

Non avete bisogno di una strategia 'Mobile'

Di **Gerry McGovern**

Articolo originale:

You don't need a mobile strategy

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2011/nt-2011-11-21-Mobile-strategy.htm>

21 Novembre 2011



Foto di [juicyrai](#)

 Alcuni diritti riservati a [juicyrai](#)

Il Mobile è una piattaforma, è una tattica, non una strategia. Quello che vi serve è una strategia per il cliente connesso in Internet.

Se un uomo norvegese sta seduto in bagno e legge le news sul suo iPhone, è un cliente mobile? Ebbene, la ricerca indica che uno dei luoghi preferiti dove gli uomini norvegesi usano i loro telefoni, è proprio a sedere sul water. Gli iPad sono usati molto sul divano, invece l'iPhone è più popolare a letto.

Il Mobile non è necessariamente mobile, è flessibile, conveniente, veloce e privato. Le

foto delle malattie a trasmissione sessuale sono spesso accedute dai dispositivi mobili, questo potrebbe essere dovuto al fatto che il Mobile è particolarmente apprezzato dai giovani, ma potrebbe anche essere, perché un telefono è più intimo di un computer: per esempio, più di una persona potrebbe avere accesso al computer che usate.

Ho letto che i cellulari saranno molto utilizzati questo Natale, soprattutto per i regali dell'ultimo minuto. Ciò implica che le persone che li utilizzano potranno aver bisogno di consigli su cosa comprare, perché per definizione non staranno acquistando per loro stessi.

"Il copywriting per i desktop deve essere conciso, il copywriting per il Mobile deve essere ancora più conciso", scrive Jakob Nielsen, nel suo articolo '[Mobile UX Sharpens Usability Guidelines](#)' [<http://www.useit.com/alertbox/mobile-ux-guidelines.html>].

Secondo Jakob, per il Mobile abbiamo bisogno di una maggiore rieducazione alla scrittura dei contenuti. "Il set di funzionalità dovrebbe essere molto ridotto in un sito mobile, rispetto ad un sito desktop".

Tuttavia, il cliente non è sempre di fretta. Alcune persone leggono di più sui loro smartphone, che sui siti web. Così, uno dei link più importanti di ogni sito web per Mobile dovrebbe avere, è un link al sito principale.

Una delle principali debolezze delle organizzazioni è che si comportano in modo 'reattivo' piuttosto che strategico: "abbiamo bisogno di un app mobile", "abbiamo bisogno di essere su Twitter", "abbiamo bisogno di più video", "abbiamo bisogno di blog".

La strategia web riguarda molto più la psicologia, che la tecnologia, i blog, Twitter o qualsiasi altra forma di contenuto. Quante più persone utilizzeranno il web per vivere le loro vite e svolgere il proprio lavoro, tanto più i professionisti del web dovranno

investire nella comprensione del comportamento umano. Questo perché il web rimuove i punti di contatto umano, l'opportunità di osservare, la comunicazione non verbale.

Ci sono tante cose che impariamo quando siamo fisicamente in presenza dei nostri clienti. Se dovessi assumere un professionista del web, l'attributo più importante che cercherei, sarebbe l'empatia, la capacità e la voglia di mettersi nei panni di qualcun altro. Un professionista web dovrebbe avere nel cuore il desiderio di servire.

Cosa fanno gli uomini norvegesi sui loro smartphone, quando stanno seduti sul water? Cosa fa di solito la gente, quando sta sul divano? Ciò che hanno da fare in un sito, cambia, quando entrano a letto?

**Gerry McGovern**Traduzione di **Marco Dini**

Altri articoli di Gerry McGovern: <http://www.ideawebitalia.it/author/gerry-mcgovern/>

Immagine iniziale:Autore: [juicyrai](#)Immagine originale: <http://www.flickr.com/photos/wink/192265445/in/photostream/>Diritti di riproduzione: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.0/deed.it>

Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/copywriting/3708/