



# Conversion Rate

Termometro di un  
ecommerce in forma

**Francesco Caravello**

*Head of Business Development Southern Europe*

20 Settembre 2018, Milano

# AGENDA



01

## **MANOMANO**

Chi siamo

02

## **CONVERSION RATE**

Termometro di un ecommerce in forma

03

## **CONCLUSIONI**

Il Conversion Rate misura la rentabilità degli investimenti

04

## **DOMANDE E RISPOSTE**

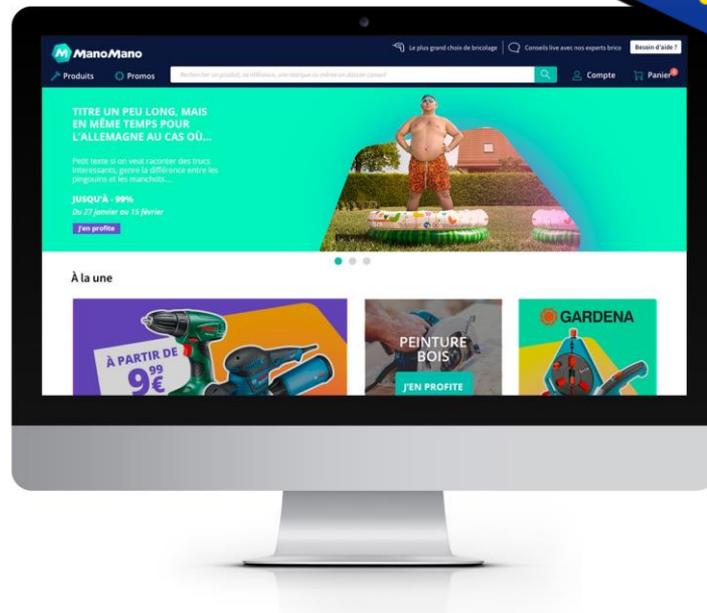
Question and Answers Time

**ManoMano**

**Chi siamo**

# CHI SIAMO

*Manomano  
è la prima marketplace europea  
specializzata  
nel mercato ecommerce del  
Fai-Da-Te e del Giardinaggio*



# BREAKING NEWS: REBRANDING

*ABBIAMO CAMBIATO LOOK!*



**ManoMano**

# MANOMANO IN EUROPA

Dal 2015 abbiamo espanso il successo del **mercato francese e belga** in altri **4 paesi europei**

## SPAGNA

Luglio 2015

[www.manomano.es](http://www.manomano.es)

## ITALIA

Agosto 2015

[www.manomano.it](http://www.manomano.it)

## UK

Gennaio 2016

[www.manomano.co.uk](http://www.manomano.co.uk)

## GERMANIA

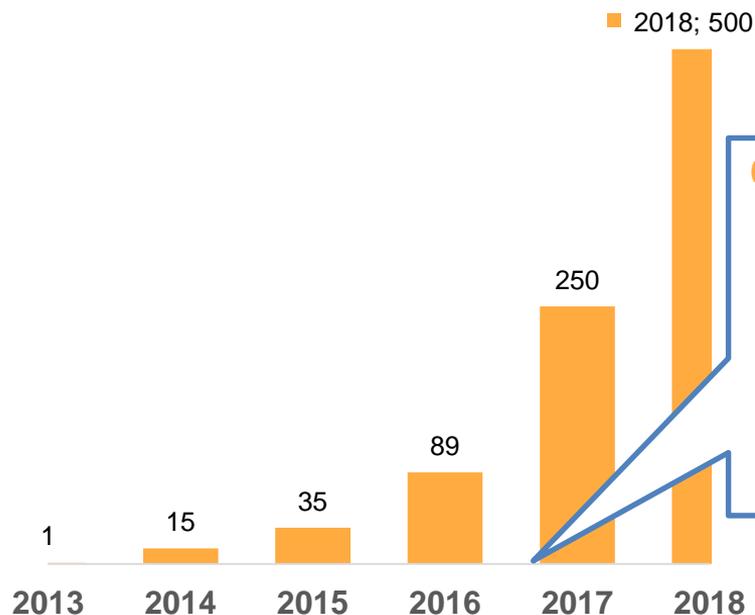
Novembre 2016

[www.manomano.de](http://www.manomano.de)



# LA NOSTRA CRESCITA

## Business volume



Nel **2017** abbiamo raggiunto **250 milioni di euro di vendite**, **triplicando** i risultati rispetto all'anno precedente

# I NOSTRI NUMERI

**IN EUROPA** 

**IN ITALIA** 

**Prodotti**

**2 Milioni**

**600K**

**Visitatori unici**

**18 Milioni**

**4,2 Milioni**

**Partners**

**1.5 K**

**Piu' di 400**

**Business Volume** (2017)

**€ 250 Milioni**

**€ 17 Milioni**

*Più di 300 collaboratori, 10 nazionalità e un'età media 28 anni  
Tutti nella nostra sede a Parigi !*

Siamo una marketplace **specializzata, selettiva**  
e **100% consumer centric!**

Selezioniamo i best seller in ogni categoria al fine di:

- Soddisfare le aspettative dei nostri clienti (**Consumer centric approach**)
- Avviare collaborazioni vincenti per entrambi (**Win-Win Collaboration**)
- Selezionare cataloghi di alta qualità con il miglior prodotto al miglior prezzo ed il miglior servizio offerto (**Quality and competitiveness selection**)
- Ridurre al minimo la concorrenza interna (**Internal competitiveness**)

# IL NOSTRO KNOW-HOW

## Sourcing prodotti

Analisi e selezione per offrire al cliente la massima gamma di prodotti di ciascuna categoria servita

## Traffico di Qualità

Un algoritmo di acquisizione calibrato per ottenere un traffico di qualità e per raggiungere le reali esigenze dei consumatori incrociando ricerche dei clienti, trend e stagionalità

## Navigation User Experience

Sviluppo di una piattaforma specializzata in DIY e Gardening che assicura al cliente la migliore esperienza

## Supporto tailor made

Continuo supporto ai nostri partners in ogni fase della collaborazione: dall'integrazione tecnica all'ottimizzazione delle performance

## Test and Learn

Ricerca e test costante di nuove metodologie e funzionalità a favore del consumatore, perché l'e-commerce è una creatura in costante mutamento



# Conversion Rate

Termometro di un ecommerce  
in forma

# CONVERSION RATE: CHE COS'É

## Conversion Rate

=

Visite  
uniche



Numero  
Vendite



Website



Visualizzazione  
Prodotto



Acquisto



# ANALISI SU DIVERSI LIVELLI

Il tasso di conversione può fornire una misura di performance applicabile **non solamente al singolo prodotto ...**

*Sito Web* ———

*Categoria* ———

*Brand* ———

*Range di prezzo* ———

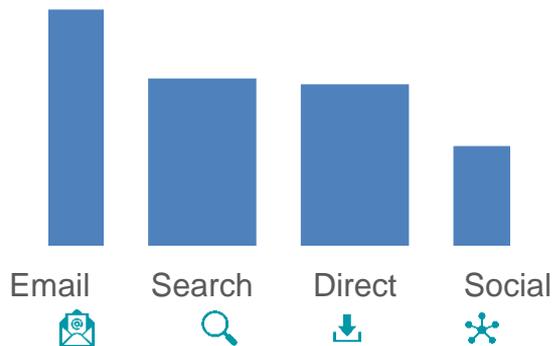
*Tunnel di acquisto* ———

*Prodotto* ———

# FONTI E CANALI

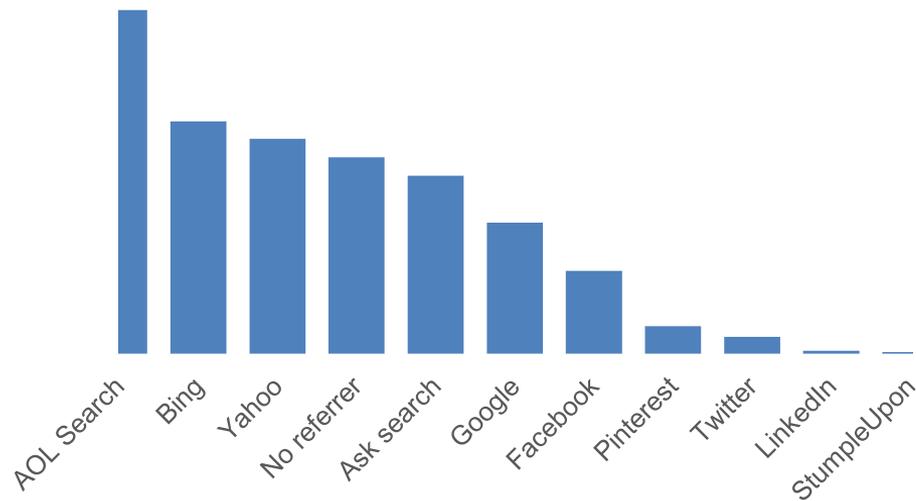
*Dà una misura agli strumenti utilizzati per aumentare il volume di vendite*

Conversion Rate per fonte



Fonte [www.smartinsights.com](http://www.smartinsights.com) « Ecommerce conversion rates – how do yours compare? »

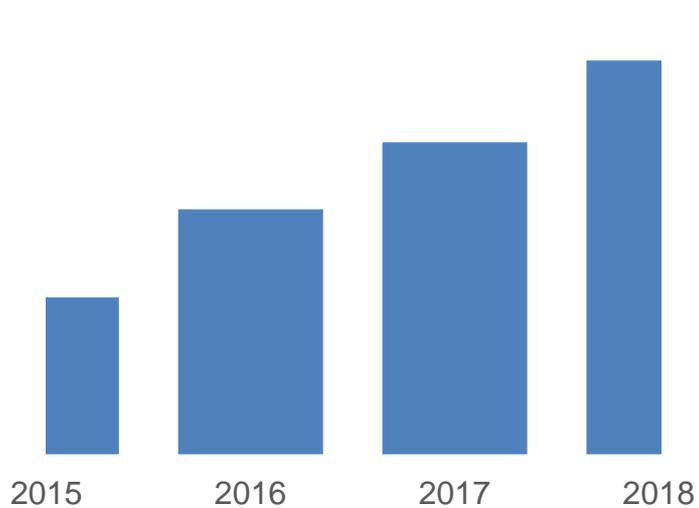
Conversion Rate per canale



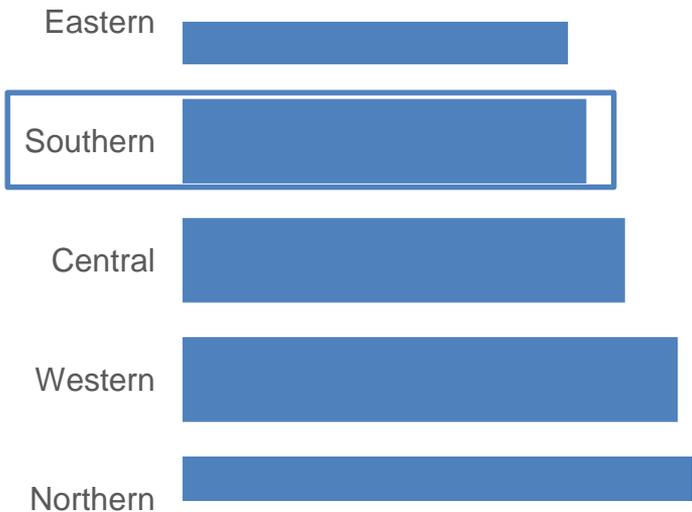
Fonte [www.smartinsights.com](http://www.smartinsights.com) « Ecommerce conversion rates – how do yours compare? »

# MATURITA' DEI MERCATI

*Internet Penetration in Europa*



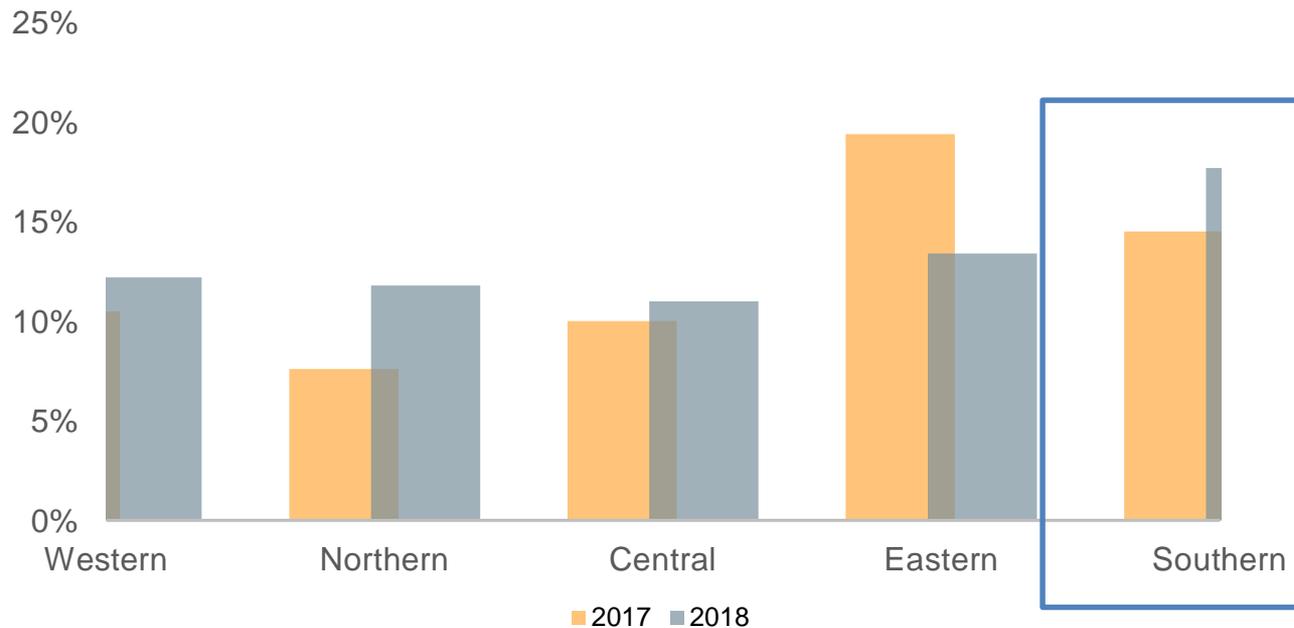
Fonte Ecommerce Europe «European Ecommerce Report 2018 Edition»



Fonte Ecommerce Europe «European Ecommerce Report 2018 Edition»

# IL RITMO DELLA CRESCITA

## Crescita delle Vendite nell'e-commerce



# CONVERSION RATE PER DEVICE UTILIZZATO



*PostNord: «In Italia il 51% degli acquisti online del 2017 sono stati effettuati con smartphone o tablet»*

Conversion Rate per Device	Q2 2017	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018
<b>Desktop</b>	4,05%	4,11%	4,45%	3,85%	3,83%
<b>Smartphone</b>	1,70%	1,69%	2,04%	1,85%	2,03%
<b>Altro</b>	0,35%	0,35%	0,39%	0,28%	0,15%
<b>Tablet</b>	3,59%	3,61%	3,99%	3,49%	3,84%

Fonte Monetate: « Monetate Ecommerce Quarterly Report for Q2 2018 »

Variabili che causano il gap di Conversion Rate nel m-commerce

- **Sicurezza in fase di acquisto**
- Impossibilità di analizzare i **dettagli del prodotto**
- **Difficoltà nella navigazione**
- **Impossibilità** nella visualizzazione di **piu' schede prodotto**

*E' fondamentale investire in innovazioni tecnologiche integrabili in ogni device a disposizione del consumatore*

# I FATTORI CHE IMPATTANO IL CONVERSION RATE



## Customer Satisfaction

Customer Service  
Valutazioni prodotto  
Valutazioni seller



## Delivery Experience

Scelta ampia ed adeguata alla  
tipologia del prodotto  
Tempi e costi di spedizione idonei



## Payment

Tunnel di acquisto funzionale e senza bug  
Sistemi di pagamento piu' utilizzati



## Product

Navigazione fluida  
User Experience  
Rapidità caricamento pagina



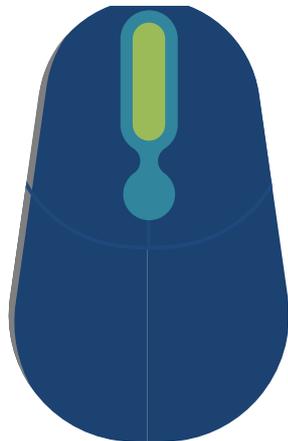
## Catalogue

Offerta Prodotti  
Qualità catalogo  
Qualità contenuti (titoli, descrizioni  
ed immagini)



## Acquisition

Canali di acquisizione diretti e trasversali  
Attrazione traffico

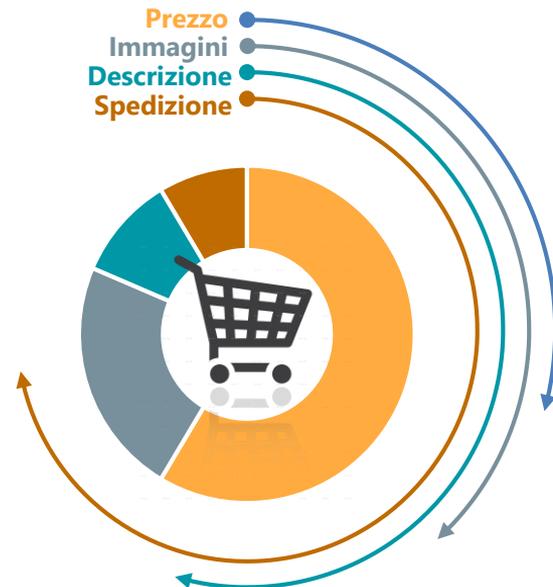


# L'IMPATTO DELLA SCHEDA PRODOTTO

Il **prezzo**, le **immagini**, la **descrizione** ed i **tempi di spedizione** sono fondamentali, sono infatti le prime informazioni che il consumatore percepisce

I tempi di spedizione ed il prezzo sono due delle ragioni che comportano l'abbandono del carrello per 6 casi su 10

Fonte [www.semrush.com](http://www.semrush.com) «Product Content is King for Your Conversion Rates»



# LA USER EXPERIENCE IN MANOMANO

ManoMano ha avviato numerosi **investimenti in innovazioni tecnologiche** per aumentare la **User Experience del cliente** e dunque la rentabilità dei prodotti presenti a catalogo

PRODUITS PROMOS Trouvez des produits et des marques COMPTE PANIER

Accueil > Revêtement sol et mur > Peinture intérieure > Peinture lisse pour sol, mur et plafond > Peinture pour murs et plafonds intérieurs > Peinture Crème De Couleur

Testeurs disponibles à partir de 1€90

**Dulux VALENTINE**  
Crème de Couleur  
SATIN  
0,5L

**Peinture Crème De Couleur Satin Rouge Madras 0,5 L - Dulux Valentine**  
Référence : ME1246007 En stock  
[Voir la description complète](#)  
★★★★☆ Testé par 13 bricoleurs  
**16€<sup>95</sup>** ~~17,90€~~ 5% d'économie  
(33,90 € / l)  
Dont éco-participation : 0,08 € TTC  
**Livraison gratuite**

Couleur choisie : Rouge Madras Sélectionner une autre couleur

Pot de 0,5L Aspect Satin 33,90 € le litre 16,95 € l'unité	Pot de 1,25L Aspect Satin 23,92 € le litre 29,90 € l'unité	Pot de 2,5L Aspect Satin 17,96 € le litre 44,90 € l'unité	Testeur 0,03L 63,33 € le litre 1,90 € l'unité
---	--	---	---

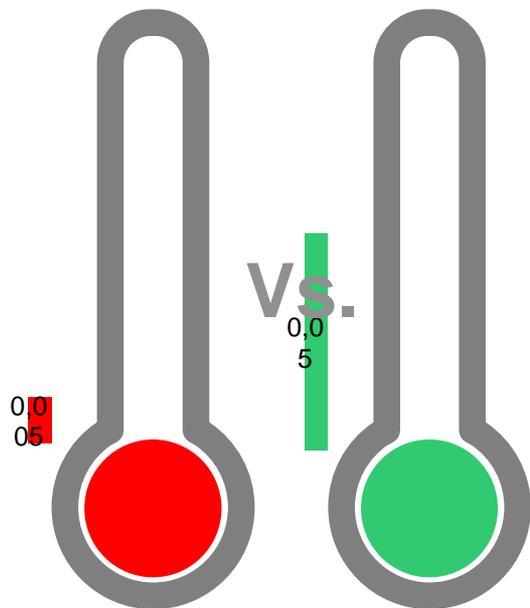
Quantité : - 1 +  
Ajouter au panier  
Ajouter à ma liste  
 Paiement sécurisé par CB ou virement

Assistance

# Conclusione

Il Conversion Rate misura la rentabilità degli investimenti

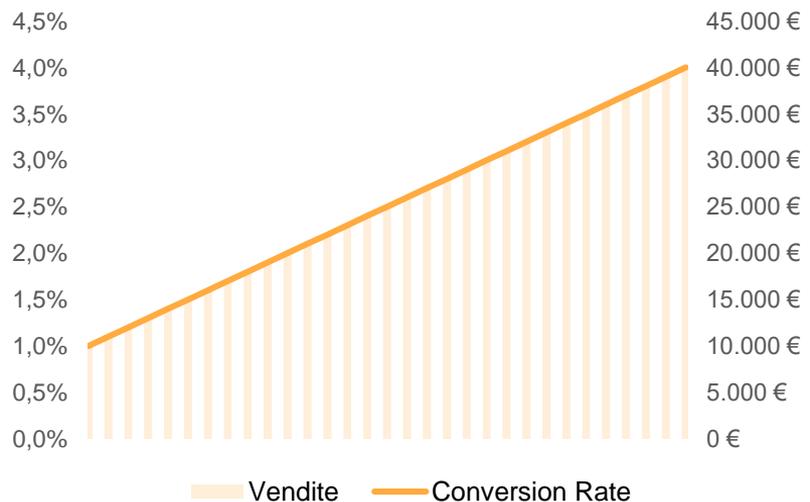
# UN INVESTIMENTO PROFITTEVOLE



Il conversion rate  
permette di monitorare  
**la RENTABILITÀ di un progetto...**  
e quindi degli investimenti!!!



# L'IMPATTO DEL CONVERSION RATE



Investire nel proprio conversion rate risulta essere **un investimento a lungo termine piu' semplice e maggiormente redditizio**

**Domande e  
Risposte**

**Grazie a tutti**

**Bricoday**  
Expo&Forum  
19 - 20 SEPTEMBER 2018 - MI.CO. MILAN



**Francesco Caravello**

*Head of Business Development Southern Europe*

francesco@manomano.it