

Esistono due tipi di venditori: quelli consapevoli della necessità di sperimentare e del fatto che anche il minimo dettaglio possa decidere le sorti di un business, e gli altri... quelli che si affidano al fato.

Inutile sottolineare chi dei due abbia più chance di successo nel mondo dell'affiliate marketing.

Augurandoci che, grazie al nostro costante, estremamente specializzato e **GRATUITO** supporto tu faccia parte del primo gruppo di persone, oggi noi docenti della Worldfilia Academy abbiamo deciso di realizzare una breve checklist degli A/B test fondamentali da effettuare sulla tua landing page.

Perché questa lista? Semplice: ogni giorno leggiamo di affiliati che vorrebbero abbandonare campagne e landing potenzialmente devastanti alla prima difficoltà. In questo lavoro un singolo dettaglio può proiettarti da un umile breakeven point a roi 300.

*Spendi. Testa. Guadagna. Non esistono scorciatoie.*

## 1. Dimensione CTA

“Le dimensioni contano, ma bisogna saperlo usare”. Scherzi a parte, ti sorprenderà sapere che “più grande” non vuol dire migliore. [In questo esperimento sottostante](#) la CTA di sinistra ha performato ben il 10% meglio di quella a destra.



## 2. Formulazione del titolo

Un test che devi assolutamente fare SEMPRE riguarda la prima headline della tua landing page. È uno split test necessario ed obbligatorio per ogni publisher che si rispetti, e la differenza di prestazioni tra le due landing può essere CLA-MO-RO-SA anche con una piccola modifica.

[Ecco un esempio](#)

The image shows a side-by-side comparison of two landing pages for MOVEXA. The left page, labeled 'Control', features the headline 'Natural Joint Relief'. The right page, labeled 'Variation', features the headline 'Natural Joint Relief Supplement', with the word 'Supplement' highlighted in a red box. Below the comparison is a green box with the text: 'Adding the word "Supplement" to the headline increased clarity and improved sales by 89% for Movexa.' The Visual Website Optimizer logo is also present.

**Integratore Analgesico Naturale Per Le Articolazioni** ha performato quasi il doppio rispetto a **Analgesico Naturale Per Le Articolazioni**.

**UNA SOLA PAROLA TI PROIETTA DALLA PERDITA AL RADDOPPIO**

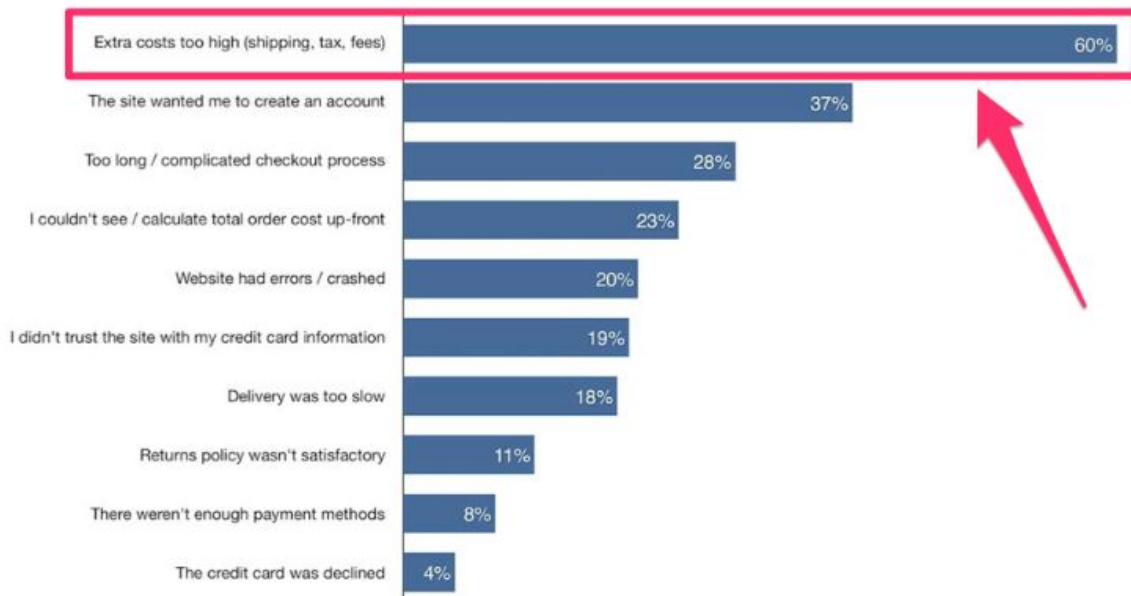
## 3. Informazioni sulla spedizione gratuita

Come spesso facciamo, prendiamo “in prestito” una lezione dagli ecommerce. Sai qual è la principale motivazione di abbandono del carrello in fase di checkout? **I costi di spedizione**

## Reasons for abandonments during checkout

1,799 responses · US adults · 2017 · © baymard.com/checkout-usability

"Have you abandoned any online purchases during the checkout process in the past 3 months? If so, for what reasons?"  
 Answers normalized without the "I was just browsing" option



Certo, ne siamo consapevoli: l'impostazione standard dei prodotti Worldfilia consiste nella **SPEDIZIONE GRATUITA**. Ma stai facendo percepire questa informazione preziosissima alla tua audience nel modo corretto? Ecco alcuni test che potresti effettuare

- Spedizione Gratuita Se Ordini Entro 15 Minuti
- Spedizione Gratuita Se In Provincia di [Nome Città]
- Spedizione Gratuita Solo per i prossimi 30 pezzi
- Spedizione Gratuita Se Lasci la tua email

Te ne vengono in mente altri? Bene! Testali!

INFO BONUS: Dare informazioni sulla spedizione non si riduce necessariamente ad evidenziare che il prezzo sia gratuito. I prodotti venduti su Worldfilia sono generalmente consegnati entro 48 ore, ed offrono condizioni vantaggiosissime (come il pagamento alla consegna). Sono tutti preziosi elementi che devi valorizzare in qualche modo, no?

## 4. Ok, il prezzo (non) è giusto?

Di grandissima importanza è la visibilità del prezzo: dove metterlo? Quanto spesso metterlo? Che colori utilizzare?

Tutti i nostri form (sia quelli da embeddare che quelli già inseriti nelle nostre landing page) specificano in modo chiaro ed inequivocabile il prezzo del prodotto: l'acquirente va tutelato ed informato (su questo non si deve transigere mai).

A te invece spetta la scelta di indicare nella tua landing il prezzo nel modo in cui reputi più opportuno. Una curiosità: un [caso studio offerto da Market Dealer](#) dimostra come l'indicazione chiara e specifica del prezzo offra tassi di conversione più alti a costi inferiori: ben il 100% in più di vendite a parità di spesa!



## 5. Alla faccia... della faccia!

“Io ci metto la faccia” recitava un’imbarazzante motivetto diventato virale per qualche mese lo scorso anno. Beh, la povera direttrice di banca aveva ragione!

Non è un mistero che le persone amino cliccare sui volti, in particolar modo su quelli nei quali si riconoscono e si immedesimano (vedi Cialdini, principio di Simpatia, la “familiarità”).

Ma quale volto quindi converte di più? Beh, DIPENDE! Indovina? Esatto: devi testare.



JOCELYN



MICHAEL

4.78% ↑

In questo caso il sorridente Mike ha convertito leggermente meglio di Jocelyn. Dipende tutto dall’audience di riferimento.

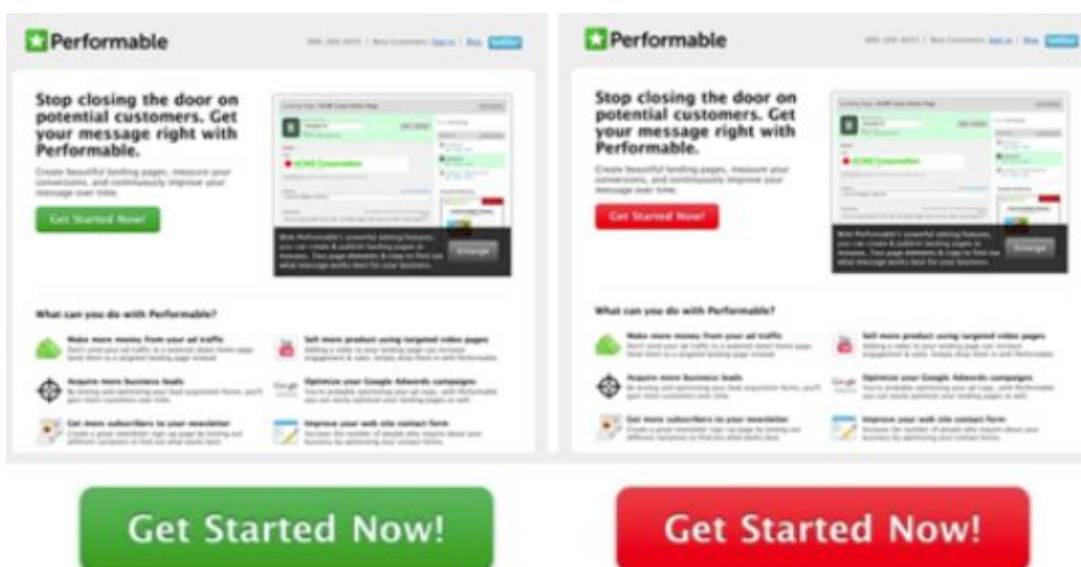
## 6. Il semaforo delle CTA

Ti piacciono i sillogismi? Eccone uno per te! Esistono migliaia di colori. Le CTA sono colorate. Esistono migliaia di CTA. È necessario testarli tutti? Ovviamente no: sarebbe inutile, dispendioso e - probabilmente - impossibile.

Noi adottiamo una tecnica personalissima: il semaforo. Testiamo fondamentalmente 3 colori molto diversi tra loro, le triadi spesso sono

**ROSSO - VERDE - GIALLO**  
**BLU - VERDE - ARANCIONE**  
**ROSSO - BLU - VERDE**

I risultati e le differenze possono essere **IMBARAZZANTI!** Spesso anche 200/300% di differenza. Qual è il colore migliore? Tutti e nessuno! Sarai, ad esempio, portato ad escludere il rosso poiché associato ad una sensazione di pericolo e danno. Beh, [questo test](#) smentisce il tuo pregiudizio



La CTA rossa è andata il 21% meglio rispetto alla verde.