

come mettersi in vetrina

Pagine web: come devono essere progettate, nell'aspetto grafico, perché siano accattivanti? Alcuni consigli di Riccardo Di Cecco, web master specializzato nella costruzione di siti per piccole aziende.

Le pagine web sono il primo biglietto da visita per l'attività: la regola numero uno è utilizzare toni di colore che abbiano attinenza con il logo aziendale. **Concetti chiari e precisi** sono i punti di forza della comunicazione: no ai "fronzoli" lessicali, sì al linguaggio diretto e asciutto. Da prevedere sempre uno spazio dedicato a banner, bottoni e altri elementi pubblicitari: anche se il mercato dell'advertising in Rete stenta a decollare, possono essere utili almeno per "scambiare" la presenza con altri siti.

Il layout (o l'impaginazione) della pagina web deve attrarre il visitatore perché originale e unico. Ma anche il

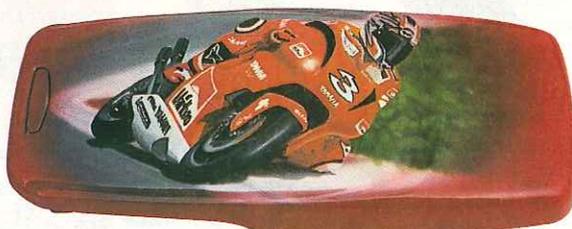
percorso dei contenuti ha una **funzione primaria, che spesso viene sottovalutata**. Non di rado capita al visitatore di essere attirato da un particolare elemento grafico all'interno del sito e di voler approfondire l'argomento. Altrettanto spesso, però, il collegamento va a un'icona o foto che non ha alcuna attinenza, oppure il testo indicato non conduce il navigatore all'informazione che cerca.

Il sito Internet non deve obbligare il navigatore a scaricare plug-in e/o particolari software per poter visualizzare una pagina correttamente: no agli applet in Java (codici che aumentano di molto il tempo di caricamento della pa-

gina web), no ai Dynamic Html. Può invece essere utile inserire animazioni in Flash, vista la sempre maggiore richiesta e il frequente utilizzo nei siti.

Le pagine Internet hanno un peso, in byte: per permettere al navigatore di visualizzare la pagina per intero, il suo peso non deve superare i 50 kb: compresi testi, animazioni, immagini ed eventuali form.

Nella pagina le immagini non devono avere più importanza dei testi. Se l'esigenza è di visualizzare un'immagine in alta definizione o con una superficie visiva maggiore, è meglio creare un link (collegamento) che apre una pagina solo per la foto.



WWW.TELEFONIN.COM

PERSONAL PHONE

CON UNO START UP ARTIGIANALE, DUE SOCI REALIZZANO UN SITO MOLTO SEMPLICE. OBIETTIVO: PERSONALIZZARE I CELLULARI DEI CLIENTI



Qui sopra, Gustavo Rapazzo, fondatore di Telefonin.com. Fra i clienti, molti negozianti che acquistano le "cover" ridisegnate dei telefonini (e anche dei mouse) da rivendere ai clienti.

Cellulare personalizzato? Basta andare su Internet all'indirizzo www.telefonin.com. E' il sito fondato da Gustavo Rapazzo, argentino con la passione per l'Italia e da Gianluca Crespi, ex-giocatore di basket, che possono definirsi a buon diritto tra i pionieri del commercio elettronico. Il loro Telefonin.com nasce nel lontano 1997, insieme all'apertura del negozio reale: «Da subito - racconta Rapazzo - abbiamo creduto nelle potenzialità di questo mezzo». Infatti, con uno start up artigianale i due soci si costruiscono un sito molto semplice e lineare, che ha però il merito di proporre qualcosa che almeno all'epoca era molto innovativo: la personalizzazione dei cellulari. L'idea prende spunto da una moda, allora nascente, che consiste nel rendere unico il proprio telefono mediante suonerie, cover colorate e loghi di varia natura. L'intervento avviene principalmente sulla scocca del telefono, che viene inviata dal cliente tramite corriere espresso, corredata se lo desidera dal disegno o dalla fotografia da aerografare o imprimere: tempo qualche giorno, torna indietro il proprio apparecchio completamente personalizzato. «Il 90% del nostro business - osserva Rapazzo - avviene grazie all'e-commerce, con una media di 25 ordini al giorno, per il 70% da privati e il rimanente da rivenditori». Il sito può essere descritto come un misto di b2c e b2b (vendita al consumatore finale e alle aziende), perché fra i clienti ci sono numerosi negozianti che acquistano le cover per poi rivenderle nei propri negozi. I clienti di solito sono giovani, età media dai 20 ai 30 anni. L'investimento maggiore è stato per il magazzino: 50 mila euro. «E' stato necessario, perché rifornendoci dai produttori esteri che praticano i prezzi migliori (Hong Kong), è conveniente fare ordinativi consistenti, in modo da ammortizzare le spese di spedizione». Per il resto, i soci hanno contenuto i costi realizzando da sé il proprio sito con software speciali e registrando gratuitamente il proprio indirizzo telematico presso i principali motori di ricerca. Il resto è venuto da sé. Il fatturato di Telefonin.net è di circa 20 mila euro al mese, con un'offerta al pubblico che si arricchisce continuamente mediante cover a tema, disponibili per tutti i principali modelli delle maggiori case produttrici (per esempio, quelle con i personaggi della Warner Bros da 25 euro), o artistiche come quella che ritrae nei minimi particolari la *Monna Lisa* di Leonardo Da Vinci (prezzo 100 euro).

✓ **L'idea vincente:** UN SERVIZIO ALLA MODA CHE HA TROVATO I SUOI CLIENTI TRAMITE UN FORMIDABILE PASSAPAROLA.

