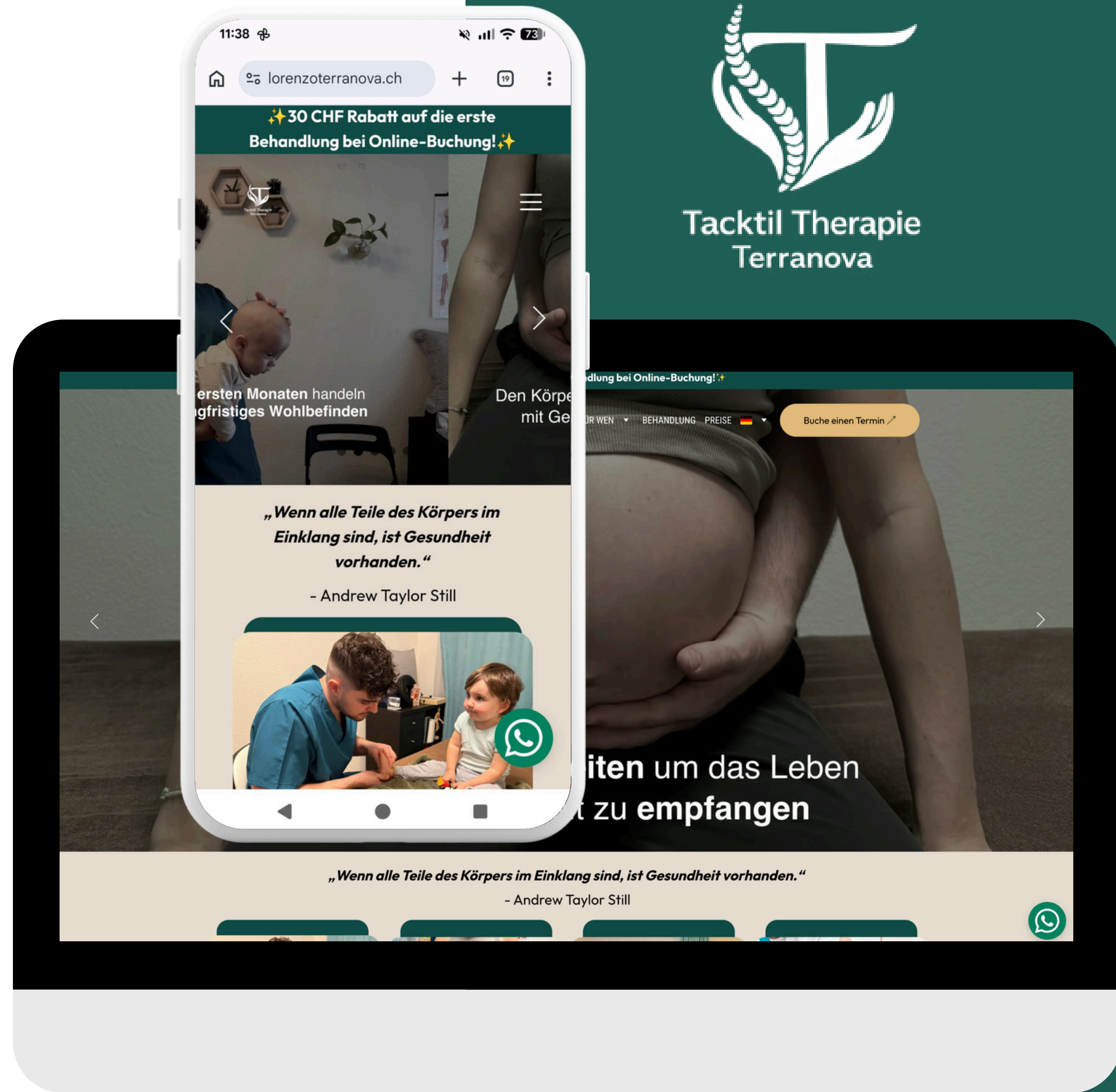


Website UX Review

-
Lorenzo
Terranova
Osteopata



Indice dei contenuti della Review

First impression Test

1. Palette
2. Font e dimensioni
3. Logo
4. Navigazione
5. Web vs Mobile
6. Punti di interazione
7. Miglioramento narrativa - Homepage
8. Foto e identità visiva
9. Piccole accortezze
10. Conclusioni

First impression Test

Prima di iniziare la review faccio sempre un test di 20 secondi rispondendo alle domande senza pensarci troppo. Usa queste risposte per capire, se il messaggio che vuoi comunicare tu é quello che ci ho letto io.

First impression Test

È immediatamente chiaro di cosa tratta il sito?

Abbastanza, grazie alle immagini e al contesto visivo. Tuttavia non è subito esplicito che si tratti di terapia tattile / osteopatia, quindi il servizio potrebbe essere spiegato più chiaramente nel messaggio principale.

Per chi è il sito?

Il target appare chiaro: donne in gravidanza, neonati e persone con tensioni o dolori corporei. Le immagini aiutano molto a comunicare questo pubblico.

Quale problema risolve?

Il sito suggerisce che la terapia aiuta a ridurre tensioni, dolori e disagi legati alla gravidanza, alla nascita e alle tensioni corporee, ma il problema potrebbe essere esplicitato in modo più diretto.

La call to action principale è visibile above the fold?

Sì. Il pulsante per prenotare una visita è ben visibile nella parte superiore della pagina e guida chiaramente l'utente verso l'azione principale.

Il design trasmette fiducia ed è attuale?

Sì. L'uso di colori naturali, immagini autentiche e uno stile visivo semplice comunica professionalità, calma e cura, coerenti con il contesto terapeutico. Tuttavia, il design molto scuro incupisce molto e rende il sito piuttosto triste.

C'è un chiaro focus visivo o tutto compete per l'attenzione?

Il focus è abbastanza chiaro grazie alla grande immagine hero e alla call to action. Tuttavia alcuni elementi (menu, testo sull'immagine e altri elementi grafici) competono leggermente tra loro per l'attenzione - i colori scuri non hanno gerarchia!

1. Palette – Revisione

Osservazioni

La palette attuale comunica un senso di calma, professionalità e cura del corpo, coerente con il contesto terapeutico.

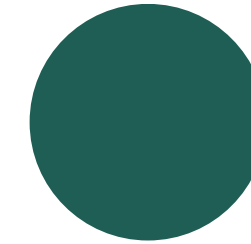
Tuttavia può essere utilizzata in modo più strategico per guidare l'utente.

Miglioramenti suggeriti:

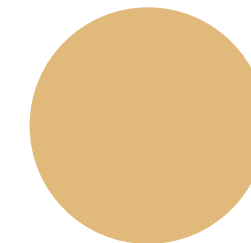
- definire un colore principale piu' vivo per le call-to-action (prenotazione, contatto)
- usare un colore secondario per evidenziare sezioni importanti o distaccarle da quelle meno importanti
- mantenere colori neutri per testi e background

L'obiettivo è utilizzare il colore non solo come elemento estetico, ma anche come strumento per creare gerarchia visiva e orientare l'utente senza stancare.

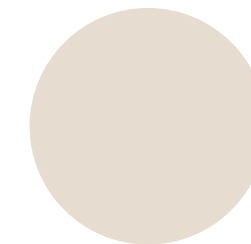
Attuale



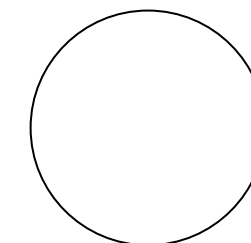
Principale #1F5E54



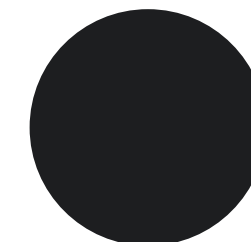
Call to Action - #E1B97A



Sfondi - #E6DCCF



Bianco puro - #FFFFFF



Nero - #1D1E20

1.1 Palette – Accessibilità

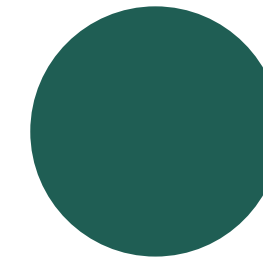
Disclaimer: Perché misuriamo l'accessibilità dei colori?

L'accessibilità dei colori viene valutata per garantire che testi e elementi dell'interfaccia siano leggibili da tutti gli utenti, incluse persone con difficoltà visive o ridotta sensibilità al contrasto.

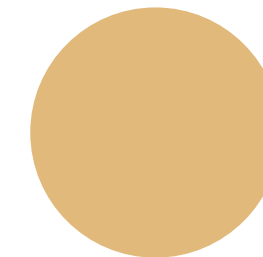
Per questo si misura il rapporto di contrasto tra testo e sfondo. Il riferimento internazionale è rappresentato dalle linee guida WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) 2.1, che definiscono livelli di conformità (AA e AAA).

Per il testo normale è raccomandato un contrasto minimo di 4.5:1 (livello AA), mentre 7:1 (livello AAA) garantisce una leggibilità ancora più elevata. Questi standard sono ampiamente utilizzati nel design digitale per creare interfacce inclusive e più facili da leggere su tutti i dispositivi.

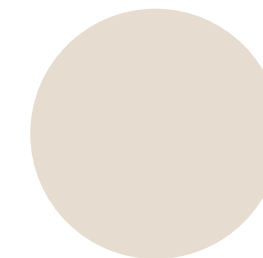
Attuale



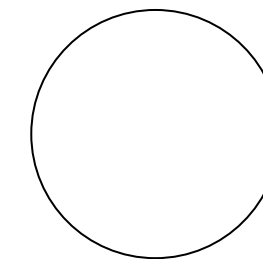
Principale #1F5E54



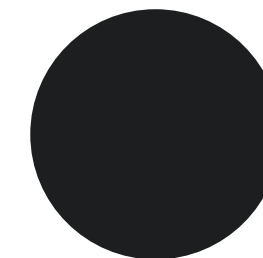
Call to Action - #E1B97A



Sfondi - #E6DCCF



Bianco puro - #FFFFFF



Nero - #1D1E20

1.2 Palette – Accessibilità

Testo	Sfondo	Contrast Ratio	WCAG AA testo normale	WCAG AAA
Bianco puro	Verde principale	7.95:1	✔ Pass	✔ Pass
CTA (oro chiaro)	Verde principale	4.18:1	⚠ Fail (testo normale)	✗
Verde principale	Sfondo beige	6.21:1	✔ Pass	✗
Testo scuro	Sfondo beige	12.4:1	✔ Pass	✔ Pass
Testo scuro	CTA (oro chiaro)	7.10:1	✔ Pass	✔ Pass
Bianco puro	CTA (oro chiaro)	2.05:1	✗ Fail	✗

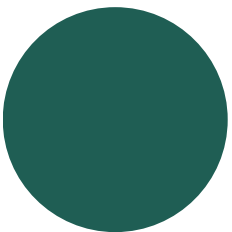
Problemi principali della palette attuale

- CTA su verde principale è borderline per testi piccoli - GRAVE.
- Il bianco puro su grandi superfici può risultare troppo brillante.

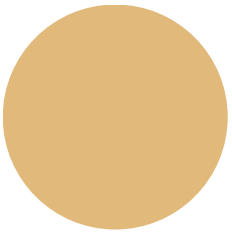
Nota bene: ho volutamente ignorato navigazione e footer perché é sostanzialmente una sfumatura del tono principale, per se ancora molto forte. Non vale come colore a parte.

In generale non male, ma apporterei alcune modifiche sostanziali.

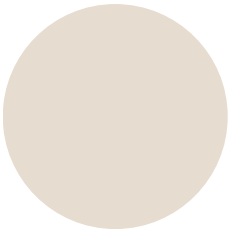
Attuale



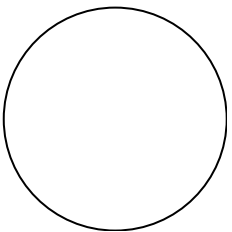
Principale #1F5E54



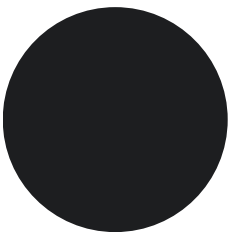
Call to Action - #E1B97A



Sfondi - #E6DCCF



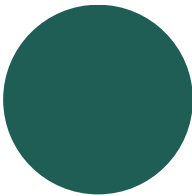
Bianco puro - #FFFFFF



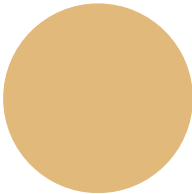
Nero - #1D1E20

1.3Palette – Proposta

Attuale



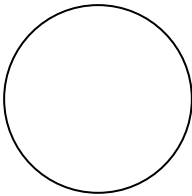
Principale #1F5E54



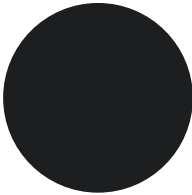
Call to Action - #E1B97A



Sfondi - #E6DCCF

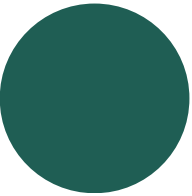


Bianco puro - #FFFFFF

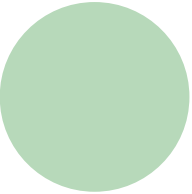


Nero - #1D1E20

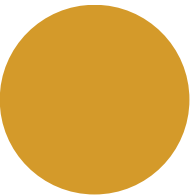
Migliorata



Principale #1F5E54



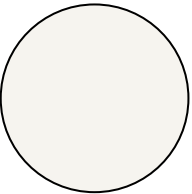
Secondario - #5FA596
(da usare con cura)



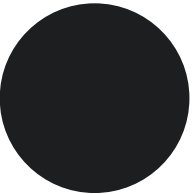
Call to Action - #D49A2A



Sfondi - #E6DCCF

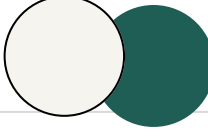


Bianco off - #F6F4EF



Nero - #1D1E20

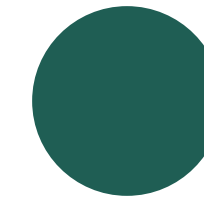
1.4 Palette – Accessibilità proposta e hints

Testo		Sfondo	Uso consigliato
Testo scuro		Sfondo beige	testo principale, paragrafi
Testo scuro		Verde salvia chiaro	card, box informativi
Testo scuro		CTA	bottoni e azioni
Bianco caldo		Verde principale	header, footer, sezioni scure
Verde principale		Sfondo beige	titoli o highlight

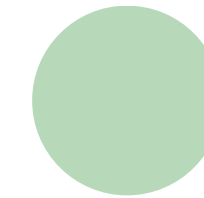
Vantaggi:

- Migliore accessibilità: la nuova palette migliora i contrasti tra testo e sfondo, rendendo tutto più leggibile.
- Gerarchia visiva più chiara: il verde salvia più chiaro crea una distinzione migliore tra sezioni principali e secondarie. Altrimenti se è tutto importante nulla è importante.
- CTA più visibili: il colore delle call-to-action è più saturo e quindi più facile da individuare.
- Maggiore comfort visivo: il bianco caldo sostituisce il bianco puro, riducendo l'effetto troppo brillante su schermo.
- Coerenza con il settore salute: abbiamo mantenuto la tua personalità ma aggiunto altri elementi coerenti al tuo settore.

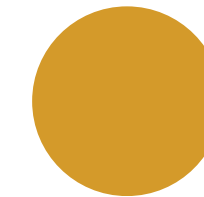
1.5 Palette – Imppressione combinazioni



Principale #1F5E54



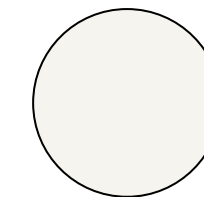
Secondario - #5FA596
(da usare con cura)



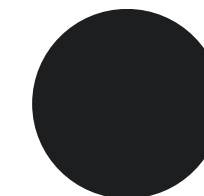
Call to Action - #D49A2A



Sfondi - #E6DCCF

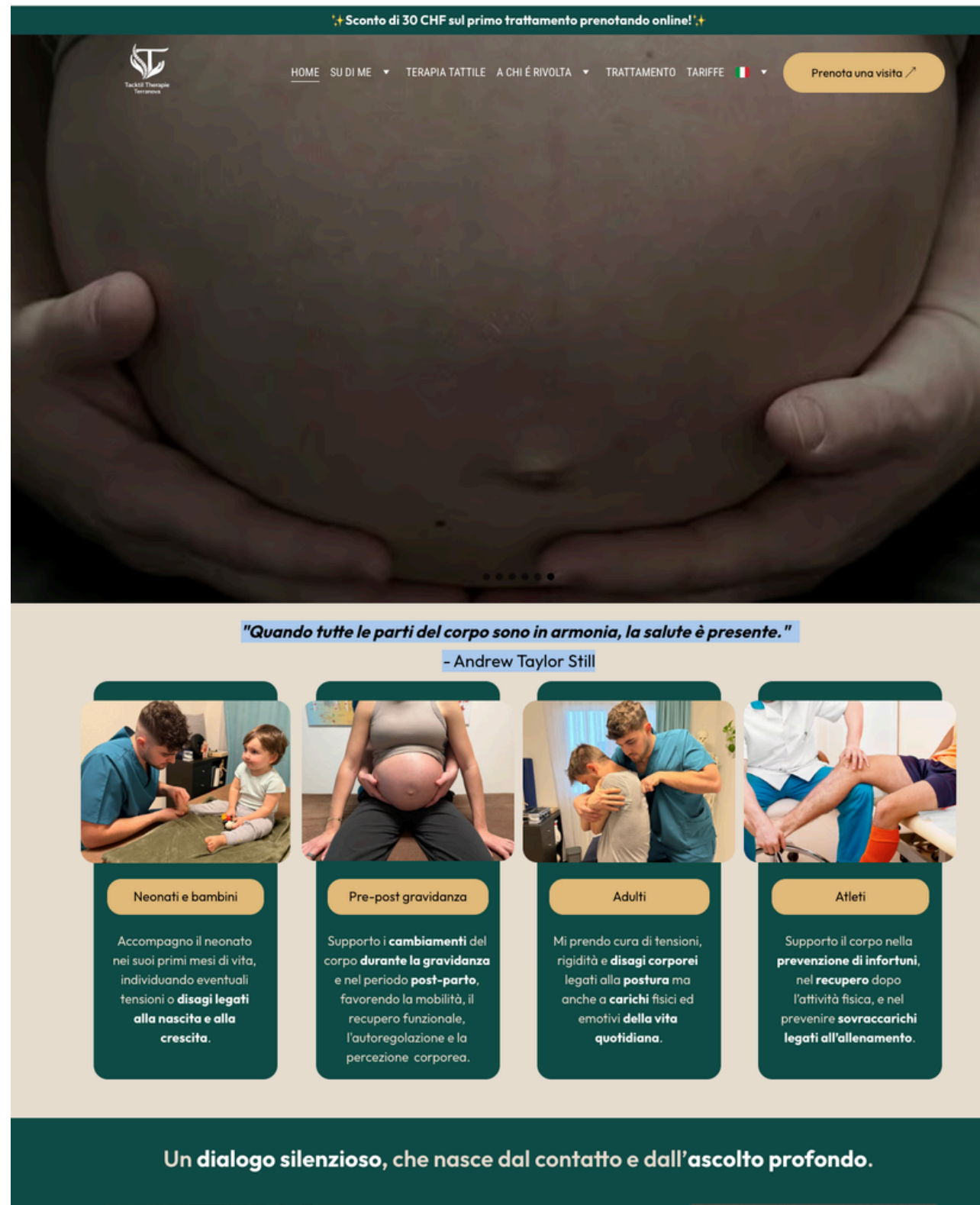


Bianco off - #F6F4EF



Nero - #1D1E20

1.6 Palette – Confronto



Vantaggi:

- Migliore accessibilità: é piu' facile leggere nero sul verde chiaro che bianco sul verde scuro.
- Gerarchia visiva più chiara - lavori su piu livelli.
- CTA più visibili.
- Il sito risulta meno scuro e drammatico.

2. Font e dimensioni

Problemi UX

- La dimensione dei testi sembra simile tra titoli e paragrafi
- La gerarchia tipografica non è sempre evidente.
- Su mobile la leggibilità può ridursi (testi molto piccoli, tanto grassetto, poca interlinea)

Suggerimenti (Vedi pagine successive).

- Creare una scala tipografica chiara
- Rivedere l'utilizzo del grassetto

Font utilizzato:

Outfit Regular - Google Fonts

Commento:

Ottima scelta, lo usi ovunque ed è un sans serif, quindi molto pulito.

Tuttavia, è un font molto denso che potrebbe risultare difficile da leggere soprattutto se usato con troppo troppo grassetto.

Inoltre si tratta di uno di quei font difficili impossibili da abbinare ad altri font.

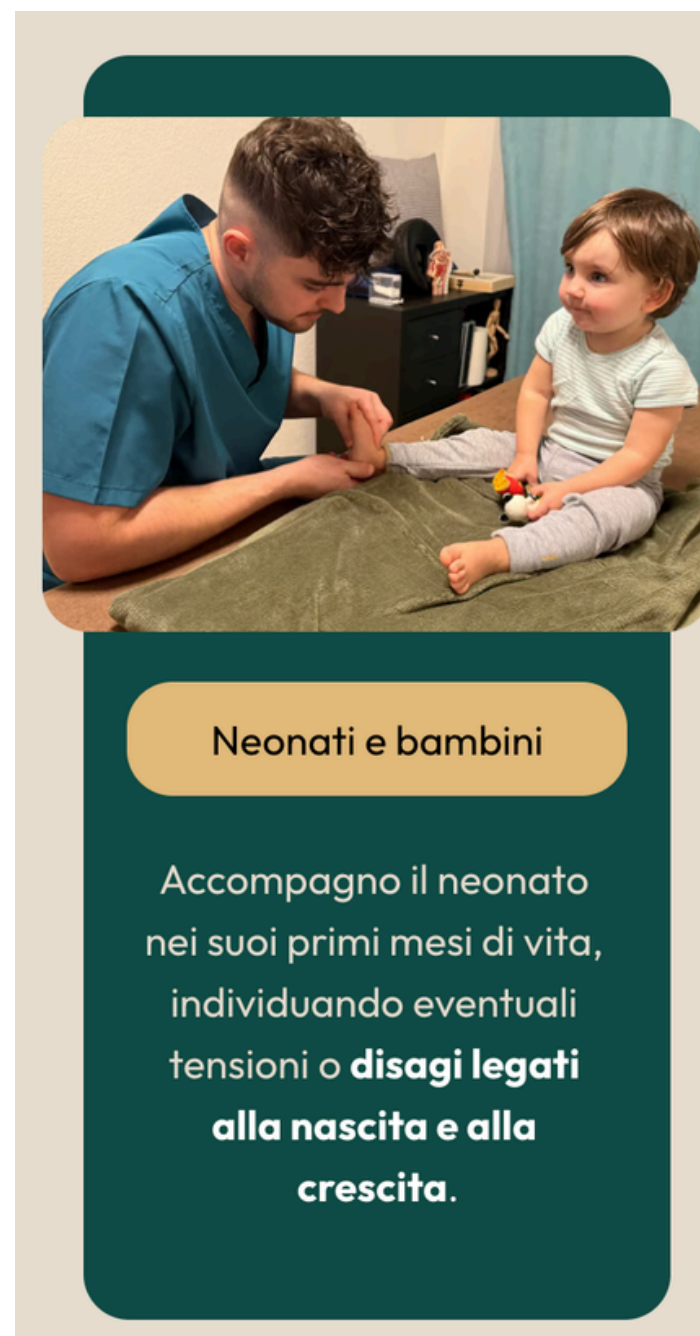
2.1 Font e dimensioni

Proposta font e scala tipografica:

Outfit Regular - Google Fonts + Nunito sans - Copyright free

Elemento	Font	Desktop	Mobile	Uso
H1	Outfit	48 px	36 px	Titolo principale / hero
H2	Outfit	36 px	28 px	Titoli di sezione
H3	Outfit	28 px	22 px	Sottosezioni e bottoni
H4	Outfit	22 px	20 px	Titoli di card
Body Large	Nunito Sans	18 px	18 px	Paragrafo introduttivo
Body	Nunito Sans	16 px	16 px	Testo principale
Small	Nunito Sans	14 px	14 px	Note / caption

2.2 Font e dimensioni - Esempio Card



Qui ti mostro l'interazione dei font nelle sezioni - Consigli:

- Usa bene le grandezze dei font
- Usa il grassetto solo davvero dove necessario!

2.2 Font e dimensioni - Esempio Sezione



Qui ti mostro giusto un po' l'interazione dei font nelle sezioni - ma ho anche spezzato un po' il contenuto per renderlo piu digeribile e meno pesante e ho piazzato una idea alternativa per ispirarti.



3. Il logo – usarlo meglio

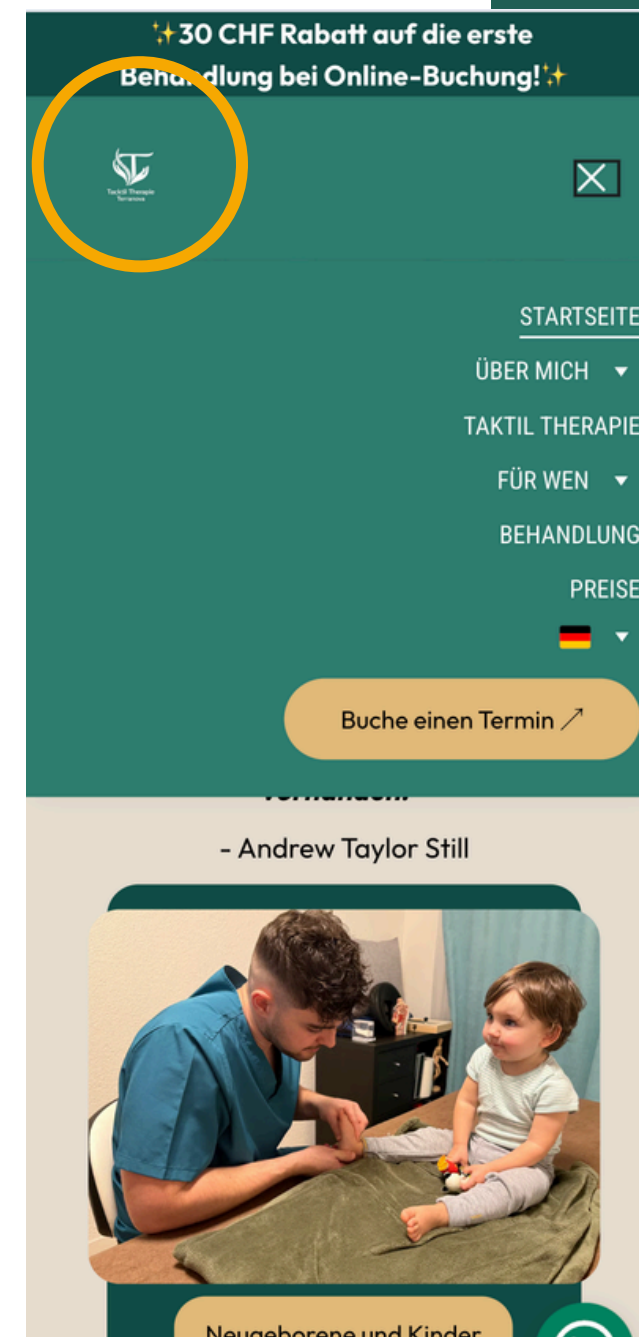
Il logo è presente ma non è sfruttato come elemento di branding.

Problemi

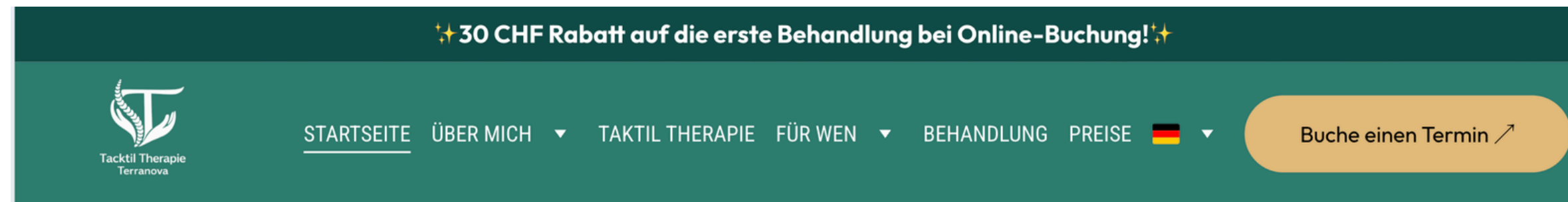
- Il logo appare più come elemento grafico che come ancora del brand.
- Dovunque lo hai messo é troppo piccolo o poco in contrasto.
- La qualità del logo potrebbe essere migliore - nel website scala male e sbava.

Suggerimenti e commenti

- In generale hai un logo molto bello e creativo, é un peccato non usarlo meglio nel sito web e magari integrarlo meglio nelle tue sezioni etc.
- Appunto: Considera di mettere il tuo logo su tutte le tue foto per dare un copyright alle tue cose!

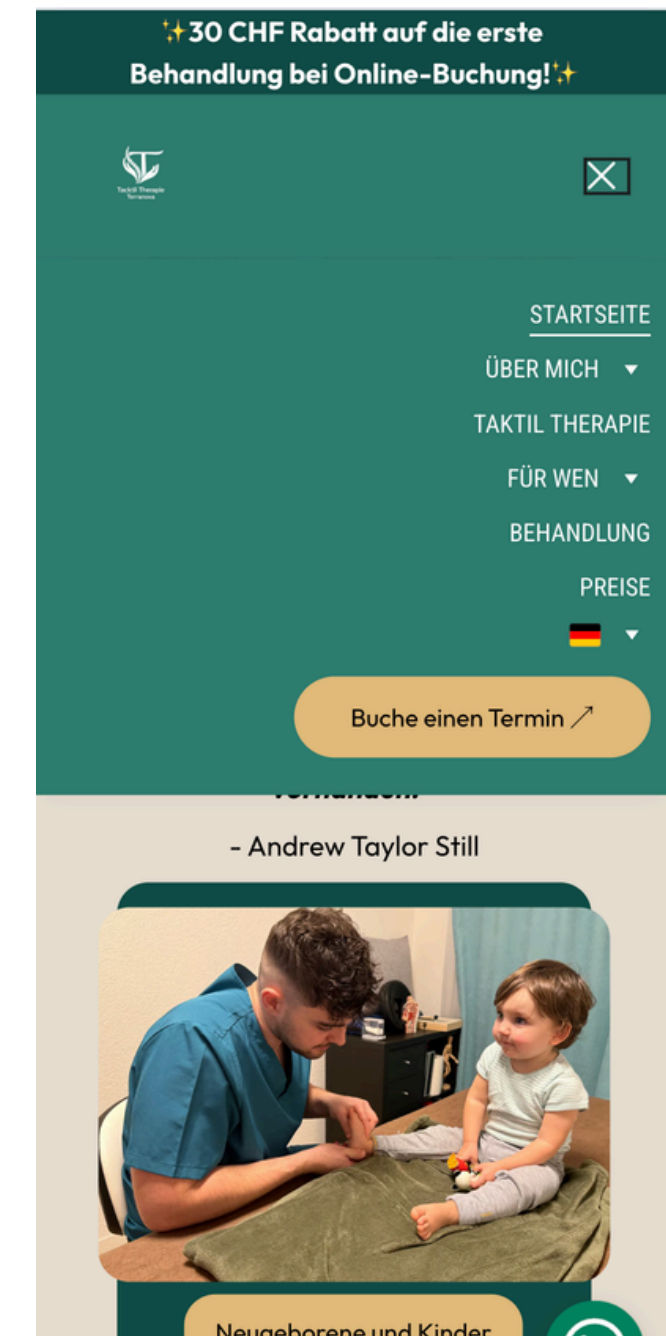


4. Navigazione



Punti positivi e note

- La presenza della CTA “Buche einen Termin” è molto buona (ma il font é piccolo).
- Le voci di menu sono sufficienti a dare l’idea di un sito professionale (ma forse sono comunque troppe)
- La struttura segue un flusso logico: servizio → per chi → trattamento → prezzi - molto buono.



4.1 Navigazione

Problemi UX

1. Ridondanza tra alcune pagine

- Taktil Therapie
- Behandlung

Per un utente queste due voci possono sembrare la stessa cosa.

2. “Für wen” potrebbe essere fatto meglio

Questa sezione è in realtà molto importante perché spiega i target:

- neonati
- gravidanza
- adulti
- sportivi

Ma nel menu non è immediatamente percepita come tale - da rivalutare se ha senso nel menu principale o se vuole un nuovo nome.

3. Lingua

La bandiera nel menu per cambiare lingua è molto piccola e poco evidente e si perde nel Background fortissimo.

4. Navigazione

Suggerimento struttura menu 1

Una navigazione più UX-oriented potrebbe essere (se non vuoi modificare nulla).

- Startseite (anche in tedesco si chiama Home 😊)
- Therapie (Combinazione pagine Taktil T. und Behandlung)
- Für wen
- Preise
- Termin buchen
- Über mich

In questo modo il percorso diventa:

capisco → mi riconosco → mi informo/prenoto

Suggerimento struttura menu 2 (OTTIMALE)

Al meglio riduci:

- Startseite (anche in tedesco si chiama Home 😊)
- Wer bin ich (e poi il Dropdown)
- Preise
- Termin buchen (CTA)
- Über mich

In questo modo il percorso diventa:

capisco → riconosco la soluzione → mi informo/prenoto

5. Web vs. Mobile

Il sito sembra progettato principalmente per web, ma ha una buona resa su mobile.

Punti positivi

- immagini grandi
- CTA visibile e quasi sempre ben posizionato
- struttura buona

Problemi UX

1. Testo lungo (troppo sia per web che mobile)

I blocchi testuali sono molto lunghi.

Esempio nelle card della sezione “Für wen”.

2. Layout delle card

Le quattro card (ma in generale quelle di tutto il website) sono molto alte e il testo è denso.

Questo crea:

- molto scrolling
- difficoltà di lettura

Miglioramento

Per ogni card:

- 2–3 righe massimo
- bullet points
- link “scopri di più” se necessario

6. Punti di interazione

Attualmente i punti di interazione sono:

- Buche einen Termin
- pulsante WhatsApp
- Richiedi informazioni

Tutto ottimo, anche considerando che sei un professionista solo e non una azienda con qualcuno che si occupa solo dei contanti, ma ci sono delle piccole accortezze.

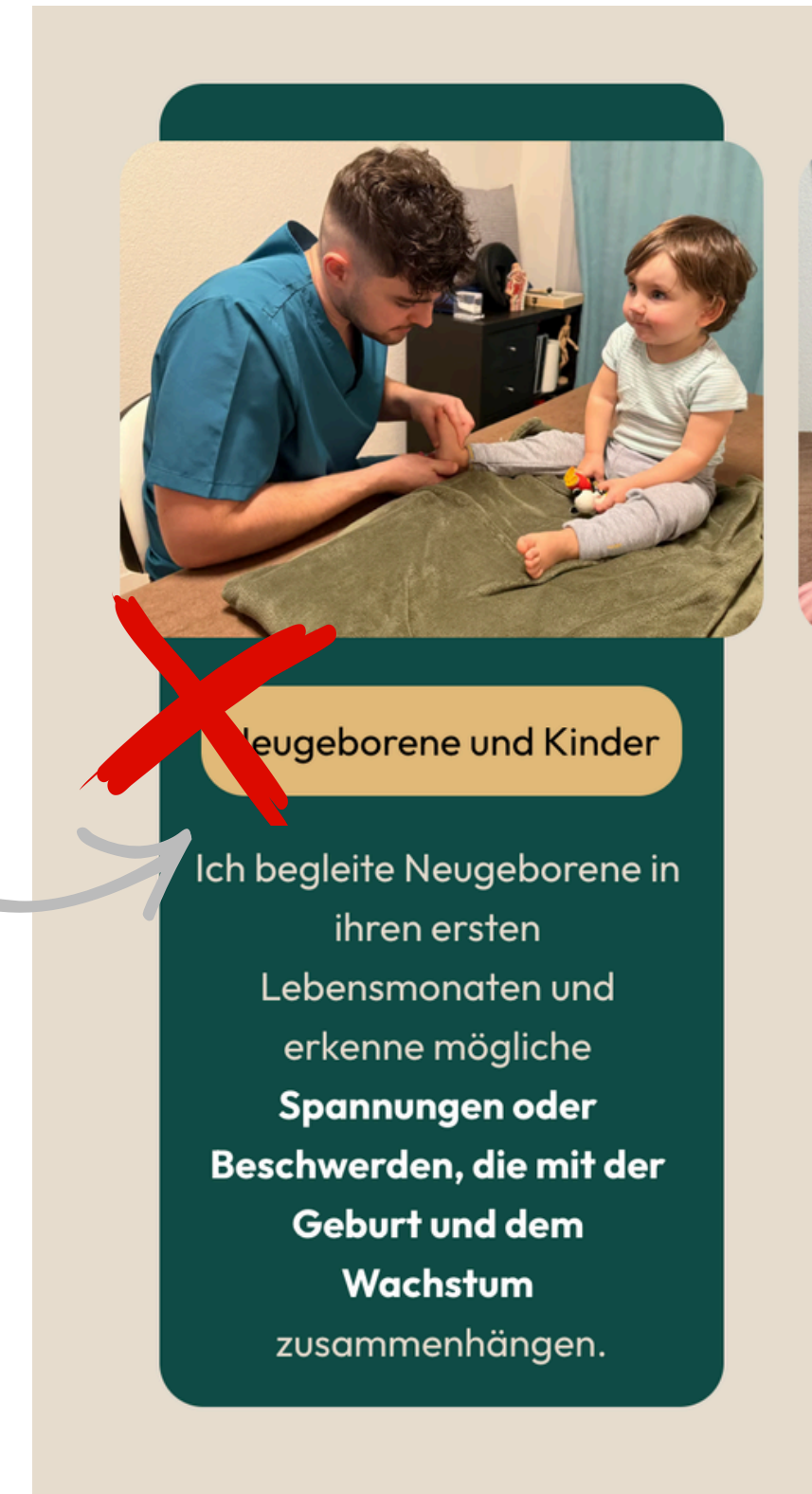
Accorgimenti:

- Solo il bottone “Buchen/Prenota” deve andare in oro. Sempre, in tutto il website. Per tutte le sottopagine usa un bottone secondario di un altro colore. Questo aiuta a mantenere il flow di prenotazione (che é il tuo goal comunque) separato da quello di chi si informa.

Perché dovrei cliccare qui?

è un titolo, non un bottone, non so dove vado a finire!

Sui bottoni di interazione va un verbo d'azione “Compra, prenota, scopri di piu” e non testo a caso!



7. Miglioramento della narrativa - Homepage

1. Hero (UX Writing e Stile)

Writing:

Il messaggio attuale è molto poetico ma poco concreto.

Es. "Den Körper vorbereiten um das Leben mit Gelassenheit zu empfangen."

È consigliabile combinare beneficio + tipo di terapia per far capire subito cosa offre il sito.

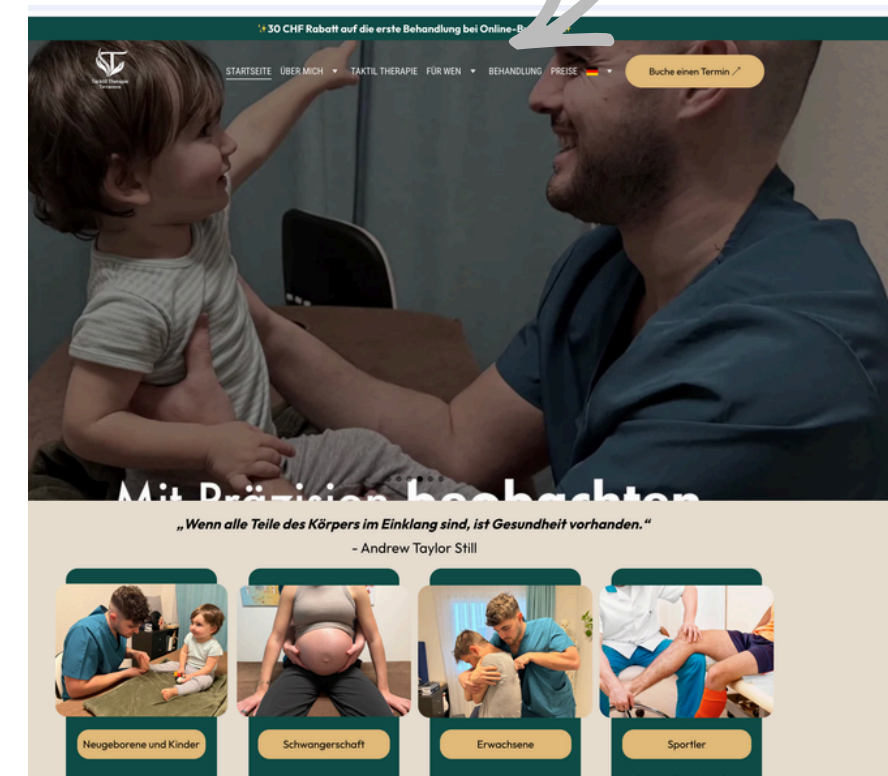
Esempio:

Sanfte taktile Therapie für Schwangerschaft, Babys und Erwachsene.

Stile (vedi pagine successive).

Le trasparenze scure sono una idea simpatica ma invecchiano il sito web. :(

Attenzione: hai messo il testo sulle foto e in alcune risoluzioni viene tagliato via! (Usa la funzione casella di testo sul background.



7. Miglioramento della narrativa - Homepage Hero Idea



Nell'esempio:

- Il carosello con le tue foto bellissime, ma si alternano solo foto e descrizioni e la tagline resta fissa.
- Le foto non hanno bisogno dell'overlay scuro perché puoi usare ad esempio una sfumatura sotto i testi (e quindi il sito risulta più "friendly" e meno casereccio).
- **Il core business resta sempre visibile "terapia tattile".**

7. Miglioramento della narrativa - Homepage Hero Confronto

✦ 30 CHF Rabatt auf die erste Behandlung bei Online-Buchung! ✦

 [STARTSEITE](#) [ÜBER MICH](#) [TAKTIL THERAPIE](#) [FÜR WEN](#) [BEHANDLUNG](#) [PREISE](#)  [Buche einen Termin](#)



Den Körper **vorbereiten** um das Leben mit Gelassenheit zu **empfangen**

„Wenn alle Teile des Körpers im Einklang sind, ist Gesundheit vorhanden.“
- Andrew Taylor Still



Sanfte taktile Therapie
für Schwangerschaft,
Babys und Erwachsene.

Gezielte Technik,
natürliche und
nachhaltige Ergebnis.

"Quando tutte le parti del corpo sono in armonia, la salute è presente."
- Andrew Taylor Still

[Contattami e parliamone](#)

7. Miglioramento della narrativa - Homepage Hook

2. Il problema

Subito dopo la hero spiegare

Es:

- tensioni
- dolori
- difficoltà post parto
- stress corporeo.

Consiglio:

Le card subito dopo la tua frase catchy sono simpatiche, ma io intermezzerei con qualcosa che aiuti l'utenze a capire:

“Quali sono le ragioni per cui ho bisogno della terapia tattile?” Si chiama sezione Hook e aiuta molto.

Sanfte taktile Therapie
für Schwangerschaft,
Babys und Erwachsene.

Gezielte Technik,
natürliche und
nachhaltige Ergebnis.



„Wenn alle Teile des Körpers im Einklang sind, ist Gesundheit vorhanden.“
– Andrew Taylor Still

Erkenkst du dich wieder?

Ich habe starke
Spannungen, die
ich nicht lösen
kann.

Ja, das habe ich,

Während der
Schwangerschaft
fühlt sich mein
Körper oft
verspannt an.

Ja, mein auch!

Mein Neugeborenes
wirkt angespannt
oder hat
Schwierigkeiten,
sich zu entspannen.

Ja, mein auch!

Ich habe Schmerzen
oder Steifheit, die
immer wieder an
derselben Stelle
auftreten.

Ja, das habe ich!

Nach körperlicher
Aktivität bleibt mein
Körper angespannt
oder müde.

Ja, definitiv!

Lass uns darüber sprechen

Therapie e terapeuta

La terapia tattile è un approccio manuale
che guarda oltre il sintomo, per
comprendere l'origine del disturbo e
accompagnare il corpo verso un nuovo
equilibrio, in modo naturale e rispettoso.



7. Miglioramento della narrativa - Homepage Soluzione

3. La soluzione

Spiegare chiaramente:
Was ist taktile Therapie?

con 3 benefici:

- Entspannung
- Beweglichkeit
- Selbstregulation

Consiglio:

Aggiungi subito una sezione in cui parli della soluzione e di come la terapia tattile aiuta.
(L'esempio é rappresentativo di una possibile struttura, ma soprattutto, prova a non esagerare il testo.)

Erkenkst du dich wieder?

Ich habe starke Spannungen, die ich nicht lösen kann.

Ja, das habe ich,

Während der Schwangerschaft fühlt sich mein Körper oft verspannt an.

Ja, mein auch!

Mein Neugeborenes wirkt angespannt oder hat Schwierigkeiten, sich zu entspannen.

Ja, mein auch!

Ich habe Schmerzen oder Steifheit, die immer wieder an derselben Stelle auftreten.

Ja, das habe ich!

Nach körperlicher Aktivität bleibt mein Körper angespannt oder müde.

Ja, definitiv!

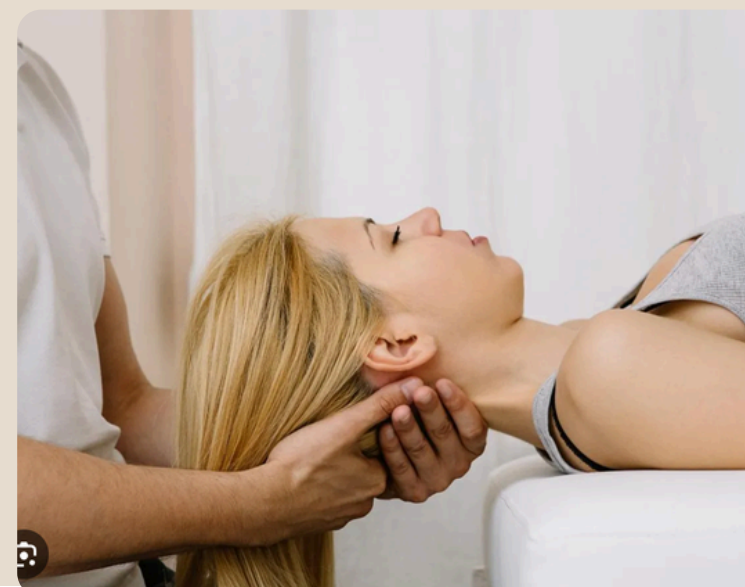
Lass uns darüber sprechen

So lösen wir das

Die taktile Therapie ist ein manueller Ansatz, der über das Symptom hinausblickt, um die Ursache der Störung zu verstehen und den Körper auf natürliche und respektvolle Weise zu einem neuen Gleichgewicht zu begleiten.

Termin buchen

Entdecken



Jede Behandlung ist ein Moment des Zuhörens, in dem der Körper als Ganzes betrachtet und in seinen Anpassungs- und Gesundheitsprozessen unterstützt wird.

Termin Buchen

Taktile Therapie - Was ist das?

7. Miglioramento della narrativa - Homepage Cards

4. Per chi

La sezione attuale con le 4 card è buona:

- Neugeborene
- Schwangerschaft
- Erwachsene
- Sportler

Va solo semplificata.

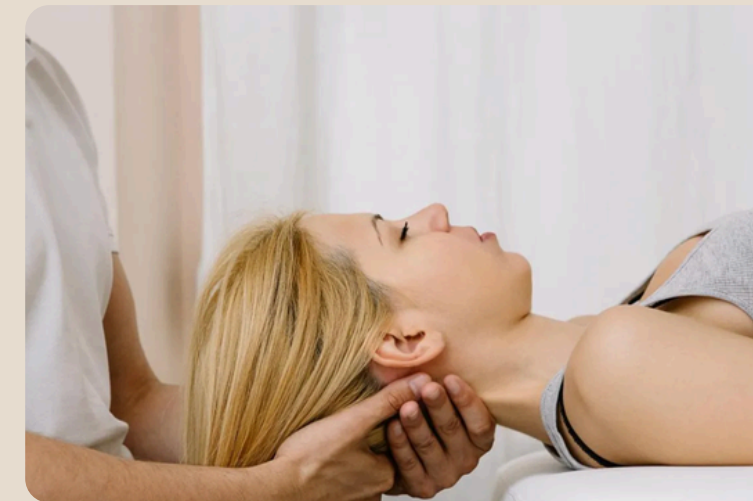
Consiglio:

Altro design alternativo, se puo' piacere un po' piu' vivo.

zu verstehen und den Körper auf natürliche und respektvolle Weise zu einem neuen Gleichgewicht zu begleiten.

Termin buchen

Entdecken



Jede Behandlung ist ein Moment des Zuhörens, in dem der Körper als Ganzes betrachtet und in seinen Anpassungs- und Gesundheitsprozessen unterstützt wird.

Termin Buchen

Taktile Therapie - Was ist das?

Fokus auf dich:



Neugeborene und kinder

Accompagno il neonato nei primi mesi, individuando tensioni o disagi legati alla nascita e alla crescita.

Termin buchen



Schwangerschaft

Ich unterstütze den Körper während der Schwangerschaft und nach der Geburt und fördere Beweglichkeit und Erholung.

Termin buchen



Erwachsene

Accompagno il neonato nei primi mesi, individuando tensioni o disagi legati alla nascita e alla crescita.

Termin buchen



Neugeborene und kinder

Accompagno il neonato nei primi mesi, individuando tensioni o disagi legati alla nascita e alla crescita.

Termin buchen

7. Miglioramento della narrativa - Homepage Sezione “Professionista”

5. Fiducia, Info e Prezzi

Aggiungere:

- formazione, certificazioni e/o anni di esperienza
- Come hai fatto tu, dove avvengono le sedute

Consiglio:

- Separa le tre sezioni.
- Anche se é tanto testo ti da credibilità SEO.
- CTA in cui si prendono appuntamenti in Oro, CTA per vedere altre pagine in verde ;)

Fokus auf dich:



Neugeborene und
kinder

Accompagno il
neonato nei primi
mesi, individuando
tensioni o disagi legati
alla nascita e alla
crescita.

Termin buchen



Schwangerschaft

Ich unterstütze den
Körper während der
Schwangerschaft und
nach der Geburt und
fördere Beweglichkeit
und Erholung.

Termin buchen



Erwachsene

Accompagno il
neonato nei primi
mesi, individuando
tensioni o disagi legati
alla nascita e alla
crescita.

Termin buchen



Neugeborene und
kinder

Accompagno il
neonato nei primi
mesi, individuando
tensioni o disagi legati
alla nascita e alla
crescita.

Termin buchen

Lorenzo in Pillen

3

Jahren seitdem ich begleite
Menschen bei der Behandlung von
Schmerzen und körperlichen
Beschwerden mit individuellen und
achtsamen Ansätzen.



5

Ich habe eine fünfjährige
Ausbildung in Osteopathie in
Italien abgeschlossen und
entwickle mein Wissen
kontinuierlich weiter.

3

3 Sprächig unterwegs: Ich spreche
Italienisch und Englisch und lerne
derzeit Deutsch, um immer mehr
Menschen willkommen zu heissen.

1

Ziel: Menschen dabei zu
helfen, Wohlbefinden und
Harmonie in ihrem Körper
wiederzufinden.



Lernen wir uns kennen

8. Foto e identità visiva

Problema UX

- Le tue foto sono bellissime ma la trasparenza scura le rende tutte poco amichevoli e un po' creepy.
- Nelle foto c'è un sacco di rumore di sottofondo (oggetti, libri quadri...). Tutto questo appesantisce anche il website.



Suggerimento:

- Modifica le foto con la AI e rimuovi alcuni oggetti dagli sfondi.
- Se possibile, aggiusta la saturazione di tutte le foto rimuovendo un po' di giallo e dandogli un tono più neutro (puoi farlo con la AI)
- Rinuncia al background nero. Usa le foto vivide e magari gioca con delle trasparenze.



8.1 Foto e identità visiva - Il carosello

Suggerimento SEO/UX

- Il carosello di foto in fondo é bellissimo ed é un'ottima idea. Valuta di spiegare brevemente cosa accade in quelle foto con un overlay così che diventino interessanti da guardare e il testo che scrivi ti renda interessante per il motore di ricerca. (Se non hai idea di che intendo ne parliamo a voce).

8. Piccole accortezze

Altre piccole cose:

- Utilizzo delle virgolette a sproposito in tanti paragrafi
- Troppo troppo grassetto: se tutto é importante nulla é importante
- Riduci l'arrotondamento degli angoli di tutti gli elementi per ridurre l'effetto "website casereccio".
- Ricordati di aggiungere cookie e privacy policy - ne trovi tanti formati standard online. Visto che lavori con dati delle persone (quelle che richiedi nel form di contatto, cerca di capire se devi dare conto anche di quei dati).
- **Il fatto che sei Krankenkasse erkannt deve andare in Homepage!**
- Non spaventarti se la Home page é enorme, é il punto chiave da cui la gente naviga, ma non dare troppe uscite! Tieni presente che noi vogliamo informare ma poi vogliamo che prenotino - punto.
- Fai benissimo ad avere tante pagine con del testo, perché ti aiuta a salire nel motore di ricerca, ma i blocchi di testo sono abbastanza illegibile ed ogni pagina ha potenziale di diventare molto ben fatta e informativa. (Se già fai una cosa falla bene).

9. Conclusioni

Il website é fatto bene, ma ha tanta tanta possibilità di migliorare.

Già solo con gli appunti di questa review puoi portarlo ad un prossimo livello. In questa review ho lavorato molto sul design, potremmo tuttavia fare ancora molto dal punto di vista flow e interazione.

Come procedere:

- Fai gli adjustments della review che ritieni necessari e che ti convincono.
- Se qualcosa non é chiaro possiamo metterci una call di 20 minuti per discuterne nelle prossime 4 settimane.

(Call successive sono 50CHF per ogni 30 minuti.)

- Posso supportarti in successive review e analisi - possiamo accordarci come preferisci e magari anche rivedere insieme la strategia di contatto e cura del cliente non solo online ma in tutta la filiera di prenotazione, trattamento etc.

Spero di essere stata utile!