

I siti staranno anche morendo, ma perché sono fatti male

scritto da Fabio Piccoli | 19 Luglio 2016



Nei giorni scorsi ascoltavamo uno dei maggiori guru della web information che annunciava in un video post su linkedin il sostanziale funerale dei siti internet ed in particolare di quelli aziendali.

“In questi giorni ” raccontava ” sono andato anche sul mio personale e mi sono vergognato per quanto fosse fatto male, poco aggiornato, per nulla comunicativo...”.

Ci è sembrata una palese contraddizione. O meglio, sicuramente oggi il ruolo, l'importanza dei siti web rispetto al passato si è modificata. Se una volta si trattava di una vetrina indispensabile dove soprattutto i “navigatori” approdavano per scelte precise (cerco specificatamente le informazioni sui siti andando ai loro indirizzi direttamente), oggi è noto come ai siti ci si arrivi quasi sempre tramite le attività social o attraverso le newsletter.

Ciò non toglie, però, l'importanza di approdare su siti che siano realmente comunicativi, capaci di raccontare in maniera chiara, avvincente, credibile l'identità delle aziende.

Ed invece troppo spesso si pensa che siccome oggi sono più “utili” i social è inutile preoccuparsi troppo del sito.

È come se si dicesse che dal momento che è più pratico vivere in camper per spostarsi velocemente risulta inutile e costoso avere una casa.

Il sito è una casa. Una casa che ci deve rappresentare nel

modo migliore, nella modalità più comunicativa e autentica. La sottovalutazione cronica nella realizzazione del proprio sito però è sintomatica, a nostro parere, della modalità con cui si comunica oggi. Troppo spesso, infatti, si considerano gli strumenti più importanti dei contenuti ed è questo che ci porta a rincorrere in maniera confusa ed esasperata le più innovative piattaforme dei social media pensando che questo ci aiuti a bypassare il tema chiave del cosa comunicare. Sempre più spesso incontriamo aziende preoccupate di non utilizzare al meglio gli strumenti della comunicazione e pochissime che ci chiedono un aiuto su quali contenuti comunicare. Si moltiplicano corsi sugli strumenti e sempre meno su come costruire contenuti di comunicazione credibili, identitari e autentici. Per questo rimaniamo sempre un po' scettici rispetto alle affermazioni apocalittiche riguardo agli strumenti di comunicazioni che in quanto "cose" non saranno mai più forti dei pensieri, delle idee, delle storie.