

Misurare il successo del tuo sito Web aziendale

Come identificare misurare e valutare i parametri del sito web che impattano sul business aziendale

PARTECIPANTI: tutte le persone in azienda coinvolte nel processo di gestione e di analisi del sito web aziendale e che abbiano la responsabilità del successo del sito web. Resp. Mktg e Comunicazione, Web Content Manager, Product Manager, ICT Manager etc.

APPROCCIO: fornire ai partecipanti gli strumenti e le nuove possibilità per la definizione ed applicazione di metriche per la valutazione del livello di adeguatezza del sito Web agli obiettivi aziendali; come si misura l'efficacia dei processi che i visitatori compiono sul sito? Come si può intervenire per migliorare le performance del sito aziendale?

OBIETTIVI del Workshop: lavorare con i partecipanti nella valutazione del proprio sito aziendale:

In che termini e perché il sito sta rispondendo agli obiettivi aziendali? Come misuri il successo del sito? Come monitori gli impatti sul tuo business legati ai cambiamenti fatti sul sito? Come valuti se un'iniziativa sul sito può considerarsi di successo?

L'obiettivo primario del Workshop è quello di rendere consapevole il team che gestisce il sito Web sulle possibilità legate alle metriche da applicare al Web.

P
R
O
G
R
A
M
M
A

AGENDA

Ore 8.45: Benvenuto e Agenda del giorno

Ore 9.00: Introduzione

- Perché siamo qui
- Ruoli, obiettivi ed aspettative dei partecipanti
- Web Metrics: limiti e possibilità

Ore 10.00: Sessione di Brainstorming

- Individuazione di un aspetto cruciale del business aziendale e sua analisi approfondita
- Identificazione degli attuali parametri di misura dell'aspetto individuato

Ore 11.00: coffee break

Ore 11.15: Gli obiettivi dell'azienda in ottica customer-oriented:

- Internet per acquisire nuovi clienti?
- Internet per fidelizzare clienti acquisiti?
- Internet per vendere e per acquistare?
- Internet per farsi conoscere?
- Internet per aumentare la notorietà di marca?
- Internet per comunicare?

Ore 12.45: Pranzo

Ore 14.00: Gli attuali Strumenti di Misurazione

- Web Metrics and Reporting
- Quale informazione è distribuita ora in azienda?
- Quale altro tipo di informazione potrebbe essere distribuita con un piccolo sforzo aggiuntivo?

Ore 15.00: Utilizzo dell'informazione sul sito

- Come è utilizzata l'attuale informazione sul sito?
- In che misura si tiene conto delle statistiche del sito per prendere le decisioni?
- Quali sono le metriche che funzionano e quali no?

Ore 15.45: coffee break

Ore 16.400: Sessione di Brainstorming

- Futuri Obiettivi aziendali/ Metriche Web
- Che cosa vorremmo che fosse misurato?
- Come potremmo utilizzare questa informazione?

Ore 16.30: Il Piano di comunicazione

- Come comunicare e a chi
- Come ottenere il commitment aziendale
- Come vendere il progetto internamente

Al termine della giornata, i partecipanti avranno definito un piano esecutivo e realistico per identificare, misurare e valutare il sito web in termini di obiettivi aziendali.

Avranno inoltre definito un Piano di comunicazione aziendale per ottenere il consenso e la partecipazione necessaria per il successo dell'iniziativa all'interno dell'azienda.