



Linee guida per
il tuo **ecommerce**
di **successo.**

evi**sole**

Checklist Ecommerce

per un ecommerce di successo

Design

- Il brand è rappresentato adeguatamente in tutte le aree?
- Le call-to-action sono chiare ed efficaci?
- Le immagini sono di alta qualità?
- Il carrello ed il checkout sono di facile accesso?
- C'è la favicon?
- I prodotti sono mostrati bene?
- C'è una versione retina del logo?



Funzionalità

- I link sono tutti funzionanti?
- I form funzionano?
- I dati di contatto sono corretti e facilmente visibili?
- C'è una pagina 404?
- Il sito si carica velocemente?
- I clienti possono accedere ai propri ordini?
- Sono stati rimossi tutti i dati superflui?



Ecommerce

- Le tasse sono configurate correttamente?
- Il checkout funziona correttamente?
- Nel caso di errore nel pagamento con carta di credito esce il messaggio corretto?
- L'inventario è configurato correttamente?
- I codici coupon funzionano correttamente?
- Le varianti/variazioni di prodotto funzionano correttamente?
- Le spedizioni sono configurate correttamente?
- Le valute effettuano la giusta conversione?
- È facile trovare le informazioni di cui si ha bisogno?
- Sono corretti i prodotti cross-sell ed up-sell?
- È predisposto un modo per fare il follow-up dei clienti?
- La dashboard dei clienti è di facile utilizzo?
- Le descrizioni dei prodotti sono accurate?
- I prodotti digitali sono effettivamente messi a disposizione dei clienti?
- La funzionalità di ricerca è accurata?
- Come vengono visualizzati i prodotti sui social media?



SEO

- Le meta description dei prodotti sono inserite correttamente?
- Le immagini dei prodotti hanno l'alt text?
- Per i prodotti vengono usati titoli appropriati
- Come è la struttura delle URL?
- Le URL vecchie sono efficacemente re-direzionate?
- La sitemap xml è stata inviata a Google?



Legale

- Sono stati inseriti gli appropriati termini e le condizioni di vendita?
- C'è una privacy policy?
- C'è una cookies policy con il registro dei consensi?
- C'è una corretta politica dei resi?



Sicurezza

- Sul server è stato configurato un firewall?
- C'è il certificato SSL?
- Si usano password lunghe e forti?
- I backup sono configurati e testati periodicamente?
- C'è un filtro spam sulle email?
- È tutto costantemente aggiornato?



Sei riuscito a spuntare tutte le voci?

COMPLIMENTI!



Hai tutte le basi per un
ecommerce di successo.

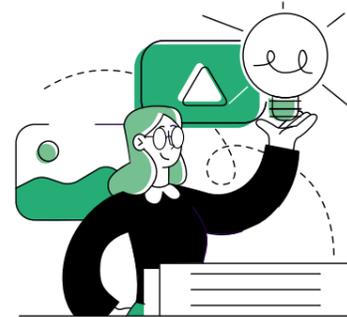


Suggerimenti

per un ecommerce di successo

Elementi indispensabili

- Cura nelle immagini
- Numero immagini (min. 6)
- Cura nelle descrizioni
- Filtri e ricerca
- Spedizione gratuita
- Promozioni periodiche
- Pagina con promozioni
- Recensioni
- Reso facile
- Consegna veloce
- Carte fedeltà
- Pagamento a rate
- Pagamento in contrassegno
- Acquisto come ospite
- Telefono e chat



Da inserire in Homepage

- Proposta di valore
- Prodotti novità
- Spedizione gratuita con avviso su carrello
- Spedizione tracciata
- Consegna veloce
- Promozioni
- Prodotti Cross Sell
- Recensioni
- Reso facile
- Pagamento sicuro
- Pagamento a rate
- Pagamento in contrassegno
- Acquisto come ospite
- Chat
- Prodotti originali e garantiti

Da inserire in prodotto

- Tipo di promozione
- Percentuale di sconto
- Durata promozione
- Prezzo originale barrato
- Prezzo scontato evidenziato
- Prodotti Up Sell



Esperienza utente

- 1. Entrata sul sito**
Accettazione dei cookies
- 2. Consapevolezza di essere nel posto giusto**
Proposta di valore semplice e diretta
- 3. Individuazione della famiglia di prodotti**
Ricerca veloce e mirata
- 4. Scelta del prodotto**
Caricamento veloce dei prodotti
- 5. Consapevolezza della scelta**
Visualizzazione delle immagini complete: singolo prodotto, in uso, ambientato
- 6. Consapevolezza della scelta**
Descrizione semplice, ma completa
- 7. In caso di problemi**
Politica di spedizione e reso ben evidenziata
- 8. In caso di problemi**
Recensioni di altri clienti per dare sicurezza
- 9. Decisione d'acquisto**
Check-out veloce



Gestionale per fatturazione
ERP - Enterprise Resource Planning
Pagamenti / gestione tasse

Amministrazione

CRM - Customer Relationship Management
Canali di advertising
Canali di affiliazione
Business Intelligence - Analytics

Marketing

Integrazioni Ecommerce

Prodotto

Marketplace
Comparatori di prezzo
Channel manager
PIM - Product information management
OMS - Order Management Systems

Logistica

Gestore di spedizioni
Tracking system

Tipi di Promozione

per un ecommerce di successo

Sconto generico

Su tutto il catalogo

Su una categoria di prodotti

Applicare degli sconti su una specifica categoria di prodotti

Sul brand

Offerta dedicata esclusivamente ad un determinato brand (es. sconto sui prodotti Dyson)

Su categoria di utenti/persone

Offerta dedicata esclusivamente ad una determinata categoria di utenti/persone (es. grossisti, studenti, docenti, etc)

Stagionale

Applicare sconti di fine stagione

Sconto sui nuovi prodotti

Applicare uno sconto fisso o in percentuale sui nuovi prodotti



Sconto primo ordine

Dopo la registrazione (è anche possibile senza, ma non consigliato) viene applicato in modo automatico uno sconto fisso o in percentuale

Porta un amico

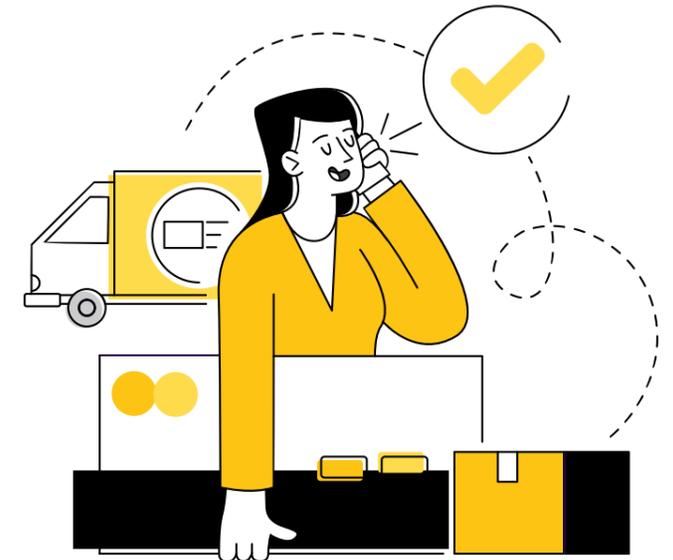
Referral

Dillo al tuo amico e riceve uno sconto!

Il cliente riceve uno sconto quando il suo codice personale (ricevuto dopo il primo acquisto) è usato da un altro cliente

Affiliazione

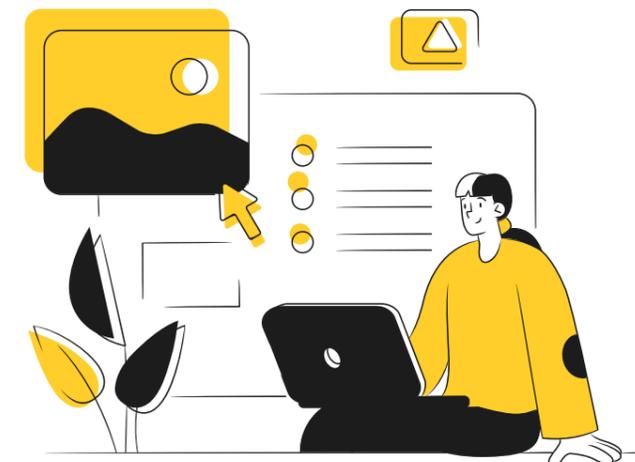
Il cliente riceve un link che può inviare al suo amico. Se l'amico acquista un prodotto, il cliente riceve un importo fisso o in percentuale in buoni acquisto



Spedizione gratuita

Le spese di spedizione diventano gratuite con un acquisto superiore ad un certo importo

Viene aggiunto un avviso automatico che avverte l'acquirente dell'importo da aggiungere al carrello per ottenere la spedizione gratuita



Più compri più risparmi

Sconto su carrello minimo

Se l'acquisto supera una certa soglia nel carrello, viene applicato uno sconto fisso o in percentuale

Sconto su un numero minimo di prodotti

Se l'acquisto supera un numero minimo di prodotti viene applicato uno sconto fisso o in percentuale

Sconto sul prodotto più o meno caro

Viene applicato uno sconto sul prodotto più o meno caro in carrello se si acquista un minimo di prodotti o se si raggiunge un importo minimo di spesa

Cofanetti regalo

Prodotti in bundle - pacchetto con più prodotti

Offerta di prodotti in pacchetto in cui si ottiene uno sconto al comprare prodotti collegati

Prodotti raggruppati

Il cliente sceglie un numero di prodotti da raggruppare (anche selezionati in determinate categorie) e ottiene uno sconto rispetto che comprarli singolarmente

Compra uno, ricevi uno in omaggio (bogo)

Promozioni di 2x1, 3x2, etc

Se acquisto un prodotto della categoria A ottengo uno sconto nella categoria B

Prodotto in regalo

Si permette al cliente di scegliere un prodotto gratuito. Esempio: compri 3 magliette e scegli due calzini in omaggio

Buono sconto dopo un determinato numero di ordini

Gestione automatica di un buono sconto dopo che un cliente ha fatto un determinato numero di ordini

Creazione di uno sconto dopo il secondo ordine effettuato

Tipi di Promozione

per un ecommerce di successo

Pop-up tipologie

Avviso di urgenza dell'acquisto - fomo plugins

Pop-up con notifiche dell'attività di altri utenti
esempio: "10 persone hanno visitato questo prodotto nelle ultime 24 ore" o "1 persona ha acquistato questo prodotto..." o "2 persone stanno osservando questo articolo"

Pop-up di entrata sul sito

Appaiono appena un utente atterra sulla homepage. Usati per offrire un coupon da scaricare subito e generalmente seguito da una call to action che invita utente a iscriversi al sito o alla newsletter

Pop-up di scroll

Si attivano dopo lo scroll in pagina da parte dell'utente. Può apparire nel momento in cui il puntatore passa su una determinata icona, voce o titolo di un articolo. Da usare con moderazione perché si attivano non per un esplicito interesse dell'utente

Pop-up a tempo

Messaggi che appaiono dopo che l'utente è rimasto sulla stessa pagina per un determinato lasso di tempo impostato automaticamente

Click pop-up

Si attivano quando l'utente manifesta un interesse e compie una azione specifica come: click su un link, su un prodotto o su una call to action

Pop-up di uscita

Utilizzati per intercettare l'utente e convertirlo prima che cambi scheda o pagina



Social

Sconto quando si tagga brand nelle storie

Si ottiene uno sconto in percentuale se si fa una storia o un post taggando il brand. Ottengo in modo immediato un codice sconto che posso utilizzare a tempo limitato (entro 2/3 giorni)

"Giochi del mistero"

Il consumatore è curioso per natura, quindi, se invece di presentare loro uno sconto, li inviti a fare qualcosa per scoprire di cosa si tratta... molti non potranno fare a meno di cliccare. Giocare con le possibilità: spedizione gratuita, diversi coupon di sconto, un 2x1...

Concorsi a premi

Si invita a: 1. mettere like 2. commentare 3. condividere per aumentare la visibilità. Poi si esegue un'estrazione tra i partecipanti selezionando un vincitore in modo casuale



Fedeltà

Punti fedeltà

Il cliente riceve dei punti per ogni acquisto effettuato. Poi ottiene dei bonus o degli sconti per acquistare altri prodotti

Sconto prossimo acquisto

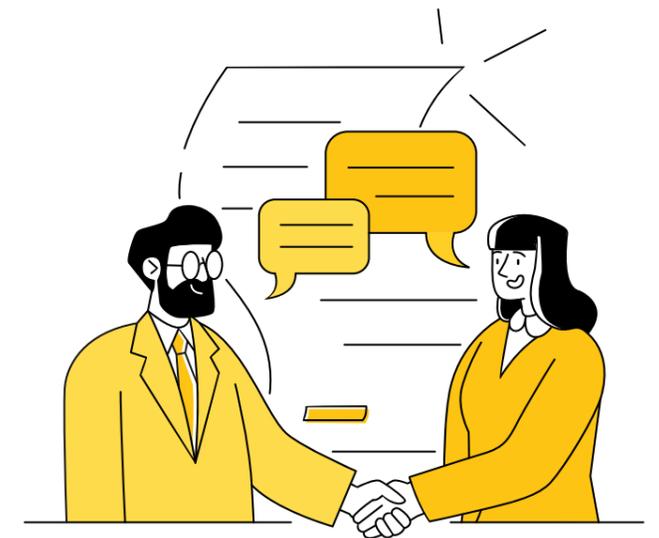
Il cliente riceve un coupon per il prossimo acquisto

Gift card

Offre al cliente la possibilità di acquistare una carta regalo per loro o un amico/a

Offerte speciali per acquisto frequente

Dare la possibilità ai clienti che acquistano più frequentemente di avere periodicamente delle offerte speciali esclusive



Altri sconti

Sconti per download app

Scaricando un'app si riceve un buono sconto fisso o in percentuale

Preorder

Possibilità di preordinare i prodotti non ancora disponibili, pagando un prezzo inferiore rispetto al prezzo pieno

Abbandono del carrello

Quando un utente registrato aggiunge prodotti al carrello ma non finisce l'acquisto, riceve una mail o un messaggio come promemoria

Sconto solo online

Poter usufruire di quello sconto solamente online

Manca un certo numero di prodotti

Avviso d'urgenza con il numero di prodotti restanti sul sito. Esempio: "Sono disponibili solo due prodotti"

Bonus "statali"

Bonus erogati dallo stato o altri enti (es. bonus tv, bonus monopattino, bonus cultura)

Date Utili

per un ecommerce di successo

Gennaio

1	Capodanno
	Saldi invernali
6	Epifania
7	Festa del Tricolore
16	Blue Monday
17	Giornata mondiale della pizza italiana
27	Giorno della Memoria

Febbraio

	Festival di Sanremo
14	San Valentino !
17	Giornata mondiale del gatto
	Martedì grasso, Carnevale

Marzo

3	Giornata mondiale della natura
8	Festa della donna !
17	Festa di San Patrizio
19	Festa del papà !
20	Giornata della felicità
21	Giornata mondiale della poesia

Aprile

1	Pesce d'Aprile
6	Giornata dello sport
	Pasqua e Pasquetta
23	Giornata mondiale del libro
25	Festa della liberazione

Maggio

1	Festa dei lavoratori
4	Star Wars day
9	Festa dell'Europa
	Festa della mamma !
15	Giornata internazionale della famiglia
28	Giornata mondiale del gioco

Giugno

2	Festa della Repubblica
3	Giornata mondiale della bicicletta
5	Giornata mondiale dell'ambiente
21	Giornata mondiale del selfie
28	Giornata dell'orgoglio LGBT+

Luglio

	Saldi estivi
6	Giornata mondiale del bacio
7	Giornata mondiale del cioccolato
30	Giornata mondiale dell'amicizia

Agosto

5	Giornata mondiale della birra
10	Notte di San Lorenzo
15	Ferragosto
19	Giornata mondiale della fotografia
26	Giornata mondiale del cane



Settembre

	Apertura delle scuole
21	Giornata zero emissioni
21	Giornata internazionale della Pace
22	Equinozio d'autunno
27	Giornata mondiale del turismo

Ottobre

1	Giornata internazionale del caffè
2	Festa dei nonni
4	Giornata mondiale degli animali
7	Giornata mondiale del sorriso
16	Giornata mondiale dell'alimentazione
31	Halloween !

Novembre

1	Ognissanti
11	Giorno dei single (11:11)
20	Giornata dell'infanzia
25	Black Friday !
28	Cyber Monday

Dicembre

8	Immacolata
21	Solstizio d'inverno
24	Vigilia di Natale
25	Natale !
26	Santo Stefano
31	Capodanno

! LE IMPRESCINDIBILI



Se stai cercando un partner esperto e solido per il tuo progetto di comunicazione online, contattaci.

Visita il nostro sito
www.evisole.com



Evisole Studio Associato
Piazza De Gasperi, 9 - 36034 Malo (VI)
Tel. 0445 1925504
P.I. IT04086320241

info@evisole.com
www.evisole.com

 [evisole_digitalmarketing](https://www.instagram.com/evisole_digitalmarketing)
 [Evisole - Digital Marketing](https://www.facebook.com/Evisole-Digital-Marketing)