

STRATEGIE PER E-COMMERCE

E-COMMERCE USER EXPERIENCE: DOVE SI PERDONO I TUOI CLIENTI?



Vuoi sapere perchè i tuoi clienti non acquistano i prodotti dal

tuo sito e-commerce?

[Uno studio dell'Osservatorio Mobile B2C Strategy del Politecnico](#) ci dice che il 46% delle persone da **smartphone acquista un prodotto su altre piattaforme rispetto a quella scelta all'inizio**. Questo significa che molti dei tuoi clienti "si perdono" nei meandri del tuo e-commerce a causa di una **User Experience** poco efficace e poco elaborata.

Ti sei mai chiesto per quale motivo abbandonano il tuo sito e-commerce prima di ultimare gli acquisti?

In questo articolo ti spieghiamo perché la **User Experience** è diventato il principale fattore di successo per gli **e-commerce** moderni, superando la competitività del prezzo.

Diversi studi volti a indagare le preferenze dei consumatori online dimostrano che **a fare la differenza è l'esperienza di shopping offerta**.

La **personalizzazione dell'esperienza di acquisto** è uno dei fattori più importanti, in grado di generare maggiore soddisfazione nel cliente.

La raccomandazione dei prodotti è uno dei servizi di personalizzazione più apprezzati, tanto che la maggior parte dei consumatori, tra Millennials e Gen X, si rivela soddisfatta di avere compiuto un acquisto non preventivato. E anche in caso contrario, le percentuali restano comunque positive: a fronte del 15% delle persone che ha dichiarato di essere insoddisfatto dei propri acquisti last minute, solo il 5% degli acquirenti ha effettivamente restituito gli articoli.

Comprendere e anticipare i bisogni dell'utente è importante, ma è necessario farlo con criterio. Ancora il 22% degli acquirenti afferma di non concludere l'acquisto perché sui negozi online gli viene consigliato un prodotto non corrispondente alle sue aspettative, e il 30% annulla l'iscrizione alla mailing

list se l'offerta promozionale non è adeguata alle esigenze.

La metà delle transizioni di **e-commerce** è generata da mobile, perciò un'esperienza di acquisto studiata ad hoc per questo dispositivo e una certa facilità di checkout rappresentano un ulteriore incentivo all'acquisto, soprattutto per la fascia di età compresa tra i 18 e i 44 anni.

Strettamente connessa al **multidevice** è la questione dell'omnicanalità: molti clienti non hanno interesse a visitare direttamente uno webstore, ma desiderano acquistare là dove trascorrono gran parte del loro tempo online, Facebook compreso. Sono quindi propensi a scoprire nuovi prodotti, ma non a dedicarsi all'esperienza vera e propria di shopping. La presenza del tuo **e-commerce** deve essere in grado di raggiungere anche questi utenti: meglio, dunque, allargarsi a più mercati, proponendo una comunicazione uniforme e coerente tra tutti i canali.

Ti diamo 5 consigli che possono essere un buon punto di partenza per migliorare la User Experience del tuo e-commerce

1. **Velocizza il caricamento del tuo sito**

Secondo una ricerca condotta da [Akamai](#), il **79% dei potenziali acquirenti** dichiara di non ritornare più su uno store online se ha avuto problemi con le performance del sito. Insomma, senza un'adeguata velocità di caricamento del sito, il rischio è che l'user experience non inizi nemmeno. Non c'è una soglia esatta a cui puntare, semplicemente le pagine del sito dovrebbero impiegare il meno possibile a caricare.

2. **Comunica in modo chiaro**

Se è assolutamente vero che l'occhio vuole la sua parte, non è solo sul "fattore wow" che si deve puntare ma anche su una buona comunicazione

che non sempre risulta chiara ed efficace. Soprattutto per gli **e-commerce B2B** dove un buon 46% degli utenti dichiara di abbandonare un sito quando questo non riesce a comunicare rapidamente di che cosa si occupi l'azienda. Ecco allora l'importanza di trovare un giusto equilibrio tra aspetti grafici ed **user experience**.

3. Usa le parole giuste

Le immagini non sempre sono in grado di comunicare efficacemente le peculiarità di ciascun prodotto e, anzi, spesso ciò che rende un prodotto migliore rispetto a quelli della concorrenza non può che essere comunicato testualmente. Insomma, si tratta sempre e comunque di un tentativo di vendita quello che avviene nelle diverse sezioni di un e-commerce, quindi per rendere anche l'esperienza dell'utente soddisfacente è bene scegliere le parole giuste e, idealmente, optare sempre per la creazione prima della parte testuale di una pagina e poi del design della stessa.

4. Personalizza la User Experience

Quando si gestisce un e-commerce è necessario realizzare tutti suoi aspetti sempre e soltanto dal punto di vista del consumatore. Amazon, infatti, non ha mai nascosto che uno dei segreti del suo successo è stato sicuramente l'adozione di una mentalità **consumer first**, che per essere applicata, tra le tante leve, necessita anche di un adeguato investimento di tempo e denaro nella progettazione di una user experience ottimale.

5. Utilizza la regola dei 3 click

In un mercato molto affollato e competitivo come quello degli e-commerce è fondamentale assicurarsi che tutto ciò che gli utenti stanno cercando sia facilmente rintracciabile, indipendentemente dalla quantità di articoli venduti. Affinché ciò sia possibile è necessario che un e-commerce sia dotato di un **sistema avanzato di ricerca per filtri**, un sistema di ricerca anche per attributi (ad esempio taglia o colore nel caso di abbigliamento), l'autocompilazione digitale della barra di ricerca e che,

allo stesso tempo, rispetti la regola dei 3 click. Secondo questa regola, infatti, ciascuna pagina Web di un sito con buona user experience dovrebbe essere raggiungibile al massimo in 3 click, di modo da limitare la possibilità da parte degli utenti di perdersi nei meandri del sito.

Noi di Weblink Abbiamo anni di esperienza, realizziamo **e-commerce a Varese** e in tutta Europa per realtà che desiderano espandere il loro business grazie alla vendita online.

Hai bisogno di una mano per la User Experience del tuo e-commerce?

Noi **sviluppatori di e-commerce a Varese**, Siamo qui per questo!

Compila il form qui sotto e contattaci!

Nome *

E-Mail *

Messaggio *

Dichiaro di aver letto, compreso e accettato l'informativa [privacy](#). *

