

A close-up portrait of a man with dark, wavy hair and a light beard. He is looking directly at the camera with a slight smile. He has a small silver lip piercing on his lower lip. The background is plain white.

 **consulweb**

Guida alla scelta della web agency.

Per scegliere tra i servizi offerti da un'azienda che fornisce supporto e consulenza per i servizi web. Dalla realizzazione del sito alla promozione on-line.

Sommario

Cosa è una web agency	pag. 2
Quali caratteristiche deve avere una web agency?	
Principali servizi, dettaglio.	
Caratteristiche tecniche del sito.	
Web marketing: valutazione della promozione, vendita e comunicazione online attraverso il sito.	
Come la web agency lavora	pag. 4
Linee guida per la scelta dei servizi offerti dalle web agency	pag. 6
la valutazione del sito web.	
Valutazione dei servizi di web marketing.	
Principali servizi di marketing sul web.	
Gli obiettivi nel marketing on-line.	
La scelta del nome a dominio	pag. 10
Il nome del sito: brand vs utile.	
L'estensione del dominio internet.	
Servizi di hosting	pag. 11
Conclusioni	pag. 14

Cosa è una web agency.

La web agency si occupa di tutto ciò che ruota attorno ai servizi web ed in particolare di: web design, realizzazione di siti internet, programmazione e web multimedia.

Quali caratteristiche deve avere una web agency?

Scegliere la web agency è un passo importante per le aziende che desiderino essere rappresentate efficacemente sul web e raggiungere gli obiettivi prefissati. Pertanto ogni servizio che sarà richiesto ad una agenzia web, dovrà essere valutato attentamente dal responsabile marketing o della comunicazione dell'azienda committente al fine di evitare spese per l'acquisto di prodotti o servizi di cattiva o bassa qualità che non porteranno ai risultati sperati. Che sia la semplice creazione di un sito web o la promozione on-line, ogni servizio dovrebbe portare risultati tangibili e un ritorno economico.

Le cose a cui prestare attenzione quando ci si appresta a scegliere la web agency che curerà la presenza on-line della propria azienda sono innumerevoli.

Una delle più importanti è senza dubbio la trasparenza dell'agenzia. Nel sito di quest'ultima troverete facilmente il numero di telefono, l'indirizzo, informazioni utili sull'azienda, il portfolio clienti e i lavori eseguiti nell'arco del tempo.

Chiedetevi quali sensazioni vi comunica il sito web. La grafica è gradevole ed equilibrata? Riuscite a trovare agevolmente le informazioni che cercate navigando tra le pagine? I contenuti testuali sono chiari? Il loro sito è presente sui motori di ricerca?

Principali servizi, dettaglio.

La realizzazione del sito web: l'aspetto estetico, comunicativo e funzionale.

Segnali positivi o negativi nella scelta di una web agency possono senz'altro venire dai lavori eseguiti nel corso del tempo. Anche se non si è esperti del settore web, la prima impressione derivante dalla visita del sito può offrirvi utili spunti.

Caratteristiche tecniche del sito.

La prima cosa da tenere presente nella realizzazione di un sito web è il fine per cui lo stesso sarà costruito. Esistono diverse tipologie di siti web: d'immagine, informativi, siti community, di commercio elettronico, portali; ognuna con caratteristiche e particolarità proprie.

La web agency che si occuperà della realizzazione del vostro sito web dovrà considerare: le peculiarità della tipologia a cui lo stesso appartiene, le linee guida descritte dal consorzio W3C e le differenze che lo distingueranno da quelli concorrenti.

I testi dovrebbero essere chiari, scritti in una lingua corretta, posti sulla pagina in modo che l'occhio non si stanchi e in pochi secondi se ne comprenda il tema principale e i concetti fondamentali da veicolare. Tali testi devono seguire un ordine logico a struttura ad albero, passando dall'argomento più generico, sino a quello più particolare.

Questo dovrebbe essere facilitato dall'architettura dei contenuti, attraverso percorsi di lettura suggeriti e link ad argomenti correlati.

Come regola generale, per una migliore leggibilità dei testi, è consigliabile che questi siano realizzati con font specifici e ben leggibili per il web, di colore nero su sfondo bianco.

Per quanto riguarda gli elementi grafici e multimediali, questi andrebbero 'pesati' accuratamente a seconda delle finalità comunicative e d'intrattenimento del web site. Non è detto che un sito debba necessariamente essere pieno di molte immagini, come di poche; questo andrebbe valutato o consigliato dalla web agency a seconda degli scopi del sito.

In generale la grafica del sito dovrebbe essere leggera, cioè facile a caricarsi attraverso qualsiasi browser e con qualsiasi connessione internet, comprese le più lente ancora molto diffuse in Italia. Al giorno d'oggi pesanti immagini e strutture possono essere realizzate in pagine facili da caricare e consultare.

Web marketing: valutazione della promozione, vendita e comunicazione online attraverso il sito.

Una web agency si può occupare anche di web marketing: cioè di tutte quelle attività rivolte alla promozione attraverso internet, della comunicazione con i clienti e loro fidelizzazione, promozione del brand, della vendita online e tutte le attività legate con il web.

Fra le principali azioni di web marketing annoveriamo: il banner advertising, il search marketing, l'e-mail marketing, ecc.

Vi sono molte agenzie web che propongono tali servizi ed è importante, per questa ragione, cercare di capire quali siano quelle più affidabili. Anche nel caso della promozione online è opportuno selezionare una serie di web agencies da valutare tramite una semplice ricerca sui principali motori di ricerca, come si parla dell'agenzia online. Quando si sviluppa un piano di marketing è importante che gli obiettivi siano: specifici, misurabili, attuabili e tempificati. La web agency dovrebbe essere in grado di fornire degli obiettivi di marketing on-line concreti, che mirino a dei risultati realizzabili, con buon senso fattibili e che potranno essere misurati con appositi strumenti di web analisi. Dunque è bene diffidare da qualsiasi attività di web marketing che non sia misurata e mostrata attraverso strumenti di web analytics che mostrino i reali obiettivi di marketing raggiunti.

Come la web agency lavora.

Nella valutazione di una web agency professionale, potete porre alcune domande che vi aiuteranno a scegliere .

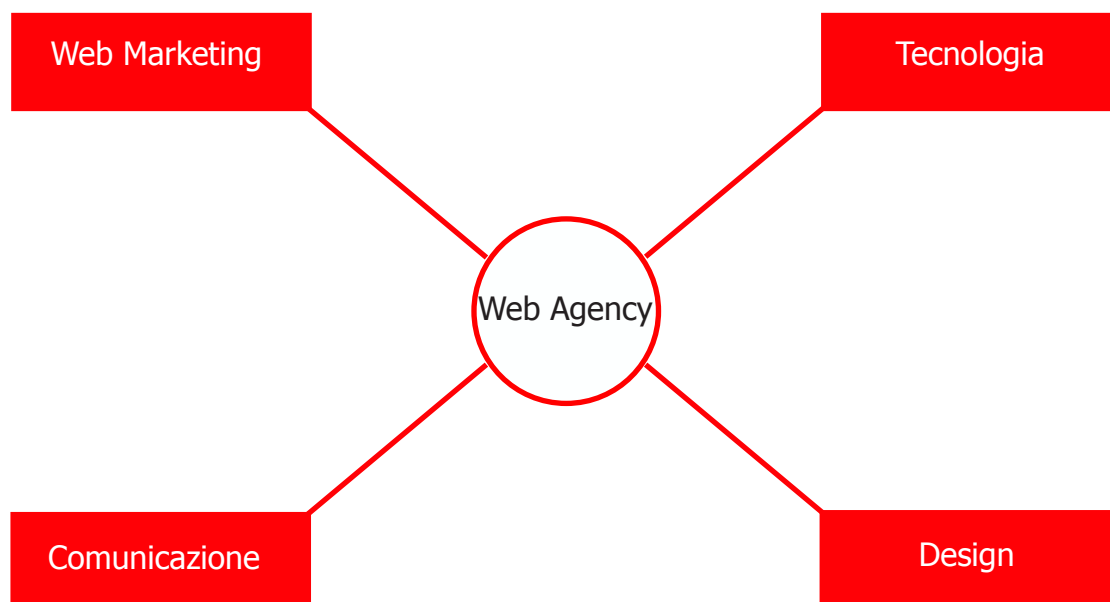
- Previsione e definizione dei tempi di realizzazione del progetto.
- Termini e condizioni del contratto.
- Tempi e metodi di pagamento.
- Possibilità di richiesta di diverse preview dei progetti.
- Definizione dei tempi di consegna o dei primi risultati tangibili.
- Come vengono gestiti i tempi dei lavori e da chi.
- Tempi e costi di assistenza in caso di guasti improvvisi.

Domande da rivolgere alle agenzie selezionate:

Qual è la vostra esperienza nel settore? Chi sono i vostri clienti?

La prima domanda da porre al commerciale vendite di una web agency è certamente quale sia l'esperienza accumulata negli anni.

Essere presenti sul mercato da qualche anno è di per sé una piccola garanzia. E' opportuno farsi spiegare come tale conoscenza si sia sviluppata, in quali settori, attraverso che tipo di formazione e aggiornamenti.



Così sarà possibile chiedere anche informazioni sui clienti con i quali l'agenzia lavora e ha lavorato, i lavori portati a termine, i successi raggiunti e anche eventuali insuccessi che possono aver condotto l'azienda ad una crescita. Una web agency che si relaziona spesso con futuri clienti avrà sicuramente dei 'casi di successo' da mostrare ad esempio attraverso delle presentazioni multimediali.

Qual è la tipologia media dei vostri clienti? Piccola, media, grande impresa?

Quali sono i 'vostri clienti storici'? (Quei clienti che sono seguiti dalla agency da lungo tempo e che presumibilmente sono soddisfatti dei risultati perseguiti).

Linee guida per la scelta dei servizi offerti dalle web agency.

la valutazione del sito web.

Contenuti del sito web: nel web la scrittura rappresenta la base di una buona comunicazione. Erroneamente troppo spesso si scrive online come se si scrivesse sulla carta stampata. In generale i testi per il web sono molto più stringati e dovrebbero consentire una facile lettura. Questo perché circa l'ottanta per cento (80%) degli utenti web non leggono ogni singola riga ma scorrono visivamente nella pagina alla ricerca di dettagli che gli facciano comprendere l'argomento e le informazioni ricercate in poco tempo. In un testo ben realizzato per un sito internet, i titoli e sottotitoli chiari, testi suddivisi in piccoli paragrafi, l'uso di grassetto e la creazione di ipertesti, facilita l'utente nella lettura e nel reperimento delle informazioni che gli necessitano, favorendo l'utilizzo dell'informazione e dei servizi che il sito offre. Dei buoni contenuti testuali sono fondamentali per l'utente, per coinvolgerlo e indirizzarlo nella navigazione.

Un buon contenuto è anche il segreto del successo per la visibilità sui motori di ricerca. Quindi:

- fare testi brevi e comprensibili a colpo d'occhio;

- realizzare la struttura dei contenuti a piramide capovolta, una introduzione generale all'inizio e approfondimenti successivi;

- mettere in evidenza concetti e parole chiave utili per la comprensione del testo;

- costruire un'architettura e la gerarchia dell'informazione;

Web design e funzionalità: il web design indica la progettazione dedicata al World Wide Web. Racchiude in sé l'ideazione, la progettazione e la realizzazione di un sito web. Il web designer così deve tradurre diverse esigenze in un progetto web. Gli aspetti a cui deve guardare il web designer sono: passaggio dal concept alla versione web sapendo conciliare esigenze di progettazione e look & feel, interazione con i visitatori del sito e visibilità on-line.

Fra forma, contenuto e risultato: molto spesso ci si aspetta dal web designer che il sito internet sia un sito bello e gradevole alla vista e basta: questo è sbagliato. L'aspetto fondamentale di un sito web è che sia funzionale agli scopi per i quali è stato ideato. Se il nostro è un progetto di commercio elettronico, ad esempio, non solo sarà nostra preoccupazione far realizzare un layout gradevole ma questo dovrebbe essere realizzato in modo da favorire l'organizzazione mentale degli oggetti esposti, dovrebbe avere il giusto accostamento di colore con i prodotti esposti, un layout ed una navigazione interna che favorisca la fruizione del sito sino all'acquisto.

Conformità agli standard web: nella valutazione della scelta è importante che la web agency segua, nella realizzazione del sito, le linee guida che regolano la progettazione web descritte dal consorzio W3C. Ogni pagina web dovrebbe essere conforme agli standard W3C, ed è possibile controllare direttamente sul sito dell'ente la validità del codice attraverso dei tool fruibili gratuitamente, inserendo semplicemente l'indirizzo del web site da controllare. Nella progettazione di un sito internet è bene evitare o limitare l'uso di animazioni realizzate in Flash Adobe o script di vario tipo lato client che potrebbero impedire una buona navigazione.

Test sui vari browser: ogni sito internet dovrebbe essere visualizzabile allo stesso modo su tutti i tipi di browser esistenti. Infatti al giorno d'oggi molti utenti navigano con browser diversi da Internet Explorer: esistono molti internauti che utilizzano i browser Firefox, Opera, Konqueror o altri. E' opportuno dunque sincerarsi che il sito web realizzato sia 'crossbrowser'.

Portabilità del sito web: oggi un sito è navigabile anche da dispositivi come cellulari, palmari ed per questo che le pagine web del vostro progetto siano 'portabili'.

Accessibilità del sito web: rendere possibile l'accesso per tutti gli utenti, pensando anche ai navigatori del sito disabili o con possibili limiti fisici.

Usabilità del sito: attraverso questo concetto si intende la facilità di fruizione del sito in generale: la semplicità nel leggere ogni risorsa senza fatica o troppo sforzo mentale; la navigazione che segua una corretta architettura dell'informazione e quindi dei collegamenti che favoriscano il visitatore a giungere dove desidera; il facile reperimento di ogni risorsa o contenuto presente sul sito; la coerenza nella grafica e nel layout del sito. I test di usabilità possono essere molto costosi, poiché realizzati con l'ausilio di persone-test che si presteranno a vere e proprie prove pratiche sul vostro sito e dei test che richiedono l'ausilio di macchinari e personale altamente specializzato in usabilità .

Valutazione dei servizi di web marketing.

I servizi di marketing on-line sono sempre più importanti e sempre più richiesti dalle aziende. Questo poiché, passate le pubblicità tradizionali, internet permette molto più facilmente di trovare nuovi clienti on-line o comunque promuoversi sul web verso utenti in target. Il web marketing non consiste nella mera promozione sul web, bensì, tutte quelle attività che mettono in moto e permettono di gestire la comunicazione on-line e lo sviluppo commerciale tramite pubblicità, vendite e acquisti, assistenza al cliente dal web.

Principali servizi di marketing sul web.

E-mail marketing: il direct e-mail marketing, anche conosciuto, come DEM consiste nell'invio di e-mail a utenti profilati, gestiti da un broker. Nella scelta delle liste di e-mail dalle quali effettuare gli invii, accertarsi della legalità dell'acquisizione di tali e-mail secondo le norme vigenti sulla privacy ed il trattamento dei dati.

Web marketing virale: noto anche come viral, buzz e word-of-mouth marketing, si basa sul passaparola determinato ad un dato evento, prodotto, brand o servizio. Normalmente viene veicolato da un'apposita strategia comunicativa studiata appositamente per favorirne la diffusione virale.

Keyword advertising: questo tipo di pubblicità fa parte del search engine marketing, un tipo di marketing basato sui motori di ricerca. Attraverso la gestione di una campagna è possibile comparire ai primi posti dei principali motori per parole chiave prestabilite, che vengono pagate quando l'utente clicca sull'annuncio. Non va confuso questo tipo di advertising con le attività SEO per comparire sui risultati gratuiti dei motori.

SEO: acronimo di search engine optimization è un servizio che permette di essere presenti sulle prime posizioni dei risultati dei motori di ricerca attraverso la ricerca di parole chiave utili per il business. Nella scelta della agency che si occupi di seo è necessario capire le tecniche di ottimizzazione impiegate e stabilire a priori gli obiettivi da raggiungere.

Banner advertising: la forma più antica del web di fare pubblicità attraverso delle strisce di immagini rappresentanti il messaggio e il brand. I banner ad sono particolarmente raccomandati per il branding on-line proprio per il loro impatto visivo e la grande varietà di formati pubblicitari oggi disponibili.

Affiliate marketing: attraverso il marketing di affiliazione è possibile riconoscere una percentuale al sito che ci procurerà delle vendite.

Pay per post: consiste nella realizzazione di articoli a pagamento sul web attraverso i blog.

Blog marketing: il blog ha cambiato il web e anche il modo di comunicare on-line. Da una comunicazione prettamente top-down si è passati al blog che propone un sito ordinato cronologicamente e suddiviso in argomenti. Strumento utilizzato da molte aziende per comunicare con i clienti in modo più informale, permette di ricevere feedback utili ai vari reparti aziendali.

Gli obiettivi nel marketing on-line.

Ogni azione e obiettivo deve essere monitorato nel corso del tempo e dimostrato al suo raggiungimento attraverso appositi strumenti di web analisi.

Il monitoraggio degli obiettivi dovrebbe essere effettuato da una persona specializzata. I programmi di web analisi possono essere molto costosi, a differenza di alcuni che possono essere anche gratuiti. Ogni software per l'analisi degli obiettivi deve essere scelto in base alle caratteristiche del progetto da seguire e dalle caratteristiche stesse del programma.

La scelta del nome a dominio.

Scegliere il giusto nome per il dominio che si intende registrare è uno dei passi fondamentali nell'avvio di un progetto web. E' bene prestare molta attenzione nella scelta del nome a dominio in quanto identificherà il progetto, il sito o il portale sul web.

Il nome a dominio è formato da un nome più un'estensione che identifica la tipologia del dominio stesso. La forma più utilizzata è miodominio.it o qualsiasi altra estensione come .com .net ecc. Questo tipo di dominio è detto "di secondo livello".

Il nome del sito: brand vs utile.

La scelta del nome del dominio è importante per veicolare il nome aziendale o anche un'informazione sull'attività svolta. Potremmo optare, ad esempio, per un dominio del tipo miobrand.it per evidenziare e promuovere il nome aziendale. Se invece intendiamo promuovere il prodotto, i servizi o rendere il dominio facilmente memorizzabile, potremmo pensare di registrare un nome del tipo mioprodotto.it o con qualsiasi altra estensione.

L'estensione del dominio internet.

Le principali estensioni per un dominio terminano in .com, .net, .org e .it per quanto riguarda siti in lingua italiana o presenti nel territorio italiano. Un tempo scegliere un'estensione piuttosto che un'altra aveva la sua importanza; oggi non è più così e si può scegliere indifferentemente qualsiasi estensione per il proprio progetto. Anche i domini terminanti in .com e .net possono essere tranquillamente registrati indifferentemente per siti italiani o internazionali. Ogni stato ha una propria estensione come ad esempio l'Italia .it la Russia .ru, la Francia .fr e così via.

Servizi di hosting.

Molte web agency offrono anche il servizio di hosting. Le agenzie che non hanno un servizio in house solitamente rivendono l'hosting offerta da mantener di loro fiducia. Nella scelta dell'hosting più adeguato è importante farsi supportare dalla web agency o da qualche esperto in materia, poiché esistono servizi di questo genere differenti per prezzo e qualità.

Gli aspetti legati alla scelta dell'hosting sono molti e ognuno strettamente legato al singolo progetto e in funzione degli obiettivi da raggiungere. Possiamo sintetizzare cosa valutare in un servizio di hosting dicendo che dovrebbe essere sempre scelto in funzione del progetto da sviluppare. Tra i principali requisiti annoveriamo:

Linguaggi supportati: è importante scegliere l'hosting che supporti i linguaggi di programmazione con cui è stato realizzato il sito web;

Uptime del server: ovvero la quantità del tempo che il sito è visibile online ed è raggiungibile. Infatti il server che ospita il nostro sito internet potrebbe essere non raggiungibile per ragioni tecniche e più si prolunga la non raggiungibilità del sito e più perderemo utenti. Si consiglia un server con uptime intorno al 99%.

Spazio web: dovrebbe essere disponibile uno spazio adeguato a contenere tutte le nostre pagine web e considerare anche dello spazio in più per un possibile incremento del numero delle pagine o cambiamenti futuri. E' bene diffidare da promesse di spazio infinito a disposizione. E' consigliabile acquistare spazio web minore a costo relativamente maggiore.

Banda: lo scambio di dati supportato dal server dovrebbe essere stabilito in base al traffico presente sul vostro sito e dai picchi prevedibili.

Velocità del server: affinché ogni pagina sia visitabile nel miglior modo i tempi di risposta del server devono essere sufficientemente veloci. Una buona velocità del server web permette agli utenti di navigare pagine che si caricano velocemente, viceversa se le pagine sono lente a caricarsi l'utente dopo pochi secondi potrebbe infastidirsi e uscire dal sito.

Assistenza tecnica: qualora qualcosa non funzionasse, desiderassimo ricevere informazioni tecniche un'assistenza tecnica dovrebbe essere sempre disponibile, magari con un servizio attivo giorno e notte. In ogni caso è bene verificare se l'assistenza sia data via telefono, e-mail, e-ticket, chat, forum, instant messaging.

Conclusioni

Scegliere i servizi di una web agency non è semplice e soprattutto in poco tempo. A coloro che intendano affidarsi ad una web agency, per la migliore valutazione di un progetto web è consigliabile approfondire gli argomenti concernenti i lavori che verranno eseguiti attraverso delle guide o manuali reperibili on-line o anche in libreria.

Di seguito consigliamo una piccola bibliografia e una linkografia utile a tale scopo:

Linkografia consigliata:

Il padre dell'usabilità sul web Jakob Nielsen <http://www.useit.com/>

Linee guida per la valutazione dell'accessibilità di un sito web a cura di Michele Diodati
<http://www.diodati.org/w3c/wai/valuta.htm>

Sito sull'usabilità <http://www.usabile.it/>

Documentazione sull'accessibilità <http://www.w3c.it/wai/>

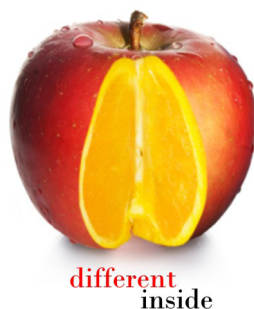
Libri raccomandati:

Fontebasso Marco Come si fa a promuovere con Google
editore: Tecniche nuove 2006

Web design in pratica navigazione - interazione - usabilità
Sofia Postai 2006

Fare business con il web - Scacco alla rete in 7 mosse
di Bellini Leonardo
Lupetti, 2006

Accessibilità Guida completa – di Michele Diodati
Apogeo 2007



Guida alla scelta della Web Agency

Guida scritta da Consulweb S.a.s. - www.consul-web.com

Versione 1.0

Questa guida puo' essere liberamente copiata e ripubblicata sul tuo sito web a patto di NON modificare in alcun modo i contenuti, il copyright e i links in essa presenti.



Questa guida è rilasciata sotto licenza Creative Commons.