

# #Fareweb news

Newsletter trimestrale a cura di Netdesign

Numero 1/Febbraio 2015



## #Fareweb 2014:

L'esperienza al Salone  
della Stampa 3D

### #SICUREZZA

Navigare, navigare...  
a compartimenti stagni  
p.4

### #COMUNICAZIONE

Buone storie per i tuoi  
utenti  
p.8

### #INFOGRAFICHE

#Fareweb 2014  
L'uso di Internet in Sicilia  
p.10

### #CONSIGLIATI PER TE

La CRM e i suoi applicativi  
nell'era del web 3.0  
p.12

*" Le domande alle quali abbiamo cercato risposte spaziano dal luogo di utilizzo di Internet al tipo di operazioni che si è in grado di effettuare sul web, dalle attività svolte sui siti della Pubblica Amministrazione, alle merci più comprate online "*



## #Fareweb 2014: L'esperienza al Salone della Stampa 3D

Quando abbiamo pensato a #Fareweb, eravamo certi che sarebbe diventato il nome perfetto per la nostra newsletter, l'unica definizione che potesse sintetizzare, come avviene in una reazione chimica, il complesso fluido in cui ci muoviamo: il **mondo del web**.

Ma non potevamo lasciarci scappare l'opportunità di produrre una esposizione grafica di infografiche sull'uso di Internet in Sicilia.

#Fareweb 2014 è nata così: tra Novembre e Dicembre 2014

abbiamo raccolto i dati ISTAT relativi alla Sicilia e li abbiamo organizzati in **infografiche** con l'obiettivo di produrre un'istantanea dell'utilizzo di Internet in Sicilia negli ultimi anni (dal 2009 al 2013).

Le domande alle quali abbiamo cercato risposte spaziano dal luogo di utilizzo di Internet al tipo di operazioni che si è in grado di effettuare sul web, dalle attività svolte sui siti della Pubblica Amministrazione, alle merci più comprate online.





Il 22 e 23 Dicembre dello scorso anno (2014 NdR) abbiamo esposto il nostro lavoro in occasione del **Salone della Stampa 3D**, organizzato da 3D Print & go in collaborazione con Simphonia Recording Studio e How Are You, all'interno di una cornice unica a Lentini, Palazzo San Lio.

In quel contesto, non solo abbiamo ottenuto feedback positivi sulla nostra installazione, ma abbiamo avuto anche l'opportunità di relazionarci **facendo rete** con molte imprese locali e con un vasto pubblico di visitatori interessato a tutte le sfaccettature dell'**innovazione tecnologica**, dai Droni di Diego Trombadore (PC Doctor) alle splendide carte fotografiche metallizzate di Marco Ossino (Emotional Photo), dalla consulenza direzionale e marketing di Gaetano Piazza (Neodimio) alla dimostrazione e al workshop sulla stampa 3D di Claudio Inserra (3D Print & go).

Il tutto è stato reso ancora più interessante dalle performance musicali della scuola di musica "Simphonia" e dal teatro d'improvvisazione dei ragazzi di "Isola Quassù" in collaborazione con la casa editrice 232 Edizioni.

Tutte le esperienze lasciano sempre una qualche traccia e producono nuove idee, per questo motivo abbiamo deciso di avviare "#Fareweb news" la newsletter trimestrale a cura dello staff di Netdesign che si occuperà di divulgare il nostro punto di vista sulle novità e sulle buone pratiche di utilizzo degli strumenti digitali all'interno delle piccole e medie imprese siciliane e non. Benvenuto nel mondo di #Fareweb!

A pagina 10 puoi consultare gli elaborati grafici sull'uso di Internet in Sicilia dei quali hai visto un'anteprima nella pagina precedente.





#SICUREZZA  
SUL WEB

*" Basta considerare un singolo browser come una camera stagna, un programma dedicato a contenere le informazioni che desideriamo, senza che si disperdano in altri luoghi potenzialmente pericolosi "*

## Navigare, navigare... a compartimenti stagni

*Per quale ragione è consigliabile utilizzare più di un browser nel proprio computer?*

*Questo articolo propone l'utilizzo di un browser dedicato alle attività online che richiedono maggiore sicurezza.*

Il verbo navigare ha da sempre accomunato il liquido mondo marittimo con quello del web, anch'esso effettivamente liquido. E se l'attività più praticata in rete è la navigazione, noi utenti siamo timonieri al comando di velieri che solcano le acque, ora gelide, ora tropicali, dell'infinito mare delle informazioni (da non confondere con quello della conoscenza, molto diversa e più complessa dell'informazione).

Le navi di cui disponiamo sono i dispositivi, o più precisamente i **browser**, che utilizziamo per accedere all'incredibile lista di servizi digitali di cui disponiamo: dalla Pay TV on demand, al **conto corrente bancario** passando per la casella email aziendale e molto altro. È vero, molti servizi sono consumabili tramite App, ma i browser regneranno ancora per molti anni nel nostro ecosistema digitale (e poi, chi ha detto che le App sono più sicure di un browser?).

Le imbarcazioni, si sa, per ragioni di **sicurezza**, sono progettate in modo da contenere un numero di **camere stagne** sufficienti a bloccare i pericolosi effetti di una possibile rottura dello scafo<sup>1</sup>. Allo stesso modo, i nostri dispositivi sono progettati per ospitare tutti i browser che desideriamo. Come avvantaggiarsi dunque di questa somiglianza?

Basta considerare un singolo browser come una camera stagna, un programma dedicato a contenere le informazioni che desideriamo, senza che si disperdano in altri luoghi potenzialmente pericolosi. In questo modo possiamo isolare completamente alcuni tipi di attività in singoli browser, migliorando contemporaneamente il nostro livello di **anonimato in rete**. È chiaro che per i feticisti dell'anonimato, la rete Tor, sarebbe la soluzione ideale.

1 - Tale genialità ingegneristica si deve all'inglese Samuel Bentham, che, di ritorno dalla Cina, importò l'uso dei compartimenti stagni copiando dai progettisti navali siberiani.





## #SICUREZZA SUL WEB

### Per una maggiore sicurezza durante le operazioni bancarie online

È ormai risaputo che la presenza del lucchetto accanto all'indirizzo di un sito web, ne indica una **connessione sicura** e crittografata, ma come spesso succede, una singola contromisura non basta a proteggere da tutte le insidie. Esistono tipi di **attacchi informatici**, come ad esempio il quasi impronunciabile *Cross-site request forgery*, che sono immuni al protocollo HTTPS (per intenderci, il lucchetto di cui sopra) e dipendono esclusivamente dalla qualità del sito web che stiamo interrogando. Per queste ragioni è un'ottima precauzione quella di installare un browser dedicato soltanto all'accesso al conto corrente bancario. Dentro Netdesign usiamo Opera, ma è possibile scegliere tra innumerevoli alternative, OpenGeek offre una lista dei migliori 10 browser per Windows. (consulta la classifica che abbiamo incluso nella prossima pagina).

Una cosa da tenere presente è quella di disattivare tutti i plugin e le estensioni per rendere ancora più sicuro il browser scelto. Inoltre sebbene possa apparire eccessivamente precauzionale, è certo che alcune estensioni per browser possano avere accesso al contenuto delle pagine web visitate, potendo addirittura compiere le stesse azioni che potrebbe compiere l'utente (se non ci credi leggi le note: 1 e 2).

Tuttavia se si vuole mantenere lo stesso livello di sicurezza per altri tipi di attività, come ad esempio navigare su una Intranet o un Wiki aziendali, è possibile installare un ulteriore browser dedicato soltanto a queste attività.

E ricordati, la migliore sicurezza è sempre il buon senso.

#### 1) Informazioni sulle autorizzazioni richieste da app ed estensioni, guida ufficiale di Google Chrome:

[https://support.google.com/chrome\\_webstore/answer/186213?hl=it](https://support.google.com/chrome_webstore/answer/186213?hl=it)

#### 2) Considerazioni sulla sicurezza dei plugin sviluppati con NPAPI, guida ufficiale per sviluppatori in inglese :

<https://developer.chrome.com/extensions/npapi#security-considerations> relative a Google Chrome).

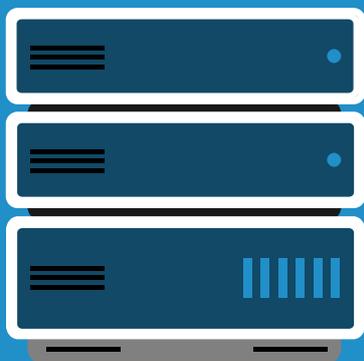
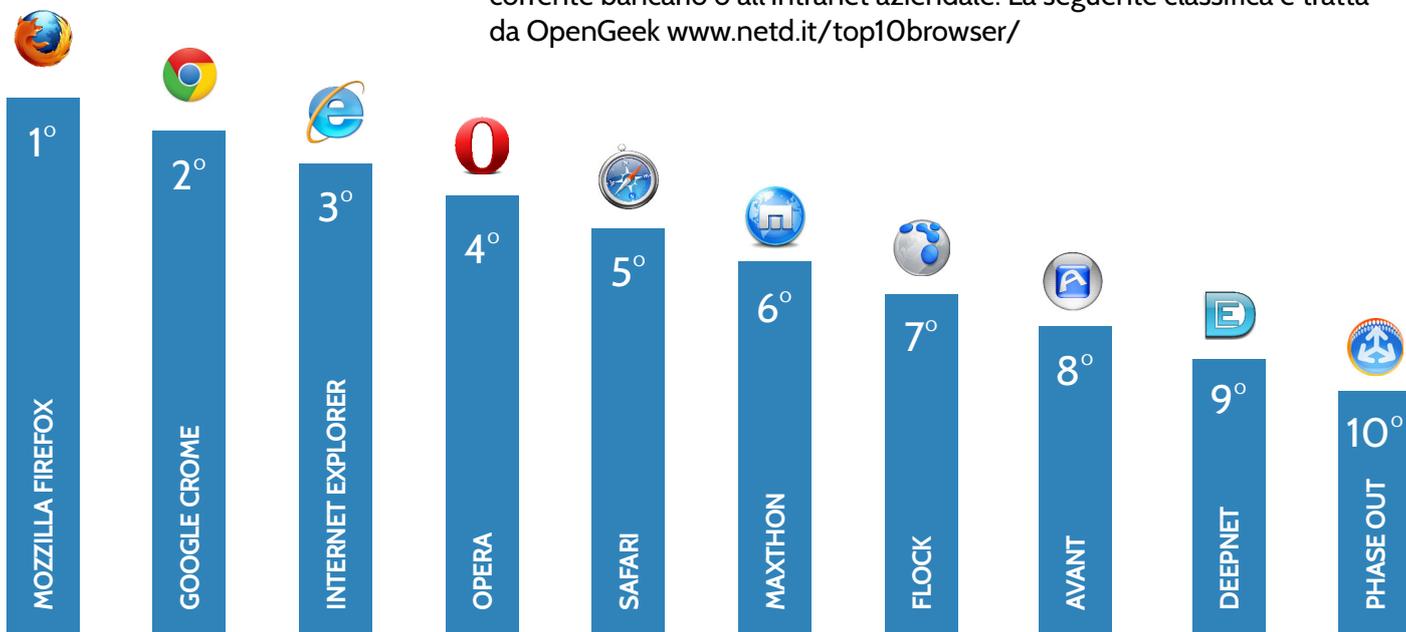




#SICUREZZA  
SUL WEB

# Browser Top Ten per Windows

Scegli tra questi Browser quello da utilizzare per l'accesso al tuo conto corrente bancario o all'Intranet aziendale. La seguente classifica è tratta da OpenGeek [www.netd.it/top10browser/](http://www.netd.it/top10browser/)

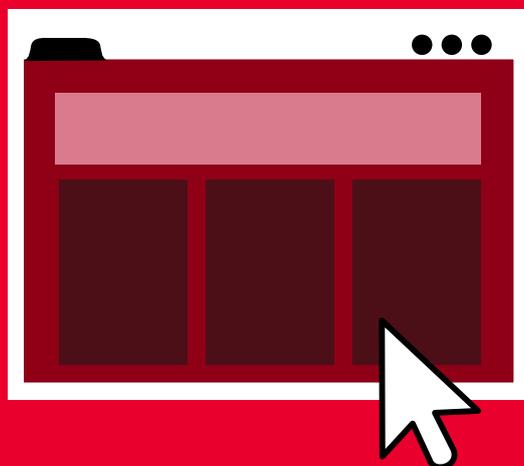


I tuoi dispositivi contengono preziose informazioni e credenziali di accesso relative alla tua attività. La loro manutenzione e messa in sicurezza è fondamentale per il futuro della tua impresa.

Non sottovalutare la sicurezza informatica della tua azienda, gestiscila con Netdesign

Richiedi un audit sulla sicurezza dei tuoi dispositivi informatici, scrivici all'indirizzo [info@netd.it](mailto:info@netd.it)

  
Netdesign  
Diffonditi su Internet



Quando progetti la tua *comunicazione* sul web metti al centro ciò che ti rende unico.

Crea un legame coi tuoi potenziali clienti, raccontagli ciò che fai ma soprattutto come e perché lo fai.



#COMUNICAZIONE

*" Per dare un senso al proprio sito web è fondamentale raccontare ai propri utenti storie originali e interessanti, contenuti che trattengano gli internauti tra le pagine e li convincano che il sito appena visitato sia più rilevante e di valore rispetto agli altri "*



# Buone storie per i tuoi utenti:

## *3 consigli utili per una Content Strategy di successo*

*Non sei fregato veramente  
finché hai da parte una buona storia  
e qualcuno a cui raccontarla*  
Alessandro Baricco, Novecento

Siamo costantemente connessi alla rete senza considerarne spesso la sua più profonda natura, la caratteristica che maggiormente la contraddistingue. Cos'è la rete se non un addensato di storie?

Storie di cronaca, personali, di navigazione, storie d'amore, storie di utenti alle prese con prodotti e dispositivi non funzionanti, storie di potere, storie di successo e non.

Se volessimo davvero sintetizzare la natura della rete internet, dovremmo considerarla uno **sconfinato diario** in cui si condensano storie di tutti i tipi e da tutte le parti del mondo, un diario in cui il

filo conduttore è la narrazione comune, il passaggio che di link in link può portarci da una parte all'altra del pianeta con una velocità e semplicità sorprendenti.

Per questo motivo, per dare un senso al proprio sito web e renderlo un successo è fondamentale raccontare ai propri utenti storie originali e interessanti, contenuti che trattengano gli internauti tra le pagine e li convincano che il sito appena visitato sia più rilevante e di valore rispetto agli altri.

Ma cosa vuol dire raccontare buone storie? Come dare veramente un senso al proprio sito web?

In questo articolo cercheremo di offrire alcuni utili punti di vista per una Content Strategy di successo che possano essere applicabili alle realtà imprenditoriali tipiche del nostro tessuto economico fatto di **piccole e medie imprese**, a volte gestite anche a livello familiare.



#COMUNICAZIONE

## 1. Metti a fuoco la tua unicità

Non importa di che cosa la tua impresa si occupi, che sia di consulenza, edilizia, catering o bulloni avrà sicuramente qualcosa che la contraddistingue. La sua storia, la sua mission ed il suo approccio al mercato di riferimento. Come ogni individuo è unico, ogni impresa fatta di uomini lo è altrettanto e se è a volte è difficile comunicare se stessi come uomini con le proprie sensazioni e punti di vista, lo è altrettanto quando è l'impresa che intende comunicare. Qual è la narrazione della tua impresa?

Rifletti su ciò che ti contraddistingue, offri un prodotto che non offre nessuno? Eroghi un servizio post-vendita di qualità? Quali sono stati i momenti storici cruciali della tua attività? Sono tutti quesiti che ti possono aiutare a delineare con buona precisione le caratteristiche che rendono unica la tua comunicazione aziendale, distinguendoti dai concorrenti.



## 2. Tra il dire e il fare

Come ogni progetto, anche la Content Strategy ha bisogno di scadenze e obiettivi. Scegli una **frequenza di pubblicazione** facilmente gestibile: in un mondo che genera decine di milioni di post al giorno, una pubblicazione a settimana può sembrare poco ma in realtà è il miglior inizio. Quali - e quante - risorse interne dedicare alla scrittura di articoli e post? Se la tua impresa è di piccole dimensioni potresti pensare che il carico di lavoro

generato dalla cura per la Content Strategy possa essere smisurato, ma sei davvero certo che nessuno dei tuoi collaboratori sia in grado di dedicare due ore a settimana per la scrittura di un articolo di almeno 150 parole? Provaci, magari qualcuno di voi scoprirà la propria vena "letteraria".

Organizza subito una riunione, apri un dibattito in un gruppo Facebook (o su What's App) e prendi una decisione insieme ai tuoi collaboratori. Se non dovessi trovare soluzioni puoi sempre rivolgerti ad agenzie specializzate o Copywriter freelance, la tua Agenzia Web può di certo aiutarti a trovare le migliori soluzioni alle tue esigenze.

## 3. Trasparenza e stile

Non dimenticare la trasparenza e neanche lo stile. Certamente nessuno vorrebbe comparare il tuo blog aziendale alle opere di Calvino o di Vittorini ma è certo che la scrittura produce sensazioni forti e stati d'animo che possono aiutare nel **coinvolgimento** dei propri utenti.

Sii trasparente, racconta ciò che avviene in azienda. È successo qualcosa di unico e irripetibile? Raccontalo subito, la curiosità dei tuoi utenti ripagherà certamente lo sforzo.

Abbiamo aperto questo articolo con una citazione di **Alessandro Baricco** che vogliamo riportare in calce per sottolineare l'estrema importanza del tuo blog aziendale e della tua Content Strategy:

*"Non sei fregato veramente finché hai da parte una buona storia e qualcuno a cui raccontarla"*



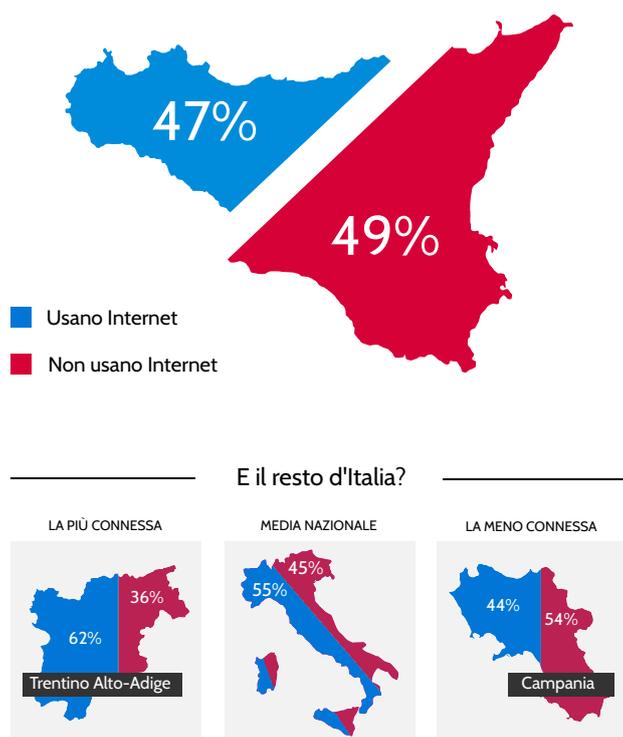
#INFOGRAFICHE

# Elaborazione grafica di Report statistici sull'uso di Internet in Sicilia

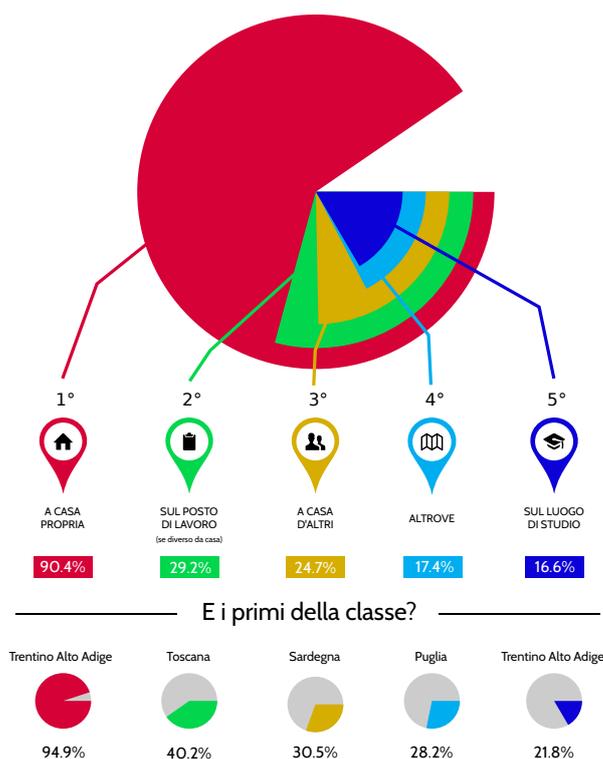
*In un mondo sempre più connesso qual è l'effettivo uso di Internet nella nostra regione? Quali le proporzioni rispetto al resto d'Italia?*

Abbiamo presentato queste infografiche il 22 e 23 Dicembre 2014 al Salone della Stampa 3D con l'obiettivo di produrre una panoramica sull'uso di Internet in Sicilia dal 2009 al 2013.

## 1. Quanti siciliani usano internet?



## 2. Dove si usa Internet in Sicilia?



La tavola 1 mostra due porzioni di Sicilia rappresentanti in azzurro la percentuale di persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi. In rosso si indica invece la percentuale di persone che non l'hanno usato. (Fonte: Istat, Italiani e nuove tecnologie, 2013, tavola 2.2)

La tavola 2 mostra i luoghi di maggior utilizzo di Internet su un campione di persone di 6 anni e più che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi. La sezione I primi della classe mette a confronto la percentuale di persone siciliane con le regioni italiane che hanno registrato la percentuale più alta per luogo di utilizzo (Fonte: Istat, Italiani e nuove tecnologie, 2013, tavola 2.12)



#INFOGRAFICHE

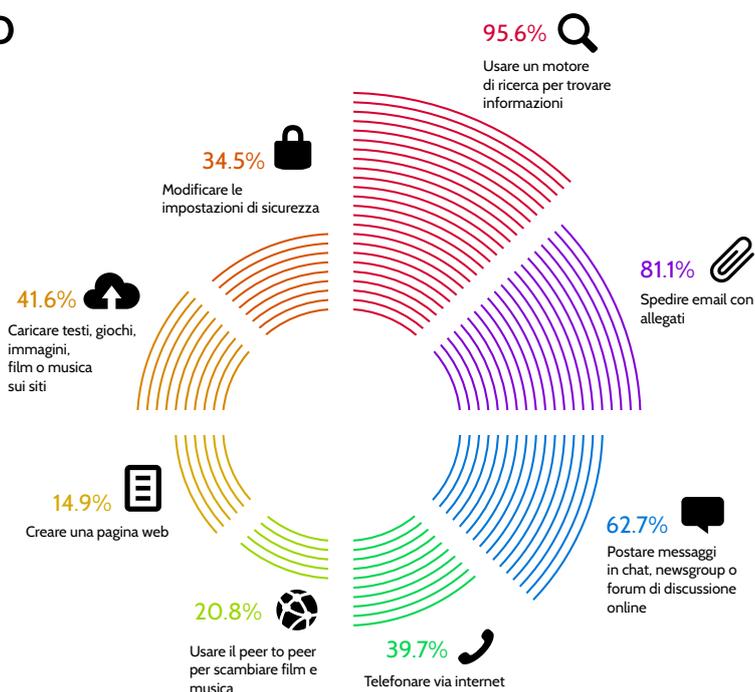
## Vuoi consultare le infografiche mancanti di #Fareweb 2014?

Vai su [farewebnews.it](http://farewebnews.it) e scaricale in formato PDF per scoprire la frequenza di utilizzo di Internet, le principali attività che si svolgono su Internet e molto altro ancora.

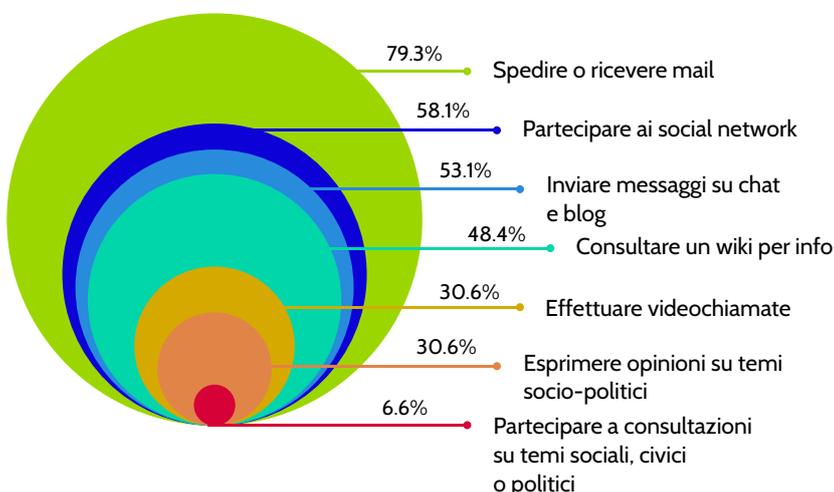
### 5. Quali operazioni si fanno su Internet?

La tavola mostra la percentuale di persone di almeno 6 anni che hanno usato Internet negli ultimi 12 mesi per i tipo di operazioni che fanno effettuare.

(Fonte: Istat, Cittadini e nuove tecnologie, 2013, tavola 2.8)



### 6. Con quali strumenti si comunica su Internet?



La tavola 6 illustra il numero di persone di almeno 6 anni che hanno usato Internet negli ultimi 3 mesi per tipo di attività di comunicazione, informazione e partecipazione sociale o politica svolta.

(Fonte: Istat, Cittadini e nuove tecnologie, 2013, tavola 3.2)



#CONSIGLIATI  
PER TE



# La CRM e i suoi applicativi nell'era del web 3.0

## Che cos'è la CRM?

Letteralmente CRM vuol dire **Customer Relationship Management**, ovvero *gestione delle relazioni con il cliente*, che così tradotto non rivela l'utilità e le potenzialità di questo strumento, fin'ora utilizzato soltanto dalle grandi aziende.

Il concetto della CRM affonda le sue radici nelle attività relative alla *fidellizzazione del cliente*, ovvero quell'insieme di strategie di marketing volte al mantenimento della clientela già esistente puntando alla creazione di un elevato grado di soddisfazione della stessa.

Fidellizzazione che si traduce in un elevato tasso di fedeltà stimolato attraverso particolari progetti e strategie di marketing che prevedono vantaggi, premi o benefit da parte dell'azienda nei confronti dei suoi attuali clienti.

In questo modo il *Brand aziendale* viene associato ad esperienze positive e virtuose che il cliente potrà ricordare con piacere.

Grazie alla CRM si profila un modo alternativo di gestire l'impresa che mette al centro dell'attività imprenditoriale bisogni e desideri dei consumatori integrandoli con la propria strategia aziendale.

La CRM, grazie ad applicativi specializzati, diventa uno strumento oltre a essere un *modus operandi* dell'impresa che la utilizza.

L'obiettivo della CRM è quello di riuscire a massimizzare i rapporti di valore con i propri clienti, attraverso una serie di strumenti integrati con una strategia ad ampio raggio, capace di coinvolgere l'intera gestione dell'impresa, dal marketing, alla gestione dei contatti, dai flussi di lavoro fino ad arrivare all'assistenza clienti.

Wikipedia sapientemente ci spiega come la CRM si muova verso quattro direzioni differenti e separate:

- Acquisizione di nuovi clienti (o "clienti potenziali")



## #CONSIGLIATI PER TE

*" Il primo passo da compiere per implementare una strategia di Customer Relationship Management è quello di rispondere con molta chiarezza alle seguenti domande:*

*- Conosciamo davvero i nostri clienti? "*

- Aumento delle relazioni con i clienti più importanti (o "clienti coltivabili")
- Fidelizzazione più longeva possibile dei clienti che hanno maggiori rapporti con l'impresa (definiti "clienti primo piano")
- Trasformazione degli attuali clienti in procuratori, ossia consumatori che lodano l'azienda incoraggiando altre persone a rivolgersi alla stessa per i loro acquisti.



Tutto questo ci fa capire come la *Customer Relationship Management* sia il risultato di molteplici attività strettamente collegate alla strategia e al benessere della tua azienda.

Il primo passo da compiere per implementare una strategia di Customer Relationship Management è quello di rispondere con molta chiarezza alle seguenti domande:

- Conosciamo davvero i nostri clienti?
- Quali sono le loro abitudini di acquisto?
- Cosa hanno comprato di recente?
- Quali canali comunicativi prediligono?
- Con quale canale ci hanno contattati la prima volta?

**Se non si è in grado di rispondere a queste semplici domande, sarà molto difficile nel futuro trovare il giusto modo di relazionarsi con la propria clientela, fallendo nell'obiettivo di soddisfare i clienti già esistenti con l'offerta commerciale più adatta alle loro esigenze.**

A supporto di queste attività di catalogazione esistono potenti applicativi specializzati per la CRM che permettono di organizzare e analizzare le abitudini di acquisto dei clienti, in modo da poter sviluppare offerte personalizzate da proporre in un secondo momento. Uno di questi si chiama vTiger.



#CONSIGLIATI  
PER TE

## La nostra esperienza con Vtiger 6

Vtiger è un applicativo completo per la Customer Relationship Management, è un software Open source multiplatforma sviluppato con tecnologia PHP e progettato per la cura delle relazioni con il cliente e per la gestione dei processi aziendali (a volte ripetitivi).



Vtiger è composto da più di 20 moduli personalizzabili attraverso i quali è possibile gestire tutto il ciclo di vendita, dall'analisi dei potenziali clienti (opportunità) fino alla gestione degli ordini e delle fatture passando per la gestione dei contatti e dei documenti.

La gestione "post-vendita" è poi garantita da avanzate funzionalità di ticketing che aiutano il supporto tecnico a tracciare ed organizzare le problematiche riscontrate dai clienti.

La piattaforma permette di gestire in modo semplice alcuni aspetti fondamentali dell'organizzazione aziendale come:

- Tempo (Calendario)
- Vendite (Opportunità, Leads e Preventivi)
- Relazioni con i clienti (Note di contatto e commenti)
- Organizzazione dei flussi lavorativi (Progetti e Task di progetto)

Con Vtiger è dunque possibile risparmiare tempo grazie alle funzionalità che permettono l'organizzazione di appuntamenti e l'automatizzazione di invio di mail e preventivi. Inoltre Vtiger offre



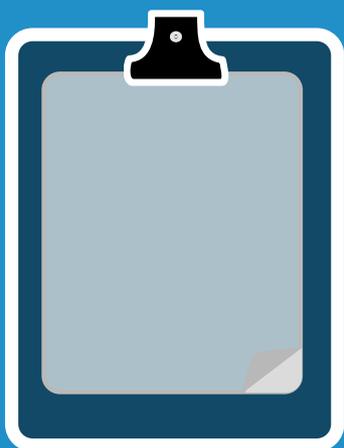
#CONSIGLIATI  
PER TE

un aiuto nelle vendite grazie agli strumenti per il DEM (*Direct Mail Marketing*) che permettono la pianificazione di campagne marketing, la gestione di listini e prodotti e l'organizzazione di richieste di preventivo provenienti anche dal sito web.

Offre validi strumenti per migliorare la *Customer Care* aziendale, grazie alla gestione di Faq e alla risoluzione di Ticket di assistenza tramite il sito web.

Vtiger inoltre rende smart l'organizzazione aziendale in quanto permette la gestione dei flussi di lavoro con strumenti evoluti, dalla creazione dei progetti all'assegnazione dei task lavorativi ai dipendenti.

Cosa aspetti a rivoluzionare la gestione della tua attività con le potenti funzionalità di Vtiger?



La lista di contatti è tra le tue risorse fondamentali, non sottovalutarla mai. Investi nella gestione dei contatti con strumenti CRM efficienti e innovativi, potrai convertire nuovi clienti ed analizzare l'efficacia delle tue campagne mail .

Gestisci la tua azienda in modo differente,  
gestiscila con Netdesign

Scrivici a [info@netd.it](mailto:info@netd.it) per una consulenza gratuita sull'impiego di strumenti CRM nella tua impresa.

  
Netdesign  
Diffonditi su Internet

# #Farewebnews

Newsletter trimestrale a cura di Netdesign

Farewebnews è la newsletter trimestrale di Netdesign inviata via mail a clienti, collaboratori e simpatizzanti. Chiunque può iscriversi sul sito [www.farewebnews.it](http://www.farewebnews.it) per ricevere e scaricare questo pdf.

Ti sono piaciuti questi articoli e vuoi condividerli con i tuoi colleghi e i tuoi clienti?

Vai su [www.farewebnews.it](http://www.farewebnews.it) e  
\* diffondili su Internet \*



  
Netdesign

Diffonditi su Internet

- Al prossimo numero di Farewebnews, ci vediamo a Maggio 2015 -

La newsletter Farewebnews non rappresenta una testata giornalistica né tantomeno un prodotto editoriale ai sensi dell'articolo 1.2 della legge n.62 del 2001.



Netdesign di Fabio Buda, Via P. Nenni 2, 96013 Carlentini, SR P.Iva 01687250892