

Il declino della home page

Di [Gerry McGovern](#)

Articolo originale:

The decline of the homepage

19 aprile 2010

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2010/nt-2010-04-19-Decline-homepage.htm>



Homepage [Haiti News Network](#)

alla homepage. Per lo stesso mese del 2010, delle 120.000 pagine viste, il sito ne ha ricevute solo 2.500 sulla homepage.

Un altro sito web di tecnologia, nel 2008 aveva circa il 10 per cento delle visualizzazioni di pagina sulla homepage e nel 2010 la percentuale è scesa al 5 per cento. Uno dei più grandi siti web del mondo, nel 2005 aveva il 25 per cento dei visitatori che arrivavano sulla home page, ma nel 2010 ne ha solo il 10 per cento.

La gente non vaga a caso per il web. Quando è stata l'ultima volta che siete arrivati su Google e vi siete detti: "Non so cosa cercare, qualcuno mi suggerisca una parola". Più matura l'utilizzo del Web, più diventa mirato.

Anni fa la gente avrebbe potuto pensare di arrivare sulla home page e poi cercare di capire dove andare nel sito. Ora si usano la ricerca o i link esterni per avvicinarsi al posto che si vuole realmente raggiungere. Così, per esempio, è sempre meno probabile che le persone digitino semplicemente "toyota" in una ricerca ed è più probabile che invece scrivano "richiamo toyota".

Molti uomini di marketing e comunicatori pensano che la loro home page sia un cartellone pubblicitario gigante o un megafono. Sono ossessionati dal suo ridisegno e dal metterci un sacco di frasi simpatiche e facce sorridenti. Questa è una parte del motivo per cui i clienti evitano la home page: non la vedono utile.

Avete mai comprato un libro da Amazon perché l'avete visto in un annuncio sulla sua home page? Avete mai comprato un libro da Amazon perché l'avete trovato nella sezione "I clienti che hanno acquistato questo libro hanno comprato anche..."?

Sempre più clienti entrano direttamente in pagine specifiche del vostro sito web, piuttosto che dalla home page.

Nel 2003, in un sito di grandi dimensioni sulla ricerca, il 39 per cento delle visualizzazioni di pagina erano state sulla homepage. Il 2009, erano scese al 19 per cento. In un mese del 2008, delle 70.000 visualizzazioni di pagina ricevute da un sito di tecnologia, 22.000 erano relative

Entrambe sono tecniche di marketing. La prima è il megafono della stampa vecchia scuola ed il marketing televisivo. La seconda è il web marketing.

Marketing e comunicatori devono lasciar perdere l'idea di poter controllare il messaggio o il cliente; sul Web non si può. Ciò che i clienti amano di più del Web, è il fatto che da loro il controllo, ecco perché il Web è così popolare. La ricerca non è un'attività passiva, è una attività attiva e mirata. Cliccare su un link è come seguire un cartello; avete in mente una destinazione e la gente sta cercando la via più breve per arrivarci.

I vostri clienti non vogliono arrivare alla vostra home page. Nella migliore delle ipotesi, la homepage non è altro che una serie di cartelli che li aiuta a dirigersi nella giusta direzione. Purtroppo, troppi marketer e divulgatori stanno distruggendo qualunque residuo di credibilità della loro homepage nei confronti dei clienti, riempendola di grafica e di inutili frasi senza senso.

Troppo spesso marketing e comunicazione si comportano come bambini bisognosi, o come sarti che raccontano "all'imperatore CEO" di come gli stia magnificamente il suo vestito nuovo. Sul Web il contenuto può essere il re, ma ricordate che il cliente è il dittatore.



Gerry McGovern

Traduzione di **Marco Dini**

Questo articolo si trova all'indirizzo:

<http://www.ideawebitalia.it/web-content/2078/>

Altri articoli di Gerry McGovern:

<http://www.ideawebitalia.it/author/gerry-mcgovern/>

Immagine in prima pagina:

Homepage **Haiti News Network**

<http://anselme.homestead.com/AFP Haiti.html>