

COME CREARE UN
**SITO
WEB**
PER LA SCUOLA



EDUCATION
MARKETING
ITALIA

COME CREARE UN
**SITO
WEB**
PER LA SCUOLA

Consigli e best practice su come progettare e creare il sito della vostra realtà formativa.

Quest'opera è stata rilasciata con licenza
Creative Commons Attribuzione-Non commerciale 4.0 Internazionale.

Per leggere una copia della licenza visita il sito web
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Selected License

Attribution-NonCommercial 4.0 International



This is not a Free Culture License

INDICE

	Introduzione	<i>pag. 2</i>
1	Perché rifare il sito web	<i>pag. 4</i>
2	A chi si rivolge il sito	<i>pag. 8</i>
3	Perché un prospect visita il sito	<i>pag. 10</i>
4	Come dev'essere strutturato il sito	<i>pag. 14</i>
5	I Contenuti!	<i>pag. 22</i>
6	I dati	<i>pag. 28</i>
7	Come sviluppare il progetto del nuovo sito	<i>pag. 38</i>
8	Quanto costa rifare il nuovo sito?	<i>pag. 42</i>

INTRODUZIONE

Questo ebook vuole essere uno strumento utile per te e la tua scuola se state pensando di rifare il sito web, o iniziate proprio adesso un nuovo progetto da zero, o pensate che il sito abbia qualcosa che non va e vorreste capire cosa fare. In generale questo è un libro di analisi e buone pratiche adatto a tutti coloro che hanno a che fare con siti web scolastici.

Il nostro scopo è mettere a tua disposizione la conoscenza che abbiamo accumulato in dieci anni di progettazione e realizzazione di siti web per le scuole, aiutandoti sia nel metodo, con un percorso ragionato e funzionale allo sviluppo di un progetto di senso e di valore, che nel merito, con consigli e azioni pratiche ben specifiche.

Il sito web è estremamente importante per le istituzioni formative, noi lo sappiamo perché ci lavoriamo da anni ma è un'affermazione supportata anche dai dati provenienti da oltreoceano. Nelle figure qui sotto potete vedere i risultati dell'indagine condotta nel 2016 da mStoner e Chegg sul rapporto dei prospects con i siti web delle realtà formative (Mythbusting Websites) e nel 2017 sui prospects adulti (Adult Students Talk), in cui è evidente come il sito web sia di gran lunga la prima fonte di informazioni utilizzata da ragazzi e giovani adulti per scegliere il proprio percorso di studi.

Risorse di informazione utilizzate dagli adolescenti durante la ricerca e la scelta del college

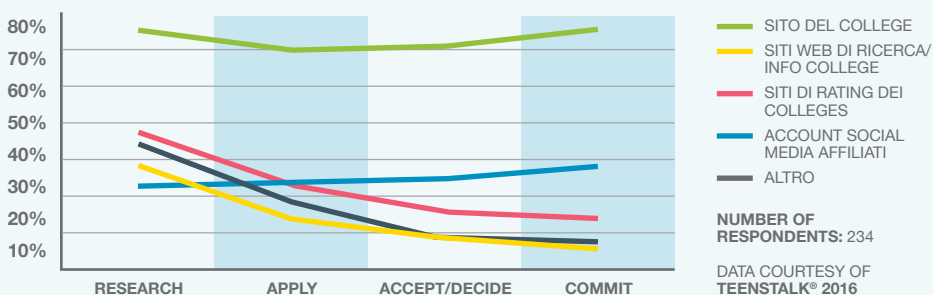


Fig. 1 - Whitepaper Mythbusting Websites condotta da Stamats e Chegg sulle fonti di informazione utilizzate dagli adolescenti (High School) durante la ricerca e scelta del college. Trad. fig.2, pag. 5 Mythbusting Websites, Gil Rogers and Michael Stoner, 2016

Quali fonti di informazione usi più frequentemente per informarti sui college e le università a cui vorresti iscriverti?

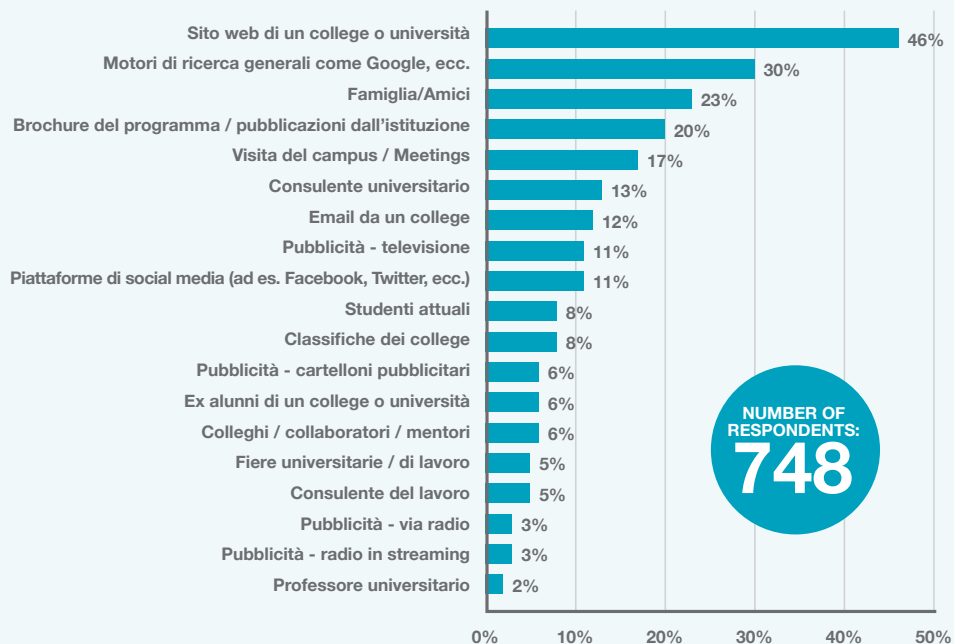
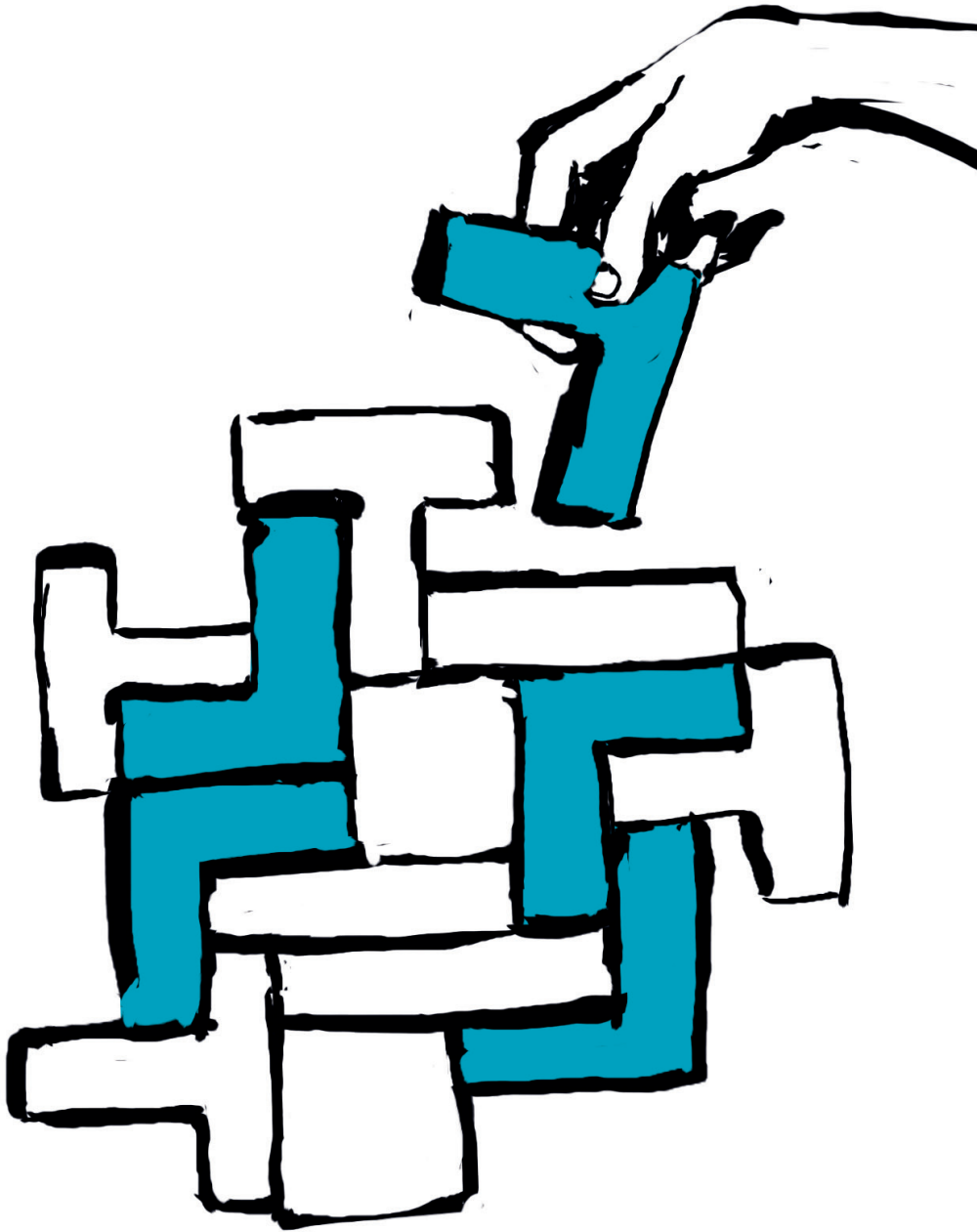


Fig. 2 - Whitepaper Adult StudentsTALK™ 2017 condotta da Stamats sulle fonti di informazione utilizzate dagli adulti (25-54 anni) durante la ricerca e scelta di college e università. Trad. figura, pag. 9 Adult StudentsTALK™ 2017, Stamats, 2017

Lo sappiamo, il tempo è sempre poco, abbiamo cercato di essere brevi ed esaustivi, dedicaci un'ora del tuo tempo e ne risparmierai moltissimo in fase di realizzazione. Se hai fretta puoi saltare direttamente al capitolo 7 dove troverai gli step per impostare un progetto vincente.

Se alla fine della lettura vorrai approfondire qualche aspetto particolare, scrivici a redazione@educationmarketing.it, saremo lieti di affrontare il discorso sul nostro blog oppure di offrirti una consulenza personalizzata.



1. _____

PERCHÉ RIFARE IL SITO WEB

Per prima cosa chiediamoci quali sono i motivi che devono spingere una realtà formativa a rinnovare o rifare il proprio sito web. Anche se dovete affrontare un progetto ex novo è importante prendere visione degli scenari descritti di seguito per non incappare in errori di base.

Il sito è vecchio

Pubbliche, private, paritarie, università, post diploma, in tutto il mondo della formazione c'è chi cerca di stare al passo coi tempi e chi per un motivo o per l'altro è rimasto indietro.

Purtroppo il web e la tecnologia corrono molto veloci e oggi rimanere indietro significa perdere iscritti e dare un cattivo servizio ai propri utenti e prospects.

Se il vostro sito ha più di 3 anni, molto probabilmente è giunta l'ora di metterci mano, oltre ad una revisione dei contenuti, il vostro sito potrebbe avere dei limiti tecnici che non permettono ad esempio di integrare strumenti utili al marketing quali Google Tag Manager, form di contatto, servizi di mailing o di gestione eventi (Eventbrite, Mailchimp, Mail up ecc.), oppure non è ottimizzato per la SEO (Search Engine Optimization).

D'ora in poi dovrete pensare al sito web come un essere vivente in costante evoluzione, ripartite da zero ma costruite un progetto che si modifichi nel tempo, con implementazioni più o meno importanti che seguano la vostra crescita e quella del mondo circostante.

RWD: il sito non si vede bene su smartphone

Ormai dovrebbero saperlo anche i sassi ma a vedere cosa c'è in giro per la rete sappiamo che non è così: il sito deve essere web responsive cioè deve adattarsi automaticamente a qualsiasi tipo di dispositivo.

Portatili, computer desktop grandi come televisori, tablet, smartphone piccoli e grandi, ci sono un'infinita varietà di grandezze e proporzioni di schermo e la priorità assoluta è che il vostro sito sia ben visibile e navigabile nella maggior parte dei casi. La perfezione non esiste ma ci sono i trucchi per avvicinarvisi.

Come fate a capire se il vostro sito non è dotato di tecnologia RWD?

Col vostro smartphone in 3 semplici mosse:

- 1) se vedete il sito esattamente come lo vedete sul vostro computer ma più in piccolo, non è responsive
- 2) se muovete il dito sullo schermo da destra a sinistra e il sito si muove, non è responsive
- 3) se immagini e testi non si adattano al vostro schermo ma vedete ad esempio frasi tagliate, il menu uguale sia per desktop che per smartphone, non è responsive

Cambiamenti rilevanti a livello formativo o istituzionale

A volte non sono le motivazioni tecniche a portarvi al rifacimento del vostro sito web, ma cambiamenti nell'assetto della vostra realtà: modifiche sostanziali nell'offerta formativa, rinnovamento dell'immagine coordinata, rivoluzioni nella governance, l'adozione di nuove strategie di comunicazione, ecc.

Poiché il sito web deve rispecchiare al meglio la vostra realtà formativa, qualsiasi cambiamento di una certa rilevanza deve riflettersi in modo adeguato sulla sua struttura e nei contenuti.

Facciamo un esempio veloce, un liceo che contiene 4 diversi indirizzi: Linguistico, Scientifico, Classico e Socio Sanitario chiude il Classico e apre altri due indirizzi, il Quadriennale Scientifico e il Coreutico. Non basterà sostituire i contenuti del Classico con quelli del Coreutico e aggiungere una voce di menu per il Quadriennale, andrà ripensata l'intera struttura del sito per non penalizzare un percorso rispetto a un altro e per dare una buona esperienza di navigazione agli utenti. Questo non vuol dire necessariamente rifare il sito ma implementare delle modifiche strutturali a quello esistente.

Quando si approccia l'argomento sito web, è necessario ragionare a mente aperta e vagliare soluzioni diverse.

La navigazione non soddisfa l'utente

In questo ebook lo ripeteremo fino allo sfinimento, il sito web deve essere pensato per l'utente, nel nostro caso per il prospect (sia esso un futuro studente o un genitore di quest'ultimo). Partendo da voi e da coloro che vivono la scuola, allargate il raggio e ascoltate quello che le persone hanno da dire sul vostro sito, non sottovalutate nessun indizio, nessuna diceria. Sottovalutare l'importanza dell'impatto che ha il sito sulla vostra immagine e sulla bontà della vostra struttura può fare molti danni.

Confrontatevi con il personale di segreteria per capire quali sono i feedback che arrivano dall'esterno, a quali domande ricorrenti devono rispondere perché le persone non trovano l'informazione richiesta, quali lamentele ricevono. Chiedete ai genitori, fate un questionario ai vostri studenti del primo anno, analizzate i dati.

Ricordatevi anche che se la navigazione non soddisfa l'utente, anche Google non è soddisfatto e quindi il posizionamento del vostro sito nelle ricerche organiche (i risultati di ricerca di Google) ne risentirà negativamente.

Strumenti utili: il Site Audit

Per capire se è giunta l'ora di rifare il sito della vostra scuola o per mettere delle solide basi al vostro progetto di nuovo sito, lo strumento più utile che potete usare è il Site Audit, un'analisi specifica delle diverse componenti del vostro sito utile a determinare l'esistenza e la chiarezza dei percorsi di navigazione, la User Experience (UX), la bontà dei contenuti. Punti cardine di un site audit sono:

- verifica della responsività multidevice (RWD)
- analisi della struttura ad albero e del menu principale (e di quelli secondari se presenti)
- analisi della Home Page e di come sono organizzati e distribuiti i contenuti al suo interno
- analisi della struttura delle principali pagine interne (corsi, offerta formativa, informazioni d'iscrizione...)
- analisi dei contenuti (cosa viene detto, come viene detto, utilità, chiarezza)
- confronto con i siti dei principali competitors
- modalità di contatto
- analisi dei dati di navigazione (ne parleremo verso la fine dell'ebook)

Inizia con il piede giusto e contattaci per un check up al sito della tua scuola



info@hostconsulting.it



800-587956