

ABSTRACT

Il sito web si propone per essere una presentazione e una descrizione della band *Tonic*. È una piccola band ma con un grande talento ed è proprio per questo motivo che è stato creato il sito web: renderli visibili ad un pubblico più vasto in modo tale che tante persone possano appassionarsi ai loro singoli e aumentare ancora di più la cerchia degli ascoltatori.

PROJECT MANGEMENT PLAN

1. BENCHMARKING

- OBIETTIVI -> L'obiettivo principale che ci siamo posti nella creazione del sito è voler realizzare un sito web che sia completo sia dal punto di vista dei contenuti sia dal punto di vista della grafica in modo tale da poter promuovere e risaltare ogni aspetto della band.
- TARGET -> ragazzi e ragazze dai 16 ai 30 anni che hanno voglia di conoscere e scoprire nuovi talenti
- COMPETITORS ->
 - <https://gigidalessioofficial.it> = sito web del cantante Gigi D'Alessio
 - <https://www.nekweb.com> = sito web del cantante Nek
 - <https://www.zucchero.it> = sito web del cantante Zucchero
 - <https://ramazzotti.com> = sito web del cantante Eros Ramazzotti
 - <https://www.laurapausini.com/it/> = sito web della cantante Laura Pausini
 - <https://www.cuginidicampagna.com> = sito web della band "Cugini di Campagna"
 - <https://www.ilvolomusic.com/it/>
 -

2. STRUTTURA E LAYOUT

a. ARCHIETTURA DEL SITO

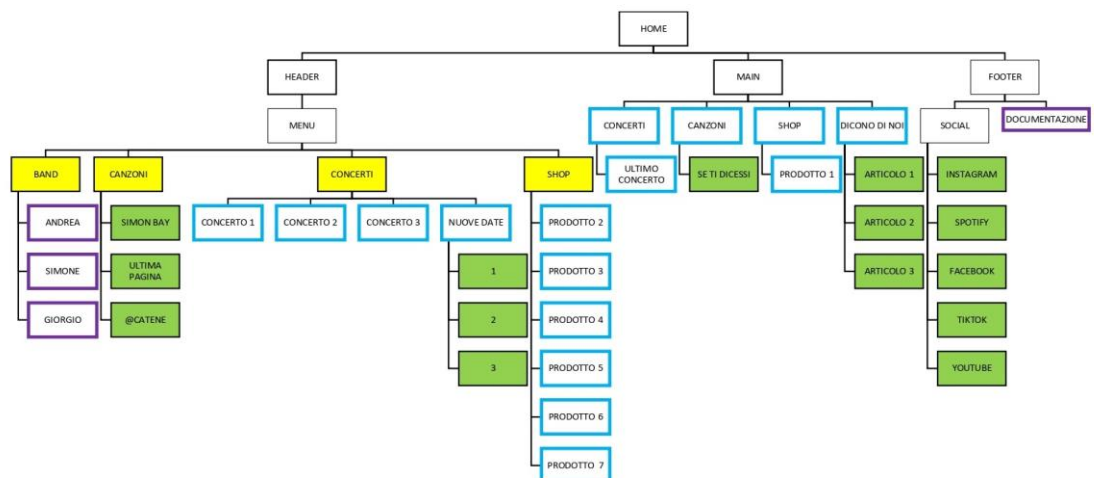


Fig. 1 – Architettura de sito.

In Fig. 1 possiamo vedere una rappresentazione grafica dell'architettura del sito: troviamo la home che è suddivisa in header, main e footer. Nell'header possiamo trovare il menu con le pagine band, canzoni, concerti e shop (riquadro giallo). Nel main possiamo trovare 4 sezioni (riquadro con bordo azzurro): la prima è la sezione "concerti" nella quale possiamo trovare l'ultimo concerto; la seconda è la sezione "canzoni", nella quale troviamo una spiegazione dell'ultimo singolo con il relativo link esterno (riquadro verde) per poterlo ascoltare; la terza è la sezione "shop" nella quale troviamo un solo prodotto e la quarta sezione è "dicono di noi" nella quale ci sono i 3 articoli nei quali si parla della band con i relativi link esterni (riquadri verdi) per poter leggerli interamente. Nel footer possiamo trovare le icone dei social con i rispettivi link esterni (riquadri verdi) per essere reindirizzati direttamente al social, il link per la documentazione e l'abstract.

Alla pagina “band” troviamo la descrizione della stessa e la descrizione dei componenti a cui si può accedere tramite un link interno alla pagina stessa (riquadro con il bordo viola). Alla pagina “canzoni” troviamo una spiegazione dei singoli con i rispettivi link esterni per poterli ascoltare (riquadri verdi). Alla pagina “concerti” abbiamo un elenco degli ultimi concerti e una sezione con le date in programma con i rispettivi link esterni (riquadri verdi) per poter comprare il biglietto. Alla pagina “shop” vediamo la selezione dei prodotti di merchandising della band.

b. WIREFRAME

c. LOOK AND FEEL

3. LINGUAGGI E STRUMENTI

a. LINGUAGGI

- Html
- Css
- Bootstrap
- java script

b. STRUMENTI

- SublimeText2 per la scrittura del codice
- Google Chrome per la visualizzazione del sito
- fontawesome.com per le icone
- Google font per la scelta delle font
- https://www.w3schools.com/colors/colors_picker.asp per l’individuazione dei colori
- github.com per la pubblicazione online
- Instagram e WhatsApp per la promozione

COMMUNICATION STRATEGY PLAN

1. BACKGROUND -> Ci sono tantissimi giovani talenti in giro ma sono poco conosciuti perché il pubblico è restio o semplicemente perché fanno fatica a prendere piede. I siti web dei grandi artisti sono moltissimi e funzionano proprio perché i protagonisti sono grandi artisti a differenza di siti web degli artisti poco conosciuti o emergenti che non funzionano tantissimo proprio perché non hanno un grande seguito. Nonostante ciò si possono trovare dei pro e dei contro anche nei siti web dei grandi artisti
2. OBIETTIVI COMUNICATIVI -> Il progetto vuole far conoscere questa band friulana poco seguita ma piena di talento e di voglia di arrivare ad un pubblico più ampio e disomogeneo.
3. TARGET AUDIENCE E MESSAGGIO -> il sito web si rivolge principalmente alle persone dai 16 ai 30 anni e a tutte le persone che vogliono conoscere nuovi talenti e cominciare a seguirli. Dato che questa fascia d’età è molto legata ai social media, questi sono i principali strumenti con cui si riesce a invogliare le persone a consultare un sito web di questo calibro. Ovviamente possiamo prendere in considerazione anche un target secondario formato dagli over 40 anni, ovvero le famiglie della fascia d’età menzionata precedentemente che ascoltano le canzoni della band grazie ai figli e/o nipoti.
4. PROMOZIONE -> il sito web è stato promosso principalmente online, tramite i social media come Instagram e WhatsApp
5. VALUTAZIONE DEI RISULTATI