SMALLPAY™

NEWS bites

COME AUMENTARE IL TASSO DI CONVERSIONE DEL TUO E-COMMERCE

Attrarre nuovi clienti sul tuo sito e-commerce richiede **grande impegno**.

Tramite alcuni strumenti e soluzioni è possibile aumentare il tasso di conversione del tuo e-commerce e quindi **convertire un numero sempre maggiore di visitatori in clienti**.

Partendo da un'analisi dei dati raccolti sul comportamento di navigazione dei clienti, è possibile creare un percorso di acquisto sempre più **personalizzato e coinvolgente** con l'obiettivo di **aumentare le vendite online** e **migliorare la customer experience**.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Cos'è il tasso di conversione?

Il tasso di conversione all'acquisto di un e-commerce è il **rapporto tra numero totale di vendite e numero di visitatori**.

Può essere **influenzato da moltissimi fattori**, ad esempio dalla **nicchia di mercato**, dal **prodotto** e dalla sua **ricorrenza di acquisto** (prodotti deperibili o di uso quotidiano hanno ovviamente una frequenza di acquisto diversa da prodotti tecnologici o altro) e da molte altre variabili: **tipo di device** utilizzato (smartphone, tablet o desktop), ma anche alla **fonte del traffico** e alla relativa **geolocalizzazione** o dal periodo dell'anno.

Tasso di conversione = Numero totale di vendite / Numero di visitatori

È molto importante capire il tasso medio di conversione e-commerce del tuo settore poiché puoi usare questo standard come punto di partenza e puntare a migliorare le performance del tuo e-commerce, qualora il dato registrato dovesse essere inferiore alle media del settore di appartenenza.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Come aumentare il tasso di conversione?

Esistono diversi strumenti che possono aiutare il tuo e-commerce ad aumentare il tasso di conversione. Qui di seguito ne vedremo alcuni, che per semplicità possiamo classificare in due macro categorie: convenzionali e innovativi.

Gli strumenti convenzionali

SEO Copywriting

È fondamentale **usare un buon copy** nei testi dell'e-commerce per influenzare l'acquisto, con la **massima trasparenza**, esponendo all'utente i vantaggi di quel determinato oggetto e come migliorerà la propria vita grazie al suo utilizzo.

Spesso il pubblico decide di non acquistare per mancanza di informazioni, per questo è essenziale, per ogni prodotto inserito, **mostrare fotografie e soprattutto una descrizione adeguata**.

Più info diamo rispetto ai nostri prodotti, più **miglioriamo l'esperienza d'acquisto** dell'utente.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Call to action

Altro punto da non sottovalutare è l'inserimento di **call to action (CTA) per richiamare l'attenzione dell'utente** e guidarlo verso la conversione.

Questi elementi devono essere **inseriti in modo ben visibile**, magari lavorando su colori, dimensioni e spazi, in quanto se non correttamente utilizzati l'utente potrebbe faticare a capire come procedere nella navigazione e persino decidere di andarsene.

Analisi delle interazioni

Da alcuni anni sono nati alcuni tools molto particolari che consentono di registrare le sessioni degli utenti per vedere esattamente i movimenti del mouse e il comportamento nella pagina.

Grazie a questi strumenti è anche possibile **generare la heatmap o mappa di calore** e capire quali sono le zone della pagina che hanno maggiore movimento di mouse oppure un numero maggiore di clicks e linkare le zone più calde a pagine strategiche come il carrello.

Velocità di caricamento del sito

Se una pagina di un negozio si carica in 6 secondi, evidentemente non offrirà una navigazione rapida e fluida all'acquirente che potrebbe decidere di andarsene verso un sito concorrente.

Insights con Google Analytics

Grazie a queste statistiche, puoi scoprire quali sono i **reali punti di forza del sito** e cercare di massimizzarli ancora di più: un referral che procura varie vendite e su cui decidere di acquistare spazi pubblicitari aggiuntivi per aumentarne i visitatori, un device di accesso prevalente per cui ottimizzare la grafica al fine di migliorarne la navigazione.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Strumenti innovativi

Timer per il conto alla rovescia

Il timer per il conto alla rovescia permette di indicare il tempo rimanente al termine di una promozione oppure alla data di consegna di un prodotto. Con questa funzione contribuirai ad **aumentare il senso di urgenza durante il processo di acquisto** e convincerai i tuoi potenziali clienti ad acquistare prima che sia troppo tardi.

Le pagine migliori in cui sfruttare questo strumento sono quelle strettamente legate alla valutazione di un acquisto, come le pagine prodotto o di checkout.

Codici sconto

Utilizzare i codici sconto su pagine specifiche del tuo sito oppure inviarli via email contribuisce a dare **rilievo alle tue offerte**, incoraggiando così gli utenti a effettuare acquisti.

Circa il 20% degli utenti abbandona il carrello a causa del prezzo dei prodotti selezionati. Basandoti sul comportamento di acquisto dei tuoi clienti, convincili a riconsiderare l'acquisto abbandonato offrendo loro codici sconto imperdibili.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Barra di avanzamento

Le barre di avanzamento sono uno strumento efficace per **ottimizzare il tasso di conversione** in quanto danno una rappresentazione visiva ai consumatori degli step mancanti al completamento di una determinata azione, ad esempio di un acquisto, oppure al raggiungimento di un obiettivo specifico, come la consegna gratuita.

Le barre di avanzamento rappresentano quindi un **incentivo visivo e immediato per il cliente**.

Live trend di prodotto

Mostrare in tempo reale quante persone stanno visualizzando e acquistando i tuoi prodotti, contribuisce a **creare un senso di urgenza** e a **ottimizzare il tasso di conversione**.

I dati riguardanti i live trend di prodotto vengono usati generalmente per mostrare la popolarità e la disponibilità di un prodotto e rappresentano una **tattica di scarcity marketing** che sfrutta appunto il senso di scarsità e urgenza creato attorno a un prodotto, dipingendolo come raro ed esclusivo e aumentando, di conseguenza, il suo valore agli occhi del consumatore.

Si tratta di una strategia che fa leva sul **fenomeno "FOMO"** (acronimo di "Fear Of Missing Out"), ovvero sul bisogno delle persone di essere sempre al corrente di tutto.

CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ

Soluzioni di pagamento

Quella del pagamento è la fase in cui bisogna essere irreprensibili (si può perdere fino al 35% dei consumatori in questa fase). Il 25% dei consumatori online abbandona il carrello di un e-commerce a causa della **mancanza del loro metodo di pagamento preferito**.

I tuoi potenziali clienti cercano una **varietà di metodi di pagamento** che solo la piattaforma SmallPay è in grado di offrire.

SmallPay è la **prima ed unica piattaforma web-based**, tutta italiana, che ti permette di **agganciare al tuo e-commerce qualsiasi sistema di pagamento.**

Grazie a tecnologie di ultima generazione non sarai più costretto a scegliere il miglior sistema di pagamento per il tuo E-commerce, ma potrai dotarlo di tutti quelli preferiti dai tuoi clienti.

Grazie a SmallPay potrai integrare rapidamente e facilmente il tuo negozio online con i **principali gateway di pagamento** e accettare tutti i metodi di pagamento da un'unica piattaforma.

Richiedi maggiori informazioni per integrare **SmallPay** nel tuo e-commerce attraverso questo **form di contatto:** verrai ricontattato quanto prima dal nostro team commerciale

Contattaci e scopri quanto è semplice con SmallPay!!

Chiamaci per avere maggiori dettagli
Tel. 049.8932833