

ESERCITAZIONE WEEK 12 DAY 4

FEDERICA VIOLA



SITO SHOPIFY: <https://viola-4242.myshopify.com>

DESCRIZIONE SITO

- E-commerce di prodotti per animali domestici, nicchia accessori per la cura dei Gatti (tiragraffi, ciotole, giochi interattivi ecc.)
- Creazione dominio www.milapetshop.com (con Aruba - ancora da collegare causa problemi)
- Tema usato: Refresh di Shopify, personalizzato e con modifiche CSS
- Creazione Pagine: Home Page, Contatti, Blog, Chi Siamo, Tracking e Informativa legali nel menu footer
- Creazione di Collezioni (categorie di prodotti) e di Prodotti sia semplici che composti, con descrizioni ottimizzate SEO e user experience



STRATEGIE APP e PLUGIN:

- App “**Shopify Email**” per automazione mail marketing:
 - creazione flusso **mail di benvenuto** per i clienti appena iscritti alla Newsletter. Ricevono uno sconto del 10% a seguito dell'iscrizione alla newsletter, utilizzabile 1 sola volta per cliente;
 - creazione flusso mail per ordine effettuato: ringraziamento, dati ordine, codice tracking, sconto per ordine successivo;
 - creazione flusso mail per carrello abbandonato;
 - flusso email per ordini successivi al primo: di ringraziamento, sconto del 10% per il secondo ordine ecc..
- App per **recensioni “FERA”**: mostra le recensioni dei clienti ed ha il pulsante per far scrivere nuove recensioni ai clienti (con possibilità da parte nostra di modificarle, accettarle o rifiutarle);
- App “**Shopify Inbox**” per permettere ai clienti di chattare con il servizio clienti del negozio mentre fanno acquisti;
- App “**AVADA EU GDPR Cookie Consent**”, per il banner della raccolta dei cookies sul sito;
- App “**TRUSTEDSITE**” per ottenere il badge di sito sicuro e creare fiducia nel cliente a fornirci i dati di pagamento;
- App. “Track123” per offrire il servizio tracking;
- Utilizzo dei Tool **UBERSUGGEST e GOOGLE TRENDS** per la ricerca delle parole chiave (per descrizioni schede prodotto e articoli blog)

Queste sono le app che ho installato sul mio sito.

Per una migliore strategia inoltre integrerei anche altre app (quasi tutte a pagamento) quali: “Discount Master - Quantity” per creare campagne marketing stimolando il senso di urgenza; “ShippingPro” per gestire spedizioni, resi e offrire il tracking; “Vitals” app di marketing all in one (soprattutto utile per controllare il comportamento dell'utente e creare la WishList” oppure l'app “Lucky Orange” sempre per analizzare il comportamento user e aiutare ad aumentare le conversioni.



CODICI, SCONTI E PROMOZIONI:

- **SCONTO DI BENVENUTO:** condizione iscrizione alla newsletter, sconto del 10% sul primo acquisto (o successivi se non viene sfruttato), 1 solo utilizzo per cliente;
- **SCONTO DI RINGRAZIAMENTO:** condizione aver effettuato il 1° acquisto. Si riceve privatamente per mail un codice sconto del 10% per l'acquisto successivo;
- **SCONTO PER RECENSIONE:** se il cliente ci fa una recensione ottiene un codice sconto del 10%, per invogliare i clienti a fare le recensioni;
- **SPEDIZIONE GRATIS:** condizione spesa minima 30,00€;
- **SPEDIZIONE GRATIS:** sul 3° ordine senza spesa minima;
- **SCONTO COMPLEANNO** del 20% senza spesa minima;
- **1 REGALO IN OMAGGIO:** per il 4° ordine, a nostra scelta (il cliente può scegliere la categoria es. giochi, ciotole, pulizia);
- **PROMOZIONI** limitate con scadenze (es. sconto x una categoria prodotti per una settimana e sconti nei periodi dei saldi e black friday) - Preferiamo fare pochissime promozioni, ma puntare più sui codici sconto personali a seguito delle azioni dei clienti (cioè ordini, recensioni, compleanno).



FUNNEL DI VENDITA:

- **Come i clienti arrivano a visitare il sito:**
 - attraverso i contenuti e le sponsorizzate creati sulle pagine social (Fb, Ig e TikTok);
 - ottimizzazione SEO e cercare di posizionarsi nei primi risultati della SERP;
 - articoli del BLOG che compaiono su Google a seguito della ricerca di determinate parole chiave da parte degli utenti.
- **Acquisto:**
 - proposta di acquisto riservata soltanto alla **nicchia** gatti;
 - **vasta scelta di prodotti** (ma non troppi come i grandi siti che spesso sono dispersivi e confusionari);
 - curare la **USER EXPERIENCE** del sito sia a livello grafico che organizzativo:
 - **stile** colorato adatto ad un negozio di animali ma comunque basico e pulito, che trasmette un senso moderno, di ordine, che non fa confondere l'utente;
 - evitare di mettere troppi **banner pop-up** che infastidiscono, al max 1 o 2;
 - evitare il sito movimentato (es. l'header fisso che rimane sempre attaccato in alto e riduce la dimensione del viewport, già piccolo sugli smartphone;
 - cercare di **trasmettere**, attraverso il sito e i contenuti dei prodotti (sia sul sito che sui social), delle **emozioni positive** che creano l'esigenza del prodotto
 - offrire **prodotti** sia **funzionali, utili e che risolvono un problema/esigenza** sia di design, con **effetto wow**, che non sempre si trovano nei comuni negozi fisici di animali (es. tiragraffi a forma di palma o la pallina smart);
 - **assistenza clienti** in fase di acquisto (chat sul sito con la app Shopify InBox e eventualmente chat su whatsapp)



- processo di **checkout** semplice e trasparente per evitare abbandoni del carrello:
 - richiesta solo dei dati essenziali all'acquisto
 - ShopPay che memorizza i dati per gli acquisti successivi
 - Vasta offerta di metodi di pagamento online (tutte le carte e PayPal) e di pagamento rapido come GooglePay e ApplePay)
 - Trasparenza sull'IVA (inclusa già nel prezzo dei prodotti)
 - Trasparenza sulle spese di spedizione, scritte nella policy e sulla HomePage, calcolate effettivamente dopo che il cliente inserisce l'indirizzo e eventuali codici promo.
- **Fidelizzazione:**
 - attraverso **mail marketing, sconti personalizzati** e creazione di un senso di **community** tra noi e i clienti e tra i clienti stessi;
 - **attenzione verso il cliente:** con auguri di compleanno, auguri per le festività e eventualmente piccoli omaggi;
 - fornire un'**assistenza clienti** adeguata sia prima dell'acquisto (es. rispondendo a domande sui prodotti), sia durante l'acquisto (es. risoluzione problemi nel checkout o consigliando i prodotti) sia dopo l'acquisto (lamentate, resi, rimborsi, sostituzioni, risoluzione problema pacco non recapitato ecc);
 - **codici sconto** e promo personalizzati per far continuare gli **acquisti dopo il 1°**
 - **prodotti in omaggio** su ordini di grande importo



MARKETING (campagne e automazioni):

- automazione **MAIL MARKETING** per tenere aggiornati i clienti sui nuovi prodotti, sugli articoli del blog, proporre acquisti e inviare i codici sconto personali e le promozioni;
- creazione di una categoria prodotto **mystery box**, chiamata es. "Mystery CatBox" con 3 opzioni:
 - **small**: costo 39,00€ con 3 prodotti a sorpresa piccoli (1 gioco, 1 accessorio per alimentazione o lettiera, 1 accessorio per pulizia gatto - es. una bacchettina gioco, 1 ciotola o 1 paletta per lettiera e 1 spazzola);
 - **medium**: costo 59,00€ con 4 prodotti a sorpresa (gli stessi sopra + 1 tiragraffi)
 - **big** ("NEW CAT KIT"): costo 89,00€ stessi prodotti della small + 1 tiragraffi + 1 lettiera con paletta. Può essere proposto come il "Kit completo per l'arrivo di un gatto in famiglia", dove c'è il kit base per un gatto: lettiera con paletta + tiragraffi + 1 gioco + set ciotola acqua e cibo + spazzola. Tutto a sorpresa e a nostra scelta, il cliente può dirci se il gatto è maschio o femmina così da scegliere i colori giusti o indicarci la sua preferenza di colori.
- **PUBBLICAZIONE FOTO DEI CLIENTI (GATTI) SULLA HOME PAGE DEL SITO**: creazione di una sorta di community dove i clienti che hanno acquistato da noi se vogliono ci inviano le foto dei loro gatti con i prodotti e noi li pubblichiamo in uno spazio dedicato sulla Home del sito e sulle nostre pagine social;
- **CREAZIONE PAGINA FACEBOOK, PAGINA INSTAGRAM E PROFILO TIKTOK**: si postano contenuti diversi in base al tipo di social con foto e video ambientali dei prodotti con gatti che utilizzano gli oggetti e call to action, sfruttando sia l'organico che facendo sponsorizzate sul Centro di Gestione Meta e su TikTok. Video anche sul possibile contenuto delle mystery box per invogliare l'acquisto;