

# **Essere presenti on line: le regole di base per utilizzare al meglio sito web e e-commerce**



[www.cristianocapelli.it](http://www.cristianocapelli.it)

# **E COMMERCE: ALCUNI DATI IMPORTANTI (ITALIA)** - *Osservatorio B2C del Politecnico di Milano*

**CRESCITA SUL 2013: +17%**

**UTENTI ECOMMERCE RADDOPPIATI (16 MILIONI COMPLESSIVI)**

**PREVISIONE DI CRESCITA 2015: CIRCA +25%**

**GLI ACQUISTI DA MOBILE: +289% NEL 2013, +85% NEL 2014**

**L'INFORMATICA (+32%), L'EDITORIA (+28%), IL GROCERY (+23%), L'ABBIGLIAMENTO (+21%) E IL TURISMO (+11%). IN CRESCITA DEL 21% L'EXPORT, COMPOSTO PER IL 33% DALL'ABBIGLIAMENTO E PER IL 54% DAL TURISMO, PER UN VALORE TOTALE DI OLTRE 2 MILIARDI DI EURO.**

**ECOMMERCE SUL TOTALE RETAIL: 3,6 % (SUL 3% DEL 2013)**

# **E COMMERCE: ALCUNI DATI IMPORTANTI (EUROPA)** - *fonte Icecat*

**CRESCITA SUL 2013: +33%**

**MONDO: CRESCITA SUL 2013: +17%**

***I MERCATI PIÙ MATURI DAL PUNTO DI VISTA DELL'E-COMMERCE, CIOÈ GERMANIA, USA, REGNO UNITO, PAESI BASSI, CANADA E I PAESI DEL NORD-EUROPA, HANNO RIPORTATO UNA CRESCITA PIÙ MODESTA, TRA IL 10-20%***

**ECOMMERCE SUL TOTALE RETAIL: 10 %**

## **COSA È INTERNET:**

**tutti conoscono internet e tutti navigano.  
ma è chiaro cosa realmente è?**

**INTERNET NON è:**

**il paese dei balocchi  
dove tutto può succedere  
la soluzione ai miei problemi  
un luogo virtuale senza regole**

## **INTERNET è:**

**un possibile intrattenimento  
una opportunità globale di business  
un luogo dove informarsi ed informare  
un luogo virtuale che ha le sue regole\***

**Internet** (contrazione della locuzione inglese **interconnected networks**) è una rete mondiale di reti di computer ad accesso pubblico, attualmente rappresentante il principale mezzo di comunicazione di massa, che offre all'utente una vasta serie di contenuti potenzialmente informativi e servizi.

(Wikipedia)

## Quanto è **recente** INTERNET?



## **1969: ARPANET**

Defence Advanced Research Projects Agency

(inglese: DARPA,

Agenzia per i Progetti di ricerca avanzata per la Difesa)

Arpanet si basa sul protocollo **FTP** (file transfer protocol)

## anni '70 e '80: da Arpanet a Internet

la rete si amplia e trascende  
i confini statunitensi fino all'Europa e oltre:  
il 27 ottobre 1980 nasce Internet

FTP e email cominciano a diffondersi

## **1991: Nascita del World Wide Web (WWW)**

Nel 1991 presso il CERN viene definito il protocollo HTTP  
(HyperText Transfer Protocol)

Le risorse sono organizzate secondo un sistema di  
librerie, o pagine, cui si accede attraverso web browser,  
visualizzando file, testi, ipertesti, suoni, immagini,  
animazioni, filmati.

## **1993: Internet per tutti**

Il 30 aprile 1993 il CERN, decide di rendere pubblica la tecnologia alla base del World Wide Web.

Dal 1995 la tecnologia prima al servizio della comunità scientifica il WWW diviene accessibile e implementabile da chiunque.

## **2004: WEB 2.0**

**è l'evoluzione del World Wide Web, da ambiente statico (univoco) a dinamico (biunivoco), caratterizzato da un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente**

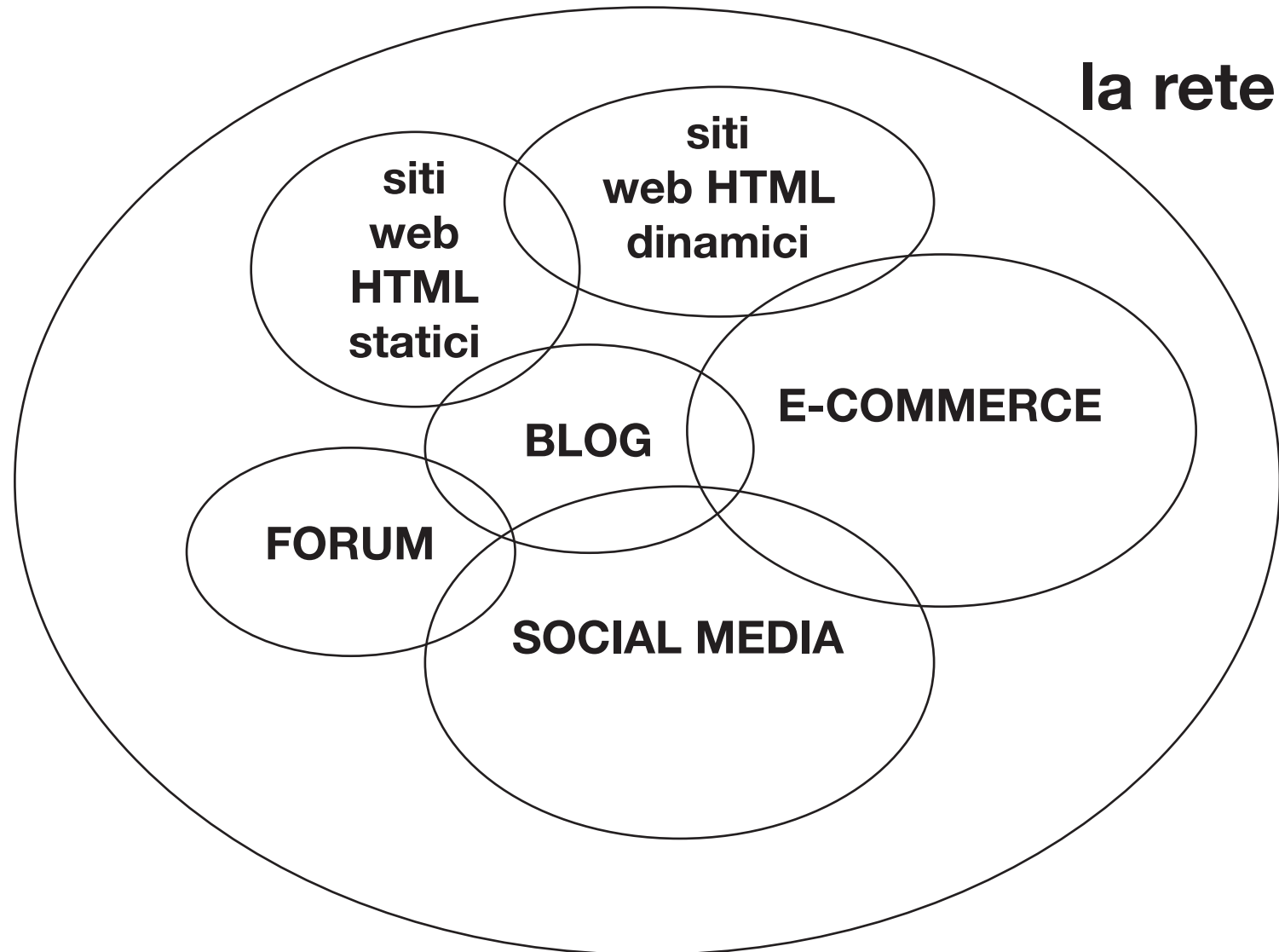
**WEB 1.0**  
**before**  
**2004**

**la rete**

**siti web**  
**HTML**  
**statici**

# WEB 2.0 after 2004

Flickr,  
YouTube, Vimeo,  
Facebook,  
Myspace,  
Twitter, Google+,  
Linkedin,  
Foursquare...



**L'avvento di Internet e del 2.0  
porta un enorme mutamento  
nel concetto di mercato:**

**+**

**le 95 tesi del **cluetrain manifesto****

(1999-2000, Rick Levine, Christopher Locke,  
Doc Searls e David Weinberger)

[http://it.wikipedia.org/wiki/Cluetrain\\_manifesto](http://it.wikipedia.org/wiki/Cluetrain_manifesto)



**discutiamole  
approfonditamente  
TUTTE  
una per una**

**MEGLIO di NO!!!**

**ma almeno alcune tra le più importanti...**

# 1. I MERCATI SONO CONVERSAZIONI.

tutto ciò comporta che il mercato viene umanizzato e tutti (persone, aziende) sono attori della stessa rappresentazione

## **6. INTERNET PERMETTE DELLE CONVERSAZIONI TRA ESSERI UMANI CHE ERANO SEMPLICEMENTE IMPOSSIBILI NELL'ERA DEI MASS MEDIA.**

ES. lo scambio di pareri tra consumatori (B2B o B2C) si sviluppa rapidamente ed essi divengono più consapevoli

**12. NON CI SONO SEGRETI. IL MERCATO ONLINE CONOSCE I PRODOTTI MEGLIO DELLE AZIENDE CHE LI FANNO. E SE UNA COSA È BUONA O CATTIVA, COMUNQUE LO DICONO A TUTTI.**

avere un buon prodotto è la prima condizione:  
i cattivi prodotti hanno una vita cortissima

**18. LE AZIENDE CHE NON CAPISCONO  
CHE I LORO MERCATI SONO ORMAI  
UNA RETE TRA SINGOLI INDIVIDUI,  
SEMPRE PIÙ INTELLIGENTI E COINVOLTI,  
STANNO PERDENDO LA LORO MIGLIORE  
OCCASIONE.**

tutti hanno la possibilità di comunicare con tutti  
e vendere a tutti

**39. LA COMUNITÀ DELLA  
COMUNICAZIONE È IL MERCATO.**

**40. LE AZIENDE CHE NON  
APPARTENGONO A UNA COMUNITÀ  
DELLA COMUNICAZIONE SONO  
DESTINATE A MORIRE.**

e questo non ha bisogno di spiegazioni

# \* NETIQUETTE

network + étiquette



# NETIQUETTE

è un insieme di regole non scritte ma approvate e condivise da una comunità online (forum, blog, socialmedia).

rispettare la netiquette significa essere inclusi  
nelle conversazioni (mercati)

non rispettarla porta all'isolamento

# **ESSERE OGGI SU INTERNET È FONDAMENTALE PER AGGREDIRE UNA FETTA DI MERCATO IMPORTANTE**

la comunicazione su web ha modalità differenti dalla comunicazione tradizionale e deve essere svolta con competenza e serietà

# **IL SITO INTERNET AZIENDALE PUÒ ESSERE VETRINA, BACHECA O MERCATO**

ovvero

## **SITO ISTITUZIONALE DIALOGO CON LA CLIENTELA E-COMMERCE**

**in ogni caso, per essere efficace, un sito internet deve essere progettato dal punto di vista **dell'immagine** (lay out grafico) e da quello dei **contenuti** in maniera coordinata con l'**identità aziendale** e del brand, rispettandola e riproponendola in chiave multimediale**

**AVERE UN SITO O UN  
E-COMMERCE SENZA COMUNICARLO  
ADEGUATAMENTE È COME AVERE  
UN NEGOZIO CON LA SARACINECA  
COSTANTEMENTE ABBASSATA**

# **canali tradizionali**

**stampa**

**carta**

**radio**

**TV**

**below the line**

**SEO** (comunica ai motori di ricerca)

**SEM** (comunica agli utenti  
tramite i motori di ricerca)

**Social Media Marketing**  
(comunica agli utenti tramite i SM)

**VIRAL**  
(pubblicità sul web che si autoalimenta)



# **come impostare il lay out di un sito internet?**

# Landing Page

## dove atterro morbidamente

è una pagina prima della home page, che ha lo scopo di accogliere l'utente mettendolo a suo agio e introducendolo ai contenuti

# Home Page

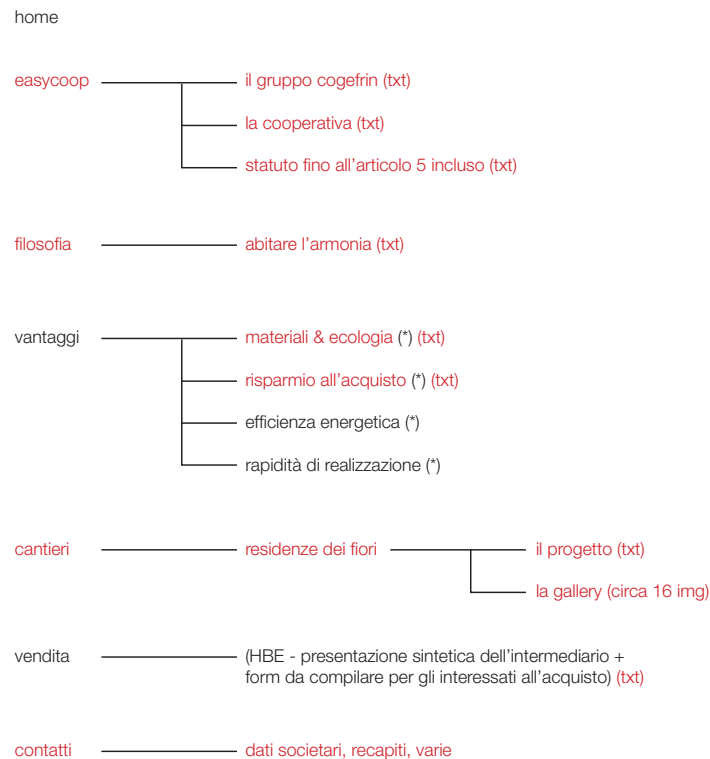
dove trovo ciò che mi serve

è la pagina iniziale del sito, quella dove menù di navigazione e contenuti sono disposti in maniera efficace nello spazio a disposizione

## ebseasycoop.it

### SITE MAP

(in rosso le parti con precedenza - sitemap temporanea)



(\*): Concetto privilegiato  
 abstract da inserire in home (4 colonne con piccola immagine)

#### HOME PAGE

##### intestazione:

marchio + menù principale

##### slideshow

sequenza di immagini / messaggio pubblicitario

lo spazio inizialmente dedicato a immagini che ruotano in dissolvenza, diviene un vero e proprio spazio per la comunicazione aziendale, con il messaggio pubblicitario diviso in una sequenza di 3-4 step

##### in evidenza 1

contenuto da scegliere

estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali

##### in evidenza 2

contenuto da scegliere

estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali

##### in evidenza 3

contenuto da scegliere

estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali

##### in evidenza 4

contenuto da scegliere / bottoni (vedi pag. interna)

estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali

##### Pie' di pagina

dati societari  
 eventualmente da arricchire con skyline in rendering

**vedremo alcuni esempi pratici dopo la  
spiegazione tecnica di Gianluca.**

**grazie.**