

# L'oggetto

A thick, horizontal yellow brushstroke underline that spans most of the width of the page, positioned directly below the title.

# L'oggetto: punto chiave



- Fino a un massimo di 50 caratteri
- È uno dei primi elementi che si guardano quando si esamina la posta elettronica
- È indispensabile per tenere traccia di discussioni articolate
- È anche uno degli elementi più difficili da preparare (non c'è l'abitudine a sintetizzare in tre parole un contenuto)

# Se siamo sconosciuti



- Il messaggio rischia di finire nel cestino senza essere neanche aperto
- Soprattutto in una situazione in cui lo spam aumenta continuamente
- Vedere per credere!

# È importante condensare



- Tagliare articoli
- Tagliare parole grammaticali (preposizioni, congiunzioni...) se non facilitano la comprensione
- Essere brevi

E' disponibile il nuovo orario dell'ufficio x >  
Nuovo orario ufficio x

# È importante essere espliciti



- Indicare di che cosa si parla
- Evitare termini o definizioni generiche
- Aumentare il “peso semantico”

Comunicazione > Nuovo orario sede x

Lettera > Domanda per l'incarico y

# È importante essere precisi



- Indicare con la massima precisione possibile ciò di cui si parla
- Cercare di fornire un'informazione completa fin dall'oggetto

Nuovo indirizzo > Mio nuovo indirizzo di  
posta elettronica

Comunicato sindacale > Proclamazione  
sciopero 4 marzo

# Oppure...



- Non “novità”, ma quale novità.
- Non “sito Internet”, ma “aggiornamenti febbraio sito Pinco Pallino”.
- Non “nuova offerta clienti”, ma “brochure Internet Banking”.
- Non “indirizzo”, ma “nuovo indirizzo sede Napoli”.
- Non “comunicato stampa”, ma il titolo del comunicato.
- Non “ciao!”, ma “perché sei sparita?”

Luisa Carrada, Scrivere per Internet, p. 124.

# Sembra facile?



- Saluti
- Lettera
- Messaggio
- Gino Taldeitali
- Da Gino Taldeitali
- ecc.

**Proviamo noi...**



# Le “soluzioni”



1. Clobberin' Time esaurito
2. Bando PRIN 2004

Nel secondo caso è possibile fare di meglio

# Nelle newsletter...



“Writing good subject lines is especially important, both to encourage users to open the newsletter and to distinguish the newsletter from spam. We recommend including some **actual content from the individual issue in each subject line**, even though it's a difficult job to write good microcontent within the 50-60 character limit that is imposed by many email services.”

Jakob Nielsen, Design of Email Newsletters  
(Alertbox)

# Le ragioni



- L'oggetto serve al destinatario per capire subito di che cosa stiamo parlando
- Serve anche a noi (come al solito) per capire di che cosa dovremmo parlare