

## Indice

<i>Premessa</i> .....	pag.	9
<b>Introduzione</b> .....	»	13
Web: nel bene o nel male.....	»	13
Che cos'è il Web?.....	»	16
Ma cos'è, allora, il Web? .....	»	18
A cosa serve il Web .....	»	19
<b>1. I tre assiomi del Web</b> .....	»	25
1.1. Di cosa è fatto il Web?.....	»	25
1.2. Il primo assioma.....	»	26
1.2.1. Flash, piumini rotanti e un enorme buco nell'acqua .....	»	26
1.3. Il secondo assioma.....	»	29
1.3.1. Copie di copie di copie .....	»	30
1.3.2. E-commerce e schede prodotto duplicate.....	»	31
1.3.3. Connessioni inutili.....	»	33
1.4. Il terzo assioma.....	»	35
1.4.1. Rimbalzi, visite e robot.....	»	36
1.4.2. Nuove cose da misurare.....	»	37
1.5. I progetti per il Web sono fatti di Web .....	»	39
1.6. Contenuti e contenitori.....	»	42
1.7. Riassumendo.....	»	45
<b>2. Il Modello armonico</b> .....	»	47
2.1. Un primo passo verso il successo.....	»	48

2.2. Definizione del Modello armonico.....	»	50
2.3. Contatti.....	»	53
2.3.1. Galassie virtuali .....	»	55
2.3.2. Ottenere un collegamento da un sito web non è impresa facile.....	»	59
2.3.3. Le connessioni minori: newsletter, social e pubblicità .....	»	61
2.3.4. Riassumendo .....	»	64
2.4. Contenuti .....	»	64
2.4.1. Contenuti strutturati .....	»	67
2.4.2. Forma diversa, identico significato .....	»	73
2.4.3. Regalare contenuti agli altri, il Web 2.0.....	»	76
2.4.4. Shoppy Day .....	»	78
2.4.5. Contenuti di qualità minore .....	»	80
2.4.6. Riassumendo .....	»	83
2.5. Conversioni.....	»	84
2.5.1. Una profumeria con conversioni vicino al 100% .....	»	85
2.5.2. Web gratis e Web a pagamento.....	»	87
2.5.3. Presentarsi bene aiuta le conversioni.....	»	91
2.5.4. Conversioni di secondo, terzo ed “ennesimo” livello.....	»	95
2.5.5. Riassumendo .....	»	97
2.6. Trovare l’armonia tra le parti.....	»	98
2.7. Tendere verso il Web ideale.....	»	102
2.8. Spingersi al limite .....	»	104
<b>3. Dalla teoria alla pratica .....</b>	<b>»</b>	<b>109</b>
3.1. Il successo è mutevole.....	»	109
3.2. Vantaggi dell’utilizzo del Modello armonico .....	»	112
3.3. Principio di Pareto e Modello armonico.....	»	118
3.4. Prerequisiti per l’applicazione del modello.....	»	120
3.5. Disequilibri .....	»	124
3.5.1. Il Web dominato dal marketing .....	»	128
3.5.2. Il Web dominato dagli artigiani .....	»	129
3.5.3. Il Web dominato dagli artisti .....	»	130
3.6. L’equilibrio dei potenti.....	»	132
3.7. Dettagli che fanno la differenza .....	»	138
<b>Conclusioni .....</b>	<b>»</b>	<b>147</b>
Appendice tecnica.....	»	149
Bibliografia .....	»	153
Sitografia.....	»	155