

Master Universitario di primo livello

**PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA
PER LA COMUNICAZIONE**

Elaborato Finale

L'HTML EMAIL

**Design, progettazione e development di newsletter HTML in
casi di studio aziendali**

Candidato: Riccardo Avanzi
Relatore: Dr. Gian Luca Pozzato

Università degli studi di Torino – COREP

Anno Accademico 2011 - 2012

ABSTRACT

IL PROGETTO DI STAGE

Il progetto di stage previsto dal percorso didattico del Master è stato ospitato da DOMINO S.r.l., interaction-web agency torinese attiva nel campo sin dai primi anni del web.

Il ruolo occupato

Articolato in un primo periodo d'inserimento nel reparto front-end ed in un secondo dove si richiedeva maggiore autonomia nella gestione dei task, il ruolo occupato è stato appunto quello di frontender, con skill nella progettazione HTML/CSS, nei linguaggi di programmazione ad oggetti client e server, da JavaScript, specialmente il suo framework jQuery, a php.

Le prime attività introduttive si sono concentrate su operazioni di debug di file .css ed .html di progetti esistenti, che affiancate allo studio individuale delle tecniche CSS3 ed HTML5 avevano l'obbiettivo di allineare gradualmente le competenze allo standard del reparto.

Nella seconda fase, con un affiancamento del tutor aziendale qualora necessario, sono stati richiesti dei task da completare in autonomia, orientati principalmente alla modifica di layout, con editing d'immagini, modifiche alla struttura HTML ed alle specifiche stilistiche CSS, ma anche alla realizzazione di landing page ed overlay per diversi clienti.

L'argomento su cui maggiormente si è concentrata l'attività del progetto di stage è stata l'HTML email, ossia quella che comunemente viene definita newsletter: strumento capace di produrre tutt'ora concreti profitti per le aziende, ha visto negli anni consolidarsi, da un punto di vista tecnico, una serie di linee guida e procedure per la realizzazione di struttura e contenuti, atte dal lato codice a migliorare la compatibilità con i diversi client di posta e dal lato contenuti a rendere efficace la comunicazione con l'utente.

Il codice Secondo i testi e gli articoli più quotati all'interno del circuito dedicato alle NL, per quanto riguarda la codifica sia della struttura che dello stile, esistono alcune regole fondamentali:

1. Costruire il layout HTML attraverso tabelle annidate,
2. Definire le regole CSS in linea, direttamente al tag specifico,
3. Specificare sempre le dimensioni nei tag <td>,
4. Non dare per scontata una corretta visualizzazione delle immagini,
5. Fornire una versione alternativa plain-text,

6. Utilizzare font web-safe,
7. Evitare l'utilizzo di script,
8. Eseguire numerosi test su diversi client di posta,

I contenuti Dal punto di vista dell'utente, una NL può rappresentare, in valore assoluto, da una parte una risorsa interessante, ma dall'altra una noiosa seccatura: è fondamentale, ricordano le guide, tener presente che la nostra NL sarà in coda con tante altre email, e che il tempo di lettura sarà talmente poco che la capacità di comunicare efficacemente rappresenta un fattore determinante.

Ciò che distingue una NL efficace da una cestinabile non sono le grafiche accattivanti, che si possono trovare in quasi tutte le NL, ma i contenuti. Infatti, anche una NL perfettamente codificata può essere resa del tutto inefficace se, lato contenuti, non vengono seguiti alcuni principi fondamentali che ne guidino la strategia comunicativa:

1. Brevità del messaggio
2. Focus sui contenuti
3. Rispetto delle norme giuridiche vigenti

IL CONTRIBUTO ALL'AZIENDA: L'HTML EMAIL OTTIMIZZATA AL MOBILE

Il concetto di NL ottimizzata al mobile

Data la fondamentale importanza della tecnologia mobile e dei contenuti ad essa orientati, che ho sottolineato nella sezione dedicata, durante la fase di studio ed analisi del lato codice dell'html email ho ritenuto interessante approfondire un argomento che in azienda non era stato ancora sviluppato, ossia l'ottimizzazione della NL per il mobile.

Tale ottimizzazione, non ancora presa in considerazione all'interno del processo produttivo, né avanzata da alcun cliente come richiesta specifica, riprende alcune caratteristiche dell'ottimizzazione dei siti per il mobile, ma non potendo avvalersi del supporto dei linguaggi di programmazione come JavaScript, molto utilizzati nei siti mobile, ha richiesto un'analisi specifica per il lato codice, oltre che per il lato contenuti.

Se, come ho precisato nella parte dedicata ai contenuti, il fattore determinante il successo di una NL è soprattutto il tipo di contenuto che, accompagnato da una grafica pulita ed accattivante, deve risultare focalizzato, interessante e preciso, da un punto di vista mobile, tuttavia, questo accorgimento non è sufficiente, perché deve essere accompagnato da una serie di tecniche lato

codice ottimizzate al device, senza le quali la visualizzazione dell'email potrebbe essere difficoltosa e talvolta compromessa.

Le tecniche utilizzate ed i test

Per rendere la fruizione dei contenuti rapida ed adatta agli schermi di device mobili è necessario far riferimento alla filosofia del responsive design, adottando la tecnica di *progressive disclosure*, che alcune guide ed articoli mostrano essere sviluppata con la regola CSS3 denominata @mediaquery.

Con @mediaquery si vanno a specificare delle regole CSS che si vogliono essere interpretate dal client soltanto nel caso in cui il device su cui viene visualizzata l'email possieda schermo mobile (con max-width:480px, ossia quello di uno smartphone in orizzontale). Vista l'impossibilità di utilizzare le soluzioni JS1 per attivare la *progressive disclosure*, le guide propongono un trucco via CSS basato sull'utilizzo delle proprietà display:none e visibility:hidden rispettivamente su un link e sulla parte di testo introduttore l'articolo (cfr sezione specifica): sfruttando la combinazione di queste due proprietà, attraverso un link a forma di bottone attivato al tocco sullo schermo l'utente potrà andare ad espandere o comprimere una certo contenitore di testo, facilitandosi la navigazione della pagina e la lettura dei contenuti.

Nonostante la mia ricerca si sia limitata alla sperimentazione offline e non su prodotti da consegnare ai clienti, e nonostante i test abbiano dimostrato un perfetto funzionamento solamente sul device Apple iPhone, mentre su Android sono stati riscontrati dei problemi, per i quali si necessitano ulteriori test (le specifiche dell'@mediaquery sembrano ignorate, per cui il rendering è quello di modalità desktop), gli sforzi ed i risultati prodotti dalla mia analisi sono stati ben accolti dall'azienda.