

Come ottenere la fiducia degli utenti?





Riuscire a **conquistare la fiducia dei propri utenti** è tra le principali sfide di un eCommerce.

L'obiettivo è **creare una relazione**, un rapporto tra brand e cliente che miri a fornire un'esperienza d'acquisto unica e memorabile.

Quando un sito web può definirsi credibile? In linea generale quando i clienti si fidano del contenuto, della struttura e dell'organizzazione sottesa.

In questa *checklist* presentiamo alcuni spunti per valutare la **solidità** e **funzionalità** del proprio eCommerce o per iniziare a gettare le basi per la realizzazione di un progetto completo e che risponda a specifiche esigenze degli utenti.



- 1 Il sito rappresenta il perfetto equilibrio tra obiettivi aziendali e bisogno di fiducia degli utenti.
- 2 L'architettura informativa e l'implementazione di specifiche funzionalità rispecchiano specifiche esigenze degli utenti.
- 3 Prevedere una navigazione chiara e una struttura consistente.
- 4 I componenti GUI (*Graphic User Interface*, come *radio buttons* e *checkboxes*) sono usati in modo appropriato.
- 5 Il visual design rispecchia la *value proposition* e le linee guida del brand. Avere quindi un chiaro e professionale *site design*.
- 6 Fornire dei risultati di ricerca rilevanti, ovvero solo ciò che gli utenti hanno effettivamente richiesto.
- 7 Inserire dei *progress indicator*, che supportano l'utente durante la navigazione sul sito e agevola il percorso verso la cassa.
- 8 Creare contenuti rilevanti, autorevoli e costantemente.



9

L'accuratezza delle informazioni è verificata e sostenuta da terze parti.

10

L'eCommerce si compone di un'organizzazione reale. Elementi utili a questa verifica sono, ad esempio, un reale riferimento e indirizzo di contatto.

11

L'azienda si compone di esperti in grado di rispondere a eventuali problemi sia di interazione con la piattaforma che rispetto al prodotto/servizio offerto.

12

Il sito non eccede nell'utilizzo di advertising aggressive e invadenti che possono frustrare l'utente.

13

Fornire complete e dettagliate informazioni rispetto allo specifico prodotto/servizio.

14

I form sono brevi e di facile compilazione. I messaggi di errore contengono chiare istruzioni rispetto a come procedere.

15

Il processo di *checkout* è di semplice comprensione e consente un'interazione immediata.



16

Non obbligare gli utenti a creare un account per acquistare sul sito. Fornire la possibilità di utilizzare un *guest account*.

17

Eventuali costi aggiuntivi, ad esempio spese di spedizione, sono esplicitati fin dall'inizio del processo di *checkout*. Presentare e descrivere chiaramente i termini e le condizioni.

18

Fornire multiple opzioni di pagamento.

19

Strumenti di supporto, come *live chat* o numeri verdi, sono implementati nel sito al fine di offrire supporto all'utente in caso di bisogno. Le FAQ o l'aiuto online forniscono informazioni passo passo utili all'utente per portare a termine i compiti più importanti.

20

Inserire un link alla *privacy policy* aziendale.

21

Sono presenti recensioni, commenti e testimonianze relative al prodotto/servizio.

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

