

LE BEST PRACTICE E I NUMERI DEL CONVERSION RATE OPTIMIZATION

CASALEGGIO ASSOCIATI
STRATEGIE DI RETE
www.casaleggio.it

SITI E-COMMERCE CON CARICAMENTO DELLA HOME PAGE SOTTO I 3 SECONDI

KLM Royal Dutch Airlines
Trenitalia / Apple Store
Groupalia / Tre / Nike
Lastminute.com / Moleksine
Il tempo medio di caricamento delle home page dei top 100 siti e-commerce è di 12,7 secondi
Fonte: Casaleggio Associati

QUANTO TEMPO CI VUOLE PER CONOSCERE CHI ABBIAMO DI FRONTE?

3-7 secondi DAL VIVO | 0,2 secondi DAL SITO
Fonte: news.mst.edu

28%
clienti che lasciano il carrello per i costi di spedizione imprevisti
VVO, ecommerce survey 2014

62%
clienti che cercano una specifica sezione delle offerte
e-tailing.com

93%
clienti che compiono un'azione se gli toglie le spese di spedizione
UPS.com

66%
clienti che guardano la policy di reso prima dell'acquisto
prnewswire.com

48%
clienti che affermano che il bollino è un fattore importante nella scelta
evergage.com

OFFERTE CON COUNTDOWN
hotels.com

VIDEO DI PRESENTAZIONE DEI PRODOTTI
Decathlon

CONSEGNA IN 1 ORA
Amazon Prime Now

RESO GRATUITO PER 100 GIORNI
Zalando

N° PRODOTTI VENDUTI VISIBILE
Groupalia

ACQUISTO SENZA ATTRITO

- Avere il minicarrello sempre visibile
- Offrire un search intelligente
- Ottimizzare per mobile e tablet
- Minimizzare i campi da compilare
- Avere un copy d'eccellenza

PERSUASIONE D'ACQUISTO

- Creare pagine che caricano velocemente
- Far vedere il più possibile i prodotti
- Offrire spedizioni gratuite
- Promuovere il reso facile
- "Hai scelto il prodotto migliore perchè..."
- Offrire uno sconto per il primo acquisto o iscrizione
- Evidenziare il Social Proof e le recensioni dei clienti
- Rendere visibili bollini di fiducia (es. loghi di carte di credito, ass. consumatori)

RELAZIONE MASSIMIZZATA

- Dare supporto immediato durante l'acquisto
- Fidelizzare i clienti con il contatto post acquisto
- Inviare email a chi abbandona il carrello
- Rendere sempre visibili i tempi di consegna
- Mostrare sempre i contatti

SENSO D'URGENZA

- Visualizzare il numero di persone che guardano il prodotto
- Mostrare il cut-off-time per la spedizione
- Offrire sconti limitati nel tempo

Togliendo il campo "company" e lasciando la possibilità di inserire il dato in "indirizzo", Expedia ha visto un profitto di +125 mln
Fonte: conversionwoodoo.com

Brickhouse security ha inserito immagini nel menu dropdown del search ottenendo +100% in conversion
Fonte: internetretailer.com

I già clienti spendono 3 volte di più e hanno il 60-70% di probabilità in più di convertire in acquisto
Fonte: adweek.com

Il sito UK di orologi Express Watches, inserendo le recensioni di Trustpilot nella pagina del prodotto ha visto +58% nel conversion rate
Fonte: visualwebsiteoptimizer.com

Inserendo video in siti di gioielli la conversion rate aumentò del 247%
Fonte: Analisis di Treepedia

Form con 4 campi da compilare rispetto a quelli con 11 hanno un tasso di completamento del +160%
Fonte: moz.com

MULTIVARIATE TESTING
Maxymiser / Convertexperiments
Monetate / Optimizely / Siteinspact

PRODUCT SEARCH OPTIMIZATION
Celebros.com / Lucene.apache.org/solr

EYE TRACKING
Gazehawk / Crazyegg

TOOL PER LA VELOCITÀ
developers.google.com/speed/pagespeed
Pingdom / GTmetrix

USABILITY TESTING
usertesting.com / whatusersdo.com
crossbrowsertesting.com / ethnio.com

Leggi altri esempi e approfondimenti sul tema e richiedi un'analisi professionale per migliorare il conversion rate del tuo sito di e-commerce su:
www.casaleggio.it/ConversionRateOptimization