

ROTARY



La web communication



Distretto 2040
Rotary International



Indice

Premessa	1
Scenario	2
Perché creare un sito web per il club?	3
Come realizzare un sito web	4
I contenuti del sito	4
Il sito internazionale	6
L'area media	6
Le regole d'oro	7
Glossario	12



Premessa

Ogni forma di comunicazione ha bisogno di un mezzo per essere propagata. Tra questi mezzi, oggi, emergono i "nuovi media", più comunemente chiamati "NewMedia", tra i quali spicca per importanza e diffusione Internet.

La Web Communication, che tratteremo in questo Pocket, racchiude le tecniche ed i suggerimenti per comunicare in modo ottimale sulla "grande rete".

Questa forma di comunicazione si sta affermando con forza crescente per la sua interattività: il cittadino/cliente è libero di cercare le informazioni che più gli interessano, ottenendo risposte rapide e consentendogli, quindi, di compiere operazioni che normalmente richiederebbero maggior tempo e più disagi (pensiamo alle operazioni postali, bancarie, l'ottenimento di documenti di viaggio, ecc.).

Le tecnologie digitali facilitano lo scambio di informazioni, riducono le distanze e agevolano le aggregazioni e i confronti su temi di comune interesse (social networking). Gli utenti, detti "internauti", non sarebbero più in grado di rinunciare a queste comodità, alla flessibilità e ai gradi di libertà ad esse legati.

Chi vuol comunicare deve, quindi, tener conto di questo mutamento, adeguandosi ad esso e mettendosi nelle condizioni di sfruttarne le potenzialità. Poiché il mondo in Internet è in continua evoluzione, ci sembra opportuno fornire alcuni dati sintetizzati dallo "Scenario Internet italiano" di Nielsen Online di Novembre 2007.



SCENARIO



Secondo le stime, alla fine del 2007 circa il 15,7% della popolazione mondiale aveva accesso ad Internet; tuttavia, come nel resto del mondo occidentale, in Italia il numero di persone che navigano in rete è percentualmente più alto. Infatti, secondo diversi criteri di frequenza d'uso, il numero degli utenti nel nostro Paese si colloca fra i 14 e i 18 milioni, con una tendenza a crescere rapidamente: basta citare che a Novembre 2007 si è registrato un aumento delle connessioni del 5% rispetto al mese precedente.

La ricerca evidenzia una prevalenza di uomini (il 58% contro il 42% di donne); ma le donne online crescono a ritmo più sostenuto (+28% nell'anno contro +19% di crescita degli uomini). Inoltre, crescono considerevolmente gli utenti appartenenti alla fascia d'età compresa tra i 35 e i 49 anni (8,3 milioni, +52% rispetto al 2006).

A differenza degli uomini, che perdono utenti rispetto al 2006 nella fascia d'età 18-24, il numero delle donne cresce in tutte le fasce d'età.

Per comunicare con i milioni di persone che navigano sulla rete, il modo più semplice ed efficace è rendersi facilmente reperibili in Internet attraverso un proprio sito. Gli internauti e quasi tutti gli appartenenti al mondo del lavoro difficilmente cercano informazioni al di fuori della rete (tranne quando non riescono a trovarle on line e l'informazione sia per loro essenziale). Perciò non essere sul web per il Rotary significa non comunicare con una grossa parte del pubblico interno ed esterno.

Tra le categorie di siti che rilevano i più significativi incrementi di contatti rispetto al 2006, vanno segnalate le *communities* (14,3 milioni di utenti, +46%), ovvero comunità virtuali attraverso le quali persone di tutto il mondo interagiscono fra loro, si scambiano informazioni, immagini, ecc. Tra le più note citiamo Facebook, My Space e Second Life. Seguono, poi, i frequentatori di *blog*, che sono 6,4 milioni. I blog sono diari on-line in cui è possibile pubblicare i propri interventi, foto, musica

e video; i visitatori possono lasciare dei commenti o allacciare contatti. Queste modalità interattive di utilizzo del web (possibili grazie alle tecnologie del Web 2.0) hanno fatto registrare 2 milioni di visitatori in più in soli sei mesi (gennaio-giugno 2007). Questo dato conferma che il desiderio di condividere esperienze ed emozioni non è un fenomeno estemporaneo, ma risulta invece essere sempre più radicato tra i navigatori.

Visto che Internet - con i suoi servizi - si sta posizionando come il media principale per la comunicazione a livello globale, per il Rotary è importante riuscire a inserirsi nel mondo virtuale sfruttandone il potenziale e comunicare con tutti gli utenti anche attraverso le modalità più innovative; questo consentirà anche di mostrare come l'Associazione, nonostante esista da più di cent'anni, sia in grado di essere sempre aggiornata e contemporanea.

PERCHÉ CREARE UN SITO WEB PER IL CLUB?



La risposta più semplice è: per comunicare le proprie iniziative. Il sito è un mezzo che utilizza un canale di comunicazione di massa, in tal modo è in grado di raggiungere facilmente sia il pubblico acquisito (soci del nostro o di altri Club), mettendo a disposizione una via in più per raggiungerci, sia persone che semplicemente navigano in rete e incappano nel sito casualmente e colgono l'occasione di avere un contatto diretto con la nostra Associazione e di togliersi curiosità o dubbi sul Rotary.

Quindi, nel definire il nostro pubblico dovremo sempre tenere in considerazione due target: il rotariano e l'ospite incuriosito dalle nostre iniziative (un potenziale futuro rotariano, un'istituzione, uno sponsor, un giornalista o un semplice curioso).

Al fine di non creare confusione all'interno del sito di Club, è consigliabile creare due aree distinte per:

- presentare il Rotary al gradito ospite in visita;
- pubblicare notizie, bollettini, comunicazioni, stato di avanzamento dei progetti e quant'altro possa essere utile al socio rotariano.

COME REALIZZARE UN SITO WEB

Realizzare un sito web rappresenta una tappa fondamentale per tutti i Club che intendono incrementare la propria visibilità.

Le tecnologie attuali permettono di realizzare ottimi prodotti con grande facilità. Il modo più semplice è appoggiarsi ai servizi offerti da alcuni provider (i più famosi ed economici sono Register.it e Aruba.it), dai quali è possibile acquistare dei pacchetti che danno modo di registrare il proprio "dominio" (cioè quella parte di un indirizzo e-mail che si legge dopo @), scegliendo tra quelli ancora disponibili, e ottenere lo spazio on-line (hosting), con tutti i servizi connessi (antivirus, antispam, caselle di posta, ecc.). I provider forniscono inoltre tutti gli strumenti per lo sviluppo delle pagine web, ovvero la possibilità di scegliere tra varie strutture già impostate e una guida semplice e chiara per completare il sito.

Alternativamente, esistono dei programmi più complessi da utilizzare per lo sviluppo di prodotti web, acquistabili nei negozi specializzati o su Internet; tra i più famosi Dreamweaver il cui link è:

<http://www.adobe.com/it/products/dreamweaver/>,
e Frontpage, già contenuto nel pacchetto Microsoft Office Premium. Anche in questo caso occorre acquistare lo spazio web attraverso gli stessi provider sopra citati.

In ogni caso è possibile contattare la Commissione Informatica del vostro Distretto per avere un supporto nella scelta del programma più adatto alle vostre esigenze e la Commissione Relazioni Pubbliche per un consiglio sui contenuti da pubblicare.

I CONTENUTI DEL SITO

Essere presenti sulla rete con un sito Internet è importante, ma significa anche aprirsi totalmente al pubblico esterno. Per questo motivo è opportuno organizzare il sito in due aree differenti. Un'area aperta a tutti dove inseriremo le informazioni che vogliamo che siano di pubblico dominio e un'area con accesso riservato dove ci saranno le informazioni dedicate al pubblico interno, il cui accesso è consentito tramite una password.

Il sito di Club può essere impostato come si desidera e anche i contenuti sono liberi; purché vengano osservate tutte le direttive del Rotary International per la pubblicazione di materiali con marchio Rotary. Le indicazioni su come utilizzare correttamente il marchio Rotary saranno spiegate nel Pocket Rotary sulla corporate identity di prossima pubblicazione. Lo stesso discorso si applica anche ai contenuti dell'informazione: alcuni di essi (come la storia, cosa è il Rotary, il progetto PolioPlus, ecc.) sono ormai codificati con un linguaggio preciso e puntuale per cui è opportuno che siano uguali per tutti; il suggerimento è quello di recuperarli dal sito internazionale www.rotary.org.

Una scaletta di massima dei contenuti può essere:

Area pubblica

- cos'è il Rotary - breve storia dell'Associazione;
- storia del Club - quando è stato fondato, tappe importanti della vita del Club, ecc.;
- calendario delle conviviali;
- calendario delle attività distrettuali;
- progetti in corso;
- bollettino di Club;
- eventuali news del Club;
- contatti della segreteria di Club - ricordiamo che se si vuole inserire il nome del Presidente di Club o del Segretario non si possono, però, pubblicare tutti i dati dell'Annuario; sono dati sensibili e, quindi, protetti dalla legge sulla Privacy;
- link al sito del Distretto e, se volete, a quello internazionale;
- eventuali link ad altri Club o associazioni partner.

Area riservata

- documenti per la gestione del Club;
- manuali del Presidente e del Segretario di Club;
- comunicazioni interne;
- assiduità delle conviviali;
- notizie dai soci;
- ecc.

Per catturare l'interesse dei nostri visitatori la nostra linea guida deve essere la semplicità nell'esposizione dei contenuti. Un suggerimento è quello di immedesimarsi nei loro interessi e chiedersi che tipo di informazioni sul Rotary stanno cercando e come possono trovarle facilmente.

Un altro suggerimento è quello di mantenere il sito in movimento e aggiornato, anche solo una volta alla settimana con la recensione dell'ultima conviviale o mettendo un "banner" animato con il titolo della prossima riunione.

Anche l'interattività con l'utente è importante: rispondere con sollecitudine alle e-mail che arrivano è un segno di attenzione nei confronti dei nostri visitatori che, ricordiamolo sempre, potrebbero essere potenziali soci.

IL SITO INTERNAZIONALE

Sebbene l'impostazione del sito sia libera, il consiglio è di riproporre la matrice del sito internazionale, che è stato recentemente rinnovato. Il nuovo sito del Rotary International (www.rotary.org) è stato pensato secondo uno schema più moderno, sempre nel rispetto della corporate identity dell'Associazione. Qualora qualche Club volesse costruire un proprio sito o rinnovare quello già esistente, riproporre lo schema del sito internazionale è un'opportunità per rafforzare ulteriormente l'immagine del Rotary e la sua identità anche nel mondo virtuale.

L'AREA MEDIA

È opportuno prevedere una sezione dedicata alla stampa e ai media in generale, per agevolare il lavoro dei giornalisti nel momento in cui volessero scrivere un articolo sulla nostra Associazione o su un progetto di Club. Per questo motivo, può essere utile mettere a loro disposizione i comunicati stampa emessi dal Club e la cartella stampa istituzionale sul sito, in modo che possano trovare in maniera semplice e veloce le informazioni di cui hanno bisogno. È importante ricordarsi di inserire l'indicazione del Responsabile Relazioni Pubbliche del Club, con i suoi riferimenti - indirizzo e-mail e numero di telefono - per

eventuali richieste di approfondimenti.

Ricordiamo che, come per le relazioni media off-line, la tempestività nelle risposte è importante per non perdere occasioni preziose per promuovere il Rotary; la casella di posta, quindi, deve essere regolarmente controllata.

È buona norma, inoltre, inserire la rassegna stampa delle iniziative una volta concluse.

LE REGOLE D'ORO



Di seguito riportiamo 7 piccole regole da tener presente per il successo di un sito web.

1) Evitare di esagerare con la grafica

Molti Web Designer realizzano siti Internet con una grafica entusiasmante, pagine con animazioni spettacolari, suoni, musica, create con software di ultima generazione (pensiamo ai siti in Flash). I siti che utilizzano queste tecniche possono sembrare i più innovativi dal punto di vista visivo, ma molto spesso sono siti introvabili sulla rete (vedi paragrafo successivo). Il sito di Club, quindi, deve essere semplice, chiaro ed elegante.

2) Reperibilità del sito sulla rete

Gli effetti di animazione non permettono ai motori di ricerca di rintracciare le parole chiave e, di conseguenza, un lavoro con animazioni molto complesse risulta poi difficilmente reperibile sulla rete.

Google oggi è il riferimento tra i motori di ricerca. Altri motori di ricerca sono: Yahoo!, Windows Live Search, Excite (ASK), Virgilio. I motori di ricerca restituiscono al navigatore il più ampio indice di contenuti disponibili in rete.

3) Il testo contenuto nelle pagine

Il testo di un sito è il segreto del buon posizionamento sui motori di ricerca! I testi all'interno del sito, devono essere ben classificati per argomenti e suddivisi logicamente tramite un menù chiaro, per

consentire all'utente di reperire l'informazione in breve tempo. Testi semplici e brevi, inoltre, danno fluidità al sito.

4) Le parole chiave - "keywords"

Le "keywords" sono le parole digitate da chi cerca sui motori. E' molto importante definire le keywords che intendiamo promuovere sui motori; è altrettanto importante analizzare ciò che gli utenti potrebbero digitare per ricercare argomenti che concernono la nostra materia. Per i nostri Club le parole da promuovere potrebbero essere Rotary, service, poliomielite, PolioPlus, Paul Harris, Evanston, Distretto 2030, 2040, 2100, 2110 e 2120, ecc. oltre al nome del luogo dove si trova il Club.

Le parole chiave che intendiamo promuovere sui motori devono comparire più volte nel nostro sito, devono essere leggibili nell'indirizzo della pagina (tecnicamente URL, per esempio www.rotary.org), nel titolo del sito e riproposte più volte nei testi o come collegamenti all'interno del sito, per esempio un link che sarebbe opportuno inserire è quello al sito del Rotary International e al sito del proprio Distretto, così come nel sito distrettuale dovrebbero essere inseriti i collegamenti a tutti i siti dei Club.

5) Le pagine devono essere stampabili

Spesso capita di stampare delle pagine dai siti e scoprire che alcune parti non sono visibili. Un buon sito deve permettere sempre agli utenti di stampare le informazioni contenute nelle pagine: tutto ciò che agevola la navigazione invoglia e incoraggia l'utente a tornare a visitare il sito.

6) Dati e statistiche di un sito

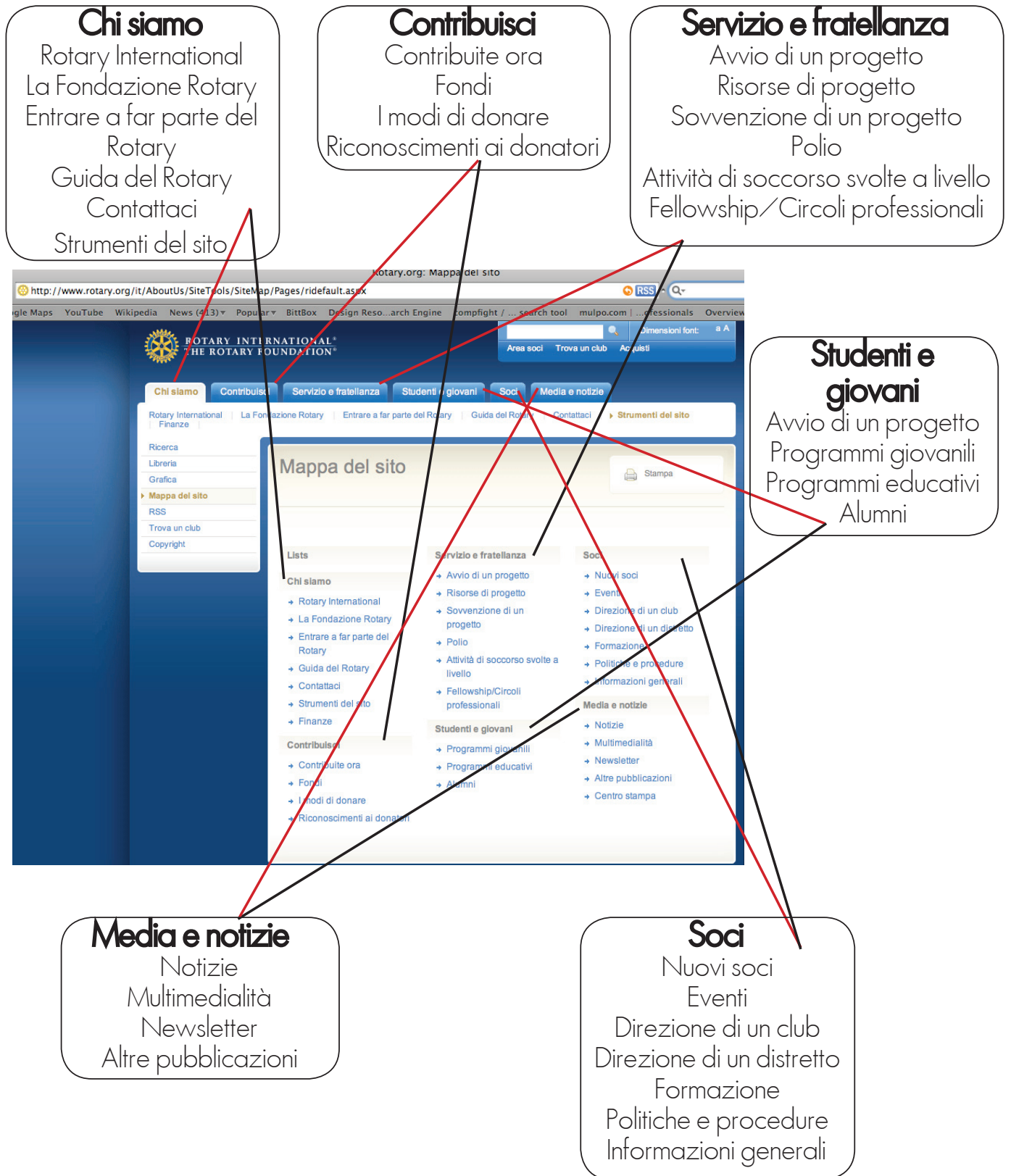
Ogni sito produce dati statistici sull'audience. Questi dati vengono forniti dal provider e devono essere letti attentamente in quanto rappresentano il successo o l'insuccesso di un sito. I risultati delle strategie di diffusione del sito sono chiaramente visibili dai dati di audience contenuti in questi report.

7) Il sito deve avere una struttura a matrice

Un buon sito Internet deve avere una buona struttura. Come già accennato al punto 3, è necessario che sia chiara e facilmente intuibile dall'utente. I testi, le immagini, i documenti e tutti i contenuti inseriti nel sito devono essere classificati per argomenti indicati chiaramente nel menù. Se i contenuti scaricabili sono molti, può essere una buona idea creare un'apposita area download (letteralmente "scaricare", quindi l'area da cui è possibile aprire o salvare i documenti disponibili sul sito) che raccolga tutti i documenti. Ovviamente essi devono essere scaricabili anche dalle pagine del sito che riguardano l'argomento trattato, per esempio il calendario delle conviviali deve essere scaricabile sia dalla pagina in cui si parla delle conviviali del Club che dall'area download.

Le pagine, poi, devono essere leggere (tecnicamente, devono occupare pochi Byte) per essere visualizzate in tempi rapidi. I collegamenti tra le pagine devono essere corretti e coerenti. Il navigatore è esigente e non apprezza siti lenti o complessi; i dati dimostrano che in questi casi si perdono visitatori e non si è ... interessanti.

Esempio n. 1: mappa del sito www.rotary.org; questa struttura può essere utilizzata come guida per la realizzazione di un sito di Club.



L'immagine rappresenta la mappa del sito del Rotary International ed è una sorta di indice del sito: nei riquadri sono indicate le voci riportate nel menù del sito (riga arancione) e nella mappa (riga nera).



Pocket Rotary n. 6 - GLOSSARIO

<p>Blog</p>	<p>In informatica, e più propriamente nel gergo di Internet, un blog è un diario in rete. Il termine blog è la contrazione di web-log, ovvero "traccia su rete". Attraverso i blog è possibile pubblicare i propri interventi su qualunque argomento, inserendo anche foto, musica e filmati.</p>
<p>Browser/navigatore</p>	<p>Un programma che consente agli utenti di visualizzare ed interagire con il testo e le immagini contenuti in una pagina web.</p>
<p>Community Comunità virtuale/ online/ Social network</p>	<p>Una comunità virtuale o comunità online è, nell'accezione comune del termine, un insieme di persone interessate ad un determinato argomento, o con un approccio comune alla vita di relazione, che corrispondono tra loro attraverso Internet e le reti di telefonia creando una rete sociale digitale (social network). Tale aggregazione non è necessariamente vincolata al luogo o paese di provenienza; essendo infatti questa una comunità online, chiunque può partecipare ovunque si trovi con un semplice accesso alle reti, lasciando messaggi su forum, partecipando a gruppi di discussione o attraverso le chat room.</p>
<p>Dominio</p>	<p>Col termine dominio si può alludere genericamente a una qualsiasi entità logica accessibile in rete. E' un servizio utilizzato per la traduzione degli indirizzi IP (il numero che identifica una pagina, un file, un programma) in testo e viceversa. Nei siti è il testo che segue www. e negli indirizzi e-mail il testo dopo @.</p>

Forum/Newsgroup	I forum sono le strutture informatiche (una sorta di bacheche elettroniche) atte a contenere discussioni e messaggi scritti dagli utenti. Un senso di comunità virtuale si sviluppa spesso intorno ai forum che hanno utenti abituali. Ci sono forum per un enorme numero di argomenti differenti. I forum vengono utilizzati anche come strumenti di supporto online per vari prodotti e all'interno di aziende per mettere in comunicazione i dipendenti e permettere loro di reperire informazioni.
Keyword	Parola chiave o chiave di ricerca. Le keywords si utilizzano per effettuare ricerche dai motori di ricerca sul web (Google, Yahoo!, Virgilio, ecc.) che le rintracciano all'interno dei testi dei siti e nelle URL.
Link	Tradotto significa collegamento. Un'immagine, una parola o una frase possono essere evidenziate in modo che sia evidente che esse collegano l'oggetto selezionato a un altro punto del testo, a un documento o a un altro sito.
Motore di ricerca	Un motore di ricerca è un sistema automatico che analizza un insieme di dati da lui stesso raccolti e restituisce un indice dei contenuti disponibili, classificandoli in base a formule matematiche che ne indichino il grado di rilevanza data una determinata chiave di ricerca, keyword.

Provider	<p>Un Provider (per esteso Internet Service Provider, in sigla ISP) o fornitore d'accesso, è una struttura commerciale o un'organizzazione che offre agli utenti accesso a Internet con i relativi servizi. Per estensione, si usa il termine Internet Service Provider anche per fornitori di servizi Internet diversi dall'accesso. Oggi la maggior parte degli operatori di telecomunicazioni sono anche ISP e forniscono, oltre all'accesso Internet, servizi come registrazione e manutenzione di dominio, hosting di pagine web, caselle di posta elettronica, accesso dial-up, ecc.</p>
URL	<p>Un Uniform Resource Locator o URL è una sequenza di caratteri che identifica univocamente l'indirizzo di una risorsa in Internet, come un documento o un'immagine. Un URL, ad esempio, è www.rotary.org. Ad ogni URL è associato uno e un solo indirizzo IP. L'indirizzo IP è il numero che identifica una pagina, un file, un programma o altra risorsa in Internet, e l'URL è l'equivalente nome testuale, più parlante.</p>
Web	<p>Il web (World Wide Web) è una rete di risorse di informazioni, basata sull'infrastruttura di Internet. Il World Wide Web si basa su tre meccanismi per rendere queste risorse prontamente disponibili al più vasto insieme possibile di utenti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. uno schema di denominazione uniforme per localizzare le risorse sul Web (ad es., gli URL); 2. protocolli, per accedere alle risorse denominate sul Web (ad es., HTTP); 3. ipertesto, per una facile navigazione tra le risorse (ad es., HTML).
Web 2.0	<p>Il Web 2.0 è un termine usato per indicare un generico stato di evoluzione di Internet e in particolare del World Wide Web. In generale, questa trasformazione indica specialmente che il web è diventato più dinamico e interattivo, che consente una maggiore partecipazione degli utenti alla creazione di contenuti attraverso blog, forum, ecc.</p>





PERNICE editori