

**LEZIONE**

# SULLO SVILUPPO DEI SITI WEB

Per gli studenti del Corso di  
Digital Marketing 2023/2024



# Indice

- Presentazione
- Principali tipi di sito web
- Quali sono gli elementi che non possono mai mancare
- Strumenti per creare un sito web
- Best practices con esempi
- Esercizio: analizziamo insieme un sito web

# Presentazione

Da qualche anno abbiamo iniziato un percorso di condivisione e formazione per raccontare quella che è la nostra passione da sempre:

Il marketing digitale.

Gestiamo una community che conta più di 20.000 persone e abbiamo avuto il piacere di affiancare + 50 aziende nei loro progetti online.

The logo for FIGARO DIGITAL is positioned on the right side of the slide. It features the word "FIGARO" in a bold, yellow, sans-serif font, with a white silhouette of a person's head and shoulders integrated into the letter "A". Below "FIGARO", the word "DIGITAL" is written in a smaller, white, sans-serif font. The logo is set against a dark blue circular background that has a subtle glow effect.

# Presentazione

## **MARCO FILICE**

Head of Content & Digital Marketing Manager

Nato come web designer, specializzato poi nelle creazione contenuti sui social e nel community building.

Mi occupo quotidianamente di coordinare il team content e di supportare strategicamente tutti i nostri clienti.



**FIGARO**  
DIGITAL

# **PRINCIPALI TIPI DI SITO WEB**

---



# Tipi di sito web

- Sito vetrina
- eCommerce
- Blog
- Landing page
- Portfolio
- WebApp



# Sito vetrina



- Come dice la parola stessa, è usato da aziende e da privati per presentarsi e descrivere le proprie attività.
- Spesso non supera le 5/6 pagine.
- Di solito non ha pubblicità all'interno ed è limitato alla lead generation tramite un form contatti.

# eCommerce



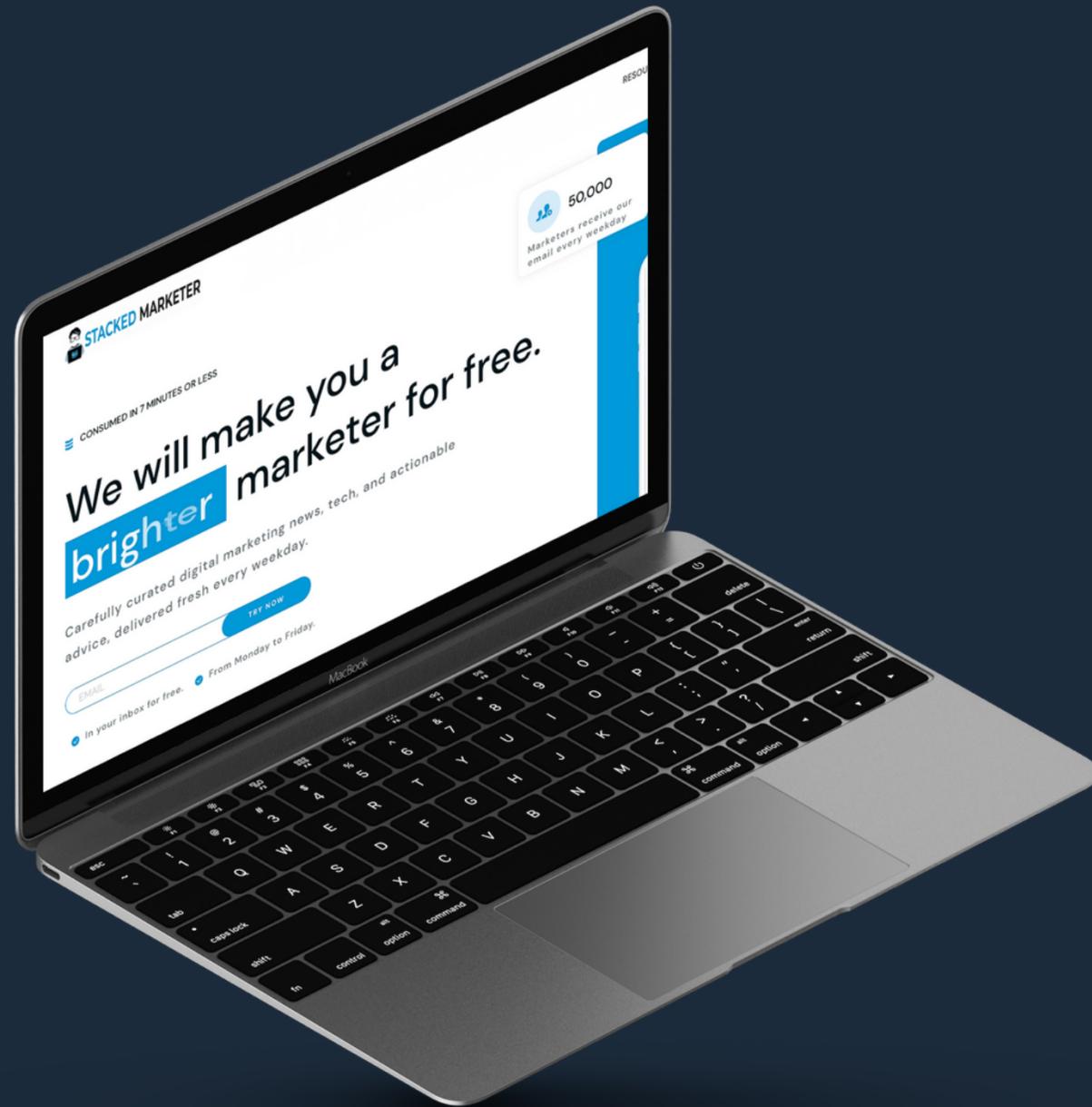
- Concepito per vendere prodotti o servizi tramite il commercio elettronico.
- È la categoria di sito web più completa e anche più difficile da realizzare.
- Ha bisogno di tante figure per essere gestito (ecommerce manager ecc.)
- L'elemento che più lo contraddistingue rispetto agli altri è la presenza di un "carrello" per gli acquisti.

# Blog



- Nasce per diffondere informazioni tramite la creazione di articoli.
- Può essere personale o specifico per riviste, giornali e magazine.
- Come obiettivo non si pone quasi mai l'acquisto ma solo il consumo (la lettura) da parte degli utenti.
- Di solito sta in piedi grazie alle pubblicità.

# Landing Page



- È una single-page che può essere legata ad un sito "aziendale" oppure essere indipendente.
- Viene utilizzato per raccogliere contatti o acquisti, di solito durante un lancio prodotto o altre attività promozionali.
- Spesso sparisce subito dopo la fine della campagna di lancio.



# Portfolio

- Viene utilizzato da professionisti come CV online.
- Principalmente è dedicato all'ambito creativo (agenzie di comunicazione, artisti, designer ecc.).
- Può essere composto anche da una pagina singola a scorrimento.

# Web App



- Non pubblicizza solo il prodotto, ma è il prodotto stesso.
- Software che non richiedono il download dell'app ma si possono utilizzare direttamente da browser.
- Dopo la registrazione permette di usufruire direttamente del servizio.

**FIGARO**  
DIGITAL

# ELEMENTI

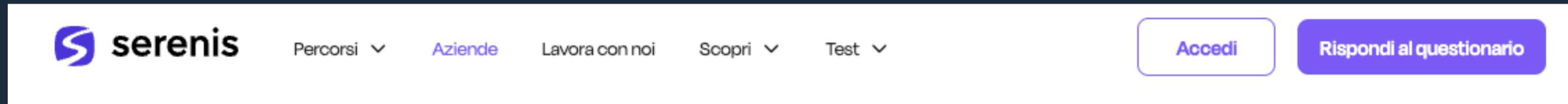
---



# Di quali elementi si compone una pagina

- Above the fold
- Below the fold
- Piè di pagina
- Banner cookie
- Footer

# Menù



- Utilizzato per facilitare la navigazione degli utenti
- Raccoglie le pagine più importanti del sito, anche divise per categorie.
- Può essere posizionato in alto o ai lati, anche a scomparsa.
- A volte ha dei pulsanti di call to action.

# Hero section

- Insieme al menù forma l'above the fold, cioè tutta la zona in alto, prima dello scroll.
- È la parte più importante del sito web.
- Serve per indicare il claim dell'azienda, per far capire fin da subito qual è la value proposition.
- Di solito si compone di un'immagine di sfondo, un titolo H1, un sottotitolo e un pulsante di call to action.

The screenshot shows a hero section for an online psychology service. The background is a solid purple color. At the top, there is a white header bar. Below it, the main headline reads "La scelta migliore per la tua scelta migliore" in white. Underneath the headline is a sub-headline: "Se cerchi uno psicologo online, questa è la nostra proposta: professionisti esperti, specializzati e in massima parte felici. Quale percorso ti interessa?". Below the sub-headline is a row of nine small, rounded square profile pictures of diverse individuals. Underneath the profiles are four white rectangular buttons with rounded corners, each containing a service type, a right-pointing arrow, and a brief description: "Individuale" (Se vuoi lavorare su di te.), "Di coppia" (Se volete lavorare su di voi.), "Coaching" (Se vuoi allenare le tue potenzialità.), and "Psichiatria" (Se vuoi parlare con un medico.). Below these buttons is a link that says "Quanto costa?". At the bottom of the hero section, there is a white bar with the text "Quattro numeri del nostro *centro medico*". Below this text are four columns of statistics: "+450mila sedute svolte", "+1300 professionisti", "100% psicoterapeuti/e", and "11 anni esperienza media".

**La scelta migliore** per la tua scelta migliore

Se cerchi uno psicologo online, questa è la nostra proposta: professionisti esperti, specializzati e in massima parte felici. Quale percorso ti interessa?

Individuale →  
Se vuoi lavorare su di te.

Di coppia →  
Se volete lavorare su di voi.

Coaching →  
Se vuoi allenare le tue potenzialità.

Psichiatria →  
Se vuoi parlare con un medico.

[Quanto costa?](#)

Quattro numeri del nostro *centro medico*

+450mila sedute svolte	+1300 professionisti	100% psicoterapeuti/e	11 anni esperienza media
---------------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------------------

# Below the fold

- Tutto quello che fa parte la pagina dopo il primo scroll.
- si compone di elementi quali mission, breve presentazione dei servizi, form contatti, social proof ecc.
- È ciò che determina poi la lunghezza della pagina.



**PSICOLOGIA A PREZZI ACCESSIBILI**

## Incontra lo psicologo gratuitamente, poi scegli se proseguire

I **prezzi dello psicologo online** in Unobravo sono sempre chiari e **il primo consulto conoscitivo è gratuito**. Sedi proseguire il tuo percorso psicologico online, il costo\* è di:

- **49€** per una seduta individuale
- **59€** per la psicoterapia online di coppia.

Avrai accesso alla tua area riservata, per condurre ogni seduta psicologica online con il **massimo della privacy** e pagare in **totale sicurezza**. Tutto utilizzando semplicemente l'App di Unobravo o il tuo computer.

\* I prezzi indicati si applicano a pazienti iscritti a partire dal 3 luglio 2023.

VISA   postepay powered by stripe

[INIZIA IL QUESTIONARIO](#)

# Cookie Banner

- Banner per la raccolta dei dati secondo le norme del GDPR.
- Senza di questo, sarebbe illegale pubblicare il sito online.
- Può non esserci in particolari occasioni.

## Informativa

Noi e terze parti selezionate utilizziamo cookie o tecnologie simili per finalità tecniche e, con il tuo consenso, anche per le finalità di **funzionalità, esperienza, misurazione e marketing (con annunci personalizzati)** come specificato nella [cookie policy](#).

Puoi liberamente prestare, rifiutare o revocare il tuo consenso, in qualsiasi momento, accedendo al pannello delle preferenze. Il rifiuto del consenso può rendere non disponibili le relative funzioni.

Usa il pulsante "Accetta" per acconsentire. Chiudi questa informativa per continuare senza accettare.

Scopri di più e personalizza

Accetta

# Piè di pagina

- Spesso è utilizzata per inserire un menù secondario.
- Contiene i contatti, i link rapidi, e le pagine social.



Serenis Health s.r.l.  
Partita IVA: IT11818200963  
PEC: serenishhealthsri@legalmail.it  
Direttore sanitario: Domenico De Donatis.  
Iscritto all'albo della provincia di Pescara, n° 4336  
Copyright © 2023 Tutti i diritti riservati

## Parti da qui

Newsletter  
Recensioni  
Domande frequenti  
Chi siamo  
Regala una seduta  
**Hal un'emergenza?**

## Poi continua

Assistenza  
Farmacie  
Blog  
Stampa  
Bonus psicologo  
Polaris  
Report UniPD

## Professionisti

Lavora con noi  
Corsi ECM  
Manifesto  
Codice deontologico  
Servizi per professionisti

# Footer

- Contiene le informazioni fiscali dell'azienda (Intestazione, P.IVA. Cap.sociale ecc.).
- I link ai documenti privacy e cookie + I termini e condizioni del sito.
- A volte anche i link social.

---

[Condizioni generali](#)

[Privacy policy](#)

[Cookie policy](#)

[Dati societari](#)

**FIGARO**  
DIGITAL

# COME SI CREA?

---



# Tramite codice

Si può scrivere il codice nei vari linguaggi (HTML, CSS, Javascript), semplicemente acquistando lo spazio di dominio.



# Tramite tool



Per chi non ha le capacità di scrivere il codice da zero, sono nati degli strumenti no-code a supporto, ad esempio:

- Wordpress
- Joomla
- Shopify
- Prestashop

Ecc.

**FIGARO**  
DIGITAL

# **BEST PRACTICES**

---



# A cosa bisogna fare attenzione

- Principi di design
- Usabilità su tutti i dispositivi
- Accessibilità
- UX/UI
- Raccolta dati
- SEO
- Prestazioni
- Tracciamenti

# Principi di design

- Cosa più importante, il sito deve essere coerente con l'identità visiva del brand.
- Scegliere bene i font e i colori.
- Generare un buon contrasto tra sfondo e testo.
- Mettere enfasi sui bottoni di call to action.





Come non dovrebbe  
essere fatto

**craigslist** <sup>it</sup>

[inser. in annunci](#)  
[account](#)

🔍 search craigslist

**calendario eventi**

L	M	M	G	V	S	D
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
1	2	3	4	5	6	7

[guida, faq, abusi, leg.](#)  
[evita scam e frodi](#)  
[sugg. sicurezza pers.](#)  
[cond. per utiliz.](#)  
[informativa privacy](#)  
[stato del sistema](#)

[su craigslist](#)  
[craigslist open source](#)  
[blog di craigslist](#)  
[in primo piano su Craigslist](#)  
["craigslist joe"](#)  
[craig newmark](#)  
[philanthropies](#)

**napoli**

**comunità**

- animali
- artisti
- attività
- critiche e commenti
- cura bimbi
- eventi
- generali
- gruppi
- lezioni
- musicisti
- notizie locali
- occasioni
- perdute
- ogg. smarriti
- passaggi auto
- politica
- volontariato

**servizi**

- animali
- domestici
- automobilistica
- bellezza
- bici e moto
- cell/mobile
- computer
- creativi
- cura della casa
- eventi
- finanziari
- giardinaggio
- health/well
- immobili
- legali
- lezioni
- manod. qualif.
- manoval./trasl.
- nautica
- picc. aziende
- scritt/rev/trad
- viaggi

**case**

- app.ti/case
- case per vacanze
- cercasi casa
- cercasi stanze
- parcheggi / depositi
- scambio case
- stanze/condivisioni
- subaffitti/case tempor.
- uffici/attiv. commerc.
- vendita immobili

**in vendita**

- abbigl./access.
- antichità
- applicazioni
- arredamento
- arte/artigianato
- atv/utv/mtsl
- auto/autocarri
- aviazione
- azienda
- bambini
- baratto
- barche
- bici
- biglietti
- camper
- cd/dvd/vhs
- cercasi
- collezionismo
- computer
- cura della casa
- elettronica
- foto/video
- generali
- giardinaggio
- giochi+giocattoli
- gioielleria
- gratis
- libri
- macch.pesanti
- materiali
- motocicli
- ricambi auto
- ricambi moto
- ricambi PC
- ric. barche
- ruote + pneumatici
- salute e bellezza
- sport
- strumenti
- strum. music.
- telefoni cellulari
- trailer
- vendita usato
- video games

**lavori**

- aliment/bev/ospit
- amminis.aziendale
- ammin./ufficio
- architettura/ingegneria
- arte/media/design
- assistenza clienti
- attiv. special./artigian.
- bellezza/spa/fitness
- biotech/scienze
- contabilità/finanza
- dettaglio/ingrosso
- educazione
- enti statali
- etc / misc
- immobili
- lavori generici
- legali / paralegali
- markng/PR/pubblicità
- medicina/sanità
- produzione
- progett. Web/info
- risorse umane
- scrittura/editing
- settore no profit
- sicurezza
- sistemi/reti
- software/QA/DBA/
- supporto tecnico
- trasporti
- tv/film/video/
- vendite/svil. comm.

**lav. saltuari**

**cv**

italiano ▾  
english

**italia**

- bologna
- firenze
- genova
- milano
- napoli
- perugia
- roma
- sardegna
- sicilia
- torino
- venezia

**europa**

**ci nel mondo**



Come dovrebbe essere fatto



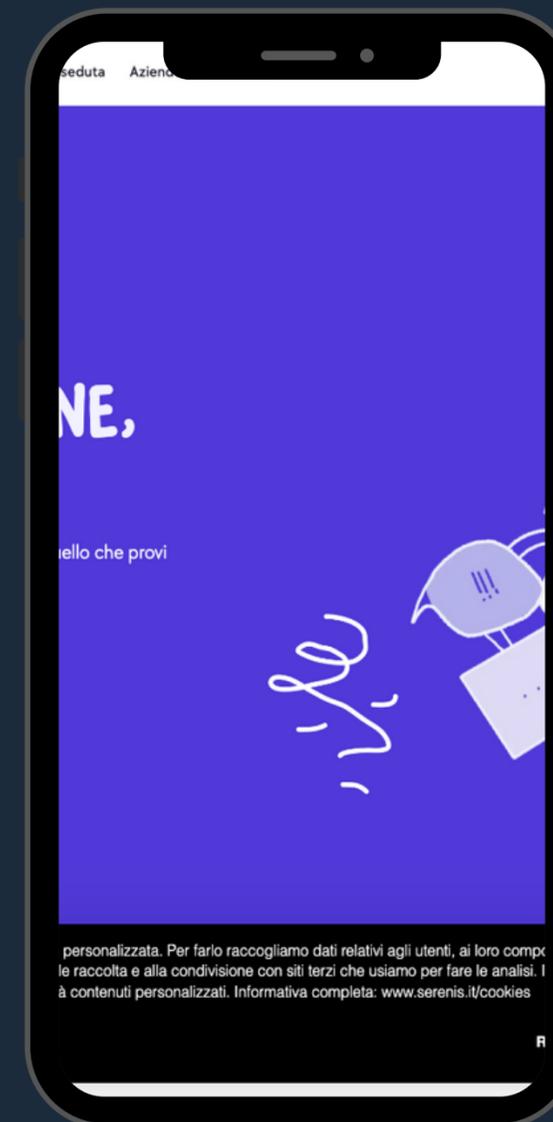
Cancellazione del rumore

**Una tecnologia  
che mette tutti  
a tacere.**

# Responsive design

Adattabilità del sito a tutti i dispositivi, fondamentale per non perdere utenti che utilizzano un dispositivo piuttosto che un altro.

Per questo necessita anche di un grande studio del target, ad esempio: se il 90% degli utenti si collegano da smartphone, non ottimizzerò il design per la visuale da pc.



# Accessibilità

È importante rendere il sito accessibile anche a chi ha particolari disabilità.

Ad esempio, per le persone ipovedenti esistono delle integrazioni (plugin) che regolano i contrasti, l'ingrandimento del testo e delle funzioni di text to speech.



# UX/UI

- **User experience:**

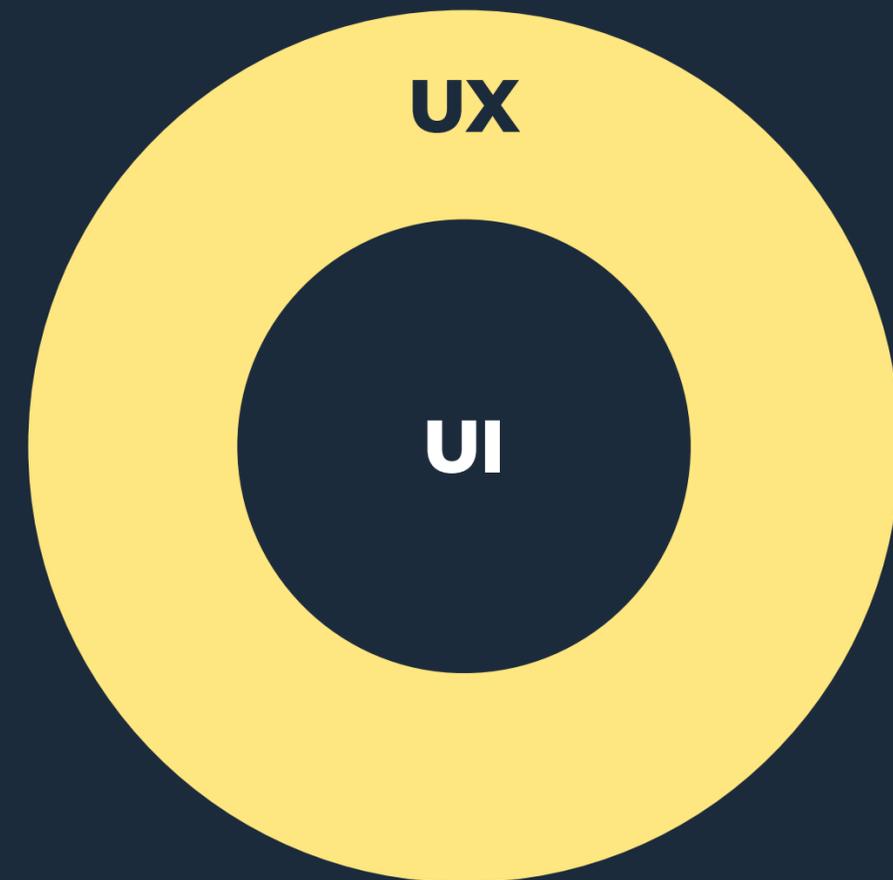
“UX” sta per “esperienza utente”.

Ha il compito di progettare dalla A alla Z le azioni che si possono fare all'interno del sito, tutto ciò che l'utente non vede.

- **User interface:**

La “UI” nel design sta per “interfaccia utente”.

Ha il compito di disegnare tutto il layout grafico di un sito, tutto ciò che l'utente vede.



# Raccolta dati

È importantissimo avere sempre una privacy policy sempre aggiornata e raccogliere i cookie in maniera corretta.

Per chi non rispetta il GDPR si rischiano multe salate da parte del Garante.





Come non dovrebbe  
essere fatto

Per offrirti una migliore esperienza di navigazione, coraldream.it utilizza cookie di profilazione propri e di terze parti. Cliccando sul tasto 'Accetta' acconsenti all'utilizzo dei cookie.  
Per maggiori informazioni o per modificare le tue preferenze sui cookies di terzi vai su [Impostazioni dei cookie](#).

Accetta



## Come dovrebbe essere fatto

### QUESTO SITO WEB UTILIZZA I COOKIE

Questo Sito utilizza alcuni tipi di cookie tecnici necessari per il corretto funzionamento dello stesso, nonché cookie statistici e di profilazione anche di terze parti. Se vuoi negare il consenso puoi cliccare sulla "X" e ciò comporterà il permanere delle impostazioni di default e dunque la continuazione della navigazione in assenza di cookie o altri strumenti di tracciamento diversi da quelli tecnici. Se vuoi accettare tutti i cookie clicca su "accetta tutto", se invece vuoi autonomamente selezionare i cookie da accettare clicca su personalizza. Se vuoi saperne di più consulta la Privacy Policy

[Mostra dettagli](#) >

Accetta tutto

Personalizza >

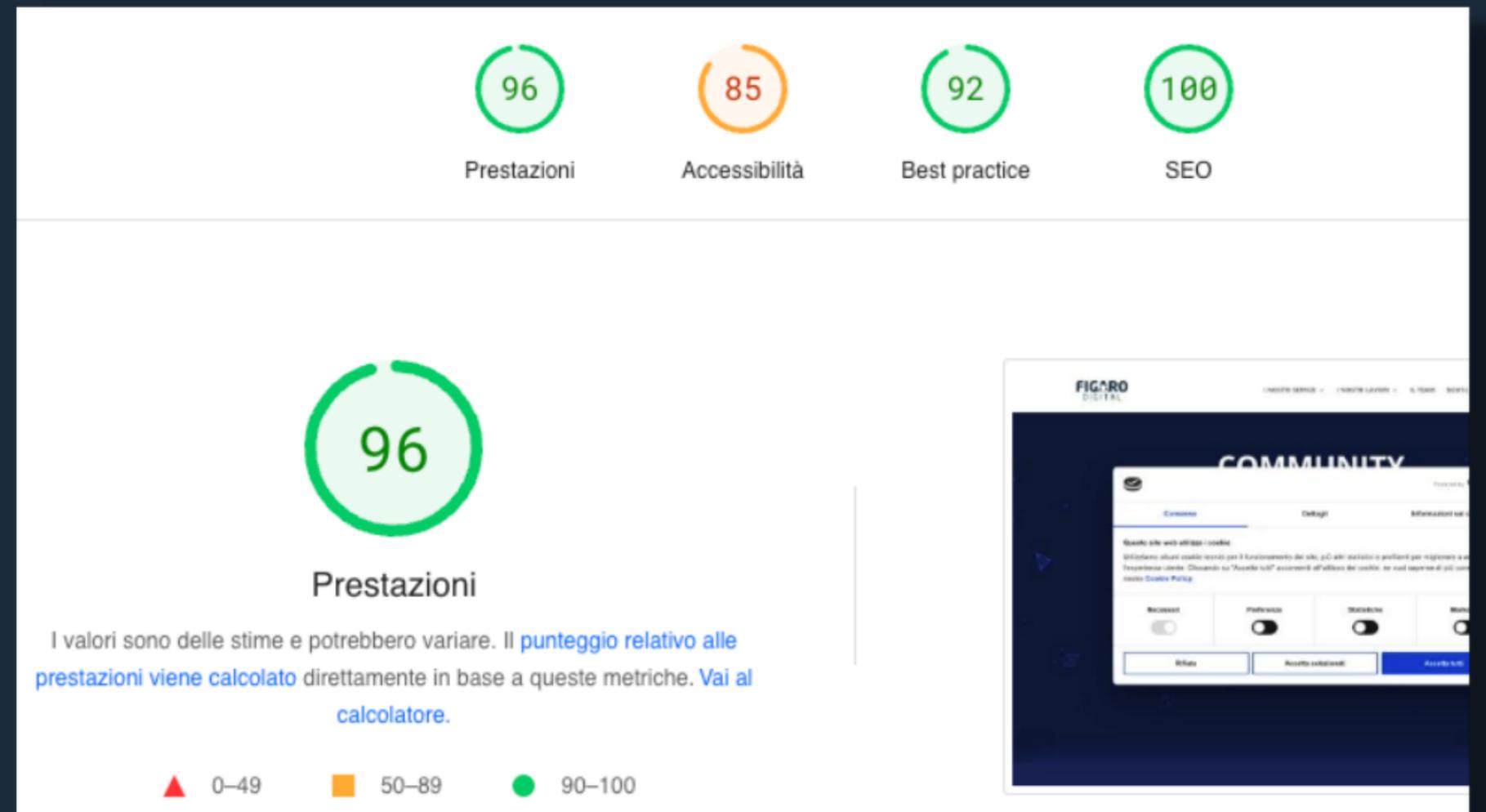


# Prestazioni

Tu cosa fai se un sito si carica in 8 secondi?

Probabilmente esci, la stessa cosa fanno gli altri.

Tramite degli strumenti a supporto è utile analizzare le prestazioni e individuare i "colli di bottiglia". Per un sito web il caricamento massimo dovrebbe essere di 3 secondi.



# SEO

Ovviamente non ha alcun senso creare un sito se poi nessuno lo vede.

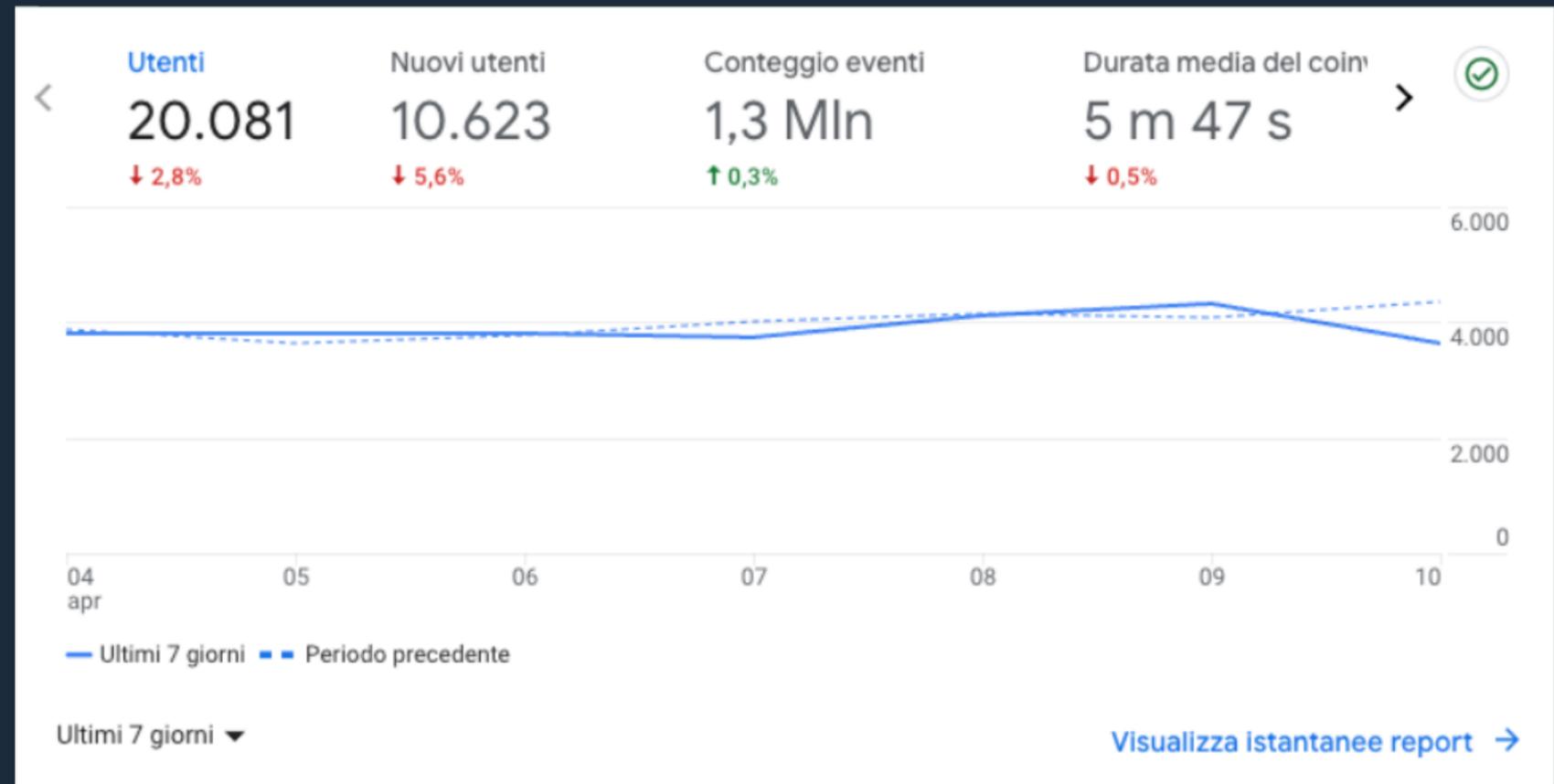
Rispettare i principi SEO ti permette di farti trovare dagli utenti che stanno effettuando una ricerca consapevole.



# Tracking

Usare strumenti come Google Analytics può essere utilissimo per capire come si comportano gli utenti sul sito e capire gli aggiustamenti da fare.

*[Ne vediamo qualche esempio preso dal nostro sito]*



**FIGARO**  
DIGITAL

# ESERCIZIO

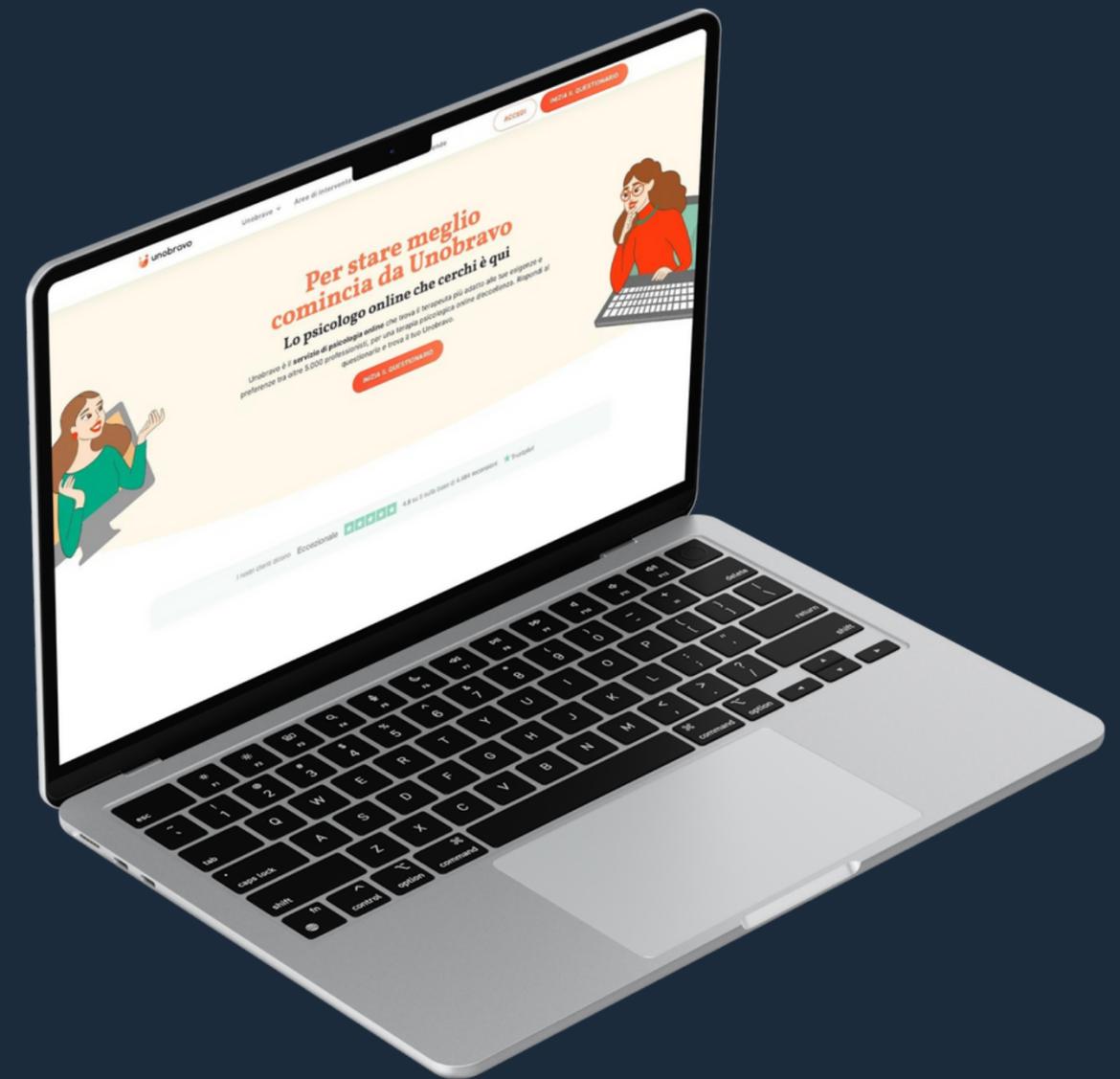


# Esercizio

ANALIZZIAMO UN SITO INSIEME



*Serenis vs. Unobravo*



**GRAZIE**

**PER LA CORTESE  
ATTENZIONE.**

**FIGARO**  
DIGITAL



**in**