

Come si costruisce un sito di successo



Ce lo spiega Giuseppe Zanolini, socio e co-fondatore di Weblink, digital agency di Varese che, oggi, è tra le realtà più innovative del settore, in particolare per chi opera nel mondo dell'e-commerce, del turismo e dell'hotellerie

➡ Monica Foglia

Da vent'anni sul mercato, la web agency di Varese, Weblink, è oggi un punto di riferimento consolidato per chi desidera migliorare le performance del proprio business, in particolare nei settori dell'e-commerce e del turismo. E questo grazie a un solido know how e alla capacità dell'azienda di intercettare gli ultimi trend del digitale, proponendo sempre nuove soluzioni ad hoc. «Quando, insieme a Marzia Prada e Saverio Speziali, abbiamo fondato Weblink eravamo convinti che internet sarebbe stata una grande rivoluzione per le nostre vite e che valeva la pena cavalcare questa onda», racconta l'ad **Giuseppe Zanolini**, «così è stato: la rete è diventata pervasiva sia nel privato

che nel lavoro e Weblink è cresciuta con essa. Sin dalla fondazione ci siamo preoccupati di innovare continuamente, sia in ambito web che mobile».

Ma è, soprattutto, nel contesto del turismo e dell'hotellerie che l'azienda di Varese si sta sempre più accreditando come partner tecnologico ad alto valore aggiunto. «Tra i nostri clienti contiamo diversi tour operator e agenzie di viaggio, per i quali abbiamo sviluppato applicazioni business ad hoc finalizzate alla creazione e alla vendita di pacchetti viaggio su internet», continua Zanolini, «anche l'hotellerie è, per noi, un mercato di grande rilevanza: abbiamo sviluppato siti web e app per importanti hotel e puntiamo a incre-



What's next

«Dopo il 2.0, c'è da aspettarsi parecchie novità anche se», dice **Saverio Speziati**, presidente e CTO di Weblink «non è mai facile prevedere quali di queste avranno successo e porteranno *disruption* sul mercato. Sicuramente interessante è il web semantico, di cui alcuni esempi sono già oggi disponibili, che potrà cambiare il modo in cui interagiamo con la nuvola e il modo in cui ricerchiamo le informazioni. Accanto a questo, c'è il filone dell'intelligenza artificiale, che già oggi sta facendo vedere cose interessanti in ambiti specifici in cui sono impegnate grandi aziende come Google. Sicuramente avrà un impatto anche sul web, unitamente al tema del big data: l'impressionante quantità di dati oggi disponibili su internet è un grande valore e lo sarà ancora di più nel momento in cui si riusciranno a tracciare correlazioni tra i dati in grado di risultare funzionali al business».

mentare la nostra presenza nel comparto – grazie anche alla recente partnership con la storica casa editrice del settore, Communication Agency – attraverso la fornitura di servizi digitali di valore rivolti alla fascia alta del mercato».

Ottenere una buona brand reputation e aumentare il proprio business

Se fino a qualche anno fa gestire la propria presenza sul web poteva essere un

Da sin., Giuseppe Zanolini, Marzia Prada e Saverio Speziati, titolari di Weblink





Lo staff di Weblink.
In prima fila a sinistra
Marzia Prada e, in piedi
da destra, Paolo Forloni,
Sales Manager Weblink,
Giuseppe Zanolini,
Saverio Speciali

optional, oggi è un presupposto imprescindibile per avere successo, presupposto che richiede, però, la capacità di sapersi districare all'interno di un panorama sempre più complesso e in costante cambiamento. «Acquisire visibilità del proprio brand sui media digitali non è molto diverso dal farlo sui media tradizionali», spiega Zanolini, «le logiche da applicare sono le stesse, sebbene si utilizzino canali diversi. È vitale, per esempio, sapersi muovere sui social network e, in generale, su tutti quei canali in cui il rapporto con i clienti è diretto. È lì, che un'azienda costruisce una fetta molto importante della propria reputazione. Que-

I requisiti di un sito performante

Oggi il sito web è diventato uno strumento di business e come tale deve dare risposte chiare e di valore ai visitatori. «Anche in siti business, l'aspetto grafico è essenziale», spiega Marzia Prada, responsabile dello sviluppo web in Weblink. «Essendo il biglietto da visita dell'azienda, deve colpire positivamente il visitatore e restituire un'immagine che sia in linea con i messaggi che l'azienda vuole dare. L'altro aspetto importante è l'organizzazione dei contenuti che devono essere chiari, facili da trovare e raggiungibili in pochi click. Da un punto di vista più tecnico, dal momento che oggi il visitatore può arrivare sul sito attraverso vari media (PC, tablet, smartphone), il sito deve essere responsive, fruibile da qualunque device e sempre aggiornato. È importante, inoltre, che il sito sia basato su una piattaforma di amministrazione semplice, in modo che l'inserimento dei contenuti non diventi un peso e ne faciliti la gestione anche nel quotidiano».

sto vale soprattutto per le realtà orientate al mondo consumer, ma anche per quelle di carattere business, in quanto i dipen-



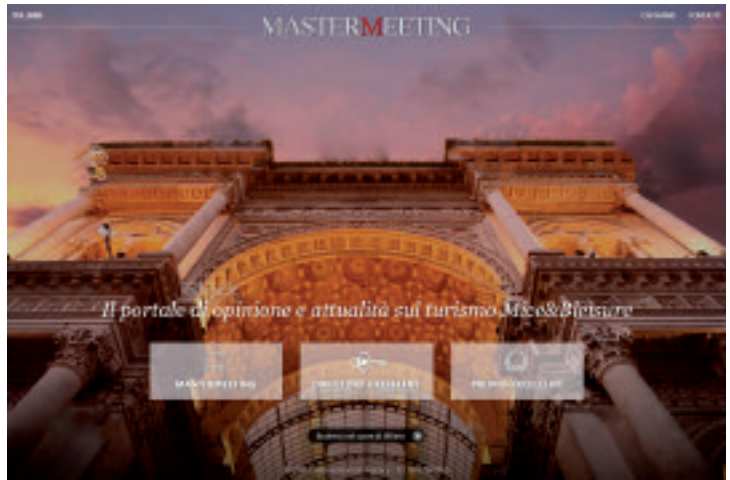
denti di queste ultime sono essi stessi utenti dei social».

Ed è a questo punto che diventa cruciale la scelta del partner tecnologico, momento molto delicato, «anche perché», osserva l'ad di Weblink «molto spesso, il cliente non ha al suo interno le competenze che gli consentono di valutare seriamente e in profondità le peculiarità del partner. Si rischia così di affidarsi alla prima impressione, oppure di non dare il giusto peso a tutti quegli aspetti che concorrono a produrre un progetto di successo. È invece importante scegliere aziende strutturate, che abbiano al loro interno uno spettro di competenze sufficientemente ampio per coprire le diverse esigenze che si presentano nelle varie fasi: parliamo di



creatività, grafica, sviluppo html, sviluppo software e mobile, project management. Difficilmente aziende di poche persone hanno queste caratteristiche. Altri fattori importanti sono le esperienze maturate in passato, la flessibilità, la capacità di innovare e l'attenzione al cliente».

Affidarsi a un'azienda realmente competente e consolidata è insomma il primo passo da compiere avendo l'accortezza di evitare alcuni errori comuni come quello di «mettere troppa carne al fuoco fin dall'inizio: «una buona regola è quella di suddividere i progetti più complessi in step successivi in modo che ciascuno venga curato nei dettagli e non si passi a quello successivo senza aver portato a termine il precedente. I tempi sono un altro aspetto critico: è importante pianificare le varie fasi del progetto e attenersi per quanto possibile ad esse, per evitare il dilatamento dei tempi e al contempo produrre un risultato affidabile».



Il nuovo portale di Master Meeting

Oggi chi cerca una location per organizzare un evento, o semplicemente desidera essere aggiornato sugli ultimi trend del settore ed entrare a far parte di un network d'eccellenza in grado di mettere in relazione la migliore offerta di strutture con la domanda più qualificata, trova sul nuovo sito www.mastermeeting.it, un set di informazioni ancora più completo e uno strumento in grado di aiutarlo nel proprio business. «Il nuovo portale», spiega **Marzia Prada**, «si basa su una piattaforma di gestione dei contenuti (Content Management System, CMS) molto avanzata e offre un'esperienza di navigazione facile e piacevole, oltre che nuove possibilità di business matching. Le scelte grafiche sono state particolarmente curate per coinvolgere appieno il visitatore, oltre che mirate alla fruizione del sito nei diversi formati, a seconda del dispositivo usato. Un altro aspetto di grande importanza è quello dell'espandibilità futura: a livello tecnologico, sono state usate soluzioni come il framework Bootstrap che consentono di gestire l'evoluzione futura del sito in direzioni che oggi non possiamo prevedere, ma che il sistema ci consentirà di affrontare facilmente. Data la ormai prevalente navigazione da device mobili, è stato necessario utilizzare, oltre agli strumenti tecnologici che consentono l'adattamento dei formati, anche un approccio "artigianale", basato sulla nostra esperienza di sviluppo. In ambito SEO, infine, abbiamo adottato tutte le tecnologie e le soluzioni disponibili, ma soprattutto la nostra esperienza, per garantire al sito un'indicizzazione ottimale»

