



Solutions
for E-Commerce

10 ERRORI DA NON COMMITTERE QUANDO INIZI A VENDERE ONLINE

NETSTRATEGY
Qualità. Tempestività. Risultati.



❑ #1: RAGIONARE COME PER UN NEGOZIO TRADIZIONALE

La vendita e lo shopping online hanno delle **peculiarità** specifiche e ben precise, non sono una semplice traslazione delle modalità del commercio tradizionale. Offrono grandi **vantaggi** rispetto a quelli che avvengono presso i negozi fisici: individua le differenze e **punta su di esse** per trarne il massimo profitto.

Alcune particolarità dell'E-Commerce:

- Apertura dello shop veloce e senza intoppi
- Costi di gestione molto contenuti
- Possibilità di vendita 24 ore su 24
- Uno stesso negozio può vendere in tutto il mondo
- Enorme visibilità sui clienti potenziali



❑ #2: SCEGLIERE LA PIATTAFORMA CON SUPERFICIALITÀ

Oggi sono disponibili sul mercato moltissime **piattaforme tecnologiche** sulle quali costruire un nuovo E-Commerce per la tua azienda. Queste non sono tutte uguali, ma offrono servizi, funzionalità e procedure di gestione **molto diverse** fra loro: valuta con attenzione quale sia **la più adatta** al tuo negozio online.

Alcune domande da porsi durante la scelta:

- Quali tipologie di prodotti venderai?
- Quanti articoli dovrai gestire?
- Il tuo E-Commerce necessiterà di personalizzazioni?
- Avrai bisogno di supporto per amministrare il tuo e-shop?
- Il negozio online dovrà integrarsi con altri sistemi?



Approfondimento  : [Prestashop o Magento: quale per il tuo nuovo E-Commerce? Ecco le differenze in 5 punti](#)

❑ #3: NON OTTIMIZZARE LE IMMAGINI

Tutti abbiamo provato quanto conti poter **vedere un articolo** ed osservarne i dettagli prima di acquistarlo. Nel mondo dell'E-Commerce, dove non è possibile toccare con mano i prodotti, le **immagini sono essenziali** al punto di poter essere considerate il tuo principale **strumento di vendita** online.

A cosa fare attenzione in tema di immagini:

- La qualità
- La dimensione
- La risoluzione
- L'inquadratura
- L'indicizzazione



Approfondimento  : [SEO immagini: guida all'ottimizzazione definitiva in 11 step](#)

❑ #4: CURARE POCO LA DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

La descrizione dell'articolo che vuoi vendere online ha il compito che, in un negozio fisico tradizionale, spetta ad un **bravo commesso**: convincere il cliente ad acquistare. Inserisci **sempre** le descrizioni e non copiarle da altri siti: sapevi che i **contenuti duplicati** sono un problema serio per l'E-Commerce?

Caratteristiche di una buona descrizione:

- Presente per ciascun articolo
- Diversificata in ogni prodotto
- Contenente keyword rilevanti
- Pensata per attrarre un lettore umano
- Efficace agli occhi dei motori di ricerca



❑ #5: SOTTOVALUTARE L'IMPATTO GRAFICO

Se da un lato è vero che l'abito non fa il monaco, dall'altro è anche vero che la **prima impressione** è quella che conta di più. È importante, **per catturare i clienti** e dare la giusta immagine della tua azienda, che il tuo sito abbia una grafica moderna, un logo ad effetto ed un **aspetto generale accattivante**.

Alcuni aspetti specifici da non sottovalutare:

- Scegli uno stile in linea con la tua immagine aziendale
- Trova un logo che permetta all'utente di identificarti
- I colori non devono affaticare gli occhi del cliente
- Non esagerare con gli elementi decorativi: *less is better*
- Evidenzia graficamente le parti più importanti del tuo shop



❑ #6: NON AVERE UNA STRATEGIA DI POSIZIONAMENTO

Supponiamo che il tuo shop online sia **perfetto**, curato in ogni dettaglio e pieno di offerte interessanti: a cosa servirebbe tutto questo se gli utenti non potessero poi **trovarlo** sui motori di ricerca? Una volta creato, il tuo E-Commerce avrà bisogno di **SEO**, cioè di *Search Engine Optimization*.

Come fare SEO per E-Commerce?

- Scegli le keyword più rilevanti per il tuo commercio
- Correda le pagine di testi ottimizzati
- Compila con attenzione tag e meta tag
- Monitora il profilo di link del tuo sito
- Tieni il tuo sito costantemente aggiornato



Approfondimento  : [5 segreti di "SEO marketing" alla portata di tutti](#)

❑ #7: FAR ASPETTARE IL CLIENTE

Il web è immediatezza e chi fa shopping online **detesta dover attendere**. Non far scappare i tuoi clienti, magari addirittura incoraggiandoli ad acquistare da un tuo concorrente: offri loro una navigazione intuitiva, implementa **procedure semplici** e, cosa fondamentale, monitora il **tempo di caricamento** delle pagine.

Come rendere più rapida l'esperienza E-Commerce?

- Riduci al minimo i tempi di upload
- Rendi immediatamente disponibili i dati principali
- Pianifica una navigazione fluida tra le pagine
- Semplifica la procedura di checkout
- Richiedi informazioni minime per la registrazione



Approfondimento  : [Google AMP: cosa sono le Accelerated Mobile Pages e perché sfruttarle](#)

❑ #8: IGNORARE I MARKETPLACE DIGITALI

A seconda degli **obiettivi** che ti sei prefissato, del tuo piazzamento sul mercato e delle **strategie commerciali** che decidi di adottare in generale, l'essere presente su marketplace come **eBay** e **Amazon** potrebbero dare una grossa mano al tuo E-Commerce. Non scartare questa opportunità.

Alcuni vantaggi offerti dai marketplace:

- Condividere la loro reputazione
- Ampio bacino di utenti già attivi
- Integrazione con il tuo E-Commerce
- Semplicità nella gestione degli iter
- Possibilità di vendere in tutto il mondo



Approfondimento  : [3 cose che devi sapere per vendere online su Amazon](#)

❑ #9: TRASCURARE GOOGLE SHOPPING

Per vendere devi avere degli ottimi prodotti e disporli con criterio sui tuoi scaffali digitali. Ma questo è solo il **primo passo**: per proseguire verso il successo devi **promuovere**. Se vuoi riuscire in questo non puoi concentrarti solo sul tuo E-Commerce, ma hai bisogno anche di canali paralleli come **Google Shopping**.

Altri canali da affiancare al tuo E-Commerce:

- Blog
- Account sui Social Network
- Social E-Commerce
- Digital Marketplace
- Campagne Google AdWords



Approfondimento  : [Aumenta le vendite con Google Shopping e i suoi Product Listing Ads](#)

❑ #10: PERDERE DI VISTA IL CLIENTE

Una volta attirato il consumatore sul tuo sito di E-Commerce, tutti gli sforzi andranno incanalati nell'obiettivo di farlo uscire **soddisfatto**. Se il suo **acquisto è andato a buon fine**, potrai dire di esserci riuscito. In caso contrario, individua e risolvi ciò che provoca il fenomeno dei **carrelli abbandonati**.

Altri strumenti per seguire efficacemente il cliente:

- Monitorare il suo atteggiamento sul sito
- Offrire supporto tramite chat online
- Elaborare campagne di fidelizzazione
- Organizzare un efficiente *Customer Care*
- Coltivare i rapporti tramite interazione sui Social



Approfondimento  : [Carrelli abbandonati nell'E-Commerce: da una perdita a valore aggiunto](#)

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE...

FOR E-COMMERCE: ULTERIORI APPROFONDIMENTI

- [3 ingredienti della crescita dell'E-Commerce in Europa](#)
- [Da Pinterest, nuova linfa per il Social E-Commerce](#)
- [Come aumentare le vendite del tuo E-Commerce: 5 consigli immediati](#)

FOR E-COMMERCE: ALCUNI CASI DI SUCCESSO

- [Forbit.it: SEO & User Experience per il successo dell'E-Commerce](#)
- [Stampaprint España: +248% nuovi utenti e +216% visite organiche in meno di 12 mesi](#)

**Fai crescere il tuo E-Commerce:
Contattaci e richiedi 60 minuti di consulenza gratuita.**

Via A. Lorgna, 39 – Cerea VR
+39 0442 321 391
verona@netstrategy.it
www.netstrategy.it

