

# I 5 Segreti per Generare Vendite Online con le Recensioni Certificate



# Introduzione

Se stai leggendo questo eBook probabilmente è perché hai un eCommerce e non sei pienamente soddisfatto dei risultati che stai ottenendo, ma non avere paura, ad ogni problema c'è una soluzione e anche in questo caso ti daremo dei consigli preziosi, che ti aiuteranno a raggiungere i tuoi obiettivi.

Sicuramente il primo passo per generare vendite online è **aumentare il Tasso di Conversione**, per questo vogliamo parlarne, mostrandoti delle tattiche da adottare per migliorarlo. Ma sai già di cosa si tratta?

Si tratta del numero (espresso in percentuale) di persone che, in un determinato periodo di tempo, visitano il tuo sito e compiono un'azione da te desiderata, ad esempio l'acquisto tanto desiderato da tutti noi!



Quando si parla di conversion rate, quindi di tasso di conversione, i visitatori che contano sono solo i visitatori unici: non si parla dunque del numero di visite in generale, ma della singola persona – o indirizzo IP – approdata sul tuo eShop. Se vuoi calcolarlo devi utilizzare la formula ben specifica sotto indicata:

## **Conversion Rate Formula**

$$(N^{\circ} \text{ conversioni} / N^{\circ} \text{ visitatori unici}) \times 100 = \text{Conversion Rate \%}$$

Questa misura è un indice del comportamento degli utenti, dell'efficacia di una campagna pubblicitaria e, più in generale, dell'efficienza del tuo sito.

## Ti piacerebbe migliorare il tasso di conversione del tuo eShop e guadagnare di più?

Continua a leggere la guida e metti in pratica tutti i consigli proposti!

Le recensioni dei clienti hanno un ruolo fondamentale nel miglioramento del tasso di conversione!

Probabilmente hai già pensato alle opinioni relative ai tuoi prodotti/servizi, ma forse non ti sei concentrato abbastanza sulle recensioni riguardanti il tuo eShop. Un ottimo modo per aumentare il tuo Conversion Rate è proprio quello di gestire al meglio le recensioni, avendo la capacità di aumentare i tuoi guadagni fino al 95%.

## **Per Brian Halligan (CEO e Co-fondatore di Hubspot) se un eShop passa da zero a una sola recensione di almeno 4,2 stelle migliora il Conversion Rate di circa il 20%**

Pensa dunque a quanto potrebbe migliorare il tuo tasso di conversione se solo iniziassi a ricevere tantissime recensioni.

Come fare?

Beh, invitare i clienti a recensire potrebbe sembrarti un'impresa da titani se pensi di farlo manualmente.

Ma noi abbiamo la soluzione: usare i servizi di [Business.eShoppingAdvisor.com](https://www.businesseshoppingadvisor.com) e sfruttare il sistema di invito automatizzato!

Ogni cliente riceverà automaticamente una mail o un SMS post acquisto e potrà recensire il tuo eShop in modo semplice e veloce con relativa validazione e certificazione manuale da parte del team Editor di eShoppingAdvisor.



# I 5 segreti per generare vendite online con le recensioni certificate

È arrivato il momento di svelarti i 5 segreti per generare vendite online con le recensioni certificate. I consigli che ti daremo, se applicati nel modo giusto e con costanza, potranno portarti dei risultati che finalmente riusciranno a soddisfarti, e quindi davvero in grado di fare la differenza.

Sei pronto? Cominciamo subito...

## 1) Badge Recensioni: come usarli per aumentare la conversione

Un importante manifesto del Marketing sostiene che i mercati stessi siano conversazioni. Ciò che puoi fare per vivere al loro interno e gestire un business di successo è utilizzare le conversazioni a tuo favore.

Raccogliere recensioni certificate e ottenere un'eccellente reputazione non è infatti un'azione fine a se stessa. Utilizzando al meglio i badge di esposizione della valutazione ottenuta potrai incrementare il tasso di conversione del tuo eCommerce e le tue vendite del 15%.

Ma con quali badge? Grazie ai Badge di eShoppingAdvisor.

Continua a leggere questa guida...

### **Tasso di conversione: perché inserire i badge di valutazione nel tuo eCommerce**

Secondo un'indagine di Bilendi, oltre il 90% degli acquirenti italiani legge recensioni e opinioni di altri utenti.

I tassi di lettura delle recensioni sono sempre più alti, confermando la loro rilevanza come leva all'acquisto.

In quest'ottica, ogni recensione diventa un canale di comunicazione fondamentale che non puoi fare a meno di presidiare in modo intelligente e consapevole.



90%

Attraverso la valutazione ottenuta su portali come eShoppingAdvisor potrai infatti comunicare:

- il valore del tuo servizio, presentandoti come leader di categoria per reputazione;
- massima trasparenza e capacità di ascolto nei confronti dei tuoi clienti;
- credibilità e professionalità nell'assicurare un servizio puntuale e serio.

Il tasso di conversione del tuo eCommerce sarà inoltre potenziato dall'incontro tra i contenuti presenti sul tuo sito e le parole chiave più cercate dagli utenti.

Una ricerca di Moz sulle keyword identifica tra le ricerche più frequenti che puoi monitorare e sfruttare a tuo vantaggio sono:

- migliore sito per [nome prodotto]
- [nome prodotto] recensioni
- confronti [nome prodotto]
- qual è il miglior [nome prodotto]
- siti affidabili di [nome prodotto]

Inserire all'interno del tuo eCommerce un badge espositivo della valutazione può dunque migliorare la SEO e la web reputation, rassicurando nuovi potenziali clienti sulla qualità del tuo eCommerce e aumentando le probabilità di acquisirli.

### **Badge Dinamici: i migliori consigli di utilizzo**

L'esposizione della valutazione ottenuta, quindi, miglior il tuo tasso di conversione, attirando nuovi clienti e aumenta il carrello medio per ogni utente. Trovi tutti i badge a tua disposizione su eShoppingAdvisor all'interno della tua [Area Riservata](#), nella sezione 'Esponi le Recensioni -> Badge dinamico'.

## **Ma come puoi inserirli?**

Continua a leggere questa guida...



Ti basterà copiare il codice dei badge che preferisci e incollarlo all'interno del layout grafico del tuo sito.

La valutazione presente sul badge si aggiornerà in automatico alla ricezione di ogni singola recensione. Ecco le **posizioni più strategiche** per migliorare il tasso di conversione:

- homepage;
- header;
- footer;
- pagina carrello;
- pagina checkout;
- schede prodotto.

Nella tua Area Riservata avrai modo di accedere a un'ampia raccolta di **badge adatti a ogni esigenza** grafica e commerciale.

Clicca su 'Visualizza raccolta' sotto ogni categoria per avere accesso alla raccolta completa e di scegliere se visualizzare la versione a colori oppure quella trasparente in base al layout del tuo sito.

Vediamo insieme alcuni dei nuovi badge eShoppingAdvisor che ti consigliamo di usare da subito!

### Badge valutazione complessiva



Scegli uno di questi badge per un risultato semplice e diretto che mostrerà la valutazione complessiva e il numero di recensioni certificate ottenute.

Il consiglio del nostro esperto UI/UX: inserisci questo badge all'interno del footer del tuo e-commerce per fare in modo che compaia in modo non invasivo in tutte le pagine visitate dall'utente.

### Badge con recensioni utenti verticali e orizzontali



Questi badge includeranno la valutazione complessiva, il numero di recensioni e le ultime recensioni dei tuoi clienti. Scegli quante visualizzarne, lo scroll semiautomatico farà il resto. I badge che mostrano le recensioni ti aiutano a migliorare la SERP (includono infatti UGC, contenuti generati dagli utenti)! Inserisci i badge verticali alle estremità delle pagine del tuo sito e quelli orizzontali nella parte superiore, centrale o inferiore delle pagine del tuo sito per un risultato eccellente.

## Badge minimal

4.7 Ottimo  

Raccolta di badge che espongono soltanto la valutazione complessiva dell'e-commerce, semplici e non invasivi, da inserire nell'header o nel footer del tuo sito web.

## Altri badge

Utilizza questi badge per una soluzione elegante, moderna e di poco ingombro adatta a migliorare la tua web reputation.

## 2) Creare DEM e Newsletter strategiche sfruttando le recensioni lasciate dai clienti

L'email marketing è indispensabile per fidelizzare i clienti e incrementare le vendite, e probabilmente ti stai chiedendo come creare newsletter efficaci (specialmente quando le idee scarseggiano). Non preoccuparti. Dopo aver letto questa guida saprai sempre cosa scrivere sulle tue newsletter: ti basterà utilizzare le recensioni del tuo negozio su [eShoppingAdvisor.com](https://www.eshoppingadvisor.com)!

Oltre ad aver trovato un secondo metodo per aumentare le vendite tramite le recensioni, potrai quindi dire addio al blocco dello scrittore e dare il benvenuto a dei contenuti utili ed interessanti per i tuoi clienti.

Ma prima...

Ecco le migliori indicazioni per scrivere newsletter di successo.

- **Non dare false aspettative:** se nell'oggetto della mail prometti qualcosa, i clienti dovranno trovarlo durante la lettura.
- **Evita contenuti troppo lunghi:** meglio un testo breve ma conciso che un testo prolisso.
- **Scrivi contenuti di qualità** (evitando come la peste lo spam) ed allo stesso tempo attrattivi per i clienti. Nel testo della mail nulla dovrebbe essere lasciato al caso.



- Fai in modo che la newsletter sia semplice da leggere. Evita termini sofisticati e parole troppo lunghe, ma soprattutto inserisci uno spazio ogni tot righe (meglio se ogni due/tre).
- Invia ai tuoi lettori un piccolo regalo (per esempio uno sconto, un ebook, un video...).
- Carica (almeno) una bella immagine. È inoltre importante che sia pertinente con i contenuti della newsletter.
- Inserisci link e CTA verso prodotti/servizi, agli articoli del tuo blog aziendale o ad una landing page.

A questo proposito, eccoti subito 3 esempi di newsletter. Li abbiamo elaborati noi stessi, utilizzando le recensioni lasciate dai clienti soddisfatti proprio su eShoppingAdvisor.

## Esempio #1

manidifata.it ✓



**Silvy**  
2 recensioni

### Più che soddisfatta

**5.0** Eccellente

Ho ordinato sia riviste che schemi e mi sono trovata benissimo . Ho potuto usufruire di uno sconto offerto via e-mail che mi ha permesso di acquistare un paio di riviste in più .Pochissimi giorni dall'ordine online alla consegna a casa . Mi ritengo assolutamente soddisfatta

5.0 Chiarezza sito web

5.0 Consegna/reso

5.0 Valutazione prodotto/servizio

5.0 Assistenza clienti

5.0 Servizio di pagamento

5.0 Lo consiglieresti a qualcuno



#### Risposta di manidifata.it

*Grazie di cuore Silvy!! La aspettiamo presto online ;) tantissime novità in arrivo!!*

“Ho ordinato sia riviste che schemi e mi sono trovata benissimo. Ho potuto usufruire di uno sconto offerto via e-mail che mi ha permesso di acquistare un paio di riviste in più. Pochissimi giorni dall'ordine online alla consegna a casa. Mi ritengo assolutamente soddisfatta.”

Possiamo utilizzare il testo per scrivere il contenuto di una newsletter. Ecco un esempio:

Ciao Maria!

Non vedi l'ora di affinare le tue **tecniche di ricamo** ed i tuoi lavori all'uncinetto o a maglia?

**Cosa aspetti?** Non lasciarti scappare questo codice sconto del **10%**, grazie al quale potrai acquistare numerose riviste ad un piccolo prezzo.

Devi solo inserire

**COD-10**

nell'apposita sezione e completare l'ordine: la spedizione ti sarà recapitata in **pochissimi giorni**.

**Buoni acquisti da Canetta //  
Mani di Fata**

## Esempio #2



**Martina**

1 recensione



Nuovo utente

Condividi

### Tutto perfetto

**5.0 Eccellente** Scritta il 8 Dicembre 2018

Ottimi prodotti ma soprattutto vale la pena sottolineare la cura e l'attenzione di questa ditta che esporta un po' di tradizione siciliana. Le loro risposte e i loro interventi sono sempre tempestivi e risolutivi. È un piacere portare i loro prodotti sulle nostre tavole! Ormai cliente affezionata

5.0 Chiarezza sito web

5.0 Valutazione prodotto/servizio

5.0 Servizio di pagamento

5.0 Consegna/reso

5.0 Assistenza clienti

5.0 Lo consiglieresti a qualcuno



### Risposta di bottegasicana.com

*Grazie Martina! Che meraviglia leggere la tua recensione. Ti ringraziamo e ti mandiamo un forte abbraccio <3*

“Ottimi prodotti ma soprattutto vale la pena sottolineare la cura e l'attenzione di questa ditta che esporta un po' di tradizione siciliana. Le loro risposte e i loro interventi sono sempre tempestivi e risolutivi. È un piacere portare i loro prodotti sulle nostre tavole! Ormai cliente affezionata.”

Ecco come potresti elaborare una recensione di questo genere per scrivere una newsletter efficace:

Ciao Alessio!

Noi di **Bottega Sicana** ti offriamo prodotti tipici della tradizione siciliana, sempre freschi e genuini.

E quando diciamo freschezza parliamo sul serio! La cura e l'attenzione per il nostro lavoro e quello degli artigiani ci hanno infatti spinto ad adottare una particolare modalità di spedizione: **ogni prodotto che sceglierai ti verrà inviato direttamente dal produttore.**

Hai già servito i prodotti dei nostri **artigiani** sulla tua tavola?

**Clicca qui** per scoprire le ultime novità ed utilizza il codice **TEST5** per ricevere uno sconto del 5% sul tuo prossimo acquisto!

### Esempio #3



**Heidi**

1 recensione

## Si affidano ad artigiani ciascuno con la sua specialità

**4.3** Ottimo

Si affidano ad artigiani, ciascuno con la sua specialità e quindi i prodotti sono d'eccellenza. La spedizione è un po' cara, specie se si acquista prodotti di più artigiani, ma è valida per imballaggio e tempi. In particolare, ho acquistato il kit di cannoli senza glutine, faceva molto caldo a fine giugno e temevo che la ricotta arrivasse avariata, invece, con la spedizione refrigerata, tutto bene e tutto buonissimo, non si avverte la differenza tra il cannolo senza glutine e quello normale.

4.0 Chiarezza sito web

4.0 Consegna/reso

5.0 Valutazione prodotto/servizio

4.0 Assistenza clienti

4.0 Servizio di pagamento

5.0 Lo consiglieresti a qualcuno



Questa è un'altra recensione lasciata al negozio bottegasicana.com:

“Si affidano ad artigiani ciascuno con la sua specialità e quindi i prodotti sono d'eccellenza. La spedizione è un po' cara, specie se si acquista prodotti di più artigiani, ma è valida per imballaggio e tempi. In particolare ho acquistato il kit di cannoli senza glutine, faceva molto caldo a fine giugno e temevo che la ricotta arrivasse avariata. Invece con la **spedizione refrigerata** tutto bene e tutto buonissimo. Non si avverte la differenza tra il cannolo senza glutine e quello normale.”

Ecco come possiamo elaborarla:

**Ciao Roberto!**

Hai già provato la nostra selezione di prodotti **senza glutine?**

I più apprezzati dai nostri clienti sono senza dubbio i **cannoli siciliani**: ci hanno riferito di non trovare differenze tra il cannolo classico e la versione gluten free! Non lasciarteli scappare!

E se hai paura di ordinare la merce fresca, ti diamo subito **3 validi motivi** per fartela passare:

- il trasporto refrigerato
- le confezioni salvafreschezza
- i prodotti freschissimi che ti vengono recapitati direttamente dal produttore

**Cosa aspetti?**

Porta subito la tradizione siciliana sulla tua tavola, o fai un regalo speciale ai tuoi cari.

Le valutazioni ti danno degli ottimi spunti per scrivere newsletter efficaci ed originali.

Puntare sulle qualità apprezzate dai tuoi clienti è un'ottima strategia di email marketing: provare per credere!

## 3) Recensioni, Rich Snippet & SEO

Tutti gli eCommerce vogliono [ottenere maggiore visibilità su Google](#) e, di conseguenza, vendere di più. Non è di certo un segreto! E se ti diciamo che la SEO è diventata un fattore importantissimo per le [strategie di marketing aziendali](#), probabilmente non ti sorprenderai. Infatti le best practices della Search Engine Optimization, come la [Link building](#), portano il tuo sito ad una maggiore popolarità, aumentano il traffico e quindi le vendite.

Se però le nozioni di base dell'ottimizzazione sono note ai più, molti però non sanno che ogni [consulente seo](#) che si rispetti non può far altro che suggerire l'utilizzo delle recensioni online come strumento utile al miglioramento del posizionamento.

Sfruttarle al meglio permette agli shop online di:

- Ottenere buone posizioni nelle SERP, ovvero le pagine dei risultati di ricerca
- Migliorare i guadagni
- Affermare la brand awareness
- Accrescere la reputazione sul web e guadagnare fiducia online

Ed è molto più semplice di quanto potresti pensare!

### **SEO, recensioni e guadagni: qual è la correlazione tra loro?**

A caccia di scarpe nuove? Cerchiamo su Google.

Regali di Natale? Proviamo a vedere su Google.

Nuovi elettrodomestici? Affidiamoci a Google!

Di conseguenza gli eCommerce ben posizionati sulle SERP di Google risultano i più sicuri. Nello specifico gli utenti tendono a fidarsi maggiormente dei primi 5 risultati, in quanto fanno – spesso solo inconsciamente – che sono i più pertinenti alle loro domande.



Per questo motivo primario è importante che il tuo eshop ottenga un buon posizionamento per delle determinate keywords!

A tal proposito ti consigliamo di scalare verso l'alto le pagine dei risultati attraverso le recensioni. Analizziamo ciò che puoi fare, in ottica SEO e posizionamento, con l'iscrizione ad eShoppingAdvisor.com:

- **Ottenere backlink** (ovvero link in ingresso verso il tuo sito): una volta registrato ai nostri servizi linkeremo più volte il tuo e-commerce sulla scheda dedicata;
- **Raccogliere recensioni certificate** (e quindi autentiche), grazie all'invio di mail e SMS automatici ai clienti;
- **Implementare un widget interattivo** sulla home del tuo eshop. Grazie a questo elemento i visitatori possono verificare immediatamente l'affidabilità del negozio.
- **Utilizzare Rich Snippet**. Si tratta di codici HTML che si inseriscono sulle pagine del tuo sito, utili ad informare Google riguardo i contenuti e gli argomenti trattati. Sulle SERP non viene mostrato il codice: gli utenti vedono il punteggio relativo al tuo sito (le classiche stelline) che accompagna il title e la meta description della pagina.

Tutte queste azioni sono gradite sia dagli utenti che da Google: permettono al motore di ricerca di comprendere meglio le tematiche del tuo sito e posizionarlo adeguatamente sulle pagine dei risultati. Ora concentriamoci sull'utilizzo dei Rich Snippet.

## **Recensioni su eShoppingAdvisor e Rich Snippet SEO**

Come hai potuto leggere nel precedente paragrafo, i Rich Snippet aiutano Google a comprendere meglio il tuo sito. Inoltre è dimostrato che le pagine impreziosite da questi elementi ottengono più clic rispetto a quelle che non li contengono. Le persone sono generalmente attratte dal **segnale visivo** che dà una valutazione a **5 stelle**. E se un e-commerce è ben recensito da tantissime persone e mostra una buona valutazione su Google è molto probabile che acquisisca sempre più clienti.



Ti stai forse chiedendo perché? In questi casi comanda il principio della riprova sociale, ovvero la tendenza delle persone ad imitare ciò che fa (o non fa) la massa. Se un eShop è apprezzato dai più e possiede numerose recensioni, allora è affidabile. Se è poco conosciuto o possiede tante recensioni negative, allora è da evitare.

Inoltre i feedback scritti su un sito esterno all'azienda sono considerate molto più credibili. Infatti è semplice mettere in dubbio le affermazioni fatte dallo stesso e-commerce, e pensare che le recensioni lasciate sullo stesso sito siano pilotate.

È molto difficile, invece, contestare le recensioni scritte da persone reali e raccolte su una piattaforma indipendente come eShoppingAdvisor.com. A proposito di Rich Snippet... Ecco cosa trovi sulle SERP, in prima posizione, se cerchi "mani di fata recensioni":

mani di fata recensioni

<https://www.eshoppingadvisor.com> > Arredamento ▾

**Mani Di Fata - Recensioni manidifata.it - eShoppingAdvisor.com**

manidifata.it ha un punteggio basato su 998 opinioni. Leggi tutte le **recensioni** su **Mani Di Fata**, scopri prodotti e coupon sconto.

★★★★★ Valutazione: 4,6 · 998 recensioni

manidifata.it è, come avrai già immaginato, un eShop iscritto ai nostri servizi, e i Rich Snippet sono proprio le stelline che compaiono tra l'URL della pagina e la meta descrizione. La registrazione ad eShoppingAdvisor potenzia davvero la SEO! A prova di questa affermazione puoi leggere "[Intervista agli ecommerce: parla Andrea Nardini, Digital Marketing Manager di Mani di Fata](#)", nel quale ti mostriamo anche i dati Google Analytics dell'azienda.

### **Utilizza le recensioni per dare una marcia in più alla SEO!**

Se stai già offrendo un ottimo servizio ai tuoi clienti ma non stai incoraggiando le persone a scrivere recensioni, probabilmente stai perdendo una grossa occasione di guadagno.



Invitare i clienti a condividere qualche parola sulla loro esperienza, indirizzandoli alle piattaforme di recensioni come [eShoppingAdvisor.com](http://eShoppingAdvisor.com), può infatti fare molto per il tuo e-commerce.

Tra tutti i benefici che puoi ricavarne ti permette di migliorare la SEO del tuo sito, ottenendo più visite e maggiore fiducia rispetto alla concorrenza.

I Rich Snippet sono stati ideati e disegnati proprio per aiutare gli utenti a prendere la giusta decisione prima di cliccare. Ed ecco perché ci sta a cuore spiegarvi gli elementi più importanti che ogni buon eshop deve tenere in giusta considerazione.

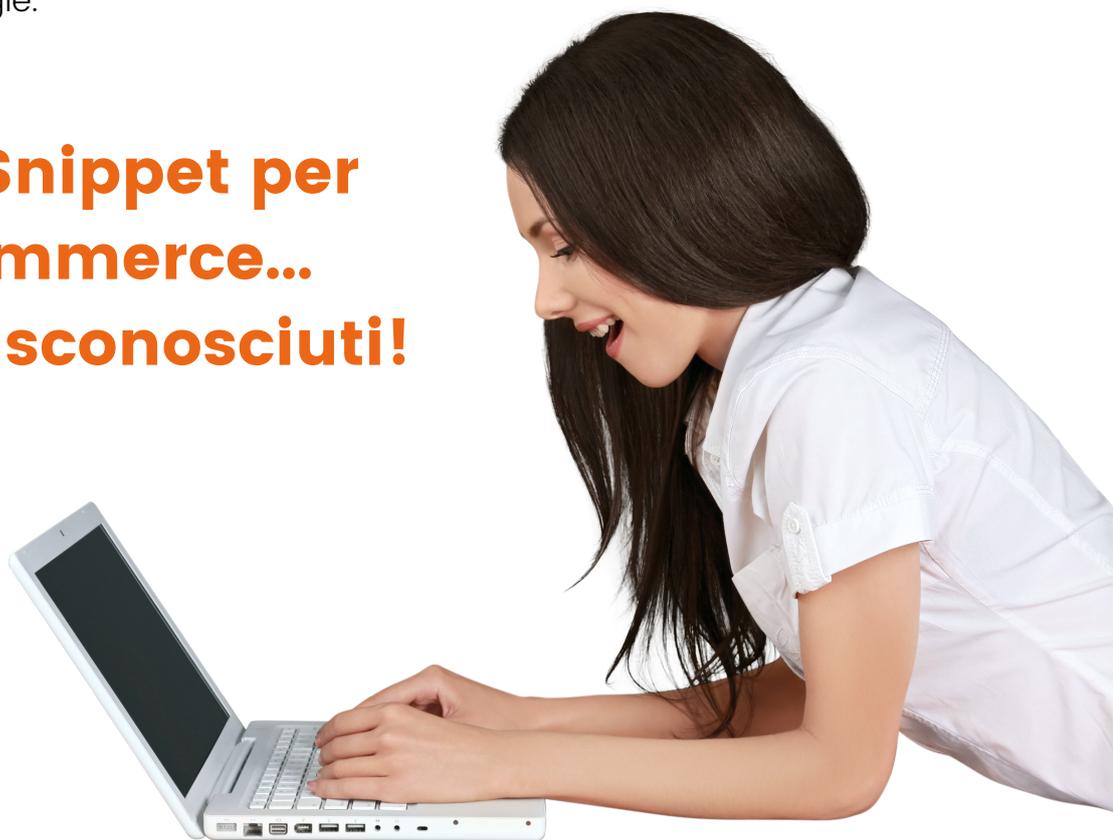
**Se hai un ecommerce dovresti dunque abituarti a pensare in termini di Click-Through-Rate (CTR, in italiano “percentuale di click”) e di Snippet. Meglio ancora di Rich Snippet.**

Il CTR altro non è che il rapporto tra click e impression; in parole povere, indica quante volte l'annuncio è stato cliccato rispetto a quante volte è stato visualizzato ed è la cartina di tornasole del vostro messaggio.

È possibile calcolarlo dividendo il totale di click registrati per il numero di impressioni, moltiplicando poi la cifra ottenuta per 100 e ottenendo così una percentuale.

Un alto valore di CTR dimostra che il messaggio che proponi è in tema con l'intento dell'utente; o meglio, che riesce a portare traffico nel vostro sito e, potenzialmente, di farlo “convertire” in un'azione definita (iscrizione newsletter, registrazione, acquisto ecc). C'è anche un altro aspetto da chiarire; ogni giorno migliaia di addetti ai lavori sudano sette camicie affinché gli eCommerce che gli sono stati affidati godano dei massimi risultati SEO, piazzandosi tra le prime posizioni di Google.

**Rich Snippet per  
eCommerce...  
questi sconosciuti!**



## Cosa sono gli Snippet?

Siamo talmente abituati a vederli ogni giorno che li diamo per scontati. Eppure gli snippet (letteralmente dall'inglese *piece snipped off*, "ritagli") sono quei risultati che visualizziamo sui motori di ricerca composti da un titolo e da una descrizione. Sono letteralmente estrapolati da una pagina web e al momento hanno una lunghezza di oltre 230 caratteri. Non è necessario che siate esperti per individuarli, poiché sono composti da un titolo, dall'URL ([www.nomesito.it](http://www.nomesito.it)) della pagina e dalla descrizione. Il tutto è caratterizzato da uno spazio piuttosto limitato; ognuno di questi tre campi, infatti, possiede un determinato numero di caratteri.

### Ecco per esempio come viene visualizzato dagli utenti uno snippet di eShoppingAdvisor

<https://www.eshoppingadvisor.com> ▾ [Translate this page](#)

#### eShoppingAdvisor | La guida di riferimento per lo shopping ...

Cerca il prodotto che vuoi acquistare, trova il miglior e-commerce, e leggi le recensioni utenti per verificarne l'affidabilità e fare la scelta più sicura.

##### eShoppingAdvisor.com

Ottieni una presenza gratuita sulla più grande guida di riferimento ...

##### Chi siamo

Aiutiamo le persone ad acquistare online in modo sicuro grazie ...

##### Come funziona

Raccogli, Certifica, Rispondi, Esponi e Analizza le recensioni ...

[More results from eshoppingadvisor.com »](#)

##### Piani

Scopri i piani mensili flex e potenzia subito il tuo business ...

##### Blog

Informazioni, consigli e guide per aiutare i consumatori ad ...

##### Il progetto di ...

Vogliamo aiutare le persone a trovare il prodotto che ...

Senza voler approfondire troppo gli aspetti tecnici correlati agli Snippet, ci sembra necessario che un buon gestore di eshop conosca anche il ruolo di questi Snippet "in primo piano", chiamati Featured snippets, che secondo una ricerca del 2015 (Ben Goodsell Reports) riuscirebbero ad aumentare il traffico organico del 677%. Gli Snippet sitelink, in particolare, aiutano gli utenti a visualizzare a colpo d'occhio la struttura del sito, ossia le aree più importanti e i loro relativi link di accesso. Come spiega la stessa pagina di Google Search Console:

"I link mostrati sotto alcuni risultati di ricerca di Google, denominati sitelink, hanno lo scopo di aiutare gli utenti a entrare nel tuo sito. I nostri sistemi analizzano la struttura dei link del tuo sito per trovare scorciatoie che consentano agli utenti di risparmiare tempo e di trovare rapidamente le informazioni che cercano".

## A cosa servono i Rich Snippet?

Lo dice il nome stesso: i Rich Snippet sono informazioni grafiche aggiuntive che arricchiscono l'anteprima del risultato su Google. Lo fanno grazie ad elementi utilissimi al visitatore (e di conseguenza anche al vostro eCommerce). Ed ecco spiegata la presenza nelle SERP, ossia i risultati di ricerca visibili nei motori, delle famigerate stelline e di altri elementi utili al posizionamento sui motori di ricerca. Quando si implementano i micro-dati forniti da Schema.org, il sistema di markup di dati strutturati supportato dai motori di ricerca e prodotto da Google, Yahoo e Microsoft, si ottiene il risultato di comunicare al meglio gli argomenti del vostro sito. Proprio così: i codici di markup permettono di catalogare le pagine al meglio, traendone, appunto, informazioni ricche e di ottimizzazione dei motori di ricerca.

## Cosa viene valorizzato?

**Le recensioni:** I giudizi del pubblico sono una garanzia per qualunque tipologia di clienti e lo sono a maggior ragione per quelli digitali che acquistano negli eShop. Alle recensioni corrispondono le stelline di valutazione e conoscerne il reale numero significa rendersi conto con un solo colpo d'occhio, se il negozio on line ha ottenuto una media – qualunque essa sia- grazie a 4 o a 400 recensioni (che è cosa ben diversa).

**I prezzi:** Conoscere subito il prezzo medio di un servizio assicurato da un eCommerce non è cosa da poco. Al cliente viene evitato un inutile spreco di tempo alla ricerca di tabelle che rimandino almeno al costo medio. Se poi vantate anche dei prezzi particolarmente convenienti, lo strumento potrebbe risultare un utile metro di paragone con il pricing della concorrenza.

**Foto e video:** Se avete un eCommerce di prodotti alimentari gourmet o per clienti attenti alla salute, è probabile che abbiate un blog di ricette che funga da àncora per i contenuti. Una foto del piatto finito, in questo caso può fare una grande differenza. Attenzione però: dopo alcuni test, Google ha deciso di non includere le immagini delle pagine dei prodotti in rich snippet. Esiste però una valida alternativa: [le miniature dei video](#) che evidenzia il sito web in evidenza nella ricerca e comunica agli utenti che potrebbero trovare contenuti interessanti



**Il nominativo dell'autore:** Ossia la firma dell'autore che ha realizzato il contenuto. Conoscere il nome della persona che ha realizzato per il vostro eCommerce un contenuto (un post blog, ad esempio) può fare la differenza.

**Aumentano le stelline, aumentano le recensioni:** Le stelline non sono altro che un sistema di valutazione ottenuto dalla media dei voti ricevuti dagli utenti. Con l'aumento delle stelline aumentano le recensioni su Google o su altri motori di ricerca, e in questa maniera avrete sott'occhio l'indice di gradimento dei visitatori rispetto ad una pagina o ad un articolo; ma nel caso di un eCommerce, anche ad un sistema di vendita di oggetti o servizi.

## 4) Usa le recensioni per recuperare i carrelli abbandonati e aumentare il tasso di conversione

Secondo Baymard Institute, il tasso medio di abbandono del carrello di un e-commerce è pari al 69,57% di tutti i carrelli che gli utenti riempiono quando hanno intenzione di compiere un acquisto. Questo è un dato molto preoccupante, motivato però da alcuni errori che compiono i rivenditori online. Tra i più gravi, troviamo sicuramente il processo di check-out troppo lungo e macchinoso, spese extra non chiare fin da subito, spese di spedizione troppo alte e tanto altro ancora.

Ridurre questa percentuale potrebbe quindi essere una delle maggiori preoccupazioni per te che, come gli altri negozianti online, hai sicuramente l'obiettivo di guadagnare di più a fronte della piena soddisfazione dei tuoi clienti. Se dopo aver effettuato il **calcolo del tasso di abbandono del carrello**, ovvero  $(n^{\circ} \text{ conferma ordine} / n^{\circ} \text{ checkout}) \times 100$ , hai ottenuto un risultato poco piacevole, ti consigliamo di continuare a leggere...

Uno dei modi per recuperare un carrello abbandonato è quello di inviare e-mail (automatiche) di recupero. Chi non conclude l'acquisto, infatti, spesso lo fa per momentanea mancanza di fondi o per dimenticanza. Quindi le mail di recupero carrello potrebbero convogliare nuovamente il suo interesse verso i tuoi prodotti e indurlo, finalmente, a confermare l'ordine.

Il tuo servizio automatizzato di e-mail di recupero potrebbe includere un testo come il seguente:



Hey Matteo, dove sei finito?

Abbiamo notato che di recente hai abbandonato il tuo carrello.

**CONTINUA LO SHOPPING**

I nostri prodotti ti stanno aspettando, ma non potranno farlo per sempre...

Forza, clicca qui e concludi il tuo ordine prima che i prodotti spariscano!

**CONTINUA LO SHOPPING**

Ti raccomandiamo di fare attenzione al bottone [Call to Action](#) (su cui potresti scrivere una CTA come “Continua lo shopping”, “Concludi l’ordine”, “Torna al tuo carrello” etc.). **Non posizionarlo solo alla fine della mail**, perché è possibile che i clienti non lo vedano. Inseriscilo anche al centro del testo, e utilizza dei colori che lo rendano ben visibile. Numerosi utenti abbandonano il carrello senza completare l’acquisto perché non trovano abbastanza recensioni sul tuo eshop oppure non trovano feedback recenti.

Cosa puoi fare per aumentare il tasso di conversione ed abbassare, di conseguenza, quello di abbandono del carrello? Ecco 3 suggerimenti utili:

1. [Iscriviti ad un sito specializzato in recensioni per e-commerce](#), come eShoppingAdvisor.com, per farti conoscere sul web e consolidare brand awareness e reputazione online.
2. [Invita i tuoi clienti](#) (anche quelli passati) [a recensire](#) il tuo negozio. In questo modo le tue recensioni saranno numerose e costantemente aggiornate.
3. Con l’iscrizione alla nostra piattaforma potrai usufruire del **sistema automatico di invito** – post acquisto – sia per i già clienti sia per i clienti futuri. Non dovrai dunque preoccuparti di inviare manualmente ogni richiesta: ci pensa eShoppingAdvisor!
4. **Rispondi sempre alle recensioni dei clienti**, positive o negative che siano. Questo comportamento contribuisce a ridurre la distanza tra consumatore e venditore creata dal web, e a guadagnare [fiducia online](#).

Inoltre puoi unire entrambi i consigli che ti abbiamo appena dato ideando una email indirizzata al cliente che ha abbandonato il carrello, con all'interno la recensione del prodotto che era intenzionato ad acquistare, o semplicemente riguardante un'esperienza di acquisto sul tuo eShop.

**Hey Matteo, dove sei finito?**

**Abbiamo notato che di recente hai abbandonato il tuo carrello.**

**Torna indietro e non rimarrai deluso, te lo assicurano recensioni di clienti proprio come te...**

*"Acquisto sempre da questo shop, i prodotti hanno una qualità impossibile da trovare altrove. Velocità e cortesia, non mi hanno mai deluso, consigliatissimo! -Marta"*

**Forza, clicca qui e concludi il tuo ordine prima che i prodotti spariscano!**

**CONTINUA LO SHOPPING**

L'utente, trovandosi davanti alla riprova sociale, sarà sicuramente più invogliato a tornare al suo carrello, e procedere quindi una volta per tutte con il suo acquisto.



## 5) Trasforma le recensioni in contenuti da condividere sui social media

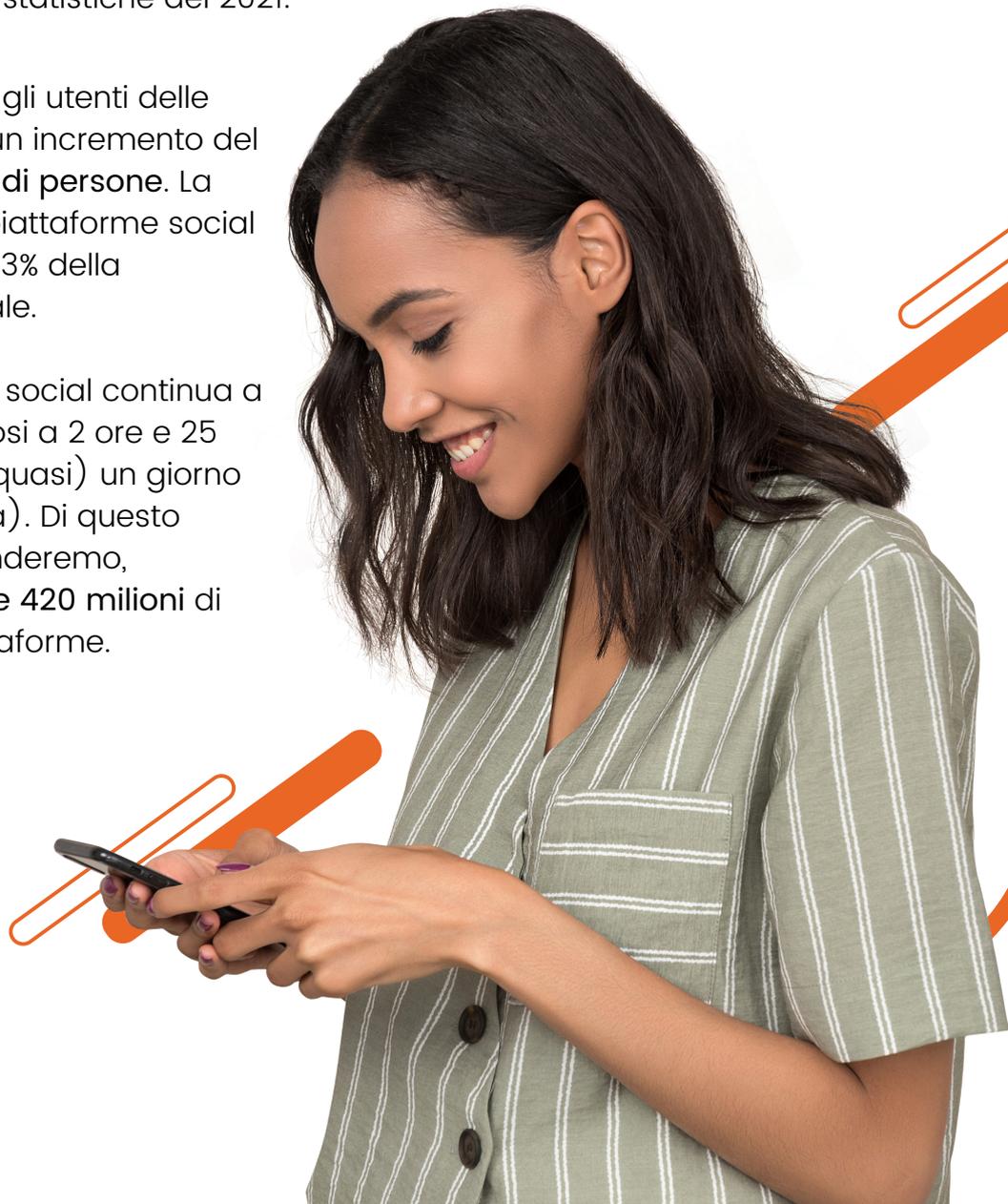
Le recensioni sono un contenuto di altissimo valore, con un potenziale che non andrebbe assolutamente sprecato. I feedback sono quindi materiale perfetto per la creazione di post da pubblicare sui social, che ti aiuteranno a intrattenere il tuo pubblico e allo stesso tempo a costruire un rapporto di fiducia, tra te e i tuoi clienti.

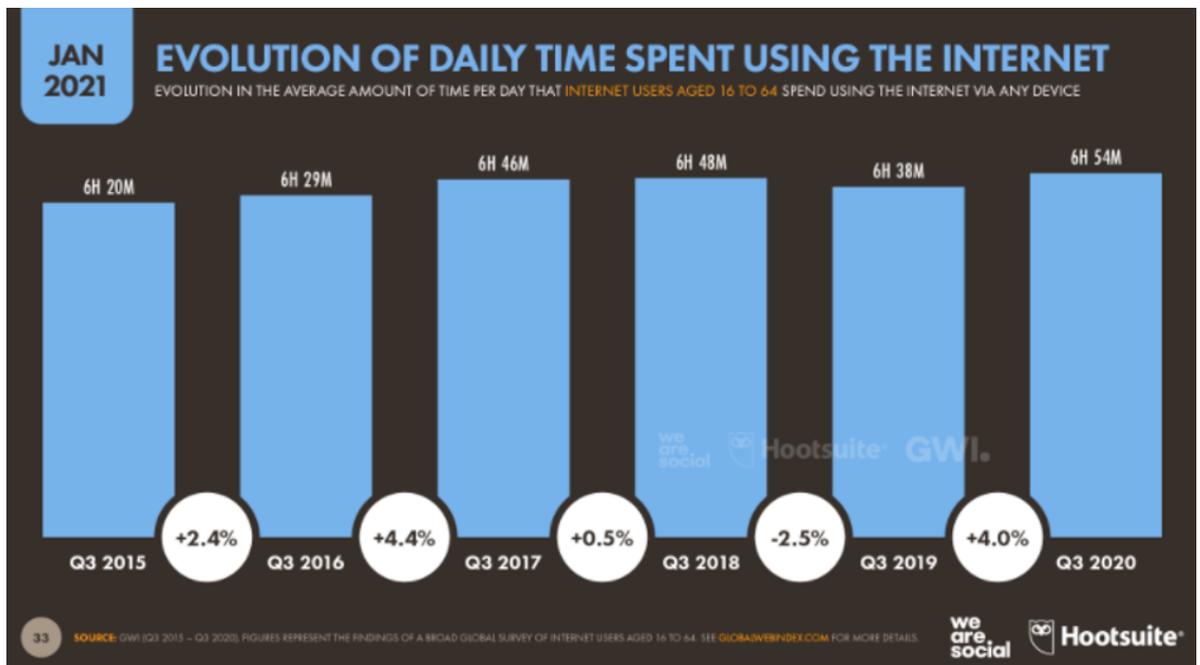
Vediamo perché promuovere recensioni positive dei clienti sui social è così importante, come le recensioni si adattano a varie piattaforme e come incoraggiare i clienti a lasciarne di nuove.

### Perché promuovere recensioni positive sui social è così importante?

Il numero di utenti presenti sui social continua a crescere continuamente. In relazione alle ultime statistiche del 2021:

- Sono 4,20 miliardi gli utenti delle piattaforme social, un incremento del 13%, o di 490 milioni di persone. La penetrazione delle piattaforme social si attesta quindi al 53% della popolazione mondiale.
- Il tempo speso sui social continua a crescere, attestandosi a 2 ore e 25 minuti al giorno, o (quasi) un giorno intero alla settimana). Di questo passo, nel 2021 spenderemo, collettivamente, oltre 420 milioni di anni su queste piattaforme.





Quindi si può dire senza ombra di dubbio che le persone continuano ad usare i social, nonostante la fama non sempre positiva che li precede, e in moltissimi casi ci si approccia alla navigazione online proprio per raccogliere opinioni su prodotti e servizi.

Con un'audience con potenzialità così ricettive, evitare di condividere le recensioni sui tuoi profili sarebbe un'occasione mancata. Svariati questionari dimostrano come gli utenti leggano almeno 10 recensioni online prima di fidarsi di un business.

Condividere le recensioni dei clienti sui social ti aiuterà senza ombra di dubbio ad incrementare la possibilità di attirare nuovi leads e vendite.

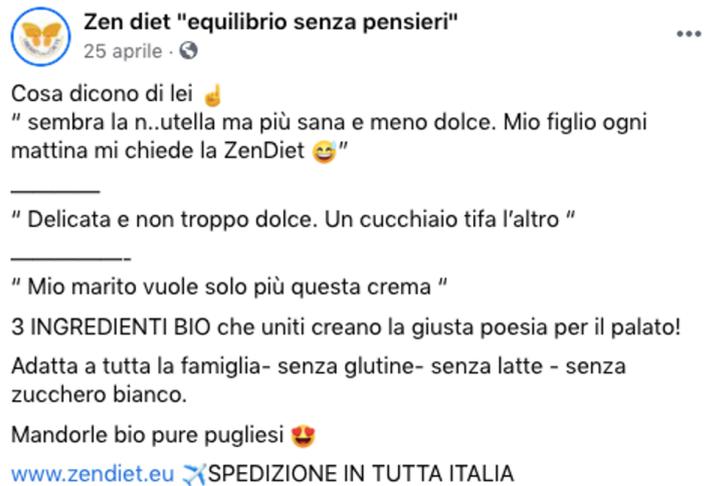
1. Evoluzione negli anni (2015-2020) del tempo passato sui social giornalmente



## Come condividere le recensioni sui social?

### #1 - Sii breve

Non è necessario condividere la recensione di un cliente per intero. Una tra le strategie migliori è quella di scegliere una parte estrapolata dal testo intero e usarla con un titolo accattivante. Se possibile poi, a quel punto, potrai linkare la recensione intera nel testo del tuo post.



### #2 - Usa elementi grafici (immagini, foto e video)

Le parole, da sole, difficilmente riescono a catturare l'attenzione di un utente che naviga sui social. Per questo devi mettere alla prova la tua creatività e usare elementi visivi per promuovere le tue recensioni. Tra la condivisione di foto, immagini, video e screenshot avrai l'imbarazzo della scelta, e più recensioni avrai, più post potrai creare... con pochissimo sforzo! Le foto e video recensioni che i tuoi clienti possono caricare su eShoppingAdvisor sono materiale ottimo da condividere sui social, che in poche parole si alimenta da sé.

In un solo colpo avrai qualcosa che possa intrattenere visivamente, oltre al testo della recensione che ti sarà utile nella scrittura del copy.

Per esempio un post può includere:

- Una citazione del video: "Non dovrò mai più preoccuparmi di problemi tecnici..."
- Il link della video recensione completa, o il video stesso embeddato, così che l'utente possa guardarlo subito per intero;
- Per quanto riguarda una foto puoi includere una grafica minimalistica con la trascrizione della recensione, oppure uno screenshot della recensione vera e propria.



### #3 - Ringrazia i clienti per le loro recensioni

Vuoi incoraggiare altri clienti a condividere un feedback sul tuo prodotto o servizio? Il miglior modo per farlo è ringraziare chi lo ha già fatto per aver dedicato il suo tempo a scrivere una recensione. Dire grazie ai tuoi clienti dimostra che leggi, e ovviamente apprezzi, ogni commento che ricevi.

#### Qualità

**4.0 Molto buono** Scritta il 15 Luglio 2021

Un olio di qualità, come anche gli altri prodotti alimentari che offrite.

4.0 Chiarezza sito web

4.0 Consegna/reso

4.0 Valutazione prodotto/servizio

4.0 Assistenza clienti

4.0 Servizio di pagamento

4.0 Lo consiglieresti a qualcuno



#### Risposta di bottegasicana.com

*Ciao Marc, grazie per la recensione. Ci fa piacere sapere che il buon olio siciliano è stato di tuo gradimento. Alla prossima!*

### #4 - Condividi i post dei tuoi clienti

Tieni d'occhio costantemente i tuoi account social per rimanere aggiornato con i commenti che i clienti scrivono direttamente sotto ai tuoi post. Puoi ricondividere direttamente i loro commenti all'interno della stessa piattaforma in modo tale che più persone vedano subito i feedback positivi.

Su Instagram, puoi approfittare delle Storie per compiere quest'azione di ricondivisione; l'opzione "Condividi il post nelle storie" ti permette di usare i post come sticker da usare nella storia, includendo direttamente il nome dell'utente. Instagram ti permette di condividere anche le menzioni nelle Storie. Quando un utente ti menziona all'interno di una sua storia, riceverai direttamente una notifica. A questo punto potrai ricondividere il suo contenuto così com'è.



## #5 - Includi le recensioni dei clienti nel tuo piano editoriale

In un calendario editoriale l'equilibrio è una caratteristica fondamentale. Troppe recensioni potrebbero scatenare un effetto contrario, e addirittura allontanare potenziali clienti, probabilmente interessati ad altri contenuti. Nell'organizzazione del piano editoriale ricorda di alternare equamente recensioni insieme ad altri contenuti. Combina i ringraziamenti con le condivisioni e crea il giusto mix per i tuoi clienti.

**TUTTOINOX**  
SHOP

**Giancarlo** **5.0** **ECCELLENTE**

**ACCIAIO INOX MAI COSÌ PERFETTO:**  
sono contento che ho trovato un sito che manda  
quello che uno ordina alla perfezione!

★★★★★

5.0 Chiarezza sito web	5.0 Consegna/reso
5.0 Valutazione prodotto/servizio	5.0 Assistenza clienti
5.0 Servizio di pagamento	5.0 Lo consiglieresti a qualcuno

 **Forti come la tua passione**  
su [tuttoinoxshop.com](http://tuttoinoxshop.com)

## Come incoraggiare i clienti a lasciare recensioni

Ora che sai come promuovere le recensioni sui social media, parliamo di come puoi fare per incoraggiare i tuoi clienti a lasciare un feedback. La buona notizia è che l'86% dei clienti, sotto richiesta, considererà di scrivere davvero una recensione.

### Indirizza i tuoi clienti su eShoppingAdvisor

Ora che hai deciso di iscriverti su eShoppingAdvisor puoi sfruttare le sue funzionalità per raccogliere le recensioni e invitare, in modo automatico tramite email, i tuoi clienti a rilasciarne di nuove, appena ricevuto l'ordine dal tuo eCommerce. Il fatto che la richiesta di recensione venga inviata con questo tempismo, inoltre, è davvero cruciale.

In conclusione, condividere le recensioni sui social media è un ottimo modo di costruire la fiducia nel tuo pubblico.

# POTENZIA OGGI STESSO CREDIBILITÀ, VISIBILITÀ E VENDITE

Con i servizi business avanzati puoi dare una reale spinta al tuo eCommerce



In regalo per te che hai letto il nostro eBook



- 2 mesi di servizi avanzati GRATUITI
- Percorso di crescita reputazionale per il tuo eCommerce
- Consulenza gratuita da un consulente specializzato

RISCATTA ORA I TUOI  
BONUS SPECIALI

