

QUANDO L'ERRORE DIVENTA **ORRORE**



Massimo Carraro  
Roberto Ghislandi

**WEB  
MARKETING  
HORROR**

**APOGEO**

Massimo Carraro  
Roberto Ghislandi

## Web marketing horror

Quando l'errore diventa... orrore!

L'orrore continua su Twitter: [#MarketingHorror](#)

**APGEO**

# Web marketing horror

Autori: Massimo Carraro, Roberto Ghislandi

Copyright © 2011 Apogeo s.r.l.

Socio Unico Giangiacomo Feltrinelli Editore s.r.l.

Via Natale Battaglia 12, 20127 Milano (Italy)

Telefono: 02 289981 – Fax: 02 26116334

Email: [apogeo@apogeoonline.com](mailto:apogeo@apogeoonline.com)

Sito web: [www.apogeoonline.com](http://www.apogeoonline.com)

ISBN: 978-88-503-1324-2

Editor: Fabio Brivio

Redazione: Federica Dardi

Copertina: Enrico Marcandalli

Progetto grafico: Laura Coppola

Il presente file può essere usato esclusivamente per finalità di carattere personale. Tutti i contenuti sono protetti dalla Legge sul diritto d'autore.

Nomi e marchi citati nel testo sono generalmente depositati o registrati dalle rispettive case produttrici.

[Seguici su Twitter @apogeoonline](#)

# Gli autori

## Massimo Carraro

Copywriter e partner di [Monkey Business/advertising in the jungle](#), un'agenzia di comunicazione pubblicitaria, non si accontenta dell'advertising tradizionale. Dal 2007 al 2010 cura [Aziende con le orecchie](#), directory delle aziende italiane coinvolte in operazioni di marketing dell'ascolto, ed è l'autore di *Un etto di marketing*, edito da Alpha Test nel 2010. Quando non è impegnato a scrivere su [Ohmymarketing](#), il suo blog, coltiva [Coworking Project by Cowo](#), che mira a diffondere le esperienze di coworking. Su Twitter è [@MaxTheMonkey](#).

## Roberto Ghislandi

Su Internet dal 1994, dal 2004 si è dedicato alla consulenza e alla formazione nel campo del web marketing, mettendo a frutto la sua esperienza di gestione di una delle prime aziende italiane di e-commerce. Ha firmato *Email Marketing* edito da Alpha Test nel 2008 (seconda edizione nel 2009). Online lo potete trovare sul suo [sito](#) oppure sul suo [blog](#) dedicato all'email marketing.

Massimo e Roberto hanno creato [Web Marketing Garden](#), il programma di formazione per aziende e manager che si è fatto notare, oltre che per l'ideazione degli ebook della serie Marketing horror, per iniziative quali la condivisione su [SlideShare](#) di un intero corso di web marketing (1.100 slides liberamente scaricabili, 28.000 visualizzazioni) o il corso di [#buon marketing](#), con liveblogging di due giorni su Twitter.

Fare un sito senza sapere  
cosa la gente può volere da te




Non mettere in home page  
chi sei e cosa Diavolo fai

(pensando di essere  
famoso come Lui)



Pensare che  
“in fondo noi siamo più furbi...”




Pensare che la gente  
ragioni come il tuo webmaster

Pensare che la gente sia razionale

Progettare un sito come se  
un utente entrasse dalla home  
page e poi percorresse tutte  
le pagine nell'ordine in cui  
le abbiamo pensate noi


Anteporre alla home page  
del proprio sito sigle in flash così  
lunghe da far rimorire gli zombie



Chiedere agli utenti di riempire  
troppi form, con troppe voci,  
troppo presto



Non fare un'analisi  
della concorrenza prima  
di riprogettare il sito



Non inserire né un telefono  
né un indirizzo email  
per contattarti

**...l'orrore continua**