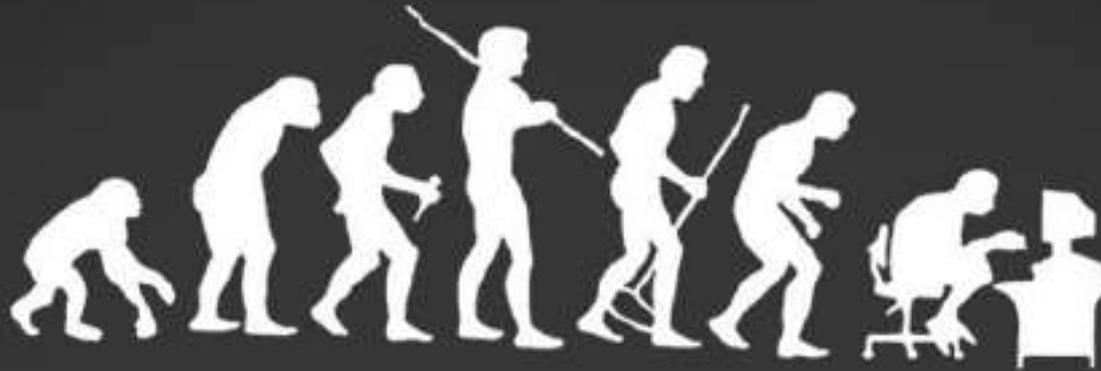




Promuoversi Online tramite il sito web personale

Ing. Massimiliano De Stefano
Ing. Luca Ruggeri

Nell'era dell'informazione...



Web Reputation (o Digital Reputation)



Web Reputation (o Digital Reputation)

- Chi sei? Cosa fai? Cosa pensa di te la gente?
- Da una ricerca su Google:
 - Facebook
 - Google+
 - Linkedin
 - Youtube
 - Google maps!!
 - Sito web



Web Reputation (o Digital Reputation)

E' importante presentare un'immagine coordinata coerente, professionale che attiri l'attenzione e spieghi bene e velocemente cosa facciamo



Web Reputation (o Digital Reputation)

COMMENTI E FEEDBACK?



STRUMENTI

- Sito Web
- Profilo LinkedIn
- Google Places
- Pagina Facebook (non solo profilo)
- Google Plus
- Account Twitter (opzionale)
- Profilo Instagram (quando ha senso)



SITO WEB: come?

- Coinvolgere un'agenzia web
- Chiedere ad un “programmatore freelance” (NO a “me lo fa mio cugino che studia informatica”)
- Siti one click
- Svilupperlo da soli con strumenti Open Source



SITO WEB: come?

La soglia di difficoltà per la realizzazione di un sito web è diminuita notevolmente

Il problema si sposta su:

- Contenuti (immagini e testi)
- Obiettivi (vetrina o acquisizione?)



SITO WEB: come?

- Quanto budget hai? (33/33/33)
- Sito web
- Grafica, logo, foto + testi (content is king)
- Web Marketing (SEM - AdWords e Facebook ads, SEO, Newsletters)



SITO FAI DA TE

- Imparare a programmare
- One click
- CMS open source



Principali linguaggi



- siti web statici (html, CSS)
- siti web dinamici (PHP, MySql)



SOLUZIONI ONE CLICK

- 1&1
- WIX.com
- Squarespace
- Jimdo
- Weebly



CMS Open Source



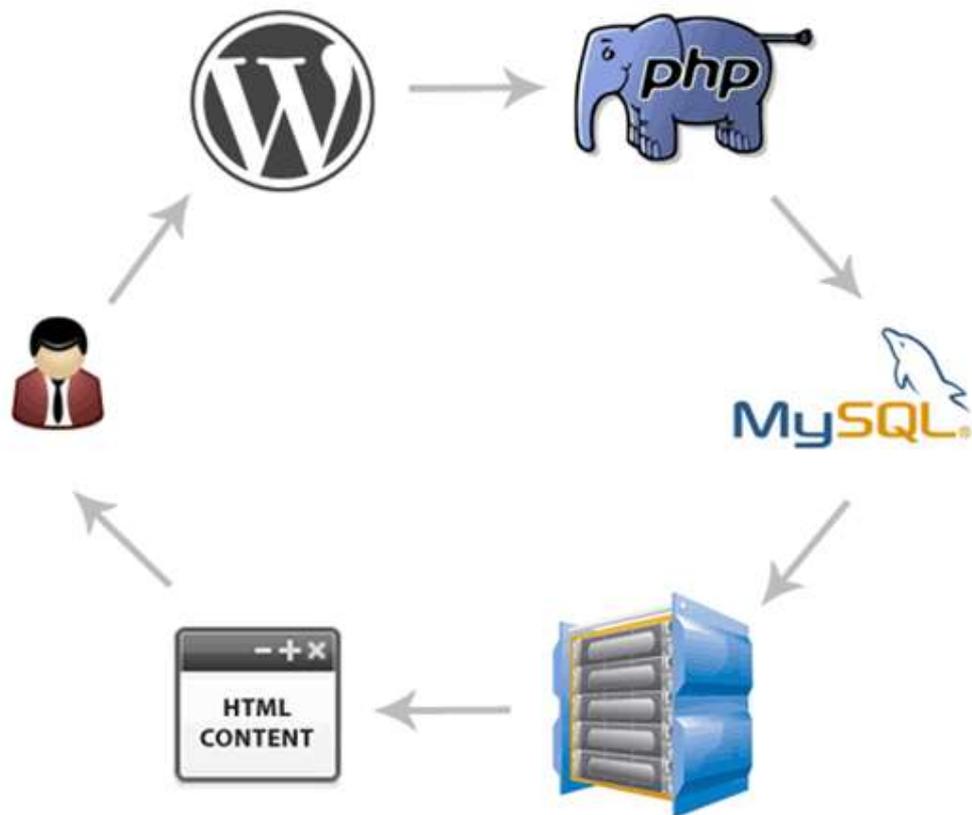
Cos'è un CMS?

CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

- Dinamico
- Facilmente gestibile
- Front-end + Back-end



Cos'è un CMS?



Lista CMS

SITO VETRINA / BLOG

- Drupal
- Joomla
- **WordPress**



Lista CMS

E-COMMERCE

- Magento
- Presta Shop
- Open Cart
- **WordPress**



WordPress

- Comunità diffusa (documentazione online)
- Plugin (newsletter, SEO, gateway di pagamento, contact form, video gallery, e-commerce, market place, cookie law, ecc.)
- Facile da gestire
- Ampia scelta di temi
- SEO friendly
- Aggiornamenti frequenti
- Facile integrazione con i social
- Facile da personalizzare

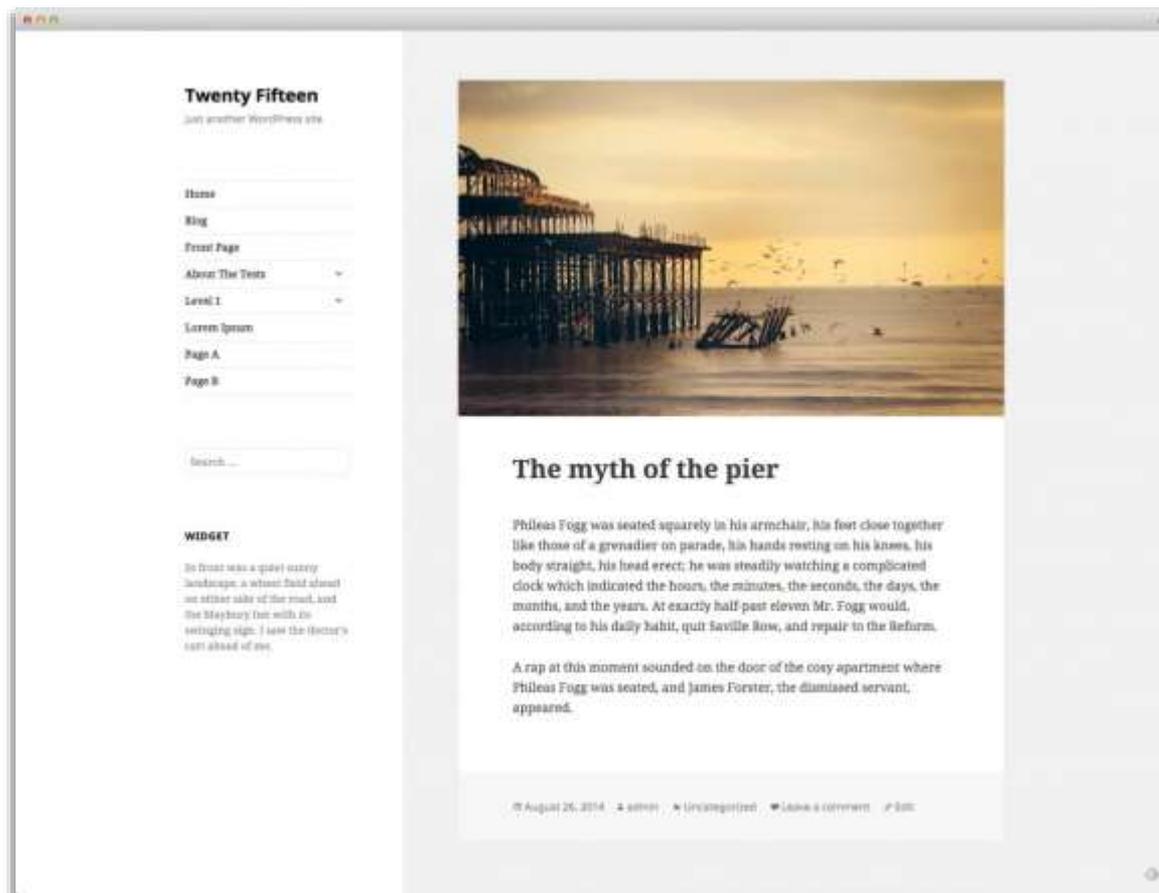


Interfaccia di amministrazione – Back End

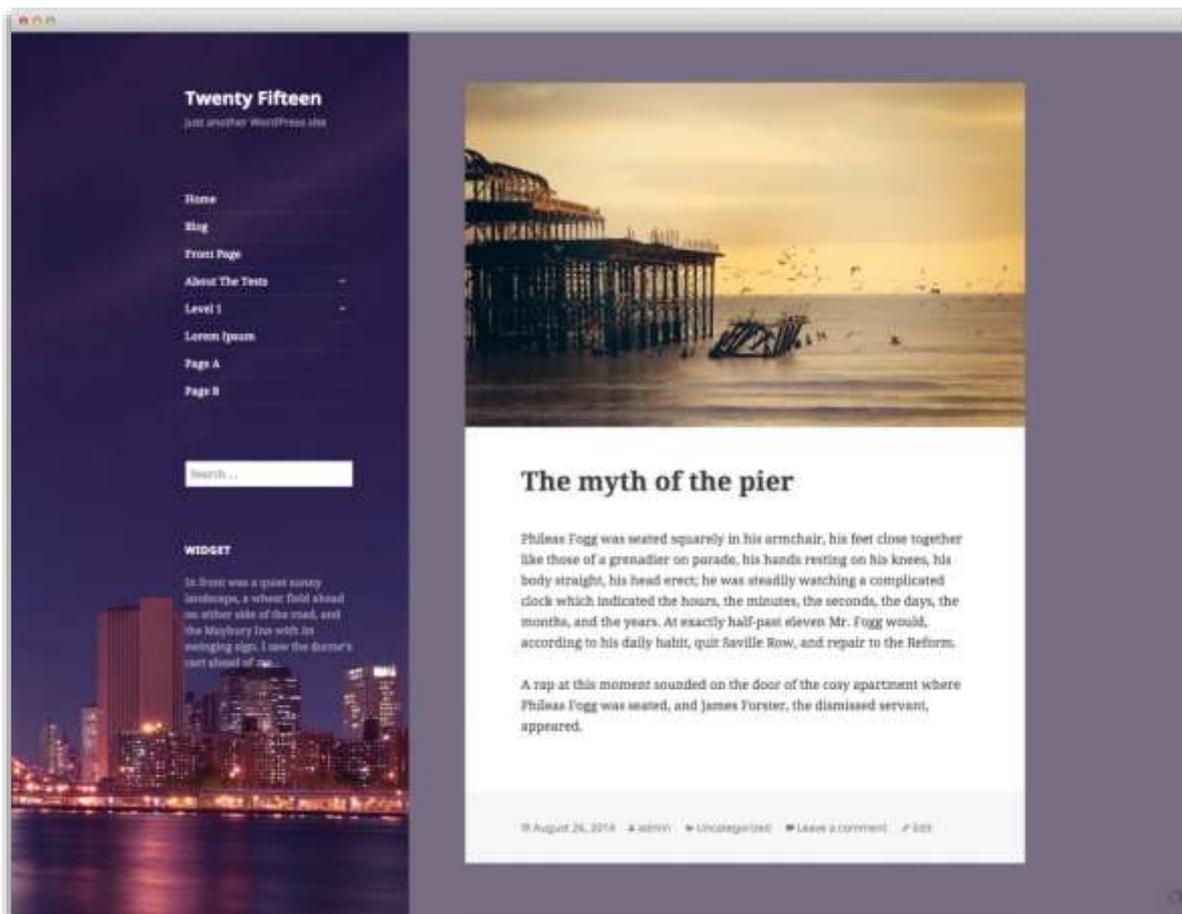
The screenshot displays the WordPress Admin Dashboard. At the top, the browser address bar shows 'My Blog' and a notification icon with '0'. The dashboard header includes 'Dashboard' and a 'Screen Options' button. A dark sidebar on the left contains navigation links: Home, Updates, Posts, Media, Pages, Comments, Appearance, Plugins, Users, Tools, Settings, SuperCacher, and Collapse menu. The main content area is titled 'Dashboard' and features a 'Welcome to WordPress!' message with a 'Customize Your Site' button. Below this, there are three sections: 'Get Started' (with a 'Customize Your Site' button and a link to 'change your theme completely'), 'Next Steps' (with links for 'Write your first blog post', 'Add an About page', and 'View your site'), and 'More Actions' (with links for 'Manage widgets', 'Turn comments on or off', and 'Learn more about getting started'). The 'At a Glance' section shows '1 Post' and '1 Comment', and notes 'WordPress 4.0 running World theme.' and 'Akismet blocks spam from getting to your blog. There's nothing in your spam queue at the moment.' The 'Quick Draft' section includes a 'Title' field, a text area for 'What's on your mind?', and a 'Save Draft' button.



Interfaccia utente – Front End

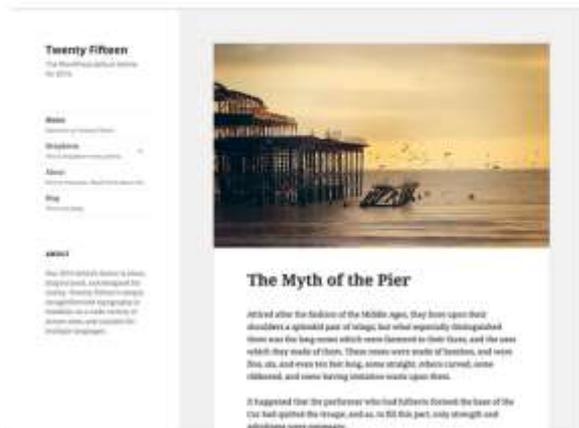


Interfaccia utente – Front End

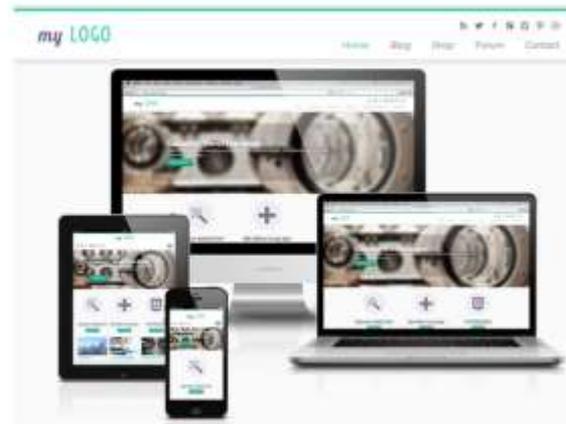


TEMI GRATUITI

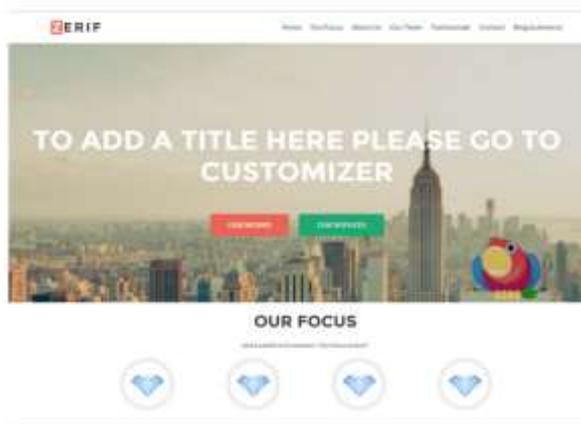
Twenty Fifteen *By WordPress.org*



Customizr *By nkeo*



Zerif Lite *By codeinwp*



Responsive *By CyberChimps*



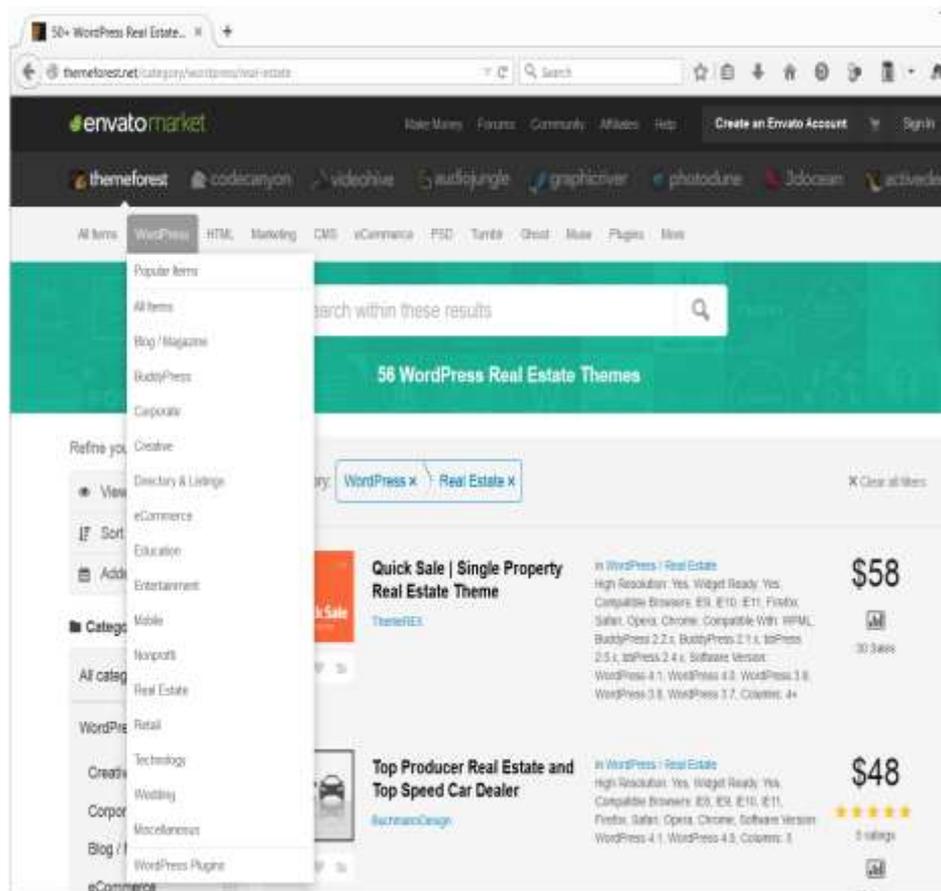
TEMI A PAGAMENTO



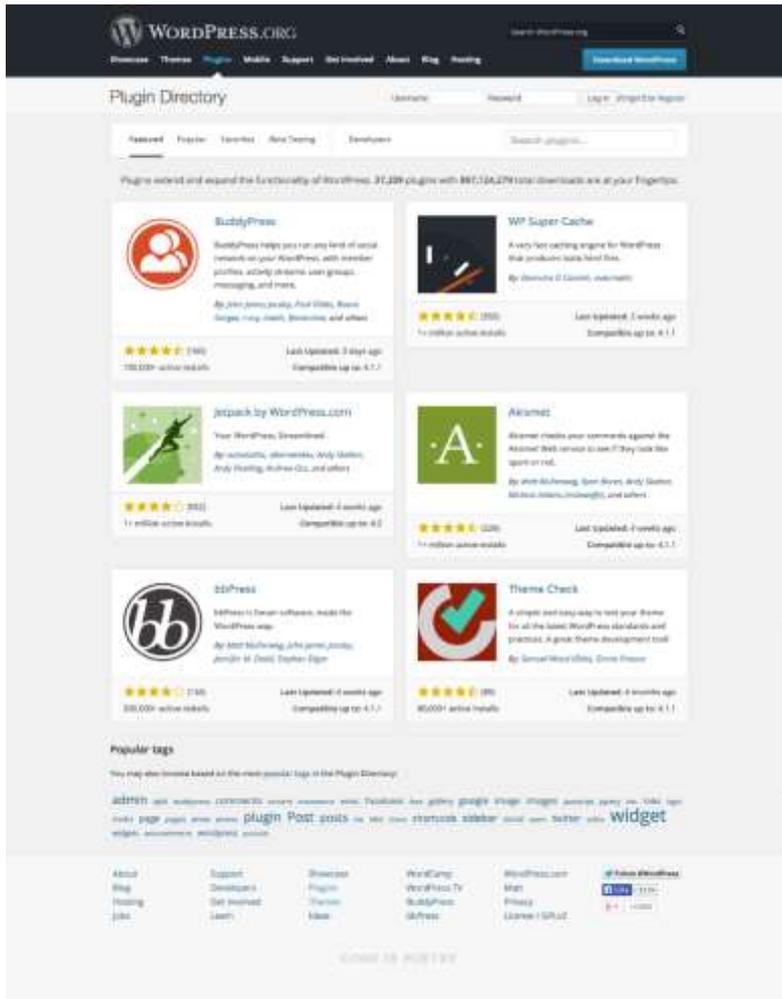
Avada : Home Slides Headers Pages Portfolio Blog Shop Features Shortcodes Reviews Demos New



Join The **125,000+** Satisfied Customers Today



PLUGIN



E' un modulo software che estende le funzionalità del sito web.



Requisiti

1. Dominio
2. Hosting (Linux)
3. Database MySQL (meglio più di uno)



The logo for Registro.it, featuring the word "Registro" in a grey sans-serif font, a green dot for the period, and a red "it" in a bold sans-serif font.

Il Registro è l'anagrafe dei domini Internet .it, la targa Internet dell'Italia. Soltanto qui è possibile chiedere, modificare o cancellare uno o più domini .it.

The logo for aruba.it, with "aruba" in a bubbly orange font with a white outline and ".it" in a smaller white font with an orange outline.

Verificare la disponibilità del dominio:

- whois.domaintools.com
- <https://instantdomainsearch.com/>
- Solitamente le aziende che forniscono Hosting e Domini hanno il loro motore di ricerca

INSTANT DOMAIN SEARCH

About FAQ Articles

inglucaruggeri Buy \$0.99

inglucaruggeri.com Buy \$0.99

Popular TLDs	Suggestions	For Sale
.com Buy \$0.99	bringlukavery.com Buy \$0.99	joyasruggeri.com Buy \$799
.net Buy \$9.99	tobringlukavery.com Buy \$0.99	enricoruggeri.com Buy \$2,500

Italiano home | webmail | rinnovi | pagamenti | affiliazione

aroba.it
HOSTING E DOMINI

Scegli Domini | Scegli Terzi Livelli | Riepilogo | Contratti | Step Aggiuntivi | Login / Iscrizione | Dati Int. | Dati

Seleziona i Domini che desideri acquistare

Puoi selezionare uno o più domini tra quelli disponibili. In alternativa puoi scegliere un dominio tra quelli suggeriti nuovo

lucaruggeri.it	Non Disponibile
I domini .eu, .info sono in promozione fino al 30 Aprile 2015. Approfittane!	
lucaruggeri.eu	Disponibile da € 0,99
lucaruggeri.info	Non Disponibile



Hosting

1. Leggere le recensioni
2. Supporto veloce, meglio se live-chat (italiano se necessario)
3. Costi nascosti: chiusura, trasferimento, tacito rinnovo
4. Servizi aggiuntivi: email, storage, backup, server di posta, firma digitale, etc.

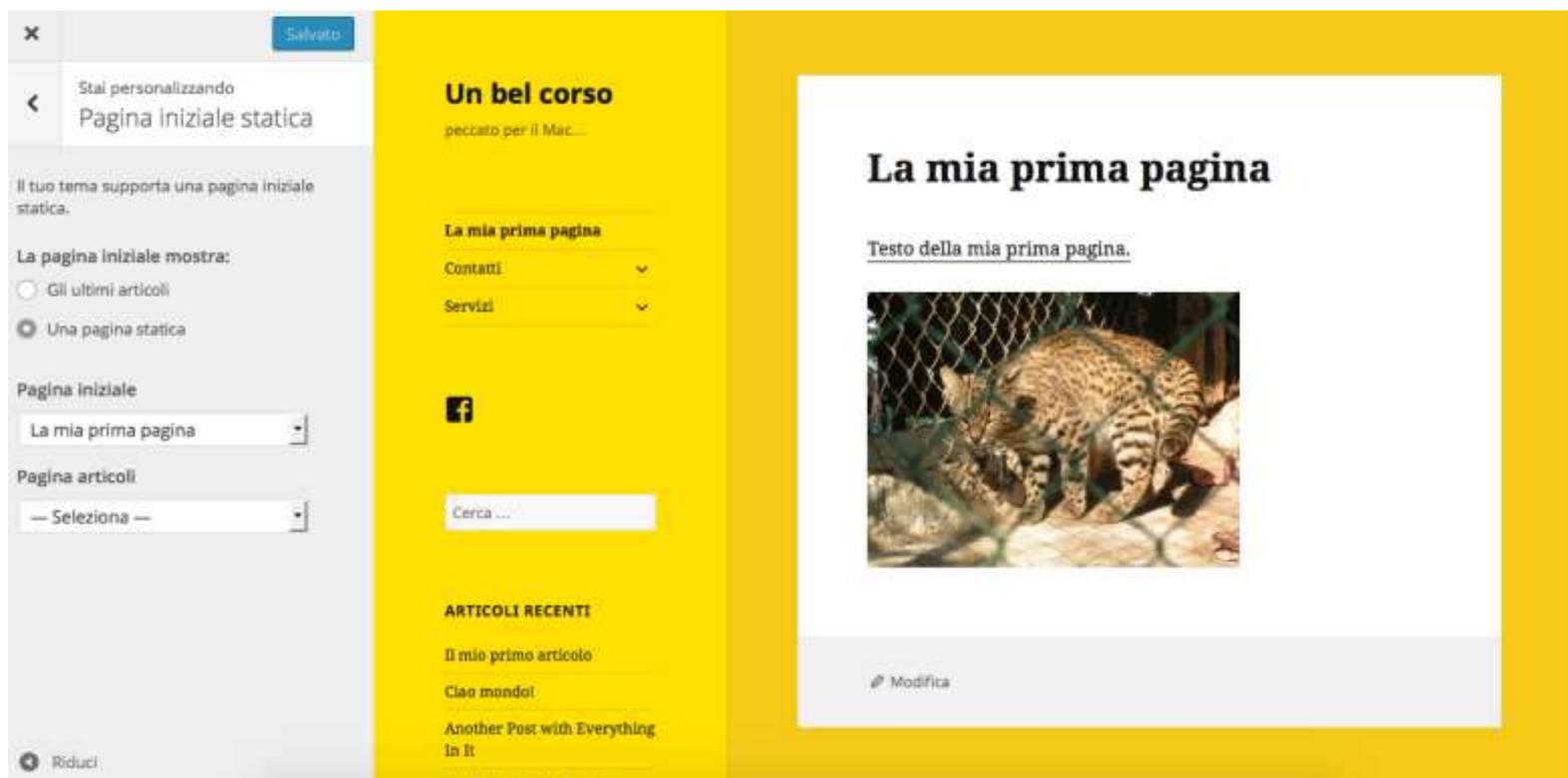


Cliccando sul menu “Aspetto / Personalizza” in amministrazione, si aprirà una schermata che sintetizza le configurazioni fondamentali del tema installato, come ad esempio il Titolo del sito, il motto, l’immagine della testata e di sfondo (nel caso del tema Twenty Fifteen).



Tra le varie impostazioni, una delle più importanti è quella che permette di scegliere quale contenuto vogliamo inserire in homepage.

Su “Pagina Iniziale Statica”, selezionare “Gli ultimi articoli” se in homepage si vogliono mostrare tutti gli articoli presenti nel blog, oppure “Una pagina statica” se si vuole mostrare una delle pagine che abbiamo creato.



Wordpress permette la creazione degli articoli (i «post») in due modalità:

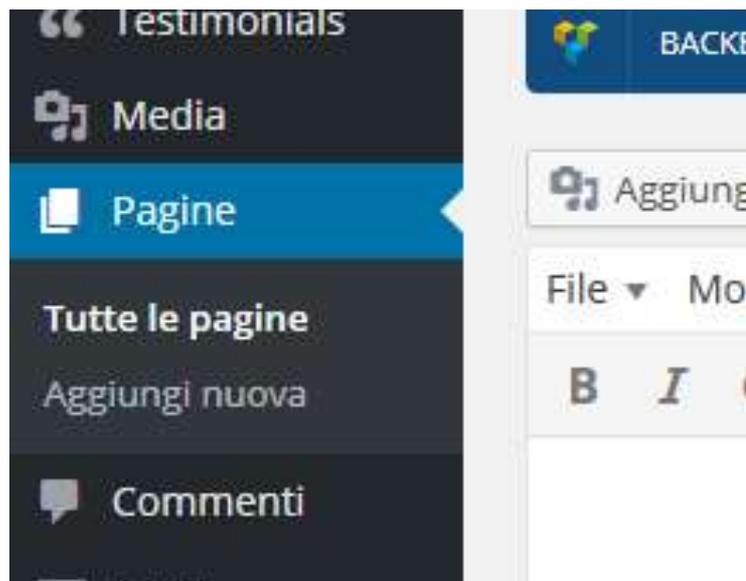
PAGINE

- Sono statiche
- Si può intervenire molto accuratamente sulla loro composizione, anche scrivendo codice HTML
- Possono essere gerarchizzate
- Riserviamole ai contenuti aggiornati di rado: Contatti, Bio

CATEGORIE

- Sono dinamiche, la vera forza di WP
- Definisco le categorie in cui scriverò più di frequente: Lavori, Guide, Normative, News
- WP raggruppa automaticamente i post che hanno la stessa categoria e li mostra in «pagine» dedicate





Le pagine di WordPress identificano contenuti sempre validi nel tempo (per questo, sentirai spesso il termine *pagine statiche*).

Vengono generalmente usate per quei contenuti che descrivono chi sei, cosa fai, la mission della tua azienda, ciò che vendi o che proponi, i contatti.

Quelle pagine, appunto, che una volta pubblicate resteranno in linea di massima invariate per sempre.

Le pagine di WordPress sono inoltre particolarmente adatte per guide, risorse, tutorial, how-to e simili, perché anche in questo caso si tratta di risorse che probabilmente non sono limitate a una determinata data ma che invece vorrai proporre ai tuoi lettori anche in futuro.



Le pagine possono seguire una **gerarchia** in base alla quale è possibile impostare una **pagina madre (Genitore)** e delle **sotto pagine**.

Se scegliamo di mantenere la pagina che stiamo creando indipendente dalle altre manteniamo l'opzione "**Pagina base**" all'interno del modulo "**Attributi**".

Se intendiamo invece attribuire la nuova pagina a una "madre" selezioniamo dal menu a tendina il titolo della pagina principale.

La gerarchia comparirà nel sito pubblico all'interno del menu di navigazione sotto forma di un'indentatura dei link alle pagine.

Visuale Testo

Visibilità: Pubblico [Modifica](#)

Publicato il: 5 ott, 2015 @ 12:20 [Modifica](#)

[Copia in una nuova bozza](#)

[Sposta nel cestino](#) [Aggiorna](#)

Attributi pagina

Genitore

Pagina base

Ordinamento

0

Bisogno di aiuto? Utilizza la scheda aiuto in alto a destra nella schermata

Immagine in evidenza

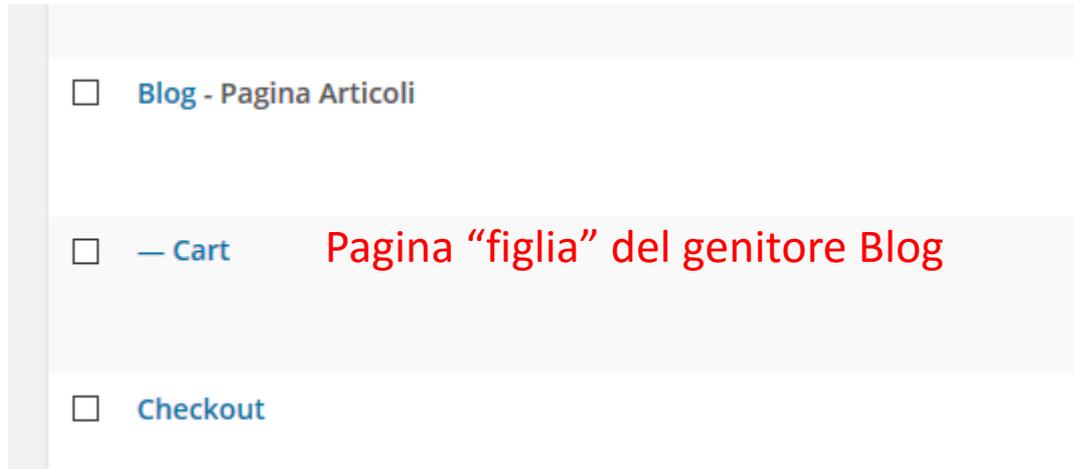
[Imposta l'immagine in evidenza](#)

a di Iruggeri il 5 ottobre 2015 alle 12:20



È possibile impostare un ordine di visualizzazione delle pagine nel menu di navigazione del sito pubblico. All'interno del modulo "**Attributi**" nell'area "**Ordinamento**" assegniamo a ogni pagina un numero progressivo; ad esempio la pagina in questione dovrà comparire per prima nel menu di navigazione: assegneremo dunque il numero 1.

La stessa procedura va seguita per le altre pagine create; se non viene assegnato nessun numero l'ordine delle pagine seguirà una **logica alfabetica**.

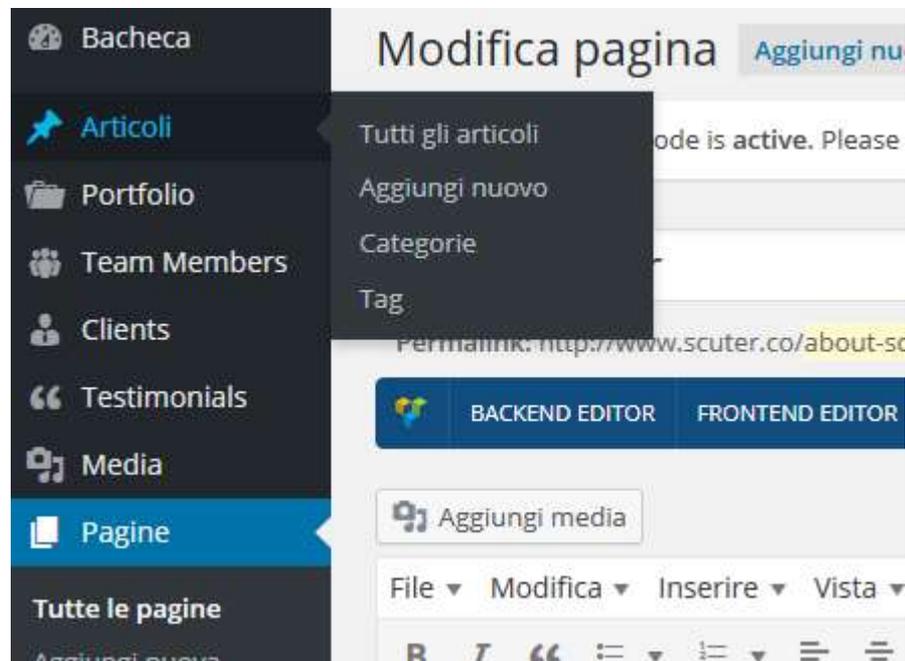


Gli articoli (o post) di WordPress sono dei contenuti con una connotazione temporale.

Si tratta di contenuti legati a una data, quella in cui scrivi, alla quale rimarranno legati nel bene e nel male.

Gli articoli sono il contenuto per eccellenza di un blog WordPress e vengono catalogati – quando necessario – tramite **categorie** e tag.

Gli articoli di un blog WordPress sono inoltre pensati per offrire la possibilità di commentare ai lettori – fermo restando che tu puoi anche decidere di disattivare i commenti – e di generare quindi una discussione.



Nome della Categoria

E' il nome della categoria. Cercate di evitare lunghe descrizioni, una o due parole saranno sufficienti e più immediate nella lettura

Categoria Genitore

Se state creando una sottocategoria, potete così definire a quale categoria superiore collegarla. Descrizione Campo opzionale ma molto utile, specialmente se il vostro sito ha una contribuzione multipla. Usate questo spazio per spiegare in modo chiaro e conciso lo scopo della categoria

Bacheca

Articoli

Tutti gli articoli
Aggiungi nuovo

Categorie

Tag

Portfolio

Team Members

Clients

Testimonials

Media

Pagine

Commenti

C F 7

WooCommerce

Prodotti

Aspetto

Plugin

Utenti

Strumenti

Compositore Visivo

Categorie

The Maintenance Mode is active. Please don't forget to [deactivate](#) as soon as you are done.

Aggiungi una nuova categoria

Nome:
tutela del territorio
il nome come appare sul sito.

Slug:

"Slug" è la versione "amichevole" della URL del nome. È solitamente tutta in minuscolo e contiene solo lettere, numeri e trattini.

Genitore:
Nessuna

*Le categorie, a differenza dei tag, possono avere una gerarchia. Si può avere la categoria **padre** e sotto questa delle categorie **figlie** per **Reblog** e **Big Band**. Tutto completamente opzionale.*

Descrizione:

La descrizione di base non è importante, tuttavia alcuni temi possono visualizzarla.

Azioni di Gruppo Nome Journal

Senza categoria

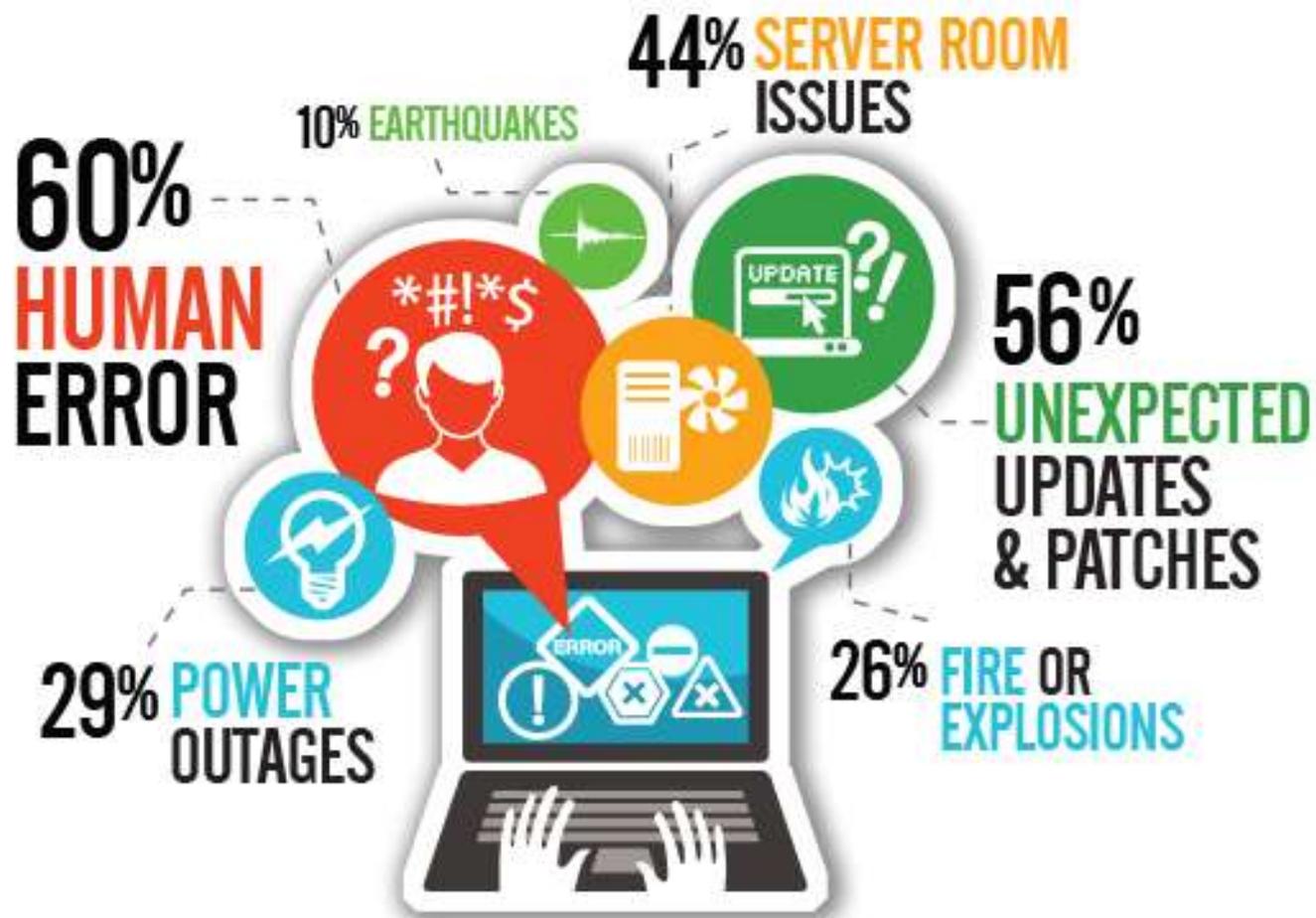
Uncategorized

Nome

Azioni di Gruppo

Nota:
cancellando una categoria non si cancellano gli articoli.
Le categorie possono venire selettivamente con





JUST
Google It!

Esiste sempre qualcuno che ha avuto un problema simile al tuo... e lo ha risolto!





www.corsopraticowp.it

www.facebook.com/corsopraticowp



Scegliere il Nome del dominio:

- sia facile da memorizzare
- sia facilmente comprensibile quando viene pronunciato
- sia attinente al tema del sito
- originale e disponibile



Quindi:

- Niente caratteri speciali (ad esempio i trattini «-»)
- Niente termini stranieri o dalla pronuncia dubbia
- Ok al nome del professionista, ma che si capisca il servizio:
- attività + nome azienda/professionista
- tema del sito + nome azienda/professionista
- attività + nome azienda/professionista + città/regione
- tema del sito + nome azienda/professionista + città/regione

Top 7 worst website names

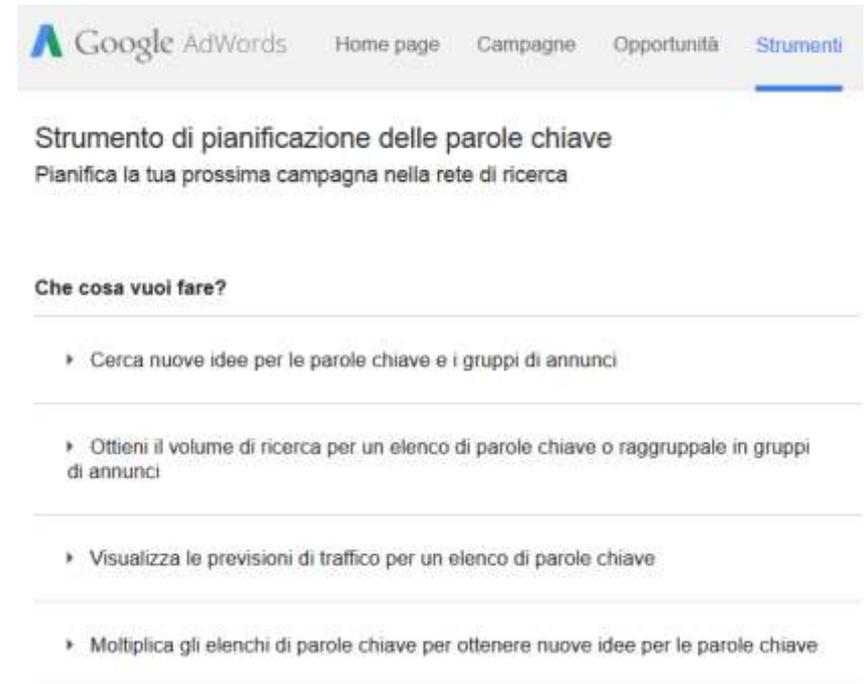
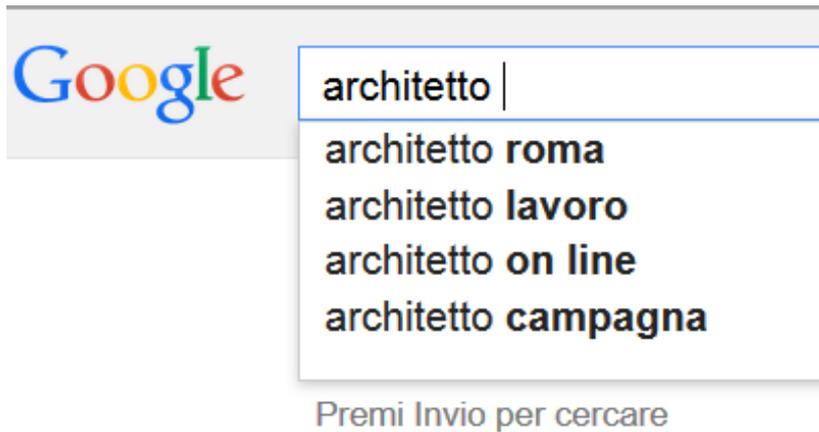
All SFW to enter

1. **Whorepresents.com**
(Who Represents)
2. **Expertsexchange.com**
(Experts Exchange)
3. **Penisland.net**
(Pen Island)
4. **Therapistfinder.com**
(Therapist Finder)
5. **Molestationnursery.com**
(Mole Station Nursery)
6. **Speedofart.com**
(Speed of Art)
7. **Cummingfirst.com**
(A website to "Cummings Methodist Church")



Scelta del nome:

- Ricerca su Web in base ai suggerimenti automatici di Google
- Strumento di ricerca parole chiave Google AdWords



Verificare la disponibilità del dominio:

- whois.domaintools.com
- <https://instantdomainsearch.com/>
- Solitamente le aziende che forniscono Hosting e Domini hanno il loro motore di ricerca

INSTANT DOMAIN SEARCH

About FAQ Articles

inglucaruggeri Buy \$0.99

inglucaruggeri.com Buy \$0.99

Popular TLDs	Suggestions	For Sale
.com Buy \$0.99	bringlukavery.com Buy \$0.99	joyasrugerri.com Buy \$799
.net Buy \$9.99	tobringlukavery.com Buy \$0.99	enricoruggeri.com Buy \$2,500

Italiano home | webmail | rinnovi | pagamenti | affiliazione

aroba.it
HOSTING E DOMINI

Scegli Domini | Scegli Terzi Livelli | Riepilogo | Contratti | Step Aggiuntivi | Login / Iscrizione | Dati Int. | Dati

Seleziona i Domini che desideri acquistare

Puoi selezionare uno o più domini tra quelli disponibili. In alternativa puoi scegliere un dominio tra quelli suggeriti nuovo

lucaruggeri.it	Non Disponibile
I domini .eu, .info sono in promozione fino al 30 Aprile 2015. Approfittane!	
lucaruggeri.eu	Disponibile da € 0,99
lucaruggeri.info	Non Disponibile



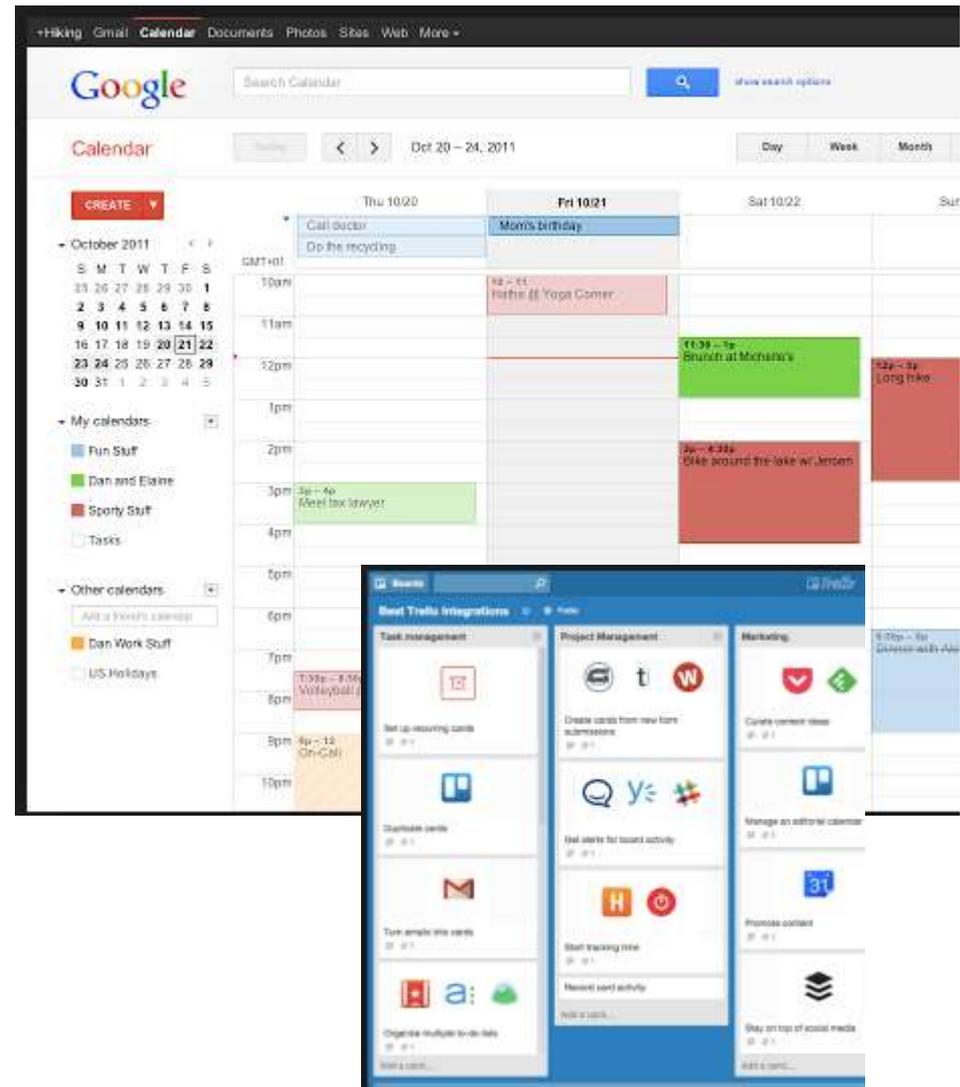
Abbiamo il nostro dominio, ora è il momento di creare e popolare il blog



- A chi ci rivolgiamo
- Come si informano oggi i nostri utenti
- Dove sono gli utenti (su quale canale di comunicazione)



- Scrivere con regolarità
- Creare un'abitudine negli utenti
- Strumenti:
 - Calendar,
 - Trello,
 - tool di Project Management



- Aumentare i LEAD
- Convertire i LEAD
- AUTOREVOLEZZA
- REPUTAZIONE
- Servizio ai propri utenti

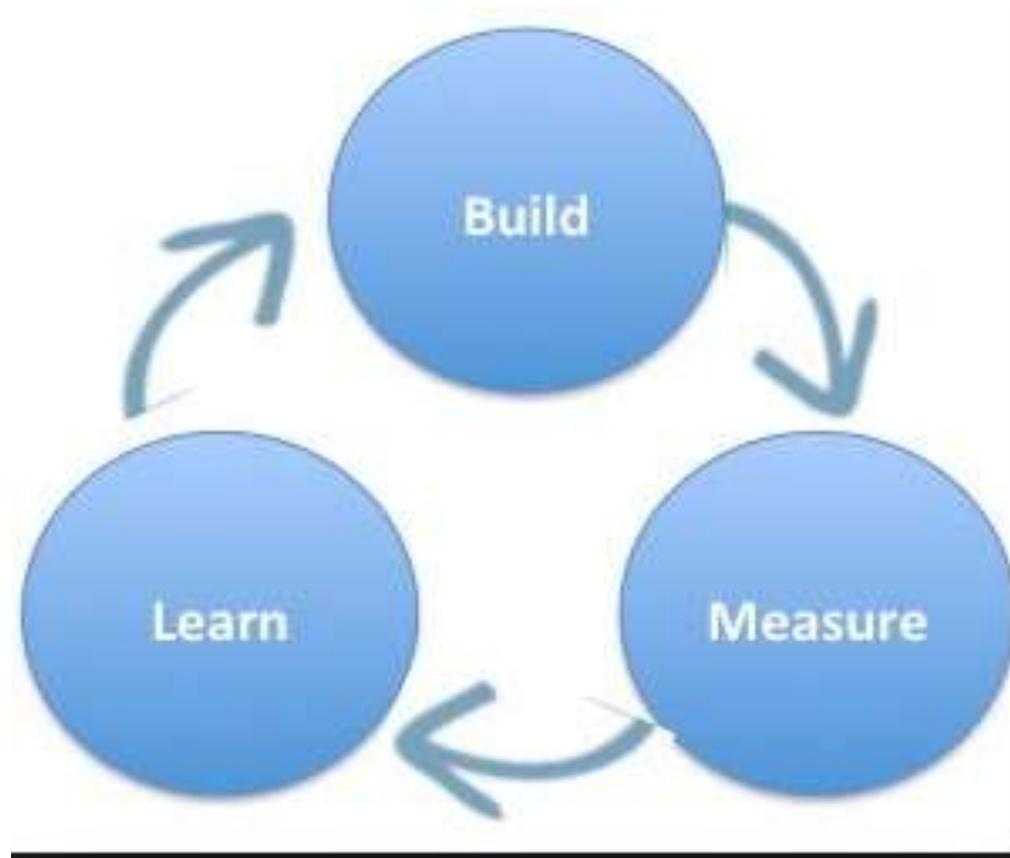


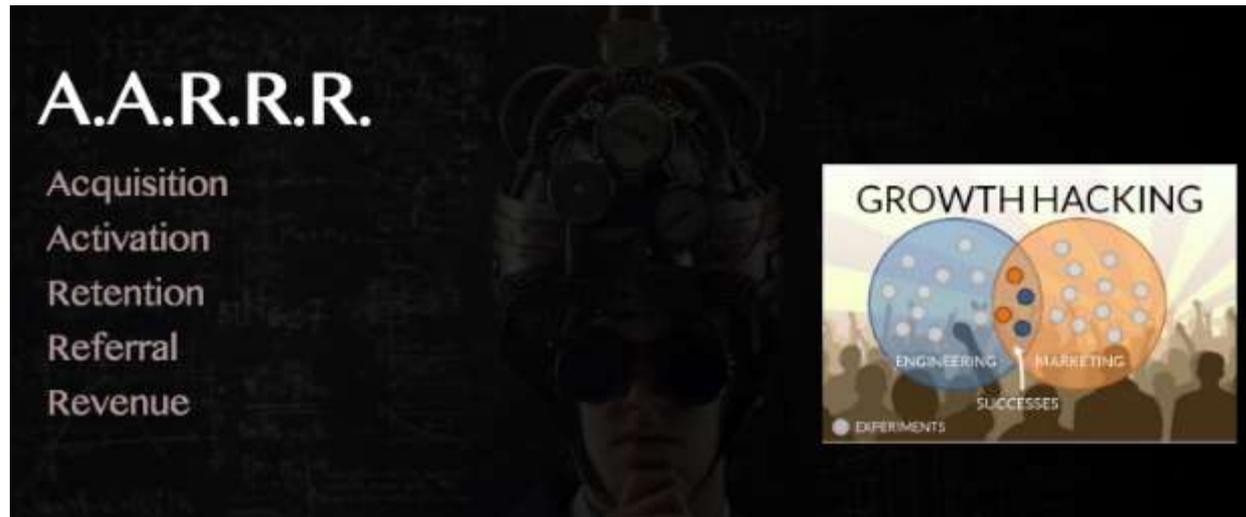
- News online
- Altri professionisti
- Facebook e social network
- Feed RSS
- Flipboard, Google Alert



Content / Channel		Mese 1			
		Week 1	Week 2	Week 3	Week 4
Facebook	Comunicazione di prodotto	Gamma prodotto 1	Gamma prodotto 2	Campagna saldi 1	Campagna saldi 2
	Questions	Problemi del sonno	Dimmi quante ore dormi e ti dirò chi sei.	Scopri il materasso adatto a te.	
	Storytelling	Come ti svegli al mattino?		Raccontaci i tuoi sogni.	
Twitter	Comunicazione di prodotto	Gamma prodotto 1	Gamma prodotto 2	Campagna saldi 1	Campagna saldi 2
	Interazione diretta	Problemi di sonno? È il momento #perdormire			
	Storytelling	Le regole del benessere: Ogni giorno Per dormire ti regala una nuova regola del benessere			







AARRR è una metrica codificata da [Dave McClure](#), uno dei principali Influencer e ideatori del Growth Hacking, che propone questa metrica per facilitare una startup nella sua ricerca del Marketing Fit, e nel percorso di crescita che porterà al compimento gli obiettivi.



Acquisition: l'acquisizione, quindi portare gli utenti su di un sito da diversi canali.

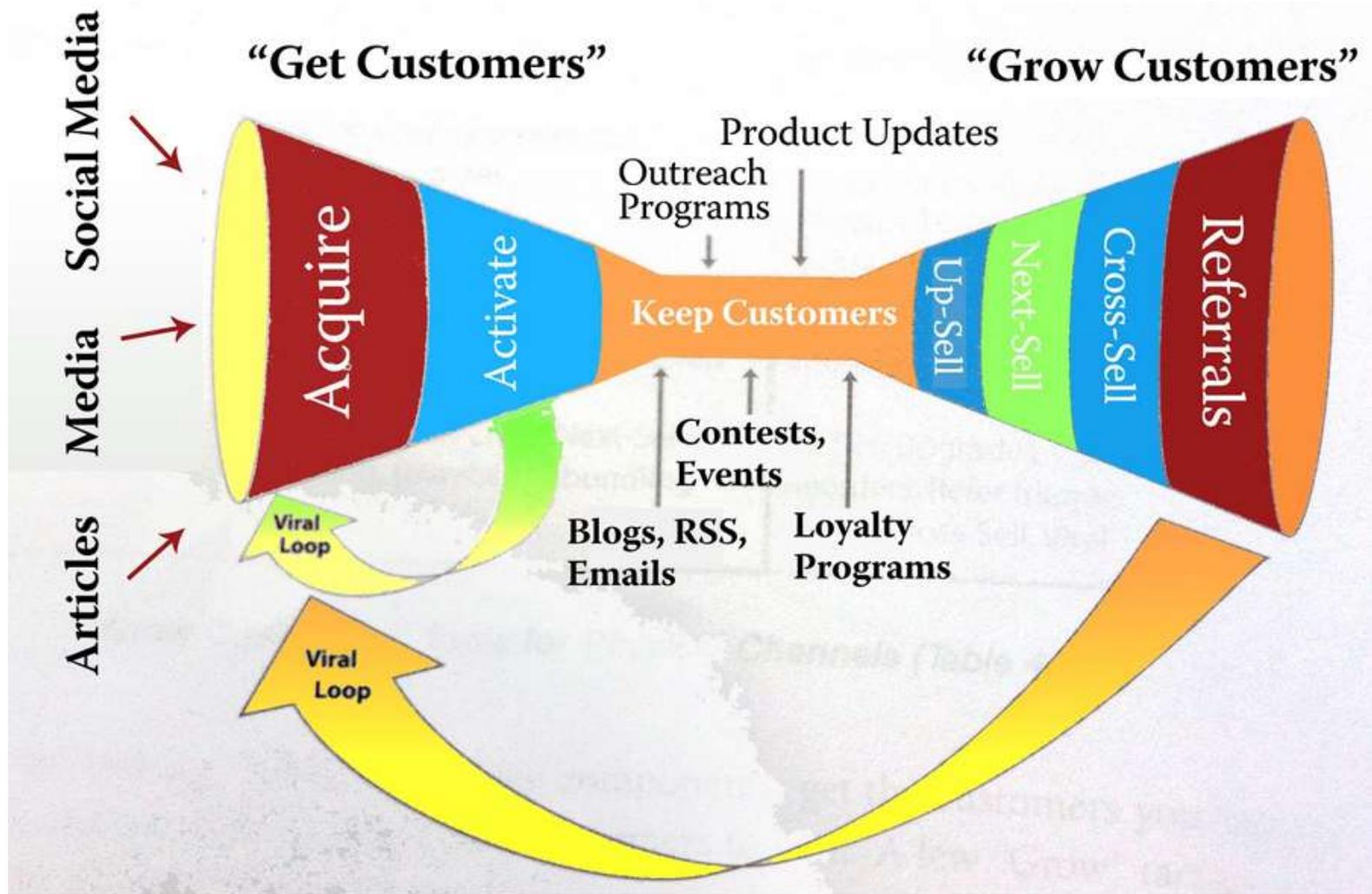
Activation: l'utente effettua la sua prima visita sul sito. Importante generare una esperienza utente che sia il più possibile soddisfacente e felice.

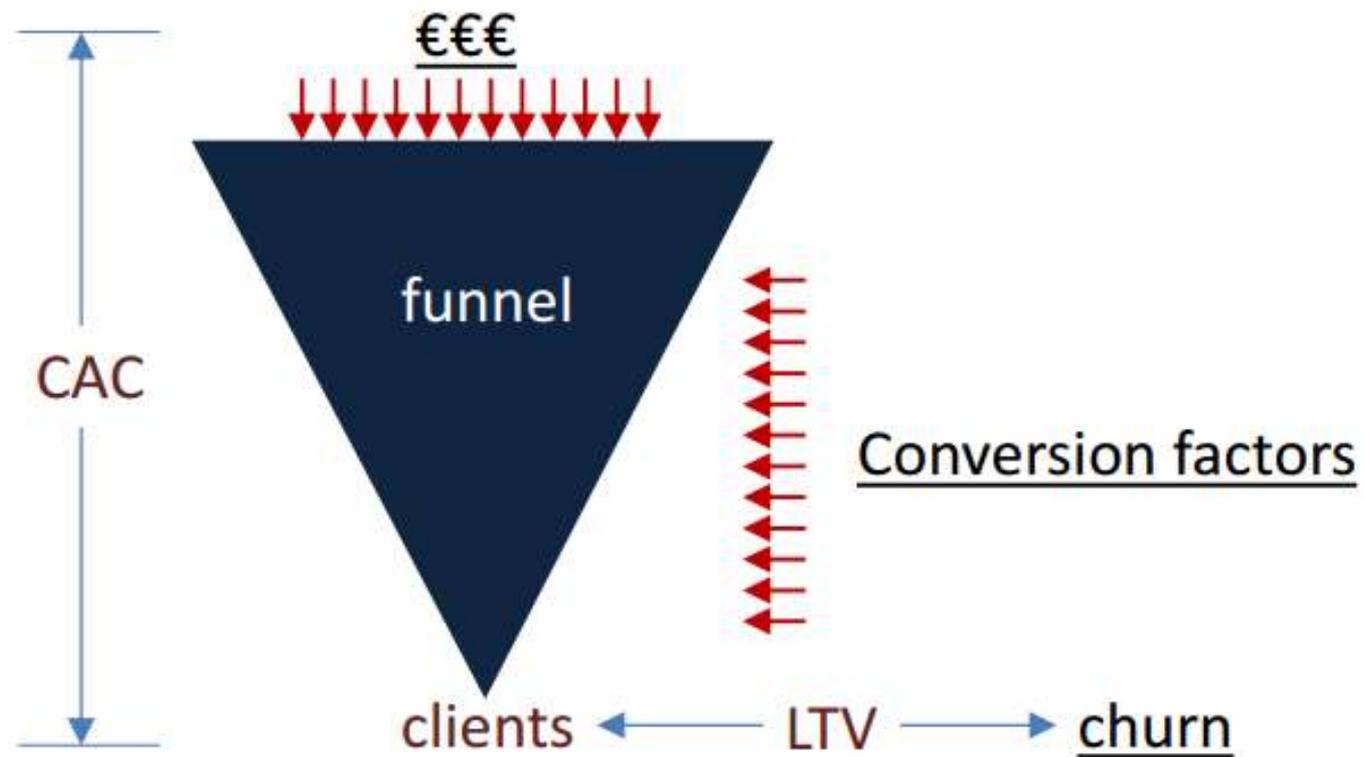
Retention: gli utenti che ritornano, come aumentare la percentuale di ritorno, e come trattarli al meglio quando tornano.

Referral: quando gli utenti cui piace il prodotto decidono di consigliarlo ad altri, magari anche in cambio di un compenso di qualche tipo.

Revenue: la parte finale della metrica, da misurare, e usare per iterare sui cinque aspetti, l'utente genera monetizzazione.







LTV >> CAC → OK ci siamo!



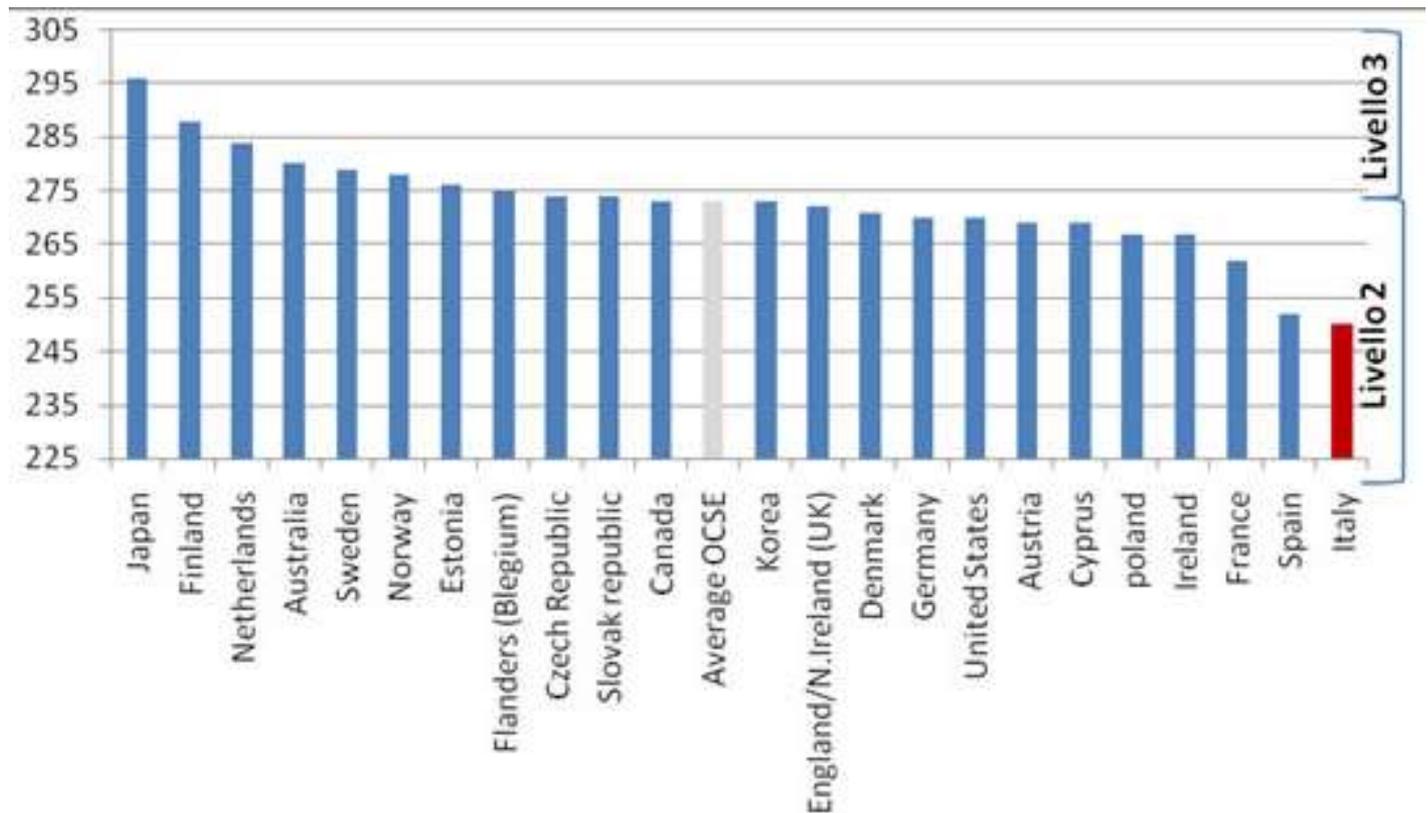


<https://www.youtube.com/watch?v=cUreAfkuRz8>

- Linguaggio diretto e colloquiale
- La scrittura online è diversa dalla carta



- Frasi brevi e semplici: lettura in mobilità
- Logica ferrea, scaletta, organizzazione del post: aiutiamo a capire!



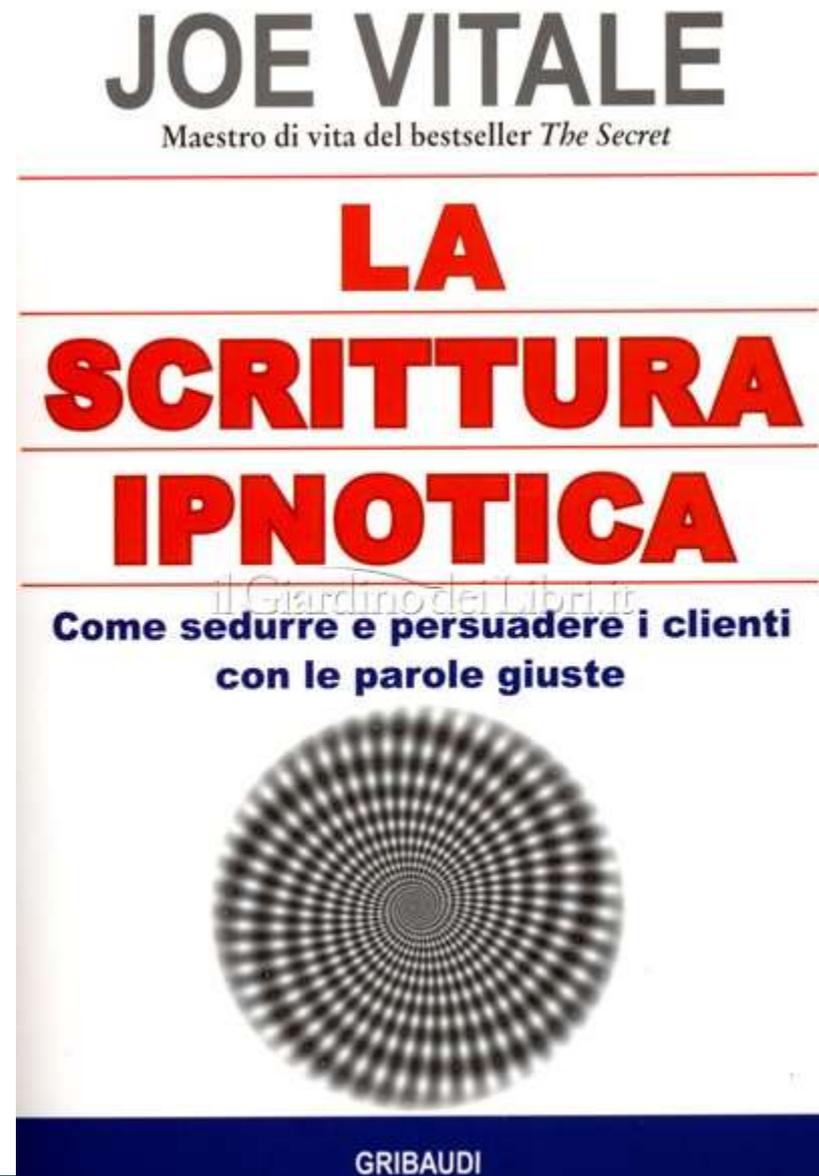
Learn About Anchor Text!



- Usare i link nel testo per approfondire
- Anchor Text: link parlanti (NO «leggi qui»)
- Titolo entro i 60 caratteri per la Serp di Google



- Attraente, scorrevole, virale
- Parole «Magiche»: semplice, miracolo, magico, sorprendente, gratis, innovativo, sensazionale, veloce, sfida, vantaggio, regalo, cerchiamo, dono, avventura, scoperta, etc...



Raccontate una storia: colpisce e resta impressa!





- Spiegare è meglio di imporre: il marketing migliore è il c.d. «infomarketing»: spiegando concetti o procedure complesse, si guadagna autorevolezza e chi ci legge si fida e ci riconosce la competenza





OUTBOUND (Interruption)



Cold Calling
Cold Emails (SPAM)
Interruptive Ads
Marketer - Centric



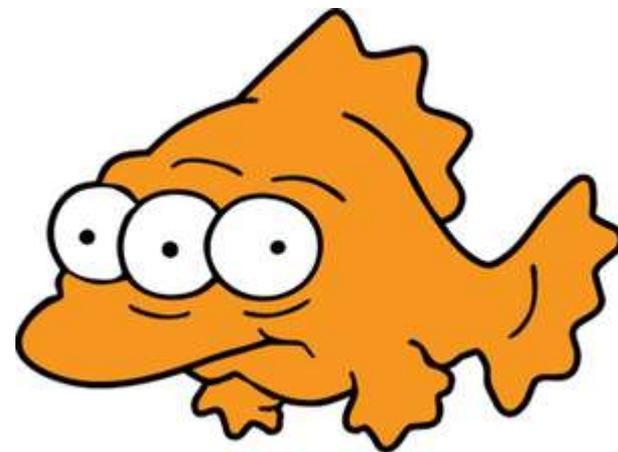
INBOUND (Permission)



SEO
Blogging
Attraction
Customer - Centric

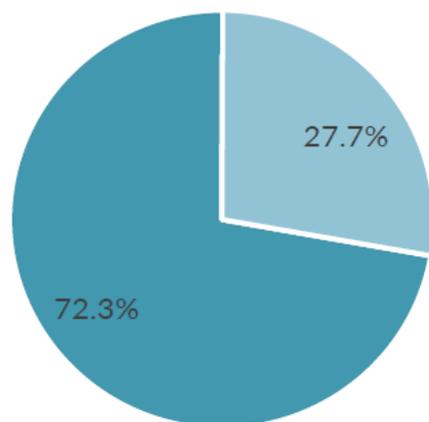


- Rileggere il testo al contrario prima della pubblicazione (dx-sx; basso-alto)
- Leggerlo il giorno dopo
- Farlo leggere ad un'altra persona



L'analisi dei siti web: i siti non funzionanti

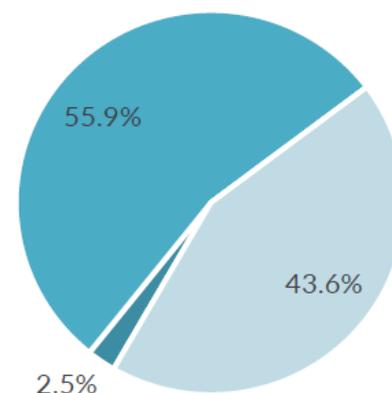
Come anticipato, sul totale delle 5143 imprese iscritte nel registro al 31 dicembre 2015, 2998 (il 58,3%) hanno indicato di avere un sito web. Di queste, solo 2167 (il 72,3%) risultano **funzionanti** a marzo 2016.



■ Siti web funzionanti ■ Siti web non funzionanti

I 831 siti web che abbiamo valutato come **non funzionanti** si possono classificare in tre categorie:

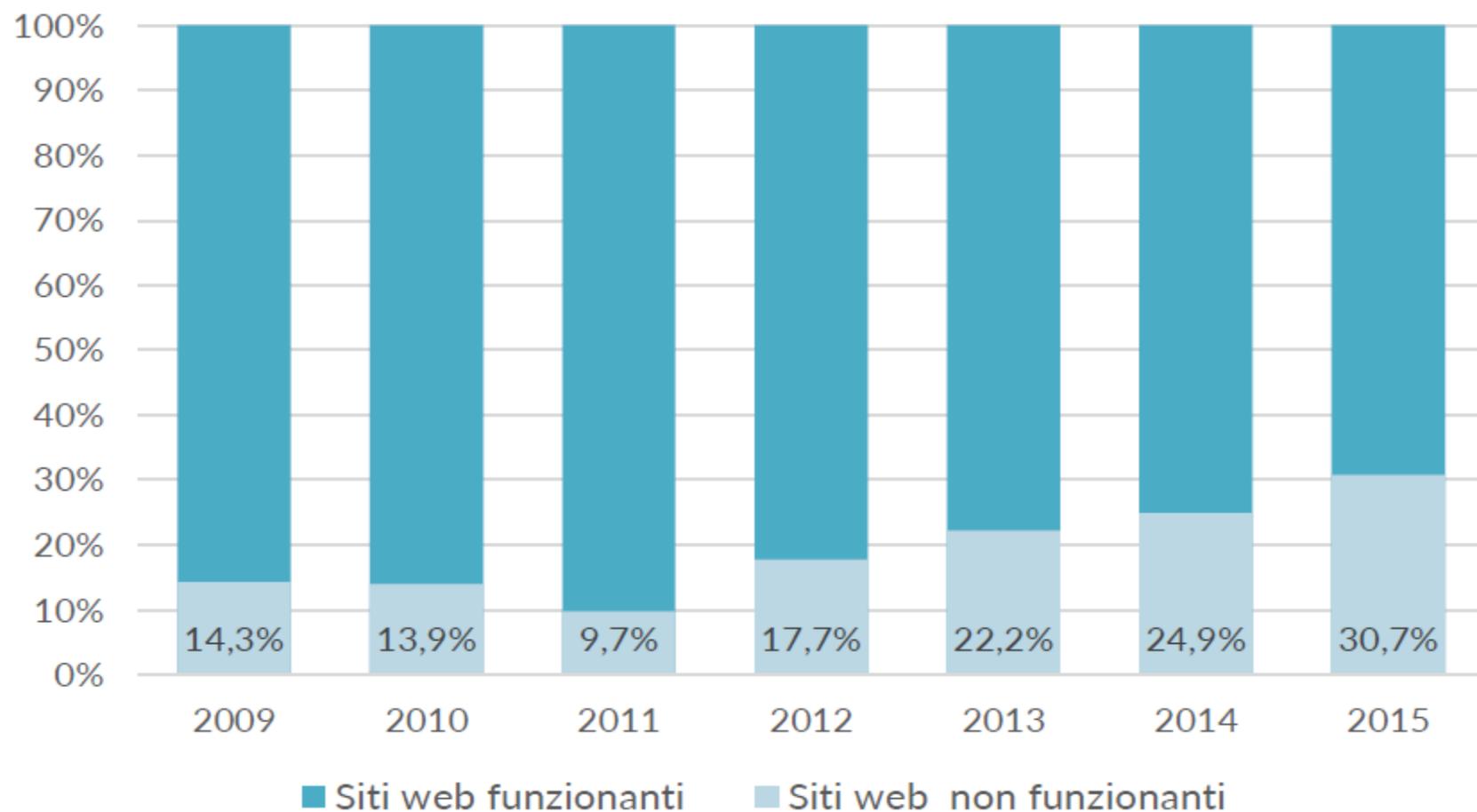
- sito web non accessibile (es. per un errore interno o un timeout del server), il 41,6% dei non funzionanti;
- dominio scaduto o in vendita, il 2,5% dei non funzionanti
- sito web in costruzione: il 55,9% dei casi.



■ In costruzione ■ Dominio in vendita ■ Non accessibile

Instilla SEO Report 2016

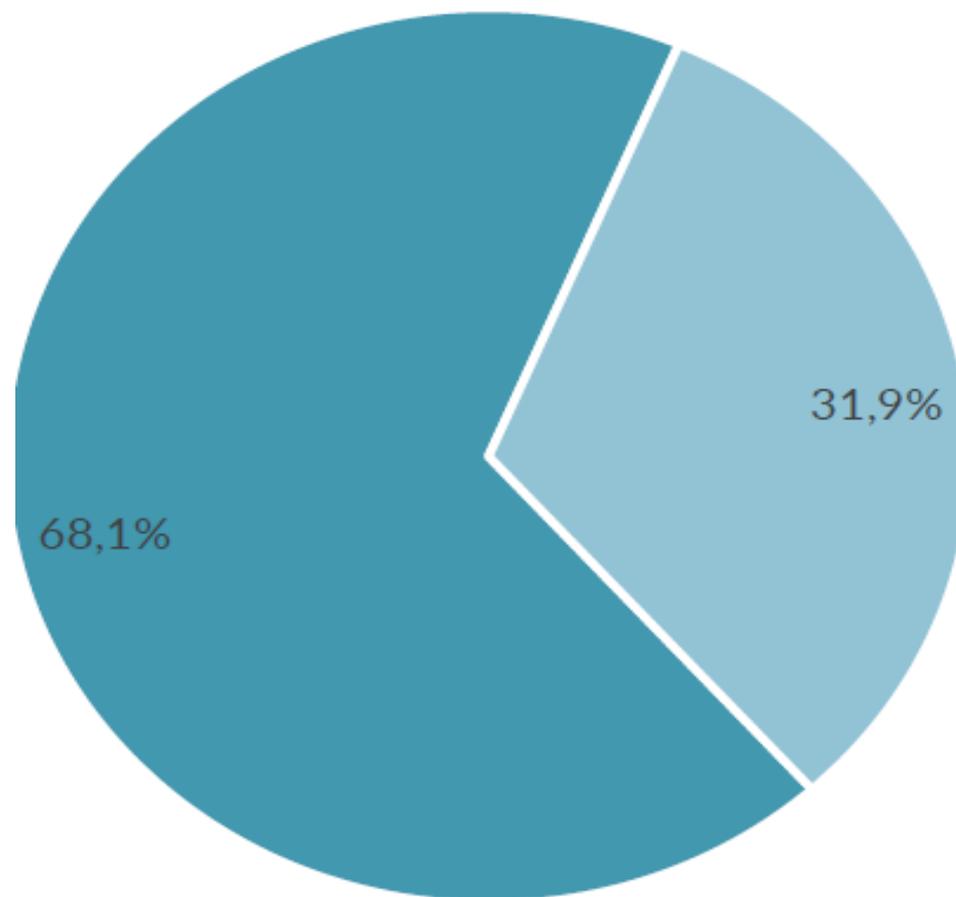




Rielaborazione di Instilla su dati Camera di commercio

Instilla SEO Report 2016

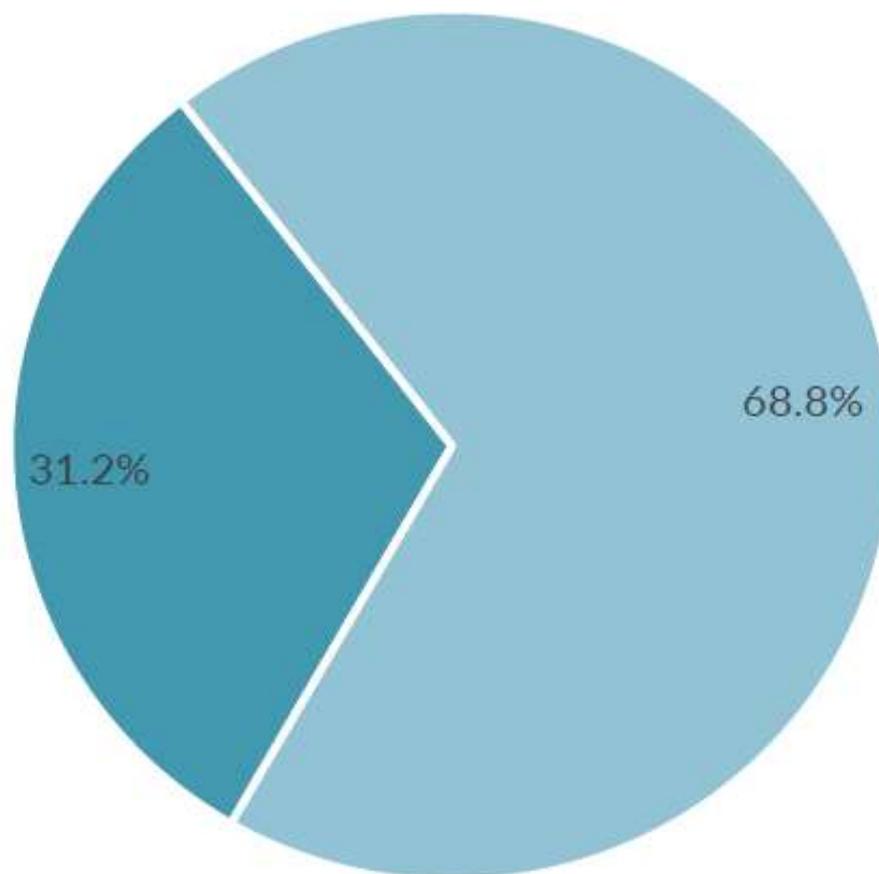




■ Sito responsive ■ Sito non responsive

Instilla SEO Report 2016





▪ Page Speed sufficiente

▪ Page Speed non sufficiente

Instilla SEO Report 2016



Tot startup

Totale siti dichiarati

58,2%

Totale siti funzionanti

42,1%

Totale siti *responsive*

28,7%

Totale siti con Page Speed sufficiente

8,9%

Instilla SEO Report 2016



Capita la teoria, verifichiamo!

- <https://gtmetrix.com>
- <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights>
- <https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly>
- <http://www.seoptimer.com/>



STORIA

La cookie law è una nuova normativa di derivazione europea che l'Italia ha recepito e che è entrata in vigore il 2 giugno 2015

In breve, con l'entrata in vigore della cookie law, **dal 2 giugno 2015 non è più possibile installare cookie prima di:**

- Aver predisposto e mostrato all'utente una cookie policy
- Aver predisposto e mostrato all'utente un banner informativo
- Aver richiesto il consenso agli utenti



COSA SONO I COOKIES

Cookie Tecnici

- Di sessione → cancellati automaticamente alla chiusura del browser
- Persistenti → hanno una data di scadenza

Cookie Analytics

Assimilabili ai cookie “tecnici” solo se utilizzati dal proprietario del sito e **in forma aggregata**

Cookie di Profilazione

Utilizzati per tracciare la navigazione dell’utente e creare profili sui suoi gusti, abitudini, etc.

Utilizzati per re-marketing e re-targeting.



IMPORTANTE: per una corretta interpretazione degli adempimenti previsti, si raccomanda la consultazione del **Provvedimento del Garante dell'8 maggio 2014** e del «**Chiarimenti in merito all'attuazione della normativa in materia di cookie**». I documenti sono disponibili su www.garanteprivacy.it/cookie

Segnarli nell'informativa

Art. 2, par. 5, Direttiva 2009/136/CE e art. 122, comma 1, Codice privacy

Inserire il banner e richiedere il consenso ai visitatori

Art. 2, par. 5, Direttiva 2009/136/CE e art. 122, comma 1, Codice privacy

Notificare al Garante

Art. 37, comma 1, lett. d), Codice privacy

CHE TIPO DI COOKIE INSTALLI??

LEGENDA: ✓ adempimento previsto ✗ adempimento non previsto



Nessun cookie



Tecnici o analitici prima parte



Analitici terze parti
(se sono adottati strumenti che riducono il potere identificativo dei cookie e la terza parte non incrocia le informazioni raccolte con altre di cui già dispone) – vedi punto 2 dei «Chiarimenti in merito all'attuazione della normativa in materia di cookie»



Analitici terze parti
(se **NON** sono adottati strumenti che riducono il potere identificativo dei cookie e la terza parte non incrocia le informazioni raccolte con altre di cui già dispone) – vedi punto 2 dei «Chiarimenti in merito all'attuazione della normativa in materia di cookie»



Di profilazione prima parte



Di profilazione terze parti



La notificazione è a carico del soggetto terza parte che svolge l'attività di profilazione

<http://www.garanteprivacy.it/cookie>



IN PARTICOLARE EVIDENZA

- I siti che non utilizzano cookie non sono soggetti ad alcun obbligo
- Per l'utilizzo di cookie tecnici è richiesta la sola informativa (ad esempio nella privacy policy del sito). Non è necessario realizzare specifici banner.
- I cookie analitici sono assimilati a quelli tecnici solo quando realizzati e utilizzati direttamente dal sito prima parte per migliorarne la fruibilità.
- Se i cookie analitici sono messi a disposizione da terze parti i titolari non sono soggetti ad obblighi (notificazione al Garante in primis) qualora:
 - A) siano adottati strumenti che riducono il potere identificativo dei cookie (ad esempio tramite il mascheramento di porzioni significative dell'IP);
 - B) la terza parte si impegna a non incrociare le informazioni contenute nei cookies con altre di cui già dispone.



Se sul sito ci sono link a siti terze parti (es. banner pubblicitari; collegamenti a social network) che non richiedono l'installazione di cookie di profilazione non c'è bisogno di informativa e consenso.

- Nell'informativa estesa il consenso all'uso di cookie di profilazione potrà essere richiesto per categorie (es. viaggi, sport).
- È possibile effettuare una sola notificazione per tutti i diversi siti web che vengono gestiti nell'ambito dello stesso dominio.
- Gli obblighi si applicano a tutti i siti che installano cookie sui terminali degli utenti, a prescindere dalla presenza di una sede in Italia.



PER INFORMAZIONI UFFICIALI, APPROFONDIMENTI E PER LA CORRETTA INTERPRETAZIONE DEGLI ADEMPIMENTI, si raccomanda la consultazione del sito ufficiale del garante

<http://www.garanteprivacy.it/cookie>

e in caso di dubbi la consultazione di un legale.
Le multe sono salate!!

- Da € 6.000 a € 36.0000 per omessa informativa o informativa non idonea.
- Da € 10.000 a € 120.0000 per installazione di cookie senza il consenso degli utenti (mancanza del banner).
- Da € 20.000 a € 120.0000 per omessa o incompleta notificazione al Garante (nel caso si utilizzino cookie di profilazione)



Per l'implementazione di una soluzione “economica”



<http://iubenda.refr.cc/F7KTPVN>

Oppure line guida Google, da seguire a mano però:

<https://www.cookiechoices.org/>



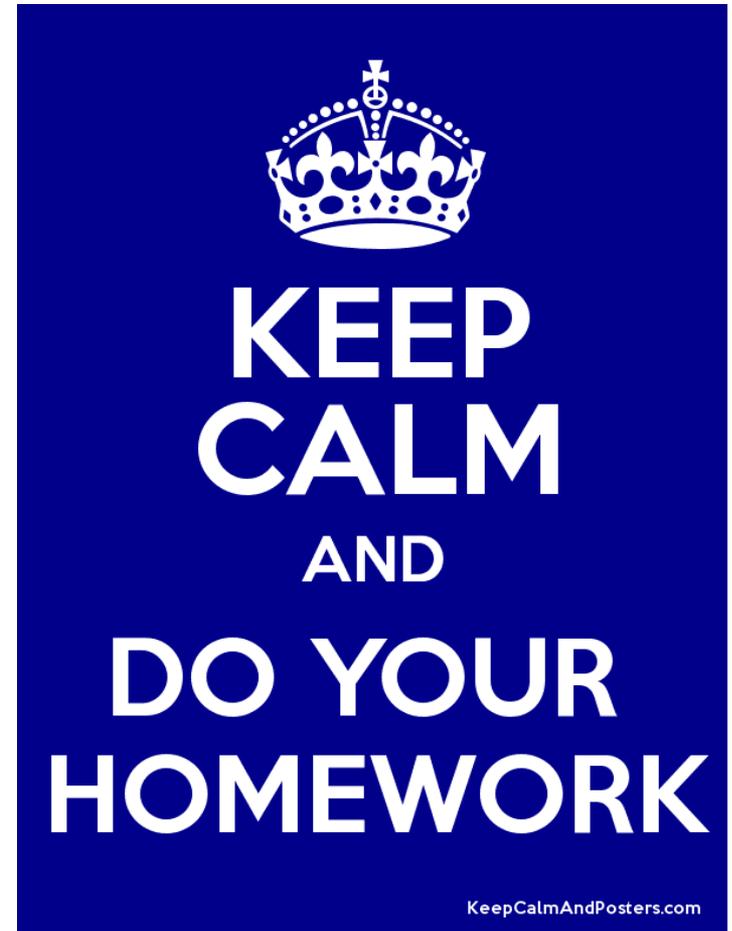
JUST
Google It!

Esiste sempre qualcuno che ha avuto un problema simile al tuo... e lo ha risolto!



Vedremo come:

1. Acquistare il dominio
2. Installare Wordpress
3. Fare le prime configurazioni iniziali
4. Cercare il tema più adatto
5. Come pubblicare articoli e pagine
6. Installazione dei principali plugin:
Contact Form, Sicurezza, etc.
7. Backup e Disaster recovery





Avere un'identità digitale solida e curata è di fondamentale importanza per chiunque. Al giorno d'oggi, prescindere da quale sia il canale preferenziale utilizzato per trovare clienti e proporre i propri servizi, chi non abbia su internet un sito web attraente ha minori probabilità di farsi conoscere e divulgare la propria offerta.

Pensiamo ad un caso tipico: un nostro cliente, soddisfatto per una prestazione resa, ci segnala ad un suo conoscente che, non avendoci

www.corsopraticowp.it

www.facebook.com/corsopraticowp

