

Una strategia e-commerce a 360 gradi

Fidelizzare, ottimizzare e convertire grazie a recensioni, SEO e analisi dei dati

CASE STUDY – GRAN FARMA



Cliente



SETTORE DI ATTIVITÀ

Health and Beauty



SITO WEB

www.granfarma.it

GranFarma è una farmacia online, che permette di acquistare moltissime marche a prezzi scontati; con tempi di spedizioni rapidi in 48/72 ore.

Con un catalogo di oltre 40000 referenze, GranFarma soddisfa ogni richiesta: cosmesi, igiene e benessere, integratori, prodotti per la linea, articoli per neo-mamme e i più piccoli, articoli per gli amici a quattro zampe, para farmaci, farmaci da banco e diagnostici medicali.

Il tutto accompagnato da un'assistenza cliente, che garantisce risposte puntuali per ogni tipo di problema, grazie a un team composto anche da farmacisti esperti. Non solo risposte su istruzioni d'uso, condizioni di utilizzo, logistica della spedizione, ma vere e proprie consulenze.



Contesto e obiettivi

Gli obiettivi di awareness

- Far emergere il brand e migliorare la sua notorietà online
- Favorire le conversioni grazie all'esperienza dei clienti



Gli obiettivi SEO

- Realizzare un nuovo layout che fosse funzionale sia lato utente, sia lato SEO
- Ottimizzare il CMS per la SEO
- Incrementare il traffico organico (e fatturato)



Gli obiettivi strategici

- Analizzare e segmentare i clienti
- Attivare strategie di mail marketing
- Analizzare il venduto
- Ottimizzare le campagne



La soluzione di Recensioni Verificate per migliorare notorietà e conversioni

Grazie al **questionario post-acquisto personalizzato**, GranFarma può monitorare l'andamento della sua reputazione online grazie alla richiesta di recensioni non solo sui singoli prodotti acquistati, ma anche del brand stesso.

Il questionario viene inviato a coloro che hanno fatto un acquisto sul sito dopo tre giorni dalla modifica dello stato dell'ordine in consegnato.

Le valutazioni dei clienti sul brand sono visibili direttamente nella homepage del sito web del brand attraverso un widget - che riporta voto complessivo del sito, numero di recensioni totali e testo e valutazione delle singole recensioni con data della recensione e data di acquisto - e sotto forma di stelle su Google Adwords.



1

Esprimi la tua opinione in seguito al tuo ordine

?

Che voto daresti a granfarma.it *

E dai la tua opinione: *

In questo spazio parli della navigazione sul sito, della consegna, dell'assistenza clienti o della soddisfazione del tuo ordine!

9.4/10

Eccellente

Basato su 3231 Recensioni

Recensioni Verificate
Recensione sottoposta a verifica

Pubblicato il 04/12/22

Prezzi scontati e spedizione veloce!

Valentina R. , a seguito di un'esperienza del 25/11/22

Annuncio · https://www.granfarma.it/sconti_sino_al/50% ▾

Granfarma: Sempre Vicino a Te - Prodotti Scontati Online

Spedizioni Gratis € 19,90 su oltre 40.000 prodotti per la Salute e Bellezza. Compra Online. Un farmacista a Tua disposizione per aiutarti a scegliere tra 40.000 Prodotti. Compra Ora.

Valutazione per granfarma.it: 4,7 - 3.177 recensioni



La soluzione di Recensioni Verificate per migliorare notorietà e conversioni

Le **valutazioni sui singoli prodotti** raccolte attraverso il questionario, sono visibili direttamente nella scheda prodotto. Anche in questo caso viene riportato sia il punteggio totale del prodotto, sia quello dei singoli clienti insieme a recensione, data della recensione e data dell'acquisto.

Sottolineando la data dell'acquisto e della recensione, è possibile mettere in evidenza le recensioni più nuove per evitare che una recensione negativa troppo vecchia possa incidere negativamente sull'acquisto.



2 Valuta il contenuto del tuo ordine ?

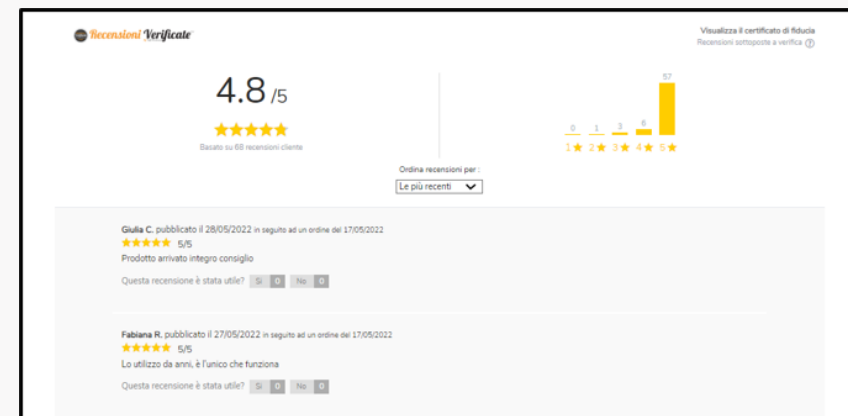
Vota il prodotto: *DUCRAY EXTRA DELICATO SHAMPOO DERMOPROTETTIVO 400 ML* ▼

Che voto daresti?

☆☆☆☆☆

E dai la tua opinione:

In questo spazio parlaci del prodotto che hai comprato: rapporto qualità/prezzo, design, ergonomia...

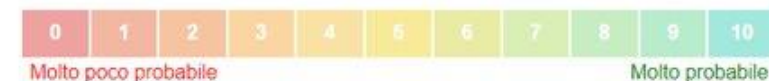


La soluzione di Recensioni Verificate per migliorare notorietà e conversioni

Il questionario personalizzato realizzato da GranFarma grazie alla piattaforma Recensioni Verificate, permette al brand di monitorare non solo la propria reputazione e quella dei suoi prodotti, ma anche di avere una visione d'insieme sui servizi complementari del sito.

Le risposte al questionario personalizzato hanno permesso a GranFarma di avere una visione d'insieme sui KPI che completano l'esperienza d'acquisto, con risultati ottimi:

Su una scala da 0 a 10, quanto consiglieresti GranFarma ai tuoi amici e parenti? *



Valuta anche:

Consegna



Velocità di check-out



Chiarezza del sito



Come hai conosciuto GranFarma?

- ☐ Ricerca su Google
- ☐ Social (Facebook, Instagram)
- ☐ Passaparola
- ☐ Altro

Quale servizio vorresti?

- ☐ Consulenza medica/farmacista
- ☐ Contenuti informativi su prodotti/patologie
- ☐ Altro

La soluzione di Recensioni Verificate per migliorare notorietà e conversioni

4,6/5

Consegna

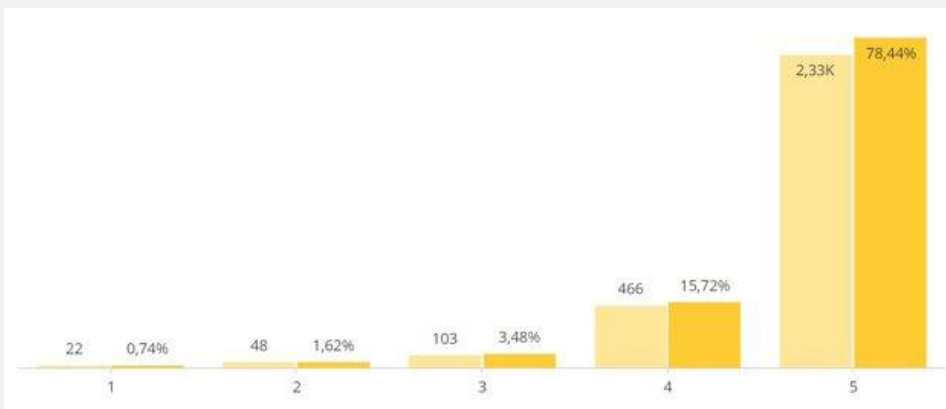
4,6/5

Velocità
check-out

4,7/5

Chiarezza
sito

I risultati di GranFarma in un anno



78% di recensioni raccolte a 5 stelle sui prodotti



2991

Recensioni
raccolte sul brand

4,69/5

Punteggio globale
del brand

4934

Recensioni raccolte
sui prodotti

4,7/5

Punteggio globale
dei prodotti



CASE STUDY – GRAN FARMA

I risultati di GranFarma da quando si affida a Recensioni Verificate by Skeepers

Marzo 2020

7646

Recensioni
raccolte

4,77/5

Punteggio medio
globale

I risultati di GranFarma da quando si affida a Recensioni Verificate by Skeepers

Marzo 2020



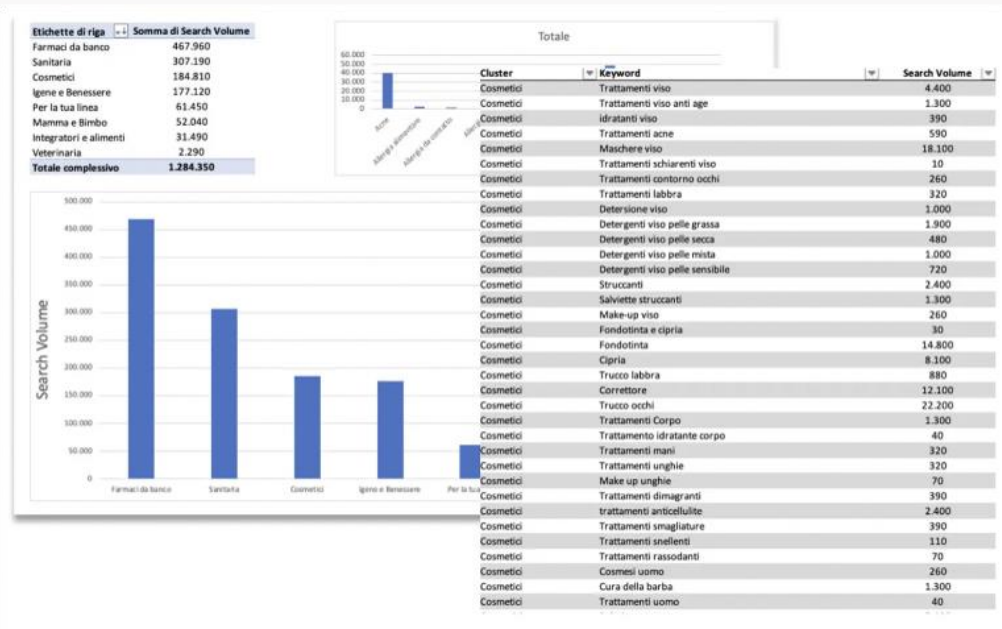
GranFarma

In conclusione posso affermare che, grazie alla collaborazione con Recensioni Verificate, oggi il nostro cliente è accompagnato in tutte le fasi dell' acquisto: dalla pre-vendita, in cui cerca assicurazioni su di noi; alla vendita, dove possiamo fornire un servizio d'acquisto ottimale, grazie alle segnalazioni ricevute; al post-vendita dove riceve una mail di ringraziamento.

Le soluzioni di Fattoretto per GranFarma

Analisi delle keyword

Per poter strutturare al meglio la nuova architettura informativa del sito occorre **conoscere i bisogni degli utenti**; sono state quindi individuate le migliori keyword da utilizzare sia per la nuova alberatura, sia per il potenziamento dell'internal linking.



Le soluzioni di Fattoretto per GranFarma

Documento CMS SEO Friendly

Dopo aver effettuato tutte le analisi iniziali, è stato realizzato un documento di linee guida dedicato alla creazione di un CMS SEO friendly, andando così a definire quali sono i requisiti necessari lato SEO per poter andare live con un sito ottimizzato.

LINK ASSOLUTI

Per link assoluti e relativi si intende la modalità di inserimento di un link interno in una pagina web, sia che si tratti di link verso altre pagine HTML, sia immagini, CSS, JavaScript e qualsiasi dipendenza che può essere contenuta in un file HTML. I link assoluti inseriscono tutta la URL, compreso il protocollo (http o https), sotto dominio (con o senza www) e dominio (Anchor text).

È necessario che tutti i link interni siano inseriti in maniera assoluta e non relativa (Anchor text) al fine di:

- Evitare errori di indicizzazione
- Evitare che alcuni dati strutturati non vengano letti
- Spreco di crawl budget
- Penalizzazioni sul ranking



```
<a href="https://www.website/page-1/">Anchor text</a>
```



```
<a href="/page-1/">Anchor text</a>
```

Le soluzioni di Fattoretto per GranFarma

MARKUP DATI STRUTTURATI

Nonostante i dati strutturati non vengano sempre visualizzati da Google, l'impegno da parte dei principali motori di ricerca nell'integrazione di tali informazioni nei risultati di ricerca è un fatto noto, comunicato ufficialmente. Consigliamo di apportare tale implementazione per incrementare il CTR per i risultati che mostrano correttamente i rich snippet e per acquisire così un vantaggio competitivo rispetto ad altri player che non hanno ancora raccolto questa opportunità. Il formato raccomandato da Google per implementare i dati strutturati è **JSON-LD**.

Di seguito forniamo una lista dei campi necessari per il sito Granfarma:

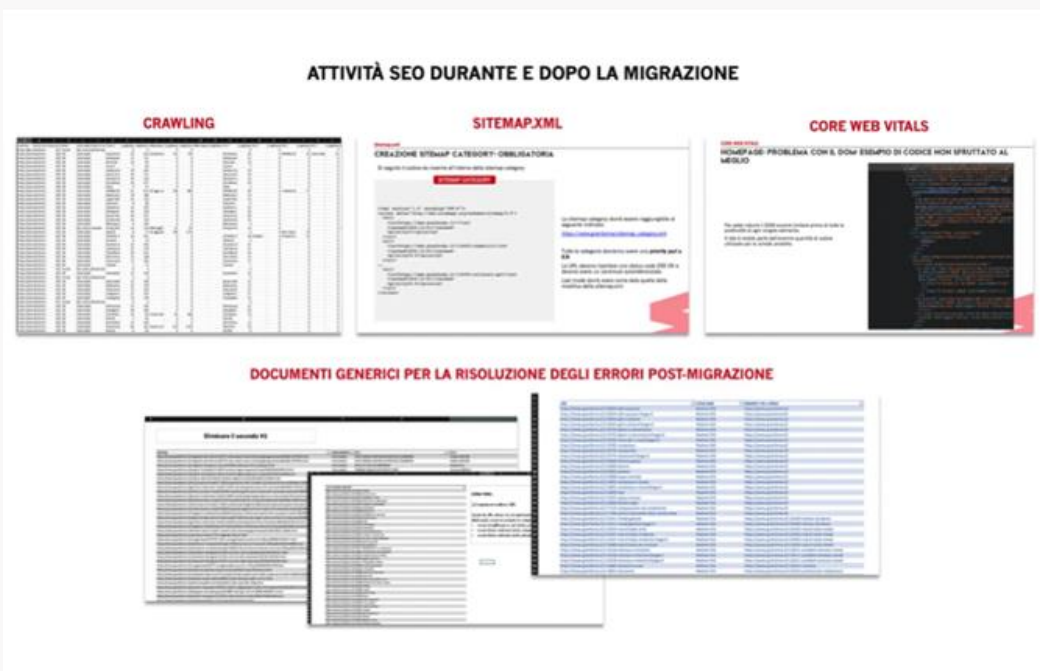
- Article (<https://schema.org/Article>) → per le pagine del blog
- Logo (<https://schema.org/logo>) → in tutte le pagine del sito
- BreadcrumbList (<https://schema.org/BreadcrumbList>) → in tutte le pagine del sito
- Drug (<https://schema.org/Drug>) per i farmaci
- DietarySupplement (<https://schema.org/DietarySupplement>) per gli integratori alimentari
- Product (<https://schema.org/Product>) per tutto quello che non è farmaco o integratore
- ProductCollection (<https://schema.org/ProductCollection>) per le pagine dedicate alle categorie
- SearchAction (<https://schema.org/SearchAction>) → in tutte le pagine del sito



Oltre al documento per il CMS, ci siamo concentrati sulla creazione della **nuova architettura informativa**, sia a livello visivo (lavorando in sinergia con il team UX), sia a livello di URL. Una volta completato il processo di creazione e approvazione dell'alberatura con il cliente, ci siamo concentrati sulla **gestione dei redirect 301**. Ricordiamo che, **il successo o meno di una migrazione, è determinato proprio dalla struttura informativa e dalle redirezioni che vengono impostate.**



Le soluzioni di Fattoretto per GranFarma



Altre attività

Prima di andare live, è stata effettuata un'**analisi tecnica** approfondita necessaria per verificare che tutti gli elementi precedentemente suggeriti siano stati effettivamente implementati in maniera corretta. Lavorando a 4 mani con l'agenzia di sviluppo, siamo stati in grado di arrivare al go live con una struttura quasi del tutto ottimizzata.

Il giorno della migrazione e i giorni successivi sono stati impiegati per effettuare i **check** di tutti i redirect 301 impostati e alla risoluzione di eventuali nuove problematiche legate perlopiù alla gestione dei prodotti non più in stock.

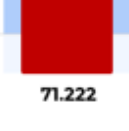
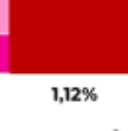
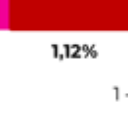


I risultati SEO

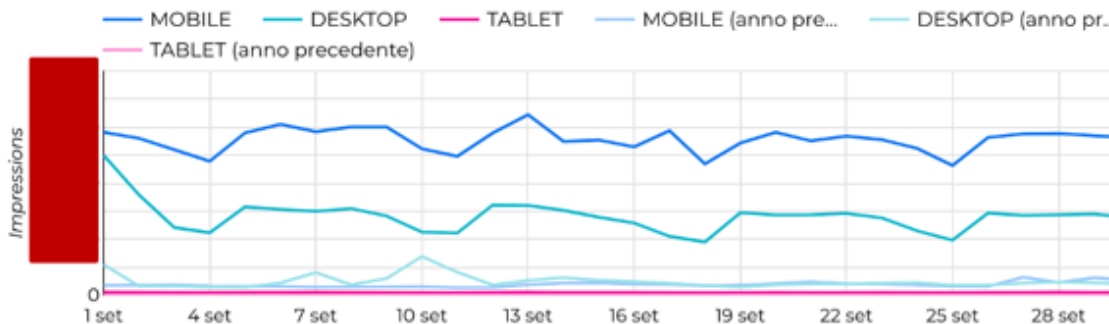
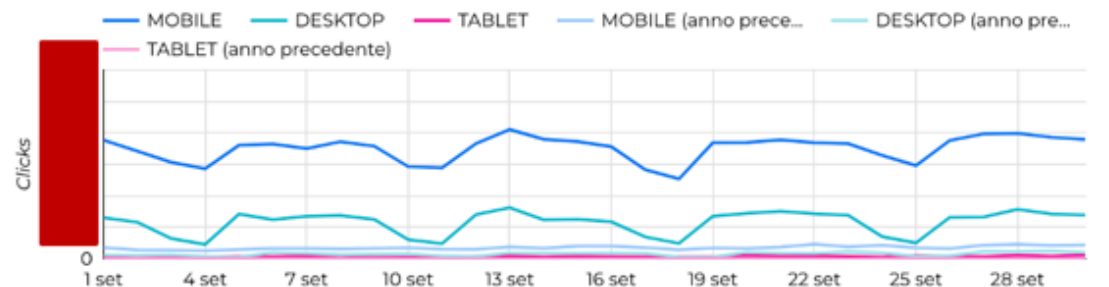
+808%

Clic al sito rispetto
lo scorso anno

Dati confrontati con l'anno scorso.

Dispositivo	Clicks ▾	% Δ	Impressions	% Δ	Site CTR	% Δ
1. MOBILE		884.7% ↑		1,369.6% ↑		-33.0% ↓
2. DESKTOP		637.6% ↑		472.6% ↑		28.8% ↑
3. TABLET		740.1% ↑		1,666.3% ↑		-52.4% ↓
Totale compl...	71.222	808.1% ↑	6.355.877	867.5% ↑	1,12%	-6.1% ↓

1 - 3 / 3 < >



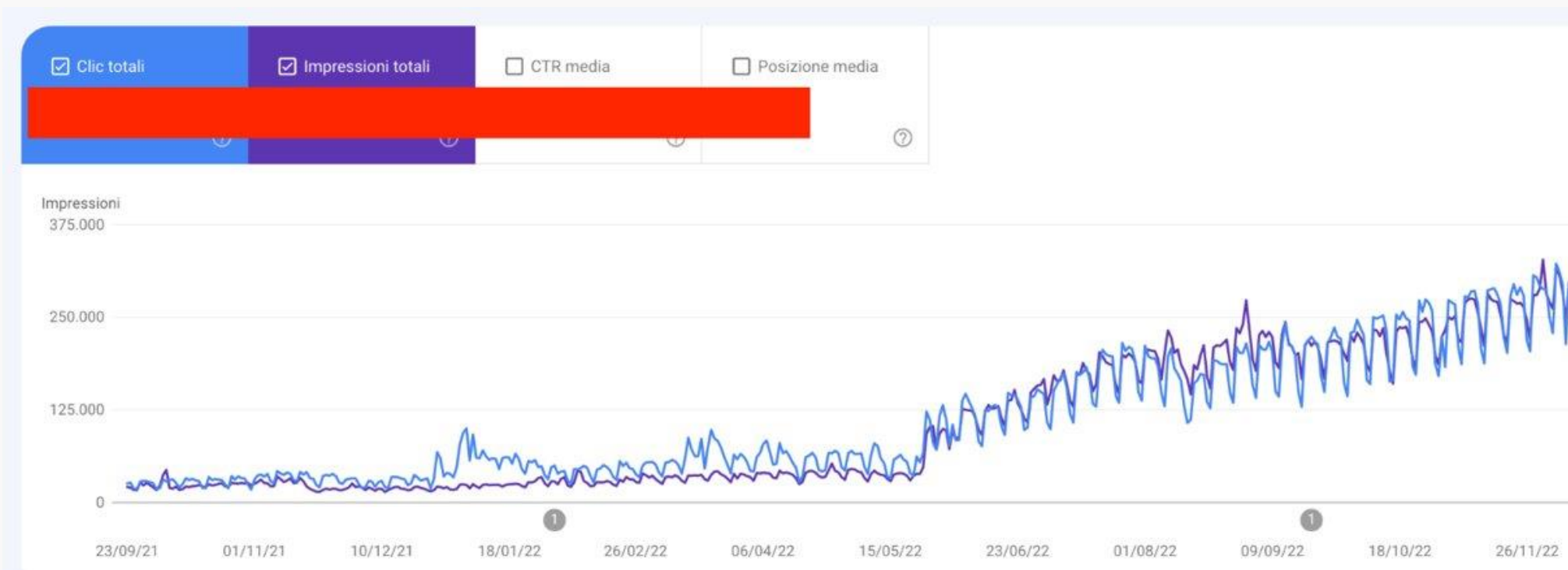
CASE STUDY – GRAN FARMA

I risultati SEO

I clic sono aumentati e tendenti all'infinito :D



I risultati SEO



I risultati SEO

Aumento del fatturato
da traffico organico
rispetto allo scorso anno

Transazioni

Transazioni

Traffico organico

63,81%



Entrate

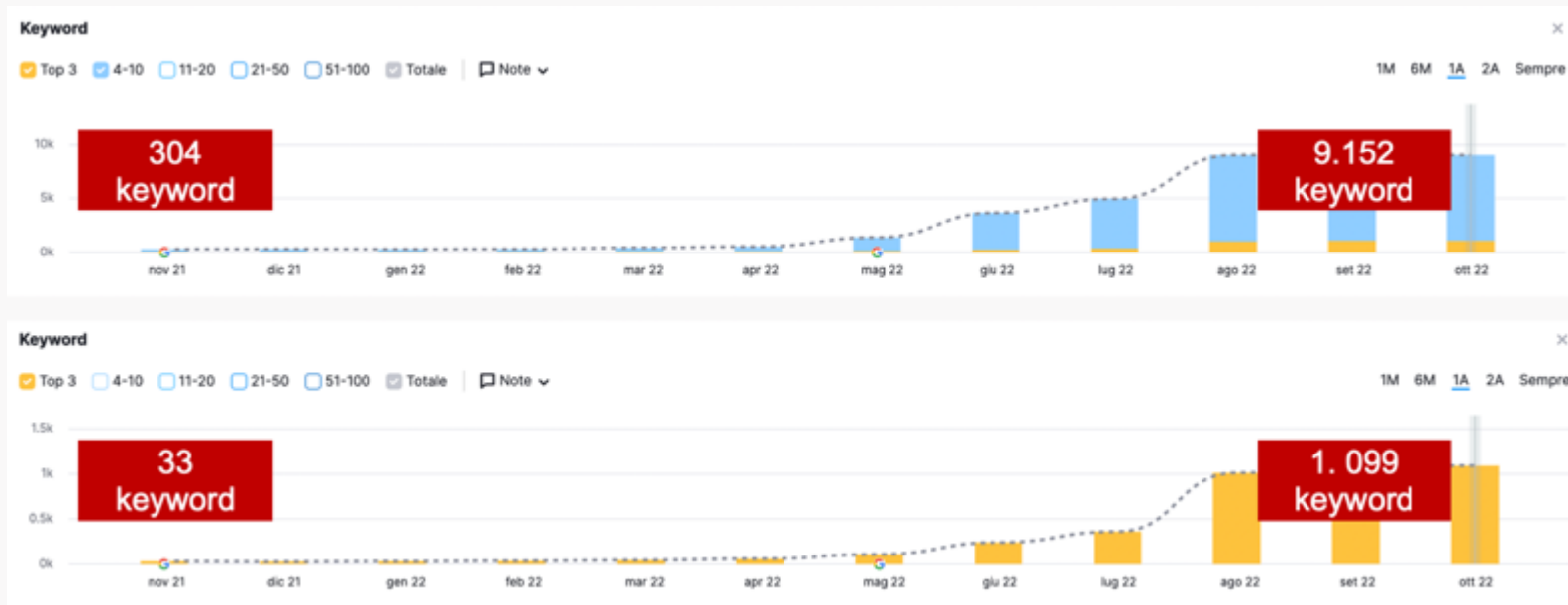
Traffico organico

42,71%



I risultati SEO

Incremento del numero di keyword posizionate per il sito



CASE STUDY – GRAN FARMA



« Sono quasi tre anni che io ed il mio collega, entrambi farmacisti, abbiamo fondato una farmacia online, GranFarma.

Nel corso di questo tempo, ci siamo interfacciati con tantissime persone, consulenti, agenzie... La conclusione è stata però, che è davvero difficile trovare persone competenti e che soprattutto lavorino con professionalità. Questo era il nostro stato d'animo quando abbiamo incontrato Massimo Fattoretto e ricordo bene la nostra grande diffidenza nella nostra prima chiacchierata. Ad oggi, dopo quasi 9 mesi di lavoro fianco a fianco con Massimo e Giada, ci dobbiamo ricredere.

Abbiamo trovato nella Fattoretto Agency, ciò che cercavamo: estrema professionalità. Declinata in tutte le sue dimensioni: precisione, accuratezza, correttezza, trasparenza e puntualità. Pertanto grazie mille, perché pensiamo che il lavoro fatto con persone di cui ci si fida, non può che portare a dei buoni risultati!»

Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

In un contesto di mercato sempre più competitivo, la segmentazione dei clienti è assolutamente necessaria.

Conoscere il **comportamento d'acquisto**, **stile di vita**, **interessi** e **bisogni** dei clienti consente alle aziende di impostare **strategie di vendita data-driven** finalizzate a migliorare performance e marginalità.



Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

L'ufficio marketing di Granfarma utilizza **IEM** come tool di Data Analysis per raccogliere e organizzare informazioni relative ai gusti ed ai desideri degli utenti, ai loro comportamenti d'acquisto sul web, i dati relativi al genere, alla provenienza geografica, ma anche alle preferenze d'acquisto.



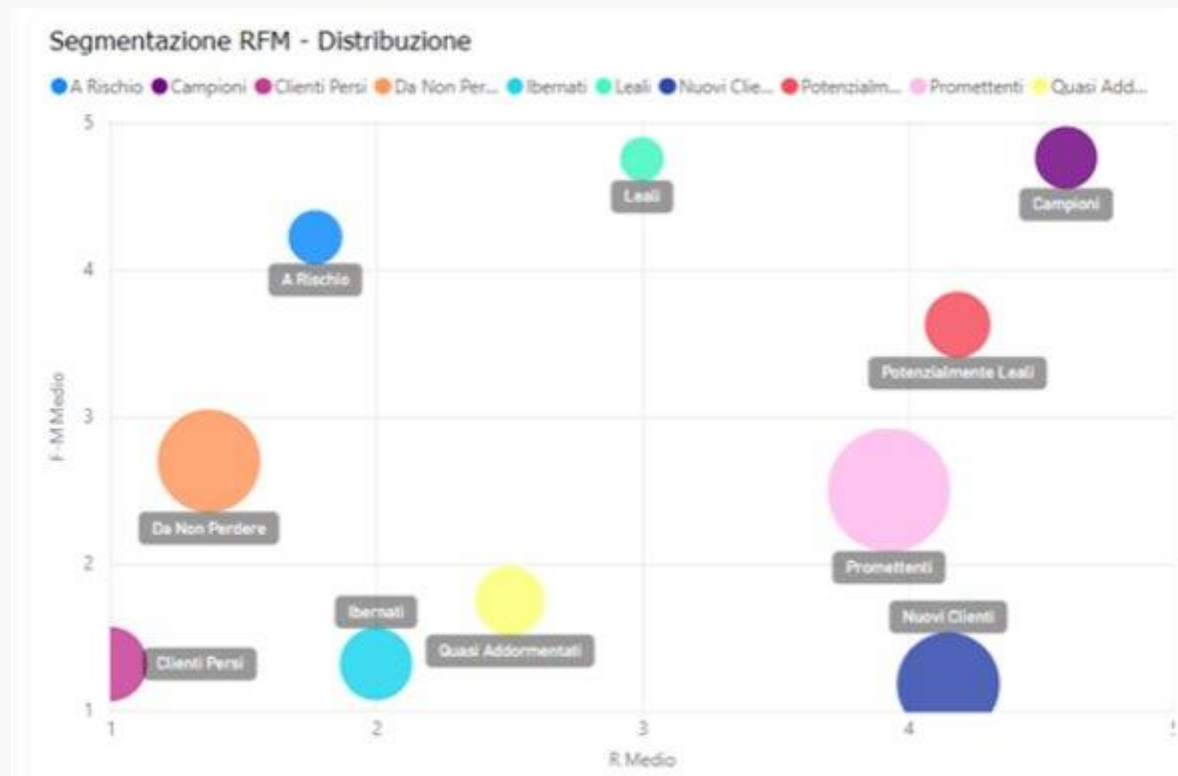
Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

Uno dei metodi utilizzati per segmentare la customer audience è la “**Matrice RFM**”, sistema di analisi basato su tre principali metriche:

Recency: Quanto tempo è passato dall’ultimo acquisto?

Frequency: Quanto tempo passa tra un ordine e l’altro?

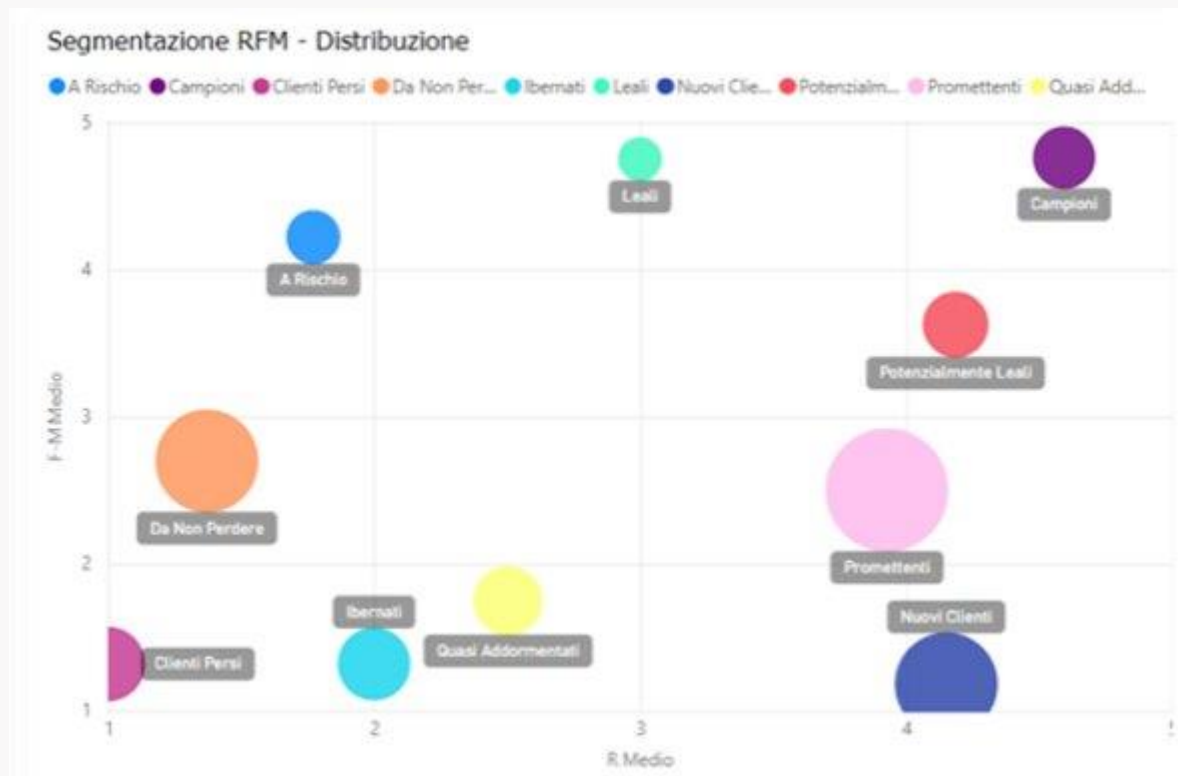
Monetary: Quanto spende?



Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

Grazie all'analisi RFM, Granfarma ha segmentato i suoi clienti in cluster, individuando:

- quando hanno effettuato il loro ultimo acquisto
- il tempo intercorso tra un acquisto e l'altro
- quale prodotto hanno acquistato
- il loro scontrino medio



Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

Sono questi gli elementi che hanno consentito a Granfarma di profilare e segmentare gli utenti, al fine di creare per ogni cluster una **strategia di mail marketing automation personalizzata**.

Sono stati attivati diversi work flow per:

- Acquisire i prospect
- Recuperare i carrelli abbandonati
- Risvegliare i clienti inattivi
- Fidelizzare i clienti già acquisiti



Conoscere e segmentare i clienti: la strategia Mail Marketing automation di Granfarma

L'email marketing si è dimostrata un valido canale di vendita, registrando un aumento del numero degli ordini rispetto all'anno precedente.

Tra i KPI analizzati, è stato misurato l'andamento nel tempo del **conversion rate**: come è cambiato da regione in regione e il numero di ordini effettuati dagli utenti dopo aver ricevuto la mail.



Analisi del venduto e ottimizzazione delle strategie di vendita



L'analisi del venduto permette di avere a disposizione un insieme di informazioni utili per le decisioni aziendali e per le ottimizzazioni delle strategie di vendita fino ad ora adottate.

Con l'utilizzo di IEM - piattaforma di Business Intelligence - Granfarma ha raccolto e analizzato i dati di vendita da diverse sorgenti, quali: Facebook, Google, Trovaprezzi.

Analisi del venduto e ottimizzazione delle strategie di vendita



Per ogni singolo canale di vendita, l'ufficio marketing di Granfarma ha analizzato:

- Performance di vendita nel complesso
- Venduto per linea prodotto
- Prodotti meno venduti
- Prodotti con roas negativo
- Prodotti con maggiore redditività
- Calcolo dell'incidenza sul fatturato
- Rapporto costo/fatturato

Analisi del venduto e ottimizzazione delle strategie di vendita

Raccogliere e studiare i principali KPI di vendita, ha permesso di ottimizzare le strategie di marketing di Granfarma.

In particolare è stato possibile:

- sviluppare campagne promozionali ad hoc
- scegliere di approvvigionarsi di determinati prodotti



Analisi del venduto e ottimizzazione delle strategie di vendita

- scegliere di sponsorizzare un prodotto piuttosto che un altro
- eliminare prodotti invenduti

Acquisire un **approccio data driven** permette quindi alle aziende di elaborare strategie marketing di successo, ottimizzando tempo, risorse e riducendo al minimo la componente del rischio.



Una strategia e-commerce a 360 gradi

Gli obiettivi raggiunti
grazie a Recensioni Verificate

4,77/5

Punteggio
medio globale



Gli obiettivi raggiunti
grazie a Fattoretto

+808%

Clic al sito rispetto
all'anno precedente



Gli obiettivi raggiunti
grazie a IEM

+4,4%

Conversion
Rate



CASE STUDY – GRAN FARMA

COMPONENTI	FUNZIONALITÀ	SUPPORTO
• Report sintesi • Report Clienti • Report Ordini • Report Catalogo • Report Google Analytics • Report Google ADS • Report Facebook ADS • Report Carrelli abbandonati • Focus Riacquisti • Focus Dormienti • Focus bundle offerta • Focus upselling • Focus resi • Focus sorgenti performance	• Stampe PDF • Viste custom • Invio calendarizzato report • Filtri avanzati • Esportazioni dati in CSV e Excel • Importazione dati storici • Aggiornamento dati massimo alle 24 ore precedenti • Scelta colore tema • App mobile (available soon)	• Tutorial Formativo • Formazione iniziale • Setup e Configurazione • 1 ora di consulenza al mese 



IEM è una piattaforma plug and play a sostegno delle decisioni strategiche per il tuo business. Aggrega e processa dati provenienti da fonti interne ed esterne al tuo E-Commerce in dashboard dettagliate.

Installabile su tutti gli e-commerce: non ha limiti di personalizzazione.



CASE STUDY – GRAN FARMA



SEO

- Consulenza SEO
- Audit SEO per e-commerce
- Analisi dei competitor
- Analisi dei Log del server
- SEO internazionale

CONTENT

- Piani editoriali
- Contenuti SEO friendly
- Analisi keyword
- Descrizione schede prodotto
- Descrizione prodotti per Amazon

DIGITAL PR

- Link Building
- Digital PR
- Pulizia delle SERP
- Analisi SEO off site
- Link Audit

ANALYTICS & CRO

- Google Tag Manager Assessment
- Definizione Data Layer
- Dashboard Business Intelligence
- Analisi Search Intelligence
- Analisi Customer Journey



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your shopper solutions

[Richiedi una demo](#)

