WEB DESIGN

Tipologie di Siti Web

Prof. ssa Romina Eramo
Dipartimento di Scienze della Comunicazione
Università degli Studi di Teramo
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.

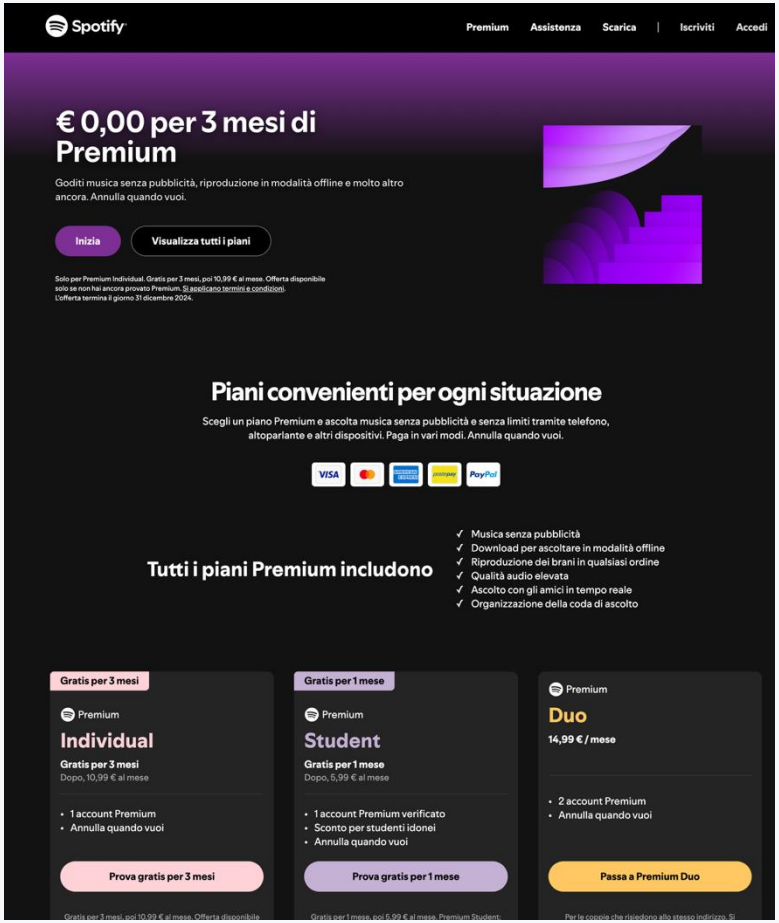
Landing Pages (2)

- **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).



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.