



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO



Tipologie di Siti Web

Prof.ssa Romina Eramo

Università degli Studi di Teramo

Dipartimento di Scienze della Comunicazione

reramo@unite.it

Tipologie di Siti Web

» Conoscere i diversi tipi di siti web è fondamentale nel web design. Ogni tipo ha obiettivi, design e funzionalità specifici.

Introduzione

» Obiettivi

- Fornire una panoramica delle diverse tipologie di siti web.
- Capire il ruolo e l'utilità di ciascun tipo nel contesto digitale.

» Elementi Chiave

- **Struttura:** Variano in base al design, alla funzionalità e allo scopo
- **Evoluzione:** Adattamento alle esigenze degli utenti e ai trend tecnologici.
- **Applicazioni:** Utili per aziende, individui, e-commerce e contenuti educativi.

» Domanda di Riflessione

- Quale tipo di sito web è più adatto al tuo obiettivo?

Siti Web Statici

» Caratteristiche

- Contenuto fisso, progettato una volta e raramente aggiornato.
- Ideale per brochure aziendali o informazioni durature.

» Vantaggi

- **Costo basso:** Semplice da sviluppare e mantenere.
- **Performance elevata:** Caricamento rapido grazie a HTML semplice.

» Svantaggi

- Mancanza di interattività.
- Difficile da aggiornare senza conoscenze tecniche.

» Esempi

- Landing page di promozioni temporanee.
- Siti personali o di portfolio statici.

Siti Web Dinamici

» Caratteristiche

- Contenuto aggiornabile in tempo reale.
- Supportano interazione con gli utenti.

» Vantaggi

- **Flessibilità:** Modifica e aggiornamento continuo dei contenuti.
- **Esperienza utente migliorata:** Navigazione personalizzata.

» Svantaggi

- Richiede competenze tecniche o un CMS (es. WordPress).
- **Costo maggiore:** Sviluppo e manutenzione più complessi.

» Esempi

- Blog, notizie, social media.
- Siti di e-learning come Coursera.

Landing Pages

» Caratteristiche

- Pagina singola progettata per campagne di marketing o pubblicitarie.
- **Focus specifico:** Promuovere un prodotto, un servizio o raccogliere contatti (lead).
- Contiene una **Call-to-Action (CTA)** chiara e visibile.

» Vantaggi

- **Conversione Elevata:** Struttura ottimizzata per guidare l'utente verso un'azione specifica.
- **Analisi Mirata:** Monitoraggio di metriche (CTR, conversion rate).

» Svantaggi

- Non ideale per fornire grandi quantità di informazioni.
- Richiede costante ottimizzazione per migliorare le prestazioni.

Landing Pages (2)

» Esempi di Utilizzo

- Registrazione a webinar o eventi.
- Download di risorse gratuite (es. eBook, whitepaper).
- Promozioni o offerte limitate nel tempo.
- Campagne pubblicitarie: Annunci pay-per-click, social media marketing.

» Suggerimenti per una Landing Page Efficace

- Design semplice e intuitivo.
- Contenuto focalizzato su un messaggio chiave.
- CTA visibile, chiara e convincente (es. "Acquista ora," "Iscriviti").

» Elementi Essenziali

- Titolo accattivante.
- Descrizione chiara del valore.
- Form di contatto o pulsante CTA evidente.
- Immagini o video di supporto.

Landing Pages (3)

Campagna "Spotify Premium Free Trial"

Spotify Premium Landing Page

» Caratteristiche della Landing Page

- **Obiettivo:** Convertire utenti gratuiti in abbonati premium.
- **CTA Chiara:** "Ottieni Premium gratis per 3 mesi."
- **Design Pulito:**
 - Colori aziendali per riconoscibilità.
 - Immagine accattivante che richiama il prodotto (musica ovunque, su qualsiasi dispositivo).

The screenshot shows the Spotify Premium landing page. At the top, it features a purple header with the Spotify logo and navigation links for Premium, Assistenza, Scarica, Iscriviti, and Accedi. A large banner highlights a free trial offer: "€ 0,00 per 3 mesi di Premium". Below this, text encourages users to "Goditi musica senza pubblicità, riproduzione in modalità offline e molto altro ancora. Annulla quando vuoi." A "Inizia" button and a "Visualizza tutti i piani" link are present. To the right is a stylized purple graphic of a mountain or wave. The main content area is titled "Piani convenienti per ogni situazione" and describes how to choose a plan. It lists payment methods: VISA, MasterCard, American Express, Discover, and PayPal. A section titled "Tutti i piani Premium includono" lists benefits: Music senza pubblicità, Download per ascoltare in modalità offline, Riproduzione dei brani in qualsiasi ordine, Qualità audio elevata, Ascolto con gli amici in tempo reale, and Organizzazione della coda di ascolto. Three plan options are shown: "Gratis per 3 mesi" for Individual (1 account Premium, Annulla quando vuoi), "Gratis per 1 mese" for Student (1 account Premium verificato, Sconto per studenti idonei, Annulla quando vuoi), and "Premium Duo" (2 accounts Premium, Annulla quando vuoi). Each plan has a "Prova gratis" button.

Landing Pages (4)

Campagna "Spotify Premium Free Trial"

- **Struttura Lineare:**
 - Messaggio principale al centro.
 - Benefici elencati sotto (senza pubblicità, modalità offline, qualità audio superiore).

» Strategie di Conversione Utilizzate

- **Urgenza:** Offerta limitata nel tempo ("3 mesi gratis").
- **Prova gratuita:** Riduce il rischio percepito dall'utente.
- **Mobile-first design:** Ottimizzata per smartphone e tablet.

» Risultati Tipici di Una Landing Page Simile

- **Elevate conversioni** grazie a un focus unico e contenuti mirati.
- **Engagement misurabile** per testare l'efficacia della campagna (A/B test su CTA, design, testo).

» Lezioni Chiave da Questo Esempio

- Concentrati su un obiettivo: non disperdere l'attenzione.
- Usa un messaggio semplice e una grafica essenziale per guidare l'azione.
- Fai leva su offerte speciali o benefici unici.

Blog e Magazine Online

- **Blog:** Siti personali o aziendali aggiornati frequentemente con articoli o post su argomenti specifici.
 - Obiettivo: Condividere opinioni, esperienze, o expertise; creare una community.
- **Magazine Online:** Pubblicazioni digitali con contenuti editoriali professionali, simili a riviste tradizionali.
 - Obiettivo: Fornire contenuti informativi, intrattenere, o monetizzare attraverso abbonamenti e pubblicità.

Blog e Magazine Online (2)

» Caratteristiche Principali

- **Struttura:**
 - Homepage con sezioni tematiche.
 - Pagine dedicate agli articoli o post.
- **Contenuti:**
 - Blog: Stile personale, informale, con articoli più brevi.
 - Magazine: Articoli approfonditi, spesso con più autori e redattori.
- **Multimedia:** Uso di immagini, video e infografiche per coinvolgere il lettore.

» Funzionalità Tecniche

- **Blog:**
 - Pannello per la pubblicazione e modifica degli articoli.
 - Sezione commenti per l'interazione con i lettori.
 - Tag e categorie per organizzare i contenuti.
- **Magazine:**
 - Layout avanzato per articoli lunghi.
 - Gestione abbonamenti o paywall per accesso esclusivo.
 - Strumenti SEO per ottimizzare il traffico organico.

Blog e Magazine Online (3)

» Vantaggi

- **Blog:** Flessibilità, personalizzazione, e accessibilità per singoli o piccole realtà.
- **Magazine:** Capacità di attrarre pubblico vasto e monetizzare su larga scala.

» Svantaggi

- **Blog:** Maggiore difficoltà nel generare entrate consistenti.
- **Magazine:** Costi elevati per mantenere la redazione e l'infrastruttura tecnica.

» Design Consigliato

- **Blog:**
 - Tema minimalista, con focus sui contenuti testuali.
 - Layout mobile-friendly per accesso rapido.
- **Magazine:**
 - Design accattivante e complesso, con menu ricchi di sottosezioni.
 - Evidenza per articoli in evidenza e rubriche popolari.

Blog e Magazine Online (4)

» Esempi Reali

- **Blog:**

- *Minimalist Baker* (Cucina)
- *Nomadic Matt* (Viaggi)

- **Magazine Online:**

- *Wired* (Tecnologia e Innovazione)
- *National Geographic* (Scienza e Cultura)

E-commerce

» Caratteristiche

- Progettati per vendere prodotti e servizi online.
- Integrazione di carrelli, pagamenti e tracking ordini.

» Vantaggi

- Accessibilità globale 24/7.
- Analisi avanzata delle vendite e comportamento clienti.

» Svantaggi

- Competitività elevata.
- Gestione della sicurezza per i dati dei clienti.

» Esempi

- Amazon, Etsy, Shopify.

E-commerce (2)

» Elementi Principali

- **Catalogo Prodotti:** Organizzato per categorie, sottocategorie, e filtri avanzati.
- **Carrello e Checkout:** Flussi ottimizzati per ridurre gli abbandoni.
- **Metodi di Pagamento:** Supporto per carte, wallet digitali (es. PayPal, Apple Pay), e opzioni BNPL (*Buy Now, Pay Later*).
- **Integrazioni Tecnologiche:**
 - CRM per la gestione dei clienti.
 - Tracking per spedizioni.
 - Chatbot per assistenza clienti.

E-commerce (3)

Design consigliati

1. Design Minimalista e Pulito:

- Focus sui prodotti con immagini di alta qualità.
- Pagine ben strutturate con call-to-action (CTA) chiari (es. "Aggiungi al carrello", "Acquista ora").
- Colori neutri per non distrarre dall'oggetto in vendita.
- Esempio: *Everlane*.

2. Mobile-First:

- Design ottimizzato per smartphone e tablet.
- Menu a scomparsa, pagine leggere e caricamento rapido.
- Esempio: *Glossier*.

3. Navigazione Intuitiva:

- Menu con mega-dropdown per cataloghi ampi.
- Ricerca con suggerimenti in tempo reale e possibilità di filtrare per prezzo, marca, valutazione, ecc.
- Esempio: *Amazon*.

E-commerce (4)

Design consigliati

4. Personalizzazione dell'Esperienza:

- Raccomandazioni basate sulla cronologia dell'utente.
- Contenuti dinamici, come saldi mirati e suggerimenti personalizzati.
- Esempio: *Netflix* (per servizi digitali).

5. Design Visivo Coinvolgente:

- Uso di video dimostrativi e zoom dinamico per i prodotti.
- Implementazione di funzionalità AR/VR per visualizzare i prodotti (es. mobili in una stanza).
- Esempio: *IKEA*.

E-commerce (5)

Esempi Reali

- **Elettronica:**
 - *Apple Store Online*: Layout minimalista, focalizzato sull'estetica del prodotto.
 - *Best Buy*: Filtri avanzati e opzioni di consegna chiare.
- **Abbigliamento:**
 - *Zara*: Navigazione semplice e immagini di prodotto a schermo intero.
 - *ASOS*: Esperienza mobile eccellente e personalizzazione.
- **Marketplace Generici:**
 - *eBay*: Supporto per venditori privati e professionali con un mix di contenuti.
 - *Etsy*: Design orientato a prodotti unici e artigianali.

E-commerce (5)

Best Practices per il Design

» Chiarezza del Processo di Checkout:

- Numero di passaggi ridotto (idealmente 1 o 2).
- Opzione di pagamento come ospite (senza obbligo di registrazione).

» Ottimizzazione della Velocità:

- Tempi di caricamento ridotti per evitare perdite di utenti.

» Design Accessibile:

- Supporto per screen reader e navigazione da tastiera.

» Elementi di Fiducia:

- Recensioni dei prodotti visibili e badge di sicurezza per il pagamento.

Portali

» Caratteristiche

- Raccolgono informazioni in categorie accessibili.
- Offrono servizi come e-mail, forum, e motori di ricerca.

» Vantaggi

- **Centralizzazione:** Ampia gamma di servizi in un unico luogo.
- **Interattività:** Forum, chat, e servizi personalizzati.

» Svantaggi

- Complessità di sviluppo e manutenzione.
- Richiede risorse elevate per il funzionamento.

» Esempi

- Yahoo!, Google Workspace.

Siti Web Aziendali (Corporate)

- » Rappresentano un'azienda, mostrando prodotti, servizi e valori. Esempi: siti di Coca-Cola, IBM.

Siti Portfolio

» Mostrano il lavoro di professionisti o aziende.
Esempi: Behance, portfolio di designer.

Siti Web Istituzionali e Educativi

» Caratteristiche

- Veicolano informazioni ufficiali e risorse didattiche.
- Interfaccia spesso semplice per garantire chiarezza.

» Vantaggi

- **Autorità:** Fonte di informazione affidabile.
- **Accesso gratuito:** Diffusione della conoscenza.

» Svantaggi

- Aggiornamenti poco frequenti.
- Possibili carenze in termini di design accattivante.

» Esempi

- Università, ministeri, coursera.

Siti Web Informativi

- » Creati per fornire informazioni su argomenti specifici o organizzazioni.
- » Esempi: Wikipedia, siti governativi.

Social Network

» Piattaforme per connettere persone e condividere contenuti. Esempi: Facebook, LinkedIn.

Siti di Community o Forum

- » Progettati per discussioni tra utenti con interessi comuni. Esempi: Reddit, Stack Overflow.

Web App e Piattaforme Interattive

» Offrono funzionalità interattive, come software online. Esempi: Canva, Google Docs.

Siti di Intrattenimento

» Focalizzati su video, giochi, musica o notizie.
Esempi: Netflix, YouTube.

Siti di Eventi

» Promuovono eventi come conferenze o festival.
Esempi: siti di concerti, TEDx.

Siti di Crowdfunding

» Raccolgono fondi per progetti o cause. Esempi:
Kickstarter, GoFundMe.

Motori di Ricerca

» Aiutano a trovare informazioni online. Esempi:
Google, Bing.

-
- » Sito aziendale (+ e-commerce, landing page)
 - » Blog
 - » Sito portfolio
 - » Sito di eventi (+ e-commerce, landing page)
 - » Sito informativo