



Metodologia FIT

Progetto Editoriale nell'era del Web 2.0

Vers. 2.2 - Giugno 2010

File FIT_progetto_editoriale_quest_22.doc

Serve ancora un progetto editoriale nell'era del Web 2.0 ?

- **No**, perché nell'era del Web 2.0 non serve più il concetto di progetto editoriale! Infatti alla base di un'applicazione Web 2.0 ci sono la centralità degli utenti, la comunicazione interpersonale tra di loro, la condivisione e la partecipazione. In questo contesto, un contenuto digitale, una volta creato e immesso in rete, diventa parte del patrimonio comune e ha vita propria. Di conseguenza non sarà mai un contenuto ufficiale e non potrà essere il frutto di un piano editoriale.
- **Si**, perché la forte crescita del numero di siti Web / blog / profili Facebook - causato dalla formidabile potenza comunicativa del Web 2.0 e dalla relativa facilità con la quale è possibile allestire una presenza in rete per chi ha poca o addirittura nessuna competenza tecnica, significa che è indispensabile riflettere su quello che si vuole fare prima di sviluppare una presenza che spesso potrebbe risultare inutile.

Lo scopo di questo questionario è aiutare il Web Team e l'Organizzazione a rispondere ad alcune "buone" domande prima di iniziare la realizzazione di un nuovo sito Web.

Nome dell'Organizzazione promotrice del sito Web da progettare / migrare	
Nome dell'intervistato	Nome dell'intervistatore
Data compilazione	



1. Quali sono le finalità del sito Web e quali sono i benefici attesi ?

Si tratta di riflettere sul perché del sito Web; in particolare vanno identificate le finalità del sito: rendere più visibile l'Organizzazione e/o svolgere transazioni online e/o favorire l'ascolto in rete.

E' inoltre fondamentale identificare alcuni benefici per l'Organizzazione promotrice del sito.

NB: i benefici per gli utenti saranno descritti al punto 6.

Finalità del sito:

Benefici attesi per l'Organizzazione

Alcune possibili finalità per un sito Web:

- Informare: news in tempo reale, notizie, articoli, ecc.
- Divulgare nozioni: contenuto generico o specialistico
- Formare, educare: long-life learning, distance learning, ecc.
- Vendere: beni e/o servizi (e-commerce)
- Ottenere benefici economici dalla vendita di pubblicità
- Offrire un'interfaccia verso sistemi informatici transazionali, spesso a pagamento (e-commerce): sistemi di prenotazioni, accesso a banche dati e/o cataloghi, appuntamenti online, ecc.
- Dare ascolto ai clienti (ad esempio Contact Center online), promuovere comunità virtuali



2. Quali sono i siti simili ?

Elencare alcuni siti Web simili a quello che si vuole realizzare, precisando in che cosa consista la similitudine, L'analisi di siti simili è di grande aiuto per la descrizione delle caratteristiche del sito che si vuole realizzare. L'analisi dei siti simili permette anche di esplicitare le esigenze degli utenti, sia quelle soddisfatte dall'offerta attuale, sia quelle in attesa di una soluzione.

3. Quale sarà il modello funzionale del sito Web ?

Tutti concordano oggi sull'importanza di passare da logiche di pubblicazione a logiche di servizio.

Questo significa abbandonare il classico modello funzionale "dedotto" dall'organigramma dell'Organizzazione, perché rende il sito difficilmente fruibile per chi non conosce già l'Organizzazione.

Meglio organizzare il sito in funzione delle esigenze del target di utenza. In questo modo il sito Web trasmetterà idealmente il messaggio: "Possiamo aiutarti?".

Stabilire quindi il modello funzionale del sito:

- **logica di pubblicazione** (siti vetrina)
- **logica di servizio**
- **logica riconducibile ai Social Network** (logica interattiva)

Il modello di riferimento dipende in larga misura dei rapporti che esistono tra l'Organizzazione e il Web Team.

Modello scelto:



4. Qual è il target di utenza con il quale si vuole entrare in contatto ?

E' molto positivo essere in grado di descrivere il tipo di utenti con i quali l'Organizzazione vuole entrare in contatto. La risposta "tutti" a questa domanda indica spesso che il progetto manca, in qualche maniera, di concretezza

5. Quali saranno i benefici per gli utenti ?

Porsi, già in fase di analisi, la domanda: perché questo sito Web sarà interessante per il target di utenza precedentemente individuato? Quali sono le esigenze degli utenti? Ricordiamo che l'analisi dei siti simili ha permesso di mettere in evidenza le esigenze degli utenti non ancora soddisfatte dai siti Web attuali.

Nel caso in cui si accolga che i benefici non sono evidenti / concreti, si suggerisce di rimettere in discussione il target di utenza precedentemente individuato, oppure il modello di riferimento.

NB: l'analisi dei contenuti digitali e dei servizi saranno descritti ai punti 8 e 9



6. Elementi caratteristici del sito Web

Per aiutare il processo di "definizione" del sito Web da realizzare, è utile descrivere il sito con alcune informazioni: 1) il nome del sito; 2) uno slogan ("tagline") che visualizza gli aspetti importanti o i benefici del sito; si tratta di una frase fatta al massimo di 4-5 parole; 3) un logo, ossia un'immagine o un disegno, adatto alla finalità del sito; 4) alcune parole chiave che caratterizzano il sito. Se il logo non è stato ancora trovato, descrivere il tipo di immagine che si vorrebbe utilizzare.

1. Nome del sito Web da realizzare (una parola):

2. Slogan ("tagline"):

3. Logo (un'immagine o un disegno: inserire l'immagine o indicare il nome del file):

4. Parole chiave che caratterizzano il sito Web:

-
-
-
-

Esempio di slogan ("tagline"):

- About.com: What you need to know
- Coop: La spesa che non pesa
- Ebay: The world's online marketplace
- RAI: Di tutto di più
- Virgillio: Il bello di Internet
- Volendo: Ciò che vuoi, volendo puoi!
- Wikipedia: L'enciclopedia libera



7. In linea di massima, quali saranno i principali contenuti del sito Web ?	
Descrivere brevemente i contenuti da pubblicare necessari per raggiungere i benefici attesi e quindi soddisfare gli obiettivi dell'Organizzazione; per ciascun contenuto indicare le possibili fonti, ossia chi provvederà a fornire questi contenuti.	
Descrizione del contenuto	Fonti

8. In linea di massima, quali saranno i principali servizi del sito Web ?		
Descrivere brevemente i servizi necessari per raggiungere i benefici attesi e quindi soddisfare gli obiettivi dell'Organizzazione. Per ciascun servizio indicare la natura del servizio (interattivo, partecipativo, transazionale, informatico) e le possibili modalità di interazione (e-mail, mailing list, pagine HTML, blog, elementi di una base dati).		
Descrizione del servizio	Natura del servizio	Modalità in interazione



9. Vincoli esistenti

Nella realizzazione di un nuovo sito Web ci possono essere vincoli funzionali o tecnici. Innanzitutto è necessario riflettere sui rapporti tra Organizzazione e Web Team. Per esempio dove è collocato il Web Team nell'Organizzazione?

Poi è necessario tenere presente lo "stile" di comunicazione dell'Organizzazione. Infine il layout grafico del sito deve tener aderire alla "Corporate Identity" dell'Organizzazione.

Parallelamente possono esistere molti vincoli tecnici provenienti da eventuali precedenti progetti realizzati dall'Organizzazione: per esempio le caratteristiche dell'Internet Service Provider (ISP) in uso, l'ambiente di programmazione scelto (Microsoft o Open Source), l'utilizzo di un CMS (per esempio Joomla), ecc.

Altri vincoli possono essere il tempo disponibile per realizzare il sito Web, la capienza del budget, la mancanza di alcune qualificazioni nel Web Team, ecc.