

# Il vostro sito web è un bambino bisognoso?

Di **Gerry McGovern**

8 Giugno 2009

Articolo originale:  
**Is your website a needy child?**

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2009/nt-2009-06-08-needy-child.htm>



Foto di [Addrox](#)

**Il sito pubblico o in intranet che urla per avere attenzione con immagini inutili e contenuto futile avrà poca attenzione dal cliente impaziente e scettico.**

I bisogni di una organizzazione sono imponenti e più grande e più vecchia diventa l'organizzazione, più grandi diventano questi bisogni. Il problema è che le necessità interne dell'organizzazione raramente di sposano con le necessità dei clienti.

Le organizzazioni crescono forti perché hanno fatto qualcosa di giusto. Dell è un buon esempio, è cresciuta come una organizzazione "customer centric" ma crescendo cominciò a perdere quella sua autentica attenzione al cliente.

Intorno al 2001 c'erano due opzioni sulla homepage della Dell: navigare per prodotto (portatili, desktop, ecc...) e navigare per tipo di cliente (home, business, ecc...), Ogni test che ho condotto indica che il 90% delle persone preferiscono navigare per prodotto quando compra cose che riguardano i computer.

Infatti la navigazione per tipo cliente rende molte persone ciniche: "i professionisti hanno occasioni migliori delle mie"? "Voglio solo per acquistare un portatile, perché devo scegliere a quale gruppo appartengo"? "Lavoro a casa, quale devo scegliere"?

Circa dal 2003 Dell ha definitivamente eliminato la navigazione per prodotto, obbligando il cliente a scegliere un gruppo di appartenenza. Mi è stato detto che Dell lo ha fatto perché la tipologia di pubblico rispecchia il potere delle unità organizzative "business" all'interno di Dell. Queste unità di business potrebbero non essere d'accordo di condividere i risultati economici se qualcuno sceglie semplicemente "portatili".

Dell è stata giovane e focalizzata sul cliente, ma come quasi tutte le organizzazioni, è diventata vecchia e focalizzata sull'organizzazione. Ha iniziato a soffrire di organizzazionite. Come l'artrite negli essere umani, l'organizzazionite affligge specialmente le vecchie organizzazioni. Un irrigidimento delle articolazioni, rende

molto difficile per l'organizzazione muoversi e cambiare rapidamente.

Ci sono segnali che indicano che Dell sta cercando di guarire dall'organizzazionite; recentemente ho notato che sta pubblicando recensioni dei prodotti sul suo sito web. Sì, permette giudizi negativi. Questo mi ha impressionato e rende più probabile che acquisti ancora un Dell. (Dopo quello che Lenovo ha fatto a ThinkPad, le scelte sono diventate più limitate).

La vostra organizzazione ha l'organizzazionite? Se rispondete sì ad una o più delle seguenti domande probabilmente avete bisogno di cercare il supporto medico:

- Avete immagini di persone molto importanti all'interno della vostra organizzazione (i vostri bambini bisognosi), nelle pagine del sito?
- Questi bambini bisognosi esigono che i loro messaggi vengano pubblicati sul sito in modo preminente?
- Avete grandi immagini di attori sorridenti che fingono di essere clienti? (gente felice e luminosa).
- Avete reparti bisognosi il cui obiettivo dichiarato nella vita sia quello di ottenere uno spazio sulla home page?
- Avete manager bisognosi e potenti che richiedono che i loro programmi e iniziative più recenti abbiano risalto sulla home page?
- La vostra cultura è una di quelle che crede che lo scopo principale del sito sia quello di fare in modo che i clienti facciano quello che volete fargli fare, piuttosto che aiutarli a rapidamente e facilmente fare ciò che sono venuti a fare?
- La vostra organizzazione propende per prolisse atrocità? Titoli come: "Imbocca la tua strada verso un mondo nuovo e limpido". Frasi come: "Siamo lieti di annunciare che il nostro approccio olistico abbraccia il paradigma "50.000 piedi" che è senza precedenti per la sua portata e profondità di comprensione delle sfide della globalizzazione che deve essere affrontata nella sua totalità, se vogliamo continuare a crescere negli scenari futuri globali in cui dovremo operare, in continuo cambiamento e movimento, nebulosi, alquanto incerti, offuscati e talvolta particolarmente difficili da scrutare".

**Gerry McGovern**

Ttraduzione di **Marco Dini**

**Immagine**

Autore **Addrox**

Immagine originale: <http://www.flickr.com/photos/addrox/2587484034/>

Licenza d'uso CreativeCommons: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.it>