

BAR

TENDER

BARTENDER SCHOOL

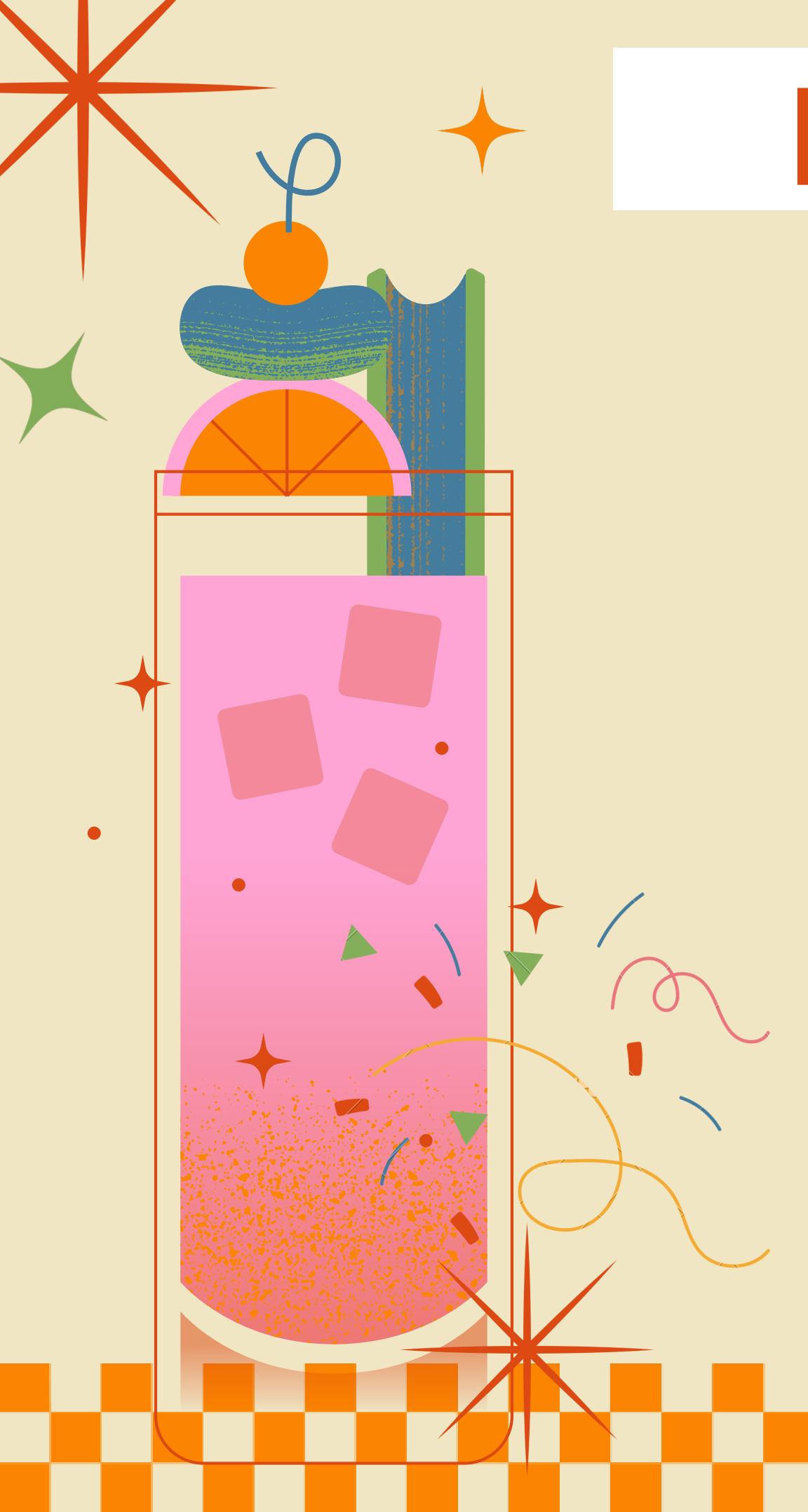


HOME PAGE

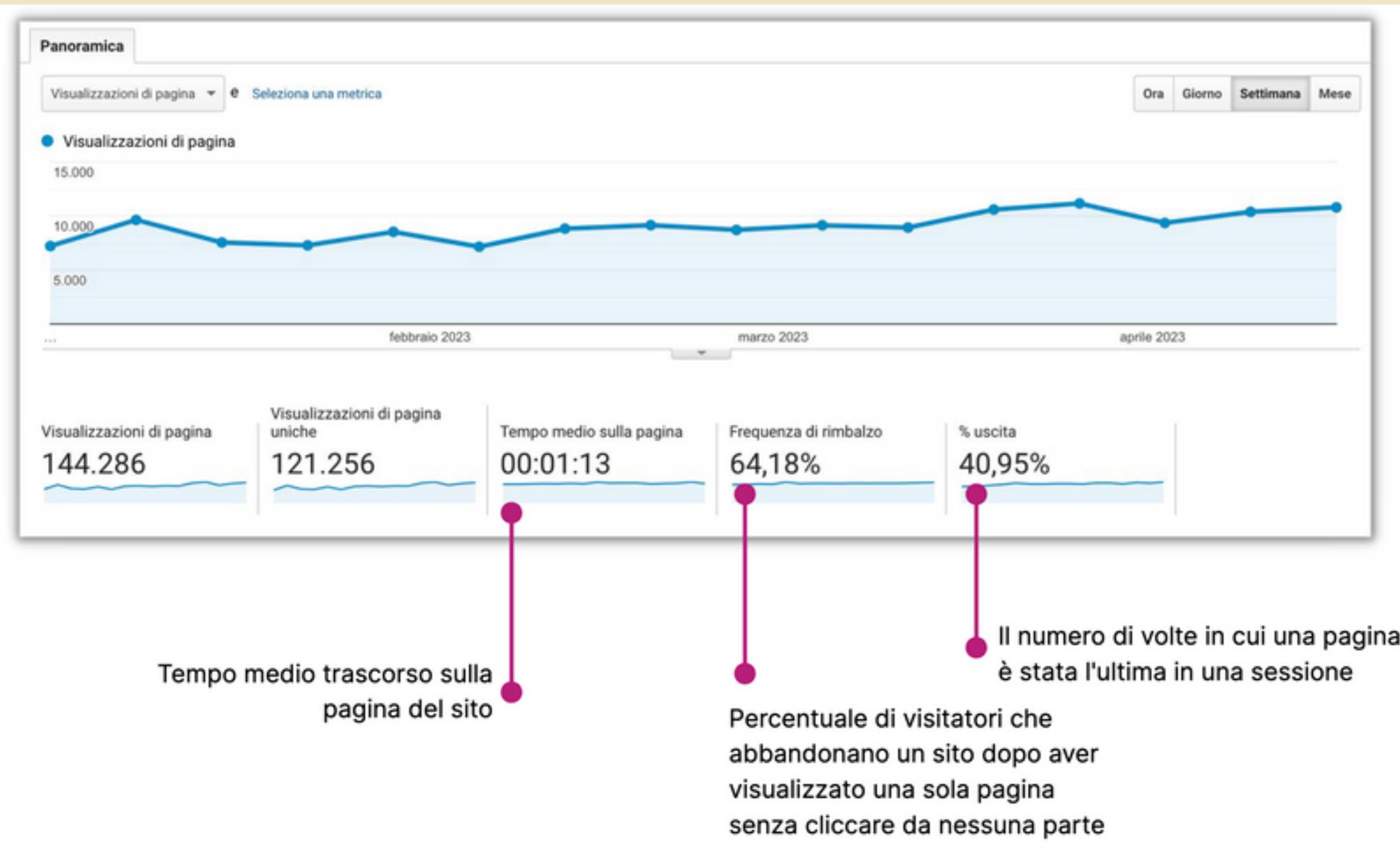
HOME PAGE ATTUALE

- Informazioni sul corso
- Cta --> "Richiedi maggiori info"

Questi due elementi non bastano per attirare l'attenzione delle persone, non c'è alcuna social proof per creare fiducia tra l'azienda e il cliente.



HOME PAGE

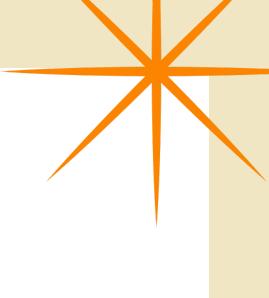


1. **Tempo medio sulla pagina:** il tempo medio trascorso sul sito è abbastanza alto, possiamo supporre che gli utenti leggono il contenuto della pagina. ✓

2. **Frequenza di rimbalzo:** questa metrica indica quanti utenti abbandonano la home page dopo averla visitata, 6,4 persone su 10 abbandona la home page senza compiere alcuna azione. ✗

3. **% di uscita:** indica quante volte in una sessione la pagina è stata l'ultima ad essere visitata prima di abbandonare il sito. ✗

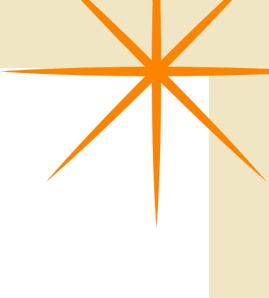
HOME PAGE



MIGLIORAMENTI

- 1. Ottimizza la velocità di caricamento:** se la tua home page impiega troppo tempo a caricarsi, i visitatori potrebbero essere tentati di abbandonare il sito. Assicurati che le immagini siano ottimizzate e che il codice del sito sia leggero e ben strutturato.
- 2. Sii chiaro e conciso:** la tua home page dovrebbe essere facile da comprendere e navigare. Utilizza titoli e sottotitoli chiari e concisi per guidare i visitatori attraverso il sito. Assicurati inoltre di utilizzare un layout intuitivo e user-friendly.
- 3. Crea un messaggio di benvenuto coinvolgente:** la tua home page dovrebbe dare ai visitatori una buona impressione del tuo sito e del tuo brand. Utilizza un messaggio di benvenuto coinvolgente e ben scritto per attirare l'attenzione dei visitatori e incoraggiarli a esplorare il sito.
- 4. Utilizza immagini e video di qualità:** le immagini e i video possono essere molto efficaci per catturare l'attenzione dei visitatori e comunicare il valore del tuo prodotto o servizio. Assicurati di utilizzare immagini e video di alta qualità che siano in linea con il tuo brand e il tuo messaggio.
- 5. Testa diverse versioni della home page:** potresti considerare di testare diverse versioni della home page per vedere quale funziona meglio. Utilizza uno strumento di testing A/B per confrontare le prestazioni delle diverse versioni e determinare quale sia la più efficace.
- 6. Fai in modo che la home page sia mobile-friendly:** sempre più persone utilizzano i loro dispositivi mobili per navigare in Internet. Assicurati che la tua home page sia ottimizzata per i dispositivi mobili e che sia facile da navigare su schermi di dimensioni ridotte.

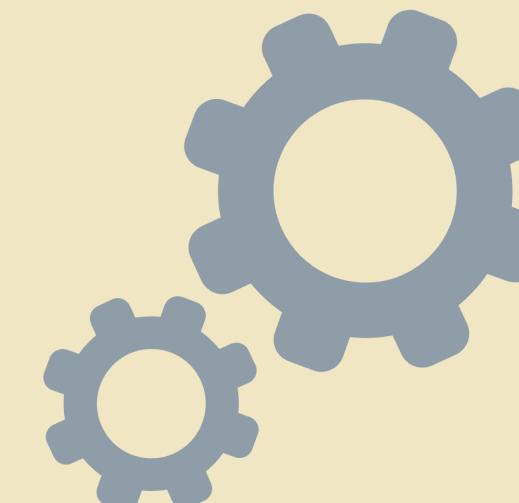
HOME PAGE



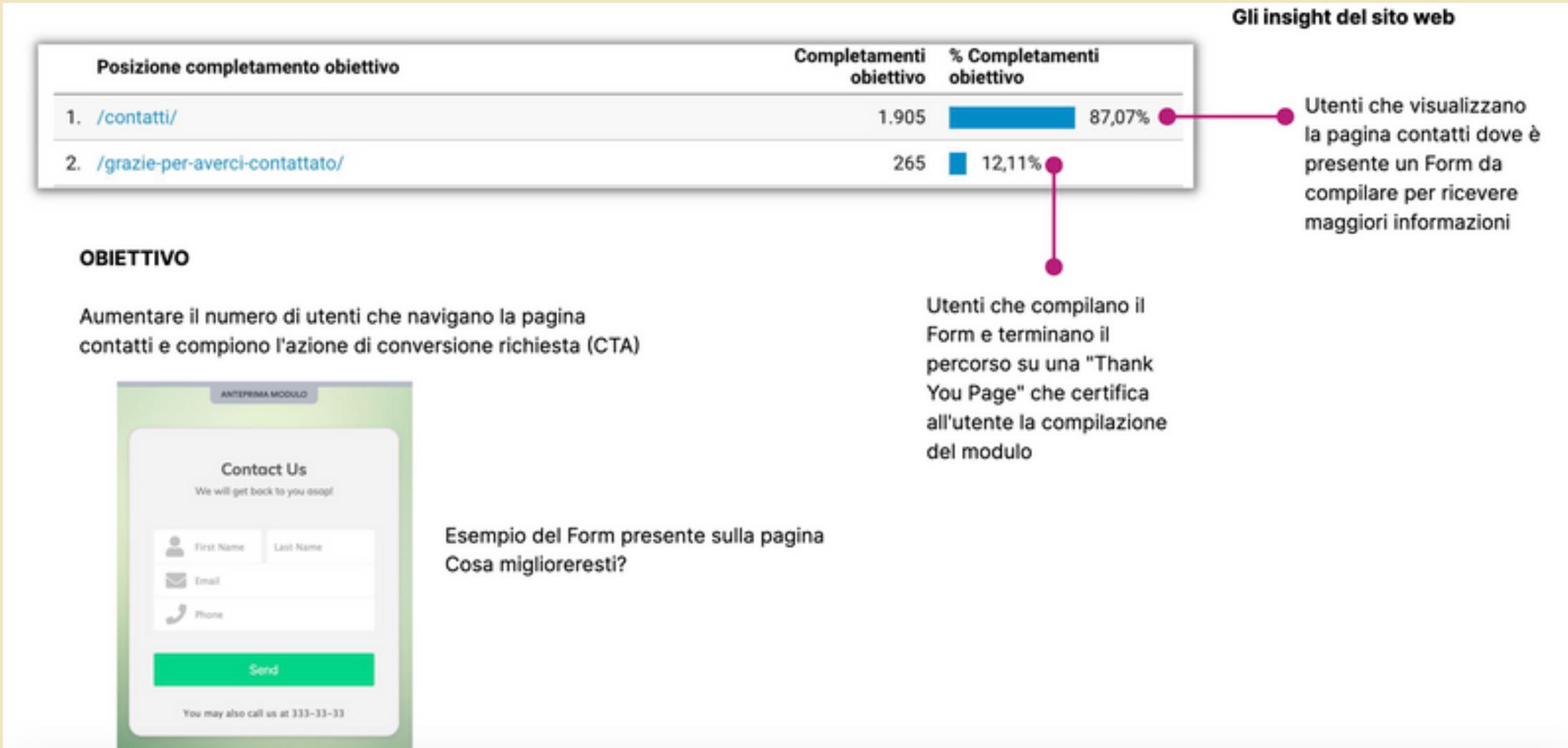
Struttura della home page

- 1. Intestazione:** inizia con un'intestazione accattivante che spieghi chi sei e cosa offri. Puoi utilizzare una foto di alta qualità di un cocktail o di un barista per catturare l'attenzione dei visitatori.
- 2. Presentazione del corso:** presenti il tuo corso in modo chiaro e completo. Spiega il tipo di formazione offerta, le ore di lezione, il prezzo e le eventuali offerte speciali.
- 3. Credenziali:** evidenzia le credenziali dei tuoi istruttori e i loro anni di esperienza nel settore. Ciò aiuterà a rassicurare i visitatori sulla qualità del corso.
- 4. Vantaggi:** elenca i vantaggi del tuo corso di formazione. Ad esempio, i corsi in bartending possono essere utili per coloro che vogliono lavorare come barman o gestire un bar. Puoi anche menzionare i vantaggi delle tue lezioni, come l'accesso a strumenti di formazione avanzati o a un supporto per l'attività.

- 5. Feedback dei partecipanti:** includi i feedback positivi dei partecipanti precedenti per dimostrare l'efficacia del tuo corso.
- 6. Call to action:** aggiungi un call-to-action ben visibile che inviti i visitatori a iscriversi al corso o a contattarti per maggiori informazioni.
- 7. Sezione FAQ:** includi una sezione FAQ con le domande frequenti che possono essere utili ai visitatori. In questo modo potrai rispondere alle domande più comuni e rendere il processo di registrazione più facile per i potenziali partecipanti.



PAGINA CONTATTI



1. Visualizzazione pagina contatti:

l'87,07% degli utenti visita la pagina contatti, questo significa che le persone hanno qualcosa da chiedere



Informazioni utili: gli utenti sono interessati al corso e vorrebbero chiedere qualche informazione in più

Dubbi: visti gli insights della home page è molto probabile che gli utenti abbiano molti dubbi sul corso, sull'affidabilità, sul brand e vorrebbero chiedere delucidazioni.



2. Compilazione modulo:

solo l' 12,11% degli utenti che visitano la pagina contatti compila il modulo, ciò significa che il modulo non è user friendly e andrebbe modificato.



PAGINA CONTATTI

Struttura della pagina dei contatti

1. **Intestazione:** inizia con un'intestazione che spiega chi sei e cosa offri. In questa pagina, potresti includere il tuo logo e un'immagine di un cocktail per mantenere il tema del tuo sito.

2. **Formulario di contatto:** includi un formulario di contatto per consentire ai visitatori di inviarti una e-mail. Assicurati che il formulario sia facile da compilare, con campi obbligatori come nome, e-mail e messaggio.

3. **Recapito telefonico:** fornisci un recapito telefonico per coloro che preferiscono parlare direttamente con te. Inserisci il tuo numero di telefono nella parte superiore o inferiore della pagina contatti.

4. **Indirizzo email:** fornisce il tuo indirizzo email principale per coloro che preferiscono contattarti tramite email.

5. **Social media:** includi i tuoi account sui social media come Instagram e Facebook per consentire ai visitatori di seguirti e rimanere aggiornati sulle tue attività. Includi i link ai tuoi profili social nella parte inferiore della pagina contatti.

6. **Orari di apertura:** se hai un'attività fisica di bartender, includi gli orari di apertura per coloro che desiderano visitare il tuo locale. Potresti anche includere informazioni sulle tue lezioni e suggerire ai visitatori di prenotare in anticipo.

7. **Mappa:** se hai un'attività fisica di bartender, includi una mappa per aiutare i visitatori a trovare la tua sede. Puoi utilizzare strumenti come Google Maps per creare una mappa interattiva.

Ricorda di mantenere il design della pagina coerente con il tema del tuo sito e di includere un call-to-action per incoraggiare i visitatori a contattarti. Assicurati inoltre di rispondere tempestivamente a tutte le richieste di contatto per dimostrare ai visitatori la tua attenzione al servizio clienti.

MODULO CONTATTI

ANTEPRIMA MODULO

Contact Us
We will get back to you asap!

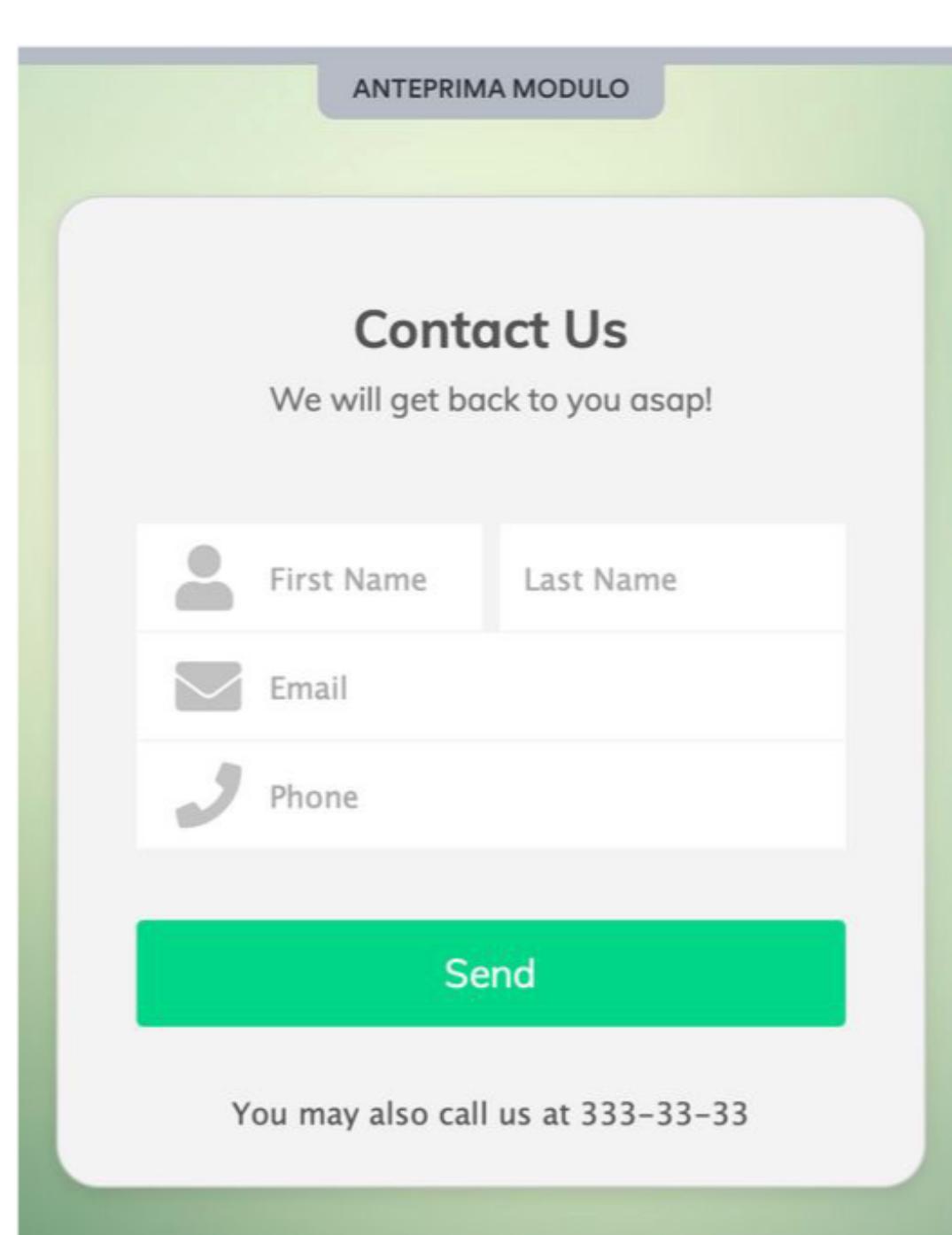
First Name Last Name

Email

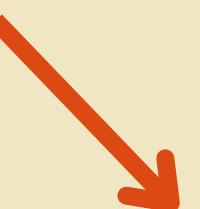
Phone

Send

You may also call us at 333-33-33



1. **Nome:** includi un campo obbligatorio per il nome del mittente, in modo che tu possa personalizzare la tua risposta. ✓
2. **Email:** inserisci un campo obbligatorio per l'indirizzo email del mittente. Questo ti consentirà di rispondere alla richiesta di contatto. ✓
3. **Messaggio:** include un campo obbligatorio per il messaggio del mittente. In questo campo, i visitatori possono includere domande o richieste specifiche sui tuoi corsi di bartender. ✗
4. **Motivo del contatto:** fornisci un menu a discesa o dei pulsanti di selezione per il motivo del contatto. Ciò aiuterà a separare le richieste relative ai corsi dai commenti generali. ✗
5. **Numero di telefono (opzionale):** se lo desideri, puoi includere un campo opzionale per il numero di telefono del mittente. Questo può essere utile se preferisci rispondere alle richieste di contatto via telefono. ✓
6. **Pulsante di invio:** includi un pulsante di invio ben visibile in modo che il mittente possa inviare facilmente la richiesta di contatto. ✓
7. **Messaggio di ringraziamento:** una volta inviato il modulo, mostra un messaggio di ringraziamento. Puoi anche utilizzare questo messaggio per informare il mittente sul tempo di attesa per una risposta. ✓
8. **Design accattivante e congruo:** Il modulo deve avere un design accattivante ed essere in tema con il resto del sito web. ✗



Il design di questo modulo di contatto non è per niente congruo ad un sito che vende corsi di bartender.

Bisogna aggiungere una nota sulla privacy per informare i visitatori su come utilizzerai le informazioni fornite nel modulo di contatto.

PUBBLICITÀ

Struttura delle ads

Sponsorizzato

Diventa un Barman Professionista!

Imparerai in 40 ore le tecniche e le nozioni di base che ti trasformeranno in un Bartender.

Sarai affiancato da professionisti che da anni gestiscono i migliori locali d'Italia.

...



VUOI DIVENTARE UN BARMAN?

CORSO BASE DI AMERICAN BARTENDING

TI INSEGNEREMO LE TECNICHE E LE NOZIONI DI BASE CHE TI TRASFORMERANNO IN UN BARMAN

Regole di base • Free Pouring • Ricette • BA • Speed Round • Working Flair

Learn More

[Diventa Barman](#)

Copy: il testo dell'ad non risulta essere accattivante (questo giudizio dipende da che parte del funnel si trovano i clienti che vedono queste ads), consiglierei di consultare un copywriter (anche per il sito web)

Bottone CTA: Il bottone "learn more" non funziona, consiglio alcune alternative:

1. "Iscriviti ora": questo testo del bottone suggerisce ai potenziali clienti di iscriversi ai tuoi corsi di bartender immediatamente.
2. "Prenota il tuo corso": questo testo del bottone incoraggia i potenziali clienti a prenotare un corso di bartender con la tua attività.
3. "Scopri i nostri corsi": questo testo del bottone invita i potenziali clienti a esplorare i corsi di bartender offerti dalla tua attività.
4. "Diventa un barman": questo testo del bottone suggerisce che i potenziali clienti possono diventare barman iscrivendosi ai tuoi corsi.
5. "Impara a fare cocktail": questo testo del bottone evidenzia la possibilità per i potenziali clienti di imparare a fare cocktail iscrivendosi ai tuoi corsi.

PUBBLICITÀ

Struttura delle ads

Sponsorizzato

Attestati di Qualifica Professionale per ogni Corso Barman o Corso Barista svolto. Agenzia del Lavoro Accademia Barman Job per lavorare in Italia e all'estero. Corsi: Attestato Barman/Barista, Valido per Lavorare, Con Certificazione.
[Calendario Dei Corsi](#) · [Parla Con Un Tutor](#) · [Trova Lavoro Con Noi](#) · [Gli Istruttori](#)

Ricerche correlate :

Mixology libro



Mixology
reloaded. La
guida defini...

The Art of
Mixology:
Classic Coc...

The Alchemist
Cocktail Bo...

I cocktail del
Nottingham
Forest. Con...

II MANUALE
DEL
BARMAN: T...

Rum: Storia,
classificazi...
degustazio...

Mostra altro →

Copy: il testo dell'ad non risulta essere accattivante e soprattutto lo script non ha quasi un senso, bisognerebbe creare uno script sensato e utilizzare le parole chiave.

PUBBLICITÀ

Alcuni esempi di possibili script :

Script 1:

Titolo: Impara a fare cocktail come un professionista

Descrizione: Diventa un barman di successo con i nostri corsi di bartender. Impara le tecniche giuste, crea i cocktail più deliziosi e conquista i tuoi clienti. Iscriviti ora e ottieni il 10% di sconto sul tuo primo corso.



le parole chiave utilizzate includono "corsi di bartender", "barman", "impara a fare cocktail", "tecniche giuste", "conquista i tuoi clienti" e "10% di sconto".

Script 2:

Titolo: Corso di bartender online: impara ovunque tu sia

Descrizione: Vuoi imparare a fare cocktail ma non hai tempo per un corso in presenza? Abbiamo la soluzione! Iscriviti ai nostri corsi di bartender online e impara ovunque tu sia. Con il nostro programma interattivo, potrai acquisire le conoscenze di cui hai bisogno per diventare un barman di successo. Iscriviti ora e inizia subito il tuo percorso di apprendimento.



le parole chiave includono "corso di bartender online", "impara ovunque tu sia", "programma interattivo", "conoscenze di cui hai bisogno" e "barman di successo".

È importante utilizzare le parole chiave in modo naturale all'interno degli annunci, per garantire che siano rilevanti per i potenziali clienti e per migliorare la qualità degli annunci stessi. Inoltre, gli annunci devono essere accattivanti e invitanti, in modo da attirare l'attenzione dei potenziali clienti e convincerli a cliccare sul tuo annuncio per iscriversi ai tuoi corsi di bartender.

