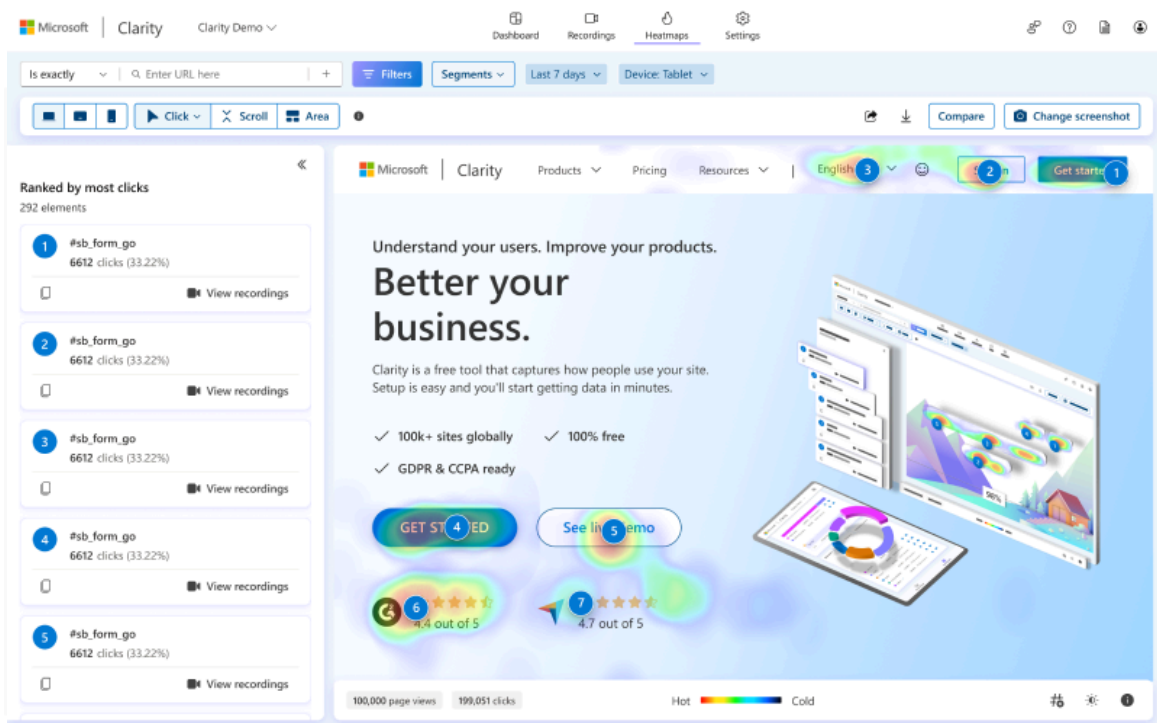


Usare Microsoft Clarity per Aumentare le Conversioni del Tuo Sito Web




La guida pratica per scoprire perché i visitatori non si trasformano in clienti


Introduzione

Il tuo sito web riceve visite. Magari anche tante.

Ma il telefono non suona. La casella email rimane vuota. E tu ti chiedi: *"Ma cosa sta succedendo?"*

Ecco il dato che fa male: il conversion rate medio dei siti web italiani è tra l'1% e il 3%. Su 100 persone che entrano nel tuo sito, solo 1 o 3 chiedono il preventivo.

 La brutta notizia: Probabilmente stai facendo errori di usabilità e comunicazione che non vedi.

 La bella notizia: Questi errori puoi scoprirli e correggerli gratis, usando uno strumento che Microsoft mette a disposizione di tutti: Microsoft Clarity.

In questa guida ti spieghiamo:

- [Cos'è Microsoft Clarity e perché è il tuo migliore alleato](#)
- [Come installarlo in 5 minuti \(senza programmatori\)](#)
- [Come leggere i dati per capire cosa succede davvero](#)
- [Le azioni concrete da fare per aumentare le conversioni](#)
- [Come usare le informazioni per filtrare i dati](#)

1. Il Problema: Stai Perdendo Migliaia di Euro Senza Saperlo

Prima di tutto, capiamo le dimensioni del problema.

Se il tuo sito ha 100 visitatori al mese e un conversion rate dell'1%, stai generando 1 contatto al mese. Se quel contatto vale 500€, stai portando a casa 500€ al mese.

Ma se il tuo conversion rate fosse del 3% (il doppio), porteresti a casa 1.500€ al mese.

La differenza? 1.000€ al mese = 12.000€ all'anno.

E tutto perché stai commettendo errori che non vedi ma che i tuoi visitatori vedono benissimo.

Cos'è Microsoft Clarity? (E Perché Dovresti Usarlo Oggi)

Microsoft Clarity è uno strumento di analisi 100% gratuito che ti permette di vedere letteralmente cosa succede quando le persone navigano il tuo sito web.

Non è come Google Analytics, che ti dice *"100 persone hanno visto la home"*.

Clarity ti mostra:

- Esattamente dove cliccano le persone
- Dove scorrono prima di andarsene
- Dove si bloccano e si frustrano
- Video anonime di come navigano il tuo sito

È come **avere i raggi X** sul tuo sito web.

Perché **Clarity è Diverso** (e Meglio per le Conversioni)

Aspetto	Google Analytics	Microsoft Clarity
Prezzo	Gratuito	Gratuito
Vedi dove cliccano	No	✓ Sì, con heatmap
Registrazioni video	No	✓ Sì, illimitate
Dead clicks/Rage clicks	No	✓ Sì, automatici
Facile da usare	Complicato	✓ Molto semplice
Utile per CRO	Parziale	✓ Perfetto

2. I 4 Dati Chiave di Clarity (Cosa Significano e Come Usarli)

1. Heatmaps (Mappe di Calore)

Una heatmap è una visualizzazione del tuo sito dove i colori mostrano dove le persone cliccano.

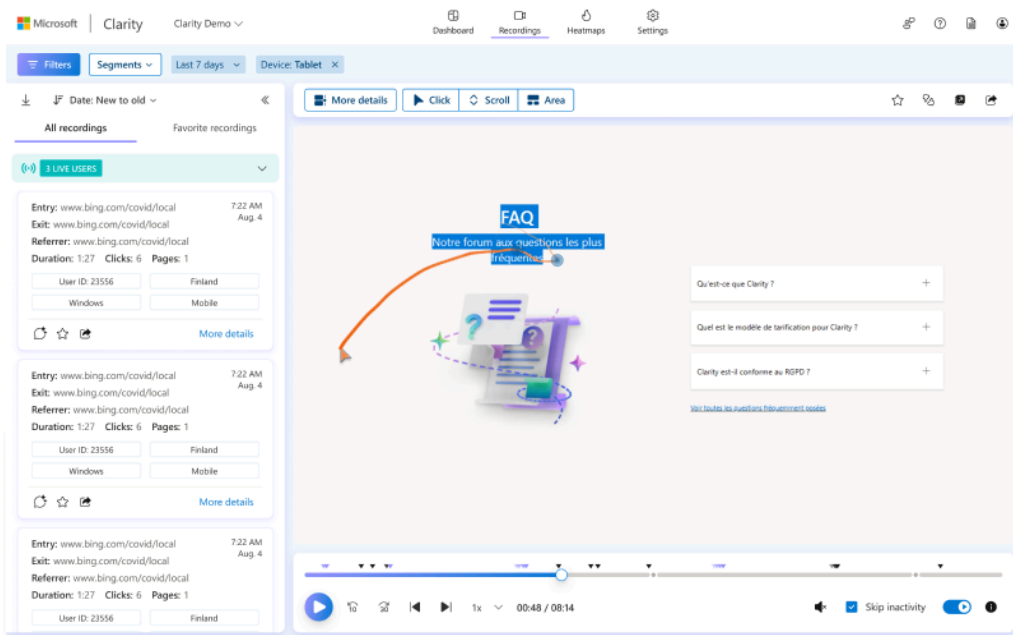
- Rosso/Arancio = molti clic (la gente se ne accorge e clicca)
- Blu = pochi clic (la gente non la vede o non le importa)
- Bianco = nessun clic (zona morta)

Cosa cercare:

- Il tuo pulsante "Richiedi preventivo" è rosso? Perfetto, funziona.
- È blu? Problema. Devi spostarlo, renderlo più grande, cambiare colore, rendere il testo più chiaro.
- La gente clicca su immagini che non sono link? Sono confusi. Rendile cliccabili oppure spostale.

👉 **Caso Reale:** Uno studio legale che abbiamo seguito a Milano aveva un form con 12 campi. Clarity ha mostrato che il 60% abbandonava prima di compilare. Hanno ridotto a 3 campi, spostato il form in alto e cambiato il pulsante a blu. Risultato: conversion rate da 0.8% a 2.1%, +6 contatti al mese, +€30.000/anno. Tempo: 2 ore. Costo: 0€.

2. Session Recordings (Registrazioni Video Anonime)



Guardi video anonimi di come le persone navigano il tuo sito. Vedrai:

- Come arrivano dalla home
- Che cosa leggono
- Dove si bloccano
- Dove scappano

Cosa cercare:

- La persona legge il tuo titolo principale? ☒ Buon segno, il messaggio è chiaro.
- Si ferma sul form? ☒ Bene, lo ha notato.
- Legge il form ma NON lo compila? ☒ Il form è troppo lungo o non piace qualcosa.
- Clicca il pulsante CTA più volte? ☒ Non funziona il link.
- Torna indietro dalla pagina dei prezzi? ☒ Forse il prezzo è un blocco oppure non è chiaro il valore.

Consiglio: Guarda almeno 10-15 registrazioni diverse. Noterai pattern ricorrenti.

3. Dead Clicks e Rage Clicks (I Segnali di Rabbia)

Dead click: L'utente clicca su qualcosa che non è cliccabile.

Rage click: L'utente clicca più volte nello stesso punto (significa "questo non funziona!").

Clarity li traccia automaticamente e li segnala.

Cosa fare:

- Se vedi un rage click su un'immagine: rendila cliccabile oppure aggiungi un link.
- Se vedi un rage click su un pulsante: controlla se il link funziona (potrebbe esserci un bug).
- Se vedi molti rage clicks: significa che gli utenti sono frustrati. È un allarme rosso.



4. Scroll Depth (Quanto Scorrono)

Vedi una percentuale: es. "70% scorrono fino a qui".

Se il 90% dei visitatori se ne va prima di aver visto il tuo pulsante CTA principale (che è in basso), il problema è evidente.

Cosa fare:

Sposta gli elementi importanti più in alto della pagina. Oppure il messaggio iniziale non è convincente.

3. Installazione: 5 Minuti (Senza Programmatori)

☐ Passo 1: Vai al Sito di Clarity

Apri: <https://clarity.microsoft.com/>

☐ Passo 2: Accedi (o Crea un Account)

Usa un account Microsoft (Outlook va bene). Se non ne hai uno, creane uno gratuitamente in 2 minuti.

☐ Passo 3: Crea un Progetto

1. Clicca "Add Project"
2. Nome: "Il nome del tuo sito" (es. "Studio Legale Rossi")
3. URL: Inserisci www.tuosito.it
4. Paese: Italia
5. Clicca "Create"

☐ Passo 4: Copia il Codice

Clarity ti darà un codice JavaScript. Assomiglia a questo:

```
<script type="text/javascript">

(function(c,l,a,r,i,t,y){

    c[a]=c[a]||function(){(c[a].q=c[a].q||[]).push(arguments)};

    // ... resto del codice

})(window, document, "clarity", "script", "xxxxx");

</script>
```

Copia tutto.

☐ Passo 5: Incolla il Codice nel Tuo Sito

Se usi **WordPress**:

1. Vai su Aspetto > Editor di codice (o Tema > Editor di file)
2. Cerca il file header.php
3. Incolla il codice prima del `</head>` (la riga di chiusura della sezione head)
4. Clicca Salva

Se usi un **Page Builder** (Elementor, Divi, Beaver Builder, ecc.):

1. Vai su Impostazioni Sito (o Dashboard > Impostazioni)
2. Cerca una sezione chiamata "Custom Code", "Head Code", "Codice personalizzato" o "Script"
3. Incolla il codice
4. Salva

Se usi **Shopify**:

1. Vai su Impostazioni > File tema
2. Modifica il file theme.liquid
3. Incolla prima di `</head>`

Se non sai dove incollarlo:

Contatta il tuo hosting provider o il tuo web designer. Il lavoro dura 2 minuti massimo. Spendi 10€ di supporto, non è niente.

☐ Passo 6: Aspetta 24-48 Ore

Clarity ha bisogno di raccogliere dati dal tuo sito. Dopo 1-2 giorni, torna su clarity.microsoft.com, accedi e vedrai i dati iniziare a comparire.

4. Come Leggere i Dati (E Capire Cosa Significano)

- **Step 1: Guarda la Dashboard**

Quando accedi, vedrai il dashboard con questi numeri:

- Sessioni totali: Quante persone hanno visitato
- Utenti unici: Quante persone diverse
- Pagine per sessione: Quante pagine in media visitano
- Scroll depth: Quanto scorrono in media
- Tempo di attivazione: Quanto tempo passano attivamente sul sito (senza contare inattività)

Non è la parte importante. La parte importante è guardare le heatmap e i video.

- **Step 2: Guarda le Heatmaps**

1. Nel menu sinistro, clicca "Heatmaps"
2. Seleziona la pagina che vuoi analizzare (solitamente la Home)
3. Scegli il tipo:
 - Click = dove cliccano
 - Scroll = come scorrono
 - Move = dove spostano il mouse

Cosa cercare:

- Il tuo pulsante CTA è rosso/arancio? Ottimo.
- È bianco/azzurro? Sposta in alto, rendilo più grande, cambia colore.
- La gente clicca su cose strane? Sono confusi.

- **Step 3: Guarda le Session Recordings**

1. Nel menu, clicca "Session Recordings"
2. Seleziona la pagina
3. Clicca su una registrazione video casuale
4. Guarda il video intero (utilizza il pulsante "Skip Inactivity" per saltare le pause)

Cosa cercare:

- La persona legge il tuo titolo? ☒ Messaggio chiaro.
- Si ferma sul form? ☒ Lo ha visto.
- Compila il form? ☒ Conversione!
- Torna indietro? ☒ Qualcosa non ha funzionato.

 **Consiglio PRO:** Guarda 10-15 registrazioni diverse e prendi note. Vedrai i pattern.

Step 4: Guarda i Problemi Automatici

Nel dashboard, Clarity ti mostra automaticamente:


- Dead clicks: Dove la gente clicca ma non succede nulla
- Rage clicks: Dove la gente clicca con rabbia
- JavaScript errors: Errori tecnici che bloccano il sito

Questi sono allarmi rossi. Risolvili subito.

Step 5: Usa i Filtri per Approfondire

Puoi filtrare i dati per vedere solo:

- Mobile vs Desktop
- Persone che hanno visto una pagina specifica
- Persone che hanno fatto un'azione specifica (es. hanno cliccato il CTA)
- Un periodo di tempo specifico
- Persone da una città o paese specifico

 **Caso reale:** Un'agenzia ha notato che il 90% dei rage clicks arrivavano da mobile. Hanno ottimizzato i pulsanti per mobile e i rage clicks sono scesi del 70%.

5. Le 5 Azioni Concrete da Fare OGGI

Una volta che hai guardato i dati di Clarity, metti in pratica queste azioni:

Azione 1: Se il Form è Troppo Lungo

Cosa fare: Riduci a massimo 3 campi obbligatori:

- Nome
- Email
- (Opzionale: una domanda tipo "Che servizio ti interessa?")

Il resto lo chiedi dopo, via email o telefono.

Dato: Ogni campo aggiuntivo riduce le conversioni del 20-30%. – **Tempo: 15 minuti**

Azione 2: Se il CTA è Invisibile

Cosa fare:

- Rendilo più grande (minimo 200px di larghezza)
- Cambia colore (usa un colore che contrasta con lo sfondo)
- Spostalo più in alto (non aspettare che la gente scorra)
- Cambia il testo da "Contatti" a qualcosa di specifico:
 - "Richiedi preventivo gratuito"
 - "Prenota una call senza impegno"
 - "Scarica il listino"

Tempo: 20 minuti

Azione 3: Se la Gente Non Capisce Cosa Offri

Cosa fare: Riscrivi il titolo principale (headline).

- **PRIMA:** "Agenzia web design per PMI"
- **DOPO:** "Aumentiamo i tuoi contatti con siti web che convertono davvero"

Il primo parla di te. Il secondo parla del beneficio per il cliente.

Tempo: 30 minuti

Azione 4: Se Vedi Molti Rage Clicks

Cosa fare:

- Controlla che tutti i link funzionino
- Se un elemento ha molti rage clicks, gli utenti cercano di cliccarci ma non riescono
- Rendi cliccabili le immagini oppure aggiungi bottoni sopra

Tempo: 20 minuti

Azione 5: Se il 90% Abbandona Prima del CTA

Cosa fare:

- Il CTA è troppo in basso, oppure
- Il messaggio iniziale non è convincente






Prova:

1. A spostare il CTA più in alto
2. A rendere il titolo più forte
3. A aggiungere un'immagine o video che cattura l'attenzione

Tempo: 40 minuti

6. Quando Chiedere Aiuto Professionista

Se:

-  Il tuo sito ha <50 visite al mese (i dati sono troppo pochi)
-  Hai guardato Clarity ma non capisci cosa fare
-  Hai implementato le azioni ma il conversion rate non sale
-  Vuoi che qualcuno lo faccia per te
-  Noti problemi tecnici che non sai come risolvere

...allora potremmo aiutarti.

In Martem Studio analizziamo siti web con Clarity e aumentiamo le conversioni. Non è una guida generica: è un'analisi vera, specifica per il TUO sito.

[Prenota una call gratuita di analisi](#)

Facciamo un'analisi vera con Clarity, leggiamo i tuoi dati e ti diciamo esattamente cosa fare. Senza pagare niente, senza impegno.

Email: hello@martemstudio.com

Checklist: Sei Pronto a Iniziare?

Prima di finire, verifica:

- ☐ Account Microsoft Clarity creato?
- ☐ Codice installato sul sito?
- ☐ Hai aspettato 24-48 ore di raccolta dati?
- ☐ Hai guardato almeno 10 session recordings?
- ☐ Hai notato dove la gente si blocca?
- ☐ Hai annotato i 3 principali problemi?
- ☐ Hai implementato almeno 2 delle 5 azioni?

Se **sì** a tutti, sei a buon punto. Aspetta 2-3 settimane e misura i risultati.

Conclusione

Microsoft Clarity non è uno strumento "nice to have". È il ponte tra il sito che hai e il sito che potrebbe essere. Non è il numero di feature che conta. È quello che scopri sui tuoi visitatori reali. Un sito con 1% di conversion rate fatto male potrebbe costarti migliaia di euro in opportunità perse ogni anno. Clienti che arrivano, vedono confusione, e se ne vanno. Senza sapere che se ne sono andati. Un sito con 3% di conversion rate fatto bene potrebbe portarti contatti per anni. Perché hai visto i video, hai capito cosa la gente cerca, e hai dato loro esattamente quello.

- La domanda giusta non è "quanto mi costa Clarity?" (è gratis).
- La domanda è: **"quanto mi costa NON sapere cosa sta bloccando i miei clienti?"**

Se quella domanda ha una risposta importante e sospetto che ce l'abbia allora devi agire oggi. Non tra una settimana. Non tra un mese. Oggi.

Perché ogni settimana che passa senza sapere dove si bloccano i tuoi visitatori, è un giorno di opportunità perduta.

Guarda i dati, correggi e misura. Non è complicato. Non è costoso. È efficace.

Chi siamo: Martem Studio

Noi crediamo che il digitale debba essere **chiaro, moderno e umano**. Non creiamo semplici siti web: costruiamo esperienze digitali che trasmettono fiducia, coerenza e valore reale.

Ogni progetto parte dall'ascolto dei tuoi bisogni, dalla comprensione di chi sono i tuoi clienti, e dall'attenzione costante all'esperienza utente.

Trasformiamo la complessità del mondo online in un linguaggio accessibile e autentico, perché **ogni pixel deve parlare**.

Lavoriamo soprattutto con PMI, startup e professionisti a Parma e provincia che vogliono un partner trasparente, capace di unire la velocità di una realtà giovane con un metodo solido e orientato a risultati concreti.

Vuoi parlarne? - Email: hello@martemstudio.com

Se stai valutando un nuovo sito e hai dubbi su budget, strategia o semplicemente vuoi capire se ha senso fare il passo, **contattaci per una conversazione senza impegno**.

Non vendiamo il sito "più economico", progettiamo e ti facciamo investire per il sito giusto per la tua attività.

Note e fonti

I dati di conversion rate e le percentuali citate in questa guida sono medie di mercato relative a PMI italiane nel 2024-2025. Ogni sito è unico e i risultati variano in base a settore, audience, qualità del traffico e obiettivi specifici. Questi dati non rappresentano i risultati di Martem Studio, ma sono statistiche di settore pubbliche.

