

Sei un leader o un ritardatario nell'ambito dei dispositivi mobili?

Considera i tuoi progressi in questi sei ambiti e scopri come portare l'esperienza mobile con il tuo brand a un livello superiore.



Ricerca e ordinamento dei prodotti

- Icona di ricerca di piccole dimensioni
- Pagine dei dettagli dei prodotti non ottimizzate per dispositivi mobili; l'utente deve necessariamente intervenire per ingrandire e visualizzare i contenuti
- Prodotti difficili da raggiungere a causa di troppi livelli di navigazione
- Assenza di strumenti e di personalizzazione per mostrare prodotti pertinenti



- Barra di ricerca sufficientemente grande e facile da usare
- Pagine dei dettagli dei prodotti ottimizzate per i dispositivi mobili
- Suggerimenti predittivi per personalizzare l'esperienza degli utenti
- **Tattiche di vendita guidata** per promuovere prodotti pertinenti

RITARDATARI

Pagamento e conversione

LEADER

- Pagine di pagamento non ottimizzate per dispositivi mobili
- Lunghie procedure di pagamento
- Nessuna possibilità di completare l'ordine pagando come utente non registrato
- Navigazione standard del negozio e altre distrazioni che ostacolano il completamento dell'ordine



- Tastierino specifico per digitare indirizzi, dati di pagamento e compilare altri campi del modulo
- Procedura di checkout organizzata e chiara in una sola colonna
- Strumenti di accelerazione del pagamento, come Apple Pay e PayPal
- Checkout per utenti non registrati, facile da utilizzare
- Poche o nessuna distrazione durante il pagamento

RITARDATARI

Esperienza con il brand

LEADER

- Contenuti del sito web, quali video, blog e altro, non disponibili per gli schermi di piccole dimensioni



- Contenuti del brand ottimizzati per dispositivi mobili e accessibili da smartphone

RITARDATARI

Unificazione dei canali

LEADER

- Impossibilità di visualizzare gli acquisti del cliente su diversi canali
- Impossibilità di visualizzare online l'inventario del negozio
- Impossibilità per gli acquirenti di ordinare online e ritirare in negozio
- Il sito per dispositivi mobili non contiene i link per i numeri di telefono né la posizione sulla mappa del negozio più vicino



- Vista olistica del cliente
- Possibilità di visualizzare online l'inventario del negozio
- Possibilità di acquistare online e ritirare in negozio
- Presenza sul sito di link al numero di telefono e della mappa per raggiungere il negozio più vicino

RITARDATARI

Venditori

LEADER

- Non sono dotati di dispositivi mobili
- Sono bloccati alle casse
- Possono avere accesso al sito web per i clienti o ai siti interni ma non a entrambi gli strumenti
- Possono proporre solo prodotti disponibili in magazzino
- Possono concludere le vendite solo alle casse
- Non possono accedere ai carrelli online dei clienti



- Dispongono di dispositivi mobili
- Possono interagire con i clienti in qualsiasi punto del negozio
- Hanno accesso ai siti per il cliente e a quelli interni
- Possono proporre prodotti in magazzino e merce non disponibile
- Possono concludere transazioni in qualsiasi punto del negozio
- Possono visualizzare i carrelli online dei clienti

RITARDATARI

Operatività e visione

LEADER

- Strategie di test e ottimizzazione adattate solo all'interfaccia per computer desktop
- Competenza sul mobile limitata o isolata all'interno dell'azienda
- Budget minimo investito nel mobile
- Approccio obsoleto alle metriche che non prende in considerazione l'impatto dei dispositivi mobili



- Eseguono test tenendo presente la priorità dei dispositivi mobili
- Richiedono esperienza in dispositivi mobili per qualsiasi ruolo aziendale
- Si avvalgono delle nuove soluzioni tecnologiche per il mobile offerte da partner esistenti o nuovi
- Investono in modo cospicuo nel mobile
- Si concentrano sui nuovi KPI, ad esempio l'indice di conversione, per valutare accuratamente le prestazioni dei dispositivi mobili



Vuoi saperne di più su come far evolvere il tuo brand nel mobile? Scopri la nostra prospettiva [sull'importanza dei dispositivi mobili](#).