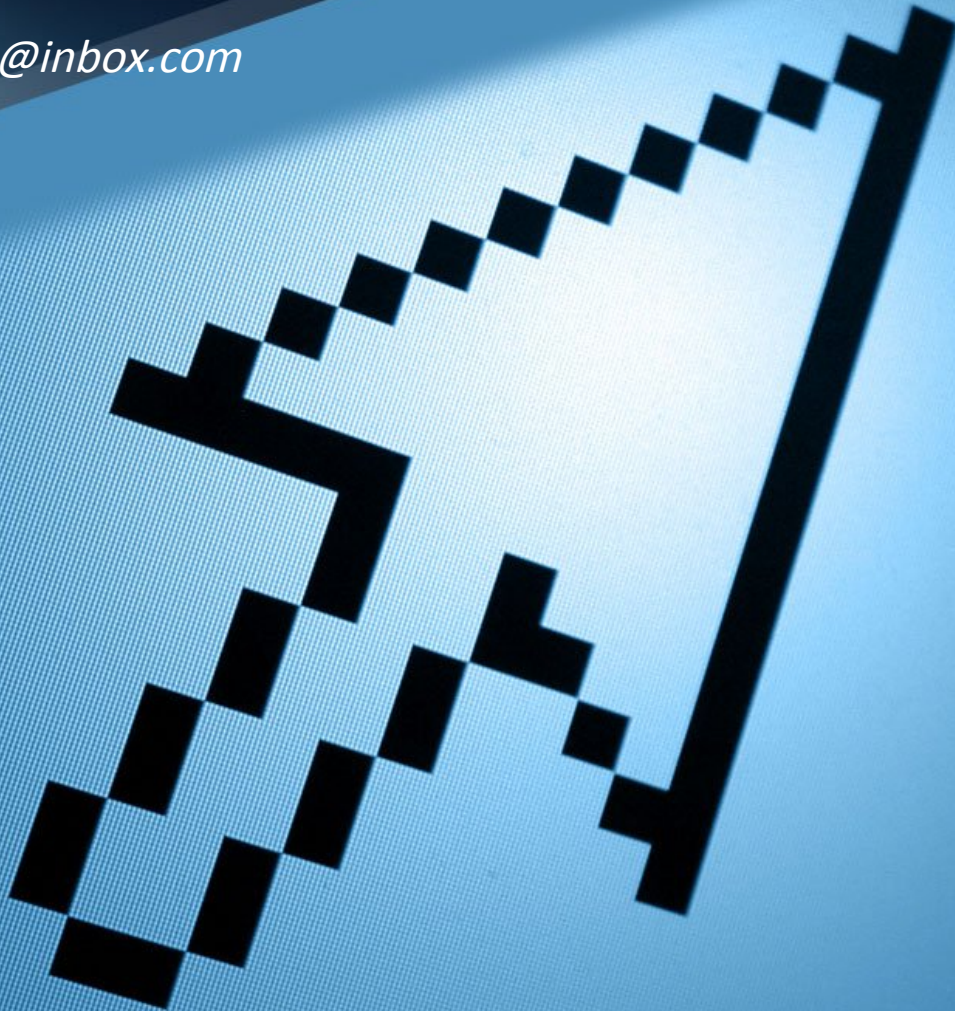


David Berti

*davebe@inbox.com*



# Comunicarsi sul Web

# Comunicare??

“Comunicare” deriva dal verbo di origine latina  
“***communicare***” che significa “condividere”

# Comunicare

Condividere dati linguistici (informazione)  
con il mondo che ci circonda





# Comunicarsi

## **Comunicare sé stessi**

- Lasciare trasparire il proprio Valore
- Dare Valore al mondo
- Motivare il ricevente a Fare qualcosa

# Comunicarsi sul Web

4 regole della comunicazione efficace sul Web

Semplicità

Efficacia

Chiarezza

Concisione

# Semplicità

## Principi per la semplicità del discorso

Verbi in forma attiva

Essere assertivi

Verbi d'azione

# Semplicità

- **Verbi in forma attiva**

es. *“Avviate il computer premendo il tasto X”*

*“Premete il tasto X per avviare il computer”*

- **Evitare la forma passiva!**

es. *“il computer deve essere avviato attraverso la pressione del tasto X”*



# Semplicità

## Essere assertivi

es. *“Non rimuovere...”*

*“Non accedere...”*

*“Non premere...”*

## Evitare di “pregare” il lettore

es. *“Non bisognerebbe rimuovere...”*

# Semplicità

## **Usare verbi di azione**

*es. avviare, confermare, accedere, registrarsi, effettuare,...*

# Efficacia

**Raggiungere un obiettivo comunicativo**

Lessico adatto al contesto

Aspetti paraverbali della comunicazione

Aspetti non verbali della comunicazione

Mantenere l'attenzione dell'utente

# Efficacia

## **Il lessico adatto al contesto**

Scelta della giusta terminologia

Consultazione di glossari

risorse linguistiche (*dizionari, corpus,...*)

Uso di programmi di scrittura senza distrazioni



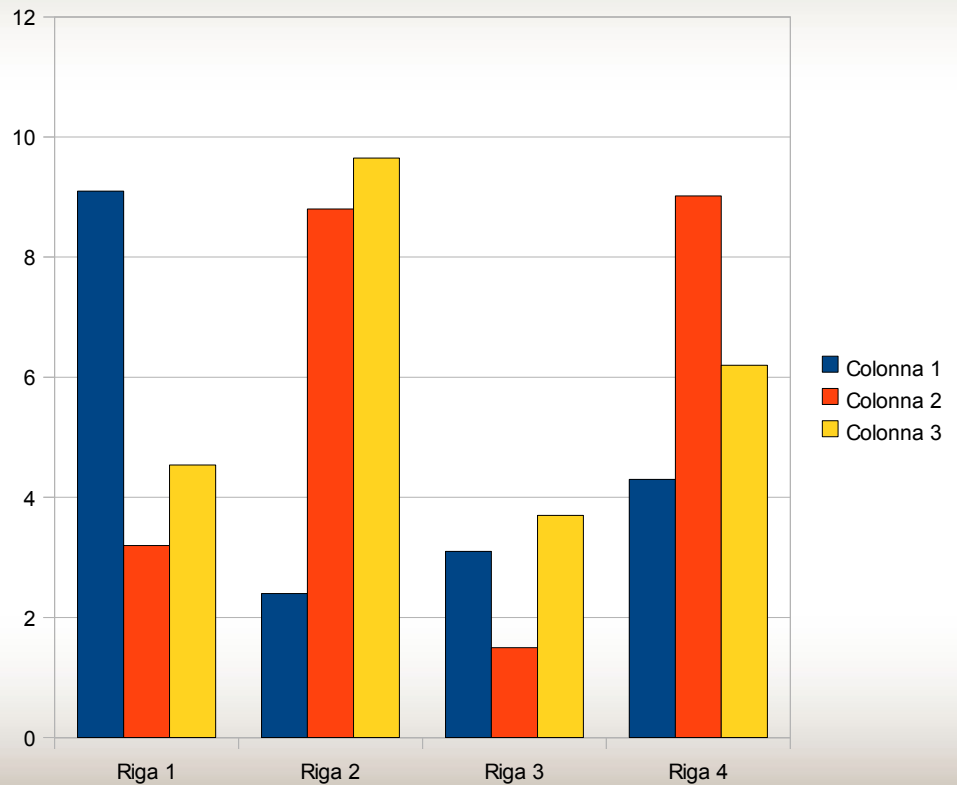
# Efficacia

## Aspetti paraverbali della comunicazione

Schemi

Grafici

Immagini esplicative con note



# Efficacia

## **Aspetti non verbali della comunicazione**

Colori

Caratteri

Layout della pagina web

# Colori

Il colore presente in una pagina web può

**coinvolgere**

**creare distacco**

**facilitare la lettura**

**disturbare la lettura**

**infastidire l'utente**

# Colori

Possiamo usare:

**colori neutri** (bianco, grigio, nero)

**colori caldi** (rosso, giallo, arancio)

**colori freddi** (blu, verde, viola)



# Colori

- Pochi colori per ogni pagina
- EVITARE DI SCRIVERE IN MAIUSCOLO!
- Coerenza tra le pagine e i loro colori
- Sfruttate il **grassetto**!
- Immagini **solo se** necessarie

# Colori

## **Bianco**

Purezza, pulizia, pace, leggerezza, semplicità

Eleganza, formalità, tranquillità, freddo

- Mette in risalto il contenuto
- Sullo sfondo, facilita la lettura

# Colori

## **Grigio**

Intelligenza, maturità, dignità, ombra, noia, depressione

- Mette a distanza
- Utile in siti tecnici
- È molto formale

# Colori

## Nero

potenza, formalità, dignità, stile, eleganza, profondità, anonimato, timore.

- Altamente formale
- Comunica eleganza o segretezza
- Comunica stile e potere



# Colori

## **Colori caldi (rosso, arancio, giallo)**

calore, passione, intelletto, energia, amore, ottimismo, disponibilità, altruismo, azione, forza, azzardo, aggressività, pericolo, malattia.

- Usare spesso per caratteri in evidenza
- Se nello sfondo, la lettura risulta difficile

# Colori

## **Blu**

Stabilità, calma, unità, soddisfazione,  
armonia, fedeltà, cielo, mare,  
dinamismo, successo, fortuna, abilità

- Ben leggibile, sia sfondo sia carattere
- Ottimo in ambito aziendale e formativo

# Colori

## Verde

natura, primavera, fertilità, denaro, tenacia, prontezza, azione, invidia e inesperienza.

- Utile per sfondi a tema (es. ambiente, ecc)

# Colori: come abbinarli?

- **Contrasti leggibili**

Bianco su nero

Grigio su nero

Bianco su blu

Nero su bianco

Giallo su nero

Blu su bianco



# Colori: come abbinarli?

**Contrasti NON leggibili, da evitare:**

Verde su rosso

Blu su fucsia o viola

Blu su giallo

# Fonts

- Scritta MAIUSCOLA meno leggibile di una minuscola
- La parte più importante di una scritta è quella superiore, dove risiedono accenti e apostrofi
- Su carta, I font con grazie sono più leggibili dei font senza grazie

# Fonts

Lettura in digitale è facilitata da font senza grazie

Lettura in digitale è difficoltosa e più lenta rispetto a quella su carta

# Fonts

**I migliori font per il web e la lettura digitale:**

Tahoma 12pt

Georgia 10pt

Courier 12pt

Times new roman (10/12/14pt)

Arial

# Layout web

La pagina web va...

- Adattata alla funzionalità del sito
- Costruita per il **cliente**, e **non** solo per voi!



# Chiarezza

Tutti possono comprendere il nostro messaggio?

Comunichiamo veramente ciò che vogliamo dire?

# Chiarezza

**Usare molti elementi non verbali!**

Per chiarire significati

Per comunicare le nostre intenzioni

Per aumentare la nostra efficacia comunicativa

# Chiarezza

**Concretizzate il vostro discorso!**

**Evitare l'uso di concetti troppo vaghi e astratti**

Sfruttate elementi come:

- Testimonial,
- Case Studies,
- Raccontate le vostre esperienze!

# Concisione

Il Web richiede alto scambio di informazione in:

**Poco spazio** (l'area di una pagina web)

**Tempi ridotti** (l'utente può cambiare pagina)

**= dobbiamo comunicare molto, con poco.**

# Concisione

**Ovvero...**

**Mantenere viva l'attenzione dell'utente**



# Concisione

Mantenere viva l'attenzione dell'utente è possibile approfondendo l'argomento della **“motivazione umana”**

# Concisione

Perché l'essere umano fa quello che fa?

La risposta risiede nei **“motivatori”**

# Concisione

Comunicando, condividiamo determinati dati all'esterno, dando informazioni su noi stessi alle persone con cui interagiamo.

Possiamo fornire, di tanto in tanto, motivatori alle persone intorno a noi, per **motivarle a fare qualcosa per noi.**

# Concisione

Esempio: linguaggio pubblicitario!

Una Pubblicità dice

“se compri questa macchina, **i tuoi amici ti invidieranno!**”.

# Concisione

L'esempio appena presentato, in grassetto, agisce su vari motivatori:

*Approvazione sociale*

*Desiderio di vincere*

*Ottenimento di qualcosa di valore*

*Gratificazione*

*Potere*



# Concisione

**Motivatori si suddividono in:**

1) motivatori fisici

2) motivatori esperienziali

# Motivatori fisici

Qualsiasi bisogno puramente...

**Materiale**  
**Fisico**

# Motivatori Esperienziali

Potere / Gratificazione / Successo finanziario

Riconoscimento per gli sforzi fatti / Privacy

Approvazione sociale / Desiderio di vincere

Radici & appartenenza / Espressione creativa

Ottenimento di qualcosa di valore / Amore

Fare esperienze / Sicurezza emozionale / **Libertà**

# Motivazione

Il lettore vuole sentirsi motivato ad informarsi sul vostro prodotto e servizio se:

si includono **almeno 3 motivatori** esperienziali all'interno del vostro contenuto

# Motivazione

Permettere a noi stessi di presentarci sul web nel modo migliore possibile

Permettere all'utente di capire i vantaggi che otterrà dalla fruizione del servizio da noi offerto



# Domande?



## Grazie per aver partecipato!

**[viviora.wordpress.com](http://viviora.wordpress.com)**

**[davebe@inbox.com](mailto:davebe@inbox.com)**