



Digital Marketing Club

Capire Condividere Crescere



Web Comunication

Un'immagine vale di più di 1000 parole



Un saluto da



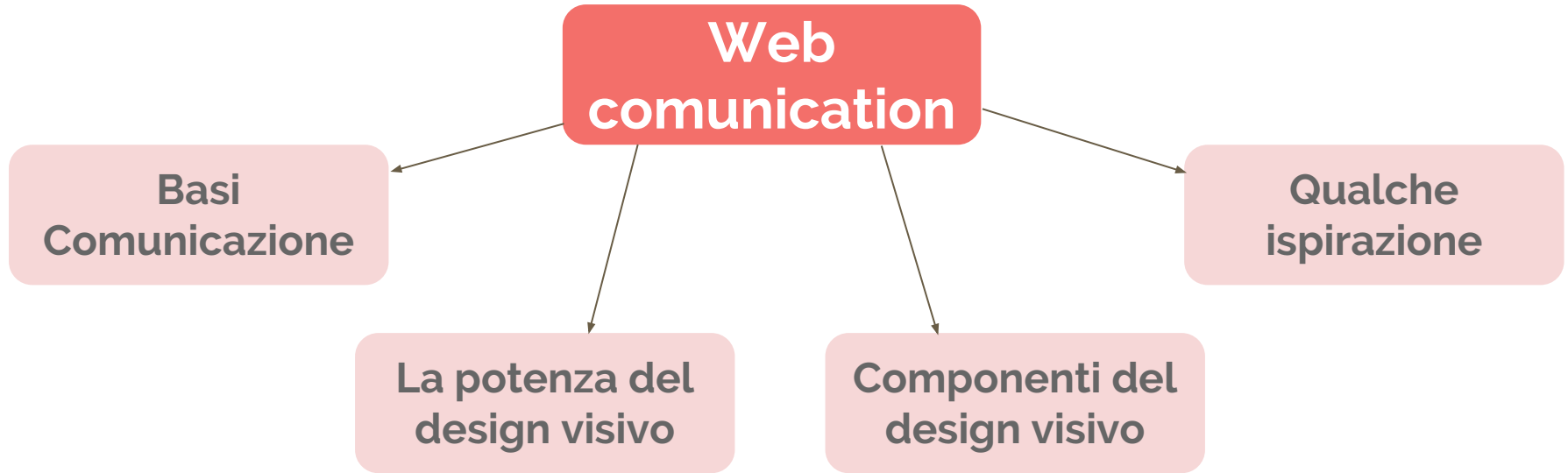
Mazzaro Elia

Esperto di tecnologie digitali

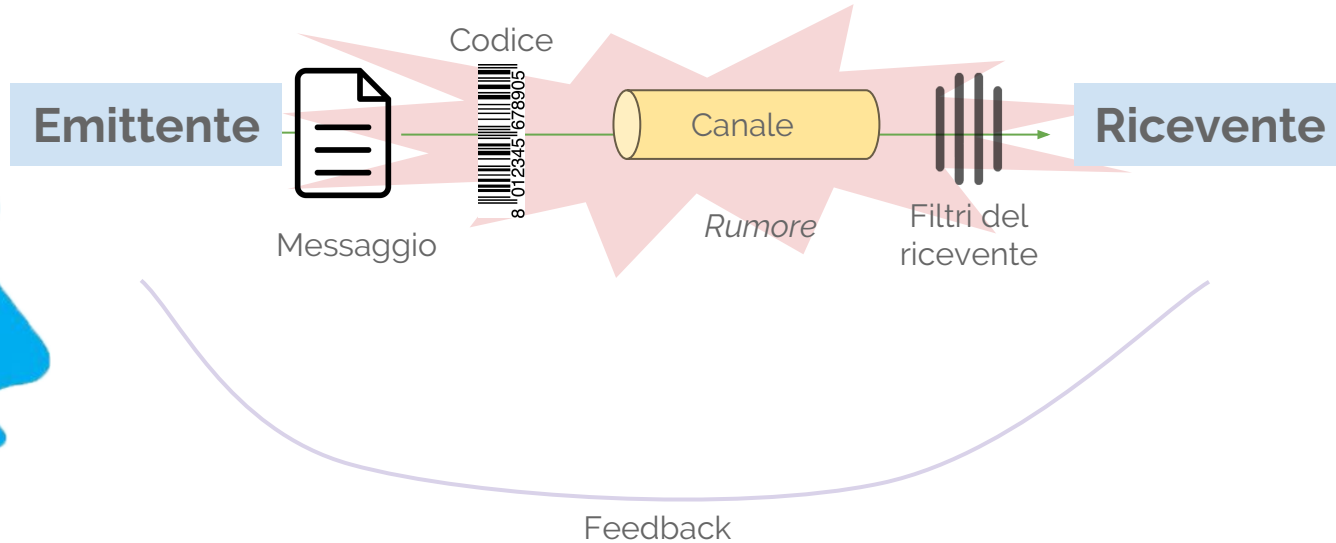
Fotografo certificato Google Street View



Parleremo di



Comunicazione - Le componenti base



Un detto veneto . . .

So responsabile de

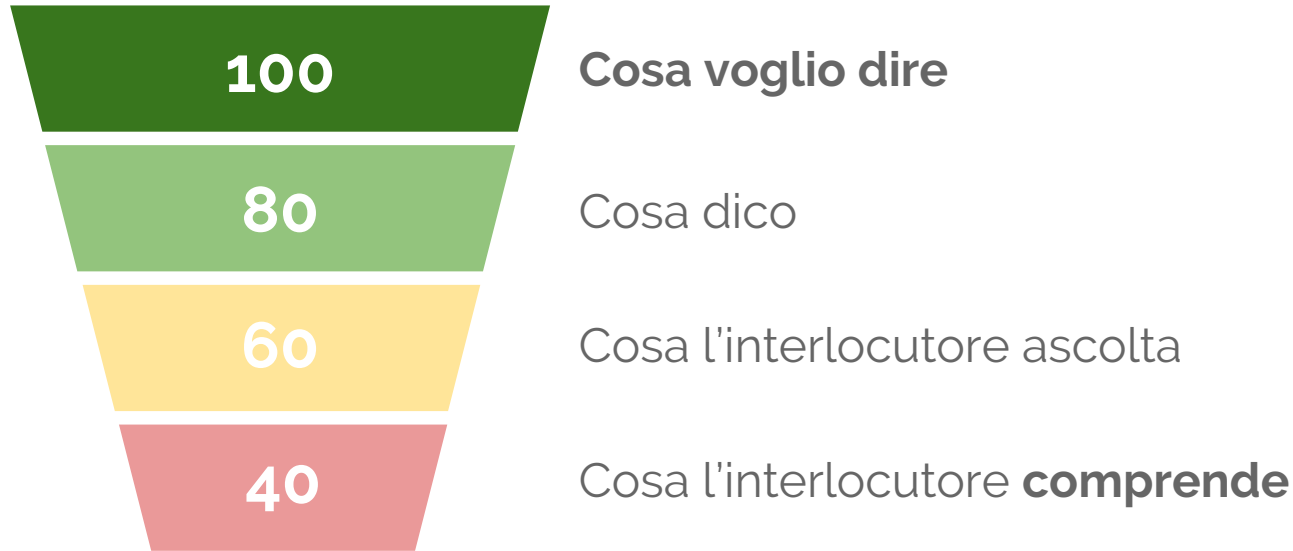
queo che digo

no de queo che te capisi

Sono **responsabile** di
quello che il **visitatore**
percepisce e **comprende**



Avere chiaro il mio messaggio



Conoscere il canale WEB

- La **quantità di informazione** è sempre più in aumento
- Conoscere le **risoluzioni** tipiche di visualizzazione (in px)
- Cosa significa **sviluppare per il mobile**
- Conoscere le **tendenze** per sfruttarle (o evitarle)
- Il mio canale mi permette un **feedback**
- Sapere che ci sono dettagli tecnici... e non parlo solo al cliente ma anche ai **motori di ricerca**



Conoscere il destinatario - Target

- Chi è **l'utente tipico** del mio sito/canale?
- Che **linguaggio** utilizza il lettore del mio sito?
- **Quanto tempo** ha per guardare i miei contenuti?
- In che **fase del processo di acquisto** è chi legge il mio sito?
- Quanto conosce i miei prodotti?
- **Da dove arriva?** (mail, google, youtube, facebook, linkedin)



Il 79% delle persone scansiona ogni nuova pagina che si trova davanti e, **solo il 16%**, si metta a leggere le parole in sequenza. *Jakob Nielsen*

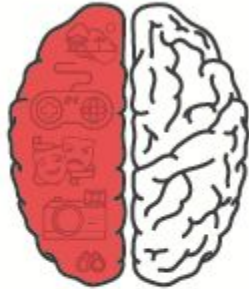
L'arma vincente:

Il design visivo

Il design, **la forma dei contenuti**, influenza la loro comprensione

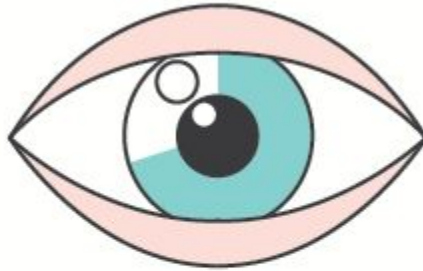


Perché dare importanza al design?



ALMOST
50%

del tuo cervello
è impegnato nella
decodifica visiva



70%

dei tuoi recettori
è situato negli occhi



1/10
OF A SECOND

è il tempo necessario
per decodificare una
scena visiva



La velocità del linguaggio visivo?

Actually, it only takes us

150ms
to process a symbol



and **100ms**
to attach a meaning to it



EXAMPLE:



VS

While you are travelling down this road there is a chance that one or more rocks of a varying size may fall from the slopes on one or both sides of you. You should be aware of this before you travel this way so that you are cautious of this particular type of hazard.



Le componenti del design visuale

Testi

Colori

Dati

Immagini

Video



Le componenti del design visuale

Testi



Testi

Il font giusto

Il font giusto

IL FONT GIUSTO

Il font giusto

Il font giusto

Cosa vi
suggerisce la
forma del font?



Quale font usare?

Ideale per scrivere

Elegante e piacevole
Facile da leggere
Temi letterari e storici

Tecnologia e web

Lineare pulito
Ottima lettura a monitor
Descrizioni dettagliate

Citazioni e appunti

Senso di appunto personale
Attuali se eleganti
Attirano l'attenzione



Alcuni spunti

- Usa pochi font
- Sii **coordinato** nei tuoi documenti
- Prediligi un font con una famiglia estesa

Raleway thin

Raleway extra light

Raleway light

Raleway regular

Raleway medium

Raleway bold

Raleway extra bolt



Un layout ordinato

- Utilizza il **grassetto** per titoli e parole chiave
- Utilizza sottotitoli
- Utilizza elenchi puntati (come questo)
- Utilizza l'evidenziatore o colori differenti per sottolineare concetti importanti
- Non avere paura degli **spazi bianchi**



Le componenti del design visuale

Colori



Il colore

- **Attirare l'attenzione** su di un elemento particolare
- **Mettere in evidenza** un titolo o un concetto
- **Comunicare** un determinato **significato**
- **Per diversificare** e rendere semplici i concetti



Suggerimenti colorati

- Mantieni una **coerenza** fra Logo - Sito - Stampa
- **Limita** il numero di colori
- Usa **schemi colore** che creino contrasto
- Attenzione al **colore dei pulsanti**



Le componenti del design visuale

Dati



Mostrare i dati



Che grafico utilizzo?

Ad ogni dato il suo grafico



Comparazioni di quantità



Deviazioni e tendenze



Evoluzioni temporali



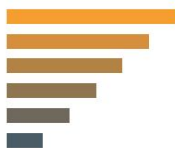
Distribuzioni



Correlazioni



Relazioni e %



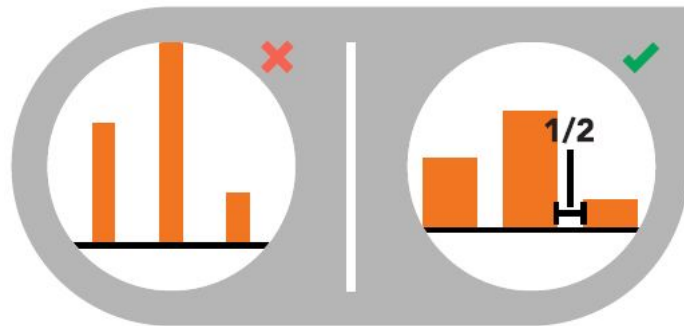
Classifiche e posizioni

"Fate le cose nel modo
più semplice possibile,
ma senza semplificare"

A. Einstein

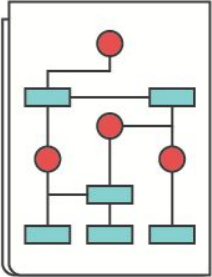


Grafici semplici ed efficaci

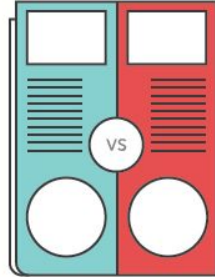


Altri metodi per mostrare i dati

Flow charts



Versus comparisons



Maps

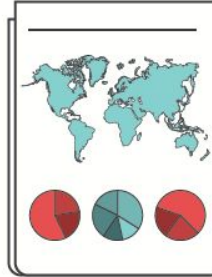
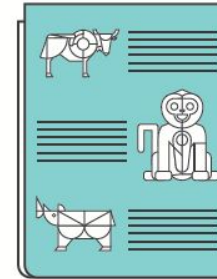


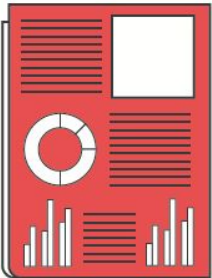
Photo lists



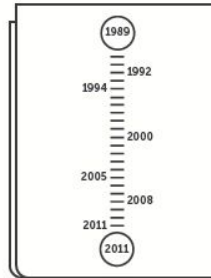
Illustrated lists



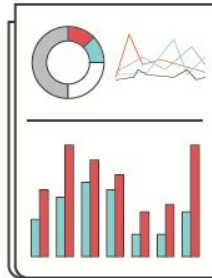
Visual articles



Timelines



Data visualizations



Le componenti del design visuale

Immagini



Immagini

Le immagini **rendono**
più reali i concetti, li
concretizzano





A concentrazioni di PM10 superiori ai 20 microgrammi si attribuiscono una media di **8220** decessi l'anno



A concentrazioni di PM10
superiori ai
20 microgrammi si
attribuiscono una media di
8220 decessi l'anno



Attach to toe

Name of Deceased		Case No.	
Age	Sex	Race	
Place of death		Date of death	Weight
Cause of death			Height
Physician			
Funeral Director			
Comments			

A concentrazioni di PM10 superiori ai 20 microgrammi si attribuiscono una media di **8220 decessi l'anno**

L'importanza delle immagini

- Le immagini attirano **l'attenzione**
- **Concretizzano** i concetti del testo
- Le immagini **trasmettono emozioni**
- Accompagnano l'utente nel **processo d'acquisto**



Immagini che parlano

- Il **logo** aiuta l'utente ad orientarsi
- **Coerenti** con il testo
- Mostrate **persone reali**
- Pensate a delle **varianti**
- **Testate** le vostre immagini



Ottimizza le immagini per il web

- Utilizza la **dimensione in px** corretta in base al canale scelto
- Dai un **nome significativo** alle immagini
- Usa il **tag alt** e il **titolo**
- Ottimizza la **dimensione in kb**



Ottimizza le immagini per il web

- Usa **jpg** per foto
- Usa **png** per loghi, icone e trasparenze
- Genera correttamente le **Thumbnail**
- Utilizza una **Sitemap per le immagini**



Errori da evitare

- Immagini piccole o **sgranate**
- **Deformare** l'immagine
- Immagini non in tema
- Immagini **complesse**
- Troppi sfondi
- Immagini **poco professionali**



Le componenti del design visuale

Video



L'efficacia dei video

90%



Degli utenti afferma che un video su un prodotto aiuta in fase di acquisto

75%



dei dipendenti responsabili guardano video inerenti il proprio lavoro una volta a settimana

80%



degli utenti richiama un video visto nei 30gg precedenti



75%

di chi ha visto video in questo mese, ha interagito con un annuncio pubblicitario



In media siamo esposti ad una media di 32.3 video al mese

92%



dei fruitori di video da dispositivi mobili condivide i video visti

1/3



di tutta l'attività online è spesa guardando video

36%



dei consumatori online da fiducia a ciò che vede negli annunci video

25%



aumento del tasso di apertura delle mail che contengono la parola Video nel soggetto e +65% di CTR

"Nel 2017 il traffico video raggiungerà il 69% del traffico complessivo"
Cisco System



Video ad elevato ROI

- **Formativi** su prodotti e affini
- **Dimostrativi** (come fare, unpacking)
- **Comparativi**
- **Come nasce...** e teaser
- **Testimonianze**



Consigli per i video

- I **primi 5-15"** sono cruciali
- Inserire una **call-to-action** alla fine
- Video brevi 1-3' in base alla tipologia di video
- **Misurare** l'efficacia e l'interesse



Consigli per la pubblicazione

- Ottimizza **Titolo, descrizione, tag**
- **Filename** coerente con le keyword
- Integra i video con gli **Schema markup**
- Cura il **canale** Youtube
- Sfrutta **sottotitoli, schede, overlay**





Lasciamoci ispirare

Idea batte qualità 2 a 1



Video virali



Will It Blend? iPhone 7

Blendtec

1 giorno fa • 56.607 visualizzazioni

You asked, we listened. Comment below for the chance to win an iPhone 7. Tell us what we should blend for the 10th Anniversary ...

NUOVO



Will it Blend? - iPhone 6 Plus

Blendtec

2 anni fa • 5.406.804 visualizzazioni

Phinally! The Will It Blend? you've all been waiting phor! Watch Tom blend two phablets including the brand new iPhone 6 Plus ...



Will It Blend? - iPad

Blendtec

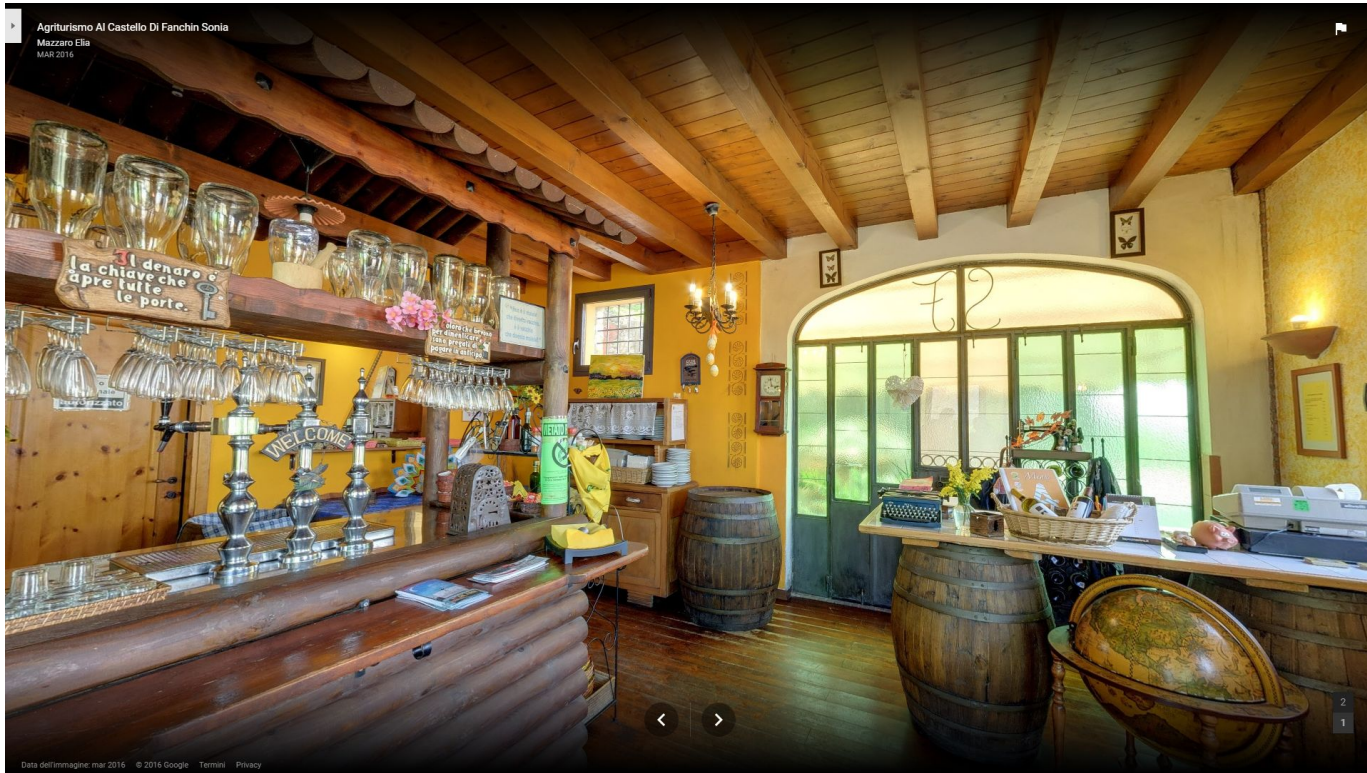
6 anni fa • 18.308.225 visualizzazioni

We've heard that the iPad will change your life, but will it change the way you blend? Tell us what to blend next here: ...

CC



Fotografia 360° - Tour virtuali



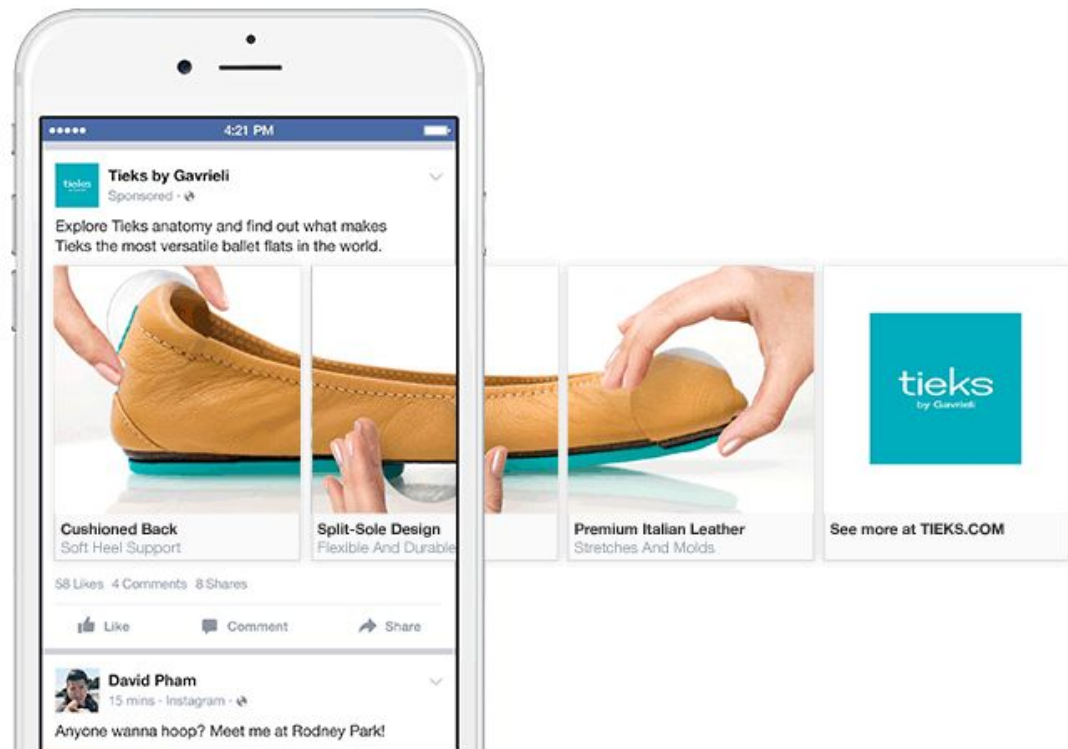
Video 360°



Immagini o Video



Annunci sui Social



The image shows a smartphone screen displaying a sponsored Facebook post for TIEKS shoes. The post is titled "TIEKS by Gavrieli" and is marked as "Sponsored". The main text reads: "Explore TIEKS anatomy and find out what makes TIEKS the most versatile ballet flats in the world." Below the text are three images: a close-up of the shoe's interior, a hand touching the leather, and the TIEKS logo. The post includes engagement metrics (58 Likes, 4 Comments, 8 Shares) and interaction buttons (Like, Comment, Share). Below the post, a partial view of another post by David Pham is visible.

TIEKS by Gavrieli
Sponsored · 🌐

Explore TIEKS anatomy and find out what makes TIEKS the most versatile ballet flats in the world.

Cushioned Back
Soft Heel Support

Split-Sole Design
Flexible And Durable

Premium Italian Leather
Stretches And Molds

See more at TIEKS.COM

58 Likes 4 Comments 8 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

David Pham
15 mins · Instagram · 🌐

Anyone wanna hoop? Meet me at Rodney Park!



The advertisement features a green and white graphic of a book titled "Marketing Automation" with the subtitle "La guida definitiva alla Marketing Automation". To the right, the text "SALES MANAGO marketing automation" is displayed above the large green text "SCARICA GRATIS". Below this, it says "La guida definitiva alla Marketing Automation". A green arrow icon points downwards. At the bottom, the text reads "La Guida Definitiva alla Marketing Automation - Scarica gratis." followed by "Completa il form - ti invieremo un'email con il link di download." and the website "WWW.SALESMANAGO.COM". A "Scarica" button is located in the bottom right corner.

Marketing Automation
La guida definitiva alla Marketing Automation

SALES MANAGO
marketing automation

SCARICA GRATIS

La guida definitiva alla Marketing Automation

La Guida Definitiva alla Marketing Automation - Scarica gratis.

Completa il form - ti invieremo un'email con il link di download.

WWW.SALESMANAGO.COM

Scarica



Grazie

www.digitalmarketingclub.it

club@digitalmarketingclub.it

