

A che serve un sito web

Estratto dal capitolo 1. I rimandi sono a figure e schede presenti nel libro.

Molti decidono di far realizzare un sito web per la propria azienda (o studio professionale, negozio, ente, istituto, associazione) *perché il sito ce l'hanno tutti*. È una pessima motivazione e anche una cattiva premessa nella realizzazione di un sito web. È come sposarsi solo perché si arriva a una certa età o perché lo fanno tutti: ottime fondamenta per un matrimonio fallimentare.

Se invece troverete altre e più concrete motivazioni alla realizzazione del vostro sito web, alla fine avrete speso energie, tempo e denaro in qualcosa di sicuramente più utile.

Innanzitutto, **un sito è uno strumento al servizio dell'azienda**: per raggiungere un obiettivo o soddisfare un'esigenza, e deve essere **integrato nei processi aziendali**.

Un sito è uno **strumento di comunicazione multidirezionale** verso l'esterno e/o l'interno; può essere sicuramente una vetrina di presentazione della vostra attività, ma non solo. Anche in riferimento all'attività più tradizionale di vendita, può fornire ai vostri potenziali clienti informazioni sugli orari e i giorni d'apertura, sull'ubicazione, sul catalogo prodotti, sulle offerte speciali, e così invogliarli a prendere la macchina o il tram per venire nel vostro negozio.

Il sito di una Pubblica Amministrazione o di un'associazione può fornire moduli e informazioni che i cittadini potranno tranquillamente consultare da casa propria e scaricare, evitando lunghe code allo sportello e magari spostamenti dalla periferia verso il centro: meno code allo sportello significa anche la possibilità di adibire il personale ad attività più produttive della distribuzione di moduli; per non dire dei vantaggi che porta nella vita dei disabili la telematizzazione di tanti servizi pubblici (cfr. riquadro sottostante e Scheda 4.9).

Un sito web può servire ad aggiornare in tempo reale i vostri agenti o distributori o dettaglianti sulla giacenza di magazzino, su prezzi e offerte speciali o sulle novità del catalogo prodotti. O anche a formare e aggiornare il vostro personale tecnico sparso sul territorio sull'ultimo modello di caldaia, o informare rapidamente sull'ultima circolare ministeriale. [...]

Le persone che utilizzano Internet crescono ogni anno (cfr. Scheda 1.2 e Figura 1.1) e quest'abitudine a cercare tutto prima sul web va diffondendosi. Quindi è **importante essere sul web**, ma esserci **nella maniera giusta**, secondo le proprie esigenze e sfruttando le potenzialità che Internet offre. [...]

Un sito su misura

Estratto dal capitolo 1.

Ricordate la barzelletta di Walter Chiari sulla giacca? Un uomo si fa fare un abito dal sarto, ma poi la giacca è tagliata male: una manica è più lunga dell'altra e via tutta una serie di difetti; ma il sarto furbo consiglia al cliente di assumere determinate posizioni affinché la giacca cada a pennello; il risultato della gag è uno storpio con una giacca di fattura perfetta, tanto che la gente che lo vede fa i complimenti al sarto per essere riuscito a realizzare un abito così perfetto per un corpo così disarmonico! Ecco, molto spesso i clienti di web agency sono come il tipo della barzelletta. Non sono in grado di valutare la professionalità del sarto e quindi poi si adattano al sito loro proposto, magari chiedendo continue e piccole modifiche per rispettare esigenze che nascono via via che il sito è on line e viene usato. Magari, restando nella metafora del sarto, il cliente non era stato attento a stare ben dritto quando il sarto gli prendeva le misure...

Comprereste una bella auto a metano (che è meno inquinante e più economico) per viaggiare in una zona dove non esistono distributori di metano? No, certo: anche se non fate i meccanici di professione, vi basta il vostro buon senso per evitare acquisti incauti.

Per Internet, invece, il **buon senso** non basta, o meglio: deve essere affinato da qualche **conoscenza tecnica**, indispensabile per orientarsi e muoversi con cognizione di causa in questo ambiente dominato dall'uso esasperato dell'inglese e dal gergo tecnico. Purtroppo la maggior parte delle volte non esistono termini italiani e quindi l'inglese è indispensabile; però, in questa guida, cercherò di limitare al massimo l'uso di tecnicismi, che saranno comunque spiegati. A fine testo, inoltre, troverete un glossario che spiega i termini tecnici più diffusi.

Esistono decine di pubblicazioni, riviste, siti web e guide per i consumatori che vi aiutano a scegliere di tutto: dalle tariffe telefoniche alla casa in montagna, dai voli a basso costo ai detersivi.

Questo libro, invece, vi guiderà nell'«acquisto» di un sito web: il vostro.

Cominciamo: siete pronti?