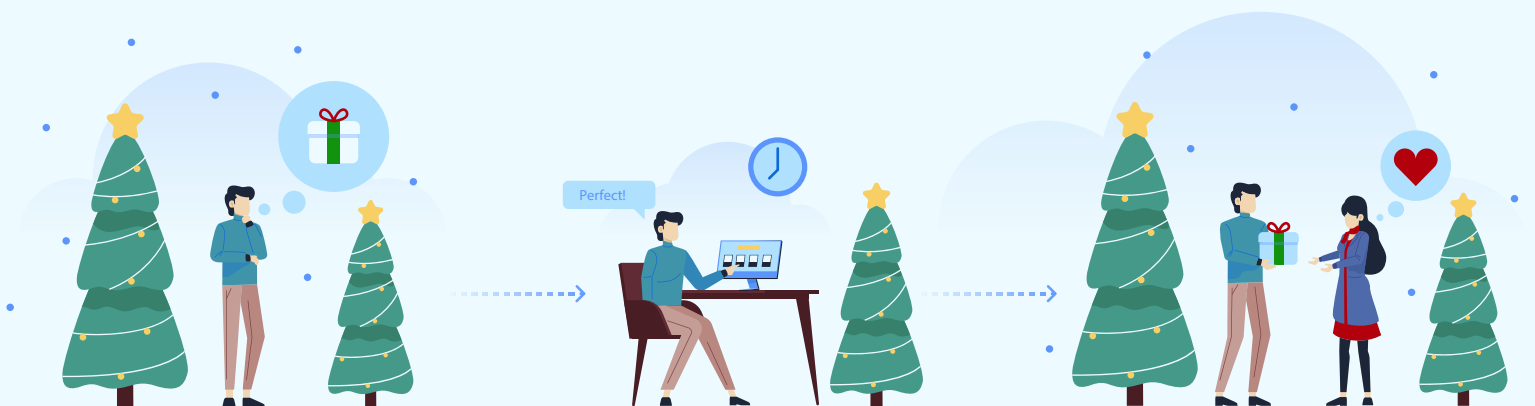


# 8 Consigli per aumentare le Revenue del tuo eCommerce durante il periodo Natalizio



# INDICE

## Intro

1. Rompi la diffidenza
2. Aiuta i ritardatari
3. Crea dei bundle di prodotti
4. Sfrutta il co-branding
5. Aiuta il visitatore nella scelta
6. Intercetta la domanda, Crea delle guide regalo
7. Offri un incentivo forte
8. Personalizza le DPA
9. E dopo Natale cosa succede?
10. Conclusione

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce:  
richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

Il periodo che precede il Natale è il più profittevole per ogni eCommerce che vende prodotti Consumer, ma riuscire ad affrontarlo nel modo giusto non è facile.

Per questo motivo ho scritto l'eBook che stai per leggere: per farti vedere in un'ottica diversa questo periodo magico, aiutandoti a capire come analizzare le dinamiche d'acquisto e come strutturare la strategia vincente che ti permetterà di **massimizzare le tue Revenue**.

Qual è il vero motivo che rende questo periodo così interessante?

Semplice, a Natale la gente fa regali. Ma non è tutto...

Come ogni ricorrenza (Natale, Compleanno, San Valentino, etc) il periodo di tempo è limitato e le persone hanno una scadenza molto precisa per prendere una decisione.



[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

L'**urgenza** nel processo decisionale d'acquisto è un elemento a tuo grande vantaggio che devi saper sfruttare al meglio.

Non tutti i regali però sono uguali. Infatti le motivazioni che spingono una persona ad acquistare richiedono strategie completamente differenti che ora esaminiamo insieme.

Esistono fondamentalmente due categorie di regali:

- i **regali pensati**, ovvero quelli a cui si inizia a pensare con molto anticipo
- i **regali d'urgenza**, quelli dell'ultimo minuto.

L'obiettivo dei regali pensati è di stupire e fare bella figura incontrando i veri desideri di chi li riceve. È la dimostrazione pratica del valore che riconosciamo nei nostri legami sociali.



I regali d'urgenza invece sono fatti giusto per non presentarsi a mani vuote al pranzo di Natale (non è carino da dire, ma è così).

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce:  
richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

L'esperienza di un utente quindi varia a seconda del tipo di regalo che vuole fare e la tua bravura sta nel prevedere e progettare la Customer Experience per portarlo alla conversione.

È subito chiaro quindi che per affrontare questo periodo nel migliore dei modi non basta aumentare semplicemente il budget Adv, ma bisogna riuscire a strutturare delle offerte ad hoc che rispondano alla domanda dei tuoi potenziali clienti.

Un ulteriore fattore da considerare, collegato al precedente, è il **Timing**: le fasi decisionali prima di acquistare il giusto regalo e le relative tempistiche variano.

C'è chi già un mese prima di Natale pensa al regalo perfetto, fa delle ricerche e fruisce quindi di molti contenuti per poi effettuare un'accurata selezione e un confronto finale prima di procedere all'acquisto.

Altre persone invece si prendono all'ultimo momento, con i cosiddetti regali d'urgenza, nessuna ricerca approfondita né tantomeno confronti accurati prima dell'acquisto. In questa fase il grado d'urgenza percepito è molto alto, di conseguenza si prendono decisioni istintive e poco ragionate.

Possono sembrare cose scontate e di relativa importanza ma, procedendo con la lettura, ti renderai conto di quanto sia fondamentale avere ben chiare

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

queste dinamiche per sapere esattamente come procedere.

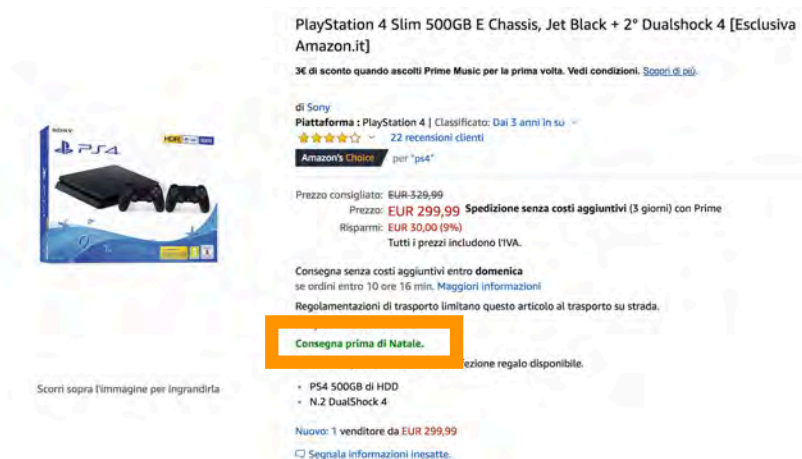
Vediamo ora alcuni Consigli per aumentare le vendite del tuo eCommerce nel modo migliore.

## 1. ROMPI LA DIFFIDENZA

Uno dei problemi principali è che le persone non hanno la certezza di **ricevere in tempo il regalo** se acquistano online, per questo troppo spesso esitano e non completano l'ordine.

Chi rischierebbe di arrivare a mani vuote il giorno più magico dell'anno?

Quello che devi fare quindi è inserire in maniera intelligente all'interno del tuo sito degli elementi che tranquillizzino i tuoi visitatori e che rompano le obiezioni in merito durante la fase d'acquisto.



La mia PS4 arriverà prima di Natale. Ma il vero dubbio è: PS4 Slim o Pro? :D

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

## 2. AIUTA I RITARDATARI



Nel 90% dei casi le **gift card** sono il **regalo d'urgenza**, quello a cui si ricorre all'ultimo minuto, e come tale vanno sponsorizzate.

Cosa spinge quindi una persona ad acquistarne una?

Il fatto di essersi presa all'ultimo momento con i regali e non avere più tempo per decidere. Questo però non implica che il regalo non sia gradito!

Infatti, se Marta sa che la sua amica Francesca adora i vestiti del negozio X regalándole una gift card la renderà

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

senz'altro felice perché sa che lì troverà sicuramente qualcosa che le piace.

Esiste un **momento perfetto** per promuovere le gift card ed è quello subito precedente alle festività: i giorni del panico da regali.

Raramente le persone in questo momento sono propense ad acquistare un regalo fisico online, per un motivo molto semplice: il timore che il pacco non arrivi in tempo per essere posizionato sotto l'albero, dato che mancano davvero pochissimi giorni al Natale.

Come differenziarti da tutti quelli che già lo fanno?

Aggiungi qualcosa di valore e di personalizzato alla tua gift card, questo è ciò che farà davvero la differenza.

L'obiettivo è aiutare la tua audience nella missione più difficile dell'anno: portare sotto l'albero dei regali in grado di stupire amici, parenti e suocere :)

Un altro aspetto decisamente interessante del promuovere le gift card è la loro percentuale di inutilizzo.

Secondo il CEB TowerGroup ogni anno vengono spesi circa 130 miliardi in gift card di cui 1 miliardo non viene utilizzato.

Pura liquidità senza uscita di prodotto. Non male non trovi? :)

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)



### 3. CREA DEI BUNDLE DI PRODOTTI

Prova a pensare a quali dei tuoi prodotti si prestano ad essere venduti insieme e crea uno o più bundle che li racchiuda.



Come scegliere i prodotti da unire?

Analizza da analytics o dagli insight della tua piattaforma di eCommerce quali sono i prodotti più venduti, vedi se è possibile creare un bundle con questi prodotti e sponsorizzarlo ad un prezzo vantaggioso durante il periodo festivo.

Oppure ragiona sui prodotti complementari, non devono necessariamente essere entrambi i più venduti.

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

## 4. SFRUTTA IL CO-BRANDING

Perché fare tutto da solo quando puoi sfruttare questa opportunità per **acquisire nuovi clienti in target**, a maggior ragione in un'occasione unica come il Natale?

Studia una **collaborazione win-win** con un brand in linea con la tua audience che rispetti valori e target del tuo marchio.

Un esempio di co-branding?

La campagna di Apple Pay, il nuovo metodo di pagamento creato da Apple a cui MasterCard ha aderito.

Per il tuo business potresti ad esempio creare un bundle in collaborazione con un'altra azienda della cui partnership beneficerete entrambi.



Produci calzini di qualità davvero unici nel loro genere? Alleati con un'azienda che produce scarpe altrettanto uniche e il cui target è in linea con il tuo.

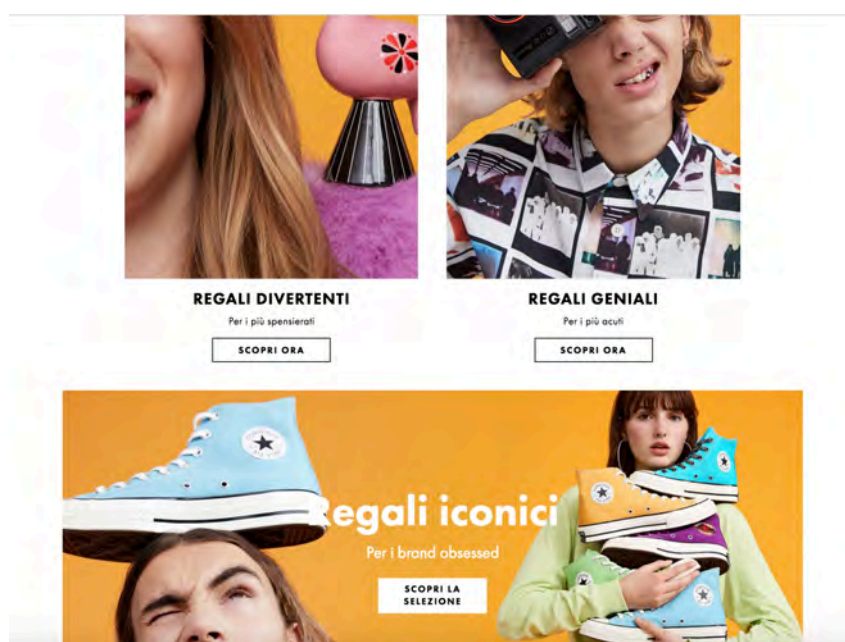
[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

Hai un eCommerce che vende esclusivamente alberi di natale? Alleati con un'azienda che produce addobbi esclusivi che non si trovano facilmente e che sai potrebbero interessare al tuo target. Del resto che albero di Natale sarebbe senza addobbi? :)

## 5. AIUTA IL VISITATORE NELLA SCELTA

Le persone tendono ad essere molto indecise, soprattutto quando si tratta di scegliere il regalo perfetto. Tuttavia hanno ben chiara una cosa: il budget che hanno a disposizione.

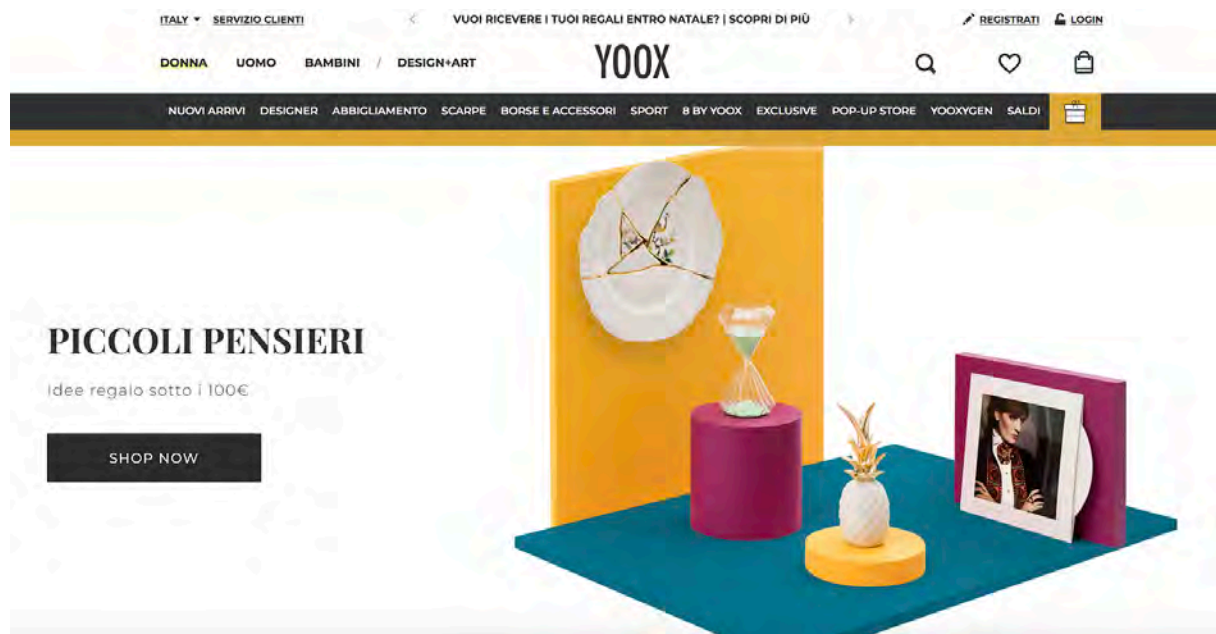
Aiutale e **segmenta i prodotti per fasce di prezzo o idee regalo**, accorciando così le tempistiche del processo decisionale dei potenziali clienti.



[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

Un esempio?

YOOX propone delle categorie per aiutare l'utente nella scelta del regalo perfetto a seconda che sia per uomo, donna o bambino e suddiviso per fascia di prezzo.



Come puoi fare?

Crea una **pagina dedicata** e rendila facilmente raggiungibile durante il periodo festivo utilizzando del traffico paid (magari facendo retargeting su un pubblico che ha già interagito con il tuo brand), creando dei rimandi dal menù di primo livello o inserendo direttamente in homepage un elemento collegato.

Progettando esperienze d'acquisto come queste il focus deve essere nel rendere il processo il più semplice e tracciato possibile.

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

👉 Devi fare il regalo alla fidanzata e vuoi spendere meno di 50€? Ecco alcune soluzioni selezionate tra cui puoi scegliere.

👉 Vuoi fare un regalo d'urgenza per un'amante dei cani? Ecco alcune opzioni.

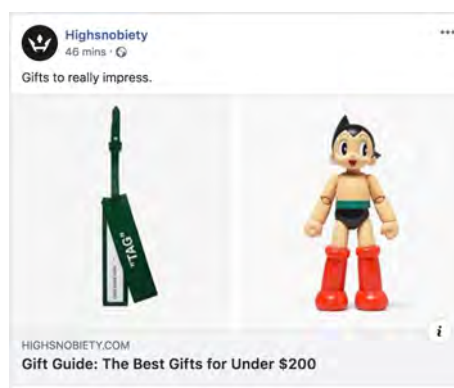
👉 Vuoi fare un regalo qualsiasi ad un parente lontano di cui non ricordi nemmeno il nome? Ecco alcune proposte per te.

Non tutti vogliono investire troppo tempo nella scelta dei regali e chi lo vuole fare, beh per lui abbiamo studiato il prossimo punto ;)

## 6. INTERCETTA LA DOMANDA, CREA DELLE GUIDE REGALO

Crea dei contenuti che informino la tua audience sulle possibili opzioni di regalo.

Ad esempio? Una guida.



[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

Prima però ragiona sulla Customer Experience e cerca di capire esattamente in quale momento e per quale cluster di clienti la guida può funzionare al meglio.

Questa tipologia di contenuto può essere utilizzata fondamentalmente in due modi:

- **per stimolare la domanda di un pubblico in target** (la tua audience non è ancora in una fase decisionale, ma sei tu ad intercettare le persone, magari con delle Ads su Facebook, e a risvegliare il loro interesse)
- **per intercettare una domanda espressa**, magari all'interno dei motori di ricerca, e veicolarla verso la tua selezione di prodotti.

Best Gifts 2018 - Best Christmas Gift Ideas for Everyone - Elle

<https://www.elle.com/gifts/> ▼ Traduci questa pagina

ELLE's rounded up great gift ideas for everyone on your list. Check out our ... 10 Parent-Perfect Gifts That Make Up for the Hell You Raised. They gave you your ...

## 7. OFFRI UN INCENTIVO FORTE

Abbiamo visto come l'urgenza sia una leva di marketing potentissima.

L'obiettivo ora è quello di accorciare ancora di più il processo decisionale del visitatore, proponendogli un'**offerta che non può rifiutare**.

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)



Se il tuo modello di business te lo permette, offri la **spedizione gratuita** a tutti coloro che ordineranno nell'ultima settimana valida per ricevere il pacco in tempo per Natale.

Questo li aiuterà a non pensarci due volte e sceglieranno te piuttosto dei tuoi competitors (che non offrono il servizio gratuitamente in un momento d'urgenza come questo).

## 8. PERSONALIZZA LE DPA

Le DPA (Dynamic Product Ads) sono importanti per chi ha un eCommerce perché permettono di andare a riprendere all'interno di Facebook o Instagram le persone che hanno visitato determinate pagine prodotto.

Cosa puoi fare quindi per incrementare le tue vendite nel periodo Natalizio?

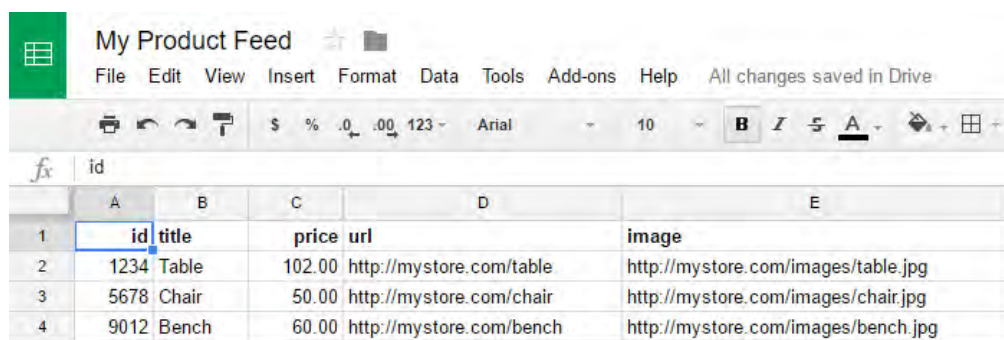
[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)



**Personalizza la creatività di queste campagne,**  
adattandole al periodo festivo.

Spesso le creatività che si utilizzano per questa tipologia di inserzione però vengono direttamente prese dall'immagine contenuta nella pagina prodotto del tuo eCommerce.

Come fare?



The screenshot shows a Google Spreadsheet interface. The title bar reads 'My Product Feed'. The menu bar includes File, Edit, View, Insert, Format, Data, Tools, Add-ons, and Help. The status bar indicates 'All changes saved in Drive'. The spreadsheet has columns A through E. The data is as follows:

	A	B	C	D	E
1	id	title	price	url	image
2	1234	Table	102.00	http://mystore.com/table	http://mystore.com/images/table.jpg
3	5678	Chair	50.00	http://mystore.com/chair	http://mystore.com/images/chair.jpg
4	9012	Bench	60.00	http://mystore.com/bench	http://mystore.com/images/bench.jpg

1. Crea un feed manualmente, utilizzando magari un Google Spreadsheet
2. Carica le immagini che vuoi utilizzare (in formato 1:1) all'interno del tuo server
3. Inserisci nello spreadsheet l'URL delle immagini relative ad ogni prodotto
4. Crea un nuovo catalogo all'interno di Business Manager utilizzando questo nuovo feed personalizzato per il periodo di Natale

**[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)**



# E DOPO NATALE COSA SUCCEDE?

Inutile nascondere che una volta passato il Natale il rischio che le vendite subiscano un calo drastico è alto.

Come fare per evitare che ciò accada? (o perlomeno per limitare i danni?)



Se hai letto il libro di Robert Cialdini *Influence: The Psychology of Persuasion* forse ricordi l'esempio in cui lo psicologo statunitense parla della strategia utilizzata da alcune aziende che producono giocattoli per bambini, che sono tra i prodotti più venduti nel periodo Natalizio.

Queste aziende iniziano con largo anticipo a fare pubblicità in Televisione, chiaramente nei giusti orari, magari proprio tra un cartone e l'altro quando i bimbi sono ipnotizzati davanti allo schermo.

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

E indovina un po' cosa chiederanno ai genitori per Natale?

Proprio quel gioco di cui hanno visto la pubblicità!

Le aziende a questo punto forniscono i negozi di giocattoli solo con pochissimi pezzi, così i genitori si troveranno a dover acquistare qualcosa di simile al gioco richiesto dal proprio figlio ma che non è esattamente quello che desiderava (anche questo chiaramente non è lasciato al caso).

Una volta passato il Natale il gioco tornerà magicamente disponibile e i genitori che avevano promesso ai propri piccoli proprio quel gioco appena uscito si troveranno ad acquistarlo per non infrangere la promessa fatta.

Ma per un'azienda che non produce giocattoli, o per un marketer che desidera andare a dormire senza sensi di colpa, come si fa? :D



[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce:  
richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

Devi sapere che durante il periodo che segue il Natale succede qualcosa di molto interessante...

Le persone sono a casa dal lavoro, rilassate, probabilmente sul divano... e indovina cosa fanno? Tablet e smartphone alla mano e il **livello di attenzione è tra i più alti** in assoluto.

Capisci quindi come questo sia il **momento migliore** per diffondere contenuti di qualità **per educare** la tua audience.

Sfrutta questa occasione per raccogliere lead di qualità, per deliverare contenuti di valore e per scaldare i tuoi potenziali clienti, e infine... prepararti per un 2019 di fuoco 🔥

## CONCLUSIONE

Anche per un momento magico come il Natale devi sapere che, ahimè, la magia c'entra ben poco...

Quello che puoi fare quindi è:

- ragionare sulle dinamiche che portano le persone a prendere una decisione, come ad esempio la scelta del regalo perfetto

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce: richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)

- cercare di comprendere le reali motivazioni che stanno dietro ad un semplice click su un bottone colorato all'interno della pagina di checkout
- pensare a quali canali utilizzare per semplificare questo processo ed intercettare la domanda del tuo pubblico.

Studia e crea contenuti ed offerte che siano  
REALMENTE di valore per il tuo target e...  
“magicamente” i risultati arriveranno!

## **VUOI SCOPRIRE COME AUMENTARE LE VENDITE DEL TUO E-COMMERCE?**

Se anche dopo aver scoperto come vendere più giocattoli per bambini non ti senti una brutta persona ma anzi, vorresti anche tu provare a fare qualcosa di simile per il tuo business:

Richiedi un Growth Audit gratuitamente cliccando qui 

Scoprirai come impostare un percorso di **crescita** per il tuo eCommerce, su quali parti del funnel concentrare il lavoro e su quali metriche focalizzare la tua attenzione per **aumentare** in maniera considerevole **le vendite** del tuo Business.

[Scopri come aumentare le Revenue del tuo eCommerce:  
richiedi un Growth Audit Gratuito cliccando qui](#)