



COME SVILUPPARE UN SITO WEB PROFESSIONALE

Guida indirizzata a manager e project manager per la direzione dello sviluppo di un sito web professionale o di una web app

INDICE

1. Autori.....	1
2. Introduzione.....	2
3. Design.....	3
4. Gerarchia visiva.....	6
5. Navigabilità.....	7
6. Coerenza.....	8
7. Navigazione da dispositivi mobile.....	10
8. Best practices.....	13
9. Credibilità.....	15

1.AUTORI



Francesco Frontali, software engineer

Laureato in Ingegneria Informatica presso La Sapienza di Roma e Microsoft Certified Developer. E' specializzato nello sviluppo di Architetture Software Distribuite e Web Oriented.



f.frontali@doagency.it



Stefano Meloni, full stack developer

Laureato alla Luiss Guido Carli e sviluppatore frontend e backend, con anni di esperienza nel settore. Conosce i linguaggi frontend HTML5, CSS3 e Js, e PHP, C# lato backend.



s.meloni@doagency.it

2.INTRODUZIONE

Lo sviluppo di un sito web professionale, non richiede solamente abilità nella scrittura del suo codice, ma soprattutto la capacità di saperlo progettare nella maniera corretta.

Molti siti, anche ben fatti dal punto di vista del codice o della qualità visiva, presentano una pessima esperienza d'uso. In molti casi è addirittura impossibile capire quale attività stiano descrivendo o quale prodotto o servizio vendano.

Il successo o il fallimento di un sito web si decide innanzi tutto nella fase di progettazione.

Questa deve partire necessariamente da tre elementi fondamentali:

- il **Logo**, dal quale verranno definiti la palette cromatica e lo stile da dare all'intero sito.
- La realizzazione di un **Mockup** (un progetto) dell'header (la barra superiore) del sito e del layout di base (che può essere sintetizzato nella progettazione della pagina home)
- La progettazione dell'alberatura delle pagine (**Site Tree**), in cui vengono definite quanti e quali pagine avrà il sito e come si dovranno relazionare.



DO
Agency

DESIGN
COLORI | TIPOGRAFIA | GRAFICA

3. DESIGN

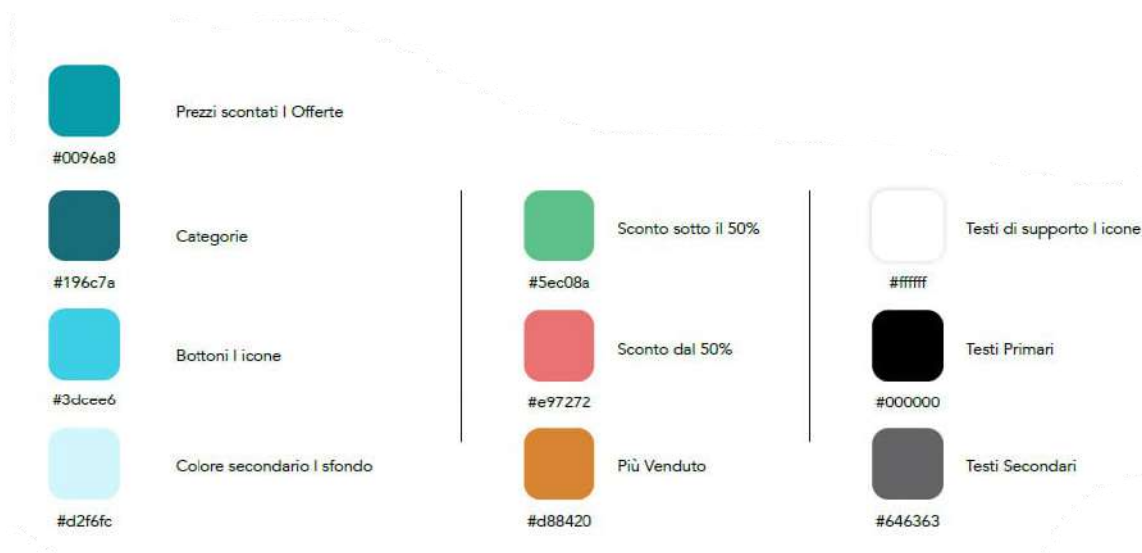
Sebbene l'aspetto di un sito web sia certamente importante, la maggior parte delle persone non naviga un sito per valutare quanto sia elegante il design. Vogliono compiere un'azione o trovare un'informazione specifica.

Pertanto, elementi di design non necessari (cioè quelli che non hanno alcuno scopo funzionale) non faranno altro che appesantire l'interfaccia e rendere più difficile per i visitatori raggiungere il loro scopo.

Dal punto di vista dell'usabilità e della UX, la semplicità è la tua migliore amica. Puoi utilizzare questo principio in una varietà di forme diverse, come ad esempio:

- **Colori:** è fondamentale non usarne molti. Le best practice consigliano di utilizzarne **più o meno due più una scala di grigi**. Il massimo da non superare mai è di cinque colori diversi. Molto importante nella scelta cromatica è il logo. Saranno i colori presenti nel logo, infatti, a definire la palette da utilizzare all'interno delle pagine. Ogni sezione all'interno della pagina deve avere un colore di sfondo che le consenta di distaccarsi dalle altre. Generalmente ciò si ottiene alternando sezioni con sfondo bianco (o grigio chiaro) a sezioni con sfondo più scuro (una tonalità di grigio più scuro).

- **Caratteri tipografici:** i caratteri tipografici scelti dovrebbero essere **altamente leggibili**, quindi niente di troppo artistico. Scegli tra i font più utilizzati come Roboto, Montserrat o Poppins. Per il colore del testo, di nuovo, mantieniti sulla classica **scala di grigi per il body** ed uno dei colori principali per i titoli. Assicurati sempre che contrasti con il colore di sfondo. Una raccomandazione comune è quella di utilizzare un massimo di tre diversi caratteri tipografici in un massimo di tre diverse dimensioni.
- **Grafica:** utilizza elementi grafici che aiutino gli utenti nella navigazione o a eseguire una funzione specifica. Non utilizzare mai effetti troppo pesanti o che appesantiscano inutilmente il caricamento della pagina. **Lo stile degli elementi, come badge, finestre popup e bottoni, deve richiamare lo stile utilizzato per logo.** Se, ad esempio, le forme di quest'ultimo richiamano linee tondeggianti, lo stesso stile dovrà essere applicato a tutti gli elementi. Dovrai, quindi, utilizzare angoli arrotondati ed elementi curvi.



4. GERARCHIA VISIVA

Strettamente legato al principio di semplicità è il concetto di Gerarchia Visiva.

Con questa definizione si intende la disposizione e l'organizzazione degli elementi della User Interface (UI) di un sito web finalizzata all'ottimizzazione della User Experience (UX).

Tramite la Gerarchia Visiva degli elementi si punta a fare in modo che i visitatori gravitino naturalmente prima verso gli elementi più importanti.

Ricorda sempre che, quando si tratta di ottimizzare l'usabilità e l'esperienza utente, **l'obiettivo è portare i visitatori a completare un'azione desiderata**, ma in un modo che risulti naturale ed immediato. Regolando la posizione, il colore o la dimensione di determinati elementi, puoi strutturare il tuo sito in modo tale che gli utenti siano attratti per primi da quegli elementi.

Nell'**esempio** seguente, tratto dal nostro sito doagency.it, puoi vedere come tutta la prima parte della home page (detta Above the Fold) guidi l'utente verso un'azione specifica: visualizzare i servizi offerti. Gli utenti possono fare clic sul pulsante in evidenza (chiamato Call to Action) o navigare tra le voci del menu principale. Lo scopo è quello di far capire subito all'utente finale dove trovare le informazioni più interessanti.

5. NAVIGABILITA'

Pianificare una navigazione intuitiva sul tuo sito è fondamentale per aiutare gli utenti a trovare ciò che stanno cercando.

Idealmente, un visitatore dovrebbe atterrare sul tuo sito e intuire immediatamente dove poter cliccare successivamente per iniziare a navigare. Spostarsi dal punto A al punto B dovrebbe essere intuitivo ed avvenire in modo fluido.


Ecco alcuni **suggerimenti per ottimizzare la navigazione del tuo sito**:

- Mantieni la **struttura della navigazione principale semplice (e sempre nella parte superiore della pagina**, ad esempio tramite uno Sticky Menu).
- Includi la **navigazione nel footer** del tuo sito.
- Qualora il sito richieda pagine annidate su diversi livelli, ricorri all'utilizzo di **breadcrumbs** su ogni pagina (eccetto nella home page) in modo che gli utenti ricordino il loro percorso di navigazione.
- Se il tuo sito presenta molte pagine (ad esempio si tratta di un sito di News) includi sempre una **barra di ricerca** nella parte superiore del tuo sito in modo che i visitatori possano cercare per parole chiave.

- **Non offrire troppe opzioni di navigazione** per pagina. Di nuovo, semplicità!
- Includi **collegamenti all'interno delle pagine** e fai in modo che sia sempre chiaro dove vadano quei collegamenti.
- Non costringere gli utenti a scavare troppo in profondità. Prova a **creare una mappa di base di tutte le pagine** del tuo sito disposte come una piramide: la tua home page è in alto e ogni pagina collegata dalla precedente forma il livello successivo. Nella maggior parte dei casi, è meglio mantenere la mappa non più profonda di tre livelli.

6.COERENZA

Oltre a mantenere la navigazione coerente, l'aspetto generale del tuo sito dovrebbe essere simile in tutte. Sfondi, combinazioni di colori, font e persino il tono della tua scrittura rappresentano aree in cui **la coerenza ha un impatto positivo sull'usabilità e sulla UX.**



Questo non vuol dire che ogni pagina debba avere sempre lo stesso layout. Crea, invece, **layout diversi per tipi specifici di pagine** (ad esempio, pagine riguardanti i servizi, piuttosto che pagine di portfolio, ecc). Utilizzando questi layout in modo coerente, sarà più facile per i visitatori capire che tipo di informazioni possono trovare in una determinata pagina.

Esistono poi delle best practice che dovrebbero essere sempre seguite.

Esistono poi delle **best practice** che dovrebbero essere sempre seguite.

Per quanto riguarda la **HOMEPAGE**, ad esempio, la struttura dovrebbe seguire un certo schema di base.

- **Above The Fold**, costituito da un'immagine di sfondo con sopra un titolo che descriva il tuo sito, un sottotitolo ed un bottone Call to Action.
- Una sezione centrale, divisibile in tre, massimo quattro parti, in cui **descrivere brevemente la tua attività**, i principali prodotti o servizi offerti e qualche esempio dei beni venduti o di lavori realizzati.
- Una sezione finale in cui inserire di nuovo una **Call to Action**, magari per invitare l'utente a contattarti o ad iscriversi alla tua newsletter.

DISPOSITIVI MOBILE



7. NAVIGAZIONE DA DISPOSITIVI MOBILE

Per fornire un'esperienza utente ottimale, il tuo sito deve essere compatibile con i numerosi dispositivi presenti sul mercato.

Le pagine devono potersi adattare alle risoluzioni dei diversi tipi di schermo esistenti. Il layout delle pagine deve presentare quello che, in gergo, viene chiamato **design responsive**.

Il design responsive indica una struttura del sito web altamente flessibile. Su un sito reattivo, **il contenuto viene automaticamente ridimensionato e rimescolato per adattarsi alle dimensioni del dispositivo utilizzato dall'utente**.

Per far questo non è necessario costruire un design diverso tra desktop e mobile, ma fare in modo che l'uno si adatti armonicamente all'altro.

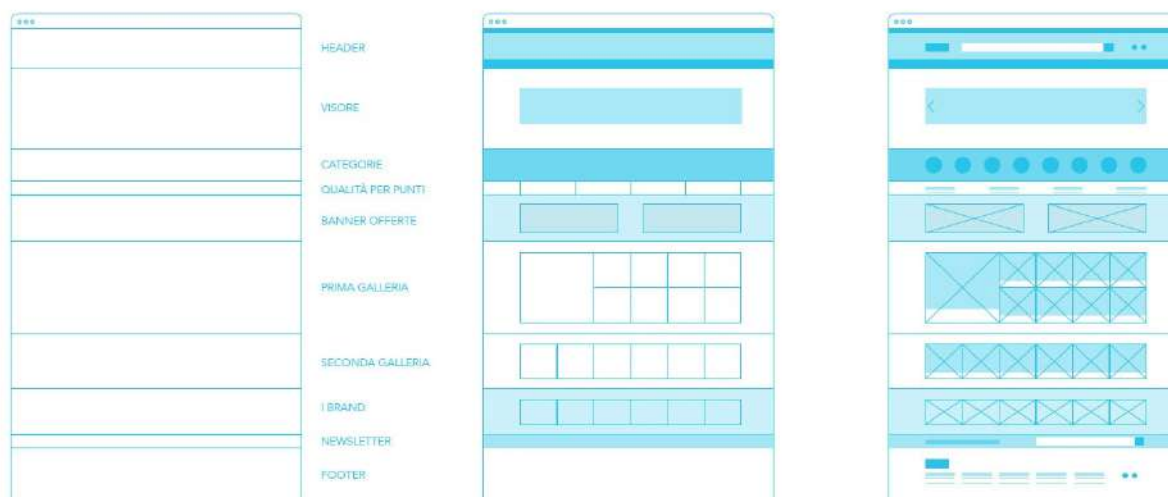
In definitiva, è più importante **progettare un layout desktop che si adatti in modo funzionale ai dispositivi mobile**, piuttosto che spendere tempo e risorse per progettare ed implementare due diversi tipi di layout.

Per far questo è necessario seguire alcune best practices, come:

- Non creare **mai pagine eccessivamente lunghe** e piene di contenuti, che a mobile richiederebbero uno scroll eccessivo da parte dell'utente.
- Progettare alcuni elementi, come ad esempio gallerie di immagini, in modo che a mobile vengano presentate sotto forma di **caroselli**, facilmente visualizzabili tramite swipe orizzontale.
- Il menu principale del sito, a mobile, deve trasformarsi in un **burger menu semplice ed intuitivo** da utilizzare.

Schema di layout responsive

DoAgency
/ WIREFRAME HOME



8. BEST PRACTICE

Una grande sfida nel web design è **bilanciare l'originalità e la creatività** con gli standard che ogni sito web dovrebbe seguire. La maggior parte di noi sono utenti esperti di Internet e ci sono **convenzioni specifiche a cui ci siamo abituati nel tempo**.

Tali convenzioni includono:

- Posizionare il **menu principale del sito nella barra superiore** di una pagina (header) o in menu laterale sulla sinistra dello schermo (nella navigazione desktop).
- Posizionare il **menu principale in un burger menu**, la cui icona deve essere posizionata nella parte destra dell'header (nella navigazione mobile).
- Posizionare il **logo del sito nell'header**, sulla sinistra o al centro.
- Rendere il **logo cliccabile**, in modo che riporti sempre un visitatore alla home page.
- Avere collegamenti e **pulsanti che cambiano colore/aspetto quando ci si passa sopra con il mouse** (hover).
- Utilizzare un'icona "carrello degli acquisti" su un sito e-commerce. L'icona deve avere anche un **badge numerico** che indichi il numero di articoli nel carrello.

Esempio di header per e-commerce



La progettazione di un sito deve essere paragonata a quella di un'opera architettonica. Un architetto deve necessariamente seguire delle regole quando costruisce un ponte o un palazzo e le viola perché, al di là delle ripercussioni legali, esse garantiscono la sicurezza e il comfort degli ospiti.

Non importa quanto sia stilisticamente bello un edificio: se inciampi su scale irregolari o non riesci a capire come muoverti all'interno, di sicuro scegli di restarne fuori.

Allo stesso modo, puoi creare un'esperienza appagante nella navigazione del tuo sito, soddisfacendo le aspettative degli utenti. Se violi ciò che gli utenti prevedono, potrebbero sentirsi a disagio (o addirittura frustrati) e decidere di tenersi alla larga dal tuo sito.

9. CREDIBILITA'

Attenersi alle convenzioni web conferisce credibilità al tuo sito. In altre parole, aumenta il livello di fiducia che il tuo sito trasmette. E se stai cercando di creare un sito che offra la migliore esperienza utente possibile, la credibilità fa molto.

Uno dei metodi migliori per aumentare la tua credibilità è essere chiari e onesti riguardo al prodotto o servizio che stai vendendo. Non costringere i visitatori a scavare tra dozzine di pagine per trovare quello che fai.

Sii diretto sulla tua home page e dedica un po' di spazio per spiegare il valore che sta dietro a ciò che fai.

Un altro consiglio per la credibilità: se vendi prodotti oppure servizi a pagamento (come ad esempio abbonamenti), ricordati di rendere i prezzi ben visibili già dalla home page.

Piuttosto che costringere le persone a contattarti per saperne di più sui prezzi, elencali in modo chiaro. Ciò renderà la tua attività più credibile ed affidabile.

DO AGENCY

Do Agency è un network di professionisti specializzati nel settore digitale ed informatico. I servizi forniti vanno dallo **sviluppo di siti web**, fino allo sviluppo di **app, software aziendali e piattaforme cloud** interamente personalizzate.

 Via dell'Esquilino 38, 00185 Roma

 **351 77 15 343**

 **info@doagency.it**