

# ESERCITAZIONE MODULO 2

## Esercizio 1: Personas

### Persona 1: Marco Bianchi

- Background: 45 anni, titolare di una piccola azienda di consulenza finanziaria.
- Bisogni e obiettivi: Vuole un sito professionale per attirare nuovi clienti e presentare i servizi offerti. Ha bisogno di monitorare le visite al sito e assicurarsi di rispettare la normativa sulla privacy.
- Comportamenti online: Naviga soprattutto in orari d'ufficio, usa spesso LinkedIn e legge articoli di settore.
- Dispositivi utilizzati: Principalmente desktop e occasionalmente tablet.

### Persona 2: Sara Rossi

- Background: 32 anni, responsabile marketing di una startup di prodotti sostenibili.
- Bisogni e obiettivi: Vuole un sito moderno, dinamico e ottimizzato SEO, con blog integrato e collegamenti ai social.
- Comportamenti online: Naviga spesso da mobile, condivide contenuti e consulta blog e newsletter.
- Dispositivi utilizzati: Smartphone, a volte laptop.

## Esercizio 2: Struttura del sito



### Gerarchia delle informazioni:

- Homepage
- Chi siamo
- Prodotti/Servizi
- Blog
- Contatti
- FAQ
- Privacy & Cookie Policy

### Navigazione:

- Menu principale in alto con le informazioni inserite sopra
- Call to Action visibili:
- Footer con link rapidi, social e informazioni legali.

### Perché questa struttura migliora l'esperienza utente:

- Organizzazione logica dei contenuti.
- Facilità di accesso da mobile grazie a un menu hamburger responsive.
- Navigazione semplice, intuitiva e orientata agli obiettivi dell'utente.

## Esercizio 3: Responsive Design

**Siti analizzati con un buon design responsive:**

1. [www.apple.com](http://www.apple.com)
2. [www.tesla.com](http://www.tesla.com)
3. [www.airbnb.com](http://www.airbnb.com)

**Punti di forza mobile-first:**

- Layout adattivo, veloce da caricare.
- Navigazione semplificata con menu hamburger.
- CTA grandi e facilmente cliccabili.

**Differenze desktop vs mobile:**

- Desktop: contenuti più distribuiti, immagini di alta qualità, barra di navigazione estesa.
- Mobile: layout verticale, immagini ridotte, menu semplificato, elementi interattivi più grandi.

Esercizio 4,5,6,7:

Copia e incolla l'url

**<https://vanese.netsons.org>**

## Esercizio 8:

**Per ottenere backlink di qualità è fondamentale adottare strategie mirate.**

**Una prima tecnica è il guest posting su blog di settore, creando articoli originali e di valore per siti autorevoli, aumentando così visibilità e credibilità.**

**Inoltre, l'inserimento in directory di qualità consente di costruire una base solida di link affidabili, migliorando il posizionamento sui motori di ricerca.**

**Infine, instaurare collaborazioni e partnership con aziende e influencer permette di ottenere backlink spontanei attraverso menzioni, progetti condivisi o interviste.**

**Per migliorare la presenza online, è fondamentale anche una strategia social efficace.**

**Si consiglia di strutturare un piano editoriale settimanale, con contenuti informativi, ispirazionali e promozionali.**

**L'uso di Instagram aiuta a valorizzare l'aspetto visivo del brand, mentre LinkedIn è ideale per la comunicazione B2B e il networking professionale.**

**Gli obiettivi principali sono aumentare il traffico al sito, migliorare la brand awareness e favorire l'engagement della community.**



## **Esercizio 9:**

**La conformità GDPR (è oggi un requisito fondamentale per ogni sito web che raccoglie dati personali degli utenti**

**Plugin utilizzato: Complianz GDPR**

**Differenza tra cookie di prima parte e di terza parte:**

**-Cookie di prima parte: creati direttamente dal sito visitato. Servono ad esempio per:**

- **Mantenere l'utente loggato.**
- **Ricordare preferenze (es. lingua scelta)**
- **Raccogliere dati analitici interni in modo anonimizzato.**

**-Cookie di terza parte: creati da domini esterni (esempio Google e Facebook) e sono utilizzati principalmente per:**

- **Tracciamento pubblicitario (retargeting).**
- **Analisi dettagliata del comportamento dell'utente.**
- **Condivisione dei contenuti sui social media.**

**(richiedono il consenso esplicito dell'utente)**

**Importanza della conformità GDPR:**

- **Aumenta la fiducia degli utenti:**
- **Protegge l'azienda da sanzioni: il GDPR prevede multe molto elevate in caso di inadempienza.**
- **Migliora la reputazione: un brand attento alla privacy è percepito come più serio e responsabile.**