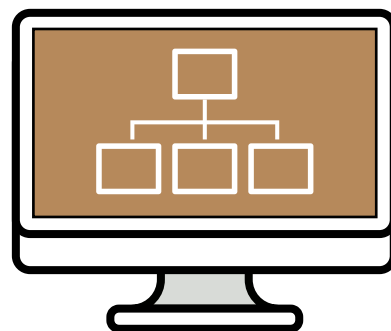


Growth Driven Design

Come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.





Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

Indice

- p.3 Introduzione
- p.4 Le falle del web design tradizionale
- p.7 Growth Driven Design: apprendimento e miglioramento continuo
- p.9 Strategia e processo
- p.12 Come sviluppare il processo di ottimizzazione
 - Pianificazione
 - Sviluppo
 - Apprendimento
 - Trasferimento
 - Miglioramento continuo
- p.16 **Conclusione**



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

Introduzione

L'espressione Growth Driven Design è ormai entrata nel linguaggio comune.

Ma cosa s'intende esattamente con questo nuovo termine?

Letteralmente indica un' **evoluzione del web design** che cresce di pari passo con le esigenze di business, in un confronto continuo con i risultati ottenuti.

[...] "Tutto ciò che fino ad oggi è stato fatto per dar vita a un sito web è completamente errato. Esiste un modo migliore per creare un sito web. L'obiettivo di questo nuovo approccio è la progettazione di website che conduca a risultati migliori, impressionando i clienti e facendo crescere un business."

Luke Summerfield, An Introduction to Growth Driven Design

In questa guida cercheremo di approfondire i **meccanismi di questo nuovo approccio** e in che termini rappresenta una svolta al web design tradizionale. Una soluzione innovativa per lanciare il proprio sito web prima e meglio dei competitor, incrementando le proprie performance di business anche in termini di tempo, risorse e budget investito.



Le falle del web design tradizionale

Per la gran parte delle realtà aziendali ormai un sito web è un elemento molto importante, in quanto rappresenta il **punto di contatto** con gli utenti. Il *website* rappresenta quindi una partenza per la costruzione di un **rapporto di fiducia tra brand e clienti**.

Il punto cruciale della situazione è che, seguendo gli schemi tradizionali, la costruzione di un sito web parte dalla **raccolta delle esigenze e necessità** del cliente per arrivare alla creazione di un prodotto finito, da lanciare in rete. L'approccio tradizionale studia e realizza un progetto sulla base delle ultime tendenze e dei successi passati.

Questo metodo risulta essere piuttosto obsoleto e poco funzionale in quanto mancano riscontri reali sull'effettiva utilità dello strumento e sul fatto che alcune scelte possano rivelarsi controproducenti per il miglioramento delle **performance di business**.

Un approccio tradizionale al web design comporta inoltre molti rischi e crescenti insoddisfazioni, oltre che un enorme dispendio economico e di tempo.



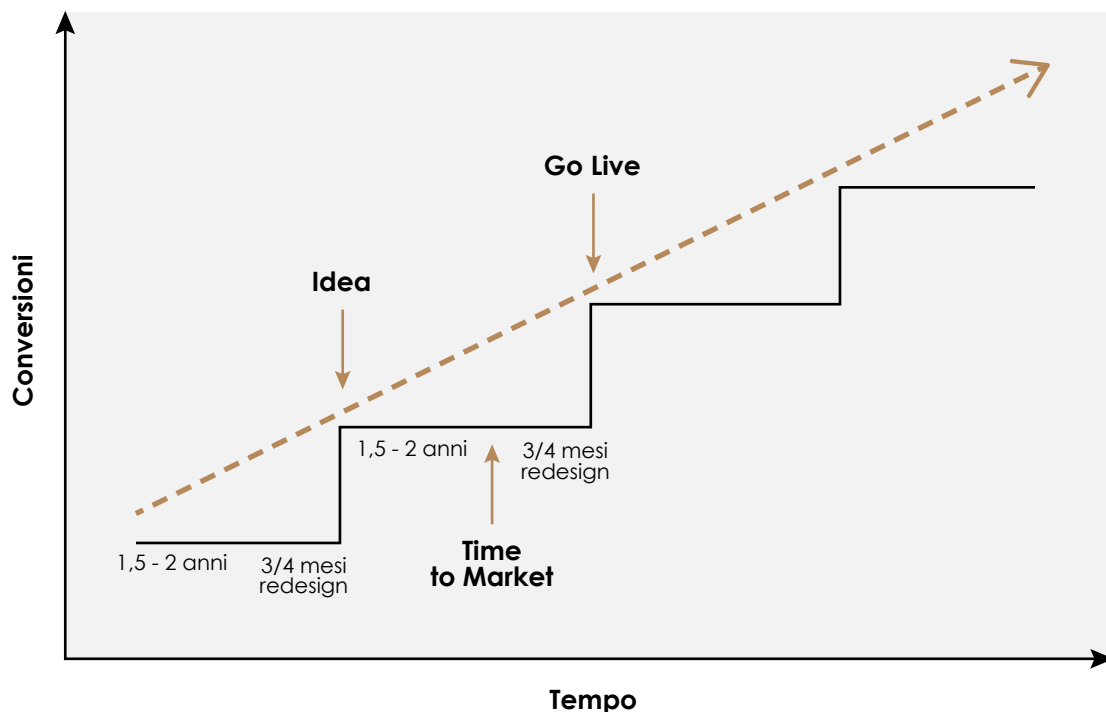
Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

I principali aspetti negativi possono essere riassunti in:

- Ingente costo di partenza;
- Corposo impegno in termini di tempo e risorse;
- Tempo di lavorazione di difficile quantificazione;
- Assenza di prototipi da testare e valutare.

Inoltre, nei due anni successivi al lancio, difficilmente si attuano modifiche o miglioramenti. Quindi, se il prodotto realizzato non funziona, è molto complesso e macchinoso effettuare dei cambiamenti, tanto che molto spesso le lacune rimangono tali.

In questo modo il sito, oltre a perdere di efficacia, non svolge la funzione per cui è stato realizzato.



Web Design tradizionale



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

Il Growth Driven Design invece, grazie ad un **approccio sistemico, agile e flessibile**, riesce a ridurre questi rischi, portando a **risultati migliori** rispetto al metodo tradizionale.

Attraverso un'analisi accurata della *user experience* è l'utente stesso a determinare quali sono i cambiamenti necessari a livello di *website design* grazie ai suoi comportamenti.



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

Growth Driven Design: apprendimento e miglioramento continuo

Alla base di un processo in continua evoluzione si trovano **apprendimento** e **miglioramento continuo**.

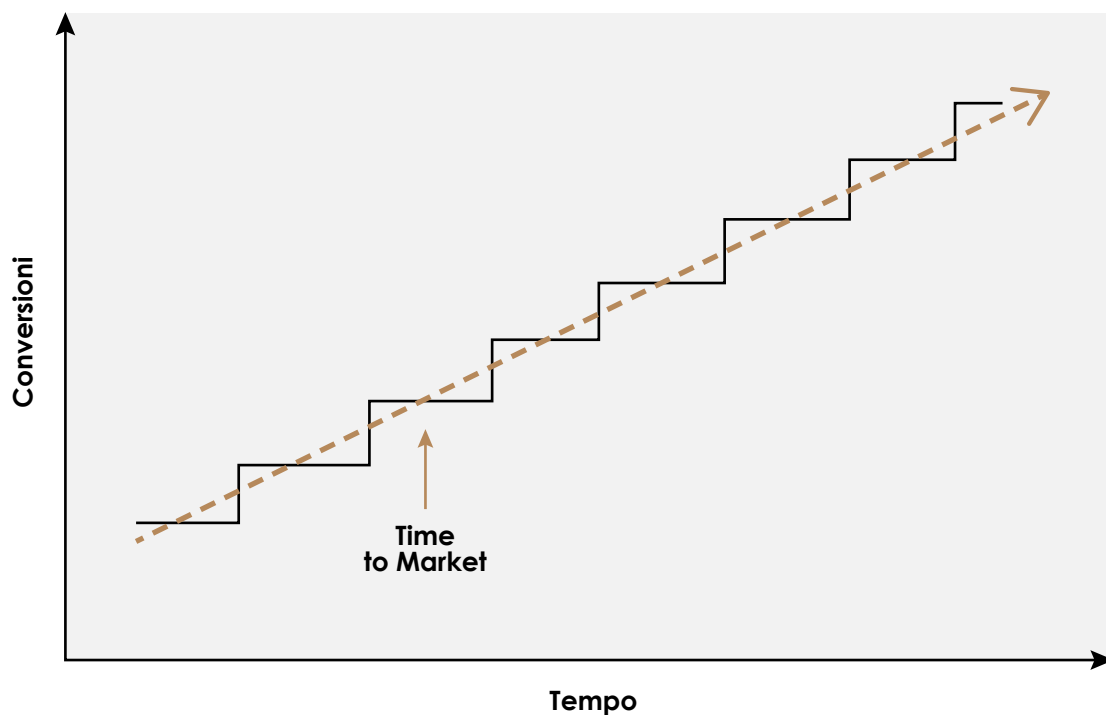
Secondo questo approccio infatti, invece che pianificare con anticipo l'intero flusso, si delineano degli step ravvicinati durante i quali è possibile attuare cambiamenti, test e migliorare la conoscenza delle **esigenze dell'utente** e del suo **comportamento sul sito**.

Il Growth Driven Design favorisce inoltre una forte **integrazione** tra i team di vendita e di marketing, facilitando lo scambio di informazioni.

Questo innovativo processo consente quindi di realizzare un sito web in modo **agile** e **veloce**, e che soprattutto possa essere consultabile e navigabile dal visitatore in brevissimo tempo.



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.



Growth Driven Design





Strategia e processo

Il primo passo è definire una strategia sia in termini di progettazione dell'esperienza utente, che *page by page*. L'obiettivo di queste azioni è andare a definire una solida base su cui sviluppare i successivi step.

- 1. Definizione degli obiettivi e dei buyer persona:** *qual è il traguardo da raggiungere con il website? Come si intende migliorare? Quali sono gli obiettivi del marketing e quali quelli delle vendite? A quali profili di utenti si rivolge il sito?* Attraverso le risposte a questi quesiti sarà possibile realizzare una *"lista dei desideri"* da cui partire per lo sviluppo.
- 2. Ricerca quantitativa e analisi delle web analytics:** grazie all'analisi e all'interpretazione dei dati è possibile individuare le aree di maggior criticità del sito e agire per risolverle.
- 3. Definire presupposti da cui partire:** in base ai risultati degli step precedenti è il momento di definire alcuni aspetti relativi agli utenti. *Che informazioni cercano? Da quali device accedono al website? Qual è il valore ricercato nell'offerta?* Queste informazioni risultano essere utilissime per individuare e comprendere specifici comportamenti degli utenti e sviluppare cicli e processi futuri.



4. **Fase di Brainstorming:** è un momento molto importante in cui il team coinvolto nel progetto stila una *wishlist* dedicata a contenuti, funzioni e funzionalità. Il tutto senza pensare a barriere o limiti, in modo da capire chiaramente l'obiettivo del sito e l'impatto sul pubblico.
5. **Lancio del website:** secondo il tradizionale approccio di web design questo step rappresenta la fase finale. Per ciò che concerne invece il Growth Driven Design è il punto di partenza.

L'obiettivo è infatti quello di lanciare una prima versione del sito, modificabile in corso d'opera. In questo modo sarà possibile capire i miglioramenti da effettuare in base al comportamento degli utenti. La scelta della versione da mettere online è basata sulla *wishlist* creata in precedenza, definendo gli elementi che hanno priorità. Nello specifico, è importante fare delle valutazioni rispetto a:

- **Impatto atteso:** numero che rappresenti il valore che il visitatore riceve dall'elemento che invita all'azione e l'impatto che avrà questo per raggiungere obiettivi definiti.
- **Sforzo richiesto:** una valutazione numerica del totale di tempo e risorse e la difficoltà dell'implementazione.



- **Identificazione delle metriche:** necessarie per testare l'oggetto prodotto e i diversi punti previsti dalla lista.
- **Definizione di completamento:** gli step necessari a considerare completata l'analisi dell'elemento.

Definire cosa deve essere considerato per valutare chiusa questa azione, in modo che risulti efficace e performante.

Una volta che sono stati inseriti nel **website** lanciato è il momento di focalizzare l'attenzione sugli aspetti più standard del processo di design, come ad esempio:

- Messaggi e contenuti
- User eXperience e architettura informativa
- Wireframe
- Design e skin
- Web development
- Testing

Smarcato anche questo **è necessario raccogliere attraverso il sito le informazioni necessarie a sviluppare qualitativamente e quantitativamente il progetto.**

Nello specifico in merito a:

- L'identificazione di un obiettivo per ogni fase.
- Ogni specifico presupposto definito.
- Ogni metrica da misurare per soddisfare i punti della lista dei desideri stilata.



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

Come sviluppare il processo di ottimizzazione

Una volta che è stata rilasciata la prima versione del *website* è necessario iniziare con la fase di ottimizzazione in modo da migliorare e rendere più performante il sito lanciato, in un'ottica di **flessibilità e miglioramento continuo**.

Per ogni fase di questo processo è importante valutare come ogni cambiamento, che si andrà ad attuare, può o meno creare valore aggiunto per gli utenti a cui è destinato.

Gli step di cui si compone un ciclo di Growth Driven Design sono:

1. Pianificazione
2. Sviluppo
3. Apprendimento
4. Trasferimento

Il tutto orientato al **miglioramento continuo**.



1. Pianificazione

In questa fase è importante identificare quali sono gli aspetti e gli elementi del sito che hanno un impatto maggiore, e pianificare quali inserire nel processo di ottimizzazione. La valutazione può basarsi su questi criteri:

- **Performance vs obiettivi:** quanto le prestazioni del sito live sono in linea con il raggiungimento di specifici obiettivi e, sulla base di queste considerazioni, identificare le possibili opportunità di miglioramento.
- **Ricerca e raccolta dati:** sempre in base all'andamento del website e ai comportamenti degli utenti in riferimento al sito è opportuno sviluppare delle considerazioni, in base ai dati raccolti, rispetto ad eventuali punti da aggiungere alla lista dei desideri.
- **Allineamento tra marketing e vendite in vista di un incremento delle conversioni:** i dati e i punti di vista dei due team sono fondamentali al miglioramento delle performance di conversione.
- **Miglioramento user experience:** i miglioramenti apportati al sito restituiscono all'utente una migliore esperienza e rendono più immediata la navigazione. Questo permette di soddisfare le ricerche e incontrare i bisogni manifestati dagli utenti.



Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

- **Ridefinire le priorità della wishlist:** modificando gli elementi della lista è importante ridefinire le priorità in base al raggiungimento di specifici obiettivi prefissati.

2. Sviluppo

Definiti gli elementi che hanno maggiore impatto sul sito è necessario iniziare l'implementazione. È importante prevedere delle fasi di test per ogni elemento che sarà inserito per valutarne l'impatto sulle prestazioni. Per monitorare l'andamento è inoltre opportuno identificare delle metriche di misurazione.

3. Apprendimento

Implementati i cambiamenti necessari al miglioramento è necessario definire un periodo di verifica e raccogliere dei dati a supporto in modo da preparare un'analisi rispetto alle informazioni raccolte dagli utenti e capire se le modifiche apportate abbiamo avuto l'impatto previsto. Imparando quindi direttamente dall'esperienza sul campo.

4. Trasferimento

L'ultimo passo consiste nel trasferire le informazioni raccolte in futuri cicli di sviluppo. Infatti, dopo aver analizzato e interpretato i dati di ogni step del

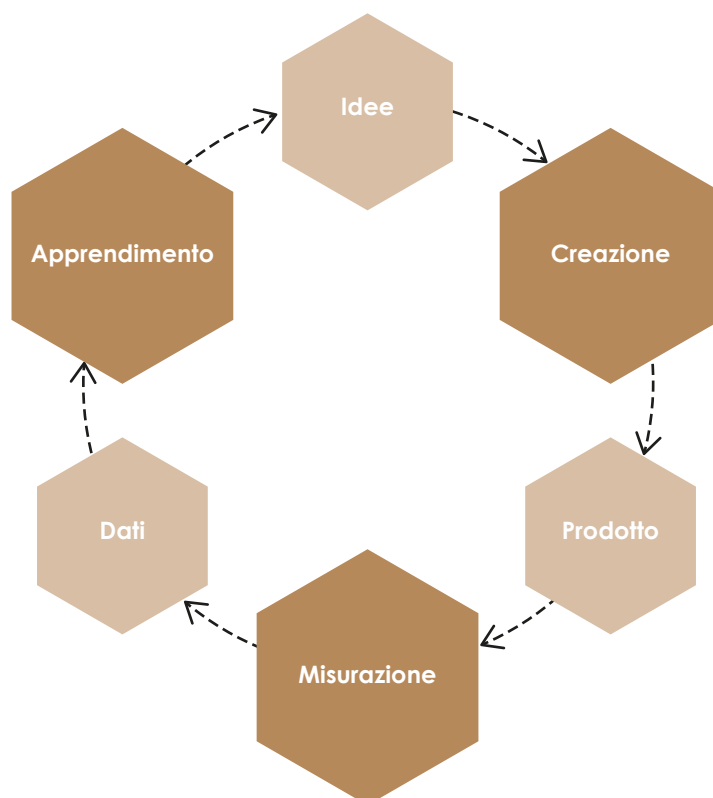


Growth Driven Design: come lanciare un sito prima e meglio rispetto al design tradizionale.

processo è importante valutare se possano essere utili per altre aree aziendali.

5. Miglioramento continuo

Scegliendo di adottare un approccio di Growth Driven Design si avrà la possibilità di lavorare al proprio *website* costantemente, in modo da rispondere ai continui cambiamenti di esigenze, sia del mercato che degli utenti. In questo modo sarà possibile disporre di uno strumento costantemente ottimizzato sulla base delle informazioni raccolte dagli utenti ed essere in grado di migliorare la *user experience* e il *conversion rate*.



Processo orientato al miglioramento

Conclusione

Il website rappresenta la vetrina di un'azienda sul mondo esterno e l'impatto che lascia sui visitatori può essere o meno un importante assist alla vendita. È quindi fondamentale che sia **ben progettato, strutturato e realizzato**, al fine, appunto, di catturare l'interesse dei potenziali clienti.

Il Growth Driven Design, ad oggi, è l'approccio che meglio risponde alle esigenze di un **mercato dinamico** in continua trasformazione e cambiamento. Grazie infatti all'orientamento all'apprendimento e al miglioramento continuo consente di ottimizzare il sito nel miglior modo possibile e rispondere a specifici bisogni e necessità dell'utente.

DALLE AZIENDE LOCALI ALLE MULTINAZIONALI
ALLE STARTUP, DAL B2C A B2B, SEMPRE CON UN OBIETTIVO
COMUNE: INCREMENTARE LE VENDITE E LE PERFORMANCE.



FISSA UN BRIEFING ONLINE CON UN CONCIERGE

Compila il form se desideri parlare con noi, il nostro ConciERGE sarà lieto di poter entrare in contatto con te!

Programma il Briefing

MILANO

Piazza Umberto Giordano, 2

T. +39 02 400 30 662

M.+39 351 957 57 21

AndreaCastellana.it

