

I 5 errori più comuni da evitare su Prestashop: come migliorare la tua esperienza di e-commerce

Pubblicato: Domenica 19 Gennaio 2025



Quando si tratta di e-commerce, la configurazione del sito web è fondamentale per il suo successo. Una corretta impostazione garantisce il corretto funzionamento del sito e delle sue funzionalità, assicurando una navigazione fluida e intuitiva per gli utenti. Purtroppo, molti merchant o gestori di e-commerce commettono errori comuni nella configurazione del loro sito web, che possono avere un impatto negativo sulle prestazioni e sull'esperienza degli utenti che vogliono fare acquisti.

Uno degli **errori più comuni** riguarda le configurazioni tecniche dell'hosting o server in cui Prestashop è pubblicato. Se queste impostazioni non sono correttamente configurate, gli utenti potrebbero avere difficoltà a raggiungere il sito o essere reindirizzati in modo errato. Un esempio che spesso succede è

avere un URL con o senza www che punta a due pagine diverse. Inoltre, **problemi di compatibilità** con i moduli e i temi installati possono causare malfunzionamenti e interruzioni del servizio non immediatamente evidenti. È importante assicurarsi che tutti gli elementi del sito web siano perfettamente integrati e compatibili tra loro oltre a funzionanti.

Un altro **errore frequente** è la mancata ottimizzazione delle impostazioni di cache e gestione delle prestazioni di velocità. Una cache mal configurata o un sito web lento possono frustrare gli utenti e scoraggiarli dall'effettuare acquisti. È essenziale dedicare tempo e attenzione alla configurazione di queste impostazioni per garantire un'esperienza di navigazione rapida e fluida. Succede anche che se non correttamente configurato il sistema faccia vedere dati ad utenti diversi o carrelli che non sono dell'utente che sta navigando in quel momento.

Gestione inefficiente del catalogo prodotti e categorie

Un **catalogo prodotti ben organizzato e gestito** è essenziale per un e-commerce di successo. Offrire una selezione di prodotti chiara e organizzata facilita la navigazione e la ricerca per gli utenti, aumentando le probabilità di conversione. Purtroppo, molti e-commerce commettono **errori comuni** nella gestione del loro catalogo prodotti.

Uno degli **errori più frequenti** è la presenza di informazioni incomplete o errate sui prodotti. Se gli utenti non trovano tutte le informazioni necessarie per prendere una decisione d'acquisto, potrebbero abbandonare il sito. È importante dedicare tempo e attenzione alla cura dei dettagli dei prodotti, in modo da fornire agli utenti tutte le informazioni di cui hanno bisogno.

Un altro **problema comune** è la mancata categorizzazione e organizzazione del catalogo spesso che segue l'organizzazione e categorizzazione usata nel gestionale di magazzino. Se i prodotti non sono suddivisi in categorie e sottocategorie logiche **per chi cerca online**, gli utenti potrebbero avere difficoltà a trovare ciò che cercano. Una buona organizzazione del catalogo facilita la navigazione e aumenta le probabilità di conversione.

L'assenza di **strumenti di ricerca e filtri avanzati** può rendere difficile per gli utenti trovare i prodotti desiderati. Fornire agli utenti strumenti di ricerca efficaci e la possibilità di filtrare i prodotti in base a criteri specifici, come prezzo, colore o dimensione, migliora l'esperienza di navigazione e aumenta le vendite.

Avere prodotti ricchi di immagini di buona qualità e non solo recuperati dai cataloghi dei fornitori e caratteristiche ricche di informazioni evidenziate in elenchi puntati per una miglior lettura su monitor possono rendere unica l'esperienza utente.

I titoli dei prodotti non devono essere solo tecnici perché voi conoscete i prodotti ma vanno pensati anche per chi cerca una soluzione non solo prodotto specifico.

Mancanza di una strategia di marketing digitale

Una **strategia di marketing digitale efficace** è fondamentale per l'e-commerce. Attrarre nuovi clienti, cercare di coinvolgerli e poi fidelizzarli è quello che andrebbe fatto per scalare nei confronti della concorrenza. Purtroppo, molti e-commerce commettono **errori comuni** nella loro strategia di marketing.

Uno degli **errori più diffusi** è l'assenza di campagne pubblicitarie mirate e misurate per generare traffico immediato e controllato. Senza una strategia di acquisizione di nuovi utenti che raggiunga il pubblico giusto, il sito web potrebbe rimanere invisibile agli occhi dei potenziali clienti. È importante investire in campagne pubblicitarie su canali come: Google Ads, Social Media Advertising, Display

Advertising, Influencer Marketing, tecnologia di comparazione di prezzi, sono alcuni dei canali utili ad aumentare la visibilità e generare nuovi lead. Ogni campagna pubblicitaria ha uno scopo specifico a seconda del processo decisionale del cliente, quindi non affidatevi solo ai social media perché sono più economici di altri canali.

Un altro problema comune è la **mancata presenza sui social media** e lo scarso engagement con gli utenti. I social media sono una piattaforma fondamentale per interagire con i clienti, condividere contenuti e promuovere i prodotti che si sposano bene con le passioni e gli interessi del pubblico. Tuttavia, non tutti i prodotti sono adatti a essere promossi efficacemente sui social media. Prodotti altamente tecnici o di nicchia, ad esempio, potrebbero non ottenere lo stesso livello di attenzione rispetto a prodotti più visivi o emozionali. In questi casi, è importante valutare strategie alternative, come campagne mirate su motori di ricerca, blog specializzati o email marketing, per raggiungere il pubblico giusto con messaggi più pertinenti.

Infine, una **gestione inefficace delle comunicazione email e delle newsletter** può compromettere la fidelizzazione dei clienti. Le email sono uno strumento potente per mantenere i contatti con i clienti esistenti, informarli sulle novità e promuovere offerte e sconti. Se questa attività non viene svolta in modo strategico, puntando ad una comunicazione one to one si rischia di perdere l'opportunità di mantenere vivo l'interesse dei clienti.

Nessuna ottimizzazione SEO

L'ottimizzazione SEO (Search Engine Optimization) è fondamentale per il successo di un e-commerce. Migliorando la visibilità del sito sui motori di ricerca, è possibile attrarre più visitatori potenzialmente interessati ai prodotti. Tuttavia, molti e-commerce commettono **errori comuni nell'ottimizzazione SEO**, che possono compromettere la loro presenza online.

Uno degli **errori più diffusi** è la mancata ottimizzazione di titoli, descrizioni e meta-tag. Questi elementi sono cruciali per comunicare ai motori di ricerca di cosa tratta il sito web e per attirare l'attenzione degli utenti nei risultati di ricerca. Se non vengono curati adeguatamente, il sito potrebbe essere penalizzato e perdere visibilità.

Un altro **problema comune** è l'assenza di una strategia di link building efficace. I link in entrata (backlink) da siti autorevoli e rilevanti per il tuo settore sono fondamentali per migliorare il posizionamento sui motori di ricerca. Senza una strategia di link building, il sito potrebbe rimanere invisibile agli occhi degli utenti e non interessante agli occhi dei motori di ricerca.

Infine, **problemi di indicizzazione e crawling** da parte dei motori di ricerca possono compromettere la visibilità del sito. È importante assicurarsi che il sito web sia facilmente accessibile e indicizzabile dai bot di ricerca, in modo da garantire una presenza costante nei risultati di ricerca.

Scarsa attenzione all'esperienza utente

L'**esperienza utente (UX)** è un fattore cruciale per il successo di un e-commerce. Migliorare la soddisfazione e la fedeltà dei clienti, aumentando le conversioni e il valore del carrello medio, richiede un'attenzione costante all'esperienza degli utenti sul sito web. Purtroppo, molti e-commerce commettono **errori comuni** nell'offrire un'esperienza utente ottimale.

Uno degli **errori più frequenti** è una navigazione confusa e difficoltosa. Se gli utenti faticano a trovare ciò che cercano o a comprendere la struttura del sito, è probabile che abbandonino il carrello e il sito stesso. È importante dedicare tempo e risorse alla progettazione di un'interfaccia grafica che sia intuitiva e facile da navigare, in modo da facilitare l'esplorazione e gli acquisti.

Un altro **problema comune** è un processo di checkout complesso e poco intuitivo. Se gli utenti si trovano a dover affrontare troppi passaggi o a fornire troppe informazioni per completare un acquisto, potrebbero abbandonare il carrello. È essenziale semplificare il processo di checkout, riducendo al minimo i passaggi e rendendo l'esperienza il più fluida possibile.

Altro errore è l'uso di uno o due sistemi di pagamento come se fossero sufficienti a soddisfare l'utente online. Oggi siamo abituati a pagare in modo rapido e spesso sempre con lo stesso sistema e se un utente arriva al checkout e non trova il sistema di pagamento preferito c'è il rischio di abbandono.

Per la realizzazione di un e-commerce che soddisfi le esigenze descritte, è fondamentale affidarsi ad agenzie specializzate come Hostinato. Con oltre 450 shop online già realizzati, Hostinato vanta un'esperienza senza eguali nel settore. Visita il sito www.hostinato.it e racconta il tuo progetto sicuramente sapranno aiutarti.

Autore: Luca Vasirani

[divisionebusiness](#)

divisionebusiness@varesenews.it