



Usability e Persuasione nella Comunicazione Digitale

Tutto quello che devi sapere per creare un sito efficace e convincente.

Data:	Martedì 22 Marzo 2011
Durata:	4 ore
Location:	POINT Polo per l'Innovazione Tecnologica della provincia di Bergamo, Via Pasubio 5 - Dalmine (BG)
Max Partecipanti:	20

Il workshop è una giornata di apprendimento pratico di tutti i **CSF (Fattori Critici di Successo) della comunicazione online** e delle migliori tecniche di creazione di siti e **landing pages** efficaci e vincenti. Affinché un sito funzioni deve essere usabile e persuasivo, e questo dipende da una serie di fattori che vanno dalla qualità e pulizia del suo codice HTML alla tua abilità nel creare contenuti e percorsi logici e convincenti.

Un sito o anche solamente una **landing page** devono essere usabili e persuasivi.

Usabile vuol dire che gli utenti devono poter incontrare con facilità quello che stanno cercando.

Persuasivo significa che il compito delle tue pagine sarà quello di creare un flusso di persuasione tale da convertire il maggior numero di visitatori in potenziali clienti.

Essere padroni dei canoni di usabilità e saper impostare dei flussi di persuasione efficaci viene prima di qualsiasi altra attività di web marketing. Altrimenti si rischia di sprecare capitali in costose attività di promozione portando utenti su un sito che non è in grado di accogliere né di convincere i potenziali clienti dell'azienda.

In 4 intense ore ti trasferiremo nozioni teoriche e le tecniche pratiche per cambiare marcia al tuo sito e alla tua capacità persuasiva!

Descrizione Generale

Il ruolo incrociato di usabilità e persuasione determina in gran parte il successo della comunicazione anche nel mondo digitale. Un sito web di successo non può prescindere dal rispetto dei canoni di usabilità e deve posare la propria comunicazione su una struttura ordinata ed una logica persuasiva.

Alla base dell'experience design, del design di interfacce utente e a monte di tutte le attività di web marketing deve esistere una competenza solida delle nozioni di usabilità e persuasione. Anche se è soltanto dal 2007 che si conosce e definisce in maniera formale la figura del *persuasion architect*, i concetti di comunicazione persuasiva permeano ormai tutte le migliori strategie di attività promozionale digitale.

Il nostro workshop ha come obiettivo quello di formare delle competenze solide e concrete di usabilità e di tecniche di persuasione applicate alla comunicazione digitale. I partecipanti impareranno infatti prima

a riconoscere e poi a riprodurre i codici di comunicazione necessari a creare un sito di successo.

Contenuti del corso

- CSF di un sito web: tutto quello che un sito web non può assolutamente trascurare
- Gli errori più comuni di usabilità
- Standard tecnici e best practices per creare contenuti usabili e accessibili
- Dal web design all'experience design: ragionare per obiettivi e KPI
- I processi decisionali e gli attriti che li frenano
- Persuasion architecture: approccio AIDA
- Landing Pages di successo: ecco le strategie più efficaci
- Implementazione del ciclo di testing e refining
- Preludio alla misurazione statistica

Obiettivi del workshop

- Imparare e approfondire i canoni di usabilità e accessibilità
- Acquisire strumenti pratici per creare un sito o una landing page persuasiva
- Capire perché alcuni siti semplicemente *non funzionano*
- Intuire i processi decisionali dei propri utenti e influenzarli positivamente
- Migliorare le proprie capacità di creazione di interfacce, redazione contenuti, ideazione di campagne di web marketing
- Apprendere tecniche e strategie di persuasione derivate dallo studio della psicologia del proprio target
- Capire quando la realizzazione di una interfaccia di comunicazione sia sempre meno un lavoro di web design e sempre più una strategia di marketing a tutti gli effetti.

Key Questions

- Devo creare un nuovo sito: da dove parto?
- Un bel sito è automaticamente un sito funzionale?
- Come faccio a sapere se un sito è fatto bene o fatto male?
- Quali sono i testi, le immagini, gli elementi grafici che funzionano meglio?
- È meglio usare foto, diagrammi o illustrazioni sul web?
- Come posso generare maggior business col mio sito?
- Come posso trattenere e intrattenere gli utenti sul mio sito?
- Esistono standard per creare landing page di successo?

Dedicato a:

- Responsabili comunicazione e marketing
- Brand & product managers
- Marketing managers
- Titolari e dirigenti aziendali
- Web designer senior & web masters

TAG Cloud

- usabilità e accessibilità
- content architecture
- persuasion architecture
- design best practices
- flussi di persuasione
- landing page optimization