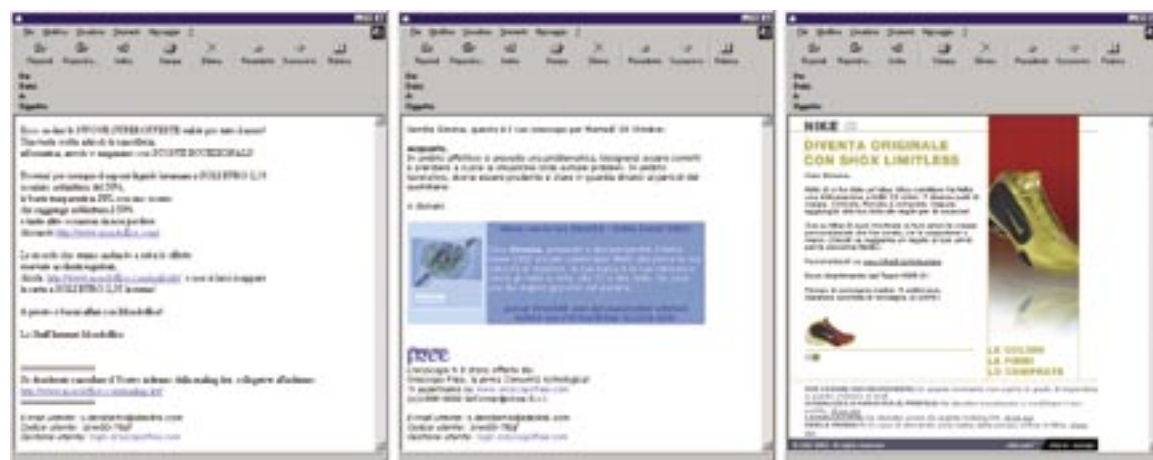


costruire una newsletter

Anche gli **strumenti** utilizzati per **aggiornare** o **comunicare** con i propri utenti richiedono un'attenta **progettazione**. Punto di partenza è, come sempre, lo **scopo** che si desidera ottenere

Due sono le funzioni principali assolve dalla maggior parte delle newsletter: commerciale e informativa. Tuttavia esiste una vasta gamma di messaggi di difficile classificazione, nei quali il mittente sceglie (consapevolmente o meno) di utilizzare questo strumento per comunicare la propria identità e al tempo stesso di offrire un servizio specifico agli utenti. Un esempio sono le newsletter che propongono l'oroscopo della settimana e contemporaneamente segnalano promozioni o eventi



I diversi stili delle newsletter di MondoOffice, OriscopFree e Nike

E-mail che assolvono il compito di aggiornare in merito a novità, offerte promozionali e iniziative; messaggi che si rivolgono a target di nicchia o pubblici vasti ed eterogenei; raccolte d'informazioni curate da redattori che navigano, si aggiornano, selezionano e rielaborano i contributi informativi da proporre ai propri iscritti. L'obiettivo prioritario delle newsletter risiede nella fidelizzazione dei clienti-utenti e nel fornire supporto ad attività di e-commerce o alla creazione di vere e proprie comunità virtuali.

Le newsletter consentono di raggiungere utenti mirati, di creare con essi un

rapporto costante e duraturo e, se correttamente strutturate, possono essere molto efficaci. La loro progettazione implica l'utilizzo degli stessi strumenti (Photoshop, ImageReady e così via) e delle stesse metodologie adottate per la realizzazione di un'interfaccia Web. Nonostante la diversità di obiettivi, gli elementi che sicuramente non possono mancare sono:

- 1 il logo o il riferimento al sito
- 2 l'indirizzo Web generico del sito o quello specifico della pagina a cui si fa riferimento
- 3 una parte testuale di contenuto
- 4 un link utile per mettersi in contatto con il fornitore della newsletter
- 5 un'area testuale o grafica dedicata alla gestione/cancellazione dell'iscrizione.

Il funzionamento di una newsletter è piuttosto semplice. All'utente, infatti, è solitamente richiesta la semplice compilazione di un solo campo di testo, all'interno del quale deve digitare il proprio indirizzo di posta elettronica. Dopo gli opportuni control-

li (validità dell'indirizzo e-mail, verifica che l'indirizzo non sia già presente nel database), l'e-mail è aggiunta automaticamente all'interno del database.

Gestendo la base dati in modo dinamico (per esempio, utilizzando pagine Asp o Php) è possibile inviare all'utente un messaggio di conferma in merito alla registrazione o alla cancellazione al servizio.

Tre approcci differenti

Esistono differenti metodologie di approccio e di diffusione dell'informazione in Rete. Ne abbiamo selezionate tre principali, utilizzando alcuni esempi concreti. La newsletter di **MondoOffice** [www.mondoffice.it] presenta un'organizzazione dei contenuti puramente testuale e un taglio molto commerciale (il sito opera nel settore delle forniture per ufficio): le scelte d'impaginazione, la dimensione dei caratteri e la valorizzazione delle informazioni sui prezzi e sulle offerte promozionali sono gli elementi che hanno il peso maggiore. Nessuno spazio è dato alla contestualizzazione grafica, quasi a sottolineare il rapporto di continuità fra mit-





I codici grafici e cromatici richiamano fortemente il sito da cui provengono e invogliano al clic con un mix di fattori quali la scelta d'immagini evocative e catalizzanti e l'impostazione dei contenuti in aree logiche facilmente scansabili

tente e destinatario che, si presuppone, conosca già molto bene l'azienda in questione. La newsletter inviata da **OroscopoFree** [www.oroiscopofree.it], invece, ha un perfetto equilibrio tra componenti testuali e componenti grafiche. La scelta è quella di utilizzare una chiara impostazione testuale per la parte informativa e di lasciare agli elementi grafici e decorativi il compito di supportare lo spazio dedicato al box pubblicitario. Il tono generale è molto informale e giocoso; inoltre al destinatario viene dato del tu. La newsletter di **Nike** [www.nike.com], infine, è molto più strutturata e utilizza un layout grafico che richiama fortemente l'immagine e la comunicazione dell'azienda sul Web. Si tratta di un messaggio puramente

commerciale, che sfrutta tutte le potenzialità dello strumento-newsletter (grafica, colori, immagini) per valorizzare l'identità di marca e per promuovere il prodotto specifico.

Grafiche o testuali?

Le newsletter grafiche puntano su elementi iconici, fotografici, cromatici e su layout evocativi e catalizzanti, che spesso richiamano il sito di riferimento e mirano a catturare l'attenzione del destinatario attraverso un utilizzo suggestivo degli elementi creativi. Si sceglie di aggiornare i propri utenti con newsletter grafiche soprattutto nel caso di siti o portali che si rivolgono a un target specifico: è il caso, per esempio, delle newsletter di

donnaD [www.donnad.it] e di **bizywoman** [www.bizywoman.com], che mirano a incuriosire e a dialogare con un pubblico femminile. Le newsletter testuali, invece, giocano esclusivamente sull'impaginazione logica e funzionale dei contributi informativi. Hanno come unico elemento di valore i contenuti e il loro aggiornamento, e sono destinate in genere a un pubblico attento e selezionato, che ha chiesto esplicitamente di essere informato su argomenti generici o di nicchia. Le newsletter sono gradualmente cambiate nel tempo e hanno assunto funzioni sempre più differenziate. L'evoluzione è stata determinata dal perfezionamento delle tecnologie e dall'analisi dei feedback e delle reazioni da parte degli utenti nel tempo. Grafica e testo non rappresentano, dunque, una scelta puramente stilistica, ma sono strettamente funzionali agli obiettivi e al target della newsletter stessa. In questo senso, le newsletter testuali, paragonabili a una semplice e-mail, si prestano maggiormente all'invio periodico d'informazioni specifiche richieste dall'utente, che spesso avverte la necessità di stampare, rileggere o archiviare il messaggio. Le newsletter grafiche, per loro natura, catturano l'attenzione sugli elementi rilevanti e giocano maggiormente sulle evocazioni, senza tradursi necessariamente in lettura delle informazioni: sono «volantini digitali», messaggi promozionali che rimandano al sito e stimolano la curiosità dell'utente. Queste ultime sono più complesse da realizzare e hanno una veste grafica simile a quella di una pagina Web. ■

Gli strumenti in Rete

In Rete esistono siti che consentono di realizzare e gestire gratuitamente una newsletter. I servizi offerti, tuttavia, hanno spesso limitazioni o vincoli inaccettabili per chi desidera proporre ai propri utenti comunicazioni professionali e credibili. La scelta più efficace, quindi, consiste nel riuscire a gestire in modo autonomo e libero le proprie newsletter, attraverso una definizione personalizzata dei contenuti e delle modalità di iscrizione e cancellazione. Il primo programma che segnaliamo è **Tool Pro 1.8** [www.ppprogs.demon.co.uk], che sfrutta il server Smtp del provider con cui ci si connette a Internet e che, proprio per questo motivo, consente l'invio simultaneo della newsletter a un massimo di 500 nominativi. Il numero esiguo è dato dai limiti del provider stesso, che non consente la spedizione contemporanea di molte e-mail sia per evitare abusi (spamming) sia per non intasare il server. Il secondo programma che vi segnaliamo è **G-Lock EasyMail 4.1 Professional** [www.glocksoft.com/?source=EasyMail], un software evoluto che consente di personalizzare i propri messaggi grazie ai dati inseriti all'interno di un database e di inviare migliaia di e-mail in tempi ragionevoli. G-Lock EasyMail invia direttamente le newsletter ai destinatari (senza utilizzare il server di posta del provider), consente di formulare i propri messaggi in formato testo o in formato Html e di catalogare i propri utenti in gruppi distinti, utili all'invio di informazioni personalizzate.

E ora vediamo come ...

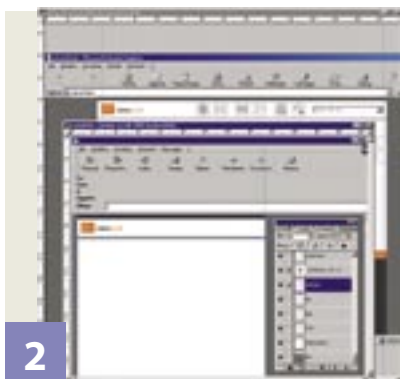
Il disegno di una newsletter grafica è molto simile a quello di una pagina Web. Punto di partenza inderogabile è l'interfaccia del sito della società che la invia ai suoi utenti. All'interfaccia è demandato il compito di rendere riconoscibile il messaggio secondo i codici di comunicazione e le scelte d'impaginazione adottate.



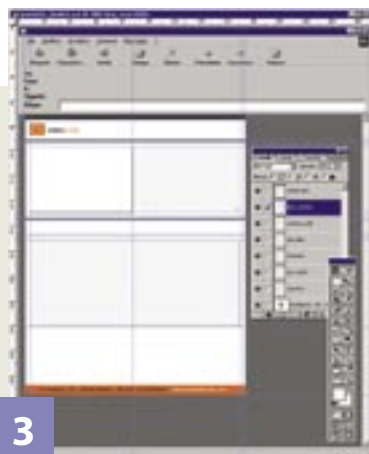
1 ... creare il contesto di visualizzazione

Il primo passo, che precede il disegno dell'interfaccia, consiste nell'aprire una e-mail esistente, fare una cattura dell'immagine del messaggio e incollarla in un nuovo documento di Photoshop. Selezionando l'area bianca di contenuto dell'e-mail e premendo il tasto **Canc**, si ottiene una cornice vuota: l'area vuota della schermata può essere nuovamente selezionata con lo strumento **Bacchetta magica** per aggiungere un nuovo livello sottostante alla cornice. Questo diventerà il background della newsletter e potrà essere colorato, selezionato e modificato in modo semplice e veloce durante il progetto grafico, indipendentemente dalla cornice stessa.





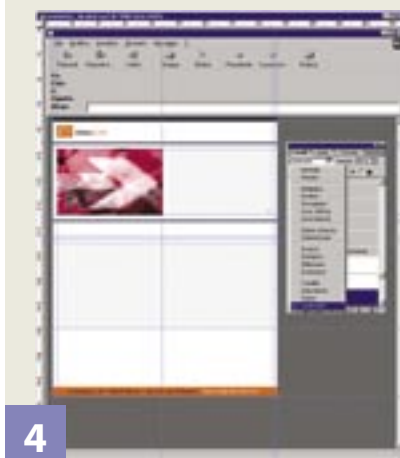
2



3

2 ... definire il contesto grafico

Prima di strutturare le aree grafiche e di contenuto è necessario definire il contesto grafico in funzione del visual del sito di riferimento. Tale operazione è molto semplice poiché Photoshop consente di lavorare simultaneamente su più file psd. Selezionando con il tasto destro del mouse un oggetto presente all'interno di un livello del file *home_01.psd* (per esempio, il logo della società), è possibile trascinarlo all'interno del file *newsletter_idealink.psd*, senza che quest'ultimo perda di definizione e di qualità. Allo stesso modo, ancorando fra loro alcuni dei livelli che compongono l'interfaccia grafica del file della homepage del sito, è possibile importare nel file della newsletter tutti i livelli ancorati. Attraverso questa semplice procedura si possono utilizzare gli elementi grafici esistenti e si può procedere con l'impaginazione, definendo gli ingombri e gli allineamenti in funzione del layout di riferimento, nel rispetto degli ingombri previsti all'interno di una schermata e-mail.



4



3 ... strutturare le aree grafiche e di contenuto

La definizione delle immagini e dei contributi testuali da inserire consente di strutturare l'interfaccia in aree grafiche e di contenuto opportunamente modulate negli ingombri e nelle posizioni. In questo caso, per esempio, si prevede un'area grafica principale (posta al di sotto del top) costituita da un box immagine e da un box testuale e un'area per i contenuti secondari all'interno della quale disporre immagini, testi descrittivi piuttosto lunghi o semplici strilli. L'area secondaria, in sostanza, non prevede la presenza di elementi fissi e garantisce un utilizzo e un'organizzazione flessibile nel tempo. Attraverso la selezione degli ingombri e dei colori di sfondo delle differenti celle di contenuto, è possibile procedere alla colorazione delle stesse attraverso lo strumento *Secchiello* di Photoshop.



5



4 ...elaborare le immagini

Alcuni designer preferiscono elaborare le immagini da inserire all'interno delle pagine Web in file distinti. Altri, al contrario, le elaborano contestualizzandole internamente alla schermata grafica in cui andranno inserite. La seconda alternativa è consigliabile soprattutto laddove l'immagine fotografica elaborata richieda un fotoritocco e una contestualizzazione specifica.

Nel nostro esempio abbiamo creato una cartella all'interno dei livelli di Photoshop per contenere tutte le immagini utili alla definizione della fotografia. Lavorando sui livelli delle immagini, definendo le percentuali di trasparenza di ogni livello e gli eventuali attributi (*Dissolvi*, *Moltiplica*, *Scolora* ecc.) sono stati ottenuti effetti grafici volti a comunicare il libro attraverso un numero maggiore di elementi visuali e informativi e a integrare il visual dell'immagine all'interno del visual della newsletter grafica.



6



5 ... inserire i contenuti testuali

Il passo successivo consiste nell'inserire le eventuali immagini secondarie (in questo caso la copertina della rivista *Internet News*) e le componenti testuali, opportunamente copiate da un file *doc* e incollate all'interno del file *psd*. I testi copiati da file differenti da quelli generati da Photoshop non mantengono i loro attributi, pertanto la simulazione dei testi Html, dei link e di eventuali grassetti deve essere effettuata direttamente all'interno del file di Photoshop. In questo caso, i testi sono stati posizionati all'interno dei box di contenuto e gli attributi delle singole porzioni di testo (il colore arancione per i link, il grassetto per le frasi maggiormente significative ecc.) sono stati elaborati direttamente in Photoshop. Insieme ai testi che simulano un *effetto Html*, sono stati inoltre creati i testi grafici con *effetto antialiasing*, che saranno esportati e trattati come immagini.

6 ... definire l'impaginazione Html

Non sempre chi progetta l'interfaccia corrisponde a chi la realizza tecnicamente; è utile, quindi, prevedere un ultimo passo progettuale, che consiste nella definizione dei tagli e nella struttura del layout da esportare e montare nelle singole porzioni. Aggiungendo una cartella *tagli* all'interno del file Photoshop (dentro la quale inserire nuovi livelli che tracciano le linee di esportazione degli oggetti, i codici Html dei colori di background e i nomi delle porzioni che saranno esportate come immagini), è possibile fornire a chi dovrà realizzare tecnicamente la pagina una «guida al montaggio» e creare aree singole da esportare per una nuova newsletter in grado di tenere conto della precedente struttura. In questo modo non sono richieste ulteriori fasi di impaginazione ed è possibile semplicemente sostituire gli oggetti (che avranno lo stesso nome e la stessa dimensione), le componenti testuali e i rispettivi attributi.