

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA
Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali
Corso di Laurea in Informatica

ESAME DI INTERAZIONE UOMO-MACCHINA
Docente: Roberto Polillo

VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO WEB:



www.aruba.it

Anno accademico 2004-2005
Appello di Giugno

Studenti:

Roberto Fermi – Matricola 048091
Ignazio Gentile – Matricola 049617
Giovanni Renna – Matricola 047726

1 Obbiettivi della valutazione

Nome del sito

www.aruba.it

HomePage

The screenshot shows the Aruba.it homepage with a navigation bar at the top containing links like Home, Recapiti & Info, Listino, Chi Siamo, Rassegna Stampa, and Lavora con Noi. A search bar and a 'Vuoi Connetterti a internet' button are also present. The main content area is divided into several sections:

- LOGIN:** Fields for user and password with an 'INVIATA' button.
- Domini & Hosting:** A sidebar menu listing services like Servizi Aggiuntivi, Struttura Tecnica, Server Dedicati, Housing, Connessione Internet, Promuovi il tuo sito, E-mail, Info & Utility, Assistenza, Community, and Listino Servizi.
- MAILING LIST:** A section for email subscriptions with a 'Gestione Iscrizioni' button.
- HOSTING:** Promotions for 'Web Hosting' (€9.99/yr), 'GIGA MAIL' (1.000MB), and 'SMS GRATIS'.
- SERVISI:** A grid of service tiles including:
 - Hosting Aruba.it (€9.99/yr)
 - Trasferisci il dominio su aruba.it (GRATIS)
 - Migra su Windows Server 2003
 - WebFarm (7.500 Mbit/s)
 - Microsoft SQL Server 'Workgroup Edition' (€55.00/yr)
 - TOWN server (€45/mo)
 - VILLAGE server (€30/mo)
 - server dedicati & housing (€15/mo)
 - FotoAlbum (€5/yr)
 - PRINT (€0.11/photo)
 - eCommerce
 - Blog Aruba.it (€10/yr)
 - ADSL (€29/yr)
 - Free Internet
 - KeyPosition (€6.5/yr)
 - 250 visite al giorno (€6.5/yr)
 - scambi banner
 - up Link
- LINK UTILI:** A vertical list of useful links including Notizie, Sport, Musica, Intrattenimento, Finanza, Casa, Auto & Moto, Internet & Web, Ricerca sui motori, and Utilità.

Requisiti generali del sito

Aruba.it offre a clienti residenziali e business un'ampia gamma di prodotti e di servizi Internet avanzati e all'avanguardia della tecnica. Per i piu' esigenti e' disponibile anche l'offerta di "Hosting misto" che permette di sfruttare i vantaggi e le peculiarita' di entrambi i sistemi operativi. In aggiunta alle caratteristiche standard dei pacchetti di Hosting e' disponibile una serie di servizi opzionali che permettono di comporre e modellare l'offerta sulla base delle proprie esigenze quali ad esempio i servizi "MySQL" (spazio per db su server MySQL), "Sms Target" (gateway per spedire sms dal proprio sito), e "Statistiche" (report professionali ed in tempo reale delle visite ricevute). Di Aruba.it sono molto apprezzati oltre ai servizi di "Hosting" anche quelli di "Housing" e "Server dedicati" che, grazie alla potenza della nuova WebFarm, offrono la possibilita' di avere a disposizione un intero Server dedicato o uno spazio Housing a prezzi paragonabili a quelli di un servizio di Hosting condiviso. Oltre ai servizi di Hosting e WebFarm, Aruba.it offre la soluzione per connettersi ad Internet nella modalita' piu' adatta alle proprie esigenze. Oltre a questa vasta gamma di servizi, aruba offre anche la possibilita' di aggiungere ai propri domini la possibilita' di inviare SMS, aggiungere weblog, di renderli disponibili nei motori di ricerca e altro ancora.

Obbiettivi della valutazione

Nel tentativo di valutare il sito, ci siamo posti nella situazione di un normale utente interessato nell'acquisto dei prodotti offerti, eseguendo perciò un'analisi approfondita della parte commerciale.

2 Metodologia usata

Il sito è stato analizzato utilizzando diversi strumenti disponibili gratuitamente sul web. I programmi sono stati presi dal libro Il checkup dei siti web in modo da utilizzare valutazioni paragonabili a quelle trattate nel libro.

L'analisi è stata imparziale, anche se un componente del gruppo fosse già a conoscenza dei servizi di tale società.

Si fa presente che i vari sotto-siti di cui è composto www.aruba.it sono stati costruiti in tempi differenti e da persone diverse rendendo, quindi, non omogenea la grafica e l'utilizzo dello stile di visualizzazione. Attualmente il sito sta, tutt'oggi, subendo un processo di rinnovamento iniziato qualche mese fa, che vede la progressiva sostituzione della vecchia grafica con una più standardizzata rispetto alla homepage.

Le valutazioni sono state fatte seguendo la seguente scala di punteggi:

- 0 – Pessimo
- 1 – Insufficiente
- 2 – Sufficiente
- 3 – Buono
- 4 – Ottimo

3 RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1 ARCHITETTURA

Valutazione: 2

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

La homepage del sito è ben strutturata sebbene molto saturata di informazioni. E' presente un menù di navigazione laterale che permette di navigare in tutte le sezioni del sito. Sono presenti alcuni link rapidi (a funzioni comuni) anche in alto ed in calce alla pagina, permettendo all'utente di selezionare velocemente alcune funzioni.

La struttura del sito è adeguata?

La struttura del sito è adeguata ai servizi offerti. Sono presenti numerose sotto-siti che gestiscono appieno i servizi offerti. Nella homepage si trovano tutti i collegamenti per raggiungere ogni punto del sito. In ogni sezione e quasi sempre possibile tornare alla homepage e navigare in altre zone del sito. La struttura non è prettamente ad albero, ma, piuttosto, a foresta, in quanto la presenza di numerosi sotto-siti rende necessario svincolare alcune funzionalità.

In ogni caso, la homepage può essere identificata come radice dell'albero (fig. 1).

Sono spesso presenti collegamenti ripetuti in più punti della pagina, ma non sono state rilevate ambiguità di riferimento: il testo descrittivo del collegamento rimane lo stesso. L'utente, quindi, è facilitato in quanto trova le stesse informazioni in più punti.

Al centro della pagina principale si può trovare una "vetrina" (fig. 2) dei principali servizi offerti dalla società, direttamente cliccabili dall'utente.

I menu di navigazione sono a tendina e con un massimo di 3 livelli di profondità (anche se generalmente si raggiunge al massimo il 2° livello). Le voci dei menù sono chiare, ma non sempre esplicative sul contenuto.

Un difetto del sito è che non tutte le sezioni mantengono la medesima struttura di impaginazione, mettendo in difficoltà l'utente nell'identificazione ed analisi della nuova struttura del sotto-sito.



Fig. 1 - Homepage del sito www.aruba.it con evidenziato il menù ed i collegamenti principali

HOSTING	 <p>Hosting Aruba.it - Solo Aruba.it propone ai propri utenti la possibilità di registrare e mantenere un nome a dominio a soli euro 9,99 + iva annui.</p> <p>altre info</p>	 <p>Trasferisci il dominio su aruba.it</p> <p>1 anno GRATIS</p> <p>altre info</p>	 <p>migra su: Windows Server 2003</p> <p>Quattro ottimi motivi per migrare ad un server su piattaforma Windows 2003: Velocità - Efficienza - Sicurezza - Stabilità.</p> <p>altre info</p>	 <p>WebFarm - Una delle strutture più potenti attualmente in Italia. 7.500 Mbit/s di connettività nazionale e internazionale.</p> <p>altre info</p>
	 <p>Aggiungi Microsoft SQL Server "Workgroup Edition" al tuo Server Dedicato a soli € 55.00 +iva mensili.</p> <p>€55.00 +IVA al mese per processore</p> <p>altre info</p>	 <p>TOWN</p> <p>Il server mid-range per applicazioni avanzate, per siti che richiedono una discreta potenza di elaborazione e memoria.</p> <p>da € 49 +IVA al mese</p> <p>altre info</p>	 <p>VILLAGE</p> <p>Il server entry level, ideale per applicazioni non intensive, che non richiedano eccessiva potenza di calcolo e memoria.</p> <p>da € 30 +IVA al mese</p> <p>altre info</p>	 <p>server dedicati & housing</p> <p>Ritaglia l'offerta su misura per te, scegli il miglior rapporto qualità-prezzo del mercato dal primo web hoster d'Italia.</p> <p>a partire da € 15.00 +iva al mese</p> <p>altre info</p>
SERVIZI	 <p>FotoAlbum - Pubblica subito on-line tutte le immagini e i filmati che vuoi. Crea il tuo FotoAlbum con solo euro 5 + iva annui !!!</p> <p>altre info</p>	 <p>Print - Stampa le tue foto e ricevile direttamente a casa tua a partire da soli euro 0,11 a foto !!!</p> <p>€0,11 a foto</p> <p>altre info</p>	 <p>eCommerce - Tutto quello che ti serve lo puoi trovare qui. Entra nello Shop di Aruba.it e potrai avere tutti i vantaggi !!!</p> <p>altre info</p>	 <p>Blog Aruba.it - Crea il tuo spazio sulla rete</p> <p>Blog Gratis, Blog Professionale, Blog Mega a soli euro 10 + iva annui</p> <p>altre info</p>
	 <p>ADSL - Il mondo in un click</p> <p>Le nuove fantastiche offerte di Aruba.it: ADSL 1280 a partire da euro 29 + iva al mese !!</p> <p>altre info</p>	 <p>Free Internet - Nessun limite di tempo, possibilità di accedere da tutta Italia con una semplice chiamata urbana 7020001060.</p> <p>altre info</p>		
CONNESSIONI	 <p>KeyPosition - Aumenta la visite al tuo sito !!! - Inserisci il tuo dominio sui principali motori di ricerca internazionali e nazionali.</p> <p>altre info</p>	 <p>ADV</p> <p>250 visite al giorno nel tuo sito ??? - 50.000 impressions del TUO BANNER nelle sezioni di aruba.it ad un prezzo unico: euro 6.5 + iva.</p> <p>altre info</p>	 <p>scambio banner</p> <p>Il servizio GRATUITO offerto da Aruba che Vi permetterà di aumentare la visibilità del vostro sito web ...</p> <p>altre info</p>	 <p>up Link</p> <p>Studiato per incrementare notevolmente le visite ai siti web iscritti attraverso uno scambio di link con recensione, ... il tutto GRATIS</p> <p>altre info</p>

Fig. 2 – Vetrina dei prodotti

Esiste una mappa del sito che ne rappresenta con chiarezza la struttura?

Il sito è dotato di una mappa completa e chiara (Fig. 3). La mappa è strutturata ad elenco e sono necessarie, mediamente, dalle 3 alle 5 schermate per poterla visualizzare tutta.

Tuttavia, l'impaginazione della mappa è ben fatta e la struttura del sito risulta chiara e completa. Non tutti i collegamenti della mappa rimandano alla sezione desiderata: alcuni rimandano ad una descrizione del servizio nella homepage e, quindi, cliccando un collegamento alla vera e propria sezione desiderata.

SITEMAP	
HOME ARUBA.IT	
Domini & Hosting	
: Trasferimenti	
: Hosting Windows	
: Hosting Linux	
: Hosting Windows 2000 + Linux	
: Registrazione Dominio + Gestione DNS + Posta	
: Registrazione Dominio + Gestione DNS	
: Registrazione Dominio con Redirect	
: Conversioni	
: Migra su Windows Server 2003	
: Blog (weblog)	
: Area Clienti	
: Rinnova	
: Supporto tecnico on line	
Servizi Aggiuntivi	
: Email illimitate	
: Statistiche di accesso	
: Database professionale MySQL	
: Invia SMS dal tuo sito	
: Ecommerce in due click	
: Antivirus - Antispam	
: FotoAlbum	
Struttura Tecnica	
: WebFarm - Caratteristiche tecniche	
: WebFarm - Visita virtuale	
Server Dedicati	
: Scegli il tuo server dedicato	
: Caratteristiche del servizio	
: Trasferisci il tuo sito da Aruba.it a Server dedicato	
: WebFarm Aruba.it	
: Area clienti	
: Supporto - Assistenza	
: Assistenza	
: Contatti	
Housing	
: Housing Aruba.it	
: Caratteristiche del servizio	
: Assistenza	
: WebFarm Aruba.it	
Connessione a Internet	
: ADSL	
: Offerte	
: Copertura	
: Area Clienti	
: Rinnovo abbonamenti	
: ADSLShop	
: Assistenza	
: Internet Free - Gratuito	
: Connessione: NO canonesenza - NO costi di attivazione	
: Hai perso i dati?	
: Cambia Password	
Promuovi il tuo sito	
: Servizi Gratuiti	
: Scambio banner	
: Uplink	
: Servizi Professionali	
: Keyposition - Promuovi il tuo sito sui motori di ricerca	
: ADY - su misura per il tuo sito	
E-mail	
: Webmail - Domini in hosting	
: Webmail - ...@aruba.it	
: Gestione e-mail su domini Aruba.it	
: Supporto	
: Guida all'utilizzo Webmail domini	
: Guida all'utilizzo pannello GestioneMail	
Info & Utility	
: ... non conosci ancora Aruba.it	
: Iscriviti ad Aruba.it	
: Il mondo Aruba.it	
: Diventa Rivenditore	
: Clienti	
: Dati sui pagamenti dei servizi	
: Modifica dati anagrafici	
: Modifica dati fatturazione	
: Modifica email di riferimento	
: Modifica Login e Password	
: Fatture	
: Faq	
: Rivenditori	
: Area Rivenditori	
: Modifica dati anagrafici	
: Fatture	
: Faq	
: Diventa rivenditore	
: Network.aruba.it	
Assistenza	
: On-Line - FAQ	
: On-Line - HelpDesk Forum	
: Recapiti & info utili	
: Vademecum / Guida ai servizi	
Community	
: Forum Community	
: Belli o Brutti	
: Blog Aruba.it	
Listino Servizi	
: Hosting	
: Connessioni	
: Promuovi il tuo sito	
: Servizi	
: Server Dedicati	

top

Fig. 3 – Mappa del sito

La navigazione del sito è adeguata?

In generale la navigazione del sito è fluida e ben articolata. Per le dimensioni del sito e per il numero di servizi offerti in alcune sezioni si riscontrano problemi di navigazione.

Da alcune pagine non è possibile tornare alla homepage generale, ma solamente a quella della sezione. Le sezioni sono ben referenziate nei menù ed è possibile “saltare” da una parte all’altra in modo rapido e semplice.

In alcune sezioni il menù non presenta collegamenti con le altre aree del sito rendendo, quindi, impossibile la navigazione totale, mentre in altre è presente un menù secondario collocato in alto alla pagina che racchiude le funzionalità principali della sezione corrente (fig. 4).

La diversa costruzione delle varie aree rende difficile un’analisi generale delle caratteristiche di navigabilità del sito, ma in generale gli utenti hanno trovato che le informazioni sono raggiungibili facilmente e con pochi click.

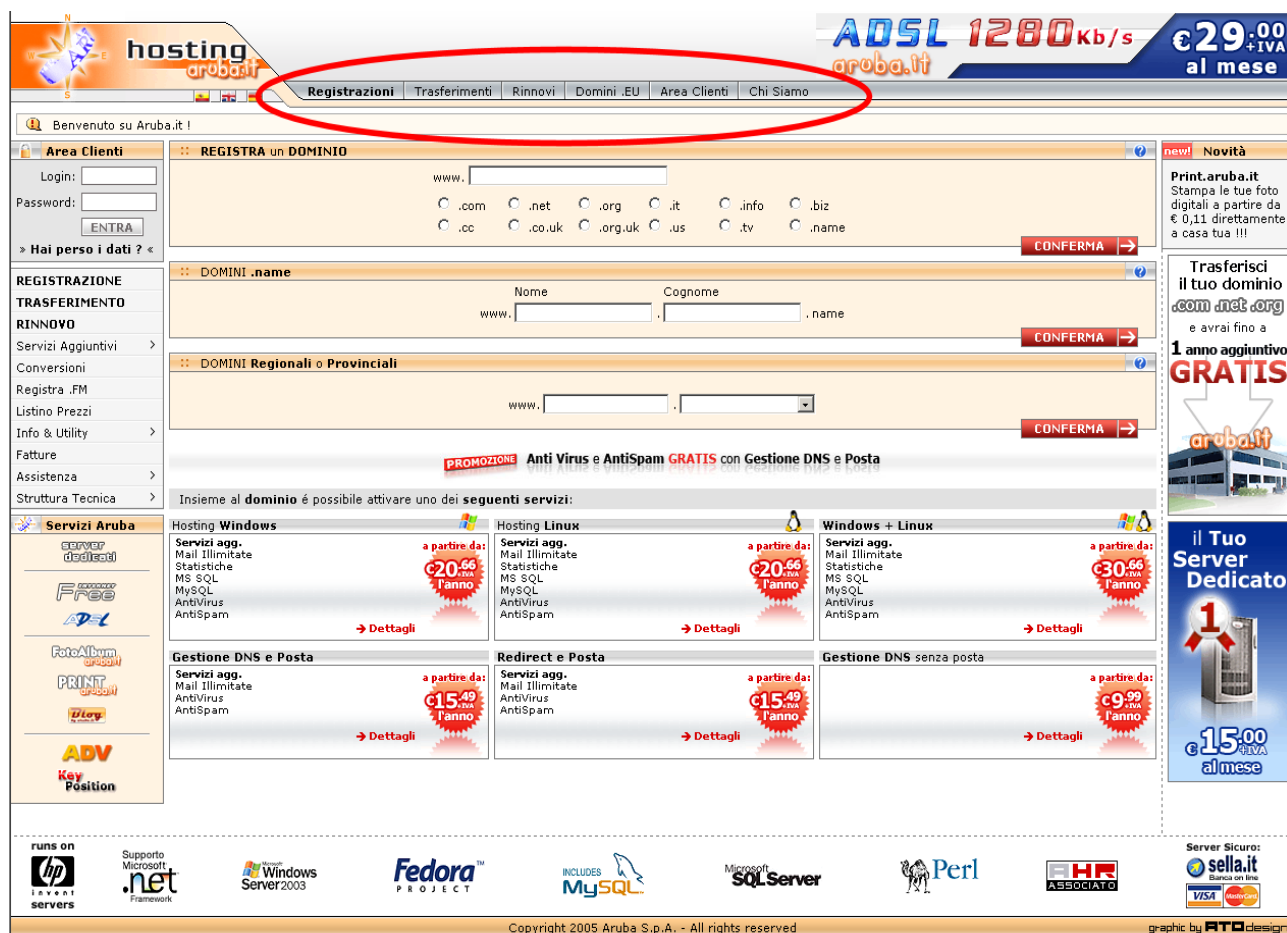


Fig. 4 – Pagina con menu secondario

L’unico lato fortemente negativo della navigabilità risulta la registrazione e la gestione dell’accesso. La registrazione, infatti, non è per niente facile da trovare e le varie aree del sito, pur avendo il medesimo sistema di accesso ed gli stessi dati di login, non condividono le informazioni; questo si traduce nel fatto che per ogni sezione l’utente deve reinserire nuovamente i propri dati.



Fig. 5 – Esempio di altra sezione con medesima struttura e collegamenti alle altre sezioni



Fig. 6 – Esempio di altra sezione con struttura base differente e con assenza di menù (ma con collegamenti ad altre sezioni)

Sintesi:

Punti di forza:

- Menù sempre presenti
- Menù a tendina molto pratici e funzionali
- Mappa del sito completa

Punti di debolezza:

- Differente struttura per le diverse aree
- Gestione login non generalizzato

3.2 Comunicazione

Valutazione: 2

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

La Home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Complessivamente si può ritenere che lo scopo del sito sia chiaramente visibile. Sebbene manchi uno slogan, la frase esplicativa, posta sotto il logo aziendale, chiarisce immediatamente lo scopo del sito; inoltre si possono trovare diversi riferimenti all'attività svolta dalla società (vedere le parti riquadrate di verde dell'immagine). Tuttavia sono presenti elementi marginali che potrebbero complicare la comprensione dello scopo del sito (vedere le parti riquadrate di rosso dell'immagine). Il nome del sito e il suo logo non forniscono indicazioni circa il suo scopo, ma fungono da punto di riferimento per chi già conosce l'azienda.



Fig. 1 – Aspetti positivi e negativi della homepage

Il layout delle pagine è adeguato ai formati video?

Si è potuto analizzare che, da una risoluzione di 770pixel di larghezza in su, la pagina è completamente liquida. Per risoluzioni minori compare la barra di scorrimento orizzontale.



Fig. 2 – Visione della homepage con una risoluzione di 770pixel di larghezza

Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

Grazie ad un uso assiduo della proprietà di chiusura e di vicinanza è possibile distinguere chiaramente i vari microcontenuti presenti nelle pagine.

Il colore è utilizzato in modo adeguato.

Gli sfondi, bianchi o in trasparenza, permettono sempre una facile lettura dei testi. Raramente sono presenti delle pagine in cui il rapporto sfondo-testo non è ben curato (fig. 6). I colori vengono accostati in modo da rendere possibile la visione anche a utenti con problemi di vista (daltonia). Nelle pagine non sono mai utilizzati più di 6 colori contemporaneamente.

L'utilizzo dei colori nel sito non tiene conto delle comuni associazioni di significato: ad esempio nell'immagine (fig. 3) i tasti di conferma sono di colore rosso, il che suggerisce un segnale di "stop". I colori di alcune pagine non vengono utilizzati considerando la legge della somiglianza della Gestalt. Nell'immagine (fig. 4) i collegamenti blu sulla sinistra sembrano collegati al riquadro subito di fianco; in realtà le due sezioni sono completamente sconnesse. Le sezioni del sito non sono identificate mediante l'utilizzo dei colori.

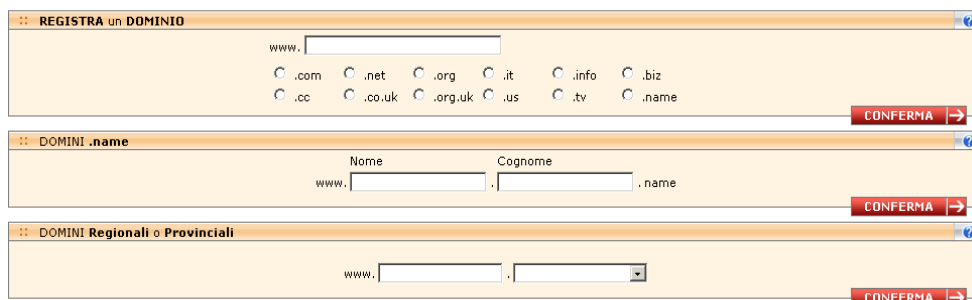


Fig. 3 – Bottoni di conferma di colore rosso



Fig. 4 – pagina principale della sezione weblog

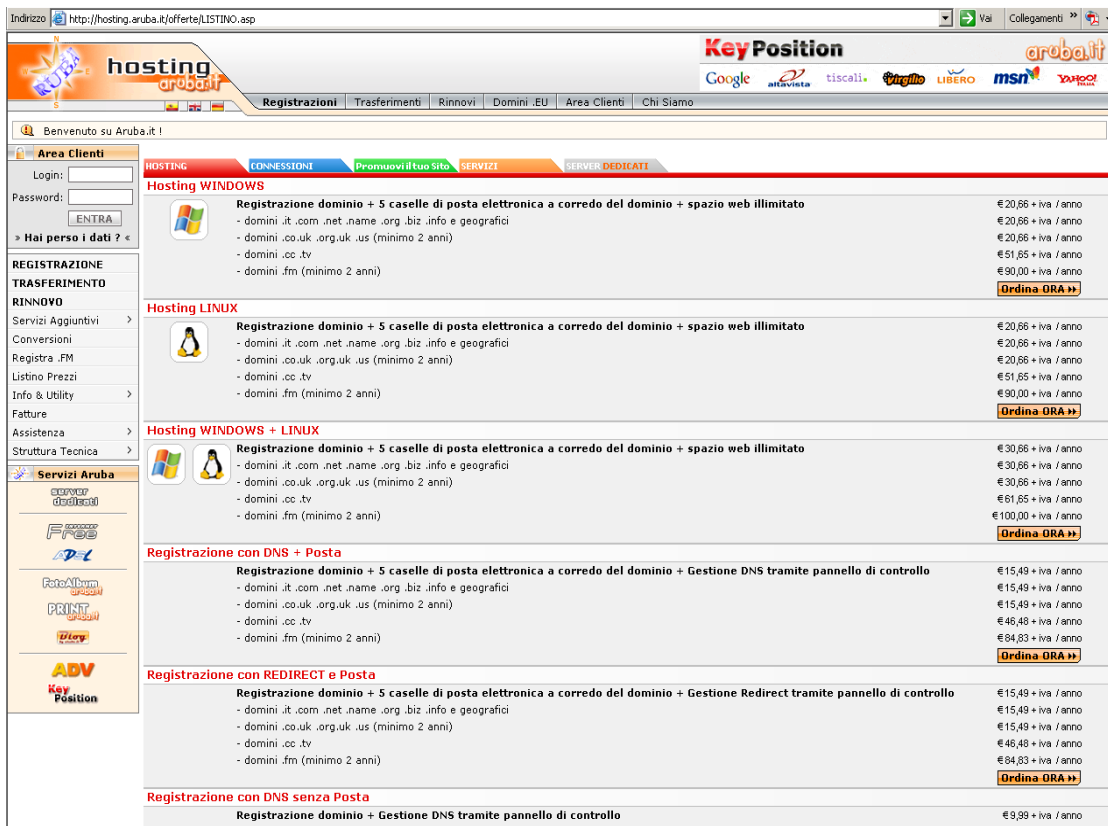


Fig. 5 – Listino dei servizi: ottimo utilizzo dei colori per distinguere le sezioni



Fig. 6 – Sezione shop, utilizzo dei colori sfondo-testo non ottimale

Il testo è leggibile?

L'utilizzo di un carattere unico senza grazie (Arial), sempre minuscolo e mai corsivo, minimizza l'effetto sega migliorando la leggibilità. Il carattere assume, al massimo, tre dimensioni. Il rapporto tra sfondo e testo è quasi sempre appropriato (nero su bianco o colori in trasparenza).

L'unico aspetto negativo si nota se tentiamo di ingrandire il carattere: l'operazione è permessa, ma le pagine non rispondono in maniera appropriata.

La grafica è attraente?

La grafica è nel complesso accettabile. Gli sfondi non ostacolano quasi mai la lettura dei testi, l'uso dei font rispetta delle regole precise (sopra citate), le figure hanno sempre una certa utilità.

In alcuni casi abbiamo delle pagine con paragrafi disallineati, ma il più grande difetto sta nell'uso dei colori, che è quasi sempre casuale.

Inoltre su alcune pagine spunta delle pubblicità molto invadente.

Scheda Informativa

Informazioni su - Server -

(I costi sono da considerarsi iva esclusa)

VILLAGE: Configurazione di base (Noleggio)

	Village 4.0	Village 4.0 Dell o Hp	Village 4.0 Raid	Village 4.0 Raid Dell o Hp
Processore	Celeron 4	Celeron 4	Celeron 4	Celeron 4
Ram	128Mb	128Mb	256Mb	256Mb
IDE/SCSI	IDE	IDE	IDE	IDE
Raid 1	No	No	SI	SI
Raid 5	No	No	No	No
Spazio utile Hard Disk	40Gb	40Gb	40Gb	40Gb
Motherboard	Intel	Dell o Hp	Intel	Dell o Hp
Cd-Rom	SI	SI	SI	SI
Floppy	SI	SI	SI	SI
Doppia alimentazione	No	No	No	No
Scheda controllo remoto (PSA)	No	No	No	No
Canone mensile Noleggio	25	30	40	45
Costo Attivazione	65	65	100	100
Manutenzione hardware	Indusa	Indusa	Indusa	Indusa

VILLAGE: Configurazione di base (Acquisto)

	Village 4.0	Village 4.0 Dell o Hp	Village 4.0 Raid	Village 4.0 Raid Dell o Hp
Processore	Celeron 4	Celeron 4	Celeron 4	Celeron 4
Ram	128Mb	128Mb	256Mb	256Mb
IDE/SCSI	IDE	IDE	IDE	IDE
Raid 1	No	No	SI	SI
Raid 5	No	No	No	No
Spazio utile Hard Disk	40Gb	40Gb	40Gb	40Gb
Motherboard	Intel	Dell o Hp	Intel	Dell o Hp
Cd-Rom	SI	SI	SI	SI
Floppy	SI	SI	SI	SI

Fig. 7 – Server dedicati, utilizzo del colore blu per il testo

Come si può vedere dall'immagine soprastante, dove viene usato il colore blu per il testo, l'uso dei colori è del tutto casuale.

In questa immagine si può notare come ciascuna delle immagini presenti aiuti effettivamente l'utente nella comprensione, o nel riconoscimento, della parte del sito in cui sta per entrare.

NETWORK

aruba.it

- GW aruba.it**: Traffico GW-aruba.it
- MIX milano**: Grafici traffico aggregato MIX-Milano
- m@il**: Grafici traffico sistema m@il
- TraceRoute dai principali Network Mondiali**
- TraceRoute dalla LAN aruba.it**
- TraceRoute visuale dagli USA**
- Visual Pulse**™ Analisi dettagliata
- Velocità della tua Connessione**
- SERVIZI aruba.it**:
 - Domini Web
 - Server Dedicati
 - Key Position

Copyright © 2002-2003 Aruba S.p.A. - All rights reserved. graphic by RTO design

Fig. 8 – immagini ben scelte per aiutare l'utente

In questa pagina i paragrafi sono del tutto disallineati.

Fig. 9 – Server dedicati, paragrafi sisallineati

Sintesi

Punti di forza:

- La frase esplicativa chiarisce lo scopo del sito
- il layout è liquido
- molto usata la proprietà di chiusura e vicinanza
- daltonismo, non più di 6 colori e testo normale
- gli sfondi non sono invadenti
- Le immagini sono scelte molto bene

Punti deboli:

- Il nome del sito non fa intuire lo scopo del sito
- Non c'è un slogan
- Link utili svia dallo scopo del sito
- colori di sfondo saturi anche se trasparenti
- non viene considerato il significato associato ad un colore
- da la possibilità di cambiare la grandezza del carattere, ma le pagine non rispondono in maniera appropriata.
- Ci sono pagine troppo piene (vedi la home page)

3.3 Funzionalità

Valutazione: 2

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

Le funzioni per effettuare transazioni sono adeguate?

Le leggende dei campi da compilare sono più che comprensibili, soprattutto se consideriamo che l'utente finale di questo sito deve essere sicuramente una persona con un minimo di conoscenze informatiche.

Viene utilizzata la medesima form sia per le persone fisiche che per le aziende, di conseguenza abbiamo alcuni campi, obbligatori od opzionali, che risultano inutili, a seconda della categoria. Se non consideriamo questo aspetto negativo, sia i campi obbligatori che quelli opzionali sono ridotti al minimo.

Non viene mai richiesto all'utente la compilazione di un questionario conoscitivo sulle sue attitudini.

La politica relativa alla privacy è espressa in modo sintetico, ma non in una pagina separata dal modulo.

Tutte le informazioni rilevanti per decidere se usufruire dei servizi, sono presenti nel listino, quindi risultano accessibili senza che l'utente abbia già effettuato l'iscrizione.

Il trattamento degli errori dell'utente è adeguato?

Gli errori sono gestiti visualizzando gli stessi di fianco alla corrispondente zona di inserimento del modulo, quindi in modo adeguato. L'unico difetto risiede nella mancata preservazione del lavoro già effettuato.

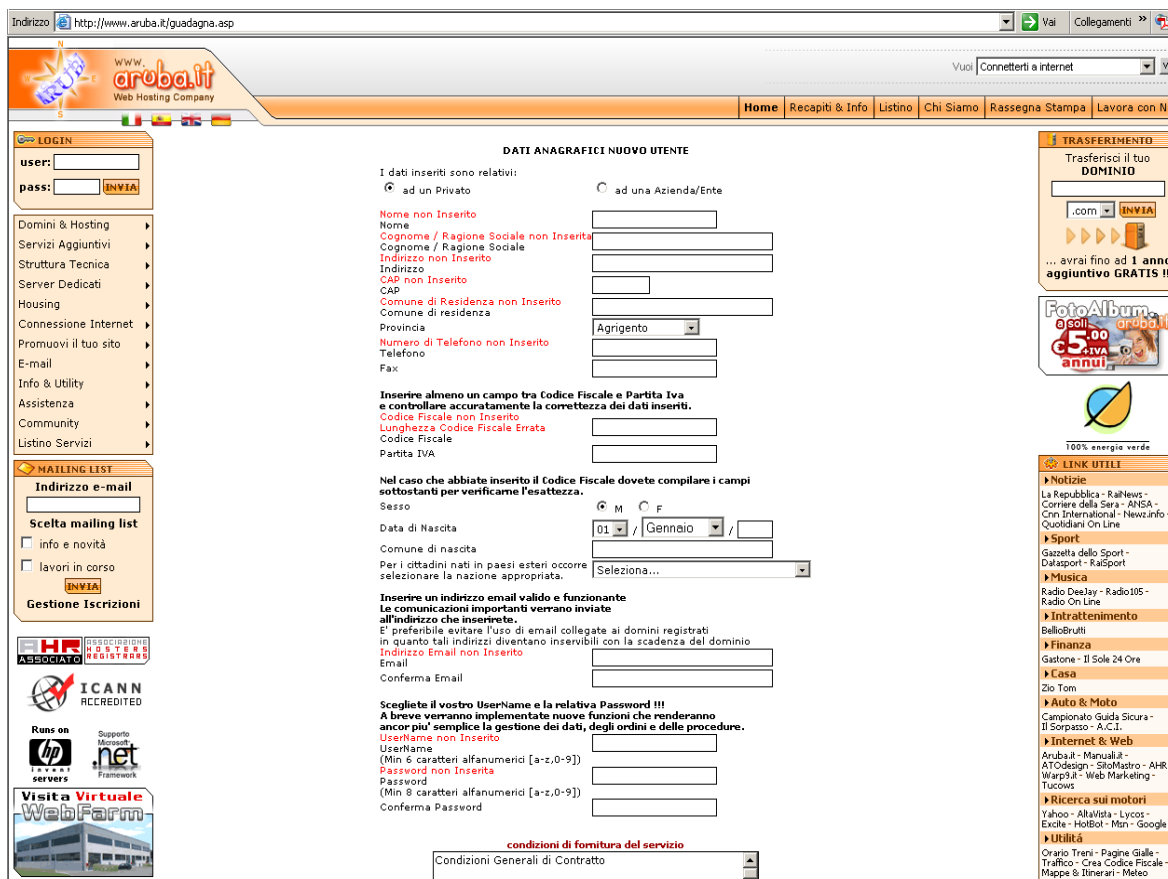


Fig. 1 – Riepilogo errori durante la registrazione al sito

Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Il sistema di ricerca offerto non è sicuramente ottimale, perché non offre la possibilità di effettuare una ricerca avanzata (and e or di parametri). Tuttavia una ricerca di questo tipo soddisfa la maggior parte degli utenti.

Non tutti i browser sono in grado di visualizzarla e, soprattutto, non è presente in tutte le pagine.

E' possibile comunicare in modo adeguato con chi gestisce il sito?

E' possibile comunicare con tecnici qualificati, che rispondono in tempi più che accettabili.

Il modulo per effettuare le domande è molto ben strutturato (fig. 2).

Sono disponibili per tutti gli utenti avvisi sullo stato dei servizi disponibili.

E' presente una sezione denominata knowledge base che fornisce informazioni di carattere generale.

Powered by Aruba.it
Copyright © 2004 - Aruba S.p.A., All rights reserved

Fig. 2 – Form per la comunicazione con l'assistenza

La form per inserire le domande, come si può vedere dall'immagine, richiede poche informazioni indispensabili, inseribili molto comodamente (vedi categoria).

In questa pagina vengono visualizzate tutte le informazioni riguardanti lo stato dei servizi disponibili.

Visualizza Ticket chiusi Totale: 1							
Ticket	Oggetto	Categoria	Stato del ticket	Priorita'	Aperto da	Ultimo post	Data/Ora
LC9879-229902	Invio verso Vodafone	Sms	Chiuso to: gabriella.fabbri	Media	@aruba.it	gabriella.fabbri	Aperto: 12/04/05 12:10 Ultimo post: 13/04/05 10:31

Ticket in lavorazione
 Allegato
 Emergenza

Annunci	
Oggetto	Inserito
Adsl : lavori rete Telecom	07/06/05 13:13

Powered by Aruba.it
Copyright © 2004 - Aruba S.p.A., All rights reserved

Fig. 3 – Elenco delle comunicazioni precedenti con il servizio assistenza

In questa pagine vengono mostrate le risposte alle FAQ (Frequently Asked Questions).

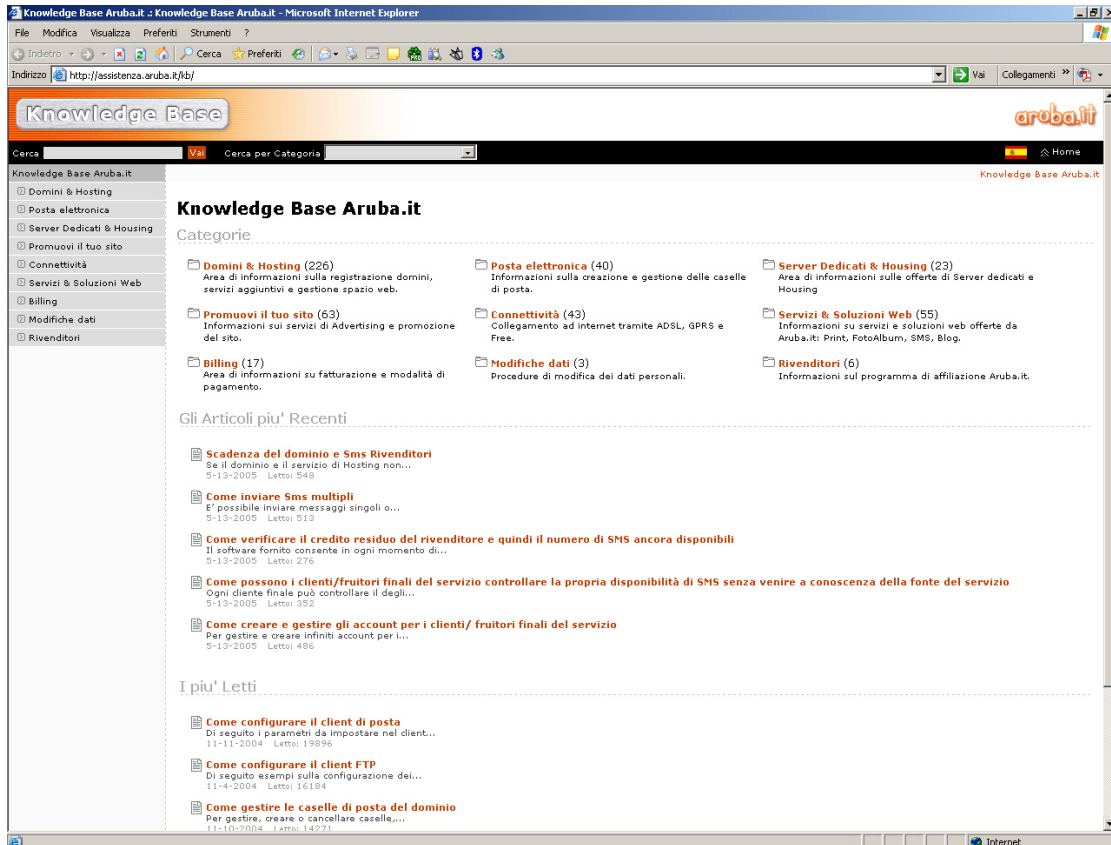


Fig. 4 – knowledge base

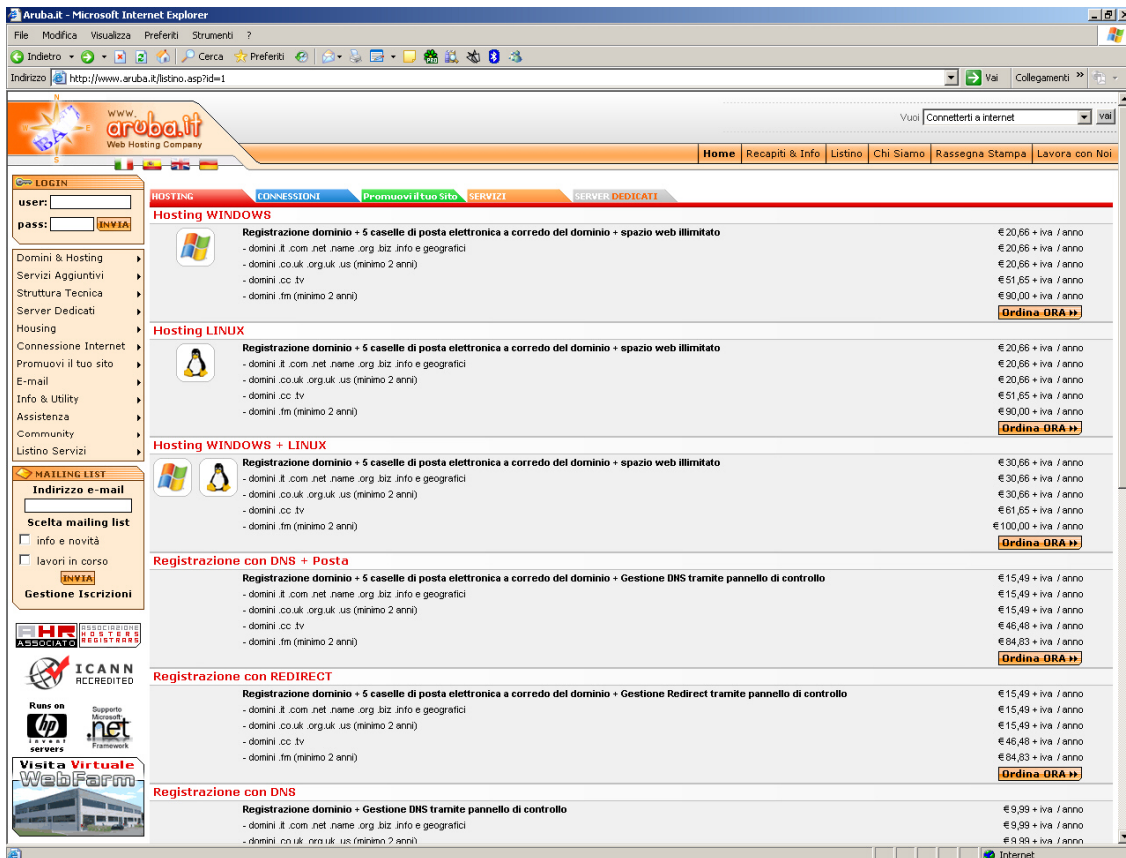


Fig. 5 – Informazioni su prezzi dei servizi

Prima di decidere se iscriversi o meno è possibile visualizzare il listino che mostra tutte le informazioni di cui si può avere bisogno (fig. 5 in pagina precedente).

Sintesi

Punti di forza:

- leggende campi chiare per utenti finali del sito
- campi obbligatori e opzionali strettamente necessari
- le informazioni necessarie per decidere se registrarsi o no sono presenti nel listino, oppure durante la procedura, prima della registrazione (o login)
- gli errori sono gestiti in modo adeguato
- faq presenti
- comunicazione con tecnici qualificati mediante un modulo ben studiato(chiaro e semplice).
- tempi di intervento da 2 ore fino a max di 24 (nei giorni di festa)

Punti deboli:

- non utilizza form diverse per aziende e persone fisiche (ambiguità di termini)
- il lavoro dell'utente non viene salvaguardato.
- ricerca avanzata assente
- la ricerca non è compatibile con tutti i browser, e non è presente in tutte le pagine.

3.4 Contenuto

Valutazione: 3

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

L'informazione è classificata in modo adeguato?

L'informazione è classificata in base ai contenuti, il che andrebbe bene se fosse supportata da un labelling adeguato.

In alcuni casi, infatti, le labels non aiutano minimamente chi si appresta ad usare il sito per la prima volta.

The screenshot shows the homepage of Aruba.it, a web hosting and domain registration company. The page is densely packed with various services and offers, organized into a grid-like structure. Key elements include:

- Header:** Aruba.it logo, navigation menu (Home, Recapiti & Info, Listino, Chi Siamo, Rassegna Stampa, Lavora con Noi), and a search bar.
- Left Sidebar:** A vertical menu with categories like LOGIN, Domini & Hosting, Servizi Aggiuntivi, Server Dedicati, Hosting, Connessione Internet, Promuovi il tuo sito, E-mail, Info & Utility, Assistenza, Community, and Listino Servizi.
- Main Content Area:** A grid of promotional boxes for various services:
 - Hosting:** Offers for Aruba.it hosting, domain transfer, and migration to Windows 2003.
 - Server:** Promotions for Microsoft SQL Server, dedicated servers, and server farms.
 - Services:** Offers for photo albums, printing, e-commerce, and blogging.
 - Other:** Promotions for ADSL, free internet, and various other digital services.
- Right Sidebar:** A section titled "LINK UTILI" containing a list of useful links such as "Notizie", "Sport", "Musica", "Finanza", "Casa", "Auto & Moto", "Internet & Web", and "URR&R".
- Footer:** A small section for "100% energia verde" and "LINK UTILI".

Ad esempio, se diamo un'occhiata al menù della home page, l'etichetta housing, come del resto la label struttura tecnica, non forniscono alcuna informazione all'utente inesperto riguardo il loro contenuto.

Lo stile del testo è adeguato al web?

In quasi tutte le pagine del sito è necessario effettuare lo scrolling, ma, nella maggior parte dei casi, un'organizzazione in microcontenuti facilmente individuabili, grazie ad un uso reiterato della proprietà chiusura, permette uno scrolling equivalente al passaggio da una pagina all'altra. I microcontenuti sono espressi in poche parole, senza artifici retorici ed esprimono un solo concetto. Per ogni sottoparte abbiamo un sottotitolo e delle parole evidenziate, che ne identificano il contenuto.

Le parole, però, in alcuni casi, vengono evidenziate tramite una sottolineatura, che lascia, erroneamente, presagire la presenza di un collegamento.

Nella maggior parte dei casi, per non appesantire un microcontenuto, viene adottato uno stile a piramide invertita per permettere l'approfondimento.

Come si può vedere da tutti gli esempi fatti, i rimandi ipertestuali sono espressi in modo naturale.

In quasi tutte le sezioni si preferisce rivolgersi all'utente dandogli del tu.

La pagina "chi siamo" è ben strutturata e fornisce tutte le informazioni di cui il cliente possa avere bisogno.

Come si può vedere da questa immagine, in alcuni casi, ad una parola sottolineata non corrisponde un collegamento.

Scambia il tuo link con recensione... con un rapporto di 8:1 e iscrizione GRATUITA!

Aruba UpLink

Home
Regolamento
Iscriviti
Pubblicità
FAQ & Informazioni

user:
pass:
Accedi

iscriviti ora!
2.000 esposizioni del tuo link e della tua recensione al momento dell'iscrizione, più 2.000 esposizioni per ogni webmaster da te presentato!

Aruba UpLink : il sistema più vantaggioso ed efficace di promozione pubblicitaria in rete, studiato per incrementare notevolmente le visite ai siti web iscritti attraverso uno scambio di link con recensione.

Una volta iscritto inserisci le poche linee di codice per visualizzare il **BOX di Aruba UpLink** all'interno delle tue pagine web. Ogni volta che il **BOX** viene visualizzato, **il tuo link e la tua recensione verranno visualizzate per ben otto volte** su otto altri siti iscritti!

Aruba UpLink è totalmente gratuito! Non devi perdere tempo nella realizzazione di banners perché non servono. Il modulo di iscrizione si compila in cinque minuti. Inoltre grazie al particolare codice utilizzato, i link e le recensioni sono sempre in movimento dal basso verso l'alto, attirando l'attenzione del navigatore.

Aruba UpLink è l'unico sistema in rete che ti garantisce un rapporto 8:1 e per ogni volta che il **BOX** viene visualizzato nelle tue pagine web, il tuo link e la tua recensione verranno visualizzati su otto altri differenti siti iscritti al network!

Il BOX di Aruba UpLink è totalmente configurabile in altezza, larghezza e nei colori, per adeguarlo perfettamente nelle tue pagine web. Se tutto questo non ti bastasse, ti offriamo **ben 2.000 esposizioni** del tuo link e la tua recensione **al momento dell'iscrizione** e facendo conoscere questo ottimo servizio ai tuoi amici webmasters **riceverai ulteriori 2.000 esposizioni, per ogni webmaster da te presentato!**

Devi costruire un sito web?
Con solo 24 euro l'anno lo puoi avere professionale! [Clicca ora >](#)

Questo è il **BOX** simile a quello da inserire nelle tue pagine web.

ADSL INTERNET FREE SERVER dedicati WEB ADV top

In questa pagina tutte le parole più importanti sono opportunamente evidenziate tramite l'uso del grassetto.

Indirizzo: http://webfarm.aruba.it/corateristiche.asp

nuova WebFarm aruba.it

HOME
Caratteristiche Tecniche
Visita Virtuale WebFarm
Prenota una Visita
Come Raggiungerci
Storico dei Lavori
NetWork.aruba.it
Server Dedicati
Housing

CONNETTIVITA'

- Connettività **7.500 Mbit/s di connettività nazionale ed intranazionale.**
- Oltre **5.000 Gigabyte** di traffico giornaliero.
- Collegamento fisico a **15 GIGABIT/s** ridondato.
- **Router CISCO classe 12.000** in bilanciamento assicurano connettività anche in caso di guasto.
- Lan interna **GIGABIT** cablaggio Cat 6 certificato.

ALIMENTAZIONE

Cabina elettrica dedicata, collegata alla rete elettrica di ENEL, che assicura scalabilità ed espandibilità degli oltre **400Kva** attualmente installati.

Generatore di elettricità di pari capacità, con motori diesel in grado di sopprimere in qualsiasi momento e per qualsiasi periodo di tempo ad eventuali mancanze nelle erogazioni di energia elettrica da parte di ENEL.

3 gruppi di UPS da 200Kva ciascuno, in parallelo ridondato con durata 2 ore garantiscono una totale sicurezza ed un'ulteriore garanzia di continuità oltre alla protezione da sbalzi, microinterruzioni e variazioni di tensione.

CLIMATIZZAZIONE

Sistema d'aria condizionata flessibile ed espandibile, garantisce una **temperatura ed umidità costanti.**

Nelle sale dati la temperatura è mantenuta costantemente sui **21 gradi**, mentre negli altri ambienti è ovviamente possibile gestire la temperatura a piacere.

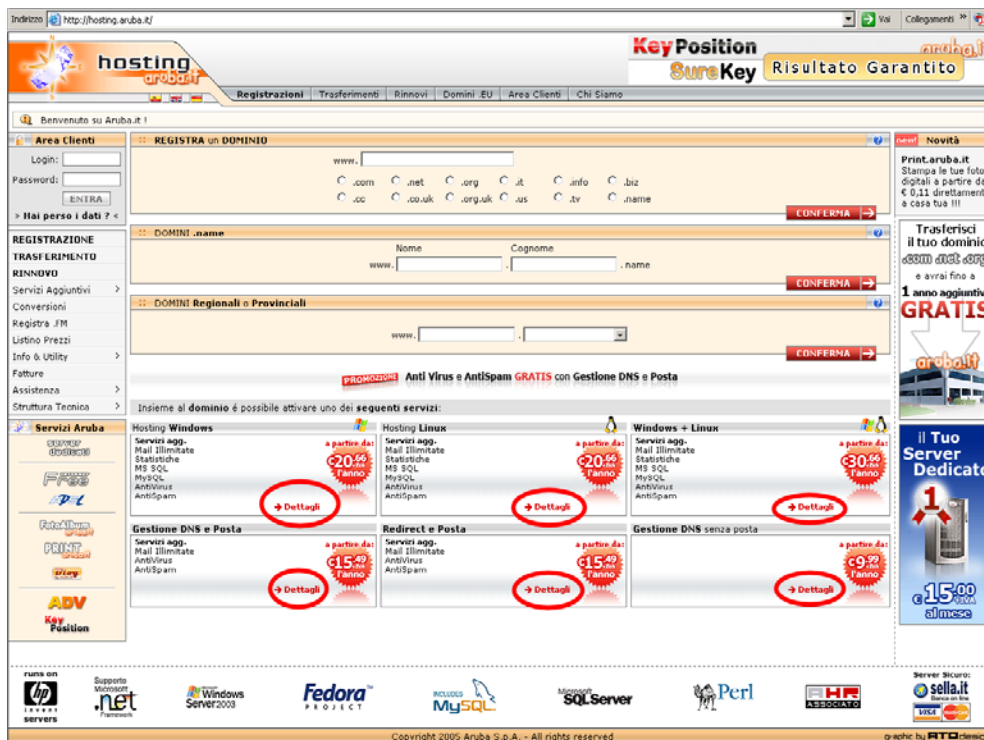
Impianto per il ricambio d'aria attraverso l'espulsione forzata verso l'esterno. **Ricambio completo nelle sale dati in meno di 2 ore.**

ASSISTENZA

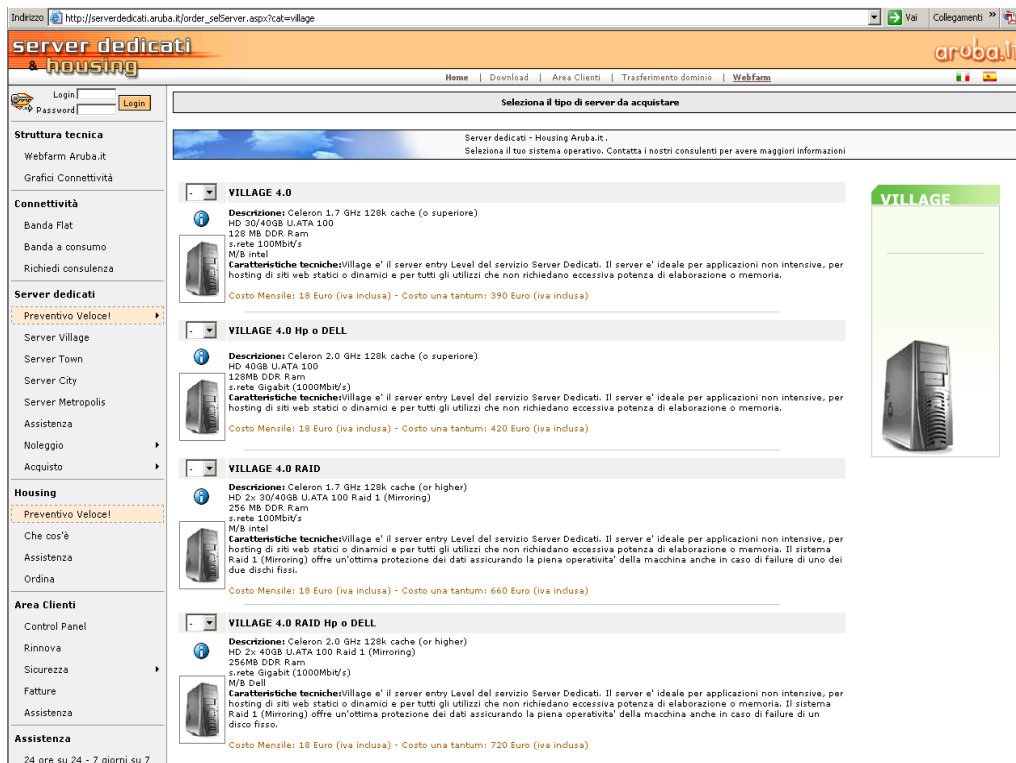
Personale qualificato presente 24 ore su 24 ore, 7 giorni su 7 per garantire controllo, manutenzione ed assistenza.

L'Assistenza per i server dedicati è a vostra disposizione **24 su 24** sia per e-mail, per telefono

In questo caso possiamo notare come l'uso di un link dettagli permette la realizzazione di microcontenuti, che possono essere ampliati a seconda delle necessità.



Da questa immagine possiamo osservare come le descrizioni tecniche dei prodotti siano concise ma accurate.



La pagina "chi siamo" fornisce tutte le informazioni necessarie: il nome della ditta, la sede legale e la sede operativa, la partita iva....

The screenshot shows the Aruba.it website interface. At the top, there's a search bar and navigation links like 'Home', 'Recapiti & Info', 'Listino', 'Chi Siamo', 'Rassegna Stampa', and 'Lavora con Noi'. The main content area is titled 'CHI SIAMO' and features the Aruba S.p.A. logo and contact information: P.zza Ganibaldi 8 - 52010 Soci (AR), P.IVA 01573850516 - C.F. 04552920482, CCIAA AR 7155/98 - REA 118045 - C.S. € 240.000 i.v., and Autorizzazione Ministero delle Comunicazioni n° 473. The text describes Aruba's services, including hosting, domain registration, and server management, highlighting their commitment to quality and customer service. A sidebar on the left offers a 'MAILING LIST' sign-up and 'Gestione Iscrizioni'. A sidebar on the right features a 'TRASFERIMENTO' section and a 'LINK UTILI' menu with categories like 'Notizie', 'Sport', 'Musica', and 'Finanza'.

Il sito è correttamente localizzato?

Aruba è tradotto in varie lingue e, da ogni pagina, è possibile cambiare la versione del sito. Tuttavia in molti casi vi è applicata una mera traduzione dei testi, senza considerare tutti gli altri aspetti del cambio di nazionalità quali: moneta, ora e sistema di misura.

Sintesi

Punti di forza:

- Usa un'organizzazione basata sui contenuti
- Nella maggior parte dei casi i microcontenuti vengono contenuti da una schermata
- Viene utilizzato lo stile a piramide con pagine ricche di microcontenuti
- Mette in evidenza i concetti importanti quasi sempre
- Rimandi ipertestuali in modo naturale
- Presenta traduzioni in più lingue.
- Chi siamo contiene tutte le informazioni necessarie
- Da del tu all'utente
- Le descrizioni sono precise e concise

Punti deboli:

- il passaggio da una lingua all'altra non considera tutti i fattori che cambiano da una nazione all'altra.
- alcune label possono essere considerate poco indicative: housing, struttura tecnica,...
- non tutte le pagine possono essere lette interamente, senza effettuare lo scrolling.

3.5 Gestione

Valutazione: 3

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

Il sito aruba.it, essendo una società di internet service providing, risiede su un server dedicato molto performante. La valutazione è ottima anche perché, se fosse irraggiungibile la pagina principale, sicuramente il cliente diffiderebbe di questa società che fornisce servizi web.

Il sito è sempre attivo e disponibile?

Il sito internet risiede su di un server dedicato con una banda totale disponibile di 7,5Gbps. Negli ultimi 3 mesi è stato aggiornato il sistema operativo da Windows 2000 server a Windows 2003 server e da tale data il server è stato riavviato solamente 1 volta (attualmente è funzionante da oltre 90 giorni!) (fig. 1).

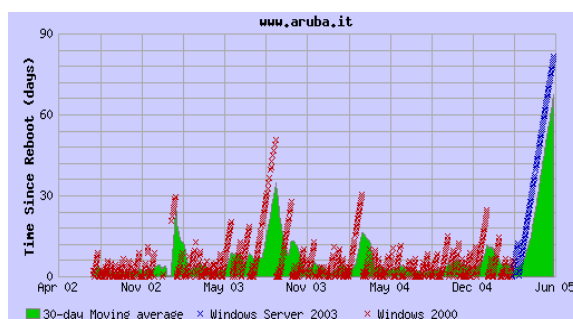


Fig. 1 – Ultime del server www.aruba.it

Durante test personali di raggiungibilità il sito è risultato sempre attivo, veloce e disponibile. I tempi medi di accesso sono di soli 18ms, tempo garantito, anche, mediante un collegamento diretto con il MiX di Milano e collegamenti ridondanti con 2 società importanti.

L'utilizzo del sito è adeguatamente monitorato?

Il sito dispone di un ottimo sistema di statistiche che memorizza tutte le informazioni dell'utente che ha appena aperto il sito. Il sistema di statistiche non è direttamente visibile al pubblico, ma solamente se si è registrati e viene presentato come una "demo" del sistema di statistiche venduto. In alcune sezioni, inoltre, vengono raccolti dati di gradimento della grafica e di altre informazioni (fig. 2).

Non sono mai presenti contatori visite, cosa molto positiva e professionale.



Fig. 2 – Interviste nella pagina

Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Per la categoria di appartenenza, questo sito non necessita aggiornamenti tempestivi e continui. Ciononostante, viene aggiornato e migliorato continuamente. Proprio ultimamente (negli ultimi mesi) è stata modificata interamente la grafica del sito e sono state aggiunte delle nuove sezioni (come assistenza).

Vi è, inoltre, un'apposita zona in cui vengono segnalati eventuali guasti/malfunzionamenti dei sistemi (che possono essere considerati come le notizie per questo sito), in cui l'aggiornamento è immediato e tempestivo, operato 24/24 e 7 giorni su 7 (fig. 3).

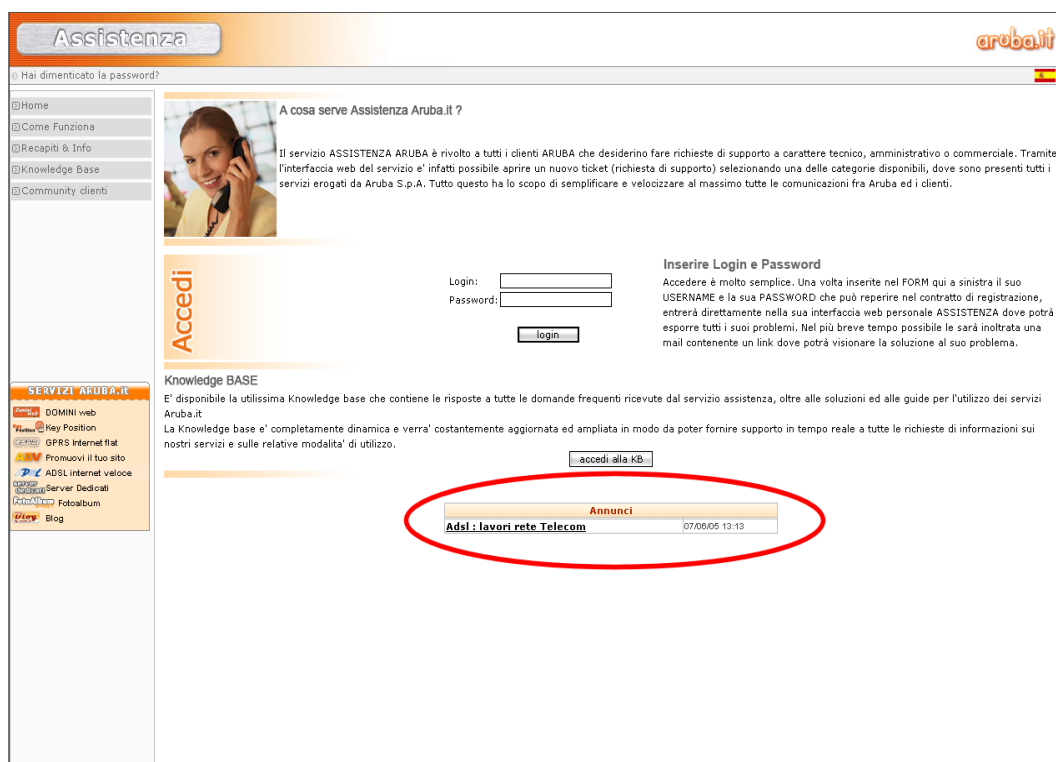


Fig. 3 – Visualizzazione dei messaggi di “servizio”

Purtroppo sono stati rilevati quasi il 50% di collegamenti non trovati partendo dalla homepage, punto dolente della navigabilità del sito! Da specificare, però, che questi link sono difficilmente raggiungibili dall'utente, cosicché l'utente molto raramente incorre nell'errore 404. La totalità dei broken link si trovano nei menù di secondo livello della homepage. Il menù compare da solo appena ci si sposta sopra con il mouse, quindi il “click” dell'utente non è richiesto e, di conseguenza, l'errore 404 non si verifica. Il grande numero di link rotti si spiega dal fatto che il menù è ripetuto in ogni pagina simile alla homepage e, quindi, in totale sono molti collegamenti, ma in realtà sono pochi ripetuti in ogni pagina. Da questa precisazione si può dire che, nonostante l'elevato numero di broken link, la situazione non è per nulla dannosa per l'utente. Questo si riscontra anche dai test fatti in cui l'utente non ha mai ricevuto l'errore 404.

All pages, by result type:

ok	1008 URLs	56.34%
not found	771 URLs	43.10%
timeout	1 URLs	0.06%
skip type	3 URLs	0.17%
no object data	6 URLs	0.34%
Total	1789 URLs	100.00%

Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Le relazioni con gli utenti sono correttamente e soddisfacentemente garantite. Il sito dispone di un servizio di assistenza personalizzato che consiste nell'inviare "ticket" ad un operatore (telematicamente) che prontamente risponde al quesito posto.

Le risposte vengono generalmente fornite da pochi minuti fino ad un massimo di 12-24 ore (per casi urgenti l'intervento è immediato).

Il personale è ben disposto e cordiale, utilizza un linguaggio appropriato ed è competente. Sono disponibili a consigli e suggerimenti.

Le segnalazioni di anomalie sul sito vengono gestite tempestivamente (in giornata).

Il sistema utilizzato a "ticket" risulta essere pratico ed immediato permettendo all'utente di risparmiare tempo a descrivere l'inquadramento del problema (viene specificata una categoria del problema) e tutte le risposte precedenti sono sempre disponibili.

Ticket N° 114970-119997 : Invio verso Vodafone	
Azioni	
 [Stampa Ticket]	
Data inserimento	12/04/05 12:10
Aperto da	9 weeks, 3 days, 3 hours, 55 minutes.
Ultima risposta	
Stato del ticket	Chiuso
Priorita'	Media
Staff	gabriella.fabbri
Categoria	Sms
Oggetto	Invio verso Vodafone
Problema	
<p>Gentile Staff Aruba, sono registrato Vostro al servizio smstarget e quando tento di inviare un messaggio ad un numero Vodafone (ho provato circa 8 numeri differenti) mi viene restituito il messaggio di errore "ATTENZIONE!!! L'invio non è andato a buon fine. Nessun è stato fatto alcun addebito." Come mai verso gli altri operatori i messaggi vengono inviati correttamente? E' un problema a voi noto? Se si, che tempi si soluzione avete? Grazie in anticipo per l'attenzione, distinti saluti Roberto Fermi</p> <p>utente: 240704@aruba.it dominio: www.aruba.it Indirizzo sms: http://www.aruba.it/SMS/ (protetto da autenticazione)</p>	
Operazioni effettuate	
<p>Inserito da: gabriella.fabbri Data: 12/04/05 17:52 Messaggio: Gentile cliente, le chiedo se possibile di indicarmi alcuni numeri sul quale riscontra problemi per poter effettuare dei controlli.</p> <p>Saluti Gabriella Fabbri Aruba S.p.A. - Servizio Aruba.it Web site http://www.aruba.it N° Call Center : 0575/51571 N° Fax : 0575/515790</p>	
<p>Inserito da: 240704@aruba.it Data: 12/04/05 18:10 Messaggio: Gentile Gabriella Fabbri, Le posso indicare senza problemi i miei due numeri di cellulare su cui, tutt'ora, riscontro l'impossibilità all'invio dei messaggi: 0575 515790 0575 515791</p> <p>Per motivi di privacy non posso fornirLe gli altri numeri con cui ho effettuato le prove, spero, comunque, che questi due numeri siano sufficienti ad individuare il problema. Ringraziandola ancora per la sua disponibilità, Le porgo distinti saluti</p> <p>Roberto Fermi</p> <p>utente: 240704@aruba.it dominio: www.aruba.it</p>	
<p>Inserito da: gabriella.fabbri Data: 13/04/05 09:10 Messaggio:</p>	

Fig. 4 – Parte di comunicazione con il servizio clienti di www.aruba.it

Sintesi:

Punti di forza:

- Sito molto stabile
- Ottimi tempi di accesso e uptime
- Aggiornato e migliorato costantemente
- Ottime relazione con i clienti
- Ottimo sistema di statistiche
- Questionari agli utenti

Punti di debolezza:

- Statistiche non pubbliche
- Molti collegamenti interrotti

3.6 Accessibilità

Valutazione: 1

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

I tempi di accesso sono adeguati?

I tempi di accesso rilevati non sono ottimali. La homepage ha una dimensione totale di oltre 130KB (139503 byte) il che aumenta notevolmente i tempi di apertura del sito! Come si può notare dalla tabella qui sotto, i tempi di accesso con una normale linea analogica a 56Kbps sono di oltre 21 secondi (considerando la velocità teorica), decisamente troppo elevati!

14.4Kbps	79.50 seconds
28.8Kbps	40.75 seconds
56Kbps	21.72 seconds
ISDN (128Kbps)	10.72 seconds
Cable (512 Kbps)	4.18 seconds
T1 (1.44 Mbps)	2.78 seconds
SDSL (1.544 Mbps)	2.72 seconds
ADSL (2.0 Mbps)	2.56 seconds

Questi tempi alti sono causati dalle numerose immagini nella pagina principale. In effetti, solamente la minore parte di queste è essenziale per la grafica, quindi si sarebbe necessario studiare una pagina principale con un numero inferiore di immagini. Nonostante le grosse dimensioni della pagina, la grande disponibilità di banda del server (7,5Gbps) riesce a sopperire anche a molte richieste contemporaneamente.

Sono totalmente assenti pagine di splash ed i banner pubblicitari sono ridotti al minimo.

Mediamente, le dimensioni delle pagine sono dell'ordine di grandezza della homepage, fatta eccezione particolari sezioni in cui sono presenti filmati flash o altre animazioni.

Anche se i tempi di download sono elevati, il tempo di connessione è molto basso: i server sono collegati direttamente al Mix di Milano tramite due grosse società; come si nota dal tracerout qui sotto (effettuata da rete Fastweb) gli hop al di fuori della rete Fastweb sono solamente 5, di cui il primo è un collegamento diretto con Mix-Milano

```
Rilevazione instradamento verso www.aruba.it [62.149.128.8]
su un massimo di 30 punti di passaggio:
 1 <1 ms <1 ms <1 ms 192.168.0.1
 2 2 ns 1 ms 2 ns 1.4.186.3
 3 1 ns 1 ms 1 ms 10.251.94.9
 4 1 ns 2 ms 2 ns 10.251.90.26
 5 2 ms 2 ms 1 ms 10.251.91.1
 6 2 ms 1 ms 2 ms 10.251.95.186
 7 2 ns 2 ns 2 ns 213-140-8-162.fastres.net [213.140.8.162]
 8 2 ns 2 ns 2 ns 10.254.1.237
 9 3 ns 2 ms 2 ns 26.26.26.42
10 3 ns 3 ns 4 ns 26.26.26.169
11 3 ns 2 ms 3 ns 26.26.26.109
12 3 ns 3 ns 9 ns ip-pub.fastwebnet.it [81.208.50.117]
13 3 ns 3 ns 6 ns wind.mix-it.net [217.29.66.9]
14 17 ns 16 ms 16 ns 151.6.1.53
15 24 ns 23 ns 24 ns 151.6.4.30
16 16 ns 21 ms 16 ns 151.6.64.229
17 20 ns 20 ms 20 ns 151.6.64.10
18 20 ns 20 ms 24 ns www.aruba.it [62.149.128.8]
```

Eseguendo un tracerout dall'estero, si può notare

Hop	%Loss	IP Address	Node Name	Location	Tzone	ms	Graph	Network
0		82.165.231.24	vps.visualware.com	...				Schlund + Partner AG
1		10.255.255.253	-	...		9	x-----	(private use)
2		217.160.229.97	ge-120.gw-backbone-a.nyc.schlund.net	...		0	x	Schlund + Partner AG
3		213.248.83.25	nyk-13-geth3-5.telia.net	...		0	x	Telia International Carrier
4		213.248.82.149	nyk-hb2-geth1-3-1.telia.net	...		1	x--	Telia International Carrier
5		213.248.65.209	ldn-hb2-pos6-0-0.telia.net	...		71	x	Telia International Carrier
6		213.248.65.114	prs-hb2-pos6-0-0.telia.net	...		77	x	Telia International Carrier
7		213.248.77.50	mno-b1-pos0-1.telia.net	...		93	x	Telia International Carrier
8		213.248.76.242	windtelecom-104534-mno-bl.c.telia.net	...		94	x	Telia International Carrier
9		212.245.228.41	-	?(Italy)	+01:00	96	x	WIND Telecomunicazioni SpA
10		151.6.6.6	-	?Milan, Italy	+01:00	95	x---	IUnet
11		151.6.7.30	-	?Milan, Italy	+01:00	100	x	IUnet
12		151.6.64.253	-	?Milan, Italy	+01:00	106	x	IUnet
13		151.6.64.10	-	?Milan, Italy	+01:00	100	x	IUnet
14		62.149.128.8	www.aruba.it	?(Italy)	+01:00	107	x	Techmorail srl

Come si può notare dai diagrammi precedenti, la dislocazione geografica e la connettività del sito è molto valida. I tempi di accesso da qualsiasi parte del mondo sono molto bassi e garantiscono una connessione immediata.

Il nome del sito di ricorda facilmente?

Il nome del sito corrisponde con il nome della società Aruba, quindi è molto facile da ricordare. Un’associazione mnemonica di assonanza alla frase “a ruba” crea una specie di associazione che rende il nome ancora più facile da ricordare. La società fisica “Technorail” (ferrovia tecnologica) ha anch’essa un sito www.technorail.it che effettua un redirect automatico a www.aruba.it. L’unico indirizzo registrato da questa società è quello con dominio di primo livello .it, altri domini di primo livello si riferiscono ad altre società o altri siti. In ogni caso, le società degli altri indirizzi non hanno come attività quella di internet service provider.

Il sito è facilmente reperibile tramite i più diffusi motori di ricerca?

Il sito non è ben referenziato nei motori di ricerca più comuni. Ricercando il nome della società si ottiene un ottimo risultato: il sito è sempre collocato al primo posto in tutti i principali motori di ricerca. Diverso risultato si ottiene ricercando termini che tratta direttamente la società (come si vede da tabella); il sito non risulta referenziato nella prima pagina e molto spesso neanche nelle successive 2!

Parola chiave	Google	Yahoo	MSN
Aruba	1	1	1
aruba internet service providing	1	>10	>10
Registrazione domini internet	>10	>10	>10

Con la chiave “registrazione domini internet” si è ottenuto il link di società concorrenti (in diretta concorrenza) come register.it

Il sito è adeguatamente referenziato negli altri siti?

Diversamente dall’indicizzazione nei motori di ricerca, aruba.it è molto referenziato in altri siti. In alcuni casi compare in altri siti più di 200 volte rispetto alla società direttamente concorrente register.it

URL	Total	AllTheWeb	AltaVista	Google/HotBot	MSN Search	Teoma	Yahoo
www.aruba.it	614.130	202.000	214.000	1.080	0	1.050	196.000
www.register.it	51.031	9.290	29.700	1.420	0	521	10.100

Il sito è accessibile con ogni browser?

Durante il test di compatibilità con i più comuni browser internet si sono rilevate molte incompatibilità. Come si può notare dalla tabella sottostante, molti utenti possono riscontrare problemi di navigazione in questo sito.

Test Information
URL: http://www.aruba.it/
Date Tested: Friday, June 17, 13:26 EDT
Page Rating: ☆☆☆☆☆
URL: http://www.aruba.it/
Total Incompatibilities: 50
Number of Problems: 11

Gli errori riscontrati, nonostante non siano molti, creano incompatibilità a più del 10% degli utenti (alcuni errori oltre al 97%) mettendo a rischio la navigazione nel sito per un grande numero di utenti.

I browser utilizzati per itest sono stati:

- Microsoft Internet Explorer versioni 4, 5 e 6;
- Netscape Navigator Version 3,4, e 6.

Di seguito alcuni errori riscontrati:

DIV	STYLE	154, 210, 250, 264, 301, 316, 339, 357, 394, 415, 431, 445, 459, 472, 496, 511, 535, 555, 593, 620, 646, 666	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
HTML	XMLNS	2	13.00 %	N	Y	Y	N	N	N
IMG	ID	29, 833, 879	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	CLASS	62	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	ALT	147, 759, 876	12.00 %	Y	Y	Y	N	N	N
INPUT	CLASS	146	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	CLASS	44, 803	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	CLASS	42	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	ID	42	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	CLASS	142, 742, 791, 866	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	ID	791	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
INPUT	SIZE	142, 742, 791, 866	97.00 %	N	N	N	N	N	N
LINK	--	16, 17, 18, 19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	/	16, 17, 18, 19	97.00 %	N	N	N	N	N	N
LINK	HREF	16, 17, 18, 19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	REL	16, 17, 18, 19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	TYPE	16, 17, 18, 19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
META	/	8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	97.00 %	N	N	N	N	N	N
SCRIPT	TYPE	20, 21	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
SELECT	CLASS	52, 792, 869	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
SELECT	ID	52, 792	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
SPAN	--	790, 814, 818, 822, 858, 1021	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
SPAN	CLASS	790, 814, 818, 822, 1021	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
SPAN	ID	858	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TABLE	CLASS	138, 156, 212, 251, 265, 302, 317, 341, 358, 395, 416, 433, 446, 460, 474, 497, 513, 536, 556, 594, 622, 648, 668, 696, 736, 811, 860, 892, 1024	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
TABLE	ONCLICK	811	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
TABLE	STYLE	811	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
TD	BACKGROUND	93, 112, 790, 810,	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y

Come si può facilmente riscontrare, gli errori presenti sono abbastanza diffusi nell'utilizzo comune dei browser degli utenti. Da un'analisi più dettagliata degli errori si può riscontrare che gli utenti che utilizzano il browser Internet Explorer non presentano grossi problemi di navigazione, così come gli utenti che utilizzano l'ultima versione di Netscape. I problemi più seri si verificano con versioni più datate di Netscape.

Il sito è utilizzabile da utenti disabili?

Il sito in questione non fornisce alcun supporto per utenti disabili. Non sono presenti supporti audio né alcun altro tipo di accorgimento per facilitare la visita del sito da parte di un utente disabile. Probabilmente la mancanza di strumenti adeguati che facilitino la navigazione è data dal fatto che la consultazione di questo sito da parte di utenti disabili non è stata considerata di tale importanza da giustificare l'investimento di denaro per l'adeguamento del sito. Per ciò che concerne il daltonismo, il sito non dovrebbe creare problemi data la semplicità dei colori e della grafica presenti.

Sintesi:

Punti di forza:

- Sito molto referenziato in altri siti
- Basso numero di hop e connessione con Mix-Milano
- Nome del sito facile da ricordare

Punti di debolezza:

- Pesantezza homepage
- Non è correttamente referenziato nei motori di ricerca
- Non fornisce strumenti per l'accesso ad utenti disabili
- Presenta problemi di incompatibilità con alcuni browser

3.7 Usabilità

Valutazione: 2

Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo

Analisi:

Test di usabilità

Fase 1: Preparazione del test

Per effettuare i test sono stati scelti 5 utenti, questo ci ha permesso di poter trarre indicazioni macroscopiche sui principali punti di forza e debolezza del sito.

I soggetti sono stati scelti con attenzione in modo da corrispondere quanto più possibile al profilo tipico degli utenti del sito. Nessuno era inesperto di navigazione su internet in modo da evitare indicazioni poco significative.

Ogni test ha richiesto una durata poco elevata (dai 30 ai 45 minuti), tempo che comunque ci ha permesso di analizzare le principali funzioni del sito.

I compiti, da far svolgere ai soggetti, sono stati presentati in forma scritta per evitare richieste di chiarimenti e spiegazioni durante lo svolgimento della prova ed erano opportunamente presentati in una pre-intenzionata sequenza logica, in modo da assomigliare il più possibile a una sessione d'uso reale del sito.

In seguito vengono riportate le schede fatte compilare ai soggetti durante l'esecuzione del test:

Soggetto 1

1. Dati personali
Nome: Andrea Età:22 Titolo di studio: Liceo scientifico Professione: Studente
2. Livello di conoscenze di internet
Giudichi di avere un'esperienza d'uso del web: <i>buona</i> In media quante ore alla settimana usi il web? <i>tra 1 e 5</i> Hai mai partecipato a forum o a una chat su internet? <i>Sì</i>
3. Livello di conoscenza del sito
Hai già utilizzato il sito in esame? <i>No</i> Se sì, quali operazioni hai effettuato? Hai mai utilizzato siti simili? <i>No</i> Se sì quali?

Soggetto 2

1. Dati personali
Nome: Graziella Età:25 Titolo di studio: Diploma di laurea in psicologia Professione: Studentessa
2. Livello di conoscenze di internet
Giudichi di avere un'esperienza d'uso del web: <i>media</i> In media quante ore alla settimana usi il web? <i>tra 1 e 5</i> Hai mai partecipato a forum o a una chat su internet? <i>Si</i>
3. Livello di conoscenza del sito
Hai già utilizzato il sito in esame? <i>No</i> Se sì, quali operazioni hai effettuato? Hai mai utilizzato siti simili? <i>No</i> Se sì quali?

Soggetto 3

1. Dati personali
Nome: francesco Età:21 Titolo di studio: Diploma Professione: Programmatore
2. Livello di conoscenze di internet
Giudichi di avere un'esperienza d'uso del web: <i>buona</i> In media quante ore alla settimana usi il web? <i>Più di 10</i> Hai mai partecipato a forum o a una chat su internet? <i>Si</i>
3. Livello di conoscenza del sito
Hai già utilizzato il sito in esame? <i>No</i> Se sì, quali operazioni hai effettuato? Hai mai utilizzato siti simili? <i>No</i> Se sì quali?

Soggetto 4

1. Dati personali
Nome: Gianluca Età:23 Titolo di studio: Diploma superiore Professione: Studente
2. Livello di conoscenze di internet
Giudichi di avere un'esperienza d'uso del web: <i>ottima</i> In media quante ore alla settimana usi il web? <i>Più di 10</i> Hai mai partecipato a forum o a una chat su internet? <i>Sì</i>
3. Livello di conoscenza del sito
Hai già utilizzato il sito in esame? <i>Sì</i> Se sì, quali operazioni hai effettuato? <i>Iscrizione e acquisti</i> Hai mai utilizzato siti simili? <i>Sì</i> Se sì quali? <i>Non ricordo il nome</i>

Soggetto 5

1. Dati personali
Nome: Fabrizio Età:22 Titolo di studio: Liceo scientifico Professione: Studente
2. Livello di conoscenze di internet
Giudichi di avere un'esperienza d'uso del web: <i>buona</i> In media quante ore alla settimana usi il web? <i>Più di 10</i> Hai mai partecipato a forum o a una chat su internet? <i>Sì</i>
3. Livello di conoscenza del sito
Hai già utilizzato il sito in esame? <i>Sì</i> Se sì, quali operazioni hai effettuato? <i>Navigazione libera</i> Hai mai utilizzato siti simili? <i>No</i> Se sì quali?

I compiti da far svolgere ai soggetti sono stati:

1. Iscriviti ad aruba
2. Scopri cos'è la webfarm e prenota una visita
3. Abbonati ad internet free
4. Cerca di conoscere i prezzi in listino dei prodotti di aruba.it
5. Cerca di venire a conoscenza del prodotto "invia sms dal tuo sito" e scopri come puoi comprarlo.
6. Acquista un dominio

Per ogni soggetto è stato garantito, quando necessario, qualche minuto di libera navigazione. Questa è stato permesso per far prendere una primissima familiarità col sito in esame.

Resoconto dei compiti svolti:

	Compito 1			Compito 2			Compito 3			Compito 4			Compito 5			Compito 6		
	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C	A	B	C
Soggetto 1	11'37''	2	1	1'27''	4	4	40''	4	4	15''	4	4	30''	4	4	25''	4	4
Soggetto 2		0		1'24''	4	4	6'59''	3	2	4'41''	3	2	19''	4	4	33''	4	4
Soggetto 3	5'45''	2	2	1'15''	4	4	5'10''	3	2	45''	4	3	1'	4	4	28''	4	4
Soggetto 4	1'8''	4	3	30''	4	4	36''	4	3	34''	4	4	18''	4	3	23''	4	4
Soggetto 5		1		50''	4	3	22''	4	4	1'30''	4	3	8''	4	4	22''	4	4
Media	6'16''	1.4	2	1'08''	4	3.8	3'03''	3.6	3	1'55''	3.8	3.2	45''	4	3.8	44''	4	4

Legenda:

A: Tempo impiegato (efficienza)

B: Livello completezza compito (efficacia)

Voti: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo

Si è deciso di attribuire un peso ad ogni successo in base ad una stima della percentuale di completamento del compito:

0 → il compito non è stato portato a termine

1 → il compito non è stato portato a termine ma si è andati vicini a farlo

2 → compito portato a termini con qualche difficoltà

3 → compito portato a termine con pochissima difficoltà

4 → compito portato a termine senza nessuna difficoltà

C: Gradimento in relazione alla difficoltà riscontrata (soddisfazione)

Voti: da 0: moltissima difficoltà a 4: pochissima difficoltà

Con il test svolto si sono raggiunti i seguenti risultati:

Efficienza: tempo medio = 2'33''

Efficacia: tasso di successo = $[(1*0.25) + (2*0.5) + (3*0.75) + 23] / 30 = 88.3 \%$

Soddisfazione: Gradimento medio = 2.8

Analisi del test

Prima impressione dei soggetti del sito:

Per gli utenti che non sono mai entrati in contatto col sito prima del test, si è riscontrato un impatto non del tutto positivo.

Lo scopo del sito è stato percepito dalla totalità dei soggetti del test, i quali hanno avuto difficoltà comunque a capire immediatamente la struttura del sito e, in ogni caso, il dettaglio dei servizi offerti da aruba.

Questo problema è stato risolto dopo pochi click di navigazione.

Di seguito riportiamo le impressioni per ogni utente nell'ordine in cui sono state rilevate:

Soggetto 1

"Non riesco a comprendere cosa tratti di preciso"

→ clicca su “chi siamo” – capisce subito di che società si tratti e si rassicura dei dubbi precedenti

Soggetto 2

Dalle immagini della home page capisce di che sito si tratti, dice : “Per chi fa siti internet”, “vendono prodotti per tale scopo”

Questo soggetto è quello con meno esperienza di navigazione internet e con meno conoscenze informatiche, ma ciononostante ha percepito subito lo scopo e i servizi di aruba.

Soggetto 3

Il soggetto in esame, all’apertura della home page di aruba, non ha mostrato nessuna espressione particolare; la nostra impressione è che non si sia voluto pronunciare finché non ha raggiunto la sezione “chi siamo”, prima operazione effettuata pochi secondi dopo senza nessuna difficoltà.

Dice: “ho capito chi è aruba, ora voglio sapere di più su cosa offre il sito”

→ clicca su mappa.

Soggetto 4

Non ha effettuato la navigazione libera perché conosceva già il sito.

Soggetto 5

Non ha effettuato la navigazione libera perché conosceva già il sito.

Compito 1

Di sicuro è stata l’operazione più complicata da effettuare.

Dai risultati riportati in tabella si nota come solo 3 soggetti su 5 hanno portato a compimento tale compito.

Sono risultati sicuramente un’efficienza e un’efficacia inaccettabili. Solo la soddisfazione ne risulta sufficiente.

Se comunque prendiamo in considerazione anche i risultati dei soggetti che non hanno realizzato il compito, si ha un quadro ancora peggiore. Neanche la soddisfazione risulta adeguata.

Solo per un soggetto si hanno avuto esiti buoni, questo perché egli aveva già effettuato tale operazione, come si può riscontrare dai dati raccolti prima di effettuare il test.

Aruba richiede di essere loggati per poter usufruire dei propri servizi e per poter accedere ad alcune sezioni, altrimenti inaccessibili. Detto questo, si comprende immediatamente come la difficoltà nell’iscrizione sia intollerabile, soprattutto perché l’ostacolo maggiore è trovare il modulo di iscrizione più che alla compilazione di questo.

Il link per potersi registrare non è presente come ci si aspetterebbe sotto le edit di login.

Per potersi iscrivere ad aruba ci sono due modi:

Richiedere un servizio o un prodotto di aruba e dopo aver letto un messaggio che avvisa che si deve essere registrati, compilare il modulo offerto per risolvere il problema (metodologia usata da 2 soggetti su 3 che hanno portato a compimento la prova).

Altrimenti raggiungere la pagina dal menù verticale, la quale però è difficilmente visibile in quanto è una sezione di terzo livello (neanche il soggetto che era già iscritto sapeva dell’esistenza di questa voce nel menù)!!!!



Questo è inaccettabile per varie ragioni, prima di tutto un terzo livello per un'operazione tanto importante è assurdo e comunque è difficilissimo raggiungere la voce dal menu, anche perché inserita sotto sezioni che non ci si aspetta (perché "iscriviti ad aruba.it" è una sottosezione di "info e utility"?)

Di seguito vengono riportati le fasi dello svolgimento del compito per ogni soggetto:

Soggetto 1

Passa per ogni voce del menù principale (solo quelle di primo livello)

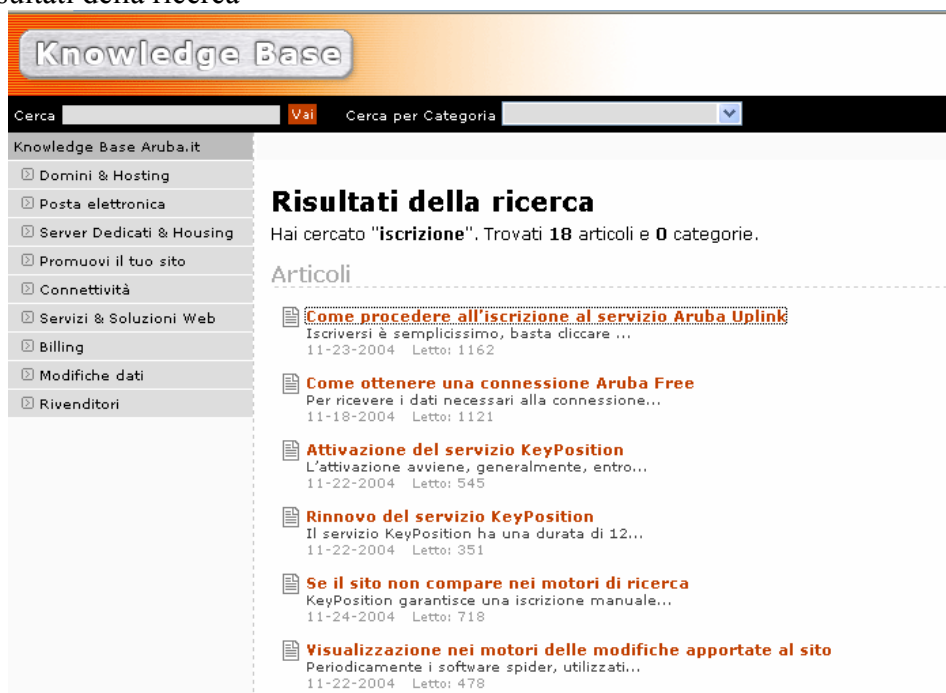
Va su "Lavora con noi", torna indietro perché capisce di essere fuori strada.

Utilizza il motore di ricerca del sito, ma non offre l'aiuto sperato.

Utilizza il menu a tendina situato di fianco al motore di ricerca denominato "vuoi"; non trova niente.

Clicca su "Mailing list" → "Gestione iscrizione" ma si accorge che si tratta dell'iscrizione sbagliata.

Ritorna ai risultati della ricerca



Clicca sul primo risultato e inizia a compilare la form. Viene fermato dai tester perché non è l'iscrizione di aruba.it.

Accede dalla home su "informazioni", ma anche questa strada non porta a risultato.

Nota dei tester: procede sempre più a tentativi casuali.

Dal menù verticale va su "connetterti a internet" → "abbonati"

Leggendo le istruzioni della pagina scopre che deve essere registrato per poter avere l'abbonamento e gli viene offerta la possibilità di farlo.

Compila la form, ma sbaglia a inserire il codice fiscale, capisce subito l'errore ma gli vengono cancellati alcuni campi del modulo inseriti in maniera corretta.

Non se ne accorge e invia il modulo. Compila la form di nuovo a causa della svista precedente, ma lo fa in maniera sbagliata... ci rinuncia.

Nota dei tester: il soggetto, anche se ad un passo dal successo, ha rinunciato perché è arrivato al modulo dell'iscrizione esasperato e infastidito.

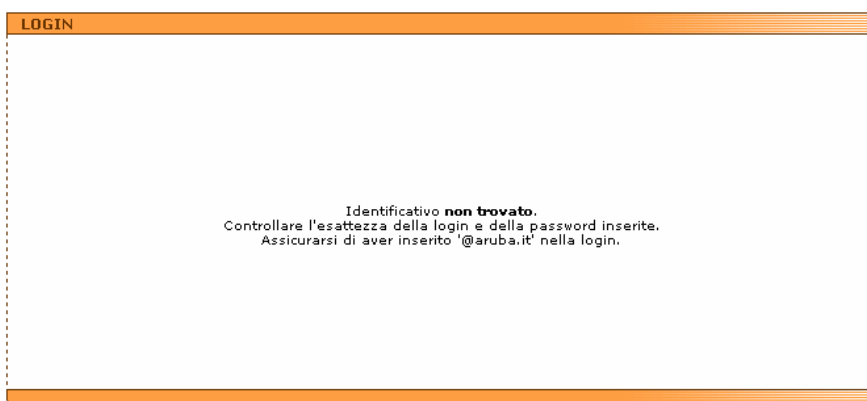
Soggetto 2

Si reca su "login" ma si ferma perché capisce che è solo per chi già iscritto, dice: "ma di solito qui danno la possibilità di iscriversi..."



Dice: "inserisco un user e una password inventati perché penso che così ci sarà un messaggio di errore che mi farà iscrivere..."

Non è così, compare il seguente messaggio ma con nessuna indicazione per iscriversi



Analizza tutta la home page e si arrende nello svolgere il compito.

Soggetto 3:

Per prima cosa legge le voci dei menu, prima quello orizzontale e poi quello verticale.

Dice: “strano, non mi sembra segnalato come ci si iscrive”.

Va sul menù a tendina denominato “Vuoi” della home page, va su “modifica i tuoi dati” non avendo trovato di meglio.

Clicca su “Cambia login e password” ma accede ad un file word della sezione di aiuto.

Annulla l’operazione e torna alla home page.

Ispeziona le voci secondarie del menù verticale, stavolta scrupolosamente e una per volta nell’ordine in cui sono presentate.

Alla posizione 9 trova “Info e utility” → “...non conosci ancora aruba.it” → “iscriviti ad aruba.it”

Compila la form indispettito senza nessun problema.

Anche in questo caso lo scopo è stato raggiunto ma con grosse difficoltà.

Soggetto 4:

Accede ad un acquisto.

Simula l’acquisto.

Prosegue in varie form e si registra.

Nota dei tester: Il soggetto in questione conosce il sito e si era già iscritto, ma ignorava la possibilità di accedere all’iscrizione tramite il menù verticale.

Soggetto 5:

Si reca col mouse subito al menù verticale.

Analizza voce per voce dall’alto verso il basso.

Non trova un collegamento per l’iscrizione.

Nota dei tester: Accede alla voce “...non conosci ancora aruba” ma tale denominazione non gli ha suggerito niente per raggiungere la voce “iscrizione”.

Accede alla sezione “area clienti”, trova una registrazione ma si accorge che non è quella del sito.

Riesamina il menu verticale e non trovando ciò che sperava si arrende.

Compito 2

Il secondo compito è stato portato a termine nella sua totalità da tutti i soggetti, in poco tempo e senza difficoltà o dubbi.

Il risultato è una efficacia, soddisfazione ed efficienza elevata.

Per 2 soggetti su 5 si è arrivati alla sezione dedicata alla webfarm da una scorciatoia presente sotto forma di immagine predisposta a link nella home page (soggetti 1 e 2).

Per i soggetti rimanenti si è passati dal menu verticale.



Per chi ha proceduto nella prima scelta descritta sopra si è sempre scelto il link in alto al centro della pagina, mai quello in basso a sinistra.

Per coloro che sono passati dal menu invece si è riscontrato un tempo nel svolgere il compito minore rispetto agli altri.

Questo può riscontrare una difficoltà nel trovare facilmente le scorciatoie presenti nella home page. Questo è avallato anche dall'esperienza del soggetto 5, il quale ha cercato prima nel centro della pagina un collegamento e non trovandolo, è passato ad esaminare il menu verticale.

Compito 3

Questo compito poteva, anche in questo caso, essere risolto in due modi: passando dal menu oppure usando la scorciatoia presente nella home page.

Il risultato è una efficacia ed efficienza elevata, e soddisfazione buona.

I tester notano come l'esperienza accumulata dai soggetti aiuti a superare questo compito, in particolare per il soggetti 1.

Soggetto 1

Il compito è stato facilitato dal fatto che il soggetto, nel risolvere il compito 1, aveva "sfruttato" la sezione "internet free".

Si è collegato alla pagina "internet free" dal menu verticale, come in precedenza.

Questa volta ha compilato il modulo senza problemi.

Soggetto 2

Accede immediatamente usando la scorciatoia.

Il soggetto ha avuto grossi problemi nel compilare il modulo di registrazione, vediamo perché:

Di seguito riportiamo la form:



DATI ANAGRAFICI NUOVO UTENTE

I dati inseriti sono relativi:

ad un Privato ad una Azienda/Ente

Nome:
Cognome / Ragione Sociale:
Indirizzo:
CAP:
Comune di residenza:
Provincia: Agrigento
Telefono:
Fax:

Inserire almeno un campo tra Codice Fiscale e Partita Iva e controllare accuratamente la correttezza dei dati inseriti.

Codice Fiscale:
Partita IVA:

Nel caso che abbiate inserito il Codice Fiscale dovete compilare i campi sottostanti per verificarne l'esattezza.

Sesso: M F
Data di Nascita: 01 / Gennaio /

Per i cittadini nati in paesi esteri occorre selezionare la nazione appropriata:

Inserire un indirizzo email valido e funzionante. Le comunicazioni importanti verranno inviate all'indirizzo che inserirete.

E' preferibile evitare l'uso di email collegate ai domini registrati in quanto tali indirizzi diventano inservibili con la scadenza del dominio

Email:
Conferma Email:

Scegliete il vostro UserName e la relativa Password !!! A breve verranno implementate nuove funzioni che renderanno ancor piu' semplice la gestione dei dati, degli ordini e delle procedure.

UserName:
(Min 6 caratteri alfanumerici [a-z,0-9])
Password:
(Min 8 caratteri alfanumerici [a-z,0-9])
Conferma Password:

Condizioni Generali di Contratto

Aruba s.r.l.
Via Sergio Ramelli, 8 - 52100 Arezzo

Il Cliente prende atto che il servizio ARUBA FREE INTERNET viene offerto da Aruba s.r.l. attraverso la rete internet e quindi con modalità come descritte on line, alle seguenti condizioni:

Accetto Non accetto

Alla domanda “i dati inseriti sono relativi” sceglie privato.

Nel campo “cognome / ragione sociale” dice: “Cos’è ragione sociale? vabbè metto il mio cognome”

Nota dei tester: Il fatto di far scegliere se si trattano di dati personali o di una azienda privata presuppone di avere di fronte un modulo in accordo a tale opzione, in soggetto in questione ignorava il fatto che ragione sociale è riferito ad una azienda creandogli disagio.

Compila tutti i campi e invia il modulo.

Gli viene segnalato un errore: “codice fiscale non corrispondente”

Controlla il codice inserito e risulta giusto, rimane dubbiosa e dice: “ah! Forse intende che non corrisponde ai dati inseriti”. In effetti egli aveva sbagliato la sua data di nascita.

Corregge e invia il modulo.

Ennesimi errori segnalati: nel passo precedente la form era stata cancellata in alcuni suoi cambi che erano stati compilati correttamente.

Rifà il tutto e si registra.

Alla fine del compito è un po’ alterata., ma è contenta di aver raggiunto comunque il risultato voluto riuscendo finalmente ad iscriversi ad aruba.

Soggetto 3

Accede immediatamente al modulo dalla scorciatoia della home page.

Nella compilazione della form si hanno gli stessi problemi del soggetto 2.

Soggetto 4

Analizza le scorciatoie della home ma non vede quello di “internet free”.

Va sul menu verticale e ci accede.

Soggetto 5

Va subito al menu verticale alla prima voce “domini e hosting”, non trova “internet free”.

Analizza le scorciatoie, anch’egli non trova il collegamento e ritorna al menu verticale dal qual accede alla sezione immediatamente.

Compito 4

Per risolvere questo compito si avevano 3 possibilità:

Menu orizzontale, menu verticale o collegamento ipertestuale in basso alla pagina.

Quest’ultima possibilità non è mai stata presa in considerazione dai soggetti e quando fatto notare ai soggetti la sua presenza ha provocato disagio (soprattutto per il soggetto 2). In effetti esso risulta molto difficile da vedere.

Un altro aspetto emerso che ha recato perplessità è la scelta di denominare le voci del menu orizzontale e verticale in maniera differente: per il primo si è scelto “Listino” e per il secondo “listino servizi”.

Il risultato ottenuto è una efficacia ed efficienza molto elevata, e soddisfazione buona.

Soggetto 1

Egli accede dal menu orizzontale e analizza il listino facilmente.

Soggetto 2

Per prima cosa vede che molti servizi e prodotti vengono subito proposti nella home e pensa che cliccando su uno di questi ci si porti in un listino completo. Effettua questa operazione ma non ha il risultato voluto.

Torna nella home e nota le voci differenti dei due menu, li esamina entrambi giungendo alla conclusione di trovarsi alla presenza dello stesso listino.

Nota dei tester: quando il soggetto è venuto a conoscenza del terzo collegamento al listino ha esclamato : “non l’ho visto prima che ignorante...ma perché tanti link e due apparentemente

diversi? Sono io che non ci capisco molto di queste cose...”. Questa è una reazione che non dovrebbe mai essere manifestata in nessun utente; il soggetto è stato tranquillizzato facendogli capire come non è lei ad avere colpa, ma piuttosto chi ha progettato il sito.

Soggetto 3

Accede dal menu orizzontale, ma analizza anche la voce del menu verticale.

Soggetto 4

Accede dal menu verticale e analizza il listino facilmente.

Soggetto 5

Si reca, dal menu verticale, alla voce “listino e servizi”, gli compare un sotto-menu con i listini dei servizi. Pensa che non sia il listino completo e non clicca niente.

Esamina di nuovo il menu verticale e poi decide di passare a quello orizzontale.

Trova il link e esamina senza difficoltà il listino.

Compito 5

Il compito è stato portato a termine nella sua totalità da tutti i soggetti, in poco tempo e senza difficoltà o dubbi.

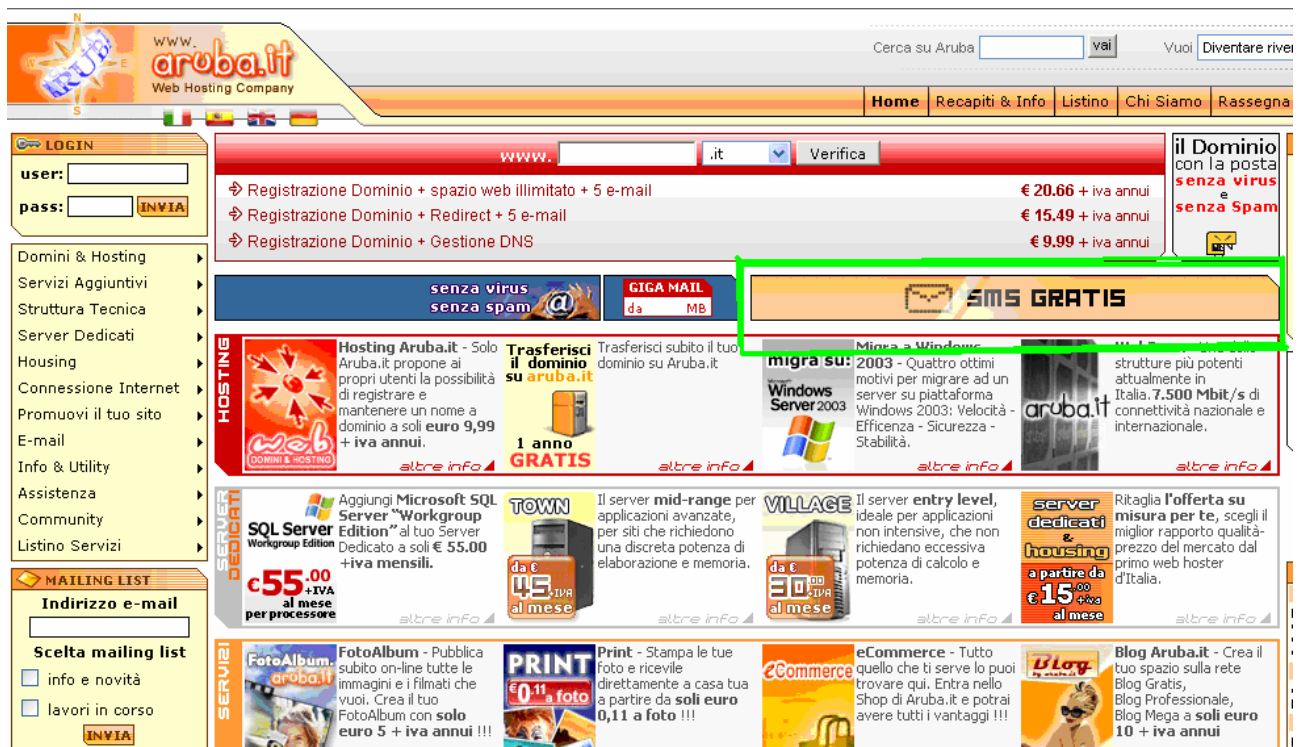
Il risultato è una efficacia, soddisfazione ed efficienza elevata.

Per 2 soggetti su 5 si è arrivati alla sezione da una scorciatoia presente sotto forma di immagine predisposta a link nella home page (soggetti 1,2).

Per i soggetti rimanenti si è passati dal menu verticale.

4 soggetti su 5 (Soggetti 1,2,3,4) hanno immediatamente notato la scorciatoia, questo è dovuto all'icona scelta dai progettisti che evoca chiaramente e facilmente il servizio di sms. Tuttavia solo 2 di questi 4 (soggetti 1,2) hanno utilizzato effettivamente il link, questo perché la label dell'icona risulta ambigua o forviante.

Questo problema comunque non ha inciso molto sul gradimento dei soggetti.



The screenshot displays three distinct service offerings from Aruba:

- INVIA SMS da QUESTO SITO:** A section titled "Provalo subito! è GRATIS" featuring a form to send an SMS for free. It includes fields for "Num. Cell." and "Testo", and an "INVIA" button. Below the form is a table of "Prezzi Imbattibili !!!" for various SMS quantities.
- INVIA SMS dal TUO SITO:** A section titled "Con i nostri Target potrai inviare gli SMS direttamente dal tuo sito ad un costo di appena 6 crediti". It lists four target options: Target Basic, Target Promoter, Target Flash, and Target Professional, each with a corresponding price table and an "ORDINA" button.
- RIVENDI il servizio SMS:** A section titled "Guadagna subito rivendendo gli SMS direttamente dal TUO SITO". It describes a service where users can resell SMS from their website, offering a price of 0.045 per SMS. It includes a table of prices for different quantities and an "ORDINA" button.

Dalle immagini risulta chiaro come il collegamento al servizio (parte in verde) sia ben progettato, ma col difetto che la scritta "sms gratis" non dà indicazioni utili su tre diversi servizi (vedi immagine sopra) che sono raggiungibile da lì.

Compito 6

Questo forse è uno dei servizi più usufruiti dai clienti di aruba.it.

Esso risulta progettato e realizzato in maniera ottima.

L'efficienza, l'efficacia e la soddisfazione sono risultati molto elevati.

Nessun soggetto ha avuto un minimo problema.

Riportiamo ora un elenco dei problemi identificati con un indice di priorità assegnato da noi in base al numero di volte che si è riscontrato il problema, il livello d'esperienza degli utenti che hanno sperimentato il problema e l'effetto che il problema ha avuto sul comportamento del compito.

Problema identificato	Priorità
Sensazione di sito complicato al primissimo impatto. Questo è dovuto ad una home page troppo ricca di informazioni e contenuti	A
Difficoltà elevata nel raggiungere il modulo di registrazione. Manca un link per chi non è iscritto sotto la login, dal menu è possibile registrarsi utilizzando una voce di 3 livello, troppo in profondità. Oltretutto nessuno si aspetta di accedere a tale voce partendo da "info e utility"	A
Confusione nella home per la numerosità di scorciatoie, nel trovare quella voluta si è riscontrato un tempo maggiore che trovare la voce nel menu	A
Nel modulo registrazione si ha una perdita dei dati inseriti correttamente in presenza di errori	A
Nel modulo registrazione si ha una falsa suddivisione privato / azienda. Sarebbe opportuno avere due moduli distinti per le due categorie	B
Nel modulo registrazione viene segnalato (in caso opportuno) l'errore nel codice fiscale: "codice fiscale non corrispondente". Meglio se viene segnalato in maniera diversa, ad esempio: "codice fiscale errato o non corrispondente ai dati inseriti"	B
Link listino in basso allo home page poco visibile	B
Collegamenti al listino denominati in maniera differente nel menu orizzontale rispetto al menu verticale	A
Il link sms ha come label "sms gratuiti" ma serve per accedere ad una sezione più completa di quello che emerge dall' etichetta	A

Al termine del test abbiamo proposto un questionario per comprendere ancora meglio i punti di forza e di debolezza del sito e per capire le loro impressioni su questa esperienza. Riportiamo di seguito tale quiz con allegate le singole risposte.

Quale impressione generale ti ha fatto il sito?	
Soggetto1	Specifico e completo
Soggetto2	Non tanto buona
Soggetto3	
Soggetto4	Buona
Soggetto5	Abbastanza buone
Quali aspetti ti sono piaciuti di più?	
Soggetto1	Alcune sezioni di aruba: sms e webfarm
Soggetto2	Grafica
Soggetto3	
Soggetto4	Grafica, completezza informazioni
Soggetto5	Non so
Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?	
Soggetto1	L'iscrizione
Soggetto2	Nel complesso il sito non è chiaro, soprattutto l'iscrizione.
Soggetto3	
Soggetto4	Home page troppa piena
Soggetto5	Non so
Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?	
Soggetto1	Un link di iscrizione visibile nella home
Soggetto2	Un link iscrizione nel riquadro login
Soggetto3	
Soggetto4	Link per la registrazione
Soggetto5	Non so
Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?	
Soggetto1	Alcune voci del menu verticale
Soggetto2	Nessuno
Soggetto3	
Soggetto4	Nessuna
Soggetto5	Non so
La struttura del sito ti è sembrata adeguata?	
Soggetto1	In parte, perché l'iscrizione è una sezione di terzo livello?
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Come si potrebbe migliorare?	
Soggetto1	Ristrutturerei il menu verticale, alcune voci non me li aspetto al livello in cui si trovano ora
Soggetto2	Alcuni link sono poco visibili
Soggetto3	
Soggetto4	Colori che richiamano le varie sezioni
Soggetto5	Non so

Ti è sembrato facile navigare nel sito?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	All'inizio no, man mano si
Soggetto3	
Soggetto4	Abbastanza
Soggetto5	Abbastanza
Hai dei miglioramenti da suggerire?	
Soggetto1	No
Soggetto2	Non so
Soggetto3	
Soggetto4	Uso dei colori
Soggetto5	Non so
I termini utilizzati sono di facile comprensione?	
Soggetto1	No, troppo tecnici in alcune voci del menu.
Soggetto2	Per me che non sono del settore informatica no
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Non tutti
A tuo parere la home page fa capire subito lo scopo del sito?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Hai dei miglioramenti da suggerire?	
Soggetto1	Migliorare il logo di aruba con uno slogan esplicito
Soggetto2	Non so
Soggetto3	
Soggetto4	No
Soggetto5	Aggiungerei uno slogan
Il sito ti è sembrato coerente con l'immagine aziendale?	
Soggetto1	Non so
Soggetto2	Non so
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Non so
Ti piace la grafica del sito?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Non molto
Trovi che i caratteri siano ben leggibili?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si

Trovi che le immagini siano ben scelte?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si aiutano
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?	
Soggetto1	Si, apprezzo il motore di ricerca nella home page
Soggetto2	Al primo impatto no
Soggetto3	
Soggetto4	Abbastanza
Soggetto5	Abbastanza
Le informazioni ti sono sembrate sempre complete, corrette e pertinenti?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Abbastanza
Ti sembra che il sito sia stato aggiornato di recente?	
Soggetto1	Si, perchè ho un'impressione generale che l'azienda sia seria
Soggetto2	Non saprei da cosa capirlo
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Non saprei da cosa capirlo
I tempi di accesso alle pagine ti sono sembrati adeguati?	
Soggetto1	Si
Soggetto2	Si
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da utilizzare?	
Soggetto1	Abbastanza
Soggetto2	Si, ma non tanto
Soggetto3	
Soggetto4	Abbastanza
Soggetto5	Abbastanza
Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (specifica quali)	
Soggetto1	Non so
Soggetto2	Non so
Soggetto3	
Soggetto4	Buono
Soggetto5	Non so

Userai ancora questo sito?	
Soggetto1	No, non mi interessa
Soggetto2	No, non mi serve
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si
Consiglierai questo sito ai tuoi amici?	
Soggetto1	Se interessati allo scopo del sito
Soggetto2	Può darsi
Soggetto3	
Soggetto4	Si
Soggetto5	Si

Nota: il soggetto 3 non ha voluto svolgere il questionario senza porre motivazione.

Conclusioni

Il primo impatto col sito è risultato insoddisfacente, abbiamo già analizzato il perché di questo e abbiamo proposto dei miglioramenti da fare.

Questo aspetto deve essere il più possibile curato perché ne va nella sopravvivenza del sito.

Un nuovo utente che entra in contatto con aruba potrebbe scappare di fronte ad un disagio iniziale. Ancor più grave che la registrazione, primissima operazione che un nuovo utente vorrebbe fare, è progettata in maniera pessima.

Sicuramente in aiuto al sito interviene il prestigio che comunque la società aruba ha saputo conquistare nel tempo nonostante questi difetti.

I suggerimenti che sono emersi dai soggetti del test sono tutti proposti per migliorare la facilità di comprensione del sito, soprattutto per rendere il “primo impatto” più soft: uso di colori per distinguere al meglio le diverse sezioni, snellire di più la quantità di informazioni nella home page e aggiungere uno slogan al logo di aruba.it.

Comunque, dopo un po' di navigazione, ogni utente riesce a prendere dimestichezza col la navigazione e la struttura del sito apprezzando in particolar modo la grafica e la completezza delle informazioni e dei servizi offerti.

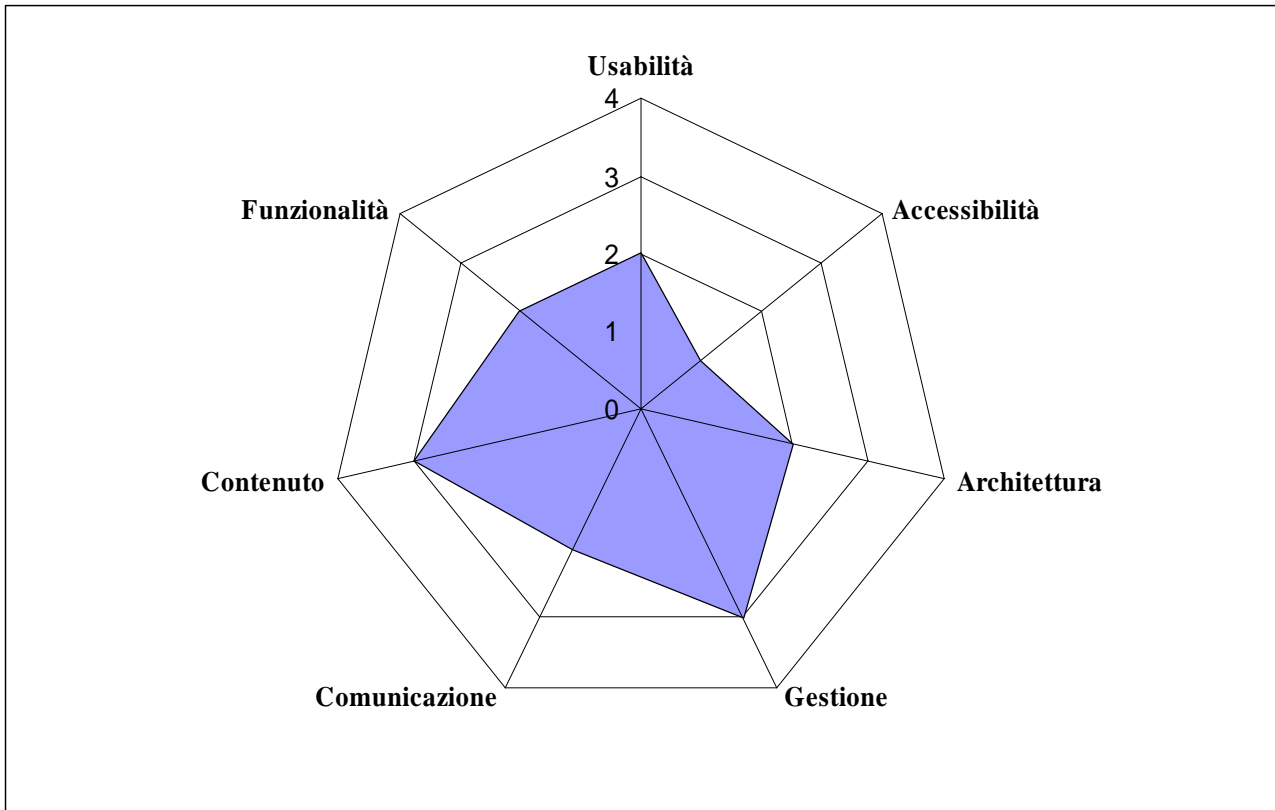
Tutto ciò che può spaventare l'utente è causa di una progettazione non buona, dai test risulta che l'utente è stato messo in imbarazzo da alcuni termini troppo tecnici o da collegamenti ambigui.

Dalla nostra analisi siamo riusciti a identificare più chiaramente questi aspetti, circoscrivendo ogni singolo problema e proponendo una soluzione definitiva al problema.

Nel complesso il sito ne è uscito abbastanza bene dal giudizio dei soggetti, molti hanno avuto un giudizio ottimo della società, anche se sono rimasti un po' impauriti dal sito.

4 Conclusioni

Di seguito il grafico della sintesi della valutazione



Come si può facilmente notare dal grafico, il sito www.aruba.it non è eccellente sebbene, mediamente, abbia una votazione sufficiente. L'unico aspetto realmente negativo del sito è l'accessibilità che rende molto difficile e proibitiva la navigazione.

Sintesi:

Punti di forza:

- Gestione ottima del sito, con un'ampia disponibilità ed efficienza del server
- Contenuti mirati, concisi e facilmente comprensibili per gli utilizzatori del sito
- Architettura ben strutturata
- Mediamente le funzioni sono facilmente accessibili, da più parti del sito

Punti di debolezza:

- Non presenta supporti per utenti disabili
- Non è compatibile con tutti i browser
- La scelta dei colori non è sempre ottimale
- L'indicizzazione nei motori di ricerca è scarsa

5 Miglioramenti proposti

Priorità 1

➤ **Migliorare il form di registrazione:**

In particolare suggeriamo due modifiche. La prima riguarda il lavoro svolto dall'utente che deve essere preservato il più possibile. Sottolineamo questo aspetto perché, in molti casi, in caso di errore, alcuni dati inseriti correttamente si perdono nel momento in cui vengono mostrati gli errori.

La seconda è inerente al textarea riguardante le leggi sul privacy. Sarebbe preferibile mostrarla una volta, prima di mostrare il form, richiedere l'accettazione e poi farla sparire. La sua presenza, infatti, aumenta la sensazione di complessità fornita dalla pagina.

➤ **Utilizzare la stessa architettura per ogni sotto sito:**

Il sito non sembra realizzato, in ogni sua sezione, seguendo le medesime direttive.

Anche se, ovviamente, si possono aggiungere, nel corso degli anni, varie sezioni, magari anche fatte da persone diverse, noi riteniamo che, se tutti seguissero le stesse linee base, sarebbe molto meglio.

Navigando fra le varie sezioni, infatti, si può notare come i difetti non siano sempre dello stesso tipo.

Priorità 2

➤ **Utilizzare la stessa architettura per ogni sotto sito:**

Il sito non sembra realizzato, in ogni sua sezione, seguendo le medesime direttive.

Anche se, ovviamente, si possono aggiungere, nel corso degli anni, varie sezioni, magari anche fatte da persone diverse, noi riteniamo che, se tutti seguissero le stesse linee base, sarebbe molto meglio.

Infatti, navigando fra le varie sezioni, si può notare come i difetti non siano sempre dello stesso tipo.

➤ **Aumentare la compatibilità con i vecchi browser:**

Abbiamo notato come passando da un browser all'altro possa addirittura sparire la ricerca, il che è molto negativo. Per questo motivo suggeriamo una serie di test per valutare la compatibilità di tutte le varie funzionalità del sito con i diversi browser in commercio.

➤ **Fare in modo che il "login" sia generale a tutte le sezioni senza che per ogni sezione sia necessario reinserire i dati.**

Priorità 3

➤ **Migliorare la funzionalità nella ricerca del sito:**

La ricerca è strutturata nel modo più richiesto dagli utenti, tuttavia sarebbe opportuno permettere l'uso di una ricerca avanzata, che dia la possibilità, ad esempio, di effettuare AND e OR fra i parametri inseriti.

➤ **Diminuire la dimensione (numero di immagini) della homepage**

La home page pur essendo molto chiara nelle sue parti, grazie all'uso della proprietà di chiusura, presenta alcune immagini poste in modo da "tappare i buchi".

Noi riteniamo che in questi casi, si potesse tranquillamente lasciare lo spazio vuoto.

➤ **Indicizzare il sito nei motori di ricerca**