

Il marketing del vino e la comunicazione sul web per addetti ai lavori (cantine)



Planeta versus Spadafora

10 aprile 2011

tags: [analisi siti web](#), [Planeta](#), [Spadafora](#), [Web design](#)

Pubblicato da Fabio

Oggi metterò a confronto due siti web di due importanti [cantine](#) siciliane, [Planeta](#) e [Spadafora](#). Entrambi i siti web sono nuovissimi, appena due settimane quello di Planeta, e quasi tre mesi quello di Spadafora. La Sicilia è la regione italiana, almeno nel settore vitivinicolo, che spicca a livello nazionale quando si parla di [comunicazione online](#). I siti web delle cantine siciliane sono di gran lunga superiori a quelli delle altre regioni, e il motivo è semplice.

La Sicilia ha decisamente una visione più moderna del [vino](#), del mercato, e del consumatore. In Sicilia le cantine, non tutte purtroppo ma comunque parecchie, hanno capito che i siti web aziendali possono essere considerati a tutti gli effetti lo standard de facto della [comunicazione](#). Il vino oggi bisogna saperlo comunicare, e la comunicazione di oggi passa su Internet. Invece in altre regioni italiane, per esempio in Piemonte, ancora tardano a capirlo. Quando guardo i siti web delle cantine piemontesi letteralmente mi cadono le braccia per terra. Ma cosa volete farci in Piemonte credono ancora che basti la qualità per vendere il vino!

Il web design è una delle mie passioni, quindi quando vedo delle novità sulla rete, come i due siti web che sto per presentarvi, devo per forza di cose analizzarli. Premetto che finora non ho ancora incontrato un sito web (per cantina) in grado di farmi dire wow. E anche questa volta non ci sono riusciti. Per carità non sono male ma mi aspettavo qual cosina in più da due cantine importanti come Planeta e Spadafora.



Sito web Planeta



Sito web Spadafora

Inizio l'analisi ovviamente dall'aspetto estetico dei due siti web. Entrambi molto trendy perché utilizzano delle immagini di sfondo a schermo intero. La tendenza nel web design negli ultimi tempi, e per il futuro è quella di creare siti web con immagini di sfondo di grande impatto. Infatti, una immagine è spesso meglio di mille parole. E visto che i visitatori online non posso degustare il vino, è giusto che le sensazioni li ricevano attraverso immagini e video.

Nel caso del sito web di Spadafora il risultato è gradevolissimo, e il pattern (la punteggiatura che ricopre le fotografie) scelto rende il tutto più elegante. Al contrario nel sito web di Planeta le immagini di sfondo sono sfocate e non aggiungono pertanto valore al sito stesso. La funzione comunicativa delle immagini di sfondo purtroppo si perde con la sfocatura totale delle stesse.

Un tentativo originale, ma poco riuscito, nel sito web di Spadafora è l'audio con la voce del titolare Francesco Spadafora che legge i contenuti delle pagine. E' poco riuscito perché non è consistente, manca per esempio nelle versioni in inglese e tedesco del sito, non è per tutte le pagine del sito, non c'è un pulsante per "zittire" Francesco, e perché si parte inoltre dal presupposto che i testi rimarranno gli stessi per i prossimi anni. Sarebbe stato più bello e originale se al posto dei file audio ci fossero stati dei file video con Francesco Spadafora intento a descrivere ogni singolo vino della propria cantina (anche nelle altre lingue). Gli stessi video ottimizzati per Google e caricati su YouTube avrebbero portato inoltre anche del traffico extra al sito.

Originale anche il tentativo di Planeta con il suo “Scopri il tempo di Planeta” della homepage del sito web, ovvero una fotografia ogni tre ore per raccontare il tempo del vino. La nota negativa in questo caso è che il tempo del vino raccontato così è decisamente troppo lento per colpire l’immaginazione del visitatore. Secondo il mio modestissimo parere un [video time-lapse](#) avrebbe avuto un impatto decisamente superiore.

Passiamo adesso alla navigabilità e all’usabilità dei due siti web. Ovviamente la mia non sarà una analisi approfondita, ma sarà al contrario un po’ elementare per semplificare le cose. Il sito web di Spadafora essendo molto schematico, basilare, e consistente nel suo design risulta molto facile da navigare, e anche l’usabilità è accettabile per l’utente medio. Al contrario il sito web di Planeta che ha un design delle pagine più originale, ma non consistente tra le varie sezioni del sito pecca un tantino in navigabilità e usabilità. La mancanza di consistenza infatti può disorientare alcuni visitatori e far perdere loro la strada.

Dal punto di vista dei contenuti entrambi i siti web sono nella media, troviamo infatti il minimo indispensabile. Qualcosa in più in quello di Planeta per la verità. Non mi stancherò mai di dire che i contenuti di un sito web sono importantissimi, e soprattutto devono essere completi. Il visitatore deve poter trovare sempre tutto quello che desidera sapere. Per esempio, chi è l’enologo della cantina? Qual è la sua filosofia? Come lavora? Queste sono semplici domande (e anche banali sinceramente) ma che spesso non trovano risposta neppure nei siti web.

Altre gravi mancanze sono per esempio l’assenza di una sezione di [e-commerce](#), e l’assenza di un blog. Un negozio online è utile anche per grandi cantine che hanno una distribuzione capillare. La presenza dell’e-commerce è utile per fidelizzare i clienti, e fare branding. Lo scopo principale infatti non è quello di fare fatturato. Pensate all’opportunità per i consumatori di acquistare per esempio una cassa di vino con sei diverse annate per fare una verticale con gli amici, oppure far provare ai clienti più fedeli le nuove annate in anteprima. Anche il blog aziendale è importantissimo. Lo scopo del blog non è solo quello di raccontare e relazionarsi ai consumatori, ma principalmente quello di portare un numero di visitatore sempre maggiore sul sito. Al crescere del numero di post (articoli) pubblicati cresce anche il numero di pagine indicizzate dai motori di ricerca e cresce pertanto anche il numero di visitatori. Al contrario un sito web senza blog ha un numero di pagine pressoché costante non in grado di garantire un traffico crescente. Ah, dimenticavo il sito web di Spadafora ha onestamente il blog, ma fermo all’unico post iniziale, in pratica è come se non ne avesse.

Concludo la mia velocissima analisi con una altrettanta velocissima occhiata all’aspetto SEO, ovvero all’[ottimizzazione](#) per i motori di ricerca. Entrambi i siti purtroppo risultano non ottimizzati, e perdendo così l’[effetto serendipity](#), che nel caso delle cantine è di fondamentale importanza. Il mio voto per i due siti web? Entrambi meritano un 6 per l’impegno.