

Feedback degli utenti.

Come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?





Feedback degli utenti: come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?

Indice

p.3 Introduzione

p.5 L'importanza dei feedback

p.7 Le migliori domande per raccogliere feedback dai tuoi utenti

p.13 Altri possibili quesiti da considerare per la raccolta di feedback

p.15 **Conclusione**





Introduzione

Ti è mai capitato di parlare con un amico e scoprire su di lui qualcosa di totalmente inaspettato? O meglio, qualcosa che avresti dovuto sapere ma che hai ignorato?

Questo esempio può essere contestualizzato anche nel rapporto tra **utente** e **brand**, e la conversazione verte su un eCommerce. Per evitare di compiere scelte errate è **fondamentale raccogliere più informazioni possibili** sul potenziale cliente, al fine di offrire **un'esperienza d'acquisto unica** e in linea con specifiche esigenze.

Infatti, cogliere bisogni e capire i meccanismi che influenzano il **comportamento d'acquisto di uno specifico target** consente di proporre un'offerta che non potrà essere rifiutata in quanto rappresenta la miglior soluzione a uno specifico problema.

Un approccio di business di successo deve porre quindi al centro l'utente (customer centric). Infatti, se un brand è in grado di generare un flusso di passaparola positivo otterrà un enorme vantaggio competitivo. Sappiamo tutti bene, per esperienza diretta, che solo quando si è molto soddisfatti, o insoddisfatti, si tende a parlare di quello che si è sperimentato con un acquisto, o, più in generale, interagendo con l'azienda.



Tutte le esperienze soddisfacenti, ma non eccezionali, non vengono ricordate e non generano passaparola.

L'avere un feedback del cliente è diventato ormai un'esigenza per emergere. Questi aspetti sono dei potenti driver per le vendite, tanto che, ad esempio, **il 61%** dei clienti legge le recensioni online prima di compiere una decisione d'acquisto.

Possiamo dunque ignorarne l'importanza?

Il vantaggio competitivo è sapere chiaramente qual è il problema degli utenti e quali sono i bisogni e le necessità. In questo modo è possibile delineare chiaramente la strada corretta per **migliorare le prestazioni e incrementare le conversioni.**

In questo eBook illustreremo l'importanza dei riscontri degli utenti e presenteremo alcuni quesiti da sottoporre per **intervistare il proprio target.**



L'importanza dei feedback

I feedback degli utenti **sono strumenti essenziali per migliorare le strategie di vendita e incrementare le conversioni del proprio eCommerce**. Infatti, il 63% dei consumatori preferisce comprare da un sito che ha recensioni o feedback (Fonte iPerceptions).

Le recensioni dei consumatori sono decisamente più affidabili, per gli acquirenti (fino a 12 volte in più) rispetto alle descrizioni che arrivano dai produttori (Fonte eMarketer).

E se i feedback fossero negativi?

Prima di tutto è importante sottolineare che avere solo recensioni o riscontri positivi può minare alla credibilità dell'eCommerce. Infatti, sempre secondo le stime di Reevoo.com, il 68% degli utenti attribuisce maggior credito a commenti equilibrati (un giusto mix tra positivo e negativo). È ovvio che se quelle negative fossero maggiori delle positive allora sorgerebbe qualche problema.

I feedback rappresentano quindi una possibilità concreta per superare ostacoli e difficoltà della vendita online che manca del contatto diretto tra le parti.



È a questo livello che i commenti, i riscontri e le recensioni rappresentano un ottimo supporto per sviluppare **fiducia** e **migliorare l'offerta commerciale** che si propone. Da qui nasce l'esigenza di implementare o creare sugli eCommerce **degli spazi dinamici e interattivi** tramite cui gli utenti possono contribuire a migliorare la **reputazione** e le **performance di vendita del brand** e a raccontare la propria **esperienza di acquisto** (se avvenuta).

Alcune possibili sviluppi di aree di interazione sono:

- **Feedback online:** attraverso l'utilizzo dei feedback polls, che consentono la possibilità di lasciare commenti direttamente sul sito.
- **Test di usabilità** con gli utenti: valutazione dell'usabilità e della fruizione del sito su un campione di utenti in target.
- **Feedback tramite email:** richiedere una recensione dopo un acquisto.
- **Social Network:** sono degli importanti canali da utilizzare e monitorare per la raccolta delle opinioni.

I feedback, indipendentemente che siano positivi o negativi, possono dare chiare indicazioni all'azienda. Possono sottolineare un aspetto positivo sul quale sarà necessario mantenere o aumentare lo standard o evidenziarne uno negativo per cui ci sarà bisogno di cambiare strategia perché possa essere migliorato.



Le migliori domande per raccogliere feedback dai tuoi utenti

Mettersi in ascolto e capire meglio le esigenze dei propri utenti è l'approccio giusto per migliorare il proprio eCommerce.

Ma quali sono i quesiti da porre per ottenere i feedback migliori?

È inutile infatti raccogliere dati su aspetti poco rilevanti, è opportuno focalizzarsi su quelli che realmente ricoprono un ruolo chiave per il miglioramento delle performance. Prima di iniziare con la raccolta dei feedback devono essere definiti gli **obiettivi** che si intende raggiungere.

Si vuole indagare il motivo per cui gli utenti lasciano lo store? Se il processo che porta alla conversione è efficace? Scoprire i principali bug che ostacolano l'acquisto?

In base ai traguardi è possibile orientare le domande.



Feedback degli utenti: come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?

Tuttavia, esistono alcuni quesiti di base che devono essere proposti per ottenere importanti **riscontri qualitativi** necessari per migliorare le performance di vendita dell'eCommerce. Vediamone alcuni di seguito.

Perché hai deciso di navigare il nostro eCommerce?

Questo è un modo chiaro per scoprire **cosa stanno cercando gli utenti** e, soprattutto, se l'eCommerce soddisfa lo specifico bisogno. È una leva utile anche per capire se le persone che stanno navigando il sito rappresentano il tipo di clienti ideali. Questo feedback aiuterà a delineare il motivo della visita.

The screenshot displays the Philips website interface with a feedback form overlay. The form is titled "Why did you visit our website today?" and includes a progress bar at 33%. The options are: Product reviews, Product specs, Product images (selected), Product price, and Product comparison. A "Continue" button is located at the bottom of the form. The background shows the Philips website navigation bar with categories like Sound and vision, Personal care, Mother and child care, Household products, Lighting, PC products and phones, and Accessories. A large image of a person with arms raised is visible in the background.



Hai trovato quello che cercavi?

Con questa domanda si capirà se il sito risponde alle esigenze di ricerca degli utenti e metterà in evidenza alcuni possibili problemi a livello di navigazione.

Ad esempio, i visitatori potrebbero essere interessati a contenuti che però non sono ben visibili in home page o non facilmente raggiungibili dai menù a disposizione.

Se gli utenti non riescono a trovare quello di cui sono alla ricerca abbandoneranno il sito, provando, probabilmente, a cercare dalla concorrenza.

Qual è stato il tuo obiettivo odierno? È stato soddisfatto?

Essere a conoscenza di quali sono gli obiettivi degli utenti è fondamentale per migliorare l'esperienza di acquisto che si offre. Le informazioni preziose fornite dai visitatori saranno utili a delineare meglio il proprio posizionamento e migliorare l'offerta, **targettizzandola ancora più nel dettaglio**.

L'eCommerce consente agli utenti di raggiungere i propri obiettivi?

Se la risposta è negativa è importante apportare modifiche.



Feedback degli utenti: come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?



L'eCommerce ti ha fornito tutte le risposte di cui avevi bisogno?

Chiedere agli utenti se qualche aspetto è stato trascurato evidenzia la **predisposizione al miglioramento** e all'interesse verso i bisogni del target. I visitatori che navigano sul sito sono infatti alla ricerca di informazioni su prodotti o servizi e, *se non le trovano, probabilmente rivolgeranno il loro sguardo alla concorrenza*. Le risposte potrebbero aiutare a focalizzare l'attenzione su aspetti non considerati. Quando si è parte di un progetto è facile perdere parzialmente l'obiettività e, una prospettiva esterna, può essere d'aiuto per ritrovare la "giusta rotta".

Capire come gli utenti interagiscono con il sito?





Basta chiederlo. In questo modo si capirà esattamente qual è la loro esperienza e come fare per ottimizzarla.

Qual è stato l'ostacolo più grande al raggiungimento del tuo obiettivo? Quanto è stato gravoso ottenerlo?

Anche se può sembrare controverso, chiedere agli utenti quali sono stati i lati negativi dell'esperienza di navigazione (o acquisto) su un eCommerce consente di raccogliere informazioni utilissime per **migliorare l'offerta** e le modalità di proporla.

Chiedere quali sono state le **barriere alla conversione** permette di capire, in modo chiaro, quali sono stati gli impedimenti alla conversione. Risolvendoli si otterrà un miglioramento delle performance di vendita.



Feedback degli utenti: come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?

In che modo possiamo migliorare la pagina [x]?

Chiedere feedback agli utenti rispetto alla navigazione di pagine specifiche rende più facile l'implementazione di cambiamenti.

Ogni singola pagina è costruita per traguardare uno **specifico obiettivo**, gli utenti potranno confermare o smentirne il raggiungimento.

The Economist

How satisfied are you with this page?

Please select a subject

Complaint

What would you like to share with us?

Submit

Powered by UserVoice

Science and technology

Follow The Economist



Altri possibili quesiti da considerare per la raccolta di feedback

Miglioramento generale del sito:

- Aiutaci a migliorare il nostro sito! Quali sono gli aspetti che secondo te andrebbero migliorati?
- Se avessi la possibilità di cambiare una cosa del nostro sito, quale sarebbe?
- Cosa migliorerebbe la tua esperienza d'acquisto sul nostro eCommerce?
- Sulla base della tua visita odierna, come valuteresti la tua esperienza complessiva sul nostro eCommerce?

Prodotto:

- Quali sono i fattori che valuti e consideri per l'acquisto di [X]?
- Cosa ti ha impedito di completare l'acquisto oggi?
- Perché hai scelto [X]?

Contenuti:

- Come valuti questo contenuto?
- Questo contenuto è stato utile?
- Quali altri contenuti vorresti leggere?
- Come possiamo migliorare dei nostri contenuti?
- Hai trovato le informazioni che cercavi?



Feedback degli utenti: come utilizzarli per incrementare le conversioni del tuo eCommerce?

Pagina di errore:

- Puoi dirci qual è il principale problema che hai riscontrato su questa pagina?
- Quale pagina hai visitato prima di questa?
- Quale pagina o quali informazioni avevi intenzione di raggiungere?

Carrello abbandonato:

- Cosa ti ha impedito di completare l'acquisto?
- Hai riscontrato problemi nel completamento dell'acquisto?
- Come potremmo migliorare il processo d'acquisto?



Conclusione

La raccolta dei feedback utente deve essere focalizzata su informazioni utili a migliorare le performance di conversione del proprio eCommerce.

Se si desidera offrire una migliore **esperienza utente**, accrescere la **soddisfazione** dei propri clienti e **incrementare le vendite** è fondamentale **ascoltare i propri utenti**. Sono proprio loro che hanno le risposte, tutto quello che si deve fare è iniziare a raccoglierle.

DALLE AZIENDE LOCALI ALLE MULTINAZIONALI
ALLE STARTUP, DAL B2C A B2B, SEMPRE CON UN OBIETTIVO
COMUNE: INCREMENTARE LE VENDITE E LE PERFORMANCE.



FISSA UN BRIEFING ONLINE CON UN CONCIERGE

Compila il form se desideri parlare con noi, il nostro Concierge sarà lieto di poter entrare in contatto con te!

Programma il Briefing

MILANO

Piazza Umberto Giordano, 2

T. +39 02 400 30 662

M.+39 351 957 57 21

AndreaCastellana.it

