



Packlink[®] PRO
Simply Shipping

6 suggerimenti per sfruttare al meglio la tua attività commerciale



01. Studia la tua nicchia

Cosa vendi? Chi sono i tuoi clienti più fedeli? Puoi cominciare dalle tue conoscenze attuali e trasformarle in una strategia più ampia. Definisci le tue “buyer personas” seguendo criteri specifici (demografia, comportamento, interessi e valori simili), così sarà più facile soddisfare il mercato, anche senza una relazione diretta.

Per esempio, una farmacia e-commerce i cui acquirenti sono appassionati di sport, può ampliare la sua offerta includendo degli integratori.

02. Crea il tuo sito web

Non c'è bisogno di essere uno sviluppatore web per creare un e-commerce! Ci sono, infatti, varie piattaforme che ti permettono di creare siti web in pochi passi, curando sia l'estetica che l'usabilità.

[Wix](#), per esempio, si basa su un sistema di drag and drop molto intuitivo. [PrestaShop](#) permette la separazione tra contenuti, grafica e programmazione, in modo che ogni figura professionale possa occuparsi di una sezione diversa. E ci sono molti altri strumenti!



03. Crea il tuo catalogo online

Il passo successivo è organizzare i prodotti nel catalogo (soprattutto se, nel tuo e-shop, ci sono diverse marche). Puoi organizzarli **per marca** o **per funzionalità**.

Come?

Chiediti: “I miei acquirenti conoscono le marche che vendo?”

- | | |
|---|--|
| <p>✓ Si: opta per un'organizzazione focalizzata sul marchio.</p> | <p>✗ No: opta per un'organizzazione focalizzata sulla funzione.</p> |
|---|--|

Per esempio, nel caso dell'abbigliamento, il consumatore spesso compra spinto dalla forza del marchio. Al contrario, nel B2B, ciò che riveste maggiore interesse è l'aspetto pratico-funzionale.

04. Sviluppa una strategia SEO

Lavorare sul SEO ti permette di ottimizzare il tuo tasso di conversione raddoppiando il traffico e le vendite del tuo sito web.

Come?

Individua come i tuoi clienti cercano un determinato prodotto online:

- **Identifica le parole chiave** che rispondono alla richiesta di informazioni dei tuoi potenziali utenti. Usa il [Keyword Planner](#) di Google! Questo strumento è gratuito e ti permetterà di selezionare le parole chiave giuste da includere nei tuoi annunci Google Ads, nonché di ottenere dati utili relativi al loro impatto e alle loro prestazioni.
- **Usale nei testi** del tuo sito web, scrivendo delle schede prodotto che rispondano a un bisogno specifico con le parole giuste.
- Non dimenticare di **ottimizzare l'URL**: inserisci anche qui la tua parola chiave di riferimento, in modo che il motore di ricerca trovi facilmente la tua pagina.



05. Promuovi il tuo negozi online

Circa il 75% di coloro che hanno acquistato un prodotto lo hanno visto per la prima volta sui social media.

Costruire una presenza sui social è fondamentale!

Come?

- **Identifica i canali** più frequentati dal tuo pubblico.
- **Definisci il tono di voce** del tuo marchio: sarà la linea guida per trovare il modo giusto di comunicare con il tuo pubblico.
- **Imposta un piano editoriale** di pubblicazioni costanti e interessanti. Pensa a variare i tuoi contenuti:
 - Informativi (“chi siamo”, “cosa facciamo” e “come lo facciamo”),
 - Orientati all’engagement (per creare una community),
 - Educativi (legati all’obiettivo di conversione).

Ricorda: i social media sono anche un canale di vendita. Attualmente i clienti possono fare acquisti nei negozi di Facebook e Instagram direttamente dai post.



06. Scegli lo strumento giusto per le spedizioni e le consegne

Massimizzare il livello di automazione dei tuoi compiti ti aiuterà a velocizzare e semplificare i tuoi processi, ma anche ad offrire ai tuoi clienti un’esperienza ottimale. **Pianificare le spedizioni attraverso un unico strumento** è un primo passo. [Packlink PRO](#), ad esempio, si integra con il tuo e-commerce e ti permette di importare e monitorare gli ordini ricevuti con facilità, oltre a spedire con servizi nazionali o internazionali, **risparmiando fino al 70%**: il tutto senza contratti o canoni mensili.