SCHEDA DI LAVORO - TREADY

Sito B2B con visite ma poche richieste: dove si interrompe il percorso

Sette controlli, con la prova da raccogliere, chi la possiede e l'intervento più probabile. Si compila prima di decidere se rifare il sito.

1. Matrice problema > prova > responsabile > intervento

#	Passaggio e domanda	Prova da raccogliere	Responsabile	Intervento se la prova è negativa
1	**Traffico.** Arrivano persone che potrebbero comprare?	Pagine di ingresso e canali in GA4; query e pagine in Search Console; confronto con i servizi che vendete.	Marketing	Correggere contenuti di ingresso, campagne e query. Non è un problema del sito.
2	**Pagina.** Si capisce cosa offrite, a chi e a quali condizioni?	Lettura della pagina servizio da 3-5 persone esterne, senza spiegazioni; elenco delle domande che restano senza risposta.	Direzione e marketing	Riscrivere promessa, requisiti, prove e criteri di scelta; toccare il layout solo se serve.
3	**Invito all'azione.** L'azione successiva è visibile e adatta a chi legge?	Clic su pulsanti, telefono ed email per pagina; presenza di un'alternativa al modulo.	Marketing e web	Rivedere posizione e testo dei pulsanti; aggiungere telefono o appuntamento.
4	**Modulo e dispositivi.** Il modulo si compila e si invia, anche da telefono?	Moduli avviati contro inviati; errori di compilazione; comportamento su mobile; numero di campi.	Web / IT	Ridurre i campi, correggere errori, spiegare cosa succede dopo l'invio.
5	**Misurazione.** L'evento tracciato corrisponde a una richiesta arrivata?	Eventi di invio in GA4 contro email e CRM nello stesso periodo, con lo stesso criterio di conteggio.	Marketing e IT	Sistemare tracciamento e conteggio prima di giudicare il sito.
6	**Qualità.** Le richieste arrivate sono pertinenti?	Quota di richieste valide nel CRM per canale e per pagina di partenza.	Commerciale	Filtri nel modulo, messaggio e targeting; se l'offerta non è chiara, tornare al punto 2.
7	**Gestione.** Chi scrive riceve risposta in tempi ragionevoli?	Tempo di prima risposta; richieste rimaste senza seguito.	Commerciale	Assegnazione e processo di risposta, non il sito.

2. Il tuo percorso, da compilare

Passaggio	Periodo e fonte del dato	Numero osservato	Responsabile e data	Esito
Visite a pagine servizio				
Clic su invito all'azione				
Moduli avviati				
Moduli inviati (evento)				
Richieste arrivate (email/CRM)				
Richieste valide				

Scheda didattica Tready. Non contiene dati di clienti né benchmark. Rilevare ogni numero nello stesso periodo e con la stessa definizione di richiesta valida.

3. Esempio simulato (numeri inventati, solo per mostrare il ragionamento)

Attenzione: l'azienda e i numeri qui sotto sono fittizi. Non rappresentano un cliente reale né un valore di riferimento per il tuo settore.

Passaggio	Numero (simulato, un mese)	Lettura
Visite a pagine servizio	4.000	Il traffico arriva sulle pagine giuste.
Clic su invito all'azione	120	Il pulsante viene usato.
Moduli avviati	40	Una parte arriva al modulo.
Moduli inviati (evento)	14	Molti abbandonano nel modulo: campi o errori da verificare.
Richieste arrivate in casella o CRM	9	Cinque eventi senza richiesta corrispondente: tracciamento o consegna da verificare.
Richieste valide	3	Due su tre scartate: pertinenza del traffico o chiarezza dell'offerta.

Decisione nell'esempio: non si rifà il sito. Prima si corregge la consegna e il conteggio del modulo, si accorcia il modulo, si chiarisce la pagina servizio e si rivede il traffico meno pertinente. Poi si rimisura in un periodo confrontabile, definito prima dell'intervento.

4. Diagnosi mirata o rifacimento: criteri di scelta

Orienta verso la diagnosi mirata	Orienta verso il rifacimento
- Misurazione non affidabile o non confrontata con il CRM. - Traffico poco pertinente ai servizi venduti. - Pagine e moduli modificabili senza vincoli. - Il collo di bottiglia sta nel processo commerciale.	- La struttura impedisce pagine dedicate ai servizi. - Il sito non si può aggiornare o non funziona bene da telefono. - I problemi della matrice sono nell'impianto, non nei contenuti. - Il costo di correggere supera quello di ricostruire, con preventivi confrontabili.

5. Prima di chiedere un preventivo di rifacimento

- Hai compilato la sezione 2 con numeri dello stesso periodo?
- Sai quale passaggio perde più richieste valide e perché?
- La richiesta valida ha una definizione scritta, condivisa con il commerciale?
- Il preventivo elenca contenuti, migrazione, tracciamento e assistenza? Vedi «Preventivo sito web: cosa deve contenere davvero» su tready.it.

Vuoi un parere sul tuo percorso di richiesta? Tready valuta dove si interrompe il percorso del tuo sito. Scrivici su WhatsApp al +39 366 2120218 - https://www.tready.it/contatti-migliore-agenzia-web-marketing/

Fonti per la misurazione: Google Analytics Help, «About key events» (support.google.com/analytics/answer/9267568) e «[GA4] Funnel exploration» (support.google.com/analytics/answer/9327974). Scheda collegata all'articolo «Sito B2B con visite ma poche richieste: cosa controllare prima di rifarlo», tready.it.