

PERCHÉ?

L'organizzazione dei contenuti di una pagina web è importante quanto i contenuti stessi.

Vediamo come farlo al meglio.

LINK UTILI

→ www.rateservizi.it

QUALI CARATTERISTICHE DEVE AVERE UNA PAGINA WEB PER ESSERE DAVVERO EFFICACE E USER FRIENDLY?

Quante volte, facendo un acquisto online, ti è capitato di finire su una pagina web confusionaria o comunque non sufficientemente chiara tanto da spingerti anche ad abbandonare l'acquisto seppur interessato al prodotto?

L'organizzazione dei contenuti di una pagine web è importante quanto i contenuti stessi.

Vediamo come farlo al meglio.

Prima di tutto il **layout**. Tenete sempre presente che le pagine web non hanno tutte lo stesso obiettivo e quindi non possiamo avere una struttura standardizzata che va bene per tutto e tutti.

Ricordate, però, che **più è semplice maggiore sarà la percezione di usabilità**.

Ogni pagina web è un mondo a sé, ogni dettaglio influenza il modo in cui l'utente naviga. A questo proposito esistono software come Smart Look o Crazy Eggs che forniscono informazioni preziosissime sul modo in cui le persone navigano sulla tua pagina: su quali parti si soffermano di più, per esempio, o fin dove arrivano a leggere o su quali parti cliccano.

Questi dati sono davvero molto utili, per esempio, per comprendere (e risolvere) eventuali criticità.

Sia per i contenuti che per la struttura vige sempre una grande regola: **ordine e chiarezza pagano sempre**.

Evitiamo di cadere nella trappola di voler dire tutto e subito. Questa fretta, infatti, si traduce mediamente in testi lunghissimi e in pagine web affollate di testi e immagini che fanno passare la voglia di continuare a leggere.

Via libera, quindi, ad un'accurata selezione delle informazioni. Alcune possono certamente essere inserite in altre parti della pagina senza arrecare alcun danno.

Di solito, nella parte alta della pagina, troviamo il menu attraverso il quale accedere alle informazioni secondarie, i contatti, il login, la ricerca.

In basso, invece, abbiamo tendenzialmente, il menu di navigazione che indirizza verso le pagine interne, i classici chi siamo, servizi, dicono di noi ecc.

A sinistra o a destra troviamo, invece, i menù che ci indirizzano verso specifici contenuti. Se il menù di navigazione è a sinistra, è preferibile usare lo spazio di destra per inserire contenuti secondari che aiutino l'utente nella navigazione della pagina web invece di dedicarla a banner pubblicitari.



Veniamo ora ai **contenuti**.

Qui la regola da tenere sempre presente è che i **contenuti devono essere sempre (e tassativamente) pensati per il cliente (Customer Oriented)**. Le esigenze dell'azienda passano necessariamente in secondo piano e devono lasciare spazio ai contenuti dedicati ai clienti (ossia i benefici che trarranno dal prodotto/servizio proposto e le sue caratteristiche).

Hai bisogno di aiuto per la creazione delle tue pagine web o di un supporto per revisionarle?

#ChiediloaRateServizi info@rateservizi.it.



info@rateservizi.it



www.rateservizi.it

