

# Dall'idea alla progettazione di un sito web

*Leo Spadaro*

*l.spadaro@glauco.it*



## Agenda

- Il progetto di presenza su internet
- Target e utenza
- Monitoraggio dei risultati
  
- Riprogettazione di un sito diocesano, *Don Geppe Cocha*
- Il network Parrocchiemap, *Elena Mori*
- Parrocchiemap nella diocesi di Rimini, *Marco Baldelli*

# Da Chiesa in rete 2.0 (Gennaio 2009)

- *Diocesi su web*, con almeno un sito

Dicembre 2008 : **205**

Ottobre 2010: **216**

- *Accessi (pagine sfogliate)* di siti Webdiocesi

Anno 2008: **20.000.000 circa**

Anno 2010: **42.000.000 circa** (proiezione su dati gennaio – ottobre '10)

# Dal sito al network



# Gli obiettivi del progetto

E' importante definire preventivamente e con chiarezza:

- obiettivi primari;
- obiettivi secondari;
- tempi nei quali raggiungerli;
- sistema di monitoraggio degli obiettivi;
- eventuali opportunità e vincoli generali di progetto.

# A chi parliamo?



# A chi vogliamo parlare?

E' necessario uno sforzo di razionalizzazione:

- destinatari primari;
- destinatari secondari;
  
- pubblici esterni;
- pubblici interni;
  
- profilazione alta;
- profilazione medio - bassa.

# Obbiettivi + target

	<b>Target 1</b>	<b>Target 2</b>	<b>Target 3</b>	<b>Target n.</b>
<b>Obbiettivo 1</b>				
<b>Obbiettivo 2</b>				
<b>Obbiettivo n.</b>				



# L'offerta del sito

<b>Presentazione della Diocesi</b>	<b>Eventi e News</b>
Vescovo	Agenda
<b>Organismi diocesani</b>	<b>Documenti</b>
Uffici e servizi	Media diocesani
<b>Istituzioni collegate</b>	<b>Area Multimedia</b>
Uffici e servizi	Info e contatti
<b>Parrocchie</b>	<b>Visita la nostra diocesi</b>
Orari delle S. Messe	Versione accessibile, Versione mobile, Funzioni di condivisione (RSS, widget..)
<b>Programma pastorale</b>	<b>Motore di ricerca e mappa del sito</b>

# Contenuti + target

	<b>Target 1</b>	<b>Target 2</b>	<b>Target 3</b>	<b>Target n.</b>
<b>Contenuto 1</b>				
<b>Servizio 2</b>				
<b>Contenuto o servizio n.</b>				

# L'offerta del network



# Network: non solo Parrocchie

- Uffici e servizi di Curia (siti autonomi)
- Organismi e istituzioni collegate
- Eventi speciali
- Media diocesani
- Istituzioni locali

# L'offerta del (*social*) network



# Progettazione per personaggi



**Anna, 46 anni**, medico, sono impegnata in un'associazione di volontariato, voglio consultare la newsletter diocesana, mi collego dal PC dello Studio.



**Franco, 56 anni**, sacerdote, voglio accedere alle comunicazioni del Vescovo, ho sempre molta fretta, mi collego dal PC della Parrocchia e tramite il cellulare.



**Daniela, 25 anni**, pubblicitaria, collaboro con il giornale locale, devo consultare l'Agenda del Vescovo e accedere all'area comunicati stampa, mi collego dal MAC del giornale e tramite il cellulare.



**Mario, 34 anni**, insegnante e catechista, voglio mantenermi in contatto con la mia parrocchia e consultare l'agenda, mi collego dal PC di casa e dall'iPhone.



**Elena, 17 anni**, studentessa, voglio seguire le attività della mia parrocchia anche tramite Facebook, mi collego dal Netbook di casa e tramite il cellulare.



**Franco, 66 anni**, bancario in pensione, voglio visitare la città, conoscere gli orari del museo diocesano, i percorsi artistici e l'orario delle Messe, non sono molto pratico di internet, mi collego dal PC di casa.

# Progettazione per personaggi



## Creare un personaggio

**Anna, 46 anni**, medico, abito a Roma, ho 2 figli.  
Sono impegnata in un'associazione di volontariato promossa dalla Diocesi, utilizzo internet tutti i giorni per via del mio lavoro, mi collego dal PC dello Studio in ADSL, non sono una patita del web e non capisco chi usa Facebook.

## Individuare gli obiettivi pratici

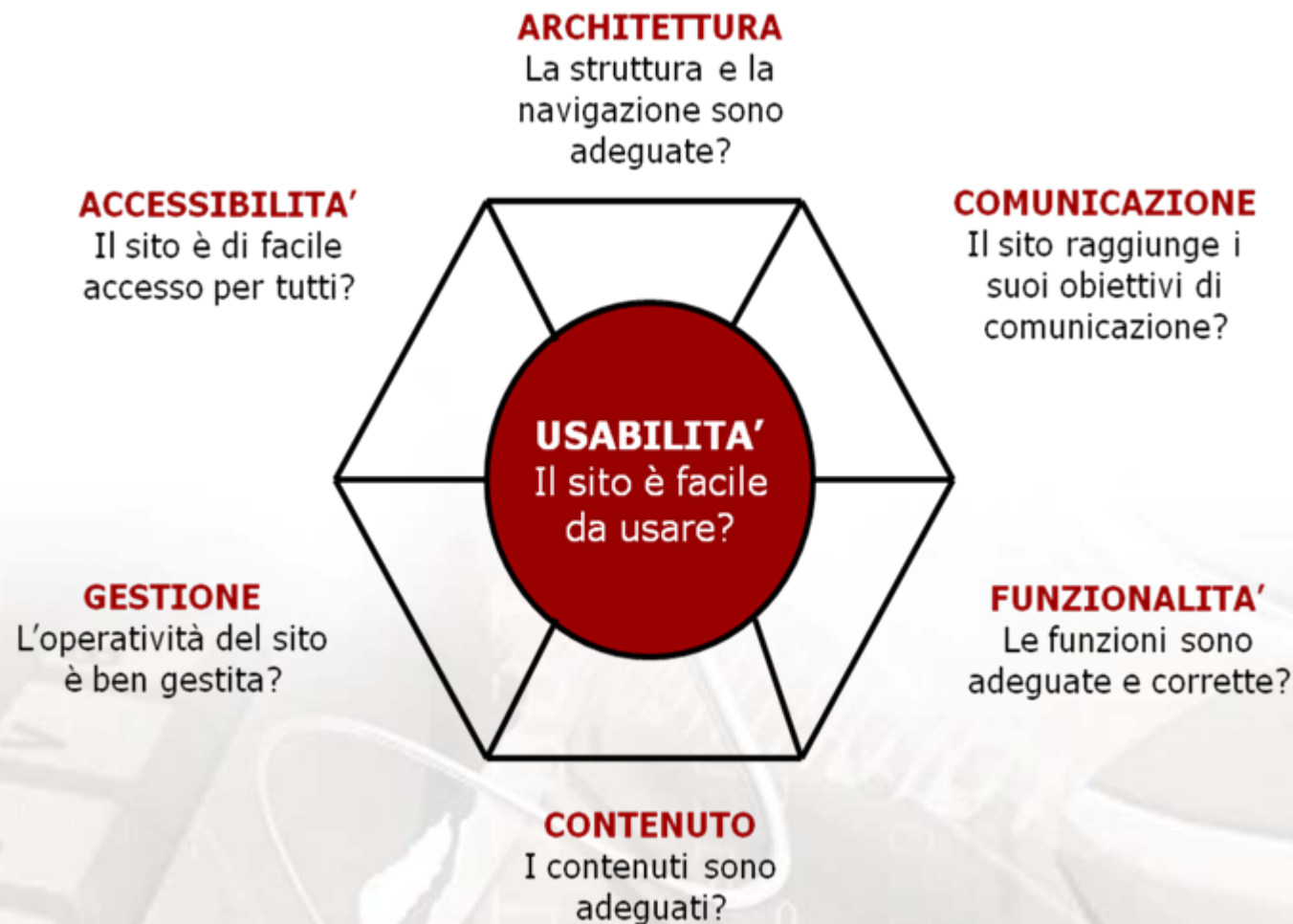
Voglio rimanere in contatto costante con l'Associazione e vorrei uno strumento che mi aggiornasse sulle attività principali e mi ricordasse gli appuntamenti.

# Governare il progetto

- Individuare obiettivi, vincoli e target e redigere il progetto generale e di dettaglio;
- Prototipare il sito, attraverso passaggi successivi.
  
- Predisporre gli strumenti di orientamento:
  - Piano editoriale;
  - Manuale di stile;
  - Sistema di qualità e di monitoraggio.
  
- Avviare le azioni organizzative:
  - Presentazioni e sensibilizzazione interna;
  - Formazione;
  - Comunicazione esterna.



## Il sistema di qualità



# Il sistema di monitoraggio

## Indicatori quantitativi

- Accessi al sito internet in termini di pagine sfogliate;
- Sessioni, in termini di visite o di utenti unici.

## Indicatori qualitativi

- Accessi di utenti registrati, come, ad esempio, operatori di curia e parroci;
- Accessi di utenza qualificata, p.es. giornalisti o altre istituzioni;
- Richieste di contatto diretto con la diocesi da parte di nuovi navigatori;
- Richieste di scambio link o banner;
- Link su altri siti.

## Presenza sui motori

- Ranking (posizione) del sito sui principali mdr: Google, Bing ,Yahoo...

Denominazione della diocesi, Nome della località; Vescovo, altre parole chiave attinenti ad iniziative a attività diocesane comunicate attraverso il web.

# Alcuni rischi

- Episodicità *versus* ciclicità
- Comunicazione del progetto
- Coinvolgimento
- Scarsa formalizzazione
- Pochi strumenti di supporto
- Pianificazione e scadenze