



## ***Tecnologia - Realizzazione siti web: cosa è importante sapere prima di passare all'azione***

**Roma - 02 apr 2025 (Prima Pagina News) Creare un sito web va oltre l'estetica: è un equilibrio tra ottimizzazione, conversioni e accessibilità. Senza tracciamenti avanzati, strategie SEO mirate e sicurezza di livello, il rischio è sprecare tempo e risorse. In un mondo in cui la concorrenza è a un clic di distanza, affidarsi a professionisti diventa la chiave per un sito performante, funzionale e orientato ai risultati.**

Per realizzare un sito web ci vuole molto più di una buona idea. Si tratta di un percorso importante, che coinvolge sia aspetti generali che piccoli dettagli, magari invisibili ma essenziali per ottenere risultati. Le persone vedono la punta dell'iceberg di quello che è un grande insieme di dati in cui figurano strumenti di tracciamento, protocolli di sicurezza, sistemi di conversione all'accessibilità e tante altre complessità. Ma dal momento che, oramai, la concorrenza è a un clic di distanza, costruire un sito non ottimizzato equivale, di fatto, a buttare tempo e risorse. Per questo motivo le aziende sono solite rivolgersi a esperti in realizzazione di siti, capaci di progettare strumenti performanti e davvero orientati ai risultati. Sito web e ottimizzazioni non sono la stessa cosa. Il sito è come una sede digitale per le aziende, quindi non basta "costruirlo": deve anche funzionare. Come? Attraverso strumenti tecnici, come i pixel di conversione, i codici invisibili che permettono di monitorare ogni interazione e collegare le azioni degli utenti alle campagne pubblicitarie. A questi si sommano tutti gli strumenti di tracciamento avanzati, come Google Analytics 4, Meta Business Tools o Hotjar, per citare i più famosi. Questi servono a comprendere il comportamento degli utenti, in modo da migliorare l'esperienza di navigazione. In aggiunta c'è anche la Search Console, come quella di Google o Bing, utile per individuare problemi di indicizzazione, contenuti non ottimizzati o errori di struttura che possono peggiorare il posizionamento del sito web. E per finire, ci sono tutte le ottimizzazioni per adattare il sito web agli algoritmi: non solo lato SEO, ma anche per dispositivi mobile, per la compatibilità cross-browser e per la velocità di rendering. Il design aiuta, ma non è l'unico fattore di crescita. Il layout, la palette colori e la user interface sono importanti. Ma da soli non bastano. Ciò che rende un sito davvero utile è la struttura funzionale: una mappa dei contenuti pensata per guidare l'utente dove serve, una gerarchia chiara tra le pagine, e soprattutto, una logica orientata al funnel. Ogni sezione deve avere uno scopo. Un modulo di contatto deve essere visibile e facilmente raggiungibile. Un catalogo prodotti deve accompagnare l'utente alla decisione di acquisto, senza ostacoli. E ogni pagina dovrebbe avere un obiettivo di conversione misurabile, che sia la compilazione di un form, una telefonata o l'iscrizione a una newsletter. Il design, in sintesi, deve diventare funzionale alla performance, non agire in modo autonomo. È per questo che oggi si parla di growth-driven design: un approccio che mette al centro i dati e ottimizza il sito costantemente sulla base dei risultati ottenuti. Sicurezza



e accessibilità: contano più di quanto si pensi Sicurezza e accessibilità sono due parole che troppo spesso vengono considerate “secondarie” nella fase di sviluppo di un sito web, ma che, ad oggi, sono tutto fuorché marginali. Partiamo dall'accessibilità. Dal 28 giugno 2025 entrerà ufficialmente in vigore il European Accessibility Act, che obbligherà numerose aziende ad adeguare i propri siti e servizi digitali a standard specifici di accessibilità. Saranno coinvolti enti pubblici e aziende private che operano nei settori di e-commerce, servizi bancari, editoria digitale, trasporti, telecomunicazioni, assistenza sanitaria e distributori di software o hardware. Per tutte queste realtà, non adeguarsi significa rischiare sanzioni e, soprattutto, escludere una parte importante dell'utenza. Sul fronte sicurezza, il discorso è altrettanto urgente. L'aumento dei casi di cyber attacchi — phishing, accessi non autorizzati, data breach — richiede un cambio di paradigma. Il più apprezzato è noto come zero trust, il quale considera ogni accesso come potenzialmente rischioso e prevede un sistema continuo di verifica e autenticazione. A ciò si aggiunge il rispetto del GDPR, che impone il controllo dei cookie, la gestione del consenso e la protezione dei dati personali in modo rigoroso e trasparente.

*(Prima Pagina News) Mercoledì 02 Aprile 2025*