

# Siti Web aziendali

I siti Web sono la modalità più diffusa di trasmissione delle informazioni in Internet. Un sito Web è formato da un insieme di pagine tra le quali sono stabiliti collegamenti ipertestuali, detti **link**, che consentono di navigare in modo non sequenziale (*ipertestuale*) tra le varie parti del sito, ma anche di passare ad altri siti secondo percorsi di consultazione decisi dall'utente. Questa è l'idea alla base della *ragnatela*, in inglese **Web**.

I **siti Web** non sono solo pagine statiche formate da testi e immagini, ma presentano anche contenuti multimediali, animazioni, cataloghi sfogliabili, moduli da compilare per richiedere informazioni o fornire dati.

In tutti i siti sono presenti alcuni elementi comuni: l'intestazione contenente una barra di navigazione, l'area *login*, le icone dei *social network* e il piè di pagina con informazioni e note legali.

La **barra di navigazione** consente di muoversi facilmente tra le varie pagine di un sito in modo che i principali contenuti siano accessibili con un solo clic e in modo veloce. Di contro un sito con una struttura di navigazione poco chiara risulterebbe di difficile utilizzo con la conseguenza dell'abbandono da parte dell'utente.

Un altro elemento comune ai siti Web è l'**area riservata**, caratterizzata dai link *Login* e *Registrati* e dalla presenza di caselle per l'inserimento di *username* e *password*.

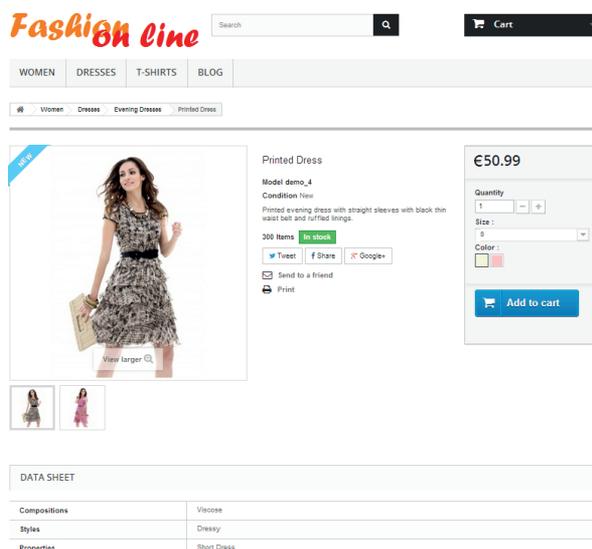
I rimandi ai **social network** sono un elemento essenziale nelle pagine Web per consentire un collegamento veloce alle versioni *social* del sito.

Le pagine del sito e i canali sui *social network* permettono di mantenere differenziati i contenuti ufficiali del sito istituzionale dall'ambiente sociale, meno strutturato e più interattivo.



Le pagine Web di un'azienda sono progettate per distribuire informazioni, svolgere commercio elettronico o fornire assistenza ai clienti.

Generalmente le informazioni su prodotti e servizi sono erogate attraverso cataloghi sfogliabili che presentano elementi interattivi, zoom e gallerie fotografiche, oppure attraverso documenti in formato *pdf* o materiali multimediali come animazioni o video.



The screenshot shows the 'Fashion Line' website interface. At the top, there is a search bar and a 'Cart' icon. Below the navigation menu (WOMEN, DRESSES, T-SHIRTS, BLOG), there are breadcrumb links: Women > Dresses > Evening Dresses > Printed Dress. The main content area features a product image of a woman wearing a 'Printed Dress'. To the right of the image, the product details are listed: 'Printed Dress', 'Model demo\_4', 'Condition New', and a description: 'Printed evening dress with straight sleeves with black thin waist belt and ruffled linings'. Below the description, there are social sharing options (Twitter, Facebook, Google+), a 'Send to a friend' link, and a 'Print' button. To the right of the product details, the price is shown as '€50.99', along with a 'Quantity' selector (set to 1), a 'Size' dropdown (set to S), and a 'Color' dropdown (set to a light color). An 'Add to cart' button is located at the bottom right of the product information. Below the product image, there are two smaller thumbnail images of the dress. At the bottom of the page, there is a 'DATA SHEET' section with a table containing the following information:

DATA SHEET	
Compositions	Viscose
Stylis	Dressy
Properties	Short Dress

I siti di **commercio elettronico** sono dotati di un carrello virtuale (*shopping cart*) per gli acquisti collegato al catalogo. Ogni prodotto che viene visualizzato, se disponibile, può essere inserito nel carrello, come se ci si trovasse all'interno di un negozio vero e proprio.

Si può poi continuare la navigazione e lo *shopping* oppure procedere con la conferma dell'acquisto attraverso l'inserimento dei dati per il pagamento.

Di solito i siti aziendali, oltre a fornire informazioni, servizi, e-commerce e supporto ai clienti, riescono ad aumentare il business attraverso l'uso della pubblicità e l'offerta di servizi correlati. Il comportamento di un navigatore nel sito viene osservato e registrato all'interno di file chiamati **cookies** (letteralmente *biscotti*), che vengono memorizzati sul computer dell'utente: in base alle scelte compiute dall'utente vengono proposti servizi o pacchetti aggiuntivi. A differenza dei banner pubblicitari tradizionali, questi servizi vengono personalizzati in base alle possibili necessità dell'utente ricavate dalle sue modalità di navigazione.

Per esempio, nel sito di una compagnia aerea, dopo aver acquistato un biglietto aereo, sulla pagina della conferma della prenotazione vengono offerti servizi di noleggio auto o soggiorni in hotel nella città di destinazione del volo o nelle immediate vicinanze.

Un altro strumento utile per stabilire rapporti positivi con gli utenti e fornire risposte alle domande sono le **FAQ** (*Frequently Asked Questions*), una raccolta di domande frequenti consultabile in ogni momento, senza la necessità di dover aprire nuove discussioni su un forum.

La pubblicazione di un sito può essere fatta sul Web in vari modi:

- presso il server Web di un provider che ne garantisce la visibilità nell'intero arco delle 24 ore; le pagine Web sono residenti su server che contengono anche i siti Web di altri clienti (**hosting**);
- per esigenze maggiori si può mettere un server in **housing**: questa possibilità consiste nell'implementare un proprio server Web e affidarlo a un Provider, che lo mantiene connesso alla rete 24 ore al giorno;
- l'ultima soluzione è quella di avere un server all'interno della propria azienda connesso alla rete e accessibile dall'esterno; in questo caso la soluzione Intranet/Internet è completa e si possono dispensare informazioni sia all'interno, che all'esterno della realtà aziendale.

Naturalmente il costo delle soluzioni prese in esame è crescente dalla prima alla terza.