La tua presenza sul web è efficace?

Puoi verificarlo DA SOLO con qualche semplicissima operazione! Sei pronto?

Abbiamo creato questa breve guida per permetterti di capire se le "fondamenta" del tuo business sul web sono forti oppure no.

Poche pagine, ma di fondamentale importanza, per far sì che in poco tempo e in completa autonomia tu possa capire come vieni visto e, soprattutto, se vieni trovato sul web.

RICORDA: la presenza sul web NON È SOLO UN COSTO, ma è il miglior modo di promuovere la tua attività nel terzo millennio!

Ecco le prime 10 domande alle quali rispondere per capire se i tuoi presidi sono efficaci o se c'è qualche aspetto che puoi migliorare:

1- Il tuo sito internet si adatta agli smartphone?

2- Il tuo business è presente sulle mappe di Google?

3- I tuoi potenziali clienti trovano facilmente gli orari di apertura e i recapiti della tua attività?

4- Le foto sui social sono sfocate o di bassa qualità?

5- Sei sicuro di avere inserito tutte le informazioni necessarie sui tuoi presidi social?

6- Il tuo sito internet viene visualizzato su Google se qualcuno cerca info sul tuo prodotto o servizio?

7- Se Google mostra il tuo sito tra i risultati di ricerca, cosa leggono gli utenti?

8- Ci sono errori ortografici nei testi del tuo sito?

9- C'è del testo in grado di far capire i motivi per cui dovrebbero sceglierti tra tanti?

10- Hai controllato come si sta muovendo la tua concorrenza?

Continua a leggere, adesso arriva il bello!

Approfondiamo insieme ogni singola domanda.

1- Il tuo sito internet si adatta agli smartphone?

Dal 2014 la navigazione sul web tramite dispositivi mobili, come smartphone e tablet, ha superato quella da computer fisso o notebook. Questo dato non può essere ignorato, altrimenti rischi di perdere una grandissima fetta di mercato.
Ognuno di noi effettua ricerche sul web tramite telefono nelle più svariate situazioni:

- in treno
- in auto
- in coda alle poste
- in attesa dal dentista
- sul divano mentre guardiamo la televisione.

Come puoi immaginare queste situazioni riguardano privati, professionisti, manager in continuo movimento. Insomma, tantissime persone che possiamo considerare come tuoi potenziali clienti.

I vecchi siti internet, quelli creati prima dell'avvento degli smartphone, ovviamente non sono "adattabili". Ma da qualche anno è possibile, anzi è doveroso, adeguarsi alla tecnologia responsive.

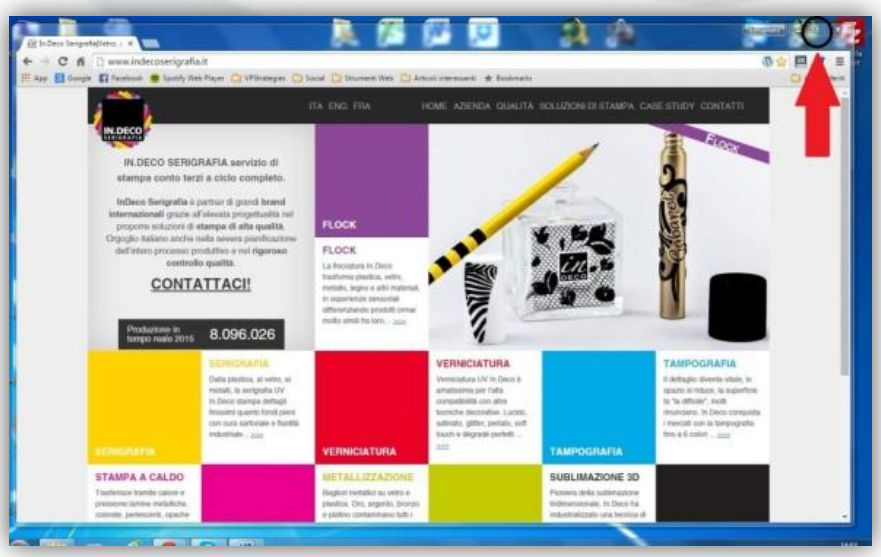
In questo modo il tuo sito internet si adatterà al tipo di schermo su cui verrà visualizzato, mostrando tutte le informazioni necessarie senza dover ogni volta scrollare o zoomare.

C'è stato un nostro cliente (www.indecoserigrafia.it) che, una volta vista la versione "mobile" del suo sito, ne ha immediatamente evidenziato i vantaggi per il proprio business. Infatti ha detto: "In questo modo posso, in qualsiasi momento, mostrare i nostri lavori ai miei clienti anche sullo smartphone, accedendo senza difficoltà alle gallery".

Ecco uno dei tanti buoni motivi per passare alla tecnologia responsive!

Come verificare se il tuo sito è responsive?
I modi sono essenzialmente due: accedendo direttamente dal tuo smartphone oppure aprendo il sito in questione con il browser dal tuo computer. Nel secondo caso dovrai:

1. aprire il browser e digitare l'indirizzo del tuo sito
2. posizionarti in alto a destra e premere sull'icona a sinistra della X, (quella con i due quadratini sovrapposti)



3. ora che la finestra è ridotta, posizionare il mouse nell'angolo in basso a destra, fino a quando compare una doppia freccia, tenendo premuto il tasto sinistro del mouse scorrere verso sinistra e in basso per vederne il comportamento.

Questo è il risultato che otterrai se il tuo sito è responsive. Come puoi notare, tutto è ben visibile e ogni parte cliccabile ha una grandezza adatta al touch.

Se invece il sito non è responsive, otterrai questi risultati:

Nel caso di visualizzazione da computer (immagine a sx) non è possibile leggere bene tutte le informazioni. Da smartphone, invece (immagine a dx), i caratteri sono piccolissimi, di difficile lettura e non adatti al touch.

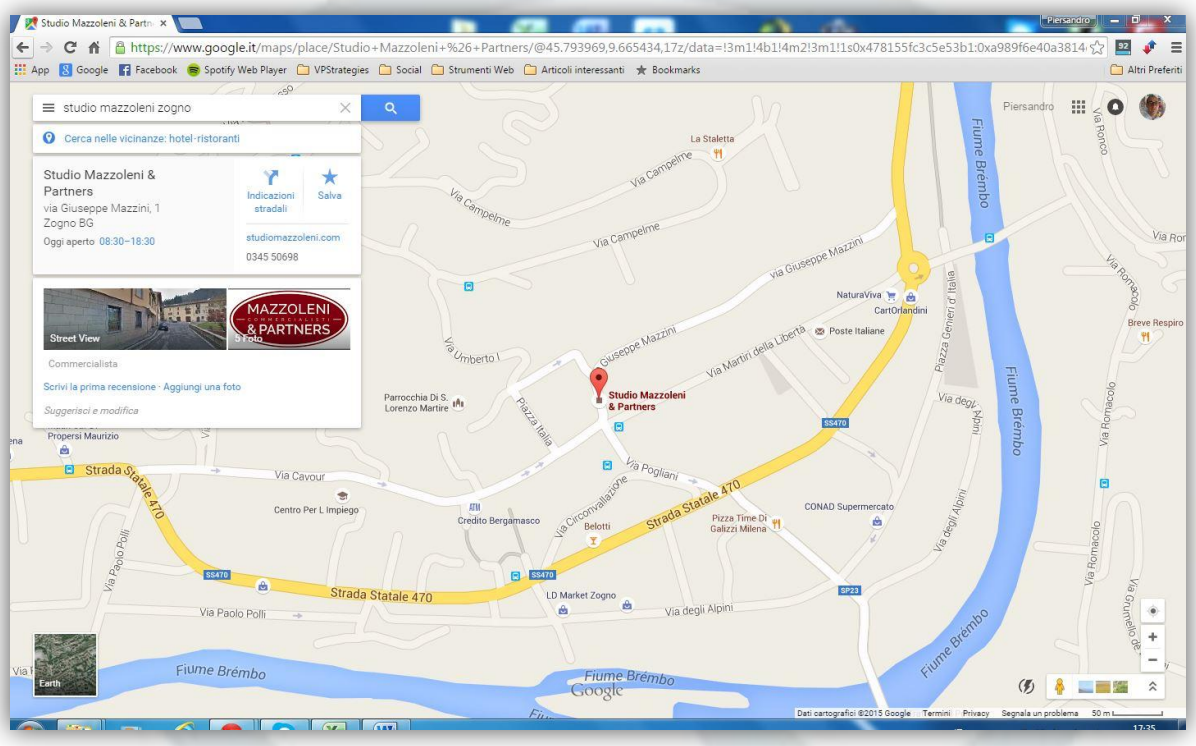
2- Il tuo business è presente sulle mappe di Google?

Ti è mai capitato di utilizzare Google Maps per cercare un'azienda, un ristorante o un hotel? A noi spessissimo.

Basta andare su Google Maps tramite smartphone o computer, digitare il nome dell'attività che stiamo cercando e… voilà!

ATTENZIONE: Non sempre conosciamo l'indirizzo, quindi inseriamo il nome dell'attività o una parola chiave come per esempio: HOTEL a FOPPOLO.

Ecco un esempio:



Inoltre, è possibile avviare il navigatore e fare in modo che ci porti a destinazione.
Funziona così anche per la tua attività? Sarebbe una bella comodità per chi deve raggiungerti. Il tuo POTENZIALE cliente ne sarebbe felice.

Se invece non compari su Google Maps, beh, è molto probabile che troverà qualche tuo concorrente!

Prima di passare al punto successivo, apri Google Maps, inserisci il nome della tua attività e verifica se e come viene mostrata.

Prima di passare al punto successivo ti chiediamo 3 azioni facoltative, ma per noi molto importanti, da fare una volta terminata la guida:

- mandaci il tuo parere, per noi è molto importante, sono sufficienti 2 righe, a info@vpstrategies.it
- rimani aggiornato sulle novità del web marketing iscrivendoti alla nostra newsletter, sul nostro sito trovi facilmente come fare, accedendo alla sezione VP-Blog che trovi cliccando qui
- ti è stata utile? Se Sì. Perché non condividerla? (trovi i pulsanti di "condivisione" nella pagina precedente)

3- I tuoi potenziali clienti trovano facilmente gli orari di apertura e i recapiti della tua attività?

Come avrai notato nella figura precedente, oltre alla posizione sulla mappa puoi far visualizzare giorni e orari di apertura. Questo è senz'altro un modo molto utile per far trovare le tue informazioni a chi ti sta cercando.

Sul sito internet hai inserito la sezione "Contatti" con i numeri di telefono e gli orari di apertura? Sono facilmente raggiungibili? Potrebbe essere comodo per i tuoi potenziali clienti averli sempre sott'occhio!

Anche per questo punto, prima di procedere, verificalo inserendo il nome della tua attività nel box di ricerca di Google.

4- Le foto sui social sono sfocate o di bassa qualità?

In un mondo che va sempre più veloce, soprattutto sui social network, le immagini rivestono un ruolo importantissimo. Su un post di Facebook, o su Instagram, sono le fotografie a catturare per prime l'attenzione. È fondamentale, quindi, metterne sempre di qualità, in linea con la nostra attività e che siano di grande impatto.

Immagini sfocate o "rubate" sul web hanno una pochissima influenza sulle persone. Ma, soprattutto, spingono gli utenti a cercare qualcuno o qualcosa che trasmetta loro più sicurezza e maggiore professionalità.

Prenditi un po' di tempo, 5' potrebbero bastare prima di procedere. Vai sui tuoi profili social e scorri all'indietro i tuoi ultimi 10 post e poi prosegui con la domanda successiva.

5- Sei sicuro di avere inserito tutte le informazioni necessarie sui tuoi presidi social?

Quando crei un profilo personale o una pagina aziendale, i vari social network chiedono tante informazioni riguardanti te e la tua attività.
È importante inserire queste informazioni perché ci permettono di essere trovati più facilmente, e di farci conoscere ai nostri potenziali clienti. Ecco le informazioni che non dovrebbero mai mancare:

- numeri di telefono
- indirizzo e-mail
- orari di apertura
- luogo dell'attività
- tipo di attività
- sito internet.

Queste sono soltanto alcune delle informazioni che devi sempre mostrare per essere trovato o, meglio ancora, contattato!

Se fin qui le tue verifiche hanno dato esito positivo, sei sulla buona strada, ma sono le prossime che possono fare la differenza!

6- Il tuo sito internet viene visualizzato su Google se qualcuno cerca info sul tuo prodotto o servizio?

Questa domanda è fondamentale, e avere la risposta è facilissimo. Vai su www.google.it e digita una parola chiave riguardante il tuo prodotto o servizio.

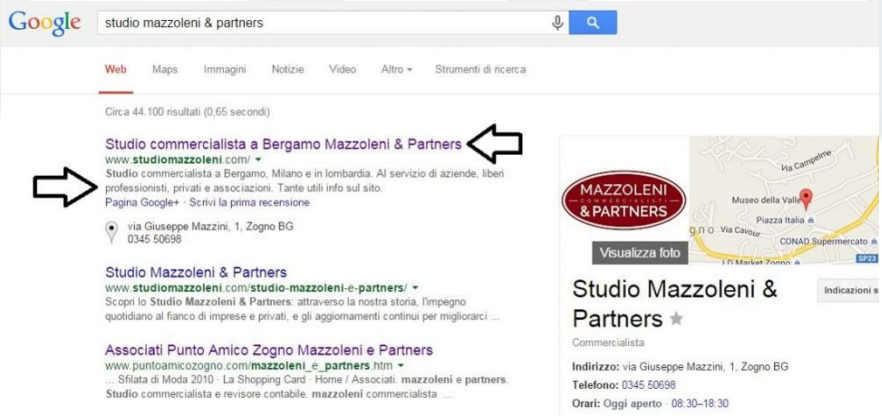
ATTENZIONE: non scrivere il nome della tua azienda, perché se qualcuno lo fa significa che già ti conosce! Che vuol dire tutto ciò? Te lo spieghiamo con un esempio: se qualcuno su Google cerca "Studio Mazzoleni & Partners Zogno", è molto probabile che uno dei primi risultati di Google sia proprio il sito dello Studio Mazzoleni. Ma se un utente non lo conosce e cerca un commercialista nella sua zona, forse digiterà su Google "studio commercialista Bergamo".
Ecco, questo è un tipico esempio di "parola chiave di ricerca". Se lo Studio Mazzoleni & Partners verrà visualizzato nella prima pagina di Google, avrà molte possibilità di ricevere richieste di contatto.

Posizionare in modo organico sui motori di ricerca significa far in modo, che il sito venga visualizzato il più in alto possibile durante una ricerca su Google, con parole chiave pertinenti il nostro prodotto o servizio.

Pensa ad almeno 3 parole chiave che i tuoi possibili clienti potrebbero utilizzare per trovare il tuo prodotto o servizio, inseriscile nella barra di Google e verifica il tuo posizionamento.

7- Se Google mostra il tuo sito tra i risultati di ricerca, cosa leggono gli utenti?

La domanda precedente riguardava il fatto di essere mostrati sui motori di ricerca. Ma cosa mostra di preciso Google? Prendiamo l'esempio di prima, cioè quello relativo allo Studio Mazzoleni & Partners:



- la prima freccia indica il titolo della pagina
- la seconda freccia, invece, riporta la descrizione della pagina.

È chiaro che un utente cliccherà un risultato piuttosto che un altro, anche in base a ciò che vedrà scritto nella descrizione, poiché in quel momento sono le uniche informazioni disponibili per effettuare una scelta.

Nella parte destra dell'immagine qui sopra, avendo ben configurato Google My Business, vengono mostrati anche il logo, la mappa e le informazioni principali dello studio commercialista.

Verifica subito cosa viene mostrato da Google digitando il nome della tua attività nel box di ricerca.

8- Ci sono errori ortografici nei testi del tuo sito?

Ora concentrati sul tuo sito, in particolare sui contenuti. Hai controllato bene se ci sono errori ortografici? È una cosa che può capitare a tutti, e quando ce ne accorgiamo tendiamo sempre a minimizzare. Se gli errori non sono nostri, però, li tolleriamo molto meno ritenendoli indice di poca attenzione e scarsa professionalità.
Non correggerli significa aumentare il tasso di abbandono.

P.S.: se un utente decide di non diventare tuo cliente per questo motivo, quasi certamente non cambierà mai più idea!

Dato che questa operazione, potrebbe impegnarti parecchio tempo, prima di procedere al controllo, termina con la lettura degli ultimi 2 punti.

9- C'è del testo in grado di far capire i motivi per cui dovrebbero sceglierti tra tanti?

Nella maggior parte dei siti internet si trovano le classiche frasi del tipo: "azienda giovane e dinamica", "leader del settore" e altre espressioni piuttosto scontate.
Le domande che devi farti sono:

- l'utente che arriva sul sito, trova le informazioni che sta cercando?
- emergono i plus del prodotto o servizio rispetto alla concorrenza?

QUESTO FATTORE FA LA DIFFERENZA TRA UN SITO INUTILE E UNO CHE È VERAMENTE D'AIUTO AL TUO TARGET E AL TUO BUSINESS.

Mettiti sempre nei panni dei tuoi potenziali clienti: loro cercano un modo per risolvere un problema o soddisfare un bisogno, non dimenticarlo mai!

Leggi l'ultimo punto e poi ritagliati tutto il tempo necessario per trovare le risposte a queste ultime domande.

10- Hai controllato come si sta muovendo la tua concorrenza?

Analizzare la concorrenza è fondamentale. Se i tuoi concorrenti non si muovono, la possibilità di farti conoscere sul mercato sarà altissima. Se invece la tua concorrenza è molto attiva sul web, vuol dire che dovrai darti da fare anche tu. Altrimenti se un potenziale cliente non trova te, troverà di certo qualche tuo competitor!

Ricorda molto bene questo esempio: una libreria, un negozio o in generale una attività locale, non deve vedere come concorrente solo le attività vicine, ma deve inevitabilmente considerare anche quelle ONLINE (Amazon, Zalando, Yoox per esempio).

Ecco, queste sono le prime 10 domande cui devi rispondere per capire se la tua presenza sul web è efficace.

Ce n'è un'altra alla quale adesso puoi dare una risposta:

SEI PRONTO AD AFFRONTARE LE NUOVE SFIDE DEL MERCATO?

Prima di terminare ti chiediamo nuovamente le 3 azioni facoltative, ma per noi molto importanti, ora che hai completato la verifica:

- mandaci il tuo parere, per noi è molto importante, sono sufficienti 2 righe, a info@vpstrategies.it
- rimani aggiornato sulle novità del web marketing iscrivendoti alla nostra newsletter, sul nostro sito trovi facilmente come fare, accedendo alla sezione VP-Blog che trovi cliccando qui
- ti è stata utile? Se Sì. Perché non condividerla? (trovi i pulsanti di "condivisione" nella pagina precedente)

C'mon Piersandro e Francesco

Se vuoi condividere con noi il risultato di questa analisi o parlarci dei tuoi obiettivi, contattaci senza alcun impegno!