**Where Do Locals**

## ****📌 Visione Generale****

**Where Do Locals** nasce con l’obiettivo di offrire ai turisti esperienze autentiche e memorabili, immergendoli nella cultura locale toscana fin dal primo istante del loro soggiorno. La nostra proposta si basa su un modello **"esperienziale guidato"**, in cui i turisti vengono accompagnati nella scoperta di attività selezionate, garantite e radicate nel territorio, con un sistema di accesso semplice e diretto tramite un **QR code fisico** fornito al momento dell’ingresso in appartamento.

## 🎯 Visione a Breve Termine (0–6 mesi)

* **Attivare e consolidare le prime partnership locali** con fornitori di servizi (trasporti) ed esperienze autentiche (artigianato, enogastronomia, natura, arte, benessere, night life).
* Rilasciare la prima versione funzionale del sito **ad accesso privato**, non indicizzato sui motori di ricerca.
* Collegare i link al **QR code fisico** del portachiavi.
* Testare il modello con una base di partenza:
  + 60 appartamenti gestiti da **Go Homes** (Francesco);
  + 20 appartamenti (**alex dice che non e’ importante ora e che si sapra tra una settimana, oggi lun 5maggio**).
* Costruire una rete di feedback dinamico tra turista e fornitore attraverso il nostro canale centrale, **senza necessità di autenticazione o backend complesso**.

## 🚀 Visione a Medio-Lungo Termine (6–24 mesi)

L’obiettivo è diventare la **piattaforma dominante per la selezione e la prenotazione di esperienze turistiche locali in Toscana**, trasformando “Where Do Locals” in un sistema ad **accesso esclusivo e controllato**, dove solo i fornitori più affidabili e di qualità possono entrare.

* Selezionare una rosa di **20 esperienze premium** e attivare un **modello a "bidding"**: i fornitori competono (in termini di servizio, prezzo, valore culturale e feedback utente) per ottenere o mantenere il proprio posto sulla piattaforma.
* Creare un **ecosistema proprietario di esperienze** geolocalizzate, misurabili e dinamicamente adattabili in base al comportamento dell’utente.

## 🧠 Asset Strategico: Influenzare il Comportamento del Turista

La forza distintiva del progetto risiede nella capacità di **influenzare i primi momenti del soggiorno del turista** grazie a un’interfaccia interattiva semplice, ludica ed efficace. L’accesso avviene nel momento a massimo impatto: **appena l’ospite entra in casa**. Qui trova un oggetto fisico – **un cubo-portachiavi con QR code** – che rappresenta la chiave d’accesso a un mondo di esperienze autentiche locali.

## 👥 Pubblico Target

Turisti italiani e internazionali in arrivo su **Firenze e zone limitrofe**, che alloggiano in strutture gestite da partner (es. Go Homes). Il nostro servizio si attiva **senza che l’utente cerchi attivamente un sito o una app**, ma viene proposto in modo fisico, diretto e senza frizione, **a monte del suo comportamento turistico digitale**.

## 🛠️ Funzionalità Attuali del Sito

* Interfaccia dinamica e reattiva in JavaScript, **senza necessità di login, backend o API esterne**.
* Contenuti interattivi e visuali che guidano l’utente nella selezione delle esperienze disponibili in base al tipo di attività (cultura, cibo, relax, artigianato).
* Connessione diretta con il referente locale (attualmente: Francesco), che coordina i contatti tra turisti e fornitori attraverso canali telefonici o diretti.
* Esperienze incluse: laboratori di pasta artigianale, wine & paint in campagna, e tutto quello che vedi sul sito (ad esempio 3 imprese diverse lavorano su pasta experience)

## 🔄 Evoluzione per raccogliere i dati

* Aggiunta di un **sistema leggero di scoring** per i fornitori (senza database, ma basato su feedback emoji o thumbs raccolti via JS e inviati su fogli Google).
* Implementazione di **badge o premi virtuali** per utenti attivi (“scopri tutte e 3 le esperienze tipiche e ricevi un contenuto esclusivo”).
* Introduzione graduale di strumenti di **analytics privacy-friendly** per tracciare scansione QR, tempo di permanenza e conversioni verso fornitori.

## 🧩 Da Prodotto a Piattaforma?

Il progetto si colloca oggi a metà tra **prodotto esperienziale curato** e **piattaforma in potenza**.  
Nel breve periodo funziona come **prodotto verticale chiuso**, focalizzato sull’esperienza utente e sul controllo qualità.  
Nel lungo termine, può evolvere in **piattaforma scalabile**, con criteri selettivi, logica di esclusività e meccanismi di concorrenza tra fornitori.

Questa transizione va **governata con attenzione**, mantenendo il controllo sull’esperienza utente e i dati raccolti.

### ****Infrastruttura Tecnica(fase 0–6 mesi)****

* **Creazione prototipo tecnico minimale** HTML statico + JS.
* Rilasciare un MVP stabile, veloce, privacy-first e sicuro da QR.
* **Integrazione Fornitori servizi.**
* Evitare login, backend o database complessi.
* **Frontend JS-only** HTML/CSS/JS vanilla o (considera micro-framework come Alpine.js).
* **(prossimo futuro) Contenuti statici gestiti da Google Sheets + JSON pubblici** (leggi-only).
* **(futuro remoto) Feedback raccolti via script JS → Google Apps Script webhook → Google Sheet.**
* **QR code personalizzati** (univoci per appartamento) che puntano a URL univoci ma non indicizzati (es. wheredolocals.com/gohomes123).

#### Sicurezza Frontend:

* **Content Security Policy (CSP)** per prevenire XSS.
* **Disabilitare indexing con** <meta name="robots" content="noindex">**.**
* **Clickjacking protection con** X-Frame-Options: DENY**.**
* **Rate limit JS per feedback/emoji click via localStorage.**

### 🚀 2. ****Transizione a Piattaforma (6–24 mesi)****

* Validare esperienze e fornitori tramite feedback.
* Introdurre dinamiche di **scoring**, **badge**, e **retargeting fisico**.
* **Emoji feedback → Google Sheets,** **Badge virtuali, Analytics privacy-friendly,**
* **Tracciamento lato client con Plausible/GoatCounter oppure contatore JS custom via fetch → Google Apps Script;**
* Scalare il sistema mantenendo l'esperienza curata.
* Introdurre meccanismi di **selezione competitiva** tra fornitori.
* **Sistema a "bidding" soft**: fornitori competono per visibilità in base a feedback, risposta, unicità.
* **Gamification turistica**: scopri più esperienze = più badge = accesso a contenuti nascosti (es. intervista con l'artigiano).
* **Dashboard interna (Google Looker Studio o Glide)** per monitoraggio KPI: QR scans, feedback ricevuti, conversioni.

### 📈 KPI Chiave da Monitorare

* % turisti che scansionano QR.
* % turisti che cliccano su almeno 1 esperienza.
* Tempo medio sulla pagina esperienze.
* Feedback/emoji positivi per fornitore.
* Richieste inviate a Francesco (proxy conversione).

**Root**

**│**

**└── /docs/ # documentazione interna**

**pulsanti**

**1. restaurants**

**2. experience**

**3. at-your-door**

**4. mobility**

**5. nightlife**

**6. street-food**

**7. chat with our saff**

**ciascun pulsante reindirizza a una pagina contenente altri bottoni che reinderizzano:**

**1. restaurants**

**1.1 cibreo**

**1.2 chat with our saff**

**2. experiences**

**2.1 drink and paint**

**2.2 pasta experience**

**2.3 walking tour and museum**

**2.4 tuscany van tour**

**2.5 swimming pool**

**2.6 chianti experience**

**2.7 chat with our saff**

**3. at-your-door**

**3.1 yoga experience**

**3.2 beauty farm**

**3.3 pasta experience comes to you**

**3.4 local cheese**

**3.5 chat with our saff**

**4. mobility**

**4.1 private limousine**

**4.2 bike and scooter sharing**

**4.3 public transport**

**4.4 chat with our saff**

**5. nightlife**

**5.1 tenax**

**5.2 lattexplus**

**5.3 chat with our saff**

**6. street-food**

**6.1 icchebab tuscany kebab**

**6.2 chat with our saff**

**7. chat with our saff**

**09/05/25**

**progettazione, creazione struttura ad albero**

**procedo a modificare la struttura che segue per renderla DRY allo stato dell’arte seguendo le best practices per un sito responsive con boostrap html css javascript seguendo l’elenco puntato menzionato sopra**

**molte sottopagine contengono il form. Il form e’ sempre lo stesso frammento di html e javascript che prende dati dall’utente e poi gli apre i messaggi di whatsapp con i contenuti immessi sulla pagina per poi contattare lo staff creo un form che viene iniettato da form.js in base al data-form-type che riceve**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| prima |  |

**conversione bottoni a bootstrap con logica grid proporzionale beader con sentered bottom cosi da far vedere bene sempre la scritta in fondo rimosso le tre immagini come header su desktop immagini scalate a larghezza 1920px e convertite in webp aggiunto bottoni animati alla pressione reformatting file per evitare rindondanza con il form riutilizzabile con inclusioni dinamiche**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| dopo |  |

**Riduco da 61 directories a 26 directories (la versione aggiornata è senza /root/form e form/contac-form.html)**

## ****🎯 uno problemo****

## ****I dati di francesco sono visibili a chiunque****, basta fare click su "Ispeziona elemento" e gli spammano

* 🤖 Bot e crawler raccolgono WhatsApp e email
* 🛡️ Non c’è nessuna protezione integrata nei browser

| Soluzione | Protezione spam | Complessità | Consigliata per te? |
| --- | --- | --- | --- |
| Obfuscazione JS | 🟡 Media | 🟢 Bassa | ✅ Rapida da fare ora |
| Formspree / Formsubmit | 🟢 Alta | 🟡 Media | ✅ Più sicura, consigliata |
| Secrets backend | 🟢 Massima | 🔴 Alta | ❌ Non per siti statici |

**Lo scheletro e’ pronto**

**prima di fare copincolla di tutte le altre pagine potremmo valutare se fare quache altro cambiamento sostanzioso**

**cosa ne dici?**

**10/05/25**

**Ho fatto il zoom out Immagine header, noto che cambiando tra index de experience l’header ha due titoli di grandezza diversa**

**tolto controlli contenuto nei campi del form**

**messo logo chat con logo whatsapp**

****titolo messo in grassetto****

**sitemato i font (prima erano neri e grassetti) ora sono grigio scuri e fini dappertutto**

**abbiamo scelto di usare un file .js separato per ogni experience perc**hé** ogni pagina ha diversi campi form, galleria immagini e testo**

**creazione js della galleria con adattibilita’ in base alle proporzioni delle immagini da usare**

**il main.css sia per index.html che per gli altri box come experience. Modificato.grid-item che grazie a bootstrap puo far si che i riquadri vengano tutti uguali e con il contenuto centrato**

**modifica placeholder per visualizzazione mm/gg/yyyy sul form tramite mobile, ora pusho e vediamo se funziona perche da browser non mi fa vedere la modifica, se non ha funzionato (a zero shot o come si dice) sistemo dopo**

**formattazione messaggio email tramite mobile ancora da controllare**

**volevi cambiare i caratteri grassetto anche snel form sui pulsanti di invio mail e wa?**