

PROGETTO FINALE 2

Per questo progetto ho voluto utilizzare come brand l'organizzazione di corsi per famiglie del "Progetto finale 1":

Il loro obiettivo è dare la possibilità alle famiglie di comunicare tra loro creando una rete di sostegno inclusiva che comprenda al suo interno, oltre ai **corsi base** manuali e di creatività (come, per esempio, corsi di cucina per bambini, corsi di musical per bambini o corsi di yoga per donne incinta), ulteriori **corsi d'integrazione** destinati ai genitori che non abbiano grande padronanza della lingua italiana (immigrazione, rifugiati di guerra), facendo così in modo di tessere legami che altrimenti li porterebbe all'emarginazione. Per loro, tramite finanziamenti dello stato e della regione i costi saranno calmierati così da consentirgli la partecipazione. Per quanto riguarda i bambini i corsi saranno orientativamente di 5gg dove, durante l'ultimo giorno, ci sarà una sorta di incontro con i genitori, che verranno a vedere la location e parteciperanno alla consegna di un "Diploma", mostrando (o facendo assaggiare, se si tratta di corso di cucina) quello che si è fatto durante il corso.

Proprio per questa voglia che l'azienda sia inclusiva e i corsi non siano destinati solo ad un'élite, ho scelto un quartiere romano come Torpignattara, che fonde al meglio la periferia con i dintorni, invece sono molto più benestanti. In tal modo ci sarebbe anche una riqualificazione di quest'area un po' abbandonata.

Esercizio 1: Creazione delle Personas

Le Personas che andrò a dettagliare saranno volutamente di due background opposti:

- **Claudio (35 anni)**, marito di Rosy e padre di Giulio (8 anni), con difficoltà a socializzare con i suoi compagni di classe per problemi di dipendenza tecnologica da cellulare e dalle varie piattaforme di gioco.

I **suoi bisogni** sono relativi ad aumentare le relazioni interpersonali di suo figlio al di fuori dell'ambito digitale. **Vuole** che corra, giochi e crei, invece di stare sempre in camera sua.

Solitamente utilizza Instagram dal **cellulare** durante il tempo libero per vedere video divertenti o cercare nuove ricette, siti di pesca in cerca di affari e il **pc** mentre lavora come Data Analyst, ricercando informazioni riguardo dati statistici, ma anche tramite **tablet** quando lavora da casa o cercando video su YouTube per capire come riparare la lavasciuga senza chiamare il tecnico.

- **Anastasia (31)**, moglie di Dmitri e madre di Sasha (8anni). Sono arrivati 3 anni fa come rifugiati dall'Ucraina. Vivono in zona ma ancora non sono riusciti a crearsi una propria sfera sociale a causa del fatto che le generazioni di periferia parlino poco inglese e loro stiano ancora imparando l'italiano. Lavora come commessa in un negozio d'abbigliamento in centro.

Hanno **bisogno** che il figlio sia inserito in un'attività, in modo da allargare la propria sfera di amicizie anche al di fuori del contesto scolastico e da poter imparare così **l'italiano più facilmente**, non relegando le sue uscite solo a bambini russofoni.

Utilizza da **mobile** Instagram/Facebook, seguendo reel in italiano e pagine di quartiere, così da imparare l'italiano per abitudine, svagandosi e socializzando con italofoeni. Visita inoltre siti di e-commerce per dare un'occhiata ai vestiti.

Per la sua famiglia l'integrazione nel quartiere in cui vivono è molto importante. E puntano a migliorare sempre di più.

Esercizio 2: Struttura dell'informazione

In questo secondo blocco andremo ad analizzare l'esperienza utente di una delle due Personas che precedentemente abbiamo analizzato.

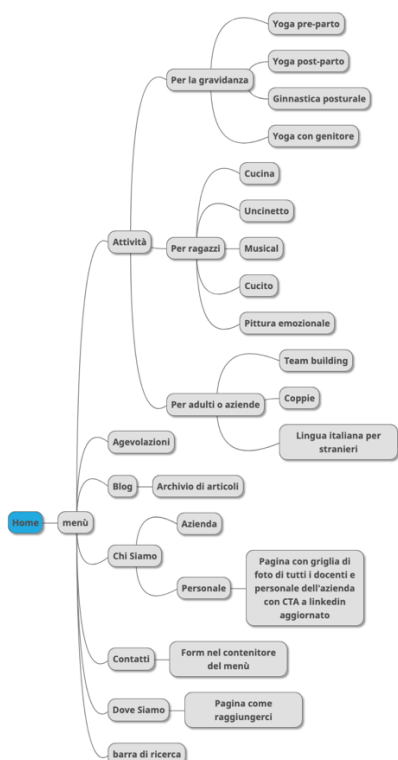
Come si troverà all'interno del sito? Riuscirà facilmente a trovare le informazioni che cerca? Innanzitutto vorrei tenere a specificare che proprio per questa missione d'inclusione di corsisti, ma anche genitori, che possono anche non conoscere l'italiano. Il sito potrà essere tradotto in inglese [vediamo se lo riesco a fare].

Claudio, la nostra Personas di riferimento, si troverà davanti un menù semplice e intuitivo che lo rimanderà direttamente a ciò che gli interessa: Attività per ragazzi; da lì poi potrà cliccare direttamente sulla stessa pagina avendo una panoramica dei corsi globale o potrà continuare a curiosare tra i vari corsi con una breve introduzione, foto e a cui seguirà poi un calendario con i corsi filtrati a seconda della pagina a cui ci troviamo davanti.

Dal menù potrà inoltre informarsi tramite il Menù principale

- Come raggiungere il posto con mappa e breve descrizione con mezzi pubblici
- Sull'azienda e la sua storia, i docenti e personale tramite pagina con Griglia di foto con breve descrizione e CTA che rimanda al loro linkedin
- Ulteriori corsi indirizzati a genitori che potrebbero fare al caso loro

Oltre a tutto ciò, arrivando sul sito per la prima volta, s'incappa in un pop-up che offre il 20% di sconto in cambio dell'iscrizione alla Newsletter, indicando le proprie preferenze.



Questa struttura facilita l'UX dando modo all'utente di arrivare al corso desiderato essendo divisi per età e necessità; offrendo, inoltre, un'area contatti e un'area "Dove siamo" in modo da poter sapere come arrivare al luogo. Nel caso in cui l'utente sia già conoscenza di ciò che cerca c'è anche una barra di ricerca che potrà condurli il più velocemente possibile alla pagina o articolo che gli/le interessa.

Esercizio 3: Mobile-first Design

I siti web alla quale ho fatto riferimento per questo esercizio sono:

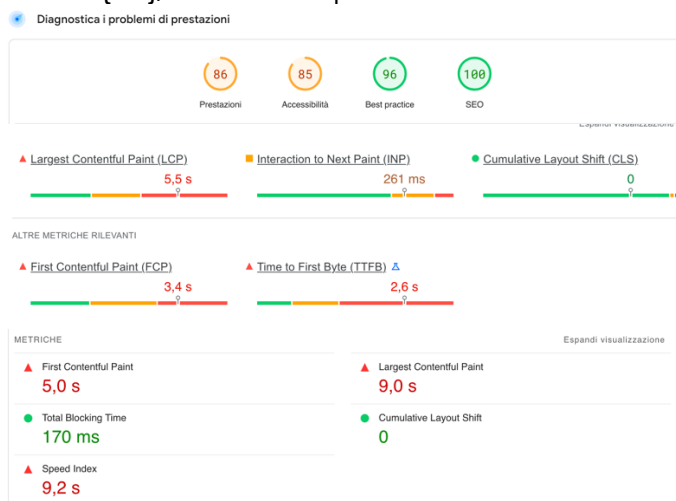
- **Aquest**
- **Goodfoodlab**
- **Brado Roma**

Aquest (www.aquest.it) Offre contenuti digitali e creativi (soprattutto in ambito pubblicitario e comunicazione).

Il sito è sicuramente dinamico e fatto in modo che il potenziale cliente possa solo che essere sorpreso: transizioni particolari, ogni volta che il puntatore si sposta reagisce lo schermo in modo diverso riprendendo sempre il tema “aqua” (quindi onde ad ogni dove). Insomma tutto è fatto per sbalordire, e ci riesce! Un’ “experience” come direbbero le grandi multinazionali.

Dall'altro lato più cose annoiano e infastidiscono. Sicuramente il sito in questione fa riferimento a grandi aziende ma in fatto di accessibilità ha le sue pecche che ha lasciato indietro a favore di un design accattivante e sbalordente:

- Una di cui ci si accorge subito è la scarsa **accessibilità**: La mancanza di poter cambiare lingua dall'inglese in primis (o per lo meno, il modo c'è, ma non cambia). Inoltre non c'è modo di controllare tramite WAVE le giuste metriche ma non credo passi un probabile test al daltonismo o all'adhd, mancano alternative testuali alle immagini, manca una barra di ricerca e il contrasto tra testo e sfondo è minimo
- Verificando tramite Pagespeed Insight si nota che anche la velocità del sito ha subito l'effetto della sua bellezza: Seppur il sito sia perfettamente ottimizzato per la SEO e l'usabilità, sul piano prestazioni non passa spesso gli standard.
 - Da desktop il tempo per visualizzare il contenuto principale più grande è altissimo (9s), così come il primo contenuto visibile e l'indice di velocità



- Da mobile la gestione del sito è meno distraente, forse perché più concentrata, e le transizioni non subiscono il cambio di risoluzione dello schermo. Unica pecca che si aggrava sono le prestazioni che passano da 86 (per desktop) a 55 (per mobile). Il sito infatti concentra l'esperienza nel suo portfolio di video che presenta come hanno aiutato le aziende a rendere la loro comunicazione d'impatto.

Goodfoodlab (www.goodfoodlab.it) sito web di una food influencer che offre ricette veg e consigli di lifestyle in linea con la sua idea anti-spreco e ambientalista.

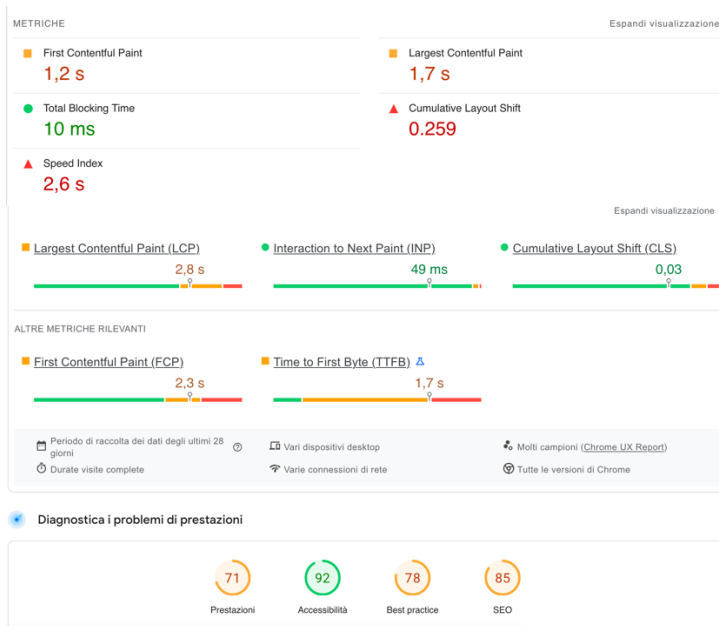
Le foto professionali non sono disturbanti ma convogliano la lettura. I servizi che offre vengono divisi nel suo menù in “Cucinare green” e “Vivere green”. Un ban in alto nell’header richiama all’iscrizione alla sua newsletter e sotto al menu si trova invece un contenitore dove passano video della sua cucina casalinga e curata, con ingredienti semplici e sani.

Ciò che rende il suo mobile-first design comodo è che non toglie niente all’esperienza utente da desktop. Tutto è ben organizzato e nel contenitore più giusto, con un buon contrasto tra testo e sfondo.

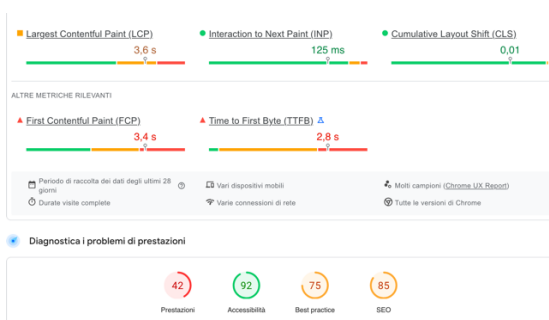
Analizzando con WAVE accessibility dice il contrario e trova 8 immagini con un basso contrasto e 12 immagini senza testo alternativo.

Per quanto riguarda la velocità da pc e da mobile si vedono le prime, secondo me impercettibili, differenze:

- Seppur il sito è ben strutturato, veloce e accessibile, necessiterebbe di piccole ottimizzazioni lato server e layout così da migliorare queste metriche



Con l’esperienza mobile peggiorano le metriche soprattutto per ciò che riguardano le prestazioni (da 71 a 42). (Vedi sotto)



Brado Roma (www.bradoroma.it) Ristorante di selvaggina a Roma.

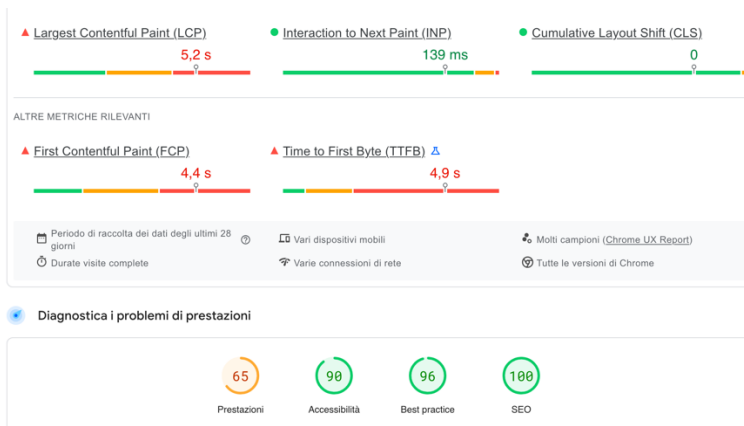
Il sito si svolge tutto su una pagina e il menù rimanda a contenitori della home, tranne che per il menù, che si apre in un'altra pagina, e le prenotazioni, per la quale si appoggiano a un servizio esterno.

L'unico video è quello di presentazione della Home, appena sotto il menù. Per il resto sono più foto aesthetic dei piatti in food photography, del ristorante o foto dei tre fratelli che hanno aperto il ristorante. Niente di eccezionale e niente blog. D'altronde se vai sul sito è solo perché vuoi curiosare il menù o prenotare il tavolo e tutti i tasti sono visibili o semplici da raggiungere nell'immediato. C'è l'invito all'iscrizione alla newsletter ma senza dire quale siano i possibili contenuti. Forse potrebbero giusto essere informativi su un cambio di menù o un menù di pasqua, sicuro non invoglia.

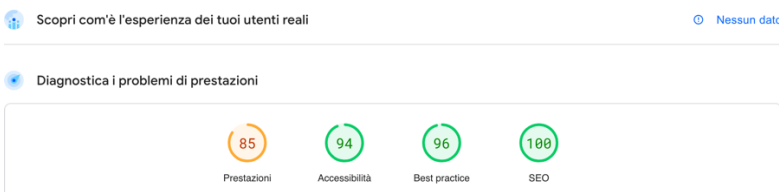
Inoltre c'è un'area "Dicono di noi" interrotta da una CTA "Prenota" e poi ripresa con un contenuto slide di testate giornalistiche che non si possono cliccare. Quindi praticamente puoi solo sapere chi ha parlato di loro, ma non come.

Avevo portato come esempio questo sito perché sapevo che uno dei fratelli fosse molto ferrato nel marketing del ristorante, soprattutto in campagne meta e SEO, ma non pare essere la stessa cosa per quanto riguarda il design del sito o l'accessibilità per chi non sia italofono:

Da mobile ciò che danneggia di più la velocità del sito è sicuramente il tempo per visualizzare il contenuto principale più grande (LCP), cioè il video iniziale, che coincide con il primo contenuto visibile (FCP)



Da computer possiamo notare solo che le prestazioni siano aumentate, favorite sicuramente da un processore più potente



Esercizio 4: Installazione e Configurazione di WordPress

(Mentre i punti 1 e 2 sono verificabili cliccando sul sito in questione progettone.netsons.org definirò solo il punto 3)

Come Tema ho utilizzato "Hello Elementor". Ho sempre utilizzato questo e non ho mai cambiato. Dà modo di una strutturazione di contenuti libera e pratica. Finchè non troverò qualcosa di meglio (magari, durante la Build week con i miei colleghi, mi capiterà di uniformarmi a un tema specifico) credo continuerò a utilizzare questo.

Esercizio 5: Creazione di contenuti

Pagina Chi Siamo: <https://progettone.netsons.org/home/la-familienbildung-romana/>

Articolo con immagine ottimizzata in webp tramite convertio
<http://progettone.netsons.org/yoga-per-mamme/scopri-lo-yoga-pre-e-post-parto/>

Aggiunta di categoria e tag con ottimizzazione SEO

☐ Scopri lo Yoga Pre e Post Parto a Roma

administrator

Yoga per mamme

gravidanza, mamme, parto, Yoga

—

Publicato
25/04/2025 alle 17:33

69 / 100

Parola chiave: yoga pre e post parto

Schema: Articolo (BlogPosting)

Link: [3](#) | [0](#) | [3](#)

Esercizio 6: Personalizzazione Avanzata

Il menù è molto articolato ma semplice alla navigazione.

Per quanto riguarda i Widget ho utilizzato Rank Math per la SEO, Speed Optimizer per le prestazioni e Security Optimizer per la sicurezza.

66 / 100 0 / 100 Salva

Rank Math

Generale

Anteprima

http://progettone.netsons.org/yoga-p...
Scopri lo Yoga Pre e Post Part...

La gravidanza e il periodo successivo al parto rappresentano una delle trasformazioni più profonde nella vita di una donna e lo yoga pre e post parto lo sa!

Modifica snippet

Keyword Principale Content AI

yoga pre e post parto

Esempio: Rank Math SEO

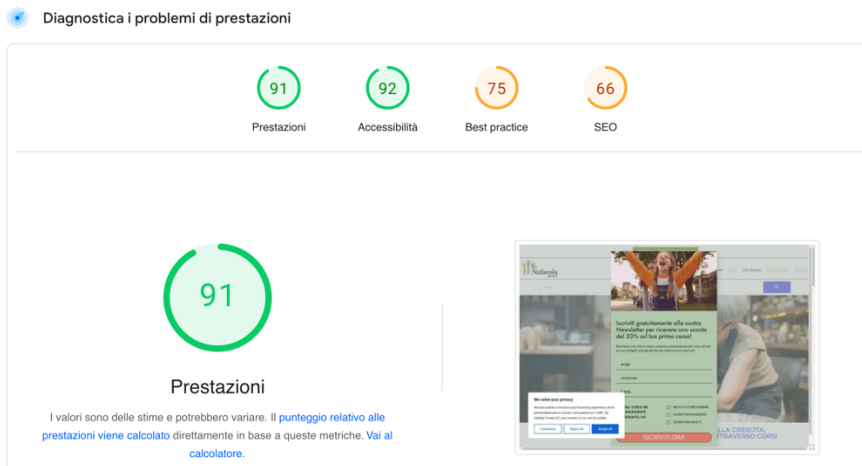
Vuoi di più? Aggiorna oggi alla versione PRO!

☐ Questo articolo è un contenuto pilastro

SEO di base Tutto ok

Esercizio 7: SEO In-Site

L'articolo precedente è ottimizzato per la SEO e utilizzando PagespeedInsight i risultati sono discreti



Esercizio 8: SEO Off-Site

STRATEGIA BACKLINK

Collaborazioni con Enti Locali e Comunità di Torpignattara contattando attivamente scuole (asili nido, scuole elementari, medie), biblioteche, centri culturali, parrocchie, associazioni di quartiere e il Municipio di riferimento (Municipio V di Roma) presenti a Torpignattara e nelle zone limitrofe.

- Offrire un workshop gratuito o scontato per i loro utenti/studenti in cambio di una menzione e un link sul loro sito web (nella sezione "Risorse per le Famiglie", "Collaborazioni", "News" o "Eventi").
- Chiedere di essere inseriti in eventuali directory di risorse locali per famiglie o servizi sul territorio che gestiscono.
- Fornire materiale informativo digitale (es. una breve presentazione del progetto) che possano facilmente condividere.

Identificando blog, magazine online e siti web che parlano di attività per bambini a Roma, consigli per genitori, educazione, creatività e vita familiare nella capitale si può far sì di scrivere un articolo utile e informativo per il loro pubblico includendo un link naturale al tuo sito nella biografia dell'autore o nel corpo del testo

Contattare i blogger/gestori del sito proponendo loro di provare un corso (o di partecipare all'evento finale) per una recensione onesta, oppure semplicemente segnalando l'iniziativa come risorsa utile per i loro lettori

Partnership con Associazioni e ONG per l'Integrazione e il Sostegno agli Immigrati/Rifugiati

Stabilire contatti con organizzazioni non governative, associazioni di volontariato, centri di accoglienza e progetti che lavorano specificamente con famiglie immigrate o rifugiate a Roma.

Strategia Social Media

Facebook: Ideale per creare una community locale. Perfetto per:

Creare una Pagina ufficiale del Progetto e condividere post informativi sui corsi (date, orari, descrizioni dettagliate) ma anche per creare Eventi Facebook per ogni corso o per gli incontri finali con i genitori ma anche per interagire nei Gruppi Facebook locali di Torpignattara o di genitori a Roma.

Instagram: Ottimo per l'impatto visivo e per raggiungere un pubblico di genitori anche più giovani. Ideale per foto di alta qualità e Reels/ brevi video che mostrino la creatività, il divertimento e l'ambiente accogliente dei corsi collaborare con mamme blogger o influencer locali su Roma.

Esercizio 7: SEO On-Site

1. Ottimizza il titolo e la meta description di un articolo.
2. Configura Yoast SEO o Rank Math.
3. Migliora la velocità del sito con PageSpeed Insights.

Esercizio 8: SEO Off-Site

1. Identifica tre strategie per ottenere backlink di qualità.
2. Identifica la strategia sui social media
3. Analizza il profilo di backlink di un sito concorrente con Ahrefs o Moz.

Esercizio 9: Analisi dei Cookie e della Privacy

1. Installa un plugin per la gestione dei cookie.
2. Analizza la differenza tra cookie di prima e terza parte su un sito web.
3. Scrivi un breve report sull'importanza della conformità GDPR.

Esercizio 9: Analisi dei Cookie e della Privacy

Cookie di prima e terza parte

Mentre i Cookie di prima parte sono gestiti direttamente dal dominio del sito web per la funzionalità dello stesso e per l'esperienza dell'utente all'interno, i Cookie di terza parte sono impostati da domini diversi da quelli del sito per tracciare il comportamento dell'utente attraverso diversi siti web e per far sì che la pubblicità sia più mirata, per esempio Google Analytics

L'Importanza della Conformità al GDPR

Il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - General Data Protection Regulation, Regolamento UE 2016/679) è una normativa europea fondamentale che disciplina il trattamento dei dati personali e la privacy. La conformità al GDPR non è solo un obbligo legale perché se non la si seguisse si incorrerebbe in sanzioni, ma garantisce all'utente che naviga sul web anche maggiore controllo sui propri dati.

Inoltre permette ad aziende che lavorano in tutta europa, ma anche in due paesi distinti d'Europa, di poter digitalmente standardizzare le proprie regolamentazioni per quanto riguarda l'acquisizione di dati, permette inoltre all'utente di poter rilasciare i propri dati in modo più fiducioso