

# Sito on-line

---

**Corso di Marketing  
Scienze di Internet - Università di Bologna  
Andrea De Marco**

# Contenuti prima di tutto

- \* Il contenuto risente di una banale traslitterazione da altri media alla rete?
- \* Perché si dovrebbe voler tornare sul sito?
- \* C'è qualcosa che aiuta a rendere l'esperienza del sito unica nel suo genere?
- \* Il sito ha credibilità?
- \* È prevista la revisione globale del sito almeno una volta all'anno?

# Contenuti prima di tutto

- \* Qual è la percentuale di pagine nuove?
- \* Aggiornate frequentemente i contenuti?
- \* Esiste una piccola redazione che si occupi dell'aggiornamento?
- \* Viene scritta la data di pubblicazione nell'intestazione delle news?
- \* Esiste almeno un'area dedicata alla sperimentazione?

# Contenuti prima di tutto

- \* La gabbia di impaginazione prevede l'inserimento di nuovi contributi o di nuove rubriche?
- \* Progettare per crescere vuol dire prevedere procedure di aggiornamento semplici e a prova di errore (CMS).
- \* Un sito web non è mai finito si deve modificare con facilità, espandersi senza rompersi.

# Architettura e navigabilità del sito

- \* Come si articola il processo di organizzazione dei link interni in aree tematiche?
- \* Il contenuto è gerarchizzato?
- \* Si è più vicini al modello di albero verticale che si sviluppa in profondità, di click in click?

# Architettura e navigabilità del sito

- \* Si è più vicini al modello di albero esteso che tende a presentare la maggior parte dei contenuti nel primo livello (in home page)?
- \* Ogni pagina-figlio ha comunque la possibilità di ritorno alla pagina-genitore?
- \* Risalire il sito a ritroso, dal fondo alla cima, è facile come percorrerlo dal basso verso l'alto?

# Architettura e navigabilità del sito

- \* Ci sono strutture dell'interfaccia come barre di navigazione e mappe del sito che aiutano l'utente?
- \* Esistono motori di ricerca interni?
- \* Sono presenti le quattro grandi aree: chi siamo, clienti, prodotti e contatti?
- \* (e/o storia aziendale, staff, e-mail dei vari dello staff, qualifica e foto)

# Il parere dei navigatori

- \* Il sito è utile?
- \* Fornisce ai visitatori le informazioni che desiderano?
- \* Che cosa i visitatori vorrebbero fare durante la visita?
- \* I percorsi per le aree più frequentate e più comunemente ricercate, sono ben evidenziate e facilmente individuabili?

# Il parere dei navigatori

- \* L'obiettivo principale che si vuole perseguire per mezzo del sito, è sempre chiaro?
- \* È sempre chiaro a quale tipo di navigatore ci si sta rivolgendo?
- \* Il sito viene strutturato in modo da rispecchiare il modo in cui l'azienda è strutturata, o per rispecchiare gli utenti e il loro punto di vista?

# Problemi di organigramma

- \* Il sito è progettato per promuovere idee di autocompiacimento dell'amministratore delegato?
- \* Il sito risente di disomogeneità per sue sezioni o zone di lavoro affidati a diverse agenzie esterne?
- \* E' stato previsto un (sostanzioso) budget per la manutenzione?

# Problemi di organigramma

- \* La redazione, il titolare, e/o il personale aziendale quanto è "informatizzato"?
- \* Quanto è "telematizzato"?
- \* Quante email riceve giornalmente?
- \* A quante mailing list è iscritta?
- \* Conosce i newsgroup?

# Promozione & web marketing

- \* Ha mai avuto un'eco stampa?
- \* Che iniziative di promozione sono state progettate?
- \* Si è mai tentato di costruire una notizia per averne eco stampa?
- \* Il sito ha ricevuto link esterni?

# Promozione & web marketing

- \* Principali siti recensori del ramo?
- \* Principali giornali recensori del ramo?
- \* Si pubblicizzano gli aggiornamenti del sito con una newsletter?
- \* Verifica delle occorrenze nei motori, analisi metatag della concorrenza, controllo delle seconde keyword?

# Promozione & web marketing

- \* Attività di email advertising?
- \* Pubblicità su mailing list?
- \* Sponsorizzazioni segmentate sul target di riferimento?
- \* Pianificazione banner?
- \* Sviluppo di attività di public relation on line per lo sviluppo di link reciproci?

# Promozione & web marketing

- \* Studio della promozione su altri media?
- \* Distribuzione di comunicati stampa?
- \* Politiche di promozione e incentivazione?
- \* Web Marketing non convenzionale?
- \* Blog, Viral Marketing ecc.