

La promozione di un sito Ecommerce: come attrarre visitatori qualificati

4 ottobre 2023

A cura di Claudia Zarabara



#DIGITALDAY23

La situazione oggi

- **L'80% degli ecommerce fallisce nel breve periodo**

Molte le ragioni:

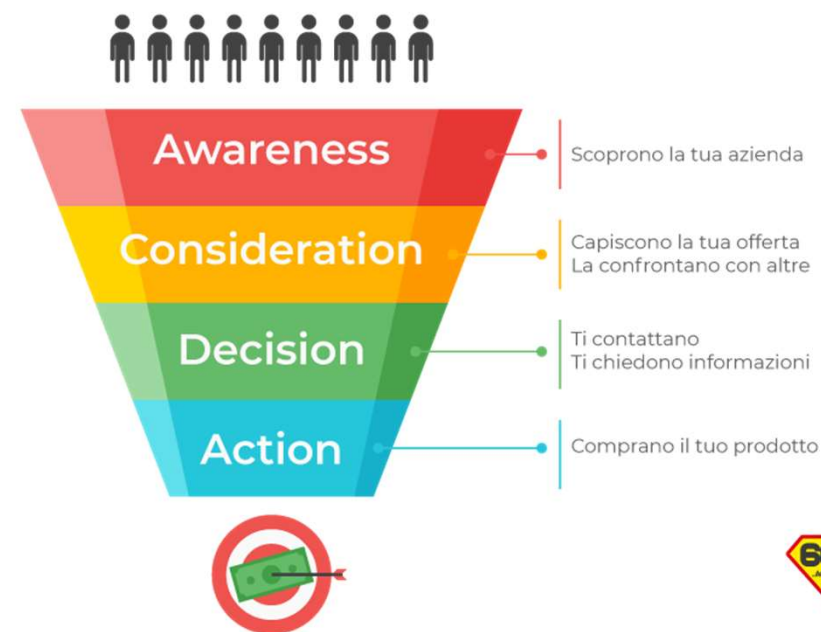
- mancanza di strategia
- sito non adeguato
- investimenti non adeguati
- problemi tecnici
- catalogo non adeguato
- ...
- poco traffico oppure traffico di poca qualità



Alcuni numeri importanti...

- Solo 1 su 100 visitatori compra: per vendere devi avere tanti visitatori, come li porti al tuo sito?
- Prima di acquistare l'utente confronta molti siti:
 - Il tuo sito deve essere migliore degli altri!
 - Più rintracciabile
 - Oppure la tua offerta, i servizi accessori (se sei su Marketplace) deve spiccare

Attrarre i visitatori *giusti* è il primo segreto per far funzionare un ecommerce



Come si arriva ad un sito web?



Riassumendo

- **Motori di ricerca** → Organic Search → SEO Search Engine Optimization
- **Link dall'esterno verso il sito** → Referral → devono essere link di qualità, su siti di qualità.
 - A pagamento
 - Gratuitamente
- **Newsletter** → Referral/Email → Email Marketing
- **Advertising** → Paid Search → PayPerClick
- **Pr Digitali** → Social Network/Referral → Social Media Marketing
- **Diffusione dell'URL** → Direct →
 - Eventi
 - Tv/Radio
 - Carta
 - QrCode
 - ...

Tutte queste attività sono tracciate dai software di analisi statistica

Il punto di partenza: i motori di ricerca

Nel 2023 qualsiasi consumatore, btb, btc, giovane, vecchio, uomo, donna etc. inizia la sua ricerca dalla rete. **Come si cerca per gli acquisti online?**

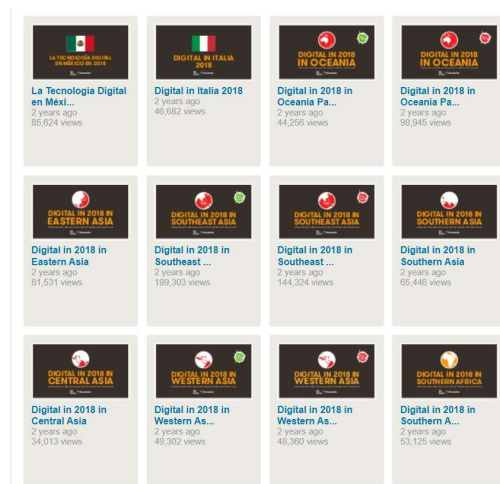
- **Ricerca generica:** «prosecco online»
 - Miglior offerta
 - Miglior servizio
 - Costo di consegna
 - Store noto
- **Ricerca mirata:** «prosecco docg BRAND»
 - Comparazione di prezzi
 - Fiducia nel brand
 - Sito proprietario o marketplace?
 - Servizi
 - Fidelizzazione



Ogni Paese ha le sue abitudini

Quando hai identificato il tuo target, scendi nel dettaglio del digital.

- ✓ Il mio target «geografico» usa la rete?
- ✓ Quali social?
- ✓ Quali siti web?
- ✓ Sono mobile?
- ✓ Quanto tempo trascorrono in rete?
- ✓ Quali servizi di messaggistica usano?



- **Fonte di dati** utilissima per *indagare* la situazione **social e web** di qualsiasi (o quasi) nazione al mondo.
- <https://wearesocial.com/> → Italia report 2023 <https://wearesocial.com/it/blog/2023/02/digital-2023-i-dati-italiani/>
- Analisi per
 - Continente
 - Singola nazione
 - Situazione web
 - Situazione social

Motori di ricerca nel mondo

Europa: Google

Usa: Google, Bing, Yahoo

Cina: Baidu

Russia: Yandex

Altre nazioni: we are social

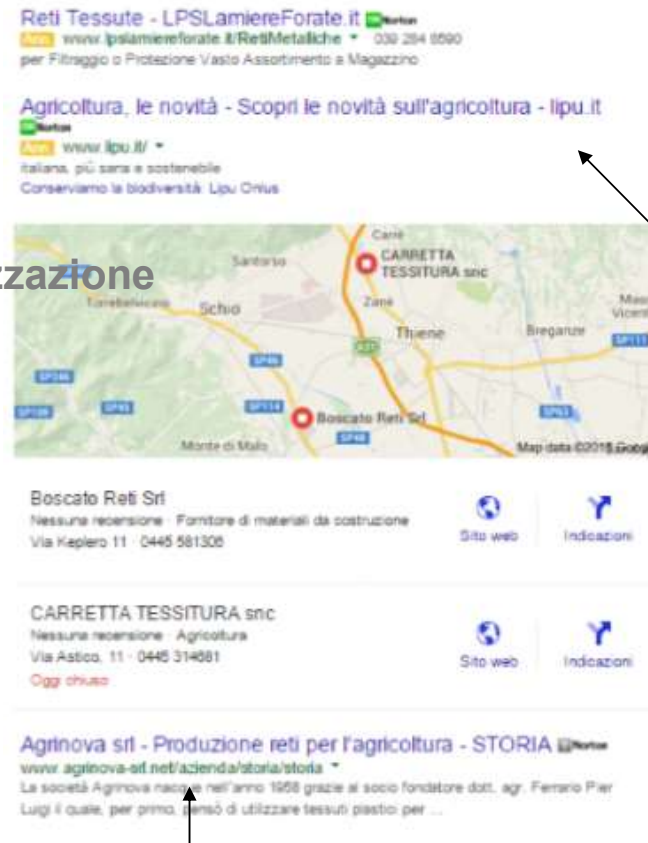
 Search Engine	 Share
<input type="checkbox"/> Google	74.38%
<input type="checkbox"/> Baidu	11.91%
<input type="checkbox"/> Bing	7.92%
<input type="checkbox"/> Yahoo!	3.45%
<input type="checkbox"/> Yandex	1.24%
<input type="checkbox"/> Ask	0.53%
<input type="checkbox"/> DuckDuckGo	0.27%
<input type="checkbox"/> Naver	0.10%
<input type="checkbox"/> AOL	0.06%
<input type="checkbox"/> Seznam	0.04%

Ogni nazione ha l'abitudine di usare un motore rispetto ad un altro

Vedi oltre → <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

I motori di ricerca: la SERP Search Engine Result Page

Google Maps: geolocalizzazione



PPC: risultati a pagamento

SEO: posizionamento organico

Google per il marketing

Essere nella **SERP** dei motori di ricerca utilizzati dal nostro target diventa fondamentale.

- **Possiamo/Dobbiamo essere su Google.** In vari modi:
 - Ricerche organiche (SEO)
 - Selezione delle parole chiave con **Pianificatore delle parole chiave di Google** e **Google Trends**
 - PPC
 - **Google Adwords**
 - **Google Shopping** (Btc)
 - Geolocalizzazione
 - **Google Maps**
 - **Google Business Photo**
- **Monitoriamo i nostri siti con Google:**
 - Sistema di statistiche (**Google Analytics**)

La SEO: Search Engine Optimization

Indicano quell'insieme di attività che si fanno nel sito (in ogni singola pagina) e *fuori dal sito*, per renderlo amichevole per il motore di ricerca.

- Se la SEO viene fatta bene per Google possiamo essere ben posizionati anche sugli altri motori (Yahoo, Bing etc.)
- La SEO per Yandex (Russia) e per Baidu (Cina) richiede, ovviamente, il cirillico e il cinese
- La base della SEO è data dalla **selezioni delle parole chiavi**, attività che non dovrebbe essere demandata all'esterno dell'azienda: voi conoscete sia il target che il prodotto (vedi oltre)
- La SEO, se ben fatta, è permanente, rimane nel tempo. Ha solo bisogno di essere mantenuta nel corso del tempo.
- Dalla messa online del sito ottimizzato, ci vogliono circa 3/4 mesi per vedere i risultati

La SEO: come funziona?

Attività on site

- Architettura/Struttura URL
- Grafica
- Contenuti

Attività off site

- Link
- Social Network
- Article marketing
- PR online/reputazione



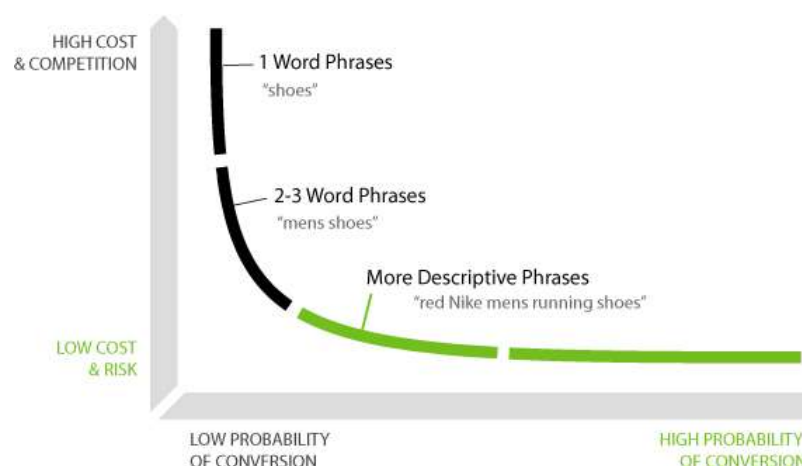
La selezione delle parole chiave

Scelta delle parole chiave strategiche:

- **Keyword primaria:** la o le (max due) parole chiave principale
- **Keywords secondarie:** direttamente o indirettamente collegate alle precedenti

ATTENZIONE: è importante scegliere con molta attenzione le keywords, evitando quelle troppo generiche che saranno di difficile posizionamento e, in ogni caso, ci porteranno un target poco pertinente.

Consideriamo, inoltre, il principio della *long tail* (coda lunga): le ricerche di nicchia garantiscono nel loro insieme un giro di ricerche pari al volume delle chiavi di ricerca generica. Nello specifico “**il volume di ricerche “da long tail” occupa il 75% del totale nei motori**”



A cosa servono le keywords?

- **Sono il primo passo per l'ottimizzazione del sito.** Vanno passate alla persona che si occuperà dell'ottimizzazione del sito
- **Sono le chiavi di accesso al vostro sito**
- **Sono una risposta al cliente:** lui effettua una determinata ricerca sul motore e ottiene effettivamente ciò che cercava
- **Sono una chiave fondamentale per battere la concorrenza**
- **Sono il primo passo per attivare una campagna pay per click** su qualche motore di ricerca



Mettetevi nei panni del cliente e pensate a cosa cercherebbe per arrivare al vostro sito e alle vostre proposte

PayPerClick: Ads di Google

I motori di ricerca (Google, Bing, Yandex etc.) permettono di fare pubblicità a pagamento sui loro siti e sui siti ad essi connessi.

Le **Google Ads** <http://youtu.be/STN3yS7L54o>, ad esempio, permettono di sponsorizzare le proprie pagine a fronte del pagamento dei click effettivamente ricevuti:

- La campagna è costantemente valutabile e modificabile
- Il budget dedicato può essere fisso o variabile (ottima gestione del budget)
- Si paga solo per le visite effettivamente ricevute
- La campagna è estremamente targetizzabile per keywords e provenienza geografica, oppure per sito



Content Marketing

- **Generare azioni (vendite) tramite i contenuti.** Ossia:

- Quali contenuti?
- Hai un piano editoriale?
- Dove pubblicare?
 - **Blog**
- Come promuovere?
 - **Social Network**
 - **Newsletter**
- Monitora i risultati



Social Media Marketing

- **Non sono una grande fonte di traffico verso il sito** (l'utente social preferisce rimanere nel social). In genere, organicamente, generano un massimo del 5% del traffico totale.
- Da circa un anno Facebook fa comparire un messaggio a chi, via mobile, esce dal social per raggiungere un link esterno. L'utente, spesso, torna sui suoi passi.
→ Per aumentare questo traffico occorre spingere con post a pagamento

Come procedere?

- ✓ Scegli in quali social andare
- ✓ Definisci un piano editoriale
- ✓ Attiva gli spazi social (es. la pagina Facebook)
- ✓ Stabilisci un budget da investire per la promozione di post che portino l'utente al tuo sito.
- ✓ Attiva l'advertising

Referral: siti che ci linkano

Essere linkati nei siti giusti non solo aiuta la SEO (attività extra site finalizzate all'accrescimento della link popularity) ma può portare un traffico di qualità al sito.

I link possono essere a **pagamento** o **gratuiti**

Se vogliamo essere linkati in siti a pagamento:

- ✓ Analizziamo il sito scelto
- ✓ Chiediamo un'offerta (il costo varia in base al posizionamento del link e al tempo in cui il link resta attivo)
- ✓ Chiediamo le statistiche di accesso al sito e dei dati storici: quanti click possiamo sperare di avere?

Attenzione! Qui ragioniamo sui click per capire come portare traffico al sito, ma ci sono anche dei posizionamenti nei siti che hanno lo scopo di rafforzare il brand, non di portare click al sito.

Diffusione dell'URL

- Carta: biglietti da visita, brochure, volantini, carta intestata, fatture etc.
- Radio/TV/Stampa/Cartellonistica
- Eventi
- Totem/Vele
- Guerrilla Marketing
- QrCode
- Gadget
- Adesivi
- ...



Come si controlla il traffico?

I siti web tracciano automaticamente tutti il traffico che registrano. Lo tracciano e ne conservano le tracce *per legge*: **«Il sistema deve conservare i dati in maniera sicura per un periodo non inferiore ai sei mesi e deve essere consultabile dall'azienda e dalle autorità.»** (Cybersecurity 360)

I software di analisi statistica analizzano i file di log e ci lasciano dei dati leggibili

Ad azione corrisponde una reazione: sul web tutto è misurabile. Se il marketing è un ciclo continuo, nel web marketing le correzioni possono essere ancora più tempestive.

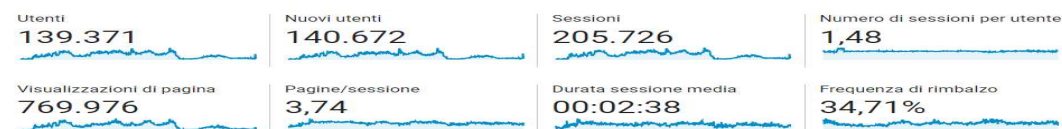
Tra i tanti software disponibili citiamo Google Analytics

Google Analytics 4 (GA4)

- ✓ Accedi al sito <http://www.google.com/intl/it/analytics/>
- ✓ Crea il codice Google Analytics (al momento è gratuito)
- ✓ Inseriscilo nel sito
- ✓ Monitora il traffico
 - Fonti di accesso
 - Provenienza geografica
 - Tempo di permanenza
 - Lingua parlata
 - Pagine più apprezzate
 - Percorso di navigazione
 - ...



Il pubblico



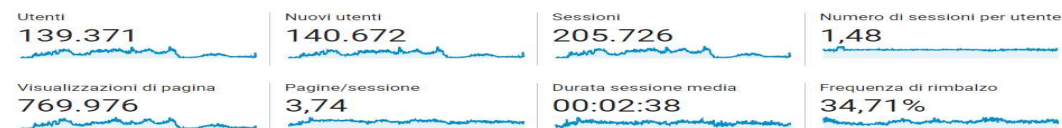
Dati demografici

Lingua	►
Paese	
Città	
Sistema	
Browser	
Sistema operativo	
Fornitore di servizi	
Mobile	
Sistema operativo	
Fornitore di servizi	
Risoluzione schermo	

Lingua

	Utenti	% Utenti
1. it-it	41.072	28,90%
2. en-us	28.210	19,85%
3. en-gb	12.292	8,65%
4. it	11.299	7,95%
5. es-es	7.800	5,49%
6. de-de	4.771	3,36%
7. fr-fr	4.433	3,12%
8. pt-br	2.259	1,59%
9. de	2.095	1,47%
10. ko-kr	1.968	1,38%

[visualizza rapporto completo](#)



Dati demografici

Lingua	►
Paese	
Città	
Sistema	
Browser	
Sistema operativo	
Fornitore di servizi	
Mobile	
Sistema operativo	
Fornitore di servizi	
Risoluzione schermo	

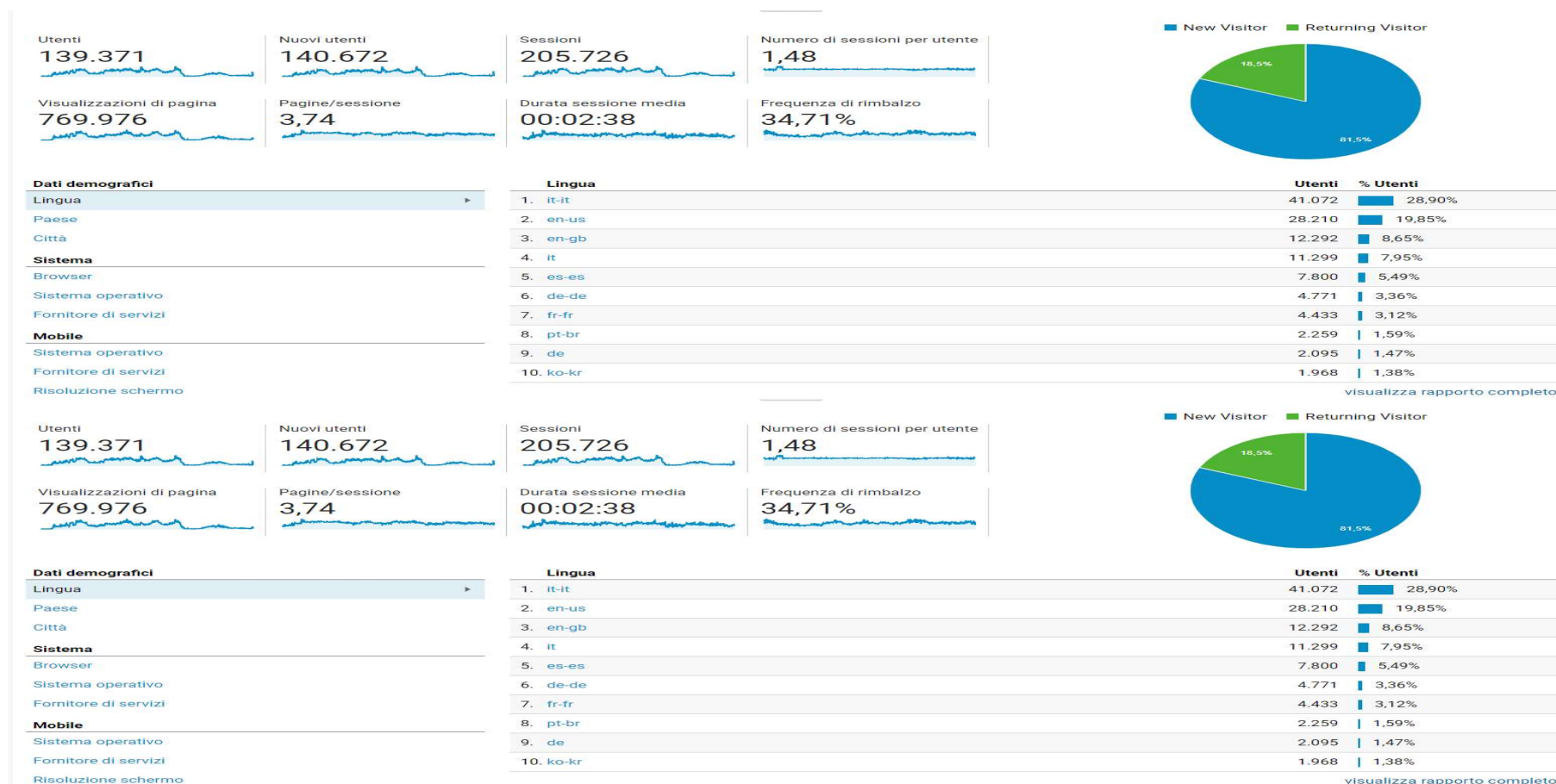
Lingua

	Utenti	% Utenti
1. it-it	41.072	28,90%
2. en-us	28.210	19,85%
3. en-gb	12.292	8,65%
4. it	11.299	7,95%
5. es-es	7.800	5,49%
6. de-de	4.771	3,36%
7. fr-fr	4.433	3,12%
8. pt-br	2.259	1,59%
9. de	2.095	1,47%
10. ko-kr	1.968	1,38%

[visualizza rapporto completo](#)



Dati demografici



Fonti di accesso

CZ2

	Acquisizione			Comportamento			Conversioni		
	Utenti	Nuovi utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessi...	Durata sessione media	Tasso di conversione e-commerce	Transazioni	Entrate
	139.371	140.672	205.726	34,71%	3,74	00:02:38	4,18%	8.596	600.736,92 €
1 Organic Search	55.400			29,63%			5,27%		
2 Paid Search	49.194			25,35%			4,13%		
3 Direct	25.569			45,73%			3,51%		
4 Social	6.307			57,08%			1,41%		
5 Display	6.075			79,19%			0,09%		
6 Referral	4.507			32,57%			4,92%		
7 (Other)	313			83,67%			1,17%		
8 Email	248			38,12%			10,00%		

	Acquisizione			Comportamento			Conversioni		
	Utenti	Nuovi utenti	Sessioni	Frequenza di rimbalzo	Pagine/sessi...	Durata sessione media	Tasso di conversione e-commerce	Transazioni	Entrate
	139.371	140.672	205.726	34,71%	3,74	00:02:38	4,18%	8.596	600.736,92 €
1 Organic Search	55.400			29,63%			5,27%		
2 Paid Search	49.194			25,35%			4,13%		
3 Direct	25.569			45,73%			3,51%		
4 Social	6.307			57,08%			1,41%		
5 Display	6.075			79,19%			0,09%		
6 Referral	4.507			32,57%			4,92%		
7 (Other)	313			83,67%			1,17%		
8 Email	248			38,12%			10,00%		

Diapositiva 24

CZ2

Claudia Zarabara; 05/03/2021

Ricapitolando...

- **Costruisci il tuo sito:**
 - con dominio proprio
 - responsive
 - buon cms open source
 - https
 - a norma privacy
- **Definisci le azioni da fare per la sua promozione:**
 - SEO → lento all'avvio ma poi garantisce traffico nel medio e lungo periodo
 - Ricerche a pagamento/PayPerClick → Google Ads
 - Campagne di Email Marketing
 - Social Media Marketing
 - Campagne Link
 - Diffusione della URL con mezzi tradizionali
- Monitora i risultati delle tue attività → Google Analytics





Grazie

Claudia Zarabara

scrivi@claudiazarabara.it

Grazie!

www.claudiazarabara.it
scrivi@claudiazarabara.it

Recensioni gradite su:

www.facebook.com/zarabaraclaudia
www.linkedin.com/in/claudiazarabara
<https://g.page/zarabaraclaudia>