

PROGETTO FINE MODULO 2

<https://jadetemblique.netsons.org/>

Immagina di essere stato incaricato di creare un sito web per una piccola azienda che vuole migliorare la propria presenza online.

L'obiettivo è sviluppare un sito con una user experience ottimizzata, una struttura chiara e una forte visibilità sui motori di ricerca. Il cliente desidera inoltre monitorare il traffico del sito e garantire la conformità alle normative sulla privacy.

ESERCIZIO 1: creazione delle personas

1. Settore: Gifting è un sito e-commerce che si propone nel mercato con i suoi servizi come gift tech e regali personalizzati
2. definizioni personas:

PERSONA 1

- Nome e background: Giulia Z., 31 anni, lavora come social media manager freelance a Milano. Ama sorprendere amici e parenti con regali originali, ma ha poco tempo per fare ricerche infinite online.
- Bisogni e obiettivi: Trovare idee regalo creative e personalizzate in modo veloce, risparmiare tempo durante il periodo natalizio o prima dei compleanni, avere una piattaforma semplice e intuitiva, che la aiuti a scegliere il regalo giusto
- Comportamenti online: Naviga spesso su Instagram e Pinterest per ispirazione, è abituata a fare acquisti online, ma vuole evitare prodotti generici, legge recensioni prima di acquistare e ama condividere le sue scelte con i follower
- Dispositivi utilizzati: Smartphone (iPhone) per la maggior parte delle interazioni e laptop per acquisti più consistenti o quando lavora

PERSONA 2:

- Nome e background: Marco M., 40 anni lavora come product manager in una grande azienda tech di Torino. Ha due figli e una vita molto piena. Tende a dimenticarsi delle ricorrenze e finisce sempre a fare regali all'ultimo minuto.
- Bisogni e obiettivi: Ricevere promemoria per eventi importanti (compleanni, anniversari, Natale), trovare soluzioni rapide e affidabili per fare regali senza stress, avere la possibilità di pagare in modo flessibile e sicuro.
- Comportamenti online: naviga principalmente da mobile, è sensibile alle tecnologie smart e alle funzionalità automatizzate, non legge blog lunghi, ma si affida a suggerimenti rapidi e recensioni
- Dispositivi utilizzati: smartphone Android (per praticità), utilizza assistenti vocali e smart home (es. Google Home), tablet per navigare la sera.

ESERCIZIO 2

1. Disegna la struttura di un sito web per una delle personas create.

Struttura del sito pensata per Giulia.

Struttura proposta:

1. Header fisso (in alto)

- Logo Gifting (semplice e memorabile)
- Menu principale minimalista:

Idee Regalo ▼ (categorie molto visibili tipo "Creativi", "Personalizzati", "Last Minute")

Blog

Chi siamo

Contatti

2. Hero Section (prima schermata)

- Immagine ispirazionale, magari una ragazza che scarta un regalo.
- Titolo chiaro
- Call-to-action forte: "Scarica l'app"

3. Sezione di valore (subito sotto)

- Testo molto breve: "Trova regali unici, risparmia tempo, sorprendi chi ami."
- CTA grande

4. Sezione funzionalità principali (icone + testo)

5. Footer

- Link rapidi a social network, soprattutto Instagram
- Iscrizione a newsletter con idee regalo ispirazionali
- Menu classico (Chi siamo, Blog, Contatti, Privacy Policy)
- Badge di affidabilità (tipo "Recensioni verificate")

2. Definisci la gerarchia delle informazioni e una navigazione intuitiva.

Gerarchia delle informazioni per Gifting

1. Prima impressione

Logo → Comunica immediatamente l'identità del brand.

Menu di navigazione → Voci semplici e intuitive: "Idee Regalo", "Blog", "Chi siamo", "Contatti".

Titolo principale → Messaggio chiaro

Call to Action → Pulsante visibile

2. Funzionalità principali

- Icone + testo sintetico:
- Crea profilo regalo
- Idee creative personalizzate
- Giftlist da condividere
- Sezione Last Minute

Footer

- Link utili: Chi siamo, Contatti, Privacy Policy
- Icone social: Instagram, Facebook, Twitter
- Iscrizione alla newsletter

Navigazione intuitiva pensata per Giulia Z.

Obiettivo:

Consentire a Giulia di trovare e acquistare il regalo perfetto in massimo **2-3 clic**, soprattutto da **smartphone**.

Struttura della navigazione:

- **Menu principale** → 4 voci, senza complicazioni.
- **Categorie chiare** sotto "Idee Regalo": es. "Personalizzati", "Creativi", "Last Minute".
- **Call-to-action evidenti** → bottoni ben visibili (rosso/blu con contrasto forte).
- **Navigazione mobile-first:**
 - Menu hamburger facilmente cliccabile
 - Pulsanti grandi e leggibili
 - Layout a una colonna (no elementi piccoli o da zoomare)
- **Link ai social** → Sempre accessibili nel footer.
- **Pochi livelli di profondità** → massimo **2 clic** per arrivare alla scelta del regalo.

3. Spiega perché questa struttura facilita l'esperienza utente.

La struttura del sito Gifting è progettata per rispondere perfettamente alle esigenze di Giulia Z., una social media manager freelance sempre connessa e con poco tempo a disposizione. Il design punta su:

- **Accesso rapido alle informazioni:** il messaggio principale ("Trova il regalo perfetto in 2 minuti") e la call to action ("Scarica l'app" o "Crea un profilo regalo") sono posizionati immediatamente nella parte visibile della pagina, riducendo il tempo decisionale e facilitando l'azione immediata.
- **Navigazione semplice e mobile-first:** il menu compatto, con poche voci chiare ("Idee regalo", "Blog", "Contatti", "Chi siamo"), è pensato per una consultazione fluida da smartphone, principale dispositivo di Giulia. I pulsanti sono grandi e facilmente

cliccabili, migliorando l'usabilità mobile.

- **Personalizzazione immediata:** proponendo già in homepage la creazione di un profilo regalo, il sito offre subito una soluzione su misura, migliorando la percezione di valore e rendendo l'esperienza più rilevante.
- **Fiducia e sicurezza:** elementi come recensioni e testimonianze sono posizionati in punti strategici per aumentare la fiducia dell'utente, consapevoli che Giulia legge recensioni prima di acquistare.
- **Integrazione social:** i collegamenti a Instagram e Pinterest nel footer rendono naturale per Giulia condividere i suoi regali o scoprire ispirazioni, integrando il sito nella sua esperienza digitale quotidiana.

In questo modo, la struttura facilita un'esperienza utente intuitiva, rapida ed efficace, riducendo le frizioni e guidando Giulia verso la scelta e l'acquisto del regalo perfetto con il minimo sforzo.

Esercizio 3: Mobile-First Design

1. Individua tre siti web con un buon design responsive.

The New York Times

Il sito del New York Times è un esempio emblematico di design responsive. Sul desktop, presenta un layout simile a quello di un giornale tradizionale, con più colonne e una ricca varietà di contenuti. Su dispositivi mobili, il layout si adatta a una singola colonna, facilitando la lettura e la navigazione.

Etsy

Etsy, una piattaforma di e-commerce per prodotti artigianali e vintage, offre un design responsive che mantiene la coerenza visiva e funzionale tra desktop e mobile. Le immagini dei prodotti si ridimensionano automaticamente, e la navigazione rimane intuitiva grazie a un menu adattivo che si trasforma in un'icona a "hamburger" su dispositivi mobili.

WillowTree

WillowTree è un'agenzia digitale che ha implementato un design responsive esemplare. Utilizza una barra di navigazione statica nella parte superiore del sito, che rimane accessibile anche durante lo scorrimento su dispositivi mobili. Questo approccio garantisce che gli elementi chiave della navigazione siano sempre a portata di mano, migliorando l'esperienza utente.

2. Analizza i punti di forza del design mobile-first.

Il **design mobile-first** è un approccio che prevede la progettazione iniziale per dispositivi mobili, per poi adattarsi a schermi più grandi. I principali vantaggi includono:

- **Prestazioni ottimizzate:** Progettando per dispositivi con risorse limitate, si garantisce un caricamento rapido e un'esperienza utente fluida.
- **Contenuto prioritario:** Si focalizza sull'essenziale, migliorando la chiarezza e la fruibilità delle informazioni.
- **Migliore esperienza utente:** L'interfaccia è adattata alle esigenze degli utenti mobili, che rappresentano una quota significativa del traffico web.

3. Confronta le versioni desktop e mobile evidenziando differenze.

Le differenze principali si trovano nel:

- **Layout:** La versione desktop può presentare più colonne e contenuti simultanei, mentre la mobile adotta un layout a singola colonna per facilitare la lettura.
- **Navigazione:** Su desktop, i menu sono spesso completamente visibili, mentre su mobile si utilizzano menu a scomparsa (hamburger menu) per risparmiare spazio.
- **Elementi interattivi:** I pulsanti e i link sono dimensionati per l'uso con il mouse su desktop e per il tocco su mobile, garantendo usabilità su entrambi i dispositivi.

Esercizio 4:

3. Scegli e installa un tema (gratuito o premium) spiegandone i motivi.

- Ho installato il tema Astra perchè è un tema gratuito ed è facile da usare, intuitivo e molto personalizzabile.

Esercizio 5: Creazione di Contenuti

1. Crea una pagina "Chi siamo" e un articolo con un'immagine ottimizzata.
 - L' articolo con immagine da ottimizzare si trova nella sezione "blog" e si chiama "Idee Regalo di Natale 2024? Gifting ha la soluzione!"

Esercizio 6: Personalizzazione Avanzata

1. Installa e configura almeno tre plugin utili (SEO, sicurezza, performance).
 - Ho installato Rank Math per la SEO, WordFence per la sicurezza e Speed Optimizer per la performance.
2. Aggiungi e configura un widget nella sidebar o footer.
 - widget aggiunto nel footer.

Esercizio 8: SEO Off-Site

1. Identifica tre strategie per ottenere backlink di qualità.
 - strategia 1: Content Marketing. Pubblicheremo articoli, guide, infografiche o risorse gratuite che siano davvero utili per il nostro pubblico (es. "Guida ai regali personalizzati per ogni occasione").

- strategia 2: Guest posting su blog autorevoli. Scriveremo articoli come ospite su blog o magazine del nostro settore, inserendo un link naturale al nostro sito.
- strategia 3: Collaborazioni e partnership. Collaboreremo con brand affini o micro-influencer che possono parlare di noi e linkare al nostro sito.

2. Identifica la strategia sui social media

- campagne pubblicitarie su Facebook, Instagram, TikTok, Youtube attraverso video esplicativi, Pinterest per creare bacheche tematiche.
- con Instagram pubblicheremo le storie interattive (quiz, sondaggi)
- User Generated Content per incentivare gli utenti a postare le loro esperienze usando Gifting.
- hashtag e SEO social. Utilizzeremo hashtag mirati come #IdeeRegalo, #RegaliOriginali, #NataleConGifting e ottimizzeremo descrizioni e bio con parole chiave ("regali personalizzati", "idee regalo veloci")

Esercizio 9: Analisi dei Cookie e della Privacy

1. Installa un plugin per la gestione dei cookie.
 - Ho installato CookieYes.
2. Analizza la differenza tra cookie di prima e terza parte su un sito web.
 - i cookie di prima parte sono creati e gestiti direttamente dal sito web che l'utente sta visitando, e servono principalmente a migliorare l'esperienza utente: ricordano preferenze, prodotti salvati nel carrello, dati di login o la lingua scelta. Inoltre, sono considerati meno invasivi per la privacy perché i dati raccolti rimangono "interni" al sito. I cookie di terza parte invece sono creati da domini esterni rispetto al sito visitato, come servizi pubblicitari o di tracciamento. Tracciano il comportamento degli utenti su più siti web per mostrare pubblicità mirata o raccogliere dati di marketing. Sono considerati più invasivi dal punto di vista della privacy e sono sempre più limitati da normative come il GDPR e gli aggiornamenti dei browser.
3. Scrivi un breve report sull'importanza della conformità GDPR.
 - La conformità GDPR è importante perché protegge i diritti dei cittadini sull'Unione Europea riguardo ai propri dati personali, garantisce la trasparenza e la sicurezza delle informazioni e, per le aziende, evita rischi legali e reputazionali. È molto importante perché tutela i diritti degli utenti con la possibilità di richiedere la modifica o cancellazione dei loro dati.