

COME AVERE SUCCESSO SUL WEB?

Guida pratica per muovere con successo
i primi passi nel web



MISURAZIONE ED OBIETTIVI

INDEX

- 3 Strumenti di controllo e analisi
- 7 Perché faccio un sito web? Definisci i tuoi obiettivi
- 13 Stabilire obiettivi e budget realistici

1

Strumenti di controllo e analisi

Strumenti di controllo e analisi

Ogni azione che un utente svolge online può essere tracciata da speciali software che permettono di ottenere informazioni dettagliate su come le persone si comportano ed utilizzano i contenuti di un sito web.

La piattaforma più conosciuta è sicuramente Google Analytics: un insieme di applicazioni che permettono gratuitamente di capire moltissime cose, come ad esempio chi visita il nostro sito, quali azioni compie, per quanto tempo visita le varie sezioni.

Ecco i principali dati che possiamo estrapolare dalla consultazione di questa piattaforma:

Sessioni: Una sessione è il periodo di tempo in cui un utente è attivamente impegnato sul vostro sito web

Pagine Viste: indica il numero totale di pagine viste

Pagine per sessione (pagina profondità media) è il numero medio di pagine visualizzate durante una sessione

Sessione media: la durata media di una sessione

Bounce rate: è la percentuale di visite di una sola pagina (ad esempio, visite in cui la persona esce dal sito dalla pagina di entrata senza interagire con la pagina)

Nuova sessione: una stima della percentuale di utenti che visita il tuo sito per la prima volta

Acquisizioni: permette di capire in che modo abbiamo ottenuto nuovi visitatori

Comportamenti: grazie all'analisi di questa dimensione possiamo capire se stiamo fornendo i giusti contenuti per il nostro pubblico

Queste sono soltanto alcune delle informazioni che possiamo raccogliere grazie alle potenzialità degli analytics, ma ci fanno capire come ci sia una differenza sostanziale rispetto al mondo fisico: sul web possiamo capire, conoscere e fornire soluzioni più adatte al nostro pubblico grazie allo studio delle azioni e dei comportamenti.

Questa mole di informazioni va quindi utilizzata e studiata con attenzione, per poterne sfruttare a pieno il potenziale: un'attività non semplice ma che può essere affinata con il tempo e che permetterà di capire se gli obiettivi di comunicazione sono stati raggiunti.

2

Perché faccio un sito web?
Definisci i tuoi obiettivi

Perché faccio un sito web? Definisci i tuoi obiettivi

Capita spesso che le persone, ma anche le aziende, decidano di aprire un sito ed iniziare un'attività di comunicazione senza una vera consapevolezza dei motivi e delle aspettative che debbano avere riguardo a questa attività.

Questo è l'errore principale che porta a non riuscire ad avere una presenza digitale di successo: se non so dove voglio arrivare e non ne conosco i motivi, non riuscirò mai a mettere in pratica le giuste azioni per dare la direzione ed, eventualmente, intervenire per correggere il tiro.

È quindi fondamentale realizzare, meglio se in forma scritta, una propria strategia. Sembra qualcosa di molto astratto e complicato, ma se si guarda la definizione di strategia si comprende che è molto più semplice di quello che sembra.

Per strategia, infatti, si intende l'insieme di regole e comportamenti che vogliamo adottare per il raggiungimento di determinati obiettivi. Come dice la famosa citazione di Seneca:

“ *Nessun vento è favorevole per il marinaio che non sa a quale porto vuol approdare* ”

È quindi fondamentale una fase preparatoria alla propria strategia in cui fare una profonda auto analisi, cercando di rispondere alle seguenti domande per determinare:

- » **perché voglio avere un sito internet?**
- » **cosa mi aspetto come ritorno del mio investimento?**
- » **quali sono gli obiettivi nel breve periodo? e nel lungo periodo?**
- » **cosa stanno facendo i miei competitor? voglio imitarli o creare una mia strategia?**
- » **quante visite voglio ottenere?**
- » **quali sono le azioni che voglio che facciano gli utenti del mio sito? (scrivermi una mail, commentare una news, condividerla sui social network, comprare un prodotto, ecc...)**
- » **cosa voglio che percepisca un utente dopo aver visitato il mio sito?**

Come si vede, esistono degli obiettivi di natura qualitativa, che non possiamo misurare con dati numerici, ma che sono comunque molto importanti per capire se stiamo dando il giusto approccio al progetto. Ad esempio non posso misurare quanto gli utenti siano "positivamente impressionati dall'immagine della mia pagina web"; ma questo obiettivo è comunque utile per dare peso alle scelte di stile e di grafica che andremmo ad implementare.

Altri obiettivi sono invece misurabili: il numero di visite, quanto tempo passano gli utenti

sulla pagina, quanti click, quante nuove sottoscrizioni, etc... Questi obiettivi sono particolarmente utili poiché facilmente misurabili grazie agli strumenti che vedremo nel capitolo 6 di questa dispensa: grazie alla loro misurazione possiamo capire in modo istantaneo se le azioni che abbiamo messo in campo stanno dando i loro frutti e come eventualmente intervenire per cercare di raggiungere gli obiettivi.

Una volta che gli obiettivi sono chiari, sarà più semplice definire le regole e le azioni che vogliamo mettere in campo per poterli raggiungere: se questo non avviene si andrà per tentativi, spesso non coordinati e privi di una logica a lungo termine, e che si rivelano inefficaci e a volte anche controproducenti per l'affermazione della propria presenza digitale.

3

Stabilire obiettivi e budget
realistici



Stabilire obiettivi e budget realistici

Cosa mi aspetto dal mio sito internet?

Quanto tempo e denaro posso spendere ogni mese?

Sono queste due domande fondamentali da porsi per poter impostare degli obiettivi che siano realistici e raggiungibili. Molte persone aprono un sito pensando di ottenere risultati immediati senza investire tempo e soldi nella promozione: abbiamo visto che per ottenere successo è necessaria pazienza, costanza nell'aggiornamento dei contenuti, dedizione e cura nella gestione quotidiana del proprio presidio digitale.

Per questi motivi consigliamo di affiancare ad una visione di lungo periodo (cosa mi aspetto dal mio sito nei prossimi 2 anni?), una visione più tattica che ponga degli obiettivi più semplici e facili da raggiungere nell'immediato. La visione di lungo periodo ci permette di mantenere una rotta, di non andare fuori dal nostro percorso, mentre gli obiettivi di breve periodo ci servono per essere motivati e per avere sempre aggiornato il polso della situazione. In poche parole non cercare un successo immediato e non raggiungibile, ma poni degli step semplici da raggiungere, come ad esempio:

- » **ottenere ogni settimana lo 0,5 % di nuove visite**
- » **aggiornare i contenuti 3 volte alla settimana**
- » **stimolare la conversazione: cerca di aumentare le conversazioni e i commenti ai tuoi articoli**
- » **fornire contenuti originali che interessano il mio pubblico che li condivide sui social network**

L'importante è non avere fretta, lavorare sodo e con continuità, rispondere alle richieste del proprio pubblico, capire quali sono gli argomenti che interessano maggiormente, essere veloci nel seguire i trend della rete: è con queste mosse che nel tempo potrai costruire una solida ed efficace presenza digitale.