GIORNO
UNO

GUIDA PRATICA / 10 MINUTI

Sette controlli per rimettere in sesto il tuo sito.

Una verifica veloce e concreta per capire che cosa è chiaro, che cosa rallenta la decisione e che cosa puoi correggere oggi, senza toccare il codice.

Giorno Uno è un progetto di NDR Visual Studio

GIORNO
UNO

Non serve rifare tutto. Serve vedere bene.

Apri il tuo sito sul telefono e passa attraverso i sette controlli nell'ordine. Per ciascuno assegna un punteggio e scrivi una sola correzione concreta. Dieci minuti bastano per capire dove intervenire per primo.

0

Non funziona

Il punto manca, non è chiaro oppure non porta a un'azione reale.

1

Da sistemare

La base esiste, ma richiede sforzo o lascia una domanda aperta.

2

Funziona

Il messaggio è chiaro, verificabile e semplice anche da telefono.

Una regola importante

Valuta il sito che esiste oggi. Non dare punti a funzioni che vorresti aggiungere, testi ancora da scrivere o prove che arriveranno in futuro. Se non è visibile e funzionante, per il cliente non esiste.

Alla fine usa la scheda riepilogativa per scegliere le tre correzioni con il maggiore impatto. Non iniziare da colori e dettagli: prima chiarezza, contatto e fiducia.

GIORNO
UNO

01

La prima schermata dice subito la cosa giusta?

Una persona deve capire in pochi secondi chi sei, che cosa offri, per chi e che cosa deve fare dopo. Il logo da solo non basta e una frase suggestiva senza oggetto non orienta.

Prova adesso

Apri la home sul telefono, copri il resto della pagina e guarda solo la prima schermata per dieci secondi. Poi prova a dire ad alta voce: chi siete, cosa vendete, a chi serve, dove operate.

Quattro domande

- ☐ Il nome dell'attività è leggibile e riconoscibile?
- ☐ La frase principale descrive un risultato concreto?
- ☐ È chiaro a chi è rivolto il servizio o il prodotto?
- ☐ C'è un'azione evidente: contattare, prenotare, acquistare o chiedere informazioni?

Se non funziona

Scrivi una frase con questa struttura: cosa fai + per chi + risultato. Aggiungi un solo pulsante coerente. Rimanda il racconto lungo più in basso.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

02

Il contatto si trova senza cercarlo?

Il sito può essere bellissimo e perdere clienti per un passaggio di troppo. Contatto, richiesta o prenotazione devono essere visibili quando nasce la decisione, soprattutto da telefono.

Prova adesso

Chiedi a una persona che non conosce il sito di contattarti senza darle istruzioni. Cronometra il tempo e osserva dove esita.

Quattro domande

- ☐ Il pulsante principale usa un verbo chiaro?
- ☐ Email, telefono o modulo funzionano davvero?
- ☐ Il contatto e raggiungibile dalla home e dal menu?
- ☐ Il modulo chiede solo le informazioni necessarie per rispondere?

Se non funziona

Scegli un'azione primaria e ripetila nei punti giusti. Riduci i campi. Prova ogni link dal telefono e invia una richiesta reale prima di pubblicare.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

03

Le pagine sono quelle che servono davvero?

Più pagine non significano più valore. Ogni pagina deve rispondere a una domanda reale o sostenere una decisione. Le sezioni vuote, ripetute o premature indeboliscono il sito.

Prova adesso

Scrivi accanto a ogni voce del menu la domanda a cui risponde. Se non riesci a formularla, la pagina probabilmente non serve ancora.

Quattro domande

- ☐ La home presenta l'offerta e porta al contatto?
- ☐ I servizi hanno perimetro, destinatario e prossimo passo?
- ☐ La pagina Chi siamo aggiunge fiducia invece di ripetere la home?
- ☐ Sezioni senza prove reali, come portfolio o testimonianze, sono nascoste finche non esistono?

Se non funziona

Per il lancio bastano spesso home, servizi e contatti. Pubblica meno, ma completo. Conserva le sezioni future nel progetto e attivale quando hai contenuti veri.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

04

Il sito dimostra quello che promette?

La fiducia nasce da dettagli verificabili: nomi, luoghi, processi, condizioni, esempi e limiti. Frasi assolute, numeri non spiegati e testimonianze generiche producono l'effetto opposto.

Prova adesso

Evidenzia tutte le affermazioni che chiedono fiducia. Per ciascuna domanda: quale prova vede il cliente proprio qui?

Quattro domande

- ☐ Nome, sede o area servita sono chiari?
- ☐ Prezzi, tempi e cosa e incluso sono comprensibili?
- ☐ Le testimonianze sono reali e attribuibili?
- ☐ Privacy, cookie e condizioni corrispondono agli strumenti usati davvero?

Se non funziona

Sostituisci gli aggettivi con fatti. Se una prova non esiste ancora, togli la promessa o descrivi con precisione il processo che userai.

Direzione visiva e posizionamento

Guarda colori, caratteri, immagini, composizione e tono. Rispecchiano ancora il brand che vuoi costruire e il posizionamento che vuoi occupare, oppure raccontano una versione passata, generica o più economica della tua attività? Scrivi tre aggettivi che il sito comunica oggi e tre che dovrebbe comunicare. Se la distanza è evidente, non basta cambiare qualche colore: può servire riallineare identità visiva e landing come un unico sistema.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

05

Sul telefono è ancora semplice?

Il mobile non è la versione piccola del desktop. Ha meno spazio, meno pazienza e più possibilità di errore. La gerarchia deve diventare più netta, non più compressa.

Prova adesso

Controlla la pagina con una sola mano, senza zoom. Scorri, apri il menu, compila il modulo e premi ogni pulsante importante.

Quattro domande

- ☐ Il testo principale e leggibile senza zoom?
- ☐ Pulsanti e campi sono facili da toccare?
- ☐ Niente esce dallo schermo o si sovrappone alla navigazione?
- ☐ Le informazioni secondarie restano chiaramente secondarie?

Se non funziona

Una colonna, spazi più generosi e priorità più nette. Riduci maiuscole, tracking e microtesti. Verifica almeno un telefono piccolo e uno grande.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

06

Il sito è veloce o mette attrito?

Ogni secondo, popup o passaggio non necessario chiede al visitatore di spendere attenzione. Le immagini troppo pesanti e le funzioni non ancora operative sono costi invisibili.

Prova adesso

Apri il sito in una finestra anonima usando la rete del telefono. Osserva cosa compare per primo e quanto passa prima di poter agire.

Quattro domande

- ☐ Il contenuto principale appare rapidamente?
- ☐ Le immagini sono compresse e nelle dimensioni corrette?
- ☐ Non ci sono funzioni simulate, pulsanti morti o messaggi fuorvianti?
- ☐ Banner e strumenti esterni compaiono solo quando servono davvero?

Se non funziona

Rimuovi cio che non funziona ancora. Comprimi le immagini, limita script e animazioni, e collega ogni pulsante a un'azione reale oppure nascondilo.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

07

Le parole aiutano a scegliere?

Un buon testo non suona importante: rende semplice una decisione. Dice che cosa succede, per chi, in quanto tempo, con quali limiti e quale passo viene dopo.

Prova adesso

Leggi soltanto titoli, sottotitoli e pulsanti. Senza i paragrafi, il percorso deve restare comprensibile.

Quattro domande

- ☐ I titoli dicono qualcosa di specifico?
- ☐ Ogni servizio descrive un risultato e un perimetro?
- ☐ I pulsanti anticipano cosa succede dopo il clic?
- ☐ Sono stati eliminati gergo, ripetizioni e promesse vaghe?

Se non funziona

Scrivi prima la versione letterale e chiara. Poi rendila più tua senza perdere il significato. Se una frase può appartenere a qualunque attività, va riscritta.

Punteggio di questo controllo: 0 / 1 / 2

GIORNO
UNO

Somma i sette punteggi.

Il totale non è una pagella estetica. Indica quanta fatica deve fare oggi una persona per capire, fidarsi e contattarti.

0-5

La base va chiarita

Parti dalla prima schermata, dall'offerta e dal contatto. Non aggiungere pagine prima di aver risolto questi tre punti.

6-10

Il sito funziona a metà

C'è già una direzione. Scegli le tre frizioni con il punteggio più basso e correggile una per volta.

11-14

La struttura è solida

Concentrati sulle prove, sui dettagli mobile e sui test reali. Ogni miglioramento deve rendere la decisione più semplice.

Il criterio per scegliere

Prima correggi cio che impedisce di capire o contattarti. Poi cio che indebolisce la fiducia. Solo dopo lavora su stile, animazioni e rifiniture.

GIORNO
UNO

La tua verifica in una pagina.

Segna il punteggio, poi scegli tre interventi. Una priorità scritta bene contiene sempre: cosa cambio, dove e quale risultato deve produrre.

CONTROLLO	0	1	2
1. La prima schermata dice subito la cosa giusta	☐	☐	☐
2. Il contatto si trova senza cercarlo	☐	☐	☐
3. Le pagine sono quelle che servono davvero	☐	☐	☐
4. Il sito dimostra quello che promette	☐	☐	☐
5. Sul telefono è ancora semplice	☐	☐	☐
6. Il sito è veloce o mette attrito	☐	☐	☐
7. Le parole aiutano a scegliere	☐	☐	☐

TOTALE: _____ / 14

Le tre priorità

01 _____

02 _____

03 _____

Data della prossima verifica: _____

GIORNO
UNO

SE HAI CAPITO COSA NON VA

Ora puoi decidere se correggerlo da sola o farlo in un giorno.

Giorno Uno progetta e pubblica landing, siti essenziali e identità visive in una giornata di lavoro dedicata. Prima della data definiamo insieme perimetro, contenuti e direzione: la giornata serve a chiudere, non ad aprire un cantiere.

giornouno.com

Questa guida è uno strumento di autovalutazione. Non sostituisce verifiche tecniche, legali, di accessibilità o di protezione dei dati quando il sito usa strumenti che le richiedono.