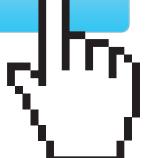


Sito Internet?

Sì, grazie!



Consigli e suggerimenti di una webmaster.

Da quando internet è apparso all'orizzonte, è stato come se ci venisse data la possibilità di guardare alle cose di sempre con occhi nuovi. Infatti, se prima le varie attività aziendali erano circoscritte ai ristretti raggi d'azione, oggi grazie al web possono spaziare valicando confini e barriere!

Aprile 201

Avere un sito internet è un presupposto fondamentale per ogni tipo di azienda e rappresenta una forma di pubblicità dinamica in continuo divenire.

Attraverso questa piattaforma si può creare un filo diretto con i clienti - o potenziali tali - e garantirsi visibilità ovunque.

Che la tua attività aziendale sia in crisi o in fase di espansione, poco importa. Perché grazie al web potrai sfruttare quelle opportunità che ti consentiranno di superare il momento di difficoltà o di consolidare la stabilità economica acquisita.

"Si, ma... come??" Ti starai domandando.

Noi di Different

l'abbiamo chiesto per te a una professionista del settore, che ci ha fornito suggerimenti utili e preziosi... Silvia Rubini (webmaster) si occupa con Siti e Grafica della realizzazione e dell'aggiornamento dei siti internet, della gestione dati via web, ma anche del web marketing e del posizionamento nei motori di ricerca. Questo perché, farsi trovare dagli utenti, è di fondamentale importanza per chiunque abbia un sito. Ed ora, con Silvia,

La crisi economica di questi anni ha messo in ginocchio tante aziende. Se per resistere al momento negativo, da imprenditore, decidessi di aprire un sito per far conoscere nel web la mia attività,

cercheremo di saperne di

più.

come dovrei muovermi?

Innanzitutto dovresti contattare un Webmaster per capire insieme a lui gli aspetti fondamentali di un sito web, tenendo conto di alcuni elementi importanti:

1. la scelta mirata del nome da assegnare al dominio (per intenderci il classico www.nomesito.com o .it). E' il primo passo che agevola il posizionamento sui motori di ricerca: è importante sceglierne uno che contenga al suo interno una parola chiave mirata, ovviamente inerente al settore dell'azienda stessa; è importante inoltre che il nome di dominio sia facile da ricordare e anche da comunicare a voce o da dettare al telefono:

2. scrivere i contenuti da inserire all'interno del sito web in modo "fresco", originale e di valore: i motori di ricerca, in particolare Google, con gli ultimi

aggiornamenti tengono molto conto dei testi che devono essere di valore e costantemente aggiornati; 3. fornire immagini rappresentative dell'azienda e inerenti ai contenuti che si intende inserire: immagini scelte in modo da far capire con un impatto immediato l'argomento di quella determinata pagina web. Sappiamo infatti che la gente su internet è sempre di corsa e un'immagine a volte cattura meglio l'attenzione rispetto alle parole.

Di che tipo di investimento economico dovrei farmi carico?

Dipende da che sito web intendi realizzare: siti vetrina statici - quelli più semplici di presentazione dell'azienda - partono da un costo di circa 150 euro. Poi bisogna tenere conto di cosa si vuole inserire all'interno del sito: se per esempio si vuole avere

PROFESSIONI 3.0 Different

un'area riservata o si vuole il sito tradotto in più lingue o ancora se si vuole avere un sito amministrabile (che permetta di gestire gli aggiornamenti in modo autonomo) il costo sarà maggiore e parte da circa 450 euro. Una volta realizzato comunque il sito, ogni anno ci sarà il costo del rinnovo del dominio e dell'hosting (lo spazio web che si usa per caricare i file del cliente) ed eventualmente il costo di aggiornamenti o interventi di manutenzione e assistenza varia. A meno che non si concordi prima di fare un pacchetto aggiornamenti, manutenzione e assistenza valido per un anno.

Mi indichi orientativamente questi costi che hai elencato a quanto ammonterebbero?

Innanzitutto il servizio di hosting (che viene messo a disposizione da determinate aziende per "ospitare" le pagine web) associato al nome di dominio, deve essere scelto in base al tipo di sito da realizzare: una delle mansioni del Webmaster è proprio quella di cercare il piano di hosting che possa offrire esattamente tutte le caratteristiche che occorrono. Comunque un rinnovo hosting base con rinnovo nome di dominio si aggira intorno ai 40 euro. Il costo di aggiornamenti o interventi di manutenzione e assistenza varia a seconda del tipo di lavori che ci saranno da effettuare e solitamente si valuta di volta in volta a seconda della richiesta. Il pacchetto aggiornamenti, manutenzione e assistenza valido per un anno dipende anche questo dal tipo di sito realizzato:

- un sito statico o dinamico parte da circa 100 euro all'anno е comprende backup giornalieri (che consistono nel fare quotidianamente copie dati in modo che queste possano essere usate per ripristinare gli originali dopo una perdita di dati oppure dopo un guasto al server, un attacco virus o ancora per ripristinare dei file che siano stati cancellati per sbaglio o corrotti); antispam; assistenza e manutenzione di base del sito (in caso di guasti, virus, spam, malfunzionamenti alle pagine del sito e all'hosting); modifiche a parti testuali del sito; modifica immagini.

- per un sito amministrabile invece (con possibilità di gestione autonoma da parte del cliente) il pacchetto aggiornamenti, manutenzione e assistenza valido per un anno ha un costo che parte da circa 150 euro e comprende backup giornalieri; antispam; assistenza e manutenzione di base del sito: aggiornamenti piattaforma quando disponibili; aggiornamenti plugin (componenti aggiuntivi che consentono certe funzionalità del sito) quando disponibili; controllo compatibilità aggiornamenti.

E perché dovrei investire in questa direzione?

Avere un sito web è ormai indispensabile per ogni tipo di azienda, anche per le piccole imprese. Un sito internet è una forma di pubblicità efficace e duratura nel tempo. E' meglio essere in internet che sulle pagine di un giornale per moltissimi motivi:

1. un sito web è visibile in

tutta Italia e nel mondo; consente di interagire con l'utente, raccogliere i suoi contatti, la sua e-mail; può essere aggiornato con il tempo e permette di dare un ulteriore servizio agli utenti:

2. il giornale o il manifesto pubblicitario vengono buttati... un sito web dura nel tempo e può essere consultato ripetutamente. Di conseguenza, per queste ragioni, con un sito internet hai la possibilità di:

- promuovere l'immagine dell'azienda;
- aumentare le vendite;
- acquisire nuovi clienti;
- -far conoscere novità e promozioni, fare campagne di marketing, promuovere attività o eventi:
- offrire un catalogo sempre disponibile e consultabile dai propri clienti in tempo reale, abbattendo notevolmente i costi rispetto alla stampa di un catalogo cartaceo;
- garantire servizi interattivi agli utenti;
- fornire ai clienti un valore aggiunto mediante molteplici servizi (mappe interattive, preventivi online, newsletter, download di depliant, moduli, ecc.) pubblicabili in modo dinamico:
- il sito ti permette di instaurare un dialogo diretto con i tuoi clienti attraverso newsletter, chat, Social Network, con costi molto contenuti rispetto agli strumenti tradizionali.

Ipotizziamo che per me quella del web risulti essere un'oasi inesplorata, una volta aperto il sito - realizzato e lanciato in rete - mi spieghi cosa dovrei fare?

Diciamo che la prima cosa di cui ti devi preoccupare quando lanci in rete il tuo sito, è che gli utenti ti trovino, ed è per questo che avere un sito ben ottimizzato per i motori di ricerca, attraverso parole chiave rilevanti, è di importanza primaria. Dovrai interessarti dei contenuti perché meglio di te nessun altro può descrivere la tua azienda: contribuendo attivamente alla qualità dei testi, il tuo sito web non si perderà nella gigantesca rete di pubblicità presente su internet. I contenuti vanno scritti in maniera semplice, perché la lettura sul web è differente dalla lettura su carta stampata. Le parole con cui intendi arrivare primo nei motori di ricerca devono essere contenute nel tuo testo. devono essere messe in evidenza, ma in maniera naturale e senza forzature.

E' pur vero che il sito ormai ce l'hanno tutti, e magari ero rimasto l'ultimo pesce fuor d'acqua! Quali strategie dovrei adottare per risultare competitivo e fare la differenza, sì da poter essere appunto notato?

La cosa fondamentale è che gli utenti ti devono trovare in rete: questo fa la differenza! E poi, come dicevo prima, un sito che fa la differenza deve dare informazioni sempre aggiornate ai propri clienti, promuovere attività, eventi e/o promozioni, interagire con i propri utenti anche tramite Social Network. Un sito deve fornire contenuti di valore e unici. Non deve essere lo strumento che usa un'azienda per dire "quanto siamo bravi", ma deve comunicare attraverso contenuti utili che la tua azienda ha qualcosa di valore da offrire e lo sa fare bene. I motori di ricerAprile 2013 PROFESSIONI 3.0

ca utilizzano delle tecnologie sempre più moderne e in costante evoluzione: pertanto è necessario ottimizzare il tuo sito fin dalla fase di progettazione al fine di renderlo più facilmente registrabile dai motori e tenerlo continuamente aggiornato.

Quale aiuto possono offrirmi i social network nel contesto di questa crisi? Perché la mia azienda dovrebbe essere presente anche lì? E quali benefici ne potrebbe avere?

E' possibile "scalare le posizioni" sui motori di ricerca anche per mezzo di una campagna sui social media. Inserendo articoli, commenti, post, immagini in Social Network come Twitter, Facebook, Linkedin, Google Plus puoi avere grandi vantaggi a livello di crescita di popolarità del tuo sito web e di conse-

guenza un miglioramento anche nel posizionamento sui motori di ricerca. I Social Network, se usati bene, sono un ottimo strumento a costo zero per rendere la tua azienda o la tua attività facilmente reperibile: a patto che tu aggiorni costantemente i contenuti. Aprire una pagina su Facebook o altro Social Network e lasciarla abbandonata è un lavoro inutile ed è una perdita di tempo.

Un marchio o logo graficamente perfetto costituisce un valido biglietto da visita aziendale. Quanto mi converrebbe investire in tal senso in questo periodo economico difficile? Perché dovrei farlo? Un marchio che si ricordi può fare la differenza. In un piccolo spazio deve racchiudere un enorme significato, deve rappre-

sentare in poche linee grafiche quello che offri ai tuoi clienti o ai tuoi visitatori, deve essere facile da ricordare, significativo e flessibile in quanto ha bisogno di adattarsi bene a diverse situazioni e a diversi tipi di supporto (per esempio se intendi riprodurlo su carta intestata, buste, volantini, pieghevoli, capi di abbigliamento, insegne, vetrine, ecc). Un logo aziendale è una carta di identità che rappresenta gli obiettivi chiave della tua azienda. Inoltre è un potente strumento di marketing: un buon logo sarà indimenticabile...

I. L.



Silvia Rubini