

01 luglio 2010

### **Le cinque regole d'oro per un sito web di successo**

Categoria: Aziende, Mercati e Carriere

"Essere" su internet, non equivale ad avere un buon sito. Soprattutto per le aziende e soprattutto oggi, visto che una buona collocazione in rete può significare trovare nuovi clienti o interagire meglio con quelli già esistenti. Per avere un portale capace non solo di generare contatti, quindi di creare business per le aziende, ma anche studiato sulla base di quelli che sono gli obiettivi dell'azienda stessa, l'Osservatorio Siseco propone le cinque regole d'oro indispensabili per un sito performante. Innanzitutto, «la semplicità: tutto deve essere chiaro e a portata di mano, l'utente cerca informazioni e vuole trovarle subito», spiega Roberto Lorenzetti, amministratore delegato di Siseco, azienda leader nelle soluzioni CRM. «Secondo, interagire. Ormai chi naviga in internet ragiona in un'ottica 2.0, vuole dialogare con l'azienda, esprimere la propria opinione, chiedere informazioni. Terzo, il traffico web. Serve un'analisi delle parole chiave più ricercate dagli utenti interessati al settore, in modo da poterle utilizzare nel sito per favorirne l'indicizzazione. Quarto, è fondamentale aggiornare i contenuti con testi originali, per questo è utile collegarli con blog e social network. Quinto, bisogna fare attenzione alla velocità di caricamento: animazioni ed effetti speciali in genere hanno lo scopo di appesantire il sito, rendendolo, tra l'altro, meno appetibile dai motori di ricerca».

Il sito web è insomma ormai solo una parte di un progetto più completo, che deve avere come risultato il fatto di comparire ai primi posti dei motori di ricerca, sia per ricerca diretta che indiretta, ossia tramite le parole chiave più usate. «Personalizzazione e specializzazione sono le parole d'ordine», ricorda Lorenzetti. «Il web marketing è uno strumento molto utile che però ancora molte aziende non sfruttano al meglio. I mezzi di cui si può disporre sono molti, innovativi, modulabili e a costi accessibili. Però non è detto che quello che va bene per uno sia adatto ad un altro. Per questo è necessario affidarsi a un team di specialisti, capaci di cucire su misura un sito in base alle proprie esigenze».

Personalizzazione e specializzazione sono il trampolino per raggiungere l'obiettivo di aumentare la visibilità e quindi l'afflusso di clienti potenziali al sito stesso. «Lo scopo dei nostri siti internet è quello di generare contatti -prosegue l'ad di Siseco-. Per l'utente questo significa un modulo da compilare con la richiesta di informazioni. Per il cliente questo può significare due cose: pagare un tot per ogni singolo contatto (Pay per lead) oppure pagare per avere l'indicizzazione del servizio, indipendentemente dai contatti che ne saranno generati. L'ideale è poi abbinare questo servizio con un Crm per la gestione dei clienti, che permette di integrarli nel database e di gestirli con criteri scientifici».

La realizzazione prevede quattro fasi: il primo passo è l'analisi dei siti web concorrenti e delle parole chiave, per capire cosa fa la concorrenza e come si posiziona sui motori di ricerca. Secondo, il focus del sito internet: si concorda la strategia con grafico, project manager, copy che si occupa della stesura testi e l'informatico. Terzo, si realizza la bozza del sito web: incontro con il cliente per la presentazione del progetto e condivisione degli skills. Quarto, la produzione del sito web, con messa in linea del sito. A questo punto siete on-line e, soprattutto, siete sul mercato.

\*\*\*\*\*

Siseco Nata nel 1987, Siseco ([www.siseco.com](http://www.siseco.com)) è azienda leader nel settore IT e sviluppa soluzioni rigorosamente "Made in Italy" grazie a un team interno di ingegneri e tecnici. I prodotti di punta sono GAT.crm, un sistema che vanta 10 anni di esperienza ed è utilizzato da oltre 25mila utenti, e b.com il CRM di nuova generazione realizzato in un'ottica web 2.0, potente, innovativo e altamente personalizzabile. Le proposte Siseco sono le uniche fornite già con i dati della Guida Monaci integrati: un database completo con l'anagrafica di 500mila aziende italiane verificate pronto per essere utilizzato e l'innovativo sistema di Lead Generation Integrato al CRM, basato sulla formula "Pay per Lead". Sono oltre 250 le realtà in tutta Italia che utilizzano le piattaforme Siseco, tra queste Editalia (Istituto Gruppo Poligrafico Zecca dello Stato), Fastweb, Tre, Michelin, Il Sole 24 Ore, Telecom Italia, Editoriale Secondamano, Bottega Verde, Del Taglia Piscine.