

PROGETTO:

L'azienda Agoprofil è una delle realtà presenti da più tempo sul mercato italiano di porte da interni, per questo nasce l'esigenza di creare un'immagine che rispecchi la serietà della ditta e nello stesso tempo sia attraente e abbia un appeal più diretto nei confronti dell'utente finale che corrisponde ad **una generazione più smalzata**, informata, attenta ai dettagli ed al rapporto qualità prezzo di quanto non lo fosse qualche decennio fa. Partendo da questo presupposto è nata l'idea di attuare un redesign del sito in modo da trasmettere le caratteristiche che differenziano tale azienda dalle altre presenti in questo settore: vasta gamma, cura del dettaglio, adattabilità alle varie esigenze, attualità del design e delle varie soluzioni.

Naturalmente il sito è anche un **valido supporto per i rivenditori** che possono presentare i prodotti di persona e lasciare scegliere con calma e in tutta comodità il cliente a casa propria con l'estensione virtuale del catalogo, una volta effettuata la scelta, il cliente, fornito delle proprie schede stampate, può recarsi dal fornitore senza dover rivedere nuovamente tutti i modelli per ritrovare i preferiti.

Inoltre è prevista anche una sezione "novità", in cui sarà possibile conoscere gli ultimi modelli realizzati dalla ditta. L'azienda Agoprofil non è solo conosciuta a livello nazionale, bensì il suo mercato è in crescita anche a livello internazionale, per questo motivo si è deciso di costruire il nuovo sito in due lingue (italiano – inglese), in modo da raggiungere il più vasto numero possibile di potenziali clienti.

TARGET:

Il visitatore tipo del sito Agoprofil è il responsabile (decisionale o consigliere) dell'arredamento della casa: il padre di famiglia, che probabilmente cerca uno stile più classico, la coppia giovane che cerca uno stile più moderno, il single che magari, abitando in un monolocale, ha l'esigenza di porte scorrevoli che creino più spazio.

In sostanza, il visitatore è chi sta per arredare la propria casa e che cerca informazioni su ciò che sta acquistando valutandone anche la qualità.

Sicuramente la sua attenzione cadrà, oltre che sui vari modelli, sulle **schede tecniche** in modo da trovare la porta che più desidera e che più rispecchia le sue necessità.

TONO, STILE, LINEE GUIDA:

1. Il redesign del sito deve trasmettere un'immagine giovane, dinamica, innovativa e professionale dell'azienda.
2. I modelli con le relative schede tecniche delle porte saranno facilmente stampabili, in modo che l'utente abbia subito a disposizione tutte le informazioni necessarie.
3. La grafica del sito sarà pulita, dinamica, fresca ed accattivante, con una navigazione semplice in modo da non annoiare l'utente nella sua scelta, la navigazione comprende un massimo di 2-3 livelli di profondità, cioè il visitatore non dovrà fare più di 2-3 click per raggiungere il suo obiettivo. Nello stesso tempo questa navigazione può essere intrapresa tramite approcci diversi per agevolare il metodo più congeniale all'utente.
4. I colori utilizzati saranno in prevalenza chiari, caldi e naturali, le foto rispecchieranno uno stile giovane.
5. Foto moderne, chiare nei colori ed emotivamente calde.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE:

Per evidenziare il **concetto di qualità**, abbiamo deciso di **concentrare l'attenzione, dal punto di vista dell'arricchimento grafico delle pagine, sul concetto di dettaglio: dettaglio = qualità**. Il fatto di poter zoomare angoli, accessori, sbalzi nel legno, colori ed intarsi del vetro, sottolinea il fatto che ce lo si può permettere: anche scendendo nel particolare, non si trovano difetti. Questo concetto ha anche un'eco nella "home prodotti" dove, per scegliere la gamma desiderata, ci sarà un'animazione in flash in cui una porta è costituita dall'assemblaggio grafico di vari dettagli appartenenti alle diverse gamme, ogni tassello è un pulsante che conduce alla gamma desiderata. Un altro cardine è **la vastità della gamma** che verrà sottolineata da frasi ad effetto e supportata dai dettagli tecnici. Vorremmo, a tale proposito, soffermarci sull'importanza, a nostro parere della sezione "**schede tecniche**". **Anche se a prima vista sembrerebbe che al cliente interessino maggiormente i modelli di porte, non va sottovalutata l'utilità di un servizio aggiuntivo per un'utente che si impegna personalmente nella ricerca su internet del modello migliore e più adatto alle proprie esigenze**. E questo vale sotto vari punti di vista, sia che il compito della scelta sia commissionato a terza persona (ed in questo caso le schede tecniche sono indispensabili al professionista) sia che sia svolto di persona (in questo caso viene appagato il desiderio di sentirsi "progettisti" ed impegnati nel rilevare altezze, larghezze, colori, abbinamenti e via dicendo di casa propria). Le schede tecniche stampabili saranno dunque correlate di tutte le informazioni disponibili, in modo da avere un promemoria valido ed efficiente. La scelta di foto di contorno che accompagnano le pagine, con il tema della famiglia giovane e felice "stile IKEA" è la traduzione del desiderio di novità: (young style IKEA), utente finale: (giovani coppie che arredano la prima casa) sicurezza e affidabilità: (famiglia, presenza di un bambino nella foto).

Il sito sarà diviso in due macroaree.

La prima riguarda l'azienda, la propria filosofia, le news (fiere, rassegne stampa..), i contatti e il form per richiedere dove si trova il fornitore più vicino, anche se noi riterremo utile avvalersi di una cartina nella quale, a grandi linee sia evidenziata la presenza sul territorio, italiano ed estero.

La seconda invece sarà un vero e proprio catalogo virtuale nel quale saranno presentate le gamme delle porte, i relativi modelli, le schede tecniche, le misure, i materiali, gli accessori, i vetri, e le novità cioè i nuovi modelli implementati.

POSIZIONAMENTO COMPETITIVO:

L'azienda Agoprofil è una delle realtà più presenti nel suo settore per questo l'obiettivo è quello di **confermarsi al di sopra della media** cercando di evidenziare la qualità e professionalità, l'alta flessibilità produttiva e l'attenzione per i dettagli (indice di qualità del prodotto).

La campagna di promozione e divulgazione del sito prevede la realizzazione di pubblicità su periodici nazionali in modo da farlo emergere agli occhi di tutti gli utenti interessati a tale settore.

MESSAGGIO CHIAVE: Il dettaglio e la qualità a supporto di innovazione e design attuale.