

Le Caratteristiche più importanti di un Sito Web che genera

TRAFFICO, OPPORTUNITA' E GUADAGNI

Sommario

Introduzione	3	3. I contenuti	38
1. Fatti trovare in rete	10	<ul style="list-style-type: none">• Il messaggio principale• Educare ed offrire valore• La qualità viene prima della quantità• L'immagine con cui ci si presenta• Vendere viene in secondo piano• Il blog• L'aspetto social• Variare i contenuti• Riprova sociale e testimonianze	<ul style="list-style-type: none">404345464849525456
<ul style="list-style-type: none">• Punta sui back-links• Ottimizzare per la SEO• I Meta Tag• La sitemap XML• Il redirect 301	<ul style="list-style-type: none">1115172123		
2. Aspetto ed usabilità	26	4. Le conversioni	61
<ul style="list-style-type: none">• La prima impressione è quella che conta• La coerenza• L'utilizzo di immagini appropriate• Il sistema di navigazione• Il livello di accessibilità	<ul style="list-style-type: none">2831323335	<ul style="list-style-type: none">• Utilizzare Call To Action efficaci• Le landing page• I moduli d'iscrizione	<ul style="list-style-type: none">636873
		Conclusioni	75
		Chi sono	77

Introduzione

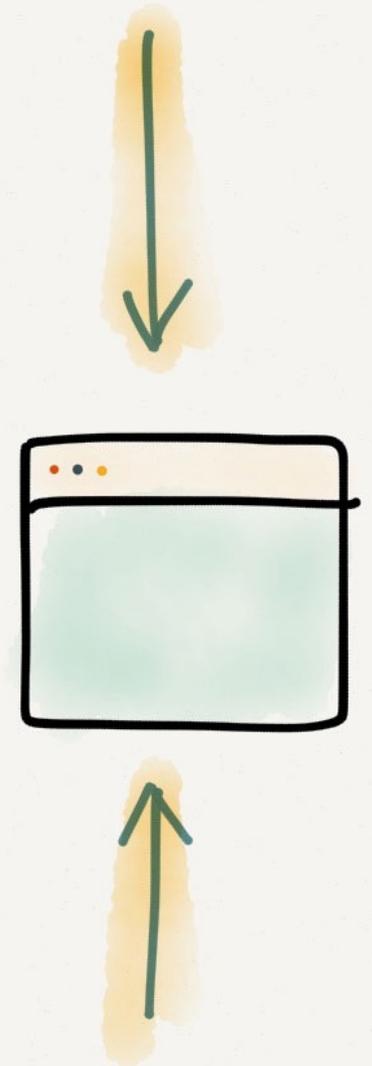
Quando si parla di presenza online si parla di risultati. Almeno è così per il 99% dei casi (se hai creato un blog sito web esclusivamente per passione, allora avverto subito che questa guida non è adatta a te).

Ed i risultati online si ottengono con un'**adeguata strategia**.

Qualsiasi tipo di attività tu voglia creare o crescere, che tu sia un provato, abbia un'azienda, gestisca un'associazione *non profit*, sia a livello locale che globale, ha bisogno di una presenza online per **ottenere nuove opportunità, creare collaborazioni strategiche ed ottenere costantemente nuovi clienti**.

Sì perché, pur avendo clienti fidati e ripetuti, senza un flusso costante di nuovi clienti, è molto facile che qualsiasi attività muoia prima o poi.

In questo scenario **avere un sito web che funziona è troppo importante**.



Un fatto molto allarmante che caratterizza sia il panorama internazionale, ma soprattutto quello italiano, è che oltre *il 50 % delle aziende o delle attività non ha ancora un sito web.*

**Nonostante viviamo nell'era di internet, in Italia oltre il 50%
delle piccole medie imprese non ha un sito web**

Anche se stai già utilizzando i social media attraverso Pagine *Facebook*, *Google+*, *Twitter* oppure hai un profilo *LinkedIn*, non avere un sito web è l'errore più grande che puoi commettere.

E non mi riferisco solamente a chi ha già un'attività, ma anche a tutti coloro che vorrebbero lanciarne una o guadagnare e crescere grazie ad internet.

Probabilmente tu sei un privato che cerca di dare un svolta alla propria vita online, oppure hai o fai parte di un'azienda che ha intuito le potenzialità del web e vuole servirsene per poter crescere.

Sia che tu voglia creare il tuo primo sito web, sia che tu ne abbia già uno che non porta i risultati sperati, allora potresti domandarti la seguente domanda:

Ma cosa deve avere un sito web perché funzioni realmente?

Oltre a web marketer e blogger, sono prima di tutto web designer e programmatore: se c'è una cosa che ho imparato in oltre 7 anni di esperienza professionale è che **un sito web, prima di di ogni altra cosa, deve funzionare, deve servire lo scopo per il quale è stato creato.**

Se non porta alcun **beneficio**, che senso avrebbe realizzare un sito web?

Senza un beneficio un sito web è completamente inutile
(clicca per Twittare)

I primi anni ero concentrato soprattutto su aspetti come *design* e *grafica*, trascurando completamente tutti gli altri, quelli più importanti. Col passare del tempo e dopo aver dato vita a numerosi siti web, mi sono reso conto che i miei clienti avevano l'esigenza di creare o crescere la propria attività, non più che avere un sito bello esteticamente.

Esatto, ho cominciato a concentrarmi sui **benefici**.

Il mio scopo ora è quello di creare siti web che portano risultati, che permettono a qualunque tipo di attività di crescere ed espandersi grazie al web.

Il tuo sito web ha degli obiettivi concreti. Esso non deve solamente esistere ma deve adempiere al suo compito.

Un sito web deve **attrarre visitatori, educarli e convincerli ad acquistare, registrarsi, fare donazioni ecc.**

So cosa stai pensando...

... più facile a dirsi che a farsi!

Proprio per questo ho creato questa guida, per mostrarti **le caratteristiche che un sito web deve avere per essere “funzionale”**, ovvero servire alla crescita di un’attività: generare nuove opportunità, nuovi clienti e nuovi profitti.

Si tratta di una serie di caratteristiche fondamentali che ho testato e perfezionato nel corso degli anni.

Premessa

Oggi lo scenario del web è completamente cambiato da come si presentava 8-10 anni fa. Internet è diventato *interazione sociale e comunicazione*.

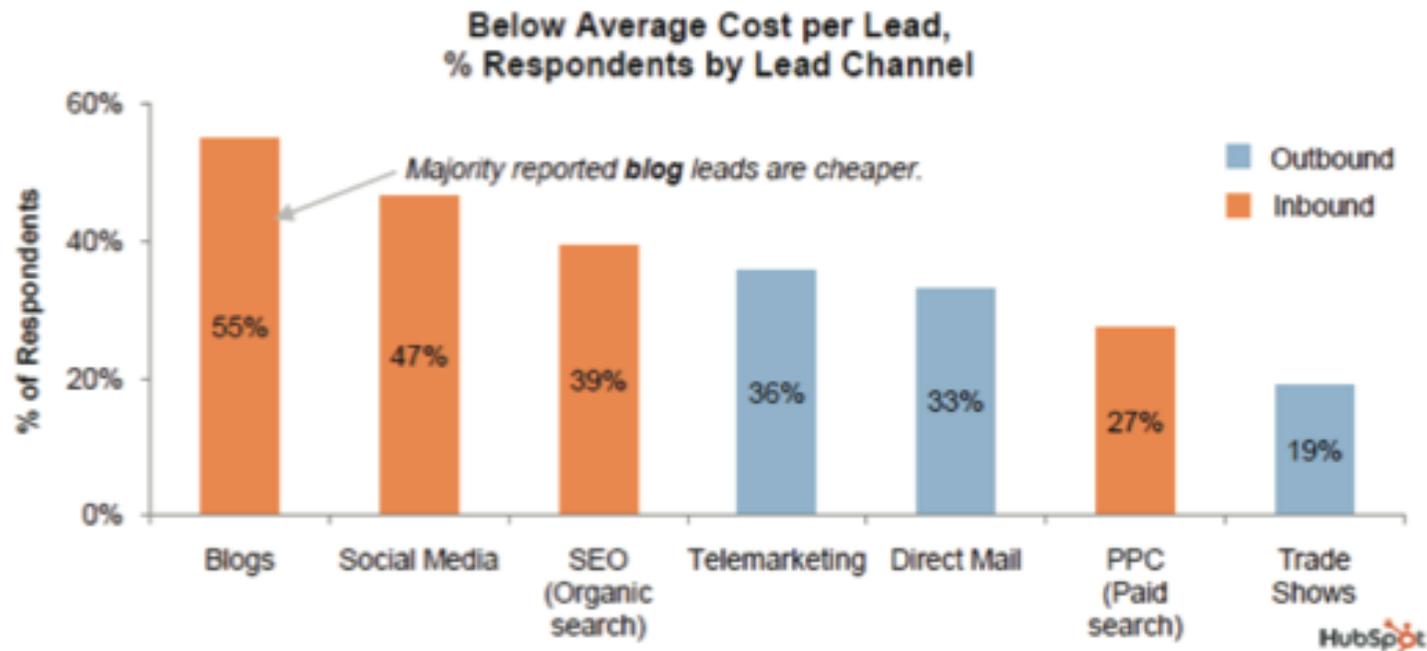
Non si tratta più di 4-5 pagine statiche create ed abbandonate al loro destino, nell'angolo più remoto del web.

I tempi sono cambiati.

La ragione di questo cambiamento dipende dal cambiamento del comportamento dei navigatori. Oggi il lettore vuole consumare le informazioni *come, quando e quante volte* desidera, senza sentirsi un bersaglio, un acquirente al quale cercare di vendere qualcosa.

Le statistiche di *Hubspot*, una delle aziende leader nella produzione di software per il marketing online, dimostrano che oggi avviare o crescere un'attività utilizzando il web ha il 62% di costi in meno rispetto ai classici metodi tradizionali.

Il che significa che è possibile creare una nuova attività o espandere quella esistente praticamente senza alcun costo o comunque sostenendo costi molto ridotti.



Ciò che in questo grafico potrebbe non saltare subito all'occhio, è **la posizione che occupa il sito web** in tutto ciò. Essa è fondamentale.

Sintetizzando, il traffico proviene da vari canali come i social media (pagine *Facebook*, *Google+*, *LinkedIn* ecc.), i motori di ricerca o il web advertising (gli annunci a pagamento), ma è **nel sito web che avviene la conversione del visitatore in iscritto o in cliente.**

Senza un sito o con un sito che non converte, come puoi pensare di avviare o crescere la tua attività?

Se vuoi realmente crescere grazie al web, dovresti assicurarti che il tuo sito abbia tutte le caratteristiche che permettono di *generare traffico, “agganciare” i visitatori e convertirli in clienti.*

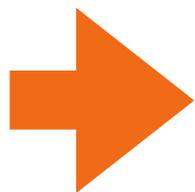
Un sito è efficace quando aggancia i visitatori e li converte in iscritti o clienti
(clicca per Twittare)

Senza dilungarmi oltre, passiamo ad analizzare quali sono gli elementi essenziali che un sito web deve avere per raggiungere questi obiettivi, per essere considerato **efficace**.

Una piccola parentesi prima di continuare:

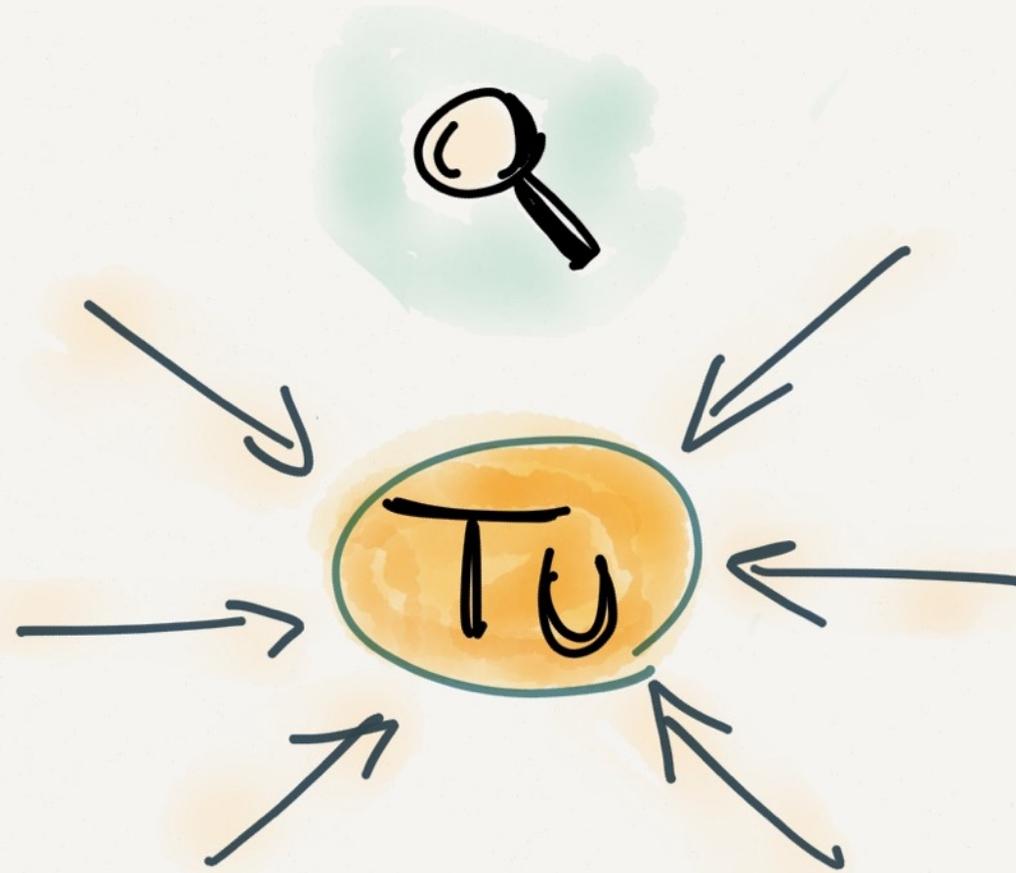
Se devi creare un nuovo blog o sito web, assicurati di farlo con il **miglior hosting Wordpress** disponibile in circolazione, oppure considera l'idea di **cambiare hosting** se ne hai già uno. Scegliere il giusto provider è fondamentale per poter generare più traffico e macinare risultati.

In questo articolo ti spiego dettagliatamente qual è la soluzione migliore per il tuo blog o sito web e perché:



[Miglior Hosting WordPress – La guida definitiva \[+ bonus aggiuntivo\]](#)

1. Fatti trovare in rete



Nell'introduzione ho accennato al fatto che i primi siti web che realizzavo, per quanto belli, eleganti e “fichi”, fossero praticamente inutili.

Il fatto è che **un sito grandioso non è poi così grandioso se nessuno viene a visitarlo.**

Ecco perché la prima parte è dedicata al “farsi trovare in rete”.

Di seguito le **4 tecniche fondamentali da implementare subito per generare traffico.**

Punta sui Back-Links

Per anni mi sono sentito chiedere: *“Come posso apparire nella prima pagina dei motori di ricerca?”*.

Prima di tutto è bene chiarire il fatto che la prima pagina dei risultati per una data parola chiave mostra solamente 10 risultati e che quindi ***non c'è spazio per tutti.***

Nella prima pagina dei risultati di Google non c'è spazio per tutti

Quello che puoi fare però è attuare una strategia basata sui *back-links* per aumentare il [ranking](#) ed il posizionamento del tuo sito web.

Cosa significa?

Uno degli aspetti che i motori di ricerca tengono in considerazione nell'indicizzazione di un sito web è *il numero di link presenti in altri siti che puntano verso di esso*: se un numero elevato di siti web presentano dei collegamenti verso un sito, è molto probabile che quest'ultimo sia di qualità.

Questo è più o meno il ragionamento di Google e degli altri motori di ricerca.

Maggiore è la qualità dei siti web che presentano *back-link* verso un sito, maggiore è la considerazione che i motori di ricerca avranno verso di esso.

Per **portare traffico** è quindi fondamentale che tu faccia in modo che **altri siti web con un'elevato *Page Rank*** abbiano dei **collegamenti verso il tuo sito**.

Maggiore è il numero dei backlink e maggiore sarà il tuo PageRank
(clicca per Twittare)

L'operazione per la costruzione di *back-link* verso il tuo sito prende il nome di *link-building* e, se eseguita correttamente può incrementare notevolmente il traffico organico verso di esso.

Come inserire link su altri siti web?

Siccome gli altri siti web non sono di tua proprietà, non è un'operazione molto facile.

Ecco alcuni consigli che puoi utilizzare per generare *back-links*:

- **Crea contenuti di grande valore e di altissima utilità per il lettore.** Ciò aumenterà notevolmente le possibilità di essere spontaneamente linkato dagli altri o condiviso sui canali social (anche le condivisioni sui social costituiscono una forma di *back-link*)
- **Iscrivi il tuo sito web alle directory.** Si tratta della strada più facile e veloce. Puoi trovare un grande numero di directory là fuori per svolgere questa operazione.
- **Scrivere guest post per altri blog.** Chi ti ospita avrà la possibilità di pubblicare contenuti con il minimo sforzo: creare buoni contenuti implica sempre un notevole impiego di tempo ed energie. Allo stesso tempo tu potrai inserire link verso il tuo sito, link che oltre ad aumentare la considerazione dei motori di ricerca nei tuoi confronti, porteranno direttamente i lettori del blog che ti ospita a visualizzare i tuoi contenuti. In altre parole? **Visibilità immediata.**
- **Concordare uno scambio di link con altri siti web.** Assicurandoti di selezionare solamente i siti web che pubblicano contenuti di qualità.

Ottimizzare per la SEO

Se da un lato il *link-building* è estremamente utile per generare traffico, dall'altro non possiamo assolutamente trascurare l'**ottimizzazione SEO interna al sito**.

Essa consiste sostanzialmente nell'inserire le parole chiave più importanti legate al tuo settore o quello che offri all'interno di alcuni elementi strategici della pagina web, come:

- Titoli e sottotitoli
- Testo della pagina (o articolo)
- Nome o testo alternativo delle immagini
- URL della pagina
- Tag
- Links
- Meta Title e Meta Tag

Uno degli errori più comuni che vedo solitamente commettere è quello di *utilizzare una parola chiave troppe o poche volte*.

Per ottimizzare le tue pagine in modo corretto dovresti procedere come segue:

- **Scegliere una parola chiave principale per ogni pagina** e basare l'ottimizzazione di quest'ultima sul termine scelto. Attenzione: se in una pagina abuserai dell'utilizzo di una parola chiave, Google e gli altri motori di ricerca avranno una valutazione negativa di quella pagina.
- **Posiziona la parola chiave che hai scelto nel titolo principale e nel primo sottotitolo:** si tratta di 2 elementi che i motori tengono maggiormente in considerazione.
- **Inserisci la parola chiave all'interno dei testi della pagina**, assicurandoti però che siano adatte al contesto e che non risultino come una forzatura.
- **Includi la parola chiave nel testo alternativo o nome di file delle immagini** che decidi di pubblicare all'interno della pagina (per es.: *sito-web-efficace.jpg*).
- Infine, quando crei i contenuti della tua pagina, non dimenticare che **ti stai rivolgendo prima di tutto a delle persone reali e poi ai motori di ricerca**. Scrivi i testi come se stessi parlando direttamente con i tuoi lettori. Solo successivamente passa ad ottimizzarli per le parole chiave: se farai l'inverso sicuramente se ne accorgeranno e se ne andranno prima di aver letto un solo paragrafo.

Ottimizzazione SEO: rivolgiti prima per le persone e poi per i motori di ricerca
(clicca per Twittare)

I Meta Tag

Come avrai notato, nella lista di elementi per il posizionamento della parola chiave ho inserito come ultimo punto quello del *Meta Title* e dei *Meta Tag*.

Infatti, nonostante molte volte vengano trascurati, in quanto non direttamente visibili all'interno delle pagine del tuo sito, essi ricoprono un ruolo da non sottovalutare.

The image shows the text "<META/>" written in a dark blue, hand-drawn style. The text is centered on a light blue, slightly blurred rectangular background. The characters are simple and sketchy, with the opening and closing angle brackets being particularly prominent.

Le pagine di un sito sono composte dal linguaggio HTML, il linguaggio che comunica al browser come “disegnare” la pagina nello schermo.

Oltre a questo tipo di istruzioni, all’interno del codice HTML sono presenti anche delle istruzioni riservate ai motori di ricerca, appunto i *Meta Tag*.

Siccome negli anni passati si è abusato eccessivamente dell’utilizzo delle parole chiave nei *Meta Tags* per aumentare i ranking dei siti web, la loro rilevanza per quanto riguarda l’indicizzazione è andata diminuendo, ma restano comunque molto importanti.

I motori di ricerca si sono infatti evoluti e sono diventati più intelligenti, dando priorità ad elementi come la qualità dei contenuti della pagina e alla qualità e quantità di *back-links*.

Tuttavia subito dopo vengono i *Meta Tags*: per questo dovresti assicurarti di utilizzarli correttamente in tutte le tue pagine web.

Non sei un programmatore o un esperto di SEO e posizionamento?

Non ti preoccupare, online puoi trovare moltissimi strumenti e CMS (Sistemi per la Gestione dei Contenuti Web) che ti permettono di modificare facilmente i *Meta Tag*, senza agire necessariamente nel codice della pagina.

Se usi [Wordpress](#), per esempio, un'ottima soluzione per ottimizzare ogni tua pagina e/o articolo per una parola chiave e modificare i *Meta Tags* è quella di utilizzare il plugin *Wordpress SEO by Yoast*. Trovi ulteriori informazioni all'interno di [questo articolo](#).

Quali sono i principali *Meta Tag* da tenere in considerazione per la SEO?

- **Il Meta Title:** Il titolo che viene mostrato dal browser in corrispondenza della scheda della pagina visualizzata al momento e, soprattutto, il titolo che appare nei risultati dei motori di ricerca.



- **Il Meta Description:** una breve descrizione della pagina web. La stessa che trovi sotto al titolo nei risultati di ricerca.

Internet Business Cafè | Come creare un blog

← *Meta Title*

www.internetbusinesscafe.it/ ▼

Internet Business Cafè è il tuo punto di riferimento per creare un blog ed avere successo online con il web marketing.

← *Meta Description*

Hai visitato questa pagina 4 volte. Ultima visita: 30/09/14

Come creare un blog

Come creare un blog - La prima guida step-by-step sempre ...

Mappa del sito

Mappa del sito. Home » Mappa del sito. Tutte le pagine. Chi siamo ...

Chi sono

Internet Business Cafè è un progetto fondato da Giacomo ...

Come creare un blog di ...

Scopri se hai bisogno di creare un tuo blog personale o per la tua ...

Iscriviti alla newsletter

Iscriviti alla newsletter - Internet Business Cafè | Wordpress ...

E-books

Ebook gratuiti su come creare un blog o un sito web di successo.

[Altri risultati in internetbusinesscafe.it »](#)

- **Il Meta Keywords:** una lista di termini di ricerca separati da virgola e strettamente correlati alla parola chiave principale scelta per la pagina.

L'ideale è inserire al massimo 5-7 parole chiave per ogni pagina. Il contenuto del *Meta Keywords*, a differenza del *Meta Title* e del *Meta Description*, non appare nei risultati dei motori di ricerca.

La sitemap XML

Cos'è la sitemap XML?

Si tratta di un documento *.xml* situato fisicamente nello spazio web (hosting) del tuo sito, non visibile al navigatore, che contiene tutti i link delle pagine del sito, compresa la data dell'ultimo aggiornamento di ognuna.

Il suo scopo è **aiutare i robot dei motori di ricerca a muoversi tra le pagine del tuo sito in modo più efficiente** e di informarli sulle pagine che hanno subito aggiornamenti più recenti all'ultima analisi, per capire se è necessario analizzarle nuovamente.

In altre parole, la sitemap XML contiene la definizione della struttura gerarchica del tuo sito web ed i luoghi in cui risiedono le varie pagine che lo compongono.

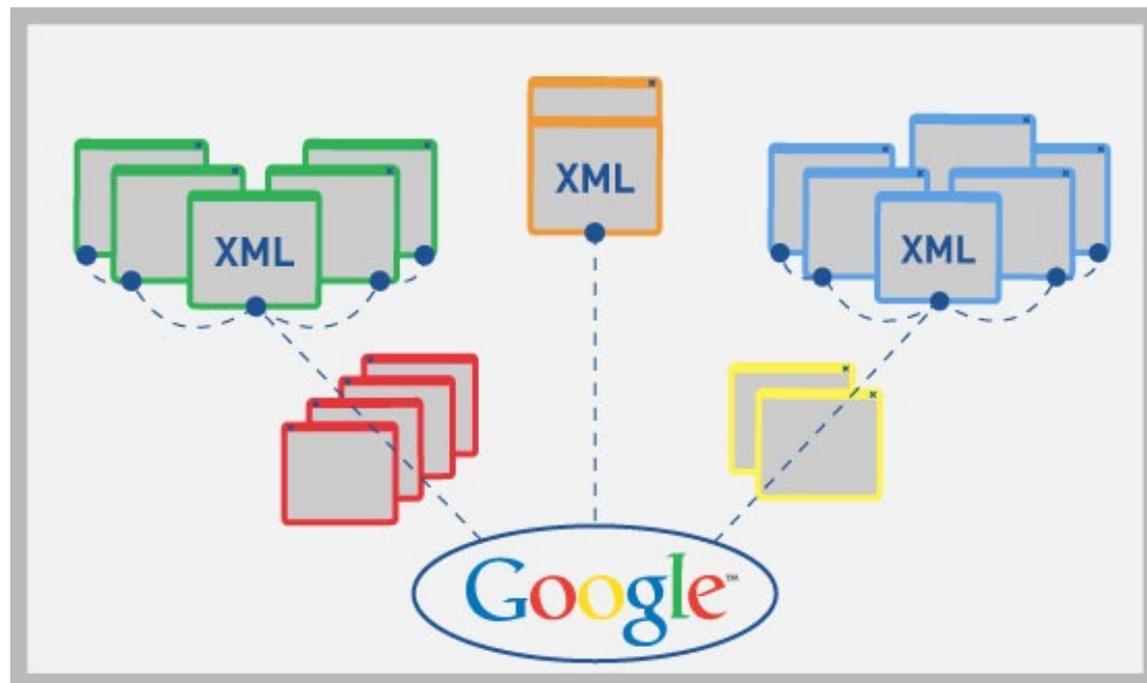
Ottimizzazione SEO: assicurati di impostare la sitemap XML
(clicca per Twittare)

Creare una *sitemap* è relativamente semplice. In rete è possibile trovare [molti tool per la generazione di sitemap XML](#). Questi strumenti ti permettono di inserire l'URL del tuo sito e scaricare la *sitemap* sul tuo computer.

Il passo successivo è quello di **effettuare l'upload del file** appena salvato nella cartella principale dello spazio web del sito, (per esempio: www.tuositolweb.it/sitemap.xml).

Se aggiorni il tuo sito web frequentemente, questo processo dovrebbe essere ripetuto su base regolare, almeno una volta al mese.

Se utilizzi un CMS per la gestione dei tuoi contenuti allora è molto probabile che esso abbia la funzionalità di generare ed aggiornare automaticamente la sitemap XML ogni volta che viene modificata qualsiasi pagina, senza che tu debba preoccuparti di effettuare nessuna operazione aggiuntiva.



In alcuni casi, come per Wordpress, questa funzionalità è disponibile tramite plugin esterni; uno dei migliori in questo senso è [Google XML Sitemap](#): ti basterà installarlo e non dovrai più preoccuparti di gestire personalmente la sitemap XML.

Redirect 301

Ti sarà sicuramente capitato di imbatterti nella pagina di un sito che è poi risultata essere assente o in uno stato 404, quello di “*pagina non trovata*”.

Quanto è fastidioso per il navigatore?

La maggior parte delle volte ciò accade per una ragione: la pagina che era associata a quell’indirizzo URL è stata associata ad un nuovo URL, ma non viene impostato nessun reindirizzamento (*redirect*) verso il nuovo indirizzo quando qualcuno si collega a quello vecchio.

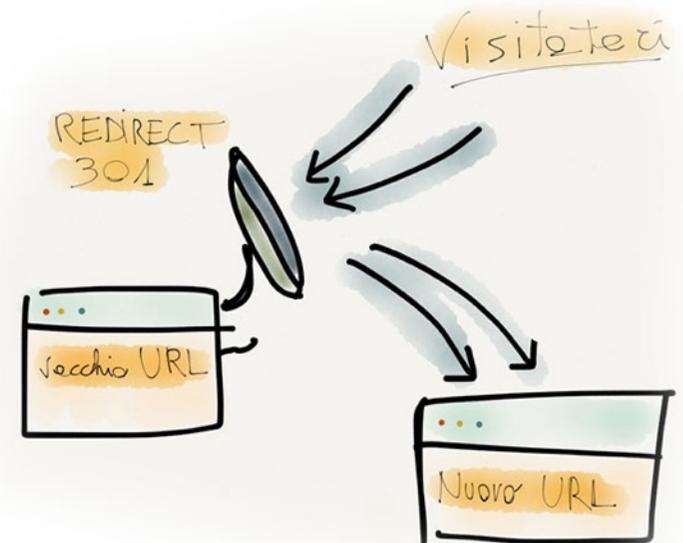
Ora prova a pensare a quante opportunità potresti perdere se un possibile cliente arriva sul tuo sito ma non trova la pagina che aveva cercato!

Purtroppo, oltre a quello di infastidire l’utente ed indurlo a scappare dal sito, ciò è controproducente anche in ambito SEO:

se un utente non riesce a trovare una pagina web allora nemmeno i motori di ricerca riescono a farlo, con il risultato della perdita del livello di indicizzazione che gli avevano attribuito.

Se un utente non riesce a trovare una pagina web allora nemmeno i motori di ricerca riescono a farlo.

Per fare in modo che la SEO della pagina che è stata trasferita su un'altro URL venga mantenuta, imposta il *Redirect 301* in modo che i motori di ricerca possono conoscere il nuovo indirizzo e sapere dove trovarla.



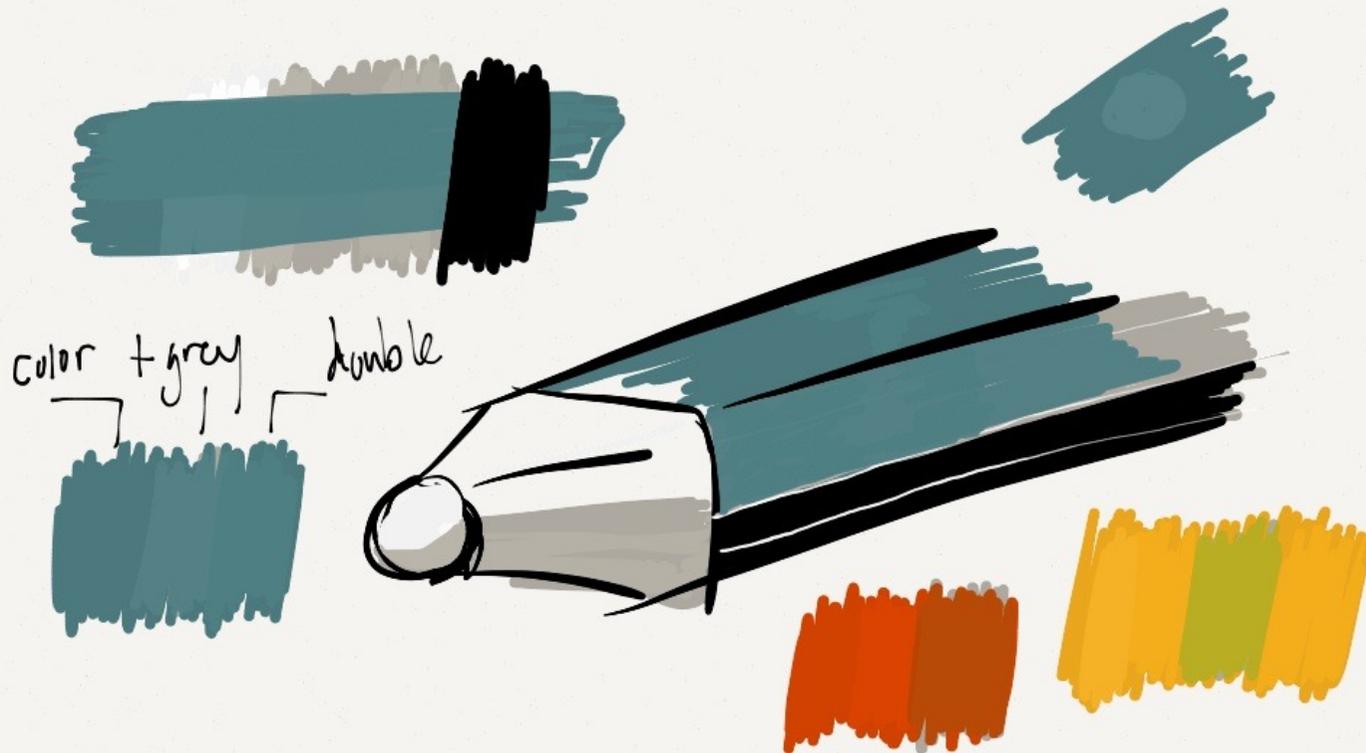
In questo modo, quando un visitatore si collega al vecchio URL di una pagina, verrà automaticamente inviato al nuovo indirizzo. Lo stesso vale per i robot dei motori di ricerca.

Se impostato correttamente, il *Redirect 301* ha il potere di *riordinare l'architettura del sito, risolvere i problemi relativi ai vecchi contenuti e migliorare l'esperienza del visitatore*. Il tutto **preservando il livello di *PageRank* e di posizionamento**.

E' per questo che i motori di ricerca danno maggior considerazione ai siti web che utilizzano il *Redirect 301*.

Ecco [come impostare il Redirect 301 con pochi semplici passi](#).

2. Aspetto ed usabilità



Pur essendo uno scrupoloso web designer focalizzato sui dettagli, non posso trascurare il fatto che **prima di bello un sito web debba avere un aspetto ed un design orientati principalmente sull'usabilità.**

L'elemento su cui dovresti concentrarti subito dopo esserti preoccupato di generare traffico verso di esso, è quello di fare in modo che quel **traffico resti nel sito**, che i navigatori visitino le varie pagine che lo compongono e venga indotto in maniera spontanea a consumare al meglio i migliori contenuti.

A seconda del settore di cui fanno parte, i siti web hanno una frequenza di rimbalzo media ([Bounce Rate](#)) del 30-60%.

Ciò significa che *la maggior parte del traffico proveniente su un sito web se ne va senza visitare nessun'altra pagina*, oltre a quella in cui sono arrivati tramite fonti esterne.

La maggior parte delle volte (oltre il 90%) **chi ha visitato il tuo sito se ne andrà senza tornare mai più.**

Il 90% dei visitatori che arriva sul tuo sito se ne andrà senza tornare mai più.

Di seguito scoprirai alcune tecniche da applicare al tuo sito, con le quali riuscirai a ridurre la frequenza di rimbalzo.

La prima impressione è quella che conta

Nonostante avere un design accattivante e “fico” non rappresenti la priorità principale per la progettazione di un sito, si tratta comunque di un fattore molto importante per quanto riguarda **la prima impressione**.

Il tuo sito web rappresenta te stesso, la tua azienda e quello che offrite.

Quando un visitatore lo vede per la prima volta, sulla sua mente scattano le seguenti domande:

- E' un tizio (o un'azienda) credibile?
- Mi posso fidare?
- Quali sono le sue credenziali?
- Qual'è la validità di ciò che offre?
- Questo sito mi fa sentire a mio agio?
- Mi trovo nel punto giusto, rispetto a quello che stavo cercando?

Mentre progetti il tuo sito web, dovresti tenere in considerazione queste domande e cercare di rispondere ad ognuna di esse.

Un buon design è uno degli indicatori principali su cui *il subconscio del visitatore basa la propria fiducia*.

Un buon design aumenta la fiducia del visitatore (clicca per Twittare)

Ecco alcuni consigli per migliorare il design del tuo sito web:

- **Utilizza i colori in modo appropriato:** Utilizza, per i vari elementi del sito, dei colori che siano in linea con il tuo tipo di audience e fai in modo tale che le parti più importanti (come un pulsante di iscrizione o di acquisto o qualunque altro elemento legato ad un'importante azione) risaltino rispetto a tutti gli altri, ma allo stesso tempo non siano invasivi per l'occhio. Evita di utilizzare troppi colori sulla stessa pagina, ma limitati ad un massimo di 2-4 colori.

- **Animazioni, lampeggiamenti e altre forme di media:** spero che per quanto riguarda le scritte lampeggianti e a scorrimento non ci sia niente da dire, esse fanno parte di quei siti “primordiali” che caratterizzavano il web alla fine degli anni 90’ e all’inizio del nuovo millennio (purtroppo se ne vedono ancora molti) . Evita assolutamente anche le animazioni Flash, perché oltre a non essere fruibili nella maggior parte dei dispositivi mobile, sono anche controproducenti per la SEO. Evita inoltre l’utilizzo di musiche di sottofondo, che distolgono l’attenzione dell’utente sui veri contenuti del sito e lo inducono ad andarsene prima del tempo! Utilizza invece immagini e video, sempre restando nel contesto del contenuto della pagina ed integrando i concetti esposti.
- **Navigazione:** cerca di creare una menu di navigazione chiaro, ben organizzato e facile da trovare. Rappresenta il punto di riferimento del navigatore, ed è per questo che dovresti includerla in tutte le pagine del sito, sempre nello stesso punto.
- **La tipografia:** assicurati che il tuo sito web sia ben leggibile. Scegli un font che invita la lettura e stai attento alle dimensioni ed i colori dei caratteri. Organizza il testo delle pagine e degli articoli in titoli, sottotitoli, liste puntate e numerate; imposta in **grassetto** i termini più importanti ed in *corsivo* quelli tecnici. Dividi i paragrafi troppo lunghi in paragrafi di 3 righe al massimo. Tutto ciò faciliterà una prima scansione ed invoglierà l’utente pigro a continuare a leggere.

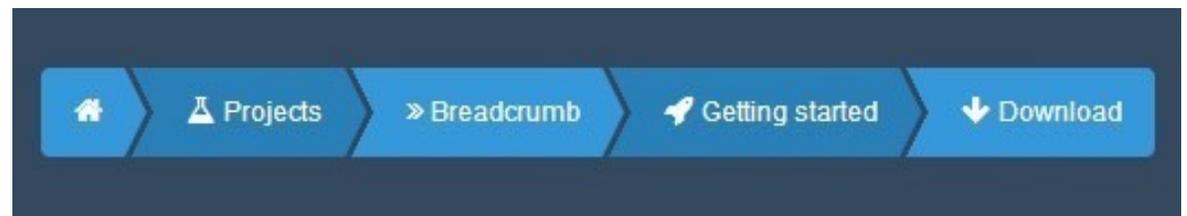
Se da un lato il design ha il suo livello di importanza, non dimenticare che prima di tutto i visitatori stanno cercando **ottimi contenuti ed informazioni utili**. Un sito web visivamente accattivante può avere una buona impressione nei confronti dell'utente e convincerlo a restare qualche secondo in più per capire di cosa si tratta, ma se non troverà subito dei contenuti di qualità se ne andrà senza pensarci due volte.

La coerenza

E' opportuno che tu sia coerente nella disposizione degli elementi che compongono tutte le pagine del sito. Cerca di **mantenere costanti in ogni pagina caratteristiche come colori, dimensioni e layout**.

Ciò eviterà di confondere il visitatore mentre naviga tra i contenuti e lo aiuterà a prendere confidenza con la struttura del sito, abituandolo a muoversi efficacemente.

Mantieni il menu di navigazione sempre nella stessa posizione e se possibile inserisci in ogni pagina le cosiddette “*Briciole*” (o *breadcrumbs*), il percorso che indica all'utente il punto del sito in cui si trova al momento.



L'utilizzo di immagini appropriate

E vero che un'immagine vale più di 1000 parole. Ma solo se usata in modo appropriato, mi sento di aggiungere.

Un'immagine vale più di 1000 parole, ma solo se usata in maniera appropriata.

Per esempio le immagini di stock, quelle immagini che puoi acquistare online, sono pressoché sempre le stesse. Non c'è niente di peggio che mostrare immagini non realistiche o che sono già presenti nei contenuti di altri siti web, magari quelli dei tuoi concorrenti.

Cerca di utilizzare invece immagini autentiche e che, anche se di qualità inferiore, comunicano al visitatore che dietro lo schermo ci sono delle persone reali, **persone delle quali si possono fidare.**

Il sistema di navigazione

Ho già accennato alla sua importanza nei capitoli precedenti.

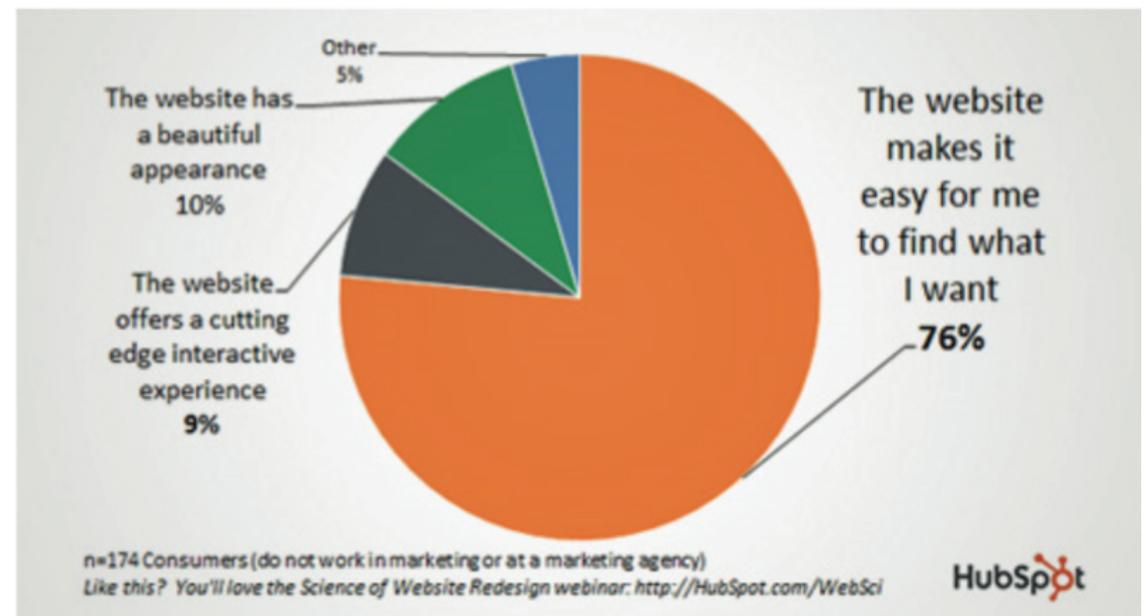
Probabilmente il fattore principale per fare in modo che i visitatori restino a lungo sul tuo sito web è quello di avere un **sistema di navigazione ben strutturato e che di la possibilità di effettuare delle ricerche.**

Secondo uno studio effettuato sempre da *Hubspot*, avere un buon sistema di navigazione è uno degli elementi principali, per quanto riguarda il design di un sito web, che viene utilizzato dall'utente per trovare informazioni.

Mentre sta navigando l'utente è alla ricerca di informazioni utili a risolvere i propri problemi, superare determinati ostacoli o raggiungere degli obiettivi.

Quando arriva sul tuo sito egli dovrebbe poter **trovare le informazioni nel minor tempo possibile.**

Organizzare correttamente il sistema di navigazione gli permetterà di capire se il tuo sito web è la risposta



alle sue esigenze, sia che abbia voglia di navigare per trovare ciò che sta cercando, sia che si voglia servire della ricerca interna per velocizzare il processo.

Puoi inserire nel tuo sito web i migliori contenuti al mondo, ma se non riesce a trovare quello che sta cercando, l'utente (il possibile cliente) se ne andrà in una manciata di secondi.

Un sito web che funziona ha sempre una navigazione semplice e chiara (clicca per Twittare)

Ecco quali sono le caratteristiche fondamentali per una navigazione ben organizzata:

- Inserisci il menu principale in cima alla pagina (il luogo più frequente in cui il visitatore è abituato a trovare il menu)
- Ripeti il menu principale o inserisci un menu secondario nel *footer* del sito (in fondo alla pagina).
- Se possibile, utilizza le briciole in tutte le pagine del sito (*breadcrumbs*)
- Includi un campo di ricerca ben visibile in tutte le pagine, possibilmente in alto (nei pressi del menu principale)
- Non aggiungere troppe opzioni di navigazione in una sola pagina: confonderebbe solamente l'utente.

- Non creare dei menu di navigazione con troppi sotto livelli (per quanti contenuti tu possa inserire nel tuo sito, un menu di 2 livelli andrà sicuramente più che bene)
- Includi dei link nei contenuti del tuo sito specificandone chiaramente la destinazione, si tratta di un altro fattore che i motori di ricerca tengono in considerazione per la SEO (*link-building interno* al sito)

In ogni caso, la regola generale di un buon sistema di navigazione non è niente di complicato: **fai in modo che il visitatore non debba pensare più di un secondo dove cliccare per trovare le informazioni che sta cercando.**

Accessibilità

Non tutti i browser o i dispositivi per la navigazione interpretano le pagine allo stesso modo.

Assicurati che tutti coloro che arrivano sul tuo sito possano accedere facilmente ai contenuti, indipendentemente dal tipo di browser o dispositivo che stanno utilizzando.

Il numero degli utenti che accede ad internet tramite dispositivi mobile è in crescita costante; i processori di questi dispositivi sono meno potenti (almeno attualmente), ed i loro schermi sono molto più piccoli dei normali computer.



Sempre accedono ad internet tramite dispositivi mobile per fare acquisti o cercare informazioni su un prodotto o servizio (in Italia la percentuale è del **47,7%** per gli smartphone e **del 15,8%** per i tablet).

Pertanto utilizza un **template responsive** (che si adatta alla risoluzione dello schermo del visitatore), in modo tale che i contenuti siano più chiari possibile, indifferentemente dalla risoluzione del dispositivo.

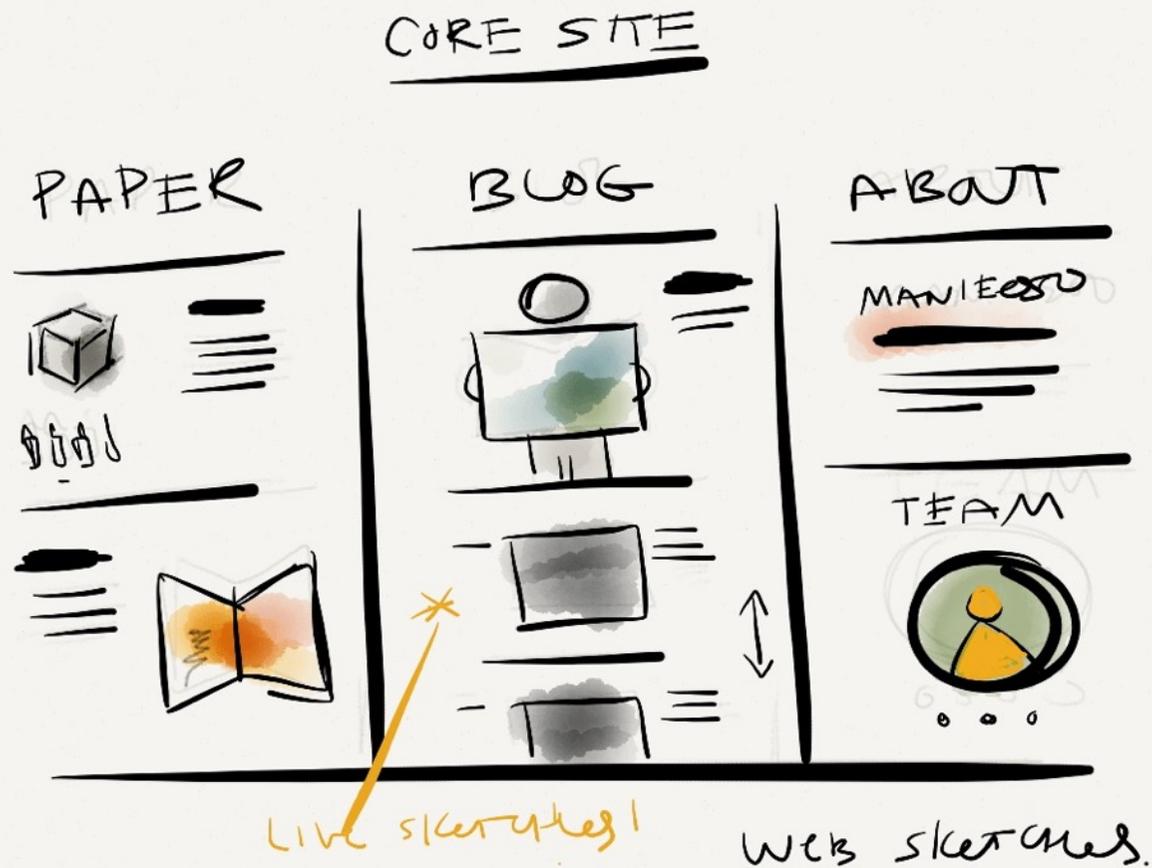
Evita di forzare l'utente ad ingrandire la tua pagina per leggerne i contenuti, è raro trovare visitatori così pazienti!

Nel caso dei CMS più diffusi, come per esempio *Wordpress* o *Joomla*, esistono migliaia di temi gratuiti e a pagamento ottimizzati per la visualizzazione in smartphone, tablet ed i classici desktop. Assicurati di servirti di uno di essi.

Aumenta pagerank e riduci il bounce rate con un template responsive
(clicca per Twittare)



3. I contenuti



The Content is King.

La qualità dei contenuti è l'aspetto più importante del tuo sito.

Con *Penguin* e *Panda*, gli aggiornamenti dell'algoritmo di Google che hanno favorito l'indicizzazione dei contenuti di grande qualità, quest'ultimi sono diventati il punto focale su cui tutti i web marketer concentrano la loro attenzione.

Cos'è che attrae i visitatori sul tuo sito? I contenuti.

Cos'è che li converte in possibili clienti? I contenuti.

E cos'è che converte i possibili clienti in clienti effettivi? Indovina un po'... sempre i contenuti!

Dai un'occhiata a queste regole imprescindibili, che ti permetteranno di produrre contenuti amati sia dai motori di ricerca che dai tuoi visitatori.

Il messaggio principale

Per quanto riguarda le informazioni da pubblicare ci sono delle domande fondamentali che dovresti porti prima di tutte le altre:

- Il lettore riesce a capire cosa offro nel giro di 5 secondi al massimo?
- Riesce a capire a colpo d'occhio su quale pagina si trova e di cosa parla?
- Riesce a capire come procedere per trovare altre informazioni?
- Perché dovrebbe iscriversi alla mia lista, scaricare un mio bonus gratuito oppure acquistare qualcosa da me o dal mio sito invece che da quello degli altri?

I contenuti del sito dovrebbero rispondere a queste domande. Dovrebbe essere subito evidente l'argomento trattato: cosa può fare l'utente appena arriva a visitarlo e, soprattutto, perché dovrebbe fare qualcosa invece di andarsene?

Cosa può fare l'utente appena arriva a visitare il tuo sito e, soprattutto, perché dovrebbe compiere un'azione invece di andarsene?

Concentrati prima di tutto sulla creazione delle pagine fondamentali che non dovrebbero mai mancare:

- L'Homepage
- La pagina "Chi siamo"
- E la **pagina di vendita** (acquisizione iscritto, donazione ecc.)

Sono queste le 3 pagine che faranno un'enorme differenza nella crescita del tuo business.

Assicurati che tutte le pagine più importanti comunicano il giusto messaggio a chi le sta visualizzando:

- **Crea a priori delle idee di titoli e sottotitoli per ogni pagina.** Per rispondere all'ultima domanda di quelle elencate e differenziarti dalla concorrenza, definisci una *Value Proposition* forte e concisa: un messaggio chiaro e diretto che comunica al lettore una promessa sul valore che offri con il tuo prodotto, servizio o sito web.

The screenshot shows the homepage of Internet Business Cafe. The header includes the logo 'INTERNET BUSINESS cafe' and navigation links: 'Come creare un blog', 'E-books', 'Chi sono', 'Dicono di me', 'Blog', and 'Contattami'. The main content area features a large headline: 'Vuoi creare un blog o un sito web ed ottenere risultati?' circled in red. Below it is a sub-headline: 'Scopri le strategie più adatte per TE o LA TUA AZIENDA.' also circled in red. To the right is an image of an e-book titled 'COME CREARE UN BLOG DI SUCCESSO' with a badge that says '127 download in mezz'ora!'. Below the e-book image is the text 'Inizia subito con questo e-book gratuito:' and a red button labeled 'VOGLIO L'E-BOOK' circled in red. Annotations with red arrows point to the headline, sub-headline, and the button, with labels 'Value proposition' and 'Pulsante Call To Action'.

- **Assicurati di includere dei pulsanti** per indurre l'utente a verso l'azione che prima di tutte le altre vuoi che compia quando arriva sul sito (le cosiddette *Call To Action* - CTA). Metti in evidenza ogni pulsante CTA rispetto a tutti gli altri elementi, applicando dello spazio bianco intorno ad esso ed un colore che contrasta col resto della pagina.
- **Ottimizza i tuoi testi.** Non puoi sapere a priori quale titolo funziona di più, o qual'è il testo del pulsante che persuade maggiormente al click. Utilizza la tecnica dello *Split Test* (o *A/B Testing*) per determinare qual'è la versione della pagina che converte più delle altre. Ci sono molti tools che permettono di farlo: *Optimizely* e *Visual Website Optimizer* sono quelli che preferisco personalmente.

Educare ed offrire valore

Anche se lo scopo principale del sito è quello di vendere un prodotto o un servizio, iscriversi alla tua associazione, fare una donazione ecc., nessuno sarà mai pronto a svolgere un'operazione importante come l'acquisto, la prima volta che arriva a visitarlo.

Secondo le statistiche di Google infatti, l'utente, prima di acquistare o scegliere un servizio, **entra ed esce dal sito almeno 4 volte**.

E' forse impazzito?

Affatto, quando questo accade è perché nel sito non vengono fornite all'utente sufficienti informazioni perché possa compiere l'azione finale senza dover prima tornare su Google ad eseguire una ricerca più approfondita su di te o la tua azienda.



Prima dell'acquisto il visitatore tocca 4 punti di contatto fuori e dentro il sito
(clicca per Twittare)

Per cui quello che dovresti fare è offrire gratuitamente il maggior numero di informazioni, per permettere al visitatore di capire chiaramente ciò che può avere da te e possa realmente fidarsi.

Ricordati che il sito non deve parlare di te. Poniti la domanda: cosa sto offrendo (nel senso di “*regalare gratuitamente*”) al visitatore?

- **Non inserire solamente informazioni relative al prodotto o servizio che proponi.** Crea e-book, presentazioni, video e qualunque altra forma di materiale **gratuito** per *educare* il lettore. In questo modo egli si sentirà di fronte a qualcuno di cui si può fidare e competente in materia, non come se quel qualcuno stesse cercando di vendergli qualcosa.
- **Nei contenuti che si riferiscono al tuo prodotto o servizio, evita toni troppo formali o aziendali.** Fai capire a chi legge che dietro lo schermo ci sono delle persone reali come lui. Rivolgiti al visitatore dandogli del tu, utilizza un linguaggio naturale e sii trasparente.
- **Crea per i tuoi prodotti o servizi dei contenuti che oltre ad educarlo risolvano i suoi problemi.**

La qualità viene prima della quantità

Tutti siamo a conoscenza del fatto che avere molti contenuti rappresenta un vantaggio, sia per i motori di ricerca che per chi visita le pagine del sito. Tuttavia se i contenuti non sono della massima qualità, sarà controproducente in entrambi i casi.

Siccome i motori di ricerca si stanno evolvendo, stanno diventando sempre più intelligenti ed i visitatori sempre più selettivi nel selezionare le possibili soluzioni, è **bene concentrarsi prima sulla qualità e poi sulla quantità**.

- **Offri contenuti originali.** Sia i motori che i visitatori amano i grandi contenuti.
- **Scrivi per le persone, non per i motori di ricerca.** Agli umani non piacciono i robot!
- **Offri valore.** Il tuo sito dovrebbe essere una dispensa di informazioni a cui attingere gratuitamente per risolvere problemi.
- **Aggiorna costantemente i tuoi contenuti.** Evita di lasciare sul tuo sito informazioni vecchie di mesi o anni, sicuramente non farà avere al lettore una buona considerazione verso di te.

- **Cerca di capire la tua audience.** Fornire contenuti specifici per le esigenze, problemi, ostacoli o desideri più grandi dei tuoi lettori farà in modo che loro si ricordino di te e che si crei con loro un grande legame di fiducia.

Content Marketing: la qualità viene prima della quantità
(clicca per Twittare)

L'immagine con cui ci si presenta

Un errore che ho visto compiere tante, troppe volte. Una trappola in cui durante i primi anni della mia esperienza professionale vedevo cadere la maggior parte dei miei clienti.

Quello di volersi posizionare come una grande azienda che “incute timore”.

Avere un'immagine professionale è importante, ma far capire al visitatore che chi gestisce quel sito web è una persona umana con i propri difetti e vulnerabilità proprio come lui lo è molto di più.

Avere un'immagine professionale è importante, ma far capire al visitatore che chi gestisce quel sito web è una persona umana con i propri difetti e vulnerabilità proprio come lui lo è molto di più.

Evita di utilizzare un gergo composto da termini specifici, termini che solo chi ha grandissime competenze in materia riuscirà a comprendere.

Tutto ciò non farà breccia sull'attenzione del possibile cliente, che invece se ne andrà con le idee confuse su quello che tu o la tua azienda possiate offrirgli.

Vendere è in secondo piano

Per molti anni le pubblicità hanno abituato la nostra mente ad aggirare quei titoli, frasi o modi di dire creati appositamente per catturare la nostra attenzione. Ormai siamo stufo di qualsiasi forma di pubblicità: in tv, alla radio, sui giornali.

Lo stesso vale per il web: tendiamo a snobbare sempre di più gli annunci situati solitamente sulla parte destra dei risultati di ricerca di *Google* o nei *Social Networks*.

Il fatto è che siamo talmente bombardati dalle pubblicità atte a catturare la nostra attenzione con trucchi e tecniche di persuasione appositamente create per ingannarci, che ora gli unici fattori che destano interesse sono **verità** e **trasparenza**.

Non è più facile essere sinceri?

Se ti focalizzerai nel **creare contenuti chiari e trasparenti** scoprirai che il visitatore riporrà molta più fiducia in te ed in quello che fai. Evita di rendere le cose più complicate di come sono realmente.

Il tuo obiettivo è quello di far capire alla tua audience quello che fai, le tue competenze (o quelle della tua azienda) e ciò che puoi offrire.

Assicurati di essere chiaro e diretto su quello che vuoi che gli utenti facciano quando arrivano sul tuo sito!

Il Blog

Non potevo assolutamente non parlare di questo aspetto.

Il *blogging* è troppo fondamentale per creare o crescere qualsiasi attività sul web, ottenere nuovi clienti ed opportunità, costruire un legame di fiducia con il lettore e guadagnare molta, **moltissima visibilità gratuita**.

Ecco solo alcuni dei vantaggi che potrai avere creando e gestendo correttamente un blog:

- *Produrrà contenuti sempre aggiornati e di qualità*, che favoriranno incredibilmente la SEO del sito (indovina chi è che ama frequenza e qualità? Esatto: sia i motori di ricerca che i visitatori!)
- Ti aiuterà a stabilire un *legame di fiducia come autorità o leader di settore*
- Ti aiuterà a *portare molto più traffico*, opportunità e possibili clienti verso il tuo sito (che come abbiamo visto deve essere ben predisposto ad accogliere il traffico in entrata)
- E' incredibile per allacciare nuove relazioni strategiche con esperti ed *influencers* di settore.
- E' un ottimo strumento per *connettersi ed interagire direttamente con la propria audience*.
- E' un metodo molto efficace per ricevere un grande numero di *back-links*!

Fare blogging non è così difficile come potrebbe sembrare. Una volta che hai appreso le regole base della SEO, come scrivere grandi contenuti e come promuoverli in rete, già potresti essere pronto ad iniziare ad avviare una tua strategia di blogging.

Aumenta SEO PageRank e Traffico con il Blog (clicca per Twittare)

Come? *Strategia?*

Sì, *strategia*: per fare blogging in modo corretto occorre anche un'**adeguata strategia**.

Niente di così complicato, se sai come procedere.

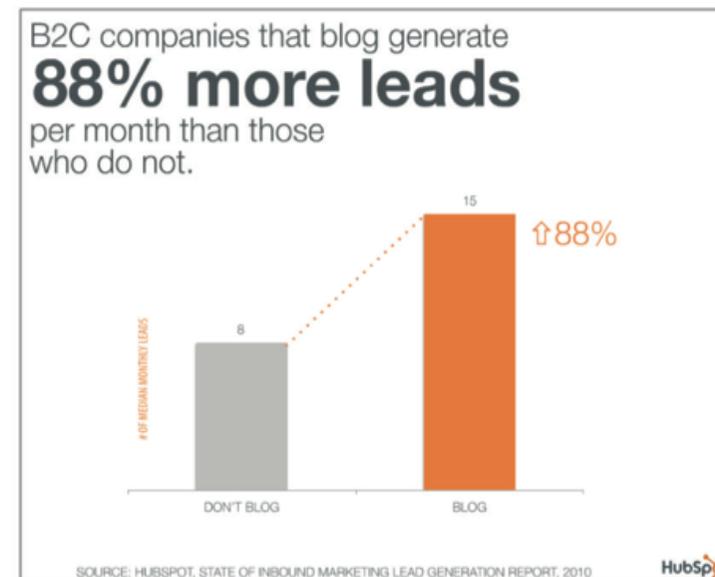
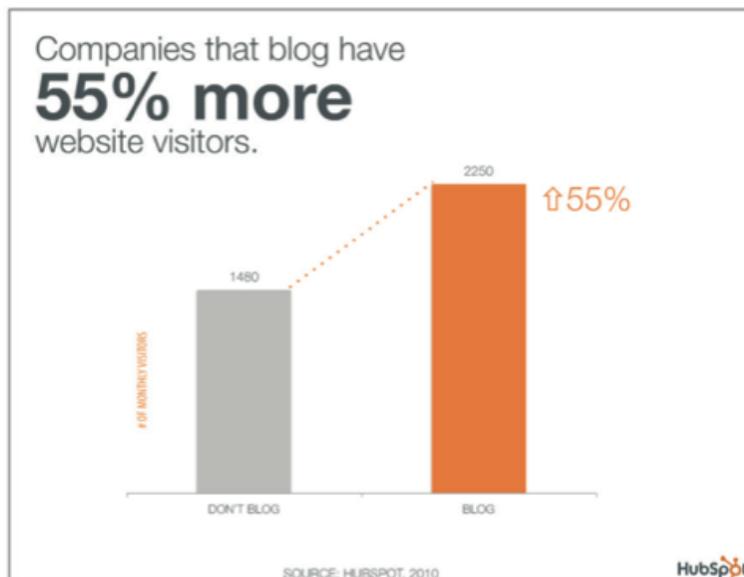
Scarica questo [e-book gratuito](#) e sarai sulla giusta strada per creare e lanciare in modo corretto il tuo blog o correggere quello che stai gestendo. ;)

**Clicca qui per Scaricare l'E-book Gratuito su
come avviare correttamente un blog**

In ogni caso le regole base del blogging sono le stesse di quelle dei contenuti del sito: cerca di **offrire esclusivamente materiale di grande valore che aiuta il lettore a superare i propri ostacoli, risolvere i propri problemi o raggiungere determinati obiettivi.**

Sarai sorpreso dal traffico, ma soprattutto dalla fiducia che riuscirai a generare in questo modo.

Se non sei ancora convinto dell'importanza del creare un blog, dai un'occhiata a questo grafico, il risultato di un'altra statistica fornita da *Hubspot*:



L'aspetto social



E' inutile ripeterlo: i social network giocano un ruolo fondamentale per quanto riguarda la visibilità e la generazione di traffico immediato.

Essi sono cresciuti in maniera esponenziale negli ultimi anni e stanno continuando a farlo giorno dopo giorno.

Ogni volta che qualcuno clicca “*Mi piace*” su *Facebook* o “+1” su *Google+* , retwitta uno stato su *Twitter*, o consiglia un’aggiornamento su *LinkedIn*, quel contenuto viene raggiunto da tutti i suoi amici o follower, raggiungendo **visibilità gratuita**.

Lo stesso vale per le condivisioni.

Contenti di qualità e facilità di condivisione sono una combinazione estremamente efficace per aumentare incredibilmente il traffico al tuo sito web.

Se un contenuto è di qualità verrà condiviso sicuramente da qualcuno, tutti i suoi amici o follower lo vedranno e lo condivideranno, notificando a loro volta tutti i loro amici e follower e così via.

Questa è la potenza dei canali social.

Ora considera questo tipo di scenario applicato al tuo sito web. Che impatto potrebbe avere per la crescita della tua attività?

Assicurati di rendere relativamente semplice per i visitatori apprezzare e condividere i tuoi contenuti. Non puoi tralasciare questo importantissimo aspetto.

- *Aggiungi i pulsanti di condivisione in ogni pagina del sito e in ogni articolo del blog. Ciò permetterà ai visitatori di poter condividere i contenuti facilmente e velocemente.*
- *Se utilizzi un CMS come Wordpress, esistono molti plugin gratuiti che permettono di installare i pulsanti di condivisione [Facebook](#), [Twitter](#), [Google+](#), [LinkedIn](#), [Pinterest](#) ecc. nel giro di pochi secondi.*

Variare i contenuti

Oltre al testo scritto considera se utilizzare altre forme di contenuti: immagini, video o altri media rappresentano un'ottima alternativa al classico articolo da leggere.

Ogni visitatore predilige la propria forma per consumare le informazioni: c'è a chi piace di più leggere, perché può scansionare velocemente le informazioni, a chi piacciono i video perché non è molto abituato a leggere, a chi piace ottenere informazioni con contenuti visuali come info-grafiche o presentazioni.

Per assicurarti di soddisfare tutti i tipi di visitatori dovresti utilizzare **un mix di tutte le forme di contenuto:**

Riprova Sociale e Testimonianze

Come esseri umani siamo portati a compiere le stesse azioni degli altri, in ogni aspetto della nostra vita.

Qualsiasi scelta prendiamo, dalla più piccola a quella più grande, richiede un'analisi accurata per poter capire se è quella giusta oppure no: per accorciare e velocizzare questo processo **tendiamo ad osservare le azioni degli altri**.

Lo stesso vale per il web.

Faccio un esempio.

Mettiamo il caso che vuoi imparare a meditare da casa. Hai individuato due siti web che vendono corsi sulla meditazione: il prodotto del primo sembra essere di qualità superiore, mentre il secondo sembra leggermente inferiore e costa qualcosa in più. Tuttavia a differenza del primo, il secondo riporta un sacco di testimonianze di clienti soddisfatti.

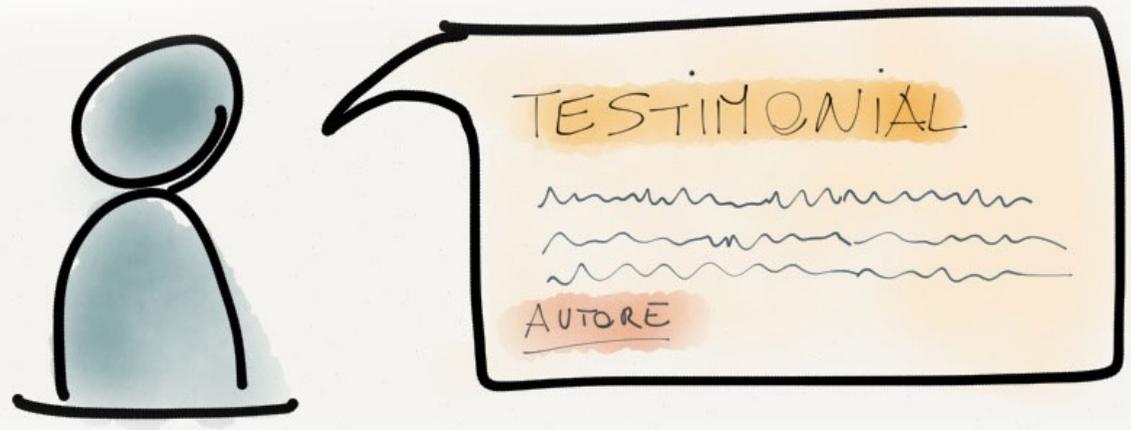
Da quale sito web decidi di acquistare il corso? E' molto probabile sceglierai il secondo.

Non importa qual'è lo scopo del tuo sito web, **i potenziali clienti vogliono avere delle conferme della qualità** di quello che offri. E le testimonianze di clienti soddisfatti sono il mezzo migliore per farlo.

Nota: parlo in termini di clienti, ma tutto ciò è valido qualunque sia la tua attività, che tu voglia promuovere un blog, farti conoscere in rete o che gestisca un'associazione non-profit non fa alcuna differenza: riportare delle testimonianze di persone soddisfatte è un'aspetto che non puoi assolutamente trascurare.

Se non hai ancora nessuna testimonianza, richiedila subito ai tuoi clienti o, se non hai ancora nessun cliente, offri gratuitamente il tuo prodotto o servizio a qualcuno (magari per un periodo limitato o solo una parte di esso) e chiedigli delle testimonianze in merito.

Le testimonianze, le recensioni dei clienti e i casi di studio rappresentano incredibili opportunità per stabilire un legame di fiducia con il cliente e **provare la qualità del prodotto o servizio.**



Le testimonianze sono un'ottima opportunità per **provare la qualità** del tuo prodotto o servizio e **stabilire un legame di fiducia** con il visitatore

- **Fornisci solamente testimonianze autentiche.** Inserisci nome e cognome dell'individuo a cui appartiene ognuna di esse e possibilmente anche il sito web e l'azienda per cui lavorano o dell'attività che gestiscono. Inserire anche l'immagine aumenterà notevolmente fattori come *credibilità* ed *autenticità*.
- **Utilizza frasi brevi, chiare e decise.** Richiedi ai tuoi clienti (o lettori, fan ecc.) di rilasciare testimonianze di al massimo 300 caratteri: ciò li forzerà a condensare la descrizione. In alternativa, puoi anche modificare la testimonianza che ti hanno inviato e fargliela approvare.
- **Inserisci feedback inerenti al contesto.** Presta attenzione a dove inserisci le tue testimonianze: ognuna di esse dovrebbe essere *rilevante al contesto della pagina*. Se hai un feedback relativo al tuo prodotto, servizio o consulenza, lo inserirai per esempio all'interno della pagina di vendita; allo stesso modo, se hai un feedback relativo al servizio clienti, lo inserirai nella pagina di assistenza. E così via..

- Più testimonianze riesci a raccogliere e pubblicare e maggiore sarà la loro efficacia. Cerca di raccogliere costantemente nuovi *feedbacks*.
- **Aggiungi le testimonianze degli esperti.** Oltre ad agire in base a quello che fanno gli altri, un'altro elemento altamente influenzante per quando riguarda le decisioni che tutti noi prendiamo quotidianamente è la parola di coloro di cui ci fidiamo e che conosciamo. E' per questo che dovresti richiedere ed inserire nelle pagine del sito anche *i feedback degli esperti e leader del settore* di cui fai parte.



“Efficace e diretto. Queste sono le qualità di Blogging Strategico, il Corso di Giacomo, uno di quei rari professionisti italiani del web, capaci di stupire con i suoi ottimi insegnamenti. Ricordo ancora di essere rimasto impressionato dall'utilità e dall'altissimo valore dei contenuti quando li vidi per la prima volta. Consiglio il corso a chiunque sia realmente intenzionato ad ottenere risultati sul web.”

Dario Vignali, Dariovignali.net



"Se stai cercando strategie e tecniche funzionanti su come creare un blog, fare blogging e web marketing, Blogging Strategico fa proprio al caso tuo. Le conoscenze che condivide su InternetBusinessCafe.it sono uniche ed assolutamente impagabili, tutto quello che ti serve per creare e crescere la tua attività online nel minor tempo possibile."

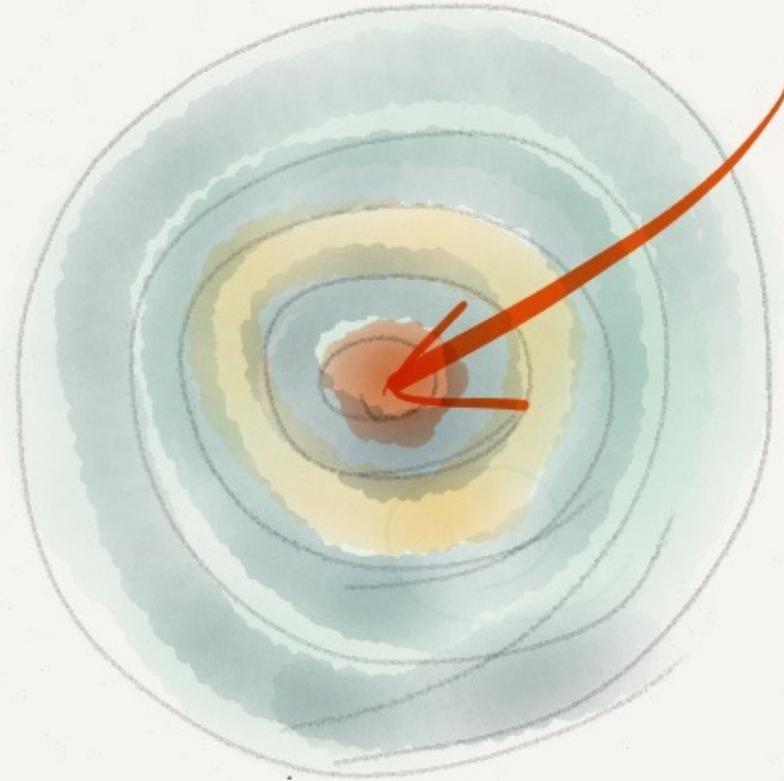
Francesco Russo, Franzrusso.it - In Time Blog



"Quando si tratta di capire come crearsi una presenza online e crescere se stessi o la propria attività, le guide di InternetBusinessCafe.it centrano in pieno l'obiettivo. Tutte le conoscenze che Giacomo mette a disposizione sono di altissimo valore, il frutto di risultati ottenuti realmente ed anni di esperienze concrete di alcuni dei più brillanti personaggi del web."

Alessandro Pozzetti, Apclick.it

4. Le conversioni



Ora che hai fatto tutto il necessario per portare traffico e coinvolgere il lettore con dei grandi contenuti, il passo subito successivo è quello di **convertire il traffico in entrata**.

Cosa significa?

Ho già accennato al fatto che oltre il 90% dei visitatori non tornerà mai più nel tuo sito. Proprio per questo è necessario **catturare il loro contatto in modo da poter iniziare a stabilire un rapporto di fiducia a lungo termine con loro**, ed eventualmente *trasformarli da iscritti a clienti* (altro livello di *conversione*).

Sarà molto difficile infatti che il visitatore acquisti da te (o scelga te invece che chiunque altro) la prima volta che arriva sul sito: quello di catturare il suo indirizzo e-mail e stabilire diversi punti di contatto è il modo più efficace per farti conoscere, fargli capire chi sei e quali sono le tue competenze.

Ecco alcuni consigli per aumentare le conversioni e crescere le tue opportunità sul web, parallelamente alla tua attività.

Utilizzare Call To Action Efficaci

Cos'è una *Call To Action* (CTA)?

La *Call To Action* è letteralmente una “*Chiamata all'azione*”, ovvero un qualsiasi elemento o componente del sito che indica al lettore di svolgere una determinata azione.

Questa azione è generalmente associata a quello che io chiamo *Obiettivo Primario di Conversione* del sito, ovvero l'azione che prima delle altre vuoi che il visitatore compia quando arriva per la prima volta.

Solitamente la CTA assume la forma di un pulsante ben visibile e che risalta sul resto dei contenuti, proprio perché rappresenta l'**elemento chiave di qualsiasi pagina**.

Perché sia efficace, una CTA deve quindi **indurre la maggior parte dei visitatori ad effettuare l'azione desiderata**.



La *Call To Action* è l'elemento chiave di ogni pagina del tuo sito web.

E' quindi bene fare in modo che la *Call To Action* sia sempre ben visibile. Assicurati, per ogni CTA, di procedere come segue:

- **Rendile più grandi e visibili rispetto a tutti gli altri elementi della pagina** (senza esagerare).
- **Scegli dei colori piacevoli ma accattivanti allo stesso tempo.** Essi da soli dovrebbero invogliare l'utente a cliccare.
- **Usa del testo in prima persona.** Secondo le statistiche converte meglio.
- **Mantieni la semplicità.** Scegli un testo chiaro, conciso e diretto.
- **Esegui dei test.** Dovresti testare continuamente elementi come aspetto e termini: utilizza la tecnica dello *Split Test* per ogni CTA del sito.

Ecco alcuni esempi di Call To Action:



..... Ian Brodie Hosts A Webinar With Clay Collins... ..

"The 4 Most Important Webpages In Your Business, And How To Tweak Them To Triple Your Revenue In The Next 12 Months"

Claim My Spot Now! >>

E-book gratuito!

Scarica l'e-book gratuito **Come creare un blog di successo - gli elementi essenziali**

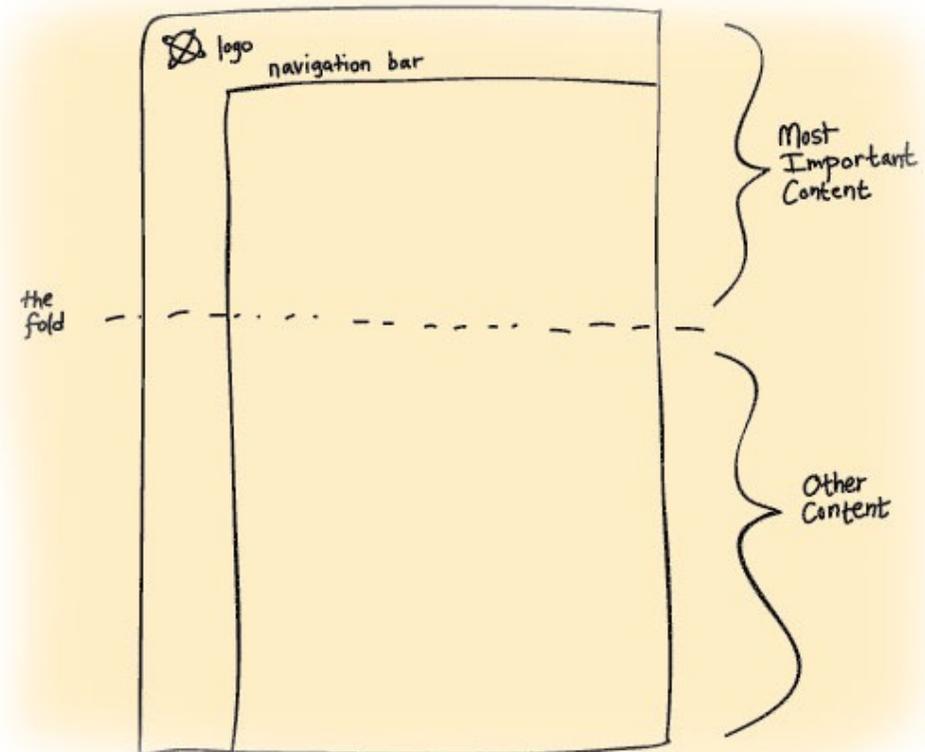
VOGLIO L'E-BOOK GRATUITO

Dove posizionare le Call To Action

Ora che hai compreso l'importanza dell'utilizzo delle *Call To Action* in ogni pagina del sito, è bene capire quali sono i punti strategici dove posizionarle per aumentarne l'efficacia.

E' vero che sono importanti, ma non dovresti inserire le tue CTA ovunque all'interno di una pagina: ciò confonderà l'utente mettendolo di fronte ad un numero di opzioni troppo elevato.

- **Inserisci le CTA sia in cima che in fondo alla pagina.**
Posiziona la CTA nella cosiddetta zona "*above the fold*", ovvero la zona visibile anche senza che l'utente scrolli i contenuti, in quanto riceverà sicuramente più visualizzazioni. Tuttavia, se la pagina è molto lunga è bene inserirla anche sul fondo, in modo da permettere facilmente all'utente di effettuare l'azione, una volta che ha terminato di consumare i contenuti.



- **Posiziona la CTA nella sidebar** (la zona laterale del sito). Solitamente funziona molto bene.
- **Considera l'eventualità di un popup.** Molti sostengono che siano troppo “intrusivi”, perché interrompono il visitatore da quello che sta facendo. In ogni caso utilizzare un popup ha aumentato notevolmente le conversioni in tutti i miei progetti.
- Queste erano alcune idee di posizionamento, ma ricordati di **testare continuamente** ciò che funziona di più: considera di effettuare degli *Split Test* anche per quanto riguarda la posizione delle CTA.

Usa le Call To Action per aumentare il conversionrate di un sito web
(clicca per Twittare)

Le Landing Page

Una volta impostate le tue *Call To Action* è il momento di indirizzare il visitatore che clicca sul pulsante verso un'altro elemento essenziale per la crescita della tua attività online: la **landing page**.

Di cosa si tratta?

Semplice, la *landing page* è una pagina del tuo sito ottimizzata per massimizzare le conversioni.

Quando un visitatore arriva su una *landing page* ha solamente due vie di uscita: **o compie la conversione o se ne va**.



Le *landing page* sono utilizzate solitamente per due tipi di conversioni principali:

- *Acquisire il contatto del visitatore* (solitamente in cambio di una risorsa)
- *Vendere il proprio prodotto o servizio.*

I siti web che utilizzano **30 o più** *landing page* generano un numero di leads (possibili clienti)

7 volte maggiore rispetto a quelli con meno di 10 *landing pages*

(fonte: *HubSpot*)

La pagina dalla quale hai scaricato questa guida è di per se una *landing page*.

Ecco in cosa consiste una *landing page*:

- Un titolo ed un sottotitolo
- Una breve descrizione dell'offerta
- Un'immagine o un video integrativo
- Eventuali testimonial o garanzie della qualità di quello che viene offerto
- Ovviamente, un form per la cattura delle informazioni o il pulsante di acquisto.

Il 48% dei web marketer crea una nuova landing page per ogni campagna.

Il 68% delle aziende che utilizza landing page per generare opportunità ottiene maggiori conversioni.

(fonte: *MarketingSherpa*)

Come accennato, le *landing page* hanno il compito di dirigere l'attenzione del visitatore verso un singolo elemento senza nessun altro tipo di distrazione.

Cos'è che rende una *landing page* veramente efficace?

- **E' composta solamente dagli elementi essenziali legati al compimento dell'azione.** Cerca di non includere troppe informazioni; mantieni la pagina semplice ed elimina tutte le distrazioni.
- **Non presenta la navigazione principale del sito.** Se proprio non vuoi toglierla, rendila meno visibile.
- **E' chiara ed include un'offerta irresistibile.**
- **Il suo contenuto è strettamente rilevante alla *Call To Action*** dalla quale il visitatore è arrivato. Se così non fosse, egli non ci penserà due volte a tornare indietro.
- **Non inserire troppi testi o contenuti**, potrebbero distogliere l'attenzione dell'utente da ciò che è veramente importante: *la conversione*.
- **Non chiedere troppe informazioni** nel modulo di acquisizione del contatto: più lungo sarà il modulo e minore sarà il numero di coloro che lo compileranno. **Solo l'e-mail** oppure **nome ed e-mail** andranno più che bene.

Sito web di successo: crea landing page ed aumenta le conversioni
(clicca per Twittare)

Esempio di una Landing Page ad alto tasso di conversione: oltre il 55%

- La navigazione principale è viene messa in secondo piano
- Il logo di rimane in alto a sinistra
- Titolo che espone l'offerta in modo chiaro e conciso
- Sottotitolo con breve descrizione dell'offerta
- Chiara immagine esplicitiva dell'offerta
- Modulo di iscrizione per la cattura del contatto
- Altro titolo che introduce un'ulteriore descrizione
- Descrizione più approfondita dell'offerta per chi avesse ancora dei dubbi nel download
- Pulsante CTA per rendere facile veloce tornare al modulo di immissione
- Tutti i testi ed i contenuti sono incentrati sul valore ed i benefici dell'offerta
- La Pagina non è troppo lunga

L'E-BOOK GRATUITO ti rivela

- 1 Perché creare un blog**
Quali sono i motivi per cui dovresti creare un blog. Scopri se hai bisogno di creare un tuo blog personale o per la tua azienda
- 2 Come si ottengono risultati con un blog**
Uno degli errori più grandi che non devi assolutamente commettere è quello di concentrarti su risultati sbagliati: con la guida saprai come misurare l'efficacia del tuo blog.
- 3 Cosa devi sapere per creare un blog**
Creare un blog richiede delle competenze tecniche: scopri quali sono quelle da imparare ed approfondire per prime
- 4 Il migliore strumento per creare un blog**
In rete puoi trovare numerosi strumenti e tools per mettere in piedi il tuo blog: la guida ti mostra qual'è il migliore fra tutti quanti
- 5 Come creare un blog in pochi minuti**
Se è la tua prima volta, creare un blog può essere una vera e propria sfida. Impara a creare il tuo blog e pubblicarlo online in pochissimi minuti.
- 6 La strategia ideale per creare un blog di successo**
Per fare in modo che il tuo blog abbia successo ed ottenga risultati concreti devi adottare una strategia adeguata, ed evitare di sprecare risorse in operazioni o lavori inutili.
- 7 Quanto tempo occorre per ottenere risultati**
Quanto tempo devo aspettare per vedere i primi risultati? Se ti stai facendo questa domanda, potrai trovare la risposta all'interno di questo e-book gratuito.

I moduli d'iscrizione

I form di iscrizione (o moduli) sono il punto fondamentale di una *landing page*. Tutta la pagina dovrebbe essere organizzata per dirigere l'attenzione su questo elemento.

I form di contatto sono molto utili quando vuoi che un utente si registri ad un tuo servizio, alla tua newsletter o quando vuoi inviargli un regalo gratuito.

Come abbiamo visto **non dovresti chiedere troppe informazioni nei moduli di contatto**, così facendo intimidirai l'utente diminuendo il numero di conversioni, di iscritti e di possibili clienti.

Quante informazioni richiedere?

La risposta cambia a seconda del settore di cui fai parte e del tipo di audience, ma generalmente vige la regola:

Meno è meglio.

Seleziona il tipo di dati che reputeri strettamente necessari e non inserire un campo in più.

Ancora una volta è bene effettuare degli *Split Test* per verificare il numero di campi che puoi realmente inserire nel form della tua *landing page*.

In ogni caso presta molta attenzione al numero dei campi che compongono i tuoi moduli di iscrizione: essi sono uno dei passaggi chiave per il processo di conversione del lettore e quindi per la crescita del tuo business, qualunque esso sia.

Conclusioni

Internet ha cambiato ogni cosa. Ma soprattutto negli ultimi anni si è evoluto incredibilmente.

Di conseguenza, anche i *metodi* e la *velocità* con cui le persone accedono al web sono aumentati in proporzione.

Ognuno di noi, nel momento in cui necessita di qualsiasi cosa, si reca prima di tutto su Google alla ricerca di informazioni.

Sii pronto a farti trovare al momento giusto.

Non importa che sia un privato, un freelance, abbia un'attività o lavori per qualunque tipo di azienda.

Avere un sito web efficace è il singolo fattore più importante per sfruttare le incredibili opportunità che il web può fornire.

Un sito web “*che funziona*” è un sistema organico formato da più componenti che coesistono fra di loro.

E' il risultato della sinergia tra alcuni elementi fondamentali, come l'integrazione della *SEO*, dei *social media*, di una buona *strategia di blogging* basata su contenuti di alta qualità, di *Call To Action* e *Landing Page* ad alta conversione.

La macchina perfetta per generare traffico, opportunità, clienti e guadagni, intesi sia come generazione di *nuove vendite e nuovi redditi*, sia come *crescita della propria autorità e la nascita di importanti relazioni*.

Se seguirai le indicazioni che ti ho mostrato in questa guida molto presto riuscirai ad avere un sito web funzionale ed efficace. Niente a che fare con quei siti che al massimo sono stati visualizzati dallo zio, dal cugino o dal vicino di casa.

Ma non ti fermare. La tua presenza online deve evolversi e migliorare in maniera costante. Resta aggiornato e cerca di implementare continuamente nuove tecniche!

Le caratteristiche fondamentali di un sito web di successo
(clicca per Twittare)



Chi sono

Sono **Giacomo Freddi**, web designer freelance e developer, web marketer e web writer, fondatore di InternetBusinessCafe.it ed upCreative.net.

Scrivo, oltre al mio blog, per altri 3 blog di successo (ecco alcuni esempi: [skande.com](#), [dariovignali.net](#), [InTime](#), [yourinspirationweb.com](#), [lobaedesign](#) e [webhouseit.com](#)).

Lavoro con diverse agenzie di **web design** e **web marketing** da oltre 8 anni, e mi occupo di consulenze per la creazione di sistemi web innovativi (HTML Mobile App, Applicazioni Web, Siti web, E-Commerce, Installazione e supporto Wordpress ecc.).

Sono ossessionato dallo sperimentare continuamente nuove strategie e tecniche mirate ad un'unico scopo: **convertire ed incrementare il business online**.

Nel corso della mia carriera da web designer, ho avuto modo di affinare le mie tecniche di **design e sviluppo web** arrivando ad essere un vero professionista del settore.

Parallelamente a questo aspetto sono riuscito a specializzarmi anche sulla **crescita del business** dei miei clienti, mostrando loro la giusta strada per sfruttare a proprio vantaggio la potentissima arma dei contenuti internet.

Il web mi ha permesso di mettere in piedi un **proficuo network remoto di web designer, blogger e web marketer professionisti** sparsi tu tutta la penisola italiana e all'estero, senza limiti di spazio o tempo.

La mia filosofia

La filosofia sulla quale si basa tutto ciò che faccio è quella di **aiutare gli altri**, condividendo sul campo tutta l'esperienza maturata tramite informazioni, consigli, tecniche provate e testate personalmente, con il preciso scopo di fare in modo che **abbiano successo**.

Cerco di **insegnare tutto quello che funziona realmente**, in modo da realizzare prodotti utili per il web.



Giacomo Freddi

Web Designer/Developer, Web Marketer, Blogger

Vuoi avere successo col web?

Che tu sia un provato o abbia un'attività, creare un blog o un sito web efficaci è la strada più corretta per generare *nuove opportunità di guadagno* per te o la tua azienda e *farti conoscere gratuitamente* grazie ad internet.

Per farti un esempio concreto, avere un sito web efficace ed un blog con un'adeguata strategia, mi ha permesso di:

- ricevere **più di 10 nuovi clienti** per la mia attività di web designer freelance (uno dei quali da 12.000 €, ovvero 4000 € al mese per 3 mesi)
- oltre **4 proposte di lavoro** a tempo indeterminato
- collaborare con **2 startup italiane**
- crearmi un **network importante** di collaboratori professionisti
- costruire un'audience profittevole e **lanciare con successo un e-book** che mi ha permesso di **guadagnare 4000 €** nella prima settimana
- **posizionarmi come esperto** ed essere contattato per partecipare come relatore a corsi live con più di 4000 persone

Il tutto in soli 3 mesi !

Niente di tutto ciò sarebbe stato possibile senza una strategia corretta che mi permettesse **fare le cose giuste al momento giusto**: il *come* ed il *quando* sono essenziali, quando si parla di **risultati**.

Entra in azione, applica le informazioni presenti in questa guida e ti assicuro che riuscirai a creare un sito web veramente efficace, che ti aiuterà a **raggiungere i TUOI risultati**.

Inoltre, se trovi che le tecniche e le indicazioni della guida siano utili e di valore, forse potrebbe interessarti il mio *corso avanzato **Blogging Strategico***, dove potrai trovare materiale approfondito su come *progettare un sito web di successo* e sull'*esatta strategia di blogging* da seguire per non perdere tempo con inutili operazioni ed andare dritto al punto.

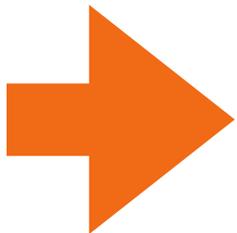
Come puoi vedere, mi piace offrire la maggior parte delle informazioni di valore gratuitamente. Tuttavia riservo i contenuti migliori per coloro che sono pronti ad entrare in azione *ed ottenere seriamente dei risultati*.

Entrare in azione è infatti la chiave per *creare o crescere un'attività online, raggiungere nuovi clienti, costruirsi un seguito, posizionarsi come esperti, guadagnare sfruttando le proprie passioni*.

Blogging Strategico non è quindi per tutti.

Esso è perfetto per chi è deciso veramente ad entrare in azione e eseguire le giuste operazioni al momento giusto:

- Prendere il controllo delle proprie azioni sul web
- Essere pronti ad iniziare
- Focalizzarsi in quello che conta veramente per crescere online
- Costruire fiducia, aumentare i lettori (possibili clienti) ed incrementare i profitti
- Seguire operazioni *step by step* verso il successo.



**Clicca qui per avere maggiori informazioni
sul corso avanzato Blogging Strategico**

Un piccolo favore

Per quanta passione e soddisfazione possa portare scrivere guide di questo tipo, ciò comporta anche un grande dispendio di tempo e risorse.

Se i contenuti gratuiti che ti ho offerto in questa guida ti sono stati utili, potresti restituirmi il favore condividendola sui social network, in modo da renderla utile anche per gli altri.

Clicca sulle immagini per condividere:

