

Guida all'e-commerce per Natale: I consigli di Aruba

Arezzo, 26 novembre 2012 - Natale è alle porte ed è questo il momento migliore per assicurare al proprio negozio online la massima visibilità, trattandosi del periodo dell'anno in cui si concretizza la maggior parte delle vendite online.

Infatti, **il 25% delle vendite annuali online si registra tra novembre e dicembre** e, come indicato da un'indagine di Banzai Commerce, **per il 2012 si prevede che il 72% dell'utenza ricorrerà a Internet per acquistare i regali di Natale.**

Per ottimizzare i propri risultati sarà, quindi, necessario utilizzare al meglio gli strumenti di web marketing a disposizione nei propri pacchetti e-commerce, così da incrementare la vendita di prodotti o servizi.

Aruba - già leader nel settore del web hosting nonché provider di servizi e-commerce attraverso la nuova offerta e-commerce.aruba.it - propone alcuni consigli per preparare al meglio il proprio negozio online in vista del Natale 2012, attraverso alcune imprescindibili tappe atte a garantire un incremento della visibilità.

1. Farsi trovare

In questo periodo i clienti sono più propensi a cercare sul Web idee e prezzi più competitivi per i propri regali di Natale. Sarà dunque necessario integrare nuove parole chiave al fine **di ottimizzare il proprio SEO** e risultare visibili e facilmente rintracciabili sulla rete. Ciò sarà possibile, ad esempio, associando alla descrizione di tutti i prodotti in vendita il tema del Natale, così da ottenere risultati migliori sui motori di ricerca. Esempi di Keywords possono essere semplici termini come *"Regali originali Natale"*, *"arredamento Natale"*, *"idea regalo Natale"* che vengono comunemente digitati dagli utenti all'interno dei motori di ricerca.

Per migliorare il link building – ossia l'attività che serve ad aumentare il numero di link che puntano al proprio sito - è consigliabile sfruttare il più possibile la sezione blog o forum all'interno del negozio virtuale, pubblicando per esempio articoli legati al tema natalizio, e poi linkandoli alle sezioni corrispondenti all'interno del proprio shop online.

2. Vestirsi a festa!

Utilizzare gli strumenti di personalizzazione della propria piattaforma e-commerce per decorare il sito con temi legati al Natale, "vestendo" eventualmente il proprio logo o le consuete icone con vischio, nastri e con i colori tipici del periodo.

3. Ottimizzare il servizio per garantire la migliore esperienza d'acquisto

I clienti a Natale sono sotto stress e la fretta li assale, diventa perciò fondamentale garantire la massima chiarezza all'interno del proprio negozio virtuale, perché qualsiasi elemento poco chiaro o non immediato potrebbe spingerli a cercare subito un altro sito di riferimento.

E' necessario dunque verificare che tutto ciò che viene messo in vendita sia corredato da una descrizione di prodotto che contenga le informazioni necessarie. Per esempio sarà utile indicare accanto ad ogni prodotto il numero di unità in stock, il metodo e la data di spedizione, specificando ovviamente che ogni ordine arriverà in tempo per Natale.

Un altro aspetto da non trascurare è quello relativo alla politica di rimborso dei prodotti acquistati: anche i clienti meno avvezzi alle transazioni online tendono ad accettare con più facilità l'acquisto se hanno la possibilità di cambiare il prodotto nel caso in cui l'articolo non soddisfi i requisiti richiesti.

In questo caso, risulta fondamentale **compilare al meglio la sezione FAQ del proprio sito**, per fornire le informazioni più dettagliate rispetto alle domande più frequenti, in particolare su spedizione e resi. È bene comunque potenziare anche il servizio clienti telefonico nel periodo natalizio, affinché i clienti possano entrare facilmente in contatto con il venditore nel caso in cui non dovessero trovare risposta a propri dubbi nelle FAQ.

4. Promuovere gli articoli più ricercati dai propri utenti

Le promozioni nel periodo natalizio devono essere riservate principalmente agli articoli più popolari. La prima cosa da fare è, quindi, identificare quali siano e dopodiché procedere operativamente:

- modificare la propria Home Page secondo questo criterio, creando anche uno sliding mix di immagini, così che i clienti possano individuare subito quali sono gli articoli più venduti e li reperiscano con facilità
- creare promozioni legate ad un singolo prodotto o a gruppi di prodotti, che possano essere tra loro correlati e indicarli come "best seller" in home page
- fare cross-selling e mostrare dei prodotti affini a quelli che i clienti hanno aggiunto nel carrello, così da incentivare ulteriori acquisti
- lavorare alla presentazione degli articoli creando una sorta di guida agli acquisti. Può aiutare raggrupparli in categorie di prodotti che possano risultare interessanti per un determinato target, al fine di facilitare il processo d'acquisto. (es: "regalo mamma", "regalo nonna")
- Inserire immagini nitide che mostrino chiaramente le caratteristiche del prodotto e della confezione
- diversificare i costi di consegna e offrire la modalità gratuita per i prodotti in promozione a Natale

5. Sfruttare i social media

Per chi fa business online è fondamentale utilizzare al massimo tutti i canali social come Facebook, Twitter e Pinterest, che rendono i clienti stessi promotori degli articoli che acquistano e che permettono a chi vende di aprire un dialogo di comunicazione efficace con il proprio mercato di riferimento.

In occasione del Natale, si può chiedere ai fan della propria pagina Facebook di indicare quali articoli hanno scelto per la propria "Xmas wishing list" e offrire loro delle promozioni tramite la creazione di coupon ad hoc. In questo modo i clienti potranno condividere con gli amici i prodotti che desiderano acquistare, diventando dei veri e propri influencer e consentendo di allargare il network di vendita. Nel Facebook Shop poi si possono mettere in evidenza i prodotti best selling e collegare questo elemento alla propria piattaforma e-commerce.

I servizi e-commerce offerti da Aruba offrono una serie di tool per migliorare la presenza in rete del proprio shop online e per fidelizzare i propri clienti: consentono di ottimizzare la visibilità nei motori di ricerca attraverso lo strumento SEO cockpit, offrono avanzate modalità di personalizzazione, permettono di creare coupon ad hoc e di attivare modalità di cross selling, nonché di integrare il proprio store online con i Market Place di Ebay, Kelkoo e con i principali social network.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito: e-commerce.aruba.it

Gruppo Aruba

Fondata nel 1994, Aruba S.p.A. è azienda leader nei servizi di web hosting, e-mail, PEC e registrazione domini, primo provider in Italia per numero di hosting e domini registrati e vanta la leadership nei mercati della Repubblica Ceca e Slovacca. Il gruppo Aruba S.p.A. gestisce oltre 2 milioni di Domini registrati e mantenuti, 6 milioni di caselle email, 20.000 server gestiti e un totale di oltre 2 milioni di clienti. I servizi Aruba sono erogati dai due Data Center di Arezzo, dai due di Milano e uno di Ktiš.

Per ulteriori informazioni: www.aruba.it, e-commerce.aruba.it

Contatti per la stampa:

SEIGRADI

Barbara La Malfa / Chiara Carobello
Via Mameli, 3 – 20129 Milano (MI)
Tel. +39.02.84560801
Fax +39.02.84560802
Email: aruba@seigradi.com
www.seigradi.com

ARUBA S.p.A.

Ufficio Stampa
Loc. Palazzetto, 4 – 52011 Bibbiena (AR)
Email: ufficio.stampa@staff.aruba.it
www.aruba.it