

Esercitazione finale Modulo 2

Introduzione

Per quest'esercitazione ho ripreso l'impresa dell'esercitazione finale del modulo 1 chiamata **Green Pitch**, un'azienda che si occupa di installazione, manutenzione e custodia di campi da calcio.

1. Creazione Personas

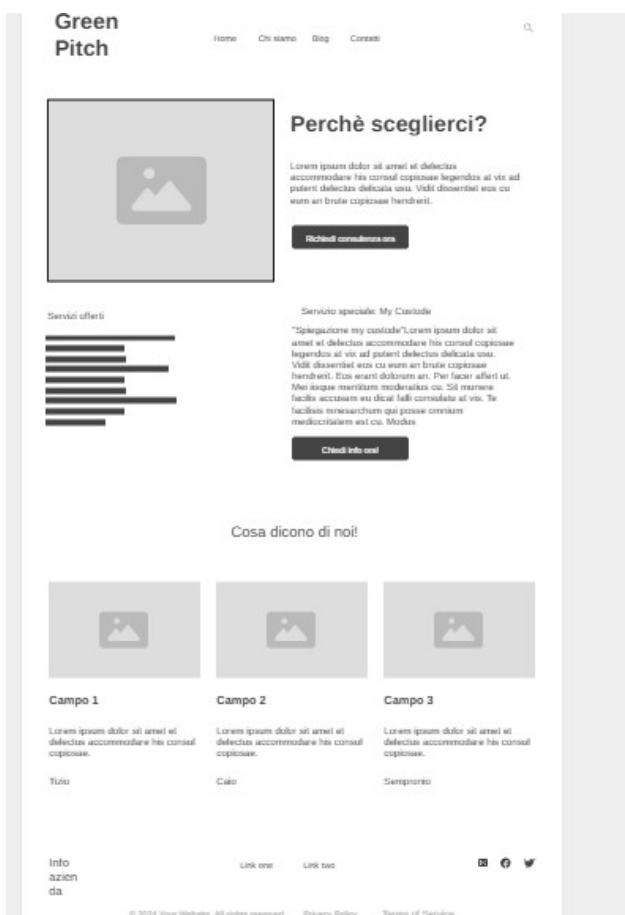
Settore scelto: sito aziendale / sito vetrina

Buyer personas:

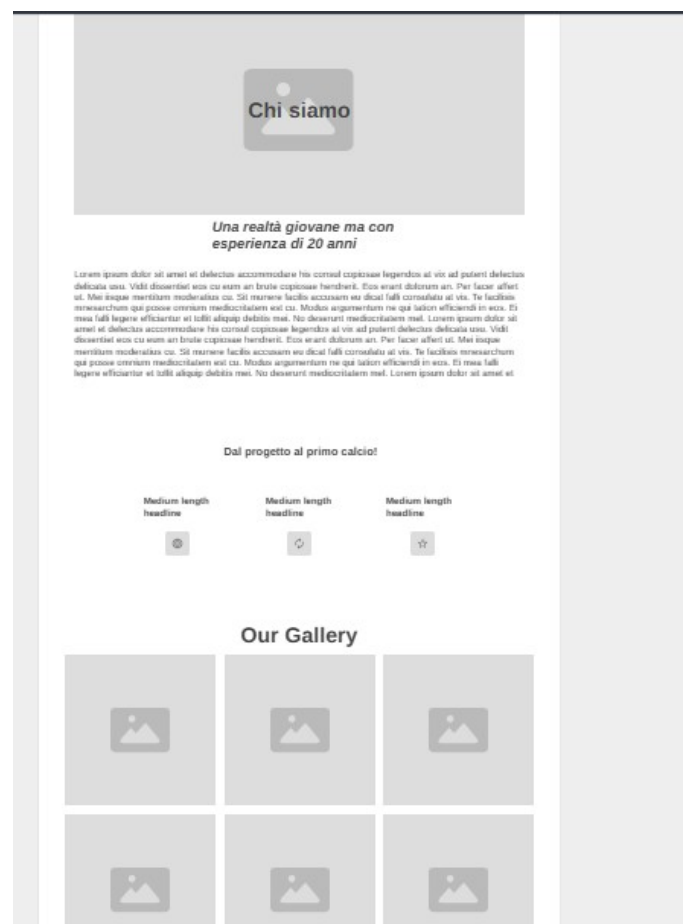
1. Sandro Bianchi, presidente di una società calcistica nella provincia di Macerata, avendo una squadra che lotta per la promozione alla categoria successiva ha bisogno di un custode qualificato che mantenga il campo da gioco in manto erboso in buone condizioni. Nella vita quotidiana utilizza solitamente il telefono ed il laptop per mandare dati e documenti alla lega. Normalmente online naviga su Meta tra i gruppi di calcio dilettantistico, usa Whatsapp per comunicare con la società e naviga anche su LinkedIn per aggiornarsi.
2. Giordano Storti, assessore dello sport di un comune in provincia di Ancona, ha bisogno di restaurare il campo comunale dove gioca la squadra della città, quindi vuole far ritornare il campo in buone condizioni. Utilizza spesso il computer per svolgere le varie mansioni del comune, ed il solito telefono che oggi ci accompagna tutti. Naviga quotidianamente su Meta, LinkedIn, Whatsapp.

2. Struttura dell'informazione

Home



Chi siamo



Contatti

Hai bisogno di maggiori informazioni? Contattaci. Saremo felici di poterti dare maggiori informazioni sulla nostra azienda, sui nostri prodotti e sui servizi che offriamo. Chiamaci, scrivi al nostro indirizzo email o compila il form sottostante

CONTATTI



Contact us

Scrivi testo

Send

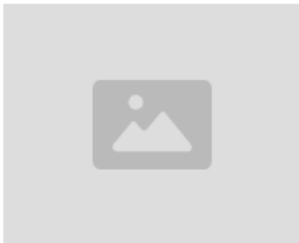
[Link two](#) [Link three](#)



Blog

Green Pitch

[Home](#) [Chi siamo](#) [Blog](#) [Contatti](#)



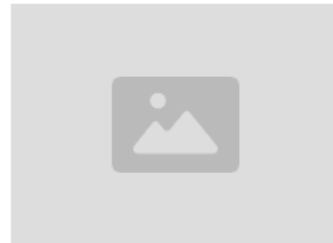
Medium length hero headline

Lorem ipsum dolor sit amet et delectus accommodare his consul copiosae legendos at vix ad putent delectus delicata usu. Vidit dissentiet eos cu eum an brute copiosae hendrerit.



Medium length hero headline

Lorem ipsum dolor sit amet et delectus accommodare his consul copiosae legendos at vix ad putent delectus delicata usu. Vidit dissentiet eos cu eum an brute copiosae hendrerit.



Medium length hero headline

Lorem ipsum dolor sit amet et delectus accommodare his consul copiosae legendos at vix ad putent delectus delicata usu. Vidit dissentiet eos cu eum an brute copiosae hendrerit.

Struttura e spiegazione della gerarchia

Il sito è strutturato in 4 pagine(+ 2 pagine plastiche inserite nel footer in fondo che non ho sviluppato per ottimizzare il tempo sia perché non è richiesto dalla consegna ma in un sito per questo tipo di azienda qui servirebbero anche queste pagine) Home, Chi siamo, Blog e Contatti. Ho disposto le voci del menu in quest'ordine per dare un mock up di iter da seguire all'utente. Credo che sia un iter giusto perché prima visualizza la pagina HOME dove trova una breve introduzione dell'azienda e subito trova i servizi che offre l'azienda e la spiegazione del servizio innovativo MyCustode, con tanto di recensioni che attestano la validità dell'azienda, ho deciso di strutturare questa pagina in questo modo per far capire all'utente cosa offre l'azienda e la sua validità. Ho inserito anche 2 CTA che portano direttamente alla sezione contatti per abbreviare il processo in caso l'utente ha già ricevuto le risposte che desiderava. Per chi vuole approfondire un po' ho strutturato la pagina CHI SIAMO oltre per spiegare un po la breve storia anche per far capire i valori e gli step delle nostre lavorazioni.

Per me questa struttura è semplice ed intuitiva perché ho puntato nel dare all'utente immediatamente le principali informazioni, senza molte futilità, già nell' HOMEPAGE il quale se si riterrà soddisfatto può procedere al contatto immediatamente ed l'obiettivo verrà raggiunto con soli 2 click, altrimenti può procedere al CHI SIAMO dal menù nell'header e continuare il suo percorso nel blog se avrà interesse ad approfondire verticalmente l'argomento ed i servizi che trattiamo. Una pagina con poche pagine, categorie e sottocategorie credo che faccia concentrare l'utente al nostro obiettivo ovvero al contatto.

3. Mobile First Design

Ecco tre esempi noti con un buon design mobile-first:

- **Airbnb** (<https://www.airbnb.com>)
- **Apple** (<https://www.apple.com>)
- **Spotify** (<https://www.spotify.com>)

Tutti e tre offrono un'esperienza fluida, con layout ottimizzati per schermi piccoli e caricamento rapido.

Ecco alcune caratteristiche comuni che li rendono efficaci:

- **Layout chiaro e leggibile** anche su schermi piccoli.
- **Navigazione semplificata**, spesso tramite menu hamburger.
- **Contenuti ottimizzati** per dispositivi mobili (immagini leggere, testo grande).
- **Velocità di caricamento** elevata, fondamentale per la UX su mobile.
- **Touch-friendly UI**, con pulsanti grandi e ben spaziati.

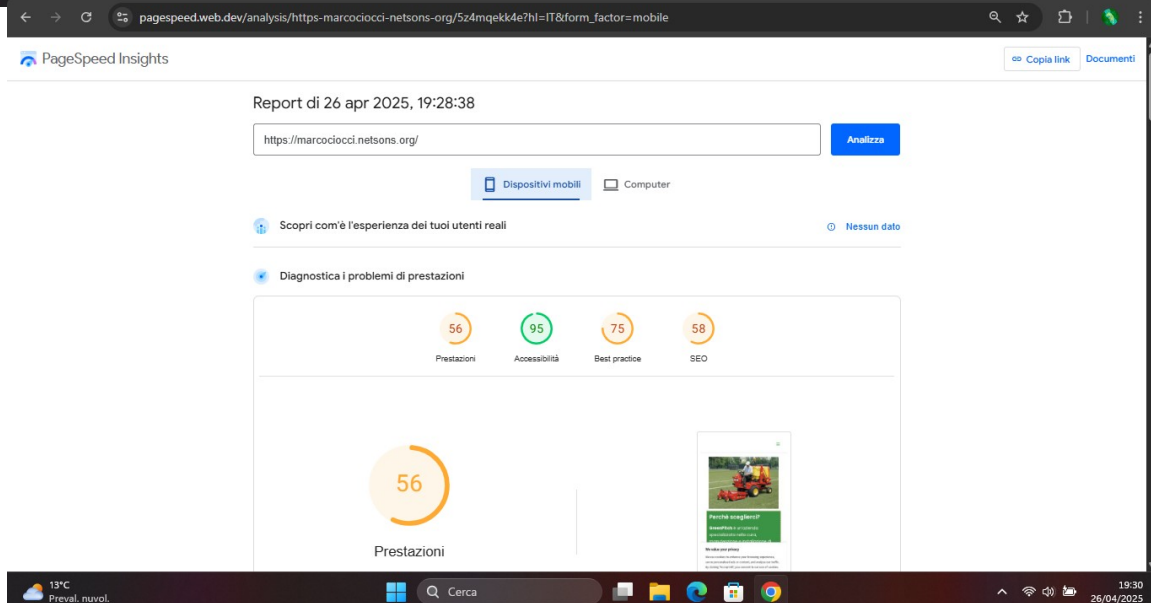
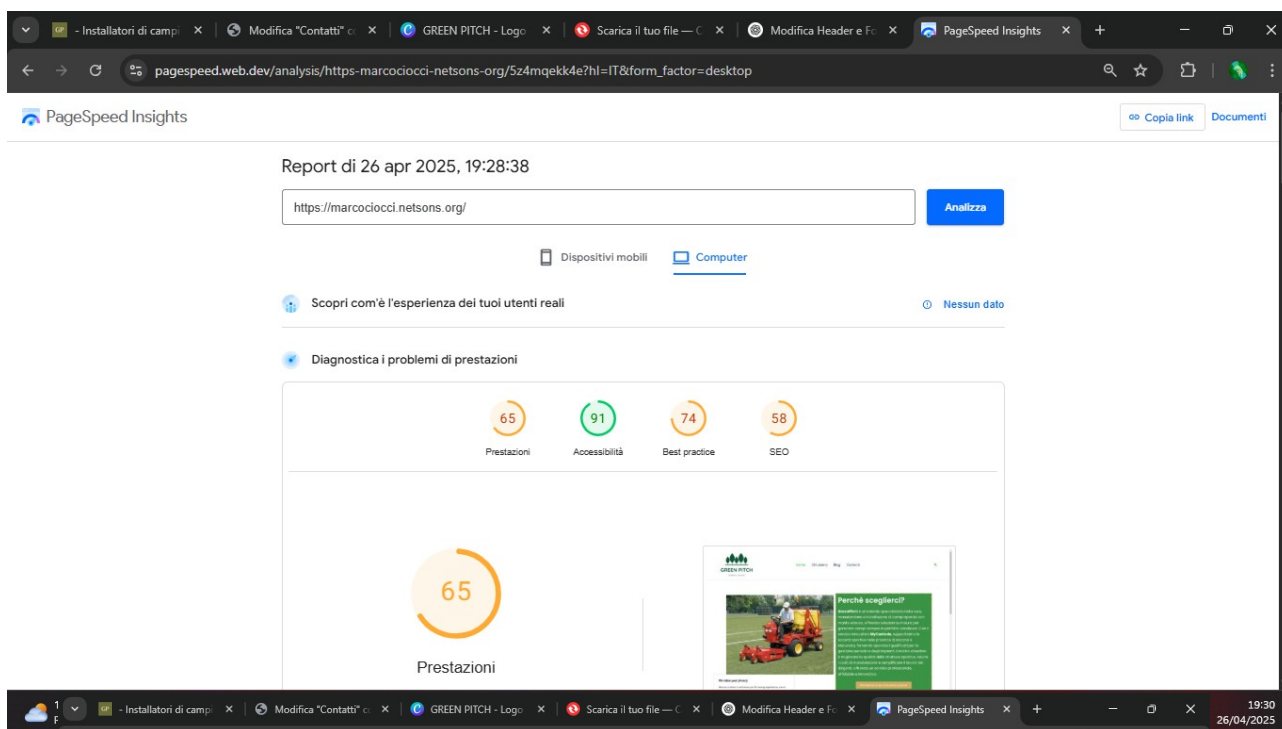
Confronto versioni desktop e mobile

Elemento	Versione Mobile	Versione Desktop
Navigazione	Menu hamburger, meno voci	Menu visibile con più opzioni
Contenuti visibili	Contenuto ridotto, scroll verticale	Più contenuti visibili in una schermata
Layout	Verticale, colonne singole	Più colonne, uso dello spazio orizzontale
Interazioni	Touch (swipe, tap)	Mouse e tastiera
Immagini e media	Ridimensionati, compressi	Più grandi e ad alta risoluzione

4. Spiegazione scelta tema

Per la costruzione del sito ho scelto un tema gratuito, ho scelto una combo Elementor+Astra perché entrambi sono compatibili, facili da usare ed li reputo adatti per la creazione di un sito semplice come quello che ho fatto io.

7. SEO On site



Come si può vedere dalle foto sopra ci sono le performance sia da desktop che da mobile, purtroppo non ho le immagini dei primi risultati ma con gli strumenti gratuiti di Security Optimezer ho ottenuto un discreto miglioramento delle performance.

8. SEO Off site

Per costruire backlink di qualità ci sono diverse strategie,selezionandole 3 io metterei il **guest posting,creazione di contenuti linkabili(es:guide) e broken link building**.

Personificando il tutto per il mio sito analizziamo metodo per metodo:

Guest posting

Per guest posting s'intende scrivere articoli in un sito/blog che ci dedica uno spazio ospite per condividere un nostro contenuto. Nella mia situazione dovrò cercare un sito che parli di giardinaggio,cura del verde specializzata sullo sport o se esiste un sito dedicato solo a campi sportivi. Allo stesso tempo il sito però deve essere autorevole e con un traffico reale che possa portare qualche contatto al mio sito tramite un link(ne metterei solo 1 nel contenuto) naturale che porti ad un articolo del mio sito o all'homepage stessa. Ovviamente tutto questo offrendo un contenuto interessante e che risponda al bisogno di molti lettori

Creazione di contenuti linkabili

Questa strategia la reputo l'incontrario del guest posting,ossia creare dei contenuti e creare di link di uscita che porti l'utente verso siti esterni generalmente di fonti o altri siti del settore. Nel mio caso adotterei questa strategia in un contenuto strutturato come guida approfondita o studi di settore dove inserirei dei link che riportino a colleghi o fonti che ho consultato per la creazione del documento stesso. Mi piace questo metodo perché oltre a giovare alla propria SEO aiuti anche altre realtà simili.

Broken Link Building

Consiste nel individuare link rotti su altri siti e chiedere all'amministratore se è possibile sostituire il link rotto con un tuo link. In questo caso prima di cercare dei link verificherei l'autorevolezza del sito stesso. Per trovare i link rotti utilizzerai strumenti come Ahrefs o Check My Links un plugin di Chrome.

Strategia social media

La strategia social ha 3 obiettivi: generare brand awareness,sollecitare la condivisione di contenuti,aumentare engagement.

La strategia che adotterei io è la seguente, punterei sul social di LinkedIn e Meta per costruire rapporti con presidenti/dirigenti/assessori comunali, pubblicherei 2-3 contenuti a settimana come mini guide,esperienze personali e di clienti. Commenterei attivamente nei post di entità del settore. Avendo accumulato delle interazioni invierei un messaggio diretto agli utenti per proporre una collaborazione o un guest post in caso si tratti di pagine del settore.Su Meta inoltre avvierei delle collaborazioni con influencer del settore o del territorio per sponsorizzare e creare engagement per la mia attività.

Analisi backlink

Ho utilizzato Ahrefs, ho fatto due competitor uno più territoriale ed uno un po' meno. Non disponendo nessuno dei due siti di blog, ho preso in riferimento la pagina che parla di impianti sportivi

The screenshot shows the Ahrefs Backlink Checker interface for the URL www.copar-ancona.it/erba-sintetica-sp.... The page title is "Backlink check for www.copar-ancona.it/erba-sintetica-sp...". Under "Overview backlink profile", there is a table with the following data:

Metric	Value
Total backlinks	0
Referring domains	0
Domain rating	0
Follow / No follow	0% vs. 100%

Below the table, there is a section for "Top Backlinks (One link per domain)" which shows "Nothing found". There are buttons for "CSV export" and "PDF Export". A "Do you need help?" button is visible in the bottom right corner.

The screenshot shows the Ahrefs Backlink Checker interface for the URL axasportequipment.it/strutture-sporti.... The page title is "Backlink check for axasportequipment.it/strutture-sporti...". Under "Overview backlink profile", there is a table with the following data:

Metric	Value
Total backlinks	1
Referring domains	1
Domain rating	0
Follow / No follow	0% vs. 100%

Below the table, there is a section for "Top Backlinks (One link per domain)" which shows "Nothing found". There are buttons for "CSV export" and "PDF Export". A "Do you need help?" button is visible in the bottom right corner.

9. Analisi dei cookie e della privacy

I cookie di **prima parte** sono generati direttamente dal sito web che l'utente sta visitando. Servono a memorizzare informazioni utili per migliorare l'esperienza dell'utente, come le preferenze di

lingua o il contenuto del carrello. I **cookie di terza parte**, invece, sono creati da domini diversi da quello visitato, spesso tramite script o elementi integrati (come banner pubblicitari o widget social). Questi cookie sono utilizzati principalmente per il tracciamento cross-site e la profilazione a fini pubblicitari. La principale differenza risiede nel controllo: i cookie di prima parte sono gestiti dal sito stesso, mentre quelli di terza parte sono gestiti da soggetti esterni.

Conformità GDPR

Il **Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR)** rappresenta un pilastro fondamentale per la tutela della privacy nell'Unione Europea. La conformità al GDPR è molto importante per qualsiasi organizzazione che gestisca dati personali di cittadini europei.

Essere conformi significa garantire trasparenza, sicurezza e controllo nell'uso dei dati, rafforzando la fiducia degli utenti. Inoltre, il rispetto del regolamento ti permette di evitare in gran parte le sanzioni, che possono arrivare fino al 4% del fatturato annuo globale o a 20 milioni di euro, a seconda del valore più elevato.

La conformità non è solo un obbligo legale, ma anche un vantaggio competitivo: dimostra responsabilità, migliora la reputazione aziendale e favorisce relazioni più solide con clienti e partner. In un contesto digitale in cui la fiducia è un asset sempre più raro, il rispetto del GDPR è sempre un investimento strategico.