



20 A/ B test per ottimizzare la tua lead generation

CHEAT SHEET

CTA

1. Leggi di più? Aggiungi al carrello? Check out? Fai delle prove cambiando il testo delle tue call-to-action e scopri quali ottengono il maggior numero di conversioni.
2. Oltre a testare differenti colori, forme e dimensioni, prova a collocare i bottoni per le CTA in differenti punti della pagina, dando più evidenza ad alcuni rispetto ad altri.

Copy

5. Prova a utilizzare differenti titoli. Un consiglio? Scegli quelli più creativi, diretti o bizzarri.
6. Testo sotto forma di elenco puntato o brevi paragrafi? Un altro elemento da prendere in considerazione per il tuo A/ B test.

Social

9. Un ulteriore A/ B test va effettuato sulla dimensione e la posizione delle tue icone social per scoprire in quale caso ricevono più click dai tuoi utenti.
10. Per le tue social ads, verifica quali immagini ottengono i risultati più performanti.

Navigazione sul sito

13. Perché non prevedere un A/ B test anche sulla tua barra di navigazione? Gli utenti preferiscono un orientamento verticale o orizzontale?
14. Fai un controllo anche sull'ordine con cui appaiono le voci nel tuo menù di primo livello.

17. Richiedi informazioni di vario tipo nei campi del tuo form, personalizzandoli in base al tuo business (B2B o B2C).

Ads

18. Altro elemento su cui fare A/ B test è la landing page delle tue campagne a pagamento: cambia le immagini, il copy e le CTA creando diverse versioni.

Contenuti

3. Contenuti scaricabili con gate o senza? Questo è il dilemma. Mettiti a confronto e scopri quali ottengono più download.
4. Controlla come viene visualizzato il tuo contenuto. Gli utenti preferiscono scorrere la pagina fino alla fine o cliccare altrove per saperne di più?

Visual Media

7. Un altro collaudo puoi farlo sul tipo di immagini utilizzate: parti da un confronto tra visual contenenti soggetti umani e confrontali con prodotti e illustrazioni. È un buon punto di inizio.
8. Nel caso dei video, confronta l'auto-play con il click-to-play e vedi quale soluzione è più apprezzata dai tuoi utenti.

Email

11. Email personalizzate vs email impersonali: fai un raffronto inserendo, solo in alcune, il nome del destinatario nell'oggetto o nel testo.
12. Qual è il momento migliore per intercettare la tua audience? Per scoprirlo, misura il tasso apertura in differenti giorni della settimana e in vari orari.

Form

15. Testa la lunghezza dei form di iscrizione.
16. Prova a inserire un'offerta, uno sconto o una promozione per incrementare il numero degli iscritti.
19. Vuoi scoprire quale campagna ottiene più click? Sperimenta titoli differenti per i tuoi annunci.

Personalizzazione

20. Per le tue pagine web, testa design e messaggi differenti per utenti nuovi e di ritorno.