



# Progettazione e sviluppo di siti web

Modulo 2: esercitazione finale

1

personas

Nome: Elisa boldi, 27 anni, professoressa di italiano, mamma di una bambina di quasi un anno

### Bisogni

- Acquistare una torta scenografica personalizzata per il primo compleanno di sua figlia.
- Ordinare decorazioni coordinate come inviti, menu tavolo e porta bomboniere.

### Obiettivi

- Trovare un sito chiaro e ricco di anteprime personalizzate
- Ricevere ispirazione visiva e assistenza per poter coordinare il tutto
- Ricevere l'ordine in tempo e senza errori

### Comportamenti Online

- Naviga spesso da cellulare, soprattutto la sera o durante la pausa pranzo
- Per trovare idee si serve di Pinterest
- Salva molte idee ma poi ritorna solo sui siti che l'hanno colpita

### Dispositivi utilizzati

- iPhone 12 utilizzato principalmente per la navigazione e gli acquisti
- Computer, Lenovo utilizzato più raramente per il lavoro

2

personas

Nome: Francesca Monaco, 34 anni, addetta alle vendite, mamma di Andrea, un bimbo di 6 anni

### Bisogni

- Ordinare inviti personalizzati a tema della festa
- Ordinare dei regalini dopo festa
- Ricevere tutto in tempo senza stress

### Obiettivi

- Ricevere tutto in tempo senza stress
- Essere guidata tra le diverse idee

### Comportamenti Online

- Naviga da smartphone, in pausa pranzo o dopo cena
- Usa Instagram e segue pagine di mamme e feste, per trovare idee
- Tende ad acquistare tutto in un colpo solo: inviti e gadget
- Se soddisfatta, è molto propensa a consigliare il sito ad altre mamme

### Dispositivi utilizzati

- Samsung Galaxy A52
- Tablet: usato dai figli o per guardare video, ma a volte utile per vedere bene i prodotti

## ESERCIZIO 2: struttura dell'informazione



La gerarchia del sito è intuitiva e semplice e comprende:

- logo e menu principale
- immagini ed esempi
- descrizione di quest'ultimi

## ESERCIZIO 3 : mobile first designe

Ecco tre esempi di siti web simili al mio settore che adottano un design responsive e mobile-first.  
Analizzeremo i punti di forza delle loro versioni mobile e desktop, evidenziando le differenze principali.

sito 1

Dolci ricordi- regali e bomboniere

sito 2

irpot

sito 3

sottosopra party

Analizziamo i punti di forza del design mobile-first e delle versioni mobile e desktop, evidenziando le differenze principali.

## sito 1

Dolci ricordi- regali e bomboniere

### Punti di forza del design mobile-first

- Navigazione semplificata: Il menu principale è accessibile tramite un'icona hamburger, facilitando la navigazione su schermi di piccole dimensioni.
- Contenuti focalizzati: La pagina "Chi siamo" presenta informazioni essenziali in modo chiaro e conciso
- Immagini ottimizzate: Le immagini sono adattate per il caricamento rapido su dispositivi mobili, mantenendo una buona qualità visiva.
- Call-to-action visibili: Pulsanti come "Registrati" o "Contattaci" sono ben posizionati e facilmente cliccabili, migliorando l'interazione dell'utente.

# Confronto tra versioni desktop e mobile

sito 1

Dolci ricordi- regali e bomboniere

Elemento	Versione Desktop	Versione Mobile
Menu di navigazione	Visualizzato orizzontalmente nella parte superiore.	Accessibile tramite icona hamburger.
Layout dei contenuti	Disposizione a griglia con più elementi visibili.	Layout a scorrimento verticale per facilità di lettura.
Immagini	Immagini di dimensioni maggiori.	Immagini ridimensionate per adattarsi allo schermo.
Call-to-action	Pulsanti di dimensioni standard.	Pulsanti più grandi e facilmente cliccabili.
Caricamento	Tempi di caricamento standard.	Ottimizzato per caricamenti più rapidi.

Analizziamo i punti di forza del design mobile-first e delle versioni mobile e desktop, evidenziando le differenze principali.

sito 2

irpot

### Punti di forza del design mobile-first

- Il menu principale è accessibile tramite un'icona hamburger nella barra in alto accanto alla sezione di ricerca
- Layout a scorrimento verticale: I prodotti sono disposti in una lista verticale, permettendo agli utenti di scorrere facilmente e visualizzare le opzioni disponibili.
- Immagini ottimizzate: Le immagini dei prodotti sono adattate per il caricamento rapido su dispositivi mobili, mantenendo una buona qualità visiva.
- Call-to-action visibili: Pulsanti come "assistenza clienti" o "aggiungi al carrello" sono ben posizionati e facilmente cliccabili, migliorando l'interazione dell'utente.



# Confronto tra versioni desktop e mobile

sito 2

irpot

Elemento	Versione Desktop	Versione Mobile
Menu di navigazione	Menù orizzontale sempre visibile.	Menù hamburger o a scomparsa per salvare spazio.
Layout dei contenuti	Layout multi-colonna (es. sidebar con filtri a sinistra, prodotti al centro).	Struttura monocolonna, tutto impilato verticalmente.
Immagini	Immagini di dimensioni maggiori.	Immagini ridimensionate per adattarsi allo schermo.
Call-to-action	Pulsanti di dimensioni standard.	Pulsanti più grandi e facilmente cliccabili.
Caricamento	Più tolleranza verso contenuti “pesanti”	Immagini compresse e script ottimizzati per consumare meno dati e garantire velocità.

Analizziamo i punti di forza del design mobile-first e delle versioni mobile e desktop, evidenziando le differenze principali.

## sito 3

sottosopra party

### Punti di forza del design mobile-first

- Il menu principale è accessibile tramite un'icona hamburger, permettendo agli utenti di esplorare facilmente le varie categorie di prodotti senza sovraccaricare lo schermo.
- I contenuti sono organizzati in un layout a scorrimento verticale, facilitando la navigazione e la lettura su schermi di piccole dimensioni.
- Le immagini dei prodotti sono adattate per il caricamento rapido su dispositivi mobili, mantenendo una buona qualità visiva senza compromettere le prestazioni.
- Pulsanti come "Aggiungi al carrello" o "Procedi con il checkout" sono facilmente cliccabili e posizionati strategicamente per guidare l'utente attraverso il processo di acquisto.
- La barra di ricerca è prominente e facilmente accessibile, permettendo agli utenti di trovare rapidamente i prodotti desiderati.

# Confronto tra versioni desktop e mobile

sito 3

sottosopra party

Elemento	Versione Desktop	Versione Mobile
Menu di navigazione	Menu orizzontale visibile nella parte alta della pagina, con le categorie a portata di click.	Il menu è accessibile tramite un'icona "+"
Layout dei contenuti	I prodotti sono disposti in una griglia a più colonne, elementi aggiuntivi come filtri, banner promozionali e informazioni supplementari sono visibili lateralmente	Il layout si adatta a una singola colonna, con i prodotti disposti verticalmente
Immagini	Le immagini dei prodotti sono di dimensioni maggiori	Le immagini sono ottimizzate per adattarsi alla larghezza dello schermo
Call-to-action	Le CTA, come "Aggiungi al carrello" sono posizionate accanto alle immagini dei prodotti o nella parte superiore della pagina	Le CTA sono posizionate in modo più prominente, e facilmente raggiungibile con il pollice, per facilitare l'interazione touch.
Caricamento	Su desktop, il sito può permettersi di caricare immagini ad alta risoluzione e contenuti multimediali più pesanti	La versione mobile è ottimizzata per caricare più rapidamente, utilizzando immagini compresse

## ESERCIZIO 8 : identifica tre strategie per ottenere backlink di qualità

1

Collaborazioni con blog e portali di eventi: contatta blogger o portali che parlano di feste per bambini, matrimoni, eventi, e proponi guest post, interviste o collaborazioni a tema. In cambio, loro inseriscono un link al tuo blog.

2

Crea contenuti che altri siti vorranno spontaneamente linkare, ad esempio:

- Guide pratiche
- Template grafici gratuiti per inviti o decorazioni
- Checklist stampabili per organizzare feste.

3

Recensioni e collaborazioni con aziende complementari, es: chi vende palloncini, bomboniere, articoli per feste, carta da regalo, accessori decorativi proponendo:

- recensioni di alcuni loro prodotti,
- articoli collaborativi,
- citazioni reciproche nei blog o siti ufficiali.

## ESERCIZIO 8 : identifica la strategia sui social medial

1 Usa piattaforme che valorizzano l'estetica: Instagram, Pinterest,

2 Chiedi feedback ("Quale torta vi piace di più? A o B?"), sondaggi, quiz.

3 Usa hashtag pertinenti

ESERCIZIO 9 : analizza la differenza tra cookie di prima e terza parte su un sito web

- Se si ha un sito/blog personale, serviranno principalmente i cookie di prima parte (es: login utenti, preferenze lingua, statistiche di visita base).
- Se invece si utilizzano strumenti pubblicitari come Google Ads, o widget social, allora saranno coinvolti anche cookie di terza parte, e dovrai informare gli utenti correttamente tramite banner cookie e consenso GDPR.

## Analisi del sito irpot

I cookie di **prima parte** sono installati direttamente dal dominio irpot.com durante la navigazione.

Finalità principali:

Cookie Tecnici: Essenziali per il funzionamento del sito, come la gestione del carrello, l'autenticazione dell'utente e la selezione delle preferenze.

Cookie Statistici: Utilizzati per raccogliere dati aggregati e anonimi sul comportamento degli utenti, al fine di migliorare le prestazioni del sito.

I cookie di **terza parte** sono installati da domini diversi da irpot.com, spesso attraverso componenti o servizi integrati nel sito.

Finalità principali:

Cookie Statistici: Raccolgono dati sul comportamento degli utenti per analisi avanzate.

Cookie di Profilazione: Tracciano le abitudini di navigazione per creare profili utente e offrire pubblicità personalizzata.

Cookie Social: Permettono l'integrazione con piattaforme social e il tracciamento delle interazioni.

## ESERCIZIO 9 : scrivi un breve report sull'importanza della conformità gdpr

Il GDPR (General Data Protection Regulation) è il Regolamento Europeo sulla protezione dei dati personali, entrato in vigore il 25 maggio 2018. Ha l'obiettivo di garantire che i dati personali dei cittadini europei siano raccolti, trattati e conservati in modo trasparente, sicuro e rispettoso dei diritti degli utenti.

Perché la conformità GDPR è fondamentale?

### 1. Protezione della fiducia degli utenti

Essere conformi dimostra agli utenti che il sito o l'azienda rispetta la loro privacy, aumentando la credibilità e la fiducia nel brand.

### 2. Evitare pesanti sanzioni

Le violazioni del GDPR possono comportare multe fino a 20 milioni di euro o fino al 4% del fatturato annuo mondiale dell'azienda, a seconda di quale cifra sia più alta.

### 3. Migliorare la gestione interna dei dati

La conformità richiede una gestione più organizzata e consapevole dei dati raccolti, portando anche a processi aziendali più efficienti.

### 4. Vantaggio competitivo

Un'azienda trasparente nel trattamento dei dati offre un valore aggiunto rispetto ai concorrenti, specialmente in mercati dove la privacy è una priorità crescente.



*fine!*