Meetweb
INTERNET COMPANY

PORTFOLIO WEB DESIGN

COSA CHIEDERE AL PROPRIO SITO WEB (E ALL'AGENZIA CHE LO REALIZZA)

Cosa chiedere alla web agency che realizzerà il tuo nuovo sito aziendale?

Cosa vuoi che ci sia nel preventivo per essere certo di fare un buon lavoro? Ecco una *check list* per orientarsi.

1. Per cominciare, chiedi che ci sia un ragionamento di marketing, che parta dalle esigenze dei tuoi clienti e aiuti la tua azienda a valorizzare la propria proposta di valore in modo moderno;
2. è importante conoscere le caratteristiche del CMS (Content Management System) proposto perché devi poter gestire i contenuti in autonomia;
3. ovviamente, quanto sopra esclude Flash;
4. inutile chiedere che sia bello, lo verificherai in fase operativa; chiedi piuttosto che il **sito vada online solo quando ti piacerà il design**; in questo modo, metti subito al sicuro l'obiettivo di un sito che piaccia alla direzione e a te stesso;
5. impara la differenza tra **template e grafica personalizzata** e fatti spiegare come cambiano risultati, budget e tempi per decidere consapevolmente;
6. che il design sia allineato agli standard mondiali del W3C: in tal modo, sei sicuro di **essere visibile su tutti i browser**;
7. **ripudia Flash:** non saresti visibile ai motori di ricerca, non saresti affatto visibile sui **dispositivi mobili**; inoltre, tutti gli effetti di movimento e dinamismo che vuoi possono essere realizzati con altre tecnologie che non hanno gli stessi limiti.

[continua a pag. 13]

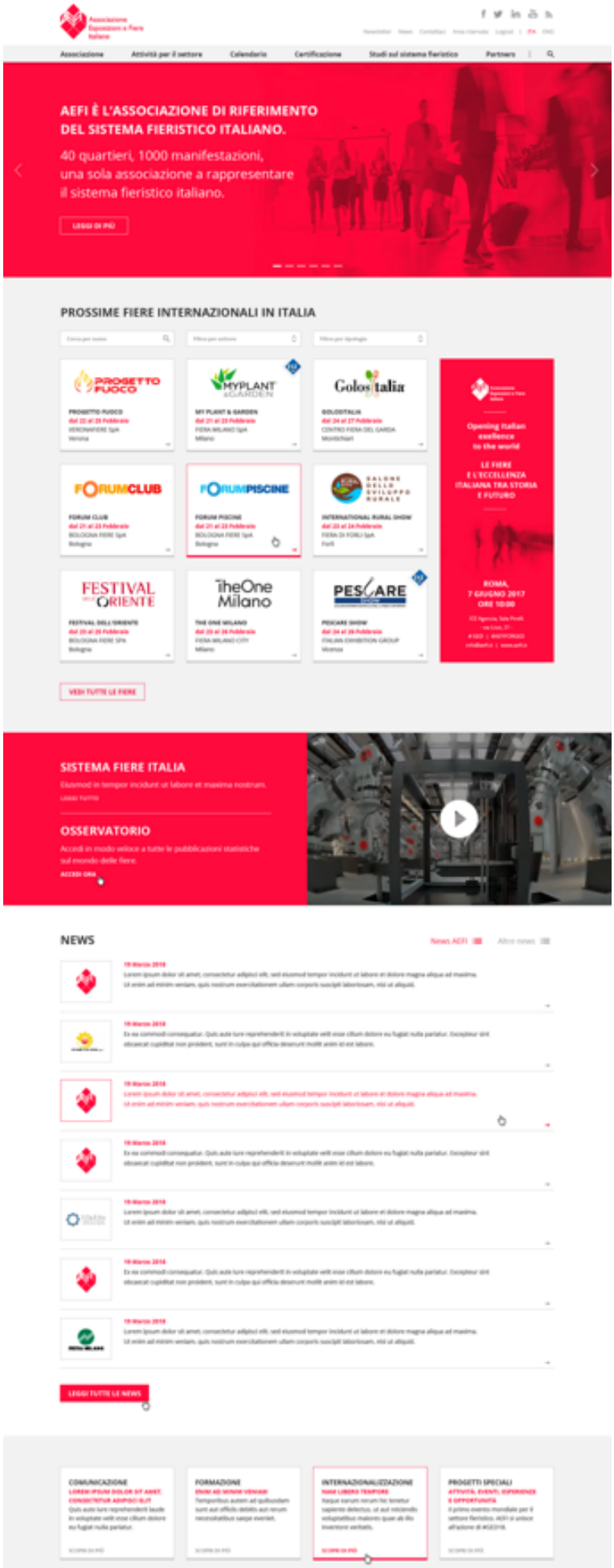
Gira la pagina e dai un'occhiata alle nostre realizzazioni

Istituzionale e Grande impresa

Aefi
www.aefi.it

Per l'internazionalizzazione del Sistema Fieristico Italiano, abbiamo realizzato un'innovativa piattaforma digitale capace di dare visibilità ai 40 enti fieristici associati Aefi e agli oltre 1.000 eventi fieristici italiani.

Un portale web sempre vivo, con informazioni aggiornate su manifestazioni, enti, organizzatori, iniziative di internazionalizzazione, studi di settore e tanto altro, e che hanno reso il portale Aefi un punto di riferimento istituzionale per operatori e utenti del sistema fieristico italiano.



Comune di Teverola

www.agrilogistica.com

Abbiamo realizzato il nuovo sito istituzionale del Comune di Teverola, in conformità alle norme AgID (Agenzia per l'Italia Digitale) sull'accessibilità dei siti della Pubblica Amministrazione, che obbligano i siti web della pubblica amministrazione ad erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari.

La realizzazione del nuovo sito, inoltre, è stata l'occasione anche per rivedere l'organizzazione complessiva del contenuto, che dovrebbe rispecchiare le esigenze dei diversi pubblici invece che l'organizzazione interna dell'ufficio.

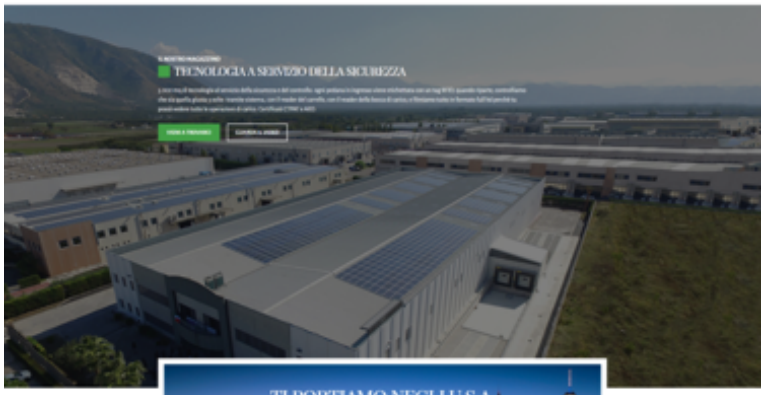
Agrilogistica

www.agrilogistica.com

AgriLogistica è la nuova azienda del gruppo Agritalia che si occupa di servizi logistici di prodotti alimentari del “Made-in-Italy” non solo delle imprese del gruppo, ma anche dei clienti di Agritalia.

Con il nuovo sito istituzionale, Meetweb ha voluto rappresentare compiutamente le attività di cui si occupa Agrilogistica, il livello tecnologico e di innovazione offerto, i servizi a valore aggiunto che l’azienda è in grado di erogare.

Tutte le eccellenze ed i punti di forza del committente sono rappresentati a partire dalla homepage, con grande visibilità accordata ai servizi ed ai processi innovativi che l’azienda è in grado di fornire.



Emeroteca Biblioteca Tucci di Napoli

www.emerotecatucci.it

Il portale web dell'archivio che con 300mila volumi, comprendenti circa 10mila collezioni di periodici italiani e stranieri dal 1648 (e 200 unici al mondo), è di fondamentale importanza culturale per la città di Napoli e per l'Italia intera.

Il portale si completa con la Teca Digitale per la consultazione online di 23 opere completamente digitalizzate e delle relative 20.000 scansioni.

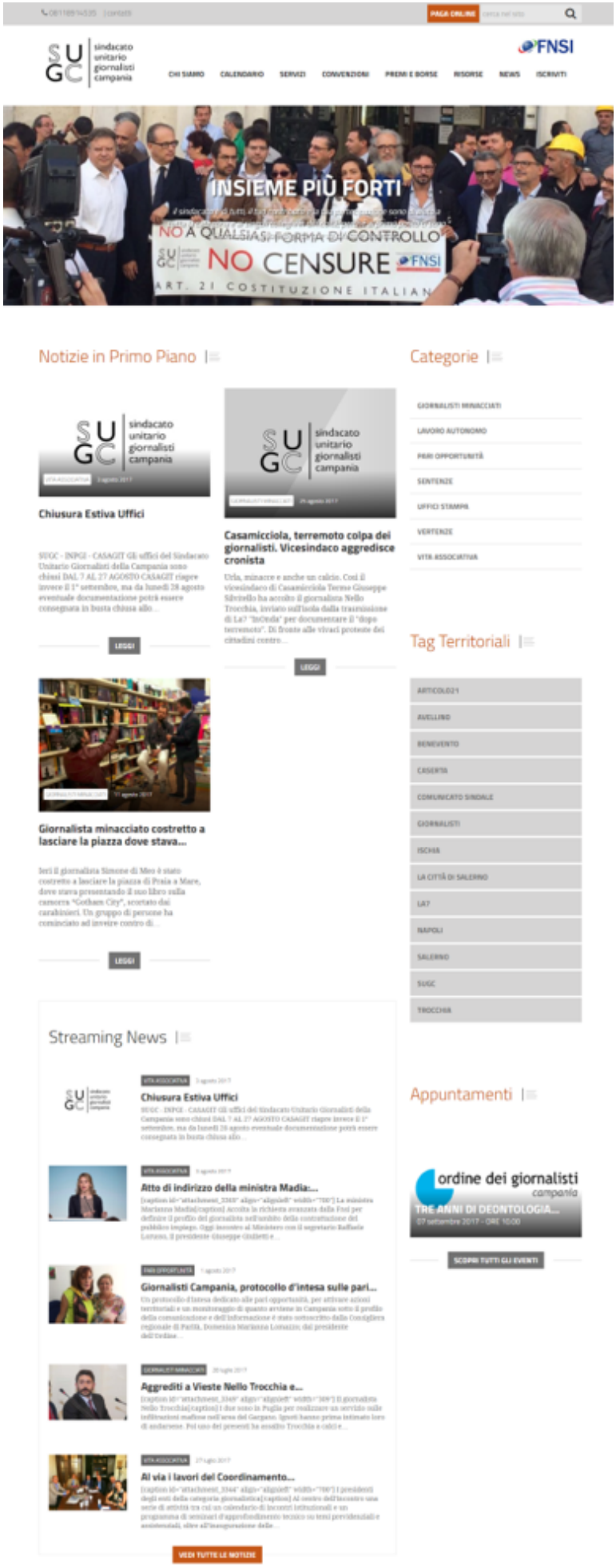
SUGC

www.sindacatogiornalisti.it

Il nuovo sito web del Sindacato dei giornalisti della Campania, dedicato agli oltre 700 iscritti e ai 10.000 iscritti all'ordine dei giornalisti regionale.

Meetweb ha realizzato un nuovo sito con l'obiettivo di comunicare alla totalità dei giornalisti e agli interlocutori istituzionali in genere la propria azione politica attraverso cui il Sindacato dimostra di essere vivo e attivo.

Il sito, inoltre, ha l'obiettivo di offrire un punto di contatto e accesso ai servizi offerti agli iscritti (e a coloro che potrebbero iscriversi proprio per ricevere tali servizi), oltre a offrire un accesso immediato e certo al pagamento delle quote annuali di iscrizione.

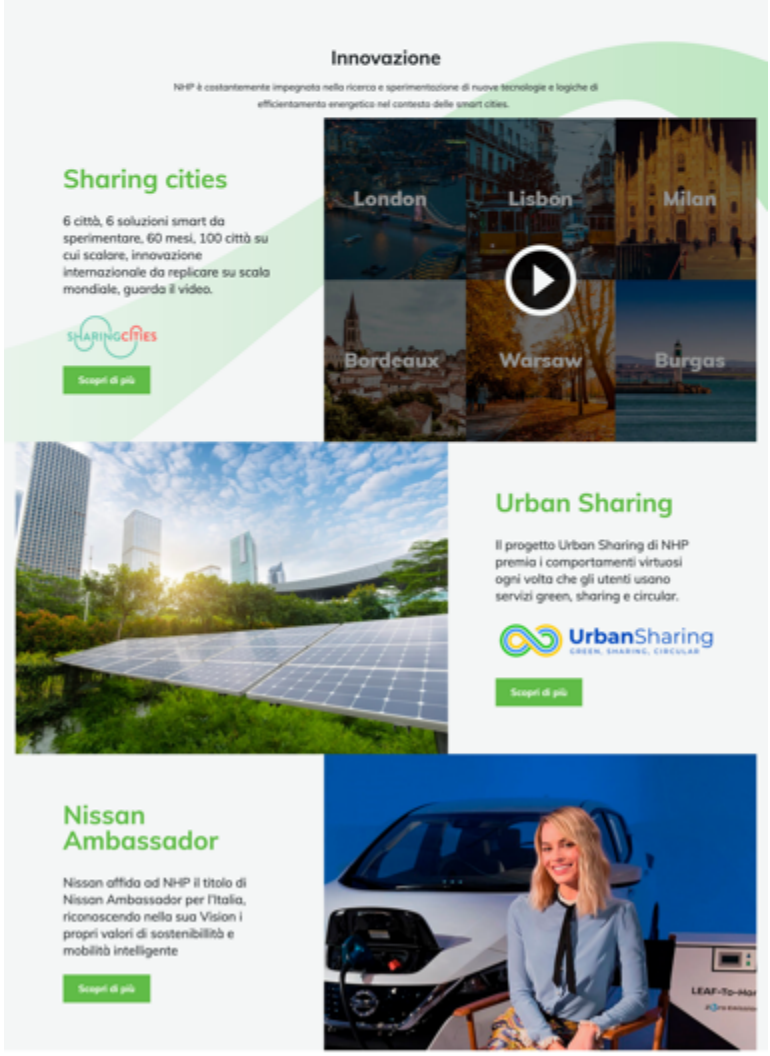


NHP

www.nhp.it

NHP è l'azienda italiana che da anni opera nel settore della green economy in Italia realizzando un modello di sviluppo sostenibile integrato al servizio di aziende, città e persone.

Con il nuovo sito web, Meetweb ha aiutato il cliente a rivolgersi al target corretto delle imprese e valorizzando i progetti di rilievo realizzati in questi anni, con l'obiettivo di valorizzare il know how di frontiera posseduto dall'azienda e replicabile in altre parti del mondo.



Bella Italia

www.bellaitaliaproducts.com

L’affermazione di Bella Italia come punto di riferimento per chi ama i prodotti della tradizione gastronomica italiana passa anche per il web.

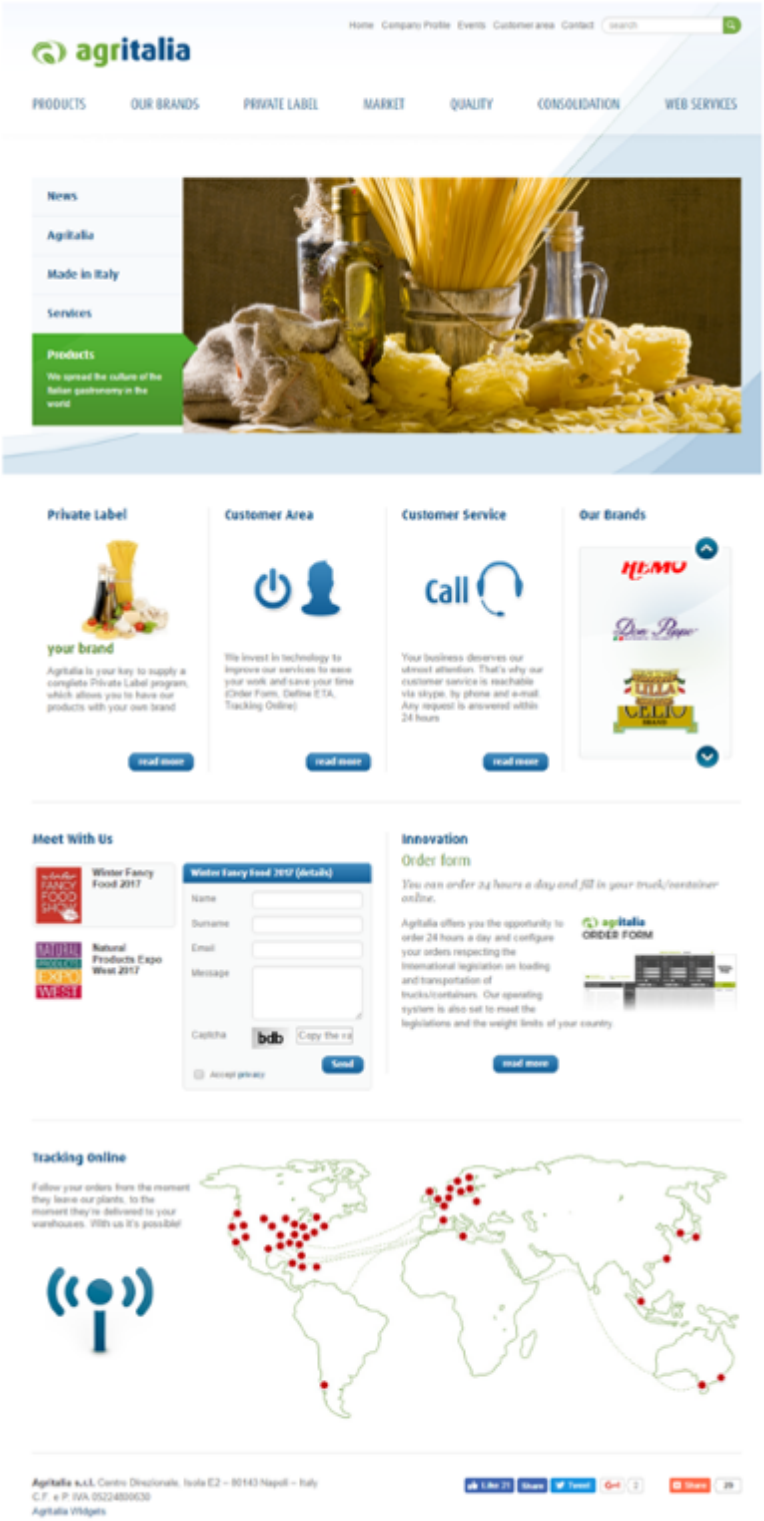
Per questo motivo abbiamo costruito l’immagine di Bella Italia in modo che fosse vicina al consumatore straniero e comunicasse i valori di italianità, tradizione, natura e gusto da sempre associati allo stile e al cibo del nostro Paese.

Agritalia

www.agritalia.com

Un vero e proprio portale web caratterizzato da un'elevata accessibilità e disponibilità di informazioni per l'utente.

Numerose e dettagliate informazioni riguardo l'offerta, con particolare accento sui prodotti esportati e i servizi messi a disposizione agli utenti, sempre con lo sfondo predominante del Made in Italy che Agritalia contribuisce ad esportare nel mondo.

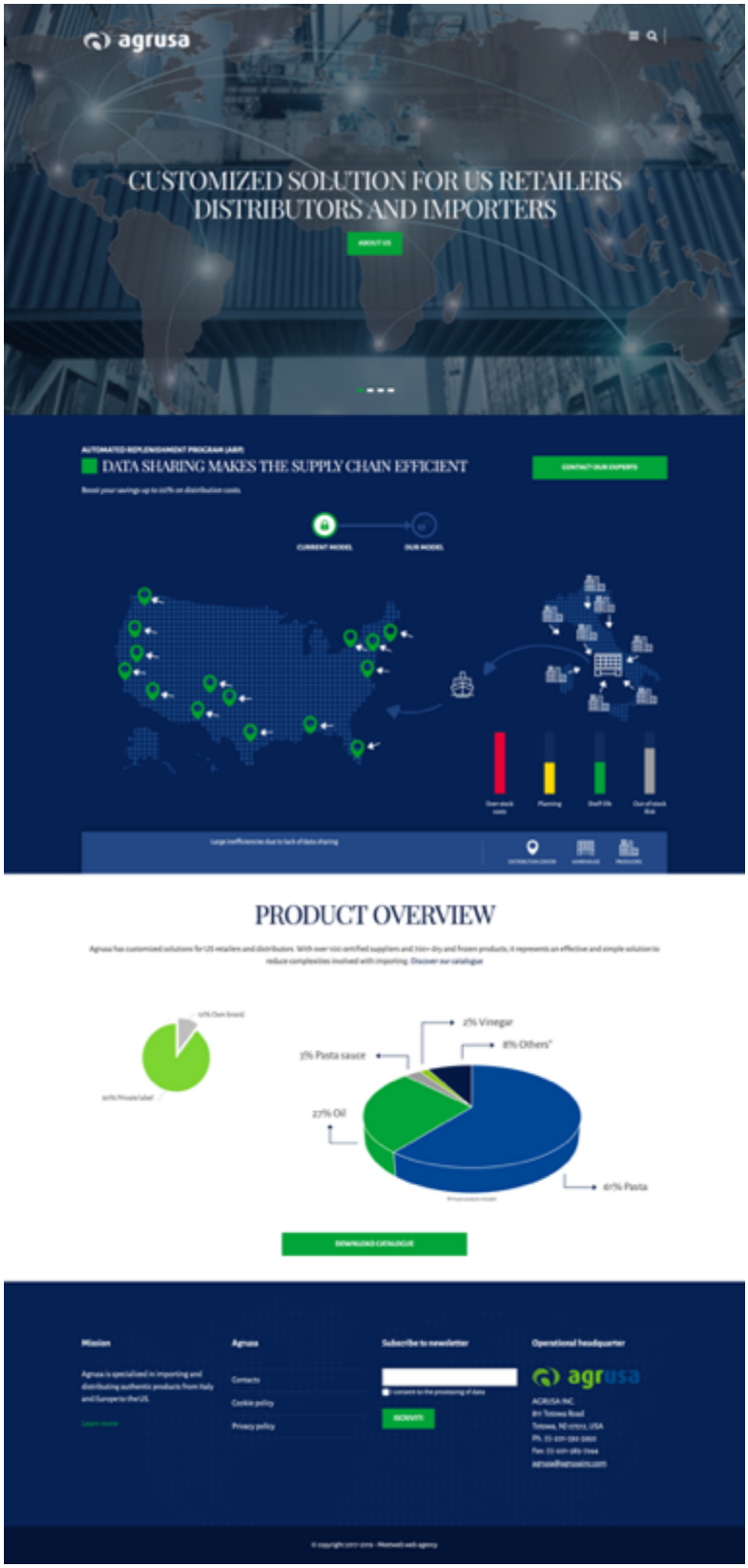


Agrusa

www.agrusainc.com

Un sito web ben fatto (interviste, analisi, progettazione, realizzazione, collaudo, verifiche periodiche dei risultati) farà fare un salto di qualità al vostro business.

È l'esempio di Ageusa: sito completamente rifatto, contenuti dedicati al mercato business, identità coerente con quella del gruppo italiano. La percezione dei clienti esistenti migliorata, quella dei nuovi potenziali clienti contattati influenzata positivamente.



Chiedi che il sito sia utile al tuo business

8. **dedica il sito ai tuoi clienti**; sono loro che devono riconoscersi, non i tuoi colleghi;

9. attento alla barra di navigazione: non si tratta solo di navigare i contenuti ma di organizzarli per dare una visione d'insieme agli utenti suggerendo le priorità;

10. fai scrivere i **contenuti** alla web agency, li scriverà meglio perché conosce il seo e le tecniche di scrittura per il web;

11. deve essere possibile gestire il **posizionamento nei motori di ricerca**; oggi non puoi farne a meno;

12. e che ci siano anche le **call-to-action** (form da compilare per ottenere i dati degli utenti e, successivamente, richiamarli per offrire loro i servizi dell'azienda);

13. e misura tutto con **Google Analytics, sempre**. Diversamente, non sapresti come migliorarti nel tempo;

14. l'iscrizione alla **newsletter** è utile solo se è in programma un'attività di email marketing;

15. i **sistemi di sharing** portano traffico ma soprattutto rendono semplice la condivisione delle pagine del tuo sito; richiedili;

16. ma resisti alla *sindrome di Leroy Merlin (vedi alla fine)*: la sparata di tutti i **social network** del momento sulla homepage del nuovo sito aziendale non è una cosa molto intelligente se poi non c'è una vera strategia social … e quando sarà stata delineata la strategia, aggiungere i link in home sarà veramente banale;

[continua a pag. 25]

Il tuo sito deve valorizzare la tua azienda

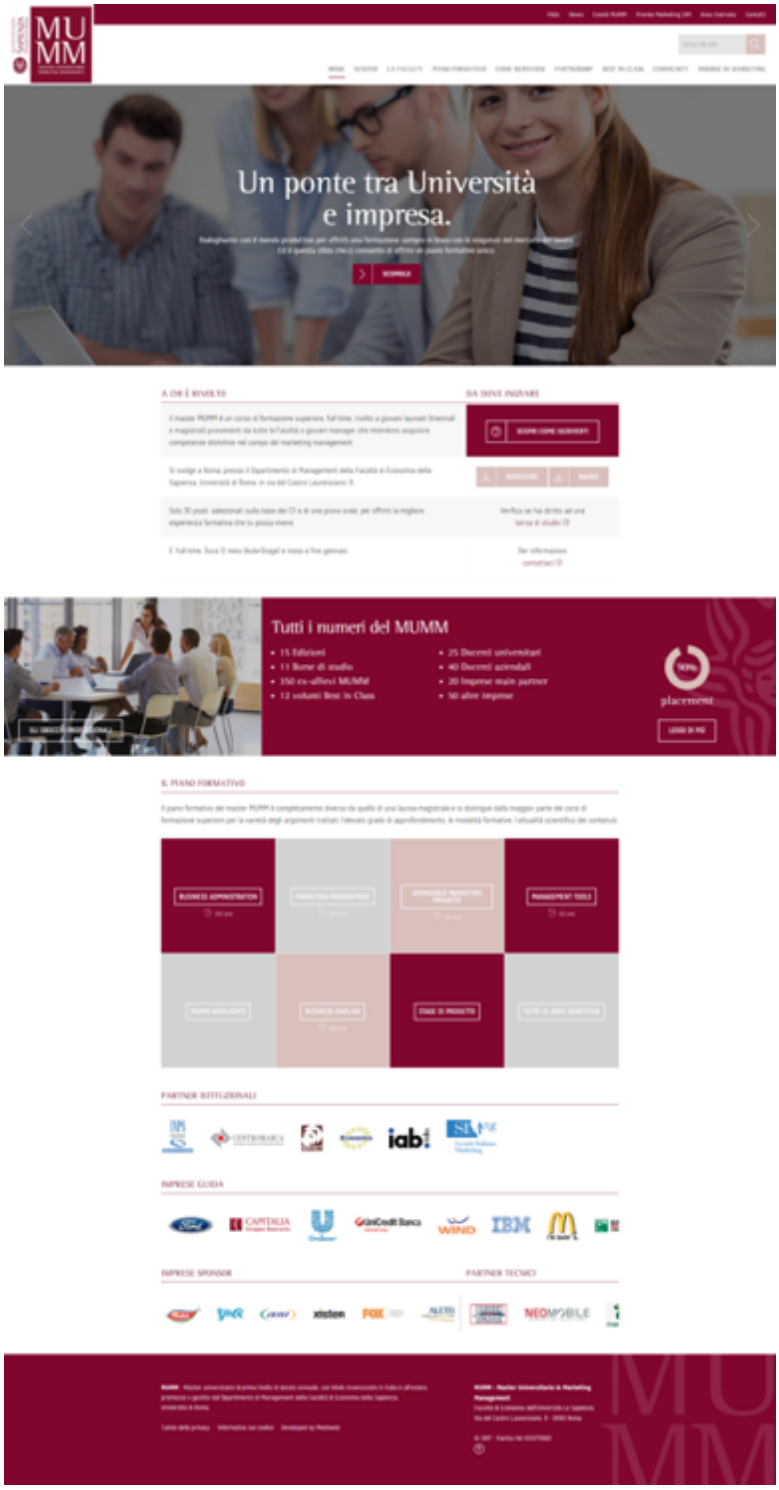
Università, ricerca e sanità

MUMM (Master Universitario in Marketing Management)

www.mumm.it

Il sito web del Master in Marketing Management organizzato dall'Università La Sapienza di Roma è stato realizzato con l'obiettivo di supportare il committente nell'aumento delle candidature, rendendo più efficace il processo di selezione.

Il concept grafico, in grado di comunicare con immediatezza il posizionamento di eccellenza del Mumm nel mercato di riferimento, è stato pensato anche per enfatizzare gli sforzi SEO applicati per migliorare la visibilità del sito rispetto alla concorrenza nazionale ed internazionale.



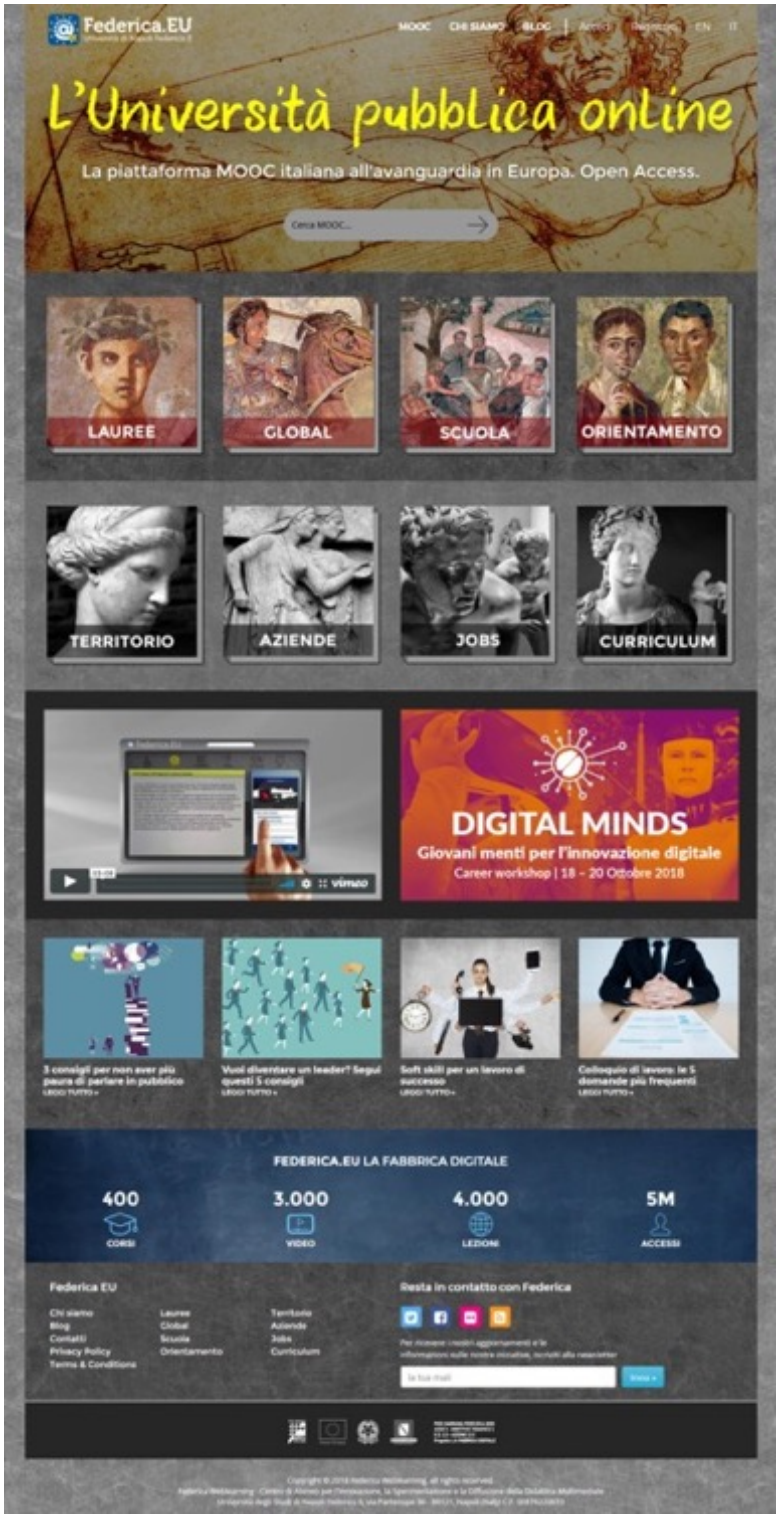
Federica Web Learning

www.federica.eu

Federica è la piattaforma di e-Learning dell'Università Federico II di Napoli.

A supporto del progetto, l'intervento di Meetweb si è rivolto alla fornitura di una preliminare analisi strategica del posizionamento del portale sul target di riferimento ed una successiva fase di declinazione nella quale quegli obiettivi si sono tramutati in attività concrete di sviluppo.

Fra questi interventi, in particolare, sono state riviste le interfacce del portale, in continuità con le azioni di comunicazione intraprese dall'Università.

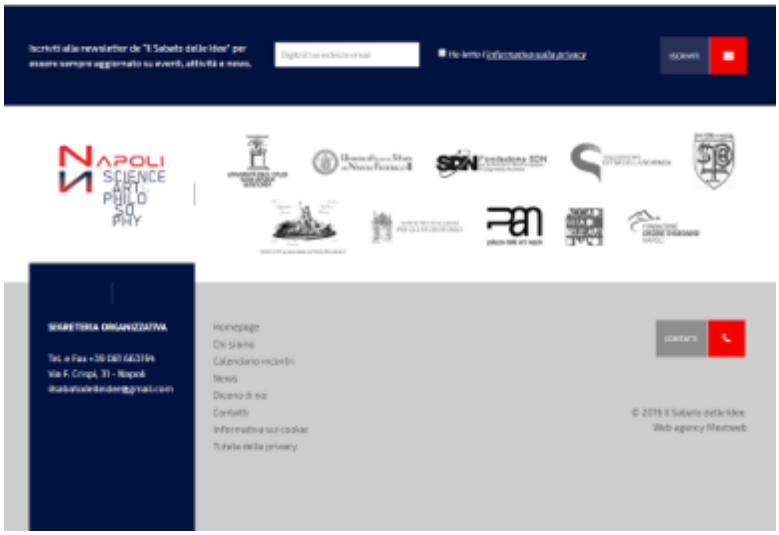


Il sabato delle idee

www.ilsabatodelleidee.it

Un sito web completamente rinnovato, dinamico e focalizzato sul prestigioso calendario di eventi dell'iniziativa nata nel gennaio 2009 con l'obiettivo di far sorgere a Napoli nuovi spazi di discussione e di risvegliare le capacità critiche e propositive della società civile.

Con il nuovo sito web, Meetweb ha dotato il Sabato delle Idee di un layout più snello e accattivante, capace di dare risalto al calendario e, in particolare, al singolo evento in programmazione: l'evento costituisce il valore specifico offerto alla città, alle istituzioni, ai partecipanti in senso lato. Da questo ne deriva la sua centralità nella rappresentazione.

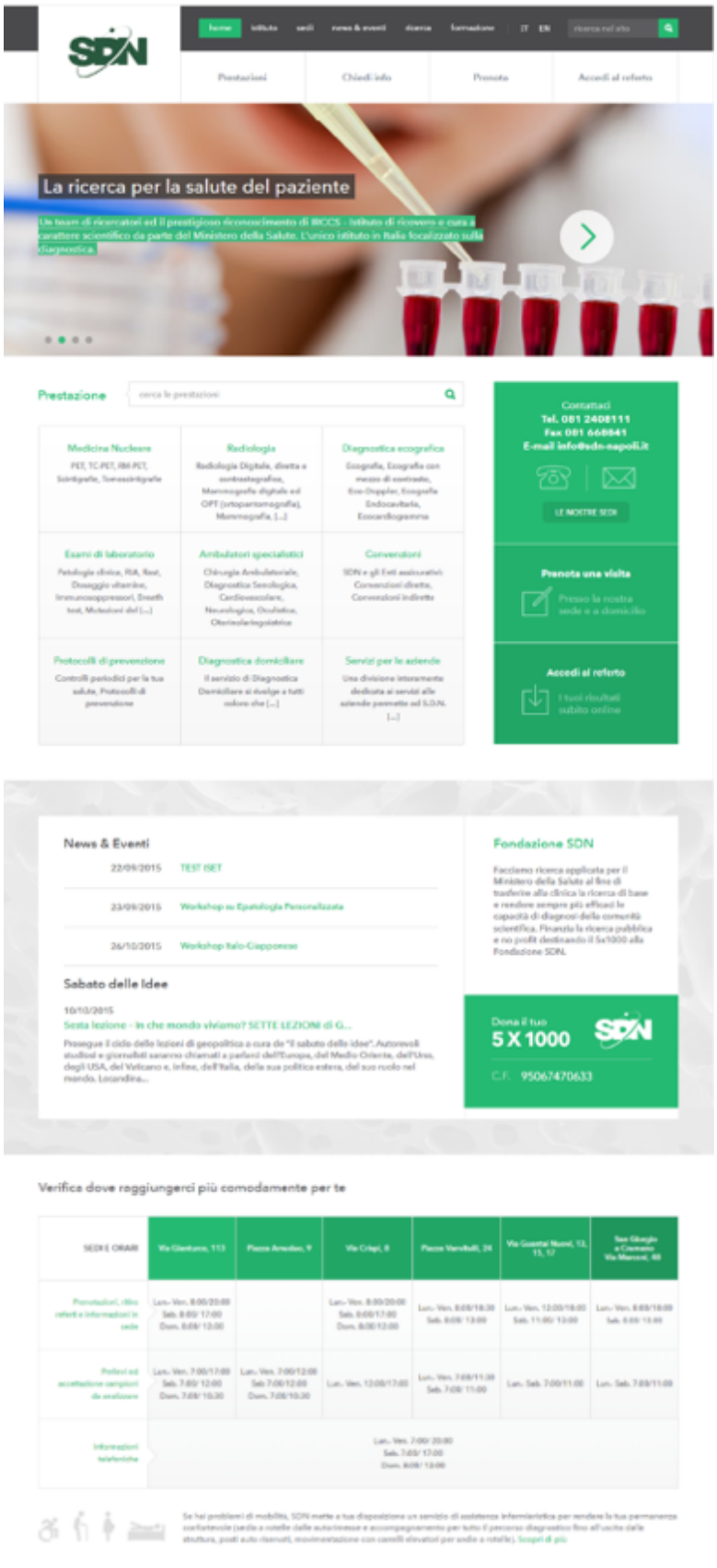


SDN Napoli

www.sdn-napoli.it

Per SDN Napoli, prestigioso istituto di diagnostica nucleare, abbiamo realizzato un nuovo sito web molto esteso ed articolato, con template e navigazioni dedicate ai 3 target di riferimento: i pazienti, i ricercatori ed i medici per ciò che riguarda il mondo della formazione e dell'aggiornamento professionale.

Una profonda riorganizzazione dei contenuti, inoltre, ha permesso di qualificare ulteriormente la struttura indicando immediatamente i messaggi e le informazioni utili agli utenti.



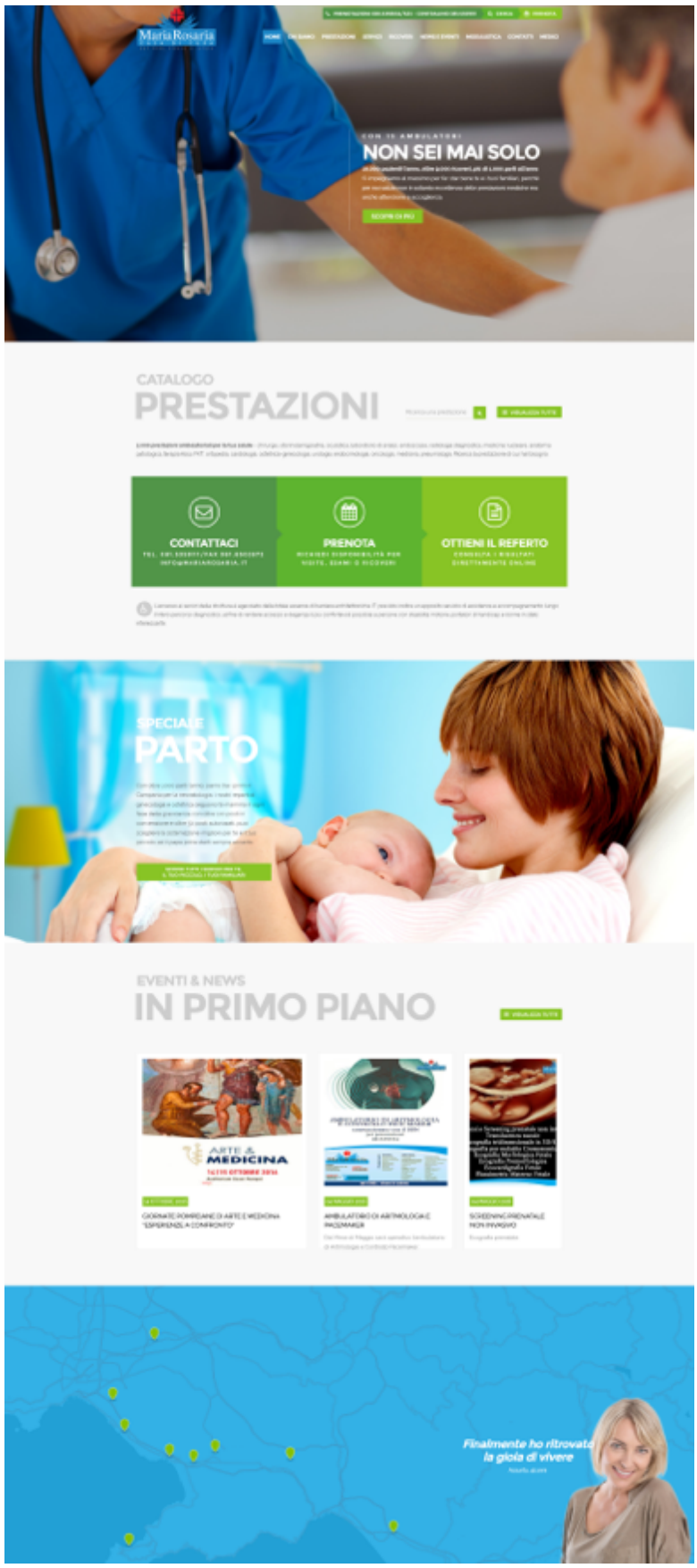
Casa di Cura Maria Rosaria

www.mariarosaria.it

Con 20.000 pazienti l'anno, oltre 9.000 ricoveri, più di 1.000 parti all'anno, la Casa di cura Maria Rosaria è un punto di riferimento importante per un bacino d'utenza concentrato su Napoli e provincia.

Il nuovo sito realizzato da Meetweb è concentrato nella comunicazione della value proposition della struttura, ovvero degli elementi di maggior valore che sintetizzano l'identità e la specificità de La Casa di cura Maria Rosaria: il catalogo delle prestazioni erogate, la dimensione della clinica per trasferire la solidità; le attrezzature di eccellenza per raccontare la professionalità; le performance per infondere fiducia.

E per assicurare a tutti gli utenti la migliore esperienza possibile, abbiamo realizzato un design responsive, in modo da ottimizzare la visualizzazione del sito anche su dispositivi mobili.



Kiranet

www.kiranet.com

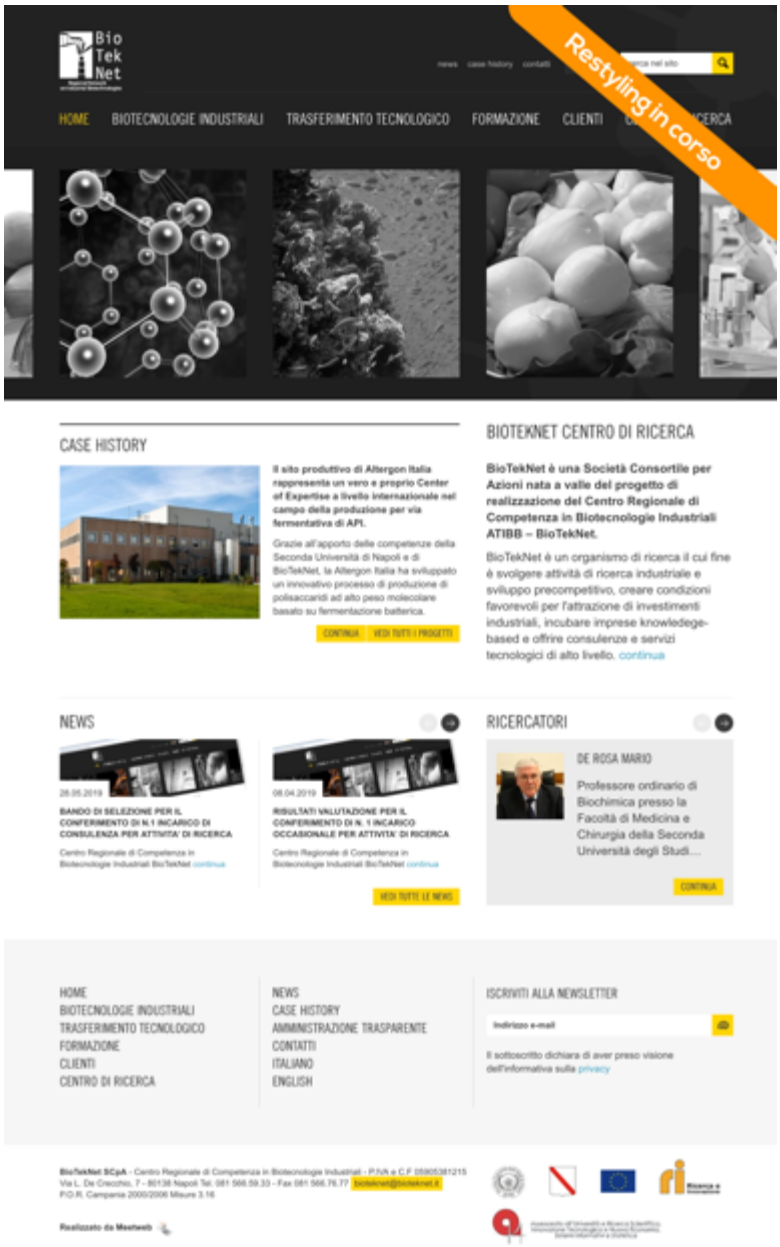
Kiranet è un centro di ricerca accreditato dal Miur, specializzato nel settore delle Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione (ICT) che opera in diversi settori: Sanità, Manifatturiero, Aerospazio, Ferroviario e Smart-Cities.

Con la realizzazione del nuovo sito web si è voluto, da un lato, fornire alla società una vetrina istituzionale che innovasse l'immagine aziendale e riorganizzasse i contenuti del sito precedente; dall'altro, dare ampio risalto ad uno dei progetti di punta dell'azienda, relativo alla gestione del farmaco e per cui è stato realizzato un mnisito ad-hoc, con propria grafica e contenuti indipendenti.

Bioteknet

www.bioteknet.it

Un sito web capace di parlare ai suoi target: Centri di ricerca, Università e Aziende di differenti settori. È il sito di Bioteknet, Centro Regionale di Competenza in Biotecnologie Industriali, con il quale vengono illustrati i suoi collegamenti con il mondo universitario, il suo slancio verso le imprese, le sue applicazioni pratiche differenziate.



Bioscience

www.campaniabioscience.it

Con Meetweb, il Distretto ad Alta Tecnologia Campania Bioscience ha deciso di riprogettare tutti gli strumenti della propria comunicazione per rappresentare correttamente la realtà aziendale.

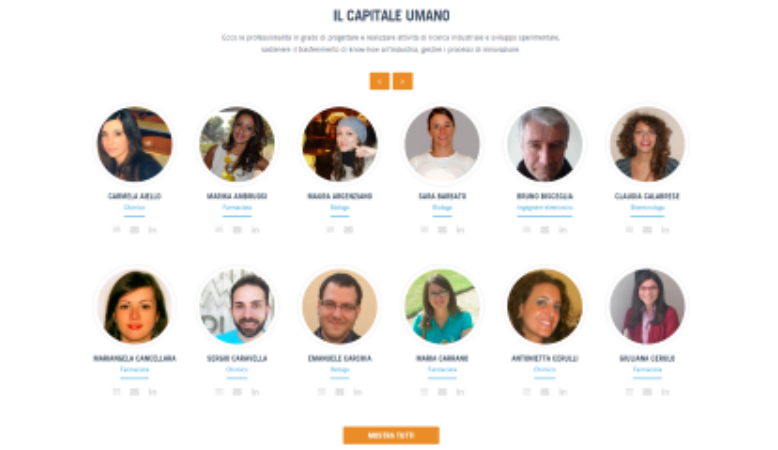
L'intervento è stato improntato all'obiettivo di raccontare meglio l'azienda, definendo correttamente cosa dire e a chi, centrando meglio il focus della sua attività, rappresentando correttamente la value proposition e tutte le opportunità di servizio offerto (che poi costituiscono altrettante opportunità di contatto con i potenziali clienti).

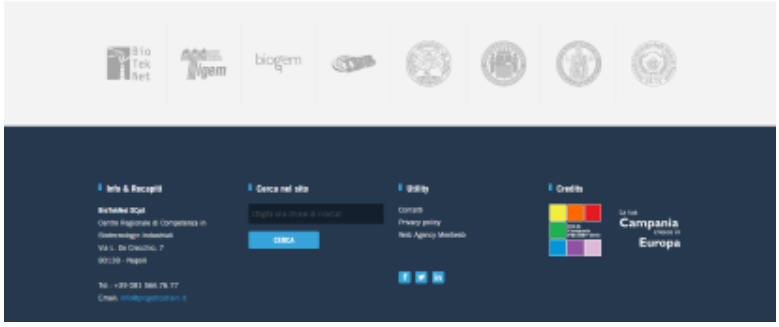
Progetto Strain

www.progettostrain.it

Il Progetto Rete di Eccellenza "*STRAtegie terapeutiche INnovative*" (acronimo "STRAIN") ha l'obiettivo di qualificare e rafforzare il capitale umano sulle tematiche della salute e delle biotecnologie.

Meetweb ha realizzato un sito dinamico, moderno e ampiamente concentrato sulla comunicazione delle caratteristiche del progetto e, soprattutto, delle professionalità formate con l'iniziativa.



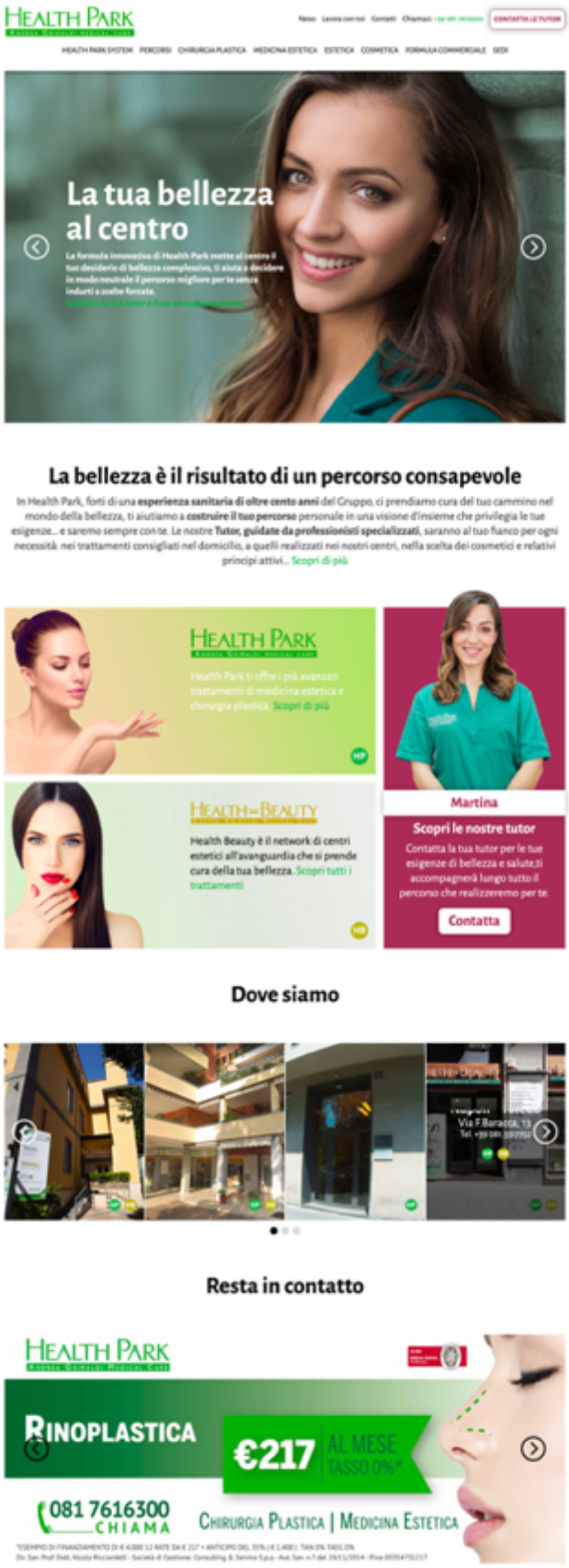


Health Park

www.healthpark.it

Health Park propone un percorso di bellezza consapevole in cui estetica, medicina e chirurgia sono integrate in un percorso personalizzato che non guarda al singolo ritrovato o alla singola tecnica ma all'insieme "trattamento in centro - principio attivo abbinato - attività domestiche" al fine di ottenere risultati migliori.

Dietro i servizi più semplici per l'utenza, come spesso accade, c'è una complessità di risorse, persone, know-how che era nostro compito raccontare. Con metodo (certificato) e flessibilità lo abbiamo fatto, fino a ricevere i complimenti del committente, che ci rendono ovviamente grati e soddisfatti!



A lavoro finito, hai ancora bisogno dell'agenzia: che sia affidabile

17. al termine del progetto, è bene che la web agency eroghi la necessaria **formazione** all'uso del CMS installato, per essere sempre in grado di aggiungere una pagina o rimuovere un contenuto in autonomia;

18. richiedi un'**assistenza** che ti assicuri tranquillità e pronto intervento: la tua azienda si occupa di altro, devi avere la garanzia che per risolvere un problema al sito sarà sufficiente un colpo di telefono e al resto penserà la tua web agency;

19. e che il numero da chiamare non sia solo un cellulare: è sempre un brutto segno, probabilmente molto spesso non risponderà nessuno; meglio un fisso, una struttura, qualcuno che possa sempre risponderti per girare l'informazione urgente a chi di dovere;

20. le **referenze**, non necessariamente del tuo stesso settore, possono essere utili per comprendere se la web agency lavora bene, sia per le realizzazioni firmate che per i clienti grandi e importanti che si sono già fidati.

21. Chiedi informazioni sul **team** che lavorerà al progetto: il web master che realizza tutto da solo (sw, grafica, copy, seo, web analytics) non esiste più (se mai è esistito); il tuo progetto ha bisogno di professionisti specializzati in quello che fanno;

22. i tempi di esecuzione sono garantiti da **metodi di lavoro collaudati**: chiedi informazioni anche su questo: più la risposta è improvvisata, più improvvisazione potrai aspettarti dal lavoro … e non è un bene!

E la tecnologia?

La mettiamo per ultima, perché prima vengono le esigenze di business della tua azienda. Ma, ovviamente, un sito è anche tecnologia, quindi è bene chiedere che:

23. la **tecnologia sia standard e aperta**, così da poter effettuare integrazioni future con sistemi gestionali, altri web servicies ecc., senza rischiare di compromettere il tuo investimento;

24. il **mobile** (con design reattivo) sempre!

25. L'**hosting** pensato per il traffico ed i carichi di lavoro attesi, sapendo che cattive performance pregiudicano il buon posizionamento in Google;

26. infine, se serve, devi poter scalare sia in termini dimensionali (che succede se faccio più traffico?) che in termini funzionali (che succede se voglio aggiungere l'e-commerce?)

Turismo, cultura e ospitalità

Les Galeries Marval

www.lesgaleriesmarval.ch

Un ambizioso progetto di riposizionamento di immagine per Les Galéries Marval, prestigioso centro commerciale situato in un edificio storico di Neuchatel.

Per supportare le Galeries Marval nell’esposizione di presente e futuro dell'iniziativa, illustrandone le logiche e raccontandone le opportunità, con il nuovo sito web ogni elemento del progetto è stato valorizzato in funzione della rappresentazione delle potenzialità e dei vantaggi della proposta, rappresentandone il divenire nel medio termine.

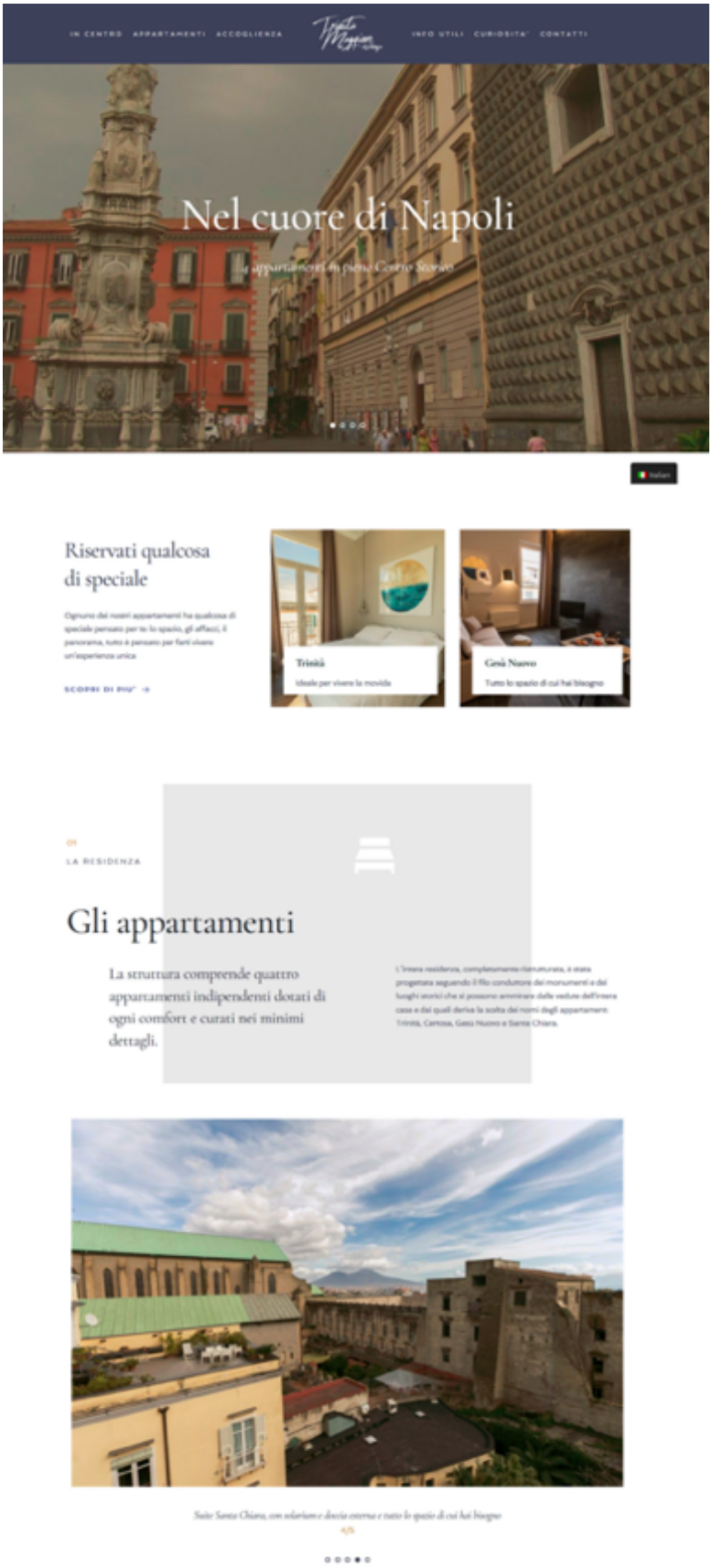
Residenza Trinità Maggiore

www.trinitamaggiore.it

La Residenza Trinità Maggiore è una nuova attività composta da 4 appartamenti completamente ristrutturati, posti nel centro storico di Napoli.

Calda accoglienza, cura dei particolari, sobrietà, centralità sono i valori che Residenza Trinità Maggiore offre ai suoi ospiti.

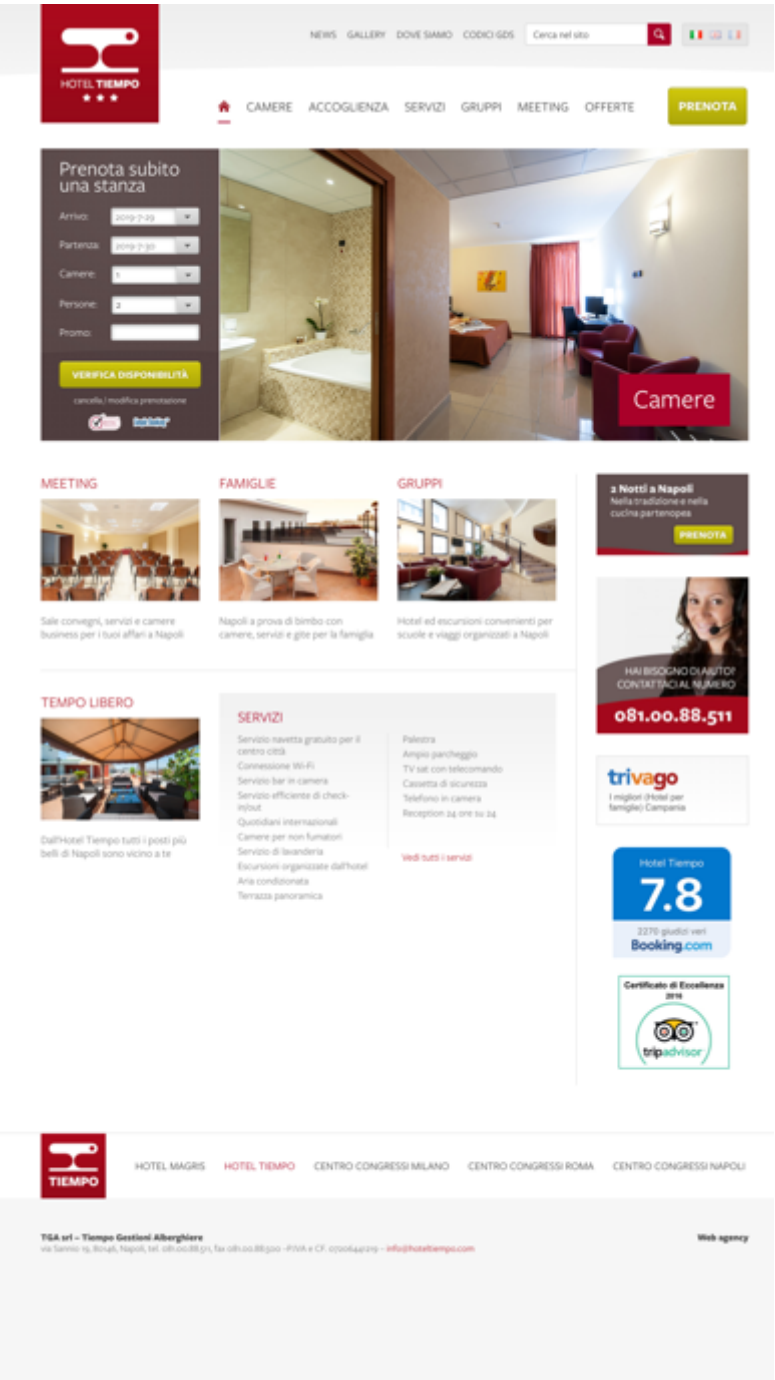
Gli appartamenti sono diversi tra loro per affacci e scelte stilistiche, il che ha rappresentato un vantaggio per la comunicazione, che ha potuto enfatizzare le caratteristiche peculiari per offrire varietà e scelta.



Hotel Tiempo

www.hoteltiempo.it

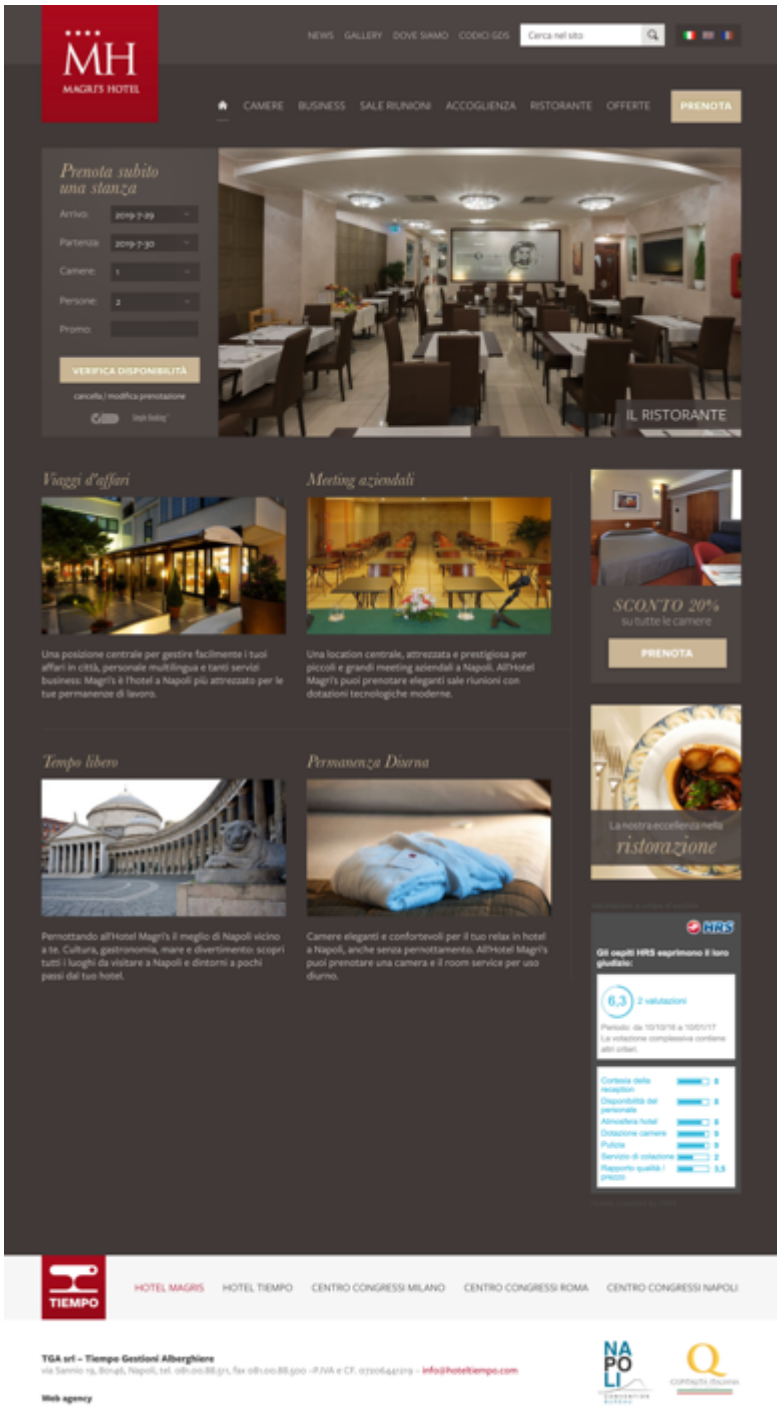
Un sito completo per la tua struttura alberghiera? Guarda come Meetweb ha aiutato l'Hotel Tiempo nella definizione della sua strategia di comunicazione e nella realizzazione del nuovo sito web, totalmente rinnovato nel design e nei contenuti, completamente riorganizzati in funzione dei target di riferimento.



Hotel Magri's

www.magrishotel.it

Un sito completo, dinamico e facile da aggiornare per l'Hotel Magri's, albergo a 4 stelle al centro di Napoli e facente parte del gruppo Tiempo per il quale Meetweb ha elaborato l'immaigne digitale complessiva.



Tiempo Business Center

www.tiempo.it

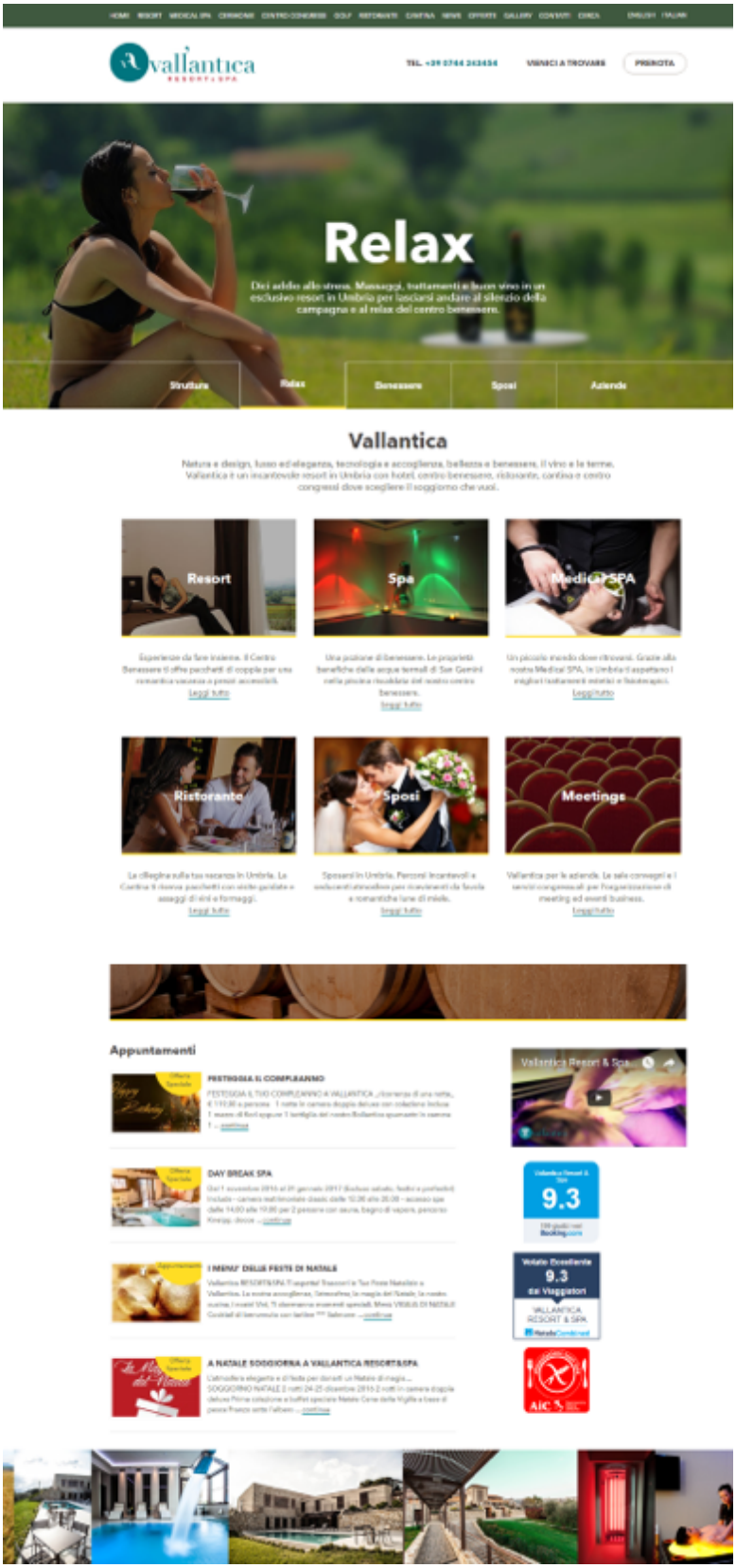
Il terzo sito del gruppo Tiempo è dedicato al business center, situato nel centro di Napoli, nel quale le aziende possono trovare locatio ne servizi adeguate alle proprie necessità.

Vallantica

www.vallantica.com

Vallantica è un resort immerso nella verde campagna umbra, in cui natura ed eleganza si fondono per rendere unico il soggiorno dei propri clienti.

Meetweb ha realizzato il nuovo sito della struttura con l'obiettivo di rendere più efficace la comunicazione con il proprio target di clienti e in linea con le nuove tendenze del web design.



PMI

1Doc e il test A/B sulla home

www.1doc.it

Ci sono volte in cui in azienda si hanno idee molto diverse su come dovrà essere il nuovo sito aziendale. In questi casi, se i responsabili sono sufficientemente saggi da ricordare che il sito deve aiutare il business e piacere ai clienti, è possibile destinare un po' di budget ad un test A/B.

Di cosa si tratta?

In un test A/B, a partire dalle stesse esigenze di comunicazione e dagli stessi requisiti grafici, si incaricano 2 designer diversi di seguire 2 strade completamente diverse tra loro. In questo modo, è possibile ottenere 2 design completamente diversi (quello A e quello B, appunto) da sottoporre successivamente alla scelta degli utenti.

Ecco un esempio. 1doc eroga servizi e vende prodotti necessari all'automazione e produttività d'ufficio. Partita con il noleggio delle macchine per fotocopiare, ha poi esteso il proprio business a molti altri servizi innovativi.

Quando ci siamo conosciuti, il dilemma era proprio questo: come rappresentare l'innovazione dei servizi proposti senza perdere i clienti che conoscevano i servizi tradizionali?

Il management in azienda aveva preferenze diverse ma condividevano l'obiettivo di business: il sito deve raccontare correttamente l'attività aziende ed essere facilmente compreso dai clienti.

Abbiamo così realizzato per loro una versione A con grafica vettoriale più innovativa (rappresentazione del contesto ufficio tridimensionale, animazioni per simulare i diversi ambienti in cui mostrare i prodotti aziendali, pianta dell'ufficio virtuale a forma di 1 per richiamare il logo);

e una versione B con grafica più tradizionale (slider fotografico con messaggi chiave sui servizi, spazi banner con elementi in evidenza, navigazione tradizionale con scroll, anche più facile da manutenere nel tempo).

Sottoposte le grafiche agli utenti, questi hanno scelto la versione B più tradizionale, che è stata successivamente implementata.

Prodotti in primo piano per una rappresentazione più efficace, immediata e di impatto sul core business della società: i gioielli d'epoca e vintage.

Grande importanza è stata accordata, pertanto, all'aspetto fotografico del prodotto, con immagini grandi e la possibilità di navigare fra esse con un meccanismo dinamico e coinvolgente, secondo le tendenze del più moderno web design.

Forniture Tessili Cimmino

www.cimminotessile.com

Un nuovo sito nato in tempi da record: 3 sole settimane per passare dall'analisi dei requisiti al sito online!

Con il nuovo sito, abbiamo rinnovato completamente l'identità digitale del cliente, restituendo una rappresentazione completa della società, delle sue caratteristiche e dei servizi offerti.

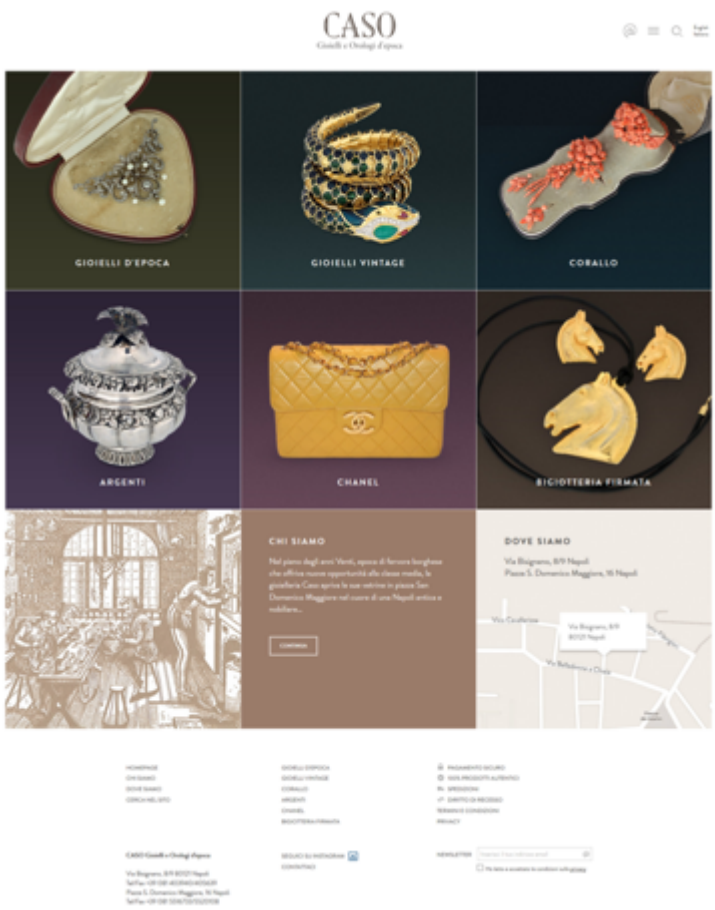
Anche i contenuti sono stati completamente rivisti in modo da raccontare il profilo di grande qualità e professionalità dell'azienda.

Caso Gioielli

www.caso.it

Prodotti in primo piano per una rappresentazione più efficace, immediata e di impatto sul core business della società: i gioielli d'epoca e vintage.

Grande importanza è stata accordata, pertanto, all'aspetto fotografico del prodotto, con immagini grandi e la possibilità di navigare fra esse con un meccanismo dinamico e coinvolgente, secondo le tendenze del più moderno web design.



Sifola Sposato

www.sifolasposato.it

Un sito moderno e dal design dinamico e creativo.

È il sito dello studio di architettura Sifola e Sposato, nato per presentare con dovizia di dettagli i progetti architettonici realizzati negli anni.

È l'elemento fotografico il cardine principale del design ed è anche l'elemento che meglio riesce a rappresentare le caratteristiche di ogni progetto.

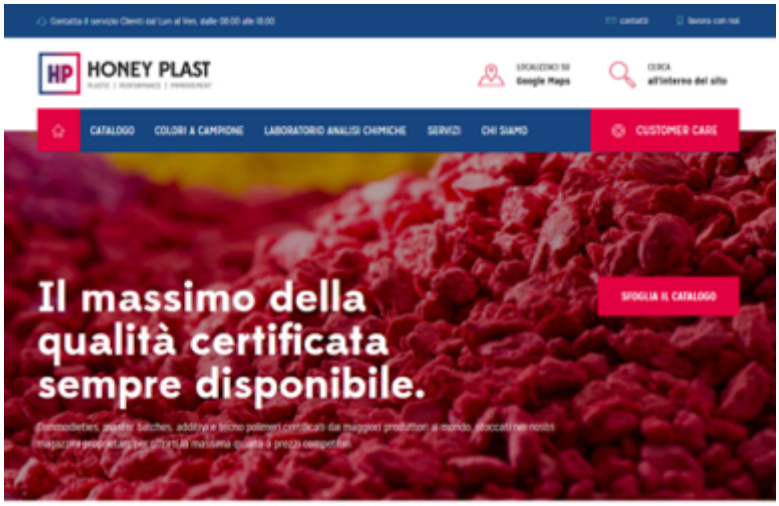
Honey Plast

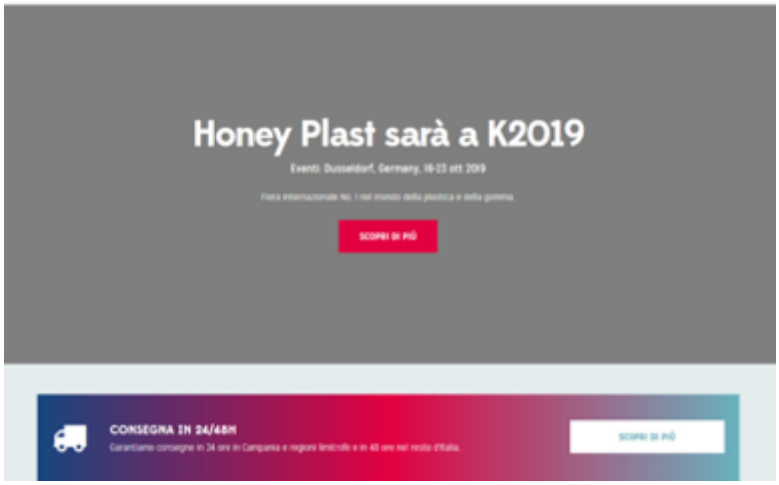
www.honeyplast.it

Un ambizioso progetto di riposizionamento di immagine per l'azienda con 35 anni di esperienza al servizio delle aziende italiane della plastica.

Ambizioso perché è raro che il punto di partenza (sito vecchio) e il punto di arrivo (sito nuovo) siano tanto distanti.

Tanto era inadeguato e brutto e poco efficace il vecchio, tanto è bello, coerente con le strategie di marketing dell'azienda e articolato il nuovo.

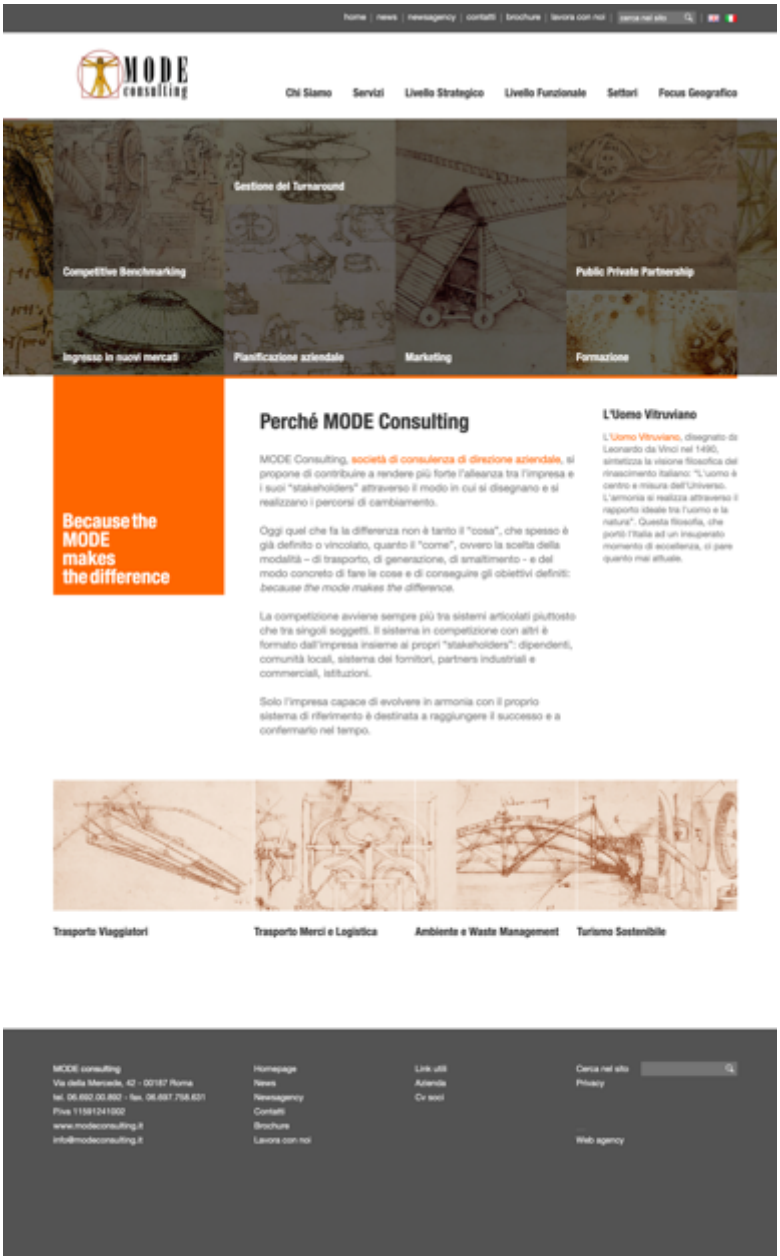




Mode Consulting

www.modeconsulting.it

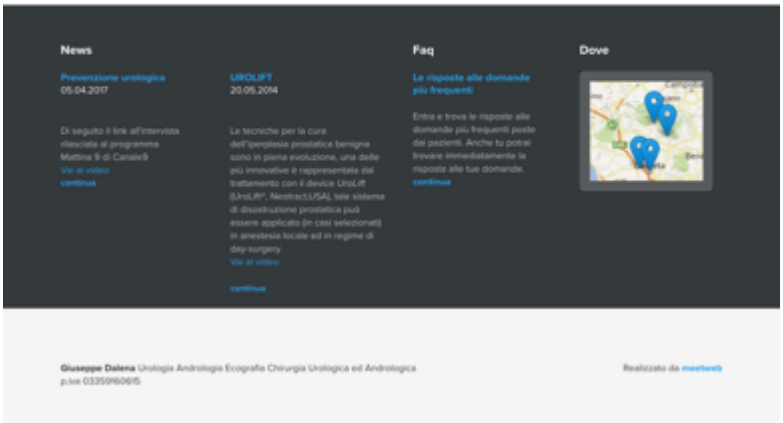
La visione umanistica del rapporto uomo-ambiente applicata al business. È questa la visione filosofica dell'Uomo Vitruviano di Leonardo che, adattata dal cliente al mondo dell'impresa moderna, ci ha permesso di realizzare un design unico e moderno, in cui ogni elemento è allo stesso tempo uno strumento di comunicazione e un elemento funzionale alla fruizione dell'utente.



Giuseppe Dalena

www.giuseppedalena.it

Un sito che propone il professionista Giuseppe Dalena e le sue competenze al centro della comunicazione, con un'identità coerente e che già dalla homepage chiarisce agli utenti le priorità, facilitando il contatto con i potenziali clienti grazie ad una modalità immediata di "Prenotazione di una visita".



Chi siamo

Non siamo la solita *realtà giovane*, che mette insieme *esperienze provenienti da diversi ambiti* per un progetto *innovativo e vincente* e che pensa *fuori* degli schemi?

Siamo una web agency fatta di persone che lavorano insieme **nel mondo del web dal lontano 2000** (quando si parlava a sproposito di ASP, non c'era l'iPhone e nemmeno le app. Insomma, era un'altra Internet. E noi già c'eravamo!

Ci siamo evoluti nel tempo, integrando la nostra offerta di servizi (il seo dal 2007, il responsive dal 2008, lo sviluppo di social network e start-up dal 2009, l'eCommerce in modo più strutturato dal 2010) e modificando i processi di gestione interna (gestione efficiente del versioning, approccio evolutivo al framework), tutto sotto certificazione di qualità. Ovviamente abbiamo fatto anche qualche passo falso, chi no?

Oggi siamo il frutto di questo percorso che parte da lontano: eroghiamo **software affidabile**, che funziona, pensato per darti un **ritorno sull'investimento**; e puntiamo a produrre **risultati misurabili**, cercando di far crescere la tua azienda anche dopo la fine del progetto.

Nel tempo abbiamo anche partecipato ad un po' di concorsi (quando pareva che fosse d'obbligo per ogni agenzia) e qualcuno lo abbiamo anche vinto. Poi abbiamo smesso, per restare concentrati sui nostri clienti.

Non abbiamo mai smesso di studiare, invece. E continuiamo a farlo, partecipando ai più importanti eventi di settore (SMAU, IAB, eCommerce Summit) e investendo tempo e risorse in progetti di **ricerca e sviluppo** in ambito IOT (**Internet delle cose**) e AI (**Intelligenza Artificiale**).

Siamo bravi, sul codice come su marketing e comunicazione (evviva la modestia :-)) Approcciamo ai progetti con senso critico, ragionando di marketing strategico, facendo gli avvocati del diavolo. La nostra forza sono i nostri dipendenti (esatto, dipendenti, persone che stanno sempre in agenzia, così quando chiami c'è sempre qualcuno che il lavoro lo fa davvero).

Siamo una squadra, che lavora in armonia (tutti quelli che sono andati via lo hanno fatto perché cambiavano vita o città; ma sono rimasti tutti nel nostro cuore, tornano a trovarci e qualche volta lavoriamo ancora insieme, a distanza).

Le PMI ci apprezzano perché **offriamo soluzioni concrete**. Certo, sono belli gli inglesismi all'ultima moda, ma servono soluzioni per la tua azienda. A noi piace concentrarci su quelle. E non lasciamo mai soli i nostri clienti.

Il futuro? Crediamo che offra grandi opportunità ma presenti anche dei rischi: servirà essere bravi e metterci impegno e dedizione per fare le scelte giuste. Parliamone insieme, noi non vediamo l'ora.

Portiamo l'innovazione digitale nelle PMI a partire dalla concreta realtà aziendale (mercato, hr, risorse) per realizzare progetti web che abbiano un ritorno

Per farlo, lavoriamo su 3 leve:

1. restiamo in ascolto del **mercato** per comprendere le sue reali esigenze;

2. studiamo l'innovazione con impegno costante e finanziamo progetti di **Ricerca e Sviluppo**;

3. **misuriamo la qualità erogata** (performance e soddisfazione) e miglioriamo costantemente i nostri processi di produzione (certificazione di qualità).

I servizi che fatturiamo in un dato periodo sono il frutto di questo sforzo.

Come lavoriamo

Il punto di partenza è rappresentato dalla comprensione dell'azienda, con un lavoro di marketing e comprensione del suo mercato e dei suoi obiettivi.

È il motivo per cui iniziamo dalle interviste del management, perché quello che eroghiamo non è solo tecnologia ma anche consulenza; e perché sei parte del processo e senza di te non si va lontano.

In una seconda fase, rappresentiamo le esigenze e gli obiettivi emersi durante le interviste in forma di relazione, verbale, riassunto … insomma, in forma di testo comprensibile a tutti.

Il documento lo chiamiamo "requisiti grafici e funzionali" ed è una rappresentazione testuale e formale di esigenze e preferenze.

A partire da questi requisiti, disegniamo il layout del sito (wireframe): non ancora la grafica, le immagini e i colori, ma solo la distribuzione degli spazi, le proporzioni reciproche, la rappresentazione delle priorità emerse dalle interviste e confermate nei requisiti; il giudizio deve formarsi su coerente/incoerente rispetto gli obiettivi.

Solo a questo punto, quando i passaggi precedenti avranno la tua completa approvazione, sarà possibile realizzare una proposta grafica.

Ed è qui che interverrà il tuo giudizio anche in termini di bello/brutto.

In genere, la proposta viene modificata sulla base dei tuoi spunti ed in poco arriviamo alla tua completa soddisfazione, continuiamo con la declinazione grafica e implementiamo il sito funzionante.

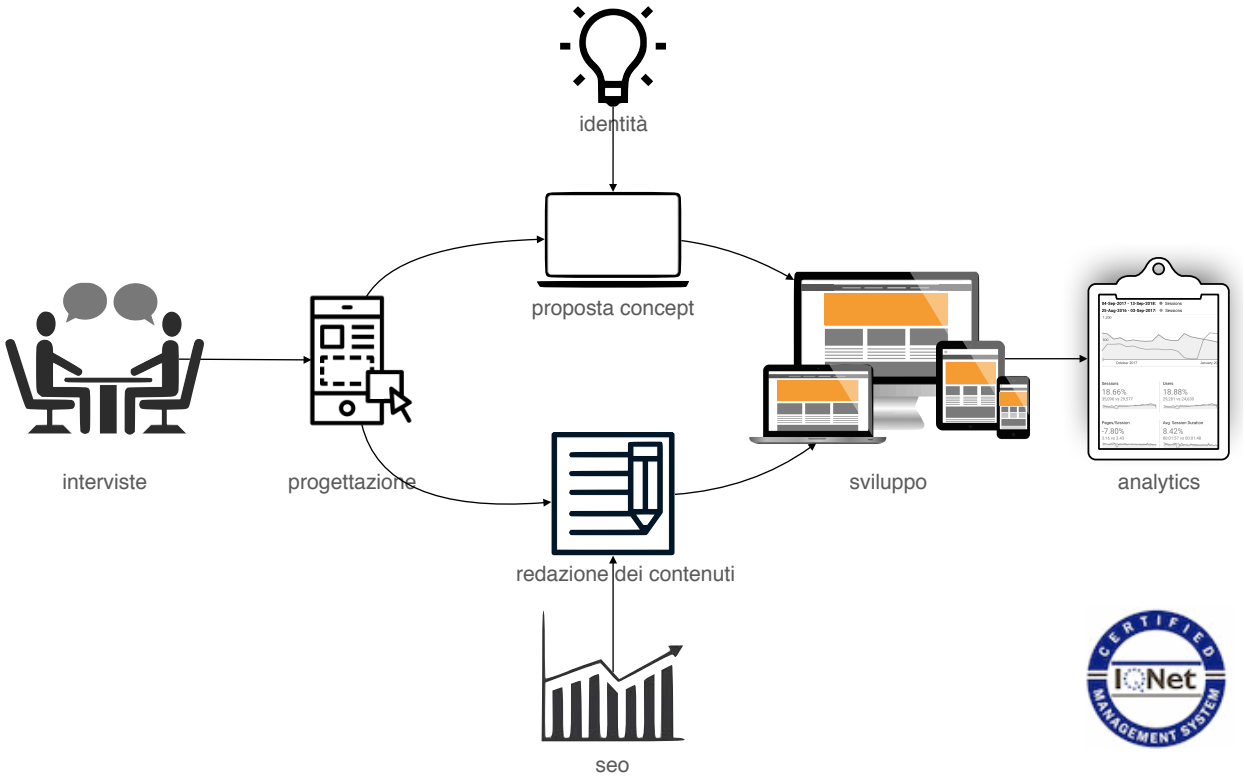
Per la redazione dei contenuti del sito, i nostri copywriters, a partire dai requisiti (contenenti l'architettura del sito) scrivono pagine complete dei tag SEO e te le restituiscono per l'approvazione.

Al termine del lavoro tecnico, ti consegniamo il link del sito per il collaudo.

Avendo coinvolto te e il tuo team in tutto il processo e già fatto un collaudo interno, non emergono in genere grandi bug ma solo piccoli miglioramenti che evadiamo nel tempo di 2-3 giorni lavorativi.

Poi online, su Amazon Web Services, con doppio server virtuale, application server dedicato e db condiviso per ottimizzare performance in ottica utente e seo.

Tutto il processo descritto è frutto di sperimentazione e aggiustamenti fatti nel corso di 19 anni di attività, certificato da 2.



La misura dei risultati

Dal nostro punto di vista, però, il nostro lavoro non si esaurisce qui: è dalla messa online che inizia la parte più interessante (e difficile) dal lavoro: misurare i risultati dell'investimento per migliorare.

Sia che si tratti di un sito vetrina con l'obiettivo di generare lead sia che si tratti di un sito di eCommerce con l'obiettivo di macinare vendite, i risultati vanno misurati al duplice scopo di verificare se raggiungono gli obiettivi e di migliorare il sito se questo non avviene. Suggeriamo in genere un periodo di 12 mesi, al termine del quale decidere se rinnovare o meno l'incarico.

ISO 9001:2015
AT-19574/0

In Meetweb pensiamo che erogare servizi di qualità sia l'unico modo possibile per instaurare relazioni proficue e durature con i propri clienti. Per questo motivo abbiamo implementato un Sistema di Gestione per la Qualità (SGQ) in conformità ai requisiti richiesti dalla Norma UNI EN ISO 9001:2015.

I servizi offerti da Meetweb (sviluppo software, web marketing, hosting e assistenza) sono complessi e richiedono competenze approfondite e continuamente aggiornate ed un'attenta gestione del processo di erogazione.

Trattandosi di servizi ad alto tasso di personalizzazione direttamente collegati alle specifiche esigenze del committente, la partecipazione di quest'ultimo è indispensabile per l'erogazione del servizio.

La qualità erogata e quella percepita, quindi, sono il frutto non solo del massimo impegno di Meetweb ma anche della partecipazione del cliente.

Ed è in funzione della volontà di erogare ai propri clienti la massima qualità possibile che Meetweb investe costantemente sia nel miglioramento dei propri processi che negli strumenti di comunicazione con i propri clienti delle diverse fasi di erogazione del servizio.

Siamo convinti, infatti, che organizzare il proprio lavoro al meglio, integrando evoluzioni tecnologiche, contributo esperienziale delle risorse coinvolte e critiche o suggerimenti ricevuti di volta in volta, consenta di erogare un servizio di qualità misurabile e crescente.

Gli obiettivi che ci poniamo sono sostanzialmente 3:

- erogare servizi conformi alle aspettative dei clienti (ottengo quello che ho chiesto);
- mettere il cliente in grado di utilizzare il suo investimento (so come usarlo);
- offrire servizi realmente utili ed in linea con il mercato (mi serve veramente).

Per misurare i risultati raggiunti, utilizzeremo 3 questionari online.

Misureremo, inoltre, costantemente la soddisfazione dei nostri clienti con il nostro sistema di ticketing online: al termine di ogni intervento, chiederemo un voto da 1 a 5.

Le risorse appostate per il raggiungimento di tale livello di soddisfazione sono:

- l'implementazione e il mantenimento del SGQ, in aderenza a tutti i requisiti contenuti nella norma UNI EN ISO 9001:2015 e relativi processi di monitoraggio, al fine di erogare servizi conformi e di qualità;
- i costanti investimenti nella formazione delle risorse coinvolte nella erogazione dei servizi;
- la raccolta sistematica e l'analisi di dati quantitativi per la verifica del conseguimento degli obiettivi stabiliti, tenendo conto della migliore tecnologia disponibile e compatibilmente con le risorse disponibili.

il rappresentante legale

Walter Petagna

Vuoi ulteriori info sui nostri website?
Non perder tempo, contattaci!

Meetweb
Via del Parco Margherita, 32 – 80121 Napoli
Largo Francesco Richini, 2 – 20122 Milano
Tel. 081.193 64 584
Fax. 081. 21 40 697
Web **www.meetweb.it**
Blog **blog.meetweb.it**
Email **info@meetweb.it**

Prossimamente online

besmart

FACILE CHECK-IN

UrbanSharing
GREEN, SHARING, CIRCULAR

Bio Tek Net restyling

meetweb
INTERNET COMPANY

MeriGen

Gamma Ingegneria
società cooperativa

Sulla sindrome di Leroy Merlin

Sei mai stato da Leroy Merlin, reparto colori? Ce ne sono moltissimi, migliaia di possibili colori declinati su almeno 40 tecniche diverse!!!

Ebbene, ogni volta che ci vado con mia moglie, torno a casa con nuovi colori da applicare alle pareti. Non perché ce ne fosse bisogno, ma solo perché affascinati da tutte quelle possibili combinazioni.

Ebbene, questo modo di procedere può andar bene per casa mia ma **non per le tue scelte aziendali**.

Aprire d'impulso decine di account sui social network del momento o inseguire l'ultima novità tecnologica, come se si trattasse di scegliere un colore, non è una brillante strategia di marketing. Si rischia solo di esporre il marchio e l'azienda ad una brutta figura.