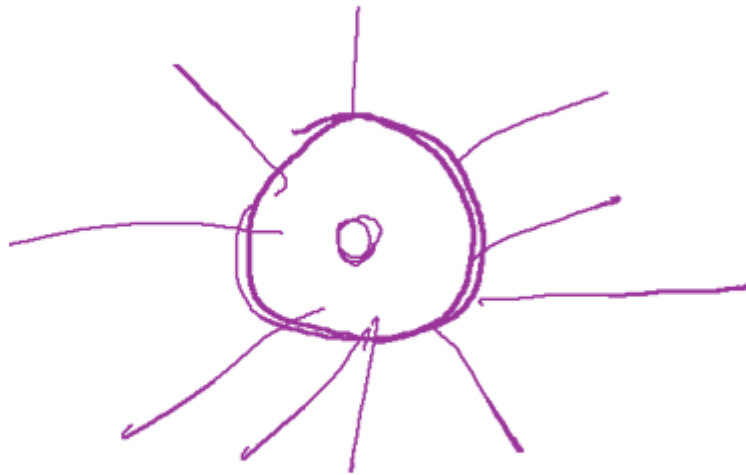


# Perché avere un sito internet

---

(bello che funziona)



Cos'è internet?

---

Perché è importante esserci?

---

Come mai la maggior parte dei siti non funziona?

---

Cosa dobbiamo fare perché il nostro sito funzioni?

---

# Cos'è l'world wide web?

---

Il web (letteralmente significa ragnatela) è **uno spazio virtuale enorme, una rete mondiale**, che usiamo **per comunicare e informarci**.

Uno spazio virtuale, perché vive nei computer, ma **costruito dalle persone, cioè noi**.

Uno spazio che, **se utilizzato al meglio, ci rappresenta e ci aiuta**.

## **Una rivoluzione epocale.**

Tutti noi, anche i meno tecnologici, ormai comunichiamo e cerchiamo informazioni in internet, a tutte le età, di tutte le estrazioni sociali, in qualunque parte del mondo anche la più povera.

---

***Internet** è una rete di collegamenti nata prima del web, per permettere alle università americane di scambiarsi dati e file tra loro, in un sistema simile alle email.*

*L'**world wide web**, detto web per far prima, cioè la rete mondiale che oggi utilizziamo, è nato nel 1991, quando Tim Berners-Lee, che lavorava al CERN in Svizzera, capì che si potevano mettere on-line le informazioni in modo che chiunque potesse accedervi quando voleva, e nacque il primo sito internet, il 6 agosto: sfondo bianco, un titolo in grassetto e del testo con dei link a dei file.*

***Una rivoluzione tecnologica più potente di qualunque altra nella storia che cambierà le vite di tutti noi, la nostra quotidianità.***

*In questo momento (agosto 2018) sembra che i siti internet esistenti al mondo siano più di un miliardo e 900 mila, e gli utenti attivi quasi 4 miliardi.*

## Perché dobbiamo esserci?

---

Come utenti **tutti desideriamo trovare informazioni velocemente** in internet, la prima cosa che facciamo se cerchiamo qualcosa è chiedere a Google. Anche **quando vogliamo acquistare qualcosa**.

L'web ci piace perché (rispetto ai giornali o alla televisione) **possiamo essere attivi**, cioè **scegliere noi cosa cercare, vedere, acquistare**.

### **Chiediamo e l'web ci risponde, soddisfa un nostro bisogno.**

A volte **non troviamo quello che stavamo cercando**, per esempio un prodotto o un servizio di cui sentiamo l'esigenza.

Spesso succede **non perché questa cosa non esista** nella realtà **ma perché questa cosa non è ben rappresentata nel web**: non ha un sito, oppure ce l'ha ma non è ben indicizzato in Google o altri motori di ricerca (che sono il tramite tra noi e l'web) e non lo troviamo.

Può anche capitare, da utenti, che **troviamo qualcosa che stavamo cercando in un sito ma ci deluda**, perché c'è qualcosa che non capiamo, **mancano informazioni** essenziali, dopo aver guardato il sito abbiamo più dubbi di prima, ci innervosiamo, **ci arrendiamo**, e solo se siamo fortemente motivati (perché questa cosa ci serve davvero tantissimo) insistiamo, perdiamo più tempo, magari mandiamo un'email o telefoniamo.

### **Vorremmo che in internet ci fosse tutto quello che ci serve.**

Quindi mettiamoci nei panni di chi sta dall'altra parte e **se abbiamo un'attività di qualunque tipo**, se produciamo prodotti o servizi, qualunque sia il nostro target di riferimento e il nostro settore, sia che vendiamo alle aziende o ai consumatori finali, addirittura a volte se non vendiamo niente ma abbiamo qualcosa da dire, **a mio parere oggi, nel web, è meglio che ci siamo**. E che ci siamo al meglio.

Tutti noi utilizziamo l'web e a volte **ci sentiamo confusi**: dai social, dalla massa di informazioni che ci arrivano, dal passaparola virtuale che non è altro che l'espressione delle persone reali che siamo, ma anche da **tanti siti che ci chiediamo quanto siano affidabili**. Pensiamo che l'web sia uno spazio libero e accettiamo, in nome di questa libertà, che ci sia di tutto, **cerchiamo di selezionare**.

### **Internet rispecchia in modo equo la nostra realtà?**

Oppure è sempre il più forte a dominare, quello con maggiori risorse economiche? A livello di marketing, di informazione commerciale, **solo i grandi hanno spazio, oppure anche le piccole e medie aziende sono ben rappresentate?**

Rispetto ad altri mezzi come la televisione e la carta stampata, comunicare e **pubblicizzarsi in internet è meno costoso**, non potresti mai permetterti uno spot in tv ma ti puoi permettere annunci in Google e in Facebook, arrivando a chi è davvero interessato. **E avere un sito ha un costo decisamente accessibile a tutti**. E quindi? E quindi non ci sono scuse.

É giusto **che tu**, che fai con passione il tuo lavoro, di qualunque lavoro si tratti, **sia presente nella rete** dove tutti cercano le cose (le cose reali, non virtuali) e le persone.

### **Abbiamo tutti il diritto e il dovere di esserci, di utilizzare le potenzialità della rete per mostrare cosa facciamo.**

Abbiamo il diritto e il dovere di **raccontarci con orgoglio**, di comunicare e condividere quello che facciamo e in cui crediamo. Come utente, **vorrei trovare in internet tutte le migliori realtà che esistono**. Come azienda, **voglio che gli altri mi trovino**, mi conoscano. E tu?

# Perchè dobbiamo esserci al meglio?

---

Cosa significa **essere in internet al meglio**?

Cosa significa avere **un sito internet che funziona**?

Significa che quando **le persone** entrano nel tuo sito **trovano facilmente quello che stavano cercando** e capiscono velocemente **chi sei, cosa fai, dove, quando, come e magari anche perchè!**

Possiamo chiamarla usabilità, UX (esperienza utente), è quella cosa che **ti accorgi che è importante solo quando non c'è**. Cioè quando **entri in un sito e ne esci** dopo pochi secondi **perplesso**, a volte anche un po' nervoso. Magari non sai neppure bene perché ma hai capito che qualcosa non va, **non ti fidi**.

Se quel sito vendeva qualcosa la tua esperienza d'acquisto si è fermata, se era il sito di un professionista non lo contatti di sicuro, insomma **un'occasione persa**.

Loro, i padroni del sito, non lo sapranno mai ma hanno perso un potenziale cliente, che probabilmente farà anche pubblicità negativa, che in alcuni casi può diventare virale.

**Un sito che non funziona può arrecare un danno determinante.**

Se invece **il sito funziona**, probabilmente non ci fai troppo caso (le cose che funzionano le diamo per scontate) ma la tua **esperienza è positiva**, trovi quello che stavi cercando in uno spazio piacevole da vedere, sei guidato nella navigazione da **informazioni chiare**, hai una sensazione di **cura in ogni particolare** (nei testi, nelle immagini, nella grafica, nell'impaginazione), capisci bene quello che volevi sapere, **senti di poterti fidare**, confronti il sito con altri siti concorrenti, ti salvi il sito, magari lo condividi perché trovi che possa essere utile ad altri, è iniziata una relazione.

**Dobbiamo essere nel web al meglio,  
per rispetto del nostro lavoro e di chi ci sta cercando.**

---

Ci sono studi che ci dicono **come si comportano le persone in internet oggi**.

Prima di tutto ormai tantissime (sembra l'80%) **si collegano a internet da mobile**, cioè da tablet o smartpone, soprattutto smartpone.

Spesso stanno facendo altro, **sono distratte, hanno fretta di trovare le informazioni, leggono poco e velocemente**, in un modo particolare molto diverso da quello della carta stampata.

Lo facciamo tutti: **leggiamo i titoli, la prima frase di ogni paragrafo, e, se ci sono, le parti in grassetto**.

L'utente di oggi "scannerizza" la pagina, per capire se vale la pena approfondire, con un colpo d'occhio veloce che spesso sembra faccia **un percorso ben preciso formando una Z**, cioè rileva la prima informazione in alto a sinistra (il nome dell'azienda col logo e magari anche il payoff, la frase che accompagna il logo), si sposta verso destra per reperire eventuali menù in alto, attraversa verso il basso in diagonale una zona che probabilmente è occupata da un'immagine e va ai contenuti, leggendo velocemente fino ad arrivare in basso dove trova informazioni di servizio.

Quanto tempo ci ha messo? Pochi secondi. **In 5/10 secondi decide se andarsene, se soffermarsi o cliccare uno dei link**.

Si infastidisce se qualcosa gli blocca la navigazione, se ci sono troppe opzioni e se la grafica è complessa, se ci sono movimenti che distraggono, se non si capisce subito dove cliccare per trovare quello che si cerca, se il menù di navigazione non è chiaro con voci comprensibili, se le informazioni essenziali (per esempio i recapiti) non sono dove si aspetta di trovarle (in basso nella pagina) e se ci sono passaggi inutili.

In quei pochi secondi decide se dare una chance oppure no a questo prodotto, servizio, professionista, azienda.

**Come comunicatori** (web designer – copywriter – content manager – seo specialist – ux specialist) **abbiamo quei pochi secondi di tempo per spiegare l'essenziale e cioè chi sei, cosa fai, dove, come e magari anche perché**. Un lavoro affascinante, una grande sfida: si tratta di togliere, semplificare, emozionare, comunicare.

# Quali sono gli errori più comuni?

---

## 1 - Il sito non si vede bene su smartphone e tablet

Ormai l'80% delle visite online sono su mobile, soprattutto su smartphone, ma navigando nel web tutti noi ci imbattiamo continuamente in **siti non responsive** (che è un metodo di progettazione usato ormai da diversi anni che permette al sito di adattarsi in larghezza al dispositivo usato, modificando l'impaginazione).

### SITI DOVE SI VEDE TUTTO MA MALE

---

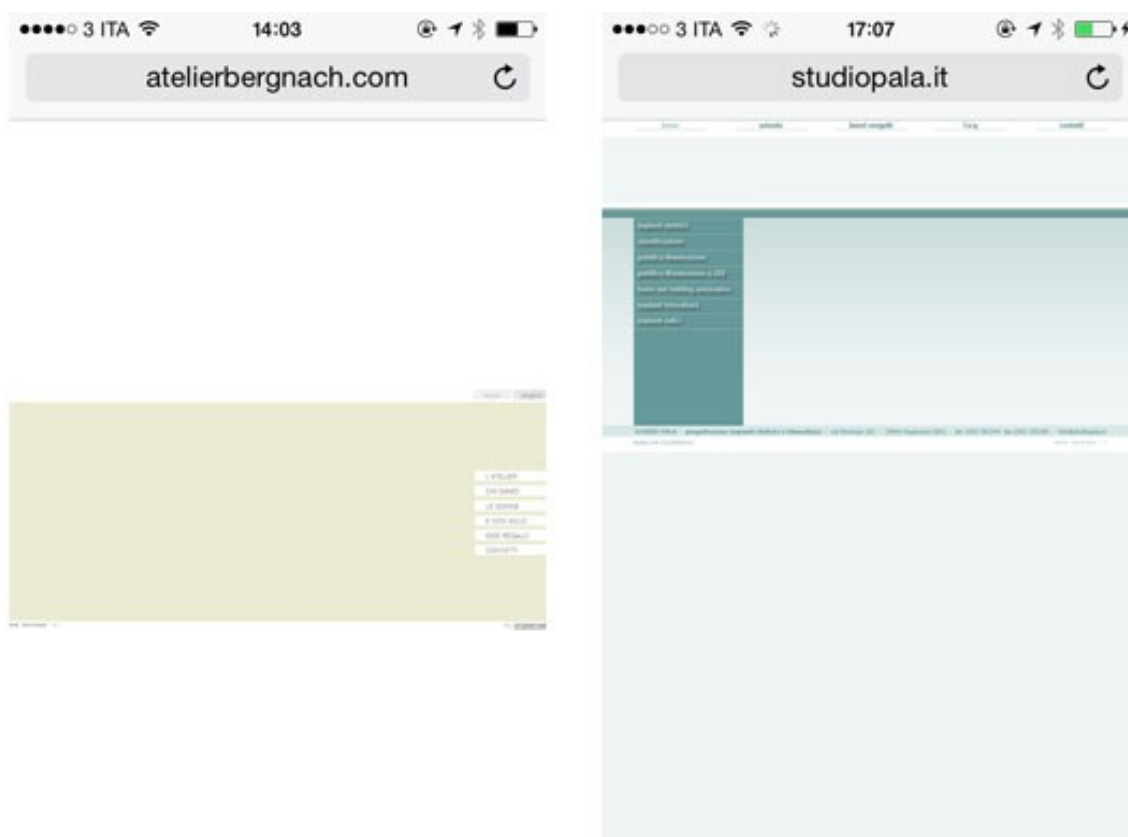
Siti dove si vede più o meno tutto ma essendo stati progettati solo per lo schermo del computer **siamo costretti**, su telefono, **a ingrandire il contenuto** per vederlo e **a scorrere lateralmente** continuamente leggendo, insomma non è piacevole. Nelle immagini sotto, a sinistra il sito è responsive, a destra no.





## SITI DOVE NON SI VEDE NULLA O QUASI

---



Siti dove **non si vede assolutamente nulla** su mobile, o comunque dove intere aree del sito non si vedono e al loro posto si vede uno spazio bianco. Questo perché **contengono aree in flash** anche molto importanti, che sia su telefono che su tablet non si vedono, aree che a volte contengono anche il logo e il nome dell'azienda, come negli esempi sopra (sono siti fatti da me anni fa e ancora on-line).

ooo

*Flash era un tipo di progettazione basata sull'ActionScript con cui anni fa si realizzavano aree del sito o anche interi siti, con **effetti di movimento anche molto complessi**, abbinabili a funzionalità altrettanto complesse fino ad arrivare a vere e proprie animazioni. Io ero una di quelli che con flash ci lavorava e si divertiva anche parecchio, negli ultimi 6/7 anni questa tecnica è stata abbandonata, perchè non supportata su mobile e anche perchè i contenuti in flash non venivano indicizzati al meglio nei motori di ricerca.*

ooo

## SITI RESPONSIVE MA NON FATTI SU MISURA

---

Spesso sono siti dove è stato utilizzato un template, cioè uno schema preconfezionato, che pur essendo responsive **applica in automatico degli adattamenti** per smartphone che non tengono conto del tipo di contenuto. Oppure ci sono dei **veri e propri bug**, o funzionano ma **non sono piacevoli da utilizzare**. Per esempio a volte ci sono elementi che si sovrappongono, immagini che si vedono troppo piccole, testo piccolo, elementi della pagina che sbordano o che non seguono la giusta gerarchia (le cose più importanti in alto, le altre in basso), possono sembrare problemi meno gravi dei precedenti ma non lo sono. Sono **errori che rendono la navigazione difficoltosa**.

### 2 - Nel sito non si trovano facilmente e velocemente le informazioni

---

Le persone (lo ripeto ancora) vogliono sapere chi sei, cosa fai, dove, come, quando, magari anche perché. Queste sono **informazioni che nel sito ci devono essere**, spiegate in modo chiaro, e le persone le devono trovare **dove si aspettano di trovarle**.

Può sembrare banale, ma non dobbiamo cercare soluzioni originali a scapito dell'usabilità. Non facciamo fare al visitatore una caccia al tesoro o una corsa ad ostacoli!

Ormai ci sono **convenzioni che è meglio rispettare**: il logo in alto a sinistra, eventuali link ai social o link di servizio in alto a destra, il menù o i menù ben visibili in alto nella pagina, le informazioni di servizio e i recapiti in basso.

Le voci del menù devono **far capire chiaramente dove si andrà** e cosa si troverà cliccando su quel link, e devono essere, nel primo livello, **poche**.

Il **testo delle pagine** deve essere **formattato** per agevolare la lettura veloce.

L'**impaginazione** non deve confondere con troppe opzioni (le persone hanno bisogno di poter scegliere tra poche cose, se no, nel dubbio, se ne vanno).

La struttura del sito deve essere **costruita in modo che non ci si perda**, i link devono **funzionare** (cioè portare a pagine esistenti).

### 3 – I contenuti non sono adeguati

---

Oltre a dover essere facilmente reperibili e comprensibili, **i contenuti devono essere di qualità** e le due cose sono strettamente collegate. Un testo scritto bene sarà anche comprensibile. Immagini belle e una grafica curata saranno più esplicative e rappresentative.

#### TESTI

---

I testi sono importantissimi. Prima di tutto perché è proprio dai testi forniti che si parte per costruire la struttura del sito.

Poi perché è lì che le persone **trovano informazioni essenziali**.

Scrivere i testi per il web **non è semplice**, devono avere una **struttura** che tenga conto di come le persone leggono in internet, devono tener conto della **seo** (ottimizzazione per i motori di ricerca), devono utilizzare un linguaggio (tecnicamente si parla di **tono di voce**) che sia adatto al target di riferimento.

Abbiamo sempre molte difficoltà a descrivere la nostra attività nei testi mettendoci nei panni di chi di noi e del nostro lavoro non sa nulla, non riusciamo ad uscire dalla nostra “**bolla di competenza**”, diamo per scontate cose essenziali, usiamo un linguaggio che il cliente non capisce, troppo tecnico, senza rendercene conto.

Esistono copywriter specializzati in testi web dai quali spesso è il caso di farsi aiutare, che tengono anche conto della seo.

Un vecchio stile di scrittura legato alla carta stampata con infioresciture e giri di parole inutili è assolutamente da evitare.

Importante curare bene i titoli, avere un payoff (frase che accompagna il logo), personalizzare ogni comunicazione anche di servizio, curare anche il codice (metatag con titolo e descrizione), le url, qualunque cosa nel sito sia fatta di parole.

#### FOTO

---

Sembra banale dirlo ma le immagini **devono essere belle**.

C'è chi guarda solo le foto e anche chi legge tutto sarà comunque colpito dalle foto. Per alcune tipologie di lavoro le immagini sono anche fondamentali per **descrivere l'attività** e il suo stile (pensiamo alle

strutture turistiche, per esempio).

Vanno realizzate con cura e soprattutto devono essere nostre, o comunque dobbiamo accertarci di **avere il diritto di utilizzarle**. Rubare foto dall'web è illegale e poco elegante.

Per alcune tipologie di lavoro poco fotografabile, quando si producono servizi, si può ricorrere a immagini di stock, comprandole online o utilizzando immagini gratuite con licenza libera. Ma la scelta dell'immagine va fatta con cura.

## GRAFICA

---

Il **logo** e l'**immagine aziendale** coordinata (palette colori, font) dovrebbe essere una cosa di cui occuparsi prima di fare il sito, perché descrive lo stile e rende riconoscibili. Sappiano tutti che alcune aziende famose le riconosciamo tutti subito tramite il logo. Un bel logo, magari con un bel naming e payoff, **parla di noi più di tante parole** e ci accompagna ovunque, non solo nel sito.

Un'**impaginazione adeguata** (layout) non ha solo un valore estetico: è fondamentale perché il sito sia usabile, agevola la comprensione.

## Perché nel web tanti siti NON funzionano?

---

Lo sappiamo tutti: **la maggior parte dei siti** in cui inciampiamo ogni giorno corrispondono agli esempi visti sopra, cioè **non funzionano**, e spesso sono di aziende o di professionisti, cioè di attività che dall'**essere on-line al meglio potrebbero avere solo vantaggi**.

Perché? Io credo che si tratti soprattutto di **sottovalutazione del web**, di **mancata consapevolezza di quanto sia importante**, oggi.

Ci sono **due pregiudizi** molto diffusi: che fare i siti sia ormai alla portata di tutti, oggi, perché ci sono **strumenti gratuiti** (mentre è il contrario, cioè c'è sempre più bisogno di professionalità) e che se **nessuno si lamenta** vuole dire che il sito funziona (è il contrario: il sito non funziona se nessuno si fa sentire).

## 1 – Pensi che il sito te lo puoi fare da solo (o te lo può fare chiunque)

---

Spesso, soprattutto negli ultimi anni, **si tende a farsi il sito da soli**, sia come struttura che come contenuti, **senza avere le basi** delle discipline indispensabili per poterlo realizzare al meglio: web design, programmazione, seo, web marketing, copywriting, grafica, ux, ecc... Pensando di risparmiare **si spreca molto tempo** per autoprodursi il sito (o per farselo fare da un non-professionista) e non ci si rende conto di avere realizzato qualcosa che non funziona. Ma **ci costruiremmo la casa da soli senza averlo mai fatto prima?**

*Nel tempo ne ho viste di tutti i colori: **siti che non hanno l'indirizzo dell'azienda** (devi mandargli un messaggio per capire in che provincia d'Italia sono), **siti che non sono a norma di legge** rischiando sanzioni pesanti (non hanno la partita iva nella home o non hanno l'informativa sulla privacy nei form di contatto), **siti dove non si capisce assolutamente niente** (cioè **non si sa l'azienda cosa produce di preciso, come lo vende, dove, eccetera**), ristoranti che non mettono nel sito il giorno di chiusura o il periodo di ferie estive o il menù, siti dove **alla pagina "chi siamo"** (una delle pagine più importanti dal punto di vista del marketing) **non c'è scritto assolutamente niente di utile.***

*Errori di impaginazione, di struttura, **mancanza di qualità** nelle immagini e nella grafica, colori scelti a caso, **confusione** estetica. E questo solo considerando i contenuti e l'usabilità.*

*Poi ci sono **errori di seo** (siti che non hanno il titolo nel metatag della pagina, siti dove il testo non contiene le parole chiave attinenti, siti dove la descrizione nel metatag non è adeguata, la pagina 404 non è personalizzata, non c'è una sitemap...).*

*E ci sono **errori di web design**, codice non adeguato, ridondante, non ottimizzato (questo succede quasi sempre quando si usano programmi wysiwyg - what you see is what you get), cose che l'utente non vede ma che sono importanti per il buon funzionamento del sito.*

## 2 – Se l'utente non è soddisfatto difficilmente te lo dice (ma forse lo dice in giro)

---

Tutti noi entriamo ogni giorno in siti che non funzionano ma non ci sognamo minimamente di farlo sapere con una e-mail ai proprietari del sito, è normale: **entriamo, pensiamo “ma che brutto sito”, usciamo, stop.**

Spesso anche se interpellati, con sondaggi o di persona, non parliamo dei difetti **per paura di offendere o per pigrizia**, o anche perché non abbiamo capito bene tecnicamente quale problema ci fosse, si tratta a volte anche solo di sensazioni.

Quando qualcuno fa rilevare eventuali disservizi o errori o esprime il suo parere **viene spesso accusato di esserne lui la causa** o il suo pc o il suo browser, ecc... Quindi ci pensa due volte prima di farlo.

Per poi parlarne con amici, conoscenti, magari anche sui social, causando **pubblicità negativa** di cui quasi sempre l'azienda in questione non è consapevole.

## Cosa fare, PRIMA di fare il sito, perché funzioni?

---

Realizzare un sito non significa costruire una bella struttura vuota che poi in un secondo tempo andremo a riempire. Perché un sito funzioni **si deve partire dai contenuti, dagli obiettivi dell'azienda e studiare una strategia.** Un lavoro fondamentale e indispensabile.

### 1 – Fare un lavoro di branding

---

Spesso lo si confonde con l'immagine aziendale ma il branding è **un'insieme di concetti che sta alla base di tutto quello che faremo per promuoverci.**

Sono i famosi chi sono, cosa faccio, come lo faccio, dove, come, per chi, perché. Se molti siti riescono a malapena a rispondere esaurientemente al dove, è perché questo lavoro preliminare non è stato fatto.

Si tratta di un vero e proprio lavoro di introspezione, **un'analisi delle proprie motivazioni e dei propri obiettivi, dei propri punti di forza, dei propri punti deboli** (che andranno ribaltati per comunicare comunque

in positivo), **del proprio target**, cioè le persone cui ci rivolgiamo, fondamentale per scegliere il giusto linguaggio e stile.

Sono **le fondamenta della comunicazione**. Un lavoro che dovremmo sempre fare quando partiamo con una attività in proprio (ma non è mai troppo tardi). Un lavoro che periodicamente dovremmo anche rivedere ed aggiornare.

## 2 – Produrre i contenuti

---

Preparare quello che serve, tutto quello che se non è adeguato non permette al sito di funzionare.

Cioè **le foto** (dei prodotti, dell'azienda, di voi), **i testi** che descrivano al meglio chi sei, cosa fai, come, dove, quando e perchè (lo ripeterò fino allo sfinimento), **la grafica**, eventuali filmati.

Se questo materiale l'hai già, magari utilizzato per altri tipi di media, **va rivisto, organizzato, riscritto, integrato** con qualcosa di nuovo.

Se hai fatto un lavoro di branding tutto sarà più semplice.

Questo passaggio è fondamentale farlo prima, perché **è dai contenuti esistenti (o in fase di realizzazione) che si parte a progettare la struttura del sito**. È importante per la seo (indicizzazione nei motori di ricerca) e per l'ux (esperienza utente).

## 3 – Pensare alla SEO in fase di progettazione

---

Un sito che funziona davvero ti permette di **essere trovato** tramite i motori di ricerca come Google, **con le parole chiave attinenti** alla tua attività.

Se questo succede vuole dire che il sito è stato costruito nel modo giusto, coi contenuti giusti, e che **è stato fatto un lavoro di seo** (ottimizzazione per i motori di ricerca).

Quasi sempre le aziende, soprattutto quelle piccole, non fanno questo tipo di lavoro e sono raggiungibili, quando va bene, con il nome dell'azienda. Ma **se qualcuno ti cerca in Google scrivendo il nome della tua azienda è qualcuno che ti conosce già**, che ha sentito parlare di te, ed è utilissimo e necessario che trovi il tuo sito in Google, ma non stai arrivando a nuovi clienti.

Possiamo anche decidere che non ci interessa essere trovati da estranei, che abbiamo già tutti i clienti che ci servono, e vogliamo

utilizzare il sito solo per raggiungere chi ci conosce già, ma **farsi conoscere, esserci, è sempre una ricchezza** ed è uno spreco lavorare a un sito che poi vedranno in pochi.

Quindi il consiglio è di affidarsi a qualcuno che progetti siti “seo-friendly”, cioè **pagine realizzate in modo che vengano correttamente indicizzate nei motori di ricerca** e trovate da chi sta cercando quell'argomento.

Questo non vuole dire che avrai la garanzia di essere in testa alle pagine di Google (**indicizzazione non significa automaticamente garanzia di posizionamento**), ma che avrai fatto il primo passo indispensabile. Potresti anche avere già buoni risultati così, ma dipende dal tuo settore e da una serie di variabili.

Potrai poi fare un lavoro completo di seo con uno specialista e investire in questo.

#### 4 – Decidere una strategia completa

---

Un sito è uno **strumento per comunicare il tuo lavoro al mondo**, ma non l'unico, e va considerato all'interno di **una strategia più ampia**.

Prima di tutto devi decidere **i tuoi obiettivi**.

Con chi vuoi comunicare? Coi tuoi attuali clienti? Con nuove persone che ancora non ti conoscono? Di che tipo? Dove le puoi trovare? Cosa vuoi che facciano quando entrano nel sito? Come puoi mantenere i contatti dopo che l'hanno visitato?

Queste sono alcune delle domande che ti devi porre.

In base ai tuoi obiettivi verrà progettato il sito con le sue funzionalità ma andrà **coordinato con eventuali altri strumenti**: canali social, newsletter, pubblicità “vecchio stile” su carta stampata o tv o radio, pubblicità nel web (annunci a pagamento), creazione di eventi, in poche parole marketing.

Il sito funzionerà davvero bene solo se ci sarà **coordinazione** tra tutto quello che farai per promuoverti e se ci sarà **coerenza (di intenti e di stile)**. Come per le aree dinamiche il consiglio è di realizzare solo quello che si sarà poi in grado di gestire.

## NON esiste solo WordPress

---



Se non hai mai sentito nominare WordPress salta pure questa parte, ma considera che la maggior parte dei siti oggi on-line sono fatti con WordPress (o con altre piattaforme), a volte anche all'insaputa dei clienti stessi. E non c'è niente di male ma non è una strada obbligata.

Faccio siti da tanti anni, scrivendo il codice, senza usare programmi, e **non uso WordPress**. Non mi pesa dover imparare continuamente cose nuove, quello che mi importa è avere il controllo diretto.

Non ho niente contro WordPress, che **è una bellissima piattaforma per fare siti dinamici di un certo tipo, per esempio i blog**.

Io stessa ho avuto per anni due blog, realizzati con WordPress.

Si possono anche fare siti su misura con WordPress, se si è programmatori molto bravi in grado di farlo e se il budget è alto, oppure si possono fare siti WordPress parzialmente su misura usando dei framework, cioè dei programmi che permettono di costruire un template personalizzato anziché utilizzare semplicemente un template (che è una struttura preconfezionata dove si devono solo inserire i contenuti, con poco margine di personalizzazione).

### **Se ti sembra complicato è perché effettivamente lo è.**

Per il cliente **non è semplice** capire e poi gestire il sito WordPress.

Ci sono web designer che fanno siti con WordPress per un'unica ragione: non sanno costruire siti senza WordPress.

Non hanno mai costruito un sito statico o dinamico scrivendo il codice, senza un programma che lo facesse per loro, hanno vaghe conoscenze di html, css, javascript, php. Quindi gli risulta comodo WordPress.

### **Ti offrono quello che sanno fare o quello di cui hai bisogno?**

La maggior parte delle aziende medio piccole **non ha bisogno di un sito dinamico e di un gestionale complesso** come WordPress, **ma ha bisogno prima di tutto di un sito statico costruito bene**.

Può aver bisogno di piccole aree dinamiche su misura con un gestionale semplice fatto apposta, questo sì.

Ma **le aree dinamiche** (cioè aree del sito collegate ad un database che il cliente, tramite gestionale, può aggiornare da solo) **vanno costruite solo se c'è un reale bisogno e l'impegno ad occuparsene** da parte di qualcuno all'interno dell'azienda, se non ci sono questi presupposti è

assolutamente meglio non farle.

**É normale che tu non abbia tempo di occuparti del sito, non è il tuo lavoro.**

C'è il luogo comune che debba essere il cliente ad aggiornare il sito, ma non è necessario, **quasi sempre è meglio che degli aggiornamenti se ne occupi l'web designer** che ha le competenze e ti farà risparmiare tempo.

Negli ultimi anni spesso, soprattutto tra i freelance, **si utilizzano i blog come siti di promozione commerciale**, e se fatti bene alcuni di loro (una piccola percentuale a mio parere) funzionano, ma gestire bene un blog è un lavoro molto impegnativo (l'ho fatto per anni, anche se non a scopo commerciale). Ci vuole tempo, ci vogliono competenze, idee, un piano editoriale. C'è molta concorrenza. Va studiata la seo, va fatta promozione sui social, bisogna imparare a scrivere per il web, meglio avere anche una newsletter... e anche così **può essere che si lavori molto senza avere risultati**.

**Non è obbligatorio né necessario avere un blog aziendale.**

Soprattutto, a mio parere, **piuttosto che un blog abbandonato o trascurato è meglio un sito statico fatto bene**.

C'è anche il luogo comune che Google ami i blog ed è vero che ama i siti dinamici aggiornati spesso, se fatti bene, ma **si può avere un sito ben indicizzato in Google anche senza blog**, con pagine create pensando ai motori di ricerca, studiando un lavoro completo di seo (ottimizzazione per i motori di ricerca) fin dall'inizio nella costruzione del sito, in base alle parole chiave attinenti l'attività.

## Cosa un sito NON è

---

Un sito **non è lo sfoggio creativo dell'web designer o del grafico**. Non è uno spazio dove qualcuno sta mostrando originalità e creatività fini a se stesse pregiudicando la funzionalità.

**Staresti volentieri in una casa progettata in modo molto originale ma scomoda e poco accogliente?**

Il tuo sito è tuo e ti deve rappresentare, l'web designer e tutte le altre figure professionali non sono che un tramite che **grazie alle competenze tecniche ti aiutano a comunicare al meglio la tua attività** con contenuti di qualità.

Un sito **non è un depliant messo on-line**, cioè qualcosa che è stato realizzato per la carta stampata che può essere semplicemente adattato. Potrai mettere on-line direttamente le tue brochure in pdf da scaricare se lo desideri, linkandole nel sito, ma **il sito va progettato con cura come struttura fin dall'inizio, partendo dai contenuti, dalle parole chiave per i motori di ricerca, studiando il linguaggio, occupandosi dell'usabilità e della seo**. I siti internet vengono letti in modo completamente diverso rispetto a qualunque cosa su carta. E possono avere molte più funzionalità.

## A cosa serve avere un sito

---

C'è chi pensa: “a me un sito non serve, ho già fin troppo lavoro”. Sappiamo tutti che non è quasi mai un ragionamento utile: il lavoro può diminuire e finire, **le cose cambiano continuamente**, nasce nuova concorrenza, senza contare che potremmo puntare a lavorare non di più ma meno e meglio.

Il tuo sito, se all'interno di una strategia completa, ti **può far acquisire nuovi clienti**, ma non è detto che la sua funzione principale sia questa. Ti può anche **aiutare a mantenere i contatti coi clienti già esistenti**, o ti può **agevolare nel lavoro velocizzando alcune procedure** per farti perdere meno tempo.

Prima di tutto il sito ha una **funzione di rappresentanza**, serve a dare informazioni, più di un biglietto da visita, una vetrina, una brochure, un catalogo, un manifesto, un portfolio... un sito è sempre, se fatto bene, molto più di qualcosa stampato su carta, oltre ad avere una **diffusione più facile, veloce ed economica**.

Chi ti cerca in internet **trova nel tuo sito delle informazioni importanti**, che senza sito dovrebbe chiederti di persona causandoti perdita di tempo, o potrebbe avere da altri, anche online, senza il tuo controllo (per esempio su siti di recensioni e blog).

I social o altri siti sono piazze virtuali dove sei a casa d'altri e cambiano continuamente, **solo il tuo sito è davvero casa tua**.

*Primo esempio.*

*Sei un libero professionista e hai contattato un potenziale cliente di persona (sei uno che usa il metodo all'antica), hai parlato del tuo lavoro e pensi di ricontattarlo in un secondo momento. Cosa credi che faccia nel frattempo questo cliente? Se gli hai lasciato un indirizzo internet (magari sul biglietto da visita) guarda il tuo sito, se non gliel'hai lasciato ti cerca in Google. E si fa un'idea.*

*Secondo esempio.*

*Sei una parrucchiera e hai il negozio in un luogo dove le persone vanno in vacanza, non essendo pratiche del posto per non fare giri a vuoto cercano in internet, se ce l'hai trovano il tuo sito e si fanno un'idea, vedono che prodotti usi, ci sono le immagini del negozio, gli orari, i recapiti, magari c'è pure la possibilità di fissare appuntamento in email. Se il sito non ce l'hai magari ce l'ha la concorrenza.*

*Terzo esempio.*

*Hai un ristorante. Un tuo cliente ha parlato ad un'amica del tuo locale, ma lei prima di venirci guarda il tuo sito per farsi un'idea di com'è il posto dalle immagini, per vedere il menù, i prezzi, gli orari, il giorno di chiusura, per prenotare. Si fa un'idea, guarda altri siti, decide. Se non ce l'hai è lo stesso: si fa un'idea, guarda altri siti e decide.*

*Quarto esempio.*

*Un tuo cliente ha acquistato ad un mercatino la tua marmellata per curiosità. Scopre che è molto buona, sul vasetto c'è l'indirizzo internet e gli viene voglia di approfondire, di capire meglio che tipo di materie prime vengono utilizzate, se partecipi ad altri mercatini, magari scopre che la può ordinare, che ci sono altri prodotti interessanti, diventa cliente abituale. Oppure no perché non hai il sito.*

**Te la senti di non esserci?**

## Forse un sito NON ti serve

---

Probabilmente non hai bisogno di un sito se:

- non hai un'attività,
- hai un'attività ma stai per chiuderla,
- hai un'attività che lavora tantissimo e pensi che lavorerà sempre tantissimo in un settore in cui esisti solo tu, con un target che non usa internet. ;-)

## Grazie!

---

Grazie per avere letto questo e-book.

**Cosa ne pensi? Ti è stato utile? Aggiungeresti qualcosa? C'è qualcosa che non hai capito? Vuoi in regalo una consulenza?**

Mandami il tuo parere in e-mail e potrai avere **in regalo una consulenza di un'ora** via skype o e-mail del valore di 80 euro. Analizzeremo insieme la tua attività e la tua presenza on-line. Alla fine avrai consigli, linee guida per migliorare la comunicazione, le idee più chiare.

[info@decodo.it](mailto:info@decodo.it)

*Se ti va **condividi questo e-book con chi vuoi**. Lo puoi mandare in e-mail a chiunque pensi possa essere utile, puoi condividere il link al mio sito [decodo.it](http://decodo.it) dove si può scaricare (e ti ringrazio infinitamente se lo farai), parlarne nei social, **ma**:*

**NON puoi prenderne il contenuto e pubblicarlo anche parzialmente facendo finta di averlo scritto tu!**

*Copiare è illegale e poco elegante.*

## Posso esserti utile se:

---

Posso esserti utile se hai un'azienda medio-piccola o sei libero/a professionista e **non hai un sito o hai un sito che non funziona.**

Posso aiutarti a **organizzare i tuoi contenuti, a scrivere i testi, a elaborare una strategia.**

Possiamo **progettare insieme il tuo sito**, pezzo per pezzo, in un percorso **personalizzato**. In base alle sue esigenze e al tuo budget. Potrai pagare ratealmente, investendo il tuo tempo e il tuo denaro a poco a poco.

Avrai **una sola persona** come punto di riferimento, io, senza intermediari. Una persona con **esperienza, competenze complete e disponibilità**, al giusto prezzo.

**Tutti hanno il diritto di avere un sito bello che funziona :-)**

---



Stella Pederzoli  
via Silvio Pellico, 7  
Montello (BG)

339 7745763  
[info@decodo.it](mailto:info@decodo.it)