

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:

<http://it.lge.com>

12/06/2005

Studenti:

Magaldi Marcello 052651 magaldima@lib.unimib.it

Manfrin Juvenal 047639 joveman@tiscali.it

Marin Emiliano 052162 emiliano.marin@gmail.com

1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito

LG :: Italia

Home Page

http://it.lge.com/index.do

LG
LIFE'S GOOD

PRODOTTI SUPPORTO EXPERIENCE LG CI PRESENTIAMO

ITALY | LINK AI SITI LG NEL MONDO | MAPPA DEL SITO | CONTATTACI | RICERCA

PERCHÈ NULLA È PIÙ PREZIOSO DEL TUO TEMPO

Informazioni per

- Clienti
- Distributori
- Giornalisti
- Offerte di lavoro

clienti

What's New

"FRESCHI E VINCENTI" CON IL NU..
L'acquisto di un condizionatore residenziale LG offre la possibilità di vincere..

- LG ELECTRONICS MAIN SPONSOR DELL'IMBARCAZION..
- NUOVI FANTASTICI PREMI PER GLI INSTALLATORI L...

Quick Link

Selezione prodotti

- Ricerca Prodotto
- Trova un centro d'assistenza
- Attività globali
- Eventi (Promozioni)
- Carriere

Nuovi Prodotti

- LH-CX247
- GSA-5163D
- GR-G217PGBA
- C3300
Moderno e aggressivo, C3300 ...
- C12AH'

CeBIT 2005 LG

WOW LG RINGTONES

DEALER WEB

LG 2004 FILMATI

Requisiti generali del sito

Lo scopo principale del sito è promuovere la linea di prodotti Hi-Tech a marchio LG, proporsi come punto di riferimento per i clienti che necessitano di supporto tecnico e presentare le varie attività dell'azienda (es. iniziative sociali, sponsorizzazioni, ...), la sua storia e la sua struttura.

Si rivolge principalmente a consumatori privati ed aziende intenzionati ad acquistare prodotti tecnologici per l'uso o la rivendita. E' indirizzato anche ad utenti in cerca di supporto (quindi già in possesso di prodotti), alla stampa ed a persone intenzionate a lavorare presso LG Italy.

Obiettivi della valutazione

La valutazione che segue è stata fatta con l'intento di analizzare gli aspetti d'interesse di un consumatore privato in cerca di informazioni per un eventuale acquisto di prodotti tecnologici e di un utente in cerca di aiuto per la risoluzione di problemi con il prodotto già in possesso.

2. METODOLOGIA USATA

L'analisi del sito è stata condotta da tutti e tre i membri del gruppo durante incontri della durata di 4 ore ciascuno, per 7 giorni consecutivi dal 12 giugno 2005 al 19 giugno 2005.

Le valutazioni finali effettuate, per ogni categoria da analizzare, si sono basate su una scala di giudizi che va dal valore 0 al valore 4, dove 0 rappresenta un pessimo giudizio e 4 un ottimo giudizio.

Ci siamo avvalsi di strumenti software di vario genere per valutare quelle caratteristiche che avrebbero richiesto un periodo più lungo di testing. Qui di seguito l'elenco:

- Netcraft
- Dr. Watson
- Visual Route
- Motori di ricerca

Il test con gli utenti è stato condotto presso l'abitazione di uno dei componenti del gruppo, a causa degli impegni degli utenti campione questa operazione si è svolta nell'arco di due pomeriggi.

3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 1,50

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

Analisi:

La struttura del sito è adeguata?

Il sito presenta una struttura molto profonda. In alcuni casi, soprattutto nella presentazione dei prodotti, si arriva fino al 7° livello. E' suddiviso in 4 categorie. Tale suddivisione è coerente con gli obiettivi del sito però è poco chiara per determinati utenti. "Experience LG" e "Ci presentiamo" sono destinate, rispettivamente, alla stampa e a coloro che cercano lavoro presso la ditta. Le due etichette usate non rendono chiaro il contenuto dell'area nella quale conducono, che nel primo caso offre una panoramica delle attività della società e nel secondo spiega la struttura della ditta e mette a disposizione i contatti per la presentazione di curriculum. A favore di questa suddivisione, il fatto che non ci sono sovrapposizioni di contenuto e per gli utenti principali di questo sito non ci dovrebbero essere difficoltà di navigazione.

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

Il sito mette a disposizione una mappa dei suoi contenuti. Tale mappa è accessibile attraverso un link posto in un menù orizzontale secondario globale dalla home page e da ogni altra pagina del sito.



La figura seguente ne mostra la struttura e la rappresentazione:

Ci presentiamo	Prodotti	Supporto
Profilo	TV	LG Service
<ul style="list-style-type: none"> › La nostra storia › La società' › Premi e riconoscimenti 	<ul style="list-style-type: none"> › Plasma › LCD TV › Retroproiezione › Flatron › Multiplex › Lafinion 	Contatti
Stampa	Audio	FAO
<ul style="list-style-type: none"> › Ufficio Stampa › Archivio notizie › Newsletter › Foto 	<ul style="list-style-type: none"> › Home Theater Home Theater Combi Home Theater › HI-FI Mini HI-FI Micro HI-FI › Portatile Lettore CD e Cassette Lettore MP3 › Car Audio Autoradio Car DVD Theater Speakers 	Experience LG
Carriere	Video	Pubblicità'
<ul style="list-style-type: none"> › Ricerca personale › Contattaci 	<ul style="list-style-type: none"> › Videoregistratori › Lettori DVD DVD-R DVD COMBI DVD PLAYER 	<ul style="list-style-type: none"> › Carta Stampata › Spot Televisivi
		Impegno Sociale
		<ul style="list-style-type: none"> › Coinvolgimento della comunità' › Marketing della Cultura › Ambiente e Salute
		Sponsorizzazioni
		<ul style="list-style-type: none"> › Europe › North America › Latin America › Asia & Pacific › Middle East & Africa
		Eventi (Promozioni)
		Fiere
		Filmati
		Where to buy

Informatica

- › **Monitor**
CRT
LCD
- › **Memorie ottiche**
Lettori CD-Rom
Masterizzatori CD-R/RW
Lettori DVD-ROM
Masterizzatori DVD
Combo
- › **CD/DVD Media**
- › **USB Pen**

Elettrodomestici

- › **Frigoriferi**
Side by side
Due porte
Combi
Compatti
- › **Aspirapolvere**
Cyking
A traino
- › **Lavatrici**
Carica dall'alto
Carica frontale
- › **Microonde**
Microonde
- › **Lavastoviglie**

Telefonia

- › **Telefoni cellulari**
UMTS
GSM

Aria condizionata

- › **Linea Residenziale**
Mono Split Parete
Mono Split Art Cool
Mono Split Parete Inverter
Mono Split Art Cool Inverter
- › **Linea Commerciale**
Unità Interne
Unità Esterne
Sistemi Synchro
- › **Linea Multi Split**
Multi Inverter/MPS Inverter
Multi MPS Variable
- › **Linea Multi V**
Unità Esterne
Unità Interne
Comandi Remoti

La mappa permette all'utente di accedere a tutte le pagine in essa elencate; purtroppo presenta problemi di incompletezza e inesattezza. Nella sezione "Aria Condizionata" non si supera il 4° livello di profondità mentre il sito arriva fino al 7°. La voce "Where to buy" non è una sotto pagina di "Experience LG" ma piuttosto di "Prodotti" come evidenziato da questa figura:



La grafica utilizzata è semplice e chiara: in blu su sfondo azzurro è rappresentato il 1° livello, in arancione su sfondo grigio è rappresentato il 2°, in blu con un simbolo di maggiore sulla destra su sfondo azzurro il 3° ed infine con una distanza dal margine sinistro superiore al livello precedente il 4°.

I nomi utilizzati per elencare le pagine sono gli stessi usati nel sito ad eccezione di "Where to buy" che nel sito è chiamata "Dove acquistare" (vedi figura precedente).

La mappa è presentata in verticale e richiede all'utente lo scrolling. Questa situazione è dovuta al fatto che il sito è ottimizzato per risoluzioni 800x600 e perciò con risoluzioni maggiori compare uno spazio bianco inutilizzato sulla destra.

La navigazione del sito è adeguata?

L'apparato di navigazione del sito è costituito da una barra di navigazione primaria posta in cima ad ogni pagina.



Quando ci si trova all'interno di una sezione, un trattino magenta è posto sopra l'etichetta ad essa relativa.



E' inoltre dotato di un apparato di navigazione locale, presente sulla sinistra della pagina e contestualizzato a seconda della sezione in cui è contenuto. Di seguito un esempio per la sezione "Prodotti".

TV
Audio
Video
Informatica
Elettrodomestici
Telefonia
Aria condizionata

Tale menù è espandibile, permette cioè di accedere anche ai livelli inferiori al 2°; di seguito un esempio:

TV
Audio
Video
Informatica
Elettrodomestici
Telefonia
Aria condizionata
Linea Residenziale
Linea Commerciale
Linea Multi Split
Linea Multi V

Nella figura precedente è possibile vedere la modalità in cui è evidenziata la sezione in cui ci si trova. Una linea verticale magenta ed il testo dell'etichetta colorato sempre di magenta ne facilitano il riconoscimento.

Esiste anche una navigazione contestuale, che si aggiunge alle due precedenti. Il sito ne fa ampio utilizzo, soprattutto inserendo, nella zona della pagina destinata ai contenuti, immagini con etichette che permettono di accedere ai livelli inferiori.

Per ridurre la perdita di orientamento dell'utente è stata impiegata la tecnologia dei breadcrumb. Questa è presente in tutte le pagine e permette, cliccando sulla voce desiderata, di accedere velocemente alle pagine già visitate.

[Home](#) > [Prodotti](#) > [Aria condizionata](#) > [Linea Residenziale](#) > [Mono Split Parete](#) > **Solo Raffreddamento**

Il pulsante indietro del browser è abilitato correttamente e permette di risalire il percorso compiuto senza problemi.

Sintesi:

Punti di forza:

- Il menù principale è sempre presente;
- Il menù locale è a tendina e funzionale;
- Utilizza la tecnica dei Breadcrumb.

Punti di debolezza:

- La mappa del sito è incorretta;
- Ci sono troppi livelli.

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 2,17

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

Analisi:

La home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Il sito presenta, in alto a sinistra, il marchio della società. Questo marchio è ben noto alla maggior parte degli utenti e sicuramente rende evidente che si tratta di un sito istituzionale.



Nella home page è presente più di uno slogan. Il primo è quello accanto al marchio (vedi immagine precedente) ed il secondo è



posto nella parte centrale superiore della pagina.

Una parte degli obiettivi è esposta nella home page in modo non troppo preciso, questi obiettivi riguardano la presentazione della struttura e la presentazione delle attività della ditta. E' inoltre presente una sezione che divide i contenuti per tipologia di utente:



Questo favorisce l'utente nella ricerca di ciò che può essere di suo interesse e facilita nella comprensione degli obiettivi.

Il sito è coerente con la brand image?

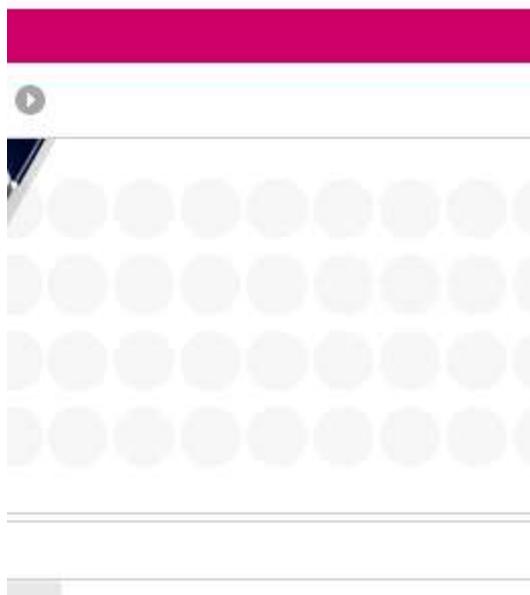
LG Italy ha un brand consolidato nel mondo tecnologico. E' solitamente riconosciuto tramite il

colore magenta, una faccina stilizzata in un cerchio, e alla sigla LG scritta in grassetto. Il sito richiama questo brand soprattutto riutilizzandone i colori. Vi sono però anche altri elementi che si suppone siano di richiamo e utili per rafforzarlo. Per esempio il layout sembra essere di tipo tecnologico, nei limiti per consentirne un'usabilità buona, e facile da usare.

La grafica del sito è adeguata?

Il layout delle pagine è adeguato ai vari formati video?

Il sito utilizza un layout fisso ottimizzato per risoluzioni di schermo 800x600. Il layout è allineato in alto a sinistra e riempie lo spazio vuoto che compare ai lati replicando lo sfondo di alcuni elementi. Questa scelta può essere accettata considerando ancora la vasta diffusione di monitor con risoluzione 800x600.



(La figura mostra la replicazione dello sfondo con una risoluzione 1024x768)

Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

Il layout delle pagine presenta una struttura nella quale i contenuti sono posti centralmente e preceduti da una immagine sotto il menù globale che ne offre una chiara e veloce comprensione. Il sito non presenta pubblicità esterne. Esistono dei piccoli banner "pubblicitari" nella parte inferiore sinistra che non distraggono l'attenzione dalla struttura di navigazione.

Il colore è utilizzato in modo adeguato?

Il colore è utilizzato per vari scopi all'interno del sito. Il principale è quello di dirigere l'attenzione sul menù di navigazione primaria e sui titoli delle sezioni all'interno delle pagine. Essi infatti si presentano di colore magenta.

PRODOTTI

SUPPORTO

EXPERIENCE LG

CI PRESENTIAMO

Un altro utilizzo del colore avviene nel menù di navigazione locale, in questo caso esso permette di indentificare il livello di profondità del menù espanso.

TV
Plasma
LCD TV
Retroproiezione
Flatron
Multiplex
Lafinion
Audio
Video
Informatica
Elettrodomestici
Telefonia
Aria condizionata

Un altro esempio di utilizzo del colore simile a quello esposto precedentemente è presente nella mappa del sito.

MAPPA DEL SITO		Home > Mappa del sito
		MAPPA DEL SITO
Ci presentiamo	Prodotti	
Profilo	TV	
<ul style="list-style-type: none"> › La nostra storia › La società' › Premi e riconoscimenti 	<ul style="list-style-type: none"> › Plasma › LCD TV › Retroproiezione › Flatron › Multiplex › Lafinion 	
Stampa	Audio	
<ul style="list-style-type: none"> › Ufficio Stampa › Archivio notizie › Newsletter › Foto 	<ul style="list-style-type: none"> › Home Theater Home Theater Combi Home Theater › HI-FI 	
Carriere		

I colori utilizzati sono sempre in numero limitato e non appesantiscono mai la visione.

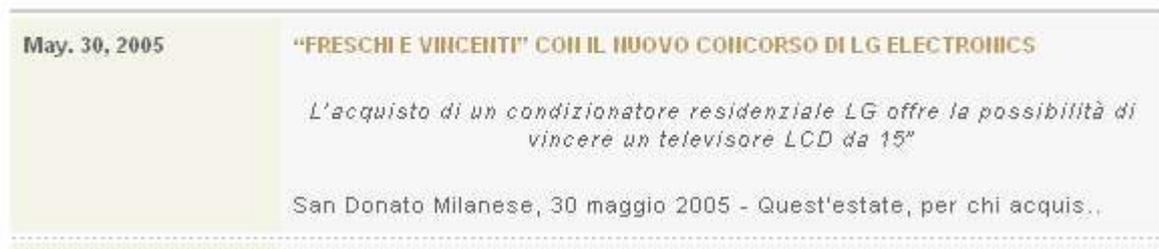
I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

Il font utilizzato di default dal sito è l'Arial. L'utente è messo comunque nella condizione di usarne uno di sua scelta. Anche la dimensione del testo è specificabile e variazioni elevate hanno mostrato che il layout rimane facilmente utilizzabile. Unica pecca è la presenza di etichette nelle pagine applicate come immagini e quindi non modificabili. Questa situazione diventa particolarmente critica nel sotto menù orizzontale superiore. La dimensione impostata di default è eccessivamente

piccola e difficile da leggere.

Il carattere corsivo è utilizzato prevalentemente nei testi dell'ufficio stampa per evidenziare il sottotitolo dell'articolo. Questo ovviamente è sconsigliato a causa dell'effetto sega.

UFFICIO STAMPA



L'utilizzo di testo tutto in maiuscolo è presente sempre nell'ufficio stampa, dove i titoli, già in grassetto, sono messi in evidenza con questa tecnica. Nel resto del sito, a parte le voci dei menù, non è più presente. L'utilizzo è ovviamente sconsigliato in quanto rallenta la lettura e in questa circostanza dimostra anche di essere fuori luogo data la presenza di altri effetti utilizzabili. I colori impiegati per i testi sono consoni con le normali norme da seguire nel web design. Il testo grigio scuro su sfondo bianco è ben leggibile.

La grafica è attraente?

Il sito presenta una grafica decisamente attraente. L'utilizzo di immagini, colori e tipi di caratteri è decisamente ben miscelato. Unica rimostranza può essere fatta sul testo/immagine dei menù. Esso da un senso di imprecisione ed effetto sega che sarebbe meglio evitare. L'uso di immagini è commisurato con le necessità di mostrare i prodotti della ditta. Il layout è mantenuto costante ed è efficace per lo scopo che si vuol raggiungere. I colori utilizzati rendono il sito particolarmente "allegro". In generale si può dire che l'aspetto grafico è accattivante e tecnologico.

Sintesi:

Punti di forza:

- Presenza di un marchio consolidato in home page;
- Coerenza grafica con la brand image;
- Banners non invasivi;
- Pochi colori utilizzati;
- Utilizzo di font senza grazie;
- Grafica accattivante.

Punti di debolezza:

- Layout fisso;
- I menù sono costituiti da etichette/immagine.

3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: 1,5

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

Analisi:

Le funzioni del sito sono adeguate?

Il trattamento degli errori è adeguato?

Benchè il sito non presenti transazioni quali procedure di registrazione, procedure di acquisto online, eccetera, è comunque munito di moduli compilabili che richiedono il trattamento dell'errore. Ad esempio uno di questi moduli è quello per richiedere informazioni su prodotti ed assistenza.

E-mail *	<input type="text"/>
Password	<input type="text"/> <input type="button" value="Ricerca"/>
Nome *	<input type="text"/>
Country/Region *	Italy
Indirizzo (Indirizzo)	<input type="text"/>
Indirizzo (Citta')	<input type="text"/>
Indirizzo (Provincia)	<input type="text"/>
Indirizzo (CAP)	<input type="text"/>
Tel	<input type="text"/>
Tipo di richiesta *	Scegli ▼
Product Group	Scegli ▼
Prodotto	Scegli ▼
Modello	<input type="text"/>
Contenuto *	<div style="border: 1px solid gray; height: 150px; width: 100%;"></div>
allegato	<input type="text"/> <input type="button" value="Sfoggia..."/>

I campi obbligatori sono opportunamente segnalati con un asterisco rosso e la mancanza o incorrettezza (nel caso dell'indirizzo email) comporta la comparsa di un messaggio di errore come il

seguente.

E-mail *	<input type="text" value="asasadsasdasd"/>
Password	<input type="password"/> <input type="button" value="Ricerca"/>
Home *	<input type="text"/>
Country/Region *	<input type="text" value="Italy"/>
Indirizzo (Indirizzo)	<input type="text"/>
Indirizzo (Citta')	<input type="text"/>
Indirizzo (Provincia)	<input type="text"/>
Indirizzo (CAP)	<input type="text"/>
Tel	<input type="text"/>
Tipo di richiesta *	<input type="text"/>
Product Group	<input type="text"/>
Prodotto	<input type="text"/>
Modello	<input type="text"/>



Tali messaggi di errore sono a scomparsa, questo significa che una volta premuto il bottone "OK" non saranno più visibili. Non presentano mai soluzioni su come risolvere il problema. La loro comparsa avviene solo dopo il tentativo di invio dati e presentano un errore per volta, anche se sono presenti più errori nel modulo. Gli altri errori vengono visualizzati solamente al successivo tentativo di invio. In aggiunta il testo che contengono colpevolizza l'utente.

Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Il sito è munito di un motore di ricerca interno. Esso è accessibile, nella modalità semplice, dalla home page ed è presente in tutte le pagine. Un form di ricerca più complesso è raggiungibile seguendo il percorso non intuitivo "Prodotti->Dove Acquistare->Ricerca Prodotti".

Esistono due tipi di ricerca: "Ricerca Avanzata" e "Ricerca Prodotto". La "Ricerca Prodotto" non presenta nulla di diverso dalla "Ricerca Avanzata" se non la categoria di risultati visualizzati di default, per questo non lo analizzeremo. La "Ricerca Avanzata" invece presenta alcuni problemi evidenti:

- Non è chiaro il significato di 3 combo box associate all'etichetta "Cerca Tra";
- Non è chiara la funzione del campo associato all'etichetta "Target";
- La parola "Termini" non richiama la funzione di limitazione temporale dei risultati;
- La frase "Seleziona il tipo di contenuto" non richiama la funzione di selezione delle categorie nelle quali effettuare la ricerca.

I risultati prodotti si sono dimostrati parziali e non sempre pertinenti. La loro presentazione, grazie alla suddivisione dei risultati in categorie e all'impiego di immagini, permette all'utente di trovare con più precisione i risultati desiderati.

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

La comunicazione tra il gestore del sito e gli utenti è resa mediante un form compilabile.

CONTATTI

Per accedere piu' velocemente ai tutorial, manuali utente...
e software visita il sito dell' **assistenza LG**

Contatta Divisione *	> - Info sul sito ▼
Nome *	<input type="text"/>
Cognome *	<input type="text"/>
Indirizzo E-Mail *	<input type="text"/>
Indirizzo	<input type="text"/>
Provincia	<input type="text"/>
C.A.P.	<input type="text"/>
Prefisso *	<input type="text"/>
Tel. *	<input type="text"/>
Oggetto *	<input type="text"/>
Messaggio *	<input type="text"/>
File allegato	<input type="text"/> Sfoglia...

Invia

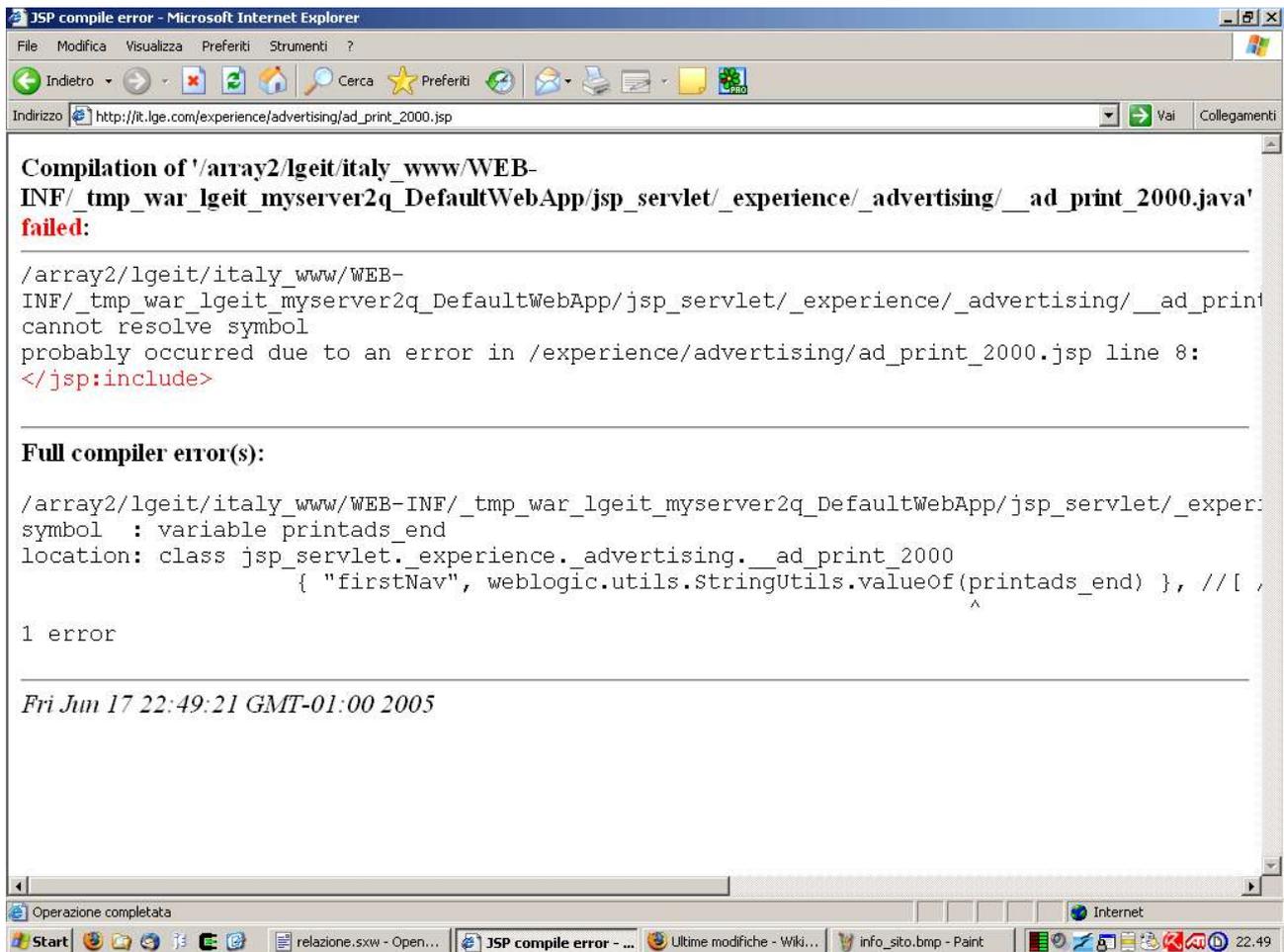
Annulla

Tale form presenta una richiesta di informazioni spropositata per il tipo di funzione che riveste, ad esempio i campi "Prefisso" e "Telefono" sono obbligatori. Per di più è presente un errore anomalo relativo al campo "Oggetto", se esso è composto da più di una parola non permette l'invio del messaggio e segnala un errore all'utente.

Una volta che la segnalazione è stata spedita all'utente viene inviato, automaticamente dal sistema, un'email nella quale si conferma che il messaggio è stato ricevuto e che verrà trattato al più presto. La prova effettuata dimostra che "il più presto" è un tempo superiore ai 7 giorni.

Le funzioni del sito sono corrette?

Nell'utilizzo del sito si è rivelato un solo errore, esso si è verificato durante il tentativo di visualizzazione delle pubblicità pubblicate dalla società nell'anno 2000. Di seguito uno screen shot.



Da questo messaggio si può vedere che il gergo utilizzato è tecnico e quindi di impossibile comprensione per un utente senza conoscenze specifiche di programmazione.

Si sono presentati, nell'analisi del sito, solo alcuni broken link. Molti di essi sono relativi all'impossibilità di reperibilità di immagini e fogli di stile. Un solo caso di link a pagina relativo ad un sito esterno, il sito in questione è quello di Macromedia Flash.

Sintesi:

Punti di forza:

Punti di debolezza:

- Messaggi di errore non adeguati;
- Strumenti di ricerca ridondanti;
- Comunicazione col gestore del sito non rapida;

3.4. CONTENUTO

Valutazione: 2

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

Analisi:

L'informazione è classificata in modo adeguato?

L'organizzazione dell'informazione è classificata sia in base al contenuto sia in base agli utenti. Le categorie principali riguardano la divisione per contenuto e sono:

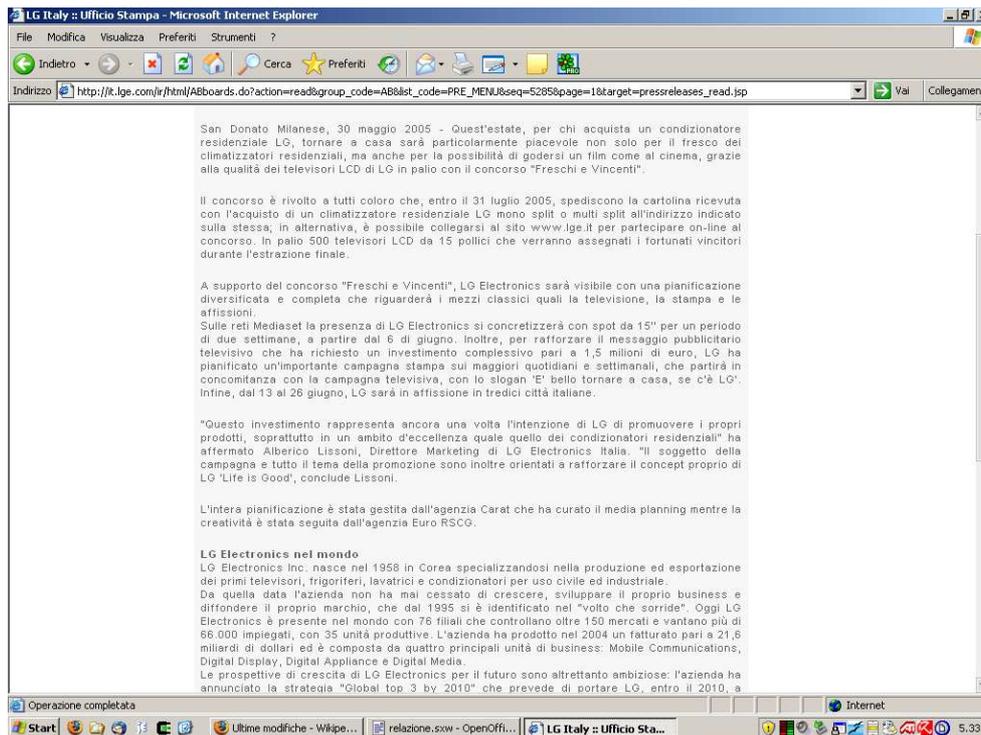
- Prodotti
- Supporto
- Experience LG
- Ci Presentiamo

La prima contiene le pagine che presentano la linea commerciale della società. La seconda categoria contiene le pagine ed i form che permettono il reperimento di assistenza in caso di necessità. La terza categoria mostra le pagine contenenti le attività della ditta. Infine l'ultima categoria presenta la struttura della società e mette a disposizione i contatti dell'ufficio assunzioni. La duplice classificazione è resa, in home page, da un form posto sulla destra contenente 4 option box, le quali permettono di selezionare l'informazione in base all'utente (clienti, distributori, giornalisti e offerte di lavoro).

Il labelling utilizzato non è sempre esplicativo ed in alcuni casi confonde. "Experience LG" non identifica per nulla il suo contenuto, mentre "Ci Presentiamo" lo fa solo in parte. Sono presenti anche etichette dal nome molto simile: "Contattaci" e "Contatti". La prima permette di accedere ad una pagina contenente informazioni quali indirizzo e numero di telefono di LG in Italia, la seconda invece a pagine contenente moduli per la comunicazione online.

Lo stile del testo è adeguato al web?

La maggior parte delle pagine del sito sono composte da testi piuttosto brevi e sintetici (nel caso delle schede tecniche). I testi esprimono i concetti in modo conciso però sono presentati spesso in pagine di media lunghezza che richiedono l'utilizzo dello scrolling.



La strutturazione in paragrafi brevi è rispettata e l'utilizzo di titoli e sottotitoli (non brevi) offre molte informazioni sui contenuti della pagina.

HUOVI FANTASTICI PREMI PER GLI INSTALLATORI LG CHE PROMUOVERANNO I CONDIZIONATORI ARTCOOL

Un catalogo composto da fantastici premi, tra cui un viaggio a Cuba per due persone, un viaggio in Egitto, week end a Praga o Budapest e numerosi altre opportunità, per gli installatori LG che aderir...

L'evidenziazione delle parole chiave e dei concetti importanti non è omogenea, in alcune pagine è presente in altre è totalmente assente. Il concetto che si vuole esprimere è subito reso evidente anche grazie all'impostazione top-down. Non sono sfruttate per nulla le attività associative dell'ipertesto. Il testo è presentato principalmente in seconda persona, questa scelta è consona al fine di ridurre la distanza tra la società e l'utente che consulta le pagine del sito.

L'informazione è adeguata, pertinente, affidabile e aggiornata?

L'informazione fornita all'utente risulta completa. Ogni tipologia di prodotto ha una propria specifica tabella delle caratteristiche e le informazioni presenti sono dettagliate.

La correttezza è di difficile valutazione in quanto richiederebbe test sui prodotti. Per questo sito, soprattutto per determinate tipologie di prodotti (es. condizionatori), la correttezza e quindi l'affidabilità sono essenziali per permettere all'utente di decidere in base alle proprie esigenze.

L'aggiornamento delle informazioni lo si può verificare consultando la sezione dell'ufficio stampa, l'ultimo articolo pubblicato risale al 30 maggio 2005.

Le informazioni sulla società non sono complete secondo lo schema previsto dall'ISEC. I dati mancanti sono i seguenti:

- Estremi per contattare direttamente e rapidamente l'ufficio amministrativo;
- Numero di iscrizione alla Camera di Commercio e/o al Registro delle Imprese;
- Il capitale sociale sottoscritto e versato;

- Il numero di partita IVA.

Il sito è correttamente localizzato?

Il sito analizzato è parte di una serie di siti facenti capo alla LG Electronics Inc. Il sito è localizzato per l'Italia e rispetta le normali regole di localizzazione. Esistono, però, alcune pagine non tradotte (ad esempio: <http://it.lge.com/experience/Exhibition.do>), così come messaggi di avviso.



Tramite una voce del menù secondario è anche possibile raggiungere gli altri siti localizzati.



Sintesi:

Punti di forza:

- Doppia classificazione dei contenuti
- Schede tecniche esaurienti

Punti di debolezza:

- Labelling inadeguato
- Mancanza di informazioni sulla società

3.5. GESTIONE

Valutazione: _____

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

Analisi:

Il sito è sempre attivo e disponibile?

Durante il periodo di testing è stato effettuato un accesso ripetuto alla varie parti del sito in momenti diversi della giornata. Non si sono verificati malfunzionamenti e quindi non è stato possibile valutare la gestione di queste situazioni.

Utilizzando il tool online Netcraft abbiamo potuto notare che il server utilizzato è attivo da 161 giorni. Circa ogni anno la società che si occupa della gestione dei server ha cambiato sistema operativo e/o server http. Durante queste occasioni possono essersi verificati disagi per gli utenti.

Site report for www.lge.it			
Site	http://www.lge.it	Last reboot	161 days ago
Domain	lge.it	Netblock owner	SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques
IP address	57.67.194.164	Site rank	291607
Country	 FR	Nameserver	prmns.lg.co.kr
Date first seen	March 2000	DNS admin	root@prmns.lg.co.kr
Domain Registry	nic.it	Reverse DNS	unknown
Organisation	LG Electronics Italia S.p.A., Italy	Nameserver Organisation	LG MRO, LG Twintower 20, Youido-dong, Youngdeungpo-gu, 150721, Seoul
Check another site:	<input type="text"/>		

Hosting History				
Netblock Owner	IP address	OS	Web Server	Last changed
SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques 112 Avenue Charles de Gaulle Neuilly, 92522 Cedex FR	57.67.194.164	Solaris 8	Netscape-Enterprise/6.0	28-Mar-2005
SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques 112 Avenue Charles de Gaulle Neuilly, 92522 Cedex FR	57.67.194.164	Linux	Netscape-Enterprise/6.0	8-Nov-2004
SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques 112 Avenue Charles de Gaulle Neuilly, 92522 Cedex FR	57.67.194.143	Solaris 8	Apache/1.3.26 Unix	16-Jul-2003
Web Publisher Full System S.a.s. Via San Secondo, 95 I-10100 Torino TO Italy	194.185.98.216	NT4/Windows 98	Microsoft-IIS/4.0	17-Apr-2001

L'uso del sito è adeguatamente monitorato?

Non è stato possibile verificare il monitoraggio del sito. Dopo svariate email di richiesta, non si è ancora ricevuta risposta da parte del webmaster.

Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Il sito analizzato può considerarsi sufficientemente aggiornato. Non esiste una voce specifica, in evidenza, che fornisca l'ultimo aggiornamento. Per ottenere una stima sufficientemente attendibile abbiamo controllato i rilasci di notizie nella sezione ufficio stampa. Ad oggi, la notizia più recente è del 30 maggio 2005. Nel periodo in questione, non si sono verificati cambiamenti evidenti e non sono stati aggiunti nemmeno nuovi prodotti.

Si è rilevata, tramite strumenti disponibili online, la presenza di alcuni broken link. Questi sono riferiti a immagini, fogli di stile e link a siti esterni (Macromedia Flash). La percentuale è comunque molto bassa. Non sono state trovate pagine "in costruzione".

Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Per valutare la tempistica di risposta per richieste informative di supporto abbiamo scritto una richiesta tramite il form apposito. Il primo riscontro avuto è stato un feedback automatico, il quale ci avvisava che il nostro messaggio era arrivato a destinazione e che a breve sarebbe stato preso in consegna da un loro operatore. Dopo 7 giorni non abbiamo ancora ricevuto alcun tipo di risposta.

Welcome to LGE.com [Posta in arrivo](#)

★ **Italy** <LG> a Me [Altre opzioni](#) 14 giu (5 giorni fa)

Le immagini esterne non sono visualizzate. [Mostra immagini esterne](#)

Gentile Cliente

Benvenuto su [LGE.it](#)

La Sua richiesta è stata inoltrata al nostro Supporto LG Italia. Un incaricato risponderà quanto prima alle Sue domande.

Grazie per averci contattato.

Cordiali Saluti
LG Electronics Italia S.p.A.

Non rispondere a questo messaggio. Questa mail viene mandata automaticamente dal sistema.
Per maggiori informazioni, clicca [qui](#).

Copyright 2001-2004 LG Italy. All rights reserved.

Sintesi:

Punti di forza:

- Sito attivo da molti giorni

Punti di debolezza:

- Nessuna informazione sullo stato di aggiornamento
- Presenza di broken link
- Relazioni con utenti non soddisfacenti

3.6. ACCESSIBILITÀ

Valutazione: _____

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

Analisi:

I tempi di accesso sono adeguati?

Per calcolare i tempi di accesso ci siamo avvalsi di uno strumento online chiamato Dr. Watson (<http://watson.addy.com>). Come mostrato in figura

Estimated download speed

These download times are estimates and should only be used as a general guideline. Many factors, such as your modem, quality of connection, ISP load, server responsiveness, and Internet routing can greatly impact the actual download times experienced by your visitors.

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML								
	1	46117	33.64	18.45	15.37	13.18	5.76	2.31
Images	34	54261	39.58	21.70	18.09	15.50	6.78	2.71
Total	35	100378	73.22	40.15	33.46	28.68	12.55	5.02

i tempi di accesso per un modem 56k sono di 28 secondi circa. Un tempo troppo elevato che rischia di allontanare l'utente dal sito. Anche le altre pagine del sito, analizzate con lo stesso strumento, presentano un tempo di accesso troppo elevato che si aggira intorno ai 40 secondi.

Siccome la dislocazione geografica del server può influire sulle prestazioni di accesso, abbiamo provveduto a verificare utilizzando lo strumento Visual Route (<http://www.visualroute.it/vr.asp>) il percorso seguito dai pacchetti di richiesta per raggiungere il sito.

Enter Host/URL: <-- 81.208.36.80 Stop Snap...

Report per it.lge.com [57.67.194.179]

Analisi: La connessione HTTP alla porta 80 del host 'it.lge.com' funziona, ma si riscontrano pacchetti ICMP bloccati sulla rete "SITA-Societe Internationale de Telecommunications Aeronautiques SITA-A", al hop 22. Si tratta di un server HTTP (running Netscape-Enterprise/6.0).

Hop	%Pers	Indirizzo IP	Nome nodo	Localazione	F.Ora	ms	Grafico	Rete
0		194.242.61.53	interhost.it	*			0	Web Presence Provid
1		194.242.61.1	-	(Italy)	+01:00	0		Web Presence Provid
2		151.5.149.125	-	Milan, Italy	+01:00	21		IUnet
3		151.6.69.194	FICI-B01-Ge2-	(Italy)	+01:00	0		RIPE Network Coordin
4		151.6.4.17	RMID-T02-FICI	(Italy)	+01:00	9		RIPE Network Coordin
5		212.245.229.3	RMID-I01-RMID	(Italy)	+01:00	1		WIND Telecomunicazi
6		144.228.178.2	sl-gw29-nyc-11	New York, NY, USA	-05:00	125		Sprint SPRINTLINK
7		144.232.13.19	sl-bb23-nyc-15	New York, NY, USA	-05:00	125		Sprint SPRINT-INNET
8		144.232.7.110	sl-bb21-nyc-8-	New York, NY, USA	-05:00	200		Sprint SPRINT-INNET
9		144.232.20.97	sl-bb27-pen-1-	Pennsauken, NJ, U	-05:00	207		Sprint SPRINT-INNET
10		144.232.16.81	sl-bb24-pen-1-	Pennsauken, NJ, U	-05:00	187		Sprint SPRINT-INNET
11		144.232.20.11	sl-bb26-rly-0-0	Elkridge, MD, USA	-05:00	134		Sprint SPRINT-INNET
12		144.232.20.14	sl-st21-ash-10	Ashton, IL, USA	-06:00	146		Sprint SPRINT-INNET
13		144.223.246.2	sl-franc2-7-0.s	-		134		Sprint/United Informat
14		193.251.243.9	PO4-0.oakcr2.i	-		136		France Telecom Long
15	100							
16	100							
17	100							
18	100							
19		193.251.132.9	so-1-0-0-0.ftcr	Frankfurt, German	+01:00	141		France Telecom Long
20		193.251.150.9	ensys-13.GW.c	-		147		France Telecom Long
21		204.59.106.29	-	...		150		Equant EQUANT-BLK
22		57.66.194.153	-	(France)	+01:00	150		SITA-Societe Internatic
...								
?		57.67.194.179	it.lge.com	(France)	+01:00			SITA-Societe Internatic



La figura mostra che per raggiungere il sito si attraversano 22 nodi dislocati in diversi paesi quali Stati Uniti (costa occidentale), Germania e Francia.

Il sito è facile da trovare?

L'url principale del sito è <http://it.lge.com>. Esiste un redirect da www.lge.it (esiste anche la forma senza www) più facile da ricordare in quanto espresso nella forma standard degli indirizzi internet. Il nome del dominio è composto da solo tre lettere, quindi è facilmente memorizzabile. La società è comunemente conosciuta come "LG", la "e" usata nell'indirizzo, col significato di "Electronics", può confondere l'utente e rendere difficile l'associazione.

Abbiamo eseguito più test con i più conosciuti motori di ricerca per valutare la reperibilità del sito. In tutti i casi utilizzando come chiave la parola "LG" si è ottenuto in testa ai risultati il sito in

questione. Abbiamo anche provato la ricerca utilizzando parole chiave differenti dal nome della ditta. Qui di seguito un riepilogo ed un'analisi.

<i>Chiave</i>	<i>Google (it)</i>	<i>Yahoo! (it)</i>	<i>Virgilio (it)</i>	<i>Tiscali (it)</i>
LG	1°	1°	3°	32°
Frigorifero LCD	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
L1100	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.
Supporto LG	1°	n.r.	2°	2°

(n.r.: non reperibile)

Con la chiave "Frigorifero LCD" la situazione è abbastanza grave in quanto siti della concorrenza sono in prima posizione e LG non compare mai. La chiave "L1100" rappresenta un modello di cellulare, si può supporre che molti ragazzi possano essere interessati a trovare informazioni specificando solo il modello. Anche in questo caso è evidente che LG non si propone correttamente in quanto compaiono nelle prime pagine siti di commercio elettronico che vendono tale prodotto, ma non la pagina di LG ad esso dedicata.

Verificando direttamente con gli strumenti messi a disposizione dai motori di ricerca abbiamo potuto verificare la popolarità del sito in base alla sua referenziazione. I risultati ottenuti sono i seguenti:

Google	MSN Search
80	261

Tra questi risultati nessuno è abbastanza autorevole. Generalmente si tratta di link presenti nelle schede dei prodotti in siti di commercio elettronico.

Il sito è accessibile con ogni browser?

Per valutare questa caratteristica si è provveduto ad usare il servizio offerto dal sito www.browsercam.com, esso ha permesso di visualizzare per differenti risoluzioni, con differenti sistemi operativi e browser la home page e la pagina prodotti del sito. Si sono verificati problemi con le seguenti soluzioni:

- Netscape 4.8 – Red Hat Linux 8.0
- Explorer 4.0 – Windows 98

Il sito è utilizzabile da utenti disabili?

Al fine di valutare l'accessibilità per utenti disabili, ci siamo attenuti alle linee guida proposte dal WAI. Dopo aver selezionato un campione di pagine rappresentativo abbiamo modificato le opzioni del browser e valutato il risultato ottenuto. Si sono presentati i seguenti problemi:

- Non utilizzando le immagini il menù principale risultava totalmente inesistente. Nessun testo alternativo è stato utilizzato.
- Il ridimensionamento del testo funziona e permette all'utente di capire il contenuto visualizzato. Però esistono nei menù delle immagini contenenti testo che non possono essere ridimensionate.
- Riducendo la risoluzione e/o la finestra del browser il sito richiede lo scorrimento orizzontale.
- Le informazioni utilizzando un web testuale non sono equivalenti in quanto determinato testo è

inserito come immagine.

In sostanza il sito non è affatto utilizzabile da utenti disabili.

Sintesi:

Punti di forza:

- L'url del sito è breve;
- L'url del sito è facile da ricordare;
- Compatibile con tutti i browser maggiormente utilizzati e sistemi operativi.

Punti di debolezza:

- Il sito non è utilizzabile da utenti disabili;
- L'accesso alle pagine è troppo lungo per modem 56Kb;
- L'associazione url nome società non è ottimale.

3.7. USABILITÀ

Valutazione: _____

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

Analisi:

Testare l'usabilità

Per testare l'usabilità ci siamo avvalsi di un campione di 5 utenti, ai quali abbiamo richiesto di svolgere alcuni semplici compiti.

	<i>Nome</i>	<i>Età</i>	<i>Professione</i>	<i>Conoscenza web</i>	Conoscenza del sito
Utente 1	Luca	22	Studente	Media	No
Utente 2	Caterina	23	Studentessa	Bassa	No
Utente 3	Alberto	26	Programmatore	Buona	Sì
Utente 4	Alessandra	25	Impiegata	Bassa	No
Utente 5	Teresa	23	Studentessa	Media	No

Compiti svolti dagli utenti

1. Ricerca di un prodotto;
2. Confronto di due prodotti;
3. Richiesta modulo di supporto tecnico;
4. Ricerca dell'indirizzo della LG Electronics Italia Spa;
5. Ricerca dei punti vendita.

<i>0 voto min.</i>	<i>Compito 1</i>			<i>Compito 2</i>			<i>Compito 3</i>			<i>Compito 4</i>			<i>Compito 5</i>		
<i>4 voto max</i>	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto
Luca	sì	31	4	sì	59	3	sì	105	1	sì	22	3	sì	16	3
Caterina	sì	59	3	sì	180	1	no			sì	133	2	sì	40	2
Alberto	sì	15	4	sì	27	4	sì	39	2	sì	24	4	sì	14	4
Alessandra	sì	79	3	no			sì	240	0	sì	154	1	sì	73	2
Teresa	sì	37	3	sì	62	3	sì	87	2	sì	30	2	sì	32	3
Totale	5\5	32,2	3,4	4\5	82	2,75	4\5	118	1,25	5\5	72,6	2,4	5\5	35	2,8

Efficacia: 92,00%
Efficienza: 67 sec.
Soddisfazione: 2,6

Alla conclusione del test sono state poste le seguenti domande agli utenti:

- Quale impressione generale ti ha fatto il sito?
 - Luca: Buona
 - Caterina: Discreto
 - Alberto: Ottimo
 - Alessandra: Pessima
 - Teresa: Sufficiente

- Quali aspetti ti sono piaciuti di più?
 - Luca: la grafica è accattivante
 - Caterina: i prodotti sono ben catalogati
 - Alberto: il sito è facilmente utilizzabile
 - Alessandra: niente
 - Teresa: menù chiaro

- Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?
 - Luca: macchinoso trovare la pagina per avere supporto
 - Caterina: grafica troppo fredda
 - Alberto: menù secondario difficile da leggere
 - Alessandra: difficile capire dove cliccare
 - Teresa: troppi spazi bianchi

- Quali parti o funzioni sarebbe utile aggiungere al sito?
 - Luca: funzioni di acquisto online
 - Caterina: non so
 - Alberto: commercio elettronico
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: nulla

- Quali parti secondo te si potrebbero eliminare?
 - Luca: nessuna
 - Caterina: niente
 - Alberto: penso ci sia il necessario
 - Alessandra: niente
 - Teresa: niente

- La struttura del sito è adeguata?
 - Luca: abbastanza
 - Caterina: sì
 - Alberto: abbastanza
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: sì

- Come si potrebbe migliorare?
 - Luca: non saprei
 - Caterina: per me è già a posto
 - Alberto: non so
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: è già ok

- Ti è sembrato facile navigare nel sito?
 - Luca: sì
 - Caterina: abbastanza
 - Alberto: sì
 - Alessandra: non troppo
 - Teresa: sì

- Hai dei miglioramenti da suggerire?
 - Luca: no
 - Caterina: nessuno in particolare
 - Alberto: la navigazione va bene così
 - Alessandra: non è facile trovare certe pagine
 - Teresa: non saprei

- I termini utilizzati sono di facile comprensione?
 - Luca: sì
 - Caterina: sì, a parte nelle schede tecniche
 - Alberto: sì
 - Alessandra: abbastanza
 - Teresa: sì

- A tuo parere la Home Page fa capire subito lo scopo del sito?
 - Luca: sì
 - Caterina: no
 - Alberto: sì, ma non tutti
 - Alessandra: no
 - Teresa: abbastanza

- Hai dei miglioramenti da suggerire?
 - Luca: “Nuovi Prodotti” è troppo in basso
 - Caterina: mettere più colori
 - Alberto: riorganizzare le sezioni dell'home page
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: non so

- Il sito ti sembra coerente con l'immagine dell'azienda?
 - Luca: sì
 - Caterina: sì
 - Alberto: sì
 - Alessandra: sì
 - Teresa: sì

- Ti piace la grafica del sito?

- Luca: sì
 - Caterina: non molto
 - Alberto: sì
 - Alessandra: molto
 - Teresa: sì
- Trovi che i caratteri siano ben leggibili?
 - Luca: sì, a parte in alcuni punti
 - Caterina: troppo piccoli
 - Alberto: font piccoli
 - Alessandra: non troppo
 - Teresa: sì
- Trovi che le immagini siano ben scelte?
 - Luca: non troppo, immagini spente
 - Caterina: abbastanza
 - Alberto: no, poco accattivanti
 - Alessandra: sì
 - Teresa: sì
- Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?
 - Luca: non so
 - Caterina: non so
 - Alberto: sì
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: sì
- Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?
 - Luca: molto
 - Caterina: abbastanza
 - Alberto: sì
 - Alessandra: no
 - Teresa: moderatamente
- Le informazioni ti sono sembrate sempre complete, corrette e pertinenti?
 - Luca: sì
 - Caterina: sì
 - Alberto: sì
 - Alessandra: abbastanza
 - Teresa: sì
- Ti sembra che il sito sia stato aggiornato di recente?
 - Luca: mi sembra di sì
 - Caterina: non è indicato
 - Alberto: sì, ma le news sono vecchiotte
 - Alessandra: non saprei
 - Teresa: non si capisce
- I tempi di accesso alla pagine ti sono sembrati adeguati? (connessione usata ADSL)
 - Luca: sì

- Caterina: sì
 - Alberto: sì
 - Alessandra: sì
 - Teresa: sì
- Il sito ti è sembrato nel complesso facile da utilizzare?
 - Luca: sì, anche se alcune parti non sono chiarissime
 - Caterina: nel complesso sì
 - Alberto: sì
 - Alessandra: no
 - Teresa: poco
- Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)
 - Luca: meno bello di quello della Sony
 - Caterina: non saprei
 - Alberto: simile a quello della Samsung
 - Alessandra: migliore di quello della Nokia
 - Teresa: non so
- Userai ancora questo sito?
 - Luca: sì
 - Caterina: forse per i cellulari
 - Alberto: sì
 - Alessandra: sì per scegliere elettrodomestici
 - Teresa: se ne avrò la necessità
- Consiglierai questo sito ai tuoi amici?
 - Luca: non vedo perchè dovrei
 - Caterina: no
 - Alberto: no
 - Alessandra: no
 - Teresa: no

Analisi del test:

Compito 1:

Il primo compito richiesto agli utenti campione è stato quello di ricercare un prodotto all'interno del sito partendo dalla Home Page senza l'utilizzo del motore di ricerca. Il prodotto da ricercare era un frigorifero compatto modello GC-181SA. Il compito è stato portato a termine da tutti gli utenti in un tempo medio di 32 secondi circa. Nessun utente ha presentato particolari problemi in questo compito, solo Alessandra ha preferito prima di cliccare nel menù locale dei prodotti leggere tutte le voci per evitare di sbagliare. Da notare che solo un utente ha utilizzato i link contenuti nella sezione contestuale.

Compito 2:

Il secondo compito fatto eseguire agli utenti campione è stato l'utilizzo della funzione confronto tra

due o più prodotti. Si è richiesto all'utente di accedere alla sezione dei telefonini GSM e confrontare le caratteristiche dei seguenti due modelli: F2100 e T5100. Non tutti gli utenti sono stati in grado di svolgere il compito. Il problema principale emerso è stato che dopo aver cliccato sulla voce confronta vicino all'immagine di uno dei due prodotti da confrontare, l'utente nella nuova pagina che compariva cliccava unicamente sul secondo modello da confrontare. Il fatto che il bottone "Confronta modelli" fosse posto in alto e non in basso è stato un altro fattore di disagio, tutti gli utenti dopo la selezione del modello/i cercavano in fondo alla pagina inutilmente prima di tornare in cima. Il tempo medio per eseguire il compito è stato di 82 secondi, solo due utenti hanno compiuto l'operazione al primo colpo selezionando i due modelli prima di premere il bottone per avviare il confronto.

Compito 3:

Il terzo compito richiesto agli utenti campione è stata la ricerca del modulo per ottenere informazioni sui prodotti ed assistenza. Il compito ha evidenziato particolari problemi con quasi tutti gli utenti, portando all'incapacità di reperimento uno degli utenti. Le difficoltà maggiori si sono verificate una volta acceduta la sezione "Supporto". La maggior parte degli utenti 4 su 5 hanno acceduto direttamente alla sotto sezione "LG Service" e da lì sono entrati nel "Global Cyber Service Center", un sito esterno di assistenza dove non è possibile contattare per email il servizio assistenza. Solo un utente è stato in grado di accedere velocemente alla pagina in questione e questo è dipeso dal fatto che nella pagina supporto ha letto tutte le descrizioni associate ai link delle 3 sotto sezioni disponibili. Il tempo medio per eseguire questo compito è stato di 117 secondi e nessun utente è rimasto soddisfatto.

Compito 4:

Il quarto compito consisteva nella ricerca dell'indirizzo di LG Electronics Italia Spa, presente nella pagina "Contattaci". Tutti gli utenti hanno portato a termine il compito. Solo due hanno avuto particolari difficoltà. Queste difficoltà si sono verificate in quanto la loro ricerca si è indirizzata alla sezione "Ci Presentiamo" che in realtà non contiene tale tipo di informazione. Solo in seconda battuta si sono accorti della voce nel menù secondario che permette l'accesso diretto a questa pagina. Il tempo medio per questo compito è stato di 72 secondi circa.

Compito 5:

L'ultimo compito richiesto è stato la ricerca della pagina nella quale sono presentati i punti vendita sul territorio italiano. Tutti gli utenti hanno portato a termine il compito. Il tempo richiesto per questa operazione è stato abbastanza basso, tranne nel caso dell'utente meno esperto. Il problema è dipeso principalmente dal fatto che tale voce non è presente nel menù e i banner con ulteriori link sono stati visti solo successivamente la lettura del menù di navigazione locale.

Impressioni degli utenti campione:

Gli utenti hanno espresso globalmente un giudizio positivo sul sito. Ad eccezione di Alessandra che ha trovato diversi problemi (forse a causa dell'inesperienza in fatto di internet). Non c'è un'opinione univoca su molti aspetti, la grafica è molto soggettiva e non ha riscontrato pareri unanimi. La maggior parte degli utenti non ha trovato particolari difficoltà a navigare il sito, il gergo usato è

secondo tutti comprensibile. La home page non ha chiaramente esposto gli obiettivi del sito a quasi la metà degli utenti. Tutti hanno sostenuto che l'immagine della ditta è coerente con il sito però non tutti hanno apprezzato la grafica. Molti hanno notato difficoltà con la leggibilità dei caratteri presenti in immagini ed hanno espresso che i font sembrano troppo piccoli. Le informazioni sono

sembrate sufficientemente complete anche se non tutti sono stati in grado di stabilire se il sito è stato aggiornato di recente o meno. I tempi di accesso alle pagine sono sembrati adeguati, questo è probabilmente dipeso dal fatto che la linea utilizzata è stata un'ADSL.

Sintesi:

Punti di forza:

- La struttura di navigazione ha facilitato la navigazione nel sito;
- I prodotti sono categorizzati correttamente;

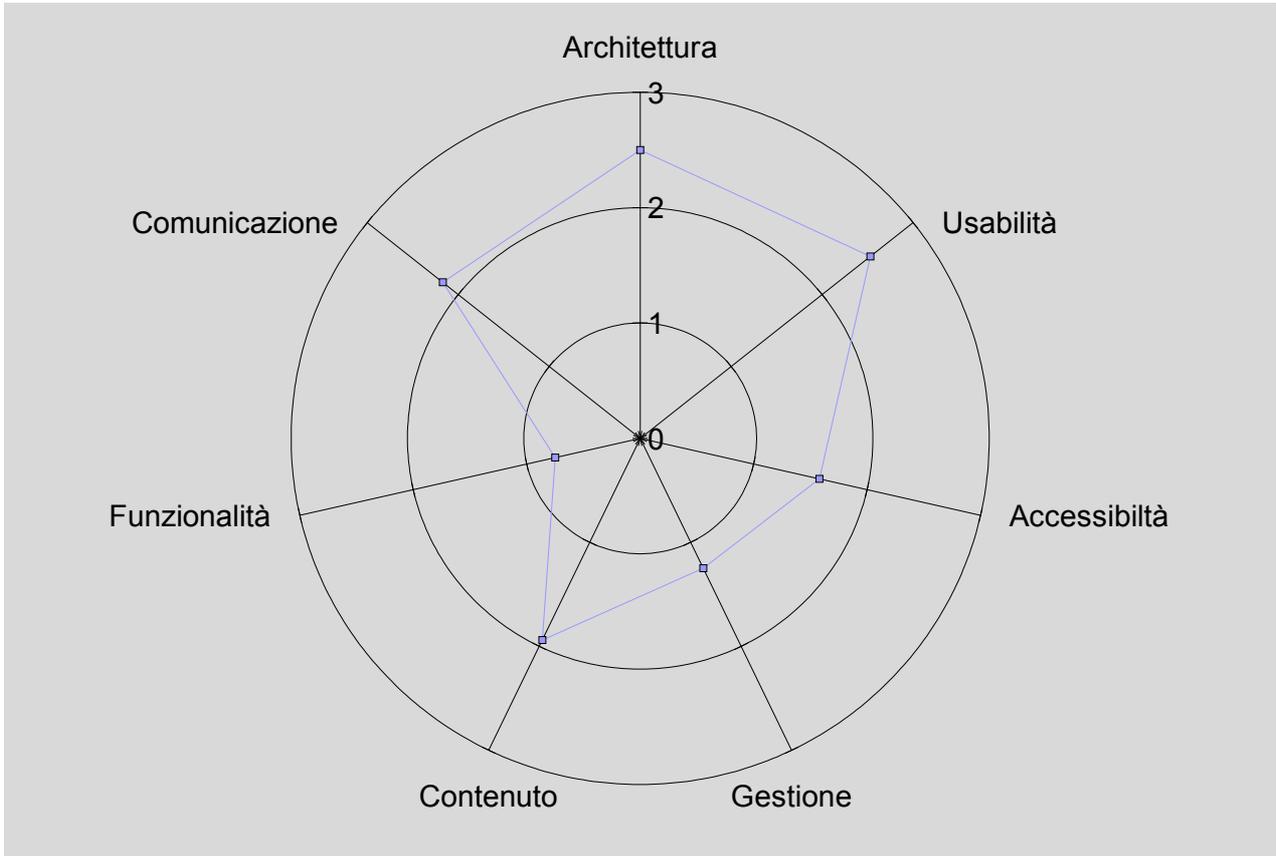
Punti di debolezza:

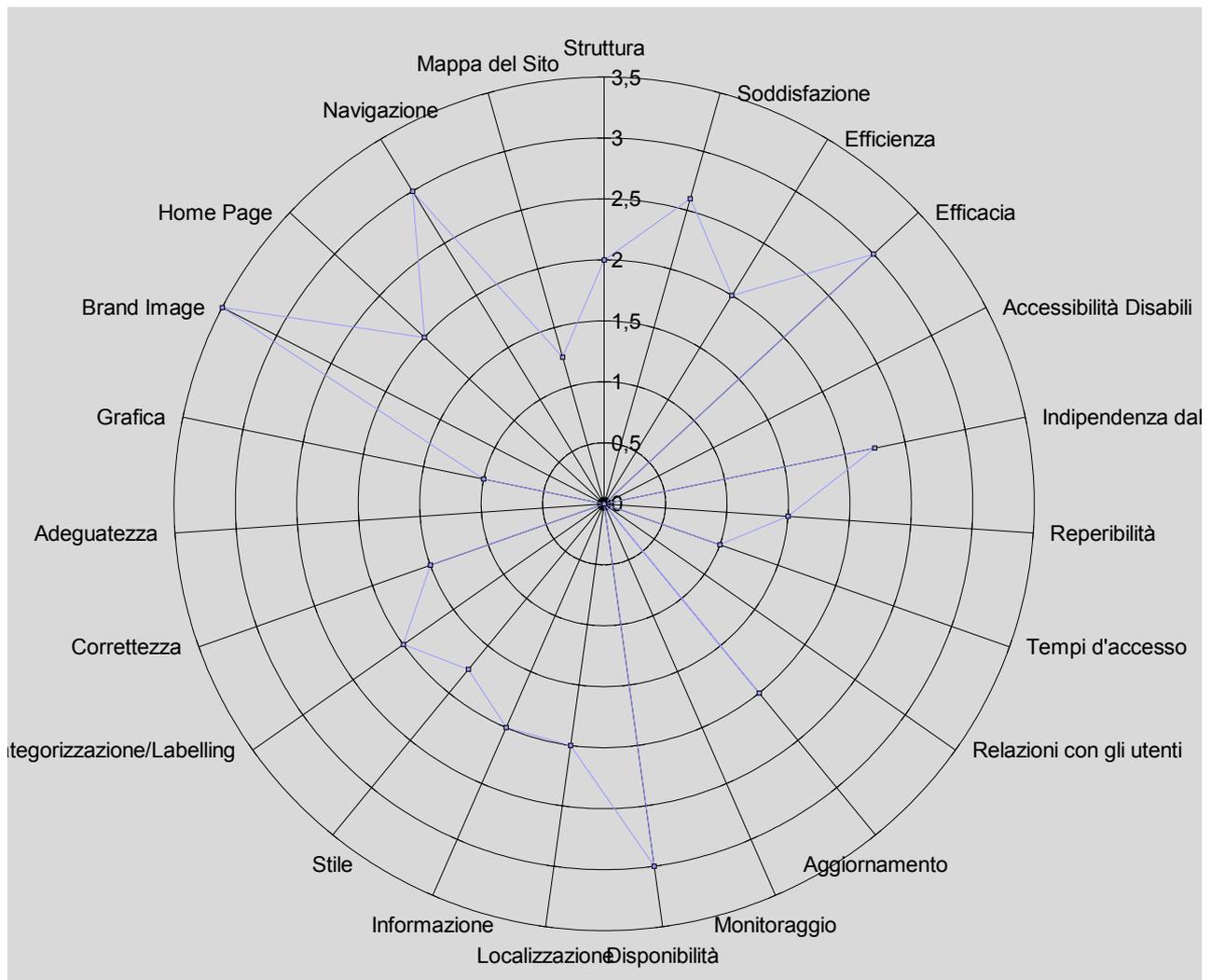
- Il labelling non ha aiutato gli utenti;
- Il supporto è di difficile utilizzo;
- I caratteri nel menù globale secondario sono troppo piccole e ne hanno reso meno frequente l'utilizzo immediato;

3.8. SINTESI

<u>Caratteristica</u>	<u>Voto</u>	<u>Peso</u>	<u>Voto pesato</u>
Architettura	2,5	2,5	2,5
Struttura	2	1	2
Mappa del sito	2,5	0,5	1,25
Navigazione	3	1	3
Comunicazione	2,17	3	2,17
Home page	2	1	2
Brand image	3,5	1	3,5
Grafica	1	1	1
Funzionalità	0,75	2	0,75
Adeguatezza	0	1	0
Correttezza	1,5	1	1,5
Contenuto	1,94	4	1,94
Categorizzazione/labelling	2	1	2
Stile	1,75	1	1,75
Informazione	2	1	2
Localizzazione	2	1	2
Gestione	1,25	4	1,25
Disponibilità	3	1	3
Monitoraggio	0	1	0
Aggiornamento	2	1	2
Relazioni con utenti	0	1	0
Accessibilità	1,37	3	1,58
Tempi d'accesso	1	1	1
Reperibilità	1,5	1	1,5
Indipendenza dal browser	3	0,75	2,25
Accessibilità	0	0,25	0

<u>Caratteristica</u>	<u>Voto</u>	<u>Peso</u>	<u>Voto pesato</u>
Usabilità	2,53	3	2,53
Efficacia	3	1	3
Efficienza	2	1	2
Soddisfazione	2,6	1	2,6





Punti di forza:

- Il menù principale è sempre presente;
- Il menù locale è a tendina e funzionale;
- Utilizza la tecnica dei Breadcrumb;
- Presenza di un marchio consolidato in home page;
- Coerenza grafica con la brand image;
- Banners non invasivi;
- Pochi colori utilizzati;
- Utilizzo di font senza grazie;
- Grafica accattivante;
- Doppia classificazione dei contenuti;
- Schede tecniche esaurienti;
- Sito attivo da molti giorni;
- L'url del sito è breve;
- L'url del sito è facile da ricordare;
- Compatibile con tutti i browser maggiormente utilizzati e sistemi operativi;
- La struttura di navigazione ha facilitato la navigazione nel sito;
- I prodotti sono categorizzati correttamente.

Punti di debolezza:

La mappa del sito è incorretta;

- Ci sono troppi livelli;
- Layout fisso;
- I menù sono costituiti da etichette/immagini;
- Messaggi di errore non adeguati;
- Strumenti di ricerca ridondanti;
- Comunicazione col gestore del sito non rapida;
- Labelling inadeguato;
- Mancanza di informazioni sulla società;
- Nessuna informazione sullo stato di aggiornamento;
- Presenza di broken link;
- Relazioni con utenti non soddisfacenti;
- Il sito non è utilizzabile da utenti disabili;
- L'accesso alle pagine è troppo lungo per modem 56Kb;
- L'associazione url/nome società non è ottimale;
- Il labelling non ha aiutato gli utenti;
- Il supporto è di difficile utilizzo;
- I caratteri nel menù globale secondario sono troppo piccole e ne hanno reso meno frequente l'utilizzo immediato.

4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

- Modificare le etichette ambigue;
- Sistemare la mappa del sito;
- Sostituire le etichette/immagini con solo testo;
- Sistemare i sistemi di gestione errore;
- Migliorare la comunicazione con gli utenti;
- Ridurre la dimensione delle pagine.

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

- Inserire in home page riferimenti agli obiettivi non presenti;
- Eliminare la “Ricerca Prodotto”;
- Rendere più chiare le etichette della ricerca avanzata;
- Sistemare le funzioni non corrette;
- Migliorare i messaggi di errore (es. Pagina non trovata);
- Tradurre tutte le pagine e i messaggi di errore in italiano;
- Sistemare i broken link.

Priorità 3: Interventi auspicati

- Modificare da layout fisso a layout liquido;
- Aumentare la dimensione di default del testo;
- Evitare ridondanze nei testi;
- Inserire la data di aggiornamento nella home page;
- Sistemare posizionamento nei motori di ricerca;
- Rendere il sito accessibile ai disabili.