



ESERCITAZIONE W6

- Scorrendo la lista dei top store Shopify (<https://www.shopify.com/blog/shopify-stores>) focalizzare uno store a vostro piacimento. Attraverso l'utilizzo di Gtmetrix (<https://gtmetrix.com/>) inserire l'url del sito analizzare lo store da un punto di vista tecnico. Attraverso l'utilizzo di Similarweb (<https://www.similarweb.com/>) inserire il link del sito che avete scelto e focalizzare un suo competitor. Tornare su Gtmetrix (<https://gtmetrix.com/>) e attraverso il tasto "compare" in alto a destra lanciare un'analisi comparativa dei due siti.
- Redigere un report in PDF di almeno 10 pagine (copertina e chiusura escluse) che metta a confronto il primo sito con il secondo e che evidenzii per il primo sito scelto gli elementi tecnici che potrebbero contribuire a un aumento delle performance (ad es. pesantezza immagini, problemi sul CSS) e proporre eventuali aree di miglioramento in modo sintetico motivando le proposte.
- Il report dovrà essere facilmente comprensibile anche da una persona non tecnica (ad es. un vostro potenziale cliente) e dovrà essere redatto in ottica propositiva per invogliare il vostro potenziale cliente ad acquistare il vostro servizio (evitare di usare solo screenshot o testi scritti con A.I.)
Aggiungere idee propositive (o creare delle slide esplicative) con infografiche piuttosto che con molto testo aiuterà il cliente a comprendere meglio quelli che saranno i vostri suggerimenti lato tecnologico.
- In coda alle 10 pagine aggiungere 5 slide che analizzino Homepage, Listing e Product page a livello contenuti del primo sito scelto (UX/UI del sito, tipologia di foto, di testi etc...) che evidenzino quelle che secondo voi possono essere le aree di miglioramento con un breve testo che motivi il vostro suggerimento.
Dove possibile fare un confronto con il competitor.
Prima della chiusura inserite una o due slide di proposte a livello tecnologico {app, impostazioni etc...}
- Potete utilizzare anche le estensioni per chrome: Shopify App Detector by Fera.ai e Shopify Theme Detector
- Perché è importante fare un'analisi di questo tipo.
- La base di una buona strategia eCommerce non è solo data dalla scelta tecnologica o delle skills a livello di sviluppo.
- Conoscere strumenti di analisi (come ad es GtMetrix) vi permetterà di portare all'attenzione dell'azienda per cui lavorate (o di vostri potenziali clienti) informazioni molto importanti che vi aiuteranno a sostenere la vostra proposta di sviluppo o di implementazione.



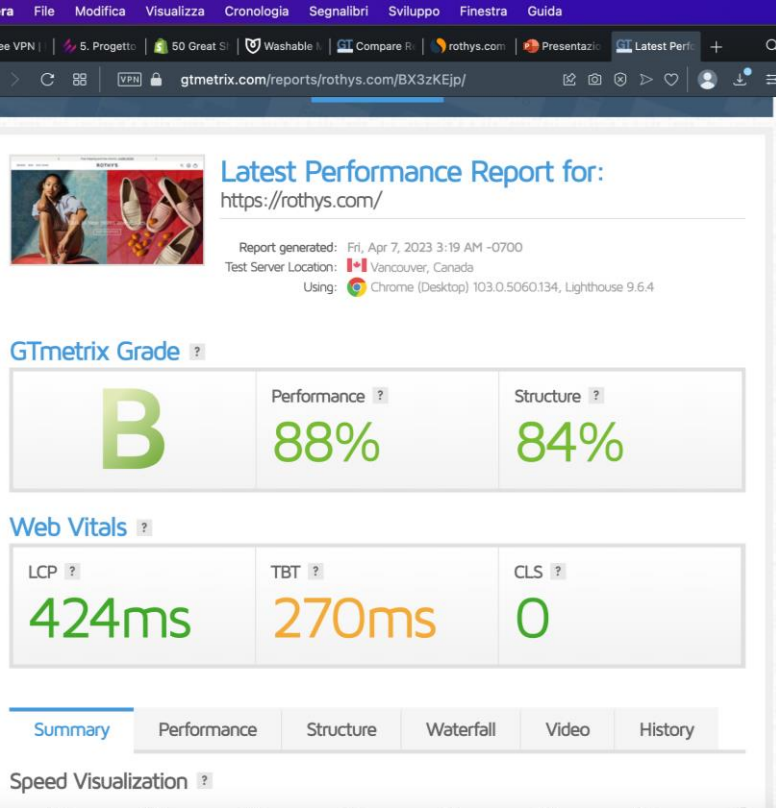
OBIETTIVI



A teal-colored brushstroke graphic with a rough, hand-painted edge, containing white text.

SITO SCELTO
<https://rothys.com>

- Rothys è un negozio che vende calzature per Uomo e Donna.
- Analizzando le performance del sito attraverso gtmetrix si evince che le performance del sito sono di ottimo livello.
- Il tempo di caricamento e interactive della pagina Home e delle altre pagine resta sotto i 3 secondi. Per il caricamento completo di tutti i contenuti invece tocca soglia 4,7 sec. Il che comunque rimane un tempo ottimo rispetto a quello del competitor ALLBIRDS che andremo poi a vedere nello specifico.
- Rothys risulta essere un sito più pesante a livello di contenuti (4,2 mb) rispetto al suo competitor diretto. Nonostante questo però le performance rimangono migliori! Questo attesta l'ottimo lavoro che è stato effettuato per ottimizzare le immagini mantenendone comunque un'alta qualità a livello grafico.
- Nel complesso la navigazione è gestita in modo buono, ma potrebbe essere gestita ancora meglio inserendo dei dei menù a cascata più visibili e facili da utilizzare per rendere il processo ancora più user friendly.



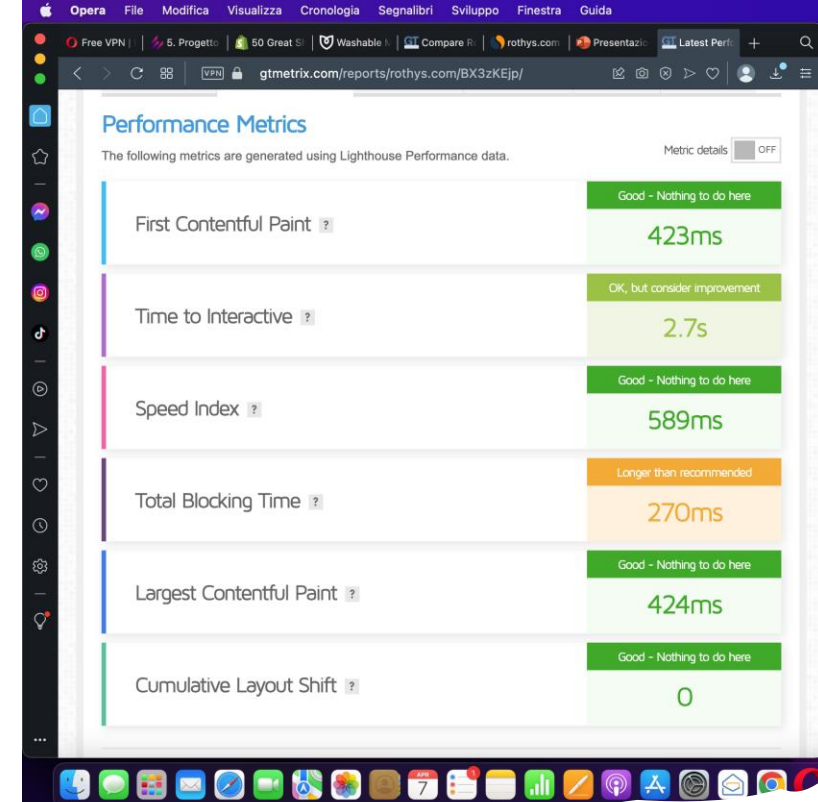
Opera File Modifica Visualizza Cronologia Segnalibri Sviluppo Finestra Guida

Free VPN | 5. Progetto | 50 Great S | Washable | Compare R | rothys.com | Presentazi | Latest Perf |

gtmetrix.com/reports/rothys.com/BX3zKEjp/

Show Audits Relevant to **All** | FCP | LCP | TBT | CLS

IMPACT	AUDIT
Med-High	Avoid enormous network payloads LCP
Med	Avoid unload event listeners
Med	Avoid an excessive DOM size TBT
Med	Serve static assets with an efficient cache policy
Low	Enable text compression FCP LCP
Low	Avoid long main-thread tasks TBT
Low	Use a Content Delivery Network (CDN)
Low	Reduce unused JavaScript LCP
Low	Reduce JavaScript execution time TBT
Low	Properly size images
Low	Avoid multiple page redirects FCP LCP
Low	Ensure text remains visible during webfont load FCP LCP
Low	Reduce unused CSS FCP LCP
Low	Reduce initial server response time FCP LCP
Low	Avoid serving legacy JavaScript to modern browsers



GT METRIX

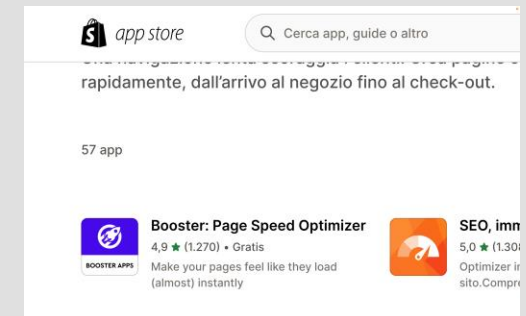
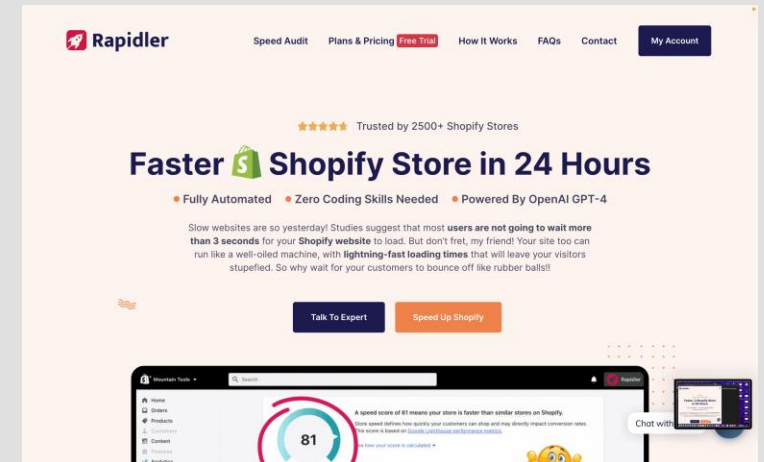
Le performance come si può vedere dagli screenshot sono dell'88% e la classe è la B. Normalmente i livelli percentuali per un sito ben ottimizzato in media variano dal 78 al 95 %. Questo attesta come Rothys stia gestendo in modo praticamente perfetto le performance del sito.

I due aspetti principali su cui focalizzarsi per ottenere delle performance migliori sono:

- Payloads (Med-high) --> Questo dato è migliorabile attraverso la suddivisione del codice JavaScript, la rimozione del codice non utilizzato o un'ottimizzazione di caricamento di contenuti di JavaScript di terze parti.
- TBT 270ms (total blocking time) --> sottolinea un blocco di tempo tra il caricamento della pagina e l'inizio di interattività e potrebbe essere migliorato attraverso l'ottimizzazione dei payloads.

APP DA UTILIZZARE

- Per migliorare la velocità del sito possiamo utilizzare applicazioni come :
- RAPIDLER --> app a pagamento con oltre 2.500 recensioni e un rating di 4,8
- Ottimo per migliorare automaticamente le performance dello shop senza doversi preoccupare di niente.
- BOOSTER --> app gratuita per migliorare la velocità del sito internet.
- SEO IMMAGINI E VELOCITÀ --> un app che oltre al miglioramento della
- Velocità si occupa di ottimizzare le immagini mantenendone un'alta
- Qualità per favorire il posizionamento sui motori di ricerca.





USER EXPERIENCE

- Analizzando il sito da un iphone 13 ho notato che la UX è piuttosto adeguata. I pulsanti e i collegamenti sono facili da utilizzare ed il funzionamento del sito è piuttosto intuitivo.
- HOME PAGE --> come già detto il funzionamento è ottimo per quanto riguarda il contenuto potrebbe essere esteso inserendo un breve paragrafo dedicato al chi siamo per dare un'idea generale dell'azienda e della sua mission. Inoltre potrebbe essere resa più esplicita la sezione dedicata ai contatti che in questo manca e l'unica modalità di contatto è il footer. Aggiungerei altre 2 sezioni una per la social proof inserendo una serie di recensioni di clienti per aumentare il conversion rate ed aumentare la fiducia nel brand. E un'altra dedicata alla newsletter migliorandone grafica e descrizione per aumentare gli iscritti e quindi poter avere maggiori dati di clienti fidati e possibili a cui proporre nuove offerte consone ai loro interessi.
- App utili come Loox, judgeme --> per la social proof
- Come ultimo punto dato l'interesse di entrare nel mercato europeo una volta identificati i mercati target aggiungere la possibilità di visualizzare il sito non più solo in inglese ma anche nelle lingue di tali paesi.



USER EXPERIENCE

- Per quanto riguarda la pagina categorie, risulta essere molto scorrevole intuitiva e graficamente accattivante!
- I filtri sono presenti per facilitare la ricerca dell'utente e anche questi risultano essere molto chiari e sufficienti ad una ricerca personalizzata.
- Mancano le call to action



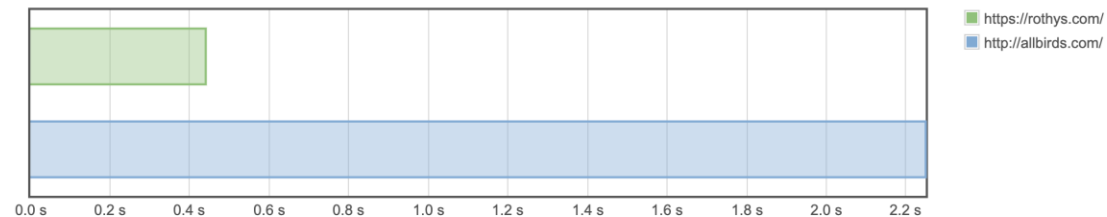
USER EXPERIENCE

- Pagina prodotto --> impaginata in modo corretto, dotata di foto di qualità e contenuti esaustivi.
- La parte dedicata alla social proof è nettamente migliorabile a livello grafico e dovrebbe essere posizionata qualche sezione più in alto per spezzare una serie di contenuti che potrebbero diventare pesanti da digerire.
- Come ultima app consigliata inserirei un chat bot --> dotato di risposte automatiche e risposte alle domande più frequenti ma anche molto utile per concludere la fase di acquisto con clienti incerti magari proponendo sconto last minute oppure accompagnandolo nella fase di acquisto.
- Tra le migliori troviamo TIDIO E TAWHAK



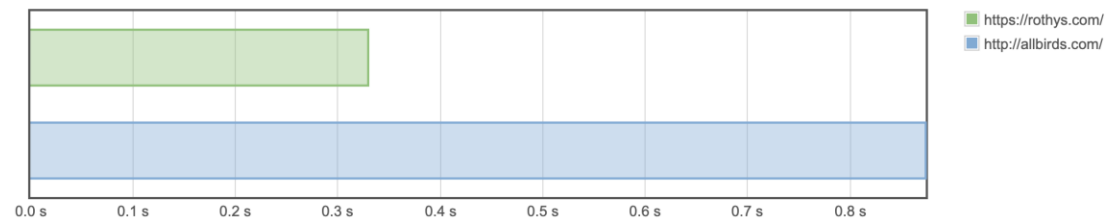
Largest Contentful Paint

Lower is better



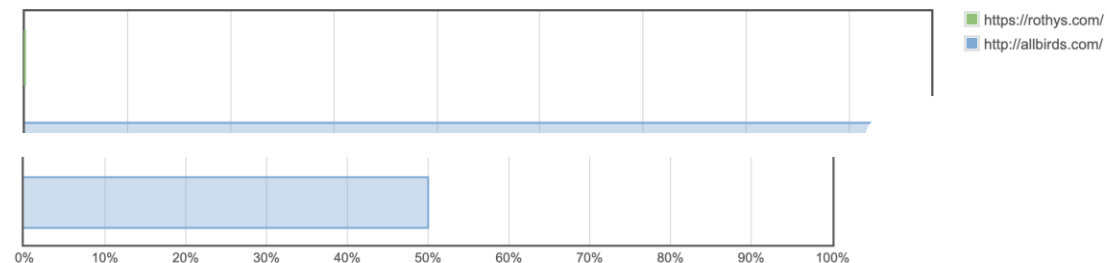
Total Blocking Time

Lower is better



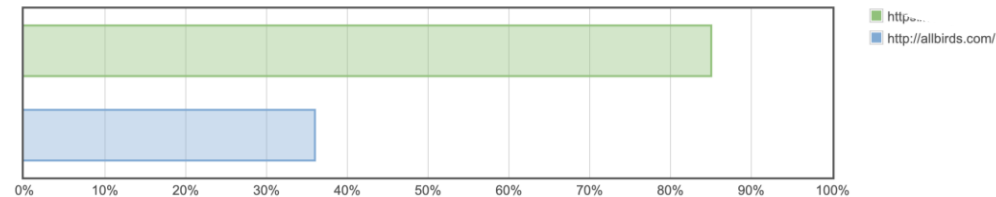
Cumulative Layout Shift

Lower is better



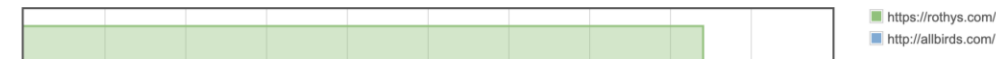
Performance Scores

Higher is better

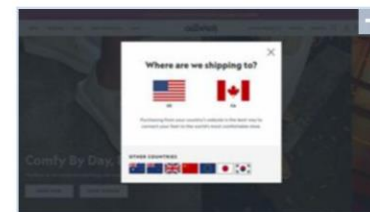


Structure Scores

Higher is better



<https://rothys.com/>
Fri, Apr 7, 2023 2:55 AM -0700
Vancouver, Canada
Chrome (Desktop) 103.0.5060.134



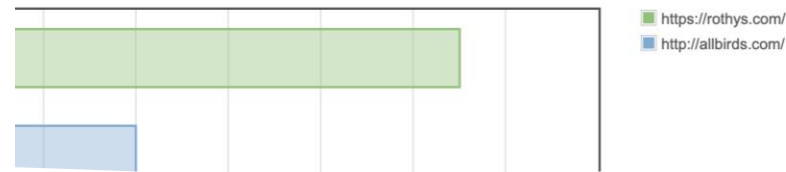
<http://allbirds.com/>
Fri, Apr 7, 2023 2:56 AM -0700
Vancouver, Canada
Chrome (Desktop) 103.0.5060.134

metrix Grade
mance Score
ructure Score
ntentful Paint
llocking Time
Layout Shift
tal Page Size
of Requests

B (85%)
85%
84%
440ms
329ms
0
4.19MB
187

E (50%)
36% -49%
83% -1%
2.2s +1.8s
873ms +544ms
0.88 +0.88
3.23MB -0.97MB
265 +78

Structure Waterfall Graphs



COMPARAZIONE

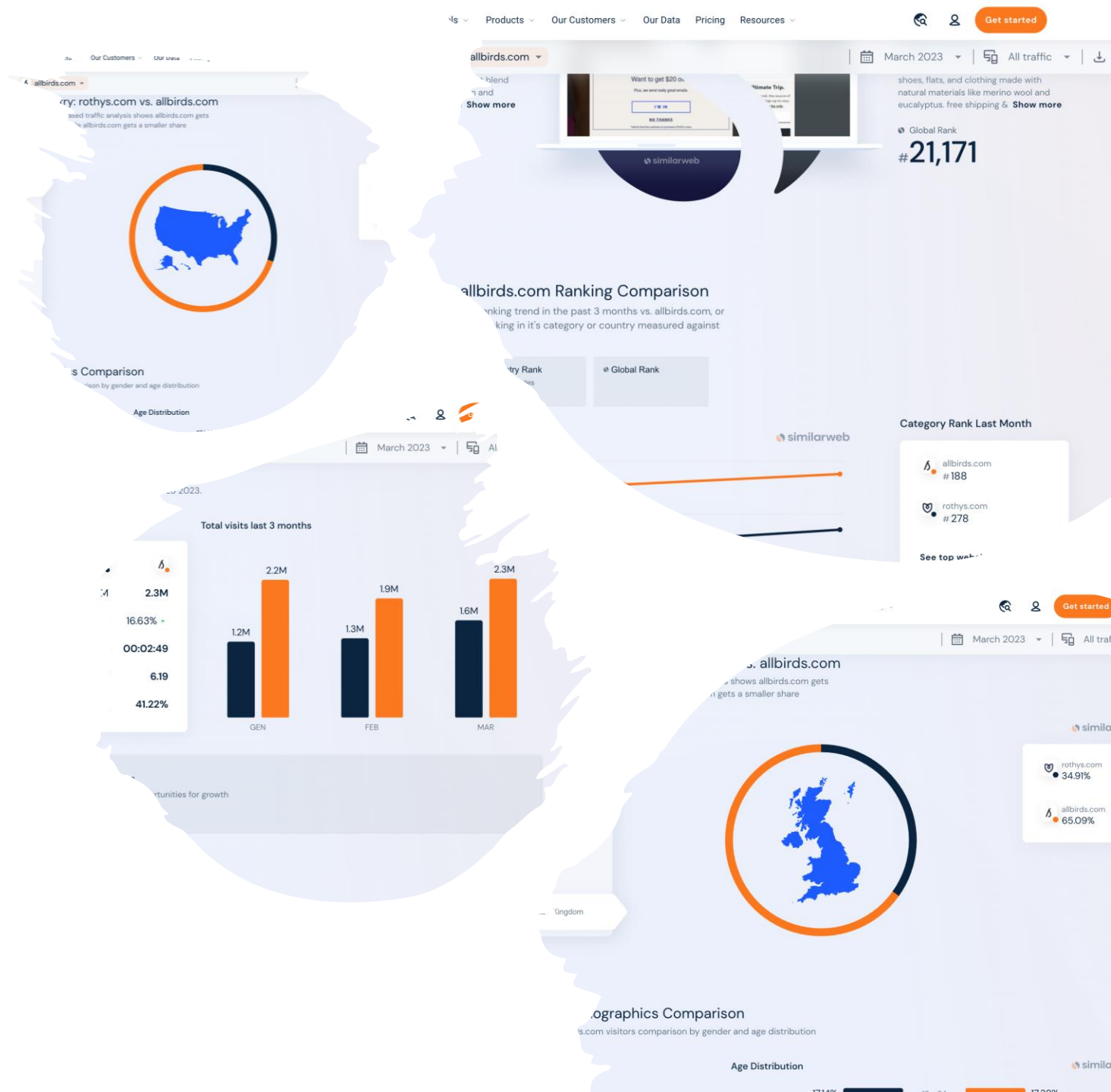


ANALISI DATI

- Come anticipato precedentemente possiamo notare il dislivello tra i due e-commerce.
- A livello di performance non c'è paragone. Rohtys supera nettamente le performance dei principali competitors.
- Tutte le metriche utilizzate per il paragone giocano a nostro vantaggio.
- Nonostante questo il posizionamento come attesta la prossima slide non valorizza la posizione di vantaggio acquisita a livello di efficacia e velocità del sito.
- A questo punto il focus andrà su una nuova strategia di posizionamento e scalata del brand.
- Ci dobbiamo concentrare sulla brand attractive

POSIZIONAMENTO

- Da un'analisi condotta attraverso il sito similar web ho messo a confronto le due aziende. Con sorpresa nonostante le performance di Rothys siano nettamente superiori a quelle di Allbirds il lavoro sul posizionamento non è stato effettuato in modo adeguato! Si può notare dagli allegati come il nostro competitor diretto goda ancora di un vantaggio competitivo non da poco. Nonostante questi dati giochino a nostro favore e con un lavoro strategico la situazione si potrebbe ribaltare. Infatti Allbirds vede 2 punti negativi:
- 1 L'assenza di costanza in una strategia comprovata
- 2 Una concentrazione limitata ai mercati inglesi e in parte a quello del sud america (brasil)





GRAZIE DELL'ATTENZIONE