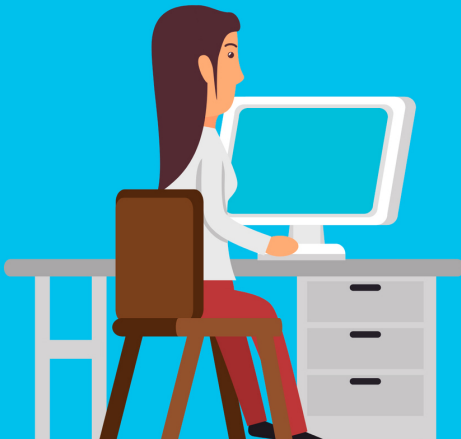


LA GUIDA DEFINITIVA PER SVILUPPATORI DI SOFTWARE

CAROLINA MELI



Carolina Meli

La Guida Definitiva Per Sviluppatori Di Software

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=58999849

La guida definitiva per sviluppatori di software:

ISBN 9788835410461

Аннотация

Un tempo, creare il proprio impero informatico significava diventare un'altra Microsoft o un altro Bill Gates. E ci voleva un sacco di tempo, un sacco di denaro e un sacco di risorse.

Al giorno d'oggi è semplice come accendere il computer.

Beh, forse non COSÌ semplice. Ma avere un computer è davvero tutto quello che serve per possedere, gestire e sviluppare un'impresa informatica.

Un tempo, creare il proprio impero informatico significava diventare un'altra Microsoft o un altro Bill Gates. E ci voleva un sacco di tempo, un sacco di denaro e un sacco di risorse.

Al giorno d'oggi è semplice come accendere il computer.

Beh, forse non COSÌ semplice. Ma avere un computer è davvero tutto quello che serve per possedere, gestire e sviluppare un'impresa informatica.

Semplicemente con l'accesso a Internet...

[ul]Puoi fare brainstorming e sviluppare idee.

Puoi scoprire che tipi di prodotti esistono già o meno.

Puoi determinare esattamente cosa vuole e di cosa ha bisogno la gente.

Puoi individuare e assumere un programmatore.

Puoi creare la grafica software (o farla creare).

Puoi promuovere e vendere i tuoi prodotti finiti. [/ul]

E quando rifletti sul fatto che puoi fare tutte queste cose senza abbandonare la comodità della tua casa, è davvero stupefacente. Inoltre il costo per creare e sviluppare i software non è neanche lontanamente paragonabile a com'era un tempo.

Invece di dover viaggiare a lungo o accontentarti di qualsiasi programmatore si trovi a distanza ragionevole da te (e di qualunque prezzo ti addebiti), puoi facilmente scegliere tra tutti i programmatori che vuoi in tutto il mondo.

Содержание

Bagnarsi i piedi	6
Brainstorming	10
Ricerche di mercato	15
Stabilire le caratteristiche	19
Конец ознакомительного фрагмента.	22

Carolina Meli

La guida definitiva per sviluppatori di software

**COME INTERAGIRE CON
LE PERSONE AL LAVORO**

Carolina Meli

Tradotto da Giovanni Frosio

© 2020 *Carolina Meli tutti i diritti riservati*

Bagnarsi i piedi

Un tempo, creare il proprio impero informatico significava diventare un'altra Microsoft o un altro Bill Gates. E ci voleva un sacco di tempo, un sacco di denaro e un sacco di risorse.

Al giorno d'oggi è semplice come accendere il computer.

Beh, forse non COSÌ semplice. Ma avere un computer è davvero tutto quello che serve per possedere, gestire e sviluppare un'impresa informatica.

Semplicemente con l'accesso a Internet...

- Puoi fare brainstorming e sviluppare idee.
- Puoi scoprire che tipi di prodotti esistono già o meno.
- Puoi determinare esattamente cosa vuole e di cosa ha bisogno la gente.
- Puoi individuare e assumere un programmatore.
- Puoi creare la grafica software (o farla creare).
- Puoi promuovere e vendere i tuoi prodotti finiti.

E quando rifletti sul fatto che puoi fare tutte queste cose senza abbandonare la comodità della tua casa, è davvero stupefacente. Inoltre il costo per creare e sviluppare i software non è neanche lontanamente paragonabile a com'era un tempo.

Invece di dover viaggiare a lungo o accontentarti di qualsiasi programmatore si trovi a distanza ragionevole da te (e di qualunque prezzo ti addebiti), puoi facilmente scegliere tra tutti i programmatori che vuoi in tutto il mondo.

Per ogni progetto che pubblichiamo, avrai numerosi professionisti che si contenderanno la tua attività, ciascuno cercando di fare un'offerta migliore dell'altro. E, in molti casi, questo significa finire con un'offerta più bassa di quella del primo che passa.

Ciò non vuol dire che devi scegliere l'offerta più bassa. Questa non deve mai essere la tua preoccupazione principale quando scegli un programmatore. Ma il fatto che i programmatori si trovino a competere in quel modo significa che alla fine potrai avere il miglior lavoro possibile svolto al miglior prezzo possibile.

Un altro vantaggio è il potenziale di guadagno. Benché vi siano numerosi modi in cui puoi far soldi online, nessuno di essi si avvicina quando calcoli la quantità di denaro che può essere generata dalla vendita di prodotti software.

E il vero beneficio del commerciare prodotti software è il fatto che non devi convincere a parole qualcuno per comprarlo. Il prodotto o soddisfa i bisogni o le necessità di un potenziale cliente, o non li soddisfa.

Con un e-book, per esempio, devi solitamente proporre ogni sorta di copia di vendita solo per convincere la gente del perché dovrebbe comprarlo. Con un software è semplice come elencare tutte le sue caratteristiche ed i suoi vantaggi.

E, quando si arriva al punto, la gente che compra prodotti software non è affatto interessata ad ascoltare un discorso da venditore. Vuole semplicemente i fatti e nient'altro che i fatti...

- Il prodotto ha tutte le caratteristiche che voglio / mi servono?
- Il prodotto mi aiuterà a fare qualcosa più velocemente /

facilmente?

- Il prodotto è facile da installare?
- Il prodotto è facile da usare?
- Il prodotto funziona sul mio sistema operativo?
- Il prodotto viene fornito con documenti di supporto?
- C'è supporto tecnico?
- Quanto costa il prodotto?
- Ci saranno aggiornamenti futuri e sono gratuiti?

Questo è il tipo di domande che passano per la mente del tipico acquirente di software. Se sei in grado di fornire tutto quello che cerca a un buon prezzo, hai realizzato una vendita. Diversamente, passerà semplicemente a uno dei tuoi concorrenti.

Per avere successo nell'industria software, devi essere costantemente consapevole di quello che vuole e di cui ha bisogno la gente. Ma essere consapevole è solo l'inizio. È anche necessario creare prodotti di qualità in grado di soddisfare tutte, ma proprio tutte, le richieste della platea di acquirenti. E, in molti casi, superare di gran lunga le loro aspettative.

Nota, comunque, che ho usato la parola "qualità" in riferimento al creare i prodotti.

Questa è l'unica cosa assolutamente indispensabile in questo business. Se ti limiti ad andare in giro a produrre copie di bassa qualità di prodotti esistenti, o se sviluppi prodotti che non funzionano a dovere, tanto vale che lasci perdere.

Non avrai modo di farcela in questo business operando in quel modo. Ci sono decine di migliaia di persone che creano e

sviluppano nuovi prodotti software. E ci sono milioni di prodotti che vengono venduti. Alcuni buoni, altri no.

Per entrare in competizione – per VINCERE – devi prenderla molto sul serio.

Devi ideare prodotti di buona e solida qualità che rendano contenta la gente che li acquista.

Se non sei in grado di farlo – se il tuo unico obiettivo è arricchirti rapidamente – non sopravviverai mai.

E certamente non avrai mai un buon guadagno.

Ma non soffermiamoci nemmeno su questo.

Ipotizziamo che tu sia uno dei “tipi giusti”, che spera di sviluppare la tua impresa informatica nel modo giusto. Che progetti di fornire prodotti innovativi, unici e con le qualità che Tizio o Tizia stanno cercando.

Detto questo...

Da qui in avanti, beneficerai di tutta la mia conoscenza e competenza sul far soldi con prodotti software. Non sulla base di congetture o speculazioni, ma dell’aver effettivamente creato e sviluppato con successo la mia impresa informatica in buona parte degli ultimi anni.

È stato divertente, è stato impegnativo e, certo, è stato redditizio. Ma soprattutto devo dire che l’intero viaggio è stato pienamente gratificante, sia personalmente che professionalmente.

Ora è il tuo turno...

Brainstorming

Uno degli aspetti più interessanti della creazione e dello sviluppo di software è concepire idee nuove e innovative.

Questo però non vuol dire necessariamente creare un software interamente diverso.

Spesso si tratta semplicemente di prendere qualcosa che esiste già e renderlo migliore, o espandere un programma attuale.

In buona sostanza è la stessa cosa che fanno gli inventori. Riconoscono che un prodotto è il candidato perfetto per un miglioramento, oppure concepiscono un prodotto interamente nuovo, qualcosa che nessun altro è ancora arrivato a sviluppare.

È così che va con i prodotti software. Perciò devi guardarti intorno... Prendi nota attentamente di quello che c'è già e di come funziona. Prendi nota delle azioni che esegui (o che gli altri eseguono) di frequente.

Quindi chiediti...

Quale software ha margini di miglioramento?

Quale software renderebbe la vita (o il lavoro) più facile?

Quando si tratta di "ideare" i prodotti software, molto spesso è semplicemente questione di essere completamente consapevole di quello che sta avvenendo proprio davanti ai tuoi occhi.

C'è un'attività da webmaster che attualmente esegui manualmente? Una che consuma una quantità considerevole di tempo prezioso? Parla con un programmatore. Potrebbe

benissimo essere in grado di creare un programma che può eseguire quell'attività automaticamente.

In uno specifico mercato o genere c'è un vuoto che ritieni dovrebbe essere riempito? Parla con un programmatore. Potrebbe benissimo essere in grado di creare quel perfetto prodotto software finanziario o di gioco.

I consumatori ricadono in gran parte nelle tre categorie seguenti...

- Hanno un problema specifico che deve essere risolto.
- Stanno cercando qualcosa che renda più facile la loro vita.
- Vogliono essere intrattenuti.

In generale, dovresti sempre cercare un bisogno o un vuoto e poi creare un prodotto software che possa soddisfarlo.

Un modo di soddisfarlo potrebbe essere creare un software che automatizza o semplifica una particolare attività legata al marketing. Prendi il concetto del “tag e ping” per esempio... Nel momento in cui divenne risaputo che i siti di bookmarking sociale ed i vari servizi che offrivano potevano essere usati come efficaci tecniche di marketing, le ruote dei software si misero a girare.

In un attimo, emersero vari prodotti e programmi...

- Utilità che potevano automatizzare il processo di creare collegamenti che necessitano di essere associati ai tag
- Programmi che inviano automaticamente grandi quantità di URL a vari siti di bookmarking
- Plugin per software di blog esistenti che possono potenziare

o migliorare vari aspetti della creazione di post, tag e ping.

Di base, ogni volta che emerge una nuova tecnica di marketing, vi sono programmi software che possono essere creati per automatizzare o migliorare quella tecnica.

Nell'ambito dei miei prodotti, RSS Equalizer (<http://www.rssequalizer.com>) è un buon esempio di come si soddisfano non una ma svariate esigenze di marketing.

Per cominciare, ai webmaster serviva nuovo contenuto sui loro siti per soddisfare i motori di ricerca. I feed RSS potevano fornirlo. L'unico problema era il fatto che il contenuto della maggior parte dei feed RSS è un po' restrittivo.

Ad esempio, se hai un sito di sport, puoi impostare diversi feed per diverse aree d'interesse...

baseball, football, calcio, auto. Ma se hai numerose pagine in ciascuna di queste categorie, e ciascuna di quelle pagine è ottimizzata per una parola chiave specifica, che fare allora?

La tua unica scelta sarebbe di mettere gli stessi feed RSS su più pagine o semplicemente limitare il feed alle pagine principali (o di scelta) di ogni categoria. Sfortunatamente, nel primo caso si duplicherebbe il contenuto e nel secondo vi sarebbero pagine con contenuti non aggiornati.

È qui che è arrivata la mia idea di RSS Equalizer...

Ai webmaster serviva un modo per mettere feed RSS mirati su tutte le loro pagine ottimizzate con le parole chiave. In altre parole, il contenuto dei feed RSS doveva essere basato interamente su quale parola chiave veniva usata.

RSS Equalizer fa proprio quello. Ti consente di mettere feed RSS su qualsiasi pagina e di far ottimizzare il contenuto di quel feed specificamente mirato verso le parole chiave per cui la pagina viene ottimizzata.

Nella maggior parte dei casi, è quello che fa la maggioranza dei software di questo tipo.

Riempiono un vuoto o un'esigenza che si viene a creare.

Quello che ti serve realizzare, tuttavia, è che il vuoto o l'esigenza in molti casi potrebbero non essere veloci né facili da riconoscere. È per questo che è importante essere sempre all'erta e in cerca di quella nuova prospettiva o possibilità.

E non assumere che un'idea possa essere troppo bizzarra o insolita per qualificarsi come un prodotto software redditizio. L'unico criterio che dovrebbe contare alla fine è se c'è o meno un solido potenziale di mercato.

Il che ci porta a un'altra questione molto importante. DEVI necessariamente e assolutamente conoscere il tuo pubblico target.

Se hai intenzione di creare un nuovo software di gioco, per esempio, devi essere a conoscenza di quali tipi di programmi (e personaggi) sono popolari e che tipo di interfaccia e funzioni richiedono gli utenti.

Se ha intenzione di creare un nuovo compilatore di e-book, devi sapere esattamente quali caratteristiche richiederebbe la gente che usa quel tipo di software. Devi anche determinare quali caratteristiche aggiungerebbero loro stessi a quel tipo di prodotto

se ne avessero l'opportunità.

Senza conoscere quello che vuole o richiede il tuo pubblico target, stai solo buttando via tempo, sperando di tirar fuori qualcosa che gli serve.

Non tirare a indovinare. Non fare ipotesi. E non provare a pensare per qualcun altro. Se hai intenzione di fare soldi vendendo software, devi essere perfettamente familiare con le persone che compreranno i tuoi prodotti. **PRIMA** di entrare troppo in profondità.

Oltre a questo, il campo delle possibilità è sconfinato. E la regola numero uno è questa... Non limitarti in alcun modo o in alcuna forma. Se puoi immaginarlo, un programmatore può molto probabilmente farlo succedere.

Ricerche di mercato

Per quanto buoni possano essere un'idea o un concetto, non valgono niente se non hanno la capacità di generare guadagno. In altri termini, se non puoi venderlo, non costruirlo.

Ma come fai a determinare quali tipi di software venderanno e quali no? E, oltre a questo, come fai a determinare quali prodotti hanno il potenziale di farti guadagnare somme significative di denaro?

Le verità è che non è sempre facile. E talvolta, anche dopo aver svolto ogni sorta di ricerca e fatto numerosi sondaggi, non hai ancora una risposta definitiva.

Tutto quello che puoi fare alla fine è seguire il tuo istinto.

Okay. Forse non vuoi rischiare i risparmi di tutta una vita sulla base dell'istinto. È giusto...

Anche se vi sarà sempre un certo rischio (non si può mai essere certi al 100% di alcun prodotto software), puoi sicuramente affinare le cose fino al punto in cui le probabilità di successo finanziario ti sono favorevoli.

La prima cosa che devi fare è scoprire se vi sono o meno prodotti esistenti che siano uguali o simili a quello che hai in mente.

Il modo più facile per far ciò è semplicemente eseguire delle ricerche usando i termini che descriverebbero accuratamente il tipo di software o di prodotto che hai in mente.

I motori di ricerca potrebbero essere un buon punto di partenza, ma puoi ottenere risultati migliori e più rapidi esaminando attentamente i vari siti di download come CNET (<http://download.com>) e Tucows (<http://tucows.com>).

Se ne trovi alcuni, devi confrontarli con la tua idea personale. In alcuni casi questo può voler dire che devi proprio acquistare il prodotto per poterlo usare e valutare di persona.

Ovviamente, se è disponibile una versione demo o in prova gratuita, potresti semplicemente scaricare e recensire quella versione. Alcune funzionalità potrebbero non essere attive, ma riuscirai comunque a vedere quali sono incluse nel software.

Quindi chiediti...

Le tue idee miglioreranno quello che esiste già? Aggiungeranno valore nel complesso o daranno un contributo nuovo od originale all'utilizzo o alla funzionalità del software? In generale, le tue idee renderanno migliore il prodotto?

Se la risposta è sì, continua a esplorare tutti i possibili miglioramenti e aggiornamenti. Se la risposta è no, allora devi trovare qualche altro prodotto.

Ma anche se inizialmente trovi che non esistono altri prodotti software come il tuo, non essere troppo veloce a saltare su urlando. Potrebbe esserci un'ottima ragione per cui nessun altro l'ha creato.

E la ragione più evidente potrebbe essere il fatto che è una cattiva scelta di prodotto, che non ha possibilità di mercato o potenziale di guadagno.

Oppure, potrebbe semplicemente voler dire che nessun altro ha ancora pensato a quel particolare prodotto software. Se è davvero questo il caso, allora il potenziale di marketing e di guadagno è sconfinato.

Con questo non sto dicendo che sia un colpo sicuro. Non lo è. Vuol solo dire che hai un buon candidato a prodotto software. Devi ancora stabilire se effettivamente venderà o meno.

Questo ci porta al tipico circolo vizioso. Non vuoi creare un software finché sei sicuro che venderà.

Ma non c'è modo di sapere definitivamente che potere di acquisto ha un prodotto finché non lo fai uscire.

È qui che entra in gioco l'istinto.

Se hai esaminato attentamente il mercato e hai una buona padronanza di quello che vuole la gente nel tuo pubblico target, dovresti già essere fiducioso sulle prospettive del tuo prodotto software.

Devi capire che non si tratta di creare e vendere prodotti software. Si tratta di sapere quali prodotti software creare. E c'è un solo modo di trovare quel tipo di conoscenza.

Devi avere il polso del tuo pubblico target. Devi metterti nei loro panni e sentire com'è essere come loro. Una volta che l'avrai fatto, dovresti essere in grado di rispondere alle domande che determineranno quali prodotti software dovrebbero essere creati.

Quindi si riduce tutto a un fattore importante...

Devi essere in grado di scegliere prodotti software con le maggiori probabilità di soddisfare i bisogni e le esigenze di un

particolare gruppo di individui. E per quando avrai finito di fare ricerche e studiare ogni dato gruppo, dovresti certamente avere acquisito questa abilità.

E quando il tuo istinto manda messaggi forti e chiari al tuo cervello ... “è questo, è questo, è questo” ... è decisamente il momento di ascoltarlo!

Stabilire le caratteristiche

Una volta che il tuo istinto innesta la marcia – assicurandoti che la tua idea di prodotto ha quel che serve per essere un successo finanziario – puoi iniziare a stabilire i dettagli specifici del software stesso.

Fai un elenco di tutte le caratteristiche, funzioni e opzioni che vuoi che il tuo prodotto software abbia.

Includi tutto quello che riesci a pensare. Ad esempio, se stai creando un programma software per un sito di iscrizione personale, parte del tuo elenco potrebbe avere un aspetto di questo tipo ...

Nome utente unico

Criptaggio della password

Login sicuro

Recupero password

Gli utenti possono aggiornare il loro profilo personale
Possibilità di nascondere l'indirizzo mail agli altri utenti
Caricamento di foto o video dei utenti

Chat pubblica

Iscrizione gratuita

Passaggio all'iscrizione a pagamento

Due livelli di iscrizione a pagamento

Pagamento dell'iscrizione integrato con PayPal

Link all'annullamento iscrizione (cancella iscrizione)

all'interno del profilo utente Link al login di un programma associato all'interno del profilo Quello che stai cercando di fare qui è elencare tutte le cose che vuoi – o che credi di volere – incluse nel tuo prodotto software. In questo modo il programmatore (o il potenziale programmatore) avrà un concetto solido di quello che hai in mente.

Ma non devi affidarti solo alla tua opinione. Per essere certo di non aver trascurato qualcosa, devi esaminare altri prodotti software. Non devono necessariamente essere simili al tuo (anche se questo sarebbe d'aiuto). Devi solo avere un'indicazione di tutte le possibilità.

Per esempio potresti imbatterti in un altro prodotto che dà ai suoi utenti l'opportunità di contattarsi l'un l'altro nell'area d'iscrizione. Quel tipo di messaggistica interna potrebbe non essere stato qualcosa a cui avevi pensato inizialmente, ma potrebbe benissimo essere una cosa che ti piacerebbe offrire ai tuoi utenti.

O forse incontrerai un prodotto software totalmente diverso che vorresti vedere incorporato nel tuo. Per esempio, un'utilità che genera finestre pop-up personalizzate. Invece che farvi accedere indipendentemente i tuoi utenti, non devono fare altro che accedere al loro account e cliccare su un link.

Oppure, potresti creare un'area strumenti dove i tuoi utenti possono agevolmente e rapidamente avere accesso a una serie di utilità. E il vantaggio sarebbe il fatto che sono tutte incorporate nel programma d'iscrizione principale e non

solamente “attaccate” a esso.

L'intera idea di guardare altri prodotti software (oltre a vedere cosa c'è attualmente in giro) è di renderti informato su quello che offrono. Ma il bonus è che guardare altri prodotti può spesso accendere idee che altrimenti non ti sarebbero venute in mente.

Un ottimo posto per accedere a ogni tipo di software concepibile è HotScripts (<http://hotscripts.com>). Il suo database è piuttosto esteso e comprende programmi e script in ogni linguaggio di programmazione popolare (una cosa di cui parleremo più avanti).

Quando visiti quel sito, preparati a spenderci una considerevole quantità di tempo. Ma qualsiasi cosa tu faccia, non abbandonare quest'area di formazione personale. È estremamente importante sapere cosa è di attualità e cosa no, in termini sia di programmazione che di preferenze degli utenti.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.