

## Web Marketing call-to-action efficaci



### 101 esempi di CTA di successo (parte 2)

*Puoi distribuire gratuitamente i miei appunti a chiunque, dal tuo sito o dal tuo blog, purchè lasci invariati contenuti, grazie. TRATTO DA "101 examples of effective calls-to-action".*

**Storti Chiara Francesca** Web Developer e Consulente SEO WebMarketing



## Introduzione

Verso la fine del 2011 ho pensato di iniziare a **trascrivere i miei appunti** in modo ordinato (il più ordinato possibile), suddividendoli per tipologia e per argomento. Ed ecco che **sono nati questi ebook**: appunti su AdWords, appunti su Google, appunti sul Marketing, appunti sul SEO, appunti sullo Sviluppo di siti e sulle pagine web, appunti di Cucina e Giardinaggio (?!?!)... insomma, un bel po' di materiale, accumulato nel corso degli anni, infarcito con quanto ho raccolto e acquisito durante seminari, webinar, convegni e congressi, e dalla lettura di libri ed altri ebook, di articoli e di forum.

Ma gli appunti tenuti nel cassetto non germogliano, mentre condividendoli potrebbero portare buoni frutti, quindi ho pensato che non fosse una cattiva idea **condividere questo materiale nel web**:

gli ebook mi sembrano leggibili, interessanti e soprattutto utili... utili non solo per me, ma anche per quanti di voi siano interessati a questi argomenti.

Gratis?! Sì, perché quando lavoro mi faccio pagare, ma quando studio, quando approfondisco un argomento, quando raccolgo informazioni, quando faccio test ed esperimenti, comincio a pensare che **quanto ho appreso e "preso" dalla rete e dal mondo, sia giusto restituirlo**, magari in qualche altra forma, non sempre in modo bilanciato alla perfezione, su altri canali o ad altre persone... ma comunque restituito. Per me è importante poter dare qualcosa di mio, diffondere quel che ho raccolto, elaborato, acquisito e sfruttato, per dire il mio **grazie** e per contribuire, almeno in parte, al "sapere" liberamente fruibile in questo world wide web!

Buona lettura  
e grazie a chi vorrà contribuire a condividere tutto ciò.



## Chiara

Dicono di me:

*Una campagna AdWords sta a Chiara come il pane sta alla crema di cioccolato, come Napoli alla pizza, come Genova al pesto. Prova ad affidarle la tua strategia di web marketing e scoprirai come guadagnare, facendo fare a lei il lavoro più duro. Lei smonterà per te gli annunci, li ricomporrà per farli piacere a Google e per farti vendere di più, ancora di più, sempre di più.*

*Ma non è tutto: Chiara si occupa anche di realizzazione e di ottimizzazione di siti web oltre alla gestione di domini internet italiani ed esteri.*

*Dalle un mazzo di keywords: ti aprirà le porte al mondo del web(marketing) in un... click!*





## WebMarketing call-to-action efficaci

**CTA** è l'acronimo di **call-to-action**: uno dei **fattori principali della lead generation**. La CTA in pratica collega il **traffico in ingresso** in una pagina web con la **possibilità di ottenere delle conversioni** da queste visite... è il fattore chiave! Senza una buona CTA le azioni di ottimizzazione di qualsiasi campagna marketing potrebbero risultare inefficaci e non portare ai risultati sperati.

L'**aspetto grafico** delle call-to-action è uno dei primi passi per l'ottimizzazione del processo di lead generation. Ecco quindi il motivo di questo ebook: vedere degli esempi reali di CTA, così come sono presentati in 101 pagine web di successo

“osserva i casi di successo, impara e sperimenta tu stesso”

## Mostra il prodotto/servizio

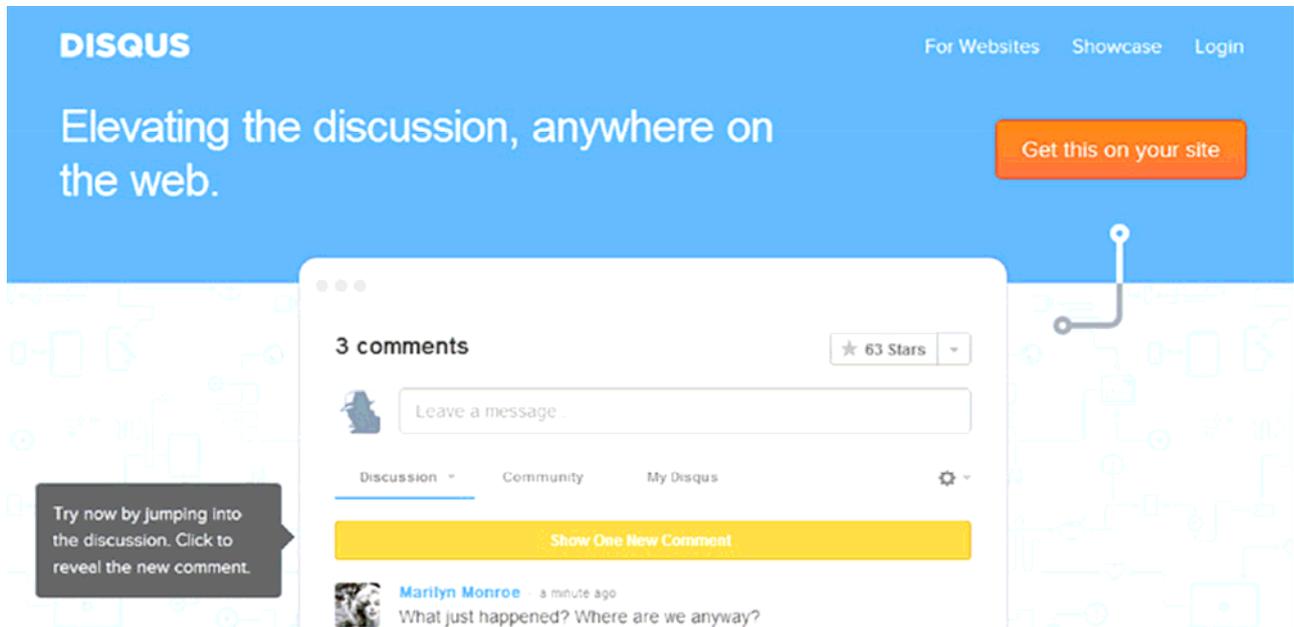
*Far visualizzare il prodotto o il servizio rende l'offerta più reale e tangibile*

Le call-to-action hanno anche il potere di **aumentare la conoscenza del prodotto o del servizio** offerto. Molte aziende promuovono varie offerte, dando delle dimostrazione strettamente legate a quanto viene offerto. In questo contesto è **utile mostrare ciò che vendi**.

Visualizzare ciò che l'utente potrà avere rende il prodotto/servizio più reale e tangibile ed il suo valore viene meglio percepito, invogliando l'utente a compiere l'azione desiderata.

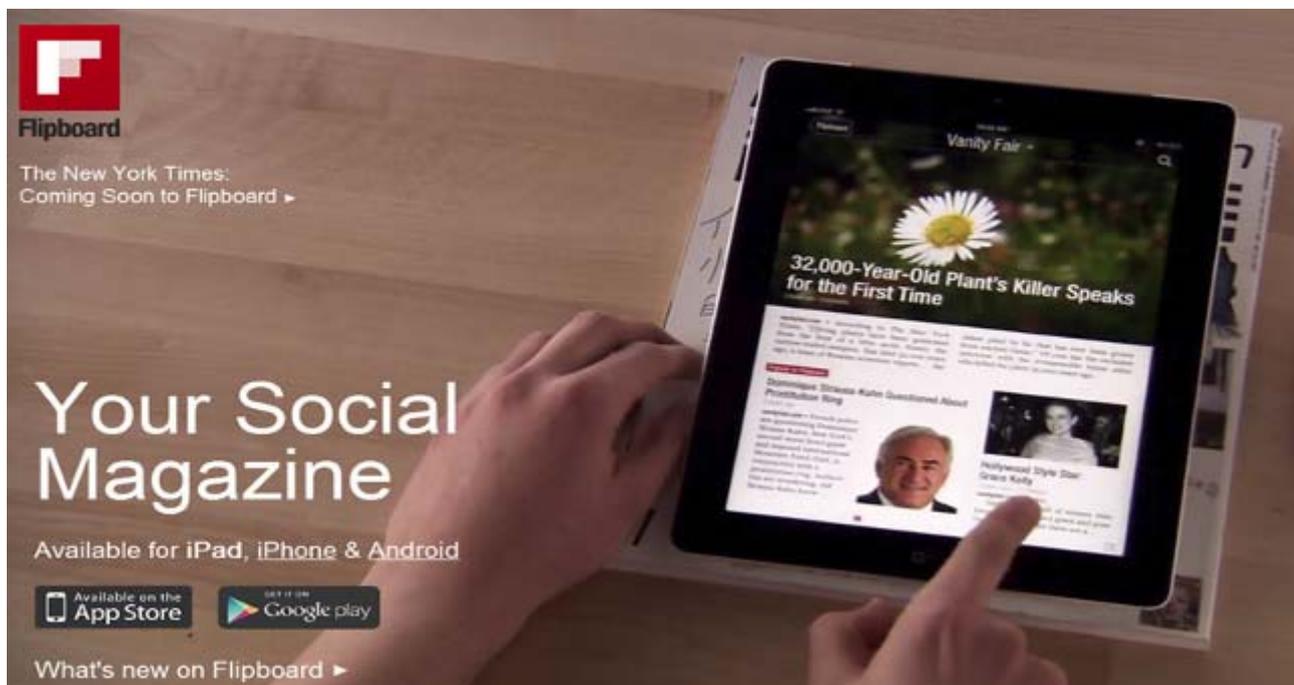


*La CTA è strettamente collegata al prodotto*



In questo esempio Disqus crea un **collegamento visivo tra l'arancio della CTA e una schermata del suo prodotto**, tramite un commento. Visualizzare questa connessione rende l'azione più semplice ed immediata.

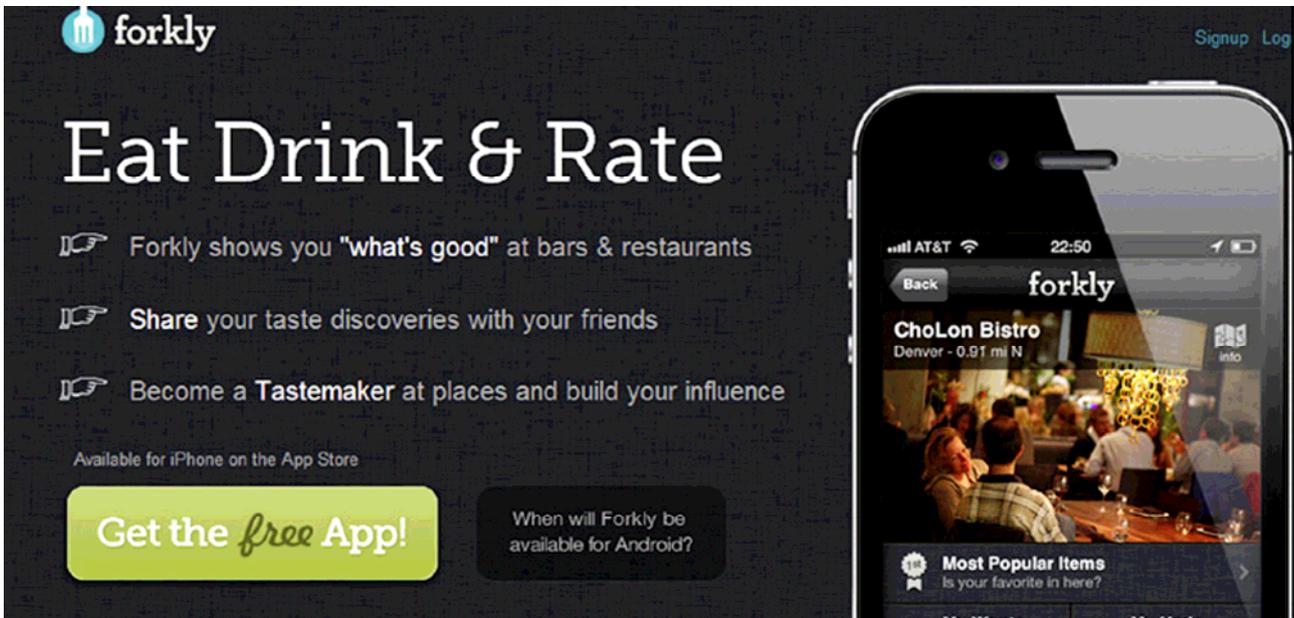
*Anche AppStore e GooglePlay sono social*



Flipboard ha inserito nelle **call-to-action** anche i pulsanti **"disponibile su App Store"** e **"get it on Google Play"** accanto ad un'animazione del prodotto offerto. In questo modo l'utente si fa un'idea delle **caratteristiche interattive** della rivista e del suo aspetto "social".

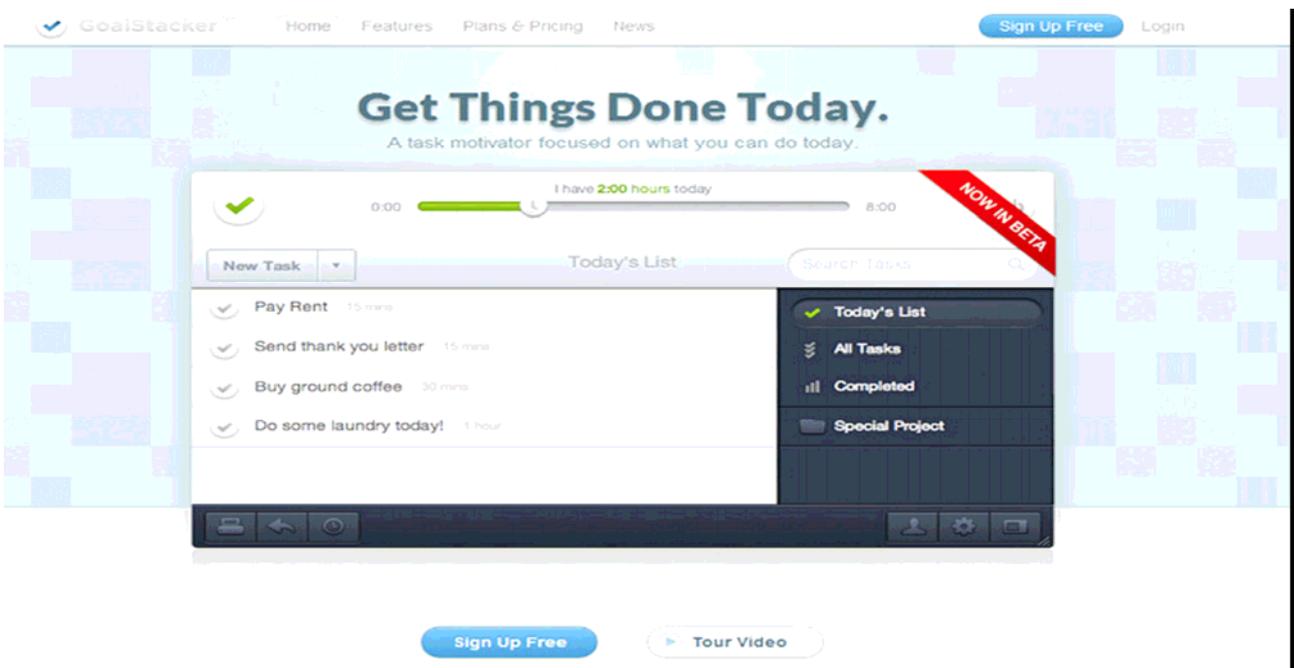


*Il potere delle App per mobile*



Le aziende che offrono App per mobile spesso mostrano i loro prodotti in una call-to-action. In questo esempio forklly non solo **mostra all'utente ciò che fa la sua applicazione** ma dimostra anche realmente come funziona. La CTA di colore verde si distingue nettamente su uno sfondo scuro e **mettere in evidenza che l'applicazione è gratuita**.

*Mostra il prodotto ed invita ad una prova gratuita o una demo*



GoalStacker ha scelto di **mostrare un'immagine del proprio prodotto** per incoraggiare gli utenti a compiere il passo successivo e iscriversi per avere il software o visualizzare un demo (tour).

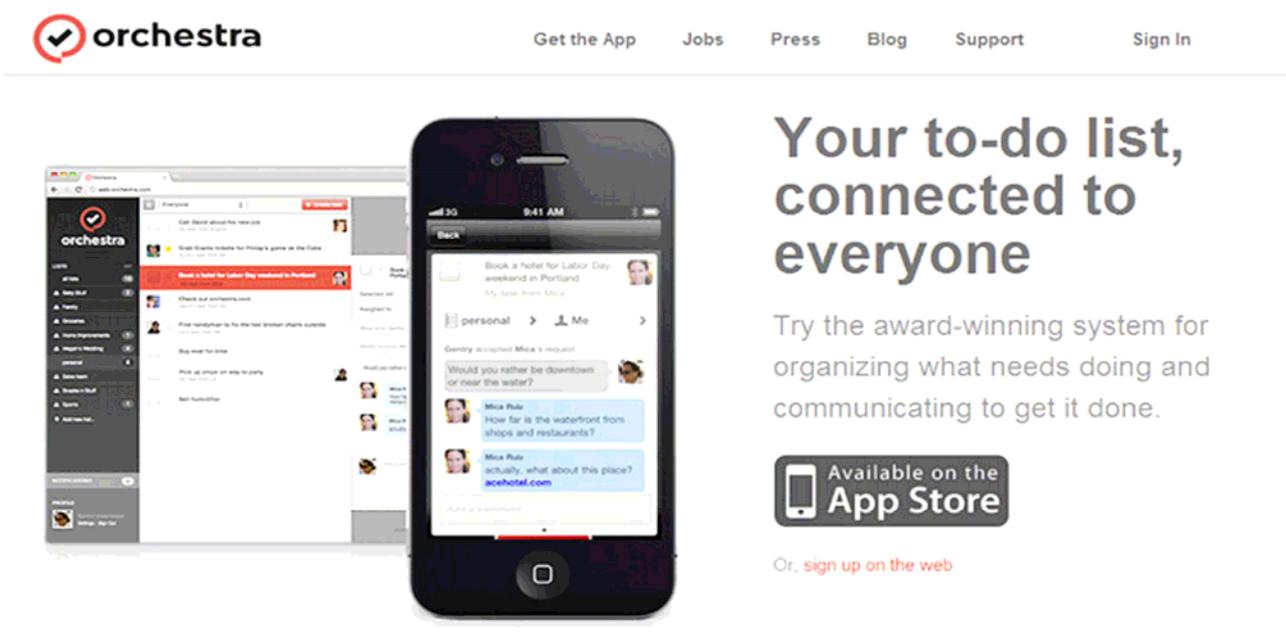
## Il potere delle App per mobile



The advertisement for the Instagram mobile app features two smartphones on the left. The front phone displays the app's interface with a grid of photos and a navigation bar at the bottom. To the right, the Instagram logo is accompanied by the tagline "Fast beautiful photo sharing". Below this, a section titled "Meet Instagram" describes the app as a "fast, beautiful and fun way to share your photos with friends and family." It highlights the ease of use, mentioning that photos can be shared to Facebook, Twitter, and Tumblr. A "Meet Instagram" button is present. At the bottom right, there are two buttons: "Available on the App Store" and "GET IT ON Google play".

Come nel caso di forklly, Instagram **mostra all'utente come funziona l'app per mobile**, invitando le persone ad utilizzarla.

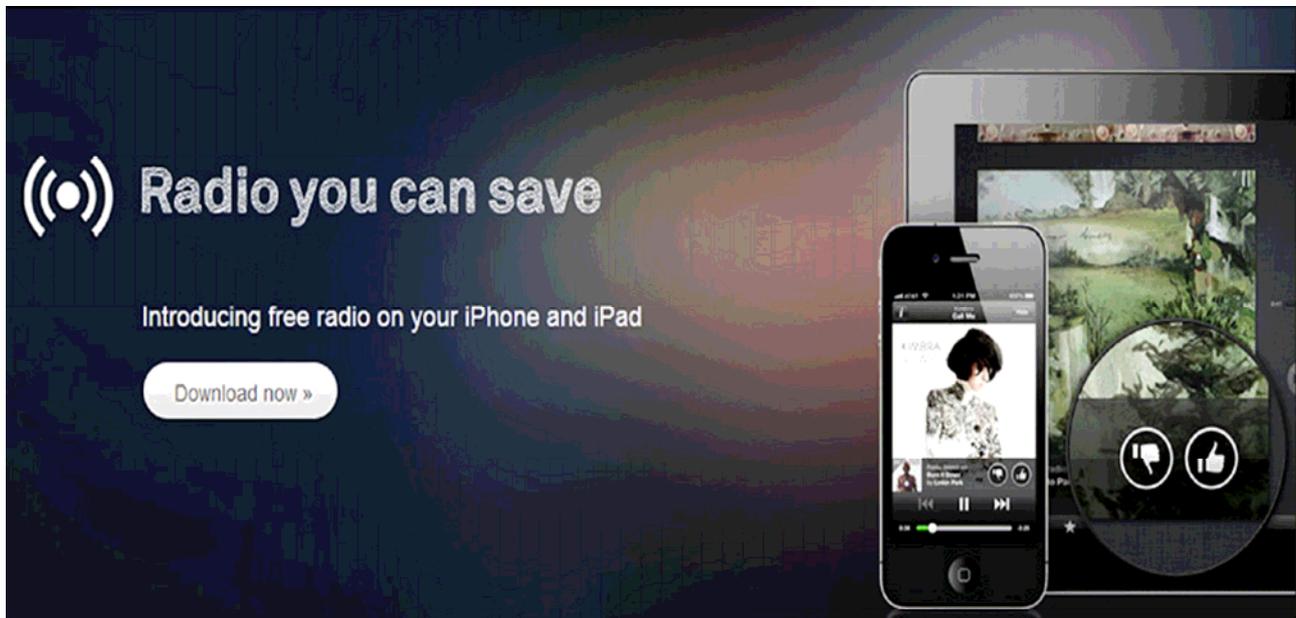
*Mostra il prodotto su diverse piattaforme, ma una sola è la CTA importante*



The advertisement for the Orchestra mobile app features a desktop browser window on the left showing the web interface, and a smartphone on the right displaying the app's interface. The smartphone screen shows a "to-do list" with tasks like "Book a hotel for Labor Day weekend in Portland" and "Would you rather be downtown or near the water?". The text "Your to-do list, connected to everyone" is prominently displayed. Below this, a paragraph describes the app as an "award-winning system for organizing what needs doing and communicating to get it done." At the bottom right, there are two buttons: "Available on the App Store" and "Or, sign up on the web".

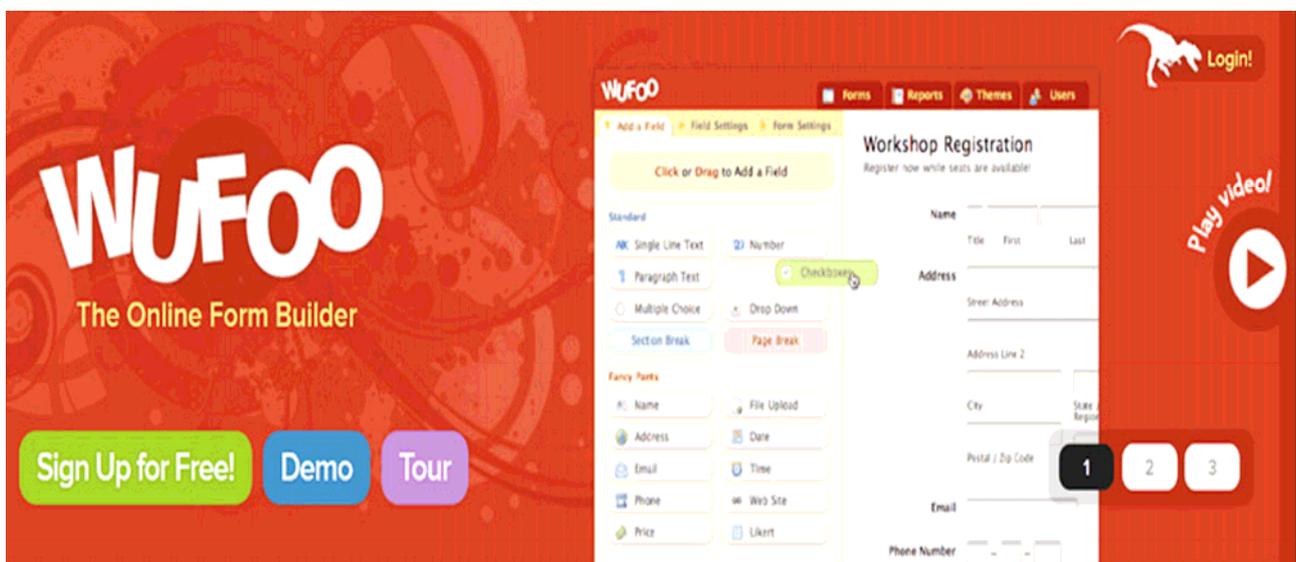
Orchestra **sta mostrando il suo prodotto su diverse piattaforme** (web e mobile) dando precise indicazioni sulle sue caratteristiche. La dimensione e la posizione della seconda call-to-action ("sign up on the web") mostrano chiaramente qual è la sua importanza rispetto l'applicazione per mobile.

*Emozioni e personalizzazioni del prodotto/servizio*



Spotify usa delle **immagini strategiche** del prodotto vicino alla call-to-action. Mostra che la stazione radio è disponibile su iPhone e iPad. Nella prima immagine appare il **messaggio emozionale dell'esperienza** di ascolto della loro musica mentre nella seconda compare la **possibilità di personalizzare l'esperienza** (pollice in alto o pollice verso).

*Emozioni e personalizzazioni del prodotto/servizio*



WUFOO ha scelto di mettere in evidenza accanto a **3 CTA** un'immagine che **dimostra la facilità d'uso e la flessibilità del prodotto**. Aiuta gli utenti ad avere un'idea migliore di ciò che stanno per acquistare.

## Sfrutta il testo

*Assicurati di usare un testo chiaro, preciso ed orientato all'azione*

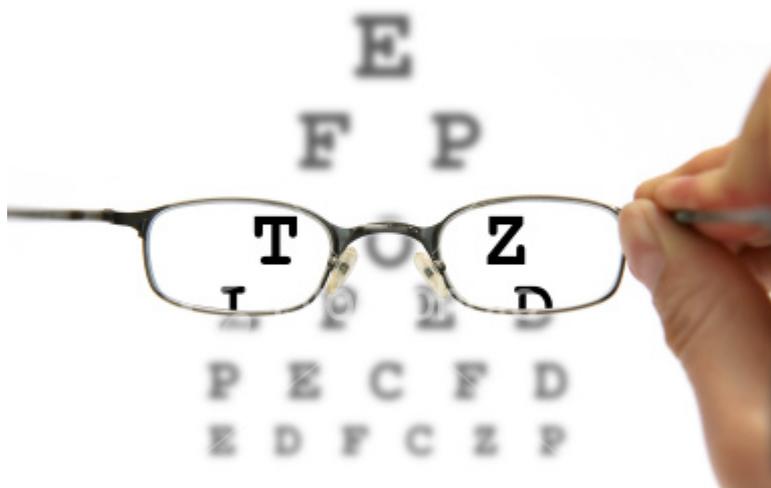
Se il tuo messaggio non **attira l'attenzione** dell'utente, può danneggiare il tuo click through, farti perdere preziose conversioni ed in definitiva ridurre il tuo ritorno di investimento.

Considera che **"le persone in cerca di informazioni guardano i testi e non solo le immagini"**, come afferma il copywriter Dean Rieck analizzando i risultati di "Eyetrack II study".

Gli utenti si concentrano spesso sulle parole contenute nei messaggi oltre che sulla grafica. Assicurati quindi di usare un testo che sia **chiaro, preciso ed orientato a far compiere una precisa azione** all'utente che lo legge.

Ovviamente la grafica va curata, perché aiuta a comunicare e rafforzare il significato del testo che scrivi. A volte un'immagine vale più di molte parole... ma non dimenticare che servono anche le parole!

*Testo invitante e rafforzativo della CTA*



 Put your spam fighting on auto-pilot  
Set it and forget it. Akismet is getting smarter while you sleep.

 Free for personal use, a bargain for your business  
We're not trying to make a killing, but we still need to pay our bills.

 Conquer spam, and give your SEO a boost  
Keep spammers from bringing down your site's PageRank.

 API for us nerds, with libraries in many languages  
Save yourself time with dozens of pre-built libraries and plugins.

"Akismet is the best automated spam killer that actually gets better as it learns."  
- Vinny Carpenter

"Before Akismet I was spending more time deleting spam than creating content."  
- Sarah King

Akismet è incentrato sulla protezione contro lo SPAM e gli utenti possono capirlo in modo inequivocabile dalla call-to-action, che non solo li **invita** "Get started" ma li **convince** anche che questo è il modo per risolvere il problema della posta indesiderata.

## Non una sola CTA, ma vari inviti per gli utenti

**Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things** [Hardcover]  
 Donald A. Norman (Author)  
 ★★★★★ (35 customer reviews) | Like (5)

**Available from these sellers.**

9 new from \$14.98 39 used from \$3.48

Formats	Amazon Price	New from	Used from
Kindle Edition	\$10.30	—	—
Hardcover	—	\$14.90	\$3.48
Paperback	\$11.53	\$7.41	\$3.87
Unknown Binding	—	\$41.10	\$40.64

48 used & new from \$3.48  
 See all buying options  
 Have one to sell? Sell on Amazon  
 Add to Wish List  
 Share

In questo esempio la call-to-action principale sta invitando gli utenti a dare un'occhiata dentro al libro "Click to look inside". La **combinazione vincente** è data del **testo**, colorato e ingrandito rispetto il contesto, evidenziato dalla **freccia**... con un messaggio forte: sfoglia il tuo prossimo acquisto.

## Una call-to-action contestualizzata ed efficace

**BOB PHIBBS**  
 The Retail Doctor®

Connect with me on [Social Media Icons]

Home | Contact

Need a Speaker? Consulting Store About Blog Resource Center  
 Media Center

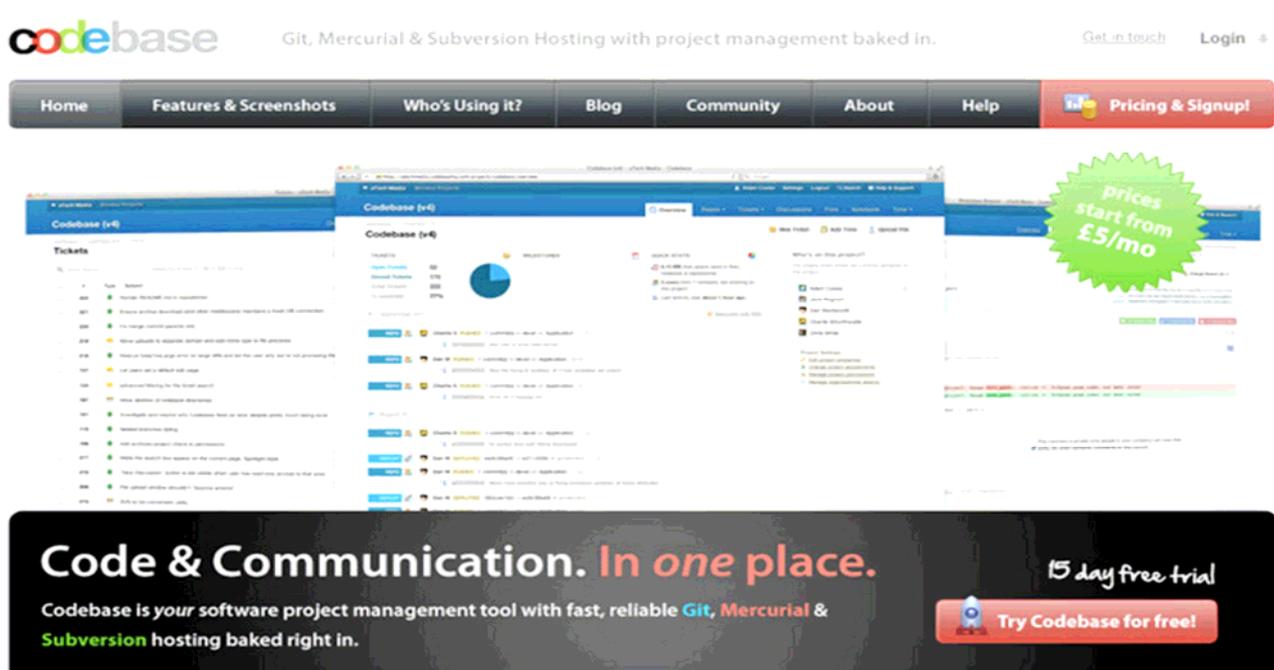
**BOB PHIBBS IS YOUR RETAIL EXPERT**

- Popular Speaker at some of the largest retail events around the world
- Trusted Retail Consultant to brands, chains, franchises and small businesses
- Award-winning business author of three books

**See How Bob Can Optimize Your Business**

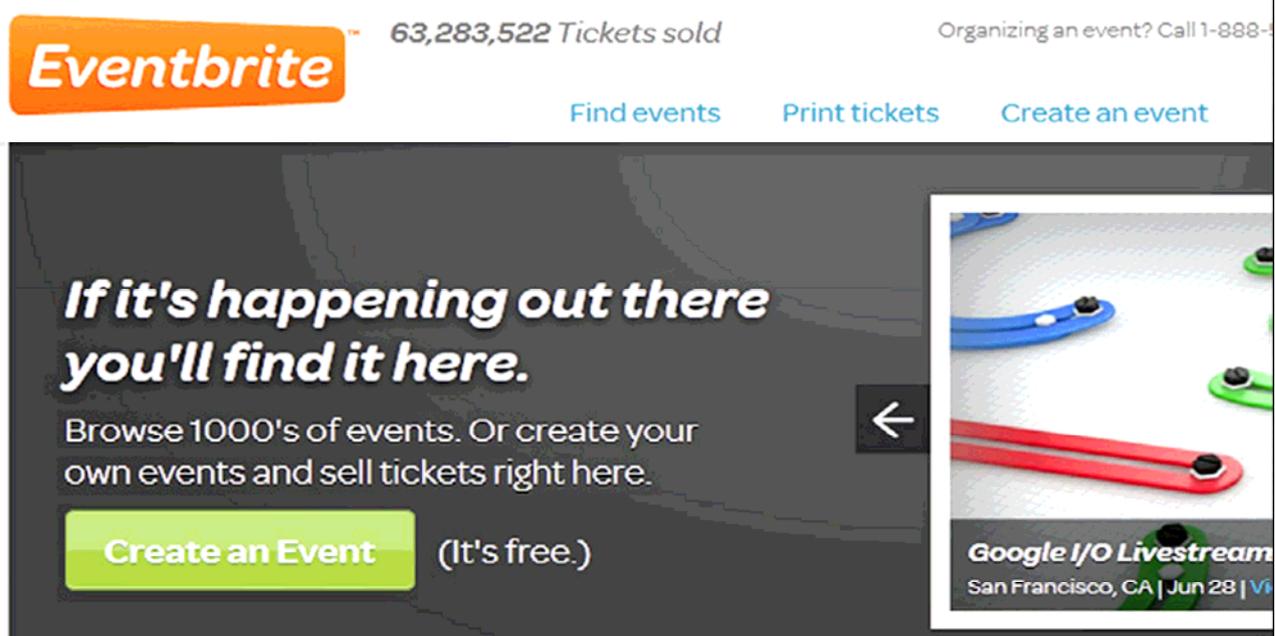
Il linguaggio usato in questa call-to-action permette di **contestualizzare l'azione** anche per gli utenti che non hanno letto i punti elenco sopra riportati. E' un messaggio **specifico ed orientato all'azione**.

## Un messaggio invitante sopra la CTA



In questo esempio il testo sopra la CTA "15 giorni di prova gratuita" rende l'azione desiderata ancor più invitante per gli utenti. **Completa l'informazione della call-to-action** "prova gratuitamente Codebase" specificando la durata dell'esperienza. Il testo viene messo in evidenza con una **formattazione particolare**: l'uso del corsivo.

## Incentiva gli utenti con del testo efficace



Il testo al di fuori del pulsante della CTA qui serve come **incentivo**. E' **gratuito** aggiungere un nuovo evento, devi solo procedere e creare il tuo!

## Una call-to-action descrittiva

**get satisfaction** Request Info | Login/Register | Blog | Help  
Call Us: 877-339-3997  
Solutions Products Customers Partners Pricing Company

**Microsoft *listens* to their customers.**

“In our opinion, Get Satisfaction is one of the best social media feedback tools available today. Our customers love it because it creates a dedicated place where they can be heard and have a direct connection with our engineering team.”

**Benjamin Gauthier**  
Digital Marketing, Microsoft Corp.

[Read the Case Study](#)

Community-powered support for Microsoft...  
TED 5000 Whole House Energy Monitor Support  
Watch a Quick Overview Video (1 min 24 sec)

Qui la CTA svolge un **ruolo di sintesi**: è **sufficientemente descrittiva** da far sì che gli utenti non debbano necessariamente leggere tutta la pagina. E' evidente cosa si ottiene cliccando su questo pulsante.

## Dillo con la tua CTA

**GoToWebinar** Join a Webinar Host a Webinar 24/7 Support Log In

Home GoToMeeting GoToWebinar GoToTraining Compare Our Products Contact Sales 1 866 962 6492

How It Works  
Features  
Security & Reliability  
Ways to Use It  
Customer Stories  
Case Studies  
Plans & Pricing  
Multi-User Accounts  
FAQs

**GoToWebinar**  
**Increase your reach with unlimited webinars.**

Watch a Quick Overview Video (1 min 24 sec)

**Webinars Made Easy™**  
With GoToWebinar you can conduct do-it-yourself webinars with up to 1,000 people – all for one flat rate. Reduce travel while reaching larger audiences around the world.  
• Set up a webinar in minutes – without IT support.

[Try It Free](#) 30-Day Free Trial  
[Buy It Now](#) Buy Online  
Want to talk to someone?  
[Contact Sales](#) 1 866 962 6492

GoToWebinar **sfrutta il testo del link** per illustrare all'utente cosa otterrà dall'azione: una prova gratuita o un acquisto online. La terza opzione è meno evidente "Contact Sales".

In sintesi... la CTA dice già tutto

The screenshot shows the 'indie aisle' website. At the top, there are navigation links: 'features', 'browse stories', 'faqs', and 'blog'. On the right, there are 'Sign Up' and 'Log In' buttons. The main content area is titled 'Independently published stories' and includes the subtext 'Authors — easily self-publish, sell and promote your stories'. Below this, there are four bullet points with icons: 'Publish in any format' (Novel, short story, series, comics), 'Set your price and sell your ebook in minutes' (We handle the payment part), 'Ensure your ebook works across devices' (With our online Reader app and conversion tool), and 'Share and sell with a link' (Send a link or add a widget on your site). At the bottom of this section, there are two buttons: 'Sign up & publish for free' and 'Take a Tour'. On the left side of the page, there is an illustration of a woman sitting on a sofa reading a book, with a laptop and a coffee table nearby.

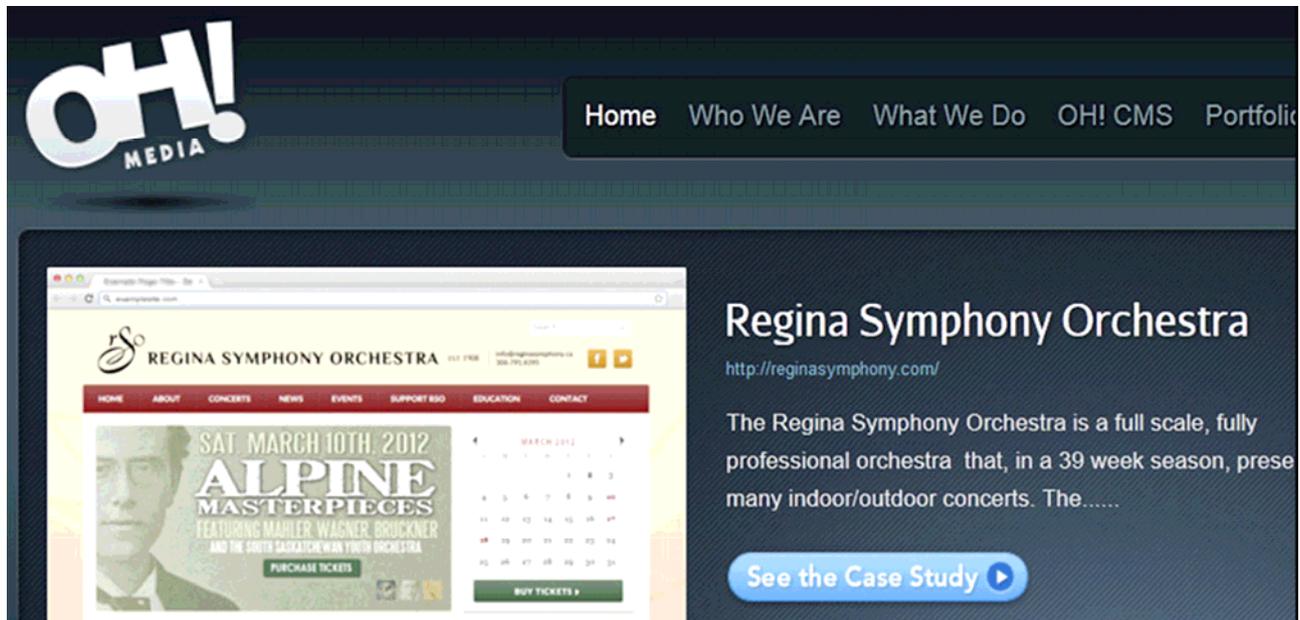
Questo è un altro esempio in cui il messaggio della call-to-action **riassume i punti sopra espressi**, per gli utenti che non si sono soffermati a leggere.

Ulteriori informazioni dopo la call-to-action

The screenshot shows a landing page for the book 'MOBILE WEB DESIGN' by Cameron Moll. The page features a central image of a mobile phone displaying the book cover. To the left of the phone, there is a text block titled 'A web standards approach for delivering content beyond the desktop' followed by a paragraph of text and a 'REASONS TO BUY' section with a bulleted list. To the right of the phone, there is a 'PURCHASE BOOK' button, a price starting at \$0.99, a 'DOWNLOAD free SAMPLE' button, and a 'PRINT VERSION' button. A quote from a reviewer is also visible at the bottom right.

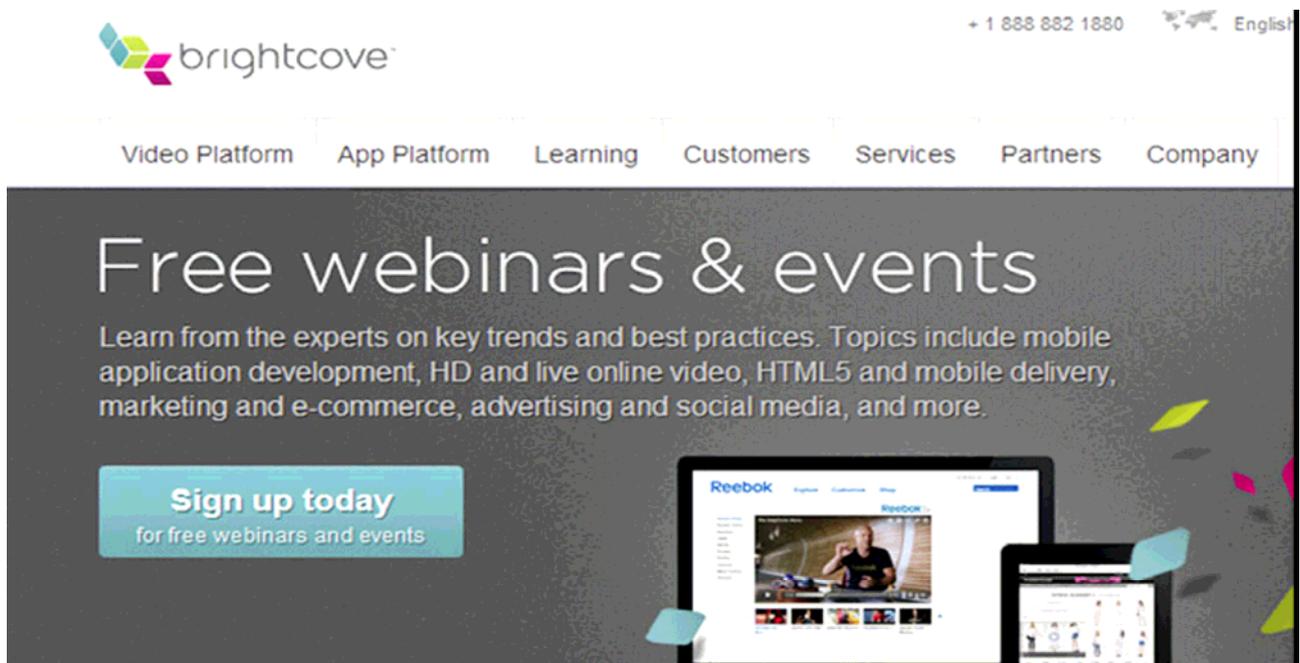
Il testo scritto sotto la call-to-action fornisce **ulteriori informazioni e dettagli sull'offerta**. In questo modo si crea un **senso di chiarezza e trasparenza**, stabilendo delle precise **aspettative** negli utenti che leggono e cliccano.

*Alletta i tuoi utenti, incuriosiscili*



Ecco una CTA che offre agli utenti della pagina delle informazioni sufficienti per far sì che compiano il passo successivo senza troppi approfondimenti. Il testo scritto sopra la call-to-action non viene nemmeno completato (...) ma serve come **anteprima**, per **allettare le persone a continuare la lettura**.

*Rafforza il messaggio ed i benefici anche nella CTA*



Ormai è chiaro che bisogna dare **informazioni specifiche, sintetiche e altamente mirate** nelle CTA. Brightcove fornisce un altro esempio di successo: già il testo in alto spiega quali sono i benefici dell'offerta "free webinars and events", e la call-to-action li **ribadisce**.

*Esprimi chiaramente il valore di ciò che offri*

**Web templates for iph**

- ✓ **Save time and money, focus on development**  
Web templates are ready to use, just add your images and text
- ✓ **Easy implementation and customizations based on your needs**  
Templates are professionally crafted and easy to use (→ [Watch tutorial on Vimeo](#))
- ✓ **One payment = unlimited access**  
We are constantly working on new templates ([Follow us on Twitter](#))

**Unlimited access for ~~\$149~~ \$50**

*join the club now* →

iPhone Website Templates & iPad Website Templates

Questa CTA **esprime chiaramente il valore** di ciò che viene offerto. Cliccando sul pulsante si otterrà un accesso illimitato ai modelli web, ricordando lo **sconto** da \$149 a \$50.

*Una call-to-action forte in un contesto non coinvolgente*

XSI Press < > [XS International makes Aldea Solutions' Olympic Team](#) Tuesday, June 12, 2012 13:15:00

### Lowering the Total Cost of IT Ownership

### Federal & Enterprise IT Services

XS International (XSi) is an IT services company that specializes in Cross-Platform OEM and Alternative IT Maintenance, Data Center Consolidation, Data Center Relocation, IT Asset Disposition and IT Hardware and Software Sales. We have worked in a variety of industries and with organizations of all sizes, including 9 of the Fortune Top 10, and 20 of the Top 20 Federal Prime Contractors.

XSi helps Federal Agencies, Contractors, Universities and the Commercial Sector stretch their IT budgets without compromising quality or responsiveness. We continue to forge ongoing partnerships with OEMs and professional services firms to provide a mix of OEM and secondary market solutions.

**Tired of the high costs associated with Cisco SMARTnet®?**

**LEARN HOW TO OPTIMIZE YOUR IT COSTS!**

**DOWNLOAD OUR FREE E-PAPER**

**IT Maintenance Quote**

**SUBMIT A LIST OF YOUR EQUIPMENT**

Se il contesto in cui inserisci la CTA non è coinvolgente, la CTA stessa deve diventarlo per **trasmettere un messaggio forte e convincente**.

I'm feeling web!

**REVOLUTIONARY ART MAGAZINE**

Master Artists & connoisseurs share their ideas and techniques through in-depth, interactive articles.

**\$18** /year  
\$4.50 per issue

**ONLINE + PDF** ✓

**\$14** /year  
\$3.50 per issue

**ONLINE ONLY**

**SUBSCRIBE**  
or [watch the video](#)

No fluff. No Ads. Just great articles with video, high resolution images, step-by-steps, and other interactivity.

*Testo e approfondimenti oltre alla CTA*

Il **testo** che compare attorno alla call-to-action di questo esempio **contribuisce al suo impatto sull'utente**. Sotto al pulsante "SUBSCRIBE" evidenziato, compare un **ulteriore link di approfondimento**, per ottenere informazioni su quanto si ottiene di vantaggioso.

Una Call To Action così strutturata fa al caso tuo?

- È intetica, semplice, immediata
- fornisce subito un beneficio o una promessa di beneficio all'utente
- è invitante ed incuriosisce
- stimola all'azione immediata (subito) ed invita ad approfondire (scopri)



## Web Marketing call-to-action efficaci



**hai già ottimizzato le tue CTA?**  
contattami x informazioni o consulenze marketing e SEO

[Storti Chiara Francesca](#) *Web Developer e Consulente SEO WebMarketing*

