

Linee guida 2006 dell'Università di Stanford sulla credibilità dei siti Web

Linee guida 2006 dell'Università di Stanford sulla credibilità dei siti Web

Le linee guida elaborate dalla Università di Stanford sono basate su una ricerca durata tre anni e su svariati studi sull'argomento.

Perché è importante la credibilità di un sito Web?

La credibilità è cruciale se vuoi guadagnare col tuo sito Web. I visitatori del tuo sito devono avere fiducia nella tua azienda. Non serve a nulla impiegare tanto lavoro per raccogliere visitatori dai motori di ricerca se poi questi visitatori non si traducono in vendite.

Le linee guida della Stanford per la credibilità dei siti Web

- Facilita la verifica dell'accuratezza delle informazioni presenti sul tuo sito
- Mostra che, dietro al tuo sito, c'è un'organizzazione reale
- Evidenzia le professionalità esistenti nella tua organizzazione, nei contenuti e nei servizi che fornisci
- Mostra che, dietro al tuo sito, ci sono persone oneste e affidabili
- Rendi facile contattarti
- Progetta il tuo sito in modo che abbia un aspetto professionale (o comunque appropriato al suo scopo)
- Rendi il tuo sito facile da usare e... anche utile
- Aggiorna spesso il contenuto del tuo sito (o almeno mostra che il contenuto è stato controllato di recente)
- Esercita l'autocontrollo su ogni messaggio promozionale (per esempio sulle pubblicità, sulle offerte)
- Evita gli errori di ogni tipo, per quanto piccoli ti possano sembrare

Cosa significano questi consigli per il tuo sito Web?

Assicurati che le tue pagine Web siano ottimizzate per visitatori umani, prima di iniziare le tue attività per ottimizzare la posizione del sito sui motori di ricerca. Le tue pagine Web devono essere affascinanti, credibili e convincenti.

Se ben fatto, l'aumento dei visitatori significa aumento delle vendite

Quando sei sicuro che le tue pagine Web generano vendite, allora ottimizzale per salire nelle classifiche dei motori di ricerca. Prima concentrati sulle persone, poi sui motori di ricerca.

Le linee guida Stanford 2006 con maggiori dettagli

<i>Linee guida</i>	<i>Commenti aggiuntivi</i>
01. Facilita la verifica dell'accuratezza delle informazioni presenti sul tuo sito	Puoi costruire la credibilità del tuo sito fornendo supporto da parte di terzi (citazioni, referenze, materiali tratti alla fonte), per le informazioni che presenti, soprattutto se crei un collegamento a questi riferimenti. Anche se le persone non seguono questi collegamenti, tu hai comunque dimostrato fiducia nei tuoi contenuti.
02. Mostra che, dietro al tuo sito, c'è un'organizzazione reale	Mostrare che il tuo sito rappresenta un'organizzazione legittima promuoverà a pieni voti la credibilità del sito. La maniera più facile per far ciò è pubblicare un indirizzo fisico. Altri metodi possono aiutare, come una foto dei tuoi uffici oppure l'iscrizione alla Camera di commercio.
03. Evidenzia le professionalità esistenti nella tua organizzazione, nei contenuti e nei servizi che fornisci	Hai degli esperti nella tua squadra? Le persone che scrivono per te o che ti forniscono dei servizi sono delle autorità? Ricordati di fornire le loro credenziali. Sei affiliato con una organizzazione conosciuta e rispettata? Scrivilo. E vale anche l'inverso: non collegarti a siti che non sono credibili, anche il tuo sito ne soffrirebbe.
04. Mostra che, dietro al tuo sito, ci sono persone oneste e affidabili	La prima parte di questa indicazione consiste nel mostrare che ci sono persone reali dietro al sito e nell'organizzazione. Il passo successivo consiste nell'indicare la loro affidabilità con parole e immagini. Per esempio, alcuni siti pubblicano le biografie dei propri impiegati, che parlano della propria famiglia o dei propri hobby.
05. Rendi facile contattarti	Un modo semplice per incrementare la credibilità del tuo sito è avere delle chiare informazioni di contatti: il numero di telefono, un indirizzo fisico e un indirizzo di posta elettronica.
06. Progetta il tuo sito in modo che abbia un aspetto professionale (o comunque appropriato al suo scopo)	Abbiamo scoperto che le persone giudicano un sito alla svelta, basandosi solo sull'impaginazione grafica. Quando progetti il tuo sito, presta attenzione all'impaginazione, ai caratteri tipografici, alle immagini, ai problemi della consistenza. E' ovvio che non tutti i siti guadagnano credibilità cercando di assomigliare a IBM.com. Il design visivo dovrebbe corrispondere all'obiettivo del sito.

Linee guida 2006 dell'Università di Stanford sulla credibilità dei siti Web

<i>Linee guida</i>	<i>Commenti aggiuntivi</i>
07. Rendi il tuo sito facile da usare e... anche utile	Qui sono state fuse due indicazioni in una frase. La nostra ricerca mostra che i siti guadagnano punti credibilità quando sono sia facili da usare sia utili. Alcuni redattori di sito dimenticano gli utenti per fare sfoggio della grandezza della propria azienda o della propria abilità con la tecnologia Web.
08. Aggiorna spesso il contenuto del tuo sito (o almeno mostra che il contenuto è stato controllato di recente)	Le persone attribuiscono più credibilità ai siti che mostrano di essere stati aggiornati o almeno controllati di recente.
09. Esercita l'autocontrollo su ogni messaggio promozionale (per esempio sulle pubblicità, sulle offerte)	Se possibile, evita le pubblicità sul tuo sito. Ma, se proprio la devi avere, separa in modo chiaro il contenuto pubblicitario dal tuo. Evita i menù pop-up, che irritano l'utente e ti fanno perdere credibilità. Per ciò che riguarda il tuo stile, cerca di essere chiaro, diretto e sincero.
10. Evita gli errori di ogni tipo, per quanto piccoli ti possano sembrare	Gli errori tipografici e i collegamenti ipertestuali interrotti rovinano la reputazione di un sito molto più di quanto si possa immaginare. E' anche importante che il sito sia attivo e funzionante.