

Vendere Online - Gianluca Diegoli - Il Sole 24 Ore - ISBN 9788863452549

Informazioni e acquisti: <http://j.mp/vendere-online>

Conclusioni: venti segreti per avere successo con l'e-commerce

1. Migliorate il tasso di conversione prima di cercare di attrarre più traffico: spostare il tasso di conversione dallo 0,5% al 2% significa quadruplicare le vendite;
2. modificate, testate, modificate, testate. Lo store non deve essere mai finito;
3. non lasciatevi influenzare dai gusti personali, né dai vostri né da quelli dei designer. Preferite ciò che funziona, non ciò che è bello. Misurate invece di esprimere giudizi;
4. fate in modo che lo store sia veramente semplice da utilizzare. Ma non da voi: verificate di persona, di fronte allo schermo, con amici, clienti ma soprattutto con persone che non conoscono lo store;
5. l'ottimizzazione del codice e dei contenuti per i motori di ricerca rappresenta, al lancio, il 90% del successo;
6. rispondete alle email entro un'ora, a costo di sacrificare altre attività;
7. usate la competenza e il network professionale come risorsa di marketing: scrivete, fotografate, filmate, raccontate, educate, intervistate e mettete tutto sul vostro store. Aprite un blog, raccontatevi. Serve anche a voi stessi come palestra di scrittura e interazione con gli utenti;
8. scegliete una piattaforma che sia indipendente da un unico fornitore. Non c'è nulla di più pericoloso di trovarsi ingessati in qualcosa che non vi permette di evolvere continuamente;
9. non fatevi bloccare dai falsi problemi: "le consegne in Italia non funzionano", "la logistica è difficile", "i pagamenti sono (considerati) insicuri". Con i partner giusti anche in Italia è possibile vendere efficacemente online;
10. creare e ampliare il database clienti è critico nella fase del lancio dello store, ma è un'attività da curare meticolosamente anche successivamente;

11. prima di spendere in pubblicità, è necessario capire cosa funziona davvero facendo test in scala minore: diverse creatività per banner, differenti testi per Adwords, varie landing page. Ricordate, non dovete selezionare i banner più belli, ma quelli che funzionano;
12. monitorate costantemente le spedizioni: è il momento della verità per perdere o conquistare un cliente. Fatevi raccontare dai clienti i passi da migliorare;
13. lasciate perdere gli effetti speciali, puntate alla chiarezza dei testi, alla professionalità delle foto, al servizio clienti. Non impiegate animazioni in Flash;
14. chiedete e chiedetevi perché avviene il reso. La risposta servirà per migliorare la descrizione del prodotto, le immagini, le recensioni o il servizio clienti;
15. verificate in prima persona ciò che succede davvero al supporto clienti. Leggere le email e le chat, ascoltare le conversazioni al telefono può fornire un'infinita serie di spunti per migliorare lo store;
16. cercate di mettervi nei panni dei clienti: i social network sono ottimi per avere un dialogo informale e spesso illuminante; le parole chiave con cui arrivano sullo store valgono come giudizio finale sul nostro posizionamento;
17. cercate di capire sufficientemente le tematiche tecnologiche e specialistiche da poterne parlare ai fornitori ma non fate tutto da soli: concentratevi piuttosto sul vostro cliente. Verificate la loro esperienza su Google e chiedendo ai loro clienti, non da ciò che vi dicono;
18. nel 90% dei casi non vi servirà un costoso redesign, magari basato su di una autopercepita e presunta necessità di "rinnovare": anziché gettare tutto, migliorate un pezzetto per volta basandovi sul feedback degli utenti;
19. i miracoli istantanei non esistono: né dai guru, né dai social media, né dai motori di ricerca. Solo tre ingredienti sono realmente efficaci: il miglioramento continuo basato su misurazione e test, la cura di ogni singolo processo e la continuità dell'impegno nel tempo.
20. non fatevi pilotare dalla tecnologia, ma adattatela alle vostre esigenze: le corsie dei supermercati non sono disegnate dalle imprese di costruzioni!

Sitografia

www.practicalecommerce.com

www.getelastic.com

blogs.forrester.com

www.aicel.info

www.ecommerceforum.it

www.conorzionetcomm.it

www.springwise.com

www.trendwatching.com

www.econsultancy.com

www.marketingvox.com

www.socialcommercetoday.com

www.marketingcharts.com

www.fastcompany.com

www.ecommercetoday.com

www.shop.org

www.internetretailer.com

www.emarketer.com

www.ecommerce-guide.com