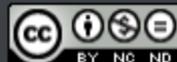


I 3 ELEMENTI DEL SUCCESSO ONLINE

relatore: [David Berti](#) | [@ubuntulook](#)

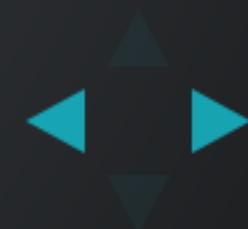
email: davebe@inbox.com



PAGINE WEB DI SUCCESSO

che siate un'azienda o una persona, ciò che conta è

comunicare



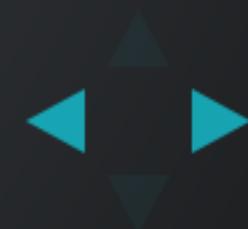
1. Identità

2. Obiettivi

3. Valori



COME?



attraverso 3 elementi fondamentali:

- Parole
- Design
- User Experience



IL SUCCESSO DI UN SITO

è una questione di fiducia e credibilità



FATTORI DI CREDIBILITÀ IN UN SITO

qualità del design

garanzia di terze parti

dati relativi alla presenza fisica (indirizzo, telefono)

grado di aggiornamento dei contenuti

qualità dei contenuti promozionali

assenza di bug o refusi

facilità d'uso

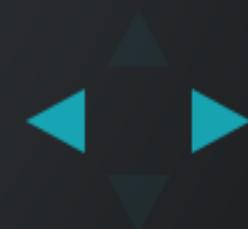


LA CREDIBILITÀ IN PERCENTUALI

- 46% aspetto del design*
- 29% usability delle informazioni*
- 25% rilevanza assegnata alle informazioni*
- 16% scopo di chi ha fatto il sito*
- 15% utilità delle informazioni*
- 14% accuratezza delle informazioni*
- 14% qualità della pubblicità*
- 12% taglio delle informazioni*
- 9% tono della scrittura*



COMUNICAZIONE



I 4 CRITERI DELLA COMUNICAZIONE

- semplicità
- efficacia
- chiarezza
- concisione



SEMPLICITÀ

usate verbi in forma attiva

la negazione rallenta il flusso comunicativo!



SEMPLICITÀ

siate assertivi e rispettate il lettore.

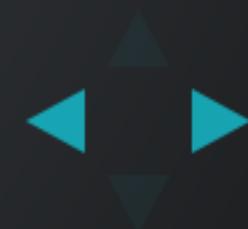
Non pregatelo di far qualcosa per voi!



SEMPLICITÀ

usate verbi di azione

*avviare, modificare, confermare, registrare,
inserire, accedere, effettuare, ...*



EFFICACIA

le parole hanno un peso! Stabilite quale lessico è appropriato al contesto in cui comunicate...

- scegliendo la giusta terminologia
- consultando glossari
- scrivendo senza distrazioni



EFFICACIA

sfruttate elementi della comunicazione **paraverbale**

- schemi
- grafici e infografiche
- immagini con note esplicative



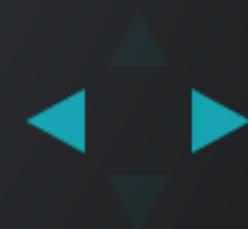
EFFICACIA

ricordate: non abusate delle immagini!



CHIAREZZA

- l'utente comprende il nostro intento?
- i visitatori hanno capito quale servizio offriamo?



CHIAREZZA

a questo proposito, gli elementi **non verbali** vengono in nostro aiuto, perché..

- chiariscono significati
- comunicano meglio le nostre intenzioni
- agevolano la comunicazione



CHIAREZZA

siate concreti nell'esposizione dei contenuti!

- evitate vaghezza e astrazione laddove possibile
- servitevi di testimonial, case studies e vostre esperienze personali per offrire esempi concreti ai vostri visitatori



CONCISIONE

il web richiede un elevato scambio informativo in:

- poco spazio
- poco tempo



CONCISIONE

per questo, abituiamoci a...

- comunicare molto, con poco!
- mantenere viva l'attenzione delle persone



CONCISIONE

ripensiamo di tanto in tanto i nostri contenuti, per renderli più
fruibili

- leggibilità
- fruibilità delle informazioni chiave



COMUNICAZIONE + DESIGN



$$B = f(P, E)$$

Algoritmo di Lewin sul Comportamento Sociale



$$B = f(P, E)$$

il comportamento (B) di una persona (P) varia in funzione dell'ambiente (E) in cui questa vive.



DESIGN

un piccolo reframe, per la società digitalizzata...

*sul web, il comportamento dell'utente varia in
funzione dell'interfaccia che usa*



DESIGN



DESIGN

servitevi della comunicazione **non verbale**, ovvero

- colori
- font
- webpage layout & design



COLORI

cosa fanno?

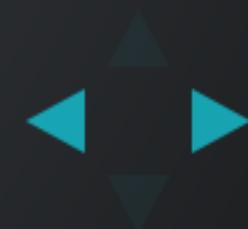
- coinvolgono
- creano distacco
- facilitano/disturbano la lettura
- repellono l'utente



COLORI

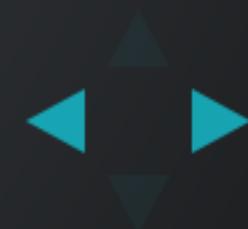
non usatene troppi! e sceglieteli accuratamente, sapendo che si dividono in 3 categorie

- neutri
- caldi
- freddi

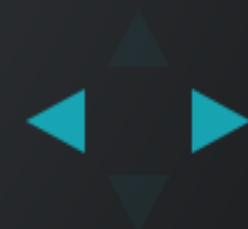


COLORI

se volete andare sul sicuro, usate colori neutri, ovvero: bianco, grigio e nero!



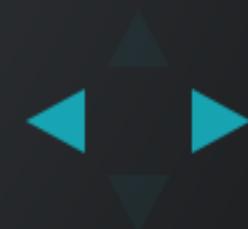
COLORI NEUTRI



COLORI NEUTRI: BIANCO

*purezza, pulizia, pace, leggerezza, semplicità,
eleganza, formalità, tranquillità, freddo.*

Mette in risalto il contenuto
Sullo sfondo, facilita la lettura



[Store](#)[Mac](#)[iPod](#)[iPhone](#)[iPad](#)[iTunes](#)[Supporto](#)

iOS 7

Il sistema operativo mobile,
in una nuova prospettiva.

[Scopri di più >](#)



Evento Settembre 2013
Guarda il keynote.

iPhone 5c
Largo al colore.



iPhone 5s
Continua a immaginare.



Il nuovo **MacBook Air**
Tutta la potenza che vuoi. Tutto il giorno.

Acquista su [Apple Online Store](#), all'800 554 533, visita un [Apple Store](#) o trova un [rivenditore](#)

[Mappa del sito](#)

[Hot news](#)

[RSS](#)

[Stampa](#)

[Ambiente](#)

[Opportunità di lavoro](#)

[Per contattarci](#)



Copyright © 2013 Apple Inc. Tutti i diritti riservati [Condizioni d'uso](#) | [Norme sulla privacy](#) | [Utilizzo dei cookie](#)

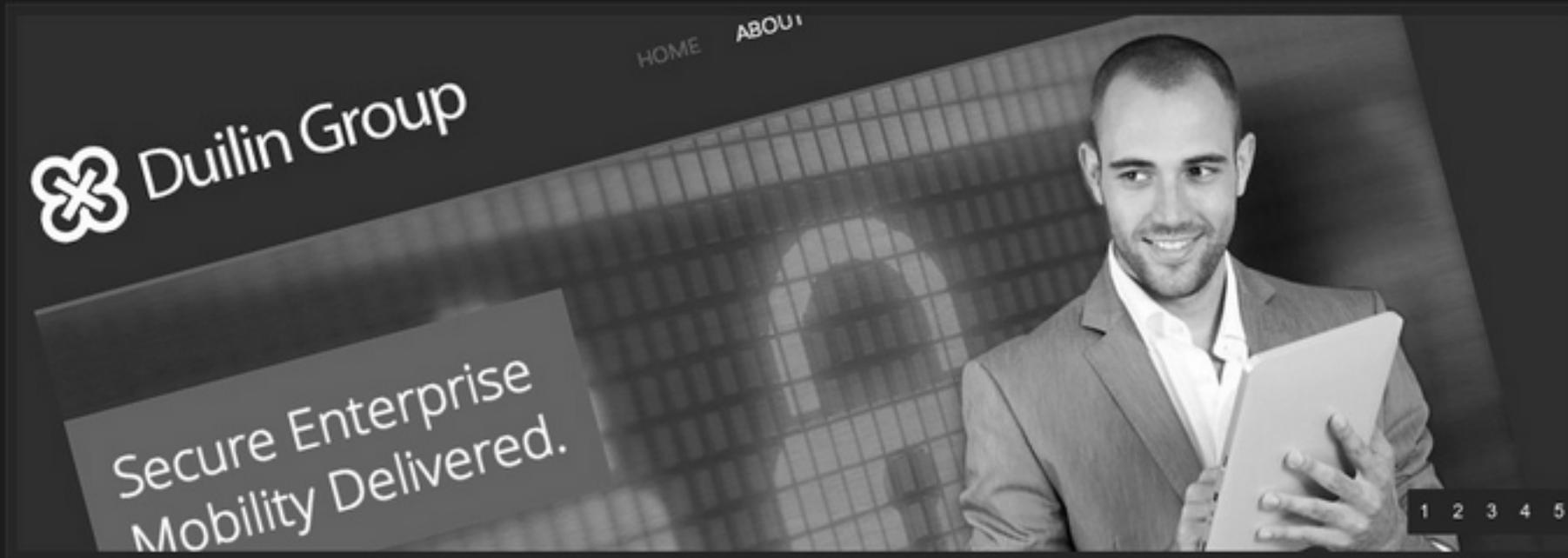


COLORI NEUTRI: GRIGIO

*Intelligenza, maturità, dignità, ombra, noia,
depressione*

Mette a distanza;
Utile in siti tecnici
È molto formale.





FREELANCE WEB DESIGNER.



Working closely with my clients to achieve all their new media requirements I design high standard, eye catching websites to visually communicate with people and attract new business.

[Read More.](#)

HTML/CSS BUILD.



Coding my website using the latest HTML, CSS and JavaScript methods all my sites are built to W3C Standards and cross browser tested to work on all the latest web browsers on both PC and Mac.

[Read More.](#)

SEARCH ENGINE OPTIMISATION.



Need help your websites SEO? Whether it's increasing your site's search engine presence using both organic or paid methods, search engine registration, google analytic, XML sitemaps - just ask.

[Read More.](#)



COLORI NEUTRI: NERO

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

Altamente formale

Comunica eleganza o segretezza

Comunica stile e potere





76

76 SYNTHESIZER V2.1: NOW COMPATIBLE WITH AUDIOBUS



AUDIOBUS COMPATIBLE



COLORI

se oggi vi sentite fortunati, allora...



COLORI CALDI

(rosso, giallo, arancione)

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

Mettono in risalto i caratteri
Se nello sfondo, la lettura risulta difficile.



CAFÉ ROUGE

HOME

FIND A CAFÉ ROUGE

OUR MENUS

BOOK A TABLE

PROMOTIONS

GIFTS

FIND A CAFÉ ROUGE

Where are you?

GO

VIEW OUR MENUS

Aberdeen

GO

BOOK A TABLE ONLINE

Aberdeen

GO



CAFÉ ROUGE GIFT CARDS



GET THE LATEST NEWS

TWITTER

A TASTE OF FRANCE IN COVENTRY

New in Belgrade Plaza

RISTRO

RT @MYounger14: Enjoying your Kir Twist at





WEBSITE DESIGN MOBILE APPS ONLINE MARKETING



GRAVITY FORCE
iPhone App

Available on the
App Store

We design and develop enterprise mobile and web solutions.

Follow Us:

RECENT WORK

[View All Work »](#)



Kandoobi - Animal Edition
Kandoobi
iPad Game

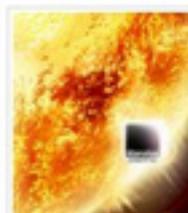


Drive Home to DIRECTV
DIRECTV
Banner, Landing Page Campaign



TUESLETTER

[Archives »](#)



Let's keep in touch! Sign up for the Tuesletter for news and updates from our team!

Email Address

[Sign Up »](#)

TUESBLOG

[Read Entire Blog »](#)

- MAY 04 **Art Team Antics**
posted by Jen M.
- APR 27 **Tuesday loves Kandoobi!**
posted by Michelle R.
- APR 25 **Children's App Kandoobi Animals is Now Available for the iPhone!**
posted by Michelle R.
- FEB 29 **Multi-Direction Hover and The Agency WordPress Theme**



COLORI FREDDI: 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.





CREATIVE NIGHTS

User interface studio.

HOME

ABOUT

SERVICES

PORTFOLIO

CONTACT

User interface specialists

Creative Nights is a nanoscale design studio specialized in building screen interfaces [See our work »](#)





ANGELANTONI GROUP
MORE THAN YOU THINK

Area riservata

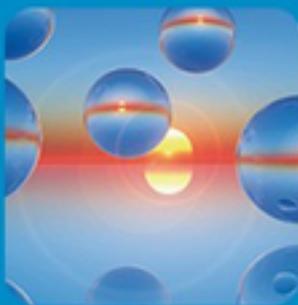
Choose Your Language



- HOME PAGE
- IL GRUPPO
- CERTIFICAZIONI
- RICERCA & INNOVAZIONE
- JOB
- NEWS
- CONTATTI

ANGELANTONI TEST TECHNOLOGIES





ANGELANTONI TEST TECHNOLOGIES

Angelantoni Test Technologies (ATT) è leader nella R&S e nella produzione di dispositivi per il collaudo. ATT è in grado di fornire sistemi completi - da camere climatiche a shaker, da sistemi per il crash test a camere da vuoto termico (simulatori spaziali) - normalmente usati nei Centri R&S dei Principali OEM e in alcuni casi anche End of Line.

[» VAI AL SITO](#)

Angelantoni GROUP

Il Gruppo Angelantoni, fondato nel 1932, comprende oggi 3 subholdings ed una controllata:

- » Angelantoni Test Technologies (ATT)
- » Angelantoni Life Science (ALS)
- » Angelantoni CleanTech (ACT)
- » Archimede Solar Energy (ASE)

Angelantoni è un gruppo diversificato e fortemente presente a livello internazionale con 8 unità produttive in Italia, Germania, Francia, India e Cina.

Angelantoni è caratterizzato da un elevato livello di innovazione dei settori del biomedicale, del testing e delle tecnologie pulite con un focus specifico al settore del solare.



ASE è l'unico produttore al mondo di un ricevitore commercialmente disponibile per centrali termodinamiche, a tecnologia parabolico lineare, che

NEWS

Comunicato stampa
Il 3 luglio 2013 Archimede Solar Energy (ASE) e Chiyoda Corporation inaugurano la più avanzata centrale solare a energia solare concentrata (CSP - Con...
[Leggi](#)

Archimede Solar Energy riceve il Premio Sapio Industria 2009
A ricevere il Premio è Federica Angelantoni, durante la Cerimonia conclusiva che si è svolta venerdì 29 gennaio 2010 presso la Sala della Lupa - Camer...
[Leggi](#)

Gianluigi Angelantoni al Ciclo di Seminari "Tecnologia e Sosteni"
Gianluigi Angelantoni, intenzione al Ciclo di



HOME
Introduction & News

SERVICES
What we can do for you

PORTFOLIO
Our clients and projects

CONTACT US
Get in touch with us



FEATURED PROJECT



Automotive Warehouse

www.automotive-warehouse.ca

Automotive Warehouse had an existing website, but they were looking to redesign the entire site to improve the overall look as well as make the navigation menu easier for customer to find what they are looking for. A combined effort with Eyeful Media Group made this a successful investment for Automotive Warehouse.

[visit this website](#)

[VIEW OUR PORTFOLIO](#)

CONTACT US

Our Website Design Philosophy

People tend to base their opinions strongly, and sometimes solely, on first impressions. A disorganized, poorly designed website will give your potential clients the feeling that you cannot adequately satisfy their needs. That is why the visual design and layout of your web presence should captivate the attention of your audience and give them peace of mind that you can provide exactly what they want.

Phureal is a **website design company** based in Niagara. We provide your business with the necessary marketing edge you need to capture your potential clients through the use of

Why choose Phureal?



Creative, unique designs

A website is the face of your business on the internet. Here at Phureal, each site design is created custom from scratch to showcase your business in the professional manner it deserves.



Flexible, competitive pricing

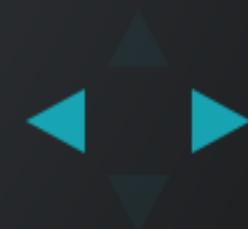
Each business is different and so their needs for a website. Along with our competitive prices, Phureal will work with you to assess your needs and come up with an estimate that will fit your budget.



COLORI FREDDI: VERDE

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

Utile per portali a tema (es. ambiente, ecc)



GREEN INFRASTRUCTURE INC.

[THE PARTNERSHIP](#)

[PROJECTS](#)

[BECOME A SPONSOR](#)

[FAQS](#)

[CONTACT US](#)



Custom design.
Expert development.
Brilliant ideas.

*We're everything you're
looking for in a web company.*

[CLIENT LOGIN](#)

ABOUT



PRATELEIRA



CHOCOLATE À NOITE? NEM PENSAR!

O chocolate contém cafeína, como muitos sabem, mas em quantidades que variam de acordo com o tipo. Uma barra de chocolate ao leite de 450 gramas, por exemplo, contém 9 miligramas, cerca de 3 vezes mais cafeína que uma xícara de café descafeinado.

RECEBA NOSSO INFORMATIVO



COLORI

siate sempre **coerenti** nell'uso dei colori che impiegate nel sito!



ABBINATELI CORRETTAMENTE!



ABBINAMENTI CORRETTI

Bianco su nero

Grigio su nero

Bianco su blu

Nero su bianco

Giallo su nero

Blu su bianco

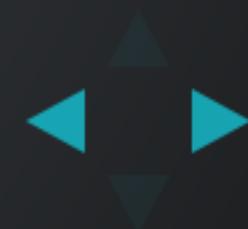


ABBINAMENTI SBAGLIATI

verde su rosso
blu o fucsia su viola
Blu su giallo



FONT E LEGGIBILITÀ



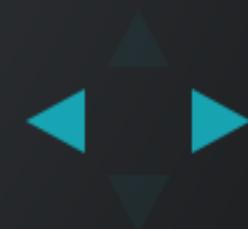
FONT

- non usatene troppi
- evitate di produrre TROPPO CONTENUTO IN MAIUSCOLO!
- per evidenziare concetti, sfruttate il **grassetto**



FONT

- lettura più difficoltosa che su carta
- preferite font "senza grazie" (Arial, Tahoma, Sans)



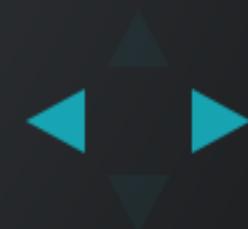
WEBPAGE LAYOUT & DESIGN

- la pagina web va costruita per chi la usa
- elementi vanno disposti in modo chiaro e autoesplicativo
- look deve essere semplice e minimale (laddove possibile)
- interfaccia deve essere chiara e di immediato utilizzo



CENNI CONCLUSIVI

- i nostri mondi online e offline devono risultare coerenti!
- sito va mantenuto aggiornato
- prodotti devono risultare coerenti nelle loro descrizioni
- sfruttare le call to action



CENNI CONCLUSIVI

Diamo la giusta importanza alla User Experience



USER EXPERIENCE

- Rendete il tutto semplice e intuitivo
- «Progettate con l'utente in mente»



USER EXPERIENCE

- i vostri utenti non ragionano come voi!
- Rendete l'interfaccia chiara e di immediato utilizzo



BIBLIOGRAFIA

M. Gladwell - Blink

J. Porter - Designing with psychology in mind

D. Dell'Aquila - Un sito su misura

S. Krug - Don't Make me Think

K. Kelly - Quello che vuole la tecnologia

A. Resmini & L. Rosati - Pervasive IA

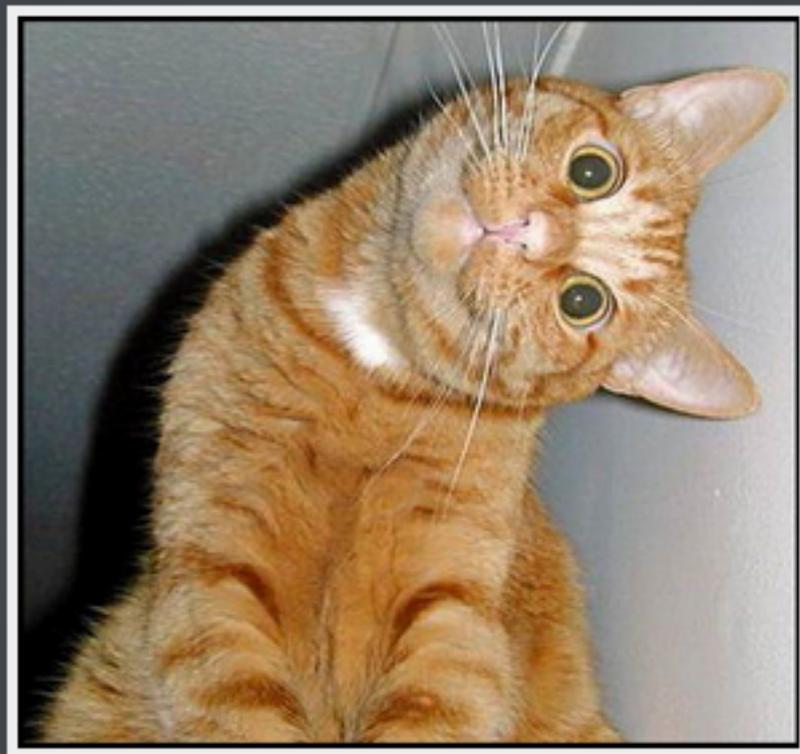
BJ Fogg - Persuasive Technology

dispense fornite da *Federico Badaloni* e *Stefano Bussolon*

articoli da *uxmag.com*



GRAZIE!



relatore | [David Berti](#)

