

Marco Bottarelli

CREA UN SITO WEB DI SUCCESSO

Dritte e strategie vincenti alla portata di tutti

Edizioni Melquíades

Copyright © 2014 Marco Bottarelli

Tutti i diritti sono riservati a norma di legge e a norma delle convenzioni internazionali. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta in nessuna forma e con qualsiasi mezzo, elettronico, meccanico o altro senza il permesso scritto del detentore dei diritti.

Tutti i marchi riportati in questo libro appartengono ai legittimi proprietari; marchi di terzi, nomi di prodotti, nomi commerciali, nomi corporativi e società citati possono essere marchi di proprietà dei rispettivi titolari o marchi registrati da altre società e sono stati utilizzati a puro scopo esplicativo e a beneficio del lettore, senza alcun fine di violazione dei diritti di copyright vigenti.

Questo libro non si intende per nessuna ragione esaustivo di tutte le attività necessarie per la creazione e la pubblicazione di un sito web. L'autore e l'editore declinano ogni responsabilità per qualsiasi azione intrapresa dal lettore che si considera unico responsabile delle sue azioni.

Ass. cult. "Edizioni Melquíades" – MILANO
www.edizionimelquiades.it
Prima ristampa, giugno 2014
ISBN 978-88-6218-713-8

A mio nonno Ernesto

INDICE

| | |
|--|-----------|
| Introduzione | 11 |
| Per chi è pensata questa guida..... | 15 |
| Esempi d'uso | 15 |
| Associazioni culturali, sportive e no-profit..... | 15 |
| Consulenti e liberi professionisti | 16 |
| Sportivi e persone dello spettacolo | 16 |
| Artisti e designer | 17 |
| Artigiani e professionisti di settore..... | 17 |
| Copyrighter e traduttori..... | 18 |
| Negozianti e venditori Ebay | 18 |
| Artigianato casalingo..... | 19 |
| Agriturismi, hotel e bed & breakfast..... | 19 |
| Studenti e laureati..... | 20 |
| Hobbisti e appassionati | 21 |
| Party planner e promoter..... | 21 |
| Tutti! | 21 |
| Scegliere il nome del sito e il dominio giusto..... | 23 |
| La scelta del nome..... | 23 |
| La scelta del dominio | 24 |
| La struttura di un dominio..... | 25 |
| Un po' di consigli pratici..... | 26 |
| Registrare il tuo dominio | 27 |
| Estensioni di dominio locali o internazionali..... | 28 |
| Estensioni comuni o generiche | 29 |
| Estensioni locali..... | 30 |

| | |
|--|--|
| Dove ospitare i tuoi contenuti | |
| Disegnare le pagine e la struttura del sito | |
| Tipologie di pagina | |
| Pagine statiche | |
| Pagine dinamiche | |
| Pronti, partenza... via! | |
| Creare una mappa visuale del sito | |
| Pagine padre..... | |
| Pagine figlie | |
| Pagine singole..... | |
| Aiutati con dei fogli di carta..... | |
| Menù di navigazione | |
| Home page..... | |
| Pagina chi siamo | |
| Pagina contatti e mappa stradale..... | |
| Pagina gallery | |
| Pagina news..... | |
| Sezione eCommerce..... | |
| Copyright, termini e condizioni | |
| Informativa sulla privacy..... | |
| Regole per strutturare una corretta navigazione | |
| Investi sui contenuti..... | |
| Quali pagine inserire | |
| 10 consigli utili e 10 errori da evitare..... | |
| 1. Pensa prima ai tuoi utenti, non solo a te stesso | |
| 2. Il menù di navigazione è importante | |
| 3. Vai dritto al punto: testi semplici e adatti al web | |
| 4. Scrivi come se parlassi a un amico | |
| 5. Pochi colori, ma buoni | |
| 6. Font: sì, mille “grazie”, ma senza esagerare!..... | |
| 7. Occhio agli effetti speciali..... | |
| 8. Attenzione alle immagini | |

9. Il sito è la tua immagine online.....

10. Aiuta i tuoi utenti a contattarti.....

Scegliere l'approccio e la tipologia del sito.....

Le tipologie più diffuse di siti web.....

Sito personale

Sito aziendale o professionale

Sito eCommerce.....

Sito informativo.....

Blog e blog-zine.....

Sito community, chat e forum.....

Sito ricerca

Sito download.....

Mini-sito promozionale

Sito ludico.....

Aggregatore di notizie.....

Differenza fra sito web e blog

Scegliere il servizio giusto per il tuo sito.....

Che cos'è un CMS.....

Quello che vedi è ciò che otterrai

I fogli di stile e gli standard W3C

Scrivere correttamente il codice di formattazione.....

Web responsive: un sito per tutti gli schermi.....

Le piattaforme di creazione sito

I siti istantanei

Sitonline

Esempi d'uso di Sitonline

L'offerta Sitonline.....

Altri CMS online per siti istantanei

I software online per la creazione del sito

Wordpress.....

Wordpress.com

Wordpress.org.....

| | |
|---|--|
| Esempi d'uso di Wordpress | |
| Joomla | |
| Drupal | |
| I software IDE per la creazione del sito | |
| Dreamweaver | |
| Coffee Cup..... | |
| Scegli il software che preferisci..... | |
| I servizi di hosting..... | |
| eCommerce e info-commerce..... | |
| L'eCommerce in Italia | |
| Info-commerce | |
| Fare eCommerce conviene? | |
| I CMS per creare il tuo sito eCommerce..... | |
| Magento..... | |
| Esempio d'uso di Magento | |
| Shopify | |
| Esempi d'uso di Shopify | |
| Altre piattaforme per vendere online..... | |
| Fai una scelta consapevole..... | |
| SEO: come ottimizzare il sito per Google..... | |
| Come funzionano i motori di ricerca | |
| Fattori fuori pagina | |
| Fattori in pagina | |
| Perché ottimizzare il tuo sito web..... | |
| Scegliere le parole chiave per il SEO del sito | |
| 1. La competizione..... | |
| 2. La diluizione | |
| Importanza delle keywords nel sito | |
| Come prepararsi a un intervento di ottimizzazione SEO..... | |
| La formula per avere successo su Google..... | |
| Cosa fare per migliorare il sito in ottica SEO | |
| Inserisci contenuti ricchi e interessanti | |

| | |
|---|--|
| Come inserire le keywords nel tuo sito | |
| Inserisci link a siti con argomenti affini | |
| Dedica una sezione alle F.A.Q..... | |
| Interventi SEO al codice HTML | |
| Tag HTML | |
| Meta tag..... | |
| Sitemap XML | |
| Breadcrumbs | |
| Cosa fare per indicizzare le pagine del tuo sito | |
| Google Analytics e Webmaster Tools..... | |
| Google Analytics | |
| Aprire un account di Google Analytics..... | |
| Il pannello delle statistiche | |
| Google Webmaster Tools..... | |
| Attivare Webmaster Tools | |
| Configurare la sitemap XML | |
| I benefici di Webmaster Tools..... | |
| Strategie marketing per promuovere il tuo sito | |
| Pubblicità online | |
| Google AdWords | |
| Facebook Ads..... | |
| Altri servizi pubblicitari online..... | |
| Social network..... | |
| Pulsanti di social sharing..... | |
| “Mi piace”, “Favourite” e “+1” | |
| Perché creare una pagina Facebook per la tua attività | |
| Misurare il successo di un post e della tua fan page | |
| Quando e come pubblicare un post..... | |
| Conclusioni sugli strumenti social..... | |
| Conclusioni | |
| Ringraziamenti..... | |

Introduzione

Quello della creazione di siti internet è un mondo che amo e in cui opero, ormai, da oltre dieci anni. Da sempre cerco di dare il mio contributo e il mio supporto su questo argomento, sia a chi è alle prime armi e sia a chi ha già precedenti esperienze all'attivo. Ecco, quindi, che è nata l'idea di scrivere questo libro, supportata da due ragioni principali.

La prima è che ogni giorno, navigando online fra migliaia di siti, mi imbatto, purtroppo, in errori grossolani, che denotano poca cura e attenzione nella progettazione delle pagine web e dei relativi contenuti. Da profondo amante di questo mondo, spero che il mio contributo possa aiutarti a creare un sito web gradevole e interessante e che renda internet un posto un po' più bello in cui navigare, anche grazie al tuo lavoro ;)

La seconda ragione è che guardando le pubblicazioni a oggi presenti nel panorama italiano, non ho trovato nemmeno una guida che spieghi, con un linguaggio semplice e adatto a tutti, come creare, passo dopo passo e senza dare nulla per scontato, un sito web che abbia tutte le carte in regola per avere successo.

Esistono, infatti, guide che parlano di come creare un sito web con una piattaforma specifica, senza però offrire alternative all'uso di questo servizio e senza considerare, purtroppo, che questa potrebbe non essere la scelta adatta per tutte le esigenze. Oppure esistono guide tecniche, più adatte a esperti del settore e ad un pubblico più preparato sui linguaggi di programmazione.

Questo libro, invece, non è nulla di tutto ciò!

Il suo intento è, infatti, quello di darti una visione panoramica e completa di tutte le azioni da fare per creare e gestire il tuo sito web in modo che abbia successo, utilizzando termini semplici e facilmente assimilabili, anche se non sei un esperto, e soprattutto senza costringerti a scrivere nemmeno una riga di codice!

Ti seguirò passo passo, fin dalle prime fasi di studio e progettazione su carta del sito, parlando poi di grafica, colori, posizione degli elementi, suggerimenti su come scrivere e comunicare, consigli utili da applicare al tuo sito ed errori fatali da non commettere mai.

Vedremo insieme alcune delle piattaforme di creazione sito più utilizzate, passando in rassegna i pro e i contro, così che tu possa scegliere consapevolmente a quale servizio affidarti.

Ti suggerirò quali azioni eseguire per indicizzare al meglio il tuo sito sui motori di ricerca e ti spiegherò come analizzare le statistiche dei tuoi visitatori, per trarne ogni possibile vantaggio.

Infine, vedremo insieme come promuovere il tuo sito web, utilizzando canali commerciali e virali, quali servizi di pubblicità online o l'uso dei social network.

In questo libro ho cercato di essere quanto più chiaro e semplice possibile, inserendo informazioni che in alcuni casi potrebbero esserti già note, se hai già un po' di esperienza in merito. Ma sono sicuro che, anche in questo caso, fra le pagine di questo manuale potrai trovare alcuni spunti interessanti che forse ancora non conosci.

Se hai voglia di intraprendere questo viaggio, che ti insegnerà a creare e gestire il tuo sito web, sarò felice di accompagnarti.

Non ti resta che allacciare le cinture e partire subito!

Per chi è pensata questa guida

Centinaia di migliaia di professionisti, piccole imprese e associazioni hanno già un sito web, più o meno ben fatto. In questo modo hanno un'arma in più di te per farsi trovare, ma tu puoi raggiungerli e superarli e questo libro ti aiuterà a farlo.

In questo libro non utilizzerò, a eccezione di un paio di casi in cui si renderà necessario, linguaggi di codifica o di programmazione dedicati agli specialisti di settore. L'intento è infatti quello di fornirti strumenti semplici, ma efficaci, per permetterti di essere online nel modo migliore e per seguirti passo passo nella progettazione e nella creazione del tuo sito web, sia esso collegato a un'attività professionale, commerciale o al semplice uso personale.

Esempi d'uso

Qui di seguito alcuni esempi di chi dovrebbe essere interessato a leggere questo libro.

Associazioni culturali, sportive e no-profit

Se hai un'associazione, il sito web potrebbe essere davvero fondamentale. Grazie a esso potrai raccontare a tutti di cosa si

occupa la tua associazione, illustrare l'area in cui opera, pubblicare foto e articoli sui traguardi raggiunti e sulle iniziative future o attualmente in corso. Inoltre, attraverso questo strumento, potrai dare un servizio utile a chi ti sta cercando in rete, fornendo le informazioni di base su come raggiungere o contattare l'associazione, magari per iniziare insieme una proficua collaborazione.

Consulenti e liberi professionisti

Che tu sia un professionista indipendente o che tu abbia uno studio associato, la presenza online della tua attività e della tua figura professionale è fondamentale per dare informazioni ai tuoi clienti o farti trovare da nuove persone in cerca di un servizio a loro supporto. Nel tuo sito web avresti uno spazio per promuovere le tue attività, comunicare i tuoi servizi, esporre le casistiche più frequenti che già hai affrontato, fornendo così un servizio utile a chi raggiunge il tuo sito. Inoltre, potresti aggiornarlo con le ultime normative, quelle più utili alla comunità, un semplice modo per dare un servizio che ti costi poco, ma che al tempo stesso ti aiuti ad attrarre nuova clientela.

Sportivi e persone dello spettacolo

Calciatori, nuotatori, tennisti o professionisti in qualsiasi ambito sportivo, tutti dovrebbero avere la propria presenza online, e non soltanto sui social network (come Facebook e Twitter ad esempio). Con il tuo sito personale puoi mostrare a tutti le tue capacità, tenere aggiornati i tuoi fans o coinvolgere nuovi utenti a seguire le tue *performance*.

Lo stesso vale per qualunque professione che preveda il raggiungimento di una certa notorietà, che tu sia un attore, un

personaggio pubblico o semplicemente un appassionato che aspira a raggiungere fama e prestigio.

Avere un sito di tua proprietà aumenta la tua professionalità, la tua immagine acquista più autorevolezza, rendendoti più appetibile per sponsor, agenti e promoter interessati a seguirti. Inoltre, più il tuo sito è in grado di attrarre *audience*, più probabilità avrai di ricevere nuove richieste di collaborazione o sponsorizzazione.

Artisti e designer

Pittori, scultori, designer e creativi cercano con grande impegno il modo per farsi conoscere. Creare la tua immagine online è il primo passo per farti trovare da chi cerca nuovi talenti. Pubblica i tuoi lavori e crea il tuo portfolio digitale. In questo modo sarà più semplice, ad esempio, dire a una galleria d'arte di scegliere e visionare le tue creazioni navigando comodamente su un computer o su un tablet. Niente più ingombranti book cartacei da centinaia di pagine da portarti dietro a ogni colloquio!

E non solo, imparando a fare il sito per te e per la tua figura professionale, potresti usare questa esperienza acquisita per proporti come curatore e designer nella creazione del sito di potenziali clienti interessati.

Artigiani e professionisti di settore

Idraulici, elettricisti, imbianchini, piastrellisti e falegnami sono in giro tutto il giorno per la città, lavorando là dove ne è richiesto l'intervento. La presenza fisica per queste professioni è indispensabile, ma avere un sito web non solo

sarebbe utile per far trovare i recapiti a cui contattarti, ma potrebbe anche “lavorare per te” proprio mentre tu sei impegnato a fare altro, raccontando ai visitatori i servizi che sei in grado di offrire e raccogliendo le richieste di preventivo o di intervento.

Copyrighter e traduttori

Ogni giorno nascono migliaia di siti e pagine web. Se stai faticando a trovare clienti cui offrire il tuo prezioso contributo, il tuo sito web personale è il punto di partenza migliore. Racconta i lavori già svolti, esponi il tuo *curriculum* e dettaglia con precisione quali sono i tuoi punti di forza e le lingue che padroneggi. Se farai un buon lavoro nel promuoverti sul sito, i clienti non tarderanno ad arrivare, trovandoti fra i risultati di ricerca e ingaggiandoti per lavorare sui propri testi e traduzioni.

Negozianti e venditori Ebay

Se hai un negozio e non sei ancora online con la tua attività è arrivato il momento di farlo al più presto. Centinaia di persone stanno cercando online proprio i prodotti che vendi tu, ma invece di rivolgersi a te, trovano i tuoi concorrenti che hanno già creato la loro presenza sul web.

Se non ti senti ancora pronto per un sito eCommerce che venda direttamente online non devi preoccuparti, nel tuo sito potresti comunque promuovere ciò che fai e mostrare foto e dettagli dei tuoi prodotti, suggerendo agli utenti di venirti a trovare direttamente in negozio. Potresti magari invitarli a presentarsi con un coupon promozionale, che puoi far

scaricare dal tuo sito, invogliandoli a farti visita e offrendo loro sconti e personalizzazioni o un trattamento speciale.

Se invece sei già un venditore online, ad esempio su Ebay o su Amazon, avere un sito web in cui raccogliere tutti gli annunci è un ottimo sistema per guadagnare credibilità agli occhi dei tuoi potenziali clienti e un ulteriore modo per diffondere più facilmente le tue offerte. Tieni sempre a mente che alcune persone ancora non si fidano ciecamente nel fare acquisti online. Avere un sito, infondere fiducia e di conseguenza mostrare maggiore autorevolezza, potrebbe aiutarti nelle vendite convincendo coloro che sono ancora indecisi a completare un acquisto via web.

Artigianato casalingo

Sei un asso in cucina o nel tuo tempo libero ti piace creare piccoli oggetti artigianali, come gioielli di pasta di sale o manufatti creati con oggetti riciclati? Con il tuo sito web puoi pubblicare le tue creazioni e, volendo, puoi metterle direttamente in vendita usando PayPal o un sito eCommerce completo.

Inoltre, creare sezioni apposite che raccontino ad altri come fare a realizzare le proprie idee, ti aiuterà in più di un modo; in particolare, generando traffico di utenti sul tuo sito, aumenterai la sua visibilità e le possibilità di vendita dei tuoi prodotti.

Agriturismi, hotel e bed & breakfast

Una buona struttura turistica dovrebbe essere sul web fin dall'inizio della propria attività. Sceglieresti mai dove

soggiornare per le tue vacanze senza prima saperne di più della struttura in cui dormirai?

Un sito web serve per pubblicare la descrizione dei servizi offerti, mostrare le foto degli spazi comuni, della sala accoglienza e delle camere in cui gli ospiti potranno soggiornare, dettagliando opzioni e comfort previsti per le stanze e all'interno della tua struttura. Tv, aria condizionata, bagno, sala relax, piscina, giardino, servizio di prima colazione, pensione completa, se offerti, sono un ottimo modo per convincere i tuoi potenziali ospiti.

Inoltre, avere un sito web del proprio agriturismo o bed & breakfast, permette, a chi ha già soggiornato da te, di lasciare preziosi commenti su siti di turismo social come TripAdvisor.com, Booking.com, Zingarate.com. Il passaparola potrebbe diventare così la tua arma vincente!

Studenti e laureati

Avere un sito web personale che mostri il tuo percorso di studi o che proponga il tuo *curriculum* è un buon punto di partenza per evidenziare la tua intraprendenza e semplificare il lavoro di chi ti vorrà intervistare per un colloquio, aumentando così le possibilità che sia proprio tu la prima scelta per la prossima assunzione.

Se stai prendendo parte a un progetto universitario, pubblicare i tuoi obiettivi e i tuoi progressi potrebbe aiutarti a coinvolgere nuove persone appassionate all'argomento, offrendoti nuovi spunti nati da collaborazioni spontanee.

Hobbisti e appassionati

Tutti quanti abbiamo una passione. Perché non mettere a disposizione di tutti le tue conoscenze e avere l'occasione di scambiarsi idee e opinioni? Che sia la passione per il ciclismo, per un altro sport, oppure collezionismo o ancora musica, teatro, cinema o scrittura, parlare agli altri di ciò che ti piace aiuta a creare delle vere e proprie community di appassionati. Con l'aumentare dei visitatori, inoltre, potrai trovare sicuramente degli sbocchi interessanti per estendere la tua visibilità o addirittura guadagnare dal tuo sito.

Party planner e promoter

Migliaia di persone ogni giorno hanno bisogno di organizzare una festa e cercano su internet qualcuno che li possa aiutare a farlo. Che sia per un compleanno, per un evento speciale o per qualsiasi altro tipo di occasione, potrebbero avere bisogno della tua professionalità perché tutto sia organizzato alla perfezione. Ma se non sei ancora online, sarà molto difficile che ti trovino. Crea subito il tuo sito e inserisci i tuoi contatti, mostra loro cosa sei in grado di fare e quanti successi hai già ottenuto nei tuoi incarichi precedenti. Le richieste non tarderanno ad arrivare!

Tutti!

Con la diffusione di internet il mondo è diventato più piccolo e le informazioni possono viaggiare a migliaia di chilometri di distanza in un istante. Che tu debba organizzare un matrimonio o che tu voglia parlare di ciò che ti appassiona, un sito web è il modo più semplice per raggiungere il maggior numero di persone con uno sforzo ridotto. Avere un sito, infatti, è oggi più semplice di quanto si possa

immaginare. Con il diffondersi di servizi che possono guidare chiunque nella creazione assistita di un sito web, nessuno ha più scuse per non essere presente online.

Che si tratti del sito per la tua attività professionale o che sia un sito personale, prosegui nella lettura di questo libro, troverai tanti spunti interessanti che potranno tornarti utili per pianificare al meglio le tue pagine internet e perfino darti la possibilità di guadagnare!

Scegliere il nome del sito e il dominio giusto

Quando si progetta un sito, le prime due cose a cui pensare sono la scelta del suo nome e quale dominio utilizzare per raggiungerlo. Vediamo insieme quali passi seguire per fare le cose in modo corretto.

La scelta del nome

Innanzitutto serve scegliere il nome giusto per il tuo sito web, decisione che, per quanto semplice possa sembrare, non è sempre così scontata.

Nella scelta del nome è fondamentale pensare a come vorrai farti trovare dai tuoi clienti, dai tuoi potenziali visitatori. Utilizzare un nome facilmente ricordabile, infatti, può essere loro di grande aiuto, così che possano ritornare speditamente sul tuo sito web tutte le volte che vogliono, trovandoti anche con più semplicità sui motori di ricerca nel caso avessero dimenticato l'indirizzo per raggiungere le tue pagine.

Decidere le “parole chiave”, cioè i termini o la frase cercati ad esempio su Google, è uno dei temi più importanti per un sito web, che in seguito affronteremo più nel dettaglio. Il

nome del tuo sito rientra fra queste parole chiave e corrisponderà al modo in cui i tuoi visitatori ti cercheranno sui motori di ricerca, quindi è importante sceglierlo bene. Se hai già un'attività avviata, il nome giusto del sito sarà, molto probabilmente, il nome stesso della tua attività. Nessuno ti vieta di cambiarlo, essendo tuttavia il modo in cui verrai spesso cercato da chi conosce già la tua attività nel mondo reale, è preferibile rimanere aderenti a quella denominazione, utilizzandola così a tuo vantaggio. Il nome di uno studio professionale già esistente, ad esempio Bottarelli s.r.l., dovrà preferibilmente avere un nome sito a esso aderente, come "Studio Bottarelli" o "Bottarelli & Associati". Inoltre, il nome del sito è la base di partenza per scegliere il giusto dominio che servirà per raggiungere e visualizzare le tue pagine online.

La scelta del dominio

Il "nome a dominio" non è altro che l'indirizzo da scrivere su internet per raggiungere il tuo sito e i suoi contenuti, ciò che i tuoi visitatori spesso digiteranno per raggiungerti sul web. Prova a immaginare il tuo sito come se fosse una casa, la tua casa. Dentro puoi metterci ciò che vuoi per accogliere i tuoi ospiti, così come nel sito puoi mettere testi e immagini per descrivere ciò che desideri, a disposizione di chi lo visiterà. Ma i tuoi ospiti devono sapere come arrivare a casa tua per farti visita. Nella realtà di tutti i giorni, puoi dar loro il nome della via e il numero civico. Sul web, invece, si usa il dominio o indirizzo web (detto anche *URL - Uniform Resource Locator*), che servirà ai tuoi visitatori per raggiungere il tuo sito nel vasto mondo di internet.

La struttura di un dominio

Un nome a dominio ha una struttura piuttosto semplice e si compone, in genere, di tre parti separate sempre da un punto:

es. “www.tuonomedominio.it”

- *Il prefisso* (anche detto “terzo livello”): sul web il *default* è “www”, ma, se la possibilità di modifica è attiva, si può anche usare un’altra chiave testuale, da scegliere a piacere (ad esempio *testo.tuonomedominio.it*).
- *Il nome* (anche detto “dominio di secondo livello”): è ciò che contraddistingue principalmente l’indirizzo, in questo caso “tuonomedominio”.
- *L’estensione* (anche detta “dominio di primo livello”): è la parte finale che compone l’indirizzo e indica l’ambito di appartenenza del dominio (fra poco approfondiremo meglio questo tema con alcuni esempi).



La registrazione di un dominio riguarda soltanto il nome e l’estensione, quindi, quando ricerchi un dominio da registrare, ometti il prefisso “www”. Una volta registrato, infatti, il tuo dominio risponderà automaticamente a entrambe le digitazioni.

Ad esempio, i due nomi “www.tuonomedominio.it” e “tuonomedominio.it” identificano sempre lo stesso sito web.

Se già hai un’attività, un’associazione, un negozio, usare il nome reale è senz’altro più semplice e utile. Il dominio sarà

dunque qualcosa di molto affine al nome del sito, per aiutare la memoria dei tuoi clienti a trovarti più facilmente, ad esempio “*www.bottarelli.it*”, “*www.architettobottarelli.it*” o “*www.studiobottarelli.it*”.



Pensa a un dominio semplice e diretto, non troppo lungo e che non abbia troppi caratteri, altrimenti risulterà scomodo da scrivere e sarà più facile per i tuoi visitatori commettere errori di digitazione.

Un po' di consigli pratici

Abbiamo visto, quindi, che scegliere il nome del sito e il dominio giusti non è certamente un'attività da fare su due piedi. Richiede tempo ed è una decisione che va ponderata bene. Per questo, come prima cosa, dedica almeno una giornata a raccogliere spunti e idee.

Armati di un quaderno e del tuo computer e parti subito!

- ✓ *Annota tutti i nomi che ti sembrano validi e prenditi un po' di tempo per pensarci su.*
- ✓ *Tieni gli appunti sempre a portata di mano, una buona idea potrebbe venirti quando meno te l'aspetti.*
- ✓ *Naviga sul web facendo qualche ricerca e guardando che cosa hanno fatto i tuoi competitor (gli “avversari” che operano nel tuo stesso settore) per prendere spunto anche da loro.*
- ✓ *Sii originale: scegliere un nome troppo simile a quello dei tuoi concorrenti può sembrare inizialmente una buona idea, perché potrebbe portarti visitatori facili. A lungo andare, però, quando il tuo sito avrà raggiunto un buon successo, la somiglianza con il nome di altri potrebbe*

confondere i tuoi clienti e farli andare inavvertitamente dai tuoi avversari.

- ✓ *Fantasia sì, ma senza esagerare! È bene che il nome del tuo sito rifletta quello della tua attività, se ne hai già una, oppure trova un modo facile, sintetico e riassuntivo di comunicare le informazioni o gli argomenti di ciò che vorrai pubblicare.*
- ✓ *Meglio se nel nome fai uso di almeno una delle parole chiave della tua attività, che si tratti dell'oggetto che promuovi o vendi, della professione che svolgi, o del nome della tua società. Come già detto, il nome che darai al sito sarà infatti uno dei modi principali con cui le persone potranno trovarti nei risultati dei motori di ricerca.*

Registrare il tuo dominio

Per poter registrare un dominio tutto tuo, è fondamentale che il dominio che vuoi usare non sia già registrato. Devi infatti possedere il nome a dominio in modo che sia inequivocabilmente di tua proprietà, così che nessun altro possa usarlo in futuro.

Per verificarne la disponibilità puoi rivolgerti a uno dei numerosi servizi che offrono la registrazione del dominio.



Alcuni esempi di servizi di verifica e registrazione dominio:

www.sitonline.it/dominio

www.register.it

www.godaddy.com

Compilando la richiesta di registrazione a dominio avrai una risposta immediata sull'effettiva disponibilità di quel nome e di eventuali estensioni differenti (ad esempio .com, .net, .org, .info ecc.), così che tu possa fare la scelta che ritieni migliore.

Se tutti i domini che ti sono venuti in mente sono già stati registrati da altri, puoi verificare se esistono estensioni di dominio ancora libere per quello stesso nome.

Se ad esempio *studiobottarelli.it* non fosse disponibile puoi controllare se *studiobottarelli.com* o *studiobottarelli.net* o *studiobottarelli.org* sono ancora liberi.

In alternativa, se questo dominio è già occupato in tutte le estensioni possibili, puoi provare a verificare se, aggiungendo i trattini come separatori fra una parola e l'altra, vi è ancora disponibilità del nome, ad esempio *studio-bottarelli.it*.



Sebbene [studiobottarelli.it](#) e [studio-bottarelli.it](#) possano sembrare la stessa cosa, su internet sono due nomi a dominio completamente differenti che fanno riferimento a siti diversi fra loro. Quindi, se uno è già occupato puoi provare a verificare se la sua alternativa è ancora disponibile.

Estensioni di dominio locali o internazionali

Le estensioni di dominio riguardano l'ultima parte del dominio digitato (.com, .net, .it ecc.), nel caso di [www.studiobottarelli.it](#) l'estensione è “.it”.

L'estensione “.com” è da sempre la più utilizzata e non dà indicazioni specifiche di localizzazione, mentre “.it”

identifica la corrispondenza geografica del dominio in Italia, così come, ad esempio, “.fr” indica che la principale area di competenza del sito si trova in Francia, e così via.

Estensioni comuni o generiche

- *.com*: è la più comune e utilizzata estensione a dominio del mondo. Inizialmente creata con l'intento di distinguere i siti di tipo “commerciale” (da qui la sua radice), è diventata nel corso del tempo la preferita per identificare un sito che espone i propri servizi e contenuti, senza darne uno specifico richiamo geografico (casi molto noti sono google.com, facebook.com ecc.).
- *.net*: inizialmente creata come estensione per i siti di tipo tecnico, è diventata la seconda miglior scelta, nel caso in cui il .com non sia più disponibile, oppure per proteggere il proprio brand sul web in modo da non consentire ad altri di registrarlo e fare concorrenza al dominio .com primario.
- *.org*: è utilizzata per organizzazioni e no-profit.
- *.info*: è stata creata per siti che danno informazioni a livello globale.
- *.biz*: pensata per attività strettamente correlate al *business*.
- *.co*: è stata introdotta come aiuto a coloro che volessero un nome a dominio simile al .com ormai già occupato.

- *.mobi*: principalmente ideata per siti web ottimizzati per *device* mobili, come gli smartphone, sebbene poi non abbia riscosso un grande successo. Tuttavia, potrebbe essere bene possederla unitamente al dominio principale in modo da proteggere il proprio brand, ad esempio, nell'ottica di espandere il proprio business creando una versione specifica per apparecchi *mobile*.
- *.me* & *.name*: sono state ideate espressamente per le pagine personali, per pubblicare, ad esempio, il proprio *curriculum vitae* o per promuovere la propria attività professionale come lavoratore autonomo. Solitamente si registra *nomecognome.me* (o *.name*) o *nome-cognome.me*.

Estensioni locali

- *.it*: è l'estensione che identifica siti scritti prevalentemente in italiano e la cui attività principale è operante in Italia. Se hai un'attività che si svolge per la maggior parte sul territorio italiano, scegliere un dominio con estensione *.it* può essere la scelta migliore.
- *.fr*: indica siti web francesi.
- *.de*: è l'estensione dei domini tedeschi.
- *.es*: siti con principale localizzazione in Spagna.
- *.co.uk*: è l'estensione più generica per indicare il Regno Unito.

- *.us*: utilizzata per i siti web degli Stati Uniti, sebbene talvolta sia stata usata anche per creare accattivanti giochi di parole (uno dei casi più famosi è *script.aculo.us*).

...e così via.



Uno degli errori più frequenti è quello di pensare che l'uso di un'estensione locale di dominio (ad esempio ".es", che indica la Spagna) non consenta agli utenti di visualizzare il sito se si trovano al di fuori di quel territorio. Nulla di più errato! Internet è sempre e comunque globale e tutte le estensioni, siano esse locali o generiche, possono essere viste da chiunque digiti il relativo indirizzo web.

Concludendo, la decisione di quale estensione usare per il tuo dominio spetta soltanto a te e non restringe in alcun modo la visibilità del sito in una specifica area geografica, così come non limita la possibilità di utilizzare lingue straniere all'interno del sito. In questo modo tutti gli internauti del mondo potranno raggiungere il dominio da qualunque parte del globo essi si trovino.