



Educazione al digitale tra passato
e futuro: costruire la Memoria
(degli Archivi) della Basilicata

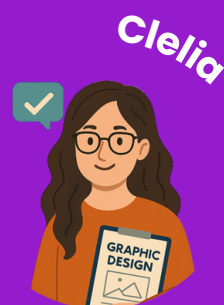
Project work SITO WEB TEAM RESTARTweb

12 aprile 2025





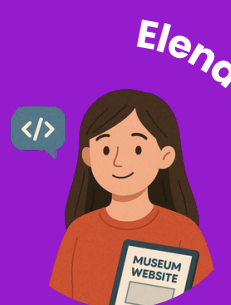
MEET THE TEAM



Clelia



Fabio



Elena

ART DIRECTOR



Pasquale



Rocco



Mario

FOTOGRAFI



Flavia



Francesca

RICERCA



Gianangelo



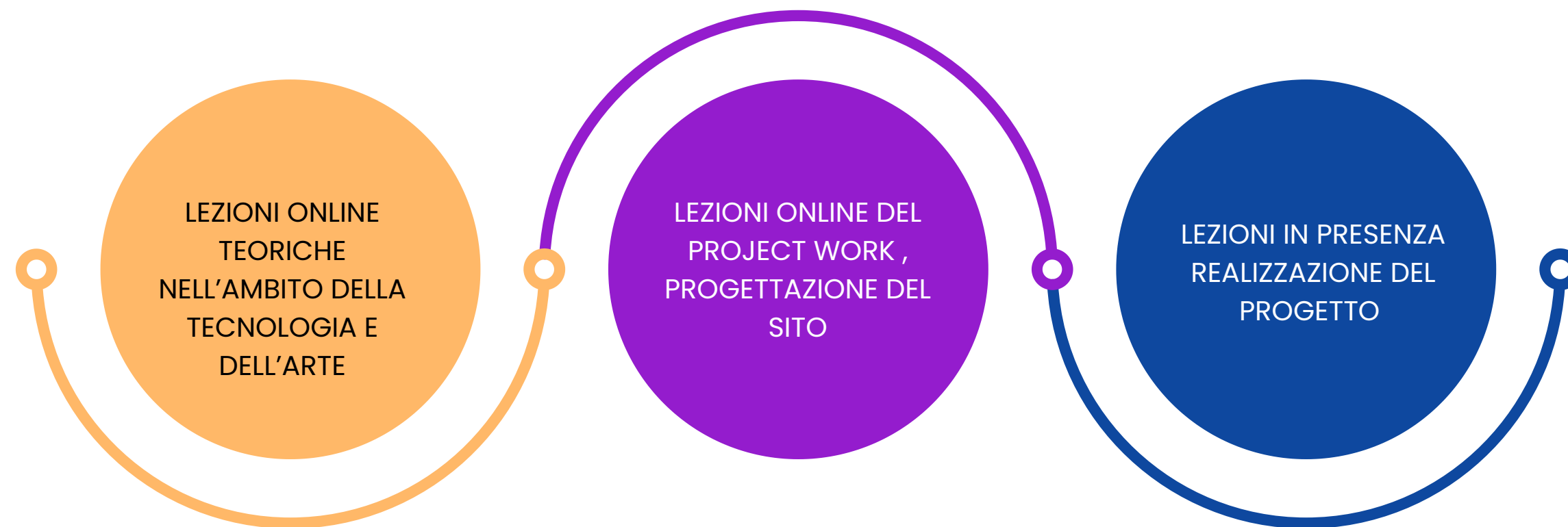
Lorenzo

CONTENT CREATOR



TIMELINE

Dalla pianificazione all'attuazione





OBBIETTIVI DEL PROJECT WORK

SVILUPPO DI UNA VISIONE STRATEGICA DEL DIGITALE PER LA VALORIZZAZIONE MUSEALE

- Capire come un sito web può essere uno strumento per aumentare la visibilità di un museo.
- Integrare il sito con altri strumenti digitali (social media, realtà aumentata, virtual tour).
- Pensare a una strategia di lungo termine per la gestione e l'aggiornamento dei contenuti.

USER EXPERIENCE

Progettare un sito con un'interfaccia intuitiva e user-friendly.
Garantire una navigazione semplice e accessibile per ogni tipo di utente.
Curare l'estetica per valorizzare il museo e attrarre visitatori online.

CONTENT MARKETING

Creare pagine e sezioni che rispondano alle esigenze del target di riferimento.
Mantenere un linguaggio adatto al pubblico del museo (adulti, studenti, turisti, esperti, ecc.).

CONTENT STRATEGY

Scrivere testi chiari, accattivanti e informativi.
Utilizzare immagini e video per arricchire l'esperienza dell'utente.
Strutturare i contenuti in modo da raccontare la storia del museo e coinvolgere il pubblico.

USO EFFICACE DELLE CALL TO ACTION

Incoraggiare gli utenti a compiere azioni specifiche (prenotare una visita, iscriversi a una newsletter, scaricare materiali, seguire i social).
Posizionare strategicamente pulsanti e link per favorire l'interazione.
Testare diverse tipologie di CTA per capire cosa funziona meglio.

BUSINESS CANVAS

TARGET

A CHI È UTILE IL SITO?
CHI SONO I SUOI UTENTI ATTUALI O POTENZIALI?

- TURISTI
- FAMIGLIE
- STUDENTI
- VIAGGIATORI
- TOUR OPERATOR
- SCUOLE
- COMUNITÀ LOCALI

BISOGNI

IN CHE MODO È UTILE IL SITO WEB?

- CERCARE INFORMAZIONI SU COME ARRIVARE AL MUSEO
- CERCARE ARTICOLI SUGLI OGGETTI CONTENUTI PER RICERCA
- CONOSCERE I PREZZI O PRENOTARE, CONOSCERE GLI ORARI DI APERTURA E LE OFFERTE
- CERCARE CONTATTI PER CONTATTARE IL MUSEO
- ESSERE AGGIORNATI SU ATTIVITÀ, LABORATORI PER FAMIGLIE,
- GIFT/BOOK SHOP

CANALI

COME FACCIO CONOSCERE IL SITO?
ATTRAVERSO QUALI CANALI?

- SOCIAL
- BANNER PUBBLICITARI SU ALTRI SITI
- GOOGLE ADV
- TRIPADVISOR
- MAPPE TURISTICHE
- GUIDE
- RIVISTE DI SETTORE

ATTIVITÀ

QUALI ATTIVITÀ OFFRO ALL'INTERNO DEL SITO?

- ASCOLTARE PODCAST
- ACQUISTARE BIGLIETTO
- LEGGERE APPROFONDIMENTI
- SCARICARE CATALOGO
- COLLEGARSI AI SOCIAL
- ISCRIVERSI ALLA NEWSLETTER
- CONTATTARE IL MUSEO
- AVERE DELLE INFORMAZIONI DI VISITA
- VISUALIZZARE VIDEO E FOTO
- ESPLORARE LE STANZE
- CONSULTARE LA MAPPA
- ACQUISTARE PRODOTTO
- RIMANERE AGGIORNATO SULLE ATTIVITÀ

RELAZIONE CON GLI UTENTI.

COME INTERAGISCO CON I CLIENTI?

- NEWSLETTER PERIODICA
- BOX PER LASCIARE MAIL E RICEVERE PROMOZIONI DEDICATE/OMAGGI
- RICHIESTA DI RECENSIONI

RISORSE UMANE A DISPOSIZIONE

PROGRAMMATORE
GRAFICO
PODCASTER
FOTOGRAFO
CONTENT CREATOR
ANTROPOLOGO

COSTI

- gestione e dominio
- figure specializzate
- comunicazione

RICAVI

- vendita biglietti
- vendita prodotti online
- donazioni

COMPETITOR

- MUSEO RIDOLA
- MUSMA
- PALAZZO LANFRANCHI
- MUSEO IMMERSIVO DELLA BRUNA
- TAM - TOWER ART MUSEUM
- CASE GROTTA
- CASA NOHA

**Digitare
Cultura**



Educazione al digitale tra passato e futuro: costruire la Memoria (degli Archivi) della Basilicata

TARGET

CHI SONO I NOSTRI POTENZIALI UTENTI?

TURISTI|VIAGGIATORI

COSA LI ATTRAEE?

FOTO ATTRAENTI E ACCATTIVANTI

PREZZO ACCESSIBILE

POSSIBILITÀ DI FARE BIGLIETTI

SCONTATI GRUPPO/FAMIGLIA

COME ATTIRIAMO IL LORO INTERESSE?

HOME PAGE CURATA CON FOTO PROFESSIONALI

CALL TO ACTION DI ACQUISTO

BIGLIETTO ONLINE E CHIAREZZA

NELLE INFORMAZIONI DI ACCESSO

(COSTO-COME ARRIVARE, ECC)

SOCIAL MEDIA AGGIORNATI, CURATI

COME CONVERTIAMO IL LORO INTERESSE IN VENDITA ?

CALL TO ACTION CHIARA

CHE RIMANDA ALLA POSSIBILITÀ DI VISITARE IL MUSEO PER CONOSCERE QUALCOSA SULLA CITTÀ

CALL TO ACTION CHIARA PER ACQUISTO BIGLIETTI

VIAGGIATORI SOLITARI INTERESSATI ALLA CULTURA
GRUPPI VACANZE ORGANIZZATE
VACANZE SCOLASTICHE
TRAVEL CONTENT CREATOR/TRAVEL BLOGGER
FAMIGLIE CON BAMBINI

BISOGNO COSA CERCANO?

POSSIBILITÀ DI CONOSCERE LA STORIA DI MATERA ATTRAVERSO LA VISITA

INFO SU COME ARRIVARE

PRENOTAZIONE E BIGLIETTI ONLINE

COME FIDELIZZIAMO IL TARGET?

NEWSLETTER CON PROPOSTE PACCHETTI

NEWSLETTER PER AGGIORNAMENTO

SEZIONE BLOG O ARTICOLI CARICATI

SUL SITO

RICHIESTA DI RECENSIONE

RICHIESTA DI LASCIARE MAIL PER

RICEVERE BENEFIT



Digitare
Cultura



Educazione al digitale tra passato e futuro: costruire la Memoria (degli Archivi) della Basilicata

#1

Esercitazioni sui target

**Capire a chi ci rivolgiamo
è il primo passo per una buona User Experience.**



Anni: 16
Occupazione: LICEALE
Livello Istruzione:
LICENZA MEDIA
Dove Vive: MATERA
Fascia di reddito: BASSA

DESCRIZIONE E STILE DI VITA

Ha una grande passione per il disegno, pratica pallavolo con entusiasmo e ama leggere nel tempo libero. Non è sposata.

OBIETTIVI E BISOGNI

Ha bisogno di aiuto per raccogliere e organizzare informazioni per le sue ricerche scolastiche.

FRUSTRAZIONI

Trova difficoltà nel reperire informazioni per completare le sue ricerche scolastiche.

Anna trascorre la giornata tra scuola, studio e sport. Nel tempo libero esce con gli amici.

CARATTERE

Introversa e ordinata.

INFLUENZE

Le sue scelte sono influenzate principalmente dai social e dal gruppo dei pari.

#2 Esercitazioni user personas

INTERESSI PROFESSIONALI

Si interessa particolarmente all'architettura e immagina il suo futuro in questo ambito.

DOVE REPERISCE INFORMAZIONI

Quando ha bisogno di informarsi, si affida molto al web e ai social.

TECNOLOGIA E COMPORTAMENTO ONLINE

Utilizza spesso dispositivi come telefono, tablet e computer. Studia, legge e sfrutta le potenzialità dell'intelligenza artificiale.

Digitare
Cultura



Educazione al digitale tra passato e futuro: costruire la Memoria (degli Archivi) della Basilicata

Capire gli utenti:

- Identificano bisogni, obiettivi e comportamenti reali.

Guidare il design:

- Orientano le scelte su layout, funzionalità e contenuti.

Testare scenari:

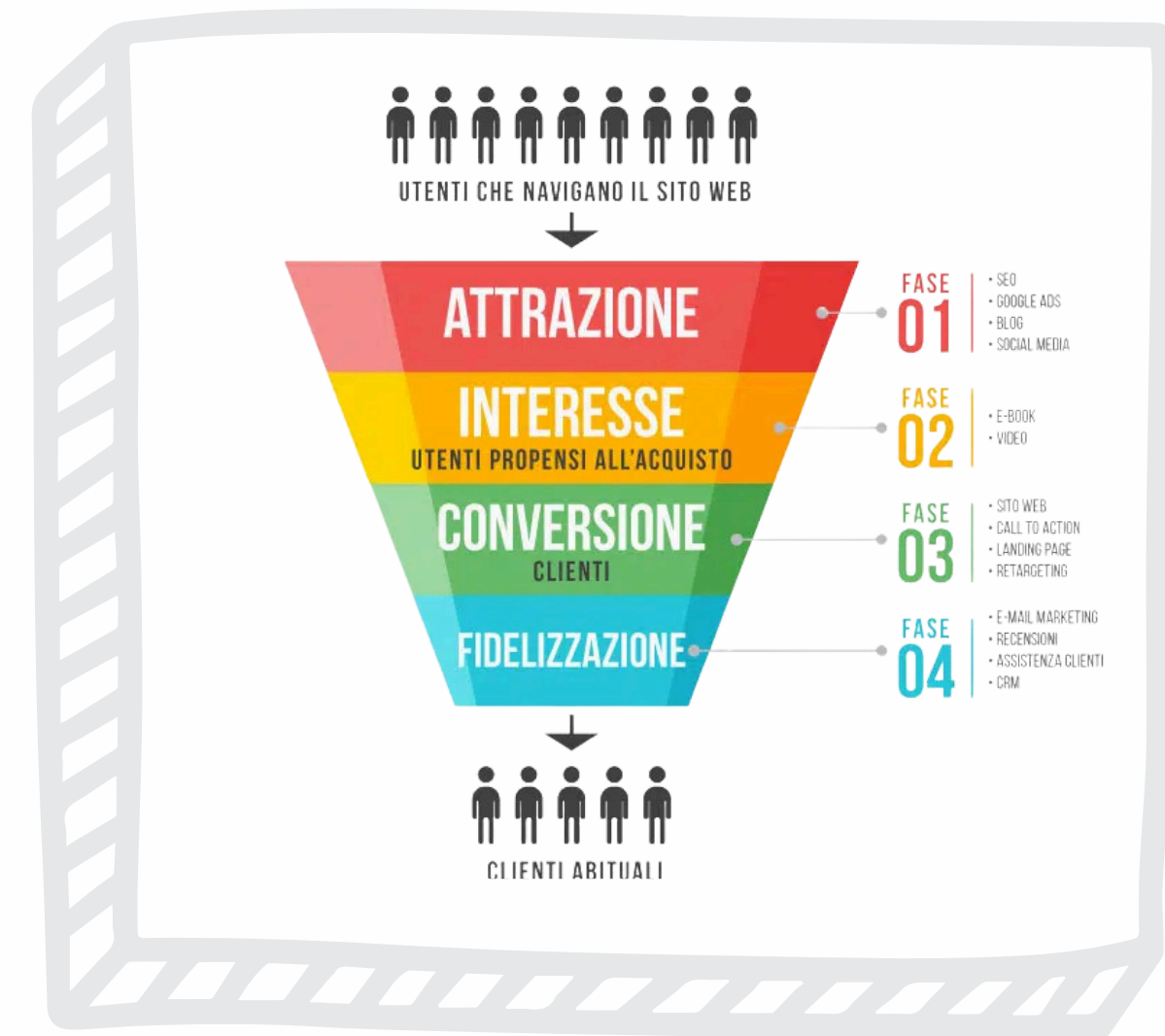
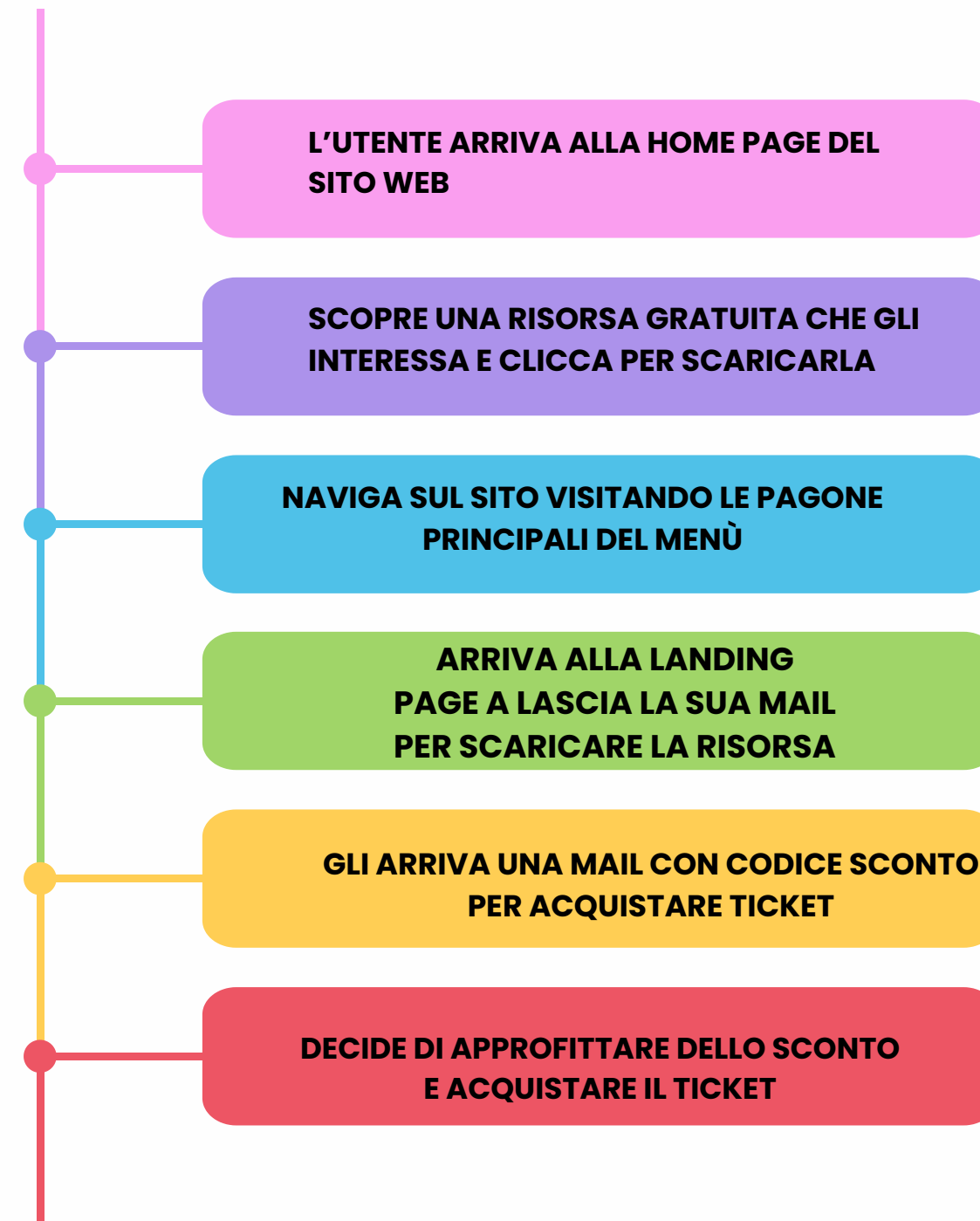
- Aiutano a valutare se il sito è davvero efficace per ogni tipo di utente.



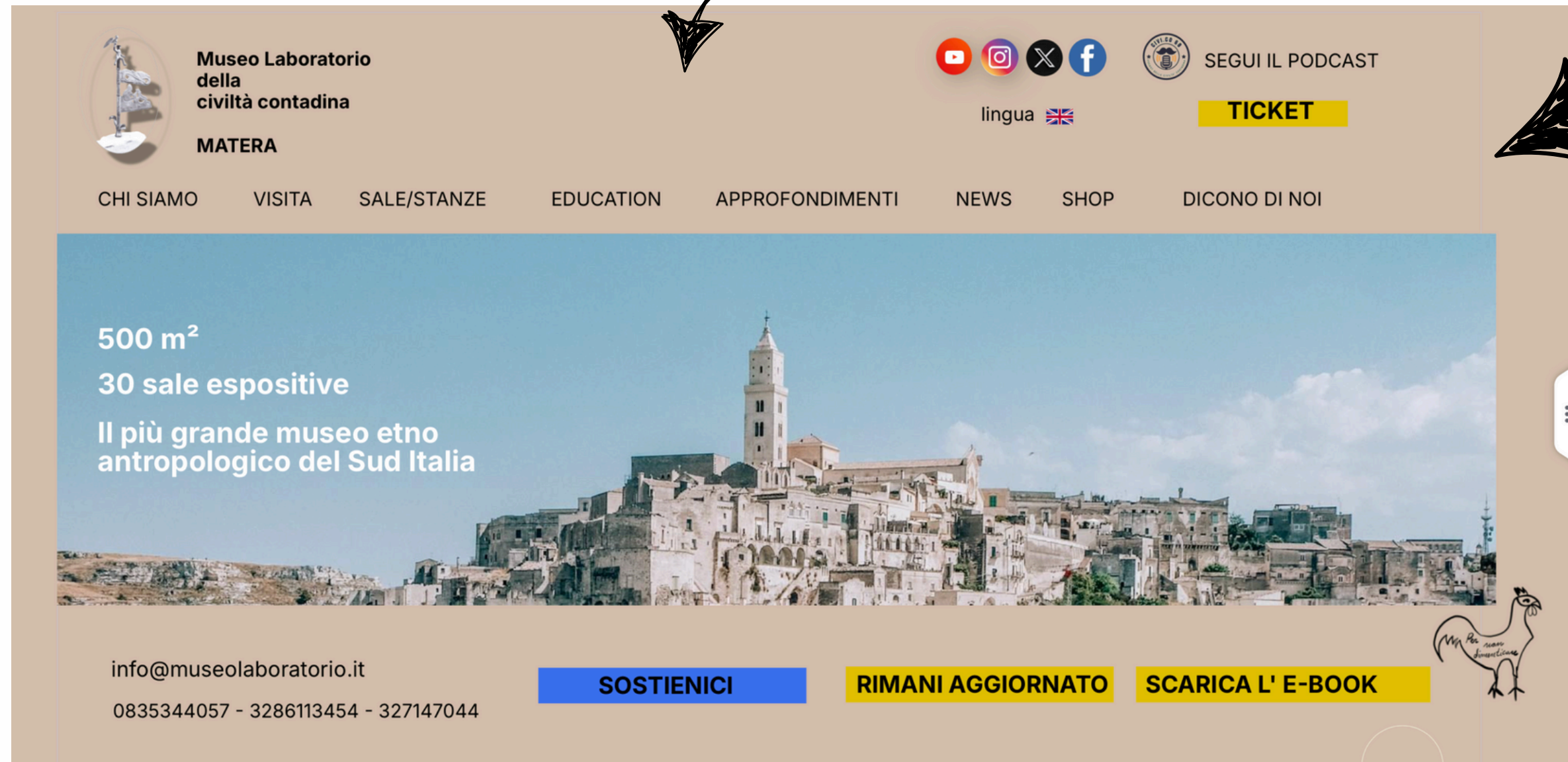
Educazione al digitale tra passato e futuro: costruire la Memoria (degli Archivi) della Basilicata

ESEMPIO

#3 Il funnel di vendita



menù principale e menù secondari



Digitare
Cultura



Educazione al digitale tra passato e futuro: costruire la Memoria (degli Archivi) della Basilicata

call to action in evidenza

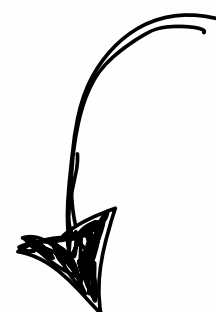
#4 progettazione interfaccia



visita al museo per definire ambienti
e temi della ricerca



ricerca dei contenuti e
scrittura dei testi



#5 lavoro in presenza



preparazione della presentazione e
dell'interfaccia grafica

GRAZIE

