Help For Shopping

REPORT · 2026

E-COMMERCE PERFORMANCE REPORT

Il modello economico della live chat che vende

Quattro leve per spostare la chat da centro di costo a centro di profitto — e misurarlo.

CONVERSIONI · RESI · RETENTION · LTV

HelpForShopping Research · Edizione 1 · giugno 2026

Metriche = benchmark di settore (fonte iAdvize), non dati propri HelpForShopping.

LA TESI

La live chat non è un costo di supporto. È la leva economica più sottovalutata dell'e-commerce — e, a differenza di quasi ogni altra leva, si misura.

Quando una persona vende in tempo reale — vede cosa guarda il visitatore, suggerisce dal catalogo, interviene prima dell'abbandono — la chat agisce su quattro dimensioni del conto economico. Ecco la scala del fenomeno secondo i benchmark di settore.

10x
Conversioni
BENCHMARK IADVIZE

–55%
Resi
BENCHMARK IADVIZE

+60%
Retention
BENCHMARK IADVIZE

3x
Customer LTV
BENCHMARK IADVIZE

IL PUNTO

Più conversioni sul traffico che hai già.

Il margine di crescita più economico non è altro traffico, è chiudere chi è già sul sito. La leva che agisce lì, nel momento della decisione, è la conversazione in tempo reale con una persona che sa vendere.

Le quattro metriche (10x, –55%, +60%, 3x) sono benchmark di settore direzionali attribuiti a iAdvize. I dati puntuali del report poggiano su Baymard, Casaleggio e Forrester (vedi bibliografia).

IL CONTESTO

01 Perché questo report

Il traffico costa e non basta più. L'acquisizione cliente sale anno dopo anno, i margini si assottigliano sotto logistica, resi e prezzi.

La risposta istintiva resta comprare più traffico. Ma comprare visite non risolve il problema a valle, dove la stragrande maggioranza di chi arriva sul sito non compra.

In Italia il tasso di conversione medio si colloca tra lo **0,9% e il 2,2%**, con una media intorno al 2,1% (Casaleggio Associati). Su cento persone che entrano, una o due acquistano. Le altre guardano e se ne vanno.



Conversione media e-commerce IT ~2,1% · Casaleggio 2024

LA DIAGNOSI

02 Il problema economico

Il conto economico di un e-commerce perde valore in quattro punti, e quasi sempre in silenzio.

Traffico che non converte

Due visitatori su cento comprano. Ogni euro speso si ammortizza su pochissime vendite.

Carrello abbandonato

~70% dei carrelli viene lasciato prima del pagamento (Baymard). Intenzione c'era, è mancata una risposta.

Resi che erodono il margine

Il margine torna indietro col pacco: si paga logistica inversa, ricondizionamento, svalutazione.

Supporto come costo

La chat tradizionale risponde dopo, registra ticket, non si misura. Resta spesa, non asset.



Questi quattro punti non sono problemi separati: sono lo stesso problema visto da quattro angolazioni. **Nel momento decisivo, sul sito, non c'è nessuno che vende.**

Media del 70,19% su 49 studi indipendenti — Baymard Institute, 2024. Il modello che segue affronta ognuno di questi punti con una leva dedicata.

IL FRAMEWORK

Il modello economico in quattro leve

Ognuna agisce su una riga del conto economico. Insieme spostano la chat da centro di costo a centro di profitto — con la differenza decisiva di essere misurabile.

LEVA 01



Conversione

Vendita attiva in tempo reale: vedere cosa guarda il visitatore e suggerire dal catalogo.

LEVA 02



Resi

La consulenza pre-acquisto che abbatte il reso prima che si formi.

LEVA 03



ROI

Il tracking conversioni nativo: sapere quale chat ha venduto. Misurabile come una campagna.

LEVA 04



Retention & LTV

Il cliente assistito torna. Con Experts Community: copertura 24/7 a costo variabile.

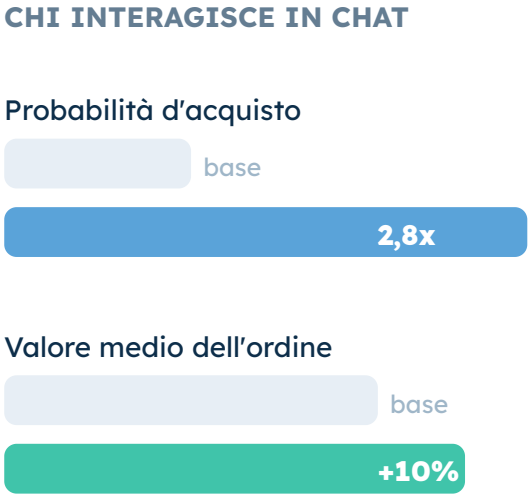
LEVA 01 · CONVERSIONE

L1 Vendere in tempo reale, non rispondere dopo

Il supporto aspetta la domanda. La vendita attiva anticipa il bisogno mentre si forma.

L'agente vede in tempo reale cosa guarda il visitatore — pagina prodotto, tempo speso, carrello, dove esita — e fa quello che fa un bravo commesso: si avvicina nel momento giusto, suggerisce il prodotto adatto dal catalogo. La chat proattiva interviene **prima dell'abbandono**, non dopo il reclamo.

Non è un bot. Leggere un'esitazione e proporre su misura è lavoro di una persona; la tecnologia le dà gli occhi sul sito e le mani sul catalogo.



Fonte: Forrester Research

BENCHMARK DI SCALA

I benchmark di settore indicano potenziali fino a **10x** sulle conversioni (benchmark di settore — fonte iAdvize). Riferimento direzionale, non promessa: l'argomento poggia sul dato Forrester.

L2

LEVA 02 · RESI

La consulenza che abbatte il reso

Il reso è il costo più subdolo: arriva dopo che la vendita sembrava conclusa.



benchmark iAdvize

La maggior parte dei resi evitabili nasce da una scelta sbagliata fatta in solitudine: la taglia presa a indovinare, il prodotto non adatto all'esigenza. Una persona che assiste la scelta in tempo reale interviene **esattamente nel punto in cui il reso si forma**.

Il risparmio è doppio: si evita la perdita della vendita resa e tutto il costo di logistica inversa. Ogni reso evitato è margine che resta nel conto, non un ricavo da inseguire altrove.

Taglia giusta
La guida taglie spiegata in chat, non indovinata.

Prodotto adatto
L'alternativa più adatta segnalata prima del checkout.

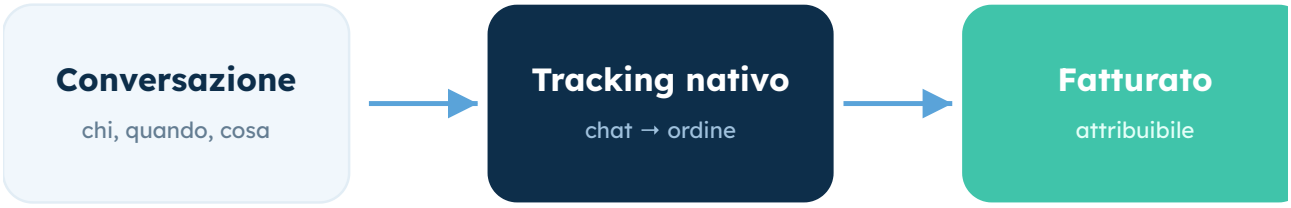
Costo prevenuto
A monte, non gestito a valle come gli altri costi.

L3

LEVA 03 · ROI

Misurare il ritorno, chat per chat

Una chat che vende ma non sa dire quanto ha venduto resta indistinguibile da un costo. Il salto è tracciare quali conversazioni generano vendite.



Si sa quale conversazione ha portato a un ordine, quale agente l'ha condotta, quale prodotto è stato suggerito. La chat diventa un **canale di vendita con un suo fatturato attribuibile**, esattamente come una campagna o un'email automation.

E quando sai cosa funziona, lo replichi: gli orari che rendono di più, i prodotti che beneficiano del suggerimento, gli script più efficaci.

IN UNA RIGA

Il ROI non è un argomento aggiunto in fondo: è la leva che trasforma le altre tre da promessa a numero verificabile.

L4

LEVA 04 · RETENTION & LTV

Il cliente che torna

Le prime tre leve lavorano sulla singola vendita. La quarta lavora sul tempo.

Il cliente che ha ricevuto un consiglio pertinente, che ha comprato il prodotto giusto e non l'ha reso, è un cliente che torna. Retention non è un'emozione: è la quota di clienti che ricompra, la frequenza, il valore cumulato nel tempo.



+60% retention · 3x LTV — benchmark iAdvize

EXPERTS COMMUNITY

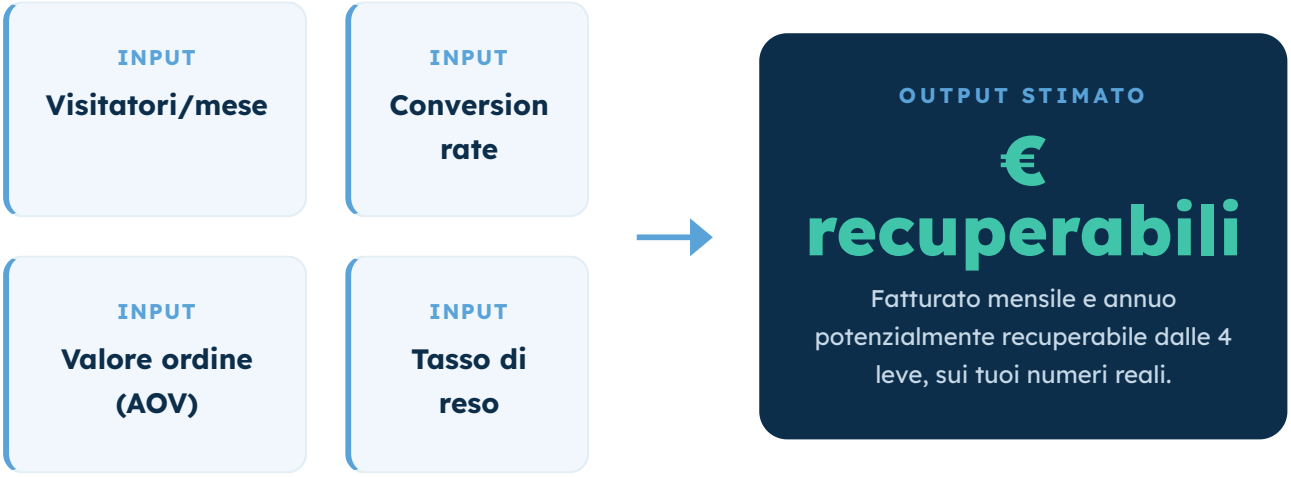
Copertura 24/7 a costo variabile

I clienti VIP del merchant — quelli che conoscono i prodotti meglio di chiunque — diventano consulenti pagati sulle vendite che generano. Si paga in proporzione al fatturato prodotto, non a ore di presidio. La copertura cresce con la community, e la community cresce con le vendite.

LO STRUMENTO

05 Il calcolatore ROI

Le quattro leve diventano concrete sui tuoi numeri. Non una promessa: una stima del valore recuperabile, partendo dai dati reali del tuo store.



Due regole rendono il numero credibile. **Primo:** usare sempre i propri dati reali come base. **Secondo:** i coefficienti su conversione e AOV poggiano su Forrester e Baymard; i moltiplicatori più aggressivi (10x, –55%, +60%, 3x) restano benchmark direzionali (fonte iAdvize) — danno la scala, non l'aspettativa.

Il valore dell'esercizio non è il numero finale: è il cambio di prospettiva. Una volta scritto il fatturato recuperabile accanto al costo dello strumento, la chat smette di essere una spesa e diventa un investimento da dimensionare.

IN SINTESI

06 Chiudere i quattro buchi dove si formano

L'e-commerce italiano non cresce comprando più traffico su un imbuto che perde da quattro lati. Cresce sul sito, nel momento della decisione, con una persona che sa vendere.

01 · CONVERSIONE

Una conversazione in tempo reale sposta misurabilmente acquisto e scontrino.

02 · RESI

La consulenza pre-acquisto previene il costo prima che si formi.

03 · ROI

Il tracking nativo trasforma ogni chat in fatturato attribuibile.

04 · RETENTION

Il cliente assistito torna; Experts Community copre 24/7 a costo variabile.

PRONTO A MISURARLO SUI TUOI NUMERI?

Attiva il piano Starter gratuito e installa la live chat in 5 minuti.

Piano Starter gratuito · Setup 5 minuti · WooCommerce · Odoo

TRASPARENZA

Note metodologiche & fonti

I dati puntuali di questo report poggiano su tre fonti verificate. Le quattro metriche citate come potenziale del conversational commerce — fino a 10x conversioni, −55% resi, +60% retention, 3x LTV — sono **benchmark di settore direzionali** attribuiti a iAdvize, indicati ogni volta come riferimento di scala, mai come risultati garantiti o dati HelpForShopping. Nessun numero in questo documento è un risultato proprietario: ogni dato è attribuito alla sua fonte.

1 **Baymard Institute** — Cart Abandonment Rate Statistics, 2024. Media del 70,19% su 49 studi.

VERIFICATA baymard.com/lists/cart-abandonment-rate

2 **Casaleggio Associati** — E-commerce in Italia 2024. Conversione media IT 0,9–2,2% (media ~2,1%).

VERIFICATA casaleggio.it

3 **Forrester Research.** Chi usa la live chat ~2,8x più propenso all'acquisto; AOV ~+10%.

VERIFICATA citato in studi di settore

4 **iAdvize** — benchmark conversational commerce: fino a 10x conversioni, −55% resi, +60% retention, 3x LTV.

BENCHMARK DI SETTORE riferimento direzionale, non dato HelpForShopping