

1 Obiettivo

L'obiettivo è quello di aumentare il numero di conversioni degli utenti che fanno click appunti sul pulsante di contatto, passando dall'attuale 5% ad almeno il 10%.

1.1 Informazioni sul test

Inizio sviluppo del test	Giorni di sviluppo del test	Fine del test
06/09/2013	3	01/10/2013

Data di controllo	Note sperimentatore
14/09/2013	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur.
20/09/2013	Vestibulum eu velit malesuada, auctor elit quis.

1.1.1 Attività da realizzare

1. Modifica del titolo della landing page (tag H1)
2. ...
3. ...
4. Avvio dell'esperimento

1.1.2 Metriche di valutazione

La metrica di valutazione scelta è il **tasso di conversione**

Data	Tasso di conversione
09/09/2013	5,1%

1.2 Screenshot a corredo

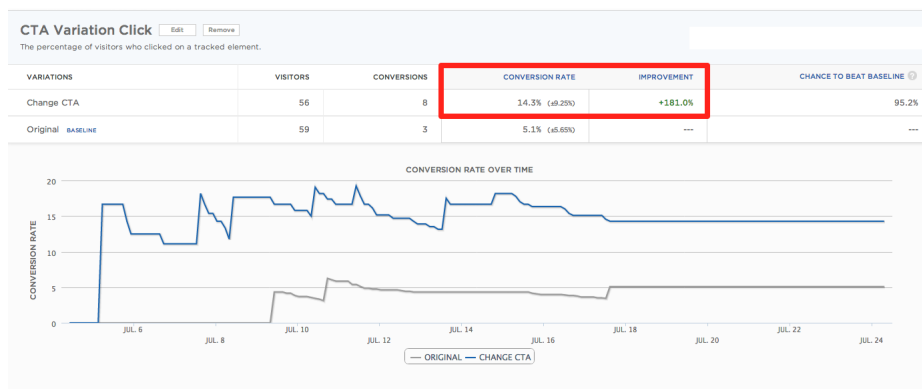


Figura 1: Data di realizzazione - 09/09/2013