

■ EVENTI

Ottimizzare i siti per migliorare business ed esperienza utente: la lezione di Gruppo DigiTouch

Si è svolto oggi a Milano il nuovo incontro di Start in Touch, il format dedicato ai professionisti del marketing digitale, in cui Cisco Italia e Maxi Sport hanno raccontato i risultati ottenuti grazie alle soluzioni di Purple Ocean

di **Cosimo Vestito** 21 febbraio 2019



Da sinistra, Davide Ingrassia (Gruppo DigiTouch), Massimo Leonarda (Purple Ocean-Gruppo DigiTouch), Giovanni Sala (Maxi Sport), Michele Festuccia (Cisco Italia)

Si è svolto oggi giovedì 21 febbraio, a Milano, il primo incontro della [nuova stagione](#) di **Start in Touch**, il format di Gruppo DigiTouch dedicato ai professionisti del marketing digitale.

In questo appuntamento, intitolato "Quality of Experience is the new user

Ultimi Articoli

■ CAMPAGNE

Penny Market festeggia 25 anni in Italia e sceglie The Big Now per la campagna adv

■ CAMPAGNE

FCA Bank lancia la carta di credito con un piano digital

■ RICERCHE

Pubblicità online, negli USA è sorpasso: vale più di quella "tradizionale"

■ MEDIA

Triboo, focus su contenuti, e-commerce e sviluppo all'estero. Riccardo Maria Monti: «Crescita anche per vie esterne»

■ MEDIA

experience”, si è discusso dell’importanza della diagnosi tecnica dei siti web e di come essa possa essere utile alle aziende per migliorare l’esperienza online dei consumatori. Chi gestisce un ecommerce sa che i limiti del proprio sito (tecnologici e di interfaccia) hanno un impatto negativo sulle performance, **per questo i marketer fanno ricorso a strumenti che, da una parte, permettono di individuare gli ambiti di ottimizzazione dei siti stessi, dall’altra, di intraprendere tutte le azioni necessarie per costruire solida presenza online.**

Nel corso dell’evento, **Michele Festuccia**, Direttore Tecnico di **Cisco Italia**, multinazionale di telecomunicazioni e networking, e **Giovanni Sala**, Titolare di **Maxi Sport**, rivenditore di abbigliamento e articoli sportivi, sono intervenuti in merito illustrando come hanno utilizzato le soluzioni di **Purple Ocean**, società di managed services e software development per e-commerce controllata da Gruppo DigiTouch, per far crescere il loro business.

Nello specifico, si tratta di strumenti che permettono di simulare il comportamento degli utenti di un sito web, rilevando di quest’ultimo, in diversi contesti, caratteristiche e rendimento: **«Tutto ciò ha un impatto diretto sul business delle aziende e sul loro fatturato. È cruciale in questo senso erogare dei servizi di qualità perché anche pochi decimi di secondo in più o in meno nei tempi di risposta di un sito possono essere determinanti per una conversione»**, ha spiegato **Massimo Leonarda**, Ceo di Purple Ocean.

«Abbiamo condotto uno stress test sulla piattaforma telematica del cliente **Valoritalia**, società di controllo sui vini, per comprendere la resistenza alle sollecitazioni, come ad esempio particolari volumi di accessi e di immissioni di dati. **Questo ci ha permesso di raggiungere una maggiore consapevolezza della piattaforma e di attuare un’azione correttiva tesa ad ottenere un sistema affidabile e accurato.** Nel nostro caso, ci siamo concentrati sugli aspetti funzionali piuttosto che su quelli esperienziali, essendo l’utente del servizio un operatore», ha dichiarato Festuccia.

«In vista del Black Friday del 2017, ci siamo attrezzati pianificando con Purple Ocean un intervento di ottimizzazione della nostra piattaforma di ecommerce. In seguito agli stress test eseguiti, siamo riusciti a individuare i problemi tecnici e a intervenire a livello di applicativo e a livello sistemistico. Risultato: **abbiamo ridotto del 40% i tempi di risposta dei nostri server e aumentato del 30-40% le sessioni di pagina.** Queste analisi hanno avuto un valore prolungato perché ne abbiamo raccolto i frutti anche negli ultimi saldi del 2018», ha raccontato Sala.

Questi test e interventi si dimostrano preziosi non solo per le aziende ma anche per gli utenti, come sottolinea **Davide Ingrassia**, Chief Revenue Officer Martech del Gruppo DigiTouch: **«Le scarse performance dei siti, oltre a recare un danno economico alle imprese, tradiscono il consumatore**, che si aspetta delle esperienze soddisfacenti in cambio dei dati che concede. Per queste ragioni è importante anche fare formazione e condividere le proprie conoscenze tra professionisti».

Fox e Mercedes-Benz Italia lanciano la nuova miniserie Teddy

■ AGENZIE

P&R | Pubbl&Rolando chiude il 2018 a +30% e si prepara ad aprire una nuova sede a Milano

■ CAMPAGNE

North Sails torna on air e online a difesa degli oceani

■ CAMPAGNE

Siteground lancia il nuovo spot pubblicitario in tv e sul digitale

■ CAMPAGNE

Eni punta sul network di Wolters Kluwer per la campagna sulla fatturazione elettronica

■ AGENZIE ■ AZIENDE

Im*Media vince la gara per la digital strategy di Clei

