

Il commercio si muove più rapidamente su Shopify

Perché i siti Shopify sono più veloci e generano più conversioni



Sommario

01

Executive summary

→ pagina 3

02

Le continue sfide legate all'offerta di esperienze commerciali performanti

→ pagina 5

03

Che cosa rende così forte l'infrastruttura di Shopify

→ pagina 8

04

Come la velocità dei siti influisce sui tassi di conversione

→ pagina 12

05

Shopify aumenta la velocità e il tasso di conversione del tuo sito

→ pagina 14

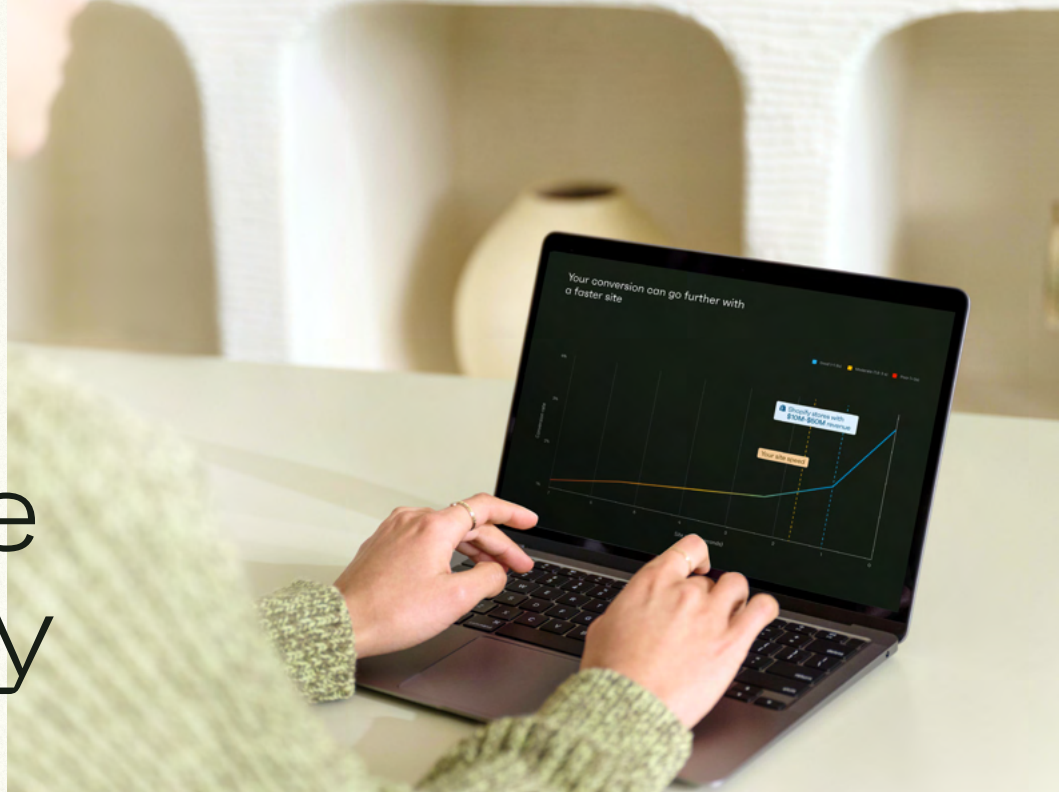
06

Crescita esponenziale dell'attività grazie all'aumento di appena mezzo secondo della velocità del sito

→ pagina 16

01

Executive summary



Mezzo secondo non sembra poi così tanto. Ma nel mondo dell'e-commerce può fare un'enorme differenza per gli acquirenti. Secondo i dati e le ricerche di Shopify, mezzo secondo può avere un effetto considerevole sul tasso di conversione e sull'intero percorso del cliente.

La lentezza del sito ha conseguenze che vanno ben oltre i tuoi profitti. Oltre a perdere clienti ed entrate, devi anche sottrarre risorse ingegneristiche all'innovazione per destinarle alla risoluzione di una serie potenzialmente molto lunga di difficoltà alla base del problema. Il miglioramento delle performance della pagina web consente alle aziende come la tua di ottenere una maggiore autonomia sul proprio sito e di riallocare le risorse di ricerca e sviluppo ai progetti fondamentali che permettono a un'impresa di distinguersi.

Il nucleo della filosofia di sviluppo di Shopify consiste nell'affrontare le complessità per i nostri clienti in modo che non siano loro a doverlo fare. Prendiamo questa filosofia molto sul serio e siamo orgogliosi di poter affermare che i risultati del nostro lavoro sono stati confermati da dati pubblici basati sul mondo reale.

Di seguito è riportato un breve riepilogo di ciò che abbiamo rilevato:

1,8x

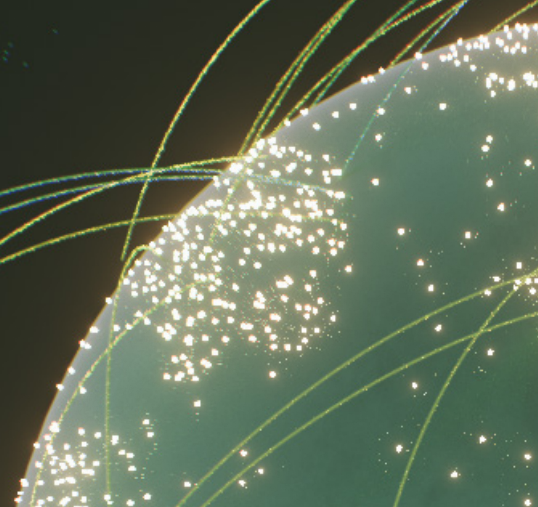
I negozi Shopify sono i più veloci al mondo, con un rendering 1,8 volte più veloce rispetto ai negozi su altre piattaforme.

93%

Il 93% dei brand su Shopify ha un negozio veloce, una percentuale più alta rispetto a quella di qualsiasi altra grande piattaforma commerciale.

0,5 s

Migliorando di mezzo secondo la velocità del proprio sito, il tasso di conversione potrebbe aumentare.



01 Executive summary

In questa guida analizzeremo come un sito web più veloce può aumentare il tasso di conversione. Esamineremo inoltre come Shopify offre ai propri merchant i siti più veloci in commercio, basati su un'infrastruttura di prim'ordine che riduce il tempo e le risorse necessarie per crearne uno.



Un breve appunto: parleremo di alcuni dei dettagli tecnici che contribuiscono a rendere veloce un sito web. Se ti incuriosisce di più sapere come la velocità di un sito influisce sui profitti, [clicca o premi qui per passare oltre](#).

Metodologia e definizioni

Prima di guardare ai risultati, esaminiamo nel dettaglio la metodologia che abbiamo utilizzato per condurre la nostra analisi, nonché alcune definizioni standard del settore a cui faremo riferimento in questo report.

- **Il presente report è basato sui dati di Google accessibili al pubblico.** Google aggrega i dati relativi alla velocità dei siti web di utenti reali e li presenta pubblicamente nell'ambito del metodo standard del settore per la misurazione delle performance: Core Web Vitals (CWV).
- Quando affermiamo che i negozi Shopify sono i più veloci al mondo, utilizziamo calcoli basati sui dati dei Core Web Vitals di Google relativi a circa 200.000 siti provenienti da un campione di tutte le fasce di entrate e di tutte le principali piattaforme commerciali.
- Le dimensioni del nostro campione per questo studio includono soltanto le vetrine virtuali create in maniera nativa su Shopify. Questo report evidenzia la velocità di un sito su Shopify per impostazione predefinita, perciò abbiamo escluso dalla nostra analisi le creazioni headless. Tuttavia, la nostra suite di strumenti headless consente ai brand di livello aziendale di creare esperienze personalizzate di prim'ordine.


200.000

sono i siti utilizzati per calcolare e supportare la nostra affermazione

Il presente studio ha analizzato le performance delle homepage sulla base di due metriche, quali:

Il Time to First Byte (TTFB), a cui facciamo riferimento in questo report come velocità dei server, è il tempo impiegato dal server che ospita un sito web per rispondere al browser di un cliente. Si tratta di un'indicazione chiara della qualità dell'infrastruttura sottostante.

La metrica **First Contentful Paint (FCP)**, a cui facciamo riferimento in questo report come velocità dei siti, misura il tempo necessario affinché il primo elemento di una pagina (come una scritta o un'immagine) diventi visibile all'utente.

Potresti aver notato che abbiamo utilizzato l'FCP anziché l'LCP (Largest Contentful Paint), che rientra a sua volta tra le metriche dei Core Web Vitals. L'LCP è importante, tuttavia è fortemente influenzata da fattori come temi più lenti o un elevato numero di plugin di terze parti, caratteristica che rende difficile (e scorretto) utilizzare un riferimento di questo tipo per misurare la velocità dei siti.

02

Le continue sfide legate all'offerta di esperienze commerciali performanti



Tutti i retailer del pianeta concorderebbero sul fatto che un sito web veloce è fondamentale per avere successo. Il problema è che costruire l'infrastruttura necessaria per supportarlo rappresenta ancora un'enorme sfida. Due sono i fattori decisivi che rendono l'infrastruttura dei server un vero grattacapo per alcuni dei CTO e CIO più esperti al mondo, ovvero:

1

L'aumento dei costi dell'infrastruttura dei server

2

Riuscire a stare al passo con la velocità dell'innovazione

L'aumento dei costi dell'infrastruttura dei server

Sarà capitato a tutti di vedere che i propri business case per la creazione di un'infrastruttura di server più moderna non hanno preso molto piede. Molti dirigenti non tecnici concorderebbero sul fatto che la velocità di un sito è importante, ma anche **costosa**. Lo stesso vale per il personale che si deve assumere (e fidelizzare) per mantenere il tutto perfettamente funzionante.

L'infrastruttura IT rappresenta spesso una delle spese più elevate per un rivenditore D2C e questi costi sono aumentati costantemente negli ultimi anni, senza accennare a fermarsi. Secondo i [dati BLS](#) più recenti, si prevede che entro il 2024 i servizi cloud costituiranno il 14,2% delle spese per il settore informatico, con un aumento rispetto al 9,1% registrato nel 2020.

È facile guardare indietro al 2006, quando i servizi cloud sono diventati maggiormente accessibili per le aziende e hanno promesso di ridurre i costi in maniera significativa. E certamente sono molto più convenienti di qualsiasi soluzione locale che si possa creare, soprattutto con il livello di traffico che un sito web di ecommerce deve gestire, ma, come abbiamo visto nell'ultimo ventennio, i server cloud sono ancora molto costosi da configurare e mantenere.



14,2%

è la percentuale rappresentata dalle spese IT destinate ai servizi cloud, prevista per il 2024

I modelli di prezzo variano a seconda del venditore e fluttuano in base alle esigenze dell'impresa, ma le tipiche aziende di medie dimensioni possono arrivare facilmente a spendere fino a \$ 10.000 al mese solo per una rete CDN e le commissioni di hosting. Tali costi non includono i servizi fondamentali di monitoraggio di terze parti, come Splunk o Datadog, strumenti essenziali disponibili a un costo elevato.

Questo dato varia naturalmente in base alla quantità di traffico che viene inviato alla rete CDN, per il quale si deve pagare. Di conseguenza, molte aziende cercano di ridurre le spese mensili accettando notevoli compromessi per il proprio sito web. Molti esperti di performance iniziano riducendo le dimensioni delle immagini dei prodotti nell'intero sito. Sebbene possa portare a un aumento della velocità del sito e a una riduzione dei costi, questa scelta rappresenta un grande compromesso, soprattutto se si compete con rivenditori su Shopify che non sono costretti a optare per questa soluzione.

Una volta implementata la tecnologia, sono necessari collaboratori molto esperti, che richiedono stipendi elevati nel mercato libero. Nel 2024, lo stipendio medio di un ingegnere di infrastrutture supera di poco i \$ 106.000. Applicando questo dato a un tipico organigramma dell'infrastruttura, è evidente che le spese necessarie per coprire tali ruoli aumentano rapidamente.

Anche supportando l'infrastruttura dei server con un team ridotto al minimo, ecco come dovrebbe apparire il tuo organigramma:

Ruolo	Stipendio medio
Responsabile CDN o ingegnere di rete	\$ 122.796
Responsabile sicurezza	\$ 147.426
Responsabile operazioni	\$ 109.739

Nota: questi dati corrispondono agli stipendi medi secondo i dati di Glassdoor accessibili al pubblico. Il compenso effettivo per i candidati di livello senior necessari per questi ruoli varia in base agli anni di esperienza, alle competenze richieste e al luogo.

La prima reazione di fronte a questa tabella è probabilmente duplice. Da un lato, questo team è davvero ridotto al minimo. Per di più, queste persone non farebbero comunque parte dello staff? Nella maggior parte dei casi la risposta è sì. Ma abbiamo visto esempi di rivenditori su Shopify le cui organizzazioni diventano imprese di medie dimensioni con un GMV fino a 10 milioni di dollari senza alcuna risorsa tecnica interna.

Riuscire a stare al passo con la velocità dell'innovazione

Una maggioranza sempre più grande di aziende sta valutando come rimanere al passo con l'innovazione nel mondo dell'e-commerce. Una maggioranza ancora più grande di aziende ha scoperto che questo obiettivo non è soltanto costoso da raggiungere, ma ha anche un ritmo difficile da mantenere. Miglioramenti marginali della latenza di rete si sono rivelati una vera sfida per i matematici con un dottorato e i leader del settore tecnologico non si fanno problemi a parlare apertamente delle proprie frustrazioni.

Secondo Lenovo, il 57% dei CIO ha dichiarato che, se potesse ricominciare da zero, sostituirebbe almeno la metà dell'attuale tecnologia dell'azienda, mentre il 25% ha affermato che la sostituirebbe tutta o quasi. Le aziende hanno risposto eliminando la maggior parte dei sistemi obsoleti e ricominciando da capo, in molti casi lasciando che fosse Shopify a gestire tutte le loro esigenze legate all'infrastruttura.



57%

è la percentuale di CIO che ha dichiarato che, se potesse ricominciare da zero, sostituirebbe almeno la metà dell'attuale tecnologia dell'azienda

25%

è la percentuale che ha dichiarato che la sostituirebbe tutta o quasi

Shopify ha investito molto nell'infrastruttura della piattaforma perché non vogliamo che i nostri clienti debbano preoccuparsi dei costi e delle risorse necessari per espandere la propria attività. Ciò consente ai nostri clienti di dedicare più tempo e allocare un budget superiore ai progetti che generano un valore maggiore per i loro clienti, anziché faticare per costruire (e ricostruire) il proprio sito e l'infrastruttura di server.





03

Che cosa rende così forte l'infrastruttura di Shopify

TTFB più lento

TTFB medio

Shopify

1,99 s

1,4 s

0,51 s

Tutti i piani Shopify sono ospitati interamente sui nostri server, che hanno dimostrato di essere sufficientemente veloci e affidabili per alcuni dei più grandi rivenditori del pianeta. Secondo i Core Web Vitals di Google, un sito Shopify ha in media un Time to First Byte (TTFVFB), o velocità del server, pari a 0,51 secondi. Il TTFB medio delle altre piattaforme commerciali è di 1,4 secondi e il più lento si ferma a 1,99 secondi.



In altre parole, Shopify ha il server più veloce in commercio, mediamente da 2,8 a 3,9 volte più rapido.

Si tratta di strabilianti differenze nella velocità dei server, rese possibili dall'approccio di Shopify nei confronti dell'innovazione e della sperimentazione. Ciò si manifesta in due modi: cospicui investimenti per modernizzare la nostra infrastruttura cloud e consolidamento dei rapporti esistenti con i partner del settore.

Investimenti costanti per modernizzare la nostra infrastruttura cloud



\$ 9,3 mrd

di vendite del Black Friday Cyber Monday nel 2023

Shopify ha investito in maniera consistente per espandere la disponibilità dei nostri server cloud, un dato particolarmente evidente in tre aspetti. Per integrare i nostri punti di presenza già forti in Nord America, abbiamo espanso la nostra flotta di server di Google Cloud in varie sedi in tutta Europa, in modo che il rendering dei siti sia più vicino agli utenti e le aziende siano più vicine ai propri clienti. In aggiunta, utilizziamo anche una rete CDN Cloudflare che conta oltre 300 punti di presenza.

Sebbene questo investimento comporti ogni giorno dei vantaggi per i merchant, ciò non è mai stato così evidente come durante il weekend del Black Friday Cyber Monday nel 2023, quando oltre 61 milioni di consumatori a livello mondiale hanno effettuato acquisti dai brand che usano Shopify, generando 9,3 miliardi di dollari di vendite. Shopify è inoltre la piattaforma preferita dai venditori lampo, che realizzano alcune delle più grandi vendite mai registrate al mondo. E il risultato è un'infrastruttura totalmente temprata dalle battaglie.

Oltre all'espansione dei nostri server basati sul cloud, abbiamo annunciato anche che l'anno scorso i siti Shopify hanno registrato un aumento della velocità pari al 35%. Questo enorme balzo è stato il risultato di diversi cambiamenti fondamentali, tra cui:

- 1 Hosting consolidato, il che significa che ora i contenuti statici condividono lo stesso dominio della tua vetrina virtuale anziché utilizzare `cdn.shopify.com`.
- 2 Le sezioni e i blocchi dei temi possono applicare in maniera intelligente tecniche di caricamento lento in base alla posizione nella pagina.
- 3 I contenuti statici sono ora ospitati nello stesso nome host della tua vetrina virtuale. Quando Shopify era agli inizi, le best practice per i browser consistevano nell'ospitare contenuti statici come immagini, JavaScript e CSS su un dominio separato come `cdn.shopify.com`.



35%

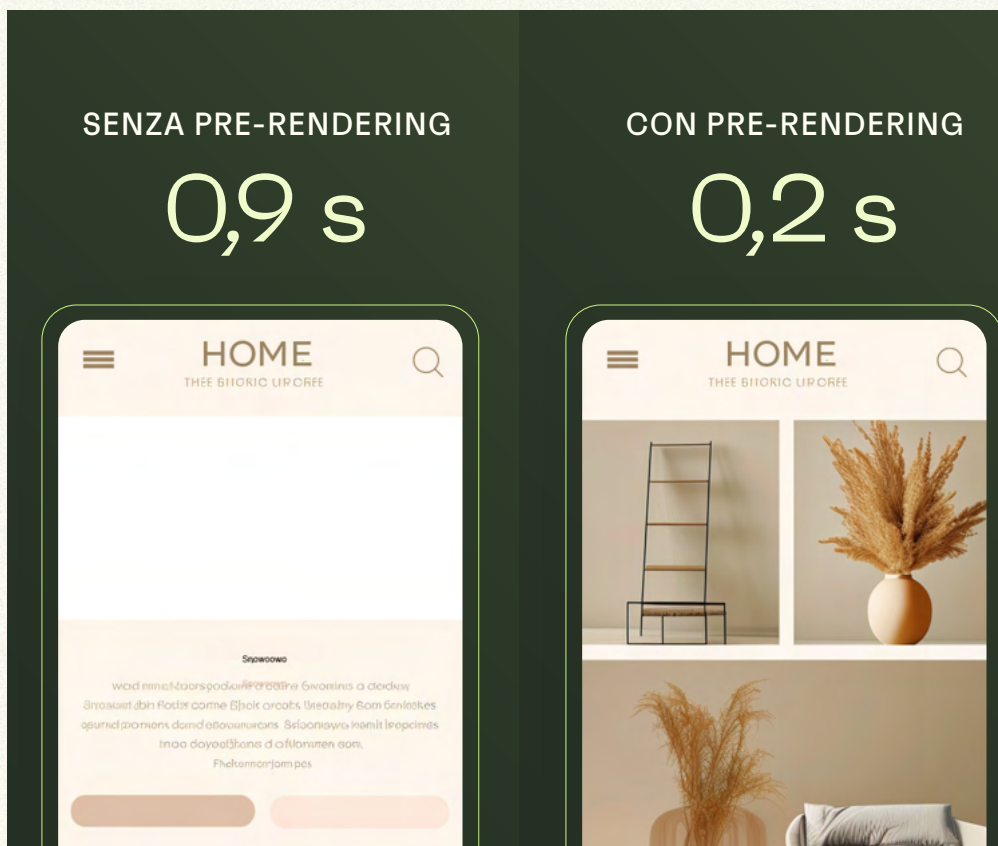
Quest'anno la velocità dei siti Shopify è aumentata del 35%.

Rapporti con i partner del settore

Siamo costantemente alla ricerca di nuovi modi per sperimentare con i nostri partner, nel tentativo di rendere i siti web più veloci per i nostri merchant. Recentemente, abbiamo iniziato a collaborare con Google Chrome per implementare l'API Speculation Rules nei nostri siti. Google Chrome effettua il pre-rendering di una pagina quando un utente digita un URL nella barra di ricerca, inserisce un termine di ricerca nella barra o soddisfa qualsiasi altra condizione in base alla quale un sito web utilizza la propria API Speculation Rules per dire a Chrome di quali pagine deve eseguire il pre-rendering.



Come mostrato qui, l'API Speculation Rules può rendere possibile quello che sembra un rendering quasi immediato di un sito web straordinariamente ricco di contenuti multimediali.



Anche se stiamo ancora sperimentando l'utilizzo di Speculation Rules per i siti Shopify a un livello più ampio, abbiamo iniziato ad attivarla per i siti in misura limitata. Da quando abbiamo cominciato a farlo, abbiamo già notato un miglioramento di 200-300 millisecondi dei tempi di rendering.

Questo non è che un esempio dell'impegno di Shopify verso un'innovazione costante. Nella nostra Edition Inverno 2024, abbiamo annunciato oltre 100 nuovi aggiornamenti dei prodotti aggiornamenti, pensati per aiutare le aziende a migliorare le proprie attività commerciali. Quest'estate annunciamo oltre 150 nuove funzionalità.

Siamo indubbiamente felici di poter affermare che i siti Shopify sono i più veloci in commercio, ma riteniamo anche che sia importante spingersi costantemente oltre i propri limiti ed è per questo che siamo sempre alla ricerca di nuovi modi per sperimentare e migliorare la nostra infrastruttura, al fine di offrire ai clienti siti web ultra veloci.

Lavoriamo inoltre con una vaste rete di partner che collaborano con le aziende per ottimizzare la velocità dei siti, in particolare con l'evolversi dei loro stack tecnologici, che diventano più complessi.

Un esempio è rappresentato da **CQL**, che aiuta i brand Shopify a ottimizzare aree di performance differenti, tra cui:



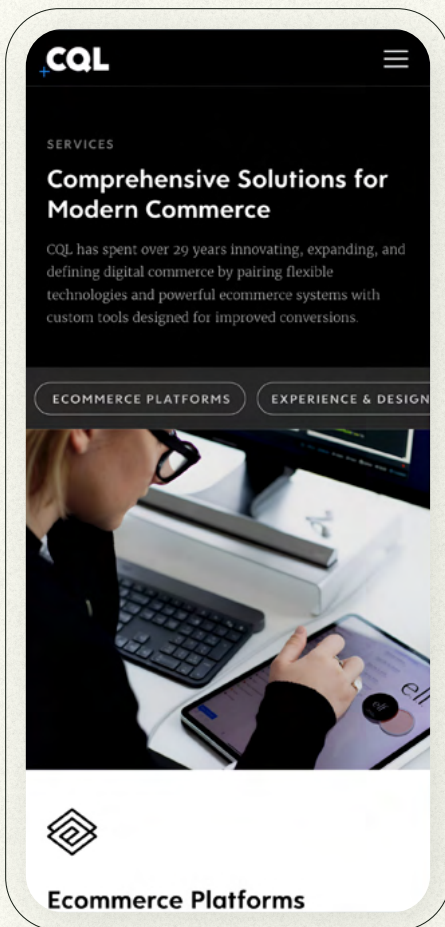
Ottimizzazione e assegnazione di priorità a immagini e contenuti multimediali, utilizzando la rete CDN di Shopify e le best practice adattive in modo che il cliente visualizzi rapidamente i migliori contenuti multimediali d'impatto.



Focus sull'interazione tra gli script e le piattaforme di terze parti, in modo che gli strumenti ottimali che funzionano bene separatamente continuino a farlo in un ecosistema.



Rivisitazione delle sezioni e delle personalizzazioni esistenti per approfittare di nuove funzionalità di Shopify e degli standard prestazionali in continua evoluzione.



Il team di CQL ci dice che allineando gli obiettivi riguardanti le performance ai Core Web Vitals di Google, i loro clienti hanno ottenuto vantaggi significativi in termini di SEO in seguito alla migrazione su Shopify. CQL ci dice inoltre che l'affidabile infrastruttura di hosting di Shopify consente agli sviluppatori di supportare in nuovi modi i progetti legati alla velocità dei siti.

04

Come la velocità dei siti influisce sui tassi di conversione

Bene, ora abbiamo stabilito che l'infrastruttura dei server di Shopify è la migliore in commercio. Ma che cosa significa questo per i profitti? A quanto pare, molte cose.

Abbiamo parlato della velocità dei siti in termini di millisecondi. E sebbene la maggior parte dei siti carichi con una velocità sufficiente per un occhio non allenato, miglioramenti apparentemente piccoli hanno un effetto considerevole sulla conversione. Secondo i dati e le ricerche di Shopify, l'aumento della velocità di un sito di appena mezzo secondo può aumentare il tasso di conversione. Vale inoltre la pena sottolineare che la velocità media dei siti Shopify è pari a 1,2 secondi.

Affermare che i tassi di conversione aumentano come diretta conseguenza di una maggiore velocità dei siti probabilmente non è una grande novità. Tuttavia, vi sono altri vantaggi indirettamente collegati alla velocità dei siti che in ultima analisi influiscono sulla capacità di attrarre, fidelizzare e convertire gli utenti in acquirenti.

Sito più veloce = Aumento del traffico

Sito più veloce = Meno sessioni interrotte

Sito più veloce = Conversione maggiore

Come la velocità dei siti influisce sulla SEO

Nel 2010, Google ha annunciato che avrebbe iniziato a utilizzare la velocità dei siti come nuovo indice nei propri algoritmi di posizionamento nella ricerca. L'azienda ha aggiunto:



Siti più veloci rendono felici gli utenti e i nostri studi interni hanno mostrato che, quando un sito è lento nel rispondere, i visitatori vi trascorrono meno tempo.

Questo dato si è rivelato più volte corretto da quando Google ha annunciato l'aggiornamento dell'algoritmo. Se il tuo posizionamento nelle ricerche peggiora, lo stesso accade alla quantità di traffico ricevuta dal tuo sito web. In definitiva, ciò offre al tuo negozio minori occasioni per convertire in clienti gli utenti che visitano il tuo sito.

Le ricerche mostrano inoltre che gli utenti di Internet sono più impazienti che mai. Di recente, [Semrush](#) ha evidenziato che il bounce rate (o la percentuale di utenti che accede a una pagina e poi la abbandona) è quasi triplicato se la pagina impiega più di tre secondi per caricarsi. Ad esempio, il bounce rate a 2 secondi è pari al 41%. Il bounce rate a 1,5 secondi è del 35%.

Tempi di caricamento delle pagine maggiori aumentano il bounce rate

Tempo di caricamento della pagina	Probabilità di interruzione della sessione
Da 1 s a 3 s	+32%
Da 1 s a 5 s	+90%
Da 1 s a 6 s	+106%
Da 1 s a 10 s	+123%

Fonte: [Semrush](#)

Abbiamo analizzato invece i dati dei CWV di Google che raccogliamo quando un acquirente accede a un sito Shopify e abbiamo scoperto che un aumento di mezzo secondo della velocità del sito può ridurre il bounce rate. Esaminiamo più nel dettaglio come il passaggio a Shopify influisce sulla conversione.

05

Shopify aumenta la velocità e il tasso di conversione del tuo sito



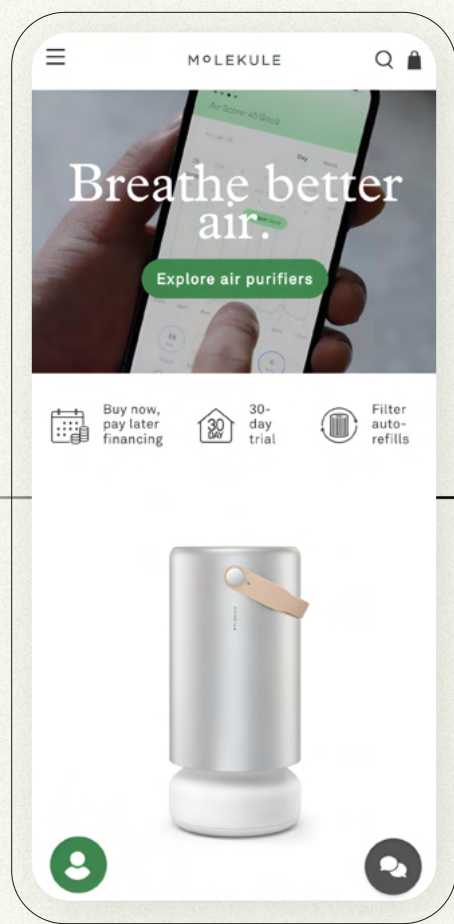
Bene, è giunto il momento di rispondere alla domanda da un milione di dollari: perché dovrei lasciare che sia Shopify a gestire la mia infrastruttura di server?

La risposta è duplice. Innanzitutto, l'impegno di Shopify di rimanere sempre al passo con l'infrastruttura dei server per tuo conto non ha eguali. E soprattutto, i dati mostrano che i negozi Shopify sono i più veloci al mondo e migliorano a un ritmo incredibile.



Abbiamo rilevato che in media i nostri negozi completano il rendering **1,8 volte più velocemente** rispetto ai negozi su altre piattaforme. E in base ai dati dell'FCP, il **93%** dei brand su Shopify dispone di un sito web che Google posiziona nella categoria "veloci", una percentuale superiore a quella di qualsiasi altra piattaforma.

Sebbene abbiamo insistito sul fatto che un miglioramento di mezzo secondo può accrescere il tasso di conversione, abbiamo visto diversi esempi di aziende che sono riuscite a ottenere con facilità lo stesso incremento effettuando la migrazione su Shopify.



Un esempio in tal senso è quello di Molekule: sulla piattaforma precedente, i tempi di caricamento della sua pagina di check-out erano rapidamente saliti a oltre un minuto. Da quando ha migrato su Shopify, l'azienda ha registrato un drastico aumento sia della velocità del sito che dei tassi di conversione.

75%

di aumento del tasso di conversione su dispositivo

10%

di aumento del traffico

7%

crescita del numero netto di iscritti



Il nostro passaggio a Shopify ha potenziato le nostre performance nell'e-commerce e ha portato a una totale inversione di rotta nella crescita delle entrate provenienti dagli abbonamenti. Ora che Shopify gestisce per noi le complessità legate all'e-commerce, il nostro team si dedica totalmente alla risoluzione delle difficoltà tecniche, alla promozione dell'innovazione dei prodotti e ad apportare valore ai nostri clienti tramite l'app Molekule.

Rachel Beisel

Senior Vice President of Marketing di Molekule



06

Crescita esponenziale dell'attività grazie all'aumento di appena mezzo secondo della velocità del sito

Le cifre non mentono. Secondo enormi quantità di dati accessibili pubblicamente, i siti Shopify sono risultati i più veloci in commercio, con largo margine. Oltre a questo, i siti Shopify sono veloci per impostazione predefinita, grazie soprattutto alla nostra infrastruttura leader del settore, che consente alle aziende di creare siti web rapidi per tutti gli utenti, a prescindere dalla loro posizione.

Avremmo potuto riempire diverse pagine di questo report con nient'altro che esempi di brandi i cui siti sono diventati più veloci subito dopo la migrazione su Shopify. Non si tratta nemmeno di aumenti progressivi. Aziende come [Transformer Table](#) hanno visto salire le vendite annuali a oltre 100 milioni di dollari in seguito alla migrazione su Shopify e hanno indicato nell'aumento del 67% della velocità del proprio sito un fattore fondamentale nel raggiungimento di tale successo.

Il passaggio a Shopify offre un percorso preciso per il lancio rapido di un sito web commerciale veloce. Il tuo sito web non sarà soltanto veloce, ma ti consentirà di guadagnare rapidamente, permettendoti in ultima analisi di trasformare la tua azienda in ciò che sognavi quando l'hai avviata.



Controlla la velocità del tuo sito con la nostra verifica

