



Da un “sito bello” a un sito che vende

*La checklist completa per chi gestisce
**cantine, strutture ricettive o vende
esperienze turistiche** e vuole
trasformare il proprio sito in una fonte
costante di **contatti e clienti paganti**.*



Sito Web: un costo o uno strumento che converte?

Il sito è l'unico spazio online davvero tuo. Non dipende dagli algoritmi di Instagram, non paga commissioni a Booking, non sparisce se una piattaforma cambia le regole.

E oggi c'è un motivo in più per curarlo. Quando qualcuno chiede a un'AI: "Qual è la migliore cantina da visitare in Piemonte" o cerca un "Agriturismo con piscina nel Monferrato", le intelligenze artificiali attingono alle informazioni disponibili online.

Un sito ben strutturato, con contenuti chiari e aggiornati, aumenta le probabilità che la risposta includa te.

Eppure, per molte cantine e strutture ricettive, il sito è ancora oggi una brochure digitale: **bella da vedere, ma incapace di portare contatti**, raccogliere prenotazioni, costruire una lista di clienti a cui tornare a parlare nel tempo.

Uno dei nostri clienti, una cantina del Monferrato, quando ha iniziato a lavorare con noi aveva un sito attivo da anni, con una sezione news popolata con regolarità, ma senza una strategia editoriale orientata alla ricerca.

Dopo un anno di lavoro sui contenuti SEO, **i visitatori sono cresciuti del 43%. Persone che cercavano attivamente esperienze in quel territorio** e sono arrivate direttamente sul sito, prenotando visite e degustazioni, senza passare da nessun intermediario.

Il tuo sito può (e dovrebbe!) essere uno strumento di marketing che ti porta risultati reali e misurabili.

In altre parole, un flusso costante di contatti in target e di clienti paganti.

Questo significa che deve essere progettato apposta con questo scopo, e deve essere strutturato tenendo conto del settore in cui operi e delle caratteristiche uniche della tua attività.



Se:

- non sai se il tuo sito sta già funzionando al meglio o se può essere migliorato
- hai un sito ma non ti porta prenotazioni
- già sai che potresti ottenere molto di più, ma non sai come fare
- stai valutando di farti fare un sito e vuoi assicurarti di investire bene il tuo denaro

allora questa checklist è fatta apposta per te.

Prenditi un po' di tempo in piena concentrazione per compilarla. Puoi stamparla, oppure compilarla direttamente da pc o smartphone.

Alla fine, **saprai esattamente cosa sta funzionando, cosa no, e da dove ti conviene partire** per ottenere un sito strategico, che inizi a portarti con regolarità clienti paganti.

Sai già di poter ottenere molto di più dal tuo sito web e ti serve qualcuno che ti aiuti a farlo?

Parliamone insieme: ti proponiamo una prima chiacchierata gratuita per capire da dove conviene partire.

Candidati per una call gratuita





Chi siamo

Siamo Martina e Daniele e aiutiamo le aziende turistiche a ottenere un flusso costante di contatti e di clienti paganti.

La voriamo con cantine, agriturismi, strutture ricettive, enti di promozione territoriale e quelle attività che offrono esperienze autentiche e momenti speciali da vivere.

Negli anni, il nostro lavoro ci ha insegnato una cosa che vale più di qualsiasi tecnica: le persone non cercano solo un posto dove dormire o una bottiglia da comprare.

Cercano un'esperienza che valga il viaggio, una storia che valga il ricordo.

Noi facciamo in modo che quella storia arrivi alle persone giuste... Prima che arrivino le OTA a raccontarla al posto tuo.

Più che nella teoria, crediamo nella pratica costante: ogni giorno, testiamo nuove strategie e tattiche su (www.percorsimonferrato.com), il nostro portale dedicato alla promozione del Monferrato (che registra + di 500.000 visualizzazioni / anno), per poi **applicare al marketing dei nostri clienti tutte le novità che funzionano meglio** e che permettono di massimizzare i risultati.

Oggi lavoriamo con realtà di tutta Italia che vogliono costruire **qualcosa di duraturo**: una presenza online coerente, una reputazione che si costruisce nel tempo, un pubblico che li sceglie e che torna.

Questa checklist è il primo passo dal quale partire.



1. Design e usabilità:

si **no** **non so**

- La navigazione è intuitiva e facile da seguire? ☐
- Il sito è ottimizzato per dispositivi mobili? Si vede e si naviga bene anche da smartphone? ☐
- Il bottone dei contatti o delle prenotazioni è visibile già prima di effettuare uno scroll? ☐

2. Contenuto:

si **no** **non so**

- I testi anticipano l'esperienza che l'utente vivrà da te, o descrivono solo prodotti o servizi? ☐
- Le fotografie trasmettono fedelmente l'atmosfera e l'esperienza che il cliente troverà dal vivo? ☐
- Il tono e lo stile del testo sono coerenti con l'identità, i valori e il carattere della tua struttura? ☐
- Sono presenti recensioni e testimonianze che costruiscono fiducia? ☐

3. Performance e velocità di caricamento:

si **no** **non so**

- Il sito si carica sia da smartphone che da pc in massimo due secondi? ☐
- Le pagine e tutte le immagini si caricano correttamente? ☐
- La navigazione avviene senza messaggi di errore o link non funzionanti? ☐

4. Interazione e funzionalità:

si **no** **non so**

- È possibile prenotare o richiedere informazioni dal sito, senza passare da piattaforme esterne? ☐
- C'è almeno un punto nel sito in cui viene chiesto al visitatore di lasciare il proprio contatto in cambio di qualcosa di utile (un'offerta, una guida, un'anteprima)? ☐
- Le Call To Action sono posizionate in modo strategico per massimizzare la conversione? ☐



5. **Contenuti e ricerca:**

si **no** **non so**

- Sai quali parole usa il tuo potenziale ospite su Google per cercare un'esperienza come la tua? ☐
- Hai una sezione blog o news aggiornata con contenuti utili per chi sta pianificando una visita o un soggiorno nella tua zona? ☐
- Ci sono pagine dedicate al territorio in cui ti trovi che possono attrarre visitatori interessati alla zona prima ancora che alla tua struttura specifica? ☐
- Hai contenuti ottimizzati per attirare visitatori nei periodi di bassa stagione con proposte, pacchetti o esperienze dedicate? ☐

6. **Visibilità locale:**

si **no** **non so**

- Il tuo sito compare tra i primi risultati quando si cerca la tua attività per nome, nella modalità in incognito? ☐
- Compari nei risultati quando si cerca un'esperienza come la tua nella tua zona? (es. "cantina visitabile [provinciale]", "agriturismo [regione]") ☐
- Le pagine del tuo sito sono collegate alla tua scheda Google Business Profile? ☐

7. **Struttura e tecnica**

si **no** **non so**

- Ogni pagina del sito ha un titolo chiaro che descrive esattamente cosa offre e dove ti trovi? ☐
- Le fotografie del sito hanno descrizioni testuali, utili sia per Google che per chi non riesce a vederle? ☐
- Gli URL del sito sono semplici, descrittivi, senza caratteri speciali o numeri generici? ☐
- Tutti gli elementi (titoli, meta description, URL, Alt Tag) sono utilizzati per ottimizzare il contenuto della pagina? ☐



8. Sicurezza:

si no non so

- Il sito utilizza certificati SSL per garantire una connessione sicura? ☐
- Sono state prese precauzioni per proteggere i dati degli utenti? ☐
- La navigazione avviene senza segnali di vulnerabilità o avvisi di sicurezza? ☐

9. Gdpr / Cookie policy

si no non so

- Sono presenti Privacy Policy e Cookie Policy? ☐
- Nella privacy policy sono inclusi tutti gli elementi richiesti dalla Legge? ☐
- La cookie policy spiega in modo dettagliato quali cookie vengono utilizzati, per quali scopi, e come gli utenti possono gestire le proprie preferenze o revocare il consenso? ☐

10. Analisi delle performance:

si no non so

- Sai quante persone visitano il tuo sito ogni mese e da dove arrivano? ☐
- Sai quante di queste persone compiono un'azione concreta, come una prenotazione, una richiesta, un'iscrizione? ☐
- Riesci a distinguere i visitatori che arrivano dalle OTA da quelli che ti trovano direttamente? ☐



Tiriamo le somme

Congratulazioni: il fatto che tu sia qui, alla fine di questa guida, dice già molto.

Significa che il tuo sito ti sta a cuore, e che vuoi capire davvero se sta funzionando.

Ora hai un quadro molto più chiaro di prima.

Se hai risposto "sì" alla maggior parte delle domande, sei sulla buona strada.

Probabilmente manca ancora qualcosa per trasformare il tuo sito in una fonte costante di contatti e prenotazioni dirette, ma le fondamenta ci sono: **da qui puoi iniziare a crescere!**

Se hai risposto spesso "non so", questo è il segnale più importante di tutti: stai investendo tempo e denaro su uno strumento che non riesci a controllare. **Prima di fare qualsiasi altra cosa, hai bisogno di capire cosa sta succedendo davvero.**

Se hai risposto "no" a molte domande non ti preoccupare: non considerarlo un problema, ma un punto di partenza. Significa che c'è molto spazio per migliorare, e che **ogni passo nella direzione giusta può fare una differenza concreta** sul numero di prenotazioni, di contatti e di clienti che tornano.

In tutti e tre i casi, non devi affrontare questo lavoro in solitaria. Noi possiamo aiutarti a:

- ottenere più prenotazioni dirette
- ridurre la dipendenza dalle OTA
- aumentare la fidelizzazione dei clienti raggiungendoli nel momento giusto.

Per lavorare con la cura e l'attenzione che ogni progetto merita, seguiamo un numero limitato di progetti alla volta. Scegliamo le realtà per le quali crediamo di poter fare la differenza e con le quali possiamo costruire qualcosa di concreto e duraturo.

Raccontaci la tua attività e i tuoi obiettivi: valutiamo insieme se e come possiamo aiutarti, senza impegno.

Candidati per una call gratuita





**Vuoi trasformare il
tuo sito in una fonte
di *nuovi contatti* e di
clienti paganti?**

Contattaci!

www.andumadigitalstudio.it
info@andumadigitalstudio.it