

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