

STAI PENSANDO DI RISTRUTTURARE IL TUO SITO?

VORRESTI MIGLIORARE LA TUA PRESENZA SUI MOTORI DI RICERCA?

I SOCIAL NETWORKS TI INTERESSANO MA NON SAI DA DOVE COMINCIARE?

www.wiff.it

Leggi questa breve guida sui passi da compiere per migliorare la presenza della propria azienda su internet.

Se stai pensando che sia troppo complicato, non preoccuparti! E' una guida per tutti e non un manuale per soli tecnici

Hai deciso di riprogettare il tuo sito web. Bene!

Prima di pensare a forme, colori e soluzioni, cerca di avere una visione chiara degli obiettivi che vuoi raggiungere rimodellando la tua presenza sul web.

In funzione degli obiettivi sviluppa un piano strategico e poi pensa a tutto il resto.

STEP 1: UN PO' DI STRATEGIA.

Una visione chiara di obiettivi e dello stato del tuo sito in relazione alla concorrenza, sono la prima mossa da compiere

- Osserva come si comporta la concorrenza (il **benchmarking** in tecnico)
- Pensa al sito della tua azienda in termini di contenuto e poi di forma
- Poniti obiettivi realistici e scalati nel tempo
- Raccogli ed esamina a fondo i contenuti attualmente presenti sul sito
- Considera i clienti target che vuoi raggiungere con il nuovo sito



Definiti gli obiettivi, fai un'istantanea del sito della tua azienda **prima del restyling.**

Poniti un po' di domande: Quanti visitano il sito? Quale è il tempo di permanenza? Quali sono le pagine più viste?

Raccogli i dati che ti interessano, ti saranno molto utili per paragonarli con i dati generati dal nuovo sito:

STEP 2: UN PO' DI DATI

Ci sono strumenti per misurare tutte le voci dell'elenco puntato a destra.

Se sei ignorante in materia o ti interessa saperne di più [scrivici](#) oppure segui ci su [facebook](#)

- Numero di visitatori e di visite al sito e pagine più visitate
- Bounce rate cioè quando un utente che visita il tuo sito torna indietro per cercare altro su google (I COMPETITORS!!!)
- Tempo di permanenza sul sito
- Numero di sottoscrizioni a newsletter o registrazioni di utenti su moduli elettronici
- Totale di vendite effettuate
- Livello di presenza sui motori di ricerca in funzione di parole chiave



Sviluppa un sistema coerente.

Non siamo ancora arrivati ai disegni, alla grafica e a scelte del software. Siamo vicini ma prima di passare alla parte divertente, pensa bene a cosa vuoi comunicare e a chi.

Sviluppa un sistema coerente di comunicazione per informare in modo chiaro e veloce di cosa si occupa l'azienda, quali sono i suoi valori e servizi.

Se non si è sufficientemente chiari e coerenti avremmo dei bounce (il visitatore torna indietro per una nuova ricerca e opta per i terribili competitors) e saremo meno visibili sui motori di ricerca (sì, google valuta anche la coerenza e originalità dei contenuti proposti).

STEP 3: COMUNICA BENE, CHIARO E SEMPLICE.

Cerca di comunicare con i tuoi visitatori intrattenendoli. Se non si annoiano è molto probabile che tu riesca a far compiere loro una azione (contatto, sottoscrizione newsletter o acquisto)

- La home page del sito deve fornire una visione di insieme che consenta di farsi un'idea dell'azienda in un colpo d'occhio
- Sviluppa una corporate identity per avere linee guida per creare un ambiente grafico omogeneo e riconoscibile
- Utilizza il linguaggio dei tuoi clienti e lascia il tecnicismo per le specifiche dei tuoi prodotti o servizi
- Sii conciso e fornisci informazioni con vari livelli di approfondimento
- Intrattieni i tuoi visitatori



Pensa ai tuoi interlocutori.

Individua i profili dei tuoi visitatori, potenziali o consolidati: **il sito della tua azienda è per loro prima di tutto.**

L'errore più diffuso in fase di progettazione di un sito è quello di pensare solamente in termini autoreferenziali.

STEP 4: PENSA AI TUOI VISITATORI.

Individua i profili o gruppi di visitatori del tuo sito. Struttura la comunicazione anche in funzione loro.

- Individua i gruppi di visitatori
- Articola la comunicazione in funzione dei visitatori del sito sia nei concetti che nell'aspetto
- Va bene intrattenere ma in tempi brevi. Un video molto lungo annoierà il tuo visitatore oppure lo farà tornare su google perché ci mette troppo a caricarsi
- Valuta bene quali dispositivi sono più usati per visualizzare il tuo sito (computer, tablet o smartphone) e regolati di conseguenza per creare un sito web utilizzabile per il tuo pubblico. Prima che tu lo chieda: **ci sono strumenti grazie ai quali puoi sapere anche che tipo di dispositivo e sistema operativo adopera il tuo pubblico.**



Restauro non demolizione.

Pensa al nuovo sito come ad una ristrutturazione di casa.

I muri portanti vanno lasciati integri o ti crolla il tetto in testa.
Pensa alle **pagine più visitate del tuo vecchio sito** come ai **muri maestri di casa**.

Fai in modo che se pur cambiate nell'aspetto, le pagine che generano più traffico siano integrate nel nuovo sito.

STEP 5: IL RESTAURO.

Le pagine più visitate sono come i muri maestri di casa: Conservarle ti aiuterà a mantenere la tua posizione sui motori di ricerca e a non perdere il traffico di visitatori

- Tieni conto delle pagine più visitate
- Considera anche le pagine del tuo sito che sono “linkate” su altri siti.
- Non eliminare nemmeno contenuti molto popolari (video, documenti, immagini)
- Fai presente a chi svilupperà il nuovo sito queste tue esigenze, molti webdesigner hanno il grilletto facile e tendono a fare tabula rasa del vecchio per far spazio al nuovo



Gestire i contenuti.

Sono finiti i tempi in cui per cambiare una virgola di una pagina dovevi pagare qualcuno per farlo.

Ad oggi esistono pratici strumenti (CMS) che ti consentono di gestire i contenuti del tuo sito in autonomia senza dover dipendere da tecnici o programmatori.

Nota bene che per ottenere risultati apprezzabili è sempre meglio affidarsi a professionisti sia per la realizzazione del sito che per la [creazione e gestione dei contenuti](#).

Il CMS più diffuso è wordpress e adoperarlo per realizzare il tuo sito presenta numerosi vantaggi:

STEP 6: CMS.

Ovvero Sistema di gestione dei contenuti. Impiegare un CMS per il proprio sito è fondamentale perché permette di gestire i contenuti in autonomia e migliora la propria presenza sui motori di ricerca

- E' uno strumento gratuito che può essere personalizzato in funzione delle tue necessità.
- Consente una gestione autonoma dei contenuti del tuo sito.
- Puoi realizzare un blog all'interno del tuo sito in pochi click e creare un luogo di scambio con i tuoi clienti "all'interno" della tua azienda.
- Utilizzandolo nel modo giusto (se non sei un esperto [chiedi aiuto a esperti SEO](#)) riuscirai a sfruttare la sua naturale predisposizione a far reperire le tue pagine sui motori di ricerca.



Stabilisci delle relazioni.

I social networks sono un ottimo mezzo per relazionarti con i tuoi clienti e per raggiungere nuove nicchie di mercato che ti interessano.

Aprire una pagina su facebook o un profilo su youtube senza avere le idee chiare non farà aumentare il tuo business.

Come abbiamo visto in apertura, valuta bene i tuoi obiettivi e il tipo di clienti che ha la tua azienda e quelli che vuoi raggiungere: in funzione loro fai rientrare l'uso dei social networks e scegli quelli più idonei ad ottenere risultati.

STEP 7: SOCIAL NETWORKS.

Considera i social networks come una estensione del tuo sito. Utilizzali per spostare i visitatori verso il tuo sito e non viceversa. Non sai da dove iniziare?

info@wiff.it

- Individua i Social networks idonei in funzione dei clienti della tua azienda e dei tuoi prodotti
- Valuta bene se e come cominciare. Non c'è cosa peggiore di una pagina facebook lasciata a se stessa con pochi contributi o, peggio ancora, richieste inevase dei visitatori!
- Sposta il flusso di attività dai social networks al sito dell'azienda e non viceversa





per ulteriori informazioni

tel. +39 066243599

info@wiff.it
www.wiff.it

