



ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE  
AND INDUSTRY FOR THE UK

London, Manchester, Glasgow & Edinburgh

# VENDERE ONLINE CON UN E-COMMERCE

8 SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE IL  
TUO E-COMMERCE E ATTRARRE PIÙ  
VISITATORI



## HAI APPENA CREATO, O HAI INTENZIONE DI CREARE, UN E-COMMERCE?

Con la diffusione del COVID-19 e l'avanzamento delle moderne tecnologie, mai come oggi è essenziale possedere un e-commerce per poter vendere i propri prodotti e servizi online. Con questa breve **checklist di 6 punti**, speriamo di darti qualche utile suggerimento per sfruttare al meglio il tuo sito e raggiungere più utenti.



STEP #1

---

## SCEGLI LA GIUSTA PIATTAFORMA

Se non hai ancora creato il tuo e-commerce, assicurati di usare la piattaforma che meglio si addice alle tue esigenze. Alcune, come **Shopify**, ti permettono di creare un e-commerce senza avere nessuna competenza tecnica e offrono un periodo iniziale gratuito e senza impegno. Altre invece, come **Wordpress** o **Magento**, richiedono un più di impegno ma offrono anche migliori possibilità di personalizzazione.

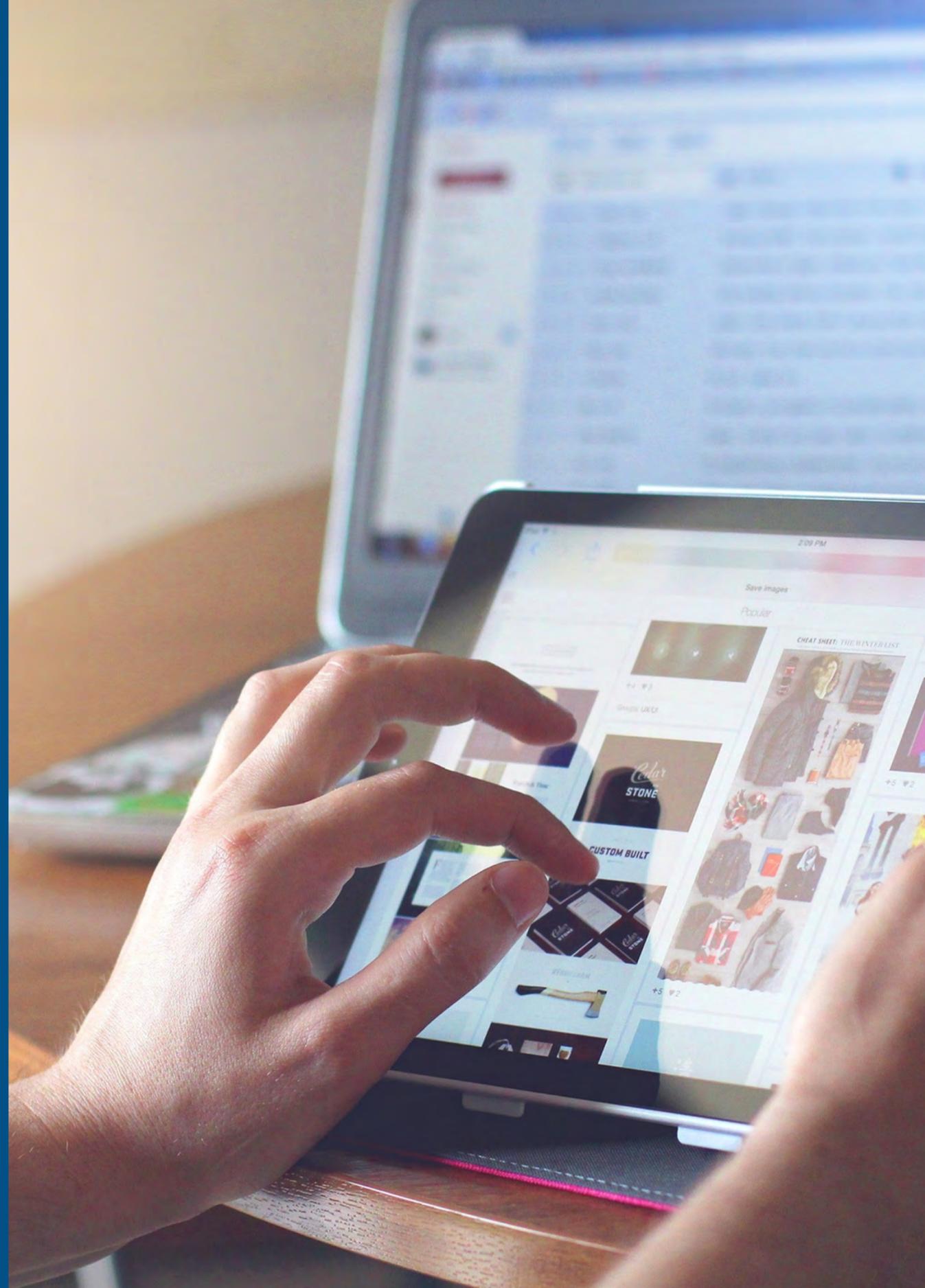
STEP #2

---

# OTTIMIZZA LE PAGINE PRODOTTO

Le **pagine prodotto** sono l'area più importante del tuo e-commerce. Assicurati di creare per ogni prodotto una descrizione unica e accattivante: non fare copia e incolla da altri siti web!

Le descrizioni create in questo modo vengono non soltanto apprezzate dai tuoi visitatori, ma anche dai motori di ricerca, che con i loro algoritmi **premiano i contenuti originali**.





STEP #3

---

## STUDIA LA CONCORRENZA

Studiare come si muovono i tuoi concorrenti può spronarti a fare di meglio e a offrire un servizio più competitivo.

Strumenti come **Ubersuggest** ([neilpatel.com/ubersuggest](https://neilpatel.com/ubersuggest)) che offrono anche una prova gratuita, ti permettono di scoprire con quali parole chiave un particolare sito si posiziona su Google e ti danno una panoramica dell'impegno che dovrai metterci per poterlo superare.

Fai subito una prova: visita Ubersuggest e inserisci **Zalando.it** nella barra di ricerca (selezionando l'Italia dal menu a tendina) per scoprire alcune delle parole chiave con cui si posiziona su Google.

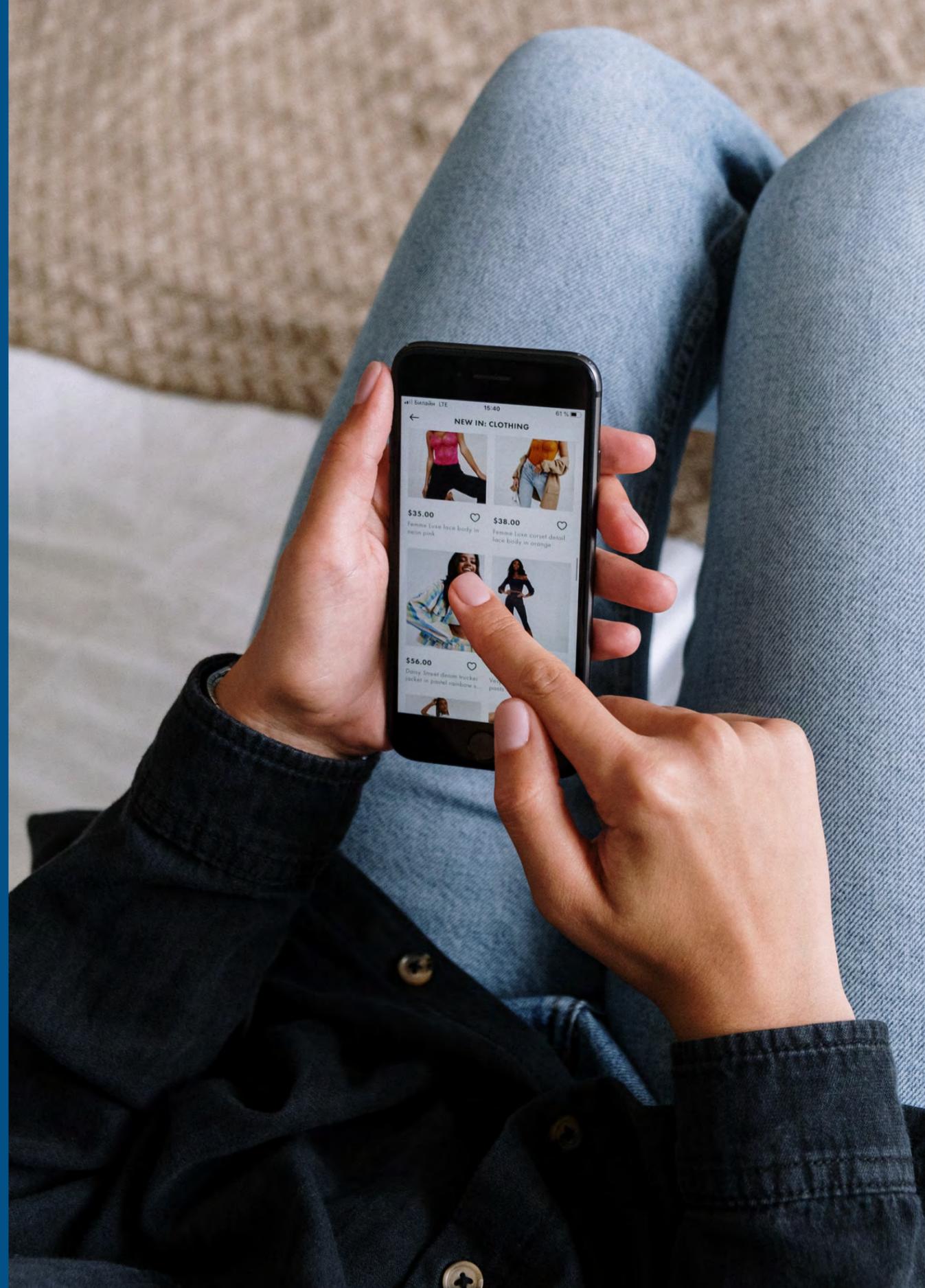
STEP #4

---

# MIGLIORA LA USER EXPERIENCE

Il tuo sito si vede correttamente da smartphone? È facile per i tuoi utenti trovare quello che stanno cercando? Completare l'acquisto è un processo intuitivo?

Se la risposta a queste domande è **si**, allora **l'esperienza utente** (User Experience, o "UX") sul tuo sito è ottimale e ci sono molte più probabilità che un utente acquisti qualcosa. Anche in questo caso, inoltre, risalterai di più agli occhi dei motori di ricerca.



A close-up photograph of a person's hands holding a dark-colored smartphone. The person is wearing a light blue button-down shirt. The background is blurred, showing what appears to be an office or indoor setting with other people in similar attire.

STEP #5

---

## FATTI SENTIRE DAI TUOI UTENTI

Uno dei valori di un e-commerce è rappresentato dagli **utenti fidelizzati** che sono più propensi a tornare sul sito e acquistare.

Se non lo fai già, utilizza uno strumento gratuito come **Mailchimp** per raccogliere le email dei tuoi visitatori e fatti sentire di tanto in tanto con offerte e news interessanti. Non essere troppo pressante per evitare di finire nello spam - una email ogni 1 o 2 settimane va più che bene - e ricorda sempre di chiedere il consenso dei tuoi utenti prima di conservare i loro dati.

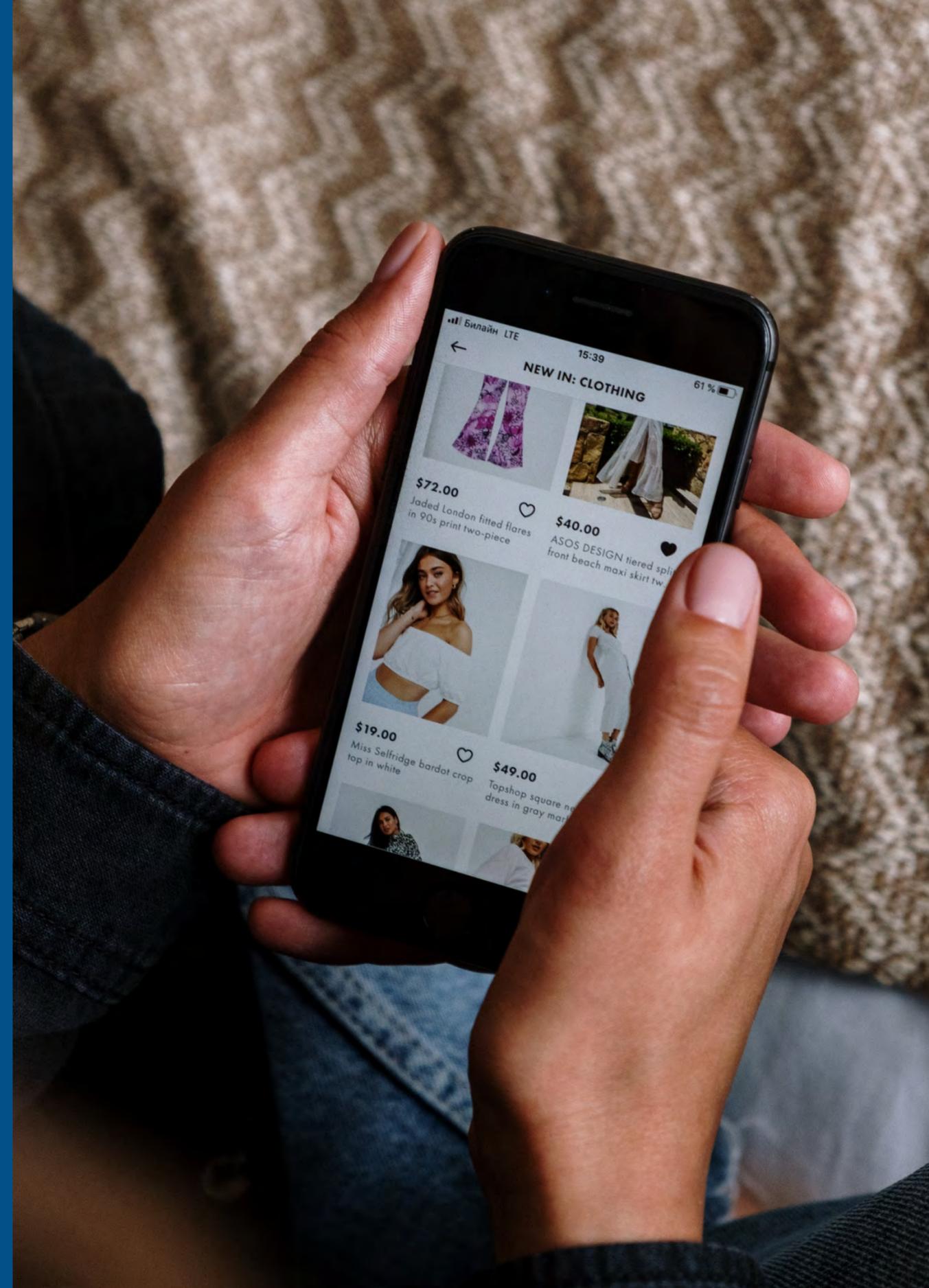
Per installare il modulo di registrazione sul tuo e-commerce, cerca su Google il nome della tua piattaforma preceduto da "integrazione Mailchimp", ad esempio: "**Integrazione Mailchimp Shopify**". Troverai tanti strumenti gratuiti e facili da installare.

STEP #6

## CARICA FOTO DI ALTA QUALITÀ PER I TUOI PRODOTTI

Moltissimi e-commerce perdono tantissimo potenziale soltanto perché le foto dei loro prodotti **non sono abbastanza accattivanti**, portando i visitatori ad abbandonare il sito.

Se puoi farlo, chiedi l'aiuto di un **professionista** per le foto dei tuoi prodotti. Se questo non è possibile, utilizza uno smartphone con una buona fotocamera e cerca di mantenere una certa **coerenza tra tutte le foto**, ad esempio utilizzando **sempre lo stesso sfondo** e le **stesse angolazioni** per tutti i prodotti.





STEP #7

---

## PUNTA ALLA SOCIAL PROOF

Come vengono percepiti i tuoi prodotti o servizi da parte dell'utenza? Al giorno d'oggi, puntare sulla **social proof** - ossia la riprova sociale che ciò che vendi è apprezzato dal pubblico - è diventato un fattore imprescindibile per ogni e-commerce che si rispetti.

Non limitarti soltanto a costruire una vetrina dove mostrare i tuoi prodotti, ma sii presente sui social e rimani a stretto contatto con i tuoi acquirenti e ascolta il loro feedback.

Conquistando la fiducia della tua utenza, potrai **creare una community** e ottenere preziose **recensioni** che contribuiranno a migliorare la tua **brand awareness**, oltre che raggiungere **influencer e personalità di spicco** che daranno ancora più visibilità al tuo e-commerce.

STEP #8

## RAGIONA IN BASE AL TUO TARGET (OVUNQUE ESSO SIA)

L'internazionalizzazione non è più così irraggiungibile per un e-commerce come lo era tanti anni fa, ma è importante essere consapevoli che per fare questo passo bisogna prima studiare con dovizia il mercato di riferimento.

Il pubblico inglese, ad esempio, ha un modo di pensare e dei gusti molto differenti da quello italiano. Non c'è garanzia, quindi, che un'azione di marketing che ha funzionato bene in Italia abbia gli stessi risultati anche in Inghilterra.

Se credi che questa sia la giusta strada da seguire, fai le dovute **ricerche sul mercato** in cui vuoi lanciarti o **affidati a un'azienda già presente sul territorio**, che potrà risparmiarti tanti errori, tempo e denaro.





ITALIAN CHAMBER OF COMMERCE  
AND INDUSTRY FOR THE UK

London, Manchester, Glasgow & Edinburgh

## COME POSSIAMO AIUTARTI?

La Camera di Commercio e Industria Italiana nel Regno Unito ha siglato un accordo con dei partner selezionati per l'erogazione di servizi digital, grazie al quale è possibile godere di **sconti esclusivi sui servizi** e di una consulenza introduttiva (del valore di £100.00) completamente gratuita.

Tra i vari servizi, possiamo aiutarti con la **creazione e l'ottimizzazione** del tuo e-commerce e con la diffusione dei tuoi prodotti per ottenere **recensioni, iscritti** e farli **pubblicizzare da numerosi micro-influencer**.

PER MAGGIORI INFORMAZIONI, SCRIVI A  
**DIGITAL@ITALCHAMIND.ORG.UK**