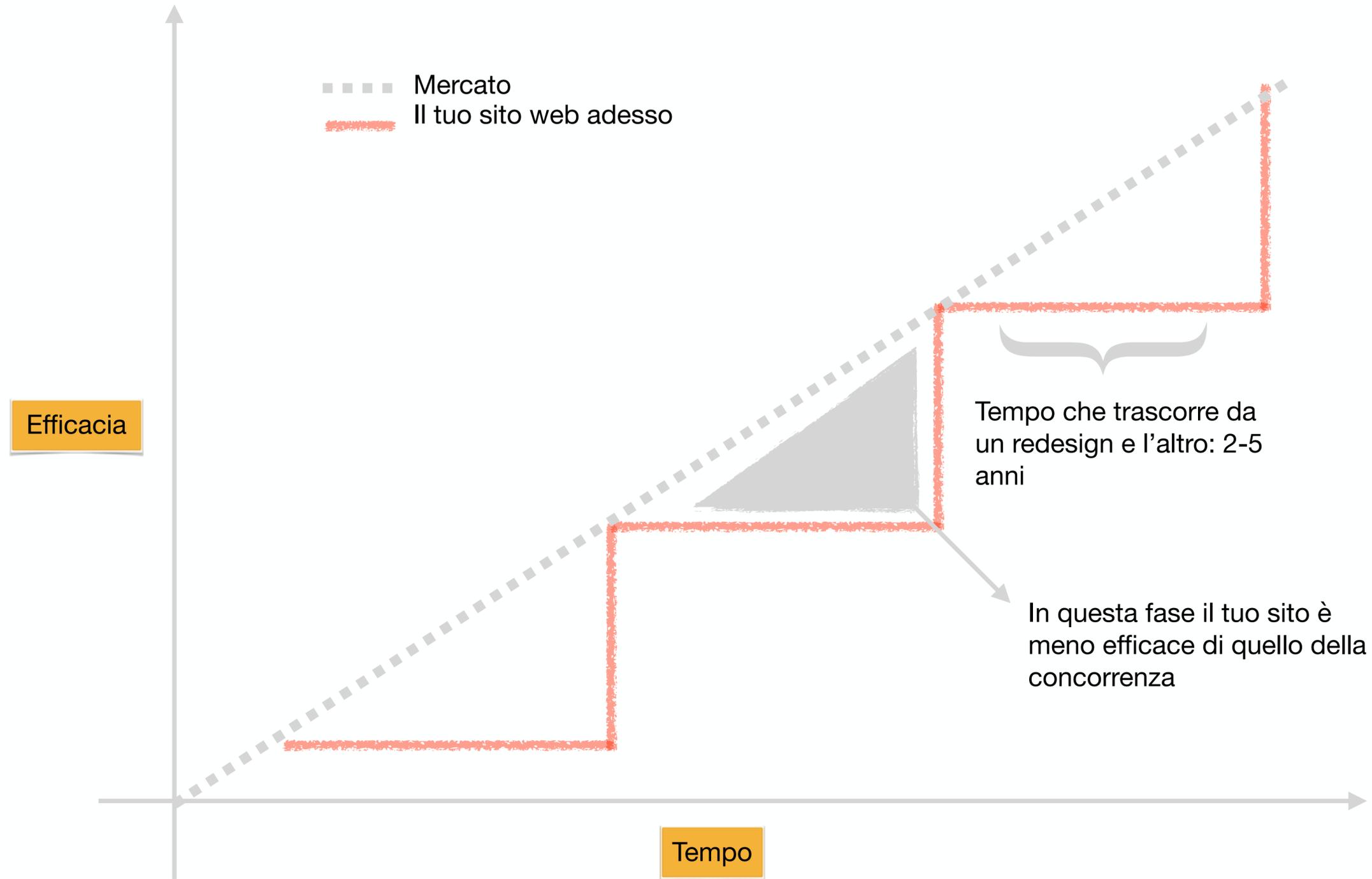
* Amazon, il concorrente migliore

Ci facciamo ispirare dal bello.
E invece...



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

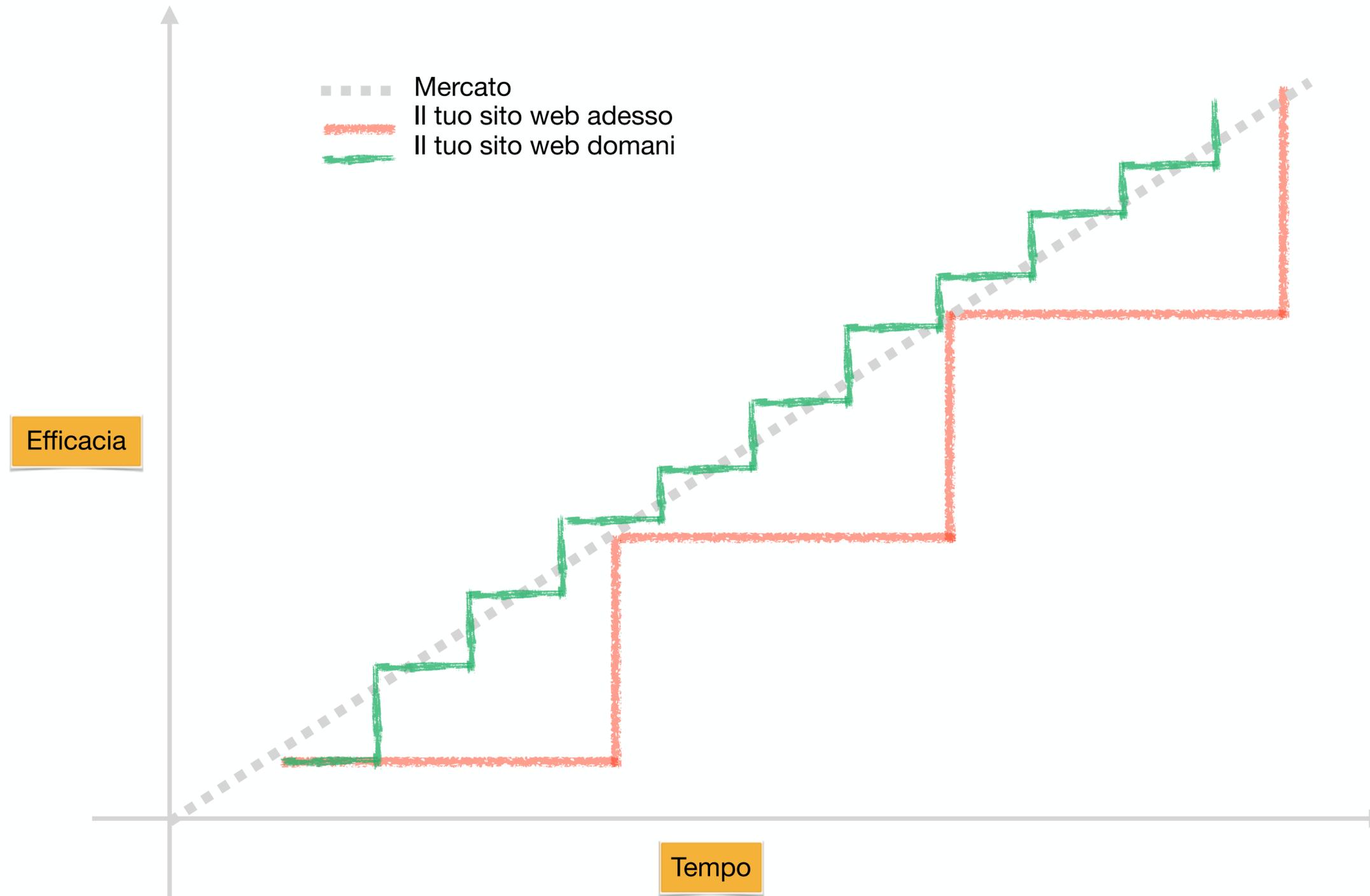
Revolutionary web design



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**

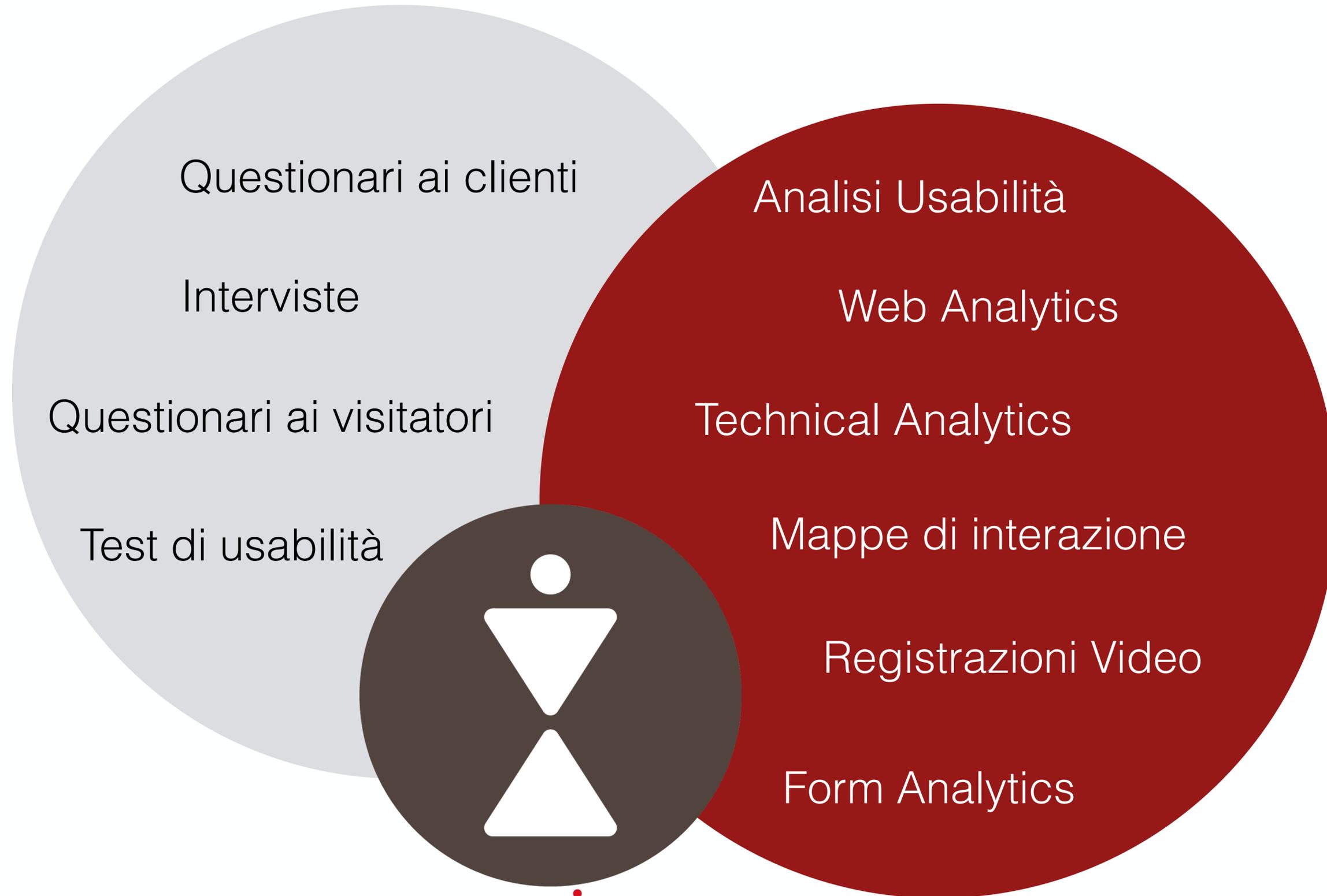
Conversion Research

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!



ways

A attention
interest
decision

Marketing



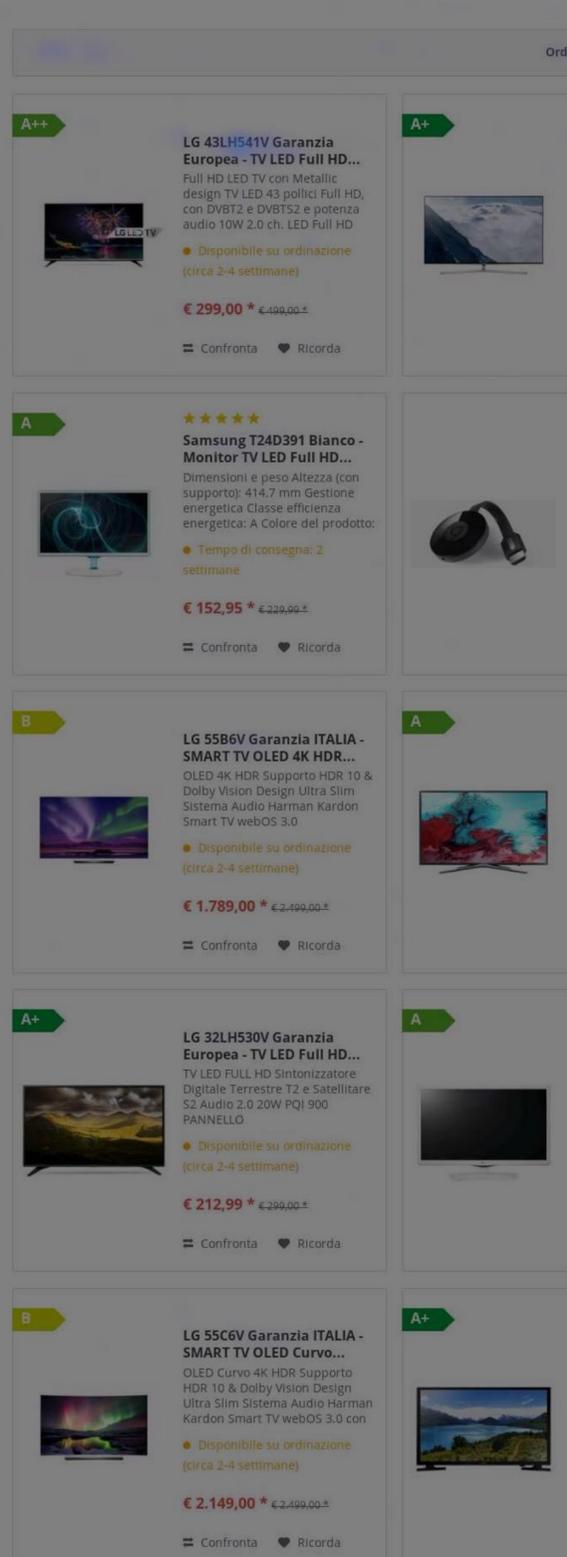
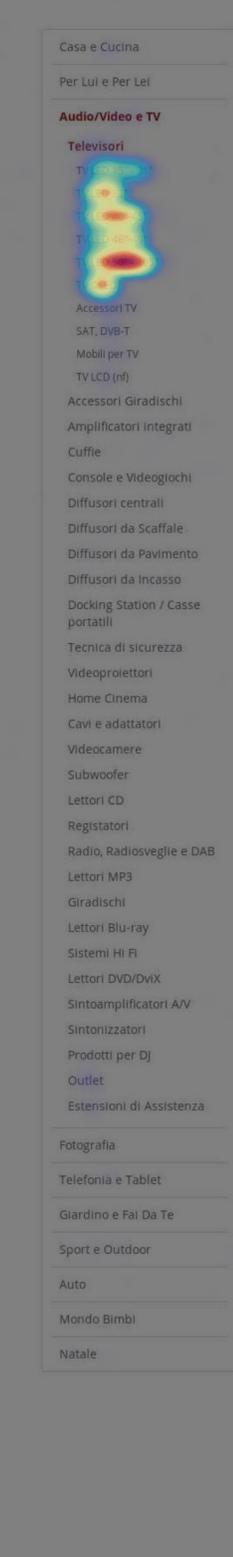
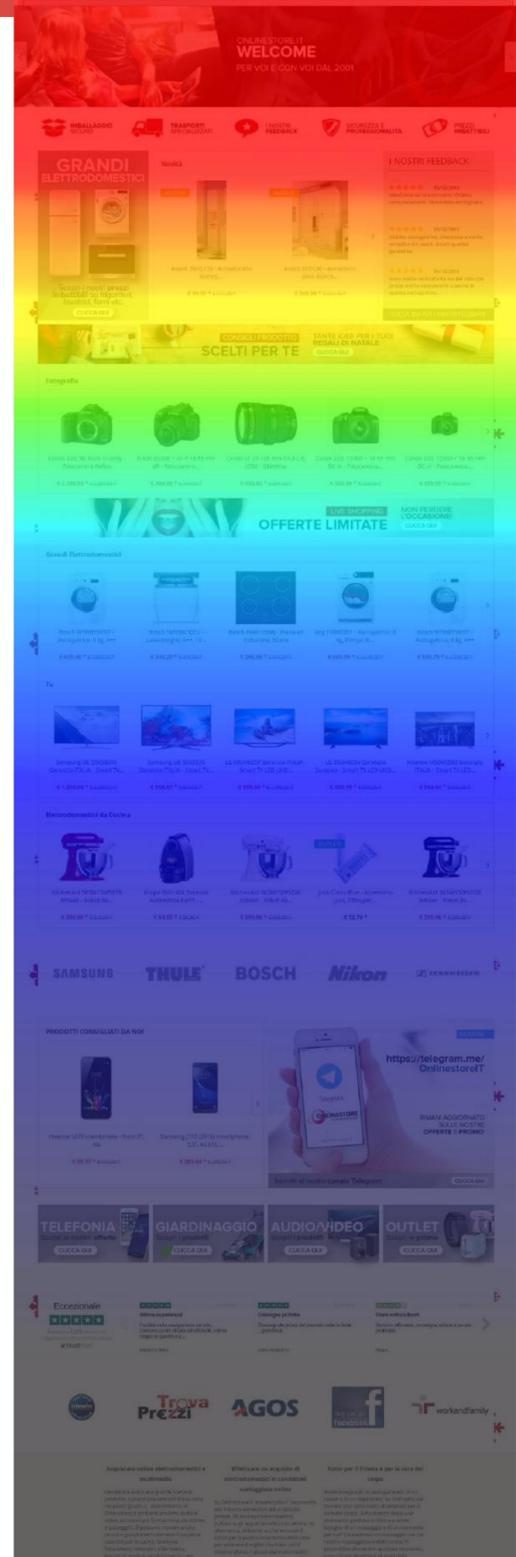
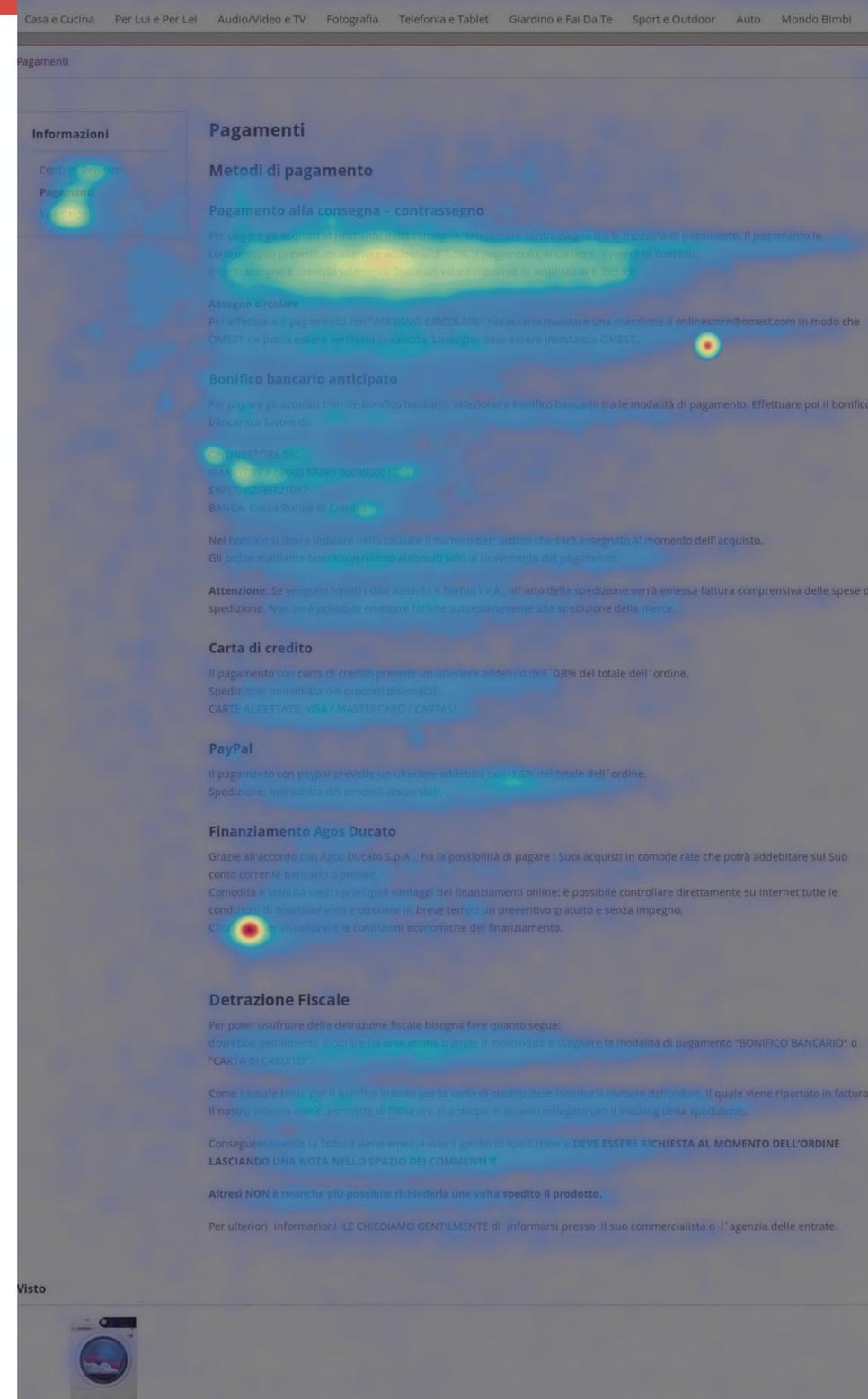
Vendite



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



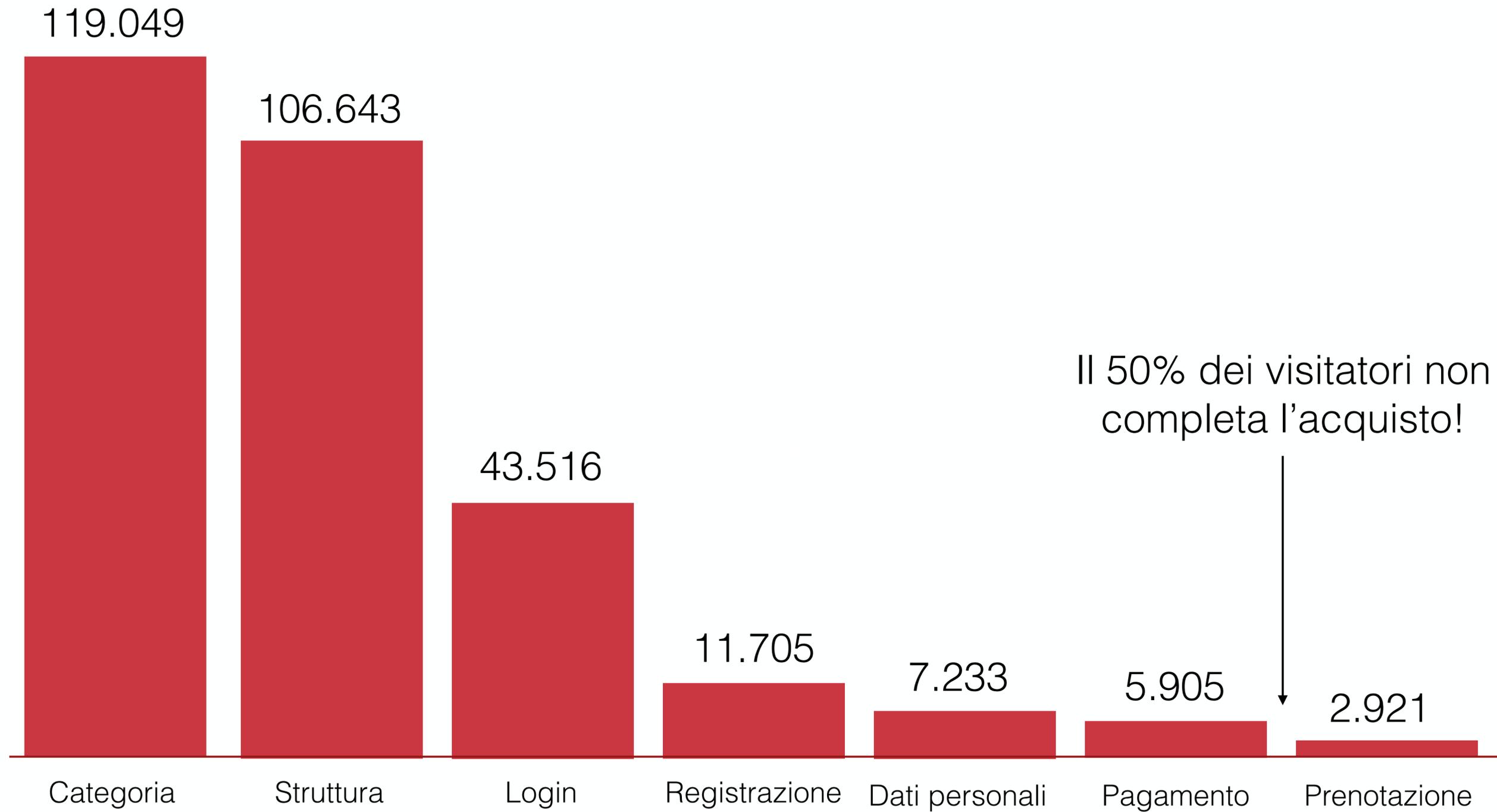
CONFEZIONE REGALO
Richiedila gratis alla cassa



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 www.toscanogioielli.it/online/bracciale-uomo-fossil-semi-rigido...	16:01:33
	→ Started chatting from www.toscanogioielli.it/contatti	
	→ - referred from http://www.toscanogioielli.it/online/bracciale-uomo-fossil-semi-rigido-acciaio-jf84883040/	
Info Message	- 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.	
Paolo	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	
Paolo	Perdonate il disturbo.	
Vanessa	buonasera, nessun disturbo.	16:02:49
Vanessa	verifico un momento e le do subito una risposta	16:03:06
Paolo	ok	16:05:29
Vanessa	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
Paolo	Ho capito, la ringrazio comunque ma quello che mi ha proposto è più o meno il prezzo presente i tanti altri siti. E' stata comunque gentilissima. Le auguro buon lavoro e buona serata. Paolo	16:08:10
	→ Vanessa used a command: !name Paolo	
Info Message	→ remembering visitor name as Paolo	
Vanessa	Grazie a lei Paolo, spero di riaverla presto come nostro cliente. Buona serata	16:09:08
	→ Vanessa used a command: !feedback	16:11:06
	→ Visitor left the page or the chat session was ended. What does this mean?	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

Marco Ziero

marco.ziero@mocainteractive.com
@marcoziero

MOCA Interactive

@mocainteractive

