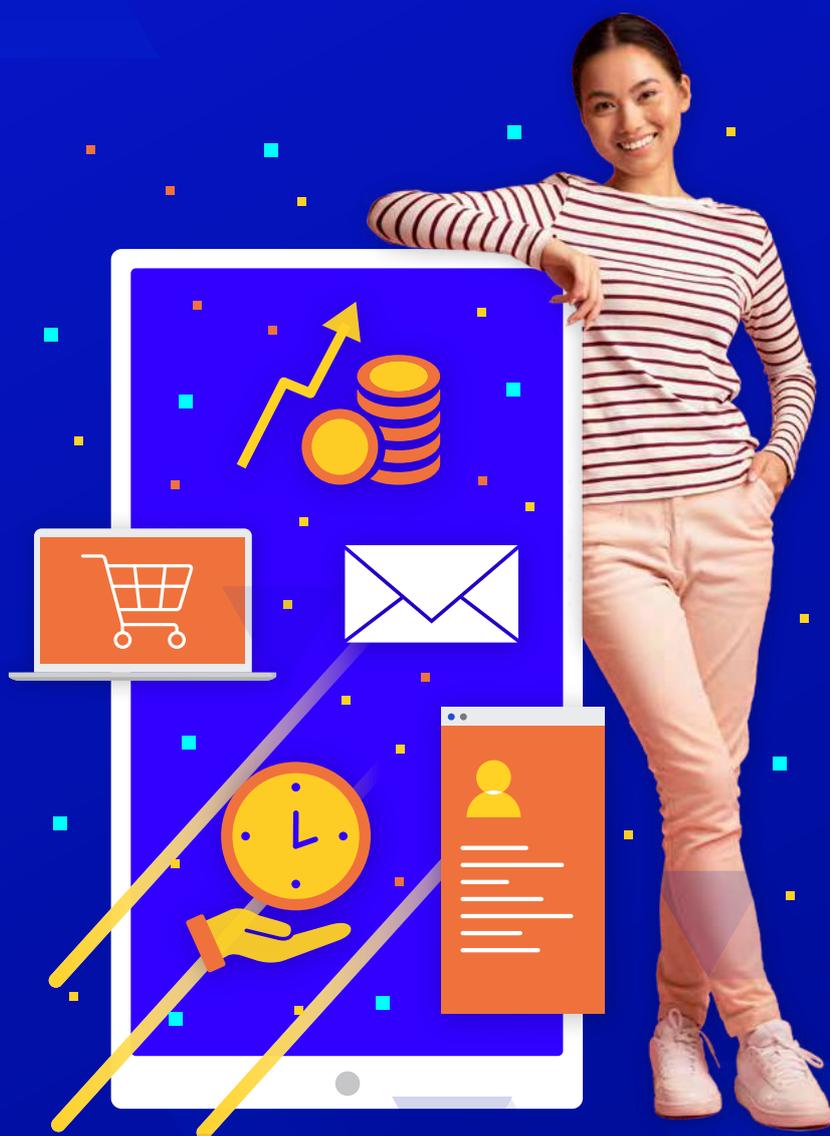
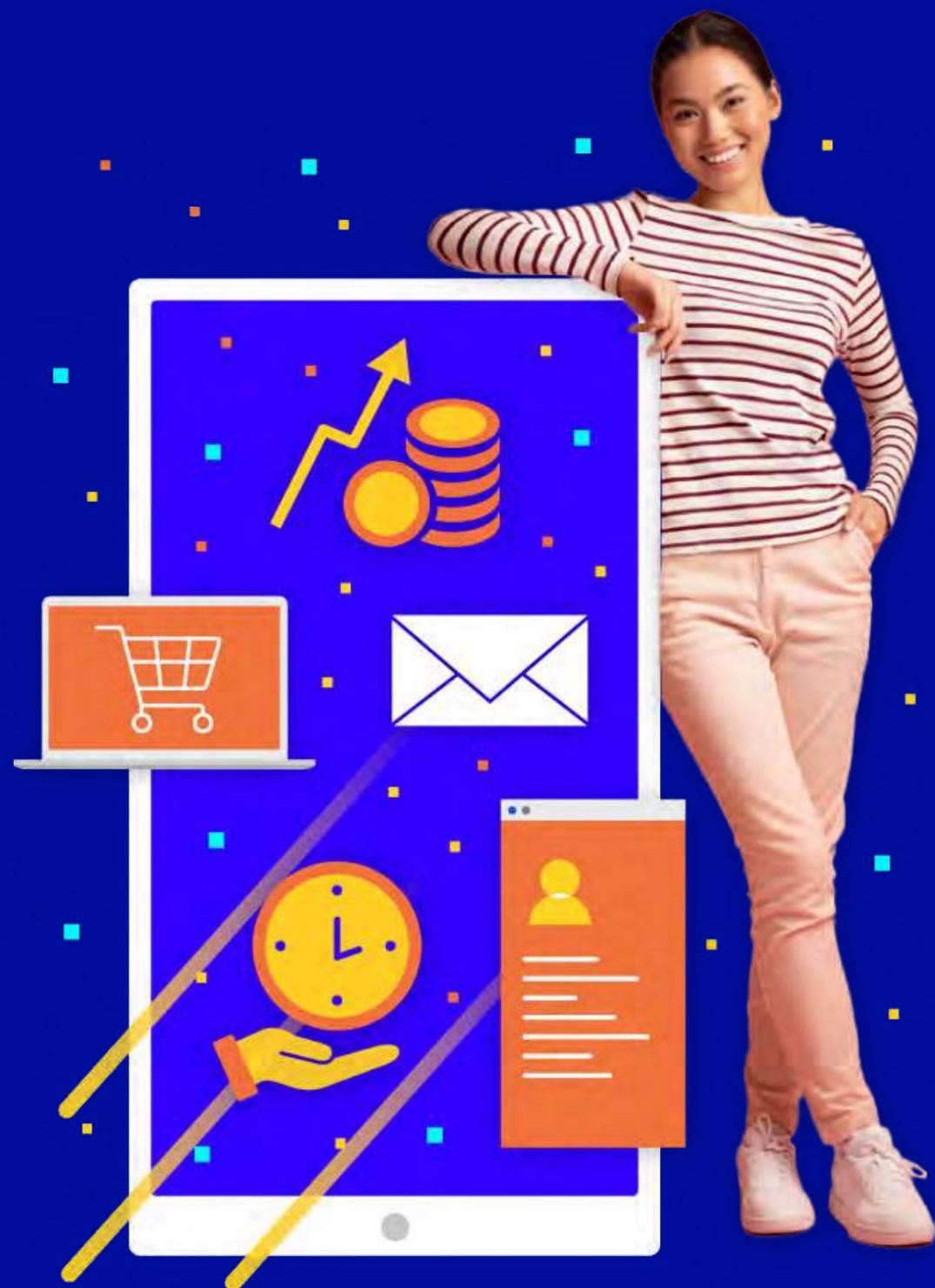


Non farti sfuggire nessuna vendita online!

La guida per creare e sviluppare il tuo e-commerce **in 9 step**



AU SOMMAIRE



- 01
CREA LA TUA BRAND IDENTITY
- 02
OSPITA IL TUO SITO E-COMMERCE
- 03
CREA IL CATALOGO PRODOTTI
- 04
SCEGLI LA SOLUZIONE PER I PAGAMENTI ONLINE
- 05
PROMUOVI IL TUO NEGOZIO ONLINE
- 06
GESTISCI E OTTIMIZZA LE PERFORMANCE DEL TUO SITO
- 07
ANALIZZA E MIGLIORA LE STATISTICHE
- 08
PROTEGGI IL TUO E-COMMERCE
- 09
OFFRI AI CLIENTI LA MIGLIORE ESPERIENZA POSSIBILE

01

CREA LA TUA BRAND IDENTITY

È IL MOMENTO DI DARE VITA ALLA TUA IDEA: TUTTO COMINCIA CON L'IDENTITÀ DEL MARCHIO CHE, COME LA VETRINA DI UN NEGOZIO, RAPPRESENTA LA TUA AZIENDA.

La brand identity permette di:

- > Essere identificabili
- > Distinguersi dagli altri
- > Creare preferenze



A) Composizione della brand identity

Il nome del marchio

Prediligi un nome breve e comprensibile, in linea con la tua attività, i tuoi prodotti o i tuoi servizi. Ricordati che i clienti devono poterlo memorizzare facilmente per ricordarsi di te!

I colori

I colori hanno un forte impatto sulla percezione del marchio. La gamma di colori può essere composta da 2 colori principali e da 2 a 3 colori secondari. Deve essere armoniosa e in linea con la tua attività.

Il logo

Il logo simboleggia visivamente il marchio su tutti gli strumenti di comunicazione. Può essere un simbolo che rappresenta l'attività o un monogramma che riprende le iniziali del nome del marchio.

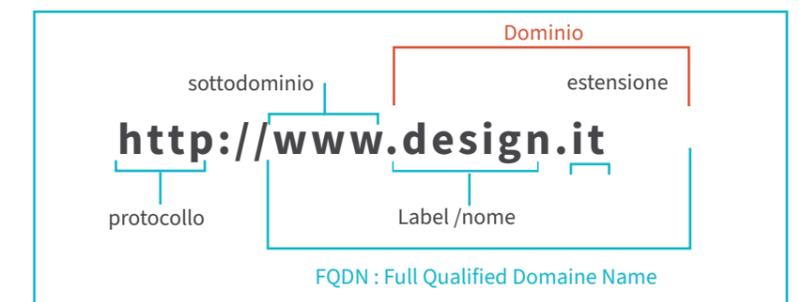
Lo slogan/baseline

Lo slogan è l'estensione del marchio: spiega cosa stai facendo e i vantaggi associati ai prodotti. Dev'essere accattivante, memorizzabile e, idealmente, emozionante.

B) Scegliere il dominio del sito

Puoi utilizzare il nome del marchio o scegliere un nome collegato alla tua attività, ai tuoi prodotti o ai tuoi servizi.

URL : Uniform Resource Locator



C) Scegli tra le diverse estensioni

Nel 2023 si contano più di 1.500 estensioni nel mondo:

- > Estensioni geografiche di paesi, ad esempio .fr
- > L'estensione più diffusa, .com
- > L'estensione per le organizzazioni non a scopo di lucro, associazioni o servizi pubblici .org

Le nuove estensioni

- > Le estensioni geografiche relative a città o comuni, ad esempio .paris
- > Le estensioni di nomi di brand, ad esempio .ilmiomarchio
- > Le estensioni tematiche, in linea con la tua attività

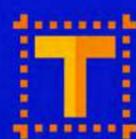
Oltre alle estensioni .com o .it, prendi in considerazione le seguenti estensioni .shop, .shopping, .store, .boutique o .online, per rafforzare l'identità del tuo sito e-commerce.

La tua identità digitale deriva dalla brand identity, rappresentata in primo luogo dal dominio.



01

CREA LA TUA BRAND IDENTITY



http://www.....



D) Le estensioni più utilizzate al mondo



E) I domini premium

Un dominio premium è un nome breve, ottimizzato e generico. Generalmente molto ricercato, può aiutare il posizionamento del tuo sito nei motori di ricerca.

OVHcloud è connessa alle principali piattaforme di rivendita di domini, in modo che tu possa scegliere quello che rispetchia al meglio la tua attività!

Più costoso di un dominio standard, il dominio premium permette:

- > Di **associare** il tuo marchio a un settore di attività specifico
- > Di **dare legittimità** alla tua attività, ispirare fiducia e aumentare la credibilità del dominio
- > Di **facilitare** il posizionamento e avere più visitatori sul sito

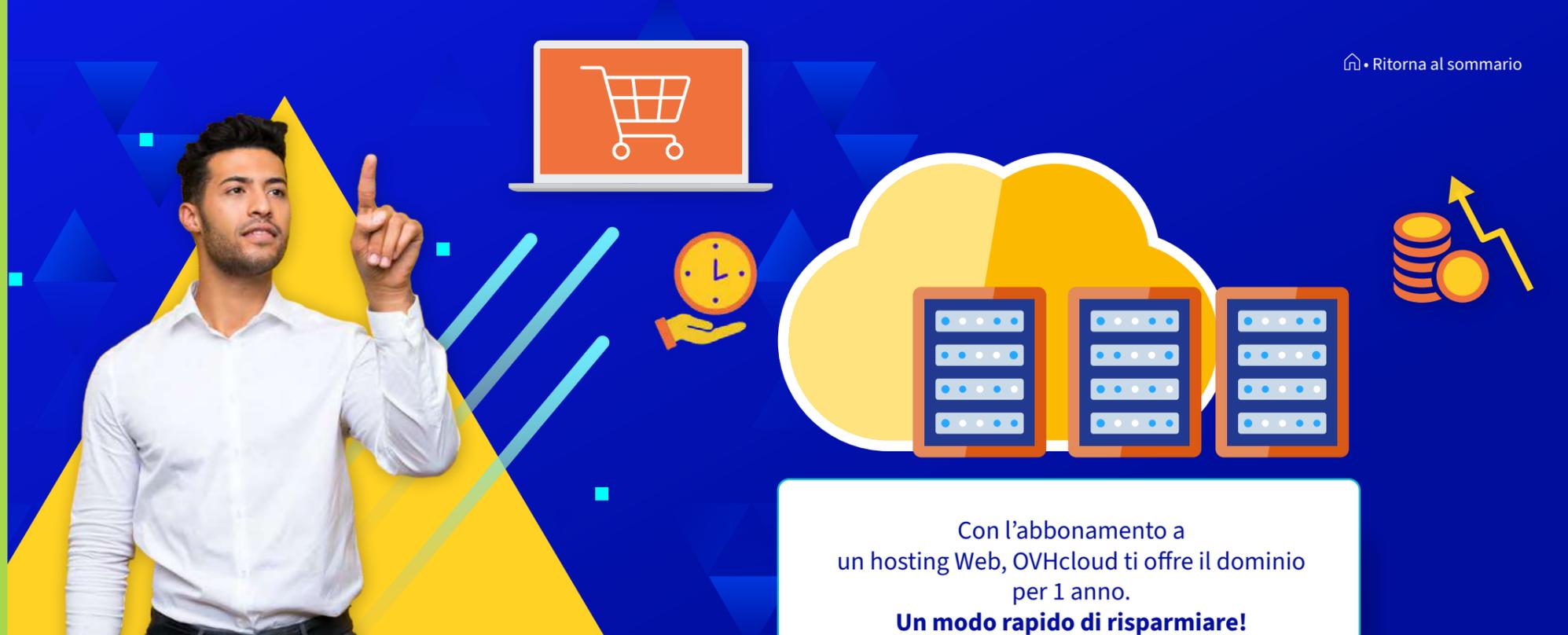
Standard o premium, disponibile o venduto da un proprietario, **verifica la disponibilità e il prezzo del tuo dominio.**

Da questa

02

OSPITA IL TUO SITO E-COMMERCE

ORA CHE HAI DEFINITO L'IDENTITÀ DEL MARCHIO E PRENOTATO IL DOMINIO, DEVI SCEGLIERE UNA SOLUZIONE DI HOSTING PER IL TUO SITO.



Con l'abbonamento a un hosting Web, OVHcloud ti offre il dominio per 1 anno.
Un modo rapido di risparmiare!

[Scopri di più](#)

L'hosting del tuo negozio online

Flessibilità, semplicità, performance, prezzo... La scelta del tuo hosting Web dipenderà da diversi fattori:

- > La natura della tua attività online, ad esempio e-commerce
- > Il livello di affidabilità e sicurezza richiesto per il tuo sito
- > Il prezzo dell'hosting e le performance associate
- > La scalabilità dell'hosting in base agli obiettivi di crescita

Per rispondere alle esigenze di sviluppo Web, gli hosting provider propongono diversi tipi di hosting. La vasta gamma di soluzioni di hosting di OVHCloud si rivolge a esperti e non.

Come scegliere l'hosting provider?

Oltre al prezzo, ecco la nostra top 5 delle domande giuste da porsi:

- > Disporrò di una gamma di servizi in grado di supportare la crescita con soluzioni robuste e avanzate?
- > Sarò in grado di proteggere i dati e difendermi dagli attacchi?
- > Qual è la dimensione dell'ecosistema di partner che gestiscono la tecnologia dell'hosting provider?
- > Gli strumenti preinstallati sono semplici da utilizzare? Di che livello di supporto e accompagnamento disporrò in caso di problemi?
- > Potrò garantire la sovranità dei dati e recuperarli, in modo da essere libero di migrare verso un altro provider?

Le diverse soluzioni di hosting:

OVHcloud	Personale e Pro	Performance	WebCloud
Offerte	Progetto personale o business	E-commerce	Progetti Web avanzati
Utilizzo	Condivise tra più siti Web	Condivise ma tra più siti Web con minimo garantito	Sei l'unico cliente sulla risorsa. La tua potenza di calcolo non è mai influenzata da un altro sito
Risorse	Non esperto	Non esperto	Esperto, sviluppatore
Adatto per	Non esperto	Non esperto	Esperto, sviluppatore

02

OSPITA IL TUO SITO E-COMMERCE



La maggior parte delle soluzioni di hosting include un supporto tecnico. Se hai dubbi o domande al momento della creazione del sito, non esitare a contattarlo!

Una volta sottoscritto l'abbonamento all'hosting, potrai dedicarti alla creazione del tuo sito Web tramite un CMS.

La scelta di un CMS dipende dalla natura della tua attività. Ad esempio, un sito e-commerce non avrà le stesse esigenze di un sito vetrina (non destinato alla vendita diretta).

Ogni CMS propone temi gratuiti e personalizzabili per aiutarti a trovare l'ispirazione e creare il sito in tutta semplicità.

I vantaggi di un CMS per il tuo sito



Opzioni di personalizzazione

Organizzazione di informazioni, immagini, moduli di contatto... Crea un sito che ti rispecchi in pochi click!



Uno strumento multigestione

Aumenta la produttività facendo lavorare più persone sullo stesso strumento di gestione dei contenuti.



Risparmiare tempo

Pubblicazione online del sito, manutenzione e ottimizzazione: gestisci queste operazioni rapidamente e in semplicità.



Un design responsive

Crea un sito che si adatti automaticamente alla dimensione dello schermo di tutti i dispositivi (computer, tablet, smartphone, ecc.).



Una soluzione economica

Risparmia realizzando il tuo sito in autonomia, senza ricorrere a un provider esterno.

PrestaShop, il CMS degli e-commerce

PrestaShop ti offre la possibilità di:

- > **Progettare** il tuo e-commerce
- > **Pubblicare** contenuti relativi ai tuoi prodotti
- > **Creare il catalogo prodotti**
- > **Gestire** gli stock
- > **Gestisci** gli ordini
- > **Proponi** metodi di pagamento
- > **Definisci** le modalità di consegna



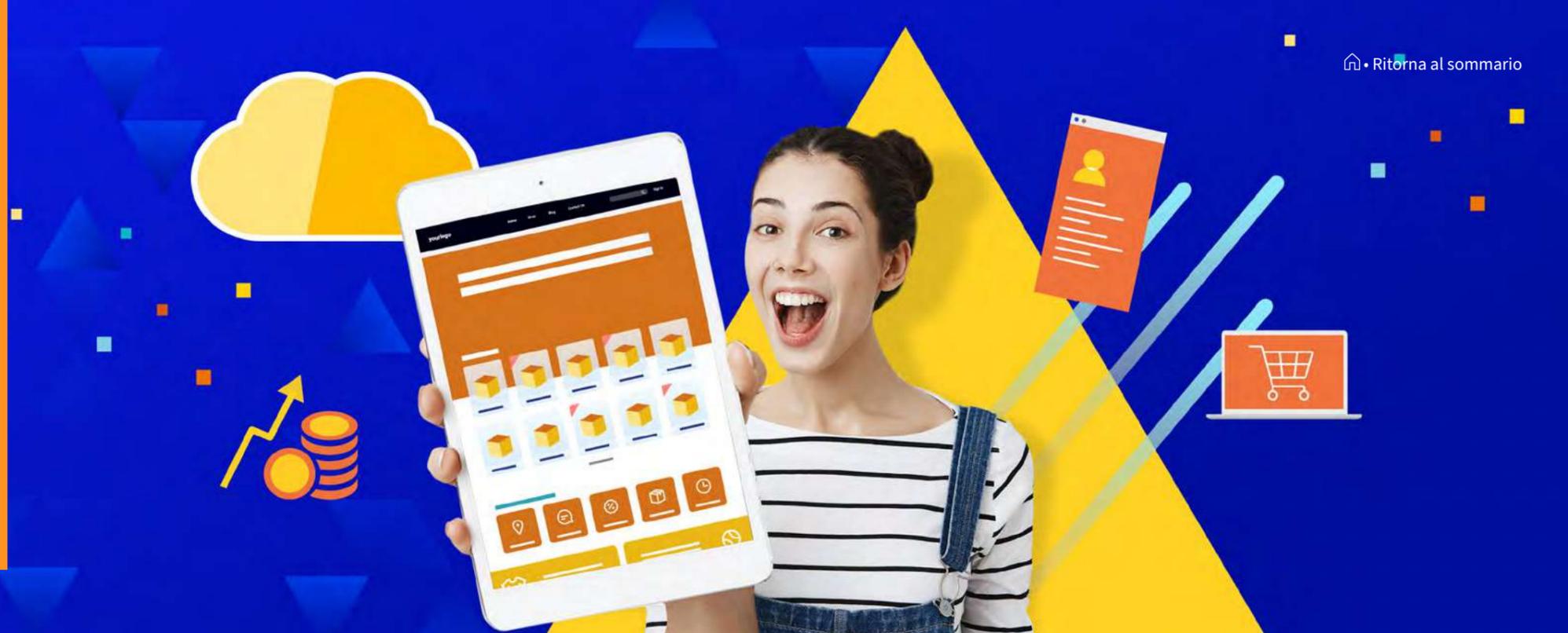
Se sottoscrivi un abbonamento a una soluzione di hosting OVHcloud, Prestashop viene preinstallato **senza costi aggiuntivi!**

[Scopri di più](#)

03

CREA IL CATALOGO PRODOTTI

HAI SCELTO LA SOLUZIONE DI HOSTING, HAI INIZIATO A UTILIZZARE IL CMS...ORA È IL MOMENTO DI VALORIZZARE I PRODOTTI!



Il catalogo prodotti

Elemento fondamentale di tutti i siti e-commerce, il catalogo permette di presentare i prodotti e di fornire tutte le informazioni utili e necessarie per indurre gli utenti all'acquisto.

L'organizzazione del catalogo prodotti

- > Seleziona i prodotti che vuoi mettere in vendita sul sito
- > Dividi i prodotti in categorie e sottocategorie
- > Stabilisci i prezzi assicurandoti che siano in linea con il negozio fisico

Pensa bene ai nomi dei prodotti, delle categorie e delle sottocategorie: alcune parole vengono cercate sui motori di ricerca più di altre. Questa operazione ti permetterà di migliorare il posizionamento.

La gestione del catalogo prodotti ha un impatto diretto sull'esperienza di acquisto. Più l'esperienza è positiva, più aumentano le possibilità che i clienti acquistino.

I vantaggi di un catalogo prodotti ben strutturato

Un catalogo chiaro, dettagliato, ben organizzato e aggiornato regolarmente:

- > **ispira fiducia**
- > **Facilita la navigazione** tra i diversi prodotti
- > **evita che ci siano errori relativi alle scorte** e che i clienti rimangano delusi

È possibile associare ciascun prodotto a prodotti simili o creare kit di articoli (beauty routine, set per scoprire il marchio, outfit, ecc.) Oltre a rendere più fluida la navigazione, associare diversi prodotti può influenzare positivamente il cliente e, potenzialmente, l'acquisto

Una volta organizzata l'offerta, ti consigliamo di prestare particolare attenzione alle schede prodotto.

- > Una scheda prodotto efficace deve essere breve e di impatto
- > Il prezzo deve essere ben visibile e nella valuta corretta
- > Deve mettere in evidenza le caratteristiche del prodotto
- > Può indicare le qualità del prodotto e i vantaggi associati
- > Può essere accompagnata da consigli di utilizzo
- > Deve includere diverse foto o video del prodotto



La gestione del catalogo prodotti su PrestaShop

PrestaShop mette a disposizione uno strumento di gestione semplice e completo che permette di aggiungere, modificare o eliminare prodotti in pochi click.

Mostra le foto e i video dei prodotti mentre vengono utilizzati, in modo da dare ai clienti un'idea più chiara

04

SCEGLI LA SOLUZIONE PER I PAGAMENTI ONLINE

IL CATALOGO PRODOTTI È PRONTO! TUTTAVIA, PRIMA DI METTERE IL SITO ONLINE E INIZIARE A VENDERE I PRODOTTI, DEVI POTER GARANTIRE AI CLIENTI UN'ESPERIENZA DI PAGAMENTO SICURA.



[Ritorna al sommario](#)

Il pagamento online

Elemento fondamentale di tutti i siti e-commerce, il catalogo prodotti permette di presentare i prodotti e di fornire tutte le informazioni utili e necessarie per indurre gli utenti all'acquisto.



Puoi anche pagare tramite metodi più tradizionali, come l'assegno o il telefono.

Secondo uno studio del Baymard Institute,^(*)

18 %

degli intervistati abbandona il carrello perché non si fida del metodo di pagamento utilizzato

17 %

perché il processo di pagamento è troppo lungo o complicato

9 %

perché il sito non offre sufficienti soluzioni di pagamento

(*)Fonte: <https://baymard.com/lists/cart-abandonment-rate>

Le diverse modalità di pagamento

La qualità e la diversità dei prodotti e la navigabilità del sito hanno un ruolo fondamentale per il successo del tuo e-commerce, ma anche il pagamento è un aspetto cruciale che merita attenzione.

I portafogli elettronici

È una soluzione di pagamento legata al conto bancario di una persona che permette di effettuare acquisti in tutta semplicità.

Vantaggi:

- > **Velocità**
L'utente accede al portafoglio online tramite password
- > **Semplicità**
L'utente non deve avere con sé la propria carta o inserire le proprie coordinate bancarie
- > **Sicurezza**
Ogni transazione genera un identificativo univoco e casuale, più difficile da hackerare

Alcuni siti di e-commerce accettano le monete virtuali, come il Bitcoin. Facili e veloci, i pagamenti tramite moneta virtuale sono sempre più diffusi, anche se si rivolgono principalmente ai grandi attori dell'e-commerce.

Il contratto di vendita a distanza protetto (VADS)

È un contratto che, associandoti a una banca, ti permette di integrare un modulo di pagamento virtuale sul sito.

Vantaggi:

- > **Affidabilità**
Reindirizzamento verso una pagina di pagamento dedicata, a volte ospitata dalla banca stessa
- > **Sicurezza**
Il contratto offre garanzie di pagamento e tutte le transazioni sono protette
- > **Diverse opzioni**
La possibilità di offrire diversi metodi di pagamento (carte bancarie, addebiti diretti SEPA)

La soluzione e-commerce installata con il tuo hosting Web, PrestaShop, include tutte queste soluzioni di pagamento.

05

PROMUOVI IL TUO NEGOZIO ONLINE

COMPLIMENTI! IL SITO È ONLINE. È GIUNTO IL MOMENTO DI PROMUOVERLO PER ATTIRARE VISITATORI E VENDERE I PRODOTTI.

SEO, SEA, social network, campagne email: esistono numerosi metodi per promuovere un sito.



[Ritorna al sommario](#)

La maggior parte dei social network offre la possibilità di pubblicare pubblicità a pagamento. È un buon modo per aumentare rapidamente la visibilità tra i tuoi clienti di riferimento!

I socialnetwork

I social network permettono di comunicare in semplicità e a costi ridotti.



Non c'è bisogno di essere presente su tutti i social network, anzi, rischi di essere dispersivo. Ti consigliamo di selezionare quelli più adatti alla tua attività e ai tuoi clienti target.

Comunicare sui social network

- > Gestisci la creazione della pagina e aggiungi un link al sito
- > Pubblica regolarmente contenuti (foto, video, articoli, opinioni dei clienti, ecc.)
- > Interagisci con la community rispondendo ai commenti, ai messaggi o condividendo contenuti che parlano del tuo marchio

Crea una newsletter! Concepito per informare sulle novità del marchio, diffondere contenuti ad alto valore aggiunto e generare traffico verso il sito, questo format periodico è molto diffuso e facile da utilizzare.

Puoi anche utilizzare i mezzi di comunicazione tradizionali: televisione, cinema, radio, stampa, pubblicità. Tuttavia, dovrai prevedere un budget elevato per garantire una comunicazione efficace tramite questi media.

Le campagne emailing

Le email permettono di generare traffico sul sito e di restare in contatto con i clienti.



Prima di avviare una campagna email, devi avere un database dei clienti. Per ottenere i loro indirizzi email, puoi utilizzare il tuo sito, ad esempio tramite un form di contatto.

Esistono diversi tipi di email, a seconda delle esigenze:

- > L'email promozionale, per fidelizzare i clienti attuali, ottenerne di nuovi e aumentare le vendite
- > L'email transazionale, per tenere informati i clienti sullo stato dell'ordine, la consegna, ecc.
- > L'email di fidelizzazione, per dare consigli personalizzati o proporre offerte promozionali mirate

Hosting Performance include fino a 1.000 account email professionali da 5 GB. Associa le tue email al dominio!

[Scopri di più](#)

Il posizionamento naturale

La SEO è un metodo di ottimizzazione di un sito Web che permette di apparire nei primi risultati dei motori di ricerca. Si basa su una logica di parole chiave legate alla tua attività.

Vantaggi:

- > Permette di sviluppare la presenza online e aumentare la visibilità
- > Genera traffico qualificato, cioè visitatori già interessati ai prodotti
- > Aumenta le possibilità di acquisto da parte di un visitatore qualificato

Svantaggi:

- > I risultati possono richiedere molto tempo
- > È necessario continuare a lavorare sulle parole chiave
- > La SEO non offre alcuna garanzia di risultato



Sebbene la SEO sia descritta come un metodo gratuito, può richiedere investimenti (ad esempio, se il tuo settore di attività è molto competitivo).

Il posizionamento a pagamento

La SEA si basa su processo di asta che consiste nell'acquistare parole chiave legate propria attività per ottenere un migliore posizionamento sui motori di ricerca.

Vantaggi:

- > Permette di posizionarsi rapidamente tra i primi risultati dei motori di ricerca
- > Genera traffico altamente qualificato e quindi offre maggiori possibilità di generare vendite
- > Risultati garantiti

Svantaggi:

- > La logica dell'asta è che più una parola chiave viene ricercata, più è costosa
- > Sono necessari continui investimenti per mantenere un buon posizionamento
- > La concorrenza può essere molto elevata in base al settore di attività e alle parole chiave scelte

La comunicazione è un punto di forza per tutti gli attori dell'e-commerce. Ti permette di far conoscere i tuoi prodotti, entrare in contatto con i clienti e stimolare gli acquisti.

06

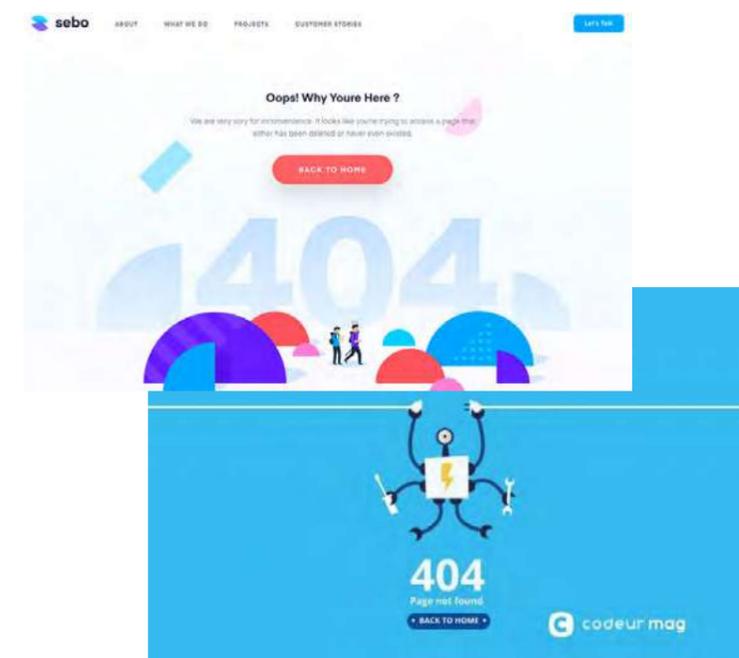
GESTISCI E OTTIMIZZA LE PERFORMANCE DEL TUO SITO

IL TUO NEGOZIO ONLINE È BEN AVVIATO E GENERA VENDITE. ORA PUOI CONCENTRARTI SULL'OTTIMIZZAZIONE DELLE PRESTAZIONI.



Nonostante gli sforzi, può capitare che il sito non sia disponibile. Se l'indisponibilità del sito è pianificata e inevitabile, contatta i clienti per spiegare il motivo dell'incidente o annunciare il ritorno alle condizioni normali.

Crea una pagina di errore personalizzata in cui ti scusi con il cliente o spieghi la situazione, piuttosto che affidarti a pagine di errore generiche.



La disponibilità del sito

Per il corretto funzionamento di un sito e-commerce e per evitare interruzioni in fase di acquisto, è necessario garantire la disponibilità, che è strettamente legata alla scelta dell'hosting provider.

Le sfide di un sito e-commerce sempre disponibile

Il posizionamento sui motori di ricerca dipende direttamente dalle prestazioni del tuo sito Web! Minore è il tempo di caricamento delle pagine, maggiore è la probabilità che vengano posizionate in modo ottimale.

Oltre alla disponibilità Web, esiste un altro criterio determinante: la velocità di caricamento del sito.

40 %

dei visitatori abbandona una pagina che impiega più di 2 secondi a caricarsi⁽¹⁾

Un sito che si carica in 1 secondo ha un **tasso di conversione**

2,5 volte più

più elevato di un sito che si carica in 5 secondi ⁽²⁾

Fonte:

(1) <https://neilpatel.com/blog/loading-time/#:~:text=40%25%20of%20people%20abandon%20a,sales%20every%20year.%20%20C2%Btweet%20%20AB>

(2) <https://www.porter.com/blog/analytics/re-search-site-speed-hurting-everyones-revenue.htm>

Ottimizza la velocità di caricamento del sito

- > Scegli una soluzione di hosting performante
- > Riduci il peso delle immagini o dei video presenti sul sito
- > Aggiorna il sito, i plugin e altre applicazioni
- > Elimina i plug-in e applicazioni che non utilizzi

A seconda del carico di traffico sul tuo sito, OVHcloud

- > Ti informa quando è tempo di passare a un hosting più performante
- > Permette di far fronte ai picchi stagionali con l'opzione BOOST, che mette a disposizione risorse aggiuntive per un periodo limitato

Con il tool OVH Web Statistic, puoi controllare il sito e ricevere notifiche in caso di problemi.

La CDN (Content Delivery Network, rete di distribuzione dei contenuti) è indispensabile per accelerare il caricamento delle pagine. Questa tecnologia mette in cache il contenuto delle pagine Web per consegnarle il più rapidamente possibile ai visitatori, dalla localizzazione più vicina a loro.

La CDN è inclusa in tutti gli hosting Performance ed è in opzione negli hosting Personale e Pro di OVHcloud.

[Scopri di più](#)

07

ANALIZZA E MIGLIORA LE STATISTICHE

L'OTTIMIZZAZIONE DEL SITO NON È LEGATA SOLO A DISPONIBILITÀ, TEMPI DI CARICAMENTO E LIVELLO DI SICUREZZA, MA ANCHE A UN CONTROLLO STATISTICO REGOLARE.

La brand identity permette di:

- > Essere identificabili
- > Distinguersi dagli altri
- > Creare preferenze



Analizza e migliora le statistiche

Visite, carrello medio, tempo trascorso... Ogni sito genera indicatori chiave di prestazione, o KPI, che permettono di misurarne l'efficacia e di definire la tua strategia commerciale.

I vantaggi del monitoraggio e dell'analisi delle statistiche

- > Misurare l'efficacia e garantire il buon funzionamento del tuo e-commerce
- > Individuare potenziali problemi in modo da migliorare la navigazione
- > Sfruttare i punti di forza del sito per generare più vendite
- > Valutare con precisione le vendite e definire gli obiettivi di crescita
- > Comprendere il comportamento degli utenti sul sito
- > Orientare le tue azioni per aumentare il traffico sul sito



Con il tool OVH Web Statistic puoi controllare gli indicatori di traffico e di conversione di questo traffico in vendite.

[Scopri di più](#)

I principali KPI da monitorare

I KPI globali

Sono i primi indicatori del successo della tua attività online e dell'efficacia del sito e-commerce

- > I guadagni totali generati dalle vendite
- > Il numero di ordini effettuati

I KPI di acquisizione

Questi indicatori informano gli utenti che accedono al tuo sito e riflettono la tua strategia di promozione

- > Il numero di visitatori
Tutte le visite (un utente potrebbe visitare più volte il sito nella stessa giornata)
- > Il numero di nuovi visitatori
Gli utenti che visitano il sito per la prima volta
- > Le fonti di traffico
Individuare da dove provengono i visitatori (traffico diretto, ricerche su Internet, siti di riferimento, ecc.)

I KPI di conversione

Raccolgono tutte le statistiche relative al comportamento degli utenti sul tuo sito

- > Il tasso di click
Numero di click sulle diverse pagine del tuo sito (CTA, click su un prodotto, aggiunta al carrello, ecc.)
- > Il tempo trascorso
Quanto tempo passa in media un utente sul sito
- > Il tasso di abbandono del carrello
La quantità di utenti che hanno aggiunto un prodotto al carrello ma non hanno completato l'acquisto
- > Il tasso di conversione
Il numero di visitatori che hanno effettuato un acquisto sul sito
- > Il carrello medio
Il prezzo medio degli ordini effettuati sul sito, strettamente legato al prezzo dei prodotti

Puoi confrontare le statistiche nel tempo per individuare i momenti più rilevanti a livello commerciale (feste di fine anno, rientro scolastico, giornate internazionali/mondiali, ecc.) e migliorare la comunicazione in questi periodi.

Importante : OVHcloud Web Statistic ha il vantaggio di non raccogliere i dati personali dei tuoi visitatori, rispettando così la normativa vigente (GDPR).

08

PROTEGGI IL TUO E-COMMERCE

UNA VOLTA SVOLTO QUESTO LAVORO DI OTTIMIZZAZIONE DELLE PERFORMANCE DEL SITO, TI CONSIGLIAMO DI PROTEGGERE IL TUO NEGOZIO ONLINE.

Coordinate bancarie, indirizzi postali...I siti di e-commerce processano quotidianamente un gran numero di dati personali. La protezione di questi dati è fondamentale sia per te che per i tuoi clienti: ne va della tua reputazione!



[Ritorna al sommario](#)

La cybercriminalità è una realtà

+1/2 azienda,

vittima di attacchi informatici nel 2021⁽¹⁾

73 %

degli attacchi sono associati al phishing⁽²⁾

69 %

delle imprese vittime di questi attacchi sono PMI⁽³⁾

Fonte:

(1)<https://www.cesin.fr/actu-7eme-edition-du-barometre-annuel-du-cesin-enquete-exclusive-sur-la-cybersecurite-des-entreprises-francaises.html>

(2)<https://www.cesin.fr/actu-7eme-edition-du-barometre-annuel-du-cesin-enquete-exclusive-sur-la-cybersecurite-des-entreprises-francaises.html>

(3)https://www.cnil.fr/sites/default/files/atoms/files/dossier_de_presse_cnil_bilan_2021_et_enjeux_2022_vf.pdf

Le conseguenze di un attacco informatico

- > La fuga dei dati personali, con conseguente perdita di credibilità
- > Il malfunzionamento del sito (indisponibilità, problemi di visualizzazione, ecc.)
- > La perdita, talvolta consistente, di fatturato

Les principales minacce

- > **Il cross-site scripting**
Consiste nel modificare il contenuto del sito per sottrarre dati personali
- > **Il phishing**
Si tratta di link fraudolenti inviati via email o telefono per rubare informazioni
- > **Attacco "Man in the Middle"**
Paragonabile a un furto di identità, in questo tipo di attacco l'hacker agisce al posto del venditore
- > **Attacco DDoS**
Consiste nel saturare un server per influenzare le prestazioni di un sito

Proteggi il tuo e-commerce

- > **Cambia regolarmente tutte le password** del tuo sito Web
- > **Crea password complesse** e casuali, ad esempio con un generatore di password
- > **Effettua aggiornamenti** e backup regolari del sito
- > **Proteggi il tuo computer** e quelli dei tuoi collaboratori con un antivirus affidabile



Fai passare il tuo sito ad HTTPS e installa un certificato SSL/TLS su tutte le pagine. Questo protocollo cifrato garantisce una protezione ottimale del sito e dei dati personali dei clienti. OVHcloud include in tutte le sue offerte il certificato SSL, indispensabile per la sicurezza.

[en savoir +](#)

09

OFFRI AI CLIENTI LA MIGLIORE ESPERIENZA POSSIBILE

ORA CHE IL SITO È OTTIMIZZATO E GENERA VENDITE, È IL MOMENTO DI ANDARE OLTRE E ARRICCHIRE L'ESPERIENZA OFFERTA AI CLIENTI.



[Ritorna al sommario](#)

L'esperienza del cliente

Può essere influenzata da:

- > La navigazione sul sito
- > La scelta e la qualità dei prodotti
- > La gestione e il controllo degli ordini
- > L'esperienza di consegna
- > La corrispondenza dei prodotti alle aspettative dei clienti
- > La disponibilità e la reattività in caso di problemi

I vantaggi della fidelizzazione

- > Fidelizzare un cliente costa meno che attirarne di nuovi
- > Un cliente fedele ti può sponsorizzare e consigliare a nuovi clienti
- > Un cliente fedele è più sicuro ed è quindi meno probabile che si affidi alla concorrenza

Resta in contatto con i tuoi clienti

Che tu scelga di utilizzare una newsletter, gli SMS, le email promozionali o i social network, ti consigliamo di aumentare i punti di contatto con i clienti prima, durante e dopo l'acquisto.

Premia i clienti con un programma di fedeltà

Esistono diversi tipi di programmi fedeltà:

- > **La sponsorizzazione**
Offri uno sconto ai clienti che consigliano il tuo marchio a un nuovo cliente
- > **I regali**
Offri la consegna o un regalo per acquisti superiori a un determinato importo
- > **Sconti fedeltà**
Offri buoni acquisto per il sito quando un cliente ha accumulato un numero sufficiente di punti
- > **Offerte esclusive**
Crea vendite privilegiate durante tutto l'anno, riservate ai clienti più fedeli

Incoraggia i tuoi clienti a iscriversi alla tua newsletter per ricevere un codice promozionale valido su un prossimo acquisto. In questo modo, otterrai le email di potenziali nuovi clienti e aumenterai le vendite!

Gli SMS sono una soluzione efficace per fidelizzare e comunicare con i tuoi clienti: oltre il 90% degli SMS viene letto entro 3 minuti dalla ricezione, è tre volte più veloce di un'email!

Scopri come creare campagne di marketing SMS con le offerte SMS di OVHcloud.

Scopri di

Utilizza gli SMS OVHcloud come strumento di comunicazione efficace.

Scopri di

I principali canali del servizio clienti

- > L'email
- > I social network
- > Le chat in tempo reale
- > Il telefono
- > La pagina FAQ

I segreti di un buon servizio clienti

- > Essere reattivo e rispondere rapidamente alle richieste e alle domande dei clienti
- > Fornire tutte le informazioni necessarie e anticipare le domande dei clienti
- > Essere gentili e professionali in qualsiasi circostanza

Il servizio post vendita

Che tu scelga di utilizzare una newsletter, gli SMS, le email promozionali o i social network, ti consigliamo di aumentare i punti di contatto con i clienti prima, durante e dopo l'acquisto.

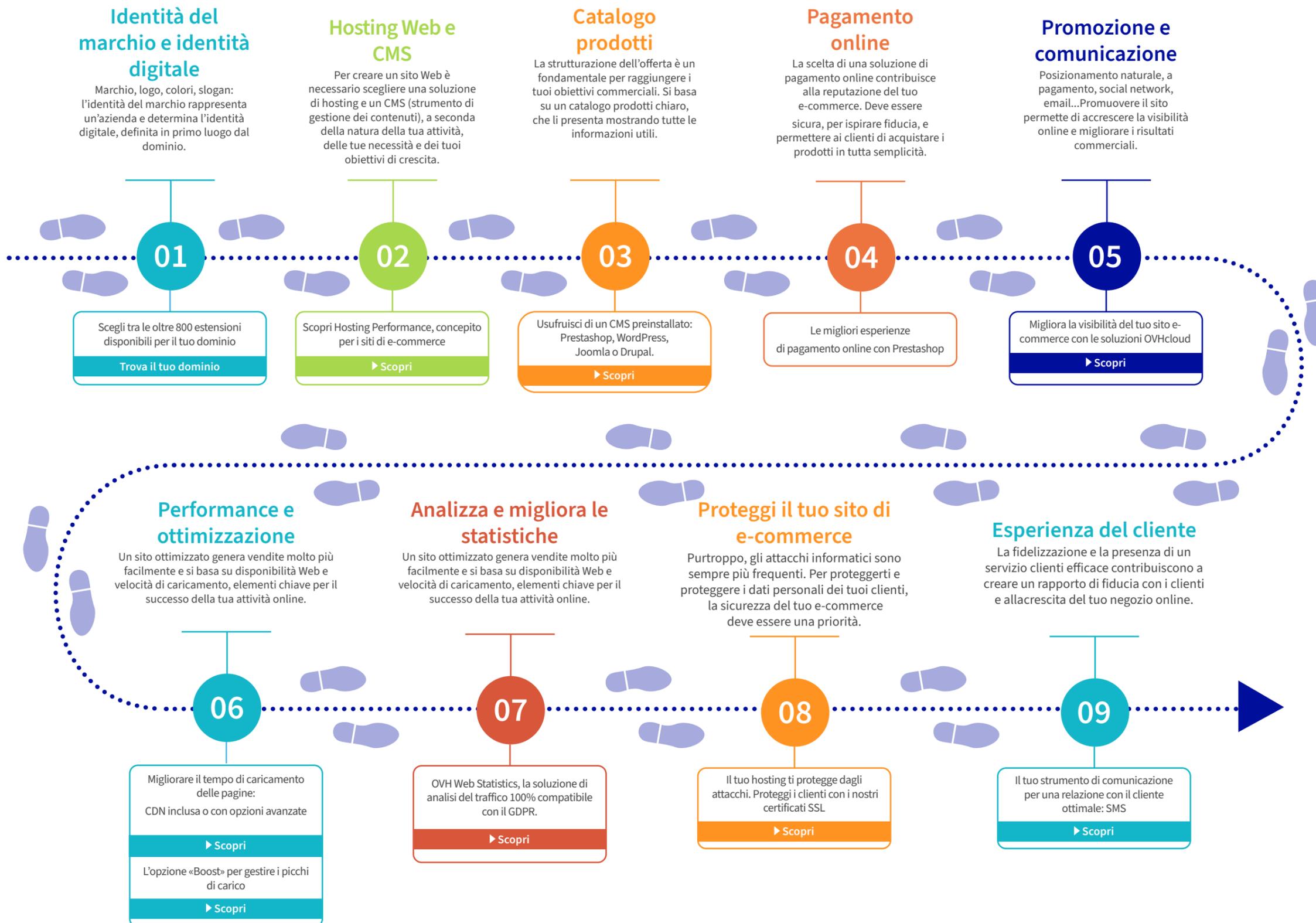
Anticipare i problemi

- > Definisci una policy per i resi (buoni, moduli di restituzione, ecc.)
- > Proponi diverse opzioni di consegna e reso (punti di ritiro, etichette di reso prepagate, ecc.)
- > Presta sempre attenzione ai reclami dei clienti e dimostrati diligente nel trattarli

Ti consigliamo di inserire nel sito un questionario post-vendita, che permette di valutare la soddisfazione dei clienti in modo rapido ed efficace.

La guida ultime per creare il tuo negozio online in 9 step

L'IMPRENDITORIALITÀ E LO SVILUPPO DELLA PROPRIA PRESENZA ONLINE SONO ORMAI ALLA PORTATA DI TUTTI. QUESTA GUIDA MOSTRA COME PROGETTARE, GESTIRE E SVILUPPARE IL TUO SITO E-COMMERCE IN TOTALE AUTONOMIA E SENZA ESPERIENZA.



Hai bisogno di un supporto?

L'ecosistema OVHcloud si basa su partner di fiducia che ascoltano le tue esigenze e permettono di trovare soluzioni adeguate a ogni situazione.

Visita il sito
OVHcloud

Trova un
partner