

3 Web Marketing

Il primo corso on-line di Internet Marketing in Italia
<http://www.internet-marketing.it>

* Lezione 3 *

COME PROGETTARE E OTTIMIZZARE UN SITO WEB

* INDICE *

1. COME SI PROGETTA UN SITO WEB
2. - Raccolta e selezione dei contenuti
3. - Classificazione e organizzazione delle informazioni
4. - Progetto grafico e interfaccia di navigazione
5. - Scelta e implementazione delle tecnologie
6. COME OTTIMIZZARE E GESTIRE UN SITO WEB
7. Quando aggiornare e modificare il proprio sito web?
8. CINQUE REGOLE DI SOPRAVVIVENZA DEI SITI WEB

- ❖ **ESERCITAZIONI** - Svolgi le esercitazioni previste dal corso
- ❖ **FEEDBACK** - Inviaci i tuoi pareri e suggerimenti su questa lezione
- ❖ **CHAT** - Entra in chat per discutere di Web Marketing con gli altri partecipanti...
- ❖ **SEGNALA** - Segnala questo corso sul tuo Sito Web, riceverai una piacevole sorpresa !
- ❖ **SERVIZI AVANZATI** - Approfondimenti e servizi utili sul Web Marketing
- ❖ **PROSSIMAMENTE** - Cosa ti aspetta nella prossima lezione...

* PROGRAMMA COMPLETO - LEZIONI DEL CORSO *

- Lezione 1 - Il Piano di Marketing on-line
- Lezione 2 - Come trovare e analizzare i Concorrenti su Internet
- **Lezione 3 - Come progettare e ottimizzare un sito web**
- Lezione 4 - Come registrarsi e posizionarsi sui motori di ricerca

- Lezione 5 - Come fare E@mail Marketing *
- Lezione 6 - Come fare Pubblicità On-line *
- Lezione 7 - Come scoprire tutto ciò che accade sul tuo sito web *
- Lezione 8 - Come creare un Programma di Affiliazione vincente*

* lezioni aggiuntive riservate agli iscritti ai Servizi Avanzati di 3 Web Marketing

3 Web Marketing

3 Web Marketing

Il primo corso on-line di internet marketing in Italia
<http://www.internet.marketing.it>

- Lezione 3 -

COME PROGETTARE E OTTIMIZZARE UN SITO WEB



COME SI PROGETTA UN SITO WEB

Seguendo i passi fondamentali del nostro piano di marketing on-line, dopo aver analizzato gli obiettivi e il target del nostro sito e aver trovato e analizzato la concorrenza diventa sicuramente piu' facile riuscire a progettare correttamente un sito web.

La progettazione di un sito web e' una fase piuttosto complessa che dovrebbe passare attraverso 4 fasi differenti:

1. La Raccolta e realizzazione dei contenuti e delle informazioni da pubblicare
2. La Classificazione e organizzazione delle informazioni all'interno del sito
3. Il Progetto grafico e l'interfaccia di navigazione
4. La Scelta e l'implementazione delle tecnologie



1 - Raccolta e selezione dei contenuti

I contenuti sono l'elemento chiave del successo di qualunque sito web.

Realizzare contenuti di qualita' deve essere il primo vero obiettivo del tuo sito web.

Senza contenuti di qualita' un sito web vale zero, ma i contenuti per poter essere tali devono prima di tutto rispondere ai bisogni e alle esigenze del tuo target:

Ricordati che sul tuo sito non devi dire quello che vorresti dire, ma quello che i navigatori vorrebbero sentirsi dire.

Rileggi di nuovo queste prime righe perche' il successo o l'insuccesso del tuo sito web puo' dipendere soltanto da questo fattore: la qualita' dei contenuti!

Come raccogliere e selezionare i contenuti?

Come prima cosa devi raccogliere il maggior numero di informazioni relative all'azienda, ai suoi prodotti, alla sua storia, ai suoi servizi, etc..

Utilizza per cominciare tutto il materiale cartaceo tradizionale che riesci a recuperare in azienda come ad esempio cataloghi, depliant, brochures, etc..

Dopo aver raccolto il tutto fai una rapida "selezione" per capire cosa debba essere rivisto e corretto e quanto invece possa essere "duplicato" sul sito web.

In questa fase valuta anche se e quali contenuti debbano essere realizzati ex-novo o perche' mancanti o perche' specifici per il sito web come ad esempio i testi di benvenuto di mailing list e newsletter, le informazioni di supporto e di assistenza on-line ai clienti, etc..

Realizzare contenuti di qualita' non e' un lavoro semplice.

Se la mole di lavoro non e' eccessiva e ritieni di avere buone doti "espressive" puoi cercare di arrangiarti da solo, altrimenti se il budget te lo permette ti consiglio di rivolgerti ad un bravo copywriter o ancor meglio all'agenzia pubblicitaria dell'azienda (a patto che ne abbia una!).

Ricordati di redigere anche una bozza delle **FAQ** (Frequent Asked Questions) cioe' le domande e le risposte piu' frequenti. Inizialmente puo' sembrarti difficile poiche' non e' semplice prevedere quali saranno i quesiti piu' frequenti dei navigatori, ma col tempo, grazie al feedback dei navigatori e ad eventuali questionari e sondaggi on-line, saprai rispondere con maggiore precisione ai loro quesiti.



2 - Classificazione e organizzazione delle informazioni all'interno del sito

Un altro elemento molto importante per la buona riuscita di qualunque sito web e' il modo in cui raccogli e organizzi le informazioni al suo interno.

Le informazioni che offri ai navigatori devono essere facilmente raggiungibili, in modo immediato e con il minor numero di "click", senza creare troppi "intoppi" o percorsi obbligati al navigatore

Come puoi semplificare la navigazione all'interno del tuo sito web?

Ecco alcuni suggerimenti utili da ricordare quando progetti il tuo sito:

- **Pensa da navigatore**
Mettiti nei panni del navigatore e pensa di quali informazioni egli ha maggiormente bisogno:

Trovare un prodotto specifico? Comparare prezzi e caratteristiche tecniche? scaricare un software di prova? Sii? Bene, allora quelle informazioni (o i links ad esse) dovranno essere sempre ben visibili e presenti in ogni pagina web

- **Crea uno "schema dei links"**

Crea una tabella schematica di navigazione all'interno del sito (una specie di "albero genealogico" dei links): suddividi le principali aree in cui si sviluppa e analizza il modo in cui le pagine web devono essere "linkate" (cioe' "collegate" tra di loro).

Frontpage e DreamWeaver, i due programmi piu' diffusi per la creazione di pagine web, ti permettono di creare questo schema in modo semplice e automatico.

- **Scegli una struttura orizzontale**

Prediligi una struttura di navigazione piatta, al massimo 4/5 livelli di profondita' in modo da ridurre al massimo il numero di click del navigatore.

Perche' cio' accada evita di spezzare un argomento in troppe pagine web; cerca piuttosto di concentrare tutte le informazioni relative ad uno specifico argomento (es. spedizioni e consegna) all'interno di un'unica pagina web.

- **Inserisci un motore di ricerca**

Inserisci un motore di ricerca semplice (per parola chiave) e avanzato (ad es. per prodotto o categoria di prodotto) e rendilo accessibile da ogni pagina web del tuo sito, magari attraverso un piccolo form presente in ogni pagina web. Questa soluzione e' indispensabile sui siti web di una certa dimensione.

- **Crea una "mappa" di navigazione**

Se il tuo sito e' molto ampio valuta l'opportunita' di creare anche una "mappa di navigazione". Permetterai al navigatore di capire come sono organizzati i links e i contenuti al suo interno e gli consentirai di raggiungere una determinata area facilmente e senza troppi "click".

Ricordati che a ogni click aggiuntivo rischi di perdere il navigatore.

- **Fai la prova del 9**

Per essere certo che la navigazione all'interno del tuo sito web sia realmente facile ed intuitiva fallo testare ad altre persone, possibilmente meno esperte di te (meno esperte sono, migliori valutazioni potrai fare).

Chiedi quali siano le maggiori difficoltà riscontrate e valuta con attenzione quali siano stati gli errori più comuni e ricorrenti durante la navigazione.



3 - Progetto grafico e interfaccia di navigazione

Uno dei punti critici della progettazione di un sito web è la grafica.

Da questa variabile dipende in gran parte la velocità di scaricamento delle pagine web e ricordati sempre che **un sito web lento da scaricare è un sito web poco frequentato**.

Oggi la tendenza è quella di realizzare siti web molto ricchi di grafica e carichi di animazioni che piacciono al cliente ed inorgoliscono l'azienda ma che spesso scoraggiano anche i navigatori più pazienti.

Ricordati che la gente quando naviga su internet è prima di tutto a caccia di INFORMAZIONI, non di immagini.

Con questo non voglio sostenere che la grafica evoluta o le immagini pesanti da caricare siano per forza un errore.

Dipende solo dal tuo Target.

Se hai un sito per gli amanti della fotografia o relativo ad una galleria d'arte, allora probabilmente i navigatori saranno lieti di aspettare alcuni minuti per caricare un'immagine ad alta risoluzione.

Ma se i tuoi clienti sono rivenditori d'auto o di computer (come nell'esempio della Pcx) allora è inutile inserire decine di immagini e bottoni grafici. Meglio invece concentrare gli sforzi sulla quantità e qualità dei contenuti che vuoi proporre.

Una volta definito esattamente chi è il tuo target e quindi quali foto ed elementi grafici conviene proporre, allora il lavoro del grafico sarà determinante.

La vera bravura del grafico infatti consiste nella capacità di realizzare pagine web piacevoli ed accattivanti per il tuo target ma anche veloci da scaricare e perfettamente integrate con i contenuti e le informazioni che vuoi proporre.

Certo non è facile decidere cosa sia giusto o meno nella grafica del tuo sito, senza per questo essere dei grafici web.

Eccoti allora alcuni **suggerimenti utili** per valutare il progetto grafico del tuo sito web:

- **Coerenza prima di tutto**

Un sito web deve comunicare i valori e l'identita' di chi lo rappresenta. E' inutile stravolgere l'immagine aziendale sostituendo i colori istituzionali con colori innovativi e sgargianti soltanto perche' sei su internet.

Cosa diresti se il sito web della Coca-Cola fosse tutto giallo e verde?
L'immagine e i marchi aziendali sono dei valori costruiti nel tempo che devono essere conservati e valorizzati anche su un mezzo di comunicazione innovativo come internet.

- **Un pizzico di originalita'**

E' anche vero che senza un po' di originalita' il tuo sito web finisce per essere identico a quello dei concorrenti o, ancora peggio, ad un catalogo o ad una brochure.

Lascia quindi esprimere un po' di creativita' al tuo grafico, otterrai in cambio qualche idea e proposta interessante capace di dare originalita' e "freschezza" al tuo sito.

- **Pulito e' bello**

Anche se tante immagini e animazioni possono far sembrare il tuo sito piu' vivace e coinvolgente, ricordati che tutto cio' stanca e distrae il navigatore dai contenuti che, ti ricordo, sono la cosa piu' importante.

Scegli con cura le immagini e le animazioni presenti in ogni pagina, evita di inserire loghi e sfondi pesanti sulle tue pagine web. Ricorda che il testo nero su sfondo bianco e' molto piu' leggibile del testo chiaro su fondo scuro (cio' e' scientificamente provato!).

- **La compatibilita'**

Il tuo sito web dovra' essere visualizzato correttamente a tutte le risoluzioni grafiche, in certi casi anche a 800x600 pixel. Controlla bene che il tuo sito sia correttamente visibile a 1024x768 o risoluzioni maggiori perche' al giorno d'oggi, la maggior parte della gente naviga con queste risoluzioni.

- **Effetti speciali**

Si, e' vero, certi programmi come Flash e Shockwave permettono di "stupire" e catturare l'attenzione del navigatore, ma e' anche vero che spesso richiedono lunghi tempi di caricamento. Senza contare che l'interesse del navigatore e' quasi sempre rivolto alle informazioni piu' che alla grafica.

Lascia quindi scegliere a lui (il navigatore), tra la versione dinamica o statica

del tuo sito già quando si trova nella home page evitando di mettere "skip intro" in fondo alla pagina e in caratteri minuscoli come fanno in molti!

L'interfaccia grafica

Un discorso a parte merita l'interfaccia grafica di navigazione cioè l'**insieme** dei links, bottoni, pulsanti e altri "congegni grafici" (javascript, java, etc.) che permettono al navigatore di accedere alle principali aree del sito.

Un'interfaccia grafica può assumere vari aspetti e dimensioni: dai semplici bottoni testuali alle "tool-bar" più complesse ed animate.

Il web-designer dovrà trovare l'interfaccia che meglio si sposa con la grafica dell'intero sito, cercando una soluzione che, oltre ad essere veloce da scaricare e compatibile a tutte le risoluzioni consenta al navigatore di **spostarsi in modo facile ed intuitivo all'interno del sito**.

Perché ciò accada è necessario che questi "bottoni e pulsanti grafici" siano posizionati sempre nello stesso punto di ogni pagina web. Ricordati che il navigatore che entra per la prima volta nel tuo sito ha bisogno di tempo per orientarsi e familiarizzare con tutti i links in esso presenti. Evita quindi di confondergli le idee modificando la tua interfaccia grafica in ogni pagina web.



Suggerimento utile

Come avrai notato tutti i più importanti motori di ricerca e portali propongono un'interfaccia di navigazione basata non solo su links grafici ma anche **testuali**.

Tieni conto anche tu di questo particolare, ricordandoti di inserire (almeno a fondo pagina) un link testuale alle principali aree del sito.

In questo modo il navigatore può spostarsi velocemente nelle aree del sito **senza dover attendere** il caricamento delle immagini.

Ricordati anche di inserire in tutte le immagini il tag di commento "Alt", cioè quella scritta con fondo giallo che compare quando metti il mouse sopra.

Per il tuo grafico sarà semplicissimo farlo e per il navigatore sarà molto utile avere una descrizione del link prima ancora di cliccarci sopra.



4 - Scelta e implementazione delle tecnologie

Html, Php, Cgi, Asp, Xml, Java, Javascript, Perl..... ti basta!?!?

L'elenco delle possibili tecnologie disponibili su internet e' appena cominciato: il resto, te lo consiglio, lascialo agli esperti.

Le tecnologie a disposizione per implementare un sito web sono davvero moltissime e ognuna di esse ha delle caratteristiche ben specifiche. Cio' significa che per poterle utilizzare al meglio e configurarle in modo adeguato occorrono anni e anni di esperienza.

I due migliori programmi sul mercato per realizzare pagine web in formato Html sono sicuramente Frontpage e DreamWeaver.

Java e javascript sono 2 linguaggi informatici che vengono utilizzati soprattutto per creare effetti grafici (come ad esempio le immagini che cambiano quando metti sopra il mouse) oppure per interagire con i moduli web (se ad esempio vuoi obbligare l'utente a compilare certi campi).

Java ovviamente e' molto piu' potente di javascript (che in comune ha solo il nome) e in rete puoi trovare moltissime "applet", cioe' programmi java, che ti permettono di realizzare effetti grafici spettacolari o menu di navigazione interattivi.

Occhio pero' a farne buon uso poiche' le Applet Java rallentano molto lo scaricamento delle pagine web e possono in qualche caso creare dei problemi di compatibilita'.

Le **4 tecnologie** piu' utilizzate per realizzare dei **siti web di commercio elettronico** sono:

Asp

Asp (Active Server Page) e' un linguaggio di programmazione veloce e potente realizzato da Microsoft che funziona esclusivamente su piattaforma Windows. Cio' significa che se acquisti uno spazio web e vuoi utilizzare Asp per realizzare il tuo sito devi prima accertarti che il Server in cui lo pubblichiamo disponga di questa funzionalita' (chiedilo al tuo provider).

Le pagine web realizzate con Asp terminano con l'estensione .asp (quindi sei collegato ad un sito web e sulla barra di Internet Explorer leggi "www.sito.com/home.asp" vuol dire che quella pagina e' stata realizzata con ASP)

Perl

E' un po' piu' difficile e complesso realizzare siti web con questa tecnologia rispetto ad Asp, ma in cambio potrai trovare moltissime applicazioni gia' pronte (e spesso

anche gratuite) per realizzare facilmente il tuo negozio on-line (oppure per realizzare dei motori di ricerca o altri servizi interattivi).

Perl funziona quasi esclusivamente sui Server Unix e Linux. Esiste anche una versione per Windows (così detta "Active Perl") ma è meno diffusa e stabile.

Le pagine web realizzate con Perl terminano con l'estensione .cgi o .pl

Php

Un altro linguaggio di programmazione molto diffuso e con caratteristiche molto simili a Perl si chiama **Php** e, in certi casi, è anche più potente e flessibile del Perl.

Le pagine web realizzate con Php terminano con l'estensione .php (quindi sei collegato ad un sito web e sulla barra di Internet Explorer leggi "www.sito.com/home.php" vuol dire che quella pagina è stata realizzata con Php)

Cold Fusion

È un altro linguaggio di programmazione meno diffuso di Asp, Perl e Php ma per questo non meno potente. Può funzionare sia su server Windows che Unix o Linux, ma richiede che il provider abbia prima installato un software apposito.

Per questo motivo i siti web realizzati in linguaggio Cold Fusion (le cui pagine web hanno l'estensione ".cfm") sono molto meno diffusi rispetto a quelli realizzati con Asp, Php e Perl

Ma allora, qual è la migliore tecnologia per realizzare il mio sito web di commercio elettronico?

Tutte e nessuna. Dipende da cosa devi fare esattamente.

La scelta di qualunque tecnologia ha dei vantaggi e dei limiti e, decidere a priori quale sia quella giusta non è possibile, almeno fino a quando non avrai deciso quali servizi e funzionalità vuoi offrire sul tuo sito.

Per questo motivo la realizzazione di pagine web, siano esse semplici, statiche o dinamiche, è sempre meglio lasciarla agli esperti. **Il ruolo del consulente internet** deve essere quello di **decidere le funzionalità e le modalità** con cui queste tecnologie debbano interagire con il navigatore, non di come debbano essere "implementate".

Nel caso della PCX ad esempio dovresti essere tu a decidere se e in che modo il navigatore debba interagire con le informazioni presenti sul sito.

Potresti chiedere alcune opzioni di configurazione che permettano al navigatore di registrarsi prima di acquistare, ottenere sconti ed agevolazioni, usufruire dei servizi, avere una propria scheda personale o cercare informazioni in uno o piu' database.

Potresti chiedere un carrello elettronico che riconosce automaticamente il navigatore che ha gia' acquistato (cio' avviene con i "cookies") oppure un motore di ricerca che si ricorda delle tue precedenti ricerche e te le salva in un'area apposita.

Ecco allora che il programmatore, in base alla piattaforma hardware e software utilizzata e in base alla propria esperienza, ti proporra' una o piu' alternative (cgi, asp, etc.) elencandoti per ciascuna di esse pregi e difetti.

Sarai quindi **tu** a decidere quale tra queste risponde meglio alle tue esigenze di marketing. Naturalmente con un occhio al budget poiche' realizzare un buon sito web dinamico o di e-commerce puo' costare molto.



COME OTTIMIZZARE E GESTIRE UN SITO WEB

Col passare del tempo dovrai continuamente modificare e aggiornare il tuo sito web in funzione delle **mutate esigenze del tuo target** e delle rapide innovazioni grafiche e tecnologiche offerte dalla rete.

Se riuscirai a progettare un buon sito e seguirai attentamente i suggerimenti che ti ho dato, otterrai un sito web ben strutturato sia nella forma che nei contenuti e le modifiche richieste nel tempo saranno sempre **poche ed essenziali**.

Se invece, per problemi di varia natura, il tuo sito web non e' stato progettato correttamente, oppure i risultati che hai ottenuto non ti soddisfano, valuta attentamente se convenga modificare il lavoro fatto finora oppure rifare tutto completamente. A volte costa meno abbattere e ricostruire una casa piuttosto che restaurarla.

Quello che conta sono le "**Fondamenta**" della tua casa: investi quindi per realizzare un sito web tecnologicamente e graficamente "robusto", che ti permetta (almeno in parte) di effettuare gli aggiornamenti autonomamente o in modo automatico. Ormai quasi tutti i siti web di commercio elettronico ti permettono tramite semplici moduli e database on-line di creare nuove pagine web oppure di aggiungere e modificare tutti i tuoi prodotti senza conoscere nulla di html.

Vedrai che l'investimento iniziale, anche se maggiore, ti permettera' di compensare presto tutte quelle spese di gestione e manutenzione tipiche di qualunque sito web aggiornato.

Spesso pero' le aziende risparmiano sui costi iniziali di realizzazione poiche' non hanno la cultura e l'esperienza per poter giudicare il valore e la qualita' dei servizi offerti e l'unico elemento su cui si basano diventa unicamente il prezzo....

E i risultati si vedono ovunque: siti scadenti e poco aggiornati, contenuti poveri o inesistenti, progetti grafici da capogiro !

La soluzione

La soluzione piu' interessante per un'azienda che intende limitare i costi di gestione e manutenzione del proprio sito web puo' essere la **formazione**.

Attivando alcuni corsi specifici di formazione e' possibile trasmettere all'azienda il know-how sufficiente per aggiornare e gestire autonomamente buona parte del sito.

Si tratta di far capire all'azienda, con un po' di numeri alla mano, quanto sia possibile risparmiare e quali benefici reali comporti tutto cio'.

Molti consulenti e webmaster sono pero' convinti che insegnare ad un'azienda a "camminare da sola" significhi perdere parte dei profitti. Niente di piu' sbagliato!

Un'azienda che "cammina da sola" e' un'azienda sicuramente piu' partecipe e coinvolta nel progetto: avra' nuovi stimoli e voglia di crescere e quindi nuovo lavoro per te, capira' finalmente quanto impegno e dedizione possa richiedere la realizzazione anche di una sola pagina web e quello forse sara' il momento giusto per alzare i tuoi prezzi ;-)



Quando aggiornare e modificare il proprio sito web?

L'aggiornamento e manutenzione di un sito web e' un processo lungo e continuo, fatto di piccoli aggiustamenti e modifiche in funzione dei risultati raggiunti e degli obiettivi prefissati.

Per capire se e quali modifiche richieda il tuo sito web e soprattutto in quale momento sia opportuno eseguirle, non serve una sfera di cristallo, ma e' sufficiente seguire queste semplici regole:

- **Analizza periodicamente le statistiche di accesso**

I numeri non sbagliano. Leggi costantemente le statistiche di accesso al tuo sito web. Cerca di capire da dove arrivano i navigatori (banner, motori di ricerca, etc.) come si muovono all'interno del tuo sito e quali sono le pagine piu' o meno lette.

Senza statistiche di accesso il tuo sito web e le tue campagne pubblicitarie perderanno migliaia di contatti utili e di potenziali vendite, ricordatelo !

- **Tieni d'occhio la concorrenza**

Non perdere mai d'occhio i tuoi concorrenti. Controlla periodicamente cosa accade sul loro sito web. Analizza con attenzione quali cambiamenti e modifiche sono state apportate e poi valuta cosa e' sensato riproporre o modificare all'interno del tuo sito web.

- **Cerca il feedback dei navigatori**

Dialoga sempre con i navigatori del tuo sito. Pubblica questionari e sondaggi on-line invitando i navigatori a fornire suggerimenti e criticare il lavoro svolto. Ricontatta i clienti piu' fedeli a intervalli regolari, magari tramite e-mail (che e' piu' confidenziale e diretta) per capire cosa vogliono in piu' da te e dal tuo sito

- **Rimani informato**

Leggi i quotidiani e le riviste specializzate, iscriviti ai convegni, ai seminari e cerca ovunque le novita' e le informazioni aggiornate relative ad internet e al settore in cui operi.

Utilizza anche internet per rimanere informato: iscriviti a mailing-list e newsletter, dialoga e confrontati con altre persone sui newsgroup e nei forum.

Con questi semplici consigli non avrai mai dubbi su come e quando sia corretto aggiornare il tuo sito web. Non sarai mai spiazzato dalla concorrenza e soprattutto non dovrai mai "abbatterlo" per ricostruirlo di nuovo.



5 REGOLE DI SOPRAVVIVENZA DEI SITI WEB

Per concludere eccoti alcune "simpatiche" regole per far si' che' il tuo sito "sopravviva" sempre alle minacce della grande rete.....

- **La regola del DOMINIO**
Meglio "http://www.pincopallino.com/vu-cumpra/e-commerce/PCX" oppure, "www.pcx.com" ?
Inutile dire che la seconda soluzione e' la migliore!
Non complicare mai la vita a chi ti deve trovare: un nome di dominio troppo lungo e' difficile da memorizzare (spesso lo si comunica col passa-parola) e in piu' rischi di farti fare brutta figura (che fiducia si puo' avere di un'azienda che risparmia sul nome di dominio?)
- **La regola dei 30 secondi**
Ricordati che il navigatore, tranne in rari casi, non e' mai disposto ad aspettare piu' di trenta secondi per lo scaricamento di una pagina web. Fai bene quindi i tuoi calcoli ed evita pagine web troppo pesanti soprattutto in home-page (cerca di non superare i 70 kb di dimensione).
- **La regola dell'A-GRATIS**
Offri sempre qualcosa "a-gratis": invoglierai i navigatori a visitare e promuovere il tuo sito web. Prova ad offrire qualcosa che possa essere regalato dagli stessi utenti (come ad esempio un buono sconto, un periodo di prova gratuito, etc.), scoprirai quante persone invieranno ad altri il tuo omaggio offrendoti in cambio pubblicita' gratuita....
- **La regola dei BEATLES**
Evita di infastidire i navigatori con suoni e musicchette ripetitive di sottofondo. Se qualcuno vuole ascoltare un po' di buona musica probabilmente ha gia' scelto un cd dei Beatles. Il tuo MIDI preferito di musica classica lascialo pure sul tuo hard-disk, nessuno lo rimpiangera'!
- **La regola dell'UNDER-CONSTRUCTION**
Non pubblicizzare mai il tuo sito web fino a quando ogni singola pagina di esso non sara' perfettamente integra e funzionante. E' inutile scrivere "sito web in allestimento" o "pagina in costruzione" solo per giustificare le proprie mancanze: se il navigatore trova "under-construction" proprio la pagina che stava cercando non esistono scuse valide, il navigatore e' perso!



SERVIZI AVANZATI

- E' possibile ottenere l'**attestato di partecipazione** a questo corso?

Per maggiori informazioni collegati ai [Servizi Avanzati di 3 Web Marketing](#)

NEW! PROSSIMAMENTE

Nella prossima lezione affronteremo uno dei temi caldi del web marketing: **i motori di ricerca** ! Ti insegnerò a **registrarti correttamente** su tutti i principali motori di ricerca e directory nazionali ed internazionali, ad evitare gli errori piu' comuni e ad ottimizzare le tue pagine web per cercare di comparire **nei primi posti**. Non mancare !

N.b. Se hai fretta e vuoi leggere subito la prossima lezione [clicca qui](#) (ti sarà comunque inviata per e-mail tra qualche giorno).

P.s. Se invece hai perso una delle **Lezioni precedenti** scaricala da qui:

- [Lezione1 - Il piano di Marketing on-line](#)
- [Lezione2 - Come trovare e analizzare i Concorrenti su Internet](#)



ESERCITAZIONI

Visita il sito web www.essedi.it e immagina che questo sia il sito della PCX.

- Come modifichereesti o migliorereesti i contenuti di questo sito?
- Come ti sembra la navigabilità e compatibilità di questo sito?
- E la grafica?

Analizza a fondo i contenuti, la navigabilità, gli elementi grafici e tecnici di questo sito e poi fanno un'analisi critica cercando di individuare i punti di forza e di debolezza di Essedi.

Poi invia tutto all'indirizzo email esercitazioni@internet-marketing.it : gli interventi piu' meritevoli saranno pubblicati sul sito web di 3 Web Marketing.

-> Per vedere le Esercitazioni degli altri iscritti [clicca qui](#)

N.b. le esercitazioni devono essere realizzate in formato testo (.txt) o Word (.doc) e inviate in allegato al messaggio email.



METTI QUESTA LEZIONE NEL TUO SITO WEB !

Ti piace questa Lezione? Sei libero di ripubblicarla gratuitamente *nel tuo sito web*, nella tua *newsletter* oppure nella tua *rivista*:

per maggiori informazioni collegati a <http://www.internet-marketing.it/free.htm>



FEEDBACK

Il tuo "feedback" e' prezioso per migliorare questo corso: lasciaci le tue impressioni, proposte e suggerimenti su questa lezione, ci sarai di grande aiuto: [clicca qui](#)



CHAT

Questa sera ci troviamo in chat alle 21.00 per discutere di questa e di altre lezioni di 3 Web Marketing, non mancare! Per collegarti adesso alla chat: [clicca qui](#)