

WooCommerce: 5 consigli per una pagina prodotto che vende di più

Talvolta le statistiche possono sorprenderti e, quando lo fanno, raramente è in positivo.

Ad esempio: sapevi che, in media, gli utenti rimangono solo 15 secondi su un sito? Già, anche io quando l'ho saputo ne sono rimasto scioccato.

15 secondi è l'arco di tempo in cui dobbiamo guadagnarci la fiducia del cliente e convincerlo a spendere i suoi soldi nel nostro e-commerce.

In uno [scorso articolo](#) avevo elencato i dieci punti per cui **WooCommerce** è la scelta migliore nel campo della vendita online, questa volta andremo a vedere 5 modi per migliorare la punta di diamante del tuo **WooCommerce: la pagina prodotto**.

Infatti, è inutile investire in manovre pubblicitarie per avvicinare i clienti, se poi il cuore dello store non è performante e ci fa perdere potenziali vendite.

Andiamo, quindi, a vedere come rendere efficiente e accattivante una pagina prodotto, iniziando proprio dalla prima cosa su cui un cliente si concentra: le immagini.

1) Immagini di ottima qualità

Ci sono molte differenze tra un acquisto online e andare fisicamente in un negozio, ma forse la più importante è che, su internet, non possiamo toccare con mano un prodotto.

Dobbiamo fidarci del venditore quando ci assicura che il prodotto è di ottima qualità in ogni sua parte, che non presenta imperfezioni ed è proprio quello che stiamo cercando.

Ma dato che in 15 secondi è abbastanza difficile instaurare questo livello di fiducia, dobbiamo fare uso di uno strumento che possa sostenere le nostre parole: le immagini.

La foto del prodotto è di tale importanza che, ultimamente, vengono sempre di più utilizzate foto ad altissima risoluzione, in modo che il cliente possa ingrandire e analizzarlo nel dettaglio e spesso vengono proprio aggiunte foto dei dettagli.

Voglio dire, è facile da capire la differenza tra questa pagina prodotto:

Husqvarna 576926201 26 in. Curved Handle Multipurpose Axe

by Husqvarna

★★★★★ 320 customer reviews | 38 answered questions

List Price: ~~\$79.99~~

Price: **\$60.95 & FREE Shipping**

You Save: **\$19.04 (24%)**

In stock.

Estimated Delivery Date: Feb. 18 - 23 when you choose Expedited at checkout.

Ships from and sold by [Aardvark Trading](#).

• HUSQVARNA 1.9 LB TRADITIONAL MULTI-PURPOSE AXE

56 new from \$60.95



[Click to open expanded view](#)

... e questa:



American Felling Axe

Style: Sam McGee
Vendor: Best Made Company
Origin: North Carolina, USA
Category: Special Edition Axes
Price: \$300

PURCHASE

- Dimensions: 35", 7.5", 1.5"
- Head: 4 lbs. of 5160 high carbon US steel
- Helve: 35" of Appalachian hickory

*"There are strange things done in the
midnight sun / By the men who toil for gold;
/ The Arctic trails have their secret tales /
That would make your blood run cold; / The
Northern Lights have seen queer sights, / But
the queerest they ever did see / was that
night on the marge of Lake Lebarge / I
cremated Sam McGee." - Robert Service*

Dependable, versatile and with a rich and powerful history, the American Felling Axe is the quintessential woodland tool and an icon of American design and ingenuity. Every feature of this axe was meticulously designed by Best Made in New York. The Dayton pattern head is made from high carbon American steel and is drop forged in North Carolina by fourth-generation axe makers. The Best Made helve is lathed from Appalachian hickory and its elegant curvature and slender form factor ensure superior efficiency and safety. Every Best Made axe comes numbered with our



È chiaro quale delle due pagine prodotto attiri di più e, di conseguenza, venda di più.

Inoltre, è sempre una buona idea aggiungere un watermark alla foto, in modo che non possa essere utilizzato altrove in modo improprio (ad esempio per truffe).

Tanto per farti capire, in questo momento i truffatori tendono a prendere foto da stock di appartamenti e spacciarle per case in affitto. In questo modo si viene a creare sfiducia nei confronti dei venditori che può danneggiare anche quelli onesti. Un watermark rassicura il tuo cliente e limita questi comportamenti scorretti.

Pro tip: l'immagine è essenziale in ogni tipologia di prodotto, anche dove saremmo soliti pensare che sia superflua.

Ad esempio, se vendi video/audio-corsi, offrire un'anteprima del prodotto che stai vendendo è essenziale per fare toccare con mano la qualità video, audio, etc.

Per questo ti consiglio il plugin [Featured Audio & Video Content](#) che ti permette di inserire file video

o audio dove inseriresti normalmente le immagini del prodotto.

2) Sfrutta la descrizione breve

Uno degli errori più comuni è quello di pensare alla descrizione breve come una semplice anteprima di quella dettagliata.

In realtà lo spazio subito sotto al nome del prodotto non serve per descriverlo in modo generico, ma per invogliare il cliente ad acquistarlo.

Per questo motivo una buona descrizione breve deve rispondere a tre semplici domande:

- **Cosa stai vendendo?** Sii chiaro e conciso, un cliente indeciso non ha tempo da perdere.
- **Perché mi serve questo prodotto?** Mostra i vantaggi ottenuti nel comprare il tuo prodotto: devi dimostrargli perché vale più dei soldi che andrà a spendere.
- **Perché questo prodotto/servizio e non altri?** Il tuo prodotto è il migliore in circolazione, i tuoi concorrenti non possono nulla contro di lui: fallo capire al tuo cliente.

3) Call to action chiara e ben distinguibile dal resto del layout

Una volta che il tuo prodotto ha fatto presa nella mente del cliente, devi sfruttare quei pochi secondi che ti restano per condurlo verso l'acquisto.

Per questo può essere una buona idea mettere in **evidenza il pulsante d'acquisto**, in modo che sia visibile e si distacchi visivamente dal resto della pagina.

Un buon metodo per ottenere questo risultato è quello di utilizzare un colore diverso rispetto al layout, in modo che la call-to-action sia immediata e focalizzi l'attenzione del consumatore.

Per esperienza, solitamente si consiglia di utilizzare un colore acceso, come il rosso e l'arancione, ma solo in caso che non siano proprio questi i colori predominanti del sito.



New 2015 Men's Shirts men Casual slim fit designer Print Camisa red/khaki/white/green Asian size M~5XL

★★★★★ 4.6 (473 votes) | 749 orders

Price: **US \$13.99** / piece

Find more deals on the app

Bulk Price

Color:



Size:

M L XL XXL XXXL 4XL 5XL Sizing info

Shipping: **Free Shipping to United States via ePacket**

Estimated Delivery Time: 10-15 days (ships out within 7 business days)

Quantity: 1 piece (34128 pieces available)

Total Price: Depends on the product properties you select

Buy Now

Add to Cart

Add to Wish List (2849 Adds)

Return Policy: Returns accepted if product not as described, buyer pays return shipping fee; the product & agree refund with seller. [View details](#)

4) Una descrizione esauriente

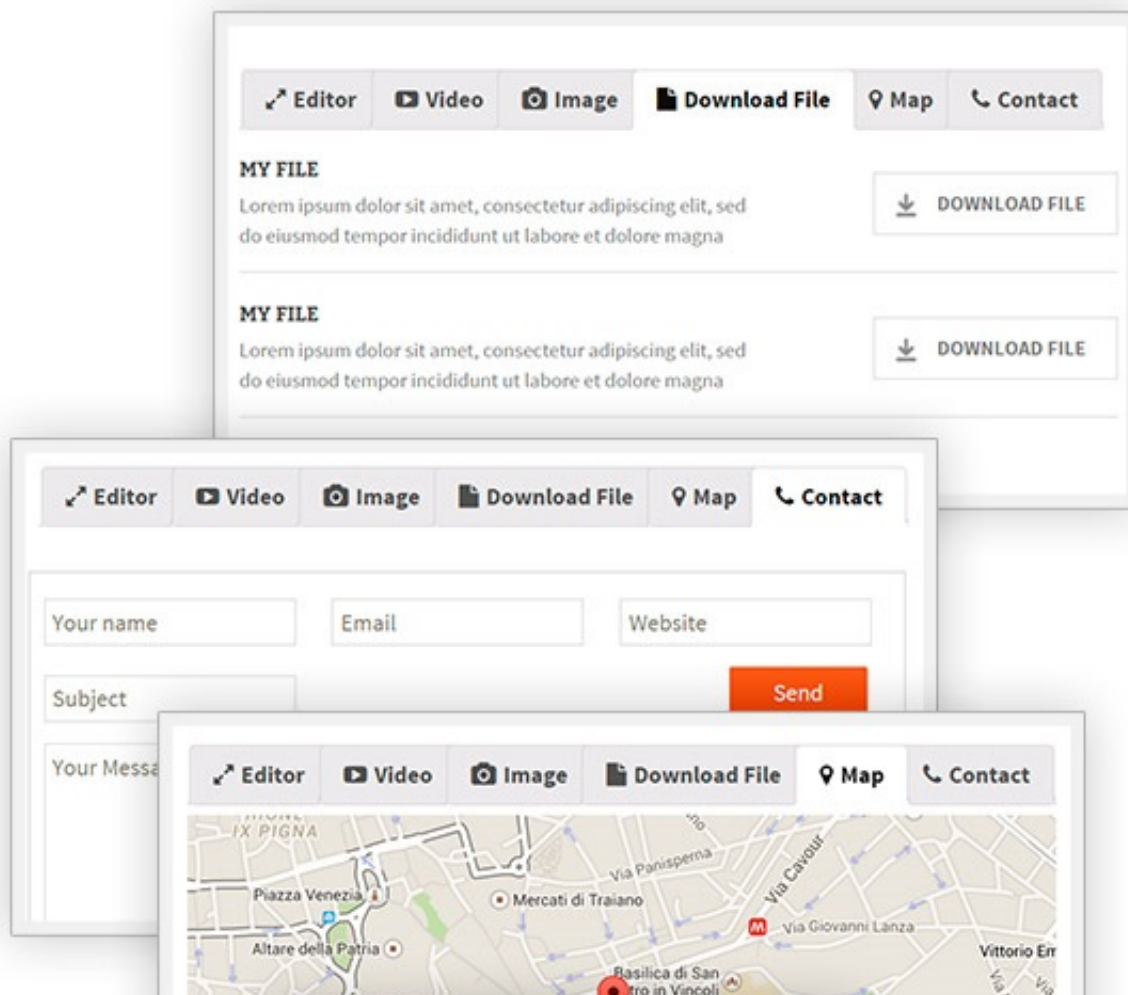
Se la descrizione breve è essenziale per convincere il cliente, la descrizione lunga deve rispondere a ogni domanda o quesito che l'utente si può porre.

Una buona descrizione trasforma la foto bidimensionale in una statua che è possibile analizzare in ogni suo dettaglio, a cui possiamo girare attorno e convincerci che, sì, quello è l'oggetto che cerchiamo.

Per questo deve avere:

- Una descrizione molto approfondita del prodotto, meglio se con schede e istruzioni in PDF (nel caso ce ne fosse il bisogno).
- In caso di abiti, una tabella delle taglie.
- In caso di oggetti da assemblare, le istruzioni per il montaggio.
- Immagini aggiuntive.
- Consigli per l'utilizzo.

Per gestire tutte queste informazioni senza confondere il cliente, **ti consiglio il plugin [Tab Manager](#)** che ti permette di dividere le informazioni in Schede (tab) in modo che siano velocemente rintracciabili e di rendere più efficace la pagina del prodotto.



Sempre parlando di Schede (Tab), una che non può mancare è quella delle FAQ, dove dovrai inserire tutte le domande più comuni inerenti al prodotto, rispondendo immediatamente ai dubbi del cliente senza che debba fare lo sforzo di contattare l'assistenza clienti e attendere una risposta.

Come ricordo in quasi tutti i miei articoli: l'utente medio è pigro, non farlo lavorare più del necessario.

Ricorda di rispondere alle domande più importanti, come:

- Posso permettermelo?
- Come funziona?
- Come faccio ad essere sicuro che sia buono?
- Chi altro lo usa?

5) Evita le sidebar!

Come ultimo consiglio, ti svelo una cosa da NON fare: non inserire la sidebar sulla pagina del tuo prodotto.

Infatti non solo sono praticamente inutili (uno studio ha rivelato che solo lo 0.3% degli utenti le guarda o ci interagisce) ma possono addirittura essere dannose per le tue vendite.

Infatti, è sempre bene non distogliere l'attenzione del cliente dal prodotto. Aggiungere elementi alla pagina può essere dispersivo e spingere il cliente a lasciarla per visualizzare qualcos'altro, perdendo una potenziale vendita.

Ed ecco come in 5 semplici passi sei riuscito a creare una **pagina prodotto per WooCommerce** che vende di più... molto di più.