



**AUMENTARE LE  
CONVERSIONI  
ECOMMERCE  
ATTRAVERSO TEST  
CON UTENTI REALI**

**STOREIS.**



# OBIETTIVI

## OBIETTIVI PRIMARI



**Raccogliere informazioni su come i diversi utenti target** si comportano con il sito e sulle difficoltà che trovano, suggerendo soluzioni per risolverle.

## OBIETTIVI SECONDARI



**Fornire insight** su quali elementi tenere in considerazione per il **redesign grafico**



Identificare i **limiti** dell'**attuale organizzazione del catalogo** e identificare le possibili **soluzioni**



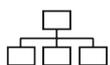
## IL NOSTRO APPROCCIO



Tutti i partecipanti al test sono **amanti degli sport invernali** (principianti ed esperti) che non hanno mai acquistato nulla su rossignol.com



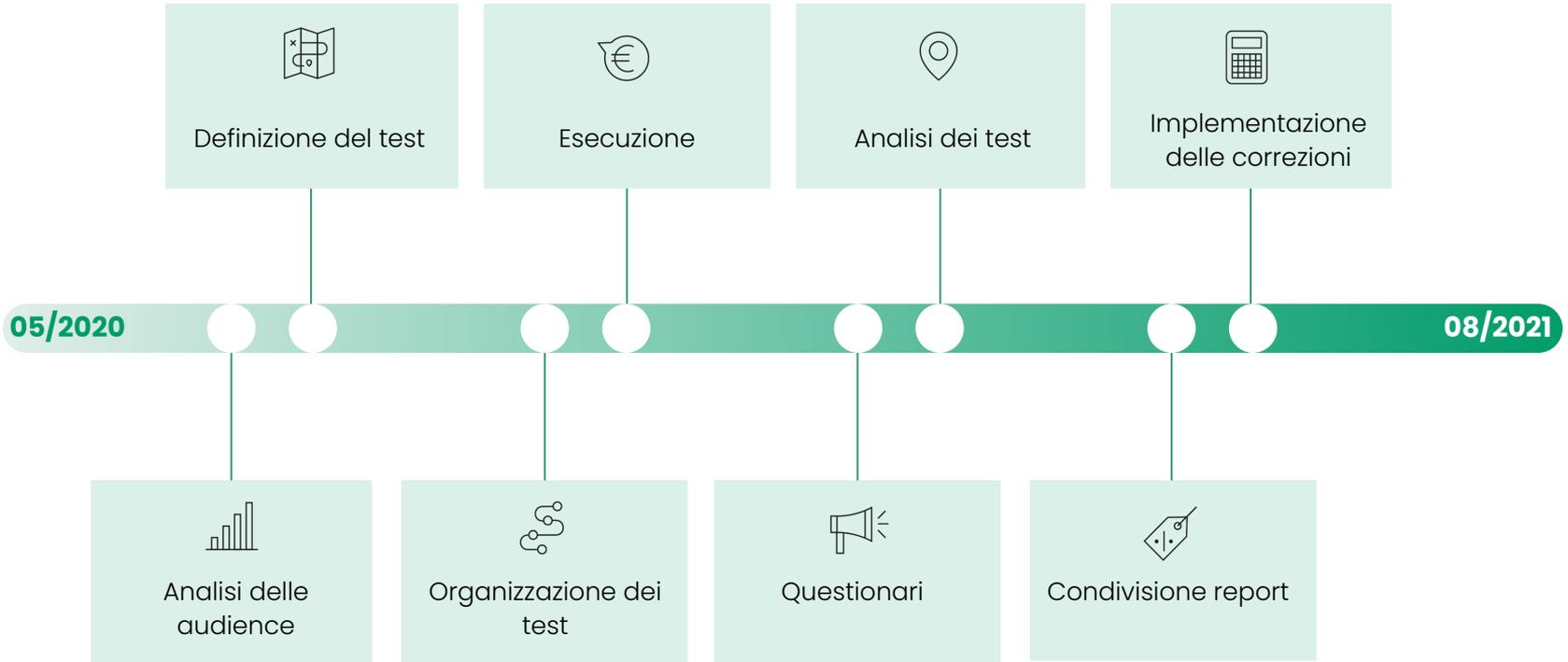
Gli utenti sono stati **osservati dai nostri osservatori** e **registrati** mentre eseguivano i compiti assegnati. Inoltre è stato chiesto loro di **pensare ad alta voce** (Think aloud)



Alla fine del test di usabilità, ogni utente ha ricevuto un **sondaggio** per **fornire maggiori informazioni sul test**



# IL NOSTRO APPROCCIO



# IL NOSTRO MODO DI LAVORARE

## OBIETTIVI

- 1 Raccogliere informazioni su come i diversi utenti target si comportano con il sito e sulle difficoltà che trovano, suggerendo soluzioni per risolverle.
- 2 Fornire insight su quali elementi tenere in considerazione per il redesign grafico
- 3 Identificare i limiti dell'attuale organizzazione del catalogo e identificare le possibili soluzioni

## RISULTATI

AREA	HIGH	MEDIUM	LOW
Filtri			
Informazioni di prodotto			
Gift card			
Guide e contenuti editoriali			
Checkout			
Architettura delle informazioni			
Pagine di categoria			
Store locator			
Motore di ricerca interno			
Informazioni sui resi			

## RISULTATI

Grazie al progetto di ottimizzazione, l'interno team ora lavora su tutte le attività che incidono sul CR

Il CR è aumentato del **53%** a parità di traffico nello stesso periodo YoY, con un buon impatto sull'esperienza di navigazione mobile

Si è registrata una crescita superiore al **20-30%** in alcuni specifici paesi europei in cui è stato attuato un piano d'azione dedicato

**CR: il KPI più considerato**

**CR**

**Cosa incide sul CR e di cosa ci occupiamo in Storeis**

CRO & Mobile Optimization  
Performance

Full Funnel Marketing

Brand Awareness & Communications

Content Production & Distribution

Online Product Distribution

Customer Care

Data Intelligence

**VUOI  
SAPERNE DI  
PIU?**

**STOREIS.**

via Carlo Leoni, 7  
35139 Padova (Italia)

 (+39) 049 738 6284

 [info@store.is](mailto:info@store.is)

**store.is**