

Checklist CRO - Conversion Rate Optimization

Piccole modifiche, grandi risultati. Una guida pratica per migliorare i tassi di conversione.

1. Analisi comportamenti utenti

- Installa strumenti come Hotjar o Microsoft Clarity.
- Analizza mappe di calore per capire dove cliccano gli utenti.
- Osserva registrazioni di sessioni per identificare i punti di abbandono.
- Segmenta i dati con Google Analytics per distinguere tra nuovi e vecchi utenti.

2. Ottimizzazione Call to Action (CTA)

- Usa testi chiari e orientati all'azione (es. 'Scarica la guida gratuita').
- Posiziona le CTA in punti visibili (above the fold e fine pagina).
- Testa colori e dimensioni per aumentare la visibilità.

3. Form e Landing Page

- Riduci i campi del form al minimo indispensabile.
- Assicurati che le landing page abbiano un solo obiettivo.
- Rimuovi distrazioni e link superflui dalle pagine di conversione.

4. Checkout e-commerce

- Minimizza i passaggi necessari per completare l'acquisto.
- Offri più metodi di pagamento, compresi quelli digitali (PayPal, Apple Pay, ecc.).
- Mostra chiaramente costi aggiuntivi e tempi di spedizione.

5. Test A/B e Ottimizzazione Continua

- Conduci regolarmente test A/B su CTA, form e landing page.
- Usa strumenti come Google Optimize o Optimizely.
- Documenta i risultati e applica le best practice che funzionano meglio.
- Ripeti il ciclo di analisi e ottimizzazione ogni mese.