

ANALISI PER L'E-COMMERCE

Goodfair

COME MIGLIORARE LE PERFORMANCE

COSIMO FIATO



ANALISI E-COMMERCE

GOODFAIR

L'e-commerce Goodfair è un negozio online di abiti usati che invita al consumatore ad acquistare abiti di seconda mano piuttosto che acquistare abiti nuovi, questo pensiero è dato soprattutto dalla mission del brand "No new things" che combatte lo spreco di nuovi materiali, i salari bassi e l'inquinamento, questi sono elementi accomunati tra di loro in quanto sono il risultato del fast fashion.

Goodfair recupera i vestiti diretti verso le discariche poichè anche queste ultime non riescono a tenere il passo con i consumi, in questo modo c'è la sicurezza di dare una seconda vita a questi vestiti.



ANALISI DEL COMPETITOR THRIFTED

Thrifted ha una mission molto simile a quella di Goodfair, infatti Thrifted crede nella moda circolare e che gli abiti possano avere anche tre vite, questo movimento va contro i fast fashion e il conseguente cambiamento climatico a cui quest'ultimo contribuisce. Thrifted crede che nel prossimo futuro sempre più guardaroba saranno pieni di abiti di seconda mano.



LE PRIME DIFFERENZE



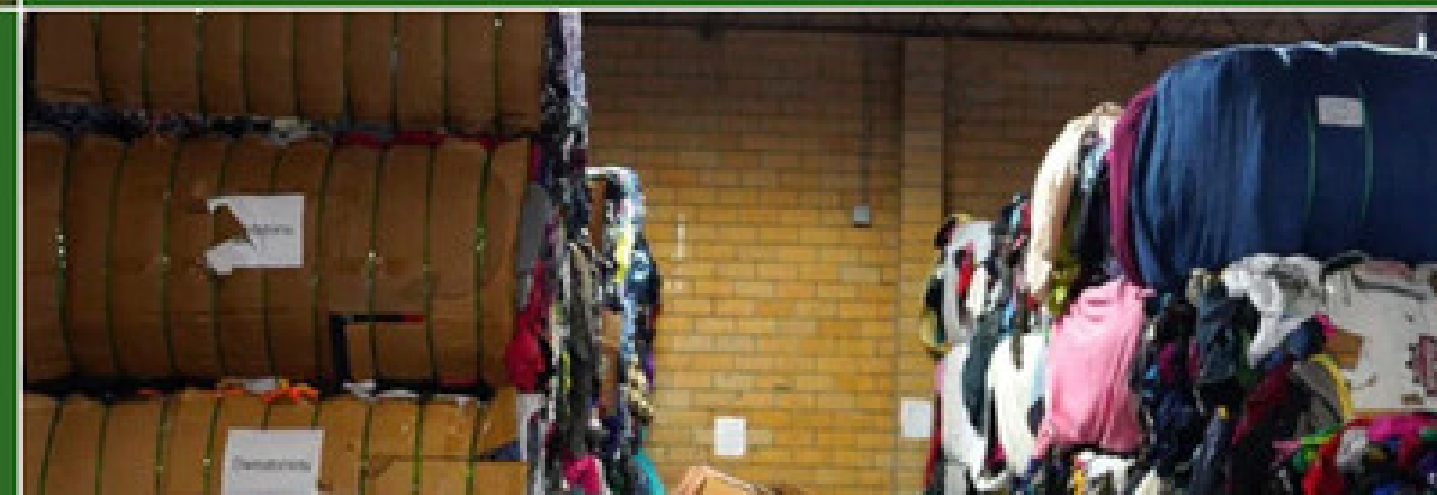
LA NOSTRA STORIA

A Goodfair, abbiamo creato un'esperienza di negozio dell'usato online unica che incoraggia i nostri clienti ad andare oltre lo shopping di seconda mano e diventare consumatori consapevoli a tutti gli effetti. La nostra missione di "No New Things" riduce la necessità di fabbriche a basso salario e combatte lo spreco di abbigliamento e l'inquinamento che sono il risultato del fast fashion.

SAPERNE DI PIÙ

Ehi, ottieni il 25%
di sconto

IL NOSTRO PROCESSO



Le prime differenze le ho notate proprio sulla pagina chi siamo, ma perché? Le sensazioni che ho provato leggendo la pagina "chi siamo" del sito Goodfair è stata quella di un viaggio concreto della vita di questi abiti, infatti la pagina "chi siamo" è suddivisa in diversi blocchi con relative immagini dove ogni immagine spiega un concetto.



LE PRIME DIFFERENZE

La pagina "chi siamo" di Thrifted mi ha dato sensazioni totalmente diverse, infatti per quanto sia diretta la reputo molto basic ed essenziale, infatti la pagina si presenta completamente bianca con brevi descrizioni in nero

CHI SIAMO

Parsimonioso

Chi siamo

Crediamo nella moda circolare. In abiti di qualità che possono avere tre o più vite. Nella scelta dell'abbigliamento che è unico, individuale. Questo è il nostro movimento, contro il fast fashion e il suo effetto sul mondo.

Crediamo che ci sia un cambiamento in arrivo nel settore della moda, che i consumatori siano più preoccupati della provenienza dei loro vestiti e del vero costo di indossare qualcosa una volta.

Attraverso l'insegnamento e lo sviluppo di consumatori più consapevoli, crediamo che i guardaroba del prossimo futuro saranno pieni di vestiti e accessori riciclati e rifatti. Niente più stigma.

Moda circolare, non veloce.





GOODFAIR E THRIFTED A CONFRONTO

Come possiamo vedere, le differenze di prestazioni ci sono ma non sono nemmeno così abissali, però noi dobbiamo considerare che in questo ambito anche 1 millisecondo può fare la differenza, l'LCP è pressochè uguale, non si può dire la stessa cosa per quanto riguarda il TBT, assolutamente negativo e da migliorare per Thrifted.

Il total page size rappresenta la dimensione totale dei file che devono essere scaricati dal browser per caricare completamente una pagina web, quindi indica quanto effettivamente quest'ultima pesa e ciò incide molto sul caricamento, in particolare se abbiamo connessioni lente o dispositivi non all'avanguardia, quest'importante fattore può essere migliorato tramite una pulizia totale del codice.

Nel complesso entrambi i siti sono navigabili ma con delle migliori tecniche si può puntare al top assoluto.

GOODFAIR

THRIFTED

| | GOODFAIR | THRIFTED |
|--------------------------|----------|---------------|
| GTmetrix Grade | D (69%) | D (67%) |
| Performance Score | 69% | 62% -7% |
| Structure Score | 70% | 79% +9% |
| Largest Contentful Paint | 1.5s | 1.5s +75ms |
| Total Blocking Time | 243ms | 388ms +144ms |
| Cumulative Layout Shift | 0 | 0.03 +0.03 |
| Total Page Size | 3.45MB | 3.15MB -311KB |
| Total # of Requests | 212 | 158 -54 |



GOODFAIR

MIGLIORIE TECNICHE

Come possiamo vedere la velocità di caricamento totale di questo e-commerce è di 11,1 secondi; la velocità di caricamento è una delle cose più importanti di un sito web, quest'ultimo è il primo fattore da migliorare.

L'LCP misura il tempo che passa dall'inizio del caricamento della pagina e il momento in cui l'elemento più grande viene caricato del tutto; il nostro LCP è 1.4 secondi ma ottimizzando e riducendo il peso di elementi e immagini e alleggerendo il codice possiamo migliorarlo ancora di più.

Grado GTmetrix ?

D

Prestazione ?
67%

Struttura ?
68%

Vitali Web ?

LCP ?
1.4s

TBT ?
289 ms

CLS ?
0

Riepilogo

Prestazione

Struttura

Cascata

video

Storia

Visualizzazione della velocità ?

1.1s

2.2s

3.3s

4,5 sec

5.6s

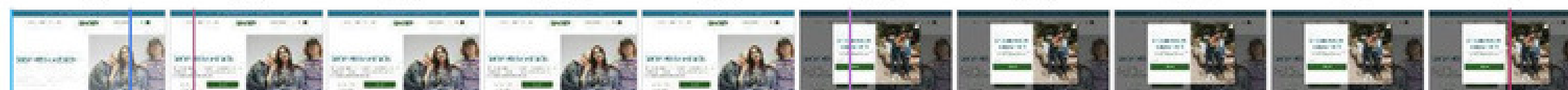
6.7s

7.8s

8.9s

10s

11.1s



TTFB: 117ms

Reindirizzamento: 0 ms
Connessione: 21 ms
Back-end: 96 ms

Prima vernice contenuta: 415 ms

Più grande vernice contenuta: 1

Tempo di caricamento

Tempo per l'interattività

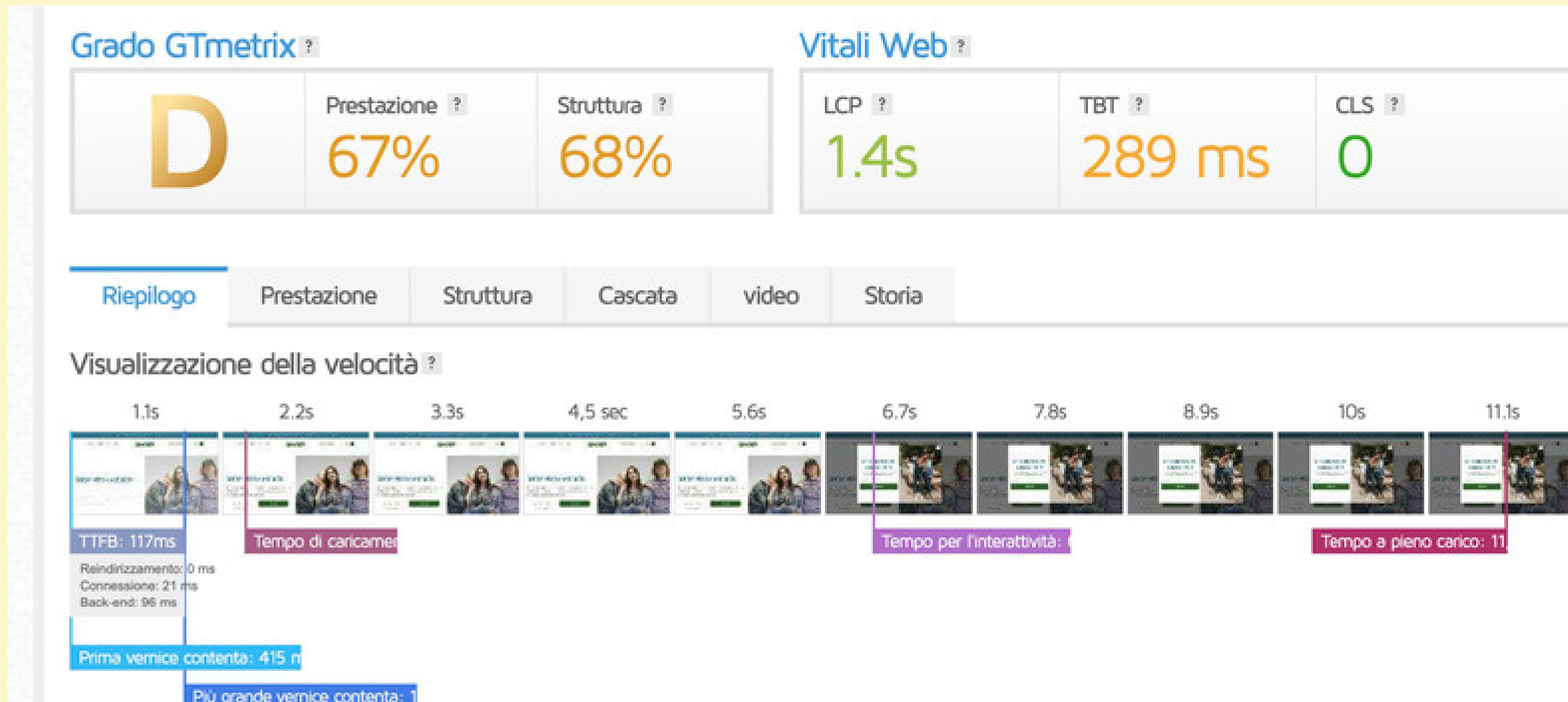
Tempo a pieno carico: 11



GOODFAIR

MIGLIORIE TECNICHE

Altro fattore da migliorare è il **TBT** che indica la quantità di tempo in cui il visitatore non può interagire con la pagina a causa del caricamento dei contenuti, un TBT alto influisce negativamente sull'esperienza utente e ciò potrebbe portare a una non-conversione; abbiamo un TBT di 289 ms che è sicuramente da migliorare, lo faremo utilizzando un ottimo sistema di caching e ottimizzando il codice html e css.





LA HOMEPAGE GOODFAIR

La home, per quanto sia minimal risulta abbastanza vuota, disordinata e con tante possibili migliorie.

Possiamo notare il logo al centro dell'header, fin qui nulla da dire, ho da ridire alla sinistra del logo, infatti possiamo notare che lo shop è quasi buttato lì a caso vicino la pagina "chi siamo", la cosa che mi risulta alquanto inguardabile è la pagina FAQ messa abbastanza casualmente in basso allo shop; alla sinistra del logo notiamo un pulsante "pacchetto speciale", cliccandolo ci porterà all'acquisto di determinati pacchetti di abiti, io lo avrei messo direttamente nello shop valorizzando quest'ultimo. Nulla da aggiungere riguardo la ricerca prodotti, area personale e carrello.

La hero image lancia un chiaro messaggio: quello che il brand ci vuole comunicare e cioè di acquistare vestiti facendolo in modo etico ed ecosostenibile.





LA HOMEPAGE PT.2

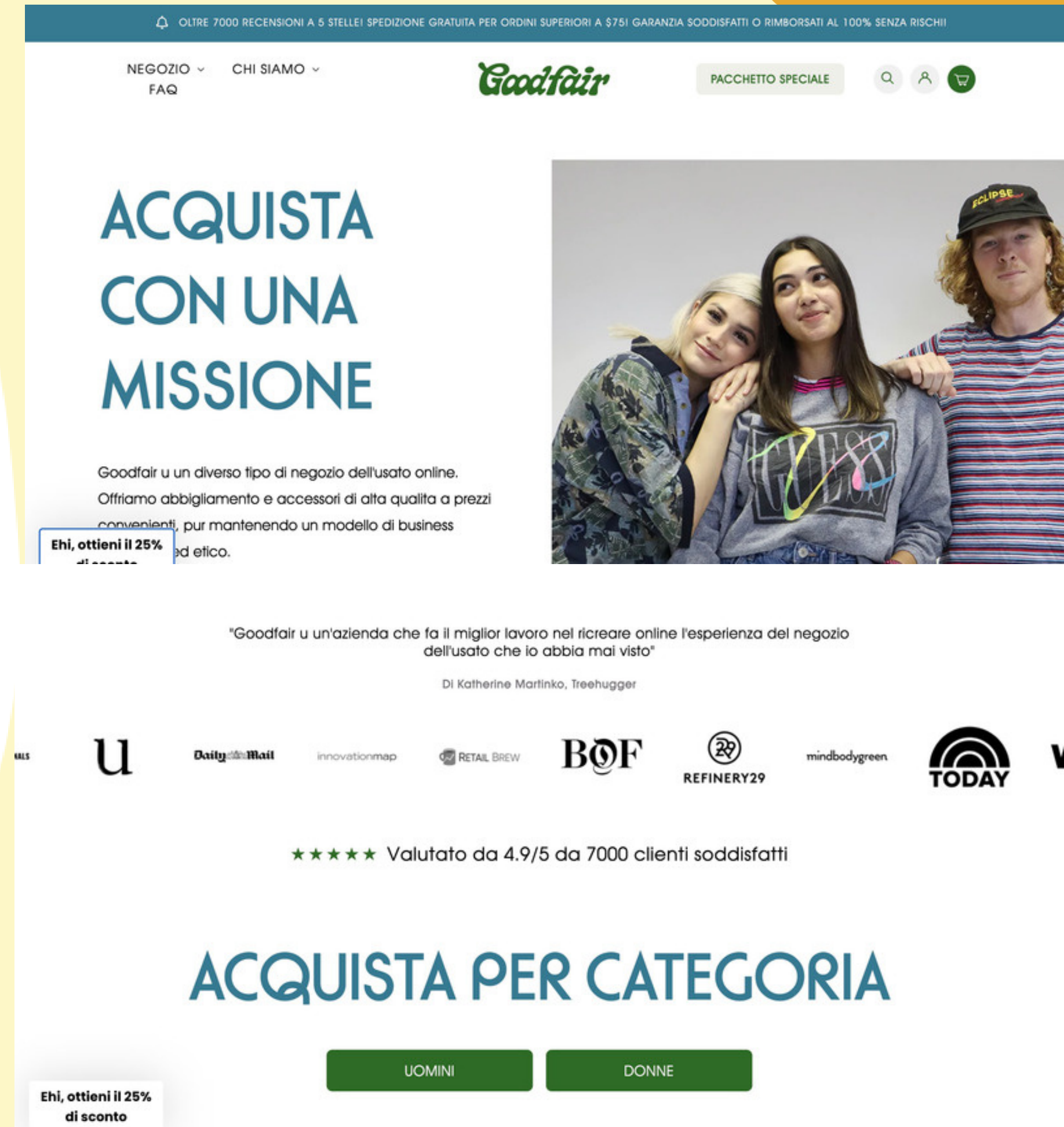
GOODFAIR

La hero image rappresenta dei ragazzi che indossano vestiti acquistabili sullo shop, sicuramente una bella immagine soprattutto se pensiamo che il tema dell'ecosostenibilità è un tema molto sentito dai giovani. In basso possiamo notare una sezione dedicata alla

credibilità del brand, infatti notiamo i loghi di diverse testate che parlano del brand e abbiamo una frase col range di soddisfazione dei clienti che hanno acquistato su Goodfair.

Più in basso notiamo una call to action che ci indirizza verso due tipologie di vestiti, quelli per uomo e quelli per donna.

Nella prossima slide spiego i miglioramenti da attuare riguardo i punti di questa e della precedente slide.





I MIGLIORAMENTI

1 STRUTTURA E NAVIGAZIONE

Il primo grande miglioramento da attuare è quello della struttura e navigazione dell'header e del menù, secondo me bisogna valorizzare di più lo shop, magari mettendo una colonna orizzontale con lo shop facilmente suddiviso e filtrato per categorie, la pagina delle FAQ la metterei nel footer; infatti secondo me la tarda interazione dell'utente è dovuta al fatto che non è facilmente comprensibile cosa stiamo per comprare ma soprattutto non c'è una vera e propria CTA diretta apparte il pulsante "pacchetti speciale" che personalmente mi risulta inguardabile.

2 HERO IMAGE E RECENSIONI

Al posto della hero image metterei uno slider con immagini di alta qualità pur rispettando

la mission del brand, magari aggiungendo una CTA diretta.

Per la sezione recensioni inserirei un link a Trustpilot poichè potrebbe risultare molto più credibile.

In basso piuttosto che filtrare i prodotti per uomo/donna, inserirei "i prodotti più venduti" .



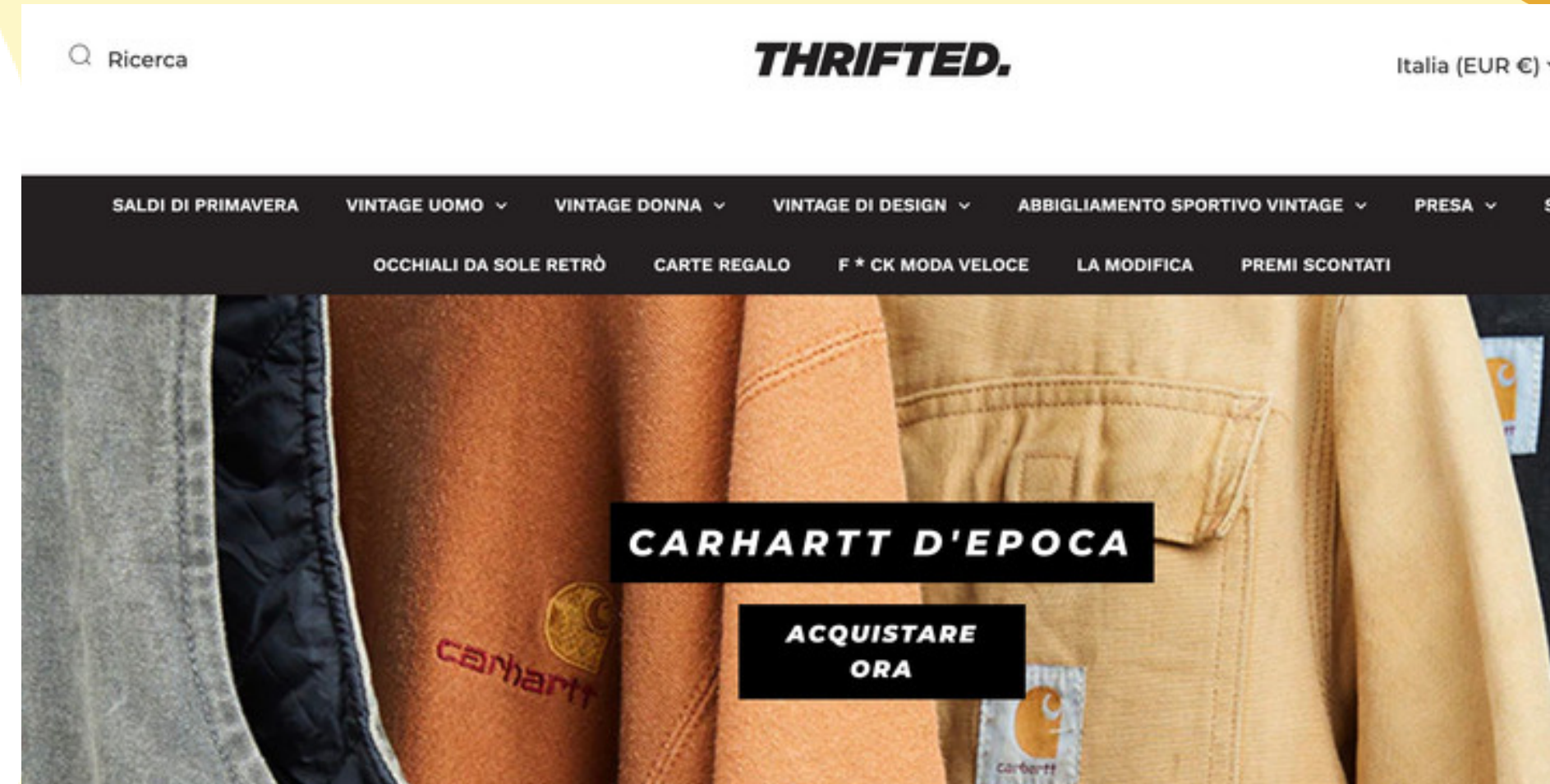


LA HOMEPAGE THRIFTED

La homepage di thrifted risulta migliore di quella di Goodfair sotto tutti i punti di vista, infatti l'header e la struttura del menù sono strutturati in modo ordinato, scorrevole e facilmente navigabile senza creare confusione.

Al posto della hero image abbiamo uno slide con la CTA "acquista ora", niente da dire a riguardo, attualmente la Homepage di Thrifted è 10 spanne sopra quella di Goodfair.

Le recensioni sono collegate a un sito esterno verificato che rende queste ultime molto più credibile.



Scegli la tua categoria e taglia — Gli esperti dell'usato riempiono il tuo pacchetto — Ricevi il tuo ordine

FILTRA PER

CATEGORIE

- ☐ Felpe con cappuccio
- ☐ Girocollo
- ☐ Flanelle
- ☐ Tee
- ☐ Giacca con cerniera

Ehi, ottieni il 25%

IN PRIMO PIANO

- ☐ In primo piano
- ☐ La migliore vendita
- ☐ In ordine alfabetico, AZ
- ☐ In ordine alfabetico, ZA
- ☐ Prezzo, da basso ad alto
- ☐ Prezzo, dal più alto al più basso
- ☐ Data, dal vecchio al nuovo
- ☐ Data, dal nuovo al vecchio



Felpe con cappuccio
Preloved | Set di 4 \$ 34



Camicie di flanella
Preloved | Set di 2 \$ 30



Felpe Girocollo Stampate
Preloved | Set di 4 \$ 34



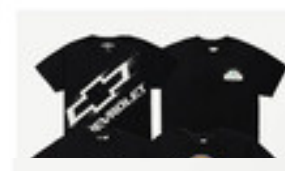
Preloved Solid Felpe Girocollo | Set di 4 \$ 30



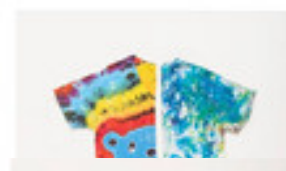
T-shirt stampate
Preloved | Set di 4 \$ 18



Giacche a vento Preloved Pullover | Set di 2 \$ 25



T-shirt nere stampate
Preloved | Set di 5 \$ 20



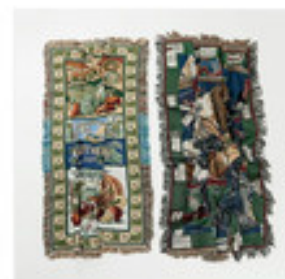
Magliette Preloved Tie Dye | Set di 2 \$ 20



Felpa collegiale Goodfair \$ 15



T-shirt a maniche lunghe con stampa Preloved | Set di 4 \$ 25



Coperte di tappezzeria tessuta Preloved | Set di 2 \$ 30



Flanella foderata Preloved \$ 16



Magliette



Preloved



LISTING GOODFAIR

Il listing di questo e-commerce si presenta come da immagini qui alla sinistra, alla sinistra troviamo un'ampia scelta di filtri che possiamo utilizzare tra cui i diversi tipi di prodotti offerti e scelta in ordine alfabetico, dal prodotto più nuovo a quello più vecchio o la possibilità di filtrare in base al prezzo, sotto questopunto di vista nulla da dire ma per quanto riguarda la tipooogia di prodotti, avrei creato delle sezioni separate per ogni tipologia, ad esempio una solamente per le felpe con cappuccio, un'altra solamente per le girocollo.

L'animazione dell'immagine mi piace poichè puntando il mouse su un prodotto ci fa vedere quel prodotto in altri colori.

Un'altra miglioria che propongo è quella di ingrandire le immagini di ogni singolo prodotto per valorizzarli di più.

Ehi, ottieni il 25% di sconto

PRODUCT PAGE GOODFAIR

SHOP ▾ABOUT US ▾FAQ

Goodfair

SPECIAL BUNDLE

Q

U

W

PRELOVED HOODIES | SET OF 4

★★★★★ 87 reviews

Most sweatshirts are heavy. To soften up, they have to go through the washing machine at least a dozen times. Our Preloved Hoodies have the benefit of broken-in softness, [Read More](#)

\$34

You're getting

✓ 100% no-risk money back guarantee.

✓ Shipping protection from damage, loss & theft.

Quantity Choose Size [Size guide](#)

Hey, Get 25% Off \$ ▾

PRELOVED HOODIES | SET OF 4

★★★★★ rated by 4.9/5

Starting at \$34

CHOOSE SIZE

Daily Mail

innovationmap

RETAIL BREW

BOF

REFINERY29

mindbodygreen

TODAY

WWD

N

★★★★★ Rated by 4.9/5 by 7000 Happy Customers

WHAT CUSTOMERS HAVE TO SAY

Write a Review

★★★★★

Hey, Get 25% Off

I was sent zip up hoodies because there was a shortage of pull overs. But I love all of them!

Partiamo col dire che l'immagine di prodotto la metterei assolutamente a sinistra per una questione di neuromarketing, infatti noi diamo più attenzione alle pagine che visualizziamo partendo da sinistra, le caratteristiche e dettagli del prezzo li metterei a destra.

Per quanto riguarda il font di descrizione del prodotto molto Basic, avrei utilizzato qualcosa più simile al logo in modo che possa richiamare l'attenzione all'ambiente, il prezzo ha una dimensione troppo grande per quanto mi riguarda, sicuramente farei dei miglioramenti in merito; la scelta delle taglie messa in orizzontale in basso è a mio parere inguardabile, tutta la product page risulta abbastanza confusionaria e con dispersione di informazioni per non parlare delle immagini di prodotto messe in verticale.

Scorrendo verso il basso troviamo testate che hanno parlato di Goodafair, più in basso troviamo la media valutazioni dei clienti con relative recensioni, fin qui nulla da dire se non per il font e il colore di "what customers have to say", insomma tutta la product page necessita di revisione e di una nuova struttura secondo gli accorgimenti da me proposti.

App aggiuntive

1. ETRANSLATE: LANGUAGE TRANSLATE

Permette di avere diverse lingue e quindi di adattarsi a qualsiasi mercato con possibilità di espandersi in tutto il mondo, ho scelto questa perchè ha addirittura l'ottimizzazione SEO per ogni mercato da noi scelto.



HEXTOM: ULTIMATE SALES BOOST

Quest'app ha molteplici tool per promuovere i prodotti e incrementare le vendite come il conto alla rovescia delle scorte, badge di fiducia e pagamento, diverse animazioni per la pagina home, quest'app oltre ad aumentare le vendite, aumenta anche la stima e la fiducia dei clienti verso il brand e ciò aumenta il Lifetime customer value.



GRAZIE PER
L'ATTENZIONE

COSIMO FIATO