DIGITAL KIT

di

REGISTRO .it

SITO WEB

INDICE

pag. 2 INTRODUZIONE

pag. 7 PERCHÉ È IMPORTANTE?

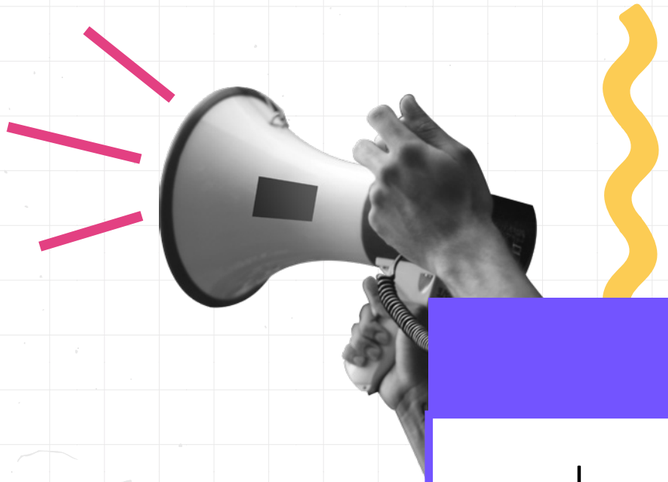
pag. 10 CHE OBIETTIVI PUOI RAGGIUNGERE?

pag. 15 COME OTTENERE RISULTATI?

pag. 19 COSA NON FARE?

pag. 23 GLOSSARIO

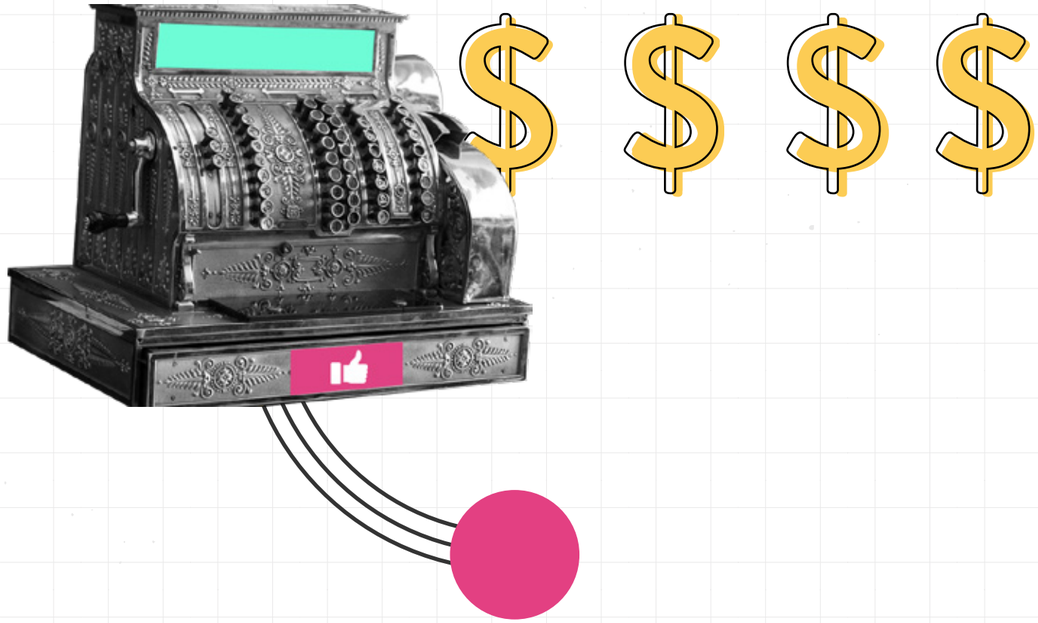
INTRODUZIONE

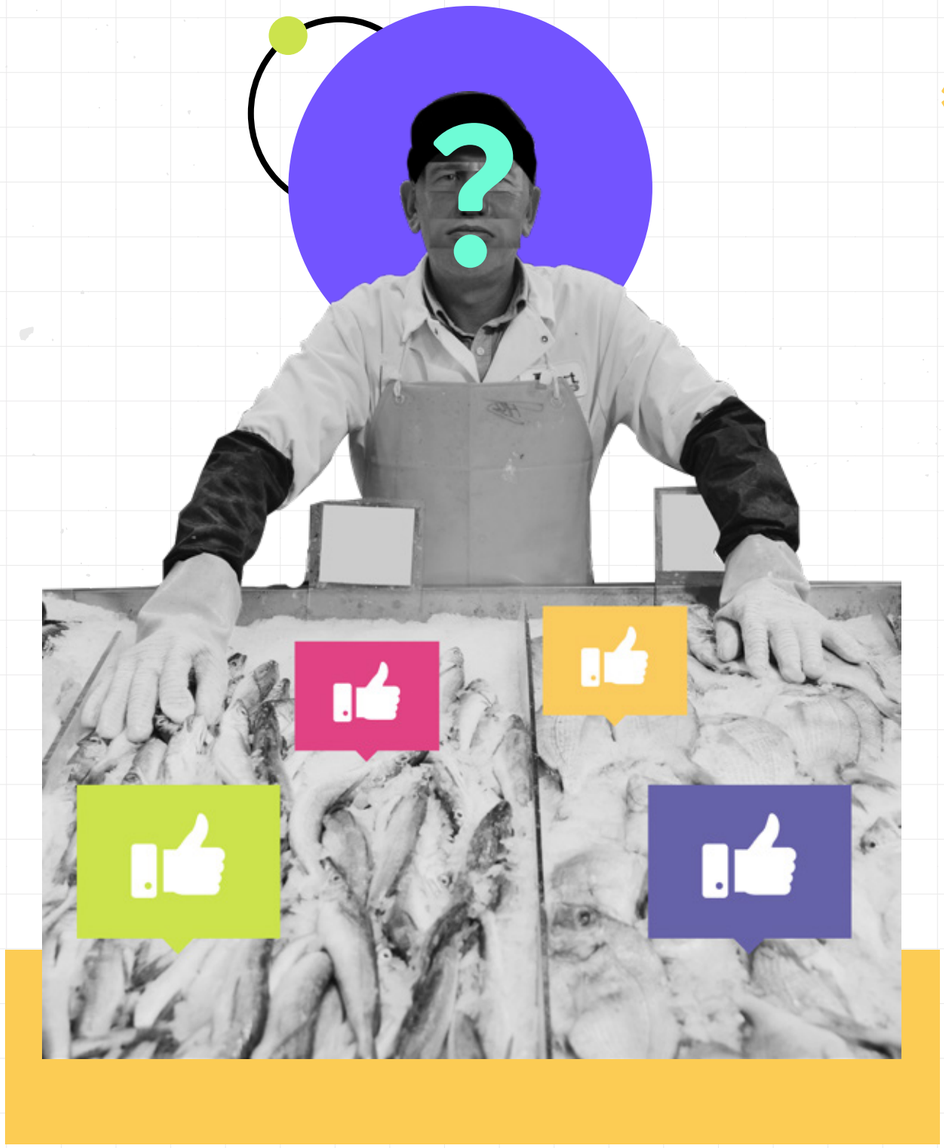


La rivoluzione messa in moto da Internet ha cambiato le nostre abitudini: ha trasformato la rete nel luogo principale dove reperire informazioni e aperto nuovi territori in cui imprese e liberi professionisti possono operare e comunicare con i loro clienti. Ormai la presenza sul web per un professionista o una PMI è necessaria per avere successo.

Social

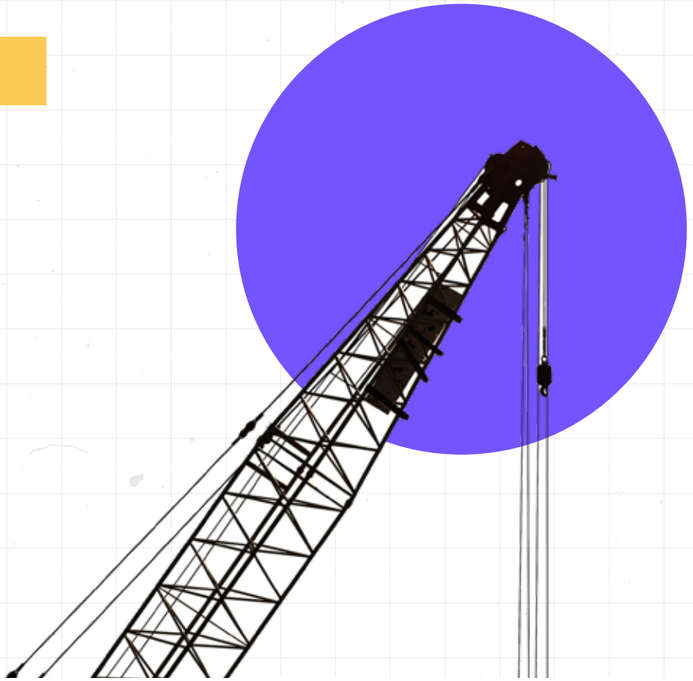
Il diffondersi dei Social e la loro predisposizione a utilizzi commerciali potrebbe far pensare che creare un sito sia inutile o poco efficace, ma non è così.





Affidarti ai **Social** è come aprire una bancarella in piazza: uno spazio limitato, parzialmente personalizzabile e che non è di tua proprietà.

In più, piattaforme come Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, Tripadvisor ecc., cambiano spesso le loro politiche e non possono garantire la protezione dei tuoi contenuti e della tua identità.



Il sito rappresenta **la tua casa virtuale**, il punto di riferimento verso il quale affluisce **il tuo traffico più significativo.**

Un sito invece puoi costruirlo intorno alle tue esigenze, oltre a permetterti di mantenere pieno controllo sul tuo marchio, i tuoi dati, i tuoi contenuti e la tua sicurezza.

PERCHÉ È IMPORTANTE ?

È il tuo spazio personale in rete.

Il sito web è la tua casa e il nome a dominio è l'indirizzo a cui farti trovare, è il primo strumento da cui partire per costruire una solida presenza in rete.

Se sei alla ricerca di un pubblico, di più clienti, o di persone da influenzare, il web è il posto giusto.

Non è infatti una sorpresa che le aziende con siti web abbiano un fatturato maggiore rispetto a quelle che non sono presenti online.

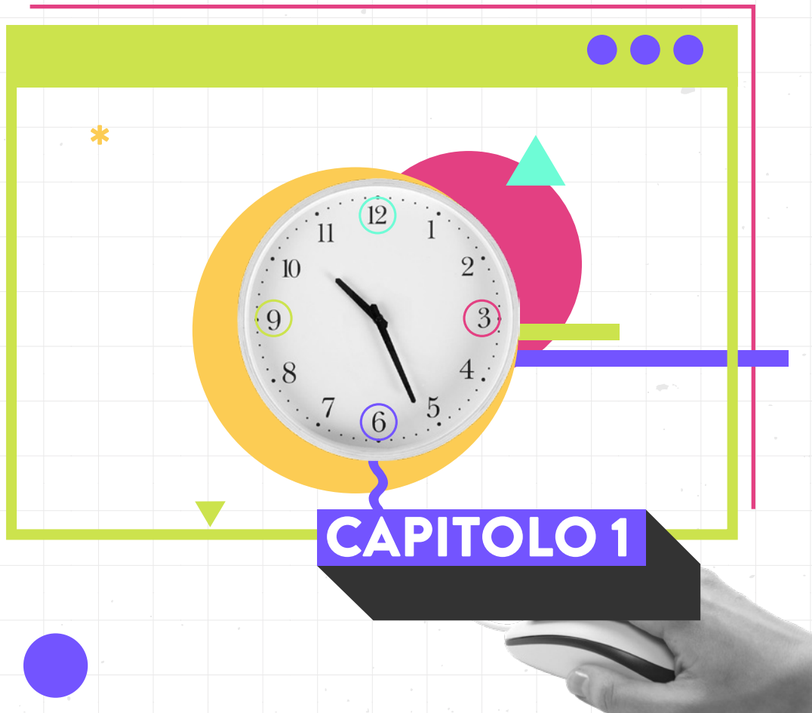
* Il 93% delle decisioni d'acquisto inizia cercando su un motore di ricerca, e il 60% di tutte le ricerche effettuate viene svolta tramite Google, il più usato al mondo.

Parola chiave: accessibilità

Un sito web è accessibile 24 ore al giorno, tutti i giorni dell'anno. Chi è interessato alla tua attività o ai tuoi prodotti deve avere la possibilità di accedere in ogni momento a informazioni su quello che fai o ai tuoi contatti.

È un ottimo modo per costruire il tuo marchio

La versatilità di un sito web consente di concretizzare l'identità del tuo brand, che può evolvere di pari passo con la tua attività.



CHE OBIETTIVI PUOI RAGGIUNGERE ?

* Se ti troverai alle prese con la progettazione e costruzione di un sito, ti accorgerai che in realtà non esiste un'unica tipologia di sito web, ma molteplici: in base all'obiettivo che vuoi raggiungere ce ne sarà una che farà al caso tuo.

IL PORTFOLIO

Un sito molto semplice nella navigazione ma dal grande impatto visivo e di contenuto: è una vera e propria vetrina attraverso cui promuovere il tuo prodotto e i tuoi servizi. È il sito più indicato per liberi professionisti come designer o illustratori, ma resta un'ottima base di partenza a prescindere dalla tua attività.

Contenuti principali: informazioni di contatto; informazioni sui servizi e prodotti; portfolio dei propri lavori

L'E-COMMERCE

Vendi un prodotto – o più prodotti – ma vuoi evitare intermediari? Creare un e-commerce potrebbe essere la soluzione giusta per te. Non lasciarti spaventare dalla difficoltà maggiore rispetto all'apertura di una pagina negozio su Amazon o eBay: il controllo che hai sul tuo e-commerce è totale, dalle modalità di navigazione alle promozioni, passando per il monitoraggio dei risultati e arrivando alle aree riservate per i clienti.

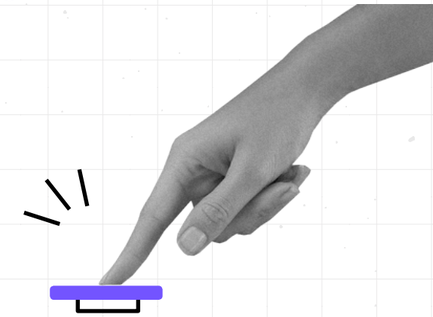
Contenuti principali: catalogo prodotti; promozioni; area riservata; form newsletter

IL SITO PER LEAD GENERATION

Se il tuo primo obiettivo è generare conversioni e raccogliere dati sui potenziali acquirenti dei tuoi prodotti o servizi, il sito più indicato è uno studiato appositamente per ottenere questi risultati.
Sarà quindi molto semplice nella modalità di navigazione e nella struttura, come una landing page composta da testi di vendita, Call to Action mirate e form di contatto da compilare.

Contenuti principali: Call to Action; form di contatto; form di newsletter; descrizione servizio/prodotto

IL SITO WEB DI CONTENUTI



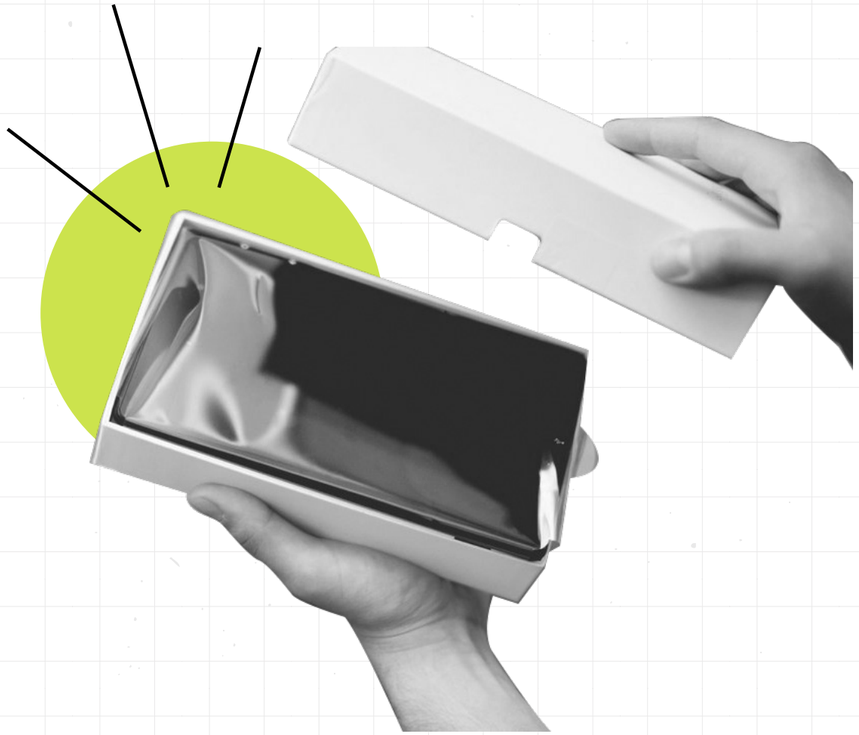
Hai invece in mente di sviluppare un sito di notizie, o un magazine di moda? Allora avrai bisogno di una piattaforma basata sui contenuti. Certo, tutti i siti web necessitano di contenuti, ma in questo caso saranno la spina dorsale su cui si poggerà il tuo, e di conseguenza l'esperienza per gli utenti.
Ricordati che per migliorare le prestazioni di questo tipo di sito devi avere una netta linea editoriale, e produrre contenuti che stimolino una conversazione con e tra il tuo pubblico.

Contenuti principali: articoli; video; informazioni sui servizi e/o prodotti; form newsletter

IL SITO WEB DI SUPPORTO

Da ultimo, se il tuo obiettivo principale è fornire assistenza, per esempio sul tema tecnologia – cellulari, computer, dispositivi di nuova generazione, software –, oppure sul tema maternità e bambini, il sito che costruirai sarà strutturato attorno a contenuti ben definiti* e capaci di risolvere un bisogno nel minor tempo possibile.

Contenuti principali: articoli informativi; video tutorial; pagine tutorial; FAQ

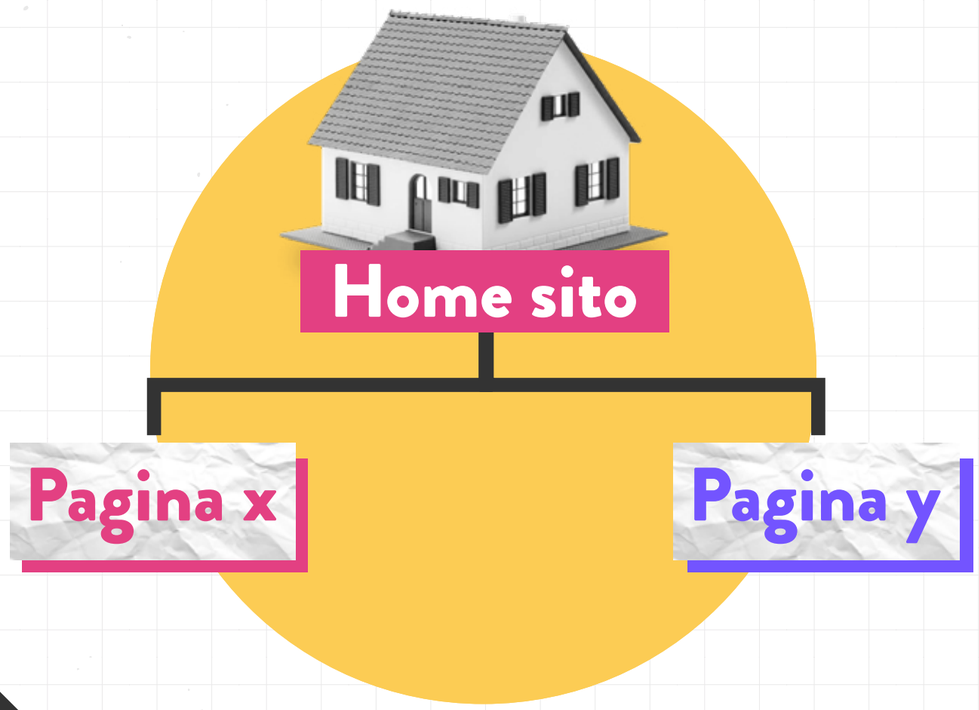


*Negli ultimi tempi c'è chi ha fatto del "supporto" il proprio core business, pensa al sito di Aranzulla, uno dei 30 siti più visitati in Italia, dove si trovano risposte sulle domande informatiche più cercate in rete.

COME OTTENERE RISULTATI?

UN SITO BEN STRUTTURATO

Il sito funziona solo se alla base c'è una buona comunicazione: contenuti di qualità ben organizzati. Ma qual è il modo migliore di organizzare i contenuti di un sito web?



- Fai l'inventario di tutti i tuoi contenuti e suddividili in categorie di base.

- Disegna l'alberatura del sito, una sorta di mappa del tuo sito web. Questa struttura si organizza su più livelli di profondità, a partire dalla home page.

- Stabilisci con quale CMS realizzare il sito.
  Il CMS è uno strumento software che permette di gestire i contenuti del sito in modo semplice, creando nuove pagine, gestendo i menù e tutto quello che viene visualizzato. Il CMS può essere open source, dove tutto il codice sorgente è visibile e manipolabile da chiunque, o proprietario, dove il codice sorgente è dell'azienda che lo propone. Wordpress è il più diffuso CMS, ma al momento sono disponibili sul mercato da 250 a 300 differenti programmi.

UN DOMINIO EFFICACE

È il momento di dare un nome al proprio sito, ossia di sceglierne il dominio. Il dominio è ciò che ti identifica e rappresenta, è l'indirizzo della tua casa.

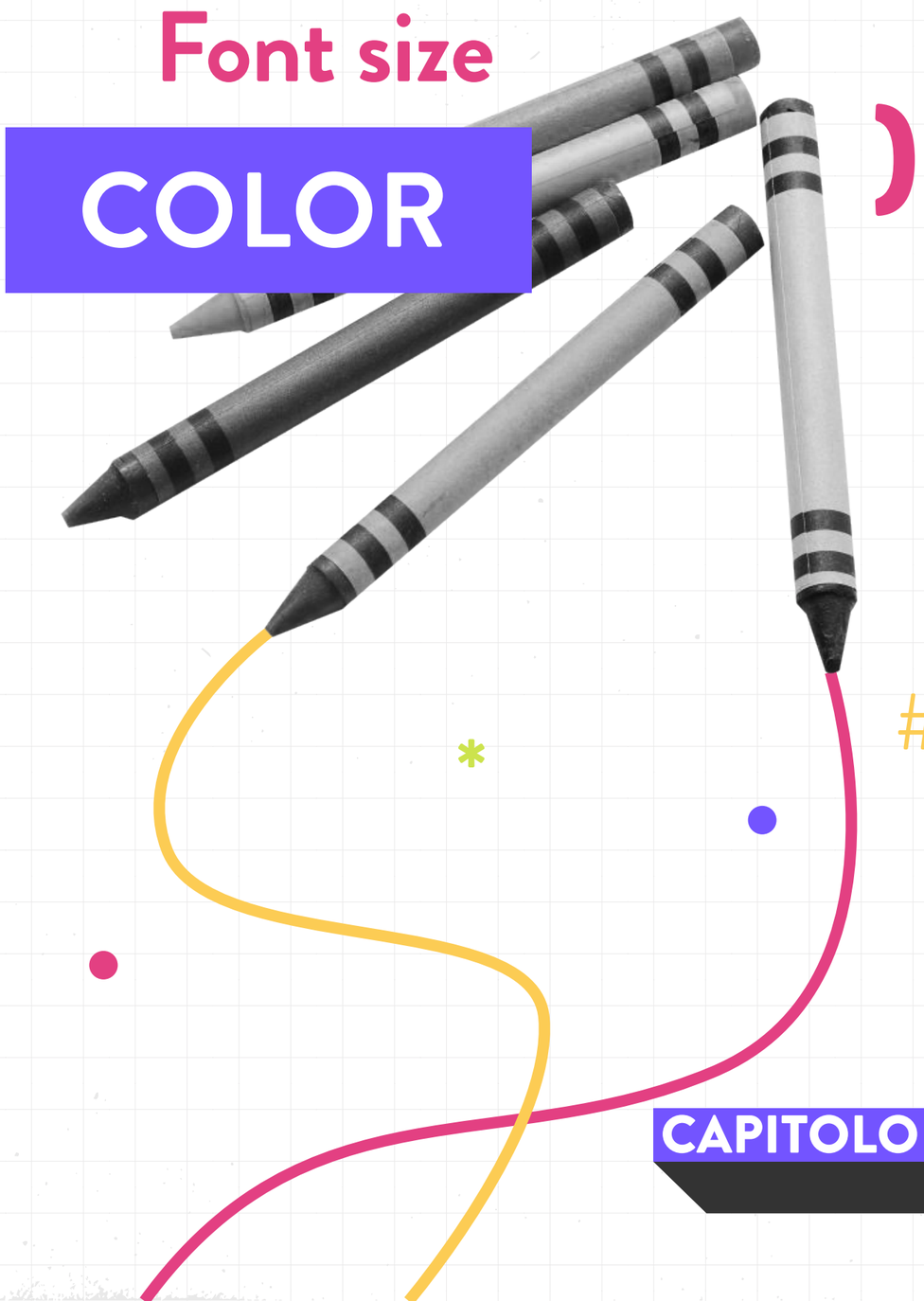
Potresti associare al dominio il tuo nome o quello del tuo prodotto, della tua azienda o del tuo marchio. Oppure, nel caso in cui quel dominio sia già registrato – puoi controllare usando un servizio **whois** –, potrai usare combinazioni di parole che sono molto vicine all'originale. O ancora – elemento molto utile per aiutare i motori di ricerca nel loro compito di indicizzazione – potrai associare il dominio con il tuo tipo di attività. Se si tratta di una pizzeria, per esempio, **pizzeria+nome città** o tipo di attività e nome città: **pizzeriashangrila.it**.

Deve essere in ogni caso un nome essenziale, chiaro, facile da scrivere, pronunciare, ricordare: la scelta del nome a dominio di un nuovo sito web è importante e contribuisce a determinarne il successo.

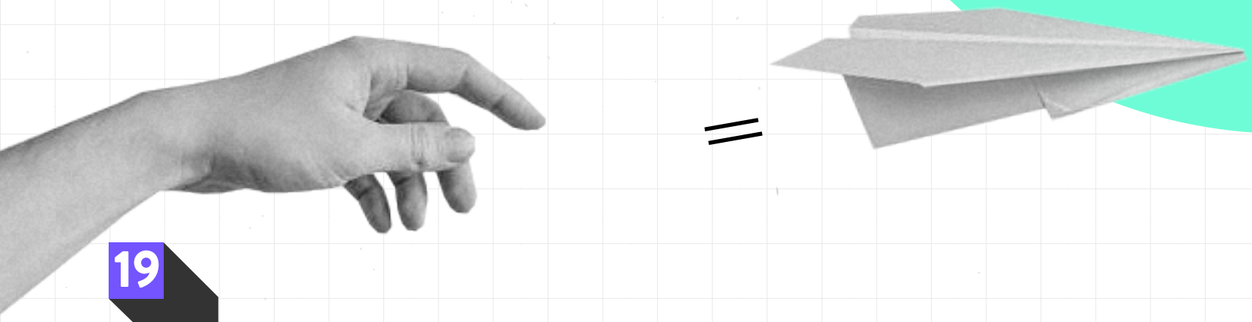
UNA STRUTTURA USER FRIENDLY

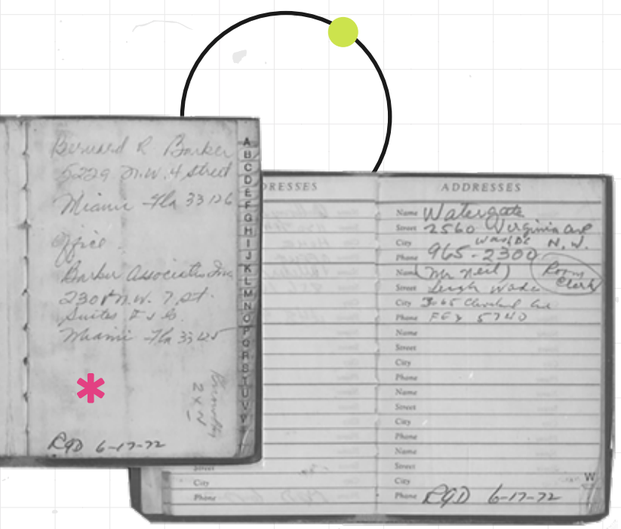
Visitare un sito web è come intraprendere un viaggio: si ha bisogno di indicazioni, si può rischiare di non capire la lingua, si può perdere tempo o avere difficoltà nel riuscire a ottenere informazioni.

Avere un bel sito, dal design accattivante, è importante, ma lo sono ancora più la chiarezza e la facilità nel navigarlo. Costruire una gerarchia visiva, sfruttando i colori, la grandezza del font, l'allineamento, lo spazio e la disposizione dei contenuti nella pagina contribuirà nella realizzazione di un sito un sito facile da navigare, con un'interfaccia intuitiva, costruito intorno all'esperienza dell'utente.



COSA NON FARE?





AVERE UN SITO TANTO PER AVERLO

AVERE UN SITO WEB PORTA OPPORTUNITÀ ENORMI, SE È FATTO BENE. MA FATELO SOLO SE SIETE DISPOSTI A DEDICARCI IL TEMPO, GLI SFORZI E GLI INVESTIMENTI CHE QUESTO MERITA.

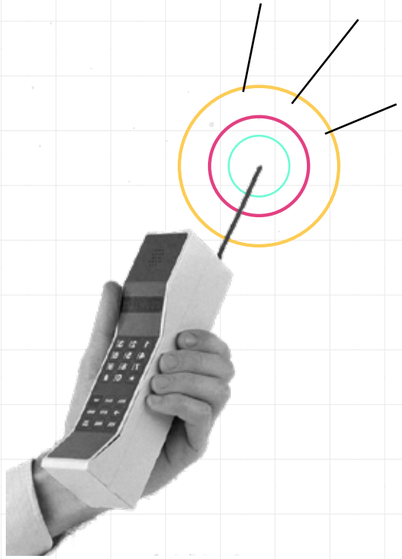
UTILIZZARE CONTENUTI LUNGHI E POCO STRUTTURATI

GLI UTENTI ARRIVANO AL TUO SITO SPINTI DA UN'ESIGENZA E IL TUO OBIETTIVO È QUELLO DI DAR LORO IL MAGGIOR NUMERO DI INFORMAZIONI, NEL MINOR TEMPO E NELLA MANIERA PIÙ CHIARA POSSIBILE: USA UN LINGUAGGIO SEMPLICE, PRIVO DI TECNICISMI E DI FRASI SUBORDINATE E COMPLESSE.

NON FARE UN SITO WEB RESPONSIVE

IL TUO SITO SU DESKTOP PUÒ ESSERE UNA MERAVIGLIA, MA SE SU DISPOSITIVI MOBILE È IMPOSSIBILE DA NAVIGARE TUTTO QUESTO SARÀ IN BUONA PARTE INUTILE.

AD OGGI **UN SITO WEB RESPONSIVE È VERAMENTE NECESSARIO**: PROGETTALO PARTENDO DALLA VISUALIZZAZIONE E DALLA NAVIGABILITÀ ATTRAVERSO DISPOSITIVI MOBILI – TABLET E CELLULARI – PER POI ADATTARLO A SCHERMI DI MAGGIORI DIMENSIONI.



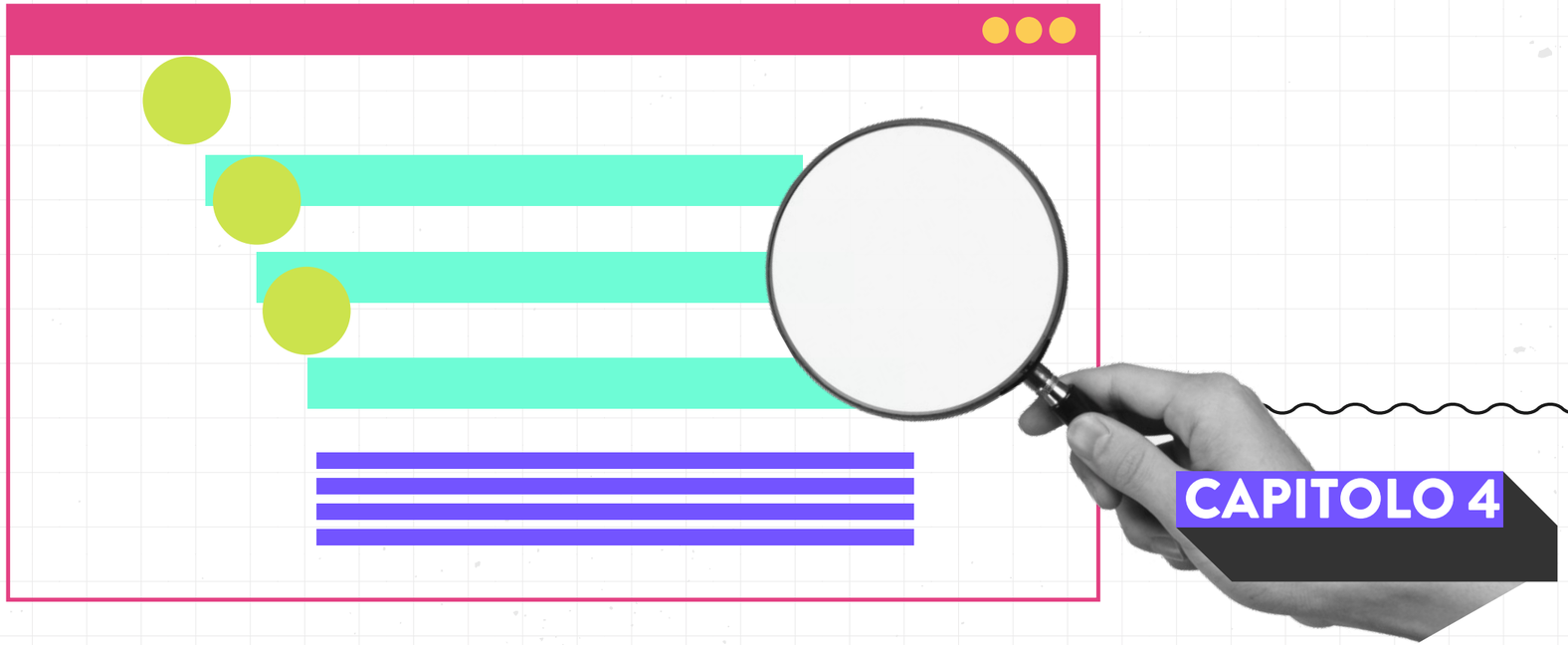
* In Italia, del 73% della popolazione che usa internet, il 65% si connette da un dispositivo mobile

SOTTOVALUTARE LA SEO E IL POSIZIONAMENTO DEL TUO SITO

SEO STA PER “SEARCH ENGINE OPTIMIZATION”, OVVERO “OTTIMIZZAZIONE PER I MOTORI DI RICERCA”. LA SEO PERMETTE AL TUO SITO DI ESSERE FACILMENTE RINTRACCIABILE DAI MOTORI COME GOOGLE E BING.

OTTIMIZZARE UN SITO SIGNIFICA FARE ATTENZIONE ALLA FORMA E ALLA LUNGHEZZA DEI CONTENUTI, ALLE PAROLE CHIAVE CHE SI UTILIZZANO NELLA SCRITTURA DEI TESTI, AL DESIGN E ALLA VELOCITÀ DI CARICAMENTO, ALLA NOTORIETÀ DELLE PAGINE.

UN PROCESSO IMPORTANTE, PERCHÉ SE IL SITO NON COMPARE NELLE PRIME PAGINE DI UNA RICERCA SARÀ MOLTO DIFFICILE PER IL TUO PUBBLICO RIUSCIRE A TROVARTI.



GLOSSARIO

WHOIS

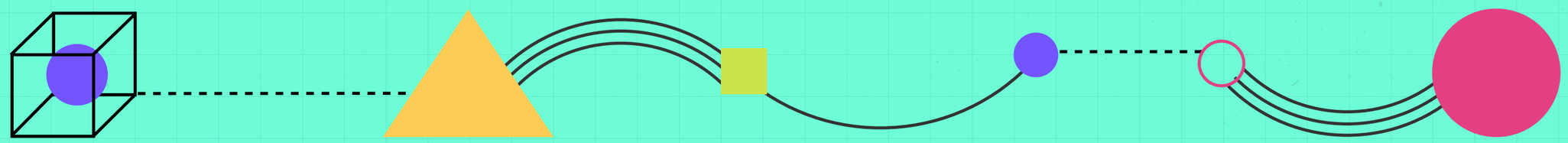
Whois è un protocollo di rete mediante il quale è possibile interrogare i server di database per sapere a quale fornitore appartiene un determinato indirizzo IP o uno specifico DNS. Nel whois vengono solitamente mostrate anche informazioni riguardanti l'intestazione, la data di registrazione e la data di scadenza del dominio in questione.

MOTORE DI RICERCA

È un sistema software utilizzato per il recupero di informazioni: immettendo una chiave di ricerca (una parola, un numero, un'immagine ecc.) il sistema trova le informazioni più rilevanti e le classifica in base a formule statistico-matematiche.

DNS

Il Sistema dei Nomi di Dominio, o DNS, acronimo di Domain Name System, non è altro che un grande archivio in cui ci sono le corrispondenze tra i domini e gli indirizzi IP. Ha una struttura gerarchica – ad albero rovesciato – ed è diviso in sottodomini. La gerarchia si sviluppa partendo da destra verso sinistra dell'indirizzo, il primo valore (per esempio .it del dominio www.pizzaitalia.it) viene chiamato Top Level Domain (TLD). Dopo il dominio top abbiamo il sottodominio (es. pizzaitalia) che rappresenta un'organizzazione con la sua infrastruttura e in ultimo, sempre separato dal punto, il servizio (www, per esempio, rappresenta il servizio web).

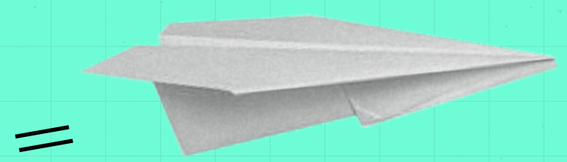


COMUNICARE ONLINE

CONSIGLI DIGITALI PER IMPRESE E PROFESSIONISTI

A CURA DI

Registro.it

L'ANAGRAFE DEI DOMINI .IT

digitali per crescere, digitali per competere