

Velocità Finanziaria

Analisi e ottimizzazione
continua



Capitolo 1 Capitolo 2 Capitolo 3 Capitolo 4 Capitolo 5 **Capitolo 6**

Analisi ed Ottimizzazione

Perfezionare la Presenza Digitale
con Dati e Insights

Introduzione

Evoluzione Digitale: adattarsi per eccellere nel tempo

Riflettendo sulla nostra discussione precedente riguardante la sicurezza, diventa evidente che il viaggio verso l'eccellenza digitale non ha mai una fine definita. "Evoluzione Digitale: adattarsi per eccellere nel tempo" chiude la nostra serie sottolineando l'importanza vitale dell'analisi e dell'ottimizzazione continua.

In questo capitolo finale, esploreremo come il monitoraggio costante delle prestazioni del sito, il feedback degli utenti e l'analisi dei dati possano fornire intuizioni preziose per miglioramenti futuri.

Discuteremo strategie per l'implementazione del test A/B, l'aggiornamento regolare dei contenuti e l'adattamento alle nuove tecnologie e tendenze del mercato.

Questo approccio dinamico non solo assicura che il vostro sito rimanga al passo con l'evoluzione delle aspettative degli utenti e dei requisiti tecnologici ma stabilisce anche un ciclo virtuoso di miglioramento e innovazione, garantendo che la vostra presenza online continui a riflettere l'eccellenza e la leadership del vostro marchio nel settore finanziario.

6.1 Strumenti di analisi e monitoraggio del Sito Web

- **Google Analytics** offre insights approfonditi sul comportamento degli utenti, le fonti di traffico e le performance delle pagine, essenziale per qualsiasi strategia di ottimizzazione.
- **Heatmap tools come Hotjar o Crazy Egg** forniscono una rappresentazione visiva di dove gli utenti cliccano, scorrono e interagiscono sul sito, permettendo di capire meglio l'esperienza utente.

Esempio: La maggior parte delle banche utilizzano Google Analytics per monitorare le prestazioni delle sue pagine di prodotto, identificando quelle con i tassi di rimbalzo più alti e ottimizzandole per migliorare l'engagement.

6.2 Interpretazione dei Dati e metriche chiave

- Le metriche come **tasso di rimbalzo**, durata media della sessione e pagine per sessione offrono una visione preziosa dell'engagement degli utenti sul sito.
- La **conversion rate optimization (CRO)** si concentra su metriche specifiche come il tasso di conversione per capire meglio come i visitatori si trasformano in clienti o lead.

Esempio: Le società finanziaria più attente analizzano il percorso dell'utente verso la pagina di iscrizione, riducendo i passaggi da 5 a 3 e aumentando il tasso di conversione del **20%**.

6.3 A/B Testing e ottimizzazione del Tasso di Conversione

- L'**A/B testing** consente di confrontare due versioni di una pagina web per determinare quale performa meglio in termini di conversioni o altri obiettivi chiave.
- Strumenti come **Optimizely** o **Google Optimize** possono facilitare l'implementazione di test A/B, consentendo ai siti web finanziari di perfezionare continuamente l'esperienza utente.

Esempio: Un servizio di consulenza finanziaria implementa l'A/B testing sulle CTA della homepage, scoprendo che una CTA "Inizia ora" supera del 15% una CTA "Scopri di più" in termini di click-through rate.

6.4 Aggiornamento e manutenzione del Sito

- La **manutenzione regolare** del sito è cruciale per assicurare che il sito rimanga sicuro, veloce e privo di errori, influenzando positivamente sia l'UX sia il SEO.
- L'aggiornamento di contenuti, l'ottimizzazione delle immagini e la revisione dell'**architettura del sito** dovrebbero essere pratiche continue per mantenere il sito rilevante e performante.

Esempio: La piattaforma di investimento **EFG** conduce revisioni trimestrali del sito, durante le quali aggiorna le guide sugli investimenti, ottimizza le immagini per la velocità e testa nuove funzionalità per migliorare l'engagement degli utenti.



Rocking with Digital Stuff

Thank you