

Meet Magento TM 

MM21IT

10 e 11 giugno 2021 - Virtual
Conference

Marketing & Tech: 10 aspetti da considerare per rendere felice la vita di un marketer



Andrea Vit
CEO & Founder @ Storeis



Magento®

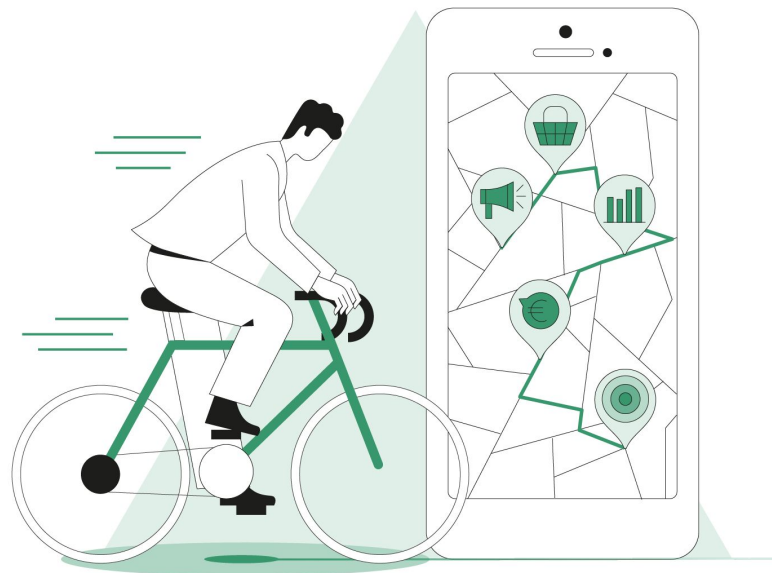
L'APPROCCIO ALLA TECNOLOGIA

Ecommerce Marketing & Technology

STOREIS.
a different story

PIACERE DI CONOSCERTI

Siamo una **società di consulenza ecommerce e omnichannel retail** fortemente orientata alla performance, che incorpora un'**agenzia di digital marketing** specializzata in **SEO, online advertising, analytics, UX e CRO**.



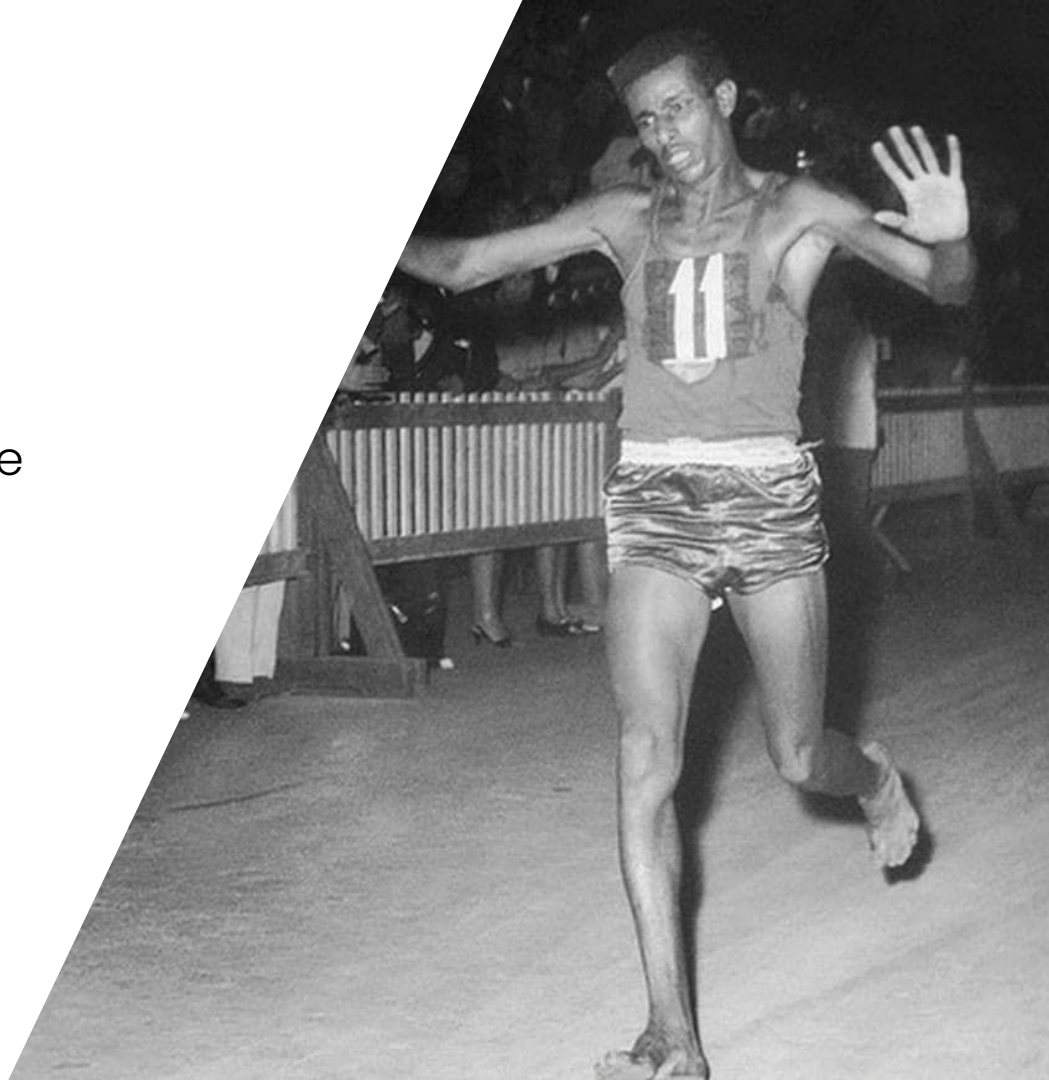
QUAL È IL NOSTRO RAPPORTO CON LA TECNOLOGIA?

STOREIS.
a different story

NON TUTTI POSSONO ESSERE ABEBE BIKILA

Non tutti potranno mai vincere
una maratona senza scarpe

**> Per fare il nostro lavoro al
meglio abbiamo un grande
bisogno della tecnologia
abilitante**



**PER UN MARKETER LA
TECNOLOGIA VALE
QUANTO LE SCARPE
PER UN MARATONETA**

STOREIS.
a different story



STOREIS.
a different story

COLLABORAZIONE
CONDIVISIONE
CONOSCENZE
VALORIZZAZIONE
RUOLI DEI TEAM

STOREIS.
a different story

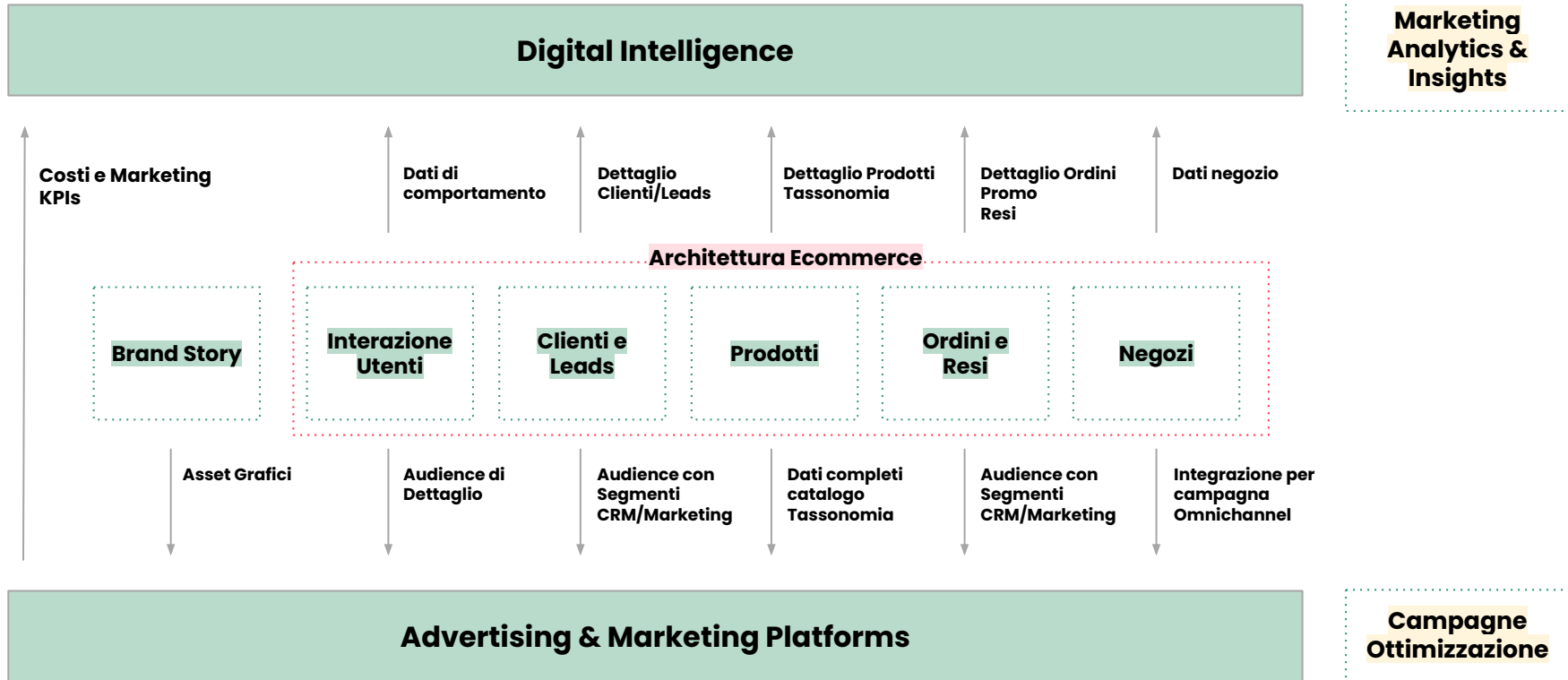


ALCUNI DEI NOSTRI CLASSICI GRATTACAPI

Our Expertise

STOREIS.
a different story

MARKETING IS ALL ABOUT DATA



**#1 ABBIAMO BISOGNO
DI UN SACCO DI DATI
PER RISPONDERE ALLE
DOMANDE E PER
OTTIMIZZARE I
RENDIMENTI**

STOREIS.
a different story



I DATI PER I MARKETERS SONO FONDAMENTALI

I dati per generare valore devono fluire tra le piattaforme con una struttura di **export solida, consistente** e con una **frequenza di aggiornamento** elevata.

Maggiore autonomia significa migliore efficienza.

Perchè gli **export** sono **fondamentali** per i **marketers**?

- **ALIMENTARE SISTEMI DI ANALISI DEI DATI**
- **ALIMENTARE MARKETING PLATFORMS**

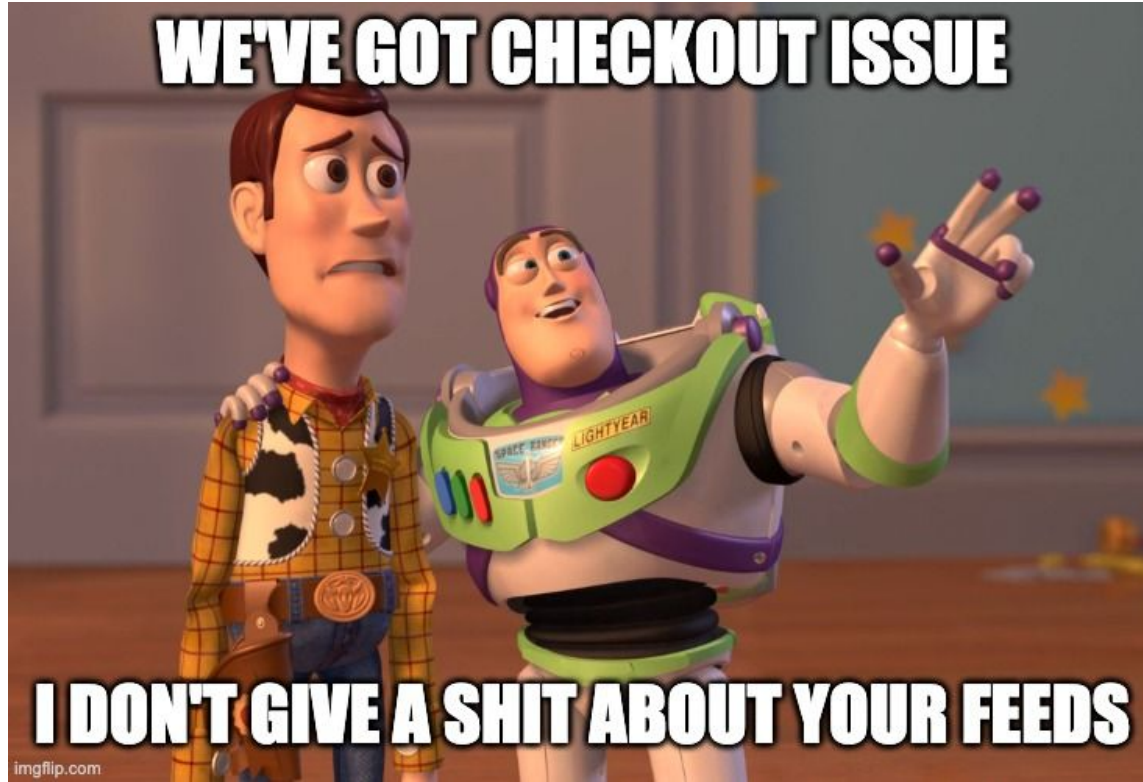
PERCHÉ SONO IMPORTANTI?

Alcuni esempi:

- Qual è la **campagna** che genera più margine?
- Quale campagna di acquisizione lead porta i migliori clienti in termini di **customer lifetime value** (= i nuovi contatti come si comportano sull'ecommerce nel tempo)?
- Come sono composti i **carrelli** degli utenti "top"?

**#2 ABBIAMO
BISOGNO CHE IL
CATALOGO SIA
DISTRIBUIBILE NELLE
PIATTAFORME**

STOREIS.
a different story



I FEED SONO UNO DEI CENTRI NEVRALGICI DEL MARKETING DIGITALE

I **feed** sono una delle sorgenti di revenue fondamentali, specialmente per i multibrand, dove la price/vendor comparison è chiave!

Alimentano tool marketing che possono **generare** dal:

- **30% - 50%** del **fatturato e-commerce multibrand**
- **10% - 30%** del **fatturato e-commerce monobrand**





PRINCIPI CARDINE

STRUTTURA:

- Configurabili vs semplici con una buona gerarchia del dato (taglie/colore);
- Country based;
- Struttura di campi più completa possibile per permettere la gestione delle combinazioni.

VALORIZZAZIONE:

- Tassonomia;
- Dati sempre consistenti (colore, gender, categoria merceologiche, ecc.);
- Shipping Costs;
- Sconti;
- Stock (o Sku Coverage, Time to Out Of Stock);
- Margine;

FREQUENZA E MODALITÀ DI AGGIORNAMENTO:

- Allineamento tra feed e sito.

PERCHÈ VIENE FATTA LA RICHIESTA?

GESTIONE CAMPAGNE:

- Strategie per la marginalità;
- Clusterizzazione dei prodotti;

OTTIMIZZAZIONE

- Migliore qualità e completezza del dato, significa miglior performance

ANALISI:

- Migliore capacità di analisi;
- Dati sempre consistenti (colore, gender, categoria merceologiche, ecc.);
- Correlazione tra campagne/click e segnali commerciali (modifica degli Shipping Costs, Sconti, disponibilità di Stock, Margine).

GOOGLE SHOPPING

Title e description ottimizzati nel feed permettono di avere molta visibilità per ricerche specifiche (e quindi solitamente effettuate da utenti che sono già ad uno step del funnel molto vicino alla conversione).

The screenshot shows a Google Shopping search for 'adidas superstar bianche e nere donna'. The interface includes a search bar, filters on the left, and a grid of product listings. The filters are set to 'adidas' for the brand and 'Donne' for the gender. The product listings are organized into two rows. The top row shows 'Shop on Google' results, and the bottom row shows standard product listings with detailed information like prices, ratings, and shipping options.

Google Shopping Search Results: 'adidas superstar bianche e nere donna'

Filters:

- Prezzo: Fino a 60 € (selected), 60 € - 80 €, Oltre 80 €
- Marca: adidas (selected)
- Reparto: Donne (selected)
- Stile scarpa da ginnastica: Skateboard, Pallacanestro, Camminata
- Stile di calzature: Sportiva, Casuale
- Materiale: Vera pelle, Gomma, Pelle sintetica, Veru camoscio, Tela, Poliestere, Nylon

Product Listings (Top Row - Shop on Google):

Product Name	Price	Rating	Shipping
Superstar bianche e nere ADIDAS ORIGINALS...	69,95 €	★★★★★ (11.323)	Spediz. gratuita
ADIDAS ORIGINALS, Uomini Sneaker...	54,90 € (79,90 €)		Spediz. gratuita
Sneakers Uomo Donna Firmate Adidas Modello...	70,45 €		Spediz. gratuita
adidas Scarpe Breaknet - Donna - Bianco	55,00 €		Spediz. gratuita
adidas Superstar EG4958 Scarpe Bianco	69,00 € (99,95 €)		Spediz. gratuita
adidas Originals Superstar 2.0 EG4958	69,50 €		Spediz. gratuita

Product Listings (Bottom Row - Standard):

Product Name	Price	Rating	Shipping
Adidas Superstar - Donna Scarpe Bianco Misura 40 da Foot Locker	100,00 €		Consegna gratuita
Adidas - Superstar	69,95 €	4,7 ★★★★★ 11.323	Consegna gratuita
Adidas Sneakers Superstar	70,99 € (94,99 €)	4,7 ★★★★★ 144	Consegna gratuita
Adidas Superstar	79,99 € (99,95 €)	4,6 ★★★★★ 177	Consegna a 9,90 €

GOOGLE SHOPPING

Title e description ottimizzati nel feed permettono anche di ottenere molta visibilità nelle ricerche **unbranded**.

Ulteriore rilevanza può essere raggiunta tramite l'utilizzo dei campi **sale_price** (per indicare un prezzo scontato) o **promotion_id** (che permette di associare i prodotti a specifiche promo).

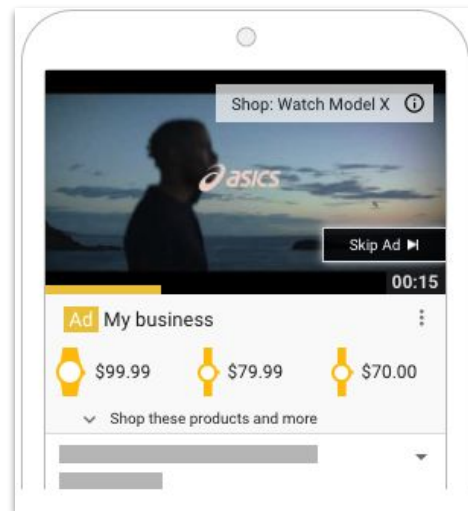
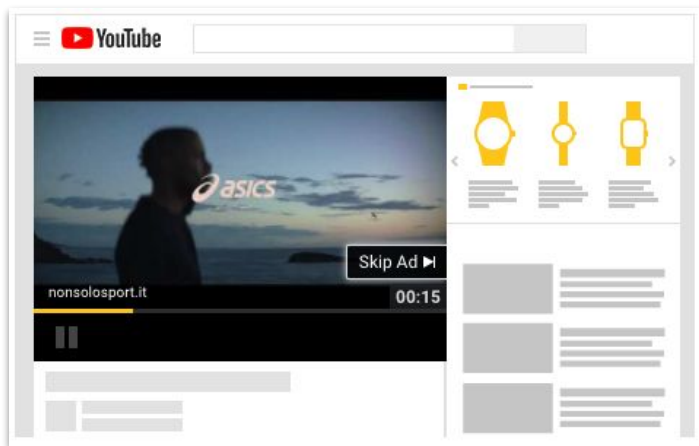
The screenshot shows a Google Shopping search for 'abito da cerimonia rosso'. The search bar contains the text 'abito da cerimonia rosso' and a search icon. Below the search bar, there are navigation options: 'Tutti', 'Immagini', 'Shopping', 'Notizie', 'Maps', 'Altro', 'Impostazioni', and 'Strumenti'. The search results show approximately 7,470,000 results in 0.36 seconds. The results are categorized as 'Annunci' (Ads) and 'Guarda abito da cerimonia rosso'. There are five product listings visible, each with a red dress image, a title, a price, and a 'Da Google' link.

Product Name	Price	Brand	Shipping
ASOS DESIGN - Vestito lungo a...	63,70 € 85 €	ASOS	Spediz. gratuita
Abito in raso con bretelle a...	15,00 €	SHEIN	
Vesper - Vestito accollato ross...	66,35 €	ASOS	Spediz. gratuita
True Violet - Vestito midi...	117,99 €	ASOS	Spediz. gratuita
True Violet - Vestito corto...	63,55 €	ASOS	Spediz. gratuita

YOUTUBE + SHOPPING

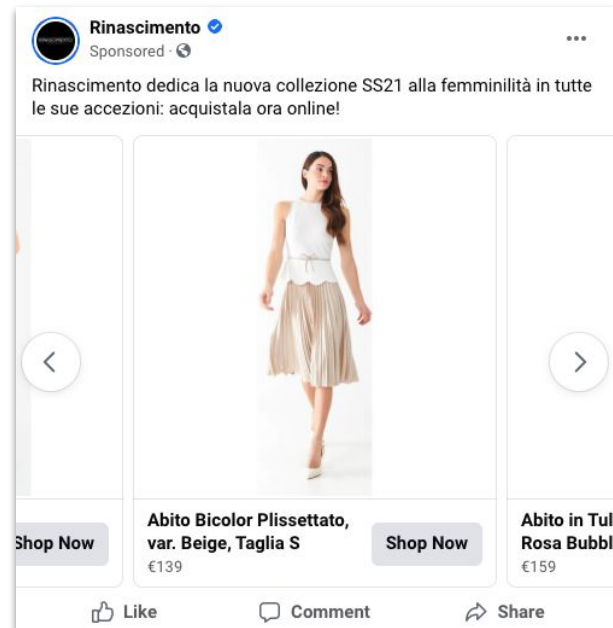
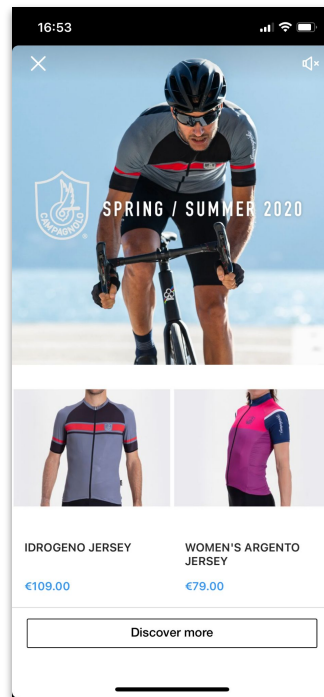
Google sta gradualmente introducendo sempre più formati che si basano sul feed di prodotto. Ad esempio: le **campagne video con “subtype” Shopping**.

Si tratta di campagne YouTube alle quali è possibile abbinare prodotti selezionati, che vengono presi direttamente dal feed.



FACEBOOK/INSTAGRAM

Anche sui social un feed ben costruito è fondamentale per una performance ottimale delle campagne di **retargeting dinamico** / **PLAs**.



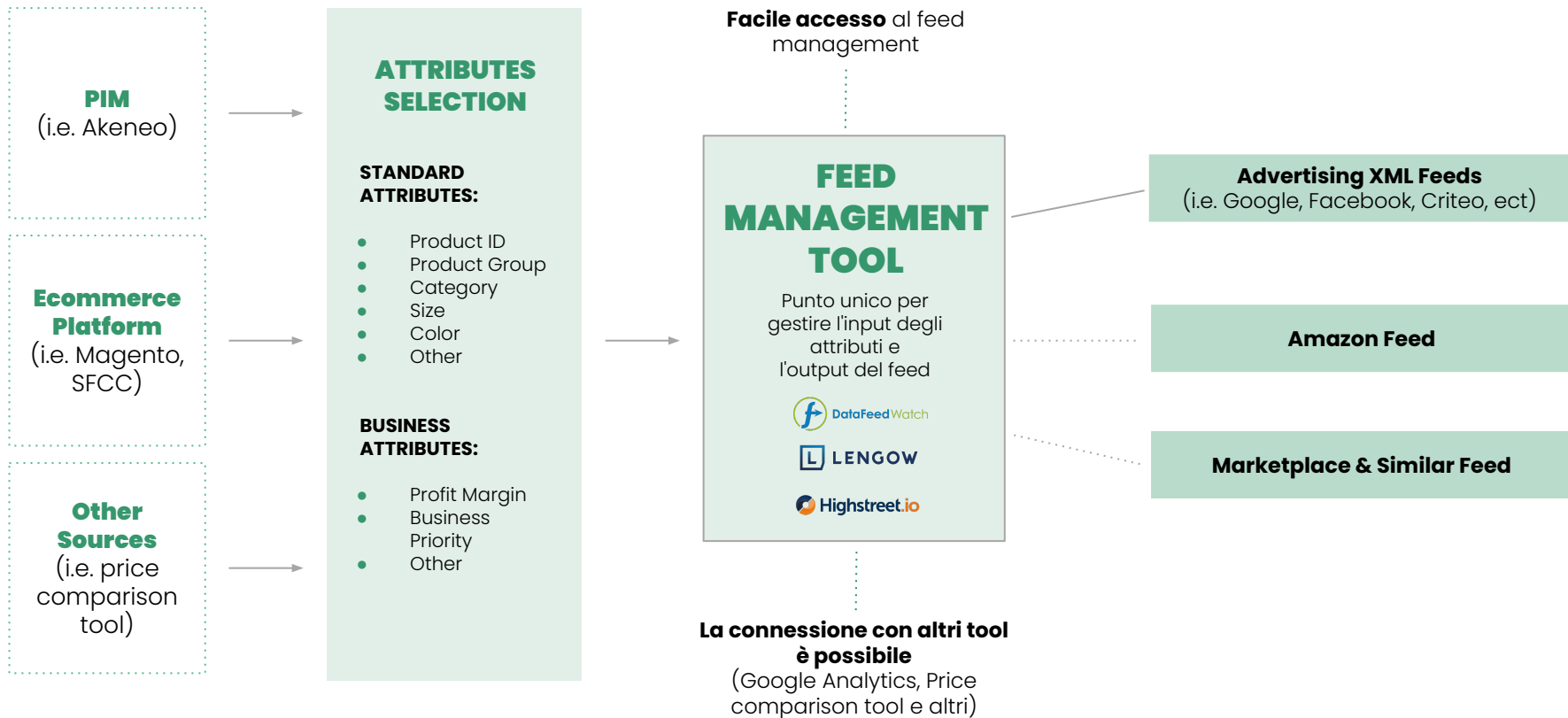
ALTRE PIATTAFORME

Ovviamente un feed ottimizzato permette anche maggiore visibilità su tutte le altre tipologie di piattaforme: comparatori, retargeting, affiliazione, ecc...

The screenshot displays the trovaprezzi.it search engine interface. The search query is 'shampoo capelli secchi'. The page shows a list of relevant products with their prices, shipping costs, and total costs. Each product listing includes a small image, the product name, brand, and key details like 'MADE IN POLAND' or 'MADE IN ITALY'. There are also buttons for 'VEDI OFFERTA' and 'Scrivi un'opinione'.

Prodotto	Prezzo	Spese	Totale	Disponibilità
RestivOil OlioShampoo Complex da 2,30 €	1,32 €	+ Sped. 4,90 €	Tot. 6,22 €	Disponibile
La Roche Posay Kerium Dolcezza Estrema Shampoo Gel da 5,90 €	1,36 €	+ Sped. 5,90 €	Tot. 7,26 €	Disponibile
Giuliani Bioscalin Tricoage 45+ Shampoo da 3,01 €	1,37 €	+ Sped. 4,90 €	Tot. 6,27 €	Disponibile
Giuliani Bioscalin Oil Shampoo da 5,57 €	1,39 €	+ Sped. 4,90 €	Tot. 6,38 €	Disponibile
L'Oréal Elvive Olio Straordinario Shampoo da 1,88 €				
Joanna Shampoo per capelli secchi e danneggiati con miele e limone - Joanna Natura Shampoo With Honey And Lemon 100 ml				
MAKÛP				
Kallos Cosmetics Gogo Repair shampoo per capelli secchi e fragili 200 ml donna				
profumicito.it				
Joanna Shampoo per capelli secchi e danneggiati con miele e limone - Joanna Natura Shampoo With Honey And Lemon 200 ml				
MAKÛP				
MAURY'S PROFESSIONAL SHAMPOO CAPELLI SECCHI CON OLIO DI ARGAN MAXI FORMATO 1 LT SENZA PARABENI ANALLERGICO				
MAURY'S PROFESSIONAL SHAMPOO CAPELLI SECCHI CON OLIO DI ARGAN MAXI FORMATO 1 LT SENZA PARABENI ANALLERGICO				

FEED MANAGEMENT TOOL



FEED MANAGEMENT TOOL: PRO & CONS

PRO

- Possibilità di collegare molte sorgenti con altrettante piattaforme in pochi click: 1 tool for rule them all
- Apportare modifiche ai feed in velocità
- Limitare gli interventi tech
- Si aggiorna automaticamente (tramite Google API)
- Possibilità di aggiornare i feed più volte al giorno
- Collegarlo ad altri strumenti (es. Google Analytics) per arricchire le informazioni presenti nel feed
- Statistiche dei cataloghi in tempo reale

CONS

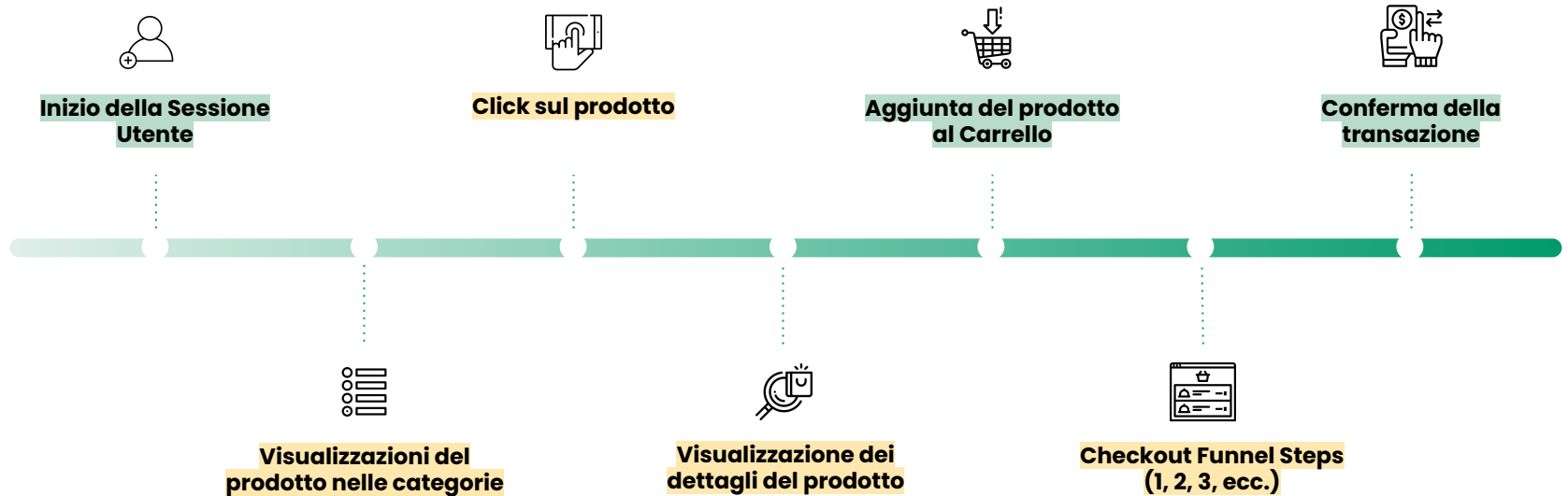
- Costo della piattaforma
- Se i dati sorgente non sono corretti non è possibile intervenire in alcun modo (immagini, SKU...)

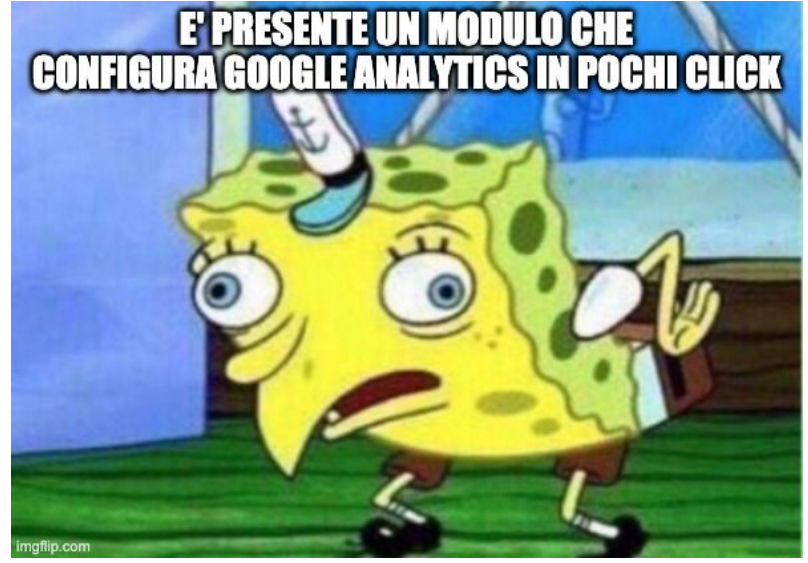
**#3 ABBIAMO
BISOGNO DI CAPIRE IL
COMPORAMENTO
DEI CLIENTI**

AVERE GOOGLE ANALYTICS COMPLETO

Domande	Report
Quali categorie merceologiche performano meglio?	Product Performance Report
Quali categorie di merchandising performano meglio?	Product List Performance Report
Quali promozioni ottengono i migliori risultati?	Promozioni interne Report
Quali coupon stanno funzionando meglio?	Coupon Report
Quali affiliati stanno portando buoni risultati?	Affiliations Report
Nel checkout ho qualche drop-off degli utenti ? Convertono di più gli utenti loggati o gli utenti Guest?	Shopping Behavior Report
Quali metodi di pagamento/tipologie di login funzionano meglio?	Checkout Behavior Report
Quanti ordini arrivano da nuovi utenti? Quanti da utenti già registrati? Quanti sono ordini di clienti che hanno già acquistato?	
Qual è il tasso di trasformazione delle lead in acquirenti?	
Il tasso di reso ha delle correlazione con i one time customer?	

VANTAGGI DI ENHANCED ECOMMERCE





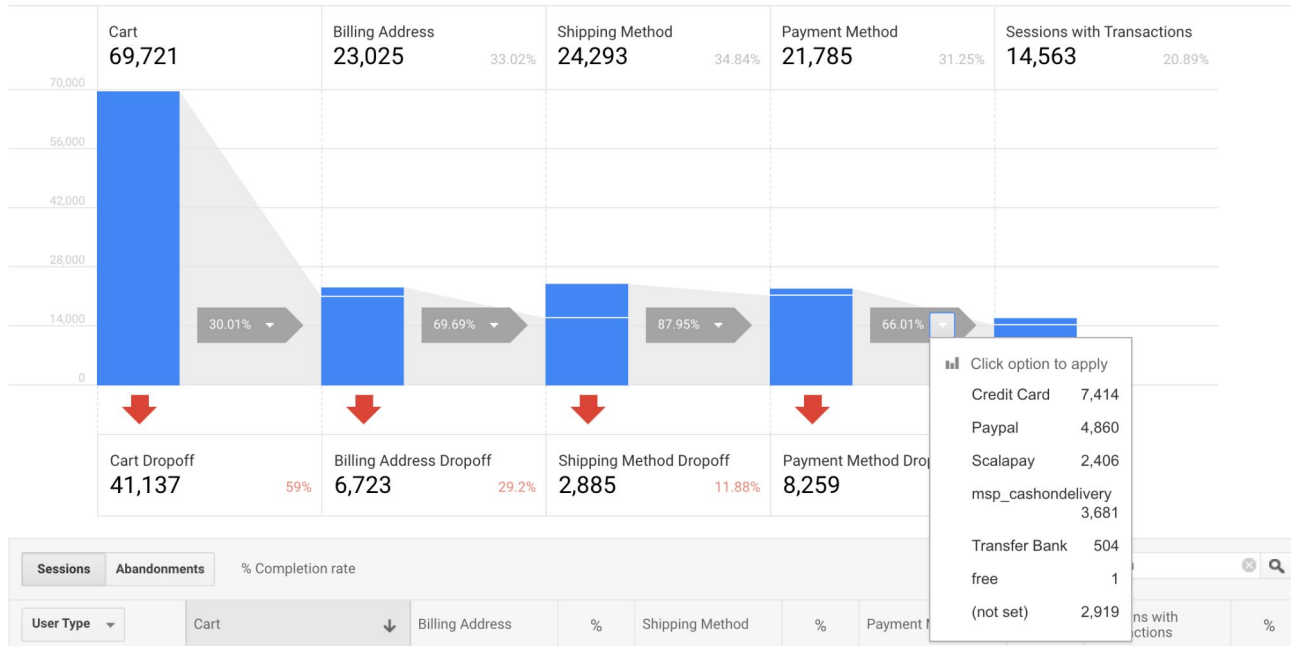
INCONSISTENZA TRA PLP E BEHAVIOUR

Product List Name ?	Product List Views ?	Product List Clicks ?	Product List CTR ?	Product Adds To Basket ?	Product Checkouts ?	Unique Purchases ?	Product Revenue ?
	0 % of Total: 0.00% (0)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	18,621 % of Total: 100.00% (18,621)	0 % of Total: 0.00% (0)	3,123 % of Total: 100.00% (3,123)	€314,920.81 % of Total: 100.00% (€314,920.81)
1. (not set)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	11,757 (63.14%)	0 (0.00%)	2,519 (80.66%)	€250,119.93 (79.42%)
2. Category Page ~10kgまでのライティングスタンド Page 1	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
3. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Arctic White]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	3 (0.02%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
4. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Buttercup Coral Pink]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
5. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Carnation Forget Me Not Lilac Rose Pink]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	4 (0.02%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
6. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Cherry]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	1 (0.03%)	€44.24 (0.01%)
7. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Maize]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	1 (0.03%)	€44.24 (0.01%)
8. Category Page 1.35 x 11m Page 1 Filters[Colour:Sky Blue]	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	1 (0.03%)	€44.24 (0.01%)
9. Category Page 1.35 x 11m Page 4	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)
10. Category Page 100-jähriges Jubiläum Page 1	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%	1 (0.01%)	0 (0.00%)	1 (0.03%)	€170.79 (0.05%)

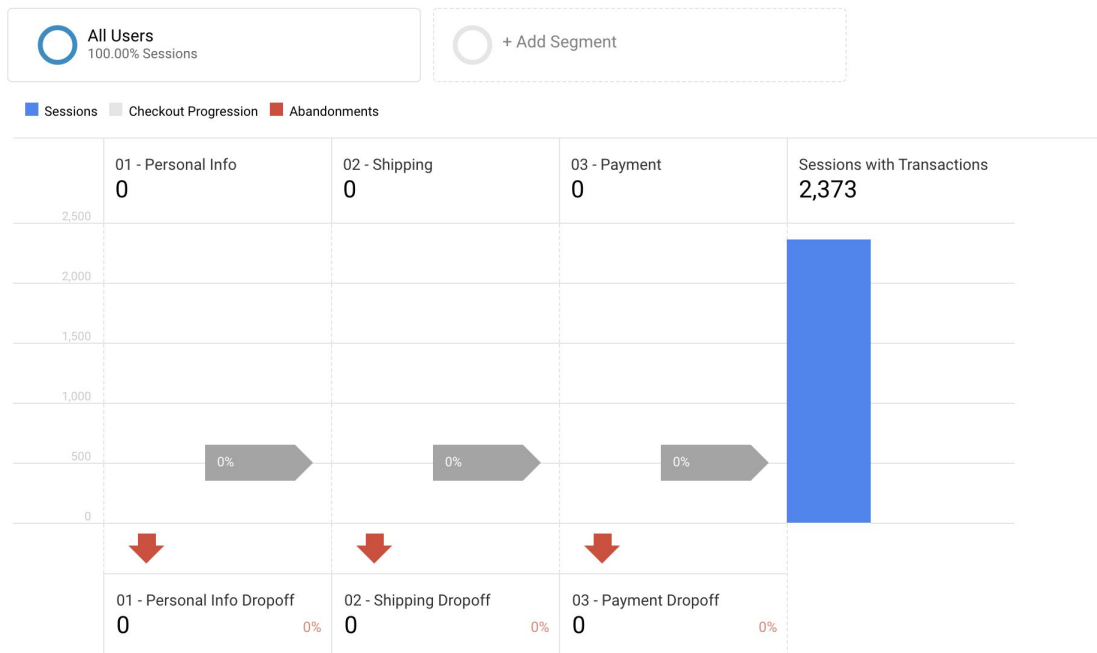
INCONSISTENZA DELLE CATEGORIE MERCEOLOGICHE

?	Product Revenue ? ↓	Unique Purchases ?	Quantity ?	Avg. Price ?	Avg. QTY ?	Product Refund Amount ?	Basket-to-Detail Rate ?	Buy-to-Detail Rate ?
	€3,112,896.63 % of Total: 100.00% (€3,112,896.63)	27,919 % of Total: 100.00% (27,919)	28,034 % of Total: 100.00% (28,034)	€1111.04 Avg for View: €111.04 (0.00%)	1.00 Avg for View: 1.00 (0.00%)	€0.00 % of Total: 0.00% (€0.00)	3.50% Avg for View: 3.50% (0.00%)	0.55% Avg for View: 0.55% (0.00%)
1. Sneakers	€250,709.80 (8.05%)	1,723 (6.17%)	1,727 (6.16%)	€145.17	1.00	€0.00 (0.00%)	2.50%	0.37%
2. Nuova collezione	€238,232.60 (7.65%)	2,605 (9.33%)	2,626 (9.37%)	€90.72	1.01	€0.00 (0.00%)	2.75%	0.41%
3. Maniche corte	€101,239.60 (3.25%)	1,561 (5.59%)	1,569 (5.60%)	€64.52	1.01	€0.00 (0.00%)	5.99%	0.92%
4. Skinny	€100,017.45 (3.21%)	751 (2.69%)	754 (2.69%)	€132.65	1.00	€0.00 (0.00%)	5.62%	1.04%
5. Abiti corti	€97,601.10 (3.14%)	638 (2.29%)	640 (2.28%)	€152.50	1.00	€0.00 (0.00%)	2.32%	0.24%
	€83,569.74 (2.68%)	970 (3.47%)	975 (3.48%)	€85.71	1.01	€0.00 (0.00%)	4.25%	6.70%
7. Abbigliamento Bambina	€81,954.00 (2.63%)	2,018 (7.23%)	2,041 (7.28%)	€40.15	1.01	€0.00 (0.00%)	13.04%	2.83%
8. Preview FW	€81,271.52 (2.61%)	889 (3.18%)	896 (3.20%)	€90.70	1.01	€0.00 (0.00%)	2.53%	0.31%
9. Pantaloni casual	€67,939.00 (2.18%)	564 (2.02%)	565 (2.02%)	€120.25	1.00	€0.00 (0.00%)	3.45%	0.47%
10. Sandali	€55,450.06 (1.78%)	463 (1.66%)	464 (1.66%)	€119.50	1.00	€0.00 (0.00%)	3.60%	0.55%

INCONSISTENZA DEGLI STEP DI CHECKOUT



INCONSISTENZA DEGLI STEP DI CHECKOUT



**#4 ABBIAMO
BISOGNO CHE IL
CATALOGO ABBI
UNA STRUTTURA
SOLIDA**

STOREIS.
a different story

SEO GOALS

1. MAKING CONTENT ACCESSIBLE



**SEO
Audit**



Tech Roadmap
Definition & Support



SEO Migrations



**Catalog & Filters
Management**

2. ENHANCE CONTENTS & CATALOG



Keyword analysis
Ranking and new
opportunities



**Information
Architecture Review**



Content review
SEO content (Catalog & extra catalog)

3. SHARING PROCESS & RESULTS

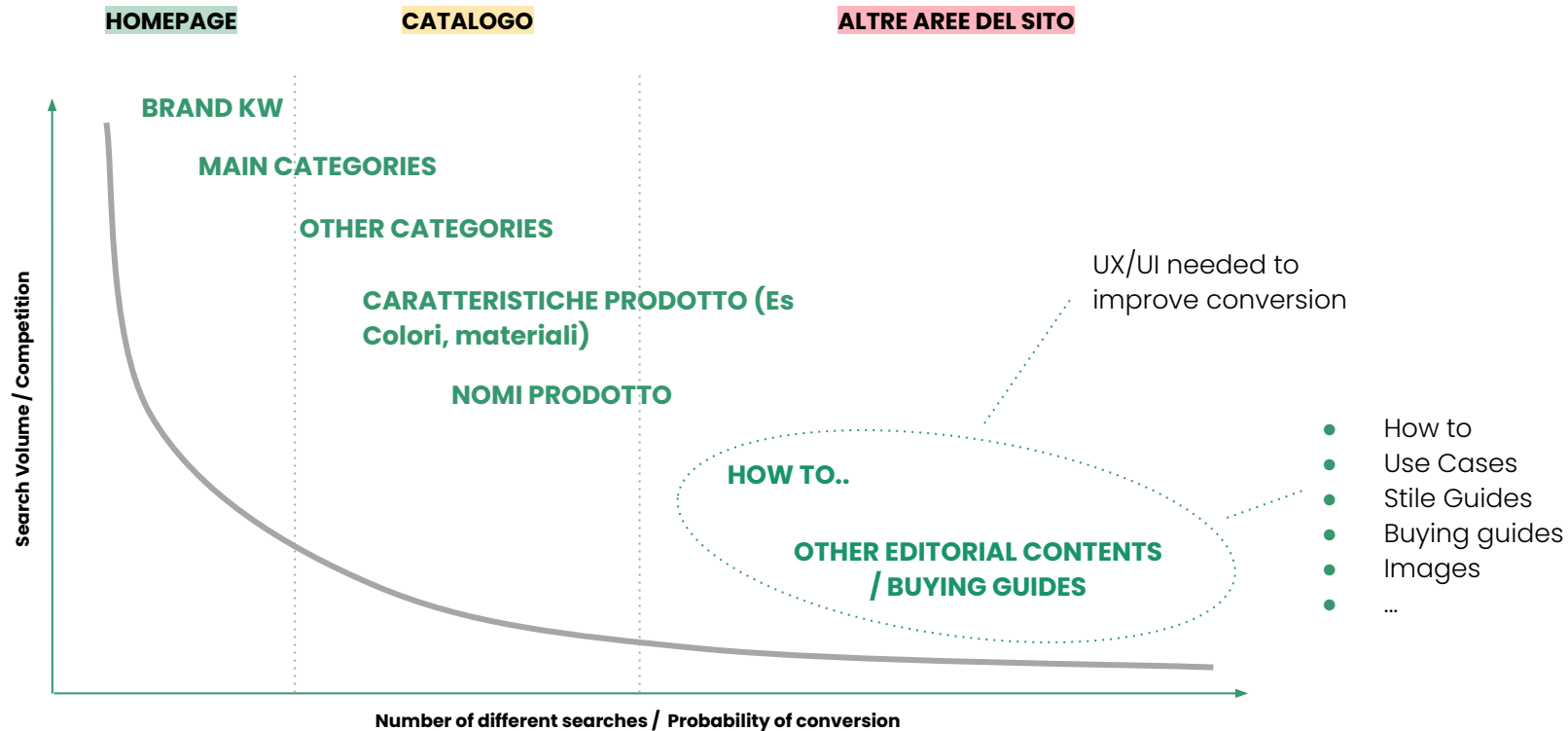


Training



Reporting

SEO ACTION PLAN | KEYWORD STRUCTURE



#05 L'ARCHITETTURA DI FILTRI E CATEGORIE È IL CARDINE DELLE STRATEGIE SEO



PRINCIPI CARDINE

- Un sito è performante sui motori di ricerca se soddisfa **il maggior numero di search intent rilevanti per il business** attraverso pagine specifiche;
- Le pagine per avere valore SEO devono disporre di contenuti ad hoc (meta tag, URL parlanti, titolo in H1, sottotitolo in H2, ecc.)
- Cercate di trovare opportunità per creare cross link tra risorse che sono correlate logicamente tra loro (tra categorie e filtri pertinenti);

URL: <https://www.trilab.it/kerastase/shampoo>

TRILAB
CHANGE YOUR HEAD

Cerca un prodotto o un marchio

NEWSLETTER ACCOUNT WISHLIST CARRELLO

MARCHE A-Z CAPELLI CORPO & BAGNO VISO MAKE-UP PROFUMI UOMO SOLARI LOVE NATURE PROMO

Home / Kerastase / Shampoo

<H1> SHAMPOO PER CAPELLI KÉRASTASE </H1>

Descrizione testuale

Kérastase da sempre investe sulla ricerca dei migliori ingredienti per creare **shampoo** professionali di **alta qualità** che siano in grado di soddisfare ogni tipo di **esigenza** sui **capelli**. Il vero punto di forza di Kérastase risiede nelle speciali combinazioni di tecnologie molecolari che favoriscono così la creazione di **formule uniche e brevettate** per risultati impeccabili su **cute** e **capelli**.

Trilab propone un'ampia gamma di **shampoo** professionali Kérastase - da quelli per **cute sensibile** al rimedio più giusto per i **capelli più danneggiati** fino agli shampoo per **capelli colorati**, ognuno contraddistinto da un colore

LEGGI TUTTO

Nutrizione Illuminante Ricostruzione Protezione Colore Protezione Solare

ORDINA PER

1 2 3 4 >

MARCA

LINEA

- Specificque (14)
- Densifique (3)
- Nutritive (16)

FILTRI VS CATEGORIE

	FILTRI	CATEGORIE
Quando sono utilizzati?	Tipicamente utilizzati nella "sotto navigazione" delle categorie (per es. per colore, taglia, occasione d'uso, prezzo ecc.)	Tipicamente utilizzati per la navigazione principale del sito.
Come vengono popolati?	Vengono popolati in base alla valorizzazione degli attributi di prodotto.	Vengono popolati attraverso una valorizzazione manuale.
Che tecniche di merchandising posso applicare?	Hanno un ordinamento di prodotti meno curato e tipicamente hanno una gestione merchandising meno granulare	Hanno un ordinamento di prodotti tipicamente più curato, hanno la possibilità di default di avere testi introduttivi, metatags customizzabili, ecc.

APPROCCI A CONFRONTO SOLO CATEGORIE

Spedizione gratuita su ordini superiori a 100 €. 90 giorni politica dei resi. Trova i negozi Assistenza clienti

HH UOMO DONNA BAMBINI SCOPRI

- Giacche**
 - Giacche da Vela
 - Giacche Impermeabili
 - Giacche da montagna e hiking
 - Giacche Shell
 - Giacche Casual
 - Smanicati
 - Giacche a Vento
 - Piumini
 - Giacche da Sci
 - Parkas
- Strati Intermedi**
 - Pile
 - Insulated Jackets
 - LifaLoft™ Insulators
- Pantaloni**
 - Pantaloni da Vela
 - Pantaloncini da vela
 - Pantaloni da Montagna e Hiking
 - Pantaloncini Outdoor e Hiking
 - Shorts e Abbigliamento Mare
 - Pantaloni Impermeabili
 - Pantaloni da Sci
- Camicie**
 - T-Shirts
 - Maglie e Maglioni
 - Felpe con cappuccio e maglioni
 - Manica Lunghe
 - Maniche Corte
 - Polos
- Strato di Base**
 - Camicie
 - Pantaloni
 - Trova il tuo strato di base
 - Lifa Merino
 - Solen
- Scarpe**
 - Vela e Sport Acquatici
 - In Barca e Sul Molo
 - Outdoor e Hiking
 - Tempo Libero
 - Stivali anti pioggia
 - Stivali Invernali
- Accessori**
 - Cappelli e berretti
 - Guanti e manopole
 - Calzini
 - Boxer e slip
- Attrezzatura**
 - Borse
 - Zaini
 - Valigie & Trolley
 - Giubbotti Salvagente
 - Kit di riparazioni e parti sostitutive per giubbotti di salvataggio
 - Mute umide
- Attività**
 - Sci
 - Attività all'aperto
 - Vela
- Acquista per**
 - Nuovi Arrivi
 - Odin Mountain Collect
 - Fjord Til Fjell
 - Urban Active
 - HP Collection
 - YU
 - PUMA x Helly Hansen
 - Saldi per uomo
 - Workwear

GIACCHE UOMO

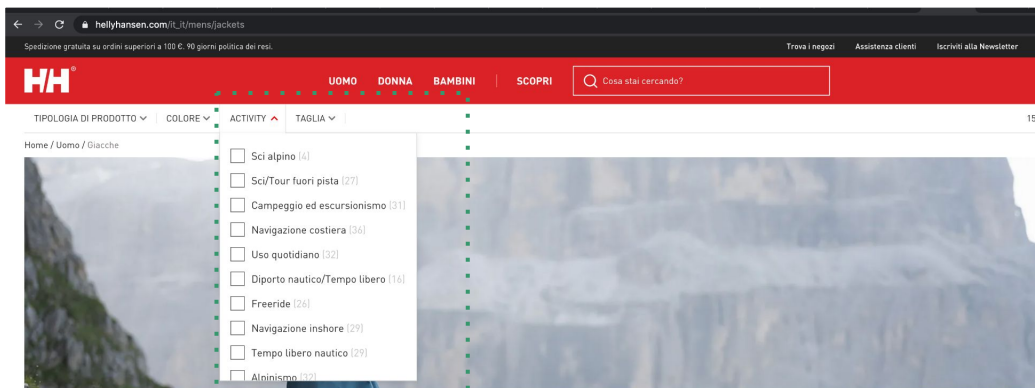
Per proteggerti dagli elementi naturali durante le attività all'aperto, scegli di indossare una giacca sportiva da uomo Helly Hansen. Da più di 140 anni, la qualità del nostro abbigliamento tecnico è gara condizioni climatiche.



La creazione di moltissime categorie ha il vantaggio di consentire un **forte controllo sul merchandising**.

In alcuni casi un menu di navigazione con un numero eccessivo di voci può portare a problemi di usabilità e confusione all'utente.

APPROCCI A CONFRONTO SOLO CATEGORIE



GIACCHE UOMO

Per proteggerti dagli elementi naturali durante le attività all'aperto, scegli di indossare una giacca sportiva da uomo Helly Hansen. Da più di 140 anni, la qualità del nostro abbigliamento tecnico è garanzia di comfort e protez condizioni climatiche.



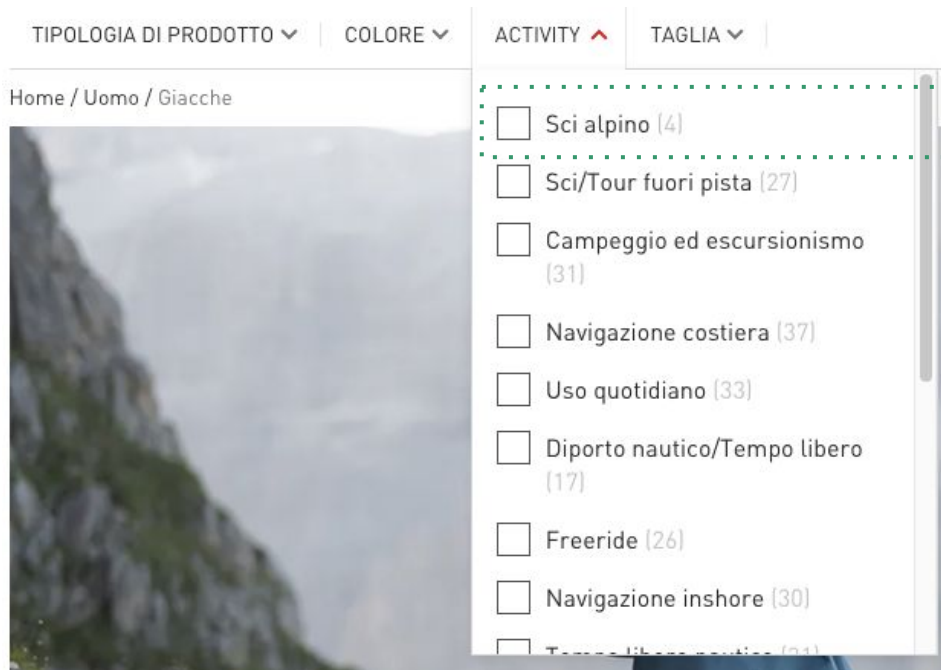
La presenza di filtri non indicizzabili rappresenta una **mancata opportunità** per espandere esponenzialmente il proprio keyword set.

Essendo il catalogo composto da prodotti tecnici è importante avere PLP ricercabili focalizzate sulle caratteristiche di prodotto.

Ad esempio le combinazioni categoria + attività:

- Giacca per sci/tour fuori pista
- Giacca per sci alpinismo
- Giacca per navigazione costiera

APPROCCI A CONFRONTO SOLO CATEGORIE



`/it_it/mens/jackets?_mof_data=product_use_for%3Aalpine_racing`

I filtri in questo caso non vengono sfruttati dal punto di vista SEO e generano URL con parametri concatenati potenzialmente infinite.

Per evitare impatti negativi sul crawl budget solitamente vengono utilizzate le seguenti soluzioni:

- robots.txt
- meta tag robots con valore noindex
- link di navigazione con attributo rel=nofollow

Nessuna di queste soluzioni risulta ottimale; il **linking interno non viene valorizzato** e presenta:

- aree non accessibili (nel caso del robots.txt)
- una notevole quantità di pagine su cui viene effettuato il crawling che risultano inutili (meta tag robots).

APPROCCI A CONFRONTO CATEGORIE E FILTRI

< **Extra Sconto 10% sui Solari - Codice: SUN10 - fino al 31.05** >

+39 0421 1776257 ASSISTENZA CLIENTI LUN-VEN 9:00-19:00 SALONI L'ACCADEMIA CONTATTI BLOG

TRILAB
CHANGE YOUR HEAD

Cerca un prodotto o un marchio

NEWSLETTER ACCOUNT WISHLIST CARRELLO

MARCHE A-Z CAPELLI CORPO & BAGNO VISO MAKE-UP PROFUMI UOMO SOLARI LOVE NATURE ANTICADUTA **PROMO**

<p>TRATTAMENTI LABBRA</p> <p>STRUMENTI PROFESSIONALI</p> <p>KIT VISO</p>	<p>TRATTAMENTI VISO</p> <p>Tonificanti Viso</p> <p>Anti-Imperfezioni Viso</p> <p>Anti-Irritazioni Viso</p> <p>Idratanti Viso</p> <p>Antirughe Viso</p> <p>Pulizia Viso</p>	<p>TRATTAMENTI OCCHI</p> <p>Idratanti Occhi</p> <p>Antirughe Occhi</p>	<p>TIPOLOGIA PELLE</p> <p>Pelle Grassa</p> <p>Pelle Secca</p> <p>Pelle Mista</p> <p>Pelle Sensibile</p> <p>Pelle Matura</p> <p>Pelle a Buccia d'Arancia</p> <p>Tutti i Tipi di Pelle</p>	<p>TOP BRAND</p> <p>Carita Paris</p> <p>Collistar</p> <p>Decléor Paris</p> <p>DIBI Milano</p> <p>Dr Botanicals</p> <p>Gamila Secret</p> <p>Nuxe Paris</p> <p>SkinChemists London</p> <p>VEDI TUTTI I BRAND</p>
---	---	---	---	---

Menu di navigazione che porta a link verso categorie e filtri con **un approccio multidimensionale.**

Ogni area può essere navigata per:
tipologia prodotto, brand, esigenza.

APPROCCIA CONFRONTO CATEGORIE E FILTRI

TRILAB
CHANGE YOUR HEAD

Cerca un prodotto o un marchio

NEWSLETTER ACCOUNT WISHLIST CARRELLO

ghd
good hair day

VERIFICA IL NOSTRO WEB E-SHOP SUL [SITO UFFICIALE GHD](#)

Ghd è un marchio inglese nato a Leeds con oltre 50000 saloni in tutto il mondo. Ha rivoluzionato il mercato dell'hairstyling proponendo ai professionisti uno strumento unico per realizzare ogni tipo di forma con la massima libertà. Con la sua affermata gamma di prodotti, capolavori di tecnologia e raffinati accessori di moda, ghd conquista il pubblico femminile con la promessa di "trasformare ogni donna in una star", valorizzandone la personalità attraverso il proprio look.

LEGGI TUTTO

Piastre Styling Asciugacapelli Aricciacapelli Spazzole Elettriche

I filtri portano ad URL indicizzabili ed ottimizzate che permettono un grande volume di pagine indicizzate con un forte efficientamento delle risorse lato store management e SEO.

FILTRA I RISULTATI

X Marca: Ghd

MARCA
 LINEA
 Helios (5)
 Upbeat Collection (4)
 Pink Collection (3)
 Hair-stage Couture Collection (3)

PRODOTTI CAPELLI
 Trattamenti (2)
 Styling (10)
 Kit Capelli (9)
 Strumenti Professionali (50)
 Accessori (3)

STRUMENTI PROFESSIONALI
 Spazzole (11)
 Aricciacapelli (6)
 Piastre (18)
 Spazzole elettriche (4)
 Asciugacapelli (12)










ESIGENZA CAPELLI
 Definizione Ricci (1)
 Illuminante (2)
 Antirespo (3)
 Protezione Calore (8)

TIPO CAPELLI
 Tutti i Tipi di Capelli (7)

IDEE REGALO
 Sì (7)

PREZZO
 0,00 € - 24,99 € (23)
 25,00 € - 49,99 € (4)
 50,00 € - 74,99 € (3)

I PIÙ VENDUTI DI QUESTA CATEGORIA

 Ghd Gold Styler 169,00 € 499,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 Ghd Platinum+ Black Styler 229,00 € 879,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 Ghd Platinum+ White Styler 229,00 € 879,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>
ORDINA PER <input type="button" value="v"/> <input type="button" value="↑"/> 1 2 3 <input type="button" value=">"/>		
 ***** Ghd Gold Styler PIASTRA CON DUAL-ZONE TECHNOLOGY 169,00 € 499,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 ***** Ghd Original IV Styler PIASTRA CON ELEMENTI RISCALDANTI IN CERAMICA 139,90 € 469,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 ☆☆☆☆ Ghd Helios Ombré Cromato Hair-stage Couture Collection PIUA EDIZIONE LIMITATA TECNOLOGIA AERODIFFUSIONE 189,00 € 499,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>
 ***** Ghd Gold Styler PIASTRA CON DUAL-ZONE TECHNOLOGY 169,00 € 499,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 ***** Ghd Original IV Styler PIASTRA CON ELEMENTI RISCALDANTI IN CERAMICA 139,90 € 469,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>	 ☆☆☆☆ Ghd Helios Ombré Cromato Hair-stage Couture Collection PIUA EDIZIONE LIMITATA TECNOLOGIA AERODIFFUSIONE 189,00 € 499,00 € <input type="button" value="ACQUISTA"/>

APPROCCI A CONFRONTO CATEGORIE E FILTRI

Non tutte le combinazioni categoria+filtro risultano utili. Nel caso in cui si scelga questo approccio è importante **pianificare quali filtri dovranno essere indicizzabili** e quali no.

FILTRA I RISULTATI

× **Prodotti Capelli: Shampoo**

Cancella tutto

MARCA —

Search

- Alfaparf Milano (22)
- Alterna (7)
- Aveda (29)
- Ben & Anna (1)
- Biolage R.A.W. (5)

PRODOTTI CAPELLI +

COLORI —

- Decolorazioni (1)

ESIGENZA CAPELLI —

Search

- Lavaggi Frequenti (79)
- Nutrizione (163)
- Densificante (20)
- Definizione Ricci (22)
- Illuminante (97)

TIPO CAPELLI —

Search

- Tutti i Tipi di Capelli (164)
- Capelli Secchi (80)
- Capelli Ricci (30)
- Capelli Colorati (62)
- Capelli Opachi (9)

DIMENSIONE —

- Standard (529)
- Da Viaggio (54)
- Maxi (198)

BAMBINO —

- Sì (7)

PREZZO —

- 0,00 € - 24,99 € (385)
- 25,00 € - 49,99 € (86)
- 50,00 € - 74,99 € (43)
- 75,00 € - 99,99 € (29)
- 100,00 € - 124,99 € (8)

APPROCCI A CONFRONTO CATEGORIE E FILTRI

La stessa tipologia di filtro dovrebbe poter avere **comportamenti diversi (indicizzabile/non indicizzabile) a seconda del livello di navigazione** in cui ci troviamo. Nell'esempio la combinazione categoria+materiale non dovrebbe essere indicizzabile al primo livello di navigazione.

	FILTRO MARCA	FILTRO MATERIALE
Categorie 1°livello	/uomo/nike.html	/uomo/cotone.html
Categorie 2°livello	/uomo/pantaloni/nike.html	/uomo/pantaloni/cotone.html
Sotto-categorie	/uomo/pantaloni-corti/nike.html	/uomo/pantaloni-corti/cotone.html

FILTRI O CATEGORIE?

	COMBINAZIONI FILTRI E CATEGORIE	CATEGORIE
Ideale per	Ideale per ampi cataloghi, multi-brand o architetture informative con percorsi di navigazione multipli	Ideale per monobrand con assortimenti di catalogo limitati
Pro	Grande scalabilità , poiché una volta costruiti gli attributi	Non è necessaria alcuna customizzazione per meta tag e testi introduttivi
Contro	Necessità di customizzazione per la valorizzazione dei meta tag/testi. Customizzazione del front-end per l'indicizzazione dei link corretti. Costruzione di un backend di gestione dei contenuti import&export.	È necessaria una gestione manuale per la popolazione della categoria Poco scalabile

**#5 ABBIAMO
BISOGNO CHE LE URL
SIANO GESTITE IN
MODO CURATO**

STOREIS.
a different story

URL MANAGEMENT

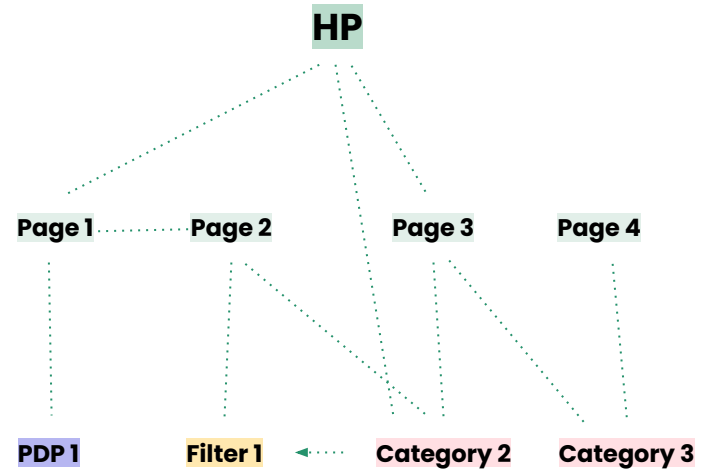


LA GESTIONE DELLE URL DEFINISCE L'ARCHITETTURA SEO DI UN SITO

Google è un agente automatico che legge ed interpreta i dati di un sito, ne analizza la sua struttura, comprende quali sono le pagine più importanti, gli elementi del sito più preminenti, ecc.

L'URL (Uniform Resource Locator) è l'identificativo di ogni risorsa, ogni URL è diversa dall'altra.

I link danno accesso alle diverse URL costruendo un grafo orientato e pesato.



IT IS ALL ABOUT CRAWL BUDGET

- Google, come tutti i software, per leggere, monitorare e memorizzare pagine/siti dispone di tempo e risorse limitate
- Una nuova URL, è una risorsa in più che tenere in considerazione per Google
- Se date URL non utili, fate perdere tempo e risorse che potrebbero essere impiegate meglio

LA GESTIONE DELLE URL



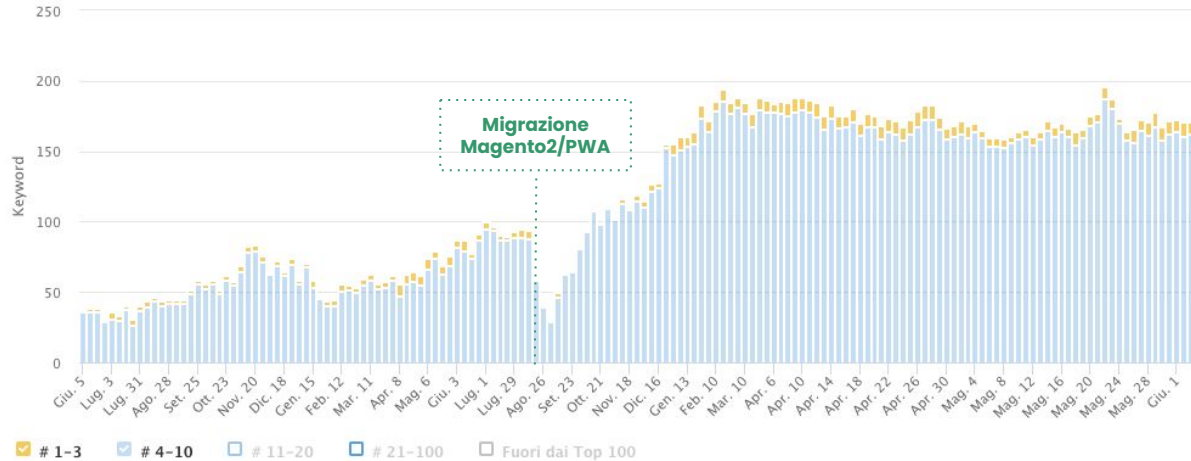
PRINCIPI CARDINE

- Generare dei link indicizzabili soltanto se le URL di destinazione è effettivamente importante ed evitare di generare links a risorse da non indicizzare
- Ricorrere a nofollow e robots.txt come “extrema ratio”, privilegiando una struttura di front-end e URL pulita. Se un URL non serve, meglio non darne accesso.
- Cercare di trovare opportunità per creare cross link tra risorse che sono correlate logicamente tra loro

**#6 ABBIAMO
BISOGNO CHE IL SITO
SIA VELOCE**

OTTIMIZZAZIONE DEL CRAWL BUDGET

Distribuzione dei ranking ⓘ



Il grafico sottostante mostra il trend dei posizionamenti in prima pagina di Google di un e-commerce che ha effettuato la migrazione a Magento 2 e tecnologia PWA ad agosto 2020.

Il passaggio a Progressive Web App è stata l'occasione per creare una versione alternativa per i motori di ricerca che eroga solamente le URL utili e non parametriche.

E GLI ALTRI 4?

**BEH BEVIAMOCI UNA
BIRRA ASSIEME :)**

STOREIS.
a different story

**VUOI SAPERNE
DI PIU'?**
**RESTIAMO IN
CONTATTO :)**

STOREIS.

Via Carlo Leoni, 7
35139 Padova (Italy)

 (+39) 049 738 6284

 info@store.is

www.store.is

Meet Magento  

MM21IT

10 e 11 giugno 2021 - Virtual
Conference