



Checklist di lavoro

Checklist del funnel Shopify: offerte, carrello e post-acquisto

Collauda offerte, soglie, sconti, omaggi, bundle e post-acquisto prima di attivarli, e decidi cosa tenere, correggere o sospendere.

Francesco Guiducci

Edizione ottobre 2026 · Italiano

ifgdigital.com

Uso personale o interno alla propria attività; distribuzione non autorizzata vietata.

Sommario

Come usare questa checklist	3
Scheda di lavoro	3
F01 · Scegliere una proposta pertinente (P1)	3
F02 · Verificare il margine prima dello sconto (P0)	4
F03 · Collocare le raccomandazioni prima dell'acquisto (P1)	4
F04 · Controllare carrello e soglie (P0)	5
F05 · Sconti progressivi e combinazioni (P0)	5
F06 · Omaggi e Buy X Get Y (P0)	6
F07 · Bundle, componenti e inventario (P0)	6
F08 · Post-acquisto e comunicazioni successive (P0/P1)	7
F09 · Misurare l'effetto senza confondere fatturato e valore (P1)	7
F10 · Verbale e decisione di attivazione	8

Come usare questa checklist

Un'offerta aggiuntiva funziona quando aiuta a completare un acquisto sensato e lascia un margine sostenibile. Prima di aggiungere una seconda proposta al carrello controllo che la prima sia comprensibile, disponibile e acquistabile senza ostacoli. La checklist serve a verificare un funnel esistente o a collaudarne uno nuovo. Il risultato è una decisione motivata su quali offerte attivare, correggere o sospendere.

Compilala per una campagna o un gruppo di prodotti alla volta. Gli esempi sono illustrativi: importi e risultati non sono casi cliente. Le funzioni disponibili dipendono da configurazione, app, piano e canale: verifica quelle del negozio prima di scegliere una soluzione.

Scheda di lavoro

Campo	Da compilare
Negozio, mercato e lingua	...
Offerta, prodotti e varianti coinvolti	...
Responsabile e data del collaudo	...
Tema, app e configurazione provati	...
Obiettivo e periodo di osservazione	...
Margine minimo e condizione di sospensione	...

Assegna a F01–F10 uno di questi esiti: **OK** quando esiste una prova, **DA CORREGGERE** quando il risultato atteso non si verifica, **NON VERIFICATO** quando manca la prova, **NON APPLICABILE** con motivazione. Una funzione salvata nell'admin resta non verificata finché non l'hai osservata nel percorso cliente pertinente.

Le priorità ordinano il lavoro. P0: prezzi, addebiti, disponibilità e blocchi d'acquisto. P1: errori nella logica dell'offerta e nella misurazione. P2: miglioramenti editoriali e sperimentazioni. Registra gli esiti nel verbale finale (F10).

F01 - Scegliere una proposta pertinente (P1)

Parti dal bisogno del cliente. Un cross-sell completa ciò che sta acquistando; un upsell propone un'alternativa superiore e ne spiega la differenza. Se il legame richiede una lunga giustificazione, rivedi la proposta prima di mostrarla.

- ☐ Per ogni prodotto principale è scritto il motivo della raccomandazione.
- ☐ La proposta distingue accessorio, alternativa e ricambio.

- ☐ Variante, compatibilità, disponibilità e mercato sono corretti.
- ☐ Il cliente può proseguire senza accettare l'offerta.

Per un outfit controlla abbinamento e taglie. Per una routine cosmetica, la funzione dei prodotti e le istruzioni approvate. Per un corso digitale, contenuti inclusi, accesso e prerequisiti. Non usare un set per nascondere componenti poco pertinenti. Negli abbonamenti indica periodicità, importo ricorrente e modalità di gestione prima dell'accettazione.

Chiusura F01. Conserva la tabella prodotto → proposta → motivo, l'URL e una schermata della proposta effettiva. Il controllo è chiuso quando il contenuto mostrato corrisponde alla regola commerciale, anche per una variante esaurita o non vendibile nel mercato scelto.

F02 - Verificare il margine prima dello sconto (P0)

Parti dal ricavo dopo lo sconto, al netto delle imposte e dei costi sostenuti per completare l'ordine: merce, confezione, commissioni, quota di spedizione a carico del negozio, omaggio e costo variabile atteso dei resi. Se un costo è una stima, dichiaralo.

Esempio illustrativo: ricavo dell'offerta al netto delle imposte 80 €, merce 35 €, confezione e gestione 4 €, commissioni 2 €, spedizione sostenuta 6 €, costo atteso dei resi 3 €. Restano 30 € prima di acquisizione e costi fissi. Con 12 € di costo di acquisizione allocato ne restano 18 €, che non sono l'utile netto dell'azienda.

- ☐ Il calcolo include la combinazione di sconti più favorevole al cliente tra quelle consentite.
- ☐ Il responsabile ha approvato il margine minimo e il trattamento delle eccezioni.
- ☐ Il costo dell'omaggio è conteggiato anche se il cliente lo paga zero.
- ☐ L'aumento dello scontrino è valutato insieme a margine, conversione e resi.

Caso peggiore ammesso. Ricavo ... / costi variabili ... / margine residuo ... / approvazione Se il margine non è calcolabile, l'offerta non è pronta.

F03 - Collocare le raccomandazioni prima dell'acquisto (P1)

Apri una pagina prodotto dal telefono e completa la selezione delle varianti. La raccomandazione deve restare distinta dal pulsante principale e non coprire prezzo, disponibilità o informazioni decisive.

Controlla prima ciò che il tema supporta. Shopify Search & Discovery può aiutare a gestire le raccomandazioni, ma la visualizzazione richiede un tema e blocchi compatibili: installare un'app non dimostra che il cliente veda il modulo previsto.

- ☐ Il prodotto consigliato apre la pagina corretta o si aggiunge con la variante dichiarata.
- ☐ Prezzo e condizioni sono leggibili prima dell'aggiunta.
- ☐ Con una lista vuota il modulo non lascia titoli o spazi inutili.

☐ Tastiera e touch permettono di usare e ignorare la proposta.

Da annotare. Pagina ... / dispositivo ... / variante ... / comportamento osservato Se scegli una proposta statica, assegna a qualcuno l'aggiornamento quando cambia il catalogo.

F04 - Controllare carrello e soglie (P0)

Un messaggio come «Ti mancano 8 € alla spedizione gratuita» deve usare la stessa base di calcolo della regola reale. Verifica se la soglia considera sconti, prodotti esclusi, valuta e destinazione. Una barra corretta nel primo carrello può diventare falsa dopo l'inserimento di un codice.

Prova importi sotto la soglia, esattamente alla soglia e sopra; poi rimuovi un articolo e cambia le quantità. Ripeti con uno sconto consentito. Carrello laterale e pagina carrello devono mostrare importi coerenti, e il checkout deve confermarli per l'indirizzo di prova.

Scenario	Risultato atteso	Risultato osservato	Prova
Sotto soglia	Beneficio non attivo	...	...
Alla soglia	Regola applicata come prevista	...	...
Sconto o rimozione di un articolo	Messaggio e beneficio ricalcolati	...	...
Destinazione esclusa	Nessuna promessa non applicabile	...	...

Chiusura F04. Non chiudere il controllo se la barra promette un beneficio che il checkout nega. Una condizione scritta in chiaro è meglio di un indicatore dinamico impreciso.

F05 - Sconti progressivi e combinazioni (P0)

Descrivi prima la regola in linguaggio commerciale: prodotti ammessi, quantità o importo richiesto, vantaggio, clienti, mercati, date ed esclusioni. Poi confrontala con l'impostazione salvata in Shopify.

Gli sconti non si combinano da soli: si applicano insieme solo se l'impostazione di ciascuno lo consente, in base alla classe (prodotto, ordine, spedizione). Shopify consente fino a 25 sconti automatici attivi, app comprese; un cliente può usare fino a 5 codici prodotto o ordine e 1 codice di spedizione per ordine. Due sconti sullo stesso articolo richiedono Shopify Plus. Gli sconti sul prodotto si applicano per primi, poi quelli sull'ordine sul subtotale già ridotto, infine la spedizione. Più sconti percentuali sull'ordine si calcolano ciascuno sul subtotale originale: 10% e 20% su 100 € fanno 30 € di sconto. Se non possono combinarsi, Shopify applica l'opzione migliore per il carrello. La combinazione funziona su negozio online, Storefront API e POS, non su checkout esterni come Facebook, Instagram o Google. Fonte: combinazioni di sconti nel Help Center di Shopify.

☐ Il passaggio tra fasce progressive produce il prezzo atteso.

- ☐ I codici ammessi e quelli esclusi sono stati provati.
- ☐ Inizio e scadenza sono controllati nel fuso orario del negozio.
- ☐ Ridurre la quantità elimina il vantaggio non più maturato.
- ☐ Il testo non somma percentuali applicate a basi diverse.

Per esempio, «due articoli: vantaggio A; tre articoli: vantaggio B» richiede prove a una, due, tre e quattro unità, con i prodotti esclusi. Registra il totale finale, non solo l'etichetta dello sconto.

F06 - Omaggi e Buy X Get Y (P0)

Con lo sconto nativo Buy X Get Y il cliente deve mettere nel carrello anche il prodotto Y: lo sconto non aggiunge l'omaggio. Se prometti l'aggiunta automatica ti serve una funzione distinta, collaudata sul negozio. Per la soglia minima contano solo i prezzi dei prodotti, senza spedizione e imposte, e gli articoli sono considerati a prezzo pieno. Se l'omaggio va a zero scorte, i prodotti risultano esauriti e lo sconto non è utilizzabile. Fonte: pagina Buy X Get Y del Help Center di Shopify.

Controlla una sequenza completa: aggiungi X, aggiungi Y, verifica lo sconto, rimuovi X e osserva il nuovo totale. Se Y resta a pagamento, il cliente deve capirlo e poterlo rimuovere facilmente. Prova anche quantità multiple, limite per ordine, omaggio esaurito e altri codici.

Chiusura F06. Nessun omaggio promesso ma non disponibile, nessun articolo a pagamento inserito in modo poco chiaro, inventario corretto e messaggi aggiornati. Conserva la sequenza delle prove, non una sola schermata del carrello finale.

F07 - Bundle, componenti e inventario (P0)

Un prodotto chiamato «kit» non gestisce da solo le scorte dei componenti. Per bundle fissi e multipack valuta Shopify Bundles, l'app gratuita di Shopify disponibile su tutti i piani. Un bundle fisso ha fino a 30 componenti. Le scorte sono tracciate sul totale, non per sede; gli ordini elencano gli SKU dei singoli articoli. Il prezzo del bundle non si aggiorna se cambia quello di un componente. Uno sconto specifico per prodotto deve includere il prodotto bundle padre, altrimenti non si applica. Per altre logiche verifica i requisiti della soluzione scelta. Fonte: pagina Shopify Bundles del Help Center.

- ☐ Il cliente vede componenti, quantità, varianti e prezzo complessivo prima dell'acquisto.
- ☐ La disponibilità del set segue quella dei componenti necessari.
- ☐ Ordine ed evasione identificano cosa consegnare.
- ☐ Annullamento, rimborso e ripristino delle scorte hanno un comportamento verificato.
- ☐ Canali, abbonamenti o composizioni personalizzabili sono inclusi nel collaudo se li usi.

Prova il componente con meno disponibilità: se per ogni set servono due unità, controlla quanti set risultano acquistabili. Ripeti dopo una vendita singola dello stesso componente. Per i contenuti digitali verifica che tutti gli accessi promessi vengano consegnati e che la revoca segua le condizioni approvate.

Nota. La pagina Shopify Bundles non descrive il comportamento di rimborsi, resi e ripristino delle scorte: resta da provare sul negozio.

F08 - Post-acquisto e comunicazioni successive (P0/P1)

Separa la proposta dopo il pagamento dalla pagina di ringraziamento e dallo stato dell'ordine: sono superfici diverse. Shopify prevede app per le offerte post-acquisto e consente di usarne una sola alla volta per questa funzione. Una personalizzazione del checkout non vale automaticamente anche qui. Fonte: documentazione sulle app per il checkout.

Prima di attivare un'offerta controlla requisiti dell'app, piano, metodi di pagamento, valute e casi esclusi. Poi prova accettazione e rifiuto. Il cliente deve conoscere il prezzo aggiuntivo, l'eventuale spedizione e che cosa gli viene addebitato; il rifiuto porta normalmente alla conferma.

- ☐ Chi accetta: ordine, totale, conferma ricevuta, inventario ed evasione coincidono.
- ☐ Chi rifiuta: non è stato aggiunto nulla.
- ☐ L'app post-acquisto scelta è l'unica selezionata nelle impostazioni del checkout.

Una configurazione salvata, senza un ordine compatibile osservato, vale NON VERIFICATO.

Le email operative spiegano l'ordine. Una campagna promozionale successiva richiede una gestione separata di destinatari, preferenze e condizioni applicabili. Se offri un buono con scadenza, scrivi una data comprensibile e provalo prima e dopo il termine.

F09 - Misurare l'effetto senza confondere fatturato e valore (P1)

Definisci prima dell'attivazione chi può vedere l'offerta e quale evento dimostra un'accettazione. Non dividere gli acquisti aggiuntivi per tutte le sessioni del negozio se il modulo è visibile solo a una parte del pubblico.

Registra esposizioni idonee, accettazioni, ricavo aggiuntivo, margine di contribuzione, conversione del percorso principale e resi. Le definizioni restano identiche tra periodo iniziale e periodo di confronto. Un AOV in crescita può dipendere dal mix di prodotti o dal calo degli ordini piccoli.

Ipotesi da compilare. «La proposta ... ai clienti ... dovrebbe migliorare ... senza peggiorare ... oltre»
Annota promozioni contemporanee, stock e variazioni di traffico.

Un confronto prima/dopo dà un'indicazione. Per attribuire una causa serve un esperimento adeguato, quando il volume lo consente.

F10 - Verbale e decisione di attivazione

Controllo	Esito e prova	Correzione necessaria	Responsabile e scadenza
F01-F03: pertinenza, margine, raccomandazioni	...	...	...
F04-F06: carrello, sconti, omaggi	...	...	...
F07-F08: bundle e post-acquisto	...	...	...
F09: misurazione	...	...	...

Duplica le righe quando gli esiti dei controlli differiscono.

Chiusura della checklist. Tutti i PO applicabili sono verificati; i P1 sono corretti o esclusi dalla configurazione da attivare; le eccezioni hanno un responsabile; configurazione e prove sono identificabili; esiste una procedura per disattivare l'offerta; la data della prima revisione è fissata.

Decisione ATTIVARE / CORREGGERE E RIPROVARE / SOSPENDERE **Motivo ... Approvazione e data ...**
Prima revisione dei risultati ...

Quando riapri la checklist, parti dalle differenze rispetto alla configurazione collaudata. Un cambio di prezzo, app, tema o mercato può richiedere nuove prove anche se l'offerta ha lo stesso nome.

Fonti

- Shopify Help Center, combinazioni di sconti: <https://help.shopify.com/en/manual/discounts/discount-combinations>
- Shopify Help Center, sconto Buy X Get Y: <https://help.shopify.com/en/manual/discounts/discount-types/buy-x-get-y>
- Shopify Help Center, Shopify Bundles: <https://help.shopify.com/en/manual/products/bundles/shopify-bundles>
- Shopify Help Center, app per il checkout: <https://help.shopify.com/en/manual/checkout-settings/customize-checkout-configurations/checkout-apps>

Fonti consultate il 17 ottobre 2026.