

**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA**  
**Corso di Laurea in Informatica**

**Esame di Interazione Uomo-Macchina**

**Docente: Roberto Polillo**

**VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO WEB:**  
**[www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**



**Studenti:**

**Diego Ferrara 062885**

**Luca Curti 062788**

**Edoardo Mattiuzzo 706892**

## Indice

1. Obiettivi della Valutazione .....	5
1.1. Nome del sito .....	5
1.2. Home page .....	5
1.3. Requisiti generali del sito .....	6
1.4. Obiettivi della valutazione .....	6
2. Metodologia utilizzata .....	6
3. Risultati della valutazione .....	6
3.1. Architettura .....	6
3.1.1. Valutazione .....	6
3.1.2. Analisi .....	6
Struttura del sito.....	6
Mappa del sito.....	9
Navigazione.....	13
3.1.3. Sintesi .....	14
Punti di forza.....	14
Punti di debolezza.....	15
3.2. Comunicazione .....	16
3.2.1. Valutazione .....	16
3.2.2. Analisi .....	16
Home page.....	16
Brand Image.....	16
Grafica.....	19
Colore.....	21
3.2.3. Sintesi .....	27
Punti di forza.....	27
Punti di debolezza.....	27
3.3. Funzionalità .....	27
3.3.1. Valutazione .....	27
3.3.2. Analisi .....	27
Adeguatezza.....	27
Correttezza.....	34
3.3.3. Sintesi .....	34

Punti di forza.....	34
Punti di debolezza.....	35
3.4. Contenuto .....	35
3.4.1. Valutazione .....	35
3.4.2. Analisi .....	35
Categorizzazione/labelling.....	35
Stile.....	36
Informazione.....	36
Localizzazione.....	37
3.4.3. Sintesi .....	37
Punti di forza.....	37
Punti di debolezza.....	37
3.5. Gestione .....	38
3.5.1. Valutazione .....	38
3.5.2. Analisi .....	38
Disponibilità.....	38
Monitoraggio.....	38
Aggiornamento.....	38
Relazioni con gli utenti.....	39
3.5.3. Sintesi .....	40
Punti di forza.....	40
Punti di debolezza.....	40
3.6. Accessibilità .....	40
3.6.1. Valutazione .....	40
3.6.2. Analisi .....	41
Tempi d'accesso.....	41
Reperibilità.....	42
Indipendenza dal browser.....	44
Accessibilità per i disabili.....	45
3.6.3. Sintesi .....	45
Punti di forza.....	45
Punti di debolezza.....	45
3.7. Usabilità .....	45
3.7.1. Valutazione .....	45
3.7.2. Test di usabilità .....	45

Compiti da svolgere.....	46
Questionario pre-test.....	46
Utenti campione.....	46
Esecuzione dei test.....	47
Tabella comparativa dei risultati.....	50
Questionario post-test.....	50
3.7.3. Analisi .....	55
Elenco dei problemi individuati.....	55
Efficacia.....	55
Efficienza.....	55
Soddisfazione dell'utente.....	55
3.8 Sintesi.....	56
4. Sintesi .....	57
4.1. Punti di forza .....	57
4.2. Punti di debolezza .....	58
4.3. Raccomandazioni finali .....	58
4.3.1. Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti .....	58
4.3.2. Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgenti .....	58
4.3.3. Priorità 3: Interventi auspicati .....	58

# 1 Obiettivi della Valutazione

## 1.1 Nome del sito

[www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)

## 1.2 Home page:

The screenshot shows the Alfa Romeo website home page. At the top, there is a navigation bar with the Alfa Romeo logo and the word "Italia". Below this is a secondary navigation bar with links for "Modelli", "Storia", "Design", "Tech", "Servizi", "Alfa Sport", "You&Alfa", "Edicola", "Accessori", "Alfa&Donna", and "News". The main content area features a large image of a car's side mirror and door. Below this, there are three buttons: "Configura la tua auto", "Prova la tua Alfa", and "Confronta i modelli Alfa". A search bar and a "Seleziona un modello" dropdown menu are also present. The main content area is divided into sections: "News" with a date of 20-06-07, "Alfa&Donna" with a date of 15-06-07, "Alfa Romeo" with a date of 06-06-07, "Alfa Romeo" with a date of 05-06-07, "Alfa Romeo" with a date of 24-05-07, "Alfa Romeo" with a date of 22-05-07, and "Alfa Sport" with a date of 30-03-07. Each section includes a small image and a brief text snippet. On the right side, there is a sidebar with a login form, a "Nuovo utente? Registrati" link, and several promotional banners for "Alfa Romeo ((Vodcast))", "Alfa Spider", and "Alfa InfoMore 00 800 2532 0000".

Italia

www.alfaromeo.com | Contattaci | Area Utente | La mia Agenda | Concessionari | Configurator

Modelli | Storia | Design | Tech | Servizi | Alfa Sport | You&Alfa | Edicola | Accessori | Alfa&Donna | News

Area Utente

Inserisci i tuoi username e password o registrati per entrare nell'area riservata.

Username

Password

Salva parametri d'accesso

Entra

Hai dimenticato la password? [Clicca qui >>](#)

Nuovo utente?  Registrati

Ricerca   Seleziona un modello

Alfa 147

Tre anni di bollo in caso di permuta

News

20-06-07

Alfa&Donna

MERAVIGLIOSA SEDUZIONE

15-06-07

Le donne protagoniste del sito Alfa Romeo

A tre mesi dal lancio, continua a crescere il successo di Alfa&Donna, la pagina in rosa del sito Alfa Romeo, che si apre al contributo delle "navigatrici" con i video da loro realizzati.

06-06-07

Arriva L'Alfa 147 Murphy & Nye

Per gli amanti della vela e della libertà è in arrivo una serie speciale in edizione limitata dell'Alfa 147.

05-06-07

Appuntamento in laguna

Alfa Romeo approda a Venezia. E in concomitanza con l'edizione 2007 della Biennale sponsorizza la mostra "13x17 www.padiglioneitalia", voluta e curata dal critico d'arte, giornalista e conduttore televisivo Philippe Daverio.

24-05-07

A Casey Stoner una fiammante Alfa Brera

Un'Alfa Brera 3.2 rossa, con il sofisticato cambio automatico Q-Tronic, verrà consegnata sabato 26 maggio alle ore 10.00, presso il MotorVillage di Torino, al pilota Casey Stoner della Ducati "Marlboro Team".

22-05-07

Alfa Romeo vince la Mille Miglia

Una storia che si ripete: per la dodicesima volta in trenta edizioni l'Alfa Romeo ha vinto la Mille Miglia. Quest'anno l'ha fatto con uno dei suoi modelli più prestigiosi, la 6C 1500S che, nel 1928 si impose nella seconda edizione della celebre corsa italiana con Giuseppe Campari e Giulio Ramponi.

Alfa Sport

30-03-07

Con Giovanni Bussei nel Superbike

Lo spirito sportivo e la passione per le due ruote che animano il motociclista Giovanni Bussei hanno contagiato anche Alfa Romeo. Al punto che la Marca è diventata il principale sostenitore del suo ritorno nel Superbike.

Alfa Romeo ((Vodcast))

Alfa Spider

Sensations sponsored by Spider

Alfa InfoMore

00 800 2532 0000

© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Fiat Group Automobiles S.p.A. - P.I. 07973780013 Condizioni d'uso

### 1.3 Requisiti generali del sito

L'home page rende subito l'idea di un sito molto curato nei particolari e ricco di informazioni.

In alto sono presenti una serie di link: si passa dalla storia dell'Alfa Romeo che mostra i primi modelli nati alla tecnologia e design attuale, dagli accessori e modelli disponibili alla sezione dedicata alle donne e molto altro ancora.

Nella parte sottostante i link, a sinistra vi è un motore di ricerca per trovare il modello dell'auto ideale e nel centro sono presenti le news più recenti.

La parte destra è dedicata alla login degli utenti registrati ed ad una serie di immagini che sponsorizzano il marchio.

### 1.4 Obiettivi della valutazione

Lo scopo di un sito è quello di comunicare e interagire con l'utente, e proprio su questo scopo, la comunicazione e l'interazione, approfondiremo il nostro discorso.

L'obiettivo di questa valutazione è un'analisi dettagliata di tutte le funzioni offerte da <http://www.alfaromeo.it>, della coerenza, completezza e compattezza delle informazioni.

## 2 Metodologia utilizzata

Il team di valutazione del sito era composto da Diego Ferrara, Luca Curti e Edoardo Mattiuzzo. L'analisi delle caratteristiche sito è stata ripartita tra i membri del team.

Si è seguito lo schema del libro il check up dei siti web, oltre alle esperienze personali e alle moltissime tools disponibili on line utilizzati da esperti di usabilità dei siti web.

Abbiamo deciso di dare un giudizio per ogni aspetto della valutazione, che va da 0 a 4 (0 pessimo; 1 insufficiente; 2 sufficiente; 3 buono; 4 ottimo) ed elencare alla fine di ognuno i punti di forza e di debolezza.

## 3 Risultati della valutazione

### 3.1 Architettura

#### 3.1.1 Valutazione

<i>Caratteristica</i>	<i>Voto</i>
-----------------------	-------------

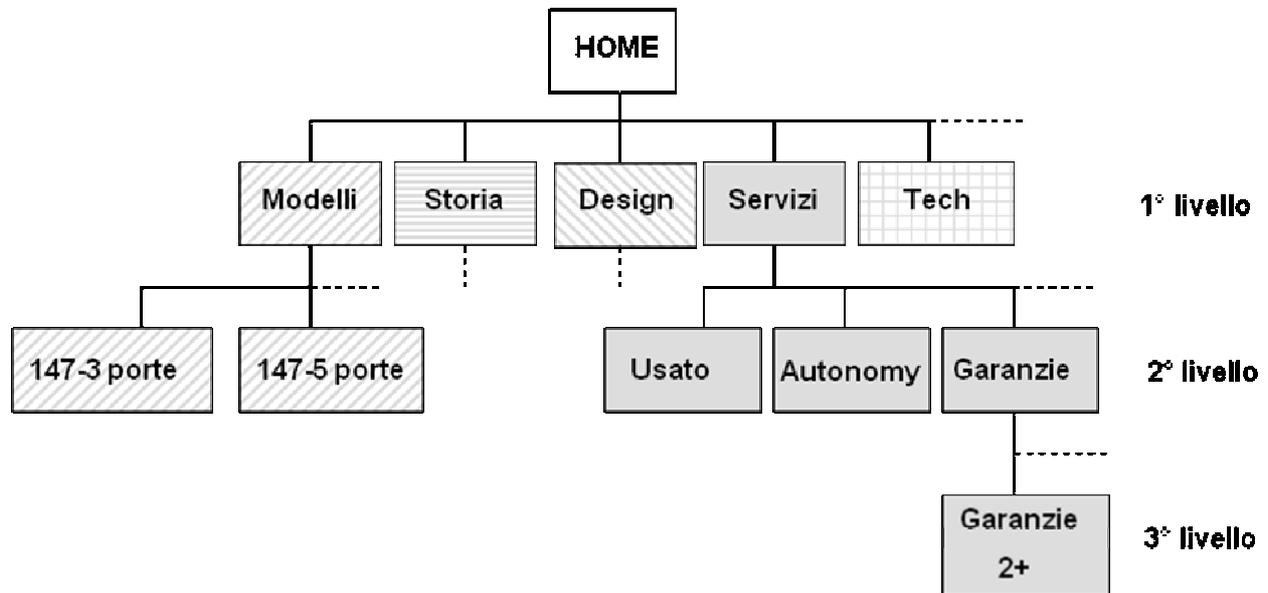
Struttura	4
Mappa del sito	2,5
Navigazione	3,5
<b>Media / totale</b>	<b>3,33</b>

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

### 3.1.2 Analisi

#### Struttura

La struttura del sito viene rappresentata, qui di seguito, sotto forma di diagramma ad albero, che ci permette di notare come essa sia molto adeguata per un sito con queste caratteristiche, e come il sito stesso sia suddiviso in tre livelli:



**La suddivisione del sito nelle sue parti è coerente con i suoi obiettivi?**

La suddivisione delle parti del sito risultano di immediata comprensione.

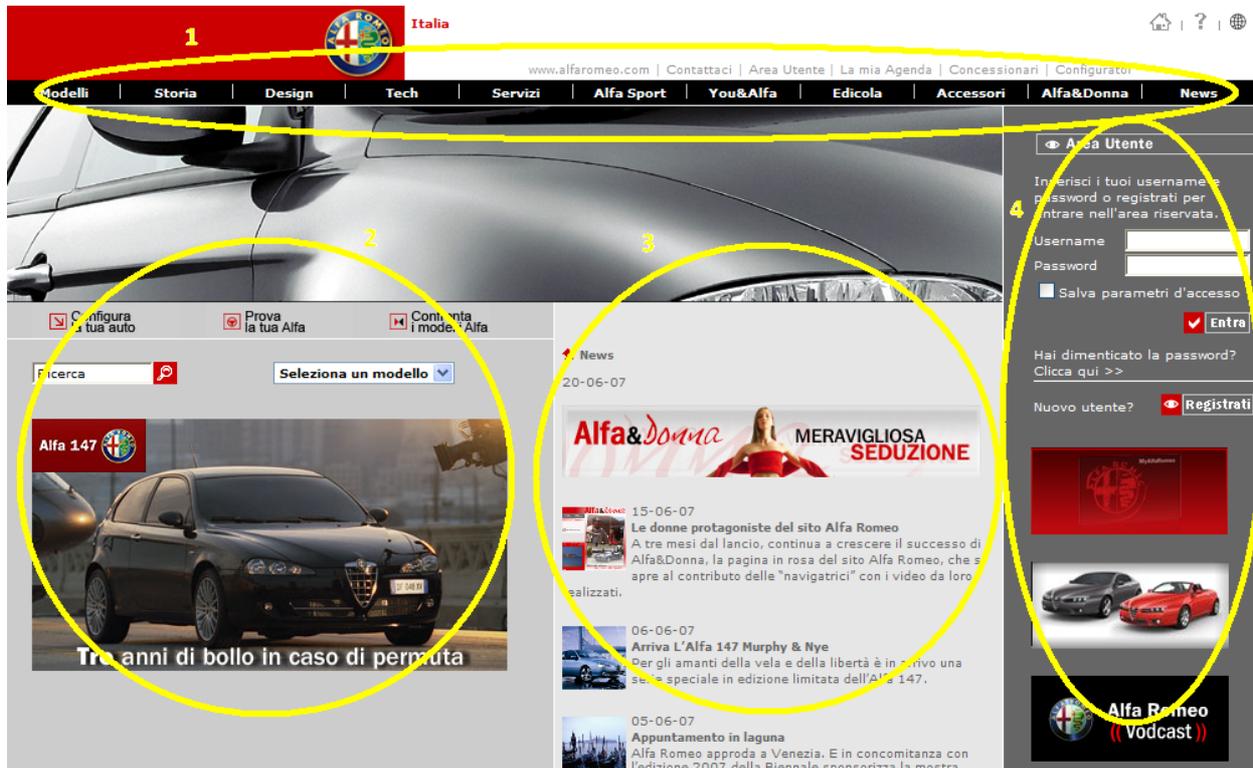
L'home page è chiaramente visibile la suddivisione di quattro principali sezioni:

1. In alto ci sono i link che indirizzano l'utente alle varie sezioni del sito riguardanti: modelli, storia, design, tecnologia, servizi, alfa sport, you & alfa, edicola, accessori, alfa & donna e news.
2. In basso a sinistra sono presenti le sezioni riguardanti: la ricerca di un qualsiasi modello di Alfa Romeo esistente, la funzione di configurare l'auto ideale, la funzione per confrontare due auto Alfa Romeo e inoltre è possibile contattare l'Alfa Romeo compilando un modulo per provare su strada la macchina desiderata.
3. In basso al centro c'è la sezione news: tutte le ultime novità disponibili in

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

negozio e non solo; vengono aggiornate anche le informazioni riguardanti gli eventi sportivi in relazione con Alfa Romeo.

4. In basso a destra vi è l'area utenti, sia per utenti registrati che per utenti che vogliono registrarsi. Sotto l'area utenti ci sono dei link a dei filmati eseguiti in Flash che mostrano l'eleganza delle auto Alfa Romeo.



*È di naturale e immediata comprensione per gli utenti del sito?*

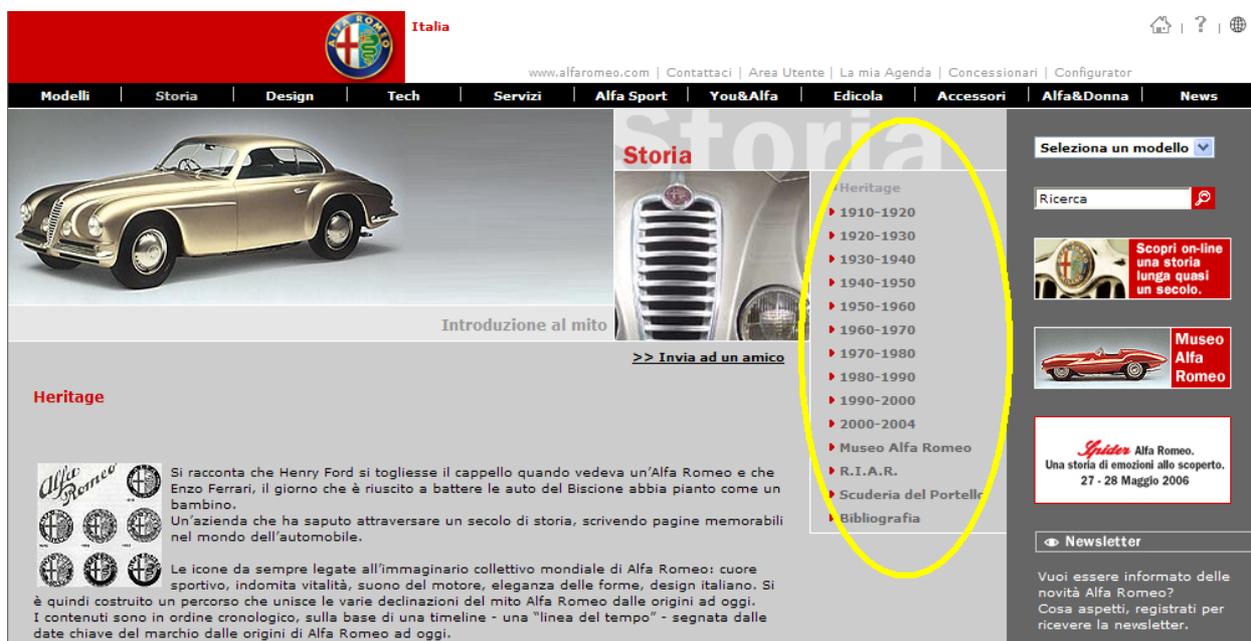
Il menù alto dell'home page riordina l'idee dell'utente; da esso sono raggiungibili tutte le pagine secondarie del sito. Sopra a questo menù principale sono presenti sulla destra dei link di colore grigio che non risaltano subito all'occhio: [www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com), contattaci, area utente, la mia agenda, concessionari e configurator. Alcuni sono inutili perché riportano l'utente in sezioni del sito raggiungibili già dal menù principale. Altre sono invece molto utili, ad esempio "[www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com)" apre il sito in versione inglese, "contattaci" apre la schermata per contattare Alfa Romeo e "concessionari" apre la schermata per la ricerca di un qualsiasi concessionario in Italia con una ricerca per località o attraverso una mappa interattiva.

Ogni sottomenù del menù principale(sezione 1)...



... è composto molto bene e non presenta difficoltà di comprensione. Per ognuno di essi è presente un menù sulla destra con link a pagine del tutto informative.

Per esempio la pagina dedicata alla storia dell'Alfa Romeo, rappresenta la storia principale, una immagine molto significativa e un menù sulla destra con dei link che portano ad ulteriori informazioni sulla storia del marchio.



***Ci sono sovrapposizioni di contenuti fra le varie parti del sito?***

***La terminologia usata per denotare le varie parti è comprensibile senza ambiguità per gli utenti del sito?***

Il sito non è ripetitivo nelle informazioni.

E' presente una funzione in tutte le pagine secondarie: la ricerca di un modello d'auto e la iscrizione alla newsletter.

Molte pagine del sito dispongono della funzione "invia ad un amico" che permette di mandare una e-mail ad un proprio amico per mostrare il sito dell'Alfa Romeo.

La terminologia è molto semplice, questo da modo alla maggior parte degli utenti di capire senza avere dubbi quello che stanno leggendo. Il sito, inoltre, è ricco di immagini affiancate ai testi che oltre ad abbellire il design del sito rendono il tutto ancora più comprensibile.

## **Mappa del sito**

**La mappa del sito esiste?**

**È facilmente accessibile da ogni pagina del sito?**

Si, esiste ed è accessibile da tutte le parti del sito: nell'angolo in alto a destra è presente il simbolo molto piccolo del mondo ed esso è l'unico link alla mappa del sito. Questo link rimane il tutte le pagine che l'utente visita quindi in un qualsiasi instante è cliccabile; Resta il difetto che non è molto comprensibile e non risalta subito all'occhio dell'utente.

Italia

www.alfaromeo.com | Contattaci | Area Utente | La mia Agenda | Concessionari | Configurator

Modelli | Storia | Design | Tech | Servizi | Alfa Sport | You&Alfa | Edicola | Accessori | Alfa&Donna | News

Mappa Sito

Seleziona un modello

Ricerca

Padroni della strada, in tutti i sensi

**La mappa del sito**

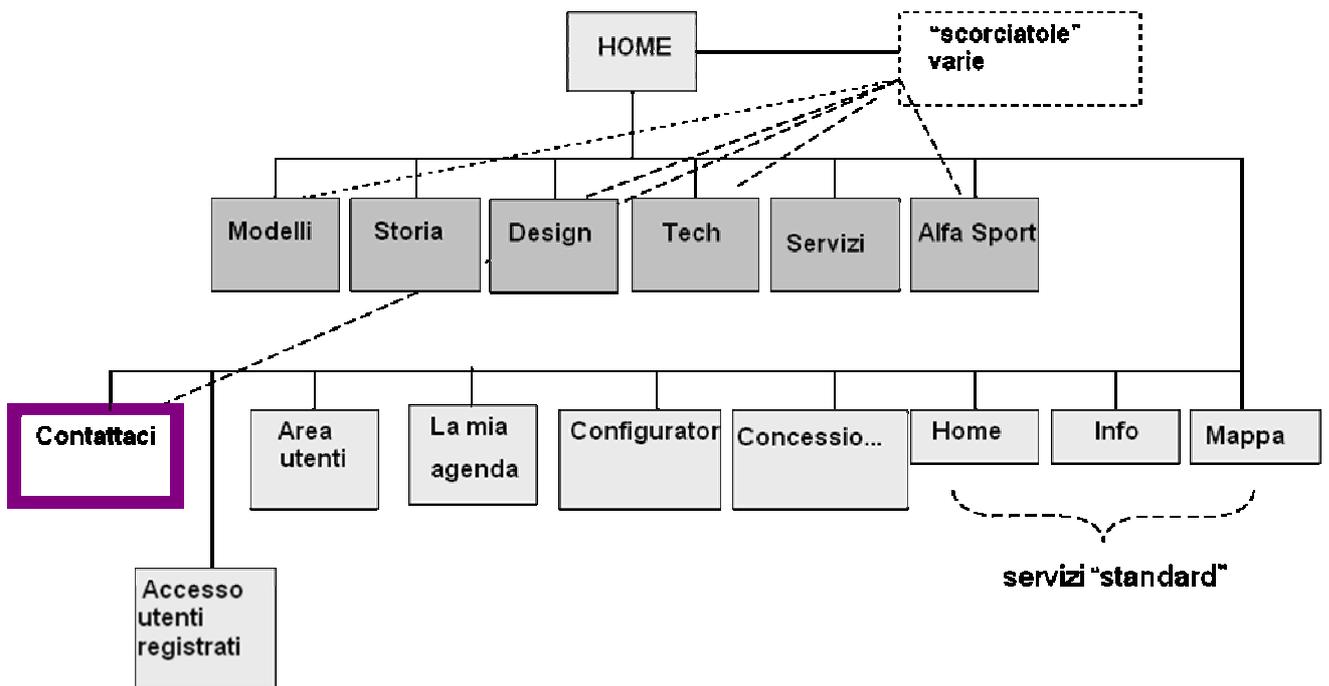
Storia	Design	Tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Heritage</li> <li>▶ 1910-1920</li> <li>▶ 1920-1930</li> <li>▶ 1930-1940</li> <li>▶ 1940-1950</li> <li>▶ 1950-1960</li> <li>▶ 1960-1970</li> <li>▶ 1970-1980</li> <li>▶ 1980-1990</li> <li>▶ 1990-2000</li> <li>▶ 2000-2004</li> <li>▶ Museo Alfa Romeo</li> <li>■ R.I.A.R.</li> <li>▶ Scuderia del Portello</li> <li>▶ Bibliografia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Cuore del Design</li> <li>■ Centro Stile</li> <li>■ Prototipi</li> <li>■ Laboratorio delle idee</li> <li>■ Tecnica e forma</li> <li>■ La bellezza in mostra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Q2 differenziale autobloccante</li> <li>▶ Motori</li> <li>▶ Cambi</li> <li>▶ Handling</li> <li>▶ Sicurezza attiva</li> <li>▶ Sicurezza passiva</li> <li>▶ Blue &amp; Me</li> <li>▶ Tecnologie di bordo</li> </ul>
Modelli	Servizi	Sport
<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Intro Models</li> <li>▶ 147 3 PORTE Serie 3</li> <li>▶ 147 5 PORTE Serie 3</li> <li>▶ ALFA 159</li> <li>▶ ALFA 159 SPORTWAGON</li> <li>▶ Spider</li> <li>■ Alfa 166</li> <li>▶ BRERA</li> <li>▶ GT MY 2006</li> <li>▶ ALFA 166</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Overview</li> <li>▶ Garanzie e manutenzione</li> <li>■ Servizio Rapido Pit Stop</li> <li>▶ Assistenza e mobilità</li> <li>■ Finanziamenti</li> <li>■ Usato</li> <li>■ Assicurazioni</li> <li>■ Servizi di infomobilità</li> <li>■ Mobilità aziendale</li> <li>■ Relazione con il cliente</li> <li>■ Carta di Credito Alfa Romeo</li> <li>■ Informazioni tecniche</li> <li>■ Veicoli a fine vita</li> <li>■ Autonomy</li> <li>■ Alfa Academy</li> <li>■ MyAlfaRomeo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Intro</li> <li>■ Wroom</li> <li>■ Alfa a lo short-track</li> <li>■ Yacht Racing Team</li> <li>■ Luna Rossa</li> <li>▶ Superbike</li> <li>■ Ducati</li> <li>■ Alfa in pista</li> </ul>

Top

© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Condizioni d'uso

*Facilita la comprensione della struttura del sito, e l'individuazione dei suoi contenuti?*

Analizzando meglio il sito, si può notare come la sua mappa non ne rappresenti completamente la struttura, che risulta essere più complessa:



Infatti vi manca la mappa riguardante tutte le sezioni raggiungibili dal menù scritto in grigio che si trova in alto sulla destra e anche la mappa alle sezioni dedicate ad alfa sport, you & alfa, edicola, accessori, alfa & donna e le news.



*Permette l'accesso diretto ai suoi contenuti?*

*È facilmente comprensibile e utilizzabile senza necessità di addestramento?*

Si, naturalmente solo nelle sezioni presenti nella mappa.

E' facilmente comprensibile e per le voci che lo necessitano presenta degli ulteriori menù a tendina per dare una mappa anche dei sottomenù.

**La mappa del sito**

Storia	Design	Tecnologia
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Heritage</li><li>▶ 1910-1920</li><li>■ Passione</li><li>■ Vetture</li><li>■ Corse</li><li>■ Personaggi</li><li>■ Azienda</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Cuore del Design</li><li>■ Centro Stile</li><li>■ Prototipi</li><li>■ Laboratorio delle idee</li><li>■ Tecnica e forma</li><li>■ La bellezza in mostra</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Q2 differenziale autobloccante</li><li>▶ Motori</li><li>▶ Cambi</li><li>▶ Handling</li><li>▶ Sicurezza attiva</li><li>▶ Sicurezza passiva</li><li>▶ Blue &amp; Me</li><li>▶ Tecnologie di bordo</li></ul>
Modelli	Servizi	Sport
<ul style="list-style-type: none"><li>■ Intro Models</li><li>▶ 147 3 PORTE Serie 3</li><li>▶ 147 5 PORTE Serie 3</li><li>▶ ALFA 159</li><li>▶ ALFA 159 SPORTWAGON</li><li>▶ Spider</li><li>■ Alfa 166</li><li>▶ BRERA</li><li>▶ GT MY 2006</li><li>▶ ALFA 166</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Overview</li><li>▶ Garanzie e manutenzione</li><li>■ Servizio Rapido Pit Stop</li><li>▶ Assistenza e mobilità</li><li>■ Finanziamenti</li><li>■ Usato</li><li>■ Assicurazioni</li><li>■ Servizi di infomobilità</li><li>■ Mobilità aziendale</li><li>■ Relazione con il cliente</li><li>■ Carta di Credito Alfa Romeo</li><li>■ Informazioni tecniche</li><li>■ Veicoli a fine vita</li><li>■ Autonomy</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Intro</li><li>■ Wroom</li><li>■ Alfa e lo short-track</li><li>■ Yacht Racing Team</li><li>■ Luna Rossa</li><li>▶ Superbike</li><li>■ Ducati</li><li>■ Alfa in pista</li></ul>

*Utilizza al meglio lo spazio video, minimizzando la necessità di scroll?*

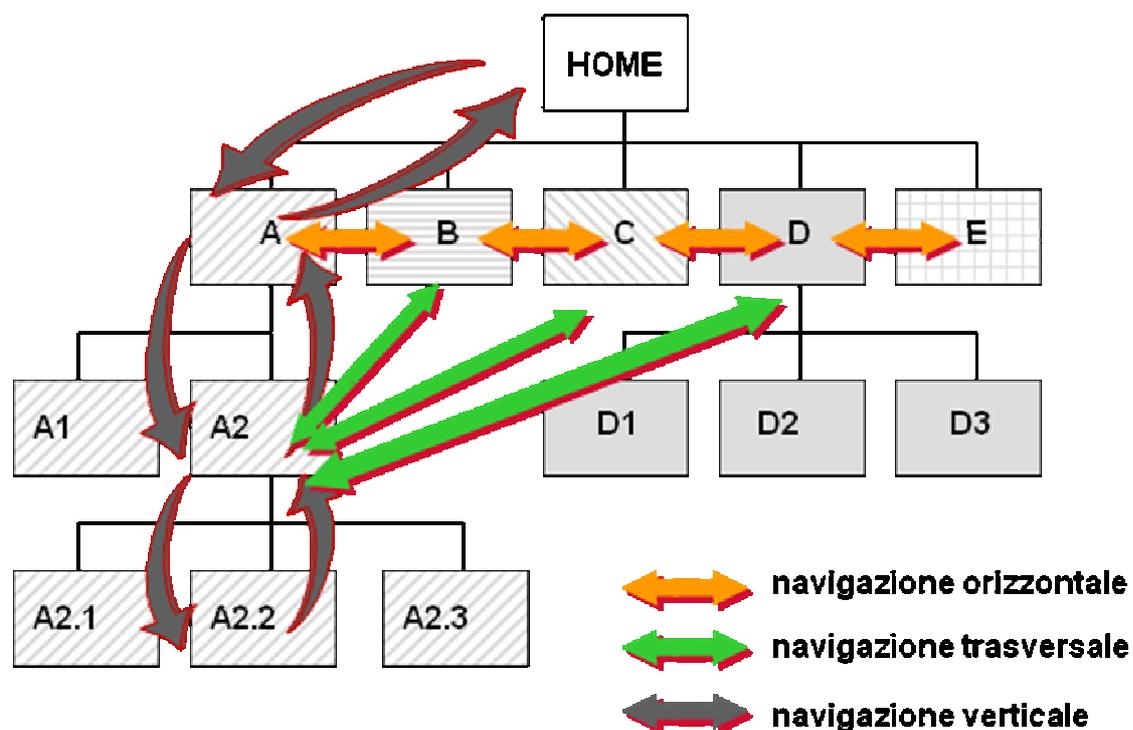
*Usa la stessa terminologia del sito?*

Utilizza molto bene lo spazio video e necessita di scroll verticale a causa dei parecchi link che dispone.

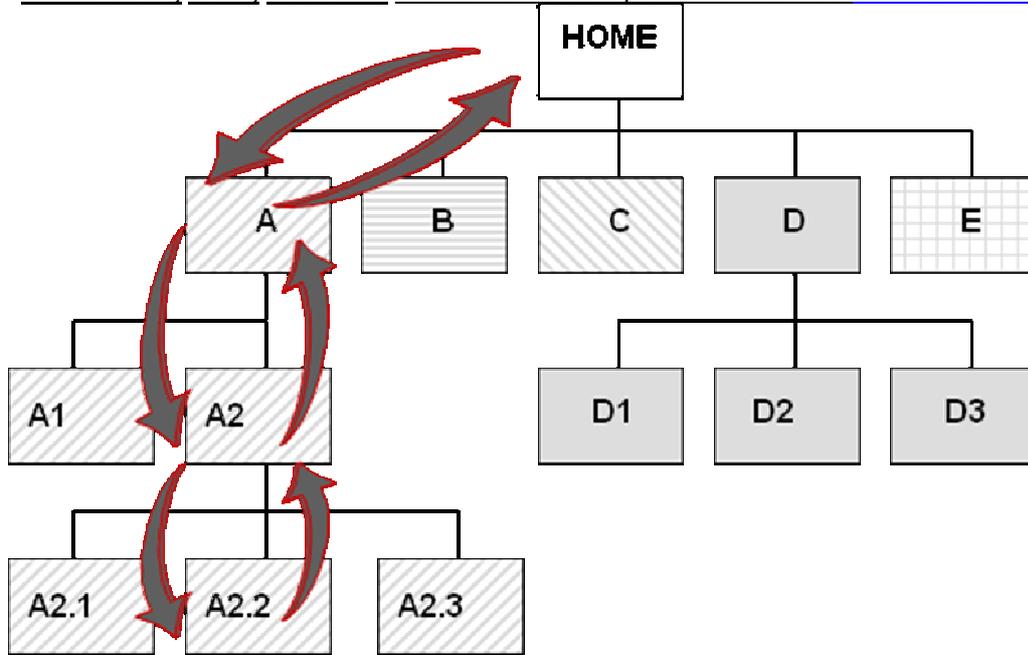
L'intera mappa utilizza la stessa identica terminologia utilizzata dal sito.

## Navigazione

Le modalità di navigazione di un sito sono plurime e rappresentate da un breve schema qui di seguito:



Quella utilizzata dal sito dell' alfaromeo è una navigazione di tipo verticale, cioè organizzata per livelli successivi :



←→ navigazione verticale



- L'apparato di navigazione è coerente con la struttura del sito?*
- Esiste una navigazione primaria ed una navigazione locale?*
- L'apparato di navigazione è di facile comprensione e utilizzo?*
- E' facile mantenere l'orientamento durante la navigazione?*
- Ci sono ausili all'orientamento?*
- La navigazione nel sito è sempre fluida, o è possibile imboccare strade senza ritorno?*

La navigazione all'interno del sito risulta fluida e ben guidata.

I menù di primo e secondo livello permettono all'utente di sapere in quale sezione del sito si trova: vengono, infatti, evidenziate le voci attive che rappresentano la pagina visualizzata.

È presente un sistema di breadcrumbs che mostra all'utente tutte le pagine visitate finora nel sito. Esso duplica di fatto la funzione del tasto "indietro" del browser. La sua funzionalità, differente da come appare in moltissimi altri siti a livello mondiale, potrebbe portare l'utente a credere che tale visualizzazione rappresenti la struttura dei livelli in cui si colloca la pagina che sta visitando, creando confusione.

### **3.1.3 Sintesi**

#### **Punti di forza**

1. Evidenziazione del livello di profondità della pagina tramite menù attivi.
2. Immagini in movimento e molti video in flash.
3. Tutti i contenuti informativi presenti nelle pagine di primo e secondo livello non stancano l'utente perché sono mediamente corti e dove necessario sono spezzettate in pagine di terzo livello.
4. E' possibile prenotare una prova di guida, configurare la propria auto e confrontare i prezzi di più auto.
5. News sempre aggiornate (almeno una volta al giorno).
6. Le breadcrumbs tengono al corrente gli utenti della loro posizione all'interno del sito.

#### **Punti di debolezza**

1. Pagine mancanti nella mappa del sito.
2. I link all'home page, all'help e alla mappa del sito presenti in alto a destra non risaltano subito all'occhio dell'utente.

[www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com) | [Contattaci](#) | [Area Utente](#) | [La mia Agenda](#) | [Concessionari](#) | [Configuratore](#)

[Modelli](#) | [Storia](#) | [Design](#) | [Tech](#) | [Servizi](#) | [Alfa Sport](#) | [You&Alfa](#) | [Edicola](#) | [Accessori](#) | [Alfa&Donna](#) | [News](#)

Configura la tua auto
 Prova la tua Alfa
 Confronta i modelli Alfa

Seleziona un modello

**Alfa 147**

Tre anni di bollo in caso di permuta

**News**

20-06-07

**Alfa&Donna** **MERAVIGLIOSA SEDUZIONE**

15-06-07  
**Le donne protagoniste del sito Alfa Romeo**  
A tre mesi dal lancio, continua a crescere il successo di Alfa&Donna, la pagina in rosa del sito Alfa Romeo, che si apre al contributo delle "navigatrici" con i video da loro realizzati.

06-06-07  
**Arriva L'Alfa 147 Murphy & Nye**  
Per gli amanti della vela e della libertà è in arrivo una serie speciale in edizione limitata dell'Alfa 147.

05-06-07  
**Appuntamento in laguna**  
Alfa Romeo approda a Venezia. E in concomitanza con l'edizione 2007 della Biennale sponsorizza la mostra "13x17 www.padiglioneitalia", voluta e curata dal critico d'arte, giornalista e conduttore televisivo Philippe Daverio.

24-05-07  
**A Casey Stoner una fiammante Alfa Brera**  
Un'Alfa Brera 3.2 rossa, con il sofisticato cambio automatico Q-Tronic, verrà consegnata sabato 26 maggio alle ore 10.00, presso il MotorVillage di Torino, al pilota Casey Stoner della Ducati "Marlboro Team".

22-05-07  
**Alfa Romeo vince la Mille Miglia**  
Una storia che si ripete: per la dodicesima volta in trenta edizioni l'Alfa Romeo ha vinto la Mille Miglia. Quest'anno l'ha fatto con uno dei suoi modelli più prestigiosi, la 6C 1500S che, nel 1928 si impose nella seconda edizione della celebre corsa italiana con Giuseppe Campari e Giulio Ramponi.

**Alfa Sport**

30-03-07  
**Con Giovanni Bussei nel Superbike**  
Lo spirito sportivo e la passione per le due ruote che animano il motociclista Giovanni Bussei hanno contagiato anche Alfa Romeo. Al punto che la Marca è diventata il principale sostenitore del suo ritorno nel Superbike.

**Area Utente**

Inserisci i tuoi username e password o registrati per entrare nell'area riservata.

Username

Password

Salva parametri d'accesso

**Entra**

Hai dimenticato la password? [Clicca qui >>](#)

Nuovo utente? [Registrati](#)

Alfa Romeo  
((Vodcast))

Sensations sponsored by Spider

Alfa InfoMore

00 800 2532 0000

© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Fiat Group Automobiles S.p.A. - P.I. 07973780013 Condizioni d'uso

## 3.2 Comunicazione

### 3.2.1 Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Home page	3,5	1	3,5
Brand image	4	1	4
Grafica	4	1	4
<b>Media / totale</b>	3,83	3	<b>3,83</b>

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

### 3.2.2 Analisi

#### Home page

*L'obiettivo del sito è immediatamente riconoscibile dalla home page?*

L'azienda Alfa Romeo è ben nota e difficilmente l'utente non la conosce prima di accedere al sito. Tuttavia, ipotizziamo che l'utente giunga per caso sul sito e non sappia quale sia il suo obiettivo.

Ogni aspetto dell'home page fa capire all'utente che si tratta di un sito informativo di un'azienda che vende automobili. La parola "Alfa Romeo" compare una decina di volte nei testi, esclusi i banner in Flash. Inoltre, si parla di accessori, servizi, tecnologia, design, storia e news. I contenuti multimediali giocano un ruolo importante, presentando all'utente il design molto elegante e allo stesso tempo sportivo delle auto Alfa Romeo, oltre che ai servizi offerti e tutti i tipi di informazione possibile.

In definitiva, si può affermare che l'home page comunica chiaramente l'obiettivo del sito.

#### Brand Image

*I tratti distintivi del brand sono presenti nel sito?*

*Ci sono incoerenze con la brand image?*

*Il sito rafforza il brand?*

Alfa Romeo è da tempo un marchio consolidato, leader nel suo settore. Nell'immaginario collettivo, esso evoca immediatamente una molteplicità di aspetti: l'eleganza, la sportività, i lunghi ma piacevoli viaggi in comodità, il relax, il divertimento, il lusso e molto altro.

Tali evocazioni sono frutto in larga misura degli spot TV, nei quali le auto Alfa Romeo appaiono perfino come qualcosa che cambia in qualche modo la vita di chi le ha sperimentate.

The screenshot shows the Alfa Romeo website homepage. At the top, the navigation bar includes the Alfa Romeo logo (circled in red), the word "Italia", and links for "Alfa Sport", "You&Alfa", and "Alfa&Donna" (all circled in red). Below the navigation bar is a large image of a car's side mirror and door. A secondary navigation bar contains buttons for "Configura la tua auto", "Prova la tua Alfa", and "Confronta i modelli Alfa" (all circled in red). A search bar and a "Seleziona un modello" dropdown are present. The main content area features a large image of an Alfa Romeo 147 with the headline "Tre anni di bollo in caso di permuta" (circled in red). To the right, a "News" section lists several articles with dates and headlines, including "Alfa&Donna MERAVIGLIOSA SEDUZIONE", "Le donne protagoniste del sito Alfa Romeo", "Arriva L'Alfa 147 Murphy & Nye", "Appuntamento in laguna", "A Casey Stoner una fiammante Alfa Brera", and "Alfa Romeo vince la Mille Miglia" (all circled in red). The right sidebar contains an "Area Utente" section with a login form (circled in red), a "Nuovo utente? Registrati" link, and several promotional banners for "Alfa Romeo ((Vodcast))" and "Alfa Spider" (both circled in red). At the bottom left, the copyright notice reads "© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Fiat Group Automobiles S.p.A. - P.I. 07973780013 Condizioni d'uso".

Il banner in Flash sulla sinistra sotto il menù principale, presente in home page, mostra in sequenza tre diverse immagini (Figura 1); esse contribuiscono a dare un'idea dell'eleganza che offrono gli interni in pelle, del contrasto tra il grigio della carrozzeria e il rosso dei fanali posteriori e la perfezione delle sue forme. La saturazione delle immagini gioca un ruolo importante nel dare alcune di queste sensazioni. Gli effetti di transizione tra un'immagine e l'altra avvengono con sfocatura, incuriosendo l'utente (Figura 2).



Figura 1

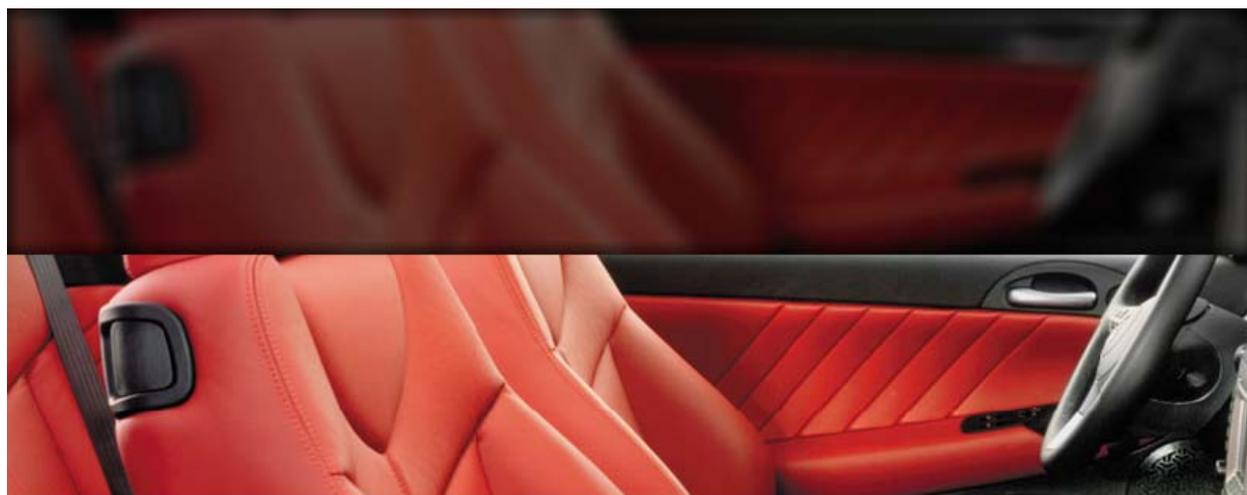


Figura 2

Vi è presente un altro banner in Flash sulla sinistra sotto il menù principale; mostra in sequenza sette diverse immagini ed è una vera e propria pubblicità delle auto Alfa Romeo che mostra alcuni dei più importanti incentivi che l'azienda offre (Figura 3, alcune immagini).



Figura 3, alcune immagini

Nell'home page ci sono anche delle fotografie in miniatura riguardo le news e altre video in flash molto piccoli sulla destra che sono collegamenti a siti partner di Alfa Romeo (Figura 4).



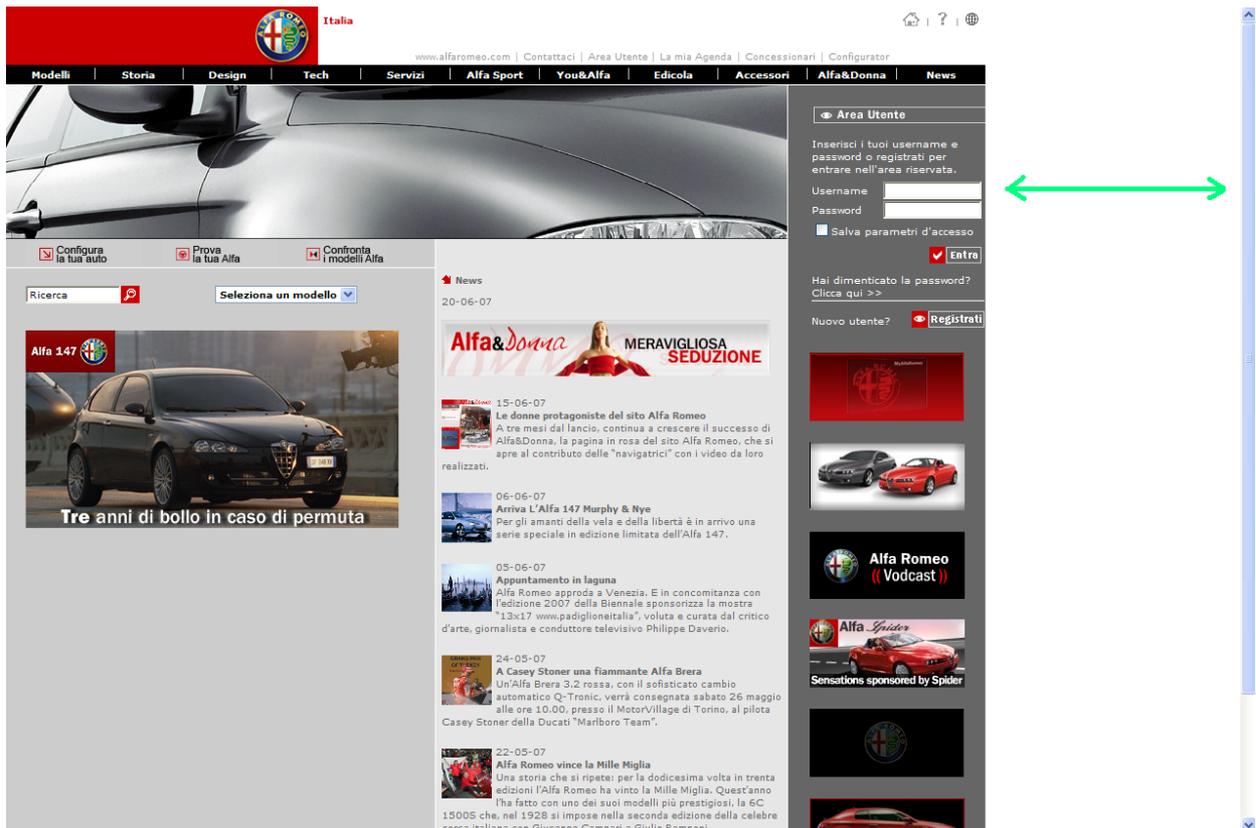
Figura 4

## **Grafica**

*Il layout delle pagine è adeguato ai principali formati video utilizzati dagli utenti del sito?  
È ottimizzato per il formato video più diffuso fra gli utenti del sito?*

Le pagine hanno un layout fisso, con larghezza pari a circa 1024 pixel. Il layout è quindi ottimizzato per il formato video a bassa risoluzione 1024x768. Gli utenti che utilizzano risoluzioni differenti visualizzano il sito ristretto e circoscritto ad una limitata regione dello schermo.

Sono state fatte delle prove di visualizzazione con risoluzioni differenti. In questa figura mostriamo come appare l'home page del sito alle risoluzioni 1280x1024:



Con risoluzioni più basse sono più lunghe le barre di scroll ma la sua visualizzazione è comunque accettabile. Invece, con una risoluzione 1280x1024, quasi un quarto dello schermo è bianca e risulta sprecato.

Tuttavia, la presenza di lunghi testi in diverse pagine costringe l'utente a effettuare molteplici scroll per poterli leggere, qualsiasi sia la risoluzione del suo monitor.

L'utilizzo di un layout liquido nelle pagine, che si adatti a seconda della risoluzione dello schermo dell'utente, sarebbe dunque auspicabile per i motivi appena presentati.

## Gestalt

### *La Gestalt delle pagine aiuta a individuare le aree importanti?*

Le pagine del sito presentano una buona Gestalt.

Le pagine appaiono come un giusto ed equilibrato flusso di testo e le aree importanti sono sempre messe in rilievo.

Nell'home page, la presenza di opportuni riquadri in alcune aree della pagina conferiscono all'utente una sensazione di facilità.

La seguente figura mostra una pagina del sito che secondo noi rappresenta una delle aree con maggiore Gestalt:



*La collocazione degli inserti pubblicitari disturba la comprensione delle pagine?*

Nel sito non sono presenti inserti pubblicitari di altre aziende.

## Colore

*I colori rafforzano la Gestalt delle pagine?*

In tutto il sito, i colori sono molto impiegati per rafforzare la Gestalt delle pagine. Le pagine con la migliore grafica sono quelle riguardanti la sezione alfa & donna, modelli e tecnologia.

La figura che segue è quella riguardante la tecnologia:

### *Colori diversi sono associati in modo consistente a contenuti diversi?*

In tutto il sito sono utilizzate come sfondo varie tonalità di grigio, il bianco e il rosso per i titoli o per gli elenchi puntati.

Sono gli unici colori utilizzati ma, con l'inserimento dei filmati in flash e le immagini, sono sufficienti per creare una certa vivacità al sito.

### *I colori sono usati senza eccessi?*

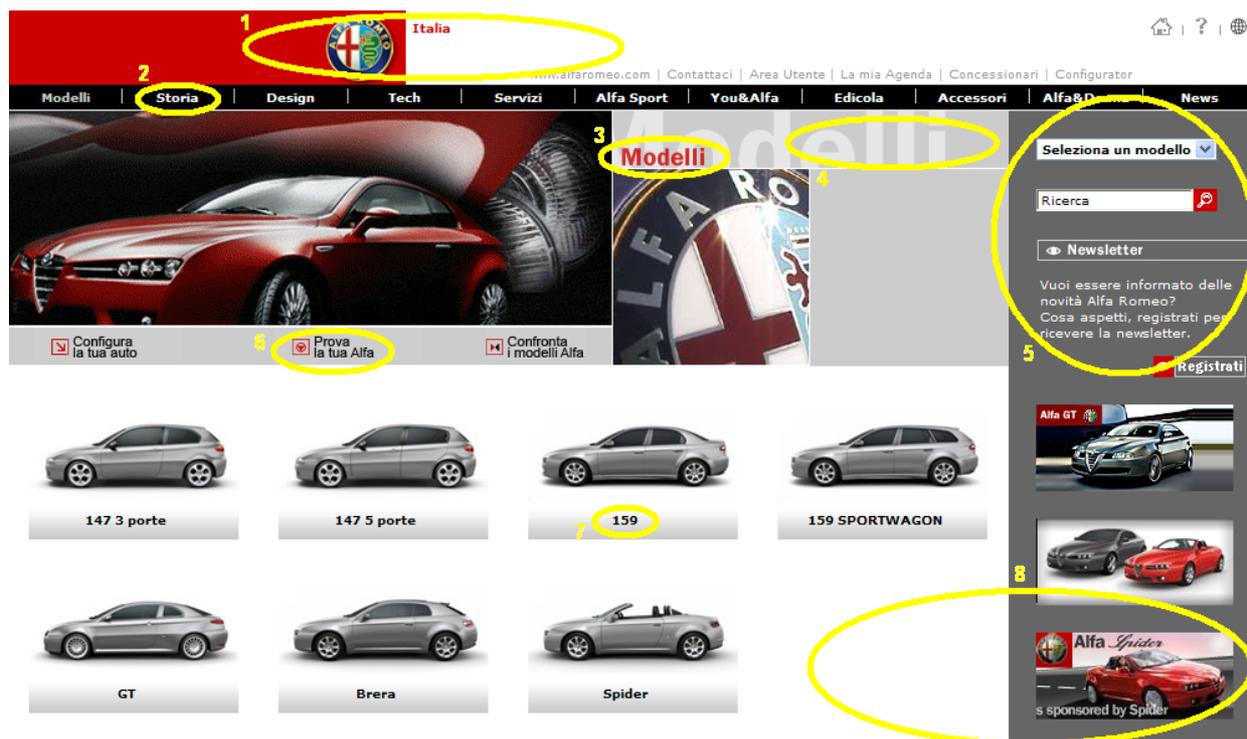
Tralasciando le fotografie e gli elementi multimediali in Flash, nelle pagine sono generalmente presenti, oltre alle diverse tonalità di grigio nello sfondo e al nero nei testi, tre colori: il bianco (per le scritte su sfondo nero e grigio, nelle select box e text box, come sfondo di alcune pagine), il rosso (per i titoli, gli elenchi puntati, nell'home page come sfondo al marchio Alfa Romeo, come sfondo ad alcuni testi bianchi), il grigio chiaro e scuro (nei titoli, per i link in alto a destra dell'home page, dell'help e della mappa del sito).

Negli elementi multimediali sono presenti altri colori che si abbinano molto bene coi colori del sito.

Questa pagina ne è l'esempio:

1. Sfondo rosso e bianco.
2. Titolo bianco su sfondo nero.
3. Titolo rosso su sfondo grigio.
4. Diverse tonalità di grigio.
5. Select box, text box e scritte bianche su sfondo grigio.
6. Simbolo rosso e scritta nera su sfondo grigio.
7. Scritta nera su sfondo grigio e bianco.

8. Sfondo bianco e grigio con figura che si abbina molto bene.



*I colori delle fotografie e degli elementi multimediali in Flash sono generalmente in armonia con i colori della pagina.*

Generalizzando, si può affermare che la grafica delle pagine (soprattutto in home page) si

basa essenzialmente su quattro colori: il grigio, il bianco e il nero che sono colori senza tinta, acromatici e il rosso.

I colori sono stati utilizzati in modo da evitare di creare pagine eccessivamente variopinte.

***I colori sono coerenti con le comuni associazioni di significato?***

si, tutti i colori sono stati scelta con coerenza.

***Le pagine sono comprensibili anche a utenti daltonici?***

Per simulare la visione delle pagine da parte di utenti daltonici, è stato utilizzato il software ColorDoctor di Fujitsu.

La seguente figura mostra, oltre alla pagina originale, come utenti che soffrono di deuteranopia (cecità al colore verde), protanopia (cecità al colore rosso) o tritanopia (incapacità di distinguere giallo e blu) percepiscono la medesima pagina.

## Originale

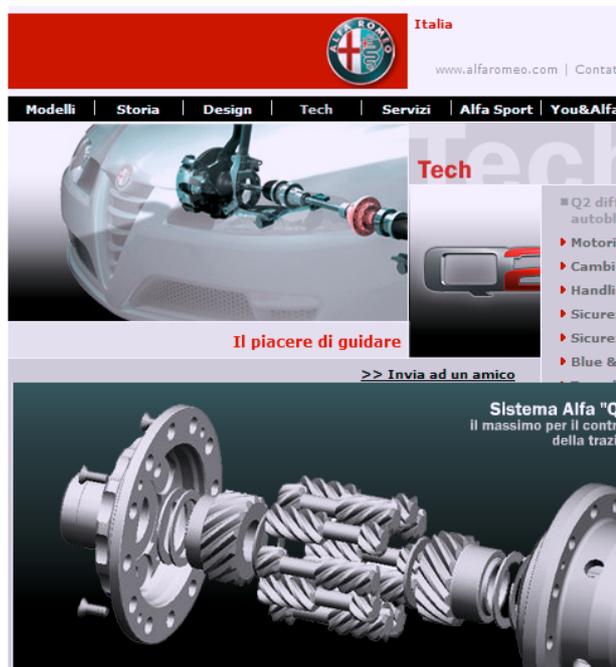


## Protanopia



## Deuteranopia

## Tritanopia

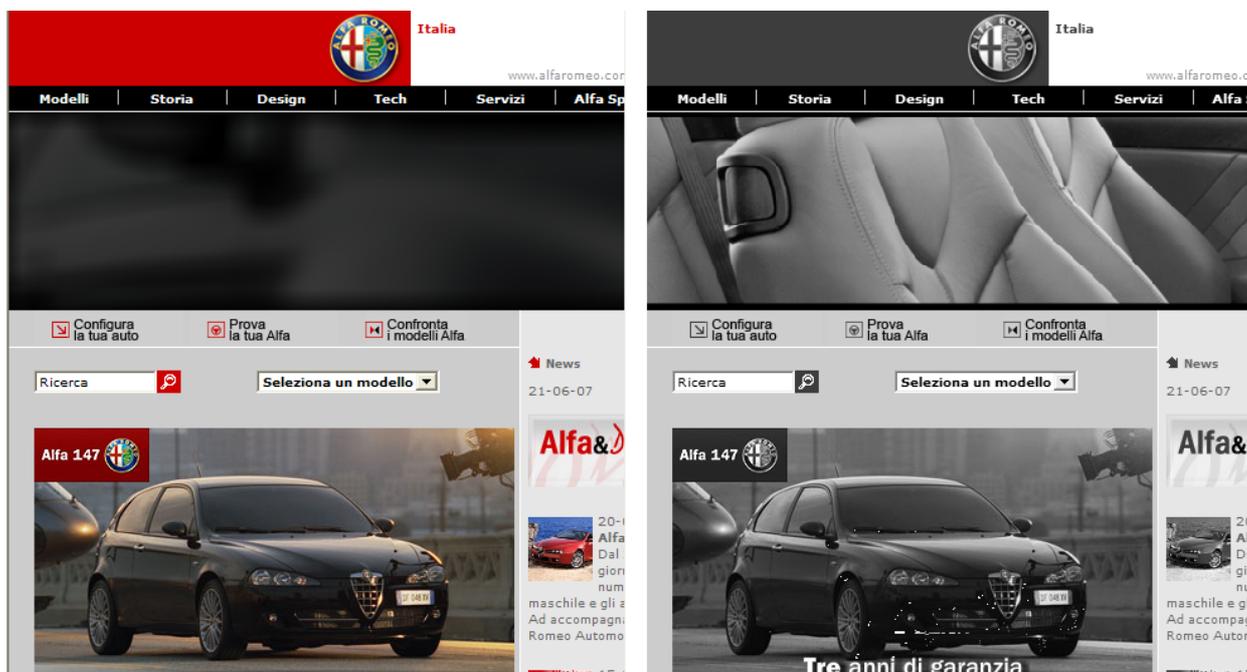


*Simulazione della visione della home page da parte di utenti daltonici.*

Generalmente, le pagine risultano sufficientemente comprensibili ad utenti daltonici.

Tuttavia, occorre evidenziare che le scritte in grigio chiaro sono poco visibili (soprattutto

per gli utenti che soffrono di tritanopia), a causa del basso contrasto con lo sfondo bianco. È stato effettuato un ulteriore test con i colori, per verificare se anche chi soffre di acromatopsia (completa o incompleta cecità ai colori) sia in grado di comprendere il contenuto della pagina. La seguente figura mostra il risultato del test:



*Simulazione della visione della home page da parte di utenti che soffrono di acromatopsia.*

Anche in assenza di colori, la pagina risulta piuttosto comprensibile.

## **Tipografia**

### ***Si usano font ben leggibili sul video?***

In tutto il sito vengono utilizzati caratteri senza grazie; ciò aiuta a rendere i testi più leggibili sul video. In particolare, il carattere di default scelto per i testi è Calibri.

Il carattere nei testi informativi è leggermente troppo piccolo, ma non solo, è stata specificata un'unità di misura assoluta; in questo modo si impedisce che l'utente che utilizza Internet Explorer possa ridimensionarlo a suo piacimento selezionando "dimensione testo" dall'opzione visualizza.

### ***Si evita il corsivo e il tutto maiuscolo in testi lunghi?***

Nel sito non si fa uso del corsivo e quasi tutti i titoli sono in maiuscolo.

### ***Si usano pochi font diversi nella stessa pagina?***

### ***I font sono usati in modo consistente per tutto il sito?***

L'intero sito è scritto con lo stesso font.

**Il colore del testo è corretto in rapporto a quello dello sfondo?**

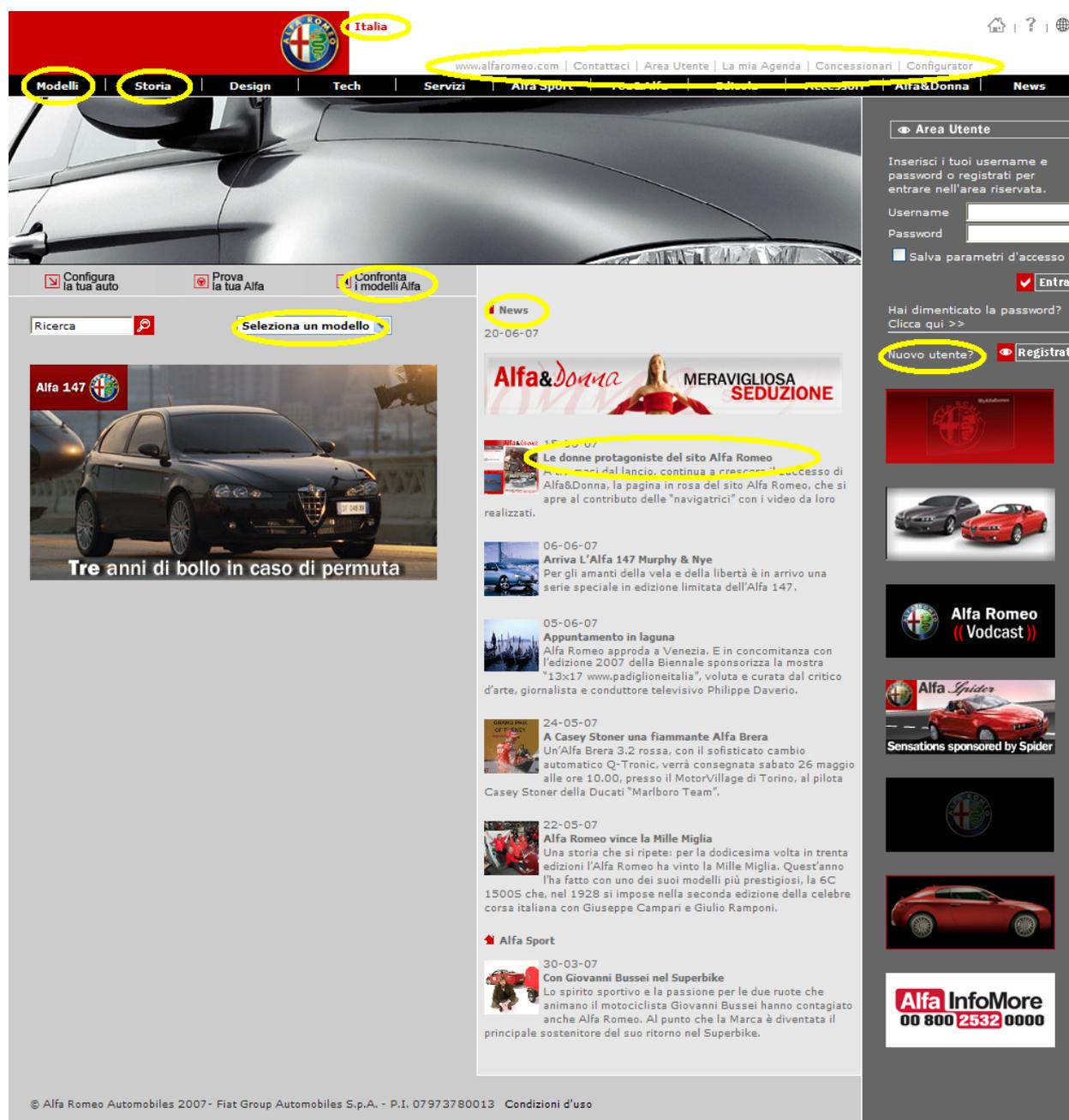
E' stato sempre scelto un colore del testo che si rapporta bene con il colore dello sfondo tranne in un caso.

Ad esempio, sono presenti scritte rosse su sfondo grigio o bianco, scritte nere su sfondo bianco o grigio, scritte bianche su sfondo nero o grigio e scritte grigie scuro su sfondo grigio chiaro.

Questo rapporto che c'è tra i testi e gli sfondi permette all'utente di leggere, senza sforzare gli occhi, tutto quello che c'è scritto nel sito.

L'unico caso dove il testo si confonde con lo sfondo è quando il testo è grigio chiaro e lo sfondo è bianco.

La figura seguente ne è l'esempio:



Nel sito i testi sono sempre neri, grigi, bianchi o rossi, con l'eccezione delle scritte nei banner. In ogni caso, non si è rilevata la presenza di colori "lontani" nei testi.

## **Attrattiva**

*L'impostazione grafica è attuale?*

*La grafica è gradevole?*

La grafica nel complesso risulta molto gradevole ed attuale al visitatore. I banner promozionali, soprattutto quelli dotati di animazioni, attraggono la sua attenzione, così come le fotografie presenti nel sito.

### **3.2.3 Sintesi**

#### **Punti di forza**

1. Dalla home page è chiaramente riconoscibile l'obiettivo del sito.
2. Tutto il sito possiede un'ottima Gestalt.
3. Non solo non sono state rilevate incoerenze con la brand image, ma il sito contribuisce a rafforzare l'immaginario collettivo riguardo al marchio, tramite banner, fotografie e testi.
4. L'uso dei colori è consistente e sono tutti in armonia fra loro.
5. Le pagine risultano sufficientemente comprensibili anche ad utenti daltonici.
6. L'uso dei font è consistente.
7. Lo stile dei font è usato correttamente (si evitano il corsivo ed il maiuscolo nei testi lunghi).
8. Non vengono mai accostati caratteri con colori lontani.
9. La grafica, nel complesso, risulta molto attraente.

#### **Punti di debolezza**

1. L'utilizzo di un layout fisso crea troppo spazio bianco in presenza di alte risoluzioni.
2. I caratteri sono un piccoli e sono stati espressi con un'unità di misura assoluta.
3. In una area del sito (home page sopra il menù principale) , c'è poco contrasto tra il testo e lo sfondo.

## **3.3 Funzionalità**

### **3.3.1 Valutazione**

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Adeguatezza	3,5	1	3,5
Correttezza	3,5	1	3,5
<b>Media / totale</b>	3,5	2	<b>3,5</b>

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

### 3.3.2 Analisi

#### Adeguatezza

##### **Transazioni**

*Le transazioni sono adeguate rispetto a tipici scenari d'uso?*

Abbiamo testato le transazioni del sito con lo scenario d'uso descritto di seguito.

Supponiamo che Diego decida di voler provare un'auto Alfa Romeo e la prima cosa che pensa è quella di collegarsi al sito [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it).

Immediatamente, nell'home page, Diego nota che sono presenti dei link per configurare la propria auto ideale, per provare un'auto e per confrontare due auto.

Mentre sta per cliccare sul link "prova la tua Alfa", appare la descrizione del link con scritto: "test-driver".

Ora Diego ha acquisito un totale feedback perché è certo di selezionare la pagina corretta.

In meno di un secondo compare una pagina con molti campi obbligatori da riempire e molti altri facoltativi. Tra di essi c'è da inserire il nome, il cognome, l'e-mail e l'auto che vuole provare.

Diego procede con l'inserimento dei dati tralasciando tutti i campi facoltativi; sempre nella stessa pagina trova l' **INFORMATIVA AI SENSI DEL DLGS 196/2003** (in molti siti la si trova in un link a parte) e Diego decide di acconsentire; infine clicca invia.

Dopo un giorno Diego viene contattato via e-mail da un operatore che gli fissa un appuntamento per la guida dell'auto che lui stesso ha scelto.

Diego infine rimane molto soddisfatto perché senza sforzi è riuscito a prenotare un giro in macchina e le operazioni via internet sono andate tutte a buon fine senza problematiche.

Le informazioni richieste non sono eccessive ma sono basilari affinché si possa effettuare una prova di guida.



***Le operazioni di registrazione degli utenti sono semplici?***

***Le richieste di informazioni agli utenti sono proporzionate al tipo di transazione?***

***Tutte le informazioni per decidere se iniziare una transazione vengono fornite prima?***

Le operazioni di registrazione dell'utente sono molto semplici.

Già nell'home page è presente sulla destra il link con scritto "registrati": le informazioni necessarie per l'iscrizione sono proporzionate al tipo di transazione infatti i campi obbligatori sono: username, password, nome, cognome, sesso, e-mail, città, provincia e il consenso all' informativa ai sensi del dlgs 196/2003.

Tutte le informazioni per decidere se iniziare una transazione vengono fornite prima, dando la possibilità all'utente di valutare in tempo se effettuare la registrazione o meno.

La pagina della registrazione è quella che segue:

**Benvenuto nell'area di registrazione.**

Compila i campi obbligatori per registrarti e sfruttare i tanti servizi on-line che Alfa Romeo offre ai suoi utenti. Avrai libero accesso all'area utente e a tanti servizi: potrai prenotare un Test Drive direttamente dal tuo computer, inviare la configurazione della tua auto ideale al concessionario che preferisci, utilizzare l'agenda che trovi nella sezione My Garage per segnare e farti ricordare le scadenze importanti. Per alcuni servizi ti chiederemo di completare il tuo profilo con tutti i dati, per garantirti una personalizzazione più mirata e attenta. Non aspettare quindi, compila e invia la tua registrazione.

\* I campi contrassegnati dall'asterisco sono necessari per la registrazione.

Arredi automaticamente

**Parametri accesso**

Username\*

Password\*

Conferma password\*

**Dati anagrafici**

Nome\*

Cognome\*

Sesso\*

Email\*

Città\*

Provincia\*

Indirizzo

Num. Civico

C.a.p.

Inserire il numero di telefono fisso o quello di cellulare

Numero telefono fisso  /

Numero cellulare  /

Professione

Fascia d'età

Stato civile

Titolo di studio

Figli che vivono nel tuo nucleo familiare

**La tua auto:**

Marca

Modello

Data prima immatricolazione

**Newsletter**

Desidero ricevere la newsletter Alfa Romeo

in formato :  HTML  solo testo

**INFORMATIVA AI SENSI DEL DLGS 196/2003**

FINALITÀ E MODALITÀ DEL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.  
I dati personali da te liberamente forniti saranno trattati al fine di: a) fornire il servizio in precedenza indicato (di seguito "Servizio") e da te liberamente scelto nonché per consentire a Fiat Group Automobiles S.p.A. di svolgere l'indagine relativa a detto Servizio ricevuto; b) fornire, previo tuo espresso consenso, informazioni commerciali e/o promozionali nonché inviare materiale pubblicitario su prodotti, servizi ed altre attività di Fiat Group Automobiles S.p.A., della sua Rete di Vendita e di Società del Gruppo Fiat. Il trattamento dei dati per ciascuna delle finalità di cui sopra avverrà con modalità cartacee, automatizzate e telematiche e, in particolare, a mezzo posta ordinaria od elettronica, telefono (tramite chiamate anche automatizzate, sms, mms etc) e telefax.

Accosento  Non Accosento \*

Affinché i miei dati vengano trattati da Fiat Auto, dalla sua Rete di Vendita e da Società del Gruppo Fiat cui i medesimi potranno essere comunicati per le finalità di cui al punto b) e con le modalità di trattamento ivi previste, incluse le comunicazioni elettroniche (posta elettronica, sms etc).

Clickando sul bottone **INVIA** acconsento comunque all'utilizzo dei miei dati personali ai fini dell'Erogazione del servizio di cui al precedente punto a) dell'informativa.

© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Condizioni d'uso

*Le politiche sulla privacy sono espresse chiaramente e in modo non vessatorio?*

La politica sulla privacy è chiara ma il trattamento dei dati personali è un po' vessatorio: Alfa Romeo si riserva il diritto di far trattare i miei dati personali anche al gruppo Fiat:

**Newsletter**  
 Desidero ricevere la newsletter Alfa Romeo

in formato :  HTML  solo testo

**INFORMATIVA AI SENSI DEL DLGS 196/2003**

FINALITÀ E MODALITÀ DEL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI.  
I dati personali da te liberamente forniti saranno trattati al fine di: a) fornire il servizio in precedenza indicato (di seguito "Servizio") e da te liberamente scelto nonché per consentire a Fiat Group Automobiles S.p.A. di svolgere l'indagine relativa a detto Servizio ricevuto; b) fornire, previo tuo espresso consenso, informazioni commerciali e/o promozionali nonché inviare materiale pubblicitario su prodotti, servizi ed altre attività di Fiat Group Automobiles S.p.A., della sua Rete di Vendita e di Società del Gruppo Fiat. Il trattamento dei dati per ciascuna delle finalità di cui sopra avverrà con modalità cartacee, automatizzate e telematiche e, in particolare, a mezzo posta ordinaria od elettronica, telefono (tramite chiamate anche automatizzate, sms, mms etc) e telefax.

Acconsento  Non Acconsento \*

Affinché i miei dati vengano trattati da Fiat Auto, dalla sua Rete di Vendita e da Società del Gruppo Fiat cui i medesimi potranno essere comunicati per le finalità di cui al punto b) e con le modalità di trattamento ivi previste, confermo le comunicazioni elettroniche (posta elettronica, sms etc).

Clickando sul bottone **INVI** acconsento comunque all'utilizzo dei miei dati personali ai fini dell'Erogazione del servizio di cui al precedente punto a) dell'informativa.

© Alfa Romeo Automobiles 2007 - Condizioni d'uso

## Gestione degli errori

*Gli eventuali errori dell'utente vengono segnalati con messaggi tempestivi, ben visibili, ed espressi in un linguaggio comprensibile agli utenti del sito?*

*I messaggi d'errore indicano chiaramente e in modo specifico la natura dell'errore e le azioni necessarie per correggerlo?*

*Il processo di correzione degli errori è semplice e rapido anche nel caso di errori multipli?*

Gli eventuali errori vengono segnalati ben visibilmente ed espressi chiaramente. Il messaggio d'errore indica chiaramente in modo specifico la natura dell'errore ed inoltre indicare l'azione necessaria per rimuoverlo.

Il processo di correzione non è scattante: sia in caso di singolo errore che in caso di errore multiplo ci impiega 4-5 secondi:

Italia

www.alfaromeo.com | Contattaci | Area Utente | La mia Agenda | Concessionari | Configurator

Modelli | Storia | Design | Tech | Servizi | Alfa Sport | You&Alfa | Edicola | Accessori | Alfa&Donna | News

Test Drive

Seleziona un modello

Ricerca

Emozioni da provare

**Attenzione**

E' necessario compilare i campi elencati per inviare i tuoi suggerimenti, le tue domande o i tuoi commenti.

Nome

Cognome

Email

un numero di telefono

Seleziona un modello

Indietro

***In caso di errore, il lavoro già fatto in modo corretto dall'utente viene sempre conservato o sono possibili perdite di dati?***

In caso di errore, i dati corretti vengono sempre mantenuti.

***Le transazioni del sito sono progettate in modo da prevenire, per quanto è possibile, che l'utente (anche inesperto) commetta errori?***

Un esempio è il campo "numero telefono": è composto da due campi distinti, dove l'utente deve selezionare nel primo campo il prefisso e nel secondo campo deve scrivere il resto del numero.

***In caso di errori dell'utente, il sito mantiene sempre il controllo, o sono possibili cadute del sistema?***

Sono state rilevate cadute del sistema quando si clicca "invia" nella registrazione e quando si clicca "indietro" per tornare alla registrazione dalla pagine di errore.

## **Ricerca**

***Il sito ha un motore di ricerca interno?***

***La form per la ricerca è di facile comprensione e adeguata al sito?***

Il sito possiede dei motori di ricerca interni che consentono di rintracciare qualsiasi informazione da parte dell'utente.

Sono due i motori di ricerca e si trovano sia nell'home page che in tutte le pagine del sito:

1. Select box: si può selezionare un modello di Alfa Romeo.
2. Text box: si può scrivere una qualsiasi parola che viene ricercata nel sito.

***La pagina di presentazione dei risultati della ricerca è organizzata in modo adeguato?***

Nel caso della select box: compare direttamente una pagina che mostra tutto le informazioni sul modello di macchina selezionato (ad esempio seleziono l'alfa 147 5 porte) (figura 5)



**Modelli**

**147 5 porte**

Prezzo chiavi in mano  
Euro 18.490

[>> Invia ad un amico](#)

**Alfa 147 5 porte**

**Elegante e sofisticata, metropolitana e sportiva.**

In **Alfa 147** convergono la migliore tradizione Alfa Romeo e l'essenza di un nuovo modo di vivere in movimento. Nelle sue linee compatte e filanti, nel profilo grintoso, nella calandra ribassata e nei fari allungati con forti linee inclinate verso lo scudo **Alfa 147** svela la sua muscolarità dinamica, un design che esprime una maggiore presenza su strada e un'assoluta stabilità.

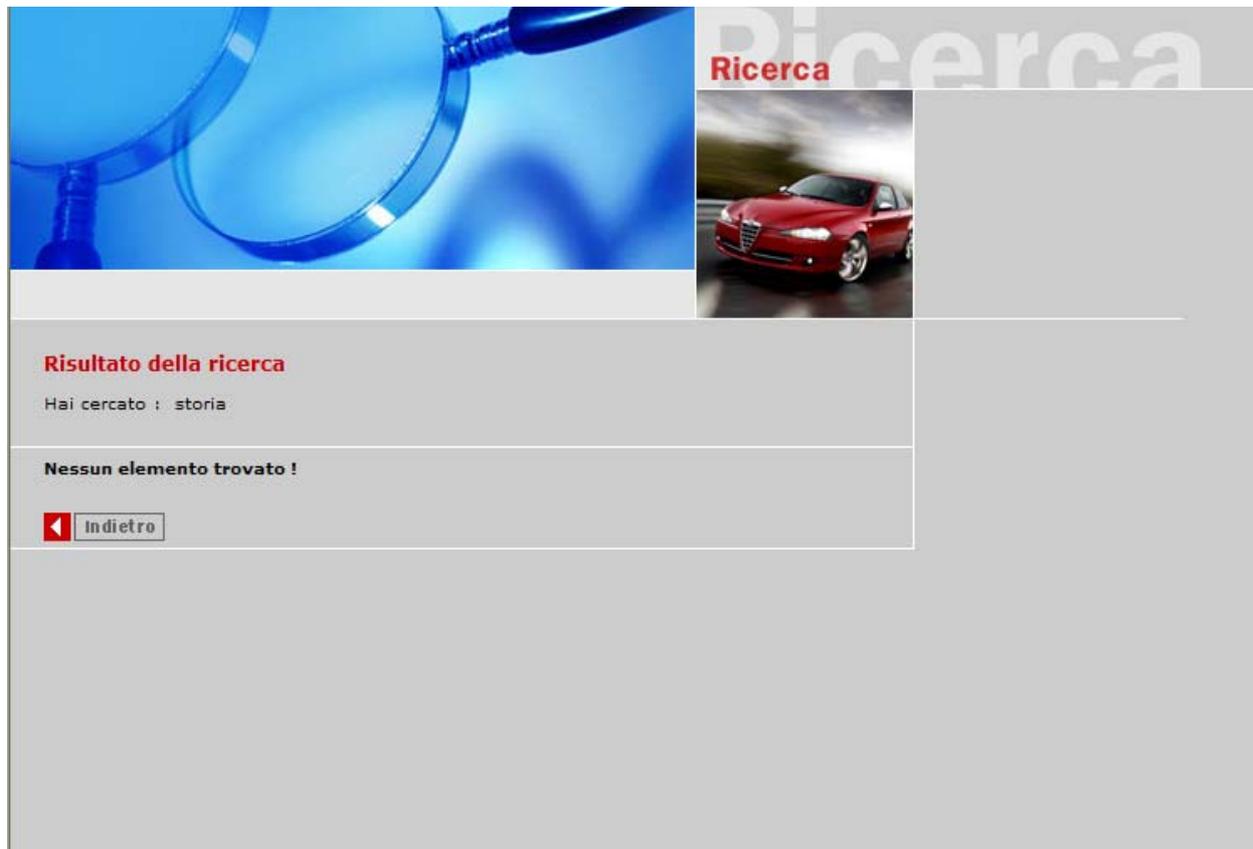
Nella zona posteriore ogni dettaglio di **Alfa 147** si fa notare per la sua elegante sportività. Le maniglie posteriori sono quasi completamente mimetizzate nella carrozzeria nella versione a cinque porte.

I fari, allungati e triangolari, esaltano una notevole robustezza. Anche il portellone, con gli esclusivi gruppi ottici, caratterizza il design di Alfa 147.

- Alfa 147 5 porte
- Alfa 147 Q2
- Alfa 147 BlackLine
- Alfa 147 Exclusive
- Alfa 147 Collezione
- Motori
- Esterni
- Interni e allestimenti
- Versatilità
- Sicurezza
- Controllo
- Promozioni
- Photo Gallery
- Accessori
- Caratteristiche tecniche
- Dotazioni

Figura 5

Nel caso della text box: il motore di ricerca non funziona neanche inserendo per esempio il termine "storia" (figura 6).



**Ricerca**

**Risultato della ricerca**

Hai cercato : storia

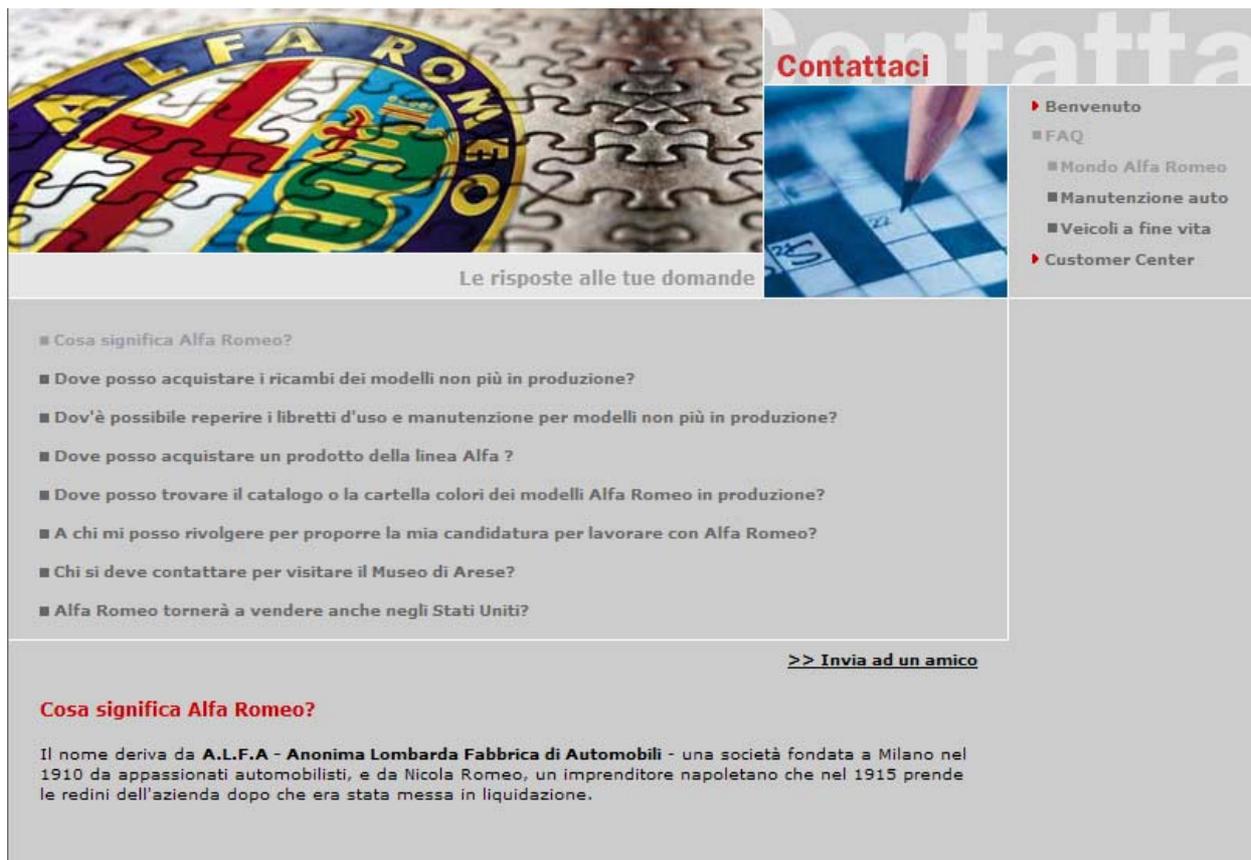
**Nessun elemento trovato !**

[Indietro](#)

## Comunicazione

*Il sito permette all'utente di comunicare con chi lo gestisce?  
Le modalità di comunicazione sono semplici e snelle?*

Il sito permette all'utente di comunicare con il customer center solo effettuando la registrazione al link "contattaci".  
Sono presenti delle pagine dedicate interamente alle FAQ sul mondo Alfa Romeo, manutenzione auto e sui veicoli a fine vita:



**Contattaci**

- ▶ Benvenuto
- FAQ
  - Mondo Alfa Romeo
  - Manutenzione auto
  - Veicoli a fine vita
- ▶ Customer Center

Le risposte alle tue domande

- Cosa significa Alfa Romeo?
- Dove posso acquistare i ricambi dei modelli non più in produzione?
- Dov'è possibile reperire i libretti d'uso e manutenzione per modelli non più in produzione?
- Dove posso acquistare un prodotto della linea Alfa ?
- Dove posso trovare il catalogo o la cartella colori dei modelli Alfa Romeo in produzione?
- A chi mi posso rivolgere per proporre la mia candidatura per lavorare con Alfa Romeo?
- Chi si deve contattare per visitare il Museo di Arese?
- Alfa Romeo tornerà a vendere anche negli Stati Uniti?

[>> Invia ad un amico](#)

**Cosa significa Alfa Romeo?**

Il nome deriva da **A.L.F.A - Anonima Lombarda Fabbrica di Automobili** - una società fondata a Milano nel 1910 da appassionati automobilisti, e da Nicola Romeo, un imprenditore napoletano che nel 1915 prende le redini dell'azienda dopo che era stata messa in liquidazione.

## Correttezza

*Si sono verificati malfunzionamenti nell'esecuzione dei principali scenari d'uso?  
Il sito ha segnalato il verificarsi di malfunzionamenti interni al software?  
Se sì, i messaggi sono espressi in un linguaggio comprensibile all'utente?*

Si, si sono verificati mal funzionamenti nell'esecuzione della registrazione: il sistema è caduto più volte potendo tornare alla sezione della registrazione solo attraverso il tasto indietro del browser.

### 3.3.3 Sintesi

#### Punti di forza

1. Buona gestione degli errori (messaggi di errore chiari).

2. Grazie alla presenza di simboli di warning in corrispondenza dei campi errati, il processo di correzione dell'utente è rapido.
3. In caso di errore, il lavoro svolto dagli utenti è sempre preservato.
4. Utilizza di tecniche che minimizzano gli errori da parte degli utenti (chiara segnalazione della presenza di campi obbligatori ed il formato del numero di telefono).
5. Buona presentazione dei risultati della ricerca attraverso la select box.

### **Punti di debolezza**

1. Non funziona il motore di ricerca attraverso la text box.
2. Alla procedura di registrazione dell'utente spesso il sistema cade.
3. La sezione contattaci è disponibile solo effettuando la registrazione.

## **3.4 Contenuto**

### **3.4.1 Valutazione**

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Categorizzazione/labelling	3,5	1	3,5
Stile	4	1	4
Informazione	4	1	4
Localizzazione	3,5	1	3,5
<b>Media / totale</b>	<b>3,75</b>	<b>4</b>	<b>3,75</b>

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

### **3.4.2 Analisi**

#### **Categorizzazione/labelling**

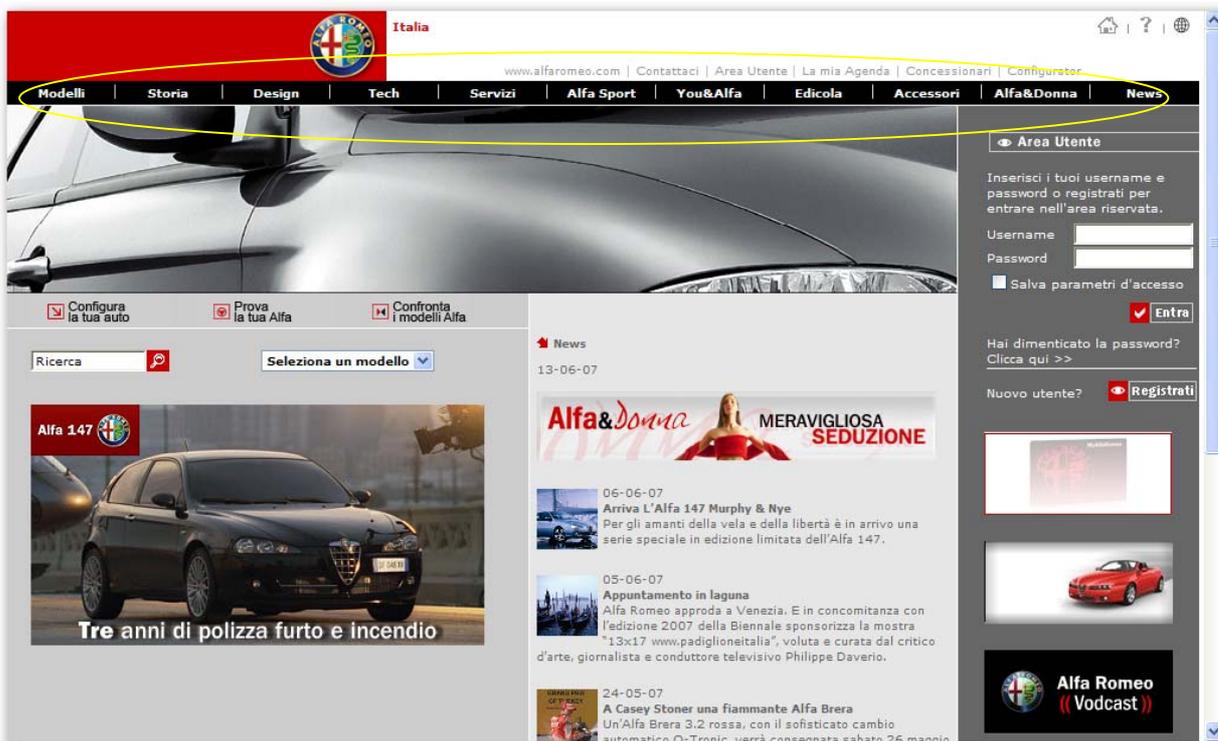
*L'informazione è raggruppata in modo adeguato agli obiettivi?*

La categorizzazione del sito rispecchia l'utilizzo che viene effettuato da un utente per reperire informazioni sulle principali caratteristiche di un'automobile (modelli, design, tecnologia), sui suoi rivenditori e sulle varie notizie che riguardano il mondo Alfa Romeo. Questo corrisponde agli obiettivi del sito, il quale si prefigge lo scopo di informare e stimolare i fedelissimi ma anche gli utenti che non conoscono il suo mondo.

*Il labeling è chiaro, preciso, consistente e non ambiguo?*

Le etichette dei testi non presentano ambiguità rispetto ai contenuti. Il labeling è chiaro, e soprattutto nella home-page possiamo notare come la

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**  
distinzione tra i vari argomenti è ben formulata: “Modelli” – “Storia” – “Design” -  
etc.....



## **Stile**

***Il testo è strutturato in paragrafi brevi, secondo i principi della “piramide invertita”?***  
***I link ipertestuali sono evidenziati in modo consistente e non ambiguo?***  
***Il linguaggio usato è appropriato in relazione agli obiettivi del sito e ai suoi utenti?***  
***Lo stile del testo è coerente in tutto il sito?***

Lo stile adottato dal sito rispetta i principi della “piramide invertita”, si passa dalla sintesi per arrivare al dettaglio. Vi è suddivisione delle informazioni in introduzione e collegamenti per approfondimento.

I link ipertestuali sono evidenziati chiaramente, da differenziazione di carattere per quanto riguarda la home-page, e da indicatori visivi (frecce, sottolineature, tasti) per quanto riguarda le sottocartelle di approfondimento.

Il linguaggio usato rispecchia le caratteristiche del sito di semplicità ed eleganza. In alcuni casi però si nota l'utilizzo di termini di difficile comprensione per persone con scarsa informazione nel campo automobilistico.

Lo stile di presentazione dei contenuti del sito è risultato coerente ed uniforme in tutte le pagine visitate. Inoltre, i collegamenti tra le diverse pagine sono chiari e indicati con precisione. In alcuni casi vengono utilizzate delle immagini, in sostituzione del testo, per identificare i collegamenti ad altre sezioni del sito.

## **Informazione**

***L'informazione è adeguata agli scopi del sito?***  
***È affidabile?***  
***È pertinente?***  
***È aggiornata?***

Le informazioni presenti all'interno del sito sono adeguate per presentare la marca e le automobili e per fornire ai visitatori informazioni utili. Non vengono fatte distinzioni tra chi è già stato in possesso di un'alfa e chi si affaccia a questo mondo per la prima volta, le informazioni e le indicazioni sono comunque dettagliate e puntigliose

In definitiva le informazioni, sono ben organizzate, complete e precise. L'aggiornamento è costante; vengono, infatti, presentati i modelli di punta (intramontabili), le novità, e bozze di brevetti futuri, inoltre tra le news possiamo constatare un aggiornamento periodico datato

### **Localizzazione**

*Le traduzioni sono accurate e corrette?*

*Tutti i contenuti che richiedono localizzazione sono trattati correttamente?*

*La scelta della lingua o del Paese è ben visibile e facile da effettuare?*

Le traduzioni dei testi nelle pagine web sono in generale accurate e corrette. Non viene data la possibilità di cambiare la traduzione delle pagine poiché il sito si rivolge principalmente ad un pubblico italiano, come dimostra il nome del sito stesso: [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it). Per ottenere gli indirizzi degli altri portali dell'azienda, in lingue differenti, è possibile scegliere il collegamento, presente in home-page, chiamato "www.alfaromeo.com". La pagina che viene presentata al visitatore, completamente in lingua inglese, contiene l'elenco dei siti del gruppo Alfa Romeo localizzati per i vari paesi europei e mondiali. Cliccando su uno dei nomi che compaiono nel menu a tendina ci si ritrova nel sito Alfa Romeo di quella nazione



### **3.4.3 Sintesi**

#### **Punti di forza**

1. Informazioni precise e affidabili.
2. Struttura semplice che da facile accesso alle aree di interesse.

#### **Punti di debolezza**

1. Linguaggio a volte elevato.
2. Alcune traduzioni dall'inglese all'italiano non effettuate che potrebbero creare problemi di comprensione.

## 3.5 Gestione

### 3.5.1 Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Disponibilità	3,5	1	3,5
Monitoraggio	4	1	4
Aggiornamento	4	1	4
Relazioni con gli utenti	3	1	3
<b>Media / totale</b>	3,62	4	<b>3,62</b>

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

### 3.5.2 Analisi

#### Disponibilità

*La disponibilità del servizio è adeguata?*

*La durata media (e massima) delle interruzioni del servizio è accettabile?*

*Nei casi di indisponibilità, l'informativa agli utenti è adeguata?*

Nel periodo di analisi, il sito italiano è risultato sempre reperibile, quello inglese ([www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com)), invece, la metà delle volte risultava irraggiungibile.

#### Monitoraggio

*Vengono effettuate periodiche e sistematiche elaborazioni del log file del sito per monitorare gli accessi al sito?*

Non è stato possibile ottenere dati riguardo al monitoraggio del sito, non avendo l'opportunità di accedere ai log file.

*Vengono raccolte le opinioni degli utenti sul sito? (gradimento, aree più interessanti, aree da migliorare)*

Non esistono questionari on-line per raccogliere le opinioni degli utenti sul sito.

#### Aggiornamento

*Il sito presenta adeguati indizi di recenti aggiornamenti?*

Il sito risulta aggiornato recentemente, essendo presenti news che portano come ultima data 15-06-2007.

Non è presente, comunque, un' indicazione chiara relativa alla data di ultimo aggiornamento.



***Ci sono pagine "in costruzione"?***

Non sono state trovate pagine "in costruzione".

***Il numero degli eventuali link spezzati è accettabile?***

Abbiamo utilizzato Xenu's broken link scaricato gratuitamente dal sito ([home.snafu.de/tilman/xenulink.html](http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html)) per verificare la presenza di link spezzati: si è potuto riscontrare che i 696 collegamenti (tutti interni al dominio) sono tutti validi.

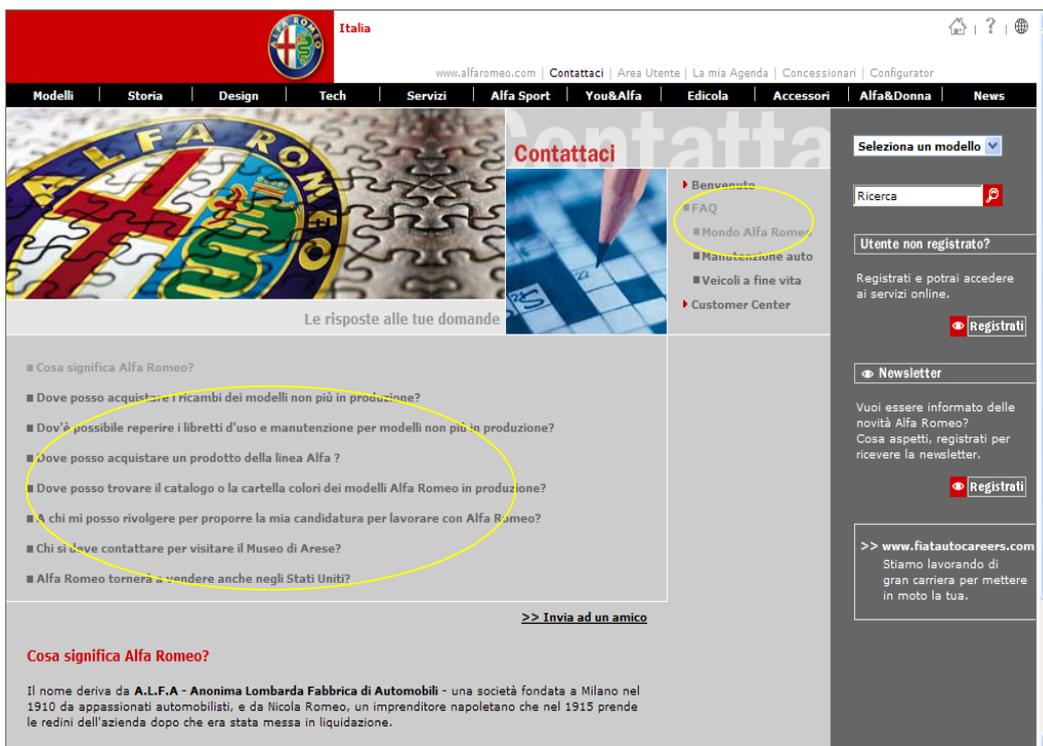
## **Relazioni con gli utenti**

***Le richieste degli utenti (ad esempio via e-mail) ricevono risposte tempestive?***

***Le risposte sono pertinenti, adeguate, cortesi e personalizzate?***

Il sito prevede un servizio di customer center con la possibilità per l'utente di registrarsi e porre le question che gli interessano, le risposte sono tempestive ed arrivano nell'arco delle 24 h (prova effettuata). In più vi è un sistema di FAQ con le domande più frequenti degli utenti e le relative risposte, in aggiunta nella pagina relativa ai "Servizi" vi è la voce " Relazioni con il cliente" dove è

Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)  
presente accanto alla voce ALFA INFOMORE un numero di telefono attivo per informazioni più tempestive e dettagliate.



### 3.5.3 Sintesi

#### Punti di forza

1. Sito aggiornato, completo in tutte le sue parti e senza errori.
2. Il personale provvede a rispondere alle e-mail degli utenti entro le 24h in modo adeguato, cortese e personalizzato.

#### Punti di debolezza

1. Mancata disponibilità del servizio internazionale a volte per più di 24h.
2. Non si possono raccogliere opinioni dell'utente sul sito per eventuali miglioramenti.

## 3.6 Accessibilità

### 3.6.1 Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Tempi di accesso	3,5	1	3,5
Reperibilità	3,5	1	3,5
Indipendenza dal browser	3	1	3
Accessibilità per i disabili	3	1	3
<b>Media</b>	3,25	4	<b>3,25</b>

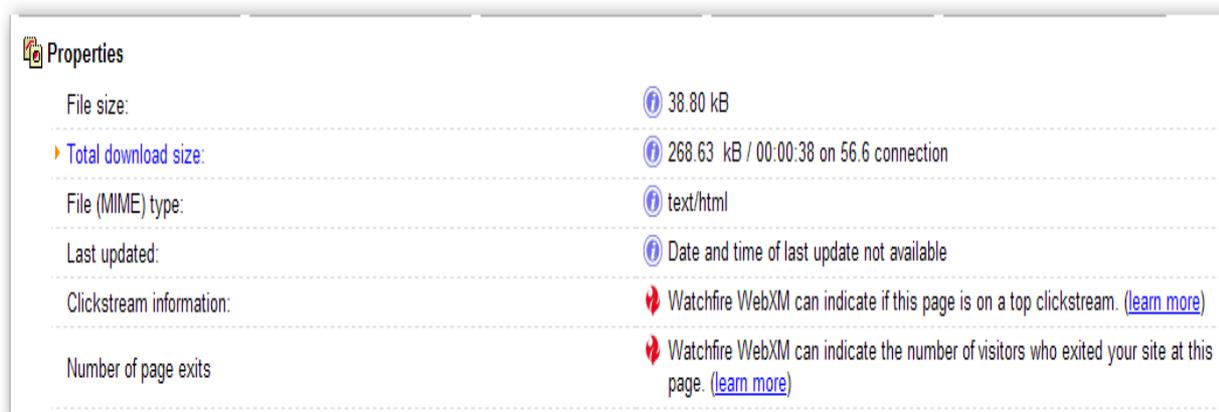
Legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo.

## 3.6.2 Analisi

### Tempi d'accesso

*Le dimensioni delle pagine sono accettabili in relazione ai tempi d'accesso?*

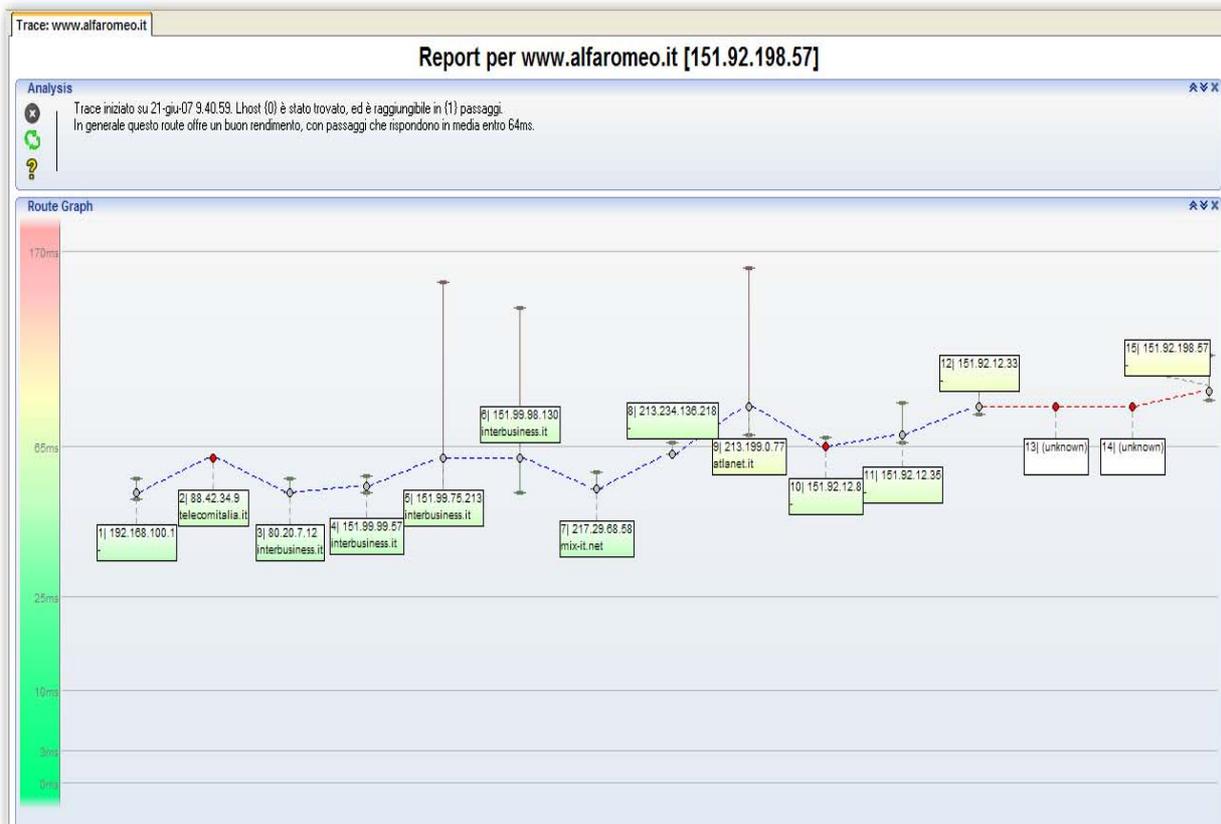
Abbiamo analizzato il sito anche con WebXACT, un tools on-line da dove abbiamo ricavato un report più generico dove viene riportata la grandezza dei file e il tempo di accesso per una connessione a 56K. Purtroppo questo tools non è riuscito nell'analisi automatica delle pagine e ci suggeriva un'analisi manuale dell'accessibilità.



Properties	
File size:	38.80 kB
Total download size:	268.63 kB / 00:00:38 on 56.6 connection
File (MIME) type:	text/html
Last updated:	Date and time of last update not available
Clickstream information:	Watchfire WebXM can indicate if this page is on a top clickstream. <a href="#">(learn more)</a>
Number of page exits	Watchfire WebXM can indicate the number of visitors who exited your site at this page. <a href="#">(learn more)</a>

*I tempi d'accesso sono sempre accettabili?*

Per valutare e analizzare più precisamente i percorsi e i tempi di accesso abbiamo utilizzato uno strumento software suggeritoci dal sito del corso: Visualroute scaricabile da [www.visualroute.com](http://www.visualroute.com). Questo programma di analisi ci permette di valutare i tempi di accesso in modo da calcolare se siano accettabili



Con una classica connessione ADSL di Telecom abbiamo lasciato che il programma analizzasse il sito, i tempi rilevati rispondono in media entro 64 ms. Visualroute ha dato anche una buona valutazione esplicita del rendimento di questo percorso.

## **Reperibilità**

### *Il nome del sito si ricorda facilmente?*

Data la grande popolarità dell'azienda, il nome di dominio "alfa romeo" si ricorda facilmente. Tuttavia, gli indirizzi [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) e [www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com) portano a siti differenti, sebbene siano entrambi appartenenti al Gruppo Alfa Romeo. Il primo è il sito italiano rivolto al consumatore, il secondo è il sito madre in lingua inglese, una sorta di vetrina che, indirizza l'utente verso il sito nella lingua a cui è interessato.

Dalla Figura, si può notare che il sito [www.alfaromeo.com](http://www.alfaromeo.com) ha una grafica

identica a quella del sito esaminato; questa modalità da un aiuto grafico - percettivo all'utente che così saprà muoversi con facilità all'interno di esso. Passare al sito internazionale dal sito italiano, e viceversa, è una operazione semplicissima, in entrambe le home-page c'è il link relativo.

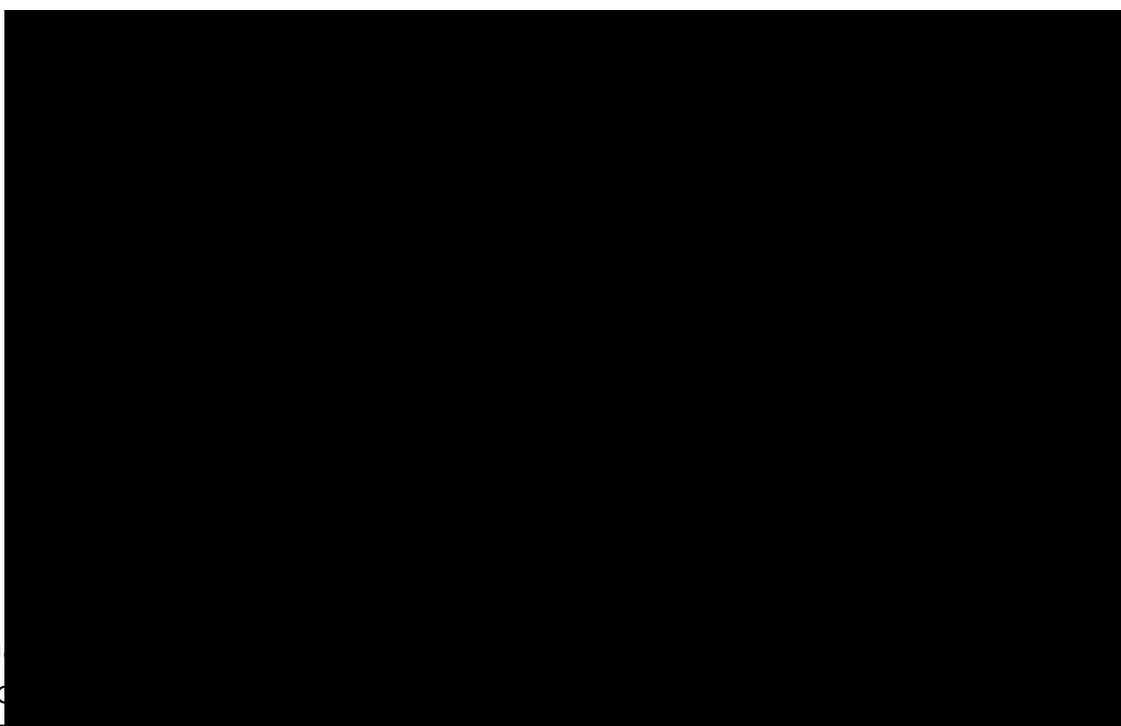
Effettuando delle ulteriori prove con nomi di dominio simili, si è scoperto che l'indirizzo [www.alfa.it](http://www.alfa.it) conduce al sito di una Web agency e Internet service provider di Venezia e provincia. Ed, il sito [www.alfa.com](http://www.alfa.com) porta l'utente ad un sito di ricerche chimiche e metallurgiche.

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

Sono state eseguite ricerche sui seguenti motori: Google, Altavista, Excite....etc. Di seguito, vengono riportati i risultati, mostrando per ogni motore di ricerca la posizione del sito [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) nella pagina dei risultati, utilizzando diverse parole chiave.

 numero pagina

 numero voce



Si pu  
arriva  
desiderato

***Il sito è adeguatamente referenziato dagli altri siti?***

La Tabella 7 mostra, nei tre motori di ricerca, il numero di siti che contengono dei link a [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) e ad altri due siti analoghi (Fiat e Lancia).

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

	<a href="http://www.alfaromeo.it">www.alfaromeo.it</a>	<a href="http://www.fiat.it">www.fiat.it</a>	<a href="http://www.lancia.it">www.lancia.it</a>
Google	268	265	61
Yahoo	30000	18600	2110
MSN	961	1753	2084
<b>Totale</b>	31229	20618	4255

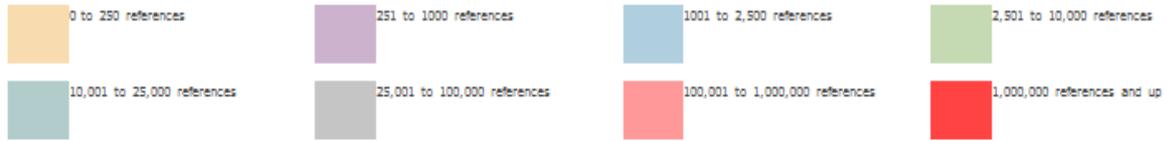
Limitando l'analisi ai tre motori di ricerca più utilizzati e considerando il numero di referenze totali sul Web, si nota che il sito di Alfa Romeo ha più o meno 30000 referenze, che costituiscono un ordine di grandezza in più rispetto a Fiat ed un abisso rispetto a Lancia. Abbiamo appositamente preso tre siti di case automobilistiche italiane anche se non proprio concorrenti per categoria.

Analizzando, i riferimenti rilevati dai singoli motori di ricerca, è di rilievo il fatto che, in Google, [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) è quasi in parità con [www.fiat.it](http://www.fiat.it), mentre, in Yahoo lo scarto diventa elevato a favore di Alfa. In MSN Search questo stesso scarto si ridimensiona a favore di Fiat. Dobbiamo dire che Lancia in tutti i riferimenti rimane molto indietro tanto da non effettuare paragoni.

I dati della Tabella sono stati ricavati dal report di stima della popolarità dei siti offerto dal servizio gratuito online <http://www.widexl.com/remote/link-popularity/> (come dimostra la figura)

## Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)

Report ID# 769097 Search Time# 1 seconds.  
[www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) Google/AOL 268, Yahoo 30000, AllTheWeb 2710, AltaVista 2920, MSN 961 links.  
[www.fiat.it](http://www.fiat.it) Google/AOL 265, Yahoo 18600, AllTheWeb 27100, AltaVista 27200, MSN 1753 links.  
[www.lancia.it](http://www.lancia.it) Google/AOL 61, Yahoo 2110, AllTheWeb 1720, AltaVista 1810, MSN 2084 links.



Total links for [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) are 36859 - Alexa traffic rank - Wayback machine go way back  
 Total links for [www.fiat.it](http://www.fiat.it) are 74918 - Alexa traffic rank - Wayback machine go way back  
 Total links for [www.lancia.it](http://www.lancia.it) are 7785 - Alexa traffic rank - Wayback machine go way back

URL	Total	Google	Yahoo!	AllTheWeb	AltaVista	MSN
<a href="http://www.rusticdrawings.com">www.rusticdrawings.com</a>	32	0	10	9	10	3
<a href="http://www.okey.com">www.okey.com</a>	94	0	30	21	30	13
<a href="http://www.poor.com">www.poor.com</a>	154	18	41	39	41	15
<a href="http://www.popular.com">www.popular.com</a>	934	126	291	185	289	43
<a href="http://www.fun.com">www.fun.com</a>	1327	0	485	235	484	122
<a href="http://www.update.com">www.update.com</a>	5770	84	1200	1170	1200	2116
<a href="http://www.poreport.com">www.poreport.com</a>	5538	44	1550	1520	1550	1174
<a href="http://www.widexl.com">www.widexl.com</a>	6660	177	1810	963	1820	1890
<a href="http://www.lancia.it">www.lancia.it</a>	7785	61	2110	1720	1810	2084
<a href="http://www.hostinglogia.com">www.hostinglogia.com</a>	8426	23	2420	2420	2420	1143
<a href="http://www.softhome.net">www.softhome.net</a>	8891	141	2780	2140	2780	2050
<a href="http://www.golber.com">www.golber.com</a>	20095	98	5920	5870	5920	2287
<a href="http://www.horror.com">www.horror.com</a>	35638	890	10300	9020	10300	5188
<a href="http://www.alfaromeo.it">www.alfaromeo.it</a>	36859	268	30000	2710	2920	961
<a href="http://www.electroniccottage.com">www.electroniccottage.com</a>	44081	254	8850	9560	9930	14487
<a href="http://www.artquest.com">www.artquest.com</a>	49343	335	11300	10700	11300	15708
<a href="http://www.fiat.it">www.fiat.it</a>	74918	265	18600	27100	27200	1753
<a href="http://www.micex.com">www.micex.com</a>	88499	690	26400	26100	26400	8869
<a href="http://www.bnn.nl">www.bnn.nl</a>	95746	491	27700	26100	27600	13855
<a href="http://www.jobpilot.de">www.jobpilot.de</a>	99309	3400	26100	26100	26000	17709
<a href="http://www.hosting.com">www.hosting.com</a>	107585	3540	35400	6110	35500	25035
<a href="http://www.realstateabc.com">www.realstateabc.com</a>	736501	6240	157000	155000	157000	261261
<a href="http://www.hotscripts.com">www.hotscripts.com</a>	1289148	14400	382000	359000	382000	151748
<a href="http://www.bmw.com">www.bmw.com</a>	1391662	1700	472000	379000	472000	86862
<a href="http://www.manchestersonline.co.uk">www.manchestersonline.co.uk</a>	1861823	5850	609000	601000	609000	36973
<a href="http://www.apache.org">www.apache.org</a>	8952043	86100	1450000	1360000	1450000	4605943
<a href="http://www.mysql.com">www.mysql.com</a>	14582055	181000	3590000	3260000	3590000	3961055
<a href="http://www.microsoft.com">www.microsoft.com</a>	17629736	191000	4800000	4570000	4800000	3288736
<a href="http://www.yahoo.com">www.yahoo.com</a>	74662107	1270000	22700000	21500000	22800000	6392107
<a href="http://www.google.com">www.google.com</a>	236531040	1800000	68100000	64700000	68800000	22231040

back

La Figura mostra il confronto fra i tre siti esaminati ed altri siti di vario genere, considerando anche i motori di ricerca AltaVista e AllTheWeb. Nella figura si nota che, nella classifica di popolarità dei siti web, sia [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it) che [www.fiat.it](http://www.fiat.it) occupano una posizione medio-alta, possedendo fino a 100.000 referenze; al contrario, [www.lancia.it](http://www.lancia.it) occupa una posizione molto bassa, avendo un numero di referenze massimo di 10.000

### Indipendenza dal browser

*Il sito è adeguatamente accessibile con i browser più diffusi fra i suoi utenti?*

E' stato possibile verificare l'accessibilità del sito con i seguenti browser: Internet Explorer, Opera, Avant Browser, Firefox, Magilla; tutti e tre hanno dato esito positivo, la grafica è la medesima e non vi sono problemi di nessuna natura per l'utente

### Accessibilità per i disabili

*Il sito è conforme alle linee guida del WAI?*

Abbiamo analizzato il sito per valutare se erano state seguite le linee guida stabilite dal WAI(Web Accessibility Initiative), ci siamo riferiti in particolare ai 14 punti della sintesi del W3C e abbiamo riscontrato vari problemi:

- . Non sono fornite alternative equivalenti ai contenuti visivi e uditivi;
- . Alcuni testi e immagini non sono comprensibili senza l'uso del colore;
- . Alcuni contenuti non sono comprensibili senza l'uso del colore;
- . Pagine non comprensibili senza colore, immagini e tecnologia flash disabilitata;

Abbiamo concluso che il sito ci sembra utilizzabile solo parzialmente da utenti disabili.

### 3.6.3 Sintesi

#### Punti di forza

1. Sui browser esaminati non crea problemi o contrasti
2. Presenza di pagine pubblicitarie con link al sito dell'azienda in siti molto visitati (MSN, Virgilio).

#### Punti di debolezza

1. Il sito non è sempre facilmente reperibile tramite i motori di ricerca.
2. Il numero di referenze da altri siti non è elevato.
3. Il sito non rispetta tutti gli standard del W3C. Pertanto, esso non risulta totalmente accessibile agli utenti disabili

## 3.7 Usabilità

### 3.7.1 Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Efficacia	3,5	1	3,5
Efficienza	3	1	3
Soddisfazione	3,5	1	3,5
<b>Media</b>	3,33	3	<b>3,33</b>

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

### 3.7.2 Test di usabilità

Il test di usabilità è stato condotto su cinque persone prese a caso tra i nostri amici e parenti.

Non siamo riusciti a trovare persone che avessero già visitato il sito in precedenza; tuttavia,

gli utenti campioni che sono stati scelti sono rappresentativi delle categorie di utenti a cui si rivolge il sito in esame. Inoltre, sono state scelte persone con diversa formazione diversa esperienza sul web.

Al test di usabilità ogni membro del team ha seguito solo la persona da lui scelta; ognuno ha svolto le seguenti attività durante il test: spiegare all'utente il compito, prendere nota dei tempi di esecuzione e del grado di soddisfazione dell'utente, annotare le azioni e le difficoltà dell'utente nello svolgimento dei compiti.

### **Compiti da svolgere**

Durante il test, abbiamo chiesto agli utenti campione di ricercare informazioni sul prezzo di un' autovettura, prenotarsi per la prova dell'auto che preferiscono (ci si ferma prima della conferma), effettuare un confronto tra due auto.

In particolare, i compiti che abbiamo chiesto di svolgere sono:

1. Cercare il prezzo relativo all' Alfa Spider
2. Cercare spiegazioni su sistema "Q2"
3. Effettuare un confronto tra Alfa 159 ed Alfa 147 (5 Porte)

### **Questionario pre-test**

A ciascun utente campione abbiamo chiesto di compilare il seguente questionario per conoscere le sue caratteristiche, le sue conoscenze e le sue attitudini riguardo il Web.

1. Nome?
2. Età?
3. Titolo di studio?
4. Professione?
5. Giudichi di avere un'esperienza d'uso del Web:  
Scarsa  
Media  
Buona  
Ottima
6. In media, quante ore alla settimana usi il Web?  
Meno di 1  
Tra 1 e 5  
Più di 5  
Più di 10
7. Hai mai partecipato ad un forum o ad una chat su internet?
8. Hai già utilizzato il sito in esame?
9. Hai mai utilizzato siti simili?

### **Utenti campione**

Vengono di seguito riportate le risposte dei nostri cinque utenti campione alle domande della scheda tester appena presentata.

<i>Domanda</i>	<i>Utente 1</i>	<i>Utente 2</i>	<i>Utente 3</i>	<i>Utente 4</i>	<i>Utente 5</i>
1. Nome	Massimiliano	Paolo	Alessandro	Gianni	Alessio
2. Et�	46	24	20	53	16
3. Titolo di studio	Laurea	Laurea	Diploma	Diploma	Scuola media
4. Professione	Impiegato	Studente	Studente	Impiegato	Studente
5. Esperienza sul Web	Buona	Buona	Media	Media	Buona
6. Utilizzo del Web	Meno di 1h	Pi� di 10h	Tra 1 e 5h	Tra 1 e 5h	Pi� di 10h
7. Uso di forum o chat	No	S�	S�	No	S�
8. Uso di Alfa Romeo	No	No	No	No	No
9. Uso di siti simili	No	No	No	Moto Guzzi	No

### **Esecuzione dei test**

Per ogni utente, si descrivono i problemi che abbiamo rilevato mentre egli cercava di soddisfare le nostre richieste.

#### **Utente 1: Massimiliano**

##### **Compito 1**

L'utente si sofferma sulla home-page, clicca sul link "Concessionari", d  una veloce occhiata alla pagina che compare e decide di tornare indietro, prova ad andare su "Modelli" e percepisce di essere sulla buona strada, clicca sulla "Spider" e raggiunge il risultato

Risultato: successo parziale

##### **Compito 2**

L'utente scorre le voci del men  e decide di cliccare su "Accessori". Sceglie a caso un modello di auto ma all'apertura del men  a tendina che ne consegue decide di tornare indietro.

Decide di provare dalla home-page la voce "Design", dopo il caricamento della pagina tituba un po' e poi clicca su "Tecnica e forma", non trovando ci  che gli   stato richiesto decide di non proseguire.

Risultato: fallimento

##### **Compito 3**

Dopo aver dato l'ennesima occhiata al menù ed alla home-page l'utente clicca su "confronta i modelli Alfa"

Sceglie i modelli richiesti ed avvia il confronto, scegliendo in precedenza accuratamente anche la versione

Risultato: successo

### **Utente 2: Paolo**

#### **Compito 1**

L'utente clicca sul link del menù "Modelli". Una volta caricata la pagina compaiono sullo schermo una serie di modelli di automobili con il loro nome indicato; seleziona l'auto da noi richiesta "Spider" ed arriva al risultato.

Risultato: successo

#### **Compito 2**

L'utente scorre tutte le voci del menù con aria dubbiosa. Dopo alcune decine di secondi, sceglie la pagina "Servizi". La scorre velocemente, ma poi la abbandona.

Sceglie allora la pagina "Tech", capisce subito che l'informazione richiesta si trova lì.

Dopo aver dato un'occhiata veloce clicca su "Cos'è Q2" ed arriva al risultato

Risultato: successo parziale

#### **Compito 3**

Dopo aver dato l'ennesima occhiata al menù ed alla home-page l'utente clicca su "confronta i modelli Alfa"

Sceglie i modelli richiesti ed avvia il confronto

Risultato: successo

### **Utente 3: Alessandro**

#### **Compito 1**

L'utente clicca sul link del menù "Modelli". Una volta caricata la pagina compaiono sullo schermo una serie di modelli di automobili con il loro nome indicato; seleziona l'auto da noi richiesta "Spider" ed arriva al risultato.

Risultato: successo

#### **Compito 2**

L'utente scorre le voci del menù, sceglie la pagina "Tech", capisce subito che l'informazione richiesta si trova lì.

Dopo aver dato un'occhiata veloce clicca su "Cos'è Q2" ed arriva al risultato

Risultato: successo

### **Compito 3**

L'utente va a colpo sicuro sul link "Modelli" senza soffermarsi sulla home-page, si rende conto dopo alcuni secondi, e varie cliccate sui modelli delle auto, di aver sbagliato. Decide di non proseguire

Risultato: fallimento

### **Utente 4: Gianni**

#### **Compito 1**

L'utente clicca sul link del menù "Modelli". Una volta caricata la pagina compaiono sullo schermo una serie di modelli di automobili con il loro nome indicato; seleziona l'auto da noi richiesta "Spider" ed arriva al risultato.

Risultato: successo

#### **Compito 2**

L'utente scorre le voci del menù, sceglie la pagina "Tech", capisce subito che l'informazione richiesta si trova lì.

Dopo aver dato un'occhiata veloce clicca su "Cos'è Q2" ed arriva al risultato

Risultato: successo

#### **Compito 3**

Dopo aver dato l'ennesima occhiata al menù ed alla home-page l'utente clicca su "confronta i modelli Alfa"

Sceglie i modelli richiesti ed avvia il confronto, scegliendo in precedenza accuratamente anche la versione

Risultato: successo

### **Utente 5: Alessio**

#### **Compito 1**

L'utente clicca sul link della home-page "Alfa Sport", dopo aver dato un'occhiata alla pagina che viene caricata decide di proseguire, cliccando sulla voce "Alfa in pista". Si rende conto di aver sbagliato, torna alla home e va diretto su "Modelli" (come se prima in una sorta di dubbio avesse fatto una scelta rivelatasi errata). Una volta caricata la pagina giunge al risultato cliccando su "Spider"

Risultato: successo parziale

### Compito 2

L'utente scorre le voci del menù con aria dubbiosa, sceglie la pagina "Tech", convinto di essere arrivato al risultato si ferma

Risultato: fallimento

### Compito 3

Dopo aver dato l'ennesima occhiata al menù ed alla home-page l'utente clicca su "confronta i modelli Alfa"

Sceglie i modelli richiesti ed avvia il confronto

Risultato: successo.

### Tabella comparativa dei risultati

Abbiamo costruito una tabella che riassume l'esito dei test, mostrando quali compiti sono stati completati, quali sono stati abbandonati e quali sono stati completati solo parzialmente.

Nella tabella, abbiamo anche registrato il tempo in secondi impiegato da ogni utente campione per effettuare ciascun compito completato con successo, e la votazione che rappresenta il gradimento espresso dall'utente stesso nell'esecuzione di tale compito in una scala di voti da 1 a 5.

	<i>Compito 1</i>			<i>Compito 2</i>			<i>Compito 3</i>		
	Ris	Sec	Voto	Ris	Sec	Voto	Ris	Sec	Voto
<i>Massimiliano</i>	Parz.	35	4	Fall.	/	/	Succ.	15	3
<i>Paolo</i>	Succ.	20	5	Parz.	35	2	Succ.	25	4
<i>Alessandro</i>	Succ.	25	4	Succ.	15	3	Fall.	/	/
<i>Gianni</i>	Succ.	25	4	Succ.	25	4	Succ.	20	4
<i>Alessio</i>	Parz	30	3	Fall.	/	/	Succ.	20	5
<i>TOT/ MEDIA</i>	<b>4</b>	<b>135</b>	<b>4</b>	<b>2,5</b>	<b>75</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>4</b>

### Questionario post-test

Dopo l'effettuazione del test di usabilità, a ciascun utente è stato chiesto di rispondere ad alcune domande, per comprendere il livello di gradimento del sito.

Vengono di seguito riportate le risposte.

### **1. Quale impressione generale ti ha fatto il sito?**

Massimo	Mi sembra un sito troppo complicato da usare. Non si trovano le informazioni che si cercano.
Paolo	Buona, dato che alcune informazioni salienti sono reperibili facilmente.
Alessandro	Buona.
Gianni	Il sito è ben organizzato
Alessio	Positivo, ci sono tante informazioni

### **2. Quali aspetti ti sono piaciuti di più?**

Massimo	Non so indicarli precisamente
Paolo	Immagini, e tutto quello che riguardava design e tecnologia
Alessandro	A me il sito è piaciuto nella totalità
Gianni	È bella la mappa per selezionare la destinazione. Apprezzo anche l'indicazione sul livello delle escursioni (facile, difficile, ecc.).
Alessio	La grafica

### **3. Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?**

Massimo	Non so
Paolo	La sezione servizi è troppo confusa forse
Alessandro	Nessuno.
Gianni	La ricerca delle informazioni a volte è troppo complessa
Alessio	La ricerca è troppo difficoltosa se non si hanno le idee chiare di cosa cercare.

### **4. Quali parti o funzioni, secondo te, sarebbe utile aggiungere al sito?**

Massimo	Niente credo
Paolo	Non so
Alessandro	Va bene così.

Gianni	Non so
Alessio	Per me, si dovrebbero aggiungere più fotografie

**5. Quali parti o funzioni, secondo te, si potrebbero eliminare?**

Massimo	Non saprei
Paolo	Non so
Alessandro	Nessuna
Gianni	Non c'è nulla di così superfluo da dover essere eliminato
Alessio	Nessuna

**6. La struttura del sito ti è sembrata adeguata?**

Massimo	Assolutamente
Paolo	Generalmente abbastanza buona.
Alessandro	Sì, abbastanza
Gianni	Sì
Alessio	Sì

**7. Ti è sembrato facile navigare nel sito?**

Massimo	La navigazione del sito non è proprio immediata...
Paolo	Sì
Alessandro	Sì
Gianni	Abbastanza semplice
Alessio	No.

**8. I termini utilizzati sono di facile comprensione?**

Massimo	Non sempre
Paolo	Sì, sono utilizzati dei termini di facile comprensione
Alessandro	Sì
Gianni	Sì
Alessio	Sì

**9. A tuo parere, la home-page fa capire subito lo scopo del sito?**

Massimo	Sì se si conosce il marchio
Paolo	Sì, lo scopo del sito di informare e intrigare risulta chiaro.

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

Alessandro	Sì.
Gianni	Sì, fa capire che lo scopo del sito è illustrare le caratteristiche della marca
Alessio	Sì

**10. Il sito ti sembra coerente con l'immagine dell'azienda?**

Massimo	Credo di sì
Paolo	Sì, le immagini sono state scelte correttamente
Alessandro	Sì
Gianni	Sì
Alessio	Sì

**11. Ti piace la grafica del sito?**

Massimo	Insomma...
Paolo	Abbastanza, è sobria
Alessandro	Sì
Gianni	Decisa e chiara
Alessio	La grafica è bella

**12. Trovi che i caratteri siano ben leggibili?**

Massimo	Abbastanza leggibili.
Paolo	Credo che debbano essere leggermente ingranditi.
Alessandro	Leggibili
Gianni	Abbastanza, si leggeva senza problemi.
Alessio	Secondo me buoni

**13. Trovi che le immagini siano ben scelte?**

Massimo	Quelle erano belle davvero
Paolo	Sì
Alessandro	Sì, erano adeguate.
Gianni	Macchine effettivamente belle
Alessio	Sì

**14. Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?**

Massimo	Abbastanza.
Paolo	Generalmente sì

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

Alessandro	Sì
Gianni	Sì
Alessio	Sì

**15. Ti sembra che sia facile trovare informazioni nel sito?**

Massimo	Alcune informazioni dovrebbero essere reperite più facilmente.
Paolo	Sì
Alessandro	Sì
Gianni	Sì
Alessio	No

**16. Le informazioni ti sono sembrate sempre complete, corrette e pertinenti?**

Massimo	No, non sono affatto complete
Paolo	Sì, abbastanza
Alessandro	Sì
Gianni	A me è piaciuto molto
Alessio	Sì

**17. Ti sembra che il sito sia stato aggiornato di recente?**

Massimo	Sì
Paolo	Dalle news si vede che lo è
Alessandro	Sì
Gianni	Certo
Alessio	Sì

**18. I tempi di accesso alle pagine ti sono sembrati adeguati?**

Massimo	Sì.
Paolo	Abbastanza, anche se in alcune pagine il caricamento risulta più lento.
Alessandro	Sì, l'accesso è stato rapido.
Gianni	Sì.
Alessio	Sì

**19. Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da utilizzare?**

Massimo	Poco
---------	------

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

Paolo	Abbastanza
Alessandro	Sì.
Gianni	Sì
Alessio	Nel complesso...

**20. Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci?**

Massimo	Non ne conosco.
Paolo	Non ho visitato siti simili.
Alessandro	Non ne conosco altri simili a questo.
Gianni	Il sito più simile che ho utilizzato è quello di Moto Guzzi, credo che entrambi siano ben fatti
Alessio	Non ho visitato siti simili.

**21. Userai ancora questo sito?**

Massimo	No
Paolo	Probabilmente sì
Alessandro	Sì, perché no?
Gianni	Forse
Alessio	Non so

**22. Consiglierei questo sito ai tuoi amici?**

Massimo	Probabilmente sì
Paolo	Probabilmente sì
Alessandro	Sì, se sono interessati.
Gianni	Forse.
Alessio	Non so.

### 3.7.3 Analisi

#### Efficacia

Percentuale compiti portati a termine nel test di usabilità: 50%

L'utente intervistato ha raggiunto il risultato richiesto per il 50%, anche se alcuni utenti hanno ottenuto il 100% ed altri solo il 30%, quindi crediamo che l'approccio positivo o negativo al sito dipenda dall'interesse o meno allo stesso oltre che alla capacità di utilizzo del web

Ci sembra che il test di usabilità abbia portato risultati soddisfacenti

## Efficienza

Tempo medio per portare a termine i compiti assegnati: 1' 37"

Lo sforzo maggiore per svolgere i compiti è stato compiuto dagli utenti con meno interesse al sito. Abbiamo anche notato un approccio iniziale ai primi compiti; più

lento in quanto nessuno aveva mai visitato questo sito prima e ci si soffermava un po' di più sulla homepage per capire meglio come erano organizzate le informazioni.

## Soddisfazione dell'utente

Il gradimento del sito è abbastanza buono. Le parti più apprezzate sono la grafica e i contenuti. Alcune critiche vi sono state sulla struttura e la navigazione. Il sito comunque risulta abbastanza confortevole e ben accetto all'utente, meglio se più interessato alle informazioni e possibilità che esso offre

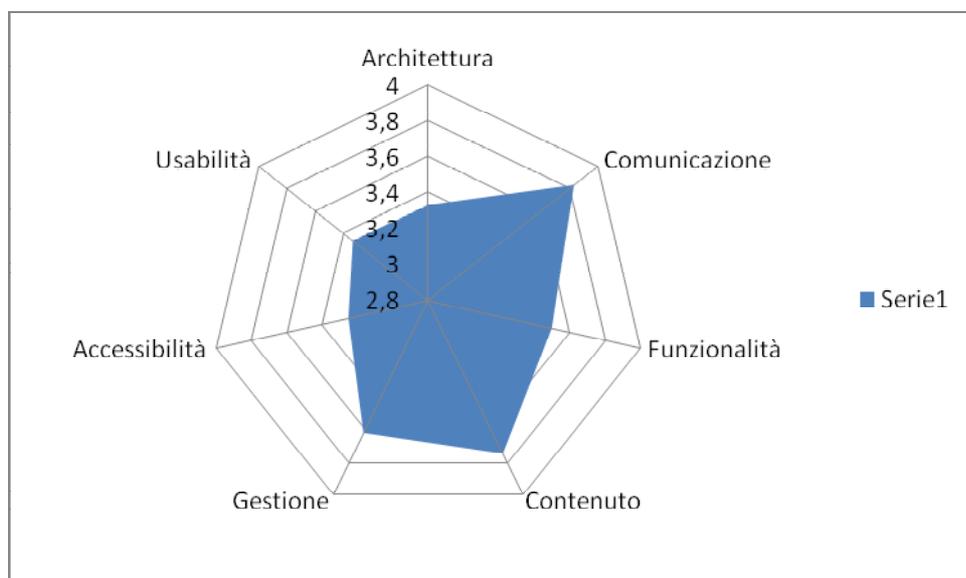
## 3.8 SINTESI

Caratteristica	voto	peso	voto pesato
<b>Architettura</b>	<b>3,33</b>	<b>3</b>	<b>3,33</b>
Struttura	4	1	
Mappa del sito	2,5	1	2,5
Navigazione	3,5	1	3,5
<b>Comunicazione</b>	<b>3,83</b>	<b>3</b>	<b>3,83</b>
Home page	3,5	1	
Brand image	4	1	
Grafica	4	1	4
<b>Funzionalità</b>	<b>3,5</b>	<b>2</b>	<b>3,5</b>
Adeguatezza	3,5	1	3,5
Correttezza	3,5	1	3,5
<b>Contenuto</b>	<b>3,75</b>	<b>4</b>	<b>3,75</b>
Categorizzazione/labelling	3,5	1	3,5
Stile	4	1	4
Informazione	4	1	4
Localizzazione	3,5	1	3,5
<b>Gestione</b>	<b>3,62</b>	<b>4</b>	<b>3,62</b>
Disponibilità	3,5	1	3,5
Monitoraggio	4	1	
Aggiornamento	4	1	
Relazioni con gli utenti	3	1	3
<b>Accessibilità</b>	<b>3,25</b>	<b>4</b>	<b>3,25</b>
Tempi d'accesso	3,5	1	3,5
Reperibilità	3,5	1	3,5
Indipendenza dal browser	3	1	3
Accessibilità per i disabili	3	1	3
<b>Usabilità</b>	<b>3,33</b>	<b>3</b>	<b>3,33</b>

**Ferrara, Curti, Mattiuzzo -Valutazione della qualità del sito web [www.alfaromeo.it](http://www.alfaromeo.it)**

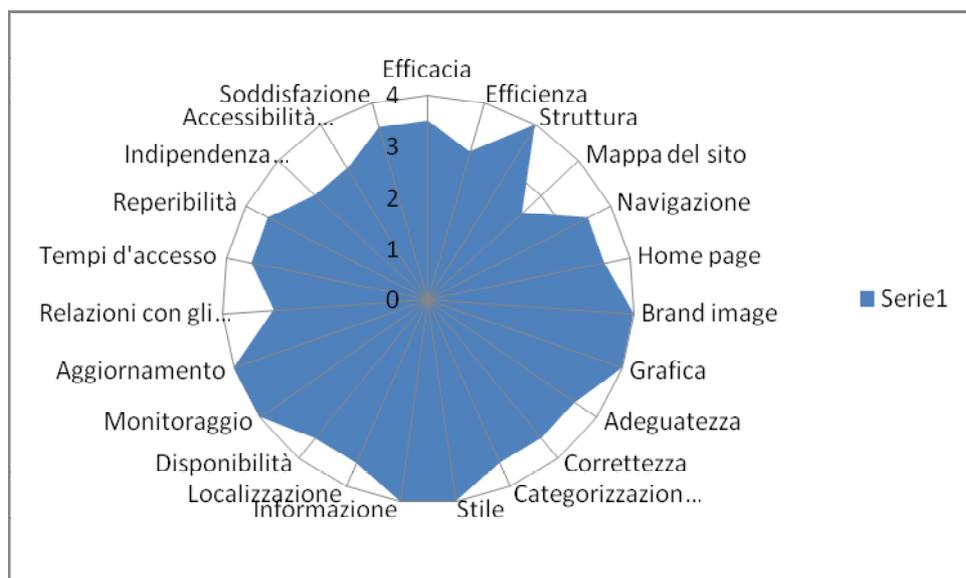
Efficacia	3,5	1	3,5
Efficienza	3	1	3
Soddisfazione	3,5	1	3,5

Caratteristica	Voto Pesato
Architettura	3,33
Comunicazione	3,83
Funzionalità	3,5
Contenuto	3,75
Gestione	3,62
Accessibilità	3,25
Usabilità	3,33



Sottocaratteristica	Voto
---------------------	------

Efficacia	3,5
Efficienza	3
Struttura	4
Mappa del sito	2,5
Navigazione	3,5
Home page	3,5
Brand image	4
Grafica	4
Adeguatezza	3,5
Correttezza	3,5
Categorizzazione/Labeling	3,5
Stile	4
Informazione	4
Localizzazione	3,5
Disponibilità	3,5
Monitoraggio	4
Aggiornamento	4
Relazioni con gli utenti	3
Tempi d'accesso	3,5
Reperibilità	3,5
Indipendenza dal browser	3
Accessibilità per i disabili	3
Soddisfazione	3,5



## 4 Sintesi

### 4.1 Punti di forza

1. Profondità adeguata
2. Navigazione primaria e locale semplice e immediata
3. Utilizzo breadcrumbs

4. Buon utilizzo della forza del brand
5. Buona organizzazione grafica dei contenuti
6. Pochi colori semplici e ben utilizzati
7. Buon utilizzo delle immagini
8. Grafica piacevole, elegante e accattivante
9. Transazioni semplici e veloci
10. Buoni strumenti di ricerca
11. Informazione ben raggruppata e adeguata agli obiettivi
12. Ottima categorizzazione delle informazioni con l'uso di immagini
13. Informazioni complete e dettagliate
14. Testi ben strutturati con collegamenti ipertestuali
15. Aggiornamento server periodico
16. Velocità di risposta alle richieste utenti
17. Risposte pertinenti, cortesi e personalizzate
18. Buoni tempi di accesso in relazione alla dimensione delle pagine
19. Nome sito facile da ricordare e buon redirect
20. Sito ben referenziato da altri
21. Grafica attraente e adeguata come aiuto nel riconoscere le informazioni contenute
22. Buoni servizi offerti per l'usabilità
23. Utilizzabile da utenti disabili

## **4.2 Punti di debolezza**

1. Mappa incompleta
2. Mancanza di correzione errori automatica o suggerimenti ed esempi
3. Mancanza contatto dedicato con amministratore del sito
4. Utilizzo di caratteri standard che sono stati espressi con un'unità di misura assoluta
5. Cadute del sistema al click di alcuni link principali

## **4.3 Raccomandazioni finali**

### **4.3.1 Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti**

1. Controllo e riparazione del sistema che registra gli utenti: alcune volte, nella registrazione il sistema cade e l'utente non ha voglia di riscrivere tutti i dati o di ritentare più volte
2. Dimensione caratteri più grande o possibilità di dimensionamento: il carattere di dimensione così piccolo può causare disagi a chi ha problemi di vista
3. Contatto con l'amministratore del sito possibile anche senza la registrazione: chi è interessato a fare domande, quando capisce che deve registrarsi per poterlo fare, al 90% dei casi non si registra e quindi non fa la domanda

### **4.3.2 Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgenti**

1. Rendere più visibili i link alla mappa del sito, all'home page ed all'help presenti in alto a destra: sono dei link fondamentali e non attirano l'attenzione dell'utente
2. Completamento Mappa del sito: mancano alcune sezioni del sito

### **4.3.3 Priorità 3: Interventi auspicati**

1. primo posto in tutti i motori di ricerca essendo il sito ufficiale
2. Data di aggiornamento
3. Correzione errori automatica o suggerimenti alternativi