

Grafica, contenuto, ma soprattutto struttura

La gerarchia nel sito

Ogni progettazione di sito deve partire dalla gerarchia dei contenuti. Naturalmente, in una fase preliminare, è opportuno stabilire a chi si vuole parlare, come lo si vuol fare e che cosa si vuol dire. Fatto questo, però, le indicazioni del cliente sono il principio da cui muoversi. Stabilire la priorità delle informazioni significa creare una gerarchia a livelli delle stesse informazioni. Non parliamo tanto di pagine, quanto di livelli di fruizione delle informazioni. Per esempio, il livello 1 di fruizione deve essere quello delle informazioni più importanti e generali della società, dell'attività, dei prodotti o servizi. Queste informazioni di livello 1 devono essere sempre accessibili tramite dei menu, in ogni pagina del sito.

Menu istituzionale

Un primo menu sempre presente può essere quello istituzionale (molti siti lo hanno in fondo alla pagina): chi siamo, mission aziendale, dove siamo, privacy policy, contatti. Ovviamente, la scelta delle informazioni da posizionare in questo menu dipende dalle caratteristiche dell'attività e della società. Per esempio, se si fa commercio elettronico, non è indispensabile inserire in menu la voce "dove siamo". Sarà probabilmente influente, per il visitatore, e queste informazioni potranno essere riportate nell'area "chi siamo".

Menu di navigazione

Un secondo menu sempre presente deve essere quello di navigazione: indispensabili, sempre e comunque, i link alla home page, alla produzione (che sia di prodotto o di servizio), a eventuali servizi a valore aggiunto del sito (personalizzazioni o servizi Web), agli altri elementi giudicati fondamentali da parte del committente (che deve essere sempre guidato nelle sue scelte).

livelli profondi

Il livello 2 è costituito da informazioni importanti e dettagliate a cui si accede dalle voci di livello 1. Il livello 3 dipende dal 2 e via di seguito. Fino ad arrivare a livelli profondi, che magari escono dal sito per arrivare a pagine esterne. Ogni livello di informazione può intersecarsi con altri livelli di informazione, in modo da avere pagine raggiungibili da percorsi diversi, a profondità diverse. Per esempio ai prodotti dovremo poter arrivare sia dal menu istituzionale a un livello profondo (per esempio dal percorso Mission -> Mission delle singole aree aziendali -> Prodotti) sia dal menu di navigazione a un livello alto (per esempio dal percorso Prodotti -> Prodotti divisi per area). Tanto più queste ramificazioni si intersecano, tanto più facilmente il nostro sito sarà navigabile, perché numerose saranno le possibili strade da prendere. A questo punto la gerarchia

risultante, per esempio, a partire dal menu istituzionale, potrebbe essere rappresentata in questo modo:

| livello 1 | livello 2 | livello 3 |
|------------------------|---------------------------------------|--|
| Chi siamo | Foto staff | |
| Dove siamo | Immagine cartina Come raggiungerci | Calcolo percorso (esterno) Link esterni a sito |
| Mission aziendale | Singole aree d'attività | Prodotti o servizi singole aree Contatti singole aree |
| Contatti info generali | Divisione singole aree da contattare | E-mail Form invio Web |
| Privacy Policy | | |

La struttura influenza i contenuti

Ecco tutto quello che mancava alla progettazione iniziata dall'amico bisognoso d'aiuto. Appare evidente, infatti, che la struttura e la gerarchia dettino i tempi, per così dire, dei testi, cioè la loro lunghezza e il loro approfondimento. In generale, è più apprezzabile un testo breve e veloce, anche a costo di essere generici. Nel momento in cui è necessario un approfondimento (o più approfondimenti) si passerà a un livello più profondo. Il tutto senza dimenticare che la scrittura per il Web va subito al sodo. Generici sì, ma sempre utili, altrimenti meglio saltare quella fase e andare subito all'approfondimento.

La grafica dipende dalla struttura

Proprio come per i testi, difficilmente può essere pensata una grafica ragionevole senza avere chiara la struttura del sito. Infatti, si potrà scegliere l'impostazione grafica di fondo (tratto pulito ed essenziale oppure ricco e barocco), il tipo di immagini (in movimento o ferme, fotografie o clip-art ecc.), i colori dominanti (i colori aziendali per esempio, o come definire cromaticamente le aree d'argomento) ecc. Di più, non si potrà fare, perché senza struttura non si può sapere in quante aree il sito deve essere diviso, quali sono gli ingombri minimi/massimi di testo, quali sono i percorsi che vogliono una medesima rappresentazione ecc.

La progettazione dalla base

Naturalmente, queste sono soltanto linee guida per una corretta impostazione. In casi particolari può essere necessario partire dalla progettazione della grafica oppure dai testi. Il pericolo reale, in questo caso, si biforca in due conseguenze. La prima è quella di lavorare separatamente su grafica e contenuti, e quindi di dover rimettere mano all'una e agli altri una volta che il sito, formandosi, svela la sua struttura. La seconda è quella di avere un sito

sproporzionato, in cui la grafica, per esempio, abbia un peso preponderante su tutto il resto.

L'ideale, ovviamente, è quella di lavorare tutti insieme, responsabile della grafica insieme a quello dei contenuti, sentiti però anche i vari responsabili del marketing, dei prodotti e in generale qualsiasi figura aziendale abbia interessi nel sito. Confrontandosi e procedendo tutti insieme di pari passo nelle decisioni più importanti, struttura, grafica e contenuti cresceranno all'unisono.

Estratto da:

<http://www.shinynews.it/usability/1004-struttura.shtml>