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

cristiano capelli
grafica & comunicazione

idee, immagini, parole.

www.cristianocapelli.it

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 definitio 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

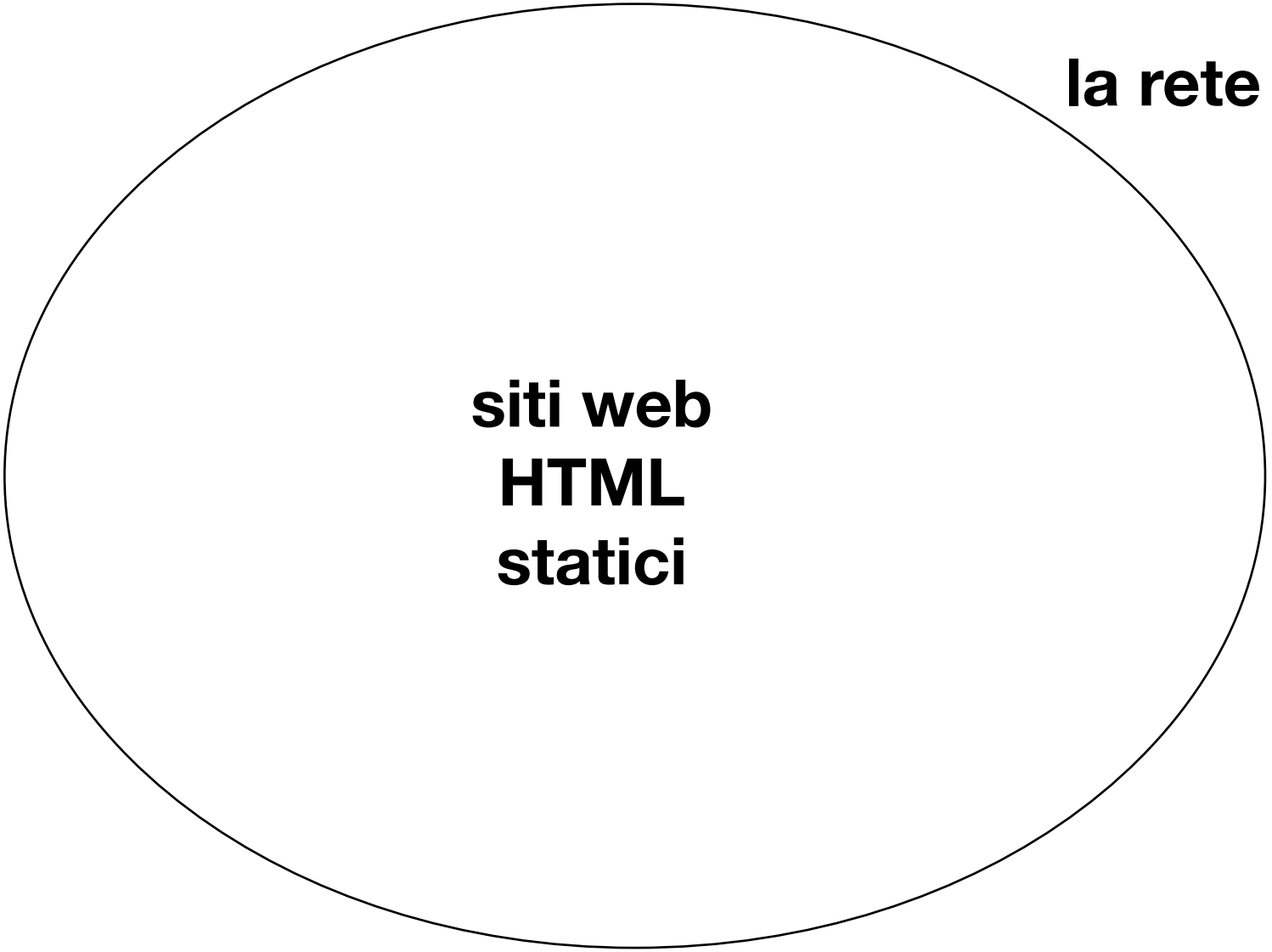
Il 30 aprile 1993 il CERN, decide di rendere pubblica la tecnologia alla base del World Wide Web.

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

2004: WEB 2.0

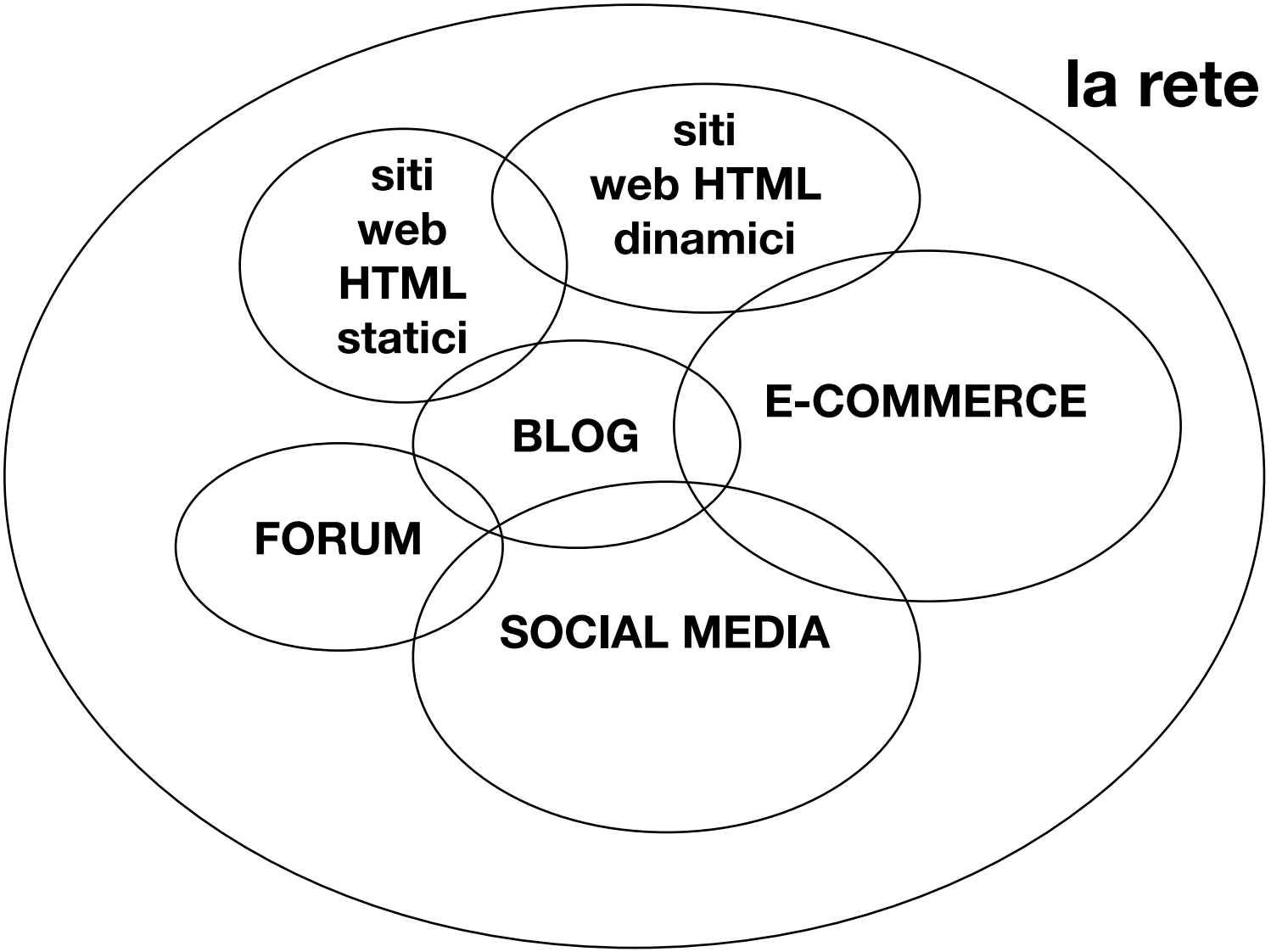
è l'evoluzione del World Wide Web, da ambiente statico (univoco) a dinamico (biunivoco), caratterizzato da un elevato livello di interazione tra il sito web e l'utente

WEB 1.0
before
2004



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

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 rapprsentazione

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)

- home
- easycoop
  - il gruppo cogefrin (txt)
  - la cooperativa (txt)
  - statuto fino all'articolo 5 incluso (txt)
- filosofia
  - abitare l'armonia (txt)
- vantaggi
  - materiali & ecologia (*) (txt)
  - risparmio all'acquisto (*) (txt)
  - efficienza energetica (*)
  - rapidità di realizzazione (*)
- cantieri
  - residenze dei fiori
    - il progetto (txt)
    - la gallery (circa 16 img)
- vendita
  - (HBE - presentazione sintetica dell'intermediario + form da compilare per gli interessati all'acquisto) (txt)
- contatti
  - dati societari, recapiti, varie

(*): 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	**in evidenza 2**	**in evidenza 3**	**in evidenza 4**
contenuto da scegliere	contenuto da scegliere	contenuto da scegliere	contenuto da scegliere **/ bottoni** (vedi pag. interna)
estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali	estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali	estratto del testo espandibile in articolo completo di contenuti multimediali	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.