

**UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA
CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA**

**ESAME DI INTERAZIONE UOMO-MACCHINA
DOCENTE: ROBERTO POLILLO**

RAPPORTO DI CHECK-UP DEL SITO:



informazione e comunicazione in ogni sua forma

Autori della valutazione:

Ivan Riva	matricola 040426	e-mail: redinaction@alice.it
Elena Rimoldi	matricola 037760	e-mail: elena.rimoldi@email.it
Antonio Garofalo	matricola 033689	e-mail: sagar@libero.it

**A.A. 2004-2005
Data: 18/07/2005**

ANSA.it
29/06/2005 22:25

[Gruppo Ansa](#) | [ANSAméd](#) | [Prodotti](#) | [Contatti](#) | [Mappa](#) | [Disclaimer](#) | [Credits](#)



MONDIALI: FIFA, SU TV NIENTE DECISO 20:42
PETROLIO: A NEW YORK CHIUDE IN CALO 20:31
CALCIO: A SKY I MONDIALI 2010 20:26
IRAQ: ATTE

HOME

CANALI

NEWS ALERT - RSS

ANSA ABBONATI

ANSA SUL TELEFONINO

ANSA INTERNATIONAL

NEWS

» Top News

» News in English New

» Italia

» Mondo

» Sport

» Calcio

» Economia e Finanza

» Cultura e Società

» Scienza

» Internet

» Spettacolo

» Moda

» Musica

» Cinema

» Regioni

News » Speciali » la altre news



CONTI PUBBLICI, UE: IN DUE ANNI IL RIENTRO HA SENZA UNA TANTUM

Berlusconi 'manovra da 10 miliardi l'una più Irap nel 2006 e nel 2007, nessuna manovra aggiuntiva quest'anno'. Siniscalco: 'da Ue buon senso come volevamo. Basta sussidi: rimbocarsi le maniche. Meno Stato e meno tasse'

BERLUSCONI: SARO' IO IL CANDIDATO PREMIER PER IL 2006



ANCORA 24 ORE DI CALDO, POI WEEKEND FRESCO E CON LA PIOGGIA

Stando alle previsioni, quella di giovedì 'sara' l'ultima giornata di caldo con punte di 35 gradi in alcune città. La pioggia fara' poi scendere la colonna di mercurio anche di sei gradi. Anziani dai Comuni gli elenchi alle Asl. **Parte il monitoraggio della fascia a rischio**



MONDIALI 2010: GIALLO SU ASSEGNAZIONE DIRITTI TV

Indiscrezioni rivelano che la Fifa avrebbe assegnato a Sky tutte le partite del torneo. La Rai protesta e la federazione assicura: 'niente e' ancora assegnato'. **Confederation Cup**: Germania batte il Messico 4-3, 4' al 3.o posto. Si gioca Brasile-Argentina

MODA: 30 ANNI DI PITTI BIMBO, AL VIA LA 61/MA EDIZIONE

La kermesse per gli Under 18 dall'1 al 3 luglio a Firenze. **Produzione Under 16 in calo del 3,8%**

DAL PRIMO LUGLIO LEVA ADDIO

Potranno tornare a casa gli ultimi giovani chiamati. Finisce un'epoca. Chi andra' sotto le armi, da ora in poi, lo fara' di sua volonta'

ANCHE PAPERINO PER INSEGNARE LA SICUREZZA STRADALE AI GIOVANI

BRASILE: 1 MILIONE DI COMPUTER A 100 DLN PER STUDENTI POVERI

Photonews





ANSAPHOTO

Le migliori foto dal Mondo, scopri l'offerta del servizio fotografico Ansa.

Photonews





ANSAPHOTO

Le migliori foto dal Mondo, scopri l'offerta del servizio fotografico Ansa.

Videonews » Tutti i video

ANSALIVE PRIMO PIANO	ANSALIVE
<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">ULTIMA VIDEONOTIZIA SPORT</p> <p style="font-size: 10px;">Olimpiadi 2012. I big a Singapore</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">PLAY</p>	<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">ULTIMO VIDEOGIORNALE TOPNEWS</p> <p style="font-size: 10px;">Edizione di Lunedì' ore 21.00</p> <p style="text-align: right; font-weight: bold;">PLAY</p>
<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">19:05 Italia</p> <p style="font-size: 10px;">» Boom per ristoranti e fitness</p>	<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">Topnews</p> <p style="font-size: 10px;">» Edizione di Lunedì' ore 20.00</p>
<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">18:50 Calcio</p> <p style="font-size: 10px;">» Chelsea offre 54 mln per Trezeguet</p>	<p style="font-weight: bold; margin-top: 5px;">Topnews</p> <p style="font-size: 10px;">» Edizione di Lunedì' ore 19.00</p>

SPECIALI

Miss Italia nel mondo

DOWNLOAD

CALENDARIO ANSA 2005

3ª Conferenza Annuale Laboratorio Euro-Mediterraneo

Milano, 11-12 Luglio 2005

PARTNERS

Gruppo Ansa | [ANSAméd](#) | [Prodotti](#) | [Contatti](#) | [Mappa](#) | [Disclaimer](#) | [Credits](#)



SCRIPTIM ANSA

www.ciaoumbria.it

Chi è ANSA?:

L'ANSA è una Cooperativa, editori dei principali quotidiani italiani, il suo scopo è quello di raccogliere, pubblicare e distribuire informazione giornalistica con la comunicazione in tutte le sue forme, anche sulla base delle opportunità offerte dallo sviluppo delle telecomunicazioni.

L'ANSA fornisce una copertura completa degli avvenimenti italiani ed esteri.

La presenza capillare sul territorio le consente di essere presente dove i fatti accadono e nel momento in cui accadono. Per questo motivo l'Ansa è la prima Agenzia italiana di informazione e la quinta nel mondo.

L'Agenzia è una moderna organizzazione editoriale che fornisce l'informazione a tutti i media italiani, alle istituzioni centrali e periferiche, agli organismi internazionali, alle organizzazioni di categoria come anche al mondo politico e sindacale. Le redazioni dell'Agenzia producono più di 2000 notizie giornaliere che vanno poi a confezionare il ventaglio dei prodotti offerti.

In questi anni di grande evoluzione del mercato editoriale, l'Agenzia è riuscita a vincere la sfida della multimedialità, progettando e realizzando prodotti audio e video per Internet, televisione satellitare e telefonino. Per una più efficace presenza su questi mercati nel 2002 è stata costituita **ANSAS Web S.p.A**, che è controllata al 100% da ANSA.

Oggi, milioni di persone in tutto il mondo, attraverso vecchi e nuovi media, leggono le notizie dell'Ansa attribuendo ad esse i valori di sempre: **Tempestività, Obiettività, Autorevolezza.**

Lo scopo del sito:

ANSAS Web S.p.A, (controllata al 100% da ANSA) producono più di 2000 notizie al giorno, progetta e realizza prodotti audio e video per Internet.

Lo scopo del sito è di fornire agli utenti materiale informativo di ogni genere e da ogni parte del mondo.

ANAS si rivolge a qualsiasi tipologia di utente:

culturalmente elevato e non, con hobby ed interessi di qualsiasi tipo.

Si dà spazio a qualsiasi tipo di informazione (sport, economia, medicina...).

Il sito è abbastanza semplice ed immediato, quindi può essere utilizzato da qualsiasi tipo di utente.

Il contesto d'uso principale del sito è la ricerca di una informazione o notizia.

È possibile trovare ogni informazione attraverso il motore di ricerca del sito.

Inoltre le notizie sono suddivise per categoria e per regione italiana.

Gli articoli internazionali sono suddivisi per stato.

La Home Page contiene le notizie più importanti della giornata.

Attraverso il menu in basso a destra della Home Page è inoltre possibile ricevere informazioni sui libri, lotterie, viaggi, trasporti, olimpiadi, ecc.

ARCHITETTURA:

Architettura: 3,2 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi:

La struttura del sito è adeguata al web?

Prima di addentrarci nella descrizione dettagliata dell'architettura del sito, procederemo a una suddivisione del sito in macroaree descrivendo in generale quello che l'utente può trovare nella Home page.

Dopodiché scenderemo più in dettaglio nella nostra analisi.

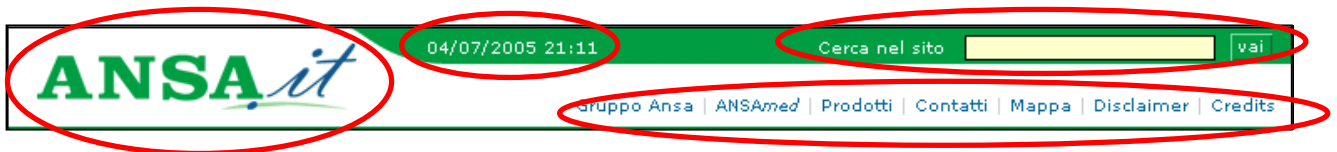
L'Home Page può essere suddivisa in quattro grandi aree:

1. Parte alta della Home page;
2. Parte sinistra della Home page;
3. Parte destra della Home page;
4. Parte centrale della Home page.

In alto a sinistra nella Home page troviamo il logo dell'azienda .

A fianco c'è un menu secondario, la data e l'ora corrente e il motore di ricerca interno del sito.

Il logo, non è nient'altro che è un link alla Home page del sito che si ripete in ogni pagina in modo da permettere in qualsiasi punto di ritornare alla pagina iniziale.



Il menù secondario di cui abbiamo parlato è composto dai seguenti link:

- **Gruppo Ansa**
permette di accedere ad una pagina in cui viene descritta l'azienda in ogni suo dettaglio.
- **ANSAméd**
permette di accedere ad un portale che tratta le notizie riguardanti i Paesi del Mediterraneo.
- **Prodotti**
descrive prodotti e servizi offerti dall'azienda Ansa.
- **Contatti**
contiene informazioni sull'organizzazione dell'azienda e informazioni su come contattarla.
- **Mappa**
descrive l'architettura del sito mostrando la sua articolazione e profondità.
- **Disclaimer**
illustra le normative riguardanti la pubblicazione di materiale informativo.
- **Credits**
visualizza aspetti legali e burocratici.

Il menù principale:

A sinistra della Home Page troviamo il menu principale che può essere suddiviso in due sottomenù. Il primo sotto Home, il secondo sotto “News”.



“Home” è un link che collega la pagina corrente alla Home page.

E’ utile durante la navigazione perché l’utente può in qualunque momento ritornare alla Home page. La lista di link di colore blu permette di accedere a pagine informative di carattere generale.

Le informazioni che possiamo individuare sono:

- **Canali:** mostra i canali disponibili come economia, meteo e motori;
- **News Alert – RSS:** fornisce informazioni su come scaricare un programma che permette di ricevere le notizie Ansa in tempo reale su appositi apparecchi;
- **Ansa Abbonati:** permette di accedere a servizi a pagamento riservati agli abbonati;
- **Ansa sul telefonino:** fornisce informazioni su come ricevere le news Ansa direttamente sul telefono cellulare;
- **Ansa International:** visualizza una serie di portali che forniscono notizie e informazioni accadute in Italia e nel mondo in lingua diversa da quella italiana;

Il menù “News” (che non è un link) suddivide le notizie in diverse categorie:

- **Top News:** offre le notizie principali delle ultime ore;
- **News in English:** offre la traduzione delle notizie italiane in lingua inglese;
- **Italia:** tratta le principali notizie accadute in Italia;
- **Mondo:** offre le principali notizie dal mondo;
- **Sport:** offre una pagina con notizie sportive;
- **Calcio:** offre le ultime notizie calcistiche;
- **Economia e Finanza:** elenca e approfondisce gli avvenimenti economici principali;
- **Cultura e società:** offre notizie e avvenimenti culturali e di costume;
- **Scienze:** tratta notizie scientifiche, risultati di ricerche e nuove scoperte;
- **Internet:** le novità della rete o i fatti legati alla rete;
- **Musica:** le notizie di cantanti, album, concerti ecc.
- **Cinema:** le ultime uscite, promozioni, sale cinematografiche;
- **Regioni:** apre un portale dedicato a ciascuna regione italiana.

In fondo al menù troviamo una piantina dell’Italia.

Cliccando su ogni regione viene aperta in un’altra finestra del browser un portale riservato a ogni regione che offre notizie specifiche della regione, informazioni meteo, informazioni agroalimentari relative alla regione scelta, rubriche speciali ecc.

Il menù laterale

Nella parte destra della Home Page (in basso a destra) c'è un altro menù. Questo menù denominato "Suggeriti", è suddiviso in tre argomenti principali:

Suggeriti
Rubriche
In edicola oggi
Un libro al giorno
Toto e Lotterie
Appuntamenti
Torino 2006
Mostra Fotografica
Istituzioni
Ansa in Europa
Turismo
Agroalimentare
Trasporti
Ambiente
Gazzetta Ufficiale
Qualità Alto Adige

Rubriche:

- **In edicola oggi:** riferimenti ai titoli dei quotidiani principali;
- **Un libro al giorno:** recensioni e opinioni su un libro diverso ogni giorno;
- **Toto e lotterie:** informazioni su lotto, superenalotto ecc.;

Appuntamenti:

- **Torino 2006:** speciale sulle olimpiadi invernali;
- **Mostra fotografica:** le foto più belle mai scattate;

Istituzioni:

- **ANSA in Europa:** link a portali Ansa europei;
- **Turismo:** rubriche sul turismo (alberghi, prezzi ecc.);
- **Agroalimentare:** agriturismo, cibo e natura;
- **Trasporti:** informazioni sui trasporti regionali;
- **Ambiente:** rubriche sull'ambiente;
- **Gazzetta Ufficiale:** estratti e sunti delle leggi nuove della Gazzetta Ufficiale;
- **Qualità Alto Adige:** rubrica speciale sul Trentino Alto Adige;

E' un menù che contiene moltissime informazioni di varia natura.

Utile soprattutto per gli utenti curiosi che non sono solo in cerca di fatti di cronaca.

Come detto in precedenza, infatti, il sito si rivolge a qualunque tipo di utenza cercando di soddisfare ogni tipo di curiosità e interesse.

Il cuore della Home page:

La zona centrale della pagina è occupata dalle notizie più importanti della giornata.

Può essere considerato come il cuore della Home page.

E' essenzialmente divisa in tre parti:

La prima parte riporta le notizie di cronaca principali accadute nella giornata.

Da notare come gli articoli sono ben disposti, in modo ordinato e quasi sempre ben distinti tra loro.

La seconda parte intitolata photonews contiene vari contributi fotografici agli argomenti di cronaca della giornata non solo italiani ma mondiali.

Nella zona bassa della pagina, sotto alle photonews, c'è una sezione chiamata vidonews che contiene i video dei servizi più importanti e delle ultime edizioni dei telegiornali andati in onda.

Qui sotto riportiamo uno screenshot della sezione di pagina a cui ci stiamo riferendo.

Notizie

News

>> Speciali >> le altre news



ASSEMBLEA AN: GASPARRI, FIRMEREMO DOCUMENTI CONDIVISI

Forse superato lo scontro nel partito. In nottata era sfumato l'accordo e **Storace e Alemanno** avevano annunciato: voteremo contro fiducia a Fini. Il leader ieri aveva detto: 'Governerò' senza le correnti e solo con tre organi fino a congresso in autunno 2006'. **E oggi Fiori**: e' saltato il documento comune

UDC: MARCO FOLLINI ACCLAMATO SEGRETARIO

IRAQ: BAGHDAD, RAPITO AMBASCIATORE EGIZIANO



Il diplomatico, Ihab al Sherif, si era insediato da poco. Non ci sono conferme ufficiali del sequestro. **Arabia**

saudita: ucciso presunto capo di Al Qaida nel paese

SONDA DEEP IMPACT LANCIA PROIETTILE CONTRO COMETA



Allo scopo di migliorare le conoscenze sull'origine del sistema solare. Lo hanno reso noto fonti della Nasa,

l'ente spaziale americano.

[Guarda il video](#)

TERRORISMO: OMAR ERA FONTE CIA SU ISLAM ALBANIA

L'Imam egiziano che alcuni agenti della Cia avrebbero rapito in Italia, una volta fornì ai servizi americani informazioni su militanti islamici operanti nel paese balcanico. Lo rivela il 'Chicago Tribune'

PALIO DI SIENA: DIMESSI STAMANI I FANTINI FERITI

Ieri si e' aggiudicato la vittoria la contrada del Bruco. La corsa dedicata alla Madonna di Provenzano e' stata vinta dal cavallo Berio montato da Trecciolino

E' MORTO IL REGISTA ALBERTO LATTUADA

GP FRANCIA FORMULA 1: POLE AD ALONSO, SCHUMI IN SECONDA FILA

Photonews

Fotonotizie



ANSAPHOTO

Le migliori foto dal Mondo, scopri l'offerta del servizio fotografico Ansa.

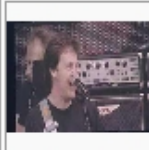


Videonews

Videonotizie

>> Tutti i video

ANSALIVE PRIMO PIANO



ULTIMA VIDEONOTIZIA SPETTACOLO

Live 8, gran finale con McCartney

PLAY ▶

11:31 Mondo

>> Deep Impact: proiettile lanciato

0:23 Spettacolo

>> Live 8, un concerto per la storia

ANSALIVE



ULTIMO VIDEOGIORNALE TOPNEWS

Edizione di Domenica ore 11.00

PLAY ▶

Topnews

>> Edizione di Domenica ore 10.00

Topnews

>> Edizione di Domenica ore 09.00

I Banner:

La Home Page del sito è ricca di banner pubblicitari dinamici posti sia nella parte alta della Home page che accanto al menù principale e laterale.

I banner cambiano in continuazione stessi ed è possibile trovarne di diversi anche a distanza di pochissimi giorni.



Addentriamoci ora più nel dettaglio nell'analisi dell'architettura del sito.

Un buon sito è costituito da una struttura gerarchica ad albero.

A partire dalla Home page deve essere possibile percorrere l'albero in profondità visitando i diversi livelli.

Un buon modo per comprendere l'architettura del sito è l'analisi della mappa del sito.

E' possibile visualizzare la mappa del sito cliccando sul link "Mappa" presente all'interno del menù secondario.

Una buona mappa deve essere completa, semplice da comprendere e deve rispecchiare in modo coerente l'architettura del sito.

Esaminando la mappa dobbiamo ritrovare la struttura completa del sito partendo dalla Home page fino a raggiungere i livelli più bassi.

La nostra analisi verificherà essenzialmente due aspetti principali che sono la **comprensibilità** della Mappa e la **completezza** (ma anche la fedeltà) delle informazioni in essa contenuta

Per prima cosa cerchiamo di verificare la comprensibilità della Mappa.

Comprensibilità:

I rettangoli evidenziati in blu sono quelli che rappresentano i link presenti nel primo livello della Home page.

Sotto ogni rettangolo blu ci sono delle voci in nero grassetto e delle voci in nero "normale".

Ad una prima analisi potrebbe sembrare che le voci in grassetto sono i link di secondo livello mentre le voci nero "normale" quelle di terzo livello ma in realtà non è così.

Le voci in nero grassetto sono dei "falsi livelli" nel senso che sono stati evidenziati perché rappresentano i titoli dei menù presenti nel secondo livello. Le voci in nero normale, invece, sono i veri link di secondo livello che portano alle pagine di terzo livello.

All'interno della mappa, poi, ci sono dei rettangoli evidenziati di rosa.

Che cosa sono? Indicano forse i link di terzo livello?

In realtà non è così perché, i rettangoli evidenziati in rosa, contraddistinguono quelle pagine di secondo livello a pagamento riservate agli abbonati Ansa. La cosa dovrebbe essere comprensibile per la presenza del simbolo € di fianco alla voce del menù.

Non condividiamo le scelte utilizzate in quanto riteniamo che colori diversi usati senza criterio potrebbero creare nell'utente incertezze o errati modi di interpretare la mappa.

Noi stessi abbiamo fatto un po' di fatica nel comprendere il vero significato dei colori e delle parole evidenziate in grassetto.

Completezza:

Per quanto riguarda la completezza, invece, notiamo delle imprecisioni. Non tutti i link presenti sulla Home page sono presenti nella mappa del sito. Mancano i seguenti link di primo livello:

1. Disclaimer;
2. Credits;
3. News Alert – RSS;
4. Top news;
5. News in English.

Inoltre la mappa si ferma soltanto al secondo livello e non va oltre.

Da una parte la scelta è condivisibile perché il sito Ansa si collega ad una serie di portali molto estesi e sarebbe impossibile rappresentare una mappatura completa dell'intero sito.

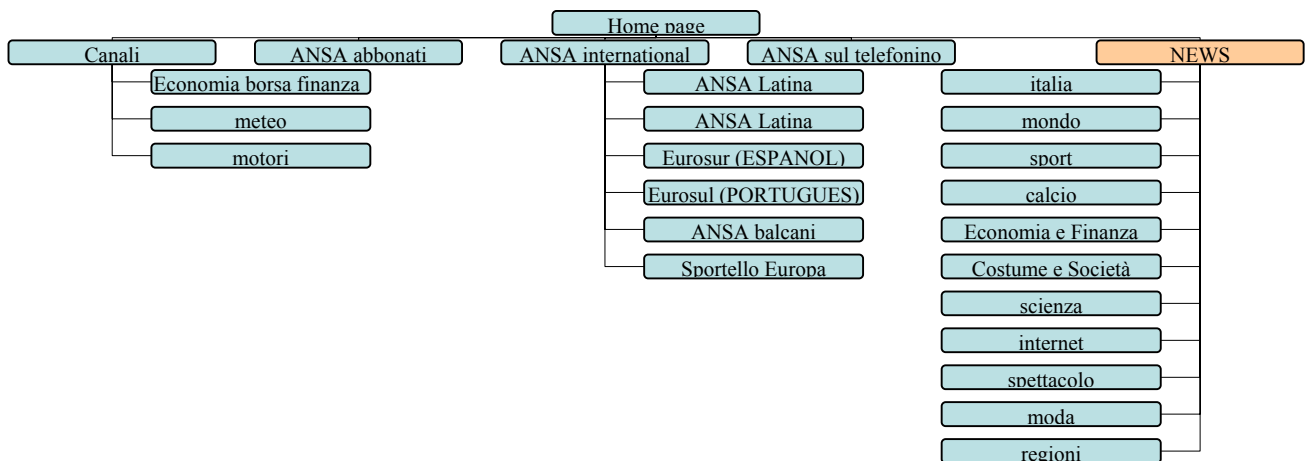
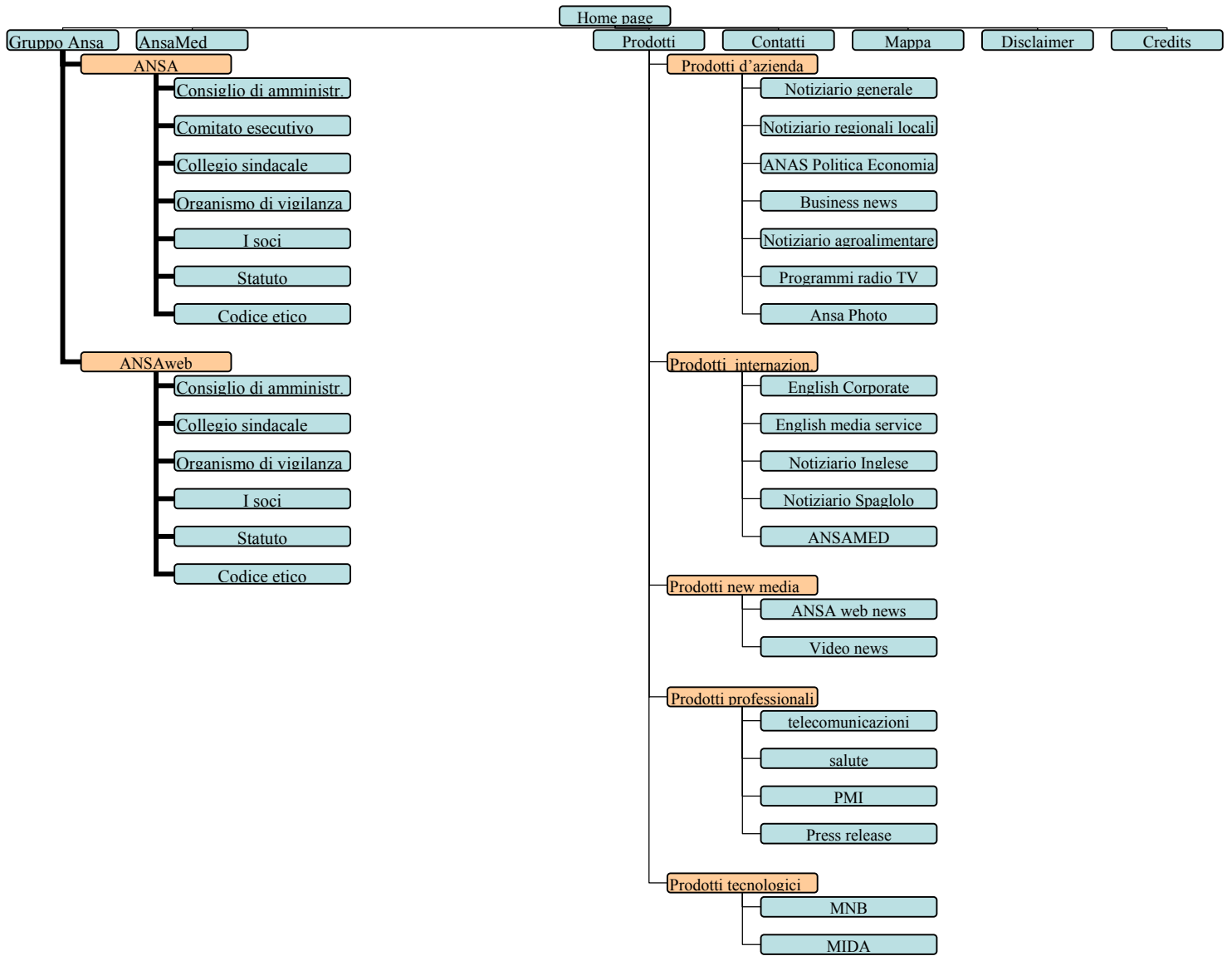
Forse si è preferito fornire all'utente una mappa più limitata di quella reale ma più immediata e comprensibile. Qui sotto viene riportato uno screenshot della mappa del sito.

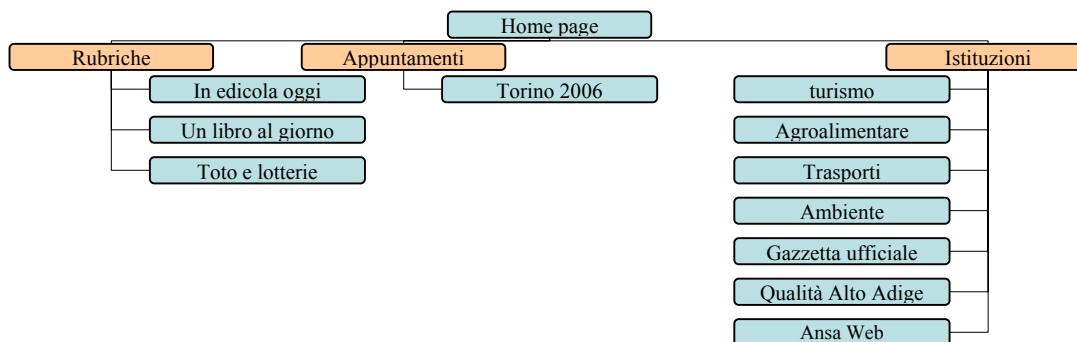
Pur essendo parziale come si vede occupa uno spazio già molto esteso.

HOME PAGE		
GRUPPO ANSA	CANALI	RUBRICHE
» Ansa	» Economia, Borsa e Finanza	» In edicola oggi
» Consiglio di Amministrazione	» Meteo	» Un libro al giorno
» Comitato Esecutivo	» Motori	» Toto e lotterie
» Collegio Sindacale		
» Organismo di Vigilanza		
» I Soci	ANSA ABBONATI	APPUNTAMENTI
» Statuto	» Business News (€)	» Torino 2006
» Codice Etico	» Salute (€)	
» Ansaweb	» Telecomunicazione (€)	ISTITUZIONI
» Consiglio di Amministrazione	» PMI (€)	» Turismo
» Collegio Sindacale		» Agroalimentare
» Organismo di Vigilanza	ANSA SUL TELEFONINO	» Trasporti
» I Soci		» Ambiente
» Statuto	ANSA INTERNATIONAL	» Gazzetta Ufficiale
» Codice Etico	» Ansa Latina Español	» Qualità Alto Adige
	» Ansa Latina Portugues	» Televideo
	» Eurosur (Español)	
PRODOTTI	» Eurosul (Portugues)	
» Prodotti d'Agenzia	» Ansa Balcani	
» Notiziario Generale	» Sportello Europa	
» Notiziari Regionali Locali	» Noticiero Español (€)	
» ANSA Politica Economia	» English Corporate Service (€)	
» Business News	» English Media Service (€)	
» Notiziario Agroalimentare	» English News (€)	
» Programmi Radio e TV	» Ansa Med (€)	
» ANSA Photo		
» Prodotti Internazionali	NEWS	
» English Corporate Service	» Italia	
» English Media Service	» Mondo	
» Notiziario Inglese	» Sport	
» Notiziario Spagnolo	» Calcio	
» ANSAMED	» Economia e Finanza	
» Prodotti New Media	» Cultura e Società	
» Ansa Web News (AWN)	» Scienza	
» Video News	» Internet	
» Prodotti Professionali	» Spettacolo	
» Telecomunicazioni	» Moda	
» Salute	» Regioni	
» PMI		
» Press Release		
» Prodotti Tecnologici		
» MNB		
» MIDA		
MAPPA DEL SITO		
CONTATTI		

Diagramma del sito:

Completiamo la sezione architettura riportando il diagramma del sito ricostruito navigando per ogni link. Per ovvi motivi di spazio ne abbiamo costruiti 3 separati.





Le “caselle” evidenziate in arancione sono quelle voci che compaiono in grassetto nella mappa ma che non sono link a livelli sottostanti. Come si vede sono gruppi tematici generici che raccolgono una classificazione più dettagliata. Usando una rappresentazione di questo tipo è evidente che non sono link. Nella mappa, invece, come già spiegato sembrano link di secondo livello.

La navigazione del sito è adeguata?

Una navigazione può essere considerata di buon livello se l’utente può navigare in parallelo ma anche trasversalmente senza “perdersi”. L’utente deve sempre avere la consapevolezza di dove si trova e il percorso che ha fatto per arrivarci.

L’utente deve sempre poter tornare indietro (alla penultima pagina visitata) e deve sempre poter tornare alla Home page ovunque esso si trovi.

Nel sito Ansa la navigazione è gestita nel seguente modo:

I tre menu del sito rimangono perennemente visibili.

Analizziamo comunque come avviene la navigazione al **primo livello**.

Quando l’utente clicca una qualunque voce di un qualunque menù presente nel primo livello, si possono verificare due situazioni:

- La pagina di secondo livello viene caricata nella parte centrale della Home page lasciando comunque i tre menù ben visibili;
- Se si cambia contesto si apre una nuova pagina del browser con una propria Home page;

Se ci troviamo nella prima situazione è sempre possibile tornare alla Home page cliccando sul link presente nel menù a sinistra (la voce “Home”), oppure cliccando sul logo presente nel menù in alto alla Home page.

Se ci si trova nel secondo caso, l’utente deve chiudere la finestra del browser per visualizzare la Home page che si trova in secondo piano.

È possibile effettuare navigazioni parallele tra i nodi del secondo livello ed è sempre possibile tornare alla Home page.

Quando si passa **dal secondo al terzo livello**, invece, ci possiamo trovare in due altre situazioni:

- Le pagine di terzo livello vengono caricate al centro della Home page al posto di quelle di secondo livello. I tre menù della Home page vengono sempre mantenuti visibili. L’utente può tornare indietro alla pagina di secondo livello o cliccando sul pulsante indietro del browser, o cliccando sul link indietro presente sempre al termine della pagina di terzo livello. L’utente può anche decidere di tornare alla Home page. Non è possibile quindi navigare parallelamente tra i nodi di terzo livello (bisogna infatti prima passare ad un nodo di secondo livello e poi scendere nuovamente al terzo livello) ma si può navigare trasversalmente verso le pagine di secondo livello.

- Altre volte si entra in un portale che apre un'altra finestra di Explorer che non sempre contiene link alla Home page di Ansa. Avremo due finestre del browser aperte.

La navigazione, quindi, può essere sia parallela che trasversale.

Si può infatti sia navigare tra nodi dello stesso livello (solo nel secondo e nel primo livello), sia navigare da un livello più basso a un livello più alto trasversalmente.

Ora che abbiamo spiegato come avviene la navigazione ci viene spontaneo porci un'altra domanda.

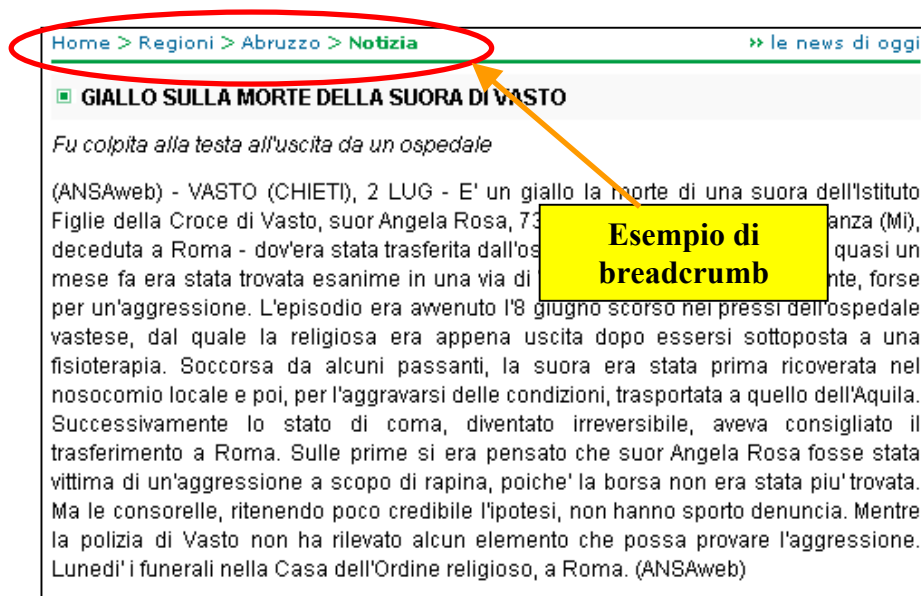
Ma l'utente riesce ad orientarsi durante la navigazione?

Ci sono strumenti di riferimento che non fanno comprendere la posizione dell'utente?

Intanto la presenza di menù laterali fissi è molto utile per l'orientamento dell'utente.

Altro aspetto fondamentale è anche la presenza di un apposito strumento di navigazione che viene in gergo chiamato **breadcrumb**.

Ogni volta che l'utente scende di livello, viene specificato il posto alla pagina il percorso seguito.



Nell'esempio l'utente è passato da "Home" a "Regioni", poi ha scelto "Abruzzo", poi ha deciso di visualizzare una qualche news presente nel livello richiesto.

Sintesi:

Punti di forza:

- La struttura del sito è semplice e comprensibile;
- La navigazione è semplice e spesso è possibile navigare parallelamente e trasversalmente;
- La mappa è graficamente lineare e priva di elaborazioni grafiche dispersive;
- L'utente sa sempre dove si trova grazie alla presenza di un breadcrumb;
- I menù fissi sono punti di riferimento stabile per l'utente;

Punti deboli:

- La mappa non è completa perché ci sono link di primo livello non riportati;
- Ci sono elementi ambigui all'interno della mappa (grassetto, colore rosa per i link a pagamento, ecc.);
- La mappa non riporta solo i link ai livelli ma fa anche raggruppamenti logici che non hanno nulla a che fare con la struttura del sito.

COMUNICAZIONE

Comunicazione: 2,67 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi

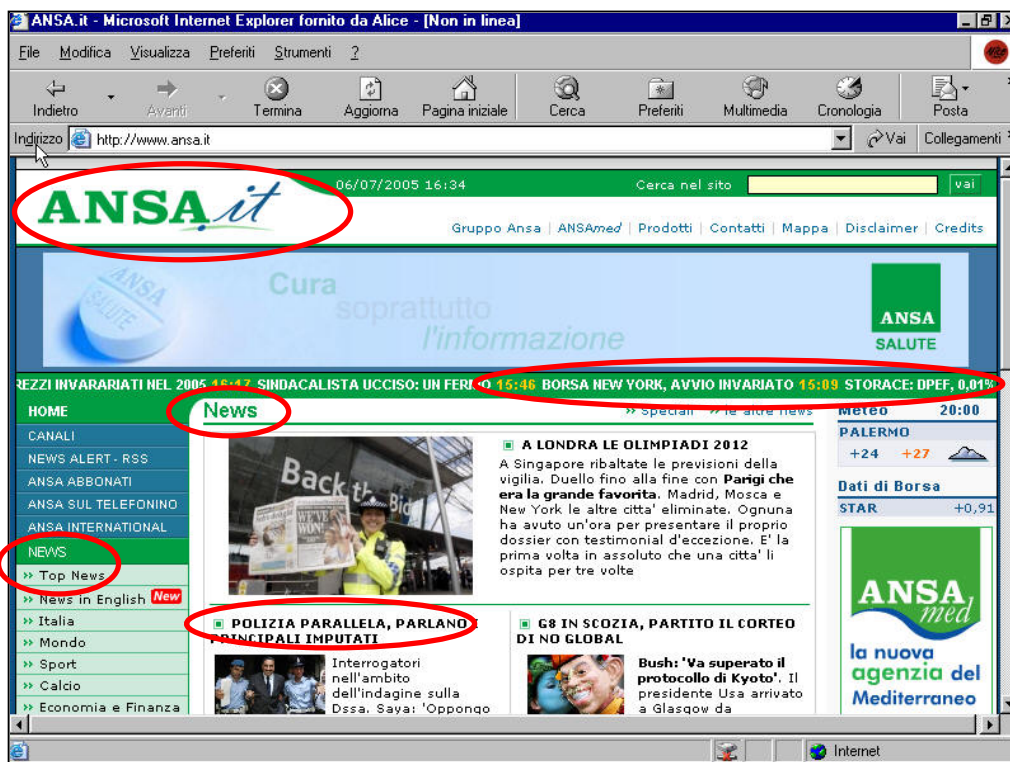
La Home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

L'utente che entra in un sito sta pochissimi secondi sulla Home page.

Se in questi pochi secondi l'attenzione dell'utente non viene catturata o se l'utente non riesce a comprendere di che sito si tratta, spesso l'utente abbandona la pagina.

Sono dati che emergono da studi statistici effettuato da apposite organizzazioni che studiano il comportamento dell'utente all'interno della rete.

Aspetto importante è quindi che l'utente, guardando la Home page possa comprendere l'obiettivo per cui il sito è stato creato.



A nostro parere la comunicazione della Home page è immediata sia perché il nome del gruppo riportato nella brand image è molto famoso, sia perché la Home page è strutturata in modo da rendere evidenti certi elementi autoesplicativi.

Appena l'utente accede alla Home page, per esempio, vede flash di notizie scorrere in alto.

Leggiamo una scritta grande evidenziata in verde "news" al centro della pagina, di fianco a news troviamo link a "Speciali" oppure "le altre news".

Al centro della pagina è evidente lo stile giornalistico con titoli brevi ma densi di informazione che riportano i principali fatti di cronaca della giornata.

Nel menù principale viene ripetuta più volte la parola news.

Pensiamo quindi che chiunque acceda il sito capisca immediatamente che l'argomento principale sono appunto le news.

Il sito è coerente con la brand image?

Cosa molto importante è l'immagine di marca.

Permette di dare una certa immagine dell'azienda e di renderla facilmente riconoscibile.

Il marchio ben fatto distingue il prodotto dagli altri.

Anche il sito deve essere costruito e creato in rispetto e in modo coerente all'immagine che l'azienda si è creata.



Osservando la Home page notiamo che i colori scelti sono coerenti con la brand image.

I colori predominanti sono, infatti, il verde e il blu.

Durante la navigazione, inoltre, il marchio rimane sempre ben visibile.

L'impressione comunque è che il gruppo tende a puntare più sulla popolarità del nome del gruppo che non sul marchio. Non viene mantenuto, infatti, un simbolo uguale nei siti ansa stranieri.

I marchi usati sono differenti in nome e colore anche se la radice ansa è mantenuta.

Ansa, quindi, punta più sul nome che sul simbolo.

Penso che chiunque sappia chi sia Ansa ma ben pochi conoscono il marchio Ansa e quasi nessuno sa qual è il marchio usato da Ansa nel sito web italiano.

Osserviamo un esempio di marchio utilizzato nel sito Ansa portoghese:



Osservando il marchio si vede chiaramente che si fa esplicito riferimento al fatto che il portale visitato è il portale latino americano dell'agenzia Ansa.

Nonostante tutto all'interno del portale c'è un rispetto meticoloso della corrispondenza colore brand image e colore sfondi e menù. I colori predominanti nel portale portoghese, infatti, sono il verde e l'arancio.

Anche all'interno del sito italiano si trovano diversi marchi di Ansa.

Ecco alcuni esempi:



Tendenzialmente si può concludere che il gruppo Ansa tende principalmente a far conoscere il proprio nome e la propria professionalità senza creare una diretta associazione simbolo - gruppo.

Il marchio quindi non sembra essere molto forte perché non è unico e cambia da paese a paese.

Se Ansa avesse voluto mantenere il proprio marchio forte anche all'estero avrebbe utilizzato lo stesso.

Ovviamente questa è una nostra opinione, non ci riteniamo esperti di marketing e di mercato.

Notiamo comunque che la radice Ansa rimane sempre costante (esempio: **Ansa**web, **Ansa**latina).

Layout e formati video:

In questa sezione analizzeremo l'adeguatezza del layout ai vari formati video.

Cercheremo cioè di capire come la pagina viene visualizzata dagli utenti utilizzando diverse risoluzioni.

Per effettuare questa prova utilizzeremo una scheda video ad alta risoluzione e, partendo da una risoluzione di tipo 640 x 480 arriveremo a una risoluzione massima di 1280 x 1024.

Risoluzione 640 x 480



Commento:

Osserviamo che usando una risoluzione video di tipo 640 x 480 la visualizzazione della pagina è molto scomoda. Non solo si obbliga l'utente a dover fare scorrimenti verticali molto lunghi (in verticale visualizzo solo $\frac{1}{4}$ della pagina), ma anche ancor più fastidiosi scorrimenti orizzontali (anche se quasi tutta la pagina viene visualizzata in orizzontale).

Inoltre gli utenti per poter leggere un solo articolo si dovranno spostare in continuazione usando le barre di scorrimento.

Dalla figura è possibile osservare che nemmeno l'articolo principale viene inquadrato interamente.

Sembra quindi ovvio che gli utenti che utilizzano questa risoluzione avranno enormi difficoltà nella visualizzazione della pagina in questione.

Risoluzione: 800 x 600



Commento:

Una risoluzione di questo tipo (800 x 600) è già molto più accettabile. La pagina è visualizzabile interamente in orizzontale (solo pochi millimetri di sfondo blu vengono tagliati fuori). In verticale viene visualizzato un buon terzo di pagina. Scorrimenti verticali sono quindi necessari ma sono sicuramente meno fastidiosi di quelli verticali.

Risoluzione: 1024 x 768



Commento:

Usando una risoluzione di tipo 1024 x 768 notiamo un ulteriore miglioramento del layout visualizzato. La pagina si vede completamente in orizzontale e aumenta notevolmente la porzione di pagina visibile verticalmente. Più della metà della pagina è infatti visibile in verticale.

Notiamo un allargamento dello sfondo blu che va a ricoprire le parti della pagina che altrimenti rimarrebbero bianche dovuto all'effetto restringimento.

Si tende quindi a espandere un elemento grafico (lo sfondo) per ottenere comunque un effetto grafico gradevole. Il carattere a nostro avviso è ancora ben leggibile.

Risoluzione: 1280 x 720



Commento:

La visualizzazione è molto simile al formato 1024 x 768.

Ovviamente, essendoci un numero maggiore di pixel in larghezza, la pagina tende a stringersi.

Ad un restringimento della pagina segue un ulteriore allargamento dello sfondo che occupa una porzione maggiore di pagina. La visualizzazione dei caratteri è ancora buona. Un po' più piccoli ma ben leggibili.

Risoluzione: 1280 x 1024



Commento:

Con una risoluzione molto più elevata la visualizzazione complessiva è buona in termini di gestione dello spazio, tuttavia il contenuto (soprattutto il testo) tende a rimpicciolirsi troppo. Interessante notare come allargando le bande blu venga comunque mantenuta la centralità della pagina.

Layout e comprensione:

Il layout delle pagine deve facilitare la comprensione dei contenuti e rispettare le leggi della Gestalt. A nostro avviso la Gestalt del sito potrebbe essere migliorata. Seppure è stato fatto uno sforzo per mettere in evidenza i vari menù (con colori di contrasto rispetto allo sfondo), i problemi principali si possono evidenziare principalmente nel cuore della Home page.

Ecco alcuni esempi:

Videonews	
ANS LIVE PRIMO PIANO	ANSALIVE
ULTIMA VIDEONOTIZIA SPETTACOLO Cresce la febbre per Harry Potter PLAY	ULTIMO VI TOPNEWS Edizione di Mercoledì' ore 12.00 PLAY
11:47 Economia » Antonveneta: Abn si porta al 25,08%	Topnews » Edizione di Mercoledì' ore 11.00
10:31 Mondo » Bush al G8 tra attacco e difesa	Topnews » Edizione di Mercoledì' ore 10.00

Le linee della tabella di ugual colore si associano di significato ma in realtà non c'è nessuna associazione logica.



Sembra che cliccando su ultima videonotizia si acceda all'ultimo video, invece si accede all'ultimo video cliccando su play. C'è infatti una linea orizzontale di separazione che non dovrebbe esserci.

La linea orizzontale non ci dovrebbe essere. La notizia è una ma sembrano due.

Come si vede sopra, inoltre, l'uso spropositato di linee orizzontali di separazione fanno presagire all'utente più informazioni di quante ne vengono effettivamente rappresentate. Il titoletto blu "ultimo videogiornale topnews" sembra un link separato da "Edizione di mercoledì ore 12.00". In realtà il titoletto in blu si riferisce all'edizione di mercoledì. Ma allora non ha senso tracciare una netta linea orizzontale di separazione. Inoltre mettere un titolo "Ultima videonotizia..." fa credere all'utente che cliccandoci sopra si possa visualizzare un video relativo all'ultima notizia. In realtà non è nemmeno un link. In questo caso, quindi, la Gestalt non aiuta ma confonde l'utente. Ma ci sono anche altri esempi stonanti presenti nella Home Page:



Si può osservare come il layout utilizzato per la rappresentazione dei dati relativi al meteo e il layout utilizzato per dare informazioni relative ai titoli di borsa sono del tutto identici.

Sembrirebbe che a Palermo ci sono +25 gradi di minima e +27 gradi di massima mentre a MIB30 ci sono +0,60 gradi.

Palermo e MIB30 sono in tabelle molto vicine (quasi sembra un'unica tabella) che oltretutto hanno un layout identico. Le righe della tabella hanno lo stesso colore, il tipo di carattere usato è identico e persino il colore del carattere usato è lo stesso (per esempio le parole Meteo e Dati di Borsa sono scritte in modo identico in colore, carattere e dimensione).

Ma problemi di questo tipo non sono solo nella Home Page: proviamo a cliccare sul link "Mondo" della sezione "News".

La pagina centrale cambia visualizzando una serie di notizie divise per giorno, organizzate in ordine cronologico. Qui di seguito viene presentato uno screenshot della pagina di cui abbiamo parlato.



>> ITALIA-CROAZIA: VIA A COLLEGAMENTO VELOCE TRANI-DUBROVNIK
2005-07-06 16:26:00
>> ISRAELE: MINISTRO FINANZE, PIU' DOMANDA E MENO OFFERTA
2005-07-06 16:24:00
>> MAROCCO: AMBASCIATORE, ACCORDO PESCA SU STRADA GIUSTA
2005-07-06 16:17:00
>> OLIMPIADI 2012: LONDRA BATTE PARIGI
2005-07-06 16:14:00
>> ITALIA: VINO; SECONDI AL MONDO, MA SPAGNA INCALZA
2005-07-06 16:09:00
>> MEDITERRANEO: MILANO SCOPRE LE CULTURE DEL MARE COMUNE
2005-07-06 15:49:00
>> PESCA: MARINERIE ADRIATICHE IN SCIOPERO CONTRO CARO-GASOLIO
2005-07-06 15:41:00
>> CAMBI: QUOTAZIONI INDICATIVE UIC-BCE
2005-07-06 15:39:00
>> ARABIA SAUDITA: NUOVO POLO INDUSTRIALE SU MAR ROSSO
2005-07-06 15:30:00
>> ITALIA: EUROPA E AFRICA INSIEME PER SVILUPPO AREA MED
2005-07-06 15:30:00
>> ITALIA-GRECIA:PARCO ABRUZZO ESPORTA TECNICA SU MONTE MENALON
2005-07-06 15:21:00
>> ITALIA-SPAGNA: MUSICA; ORCHESTRA BARI IN TOURNEE A LEON
2005-07-06 15:18:00
>> TURCHIA: VENDITA AZIONI TURK TELEKOM DOPO APPROVAZIONE CDM

Penso che il problema risulti a colpo d'occhio.

Se scendiamo verso il centro della pagina, l'occhio si disorienta.

L'utente non riesce più a capire se la scritta in rosso che rappresenta la data e l'ora si riferisce alla notizia immediatamente sopra o alla notizia immediatamente sotto. La spaziatura o il colore non aiutano di certo.

Le notizie sono separate da spazi della stessa larghezza, le scritte relative alla cronologia sono rosse mentre quelle relative alle notizie blu. Non era meglio associarle per colore notizia e relativa cronologia?

Così si crea un'associazione del tipo notizia-notizia, cronologia-cronologia e non cronologia-notizia.

Banner:

Uno degli aspetti a mio avviso più negativo è la presenza di troppi banner. Gli screenshot qui sotto riportano alcuni esempi.

Screenshot 1



Screenshot 2



Sappiamo che l'obiettivo principale dei banner contrasta fortemente con l'obiettivo principale della Home Page. I banner qui presenti, infatti, catturano l'attenzione dell'utente che può perdere di vista i contenuti della Home Page (soprattutto il banner in alto che copre tutta la larghezza della pagina distrae molto).

Colori:

Valutare il colore non significa soltanto apprezzarlo dal punto di vista grafico ma anche cercare di comprendere se l'uso del colore è di aiuto all'utente per distinguere per esempio i contenuti di diversa natura.

L'analisi da noi effettuata non sempre ha prodotto risultati soddisfacenti.

A volte l'uso dei colori aiuta l'utente a comprendere il contesto, dove si trova e cosa sta facendo, altre volte l'utente è confuso e non riesce a comprendere il senso logico dell'uso dei colori creando delle associazioni mentali sbagliate e confuse.

Il menù laterale è di colore verde.

In alto in verde più scuro è evidenziata la sezione alla quale le voci del sottomenù si riferiscono.

La voce del menù selezionata, poi, cambia evidentemente di colore facendo capire all'utente:

- che la voce selezionata è un link;
- qual è il link che in quel momento sta selezionando;



Si tende poi ad enfatizzare la presenza del link usando delle frecce di colore verde più scuro rispetto allo sfondo utilizzato.

Le voci del menù, poi, sono racchiuse da un contorno verde scuro in contrasto con il bianco della pagina per accentuare ancor più maggiormente la struttura stessa del menù che, viene percepito dall'occhio dell'utente, come un'entità unica e compatta che si distingue dal resto delle informazioni contenute al centro della Home page..

Anche il menù laterale è ben evidenziato.

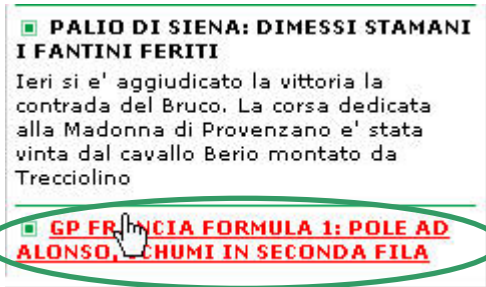
Lo sfondo grigio chiaro rispetto allo sfondo bianco, tende a risaltare leggermente il menù che viene percepito come un'entità compatta (in base alla legge della linea chiusa della Gestalt). Forse il colore di sfondo sarebbe dovuto essere di un colore più intenso per distinguerlo meglio dal resto della pagina.

Anche i colori della voce del menù sono usati in modo corretto.



Il blu scuro grassetto per il titolo principale, il verde grassetto per le sottocategorie del menù, le scritte in blu chiaro che si evidenziano in rosso al passaggio del mouse per le voci del menù.

Anche nella sezione centrale dove vengono riportate le notizie principali si usa la tecnica di sottolineare e di evidenziare il link di rosso al passaggio del mouse.



■ **PALIO DI SIENA: DIMESSI STAMANI I FANTINI FERITI**
Ieri si e' aggiudicato la vittoria la contrada del Bruco. La corsa dedicata alla Madonna di Provenzano e' stata vinta dal cavallo Berio montato da Trecciolino

■ **GP FRANCIA FORMULA 1: POLE AD ALONSO, VEHUMI IN SECONDA FILA**

Buon uso del colore. I link selezionati nella sezione news si sottolineano e diventano di colore rosso. Anche in questo caso il link è affiancato da un quadratino di colore verde.

A nostro parere non sempre l'uso del colore è usato con criterio:




HOME
CANALI
NEWS ALERT - RSS
ANSA ABBONATI
ANSA SUL TELEFONINO
ANSA INTERNATIONAL
NEWS
» Top News
» News in English **New**
» Italia

Il colore del menù tende a confondersi con lo sfondo blu usato per la pagina. Ci vorrebbe maggior contrasto.

Altre volte il cattivo utilizzo del colore confonde le idee all'utente.

Consideriamo questo altro semplice esempio:

Subito sotto al menù news presente nella parte sinistra dello schermo, è presente l'immagine di una carta geografica rappresentante l'Italia.



Sembra un link ad un'unica pagina, in realtà ad ogni regione è associato un link che porta alle news di ogni regione. Ma da cosa lo si capisce?

Per prima cosa non è ben chiaro se l'area della carta geografica sia cliccabile o meno.

L'utente può decidere di passare il puntatore del mouse sopra la cartina geografica; in tal caso si accorge che il puntatore assume la forma di una mano e capisce che la cartina stessa è un link verso qualche pagina.

Il problema principale, però, è che ogni regione sulla cartina è un link a una pagina diversa e non alla stessa pagina. Se clicco sulla Lombardia, per esempio, si apre la pagina relativa alle news della Lombardia, se clicco sul Piemonte, invece, si apre la pagina relativa alle news del Piemonte.

Ma come fa l'utente a capirlo? Le regioni sono tutte dello stesso colore e il colore della regione puntata dal mouse non cambia. Si crea nell'utente la convinzione che l'immagine sia un unico link verso una pagina mentre ne contiene tanti quanti sono le regioni italiane.

Solo all'apertura della pagina l'utente si accorgerà dell'esistenza di link multipli.

In questo caso il colore non è ben utilizzato.

Questo avviene perché l'occhio percepisce come un unico elemento immagini vicine che hanno lo stesso colore. Non si potrebbe evidenziare con un colore diverso la regione nel momento in cui viene selezionata con il mouse? Se l'area non viene messa in evidenza l'utente ha l'impressione che l'immagine sia unica, come se fosse una foto, per esempio.

Ma analizzando la pagina web ci si accorge che ci sono altri esempi non molto coerenti:

The screenshot shows a news website layout. On the left is a navigation menu with categories like 'HOME', 'CANALI', 'NEWS ALERT - RSS', 'ANSABONNATI', 'ANSASUL TELEFONINO', 'ANSA INTERNATIONAL', 'NEWS', and 'Regioni'. The main content area is titled 'News' and features several news items. A blue arrow points from a map of Italy in the 'Regioni' section to a red headline: 'UDC: MARCO FOLLINI ACCLAMATO SEGRETARIO'. A yellow box highlights the headline 'IRAQ: BAGHDAD, RAPITO AMBASCIATORE EGIZIANO' with a red arrow pointing to it. Another yellow box highlights the link 'Guarda il video' below the Iraq headline. Other news items include 'ASSEMBLEA AN: GASPARRI, FIRMEREMO DOCUMENTI CONDIVISI', 'SONDA DEEP IMPACT LANCIA PROIETTILE CONTRO COMETA', 'TERRORISMO: OMAR ERA FONTE CIA SU ISLAM ALBANIA', 'PALIO DI SIENA: DIMESSI STAMANI I FANTIA FERITI', 'E' MORTO IL REGISTA ALBERTO LATTUADA', and 'GP FRANCIA FORMULA 1: POLE AD ALONSO, SCHUMI IN SECONDA FILA'.

Al centro della pagina ci sono delle scritte rosse evidenziate in un rettangolo giallo con a fianco una freccia che punta la scritta.

Sembra che l'autore della pagina voglia catturare l'attenzione dell'utente proprio su quelle scritte che vengono evidenziate in molteplici modi (usando colore e frecce rosse che risaltano rispetto alle altre scritte nere)

Ma perché?

Viene proprio spontaneo chiedersi il perché della scelta e soprattutto viene spontaneo chiedersi se quelle scritte sono veramente così importanti da dover essere evidenziate in questo modo.

Già il testo rosso intorno a testo nero risalta e risalta ancor di più se evidenziato di giallo con una freccia rossa di fianco.

E' forse un link di approfondimento dell'articolo?

E' il link che porta all'articolo completo?

Guardiamo la pagina più da vicino per cercare di comprendere....



Link all'articolo su assemblea AN

Link su un articolo UDC

Video su sonda Deep Impact

Come si può osservare le scritte rosse evidenziate in giallo, non hanno un significato specifico o un'associazione logica facilmente individuabile.

L'articolo dell'UDC per esempio potrebbe sembrare un approfondimento dell'articolo su AN vista la sua posizione interna al rettangolo che racchiude la notizia su AN.

Non vengono nemmeno rispettate le leggi della Gestalt.

Perché il link è inserito nello stesso riquadro contenente l'articolo su AN?

Altro punto controverso.

All'interno di ogni articolo alcune parole sono evidenziate in grassetto.

Ad un primo impatto potrebbero sembrare dei link.

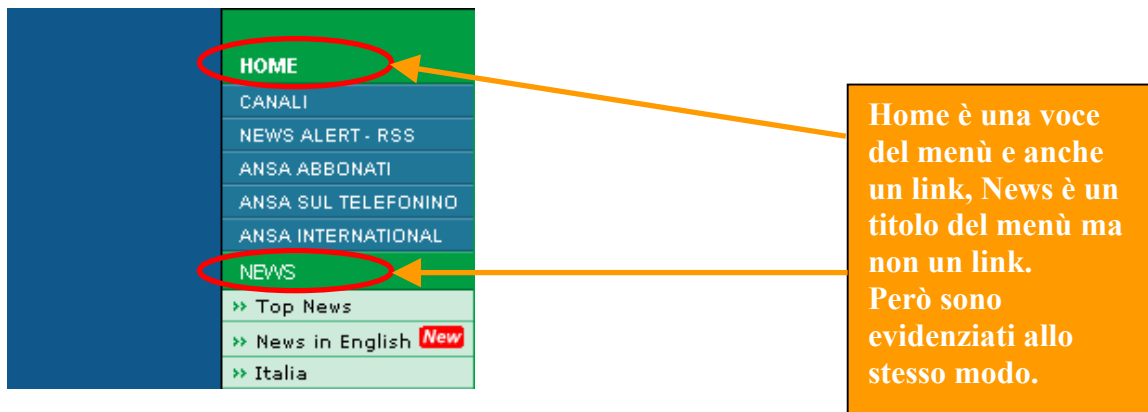


Link o non link?

Passando il puntatore del mouse in grassetto ci sulla parola si accorge che non è un link.

Solo analizzando l'intero articolo si capisce che il grassetto evidenzia puramente i personaggi principali coinvolti nell'evento riportato dalla notizia.

Infine un altro uso improprio dei colori che abbiamo notato è proprio nel menù principale presente a sinistra della Home page:



“Home” è incorniciato di verde e ha la scritta bianca ed è un link, “News” è incorniciato di verde e ha la scritta bianca ma non è un link. E’ solo un titolo del menù che raggruppa i link sottostanti.

Caratteri utilizzati:

Analizzeremo ora l’uso dei caratteri dal punto di vista della leggibilità.

I caratteri utilizzati sono senza grazie e questo facilita sicuramente la leggibilità sul video.

I caratteri che vengono utilizzati sono Arial minuscolo e Arial maiuscolo.

Il corsivo è quasi del tutto evitato e questo evita lo sgradevole effetto sega causato dalla presenza di linee inclinate su schermi a bassa risoluzione.

I titoli delle notizie sono scritte totalmente in stampatello maiuscolo.

Tenendo conto che si tratta di frasi brevi la tecnica potrebbe essere accettabile anche se, a nostro parere, sarebbe stato meglio utilizzare comunque caratteri minuscoli magari con dimensione diversa.

I colori del testo e dello sfondo sono ben scelti. Per le notizie si usano caratteri di colore nero su sfondo bianco.

Rimane a nostro parere sempre una delle tecniche migliori in quanto la vista dell’utente non viene stancata.

Anche le scritte blu chiaro su sfondo bianco usate per il menù di destra sono gradevoli alla vista.

I banner ovviamente hanno caratteri propri che non sono oggetto di valutazione in quanto vengono scelti dall’inserzionista.

Aggiornamento: passato qualche giorno dall’inizio della valutazione abbiamo notato che i titoli delle notizie prima presenti in stampatello sono stati sostituiti dal corsivo grassetto. E’ sicuramente una soluzione che migliora notevolmente la leggibilità delle parole.

Sintesi:

Punti di forza:

- ☐ Struttura del sito coerente con la brand image;
- ☐ Il sito ha un buon layout per quasi tutte le risoluzioni video;
- ☐ Ottimo layout anche con risoluzioni video molto elevate;
- ☐ Il menù principale e il menù laterale sono ben visibili e spiccano sullo sfondo bianco;
- ☐ I link sono ben evidenziati e cambiano di colore al passaggio del mouse;

Punti deboli:

- ☐ Brand image non molto forte (brand diversa in siti stranieri);
- ☐ Usando risoluzioni del tipo 640 x 480 la navigazione nella pagina risulta difficoltosa e sono necessarie operazioni di scroll orizzontali e verticali;
- ☐ Presenza di troppi banner che distraggono l’utente;
- ☐ In alcuni casi non vengono rispettate le leggi della Gestalt;
- ☐ Il colore non sempre aiuta a distinguere elementi diversi e ci sono casi di ambiguità;

FUNZIONALITA'

Funzionalità: 1,5 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi:

Le funzioni per effettuare le transizioni sono adeguate?

In questa sezione viene valutata la funzionalità del sito ovvero la qualità dei servizi che il sito mette a disposizione. Nonostante la maggior parte dei contenuti del portale siano gratuiti, esistono due sezioni dove si fa uso di transizioni. La prima è definita **ANSA ABBONATI** e riguarda per l'appunto abbonamenti a servizi di approfondimenti tematici, l'altra, invece riguarda la possibilità da parte dell'utente di **inviare un Curriculum** per un eventuale inserimento nel personale Ansa.

Entrambe le transizioni prevedono la compilazione di form che definiscono, ovviamente, campi obbligatori e campi non obbligatori. Nota positiva è che le informazioni obbligatorie sono veramente ridotte al minimo (dati per identificare l'utente), mentre, il numero delle informazioni opzionali è più elevato ma non sono determinanti per la realizzazione della transizione.

I campi obbligatori sono segnalati da un asterisco di fianco al campo desiderato.

Questo dà la possibilità all'utente di ignorare completamente le informazioni di carattere solo commerciale senza nemmeno leggerle.

I campi da compilare sono ben chiari e comprensibili da chiunque, non si fa uso di alcun tipo di terminologia tecnica anche se non si tengono separate le form di richiesta di informazione necessarie da quelle contenenti questionari conoscitivi dell'utente.

La politica relativa alla privacy è espressa nel modo più sintetico possibile, le informazioni più rilevanti, seppur sintetiche, vengono espone chiaramente all'inizio del form.

La parte relativa al Curriculum è più lunga da compilare ma pensiamo sia una scelta coerente.

Le informazioni richieste, infatti, sono indispensabili per comprendere il livello di preparazione e di formazione di ciascun candidato. Il Curriculum deve essere per natura lungo e dettagliato.

Qui sotto lo screenshot relativo al servizio a pagamento Ansa Abbonati diviso poi per categorie di abbonamento.

The screenshot shows the ANSA website interface. At the top, there is a banner with the text "se fra tante offerte non sai più cosa scegliere". Below this, a navigation bar contains several news headlines: "ELLE 4 BOMBE 09:14", "EURO IN RIMBORSO SOTTO I 121 DOLLARI 09:00", "IN ERITREA BUS CADE IN BURRONE 09:41", and "URAGANO DENNIS: 16 MORTI A CU". The main navigation menu on the left includes "HOME", "CANALI", "NEWS ALERT - RSS", "ANSA ABBONATI", "ANSA SUL TELEFONINO", "ANSA INTERNATIONAL", "NEWS", "Top News", "News in English", "Italia", "Mondo", "Sport", "Calcio", "Economia e Finanza", "Cultura e Società", "Scienza", "Internet", "Spettacolo", "Moda", "Musica", "Cinema", and "Regioni". The "ANSA ABBONATI" link is circled in red. The main content area features three sections: "ANSA BUSINESS NEWS" with a link to "Accedi al servizio ANSA BUSINESS NEWS", "ANSA SALUTE" with a link to "Accedi al servizio ANSA SALUTE", and "ANSA TELECOMUNICAZIONI" with a link to "Accedi al servizio ANSA TELECOMUNICAZIONI". On the right side, there is a "Meteo" widget for BARI showing a temperature of +17 and a change of +25, a "Dati di Borsa" widget for TECHSTAR showing a change of -0,13, and an advertisement for "ANSA med la nuova agenzia del Mediterraneo per il Mediterraneo". At the bottom right, there is a "Suggeriti" section with "Rubriche" including "In edicola oggi", "Un libro al giorno", "Toto e Lotterie", "Appuntamenti", "Torino 2006", and "Mostra Fotografica".

Il trattamento degli errori è adeguato?

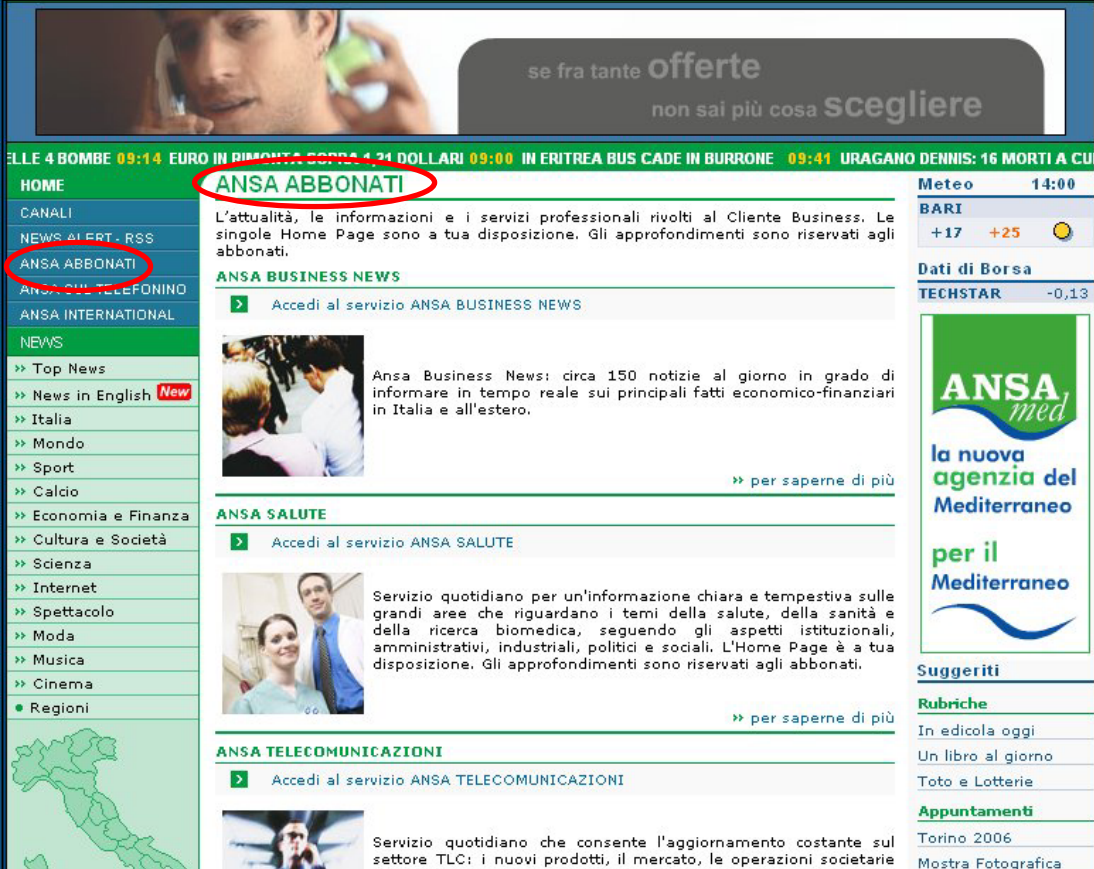
Durante l'interazione con un sito l'utente commette facilmente degli errori.

Gli errori possono essere di diverso tipo: l'utente si dimentica di inserire campi obbligatori, l'utente sbaglia a digitare riportando informazioni scorrette, a volte viene utilizzato un formato diverso da quello richiesto per effettuare la transazione ecc.

Un sito funzionale deve tentare di ridurre al minimo i possibili errori commessi dall'utente proponendo, nel modo più opportuno possibile, il modo per correggerli.

Per valutare questa caratteristica simuleremo il comportamento dell'utente commettendo volontariamente degli errori e cercando di verificare come il "sito" si pone nei nostri confronti (se si accorge dell'errore e come lo segnala all'utente).

Proviamo ad accedere alla sezione Ansa abbonati.



The screenshot shows the ANSA website home page. At the top, there is a banner with the text "se fra tante offerte non sai più cosa scegliere". Below the banner, there is a navigation menu with the following items: HOME, CANALI, NEWS ALERT - RSS, ANSA ABBONATI (circled in red), ANSA SUL TELEFONINO, ANSA INTERNATIONAL, NEWS, Top News, News in English (with a "New" tag), Italia, Mondo, Sport, Calcio, Economia e Finanza, Cultura e Società, Scienza, Internet, Spettacolo, Moda, Musica, Cinema, and Regioni. The main content area features three subscription options: ANSA BUSINESS NEWS, ANSA SALUTE, and ANSA TELECOMUNICAZIONI. Each option includes a brief description and a link to access the service. On the right side, there is a weather section for BARI, a stock market section for TECHSTAR, and a section for ANSA med (la nuova agenzia del Mediterraneo per il Mediterraneo). At the bottom right, there is a "Suggeriti" section with links to "Rubriche", "In edicola oggi", "Un libro al giorno", "Toto e Lotterie", "Appuntamenti", "Torino 2006", and "Mostra Fotografica".

All'utente vengono presentate diverse aree di abbonamento.

Possiamo decidere di abbonarci al servizio Ansa salute, Ansa Business News, Ansa Telecomunicazioni ecc.

E' possibile fare click sul link di interesse senza la possibilità di errori in quanto, una breve didascalia, descrive sinteticamente il tipo di servizio in questione.

Una volta selezionato il link di interesse, viene presentata all'utente una pagina che descrive il servizio offerto da Ansa (noi abbiamo fatto click su Ansa Business News) in termini molto generali. In fondo alla pagina è presente un link di approfondimento denominato "Vuoi saperne di più?" dove vengono fornite informazioni più dettagliate sul servizio.

PRODOTTI INTERNAZIONALI	DESCRIZIONE Servizio quotidiano di circa 150 notizie in grado di informare in tempo reale sui principali fatti che caratterizzano la realtà economico-finanziaria, in Italia e all'estero. Il flusso di notizie è curato direttamente dalla Redazione Economica ANSA.
PRODOTTI PER I NEW MEDIA	
PRODOTTI PROFESSIONALI	ALTRE INFORMAZIONI Le notizie sono organizzate in archivi tematici:
PRODOTTI TECNOLOGICI	<ul style="list-style-type: none">• Quotazioni giornaliere;• Analisi quotidiana di Valute, Borsa e Titoli di Stato;• Apertura e chiusura dei mercati valutari e finanziari con commento di metà seduta;• Provvedimenti del Governo, del Parlamento, dei Ministeri finanziari e delle Autorità monetarie;• Flash sui principali fatti di politica e di cronaca in Italia e all'estero; o Rassegna stampa dei più importanti fatti economici e finanziari
	<p>Il notiziario Business News è disponibile sia via satellite, sia via Internet o attraverso i terminali delle principali agenzie mondiali di informazione economica e finanziaria. E' possibile accedervi direttamente dal sito www.ansa.it cliccando sul link specifico presente nella sezione riservata ai Notiziari.</p>
	MODALITA' DI DIFFUSIONE <ul style="list-style-type: none">• Via Satellite• Via Internet
	PRICING <ul style="list-style-type: none">• Canone di abbonamento per numero di postazioni o password.
	PERIODICITA' DI TRASMISSIONE Sette giorni su sette, 24 ore su 24.
	Vuoi saperne di più?

Se si clicca su vuoi saperne di più viene presentato all'utente un form da compilare per poter ricevere maggiori informazioni dettagliate sul servizio e su come attivarlo.

Ovviamente le informazioni considerate obbligatorie vengono contrassegnate con un simbolo d'attenzione (l'asterisco) come viene specificato in legenda a fine pagina.

Verifichiamo ora che cosa accade se l'utente dovesse compilare solo il campo "qualifica" (non obbligatorio) lasciando tutti gli altri campi obbligatori vuoti.

Digitiamo nel campo qualifica la parola studente e premiamo "Invia."

ANSA - Richiesta informazioni commerciali

Per conoscere i costi e le modalità di abbonamento ai servizi dell'Ansa compila il seguente modulo:

Ragione sociale: (*)

Nome e Cognome: (*)

Qualifica:

Indirizzo: (*)

CAP: (*)

Città: (*)

Provincia: (*)

Numero telefonico: (*)

Fax:

E Ragione sociale???

Microsoft Internet Explorer

Attenzione: il campo **Nome e Cognome** e' obbligatorio!

OK

Dopo il tentativo di invio dei dati, compare un messaggio di avviso che ci avvisa del fatto che abbiamo trascurato la compilazione del campo obbligatorio "Nome e Cognome".

La cosa non ci convince molto.
Vediamo perché:

- Intanto il primo campo obbligatorio che non abbiamo compilato è "Ragione sociale", mentre quello segnalato dal sito sembra essere "Nome e Cognome". Questo significa che o c'è un errore nel controllo dei dati inseriti, o il campo "Ragione sociale" non è obbligatorio;
- Viene segnalato un solo campo per volta creando nell'utente l'illusione della presenza di un solo errore. Se l'utente, però, compilerà il campo "Nome e Cognome" e premerà nuovamente il pulsante invia, un nuovo messaggio verrà visualizzato a video. Il messaggio dirà che non è stato compilato il campo "Indirizzo". E' un procedimento lungo, che stressa l'utente e che fa perdere la pazienza.
- Il testo del messaggio d'errore sembra quasi un rimprovero che allarma l'utente. Sarebbe preferibile un messaggio più cordiale con, magari, suggerimenti pronti all'uso.
- L'uso della finestra a scomparsa non è molto consigliato. E' vero che il sito non sovraccarica la memoria a breve termine dell'utente specificando la lista di tutti i campi non compilati, però sarebbe più comodo visualizzare il messaggio direttamente sul form vicino al campo non compilato.

Altro aspetto non importantissimo ma da notare:

in fondo alla pagina l'utente deve scegliere tra "fornire il mio consenso" e "non fornire il mio consenso" per la legge sulla privacy.

Di default viene selezionata la voce "fornire il mio consenso".

Ma non dovrebbe essere il contrario? Se l'utente sbadatamente preme "invia" ma non vorrebbe dare il proprio consenso al trattamento dei dati personali secondo la legge sulla privacy?

L'utente può sbagliare, noi non vogliamo che però accada.

Si dovrebbe, invece, evidenziare l'opzione "non fornisco il mio consenso" e se l'utente preme "invio" si potrebbe visualizzare un messaggio di avviso.

The screenshot shows a web form with several checkboxes at the top, a text area labeled "Note:", and a section for consent. The consent section includes a heading "(*) Campi obbligatori", a paragraph of text, and a question "In riguardo al trattamento dei predetti dati nei termini sopra enunciati, dichiarando di aver preso visione dell'art.13 del D.Lgs 196/2003, scelgo di:". Below this are two radio buttons: "fornire il mio consenso" (which is selected and circled in red) and "non fornire il mio consenso". A yellow callout box with the text "Perché di default accetto???" has an arrow pointing to the selected radio button. At the bottom are "Cancella" and "Invia" buttons.

14. DEA - Documentazione Elettronica Ansa (Archivio testi)

15. AWN (Ansa Web News)

16. AnsaLive

17. Servizi per la telefonia mobile

18. Multimedia News Browser (MNB)

19. MIDA

20. Ansa Financial News

21. AnsaMed

22. Altro (Specificare in note)

Note:

(*) Campi obbligatori

Dichiarazione di consenso per il trattamento di dati personali ai sensi e per gli effetti del D.Lgs 196/2003 I dati personali contenuti nella presente scheda saranno utilizzati dall'Agenzia ANSA ad esclusivi fini statistici e promozionali interni, senza alcuna diffusione all'esterno.

In riguardo al trattamento dei predetti dati nei termini sopra enunciati, dichiarando di aver preso visione dell'art.13 del D.Lgs 196/2003, scelgo di:

fornire il mio consenso

non fornire il mio consenso

Cancella Invia

Perché di default accetto????

Riteniamo, quindi, che esistono delle imprecisioni nella modalità di segnalazione degli errori.

Oltre ad esserci delle imprecisioni non è valutata molto positivamente dal nostro gruppo.

Sappiamo che esistono delle scelte diverse che evidenziare sul form stesso i campi mancanti con magari dei suggerimenti.

La seconda transizione che analizzeremo è quella dell'invio del Curriculum.
E' possibile accedervi direttamente dal link "Contatti" presente nella Home page del sito.
Successivamente si fa click sul link "Invia Curriculum" presente in fondo alla pagina.

Contatti & Mail

IL GRUPPO ANSA

ANSA

- Consiglio di Amministrazione
- Comitato Esecutivo
- Collegio Sindacale
- Organismo di Vigilanza
- I Soci
- Statuto
- Codice Etico

ANSAWeb

- Consiglio di Amministrazione
- Collegio Sindacale
- Organismo di Vigilanza
- I Soci
- Statuto
- Codice Etico

CONTATTI

Per avere informazioni di carattere commerciale sui servizi dell'Ansa puoi contattare:

Direzione Commerciale
Via della Dataria, 94
00187 Roma
tel. 06/ 67741
fax 06/ 6774638

Oppure mandare una e-mail a:
 Direzione Commerciale

Per contattare la Redazione:
 redazione.internet@ansa.it

Avvertiamo che questo indirizzo può essere usato solo per esprimere opinioni sui contenuti giornalistici pubblicati sul sito. Tutte le altre comunicazioni non verranno tenute in considerazione. Non tutti i messaggi inviati riceveranno risposta e Ansa si riserva il diritto di una loro pubblicazione anche parziale.

Per le iniziative di Partnership con ansa.it spedire una e-mail a:
 ventures@ansa.it

Per consigli, contributi e osservazioni su www.ANSA.it il Portale dell'Informazione
 portale@ansa.it

Inviaci il tuo Curriculum

Dopo aver cliccato sul link "Inviaci il tuo curriculum" è apparsa una pagina intermedia dove veniva chiesto all'utente di selezionare un'area di interesse.

CURRICULUM

Compilando il modulo i tuoi dati verranno automaticamente inseriti nella banca dati dell'ANSA e saranno custoditi nel rispetto della normativa sulla privacy

Seleziona la tua area di interesse

-  **Area Giornalistica**
-  **Marketing e Vendite**
-  **Information Technology e Sistemi di Telecomunicazione**
-  **Amministrazione, Finanza e Controllo**
-  **Risorse Umane e Legale**
-  **Servizi Generali**

Una volta cliccato sull'area desiderata (noi abbiamo scelto Area Giornalistica) l'utente visualizza sul proprio schermo il form per l'inserimento dei dati del proprio curriculum.

The image shows a web form for submitting a curriculum. The header features the text 'inviaci il tuo Curriculum' in a green and blue gradient, with a background image of a hand writing on a document. The form is divided into two main sections: 'DATI ANAGRAFICI' and 'FORMAZIONE'. The 'DATI ANAGRAFICI' section includes fields for Name, Surname, Birthplace, Birth date (with separate boxes for day, month, and year), Address, City, Telephone, Email, Military Service, and Civil Status. The 'FORMAZIONE' section includes fields for Diploma Title, Institution, Degree, Faculty, Date of completion, University, and Vote. A note at the bottom of the first section states '(i campi contrassegnati con * sono obbligatori)'. The form uses a mix of text boxes, dropdown menus, and date pickers.

In questa transizione le informazioni richieste sono maggiori, più dettagliate e concepite strutturalmente meglio rispetto alla precedente. Per esempio, non compare più in un'unica casella per la richiesta del nome e del cognome, bensì due caselle di testo distinte.

Abbiamo poi provato a non inserire campi obbligatori per verificare come veniva trattato l'errore e ci siamo accorti che le modalità di segnalazione degli errori sono identiche a quella esaminata in precedenza.

Se l'utente dimentica di compilare campi considerati obbligatori si apre una finestra di messaggio che informa l'utente della dimenticanza nell'inserimento di un dato considerato invece obbligatorio.

Una volta che l'utente compila i campi obbligatori nella maniera corretta e preme il pulsante invia, viene visualizzata una schermata a conferma dell'avvenuta transazione.

I problemi riscontrati, quindi, sembrerebbero simili ai precedenti.

Abbiamo però notato un campo interessante da testare.

Il campo a cui ci riferiamo è il campo data di nascita che prevede un formato ben preciso.

Ci siamo detti: "Vediamo se viene controllato il formato della data".

I risultati del test non sono stati soddisfacenti per i seguenti motivi:

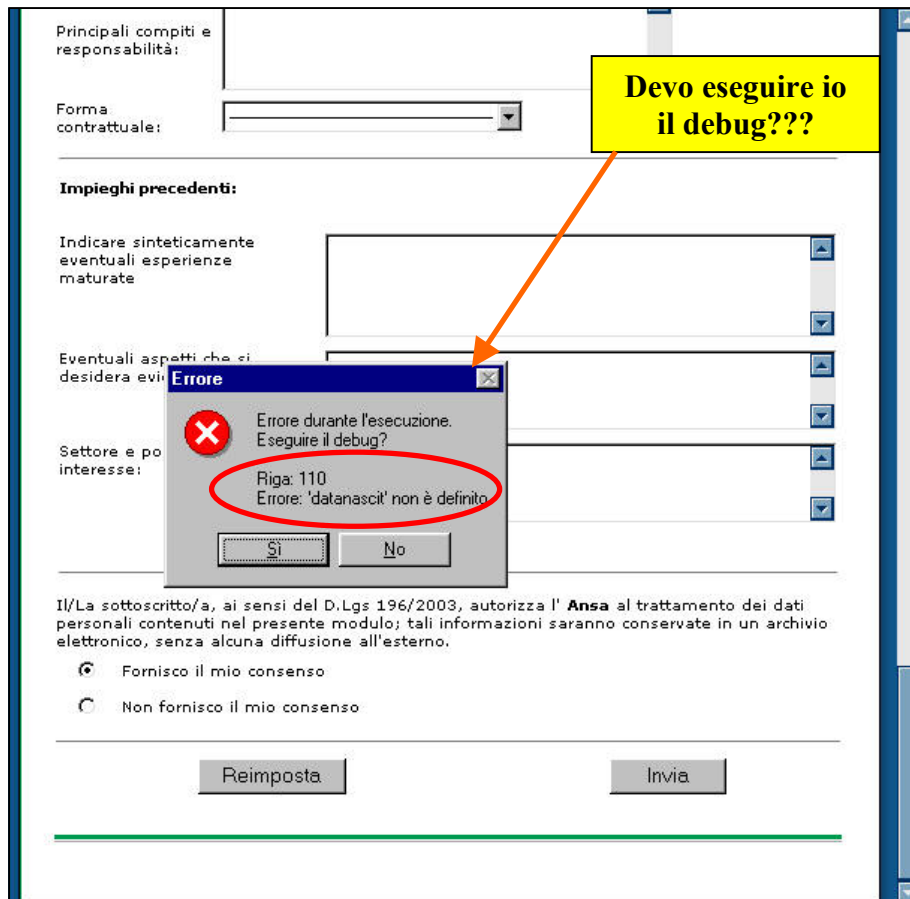
- Se il formato previsto è gg / mm / aa, perché all'utente è permesso di inserire, per esempio, giorno mese e anno tutto in un'unica casella di testo? Non si poteva prevedere l'inserimento di soli 2 caratteri all'interno di ogni casella?
- Il controllo del formato è implementato con errori molto gravi.

Analizziamo il secondo punto più nel dettaglio.

Abbiamo provato a inserire anziché numeri, lettere nei campi numerici.

Ci si aspettava un messaggio di avviso che specificasse il formato non valido con un esempio di formato valido.

Ciò che abbiamo ottenuto, invece, è il seguente messaggio.



Ci chiede di eseguire il debug a causa di un errore in riga 110.

Inoltre ci dice che “datanascit” non è definita.

Se rifiutiamo di eseguire il debug appare un messaggio che non ci aspettavamo proprio:



La transazione è andata a buon fine e il nostro curriculum è stato inserito nell'archivio.

Ma in realtà ho inserito a malapena i miei dati anagrafici.

Abbiamo inizialmente pensato si trattasse di un errore di funzionamento dovuto ad un errore generato dal controllo del formato.

Torniamo al form di inserimento dei dati del curriculum e quindi proviamo a inserire solo alcuni campi obbligatori con il formato data esatto.

Come si vede dallo screenshot i dati da noi inseriti sono stati Cognome, Nome, Data di nascita e Luogo di Nascita.

Abbiamo di nuovo premuto invia dati con la speranza di ricevere un avviso del tipo “Manca indirizzo”... Invece, con nostro stupore, abbiamo di nuovo visualizzato la schermata di conferma invio Curriculum.



E' quindi sufficiente che l'utente inserisca nome, cognome, luogo di nascita e indirizzo affinché la transazione venga considerata conclusa.

Non viene, cioè, effettuato alcun controllo su tutti gli altri campi che vengono invece contrassegnati come campi obbligatori (ci riferiamo ai campi Indirizzo, Città, Telefono, Cap e Provincia ecc.).

Siamo francamente rimasti molto delusi.

Volevamo analizzare solo le modalità con cui i messaggi di errore venivano presentati all'utente e, invece, ci siamo accorti di gravissimi problemi di funzionamento nei servizi offerti.

Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Accedendo al sito Ansa si nota immediatamente l'esistenza di un motore di ricerca. Lo strumento di ricerca fornito dal sito è sempre ben visibile nella home page ed è anche presente nella maggior parte delle pagine di più basso livello sempre all'altezza del logo. Nell'immagine sottostante abbiamo volutamente evidenziarlo con un cerchio rosso.



The screenshot shows the ANSA.it website homepage as of July 12, 2005, at 14:00. The search bar, located in the top right corner, is highlighted with a red circle. The page features a navigation menu on the left, a main news section with several articles, and a right sidebar with weather, stock market, and event information.

ANSA.it 12/07/2005 14:00 Cerca nel sito vai

Gruppo Ansa | ANSAmed | Prodotti | Contatti | Mappa | Disclaimer | Credits

se fra tante offerte non sai più cosa scegliere

13:40

HOME

- CANALI
- NEWS ALERT - RSS
- ANSA ABBONATI
- ANSA SUL TELEFONINO
- ANSA INTERNATIONAL
- NEWS
 - » Top News
 - » News in English **New**
 - » Italia
 - » Mondo
 - » Sport
 - » Calcio
 - » Economia e Finanza
 - » Cultura e Società
 - » Scienza
 - » Internet
 - » Spettacolo
 - » Moda
 - » Musica
 - » Cinema
 - » Regioni

News » Speciali » Le altre news

LONDRA CERCA DI TORNARE ALLA NORMALITA', LE INDAGINI CONTINUANO
Importante operazione nel **West Yorkshire**. Le bombe sarebbero della stessa mano, esplosivo forse dai Balcani. Impronte digitali su detonatori. **Autobomba a Beirut**: ministro sfugge a attentato, almeno due morti

BOMBA NEL CENTRO CULTURALE ITALIANO A BARCELONA, UN FERITO

EUROMED: 51 MILA IMPRESE MEDITERRANEE OPERANO IN ITALIA
Milano la città che ospita il maggior numero di aziende i cui titolari provengono dal sud del 'mare nostrum'.
Urso: l'Ue non chiuda alla sponda meridionale. **Biancheri: Mediterraneo occasione che l'Italia sta cogliendo**

CONFINDUSTRIA: NEL 2005 PIL -0,3%, DEFICIT AL 4,3%
Crescita 2006 a +0,8%, con taglio Irap a 1,2%. Siniscalco: Dpef discusso con Commissione Ue, bene così'. **Ecofin: ok a accordo di rientro deficit Italia**. Ocse: Pil Ue-12 2006 +2,0% ma ripresa a rischio. Bankitalia: si' a opas di Bpi su Antonveneta

GIULIO MALGARA RINUNCIA ALLA DESIGNAZIONE A PRESIDENTE RAI
'Non posso non constatare che tale scelta non ha incontrato la pluralità di consensi indispensabile a permettermi di svolgere un così delicato incarico'

COLPO AL RACKET, ARRESTATO IL BOSS DELLA CAMORRA VARRIALE
Arrestati anche due complici con l'accusa di associazione per delinquere di stampo camorristico e di **estorsioni ad imprenditori di Pianura**, quartiere alla periferia di Napoli

Meteo 14:00
AOSTA
+14 +29

Dati di Borsa
MIBTEL -0,39

3^a
Conferenza Annuale del Laboratorio Euro-Mediterraneo
Mediterraneo: sviluppo e integrazione
Milano
11 - 12 Luglio 2005
Palazzo Mezzanotte piazza Affari, 6
Palazzo Turati via Meravigli, 9/b

Suggeriti
Rubriche
In edicola oggi
Un libro al giorno

Inserendo una qualsiasi dicitura all'interno della casella di testo, si ottiene una nuova pagina con i risultati della ricerca effettuata.

La parola chiave che abbiamo inserito è stata "terrorismo".

Subito si è aperta una nuova pagina in cui venivano visualizzate tutte le notizie che all'intero del titolo contenevano la parola "terrorismo".

Abbiamo notato che le notizie ottenute erano disposte in ordine cronologico partendo dalla più recente fino alla meno recente.

L'immagine qui sotto è uno screenshot di quanto appena spiegato.

Cerca nel sito Home Indietro Aiuto

terrorismo [Ricerca Avanzata](#)

374 Notizie trovate, ordinate per data 1 - 10

- ANSA.it - Terrorismo: a Brescia due condanne**
Home > Italia > Notizia > le news di oggi **Terrorismo**: a Brescia due condanne Per terrorismo internazionale (270 bis) (ANSA)-...
le news di oggi Terrorismo: a Brescia due condanne Per **terrorismo** internazionale (270 bis) (ANSA)-BRESCIA, 13 LUG- Due islamici condannati ...
13/07/2005
- ANSA.it - MAXI OPERAZIONE CONGIUNTA ANTITERRORISMO IN TUTTA ITALIA**
In primo piano MAXI OPERAZIONE CONGIUNTA ANTITERRORISMO IN TUTTA ITALIA »**TERRORISMO**: ISLAM; A BRESCIA 2 CONDANNE PER 270 BIS ...
ITALIA »TERRORISMO: ISLAM; A BRESCIA 2 CONDANNE PER 270 BIS »**TERRORISMO**: EX IMAM CARMAGNOLA...
13/07/2005
- ANSA.it - BOMBA NEL CENTRO CULTURALE ITALIANO A BARCELONA**
un avvertimento in se stesso, rendono improbabile qualsiasi ipotesi di **terrorismo** internazionale. E anche dell'Eta che proprio oggi ha fatto ...
13/07/2005
- ANSA.it - TERRORISMO: PRODI, DA PISANU DISCORSO SAGGIO**
Approfondimenti **TERRORISMO**: PRODI, DA PISANU DISCORSO SAGGIO ROMA, 12 lug - Il discorso ...
la preoccupazione di tutti gli italiani, quella di affrontare il **terrorismo** nel modo più efficace". Lo ha detto il leader del ...
13/07/2005
- ANSA.it - TERRORISMO: ISLAM; A BRESCIA 2 CONDANNE PER 270 BIS**
Approfondimenti **TERRORISMO**: ISLAM; A BRESCIA 2 CONDANNE PER 270 BIS BRESCIA - Il ...
BRESCIA - Il Gup di Brescia, Silvia Milesi, ha condannato per **terrorismo** internazionale due dei quattro islamici imputati, sospettati di far parte ...
13/07/2005
- ANSA.it - TERRORISMO: EX IMAM CARMAGNOLA,ATTACCO A ITALIA ENTRO 6 MESI**
Approfondimenti **TERRORISMO**: EX IMAM CARMAGNOLA,ATTACCO A ITALIA ENTRO 6 MESI ROMA, ...

A volte l'utente non è soddisfatto di effettuare una ricerca semplice.
Si rende quindi necessaria una ricerca più articolata.
Tra i risultati ottenuti appare un link alla così detta ricerca avanzata.

Sicuramente positiva la presenza di un motore di ricerca potente all'interno del sito, negativa, invece, l'assenza del link ricerca avanzata all'interno della Home page.
Come dire, puoi fare la ricerca avanzata solo se non ti ha soddisfatto la ricerca semplice.
Nel momento in cui l'utente clicca su ricerca avanzata si apre una nuova pagina che predispone l'inserimento di informazioni di questo tipo:

IA E OLANDA, SOSPEO SCHENGEN 16:53 ATTACCHI A ITALIA, FINI SMORZA TONI 16:18 LONDRA: RICERCATO QUINTO UOMO 16:12 PROSTITUZZ

Ricerca Avanzata

Trova

Senza le parole

Titolo contiene

da

Cerca in

<input type="checkbox"/> Ambiente	<input type="checkbox"/> Turismo Campania	<input type="checkbox"/> Agroalimentare Puglia
<input type="checkbox"/> Turismo Piemonte	<input type="checkbox"/> Telecomunicazioni	<input type="checkbox"/> Motori
<input type="checkbox"/> Turismo Valle d'Aosta	<input type="checkbox"/> Agroalimentare Sicilia	<input type="checkbox"/> Piccole Medie Imprese
<input type="checkbox"/> Turismo Emilia Romagna	<input type="checkbox"/> Ansalatina Portoghese	<input type="checkbox"/> Ansalatina Spagnolo
<input type="checkbox"/> Salute	<input type="checkbox"/> Turismo Lazio	<input type="checkbox"/> Torino 2006
<input type="checkbox"/> Speciali	<input checked="" type="checkbox"/> ANSA.it	<input type="checkbox"/> Agroalimentare Lazio
<input type="checkbox"/> Infrastrutture e Trasporti		

All'utente viene permesso di specificare:

- se ricercare tutte le parole o solo alcune di quelle inserite nella casella di testo a fianco;
- le parole che non devono essere ricercate;
- le parole che il titolo deve contenere;
- approssimativamente la data delle notizie da cui iniziare la ricerca (un mese fa, due mesi fa, ecc.);
- se ricercare nel sito Ansa o in altre sezioni al di fuori di Ansa (ma che si ricollegano comunque al sito) come salute, turismo Lazio ecc.

Specificando diversi criteri di ricerca ci siamo accorti che i risultati ottenuti sono molto buoni e coerenti con i parametri specificati.

La ricerca di informazioni all'interno del sito, quindi, si merita un giudizio positivo sia per la funzionalità che per la presenza di un motore di ricerca semplice e avanzato.

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

Usufruento dell'apposito link "CONTATTI", posto poco sotto il motore di ricerca nella Home-Page, si ha accesso a diversi tipi di informazioni riguardanti la sezione Web e la sezione commerciale.

Nella sezione Web, ci sono strumenti che ci permettono di dialogare con la redazione, strumenti per poter inviare consigli, contributi e osservazioni, e strumenti per chi volesse contribuire e collaborare con il gruppo Ansa.

Nella sezione Web non sono presenti indirizzi fisici ma indirizzi e-mail che non precludono la possibilità di comunicare in modo adeguato con i gestori del sito.

E' possibile anche comunicare con la direzione commerciale.

In questo caso è specificato un indirizzo e-mail come, anche, un numero di telefono, un numero fax e un indirizzo.

CONTATTI

Per avere informazioni di carattere commerciale sui servizi dell'Ansa puoi contattare:

Direzione Commerciale
Via della Dataria, 94
00187 Roma
tel. 06/ 67741
fax 06/ 6774638

Oppure mandare una e-mail a:
 Direzione Commerciale

Per contattare la Redazione:
 redazione.internet@ansa.it

Avvertiamo che questo indirizzo può essere usato solo per esprimere opinioni sui contenuti giornalistici pubblicati sul sito. Tutte le altre comunicazioni non verranno tenute in considerazione. Non tutti i messaggi inviati riceveranno risposta e Ansa si riserva il diritto di una loro pubblicazione anche parziale.

Per le iniziative di Partnership con ansa.it spedire una e-mail a:
 ventures@ansa.it

Per consigli, contributi e osservazioni su www.ANSA.it il Portale dell'Informazione
 portale@ansa.it

 **Inviaci il tuo Curriculum**

Sicuramente indirizzi e numeri telefonici sono esposti chiaramente.

Abbiamo provato a inviare una mail al gruppo Ansa cercando di segnalare i problemi individuati nell'invio del Curriculum.

Cortesemente abbiamo segnalato il problema riscontrato durante l'invio del Curriculum tramite mail.

La mail è stata inviata in data 8 Luglio 2005.

Per ora, in data 14 Luglio 2005 non abbiamo ancora ricevuto risposta.

Nella parte relativa alla Gestione analizzeremo meglio questo aspetto.

Le funzioni del sito sono corrette?

Purtroppo le funzioni del sito **non** si sono rivelate sempre corrette.

Il primo problema che abbiamo riscontrato è nella transizione riguardante l'invio del Curriculum.

Come già spiegato abbondantemente, i controlli riguarda soltanto i primi 4 campi obbligatori.

Il Curriculum viene inviato anche se l'utente compila parzialmente il form.

Inoltre si visualizzano su schermo errori di debug che compromettono totalmente la funzionalità del servizio.

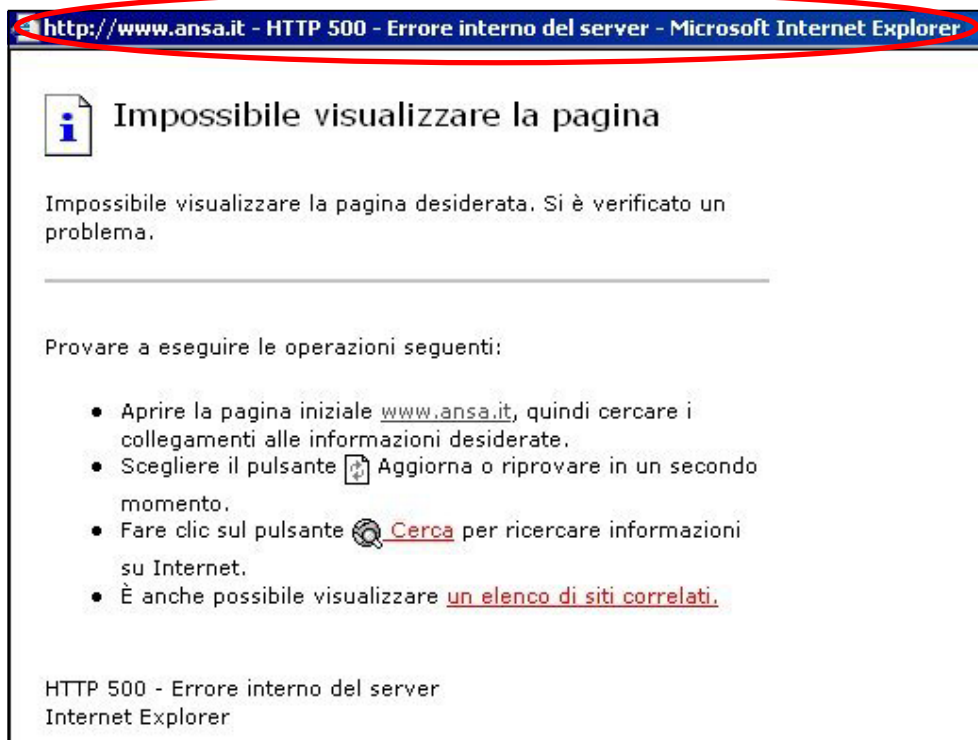
Analizziamo ora la seconda transizione (quella riguardante la richiesta di informazioni commerciali).

Non si sono verificati problemi di debug ma si sono verificati messaggi di errore nel browser.

Dopo aver compilato i campi obbligatori e dopo aver premuto sul pulsante "Invio", è apparso il seguente messaggio di errore.

Inizialmente abbiamo pensato a un'indisponibilità temporanea del server.

Invece, provando anche nei giorni successivi il risultato ottenuto è stato lo stesso.



Un'ultima imprecisione è stata rilevata nella sezione contatti.

Quando si cerca di inviare una mail alla direzione commerciale (come riporta la dicitura "Oppure mandate una mail a:"), anziché aprirsi l'applicativo impostato di default per l'invio di e-mail si apre il form di richiesta di informazione di carattere commerciale.

Non posso inviare richieste ma posso solo conoscere informazioni relative ai costi dei servizi ansa a pagamento.

CONTATTI

Per avere informazioni di carattere commerciale sui servizi dell'Ansa puoi contattare:

Direzione Commerciale
Via della Dataria, 94
00187 Roma
tel. 06/ 67741
fax 06/ 6774638


Oppure mandare una e-mail a:
 Direzione Commerciale

Per contattare la Redazione:
 redazione.internet@ansa.it


Avvertiamo che questo indirizzo può essere usato solo per esprimere opinioni sui contenuti giornalistici pubblicati sul sito. Tutte le altre comunicazioni non verranno tenute in considerazione. Non tutti i messaggi inviati riceveranno risposta e Ansa si riserva il diritto di una loro pubblicazione anche parziale.

Per le iniziative di Partnership con ansa.it spedire una e-mail a:
 ventures@ansa.it

Per consigli, contributi e osservazioni su www.ANSA.it il Portale dell'Informazione
 portale@ansa.it

 **Inviaci il tuo Curriculum**

Non è un indirizzo e-mail ma un link al form informazioni commerciali






Eppure, considerando che l'immagine della lettera sta per e-mail e che le altre lettere conducono a indirizzi e-mail, l'imprecisione è evidente.






Complessivamente valutiamo la funzionalità delle transizioni molto negativamente. Non funzionano proprio.

Sintesi:

Punti di forza:

-  Ottima efficienza del motore di ricerca sia semplice che avanzato;
-  Chiarezza e completezza delle informazioni per comunicare con il gestore del sito;
-  Le form per l'invio del Curriculum contengono campi chiari e ben allineati che ne facilitano la comprensione e il completamento da parte dell'utente;

Punti deboli:

-  Modalità di segnalazione degli errori non molto appropriata (viene controllato un campo per volta e segnalato con una finestra a scomparsa);
-  Controllo solo parziale dei campi obbligatori (solo i primi);
-  Problemi di funzionalità nella transizione di invio Curriculum a causa di errori che richiedono debug;
-  Non funziona la transizione riguardante la richiesta di informazioni commerciali (il server non si trova);
-  Non è possibile comunicare tramite mail con la direzione commerciale.

CONTENUTO

Contenuto: 2,75 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Categorizzazione:

Una delle componenti più importanti del sito è decidere come classificare l'informazione. Una buona classificazione permette di ricreare nell'utente un corretto modello mentale dell'informazione. Osserviamo la Home Page per comprendere come vengono classificate le informazioni.

The screenshot shows the ANSA website home page. Three orange circles highlight specific navigation elements:

- Top Blue Bar:** Contains links for 'HOME', 'CANALI', 'NEWS ALERT - RSS', 'ANSA ABBONATI', 'ANSA SUL TELEFONINO', and 'ANSA INTERNATIONAL'.
- Central Green Menu:** A vertical navigation menu with categories like 'Top News', 'News in English', 'Italia', 'Mondo', 'Sport', 'Calcio', 'Economia e Finanza', 'Cultura e Società', 'Scienza', 'Internet', 'Spettacolo', 'Moda', 'Musica', 'Cinema', and 'Regioni'.
- Right-Side Blue Sidebar:** Contains sections for 'Meteo', 'Dati di Borsa', 'ANSAmid', 'Subriche', 'Appuntamenti', 'Istituzioni', and 'SCRIPTIM ANSA'.

Usando una risoluzione abbastanza alta l'utente osserva immediatamente che le informazioni vengono classificate in 3 menù principali.

Cliccando sulle rispettive voci il frame centrale carica la pagina corrispondente ai contenuti richiesti.

Analizziamo più da vicino come viene classificata l'informazione nei diversi menù.

- Menù principale (blu): contiene link che riportano informazioni dettagliate su come accedere ai diversi servizi offerti dal gruppo Ansa (es. notizie sul telefonino, accedere all'area abbonati, ricezione in tempo reale di notizie su lettori RSS) e link che portano a siti direttamente collegati all'Ansa che forniscono informazioni sugli italiani residenti all'estero. C'è anche un link "Canali" che riporta a informazioni economiche, meteo e motori;
- Menù principale (verde): è il menù più importante, permette di navigare tra i contenuti del sito. Fornisce una classificazione per argomento delle possibili notizie che si possono trovare all'interno del sito;
- Menù laterale: contiene link a tematiche su argomenti suggeriti dai diversi utenti. Il menù individua tre macro gruppi che sono rubriche, appuntamenti e istituzioni.

In fondo alla pagina, poi, è presente un ulteriore menù non visibile immediatamente all'utente che riporta informazioni di carattere storico e organizzativo del gruppo Ansa.

Qui sotto riportiamo uno screenshot del menù.

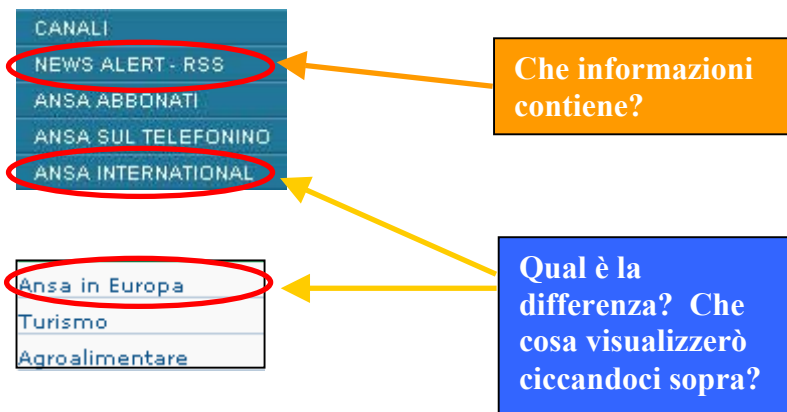
La classificazione riguarda essenzialmente informazioni che approfondiscono la conoscenza organizzativa e strutturale del gruppo Ansa, i prodotti offerti dal gruppo, informazioni sulla mappa del sito e informazioni relative al Copyright del contenuto delle pagine Web.

Riteniamo ci sia quindi una buona e coerente organizzazione delle informazioni.

Labelling:

Un sito ha buon labelling se utilizza i nomi più adatti per le categorie che sono state scelte senza creare nell'utente confusioni dovute ad ambiguità o poca chiarezza di significato. L'utente deve comprendere immediatamente il tipo di categoria senza che sia necessario effettuare nessun click di verifica sul contenuto. I menù utilizzano un labelling chiaro?

In generale i menù riportano classificazioni e suddivisioni in categorie molto coerenti con i rispettivi contenuti. Qualche piccola difficoltà di comprensione riguarda il menù in alto sulla sinistra che qui riportiamo.



Le confusioni maggiori si individuano nelle voci evidenziate.

Che cosa significa "news alert - RSS"?

Non si riesce a capire se cliccando sulla voce trovo notizie o altro.

E inoltre che cosa significa RSS?

Non tutti ne conoscono il significato. E' troppo tecnico.

Altra perplessità potrebbe derivare dalla voce "Ansa international".

Che differenza c'è tra "Ansa international" e "Ansa in Europa"?

A parte questi problemi citati non si notano difficoltà di altro tipo.

Riteniamo quindi che nel complesso il labelling utilizzato nella Home page sia di buon livello.

Gli altri menù, infatti, riportano categorie molto chiare ed esplicite dividendo le news in:

- Sport
- Calcio
- Economia
- Finanza
- Moda
- Musica
- Spettacolo
- Scienza
- Cinema
- ecc.

Si tratta di categorie ben specializzate e difficilmente confondibili.

Stile adeguato al web?

Lo stile usato è molto buono e si può considerare adeguato per il web. Trattandosi di un sito di natura giornalistica, utilizza il così detto meccanismo della piramide invertita. Si inizia cioè dalla sintesi per poi proseguire con le spiegazioni e con i dettagli.



Stile piramide invertita

■ **SICUREZZA: 142 ARRESTI IN LOMBARDIA**



Controlli in aree sensibili dopo attentati di Londra

(ANSA) - MILANO, 9 LUG - I carabinieri hanno arrestato 142 persone in un maxi controllo sul fronte della sicurezza in Lombardia, dopo gli attentati di Londra. Durante i controlli, che sono stati svolti nelle ultime 48 ore a Milano e nelle aree sensibili, i militari hanno arrestato fra gli altri 83 extracomunitari. Sono stati adottati 52 provvedimenti di espulsione. I carabinieri hanno impegnato unità speciali come artigiani con metal detector e rilevatori di esplosivi, unità cinofile e pattuglie in borghese.

In altre parole le notizie appaiono miniaturizzate: chi desidera ottenere informazioni maggiormente dettagliate dovrà cliccare sull'apposito link che riporterà l'intero articolo, notizie molto più approfondite, foto ecc.

La piramide si espande ancor di più quando l'articolo propone altri link di approfondimento.

Molti considerano questa tecnica come un vantaggio perché l'utente non verrà affaticato dalla lettura di interi articoli ma avrà la possibilità di visualizzare più argomenti e approfondire solo quelli di maggior interesse.

Le frasi concise ma ricche di informazioni catturano l'attenzione dell'utente.

Le informazioni, poi, sono strutturate in paragrafi brevi che difficilmente superano le dimensioni di una schermata ed è possibile leggere le notizie senza dover usare di continuo barre di scorrimento molto scomode per gli utenti.

Le parole chiave vengono evidenziate utilizzando il grassetto anche se, molto spesso, la tecnica confonde l'utente che non sa se le parole in grassetto sono link interni al documento o link di approfondimento.

I link "veri" sono ben evidenziati anche grazie all'ausilio di simboli grafici particolari (freccie di diverso colore o sottolineandosi al passaggio del mouse).

I fatti vengono esposti in modo diretto utilizzando un linguaggio giornalistico molto professionale ma al tempo stesso facilmente comprensibile.

I rimandi ipertestuali sono esposti in modo naturale e diretto.

Adeguatezza dell'informazione

L'informazione è molto adeguata e viene aggiornata in modo molto tempestivo (quasi in tempo reale).

La redazione è molto attenta a qualunque fatto e lo pubblica in modo molto veloce.

Un esempio (anche se non avrei mai voluto farlo) è accaduto proprio in seguito ai disastrosi attentati verificatosi a Londra in questi giorni.

Appena appresa la notizia dai telegiornali mi sono precipitato per verificare la reazione del sito a una notizia così importante. I risultati rilevati sono andati ben oltre alle mie aspettative.

La normale Home Page che ero abituato a vedere ogni giorno per le continue analisi sul sito veniva ora preceduta da una pagina iniziale intitolata edizione straordinaria che conteneva le notizie registrate quasi in tempo reale per seguire i fatti di cronaca relativamente a ciò che stava accadendo a Londra.

Screenshot:



The screenshot shows the ANSA.it website homepage. At the top, the ANSA.it logo is visible, along with the date and time '07/07/2005 14:14' and a search bar. Below the logo, there are navigation links: 'Gruppo Ansa', 'ANSAmед', 'Prodotti', 'Contatti', 'Mappa', 'Disclaimer', and 'Credits'. A red oval highlights the text 'Edizione Straordinaria' in a green banner. The main headline reads 'SEI ESPLOSIONI SCONVOLGONO LONDRA, MORTI E FERITI'. Below the headline is a photograph of emergency services at a scene. To the right of the photo, there are several news snippets with headlines: 'BLAIR: NON CI FERMAHO, DIFENDIAMO LA LIBERTÀ', 'GRUPPO RIVENDICA SU WEB E METTE IN GUARDIA L'ITALIA', 'G8 VA AVANTI SENZA BLAIR SU TERRORISMO E SICUREZZA', and 'PAPA: ATTI ANTIUMANI, VICINO AI PARENTI DELLE VITTIME'. At the bottom of the page, there is a copyright notice '© Copyright 1999-2005 ANSA' and a 'Partners:' section with the Tiscali logo.

Evidentemente si vede come la pagina sia stata impostata velocemente senza particolari accorgimenti grafici.

Ma ciò che importa è la tempestività con cui foto, notizie e dichiarazioni sono state pubblicate immediatamente sul sito. Seguendo i fatti in diretta, poi, ho potuto osservare che la pubblicazione di notizie ansa precedevano le dichiarazioni riportate dai telegiornali (che come tutti sanno prendono le notizie Ansa come fonte ufficiale).

Altro aspetto importante che fa capire l'affidabilità del gruppo Ansa, la professionalità e la serietà sono le numerose informazioni che si riferiscono al gruppo stesso.

Vengono riportati nomi e cognomi dei componenti del consiglio di amministrazione, del comitato esecutivo, del collegio sindacale, i nomi dei componenti dell'organismo di vigilanza, lo statuto e addirittura un codice etico.

Nella sezione contatti, poi, vengono riportate una serie di informazioni utilissime per mettersi in contatto con le diverse redazioni del gruppo.

Ansa non si limita soltanto a offrire indirizzi ma anche numeri di telefono, numeri di fax, indirizzi e-mail con la garanzia che la redazione risponderà a tutte le mail in tempo tempestivo.

CONTATTI

Per avere informazioni di carattere commerciale sui servizi dell'Ansa puoi contattare:

Direzione Commerciale
 Via della Dataria, 94
 00187 Roma
 tel. 06/ 67741
 fax 06/ 6774638

Oppure mandare una e-mail a:
 Direzione Commerciale

Per contattare la Redazione:
 redazione.internet@ansa.it

Avvertiamo che questo indirizzo può essere usato solo per esprimere opinioni sui contenuti giornalistici pubblicati sul sito. Tutte le altre comunicazioni non verranno tenute in considerazione. Non tutti i messaggi inviati riceveranno risposta e Ansa si riserva il diritto di una loro pubblicazione anche parziale.

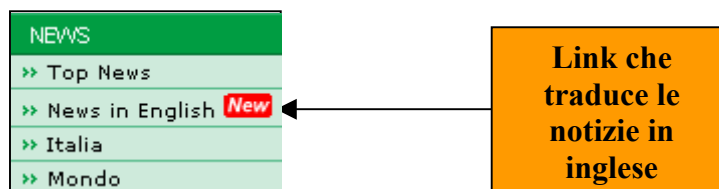
Per le iniziative di Partnership con ansa.it spedire una e-mail a:
 ventures@ansa.it

Per consigli, contributi e osservazioni su www.ANSA.it il Portale dell'Informazione
 portale@ansa.it

E' importante per chi visita il sito conoscere le informazioni normalmente intitolate "chi siamo?" perché aumentano la fiducia dell'utente e la "stima" nei confronti dell'azienda o ente che ce lo propone.

Il sito è adeguatamente localizzato?

Uno degli aspetti altrettanto importanti nella valutazione del sito è la sua localizzazione. Soprattutto i siti che operano in ambito internazionale devono rendere il contenuto del sito comprensibile agli utenti dei vari paesi che intendono visitarne il contenuto. E' necessario quindi che ci sia una sorta di mediazione tra le culture dei paesi coinvolti. Le **lingue** usate nel sito sono due: l'italiano e l'inglese. La scelta adottata sembra molto giusta in quanto utile per i tanti naviganti internet stranieri che si trovano in Italia. L'inglese è una lingua internazionale compresa quasi da tutti. La tecnica usata è quella della traduzione inglese dei testi italiani. La selezione della lingua può essere effettuata cliccando il relativo link "news in English".



Una volta cliccato su "news in English" la parte centrale della pagina viene sostituita con un'altra pagina con le stesse notizie tradotte in lingua inglese. Una volta passata alla visualizzazione delle notizie in inglese, però, non esiste nessun pulsante che permette all'utente di ritornare alle news in italiano. L'unico modo è quello di ritornare indietro con il rispettivo pulsante. Altra cosa non molto sensata che abbiamo notato è che la traduzione inglese riguarda solo le notizie riportate nella pagina centrale ma non i link riportati nei menù di sinistra e di destra. Come può un utente che non ha minime conoscenze dell'italiano navigare tra i contenuti del sito se questi sono classificati in italiano?

Inglese

HOME
CANALI
NEWS ALERT - RSS

Italiano

Home > News in English

RSS >> Today >> Yesterday

Rome Live 8 event draws thousands

Fini supports Berlusconi

Fake secret police services smashed

Italy wants 'respect' in imam case

Berlusconi ally urges primaries

Entertainment Guide

Arts Guide: Exhibitions in Italy

Collas costumes shine anew in Rome

Soccer: Turin derby at risk

Italiano

Suggeriti
Rubriche
In edicola oggi
Un libro al giorno
Toto e Lotterie
Appuntamenti
Torino 2006
Mostra Fotografica

Un punto certamente favorevole offerto da Ansa è il fatto di possedere siti internet localizzati in diverse aree del mondo. Accedendo al link “ansa international”, si accede ad una pagina che riporta le principali notizie italiane, mondiali e latine scritte utilizzando rispettivamente la lingua spagnola e portoghese. E’ possibile anche accedere a una sezione nelle quali vengono riportate notizie riguardanti le aree dei balcani usando la lingua della zona. Si osserva che il layout e la grafica utilizzata è molto simile a quello del rispettivo sito italiano anche se, i colori utilizzati, sono leggermente differenti (riteniamo che i colori siano utilizzati meglio rispetto al sito ansa italino). Se clicchiamo per esempio sul link “ansa spagnolo” otteniamo una pagina di questo tipo:

Ansalatina.com.br
PORTAL LATINO-AMERICANO DA AGÊNCIA ANSA

A ÚNICA EMPRESA DE TELEFONIA
A ATUAR EM TODO O BRASIL.

Home SiteMap ANSA América Latina ANSA no Mundo Produtos Contato Copyright Créditos ansa.it

blah!
clique e descubra!

13:24 PAQUISTÃO: MAIS DE 200 MORTOS POR CALOR RECORDE
17:19 ARGENTINA CAMPEA MUNDIAL SUB 20

03/07/2005 11:03 GMT

IRAQUE: EUA INVESTIGAM MORTE DE PRIMO DE EMBAIXADOR DA ONU
Os EUA anunciaram uma investigação sobre a morte de um primo do embaixador iraquiano das Nações Unidas, Samir al Sumaidaia, que responsabilizou na sexta-feira os marines pelo "crime" contra seu parente.

ITÁLIA: TRÊS AGENTES DA POLÍCIA PARALELA SÃO SUSPENSOS
O ministro italiano do Interior, Giuseppe Pisanu, dispôs o "início do procedimento de suspensão" de três agentes da polícia envolvidos em atividades da estrutura "paralela" descoberta na sexta-feira pela polícia antiterrorista.

AFEGANISTÃO: 54 MORTOS EM ATAQUES POR AR E TERRA
Forças norte-americanas e afegãs lançaram ataques por ar e terra no centro e leste do país, dois deles contra um povoado bombardeado por aviões. As operações deixaram 54 pessoas mortas, entre elas 18 supostos talibã.

NOVA FRENTE DE MAU TEMPO CAUSA ESTRAGOS NO CHILE

ESCÓCIA: MILHARES DE PESSOAS EM PASSEATA CONTRA POBREZA
Dezenas de milhares de pessoas participaram hoje em Edimburgo.

Busca por palavras

NOTÍCIAS
América Latina
Mundo
Itália
Espetáculos e Cultura
Natureza
Variedades

ECONOMIA
Mercosul
Nafta
Comunidade Andina
Resto do Mundo
Empresas/Integração

MULTIMÍDIA
RÁDIO ITALIANA
MÚSICA ITALIANA
IMPRENSA EUROPA AMÉRICA LATINA

ITALIANOS
IT

AMÉRICA LATINA
Argentina
Bolivia
Brasil
Chile
Colômbia
Cuba
Equador
México
Paraguai

FÓRMULA 1

Osserviamo immediatamente che la scelta utilizzata è quella di aprire un'altra finestra del browser al fine di far comprendere ancor di più all'utente che si sta cambiando contesto.

Questo per esempio non accade quando si decide di visualizzare la traduzione inglese delle notizie scritte in lingua italiana.

La finestra utilizzata è la stessa e cambia soltanto il contenuto.

Sintesi:

Punti di forza:

- ☐ La categorizzazione dell'informazione usata dal sito buona;
- ☐ Labelling quasi sempre chiaro;
- ☐ Uso dello stile a piramide invertita;
- ☐ Notizie disponibili in lingua italiana e inglese;
- ☐ Link a siti ansa localizzati in diverse aree del mondo scritti in lingua spagnola, balcanica e portoghese;
- ☐ Informazioni complete, aggiornate e affidabili;
- ☐ Informazioni sull'azienda e sui contatti facilmente individuabili e soddisfacenti;

Punti deboli:

- ☐ Uso del grassetto ambiguo (nel caso di link interni);
- ☐ La traduzione in inglese riguarda solo le notizie ma non i menù;
- ☐ Alcune ambiguità con i nomi delle etichette;

GESTIONE

Valutazione: 2,67 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi

Il sito è sempre attivo e disponibile?

Nel periodo di valutazione del sito, esso si è presentato sempre funzionante in ogni sua parte.

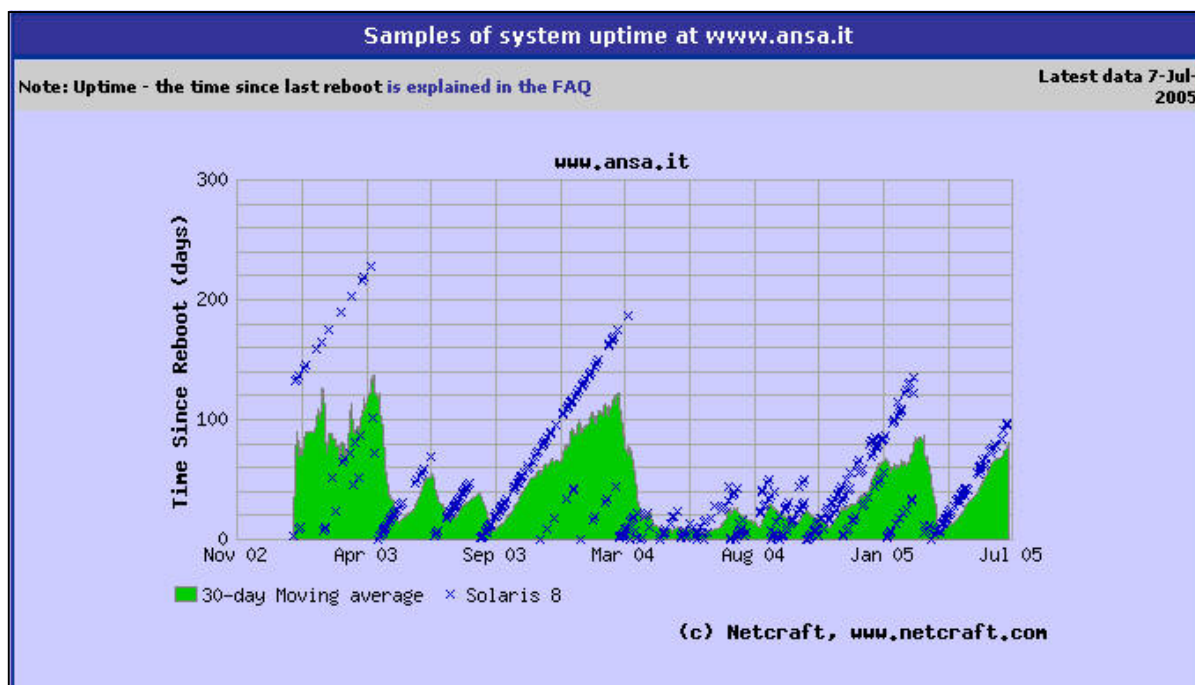
L'accesso al sito è avvenuto diverse volte in diverse ore della giornata.

E' comunque difficile valutare l'accessibilità (availability) del sito in un periodo breve in quanto, una valutazione precisa ed accurata, richiede l'analisi di periodi molto più lunghi (minimo un anno).

Per aiutarci in questa attività abbiamo utilizzato degli strumenti software gratuiti che generano report automatici.

Uno di questi è Netcraft che dà informazioni sul server su cui si trova il sito analizzato e specifica l'uptime del server in un periodo di circa 2 anni.

Ecco il grafico che abbiamo ricavato dall'analisi effettuata da Netcraft.



Il periodo di analisi va da Aprile 2003 al Luglio 2005.

Quando le crocette formano una linea diagonale continua, significa che non ci sono stati restart del server.

Quando ci sono dei restart la linea diagonale si interrompe e le crocette ripartono dallo zero.


Come osserviamo a parte qualche periodo di stabilità, i restart effettuati sono stati molti soprattutto nel periodo che va da Marzo 2004 a Agosto 2004.

Ovviamente questa non è un'analisi molto approfondita a causa degli scarsi mezzi che abbiamo a disposizione.

Non possiamo sapere negli anni quante volte il sito si sia bloccato e se sia rimasto inattivo per un determinato periodo di tempo. E' importante infatti sapere anche per quanto tempo il sito sia rimasto bloccato.

Sono accettabili blocchi di pochi minuti. Sono invece poco accettabili blocchi di parecchie ore o giorni.

Abbiamo inoltre trovato un report che riportava quante volte i server o i sistemi operativi dei server sono stati cambiati.

Site report for www.ansa.it				
Site	http://www.ansa.it	Last reboot	93 days ago	
Domain	ansa.it	Netblock owner	European International Press Agency	
IP address	194.244.5.201	Site rank	3524	
Country	 IT	Nameserver	ns.ansa.it	
Date first seen	January 1996	DNS admin	gianfranco@argiroffi.ansa.it	
Domain Registry	nic.it	Reverse DNS	unknown	
Organisation	Italy	Nameserver Organisation	Italy	
Check another site:	<input type="text"/>			
Hosting History				
Netblock Owner	IP address	OS	Web Server	Last changed
European International Press Agency	194.244.5.201	Solaris 8	Sun-ONE-Web-Server/6.1	6-Apr-2005
European International Press Agency	194.244.5.201	Solaris 8	Sun-ONE-Web-Server/6.1	5-Apr-2005
European International Press Agency	194.244.5.201	NetBSD/OpenBSD	unknown	1-Apr-2005
European International Press Agency	194.244.5.201	Solaris 8	Sun-ONE-Web-Server/6.1	22-Mar-2005
ANSA Press Agency	212.177.102.181	Solaris 8	Sun-ONE-Web-Server/6.1	3-May-2004
ANSA Press Agency	212.177.102.181	Solaris 8	Netscape-Enterprise/6.0	6-Jun-2002
ANSA Press Agency	212.177.102.181	Compaq Tru64	Netscape-Enterprise/3.6 SP3	14-Nov-2001
ANSA Press Agency	212.177.102.181	NetBSD/OpenBSD	unknown	12-Nov-2001
ANSA Press Agency	212.177.102.181	Compaq Tru64	Netscape-Enterprise/3.6 SP3	3-Oct-2001
ANSA Press Agency	212.177.102.181	NetBSD/OpenBSD	unknown	2-Oct-2001

Come osserviamo ci sono stati numerosi cambiamenti.

Sono stati utilizzati 3 sistemi operativi diversi e si sono cambiati 3 diversi Web server nell'arco di 4 anni. Il maggior numero di cambiamenti è stato effettuato soprattutto nell'anno 2001 e nell'anno 2005.

L'utilizzo del sito viene costantemente monitorato?

Le informazioni sugli utenti che visitano il sito, vengono generalmente memorizzate in un file detto file di log. Alcuni siti possono avere milioni di visite al mese, quindi, sarebbe impossibile analizzare il file di log manualmente. Esistono però in commercio software per l'analisi automatica di file di log che generano report automatici e sintetici sugli accessi e sugli utenti che visitano il sito.

Un esempio di questo programma è log analyzer (appunto analizzatore di file di log).

Per ovvi motivi un utente esterno non ha i permessi per poter accedere a questo file, quindi, l'analisi di questo aspetto non è possibile.

Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Il sito è costantemente aggiornato minuto dopo minuto.

Essendo un sito di informazione le notizie devono essere comunicate quasi in tempo reale.

Se così non fosse perderebbe di credibilità e il numero di visite calerebbe drasticamente.

Dal punto di vista del layout si trovano continui cambiamenti dei banner pubblicitari (anche nel giro di pochi giorni) mentre strutturalmente il sito sembra non essere aggiornato di frequente.

Come riportato nella parte relativa alla comunicazione, comunque, stupefacente è stata la velocità con cui la Home page "normale" del sito sia stata sostituita con una Home page di edizione straordinaria in seguito agli attentati che si sono verificati a Londra.

Riportiamo nuovamente lo screenshot.

07/07/2005 14:14 Cerca nel sito

Gruppo Ansa | ANSAmed | Prodotti | Contatti | Mappa | Disclaimer | Credits

14:05 | 14:03 | 14:03 | 14:01 | 14:01 | 13:57

Edizione Straordinaria

SEI ESPLOSIONI SCONVOLGONO LONDRA, MORTI E FERITI



Deflagrazioni nella metro e in autobus. Scotland Yard conferma la bomba nella metropolitana. Il bilancio ufficiale parla di due morti. Pisanu: almeno cinquanta vittime. Una novantina i feriti

- BLAIR: NON CI FERMAHO, DIFENDIAMO LA LIBERTÀ'**
 'Il vertice del G8 va avanti'. Nel pomeriggio il premier a Londra per poche ore. Mercati finanziari scossi, **sterlina ai minimi da 18 mesi** sul dollaro. Chirac: orrore per quanto accaduto
- GRUPPO RIVENDICA SU WEB E METTE IN GUARDIA L'ITALIA**
 Minacce di Al Qaida se non verranno ritirate le truppe in Iraq e Afghanistan. La Farnesina: al momento **non risultano italiani coinvolti**. Al Viminale il comitato di analisi antiterrorismo. Frattini: a giorni nuove misure di sicurezza
- G8 VA AVANTI SENZA BLAIR SU TERRORISMO E SICUREZZA**
 In agenda c'erano temi la cui attualità è esaltata dai fatti di oggi. Il premier nelle prossime ore a Londra. Dal G8 attesa per **dichiarazione comune**
- PAPA: ATTI ANTNUMANI, VICINO AI PARENTI DELLE VITTIME**
 Benedetto XVI ha 'appreso con dolore' le notizie da Londra. **Ciampi: ripugnanza e sdegno**. Pera: atti si qualificano da soli come terroristici. Casini: terrorismo primo nemico della nostra società'

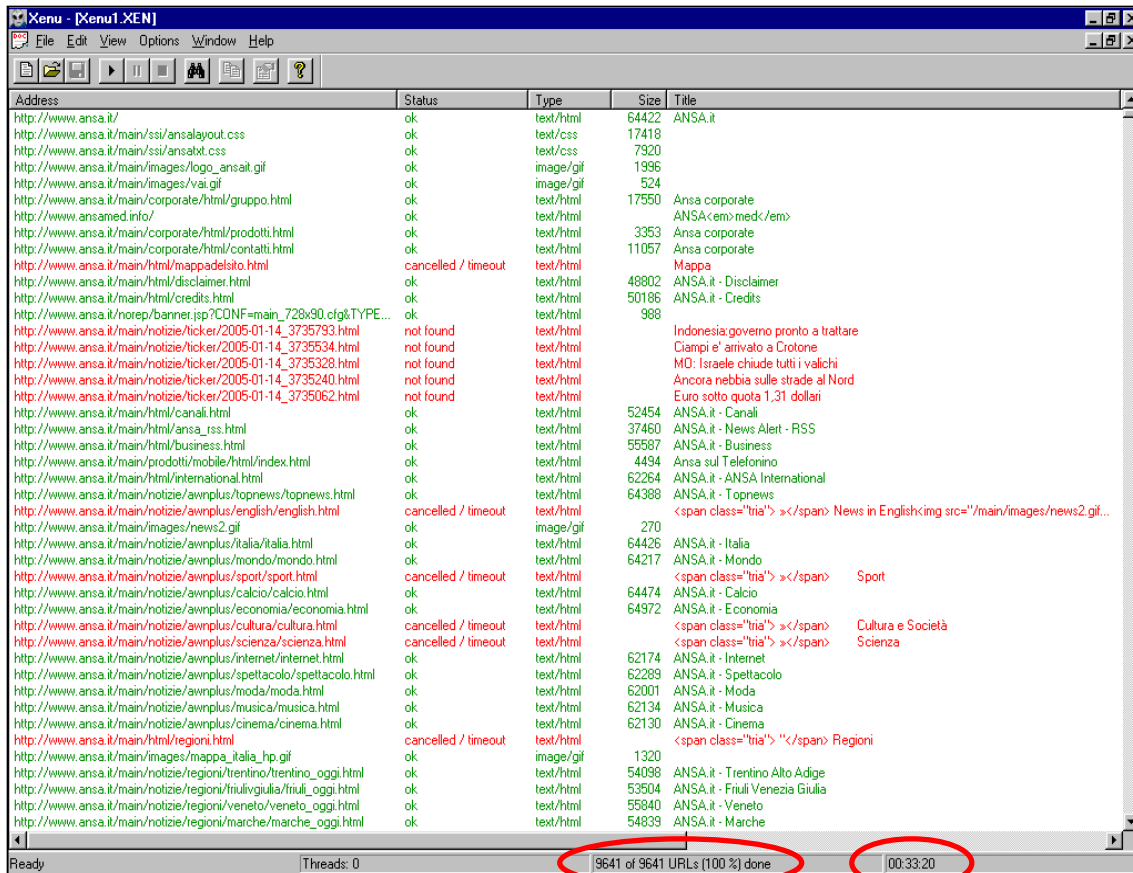
© Copyright 1999-2005 ANSA

Partners: 

[Gruppo Ansa](#) | [ANSAmed](#) | [Prodotti](#) | [Contatti](#) | [Mappa](#) | [Disclaimer](#) | [Credits](#)

Si osserva facilmente come la struttura della ormai nota Home page sia stata completamente stravolta. S'è scelto di focalizzare l'attenzione sulla notizia di maggior interesse della giornata trascurando le altre. Penso che questo sia sintomo di tempestività e di ottima capacità e prontezza del gruppo e della redazione. Altro aspetto fondamentale che deve essere valutato riguarda l'aggiornamento dei link esterni. Se il sito fa riferimento a link esterni e questi non vengono costantemente monitorati, l'utente si troverà a dover ciccicare su un link interrotto. Poiché il sito ansa ha veramente migliaia di link, abbiamo deciso di utilizzare uno strumento di analisi automatica di link spezzati che genera report automatici. Lo strumento in questione è **Xenu's link sleuth**. Il funzionamento è molto semplice. Si digita l'URL del sito, si specifica la profondità di analisi (il numero di livelli) e il programma inizia a visitare ricorsivamente tutti i link presenti seguendoli uno per uno. Dopo di che si può richiedere al programma di generare un report (pagina html) che riporta tutti i link visitati e i problemi che si sono eventualmente rilevati. Al termine della pagina viene creata una tabella riassuntiva che specifica il numero di link interrotti, il numero di timeout, il numero di link corretti ecc. L'analisi è stata molto lunga (circa 33 minuti) in quanto il numero di link che sono stati percorsi è stato di circa 9.641. Abbiamo deciso di fermare l'analisi al quarto livello, quindi, i risultati prodotti, non sono completi. Qui sotto riportiamo lo screenshot del programma Xenu quando ha appena terminato la visita dei link

Le parti da noi evidenziate in rosso indicano rispettivamente il numero degli URL (9.641) e il tempo impiegato (33:20).



Da questa pagina, poi, abbiamo richiesto la generazione automatica di un report.

Considerando l'enormità del file di report visto l'altissimo numero di link, riportiamo solamente i dati riassuntivi presenti in tabella.

Statistics for managers				
Correct internal URLs, by MIME type:				
text/html	5407 URLs	133627877 Bytes	(130495 KB)	69.52%
text/css	29 URLs	172233 Bytes	(168 KB)	0.37%
image/gif	670 URLs	1301613 Bytes	(1271 KB)	8.61%
image/jpeg	1599 URLs	25418756 Bytes	(24823 KB)	20.56%
text/plain	30 URLs	387698 Bytes	(378 KB)	0.39%
text/xml	14 URLs	78724 Bytes	(76 KB)	0.18%
application/x-javascript	11 URLs	40402 Bytes	(39 KB)	0.14%
audio/x-pn-realaudio	14 URLs	1932 Bytes	(1 KB)	0.18%
application/pdf	2 URLs	706636 Bytes	(690 KB)	0.03%
application/java-vm	1 URLs	6282 Bytes	(6 KB)	0.01%
image/png	1 URLs	7576 Bytes	(7 KB)	0.01%
Total	7778 URLs	161749729 Bytes	(157958 KB)	100.00%
All pages, by result type:				
ok	8422 URLs	87.36%		
cancelled / timeout	331 URLs	3.43%		
not found	160 URLs	1.66%		
skip type	493 URLs	5.11%		
auth required	206 URLs	2.14%		
no such host	18 URLs	0.19%		
timeout	8 URLs	0.08%		
forbidden request	3 URLs	0.03%		
Total	9641 URLs	100.00%		

Dall'analisi effettuata risulta con chiarezza che su 9.641 link 160 sono interrotti, 331 hanno prodotto un errore di timeout, 18 link si riferiscono ad un host non trovato, per un totale di circa il 5,4% del numero totale dei link.

Non abbiamo criteri per valutare questo dato.

Non siamo in grado di stabilire se il 5% dei link interrotti è un numero elevato o meno.

Forse va considerato anche la complessità e la profondità dell'intero sito.

L'unica cosa che possiamo dire è che la maggior parte di link interrotti riguardano la sezione rubrica nel sottomenù regioni.

Probabilmente si tratta di una parte del sito che non viene costantemente monitorata o aggiornata.

Le parti comunque principali del sito non presentano nessun tipo di interruzione.

Le relazioni con gli utenti sono correttamente presidiate?

Importante aspetto per l'utente è che ci sia un elevato livello di "customer intimacy".

L'utente deve capire che dietro al sito ci sono persone disposte ad ascoltarlo e non solo un insieme di software automatici. Il sito ansa, per esempio, dispone di una pagina ("Contatti") che dispone di un numero elevato di indirizzi e-mail con cui l'utente dovrebbe potersi mettere in contatto con il personale Ansa.

Un'azienda che mette a disposizione un indirizzo e-mail e che non risponde offre una pessima immagine di sé perché dà l'impressione di non essere in grado di mantenere le promesse.

Abbiamo deciso di spedire una mail in data 8/07/2005 per richiedere spiegazioni in merito alla difficoltà di inviare il proprio Curriculum. Abbiamo richiesto vie alternative per poterlo inviare.

Ebbene, in data odierna (15/07/2005) non abbiamo ancora ricevuto risposta.

Effettueremo un monitoraggio costante della nostra casella e-mail in attesa di risposte.





Se la risposta arriverà prima della consegna della valutazione questa sezione verrà tempestivamente aggiornata.

Considerando che la risposta non è ancora arrivata, ma anche se dovesse arrivare nei prossimi giorni, il giudizio che diamo è negativo. Il tempo di attesa è troppo lungo.



Non ci è nemmeno arrivato un messaggio di replica automatico in cui ci veniva comunicato che la nostra mail era giunta in redazione; abbiamo avuto l'impressione di non essere stati nemmeno presi in considerazione.

Sintesi:

Punti di forza:

-  Sito sempre disponibile e funzionante durante tutto il periodo della valutazione;
-  Stabilità del Web server tranne in alcuni periodi critici dove ci sono stati continui restart;
-  Aggiornamento veloce e tempestivo del contenuto;
-  Il cuore del sito è stabile senza link spezzati;

Punti deboli:

-  Molti link spezzati nella sezione Rubriche;
-  Relazioni con gli utenti scarsamente presidiate (direi nulle);

ACCESSIBILITA'

Valutazione: 3 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi

Valutare l'accessibilità di un sito significa essenzialmente verificare se il sito è accessibile dalla maggior parte degli utenti e se è in grado di fornire i suoi servizi rapidamente e in qualunque momento senza che ci siano determinate limitazioni.

Il primo aspetto che andremo ad analizzare riguarda la facilità o la difficoltà di trovare il sito stesso su Internet.

L'URL del sito è facile da ricordare: il sito dell'Ansa è raggiungibile all'indirizzo <http://www.ansa.it>

Il dominio registrato utilizza la struttura più semplice (www seguito dal nome dell'azienda e dal suffisso nazionale) ed è quindi corretto affermare che il sito è facilmente raggiungibile senza l'ausilio di alcun motore di ricerca.

Sappiamo che comunque la maggior parte degli accessi ad un sito avviene grazie all'uso di motori di ricerca. Nonostante la semplicità dell'URL abbiamo voluto comunque eseguire un test usando i principali motori di ricerca.

Come ci si poteva aspettare, quasi tutti i motori di ricerca sottoposti al test hanno fornito il risultato corretto al primo posto.

Gli screenshot rappresentano i risultati offerti dai vari motori di ricerca inserendo come parola chiave "ansa". I risultati sono stati molto soddisfacenti.

Tutti i motori di ricerca principali hanno fornito il link al sito dell'ansa al primo posto nella prima pagina ad eccezione del motore di ricerca "Clarence" che non ha prodotto alcun risultato.

www.altavista.com



The screenshot shows the Altavista search engine interface. The search bar contains the text "ansa" and a red "TROVA" button is next to it. Below the search bar, there are options for "RICERCA:" (Tutto il mondo, Italia) and "RISULTATO:" (Tutte le lingue, Inglese, Italiano). The search results section shows "AltaVista ha trovato 2.340.000 risultati". The first result is "ANSA.it" with a red circle around the link, followed by the description "Il sito Internet dell'Agenzia ANSA" and the URL "www.ansa.it".

www.clarence.it



The screenshot shows the Clarence search engine interface. The search bar contains the text "ansa" and a red "Cerca" button is next to it. Below the search bar, there are options for "nella Directory", "in Italia", and "nel Mondo". The search results section shows "RISULTATI DELLA RICERCA" and "Risultato della ricerca per 'ansa' in Italia". Below this, it says "Risultati trovati: 0" and "Pagina 1 di 0". At the bottom, it says "Non e' stato trovato nessun documento per 'ansa'".

www.arianna.it

LIBERO ACCESSO INTERNET RICERCA MAIL CANALI COMMUNITY

Domenica 03.07.05 - 14:55

Ricerca enhanced by Google

Web Immagini Gruppi Audio Video Directory Blog News Prodotti

ansa

trova

il Web pagine in italiano pagine provenienti da: Italia Ricerca avanzata

Mappe Elenco Telefonico Elenco Aziende Help Filtro famiglia ON Moderato

Web Risultati 1 - 10 su circa 442 per ansa (0.09 secondi)

Ultime notizie su ansa - Mostra tutte le ultime notizie

 [BNL: UNIPOL STRINGE, CONTATTI ANCHE CON CONTROPATTO /ANSA](#) - Wall Street Italia - 18 ore fa

 [ANTONVENETA: DOCUMENTI BANKITALIA A TAR, ATTESO OK OPAS/ANSA](#) - Wall Street Italia - 18 ore fa

Prova anche: [associazione nazionale della stampa associata](#) come Agenzia giornalistica nazionale,

ANSA.it

La principale agenzia di stampa italiana. Flash e articoli sull'attualità, notizie continuamente aggiornate e archivio. Notiziari in italiano, inglese e ...

<http://www.ansa.it/> - Copia cache - Pagine simili

ANSA.it

Il sito Internet dell'Agenzia ANSA ... CALENDARIO ANSA 2005. News, » Speciali, » le altre news. titolo CDL: BERLUSCONI, ENTRO LUGLIO LA NOSTRA ...

<http://www.ansa.it/ansa.html> - Copia cache - Pagine simili

www.excite.it

Aste eBay Mail AAA Relazioni Suonerie News Finanza Meteo Oroscopo Giochi Auto & Moto Viaggi Stampa foto

excite Cerca Web

Cerca con Excite

Altre ricerche: Web | Foto | Directory | Software | Guida Città

Andrea, 40 anni - Roma [Vedi profilo]

Luca, 26 anni - Sassari [Vedi profilo]

Alberto, 31 anni - Milano [Vedi profilo]

Gianni, 47 anni - Verona [Vedi profilo]

Anna, 33 anni - Milano [Vedi profilo]

Sarah, 26 anni - Trento [Vedi profilo]

Gigliola, 42 anni - Napoli [Vedi profilo]

Rosa, 21 anni - Firenze [Vedi profilo]

Trova single subito

Donne Uomini

Migliaia di donne ti aspettano ORA su be2, anche nella tua città!

ansa

in tutto il web

Trova

ricerca avanzata

WEB IMMAGINI VIDEO NEWS MP3 PRODOTTI DIRECTORY

201.000 Risultati con ansa

pagina 1 di 20.100

1. **ANSA.it**

Il sito Internet dell'Agenzia ANSA

<http://www.ansa.it/>

2. **ansa.it**

Il sito Internet dell'Agenzia ANSA ... Banche Dati. My Ansa. English News ... © Copyright 1999 ANSA ...

<http://www.ansa.it/settori/meteo/meteoggi.shtml>

Jamba!

Folli

IL PICCOLO DRAGO

www.google.it

Google

Web Immagini Gruppi ^{Novità!} Directory News altro »

ansa

Cerca Ricerca avanzata Preferenze

Cerca: il Web pagine in Italiano pagine provenienti da: Italia

Web Risultati 1 - 10 su circa 1.010.000 per ansa. (0,04 secondi)

Suggerimento: Risparmiate tempo facendo Invio invece di cliccare "Cerca con Google"

ANSA.it

La principale agenzia di stampa italiana. Flash e articoli sull'attualità, notizie continuamente aggiornate e archivio. Notiziari in italiano, inglese e ...

www.ansa.it/ - 64k - 1 lug 2005 - Copia cache - Pagine simili

ANSA.it

Il sito Internet dell'Agenzia ANSA ... CALENDARIO ANSA 2005. News, » Speciali, » le altre news. titolo CDL: BERLUSCONI, ENTRO LUGLIO LA NOSTRA ...

www.ansa.it/ansa.html - 63k - Copia cache - Pagine simili

[Altri risultati in www.ansa.it]

Collegamenti sponsorizzati

[Meteo Venti e Mari](#)

Mappe dettagliate di previsione per l'Italia e il Mediterraneo

www.ilmeteo.it

www.lycos.it

LYCOS meet you there

REGISTRATI, è GRATIS! eBay
Compra e Vendi

Home Comunica **Cerca** Community Crea il tuo sito Tempo libero Shopping

Ricerca Directory Top 50 Segnala Popularimetro Live Search Lavoro Casa Auto Motori di ricerca

Trova: Ricerca avanzata
Ricerca pura

pagine in italiano Nel Web Notizie Immagini

Top 10 pagine in italiano di 108.849 << Indietro [1 2 3 4 5 6 7 8 9 10] Avanti >>

1. **ANSA.it**
Il sito Internet dell'Agenzia ANSA
<http://www.ansa.it> | Lycos - a colpo d'occhio | ...altri risultati da questo dominio
2. Salute : notizie di salute, medicina e benessere - Yahoo! Notizie
... FARMACI: AIFA PUBBLICA LISTA PER COMPARARE PREZZI (ANSA) AIDS: AIUTI CHIEDE A STORACE COMMISSIONE INCHIESTA VACCINO (ANSA) SALUTE: ...
<http://it.news.yahoo.com/15> | Lycos - a colpo d'occhio | ...altri risultati da questo dominio

www.lycos.com

LYCOS Home | Email | Search Advertising

Web People Discussion News Yellow Pages Products Multimedia

SEARCH THE WEB:

Advanced Search | Block Offensive Content: Always, Sometimes, Never

WEB RESULTS: Showing Results 1 thru 10 of 199 (info) [Help](#)

1. **ANSA.it**
Il sito Internet dell'Agenzia ANSA...
www.ansa.it
2. [ansa.it - Ansalatina](#)
» Perú » Uruguay » Venezuela » AmCent/Caribe © Copyright 1999 ANSA ... <http://www.fiatstilo.com.br>. Es difícil hablar de innovación...
www.ansa.it

www.iltrovatore.it

iltrovatore

Dal 20 maggio al 31 luglio con 3 Tascabili in regalo la City Bag **bol.com** Un milione di libri e video

Web Directory Italia Directory Mondo Notizie Canali Mp3

Ricerca avanzata
Web Italia Web Mondo Aggiungi un sito Aiuto

per il Tuo Sito

Aggiungi un sito Promuovi Iltrovatore Onsite Novità Backstage Freemail Trovachat

Web Italia

Risultato: Siti 1-10 di 5395 (Documenti con **ansa:219152**) [Ordina per documenti](#)

1. **ansa.it**
...Agenzia, Ansa, Stampa, Informazione, Giornalismo, Italia, Quotidiana, Notizie, Attualità, Attualità, Cronaca, Economia, Sport, Spettacolo, politica, Esteri, Società...
URL - <http://www.ansa.it/> 47Kb
• [\[Copia in archivio\]](#) [\[Dove si trova?\]](#) [\[Dai un'occhiata!\]](#)
>> [Altri risultati da http://www.ansa.it](#) (39064 documenti)
- ANSA METEO - Homepage
...Cerca in Italia Nord Occidentale Nord Orientale Centro Sud Sicilia Sardegna Mari e Venti LOCALITA TURISTICHE Cerca in Europa Francia Germania...
URL - <http://meteo.ansa.it/> 40Kb
• [\[Copia in archivio\]](#) [\[Dove si trova?\]](#) [\[Dai un'occhiata!\]](#)
>> [Altri risultati da http://meteo.ansa.it](#) (14 documenti)

www.supereva.it

The screenshot shows the search interface of www.supereva.it. At the top, there is a search bar with the text "Ricerca" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are navigation links for "Siti", "Immagini", "Video", "Audio", "Download", "Prodotti", and "Guide". The search results for "ansa" are displayed, with the first result "ANSA.it" circled in red. The results list two entries for ANSA.it, both with the URL "http://www.ansa.it/" and a link to "Aggiungi ai tuoi link".

www.tiscali.it

The screenshot shows the search interface of www.tiscali.it. At the top, there is a search bar with the text "tiscali.search" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are navigation links for "HOME", "OFFERTE ADSL", "MAIL", "NOTIZIE", "COMMUNITY", and "ASSISTENZA". The search results for "ansa" are displayed, with the first result "ANSA.it" circled in red. The results list two entries for ANSA.it, both with the URL "http://www.ansa.it/" and a link to "Aggiungi ai tuoi link".

www.virgilio.it

The screenshot shows the search interface of www.virgilio.it. At the top, there is a search bar with the text "virgilio Ricerca" and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are navigation links for "Web", "Aziende", "Prodotti", "Persone", "Immagini", "Musica", "Gruppi", and "Mappe". The search results for "ansa" are displayed, with the first result "Ansa" circled in red. The results list two entries for ANSA.it, both with the URL "http://www.ansa.it/" and a link to "Aggiungi ai tuoi link".

www.yahoo.it

Yahoo! Italia Mail Benvenuto, Ospite [Entra] Ricerca Inizio - Aiuto

Web Immagini Video Directory PagineGialle Notizie Shopping

YAHOO! SEARCH ansa Cerca

Cerca: tutto il Web in Italiano

Risultati ricerca Risultati 1 - 10 di circa 2.340.000 per **ansa**. La ricerca è stata effettuata in 0,11 secondi. (Informazioni su questa pagina...)

Prova anche: [notizie ansa](#), [ansa balcani](#)

Y Yahoo! Notizie: **Ansa**
Yahoo! Shortcut - Cosa sono?

Agenzia Nazionale Stampa Associata (ANSA)

La più antica agenzia di stampa offre sette notiziari specializzati (regioni, giovani, Europa) e continuamente aggiornati.
Categoria: [Roma](#) > [Attualità e media](#) > [Agenzia Nazionale Stampa Associata \(ANSA\)](#)
[www.ansa.it](#) - 65k - [Cache](#) - [Altre pagine da questo sito](#)

www.yahoo.com

Yahoo! My Yahoo! Mail Welcome, Guest [Sign In] Search Home Help

Web Images Video Directory Local News Shopping

YAHOO! SEARCH ansa Search

My Web BETA Subscriptions (New) Shortcuts Advanced Search Preferences

Search Results Results 1 - 10 of about 2,300,000 for **ansa** - 0.19 sec. (About this page)

Also try: [ansa exhaust](#), [ansa muffler](#), [tina mcelroy ansa](#), [ansa news](#) More...

1. **ANSA - Agenzia Nazionale Stampa Associata** - Translate this page
Italian News Agency.
Category: [Italy](#) > [News and Media](#) > [News Services](#)
[www.ansa.it](#) - 64k - [Cached](#) - [More from this site](#) - [Save](#) - [Block](#)

2. **ANSA Automotive Parts Distributors, Inc.**
ANSA Automotive offers high quality exhaust system products, specializing in OE replacement mufflers, direct-fit performance exhaust systems and universal mufflers and tips
[www.ansaautomotive.com](#) - 16k - [Cached](#) - [More from this site](#) - [Save](#) - [Block](#)

SPONSOR RESULTS

[Diesel Performance Center](#)
Save on diesel performance including Edge, Banks, Diablo, Superchips, Mbrp, Hog, 4" &...
[www.mufflerandperformance.com](#)

[Ansa on eBay](#)
Find **ansa** items at low prices. With over 5 million items for sale every day, you'll...

www.gomei.it

Gomeo CERCA NEL WEB Go

Carta d'Europa. BARCLAYCARD Carta Leader d'Europa.

BUSINESS FINANZA HOBBY HOTEL INCONTRI INTERNET SHOPPING TELEFONIA UFFICIO VIAGGI

Gomeo Risultati

Hai cercato **ansa** su Gomeo.it

1. ANSA.it

Il sito internet dell'Agenzia ANSA
[www.ansa.it](#)

2. ansa.it

Il sito Internet dell'Agenzia ANSA ... Banche Dati. My Ansa. English News ... © Copyright
[www.ansa.it](#)

Hot-Search!
> **Voli Economici**

Ricerche Consigliate

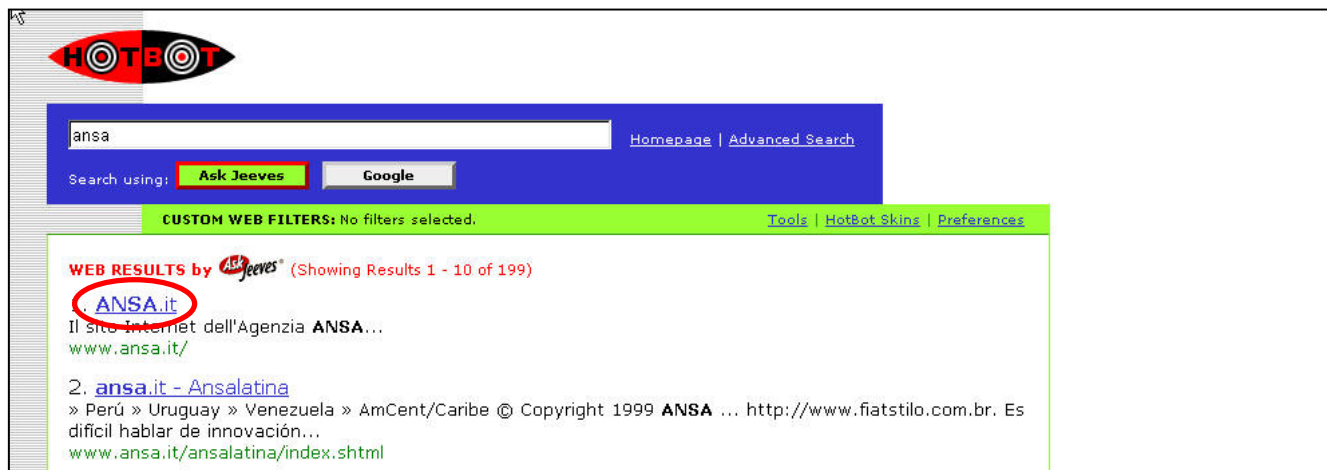
Viaggi
Casa Vacanze
Crociere
Vacanze Sardegna
Viaggi Grecia
Villaggi Tunisia

Tempo Libero
Cartomanzia
Incontri Online

Ecco le offerte giuste!

Scarica loghi e suonerie
Clicca e personalizza il tuo telefonino con i loghi più simpatici e le suonerie più gettonate.

Preventivo Assicurazione Gratuito
Nuova polizza Auto di RAS, con sconti fino al 15%!



I risultati raccolti sono racchiusi nella tabella sottostante.

La tabella va letta nel seguente modo: nella prima colonna vengono riportati i motori di ricerca utilizzati per la ricerca del sito ansa, nella seconda colonna l'esito della ricerca, nella terza colonna il numero della pagina in cui si è trovato il riferimento mentre, nella quarta colonna, è riportata la posizione della voce all'interno della relativa pagina.

Motore di Ricerca	Trovato (Si / No)	Pagina	Posizione
Altavista	Si	1	1
Arianna	Si	1	1
Clarence	No	-	-
Excite	Si	1	1
Google	Si	1	1
Lycos	Si	1	1
Lycos.com	Si	1	1
SuperEva	Si	1	1
Tiscali	Si	1	1
Il Trovatore	Si	1	1
Virgilio	Si	1	1
Yahoo	Si	1	1
Yahoo.com	Si	1	1
Gomeo	Si	1	1
Hotbot.com	Si	1	1

Il secondo aspetto che va sicuramente valutato e che riguarda l'accessibilità è la referenza da altri siti. Abbiamo cioè cercato di verificare se il sito stesso è referenziato o meno da altri siti.

Per individuare un sito, infatti, gli utenti oltre ad utilizzare motori di ricerca seguono link presenti in pagine contenute da altri siti. Tanto maggiore sarà il numero di siti che contengono link al sito in esame tanto maggiore sarà l'accessibilità al sito.

Per sapere quali altri siti contengono link abbiamo deciso di utilizzare particolari strumenti presenti in rete sotto il nome di **link popularity check**.

Il primo strumento che abbiamo analizzato si trova all'indirizzo:

<http://watson.addy.com>

E' uno strumento molto semplice da utilizzare.

L'utente inserisce l'indirizzo del sito da utilizzare e viene generato automaticamente un report che descrive la popolarità del link.

The screenshot shows a web browser window at <http://watson.addy.com/nph-watson5.cgi>. The page title is "Results appear below the form". On the left, there are several advertisements, including "Ads by Google" for "DR Watson Link Checker" and "data recovery software". The main content area has a form with the following elements:

- URL (*http:// is optional*):
- Checkboxes:
 - Analyze HTML syntax
 - Verify regular links
 - Verify image links
 - Generate word counts
 - Spell-check non-HTML text
 - Compute estimated download speeds
 - Check search engine compatibility
 - Check site link popularity
- Proceed with diagnosis button

Below the form, the status is "Checking server response ...". The "Server response" section shows:

- Response code from <http://www.ansa.it>: OK (code 200)
- Analyzing HTML ...
- Checking site link count ...
- Page link popularity**: Approximately 11,300 pages have links to <http://www.ansa.it>

The result "Approximately 11,300 pages have links to <http://www.ansa.it>" is circled in red, and an orange arrow points to it from below.

La risposta alla nostra richiesta sembra essere molto chiara.

Approssimativamente 11,300 pagine hanno un link a <http://www.ansa.it>.

Non soddisfatti di una prima analisi (che potrebbe essere approssimativa) abbiamo ricercato usando Virgilio altri strumenti di link popularity check.

Uno strumento molto valido e completo è indirizzato all'URL:

<http://www.widexl.com/remote/link-popularity/index.html>

Oltre a visualizzare il numero di pagine che contengono un link al sito ansa, confronta la popolarità del sito ansa con la popolarità di altri siti.

I risultati ottenuti sono stati a mio avviso molto interessanti.

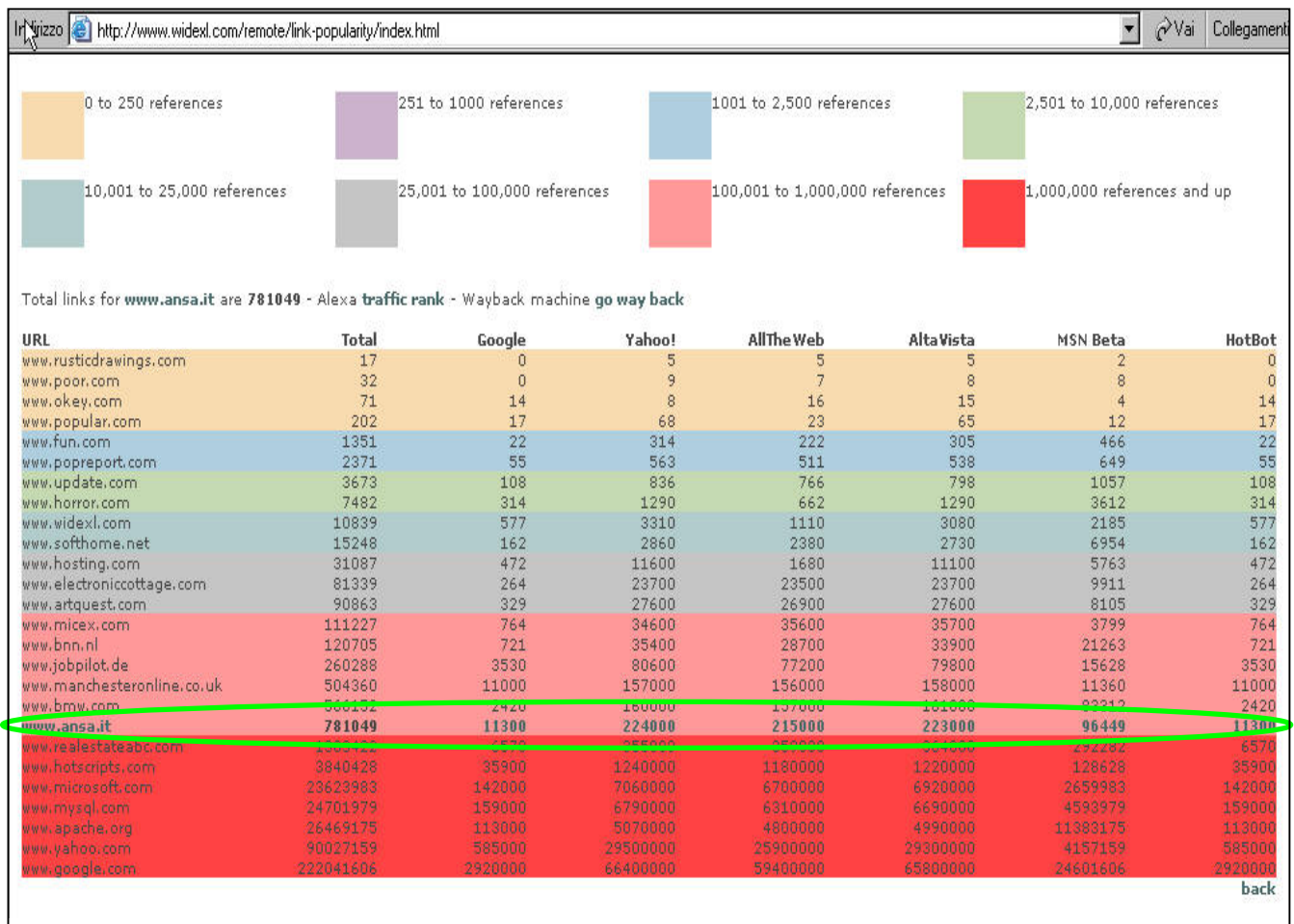
Il sito ansa è per esempio più referenziato rispetto a siti famosi come BMW.

Dall'analisi effettuata risulta che i references totali trovati prendendo in considerazione motori di ricerca come Google, Yahoo, AllTheWeb, Altavista, MSNBeta e HotBot sia pari ad un totale di **781.049**.

Considerando gli scaglioni di suddivisione proposti dal sito sembra essere uno dei siti tra i più referenziati.

Il risultato offerto dal precedente strumento, quindi, era molto meno preciso perché prendeva in considerazione soltanto un solo motore di ricerca (Google).

Le fonti consultate da questo strumento sono più numerose e si presume quindi più attendibili.



Qui sotto riportiamo una tabella che indica una serie di link che fanno riferimento al sito ansa. Sono solo una piccolissima parte rispetto alle migliaia che si trovano in giro per il web.

URL	NOTE
www.protezionecivile.it	Link esplicito al sito ansa
www.lastampa.it	Alcune notizie sono fonte ansa e viene riportato il relativo link.
www.librialice.it/news	Riporta un articolo sulle abitudini letterarie degli italiani citando la fonte che è appunto ansa (con rispettivo link).
www.wallstreetitalia.com	Riporta un link ad un articolo presente sul sito ansa.
www.bibliotecasalabora.it	Contiene un link alle notizie di attualità (sito ansa).
www.grandinotizie.it	Link esplicito al sito ansa per approfondimenti.
http://www.benessere.com	Contiene news che si riferiscono al sito ansa.

Aspetti di accessibilità fisica:

Per testare i tempi d'accesso al sito abbiamo usato un computer con la seguente configurazione :

- Sistema Operativo Windows XP
- Modem ADSL 640 Kbit/s
- CPU 2.0 Ghz
- 260 Mb RAM

Esistono diversi strumenti software in commercio che permettono di misurare i tempi di accesso ad un sito semplicemente digitandone l'URL o l'indirizzo IP.

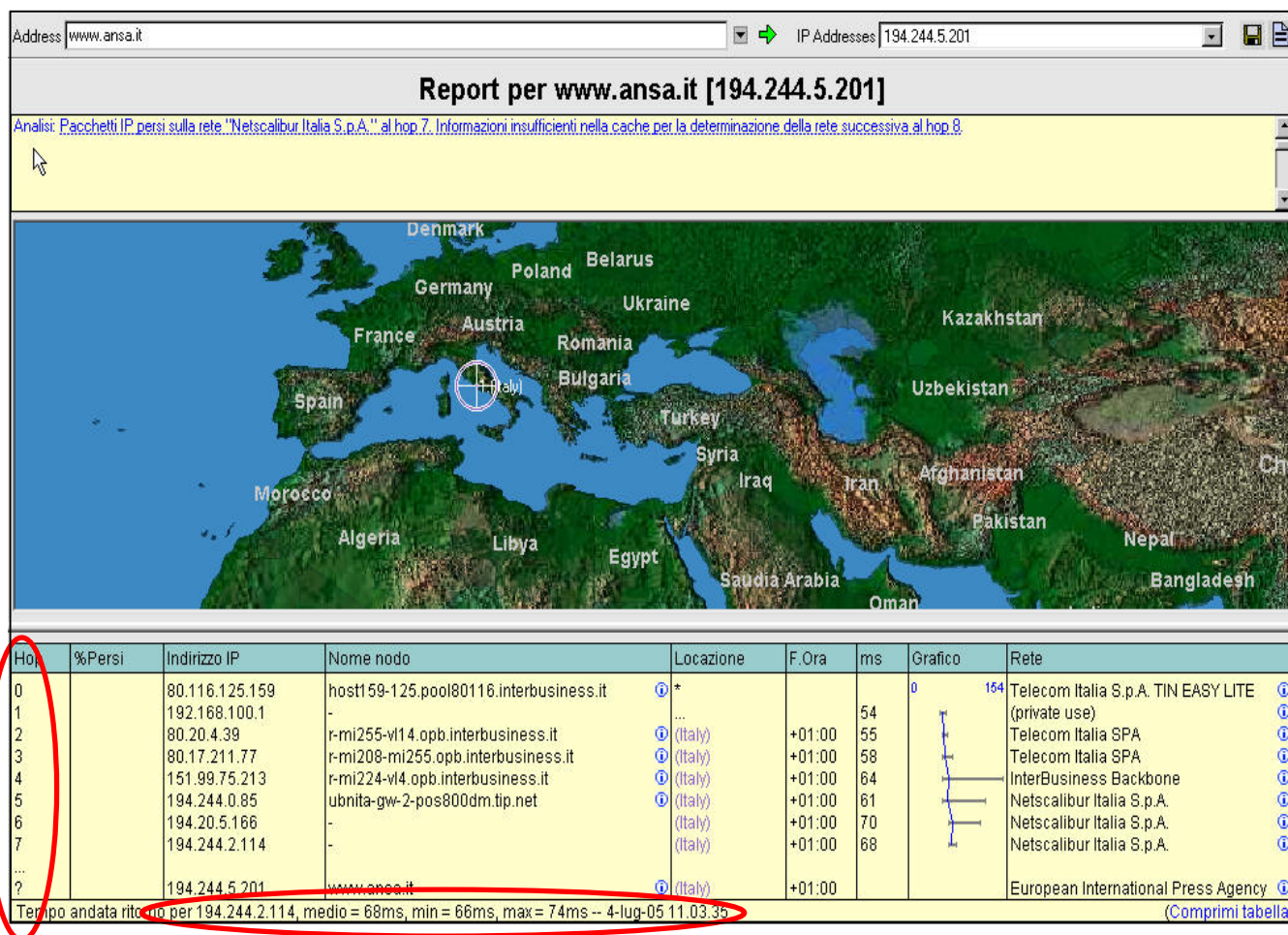
Come primo strumento abbiamo utilizzato il programma VisualRoute2005.

Si tratta di un programma che misura il numero di hop necessari per raggiungere il server che ospita il sito www.ansa.it e che misura i tempi di risposta del sito (tempo minimo, massimo e medio).

I rilevamenti sono stati effettuati in diverse ore della giornata per verificare se esistono momenti di maggiore affluenza al sito che comportano ritardi particolari o disservizi.

La figura mostra l'analisi del percorso seguito per raggiungere www.ansa.it da Giussano (MI) con lo strumento VisualRoute 2005. Per ogni nodo di rete attraversato viene fornito l'indirizzo internet, il nome del nodo, la locazione e la rete di appartenenza.

Dall'analisi effettuata si vede che il percorso effettuato è di 7 tratte attraversando le reti di Telecom Italia, InterBusiness, NetScalibur Italia fino a raggiungere il nodo finale.



I dati riportati qui di seguito sono estratti dai report generati automaticamente da VisualRoute 2005.

Giorno e Ora	Tempo minimo	Tempo medio	Tempo massimo
04/07/2005 ore 10.00	66	68	64
04/07/2005 ore 11.00	66	68	74
04/07/2005 ore 12.00	66	67	75
04/07/2005 ore 13.00	66	72	100
04/07/2005 ore 14.00	69	72	98
04/07/2005 ore 15.00	66	71	92
04/07/2005 ore 16.00	67	70	83
04/07/2005 ore 17.00	68	71	85
04/07/2005 ore 18.00	66	69	79
04/07/2005 ore 22.00	65	69	90

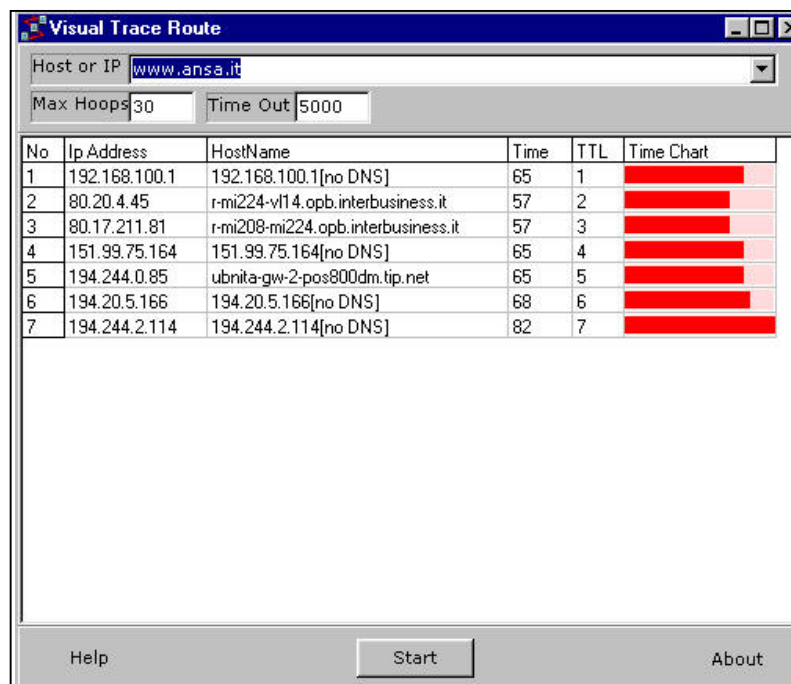
Dall'analisi effettuata con VisualRoute 2005 sembrerebbe che i tempi di accesso (minimi e medi) sono molto stabili, mentre, i tempi massimi, tendono ad alzarsi sensibilmente verso le ore 13.00 e le ore 14.00 della giornata anche se non di molto.

In linea di massima possiamo comunque dire che i tempi di accesso al sito sono buoni.

Il giorno seguente abbiamo effettuato nuovamente l'analisi utilizzando uno strumento software molto simile a VisualRoute 2005. Si tratta di Visual Trace Router.

Riportiamo alcuni screenshots catturati durante l'analisi del percorso.

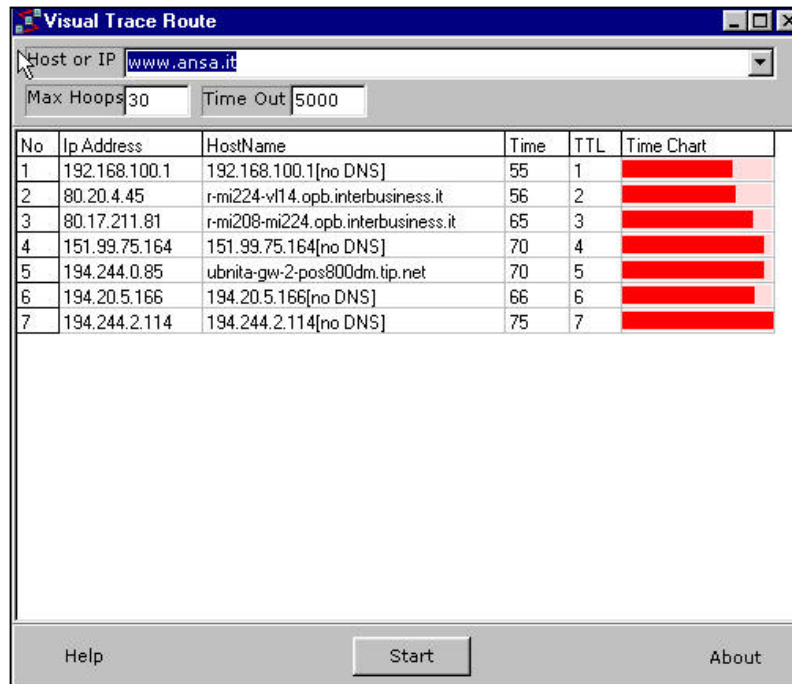
05 Luglio ore 10.00



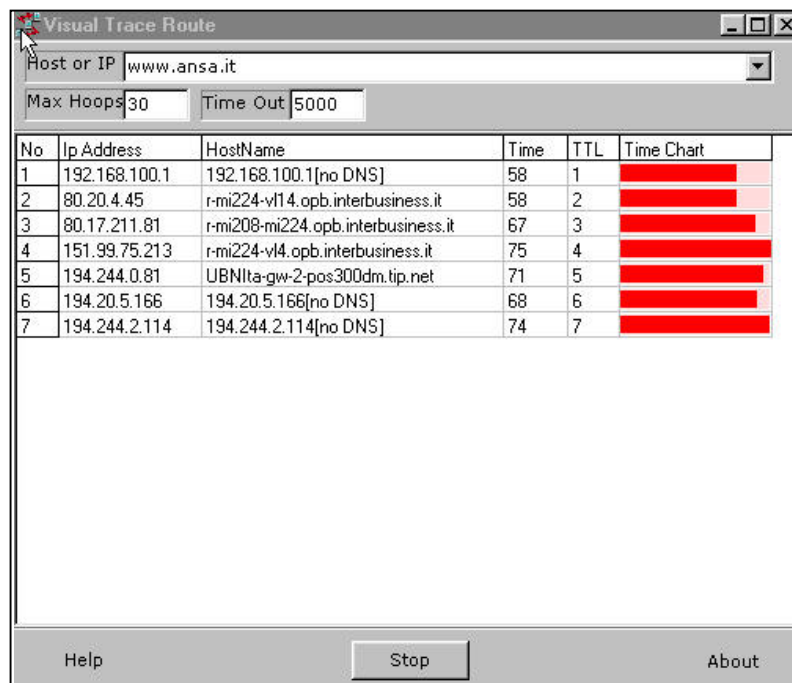
The screenshot shows the Visual Trace Route application window. At the top, the title bar reads "Visual Trace Route". Below the title bar, there is a text field for "Host or IP" containing "www.ansa.it". To the left of this field is a "Max Hoops" field with the value "30", and to the right is a "Time Out" field with the value "5000". Below these fields is a table with the following columns: "No", "Ip Address", "HostName", "Time", "TTL", and "Time Chart". The table contains 7 rows of data, each representing a hop in the network path. The "Time Chart" column contains red horizontal bars of varying lengths, representing the time taken for each hop. At the bottom of the window, there are three buttons: "Help", "Start", and "About".

No	Ip Address	HostName	Time	TTL	Time Chart
1	192.168.100.1	192.168.100.1[no DNS]	65	1	[Red bar]
2	80.20.4.45	r-mi224-v114.opb.interbusiness.it	57	2	[Red bar]
3	80.17.211.81	r-mi208-mi224.opb.interbusiness.it	57	3	[Red bar]
4	151.99.75.164	151.99.75.164[no DNS]	65	4	[Red bar]
5	194.244.0.85	ubnita-gw-2-pos800dm.tip.net	65	5	[Red bar]
6	194.20.5.166	194.20.5.166[no DNS]	68	6	[Red bar]
7	194.244.2.114	194.244.2.114[no DNS]	82	7	[Red bar]

05 Luglio ore 12.00



05 Luglio ore 15.00



L'analisi effettuata con questo strumento ha dimostrato una costanza di tempi di accesso durante l'intero arco della giornata. I tempi medi rilevati sono in linea con quelli rilevati utilizzando VisualRoute 2005 il giorno precedente.

Dimensione Home page e tempo di completamento:

Un altro aspetto importante riguarda la dimensione della Home page e del tempo necessario per poterne completare il caricamento.

Per far questo abbiamo utilizzato un particolare strumento presente nel sito <http://watson.addy.com>.

Il peso in byte della home page è di circa 64.231 (anche se cambia in continuazione a causa dei continui aggiornamenti) quindi meno del limite dei 100 Kbyte considerato massimo per la Home page.

I tempi necessari per il completamento per la pagina, invece, sono riportati in tabella.

I valori che abbiamo ottenuto sono i seguenti:

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	64231	46.85	25.69	21.41	18.35	8.03	3.21
Images	21	113024	82.44	45.21	37.67	32.29	14.13	5.65
Images preloaded by JavaScripts	13	2051	1.50	0.82	0.68	0.59	0.26	0.10
Total	35	177255	129.29	70.90	59.09	50.64	22.16	8.86

Sembrerebbe che l'utente medio (con connessione 56 K) per accedere al sito dell'ansa debba attendere quasi un minuto per caricare completamente la home page.





I tempi forniti sono tuttavia semplici stime.

Provando ad effettuare la connessione usando un normale modem 56K il tempo che mi è stato necessario per caricare completamente la Home page si è attestato sui 29 secondi.



I tempi di accesso reale sono quindi molto più bassi rispetto a quelli stimati ma, sicuramente, la presenza di un numero eccessivo di immagini riduce notevolmente la velocità di visualizzazione della home page.

Sintesi:

Punti di forza:

-  Buoni risultati ottenuti con la quasi totalità dei motori di ricerca;
-  URL del sito uguale al nome dell'agenzia (molto facile da memorizzare);
-  Ottimi risultati ottenuti con strumenti di link popularity check;
-  Tempi di risposta buoni e costanti lungo tutto l'arco della giornata;

Punti deboli:

-  Nessun risultato ottenuto con il motore di ricerca Clarence;
-  Tempi di caricamento della pagina mediamente lunghi (soprattutto le immagini);

USABILITA'

Usabilità: 2,5 (legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Obiettivi del test

L'obiettivo fondamentale del test è **valutare l'usabilità**.

Permette anche la verifica del livello di gradevolezza e comprensione del sito, con particolare attenzione alla rilevazione degli elementi che vengono particolarmente apprezzati e di quelli che, al contrario, possono indurre insoddisfazione nell'utente.

Per valutare l'usabilità del sito abbiamo deciso di effettuare dei test usando 5 persone con un "budget" culturale informatico molto variegato.

Il livello di tali persone è stato stimato mediante l'utilizzo di un questionario preparato dal nostro gruppo.

Il test prevede alcune domande contenenti le generalità dei nostri collaboratori come nome, cognome, età, professione e alcune domande per comprendere la familiarità dei nostri collaboratori con la rete.

In seguito abbiamo assegnato agli utenti una serie di compiti da svolgere all'interno del sito www.ansa.it cercando di individuare i principali problemi di usabilità.

Metodologia utilizzata

Gli utenti campione sono stati sottoposti al seguente questionario:

TEST INFORMATIVO		
Nome:	Età:	Professione:
Possiedi un personal computer?		
<input type="checkbox"/> Sì		
<input type="checkbox"/> No		
Quante ore trascorri mediamente davanti al computer in una settimana?		
<input type="checkbox"/> Meno di 1 ora		
<input type="checkbox"/> Tra 1 e 5 ore		
<input type="checkbox"/> Tra 5 e 10 ore		
<input type="checkbox"/> Oltre le 10 ore		
Quante ore mediamente trascorri collegato a Internet?		
<input type="checkbox"/> Meno di 1 ora		
<input type="checkbox"/> Tra 1 e 5 ore		
<input type="checkbox"/> Tra 5 e 10 ore		
<input type="checkbox"/> Tra le 10 e le 20 ore		
<input type="checkbox"/> Oltre 20 ore		
Per quali motivi usi maggiormente internet?		
<input type="checkbox"/> Lavoro		
<input type="checkbox"/> Ricerca di informazioni		
<input type="checkbox"/> Svago (giochi, musica ecc.)		
<input type="checkbox"/> Servizi bancari		
<input type="checkbox"/> Altro		
Sei mai stato nel sito Ansa?		
<input type="checkbox"/> Sì		
<input type="checkbox"/> No		
Come giudichi in generale la tua conoscenza del web?		
<input type="checkbox"/> Scarsa		
<input type="checkbox"/> Sufficiente		
<input type="checkbox"/> Buona		
<input type="checkbox"/> Ottima		

Sottoponendo i nostri utenti al test abbiamo estratto i risultati di interesse che sono riassunti in questa tabella:

NOME	ETA'	PROFESSIONE	CONOSCENZA WEB	SEI MAI STATO NEL SITO ANSA?
Marco	15	Studente	Sufficiente	NO
Valentina	22	Studentessa	Buona	NO
Giuseppina	43	Casalinga	Scarsa	NO
Stefano	33	Pizzaiolo	Buona	NO
Biagio	50	Programmatore	Ottima	SI

Prima di iniziare il test abbiamo dato alcune spiegazioni ai nostri collaboratori.

Abbiamo precisato loro che obiettivo del test non era valutare le competenze di chi lo svolgeva, ma valutare, invece, la qualità e soprattutto l'usabilità del sito Ansa.

Abbiamo cercato anche di far comprendere loro che eventuali difficoltà incontrate nello svolgere i vari compiti sarebbero state del tutto normali e che ci sarebbero state di grande aiuto per comprendere meglio gli aspetti da migliorare del sito.

Il test è stato svolto affiancando in ogni momento l'utente che lo svolgeva da un interlocutore del gruppo.

Gli altri membri del gruppo osservavano l'utente e prendevano nota dei movimenti che l'utente faceva con il mouse, e i commenti espressi ad alta voce dall'utente.

A ogni utente è stato infatti chiesto di fare commenti liberi ad alta voce (think aloud) senza censura.

L'utente è libero di mostrare entusiasmo, perplessità o difficoltà.

Al termine di ogni compito il gruppo si riuniva e scriveva una serie di commenti e le prime impressioni riscontrate dall'osservazione dell'utente. Il tempo di esecuzione del test veniva poi cronometrato al fine di valutare il tempo medio necessario per svolgere ciascun compito.

Abbiamo stabilito un tetto massimo di tempo che ci è servito solo per dare un limite massimo di tempo al test.

I compiti da svolgere sono stati scritti su un foglio di carta in modo da rendere la spiegazione dei compiti identica per tutti gli utenti.

Gli utenti hanno svolto il test nelle medesime condizioni sedute allo stesso computer con la stessa configurazione. Al termine dei compiti, poi, l'utente è stato intervistato per raccogliere informazioni di carattere generale sul sito (critiche, commenti e proposte di miglioramento).

I dati raccolti sono stati poi elaborati e ci hanno permesso di individuare i principali problemi di usabilità descritti nella sezione sintetica qui sotto.

A causa dell'enorme estensione del sito abbiamo dovuto fare una selezione dei possibili compiti e quindi il nostro test di usabilità riguarda solo alcune parti del sito e non il sito nel suo complesso.

Avremmo voluto assegnare compiti riguardanti le transizioni ma non lo abbiamo potuto fare perché le transizioni stesse non funzionano e producono risultati anomali.

Precisazione: per rendere il test più interessante, abbiamo deciso di non comunicare l'URL del sito per verificarne anche il grado di accessibilità.

Riportiamo di seguito i compiti assegnati ad ogni utente al fine di valutare l'usabilità del sito:

TEST DI USABILITA'

- 1) Accedere al sito Ansa e cercare le notizie di oggi in lingua Inglese
- 2) Cerca le informazioni metereologiche di oggi del comune di Giussano (MI)
- 3) Cercare la pagina contenente le notizie accadute ieri in Italia
- 4) Cerca la prima pagina del giornale "Il messaggero" in edicola oggi.
- 5) Cerca la pagina che si occupa di Motori

Risultati del test:

UTENTE 1:

Nome: Marco

Età: 15 anni

Professione: studente

Esperienza web: sufficiente

Conosce sito Ansa?: mai visto

Compito 1:

Descrizione dell'operazione	Accedere al sito Ansa e trovare le notizie di oggi in lingua inglese
Tempo massimo stimato	2 minuto e 30 secondi
Tempo impiegato	55 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente apre il browser Internet Explorer.

Senza conoscere l'URL del sito digita direttamente l'indirizzo www.ansa.it.

L'utente dice di non conoscerlo ma prova questo indirizzo ritenendolo il più ovvio possibile.

Vede le notizie di oggi. A colpo d'occhio si accorge dell'URL "news in English" presente nel menù principale, ci clicca sopra ma non nota immediatamente gli articoli in lingua inglese. Stupito pensa che il link non funzioni. Controlla la pagina a fianco e si accorge che le notizie sono in lingua inglese.

"Pensavo che non funzionasse perché vedevo ancora le scritte in italiano..." afferma.

Impressioni e commenti generali:

Nessuna difficoltà individuata nella procedura.

L'utente digita l'URL senza incertezze andando a colpo sicuro.

Individua immediatamente il pulsante per accedere alle notizie in inglese.

Evidenti problemi di feedback in quanto l'utente non si accorge subito che l'operazione è stata eseguita correttamente. Viene confuso dal fatto che il menù principale è rimasto in italiano e solo le news sono state tradotte in inglese.

Compito 2:

Descrizione dell'operazione	Cerca le informazioni metereologiche di oggi del comune di Giussano (MI)
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	3 minuti e 55 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente scorre il menù principale presente in alto a sinistra (quello blu).

Legge i nomi dei link ad alta voce.

Non trovando alcuna voce a riguardo, scorre la parte bassa del menù principale (sotto Home).

Anche qui scorre i link uno per uno leggendoli ad alta voce ma non individua la voce di interesse affermando "No, qui non c'è quello che cerco".

Guarda la pagina in alto a destra e non si accorge delle informazioni meteo che scorrono a video (ci passa sopra con il mouse ma proprio non le vede).

Ora guarda i link presenti nel menù in basso a destra della pagina, anche qui legge i link e non trova ciò che cerca affermando "ma sei sicuro che in questo sito ci sono informazioni sul meteo?".

Ricontrolla il menù presente sulla sinistra, clicca sul link regioni.

Si apre la pagina con tutte le regioni elencate.



Di nuovo ignora il link meteo e clicca sulla voce Lombardia.
Finalmente vede la cartina della Lombardia con le informazioni metereologiche.

Home > Regioni > **Lombardia** >> le news di ie

2005-07-17 14:54
Morta a Milano la scrittrice Gina Lagorio
Pochi giorni fa, fa aveva finito ultimo libro 'Capita'

2005-07-17 13:35
Ecco il 'Beach Videogame', 15enne milanese vince a Riccione
Battuto 22enne di Mantova in gioco corse automobilistiche

2005-07-17 13:31
Notte brava dei fracassoni in riviera ponente, 19 denunce
Quaranta quelli segnalati in meno di 24 ore dai carabinieri

2005-07-17 10:22
Incidenti stradali: un morto nel Veneziano
E' un milanese residente a San Dona' di Piave

2005-07-17 08:58
Caldo: nord e sud si preparano all'assalto dell'afa
Ieri code su strade, oggi niente sciopero addetti ai caselli

2005-07-17 08:43
Morto a Bergamo il senatore Giuseppe Belotti
97 anni, fu deputato dell'Assemblea Costituente

METEO



le NEWS LOCALI SUL TUO TELEFONINO



Clicca sulla piantina e appaiono le informazioni meteo relative alle città più importanti della Lombardia. Vede Milano. “Se clicco su Milano mi farà vedere i comuni della sua provincia”.
Cliccando su Milano, invece, vengono visualizzate le informazioni metereologiche della settimana della città di Milano. “No, ho sbagliato, afferma”.
Esplora la pagina nel suo complesso e si accorge che sulla sinistra c'è un motore di ricerca. Scrive Giussano nel motore di ricerca e preme il pulsante per la conferma.

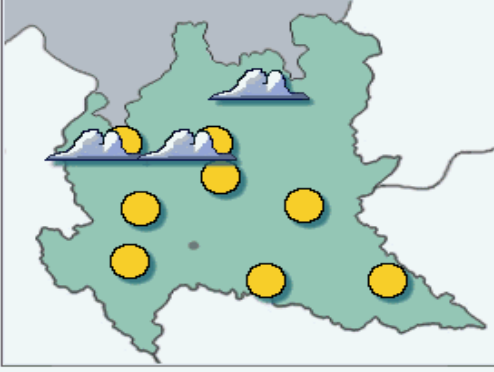
ITALIA
Cerca in Italia
Giussano **Vai**

> Nord Occidentale
> Nord Orientale
> Centro
> Sud
> Sicilia
> Sardegna
> Mari e Venti

LOMBARDIA

• Milano	+22 +34	☀
• Bergamo	+22 +33	☀
• Brescia	+19 +33	☀
• Como	+20 +32	☁
• Cremona	+19 +33	☀
• Lecco	+21 +32	☁
• Lodi	+21 +34	☀
• Mantova	+21 +34	☀
• Pavia	+21 +34	☀
• Sondrio	+20 +30	☁
• Varese	+17 +30	☁

* temperature: minima prevista per la prossima notte e massima prevista per domani.



Clicca sulla mappa per accedere alle Province

LOCALITA' TURISTICHE

Viene di nuovo caricata la pagina con le informazione climatiche delle principali città lombarde (identica a quella sopra). Assume un'espressione interrogativa.
Fa scorrere leggermente la pagina verso il basso e con grande stupore trova le informazioni relative al comune richiesto. “Troppo in basso, afferma, non me ne ero nemmeno accorto”.

Impressioni e commenti generali:

Difficoltà nell'individuare la giusta collocazione del link che riporta alle previsioni del tempo.

Non vede il banner Meteo nella Home page.

Una volta giunto nella pagina del meteo usa il motore di ricerca.

Non vede l'elenco dei comuni nella provincia di Milano che si trova in fondo alla pagina.

Problemi di feedback. L'uso del motore di ricerca prevede la visualizzazione dei dati ricercati come ultimo argomento in fondo alla pagina. L'utente si aspetta i risultati immediatamente in alto alla pagina.

Compito 3

Descrizione dell'operazione	Cercare la pagina con le notizie accadute ieri in Italia.
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	2 minuti e 20 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente scorre il menù di sinistra.

L'utente afferma di pensare che cliccando su Italia troverà un qualche collegamento alle notizie accadute ieri.

Clicca su Italia, la pagina centrale cambia e vengono visualizzate le notizie di oggi.

L'utente controlla la data delle notizie e si rende conto che le notizie trovate non sono quelle di ieri ma di oggi.

Cerca in fondo alla pagina. L'unico link che trova riporta la dicitura "le news di oggi".

L'utente focalizza l'attenzione sul menù di destra ma non trova nulla.

Di nuovo ricontrolla la pagina delle notizie italiane.

Con attenzione legge riga per riga le notizie.

Si dirige verso la parte alta della pagina.

Si accorge casualmente che in alto c'è un link alle news di ieri (lo afferma egli stesso che si è trattata di una casualità; il link a suo dire era quasi del tutto invisibile).

Afferma che il link tende a confondersi con il percorso fatto dall'utente (intende dire che ha lo stesso stile del breadcrumb).

Impressioni e commenti generali:

L'utente intuisce in modo logico la collocazione delle notizie del giorno precedente ma non riesce a trovare il link. Ha difficoltà ad individuarlo e gli sembra dello stesso stile del breadcrumb.

Compito 4

Descrizione dell'operazione	Cerca la prima pagina del giornale "Il messaggero" in edicola oggi
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	3 minuti e 17 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente si precipita al menù di destra dove dice di aver letto in precedenza "In edicola oggi".
Clicca sul link.
Si apre nella pagina centrale la rassegna stampa di oggi.

In edicola oggi	
LA RASSEGNA STAMPA DELLA CAMERA DEI DEPUTATI	
» 03-07-2005 09:31	===RAI: CATTANEO, MI MASSACRANO MA POI VINCO IO
» 03-07-2005 09:29	===UDC: GIOVANARDI, SGRADIVOLE DARE... +++RPT+++
» 03-07-2005 09:28	===UDC: GIOVANARDI, SGRADIVOLE DARE... +++RETTIFICA+++
» 03-07-2005 09:12	===CALDEROLI: PER BOSSI SONO PRONTO A FARE IL TERRONE
» 03-07-2005 08:42	===UDC: GIOVANARDI, SGRADIVOLE DARE TUTTE COLPE AL PREMIER
» 03-07-2005 08:30	===AN: RAUTI, COME NEL '90 FINI E' BATTIBILE
» 03-07-2005 08:21	===AN: TREMAGLIA, PARTITO MALATO CHE SOLO FINI PUO' CURARE
» 03-07-2005 08:16	===AN: FISICHELLA, ECCO PERCHE' HO DECISO DI ANDARMENE
» 03-07-2005 08:04	===NAPOLITANO: CHIUDERE I CPT E' DA IRRESPONSABILI
» 03-07-2005 07:56	===BOB GELDOF: PER L'AFRICA HO SACRIFICATO LE MIE AMBIZIONI
» 03-07-2005 07:49	===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE (3)
» 03-07-2005 07:05	===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE (2)

Legge le notizie una per una.

Procede sempre più scoraggiato vista l'infinità di notizie che vengono proposte.

L'utente infatti afferma che le notizie da leggere sono tante.

Arriva al fondo della pagina e trova 3 link etichettati "oggi dai giornali: le prime pagine".

"Quale sarà dei tre?" si chiede l'utente.

Prova con il primo link.

Si apre una nuova pagina centrale che riporta i titoli delle prime pagine di:

Il sole 24 ore, Il manifesto, Liberazione, La Padania, Il corriere della Sera.

Esce dalla pagina facendo click sul pulsante indietro del browser.

Clicca sul secondo link "oggi dai giornali: le prime pagine (2)", si apre di nuovo la pagina con i titoli dei giornali. Legge tra le righe e finalmente trova il titolo di prima pagina de Il Messaggero.

Impressioni e commenti generali:

Anche in questo caso l'utente intuisce l'esatta collocazione delle informazioni richieste immediatamente.

Qualche problema dovuta alla difficoltà dell'individuazione dell'esatto link che riporta le informazioni di prima pagina al giornale richiesto. La presenza di link uguali confonde notevolmente l'utente che non sa quale scelta fare. Problema di labelling molto evidente.

Compito 5

Descrizione dell'operazione	Cerca la pagina che si occupa di motori
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	-
Esito dell'operazione	Non eseguita

Procedura:

L'utente mantiene il puntatore del mouse fermo e inizia a pensare.
Dice di non ricordare di aver visto nessun link che si riferisse a informazioni di questo tipo.
Dopo un po' inizia a leggere scrupolosamente e minuziosamente ogni link del menù principale.
Salta totalmente il menù in alto a sinistra (quello tutto blu) ma parte invece dal menù sotto Home.
Una volta terminata la lettura scorre quello di destra.
Anche qui il movimento del puntatore è molto lento e l'utente legge ad alta voce link per link.
Non trova nulla di interessante.
Rilegge comunque nuovamente i link del menù di destra.
Prova a cliccare su trasporti esclamando "Boh!!! Magari è qui!!!"
Dopo un'ispezione generale della pagina (durata 4 secondi) si accorge che il link non riporta alcun tipo di informazione tra quelle richieste. "Ho sbagliato, non è qui!".
Torna indietro e inizia a rileggere il menù principale.
Il tempo scade e l'utente non porta a termine il compito.

Impressioni e commenti generali:

L'utente si aspetta di trovare il link con le notizie sui motori direttamente nel menù principale.
Si aspetta una voce esplicita del tipo "Motori".
Da notare come l'utente crea un'associazione mentale tra menù e contenuto della pagina. Per l'utente ciò che il sito contiene è indicato esplicitamente nel menù. Non viene esplorata nessuna altra parte della pagina.

UTENTE 2:

Nome: Valentina
Età: 22 anni
Professione: studentessa
Esperienza web: discreta
Conosce sito Ansa?: mai visto

Compito 1:

Descrizione dell'operazione	Accedere al sito Ansa e trovare le notizie di oggi in lingua inglese
Tempo massimo stimato	2 minuto e 30 secondi
Tempo impiegato	35 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente apre il browser Internet Explorer.

Non conosce l'URL del sito.

Si reca in Virgilio, digita la parola ansa e poi fa click su inizia ricerca.

Trova l'URL corretto, ci clicca sopra e entra nel sito Ansa.

La sua attenzione è attratta dal banner pubblicitario in movimento in alto alla Home page.

Dopo pochi secondi di distrazione inizia a leggere il menù di sinistra.

E' attratto dall'etichetta rossa new.

Riconosce subito il link "news in English", ci clicca sopra e senza difficoltà indica con soddisfazione le notizie in inglese tradotte al centro della pagina.

Impressioni e commenti generali:

Nessuna difficoltà individuata nella procedura.

L'utente cerca l'URL da un motore di ricerca per non sbagliare.

Viene distratta dal banner pubblicitario troppo appariscente.

Individua immediatamente il pulsante per accedere alle notizie in inglese.

Nessun problema di feedback. Non si accorge del fatto che i link presenti nei menù rimangono in italiano.

Compito 2:

Descrizione dell'operazione	Cerca le informazioni metereologiche di oggi del comune di Giussano (MI)
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	1 minuti e 00 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente si accorge immediatamente del banner relativo al meteo in alto a destra.

Ci clicca sopra.

Vede la cartina dell'Italia e clicca sulla Lombardia (tutto questo avviene immediatamente senza nemmeno guardare il contenuto della pagina. Ci mette meno di un secondo a cliccare sulla regione!!!).

Attende il caricamento della pagina.

L'utente sembra tranquillo e fiducioso.

Anche lei clicca su Milano e visualizza le informazioni meteo sulla città di Milano.

Scorre la pagina verso il basso e trova la casella contenente tutti i comuni della provincia milanese.



Fa scorrere la freccia e sceglie il comune di Giussano.

La pagina centrale cambia nuovamente.

L'utente di nuovo visualizza le temperature delle principali città lombarde.

Domenica 17 Luglio, previsioni valide fino alle ore 20:00

LOMBARDIA

- Milano +24 +33 ☀
- Bergamo +23 +31 ☀
- Brescia +23 +31 ☀
- Como +20 +29 ☀
- Cremona +20 +33 ☀
- Lecco +22 +30 ☀
- Lodi +23 +33 ☀
- Mantova +23 +34 ☀
- Pavia +23 +34 ☀
- Sondrio +22 +29 ☁
- Varese +17 +26 ☀

* temperature: minima prevista per la prossima notte e massima prevista per domani

Clicca sulla mappa per accedere alle Province

COMUNE

- **Giussano** ☀

AREA CLIMATICA

- ALPI BERGAMASCHE/BRESCIANE ☁☀
- ALPI LOMBARDE settore EST ☁
- ALPI LOMBARDE settore OVEST ☁
- MANTOVANO ☀
- PIANURA LOMBARDA CENTRALE ☀
- PIANURA LOMBARDA OCCIDENTALE ☀

Non vede la tabella!!!

“Ho forse sbagliato afferma?”.

Scende nuovamente per risSelectedionare il comune.

Ha talmente tanta fretta che nemmeno vede la tabella che riporta la scritta Giussano.

Scendendo si accorge, invece, che infondo alla pagina (sotto le aree climatiche) è riportata una tabella con le previsioni settimanali del comune di Giussano.

Trova veramente strano che le informazioni trovate vengano inserite a fine pagina e non a inizio pagina.

Impressioni e commenti generali:

Individuazione del link alle previsioni del tempo immediata.

Problemi nell’individuare le notizie meteo del comune perché si trovano troppo lontane dall’inizio della pagina.

L’utente trova questa scelta molto strana.

Scarsa visibilità dei dati relativi al comune scelto.

La tabella viene totalmente ignorata.

Compito 3

Descrizione dell’operazione	Cercare la pagina con le notizie accadute ieri in Italia.
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	14 secondi
Esito dell’operazione	Ok

Procedura:

L’utente scorre il menù di sinistra.

Clicca su Italia, la pagina centrale cambia e vengono visualizzate le notizie di oggi.

Si ferma a leggere le prime notizie.
Alza leggermente lo sguardo e trova in alto alla pagina il link “le news di ieri”.
Ci clicca sopra e raggiunge la pagina desiderata.

Impressioni e commenti generali:

Nessun problema riscontrato.
Compito eseguito velocemente e con una certa sicurezza.

Compito 4

Descrizione dell'operazione	Cerca la prima pagina del giornale “Il messaggero” in edicola oggi.
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	3 minuti e 00 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente scorre tutto il menù di sinistra.
Non trova nulla di interesse. Si sposta con il puntatore direttamente sul menù di destra.
Fa scorrere la pagina lentamente e trova il link “In edicola oggi”.
Clicca sul link.
Si apre una pagina centrale contenente la rassegna stampa.
Legge le notizie sommariamente scendendo molto rapidamente. Arriva a fine pagina.
Non sembra soddisfatta. Le chiediamo perché.
Dice che è scesa troppo velocemente e si sarà sicuramente fatta scappare il link giusto.
Scorre la pagina rileggendo a partire dal basso.
Trova l'ultimo dei tre link “oggi dai giornali: le prime pagine (1)”.
Non si accorge che ce ne sono altri due con lo stesso nome.
Ci clicca sopra e trova le informazioni relative al messaggero.

Impressioni e commenti generali:

L'utente trova quasi subito il link “In edicola oggi”.
Manifesta qualche problema nell'individuare il giusto link nella pagina dedicata alla rassegna stampa.
Non nota i tre link uguali e, poiché legge dal basso, individua immediatamente quello corretto.

Compito 5

Descrizione dell'operazione	Cerca la pagina che si occupa di motori
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	-
Esito dell'operazione	Non eseguita

Procedura:

L'utente scorre il menù di sinistra.

Legge voce per voce ma non trova nulla.
Guarda anche in quello di destra. Legge voce per voce e non trova nulla.
Scende verso videonews. Fa scorrere il puntatore orizzontalmente in cerca del link corretto.
Anche qui non lo trova. Si spazientisce, inizia a sbuffare.
“Ma dove cavolo è???”.
Sale di nuovo, va verso il logo Ansa.
Legge il menù in piccolo relativo ai contatti.
Termina la lettura.
Si dirige verso il menù blu.
Dopo nemmeno un secondo lo lascia perdere senza nemmeno leggere.
Ricontrolla il menù di sinistra, rilegge, poi legge di nuovo quello di destra con molta più calma.
“Non ce la faccio...”.
Il tempo scade.

Impressioni e commenti generali:

Totale disorientamento dell'utente. Inizialmente si ancora ai menù della Home page poi cerca informazioni in modo del tutto disordinato in ogni parte della Home. Abbiamo notato un comportamento abbastanza ansioso e spazientito mano a mano che il tempo passava.

UTENTE 3:

Nome: Giuseppina
Età: 43 anni
Professione: casalinga
Esperienza web: scarsa
Conosce sito Ansa?: mai visto

Compito 1:

Descrizione dell'operazione	Accedere al sito Ansa e trovare le notizie di oggi in lingua inglese
Tempo massimo stimato	2 minuto e 30 secondi
Tempo impiegato	45 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente non sa usare i motori di ricerca e nemmeno digitare un URL.
Non sa nemmeno che cosa sia. Quindi, in questo caso eccezionale, facciamo trovare all'utente sullo schermo la pagina del sito Ansa.
Inizia a leggere il menù principale di sinistra.
Si accorge della parola English.
Non è che ne capisca molto il senso da quello che afferma (“English non vuol dire inglese?”), ma ci clicca sopra comunque. Vede le notizie scritte in una lingua diversa dall'italiano e presume si tratti della lingua inglese.
Così porta a termine il compito.

Impressioni e commenti generali:

Considerata l'inesperienza dell'utente il compito è stato portato a termine molto velocemente.

Nessuna difficoltà riscontrata se non quella dovuta a comprendere parole inglesi.

Compito 2:

Descrizione dell'operazione	Cerca le informazioni meteorologiche di oggi del comune di Giussano (MI)
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	4 minuti e 50 secondi
Esito dell'operazione	Ok

Procedura:

L'utente si accorge immediatamente del banner relativo al meteo in alto a destra.

Ci clicca sopra.

Vede la cartina dell'Italia. Sembra spaesato, non sa che fare.

Legge in basso sotto la cartina. C'è scritto di cliccare sulla mappa per accedere alle regioni.

Clicca sulla Lombardia.

Si apre una nuova pagina che riporta la cartina della Lombardia.

Di nuovo legge sotto la cartina la scritta "clicca sulla mappa per accedere alle province".

Clicca su Milano.

Vengono visualizzate le informazioni meteo sulle principali città lombarde.

"Ma non doveva visualizzare la provincia?".

Inizia a leggere tutta la pagina riga per riga.

"No, qui parla di Milano. Cosa faccio?"

"Vedi tu, rispondiamo, non possiamo dare suggerimenti".

Continua a leggere e scende di nuovo in basso.

Vede i comuni della provincia di Milano.

Cerca Giussano.

Ci clicca sopra. Di nuovo si apre la pagina con le informazioni sulle temperature delle principali città lombarde.

"Ma dov'è Giussano?".

Intuisce che forse le informazioni si trovano al termine della pagina.

Scende e vede una tabella con le previsioni del tempo della settimana.

"Ma sono le previsioni di Giussano?"

Avvicina gli occhi al monitor per leggere l'intestazione della tabella.

"Ah, sì, è Giussano. Com'è scritto in piccolo!!!".

Compito terminato.

Impressioni e commenti generali:

Nonostante l'inesperienza dell'utente le didascalie inserite sotto le cartine geografiche sono state molto utili.

L'utente sembra esprimere malcontento e perplessità sulla scelta di inserire i risultati della ricerca al di sotto della pagina. Esprime anche giudizi negativi sulla dimensione del carattere che sembra troppo piccolo e difficile da visualizzare per una persona un po' avanti con l'età (come dice lei in modo simpatico).

Compito 3

Descrizione dell'operazione	Cercare la pagina con le notizie accadute ieri in Italia.
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	-
Esito dell'operazione	Non eseguita

Procedura:

L'utente scorre il menù di sinistra e di destra.

Non trova nulla.

Fa scendere la pagina e trova sotto al banner pubblicitario il link "calendario Ansa 2005" sotto la voce download. "Che cosa vuol dire download?"

E' evidente che per un utente inesperto del Web, download può essere una parola priva di significato.

Clicca comunque su calendario 2005.

Le chiediamo perché. Ci dice di aver pensato di trovare un calendario che permette all'utente di scegliere la data delle notizie desiderate.



Si apre una pagina contenente il calendario dell'anno 2005 offerto da Ansa con le 12 foto più belle dell'anno. "Ma non è quello che intendevo io..."

Capisce di aver sbagliato.

Usa espressioni abbastanza colorite che qui non riporteremo e clicca su indietro.



Decide di cliccare su Italia. Di nuovo si apre la pagina con le ultime notizie accadute in Italia.

Trova una notizia con un clamoroso errore di data.

Sbadatamente è stata inserita una notizia con data uguale a quella del giorno precedente.

"Ecco, ho trovato le notizie di ieri" afferma.

Pensa che le notizie di ieri e di oggi siano mischiate tra loro.

■ Casa: prezzi +4,1% in sei mesi  <i>Secondo osservatorio Nomisma la 'bolla' non esploderà'</i> (ANSA) - BOLOGNA, 15 LUG - La 'bolla' non esploderà' e i prezzi degli immobili in Italia continueranno...	■ Rai: spot occulti, 2 rinvii giudizio  <i>Per reato di illecito amministrativo</i> (ANSA) - ROMA, 14 LUG - Conclusa con il rinvio a giudizio di 2 persone l'inchiesta della procura di Ro...
--	---

**OGGI
E' IL 15
LUGLIO**

Impressioni e commenti generali:

Enorme difficoltà dell'utente a trovare il link desiderato.

Problemi di interpretazione del significato di alcuni link. Pensa che calendario Ansa 2005 sia un link che porta a un calendario virtuale che, scelta una data, visualizza le notizie della data scelta.

A causa di un errore di stampa pensa che le notizie di oggi e di ieri siano mischiate insieme.

Compito 4

Descrizione dell'operazione	Cerca la prima pagina del giornale "Il messaggero" in edicola oggi
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	4 minuti e 20 secondi
Esito dell'operazione	Parziale

Procedura:

L'utente ricorda di aver letto "In edicola oggi" nel menù di destra.

Ci clicca sopra.

Viene caricata la pagina delle notizie centrali.

L'utente pensa di essere giunto nella giusta pagina.

In alto, infatti, legge la parola rassegna stampa.

Inizia a leggere le notizie una per una.

Dice che la lettura è stancante e faticosa. Avrebbe bisogno degli occhiali.

Le notizie sono troppo attaccate e la vista quasi le si confonde.

Scende e trova "Oggi dai giornali le prime pagine (1)" e "Oggi dai giornali le prime pagine (2)".

Sgranando gli occhi esclama "Ma quale devo scegliere tra i due? Sono uguali!!!".

Ci chiede un consulto.

Le ricordiamo che non possiamo darle suggerimenti.

Decide di cliccare su l link numero 2 e fortunatamente trova le notizie relative al giornale "Il Messaggero".

Il tempo impiegato è stato maggiore di quello massimo stabilito.

Diremo quindi che il compito è stato eseguito parzialmente.

Impressioni e commenti generali:

Anche in questo caso l'utente intuisce l'esatta collocazione delle informazioni richieste immediatamente.

Trova problemi a individuare l'esatto link che di fatto è doppio (problema di labelling).

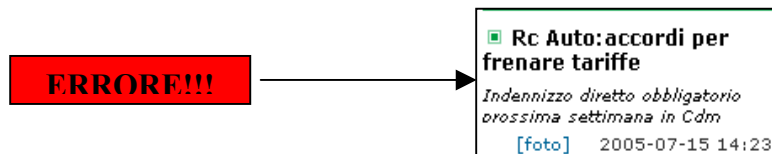
Enorme difficoltà di lettura delle notizie. L'utente ci impiega un tempo altissimo a decifrare le informazioni a video. Sostiene che sono troppo piccole per lei e quasi illeggibili.

Compito 5

Descrizione dell'operazione	Cerca la pagina che si occupa di motori
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	-
Esito dell'operazione	Non eseguita

Procedura:

L'utente legge attentamente i link contenuti nei menù di sinistra e di destra.
Non trova nulla di interessante.
Clicca su altre news al centro della pagina.
Le chiediamo il perché della scelta e lei risponde:
"Qui non c'è niente, magari ci sono informazioni su altre notizie".
Cambia la pagina centrale.
Inizia a leggere i titoli di tutte le notizie.
La sua attenzione è attratta da una notizia che parla di assicurazioni d'auto.
Ci clicca sopra.



Pensa di trovare informazioni sulle automobili ma in realtà trova l'articolo dettagliato che parla delle assicurazioni delle automobili.
Torna indietro, il tempo scorre e legge nuovamente i menù.
Si arrende spontaneamente e dice di non essere in grado di trovare le informazioni richieste.
Non importa, tanto il tempo è già scaduto.

Impressioni e commenti generali:

Difficoltà nell'individuare il link sotto la voce canali.
Al termine del test indichiamo all'utente dove si trova il link motori.
L'utente un po' indispettito risponde...
"Ma che cosa vuol dire canali?".
La risposta ci ha fatto molto riflettere.
Per chi naviga spesso nel web la parola canali è ben nota e conosciuta.
Ma per chi non usa mai il web?
Gli unici canali con cui ha a che fare sono quelli del telecomando della televisione.

UTENTE 4:

Nome: Stefano
Età: 33 anni
Professione: pizzaiolo
Esperienza web: ottima
Conosce sito Ansa?: mai visto

Compito 1:

Descrizione dell'operazione	Accedere al sito Ansa e trovare le notizie di oggi in lingua inglese
Tempo massimo stimato	2 minuto e 30 secondi
Tempo impiegato	20 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente apre il browser Internet Explorer.
Non conosce l'URL del sito.
Prova con www.ansa.it e accede al sito Ansa.
Scorre con il mouse il menù laterale di sinistra, vede il link "news in English", preme il link.
La pagina centrale cambia.
Assume un'espressione interrogativa poi afferma: "Fatto!!!".
Gli chiediamo il perché della sua perplessità.
Risponde: "Per pochi secondi mi è sembrato non funzionasse... ho visto i link del menù tutti in italiano!!!"
"Ma perché non li traducono? Non ha senso...".

Impressioni e commenti generali:

Nessuna difficoltà nell'individuare l'URL del sito.
Perplessità manifestate in fase di traduzione.
Per un po' l'utente non si è reso conto di aver visualizzato la pagina corretta.

Compito 2:

Descrizione dell'operazione	Cerca le informazioni metereologiche di oggi del comune di Giussano (MI)
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	2 minuti e 47 secondi
Esito dell'operazione	Ok

Procedura:

A colpo sicuro l'utente si dirige sul link "Regioni" presente nella Home page.
Non si accorge del banner relativo al meteo presente in alto sulla destra della Home page.
Si apre una nuova pagina (vedi figura) con informazioni relative alle regioni.

The screenshot shows a page titled "Regioni" with a list of Italian regions on the left and a "LINK UTILI" section on the right. The "Meteo" link in the "LINK UTILI" section is circled in red.

Regioni	
>> Abruzzo	
>> Basilicata	
>> Calabria	
>> Campania	
>> Emilia-Romagna	
>> Friuli-Venezia Giulia	
>> Lazio	
>> Liguria	
>> Lombardia	
>> Marche	
>> Molise	
>> Piemonte	
>> Puglia	
>> Sardegna	
>> Sicilia	
>> Toscana	
>> Trentino-Alto Adige	
>> Umbria	
>> Valle d'Aosta	
>> Veneto	

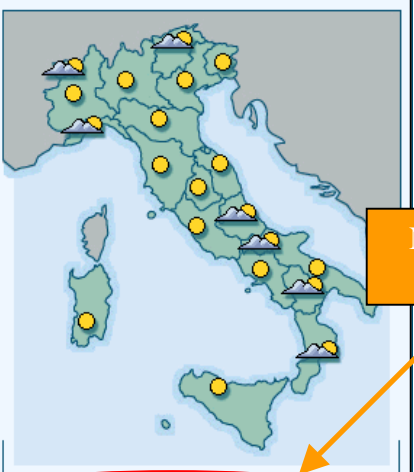
LINK UTILI	
> Turismo	
> Agroalimentare	
> Meteo	

Vede il link meteo, ci clicca sopra e visualizza la seguente pagina.

Clicca qui!!!

CITTA'		
Ancona	+18	+31
Bari	+21	+29
Bologna	+21	+35
Cagliari	+19	+33
Firenze	+17	+35
Genova	+21	+28
Milano	+22	+34
Napoli	+20	+33
Palermo	+22	+31
Roma	+16	+35
Torino	+23	+33
Venezia	+19	+31

* temperature: minima prevista per la prossima notte e massima prevista per domani



Non se ne accorge

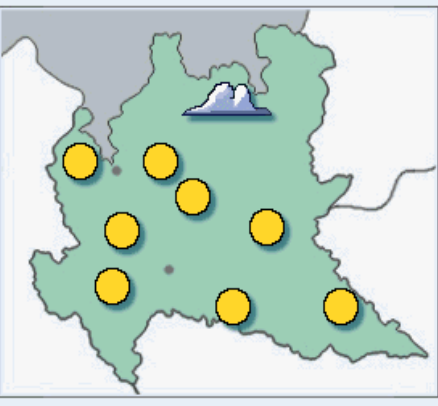
Clicca sulla mappa per accedere alle Regioni

Senza nemmeno leggere la dicitura riportata sotto la cartina scorre i nomi delle città e fa click su Milano. Attende il caricamento della nuova pagina.

Domenica 17 Luglio, previsioni valide fino alle ore 20:00

LOMBARDIA		
• Milano	+24	+33
• Bergamo	+23	+31
• Brescia	+23	+31
• Como	+20	+29
• Cremona	+20	+33
• Lecco	+22	+30
• Lodi	+23	+33
• Mantova	+23	+34
• Pavia	+23	+34
• Sondrio	+22	+29
• Varese	+17	+26

* temperature: minima prevista per la prossima notte e massima prevista per domani



Clicca sulla mappa per accedere alle Province

COMUNE		
• Giussano		

AREA CLIMATICA		
• ALPI BERGAMASCHE/BRESCIANE		
• ALPI LOMBARDE settore EST		
• ALPI LOMBARDE settore OVEST		
• MANTOVANO		
• PIANURA LOMBARDA CENTRALE		
• PIANURA LOMBARDA OCCIDENTALE		

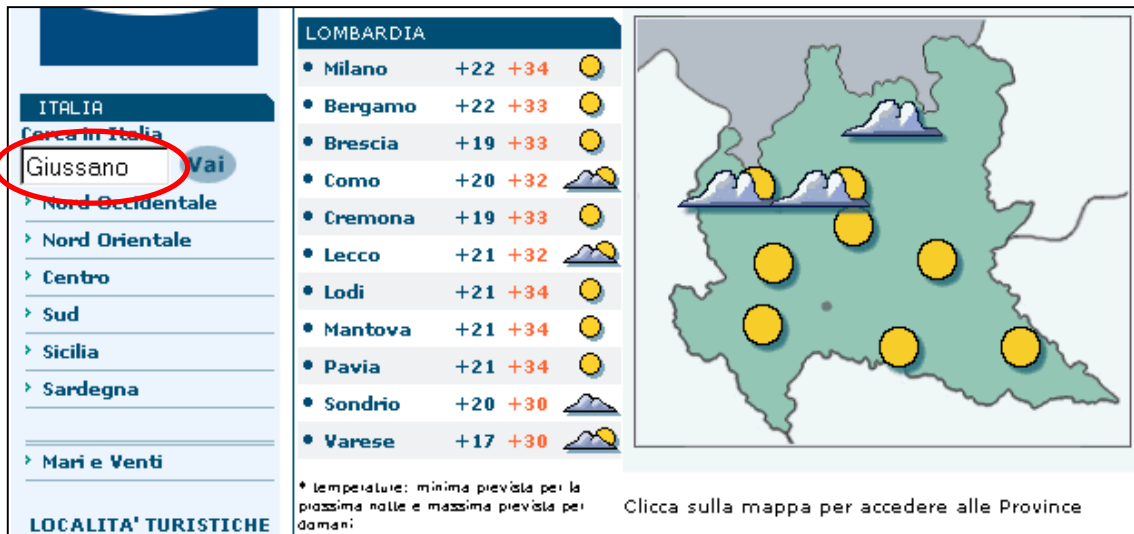
Legge la tabella relativa all'area climatica.

Dice di non conoscere in che area climatica si trova il comune di Giussano perché non sa proprio dove si trova.

Contesta la modalità di suddivisione dei comuni.

Dice che non aiuta suddividere i comuni in aree climatiche.

“Va bene che siamo di Milano e più o meno sappiamo dove si trovano i comuni..., ma se mi si chiedeva un comune della Puglia? Non so nemmeno che aree climatiche ci sono in Puglia!!!”
 Senza nemmeno terminare a scorrere la pagina guarda in alto a sinistra e vede la possibilità di utilizzare un motore di ricerca interno.



Non capisce se il motore serve per il meteo o per altro.
 Poi legge “Nord Occidentale”, “Sud”, “Mari e venti”...
 “Ah, ok...”
 Dagli indizi letti comprende che si tratta proprio di un motore di ricerca per il meteo.
 Scrive Giussano e attende il caricamento della pagina.
 Viene caricata la stessa schermata di prima (figura sopra) con le solite notizie meteo relative al comune di Giussano al termine della pagina.
 “Ma perché fa così?”
 “Fa così come?” chiediamo.
 “Mi riporta alla pagina di prima, forse non ha preso il comando.”
 Scorre un po’ demoralizzato anche lui la pagina fino alla fine e scopre le informazioni metereologiche del comune di Giussano.
 “Trovate, però è stupido metterle così in fondo”.

Impressioni e commenti generali:

L’utente prende come punto di riferimento il menù principale a sinistra della pagina.
 Non vede nemmeno lui il banner relativo alle informazioni meteo.
 Esprime perplessità sulle modalità di suddivisione delle informazioni relative ai comuni.
 Sostiene che le informazioni ritrovate dal motore di ricerca non sono facilmente identificabili.

Compito 3

Descrizione dell’operazione	Cercare la pagina con le notizie accadute ieri in Italia.
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	0 minuti e 42 secondi
Esito dell’operazione	Ok

Procedura:

L'utente scorre il menù di sinistra. Clicca sulla voce "Italia".

Attende il caricamento della pagina. Scorre in modo disordinato sulle notizie. Legge i titoli principali.

Scende al di sotto della pagina. Controlla i link esistenti su "Videonews".

Risale, legge i titoloetti vicino al "breadcrumb".

Si accorge dell'esistenza del link "le news di ieri".

Ci clicca sopra e visualizza immediatamente il contenuto della pagina.

Qui sotto riportiamo uno screenshot che descrive con delle frecce il movimento fatto dal puntatore del mouse dell'utente per ricercare le informazioni richieste dopo essere entrato nella sezione delle news "Italia".

I cerchietti rossi indicano i punti in cui l'utente si è soffermato a leggere con più attenzione.

Inizia da qui!!!

Home > Italia

RSS >> le news di oggi >> le news di ieri

Studenti cinesi in Italia, accordo

Udc: Follini acclamato segretario

Scippata 55enne per cinque euro
E' accaduto ieri sera a Bologna, aggressori sullo scooter
[foto] 2005-07-03 12:19

An: Storace, Fiori non ci ha voluto
Gasparri, Gianfranco lancia uno sforzo in piu' per l'unica
[foto] 2005-07-03 12:16

Comunita' Usa a Viterbo per 4/7
Grande pic nic e anche spettacolo fuoco artificiale
[foto] 2005-07-03 12:14

Napoli: in fiamme collina San Paolo
Sgomberate alcune abitazioni per fumo alimentato da vento
[foto] 2005-07-03 12:05

An: Fiori, si va allo scontro
Ripresi i lavori dell'Assemblea nazionale
[foto] 2005-07-03 10:07

Camorra: arrestato latitante da Cc
Nell'hinterland vesuviano
[foto] 2005-07-03 09:49

>> le news di oggi

Videonews

ULTIMA VIDEO NOTIZIA **19:16 Italia**
ALLEANZA NAZIONALE
In An: l'ora della resa dei conti
PLAY >> >> Rc auto e greggio, mossa del governo

13:40 Italia
>> In otto milioni verso le vacanze
>> tutti i video

Attiva subito i servizi ANSA sul tuo telefonino

TIM, Vodafone, WIND, 3

Impressioni e commenti generali:

Il link richiesto viene trovata dopo una dettagliata esplorazione della pagina.

L'utente comunque lamenta il fatto che il link relativo alle news del giorno precedente è poco visibile. Inoltre ha un colore troppo neutro che si confonde con elementi di colore simile all'interno della pagina.

Compito 4

Descrizione dell'operazione	Cerca la prima pagina del giornale oggi in edicola "Il messaggero"
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	1 minuti e 35 secondi
Esito dell'operazione	Ok

Procedura:

L'utente parte scorrendo il menù di destra.

Subito individua il link "In edicola oggi".

Attende il caricamento della pagina centrale e inizia a leggere velocemente uno dopo l'altro i titoli delle notizie.

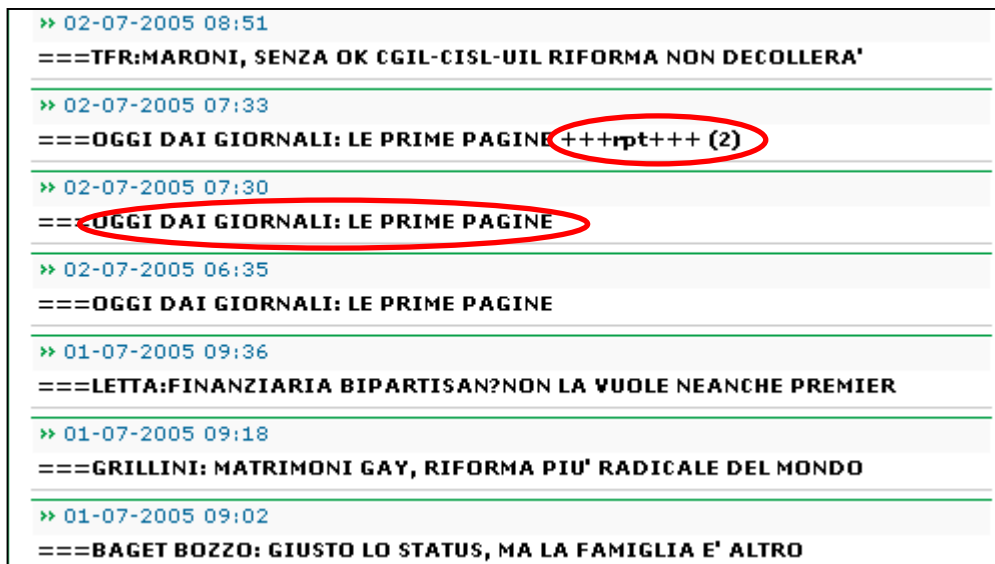
Trova il link relativo alle prime pagine dei giornali.

Si chiede il significato della scritta "+++rpt+++ (2)" di fianco a "oggi dai giornali: le prime pagine".

Decide di non ciccarsi sopra. Scende e clicca sul link appena sotto.

Sembra traballante e spaesato. "Ma usano tutti gli stessi nomi?".

"E perché ci sono orari diversi?".



The screenshot shows a list of news items with the following text:

- 02-07-2005 08:51
===TFR:MARONI, SENZA OK CGIL-CISL-UIL RIFORMA NON DECOLLERA'
- 02-07-2005 07:33
===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE +++rpt+++ (2)
- 02-07-2005 07:30
===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE
- 02-07-2005 06:35
===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE
- 01-07-2005 09:36
===LETTA: FINANZIARIA BIPARTISAN? NON LA VUOLE NEANCHE PREMIER
- 01-07-2005 09:18
===GRILLINI: MATRIMONI GAY, RIFORMA PIU' RADICALE DEL MONDO
- 01-07-2005 09:02
===BAGET BOZZO: GIUSTO LO STATUS, MA LA FAMIGLIA E' ALTRO

Red circles highlight the second and third items in the list.

"Boh, provo questo".

Clicca a caso uno dei link proposti.

La pagina che viene caricata è quella che vediamo nella pagina seguente.

In edicola oggi

■ ===OGGI DAI GIORNALI: LE PRIME PAGINE

(ANSA) - ROMA, 3 LUG - Dalle prime pagine dei giornali si riportano il titolo di fondo, quello di apertura e due articoli importanti:

LA REPUBBLICA - "I giorni più neri della casa del premier" di Eugenio Scalfari. "Fini, resa dei conti in An". "Sos per l'Africa dal più grande concerto del mondo". "Greggio e Rcauto, task force sui rincari".

LA STAMPA - "Il capro espiatorio" di Barbara Spinelli. "L'abbraccio del rock all'Africa". "Fini sfida i colonnelli di An". "Alonso in pole, Schumi ci prova".

IL MESSAGGERO - "Da Londra a Roma il rock illumina il giorno dell'Africa". "Fini sfida i colonnelli e critica Follini". "Dopo l'imam spariti anche due islamici".

IL TEMPO - "Quel leader parla da manager" di Franco Bechis. "L'unico generale". "Fini non cede. Gli altri devono restare colonnelli". "Il referendum su Berlusconi divide i centristi".

IL GIORNALE - "Ora serve una Fiuggi bis" di Salvatore Scarpini. "Il giorno più nero di Alleanza Nazionale". "Al Live 8 il rock alza la voce: "Aiutate l'Africa" ". "Verona, i pedofili fanno tremare la giunta".

L'UNITA' - "Servizi segreti privati" di Furio Colombo. "La voce del mondo per l'Africa". "La destra esplode, Berlusconi e Fini assediati". "L'Italia non salvò Abu Omar".

SECOLO D'ITALIA - "Fini dice basta alla corrente". "Udc: dopo lo strappo di Follini il congresso cerca toni rassicuranti: "Vogliamo vincere non sabotare l'alleanza". "Cinema, revisionismo sui film di Bellocchio: il mio "I pugni in tasca"? E' insopportabile ma lo rifarei".

IL MANIFESTO - "Debito suonato" di Marco Boccitto. "Filo

Inizia a leggere con fatica avvicinandosi al monitor.

"Che carattere brutto che hanno usato..."

Non mancano ulteriori commenti negativi.

"Potevano almeno evidenziare i nomi dei giornali, e poi sono troppo attaccati".

"Non gli costava niente lasciare almeno una riga tra un quotidiano e un altro".

Dopo alcuni secondi individua il titolo di prima pagina del messaggero e affarema:

"Sono proprio fortunato questa sera..."

Impressioni e commenti generali:

Viene individuata immediatamente la sezione "In edicola oggi".

L'utente comunque rimane completamente allibito dalla mancanza di chiarezza nei link utilizzati.

Nomi uguali e sigle stranissime.

Qualche commento negativo sulla pagina che visualizza i titoli dei giornali.

Compito 5

Descrizione dell'operazione	Cerca la pagina che si occupa di motori
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	27 secondi
Esito dell'operazione	Ok

Procedura:

L'utente si dirige sulla sezione canali.

Si apre una nuova pagina.

La scorre in basso leggendo i canali presente sul sito e individua immediatamente il canale dedicato ai motori. Ci clicca sopra ed entra nella pagina desiderata.

Vista la sicurezza dimostrata chiediamo all'utente come poteva sapere che la pagina dedicata ai motori fosse sotto canali.

Ecco la risposta dell'utente.

“Non poteva essere sotto news. Inoltre in numerosi siti dove sono stato in precedenza la sezione dedicata ai motori è spesso sotto canali. Ci sono arrivato per deduzione”.

Impressioni e commenti generali:

L'utente non ha mostrato la benché minima difficoltà.

Sembra che l'esperienza in questo caso abbia aiutato molto l'utente.

UTENTE 5:

Nome: Biagio

Età: 50 anni

Professione: programmatore

Esperienza web: ottima

Conosce sito Ansa?: Si

Compito 1:

Descrizione dell'operazione	Trova il sito Ansa e le notizie di oggi in inglese
Tempo massimo stimato	2 minuto e 30 secondi
Tempo impiegato	10 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente apre il browser Internet Explorer.

Digita l'URL, accede al sito, si dirige immediatamente su “news in English”.

Compito eseguito.

Impressioni e commenti generali:

Movimenti precisi, sa già dove muoversi.

Nessun indugio o ripensamento.

Compito 2:

Descrizione dell'operazione	Trova informazioni metereologiche del comune di Giussano (MI)
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	40 secondi

Esito dell'operazione	OK
-----------------------	----

Procedura:

L'utente clicca sul banner meteo presente nella Home page.
 Clicca sulla regione Lombardia.
 Scende in basso alla pagina, selezione il comune di Giussano dal menù dei comuni presenti nella provincia di Milano. Attende il caricamento della pagina, scende in basso e con il dito ci indica le informazioni relative al comune. Aggiunge: "Adesso lo so, ma la prima volta che l'ho usato non ci capivo niente".
 "Perché?" gli chiediamo.
 "Perché ritengo che questo sia l'unico sito al mondo con un motore di ricerca che trova le informazioni ma le nasconde all'utente. Se le mettevano ancora un po' più sotto l'utente si addormentava prima di trovarle".
 "Mica tutti hanno voglia di leggere tutto riga per riga!!!".

Impressioni e commenti generali:

Esecuzione rapida e precisa del compito.
 E' evidente l'esperienza dell'utente.
 Esprime comunque malcontento come tutti gli altri.
 Non trova sensato visualizzare le risposte trovate dal motore in fondo alla pagina.
 Dice che la maggior parte degli utenti non sarebbe nemmeno arrivato a fine pagina talmente è tanto lunga.

Compito 3

Descrizione dell'operazione	Cercare la pagina con le notizie accadute ieri in Italia.
Tempo massimo stimato	5 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	10 secondi
Esito dell'operazione	Parziale

Procedura:

L'utente apre la pagina relative alle notizie accadute oggi in Italia.
 Direttamente clicca sul link "News di ieri" e conclude il compito.

Impressioni e commenti generali:

Perfetta esecuzione del compito.
 Rapido, veloce e sicuro.

Compito 4

Descrizione dell'operazione	Cerca la prima pagina del giornale oggi in edicola "Il messaggero"
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	50 secondi
Esito dell'operazione	OK

Procedura:

L'utente clicca sulla voce "In edicola oggi" senza indugio
"Mi ricordavo bene" afferma.

Poi si apre la pagina con la rassegna stampa.

Senza nemmeno leggere i titoli scende verso la fine della pagina (dice di ricordare la posizione delle prime pagine che è sempre la stessa), trova anche lui i link identici.

Ne apre uno a caso. Dopo una rapida lettura si accorge che il giornale cercato non è tra quelli visualizzati.

"Sorridente e dice, mi frega sempre". Fa click su indietro, clicca sul link successivo.

Attende il caricamento della pagina e questa volta trova il titolo del giornale tra quelli richiesti.

"Missione compiuta...". Sorride.

Impressioni e commenti generali:

L'esperienza dell'utente è stata utile nell'individuare il posizionamento del link nel menù di destra.

Non è stata però utile a individuare l'esatto link tra quelli proposti.

Ricordiamo che hanno lo stesso identico nome.

Sembra che anche in passato abbia avuto problemi di questo tipo.

Compito 5

Descrizione dell'operazione	Cerca la pagina che si occupa di motori
Tempo massimo stimato	4 minuti e 00 secondi
Tempo impiegato	-
Esito dell'operazione	Non eseguita

Procedura:

L'utente si precipita a controllare la parte bassa della pagina.

Fissa sulla sinistra e trova uno speciale su Miss Italia.

"Hanno cambiato il sito?" domanda.

"L'ultima volta che ho guardato le novità automobilistiche è stato 2 anni fa quando ho comprato la macchina".

"Ricordo bene che il link era in questa posizione".

Dopo aver recepito che la Home page ha subito variazioni si dirige nuovamente verso il menù di sinistra.

Inizia a leggere ad alta voce i link uno per uno.

Poi va a leggere (sempre ad alta voce) i link contenuti nel menù di destra.

Non trova nulla.

Scende fino in fondo e inizia a leggere nella parte bassa della pagina.

La sua attenzione è attratta dal banner Tiscali lampeggiante.

Dopo averlo fissato per un po' di tempo legge il menù in basso presente nella Home page.

"Non riesco a trovarlo!"

"Ma dove sarà?"

Ha lo sguardo molto confuso. Continua a guardare attento ma non trova niente.

Anche in questo caso il tempo scaduto e l'utente non porta a termine il compito.

Impressioni e commenti generali:

L'esperienza dell'utente non si è rilevata utile in questo caso.

Anzi, forse il fatto di non trovare il link nel posto in cui si aspettava di trovarlo ha provocato dei problemi ancor più grossi. Il menù in alto a sinistra (la parte blu) è stato totalmente ignorato dall'utente che lo ha visto, in base alle sue affermazioni, come una sorta di angolo pubblicitario.

Il link canali secondo l'utente dovrebbe essere separato dagli altri link e avvicinato, per esempio, a news.

Fine test. Ora proponiamo a ciascun utente la compilazione del seguente questionario.

Le domande e le risposte raccolte sono riportate qui di seguito.

UTENTE 1:

QUALE IMPRESSIONE GENERALE TI HA FATTO IL SITO?

Mi è sembrato un po' incasinato. Troppe scritte insieme.

QUALI ASPETTI TI SONO PIACIUTI DI PIÙ?

Le foto e il servizio meteo.

QUALI ASPETTI NON TI SONO PIACIUTI AFFATTO?

Troppe notizie di cronaca, poche sul calcio.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SAREBBE UTILE AGGIUNGERE?

Aggiungerei una sezione sui videogames.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SI POTREBBERO ELIMINARE?

Eliminerei le inutili rubriche sul Trentino Alto Adige.

LA STRUTTURA DEL SITO TI È SEMBRATA ADEGUATA?

Sì, molto adeguata.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE?

Non saprei dire, non studio informatica.

TI È SEMBRATO FACILE NAVIGARE NEL SITO?

Sì, abbastanza.

I TERMINI UTILIZZATI SONO DI FACILE COMPrensIONE?

Erano facili da capire tranne certe sigle strane tipo RSS.

TI PIACE LA GRAFICA DEL SITO?

Sì, molto bella.

TROVI CHE I CARATTERI SIANO BEN LEGGIBILI?

In alcuni casi sono un po' troppo piccoli.

TI SEMBRA FACILE TROVARE LE INFORMAZIONI NEL SITO?

Sì, abbastanza facile. Tranne quelle sulle automobili.

LE INFORMAZIONI TI SONO SEMPRE SEMBRATE COMPLETE, CORRETTE E PERTINENTI?

Sì..

SEMBRA CHE IL SITO SIA STATO AGGIORNATO DI RECENTE?

Sì, molto aggiornato. Ci sono le notizie minuto per minuto.

I TEMPI DI ACCESSO ALLE PAGINE TI SONO SEMBRATI ADEGUATI?

Sì, molto veloci.

ESPRIMI UN VOTO DA 0 A 4 CHE ESPRIME IL TUO LIVELLO DI SODDISFAZIONE

Sì, darei un voto 2.

USERAI ANCORA QUESTO SITO?

No, non mi interessano molto i fatti di cronaca.

CONSIGLIERAI QUESTO SITO AI TUOI AMICI?

No, nemmeno loro sono interessati a questo tipo di informazioni.

UTENTE 2:

QUALE IMPRESSIONE GENERALE TI HA FATTO IL SITO?

Il sito mi ha fatto una buona impressione.

QUALI ASPETTI TI SONO PIACIUTI DI PIÙ?

La cartina interattiva per il meteo.

QUALI ASPETTI NON TI SONO PIACIUTI AFFATTO?

Il modo disordinato in cui è gestita la sezione dei giornali in edicola.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SAREBBE UTILE AGGIUNGERE?

Mi piacerebbe tanto se ci fosse un video per ogni notizia.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SI POTREBBERO ELIMINARE?

I banner pubblicitari.

LA STRUTTURA DEL SITO TI È SEMBRATA ADEGUATA?

Molto bella e piacevole alla vista.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE?

A me va bene così.

TI È SEMBRATO FACILE NAVIGARE NEL SITO?

Sì.

I TERMINI UTILIZZATI SONO DI FACILE COMPRESIONE?

Sì, facilissimo.

TI PIACE LA GRAFICA DEL SITO?

Sì, molto bella.

TROVI CHE I CARATTERI SIANO BEN LEGGIBILI?

Sono ben leggibili.

TI SEMBRA FACILE TROVARE LE INFORMAZIONI NEL SITO?

Sì, ci sono anche dei motori di ricerca.

LE INFORMAZIONI TI SONO SEMPRE SEMBRATE COMPLETE, CORRETTE E PERTINENTI?

Sì..

SEMBRA CHE IL SITO SIA STATO AGGIORNATO DI RECENTE?

Sì, in tempo reale.

I TEMPI DI ACCESSO ALLE PAGINE TI SONO SEMBRATI ADEGUATI?

Sì, veloce ma io ho usato un Adsl; bisogna vedere con un modem più lento.

ESPRIMI UN VOTO DA 0 A 4 CHE ESPRIME IL TUO LIVELLO DI SODDISFAZIONE

Sì, darei un voto 3.

USERAI ANCORA QUESTO SITO?

Sì, darei un'occhiata alla sezione moda.

CONSIGLIERAI QUESTO SITO AI TUOI AMICI?

Sì, alle mie amiche più acculturate.

UTENTE 3:

QUALE IMPRESSIONE GENERALE TI HA FATTO IL SITO?

Non saprei.

QUALI ASPETTI TI SONO PIACIUTI DI PIÙ?

Ci si trova di tutto.

QUALI ASPETTI NON TI SONO PIACIUTI AFFATTO?

Troppe parole in inglese.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SAREBBE UTILE AGGIUNGERE?

Niente, c'è già fin troppo materiale.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SI POTREBBERO ELIMINARE?

Eliminerei la pubblicità.

LA STRUTTURA DEL SITO TI È SEMBRATA ADEGUATA?

Sì, ordinata.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE?

Va bene così.

TI È SEMBRATO FACILE NAVIGARE NEL SITO?

No, ma sono io che non sono molto pratica.

I TERMINI UTILIZZATI SONO DI FACILE COMPrensIONE?

Erano facili da capire tranne quelli in inglese.

TI PIACE LA GRAFICA DEL SITO?

Sì, molto bella.

TROVI CHE I CARATTERI SIANO BEN LEGGIBILI?

No, troppo piccoli. A volte dovevo avvicinarmi al monitor per leggerli bene.

TI SEMBRA FACILE TROVARE LE INFORMAZIONI NEL SITO?

No, ma tieni conto che io non vado mai in Internet.

LE INFORMAZIONI TI SONO SEMPRE SEMBRATE COMPLETE, CORRETTE E PERTINENTI?

Sì..

SEMBRA CHE IL SITO SIA STATO AGGIORNATO DI RECENTE?

Sì, di sicuro.

I TEMPI DI ACCESSO ALLE PAGINE TI SONO SEMBRATI ADEGUATI?

Sì, veloce.

ESPRIMI UN VOTO DA 0 A 4 CHE ESPRIME IL TUO LIVELLO DI SODDISFAZIONE

Direi un 2,5.

USERAI ANCORA QUESTO SITO?

No, preferisco guardare i telegiornali.

CONSIGLIERAI QUESTO SITO AI TUOI AMICI?

No, le mie amiche sono peggio di me. Odiano la tecnologia. Non sanno nemmeno programmare un videoregistratore.

UTENTE 4:

QUALE IMPRESSIONE GENERALE TI HA FATTO IL SITO?

Buona impressione.

QUALI ASPETTI TI SONO PIACIUTI DI PIÙ?

I colori usati.

QUALI ASPETTI NON TI SONO PIACIUTI AFFATTO?

C'è troppa pubblicità in movimento.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SAREBBE UTILE AGGIUNGERE?

Una sezione dedicata alla borsa molto approfondita.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SI POTREBBERO ELIMINARE?

Nulla, è giusto che ci siano diversi argomenti.

LA STRUTTURA DEL SITO TI È SEMBRATA ADEGUATA?

Sì, anche se il menù di destra lo sposterei a sinistra e lo farei di un colore più scuro.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE?

Già detto.

TI È SEMBRATO FACILE NAVIGARE NEL SITO?

Sì.

I TERMINI UTILIZZATI SONO DI FACILE COMPRESIONE?

Facili, anche gli articoli non usano gerghi giornalistici.

TI PIACE LA GRAFICA DEL SITO?

Sì, abbastanza.

TROVI CHE I CARATTERI SIANO BEN LEGGIBILI?

Sì, anche se alcuni link li farei più grandi.

TI SEMBRA FACILE TROVARE LE INFORMAZIONI NEL SITO?

Sì, anche il motore di ricerca è una buona idea.

LE INFORMAZIONI TI SONO SEMPRE SEMBRATE COMPLETE, CORRETTE E PERTINENTI?

Sì, molto complete.

SEMBRA CHE IL SITO SIA STATO AGGIORNATO DI RECENTE?

Sì, le notizie erano fresche.

I TEMPI DI ACCESSO ALLE PAGINE TI SONO SEMBRATI ADEGUATI?

Sì, molto veloci.

ESPRIMI UN VOTO DA 0 A 4 CHE ESPRIME IL TUO LIVELLO DI SODDISFAZIONE

Penso 3.

USERAI ANCORA QUESTO SITO?

Forse.

CONSIGLIERAI QUESTO SITO AI TUOI AMICI?

Se mi capiterà.

UTENTE 5:

QUALE IMPRESSIONE GENERALE TI HA FATTO IL SITO?

Buona, infatti la uso sempre.

QUALI ASPETTI TI SONO PIACIUTI DI PIÙ?

Mi piace il modo in cui le notizie vengono esposte. Molti approfondimenti possibili.

QUALI ASPETTI NON TI SONO PIACIUTI AFFATTO?

Nessuno.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SAREBBE UTILE AGGIUNGERE?

Nessuna.

QUALI PARTI O FUNZIONI SECONDO TE SI POTREBBERO ELIMINARE?

Eliminerei la parte sulla moda. L'ho letta, è noiosa.

LA STRUTTURA DEL SITO TI È SEMBRATA ADEGUATA?

Forse aggiungerei dei bordi più evidenti al menù di destra.

COME SI POTREBBE MIGLIORARE?

Non saprei dire.

TI È SEMBRATO FACILE NAVIGARE NEL SITO?

Sì, molto immediato navigarci.

I TERMINI UTILIZZATI SONO DI FACILE COMPrensIONE?

Sì, normali.

TI PIACE LA GRAFICA DEL SITO?

Sì, anche se userei colori più intensi.

TROVI CHE I CARATTERI SIANO BEN LEGGIBILI?

In certi casi piccoli.

TI SEMBRA FACILE TROVARE LE INFORMAZIONI NEL SITO?

Sì, semplice. Non trovavo le informazioni sui motori.

LE INFORMAZIONI TI SONO SEMPRE SEMBRATE COMPLETE, CORRETE E PERTINENTI?

Sì..

SEMBRA CHE IL SITO SIA STATO AGGIORNATO DI RECENTE?

Sì, di sicuro.

I TEMPI DI ACCESSO ALLE PAGINE TI SONO SEMBRATI ADEGUATI?

Sì, veloci. Con un 56 Kb però ci vorrebbe molto tempo secondo me.

ESPRIMI UN VOTO DA 0 A 4 CHE ESPRIME IL TUO LIVELLO DI SODDISFAZIONE

Almeno 3.

USERAI ANCORA QUESTO SITO?

Continuerò a farlo.

CONSIGLIERAI QUESTO SITO AI TUOI AMICI?

Già fatto.

Analisi dei risultati:

Il sito Ansa è veramente molto ampio. Il test da noi eseguito è invece molto limitativo. Non ha quindi la pretesa di individuare tutti i problemi di usabilità del sito ma, sicuramente, ci permetterà di individuare i problemi di usabilità legati alle parti del sito che il test ha riguardato. Dall'analisi dei dati da noi raccolti osserviamo come prima cosa che l'esperienza dell'utente è uno dei fattori più importanti che contribuiscono a determinare

l'usabilità. Gli utenti più esperti hanno trovato certi compiti molto semplici, quasi banali, ma la stessa cosa non è accaduta per quelli inesperti. Altro fattore importante è l'età degli intervistati.

Chi è avanti con l'età valuterà in un certo modo la grandezza del carattere rispetto ad un utente giovane.

Scopo di questa valutazione è comunque mettere in rilievo i problemi individuati dal test di usabilità riscontrati dagli utenti e da noi valutatori.

A ogni problema verrà assegnata una priorità (A: alta; B: media; C: bassa) che servirà, nella fase successiva, a fornire suggerimenti più o meno urgenti che si dovrebbero adottare.

Raccogliamo ora in una tabella i problemi principali riscontrati e la loro priorità.

PROBLEMA

PRIORITA'

Tutti gli utenti hanno trovato stupore e disorientamento nel trovare numerosi link con lo stesso labelling nella sezione "In edicola Oggi". Ci riferiamo al link che si riferisce alle notizie della prima pagina.	A
Il menù di colore blu in alto a sinistra non viene mai considerato dagli utenti. Dopo una prima lettura appena entrati nella Home page non viene considerato durante la fase di ricerca di informazioni. Nell'utente si crea la convinzione che si tratti di un menù pubblicitario, che ci vuole vendere qualche cosa.	A
Conseguenza del secondo problema è che il link "Canali" presente sempre nel menù blu della Home page non viene notato da quasi nessuno.	A
Nella Home page è presente un pulsante "news in English" che permette la traduzione delle notizie italiane in inglese. L'utente si aspetta una traduzione completa delle parole presenti all'interno del sito ma il menù non viene invece tradotto. Questo si traduce in una difficoltà di interpretazione dell'utente che non capisce se il comando è stato eseguito o meno.	B
Quando si accede alla sezione "Meteo" e si sceglie una provincia, i comuni facenti parte della provincia non sono visibili perché si trovano in ultima posizione della pagina. Le informazioni sui comuni sono precedute dalle informazioni relative alle temperature delle città più importanti della regione, dalla suddivisione della regione in aree climatiche, dalle previsioni del tempo di una settimana del capoluogo di provincia. L'utente ha difficoltà a trovarle.	B
Il link relativo alle news del giorno precedente è troppo piccolo e praticamente invisibile. E' poi posto in una posizione mai considerata dall'utente (intestazione della pagina) e ha uno stile confondibile con il breadcrumb.	B
Per molti utenti i caratteri sono troppo piccoli e difficilmente leggibili.	B
Molti utenti lamentano il fatto che il banner del meteo è poco visibile e che devono fare un numero eccessivo di click per raggiungere l'informazione desiderata.	C
Alcuni utenti ritengono ci siano troppe parole in inglese di cui non comprendono il significato.	C
Riteniamo che il menù di destra sia messo in una posizione troppo bassa rispetto a quello di sinistra. Questo comporta che non è immediatamente visibile visto che sopra al menù c'è un banner in movimento che distrae l'attenzione dell'utente.	C
Difficoltà di trovare il link alla rubrica "motori", tutti si aspettano sia sul menù di sinistra o su quello di destra ma quasi nessuno sotto "canali".	C

Raccomandazioni finali:

Dall'analisi del test di usabilità e dall'analisi da noi effettuata, abbiamo elaborato le seguenti raccomandazioni finali. Le raccomandazioni sono suddivise in 3 categorie in base alla loro priorità.

ALTA PRIORITA' (Interventi indispensabili e urgenti):

- Utilizzare un labelling differente nella sezione dedicata alle prime pagine dei giornali in edicola. Magari creare un link unico che apre una sottopagina che elenca tutti i giornali. L'utente poi potrà cliccare sul giornale desiderato e visualizzare la prima pagina;
- Modificare il menù in alto a sinistra (la parte blu). Renderlo più visibile, separare il link "Canali" dagli altri link al fine di migliorarne la visualizzazione;
- Rendere funzionante la transizione curriculum (l'errore di debug in riga 110 quando si inserisce la stringa della data) e rendere disponibile il server per l'invio delle richieste commerciali;
- Migliorare il rapporto con l'utente. Cercare di rispondere alle mail inviate;

MEDIA PRIORITA' (Interventi consigliati ma meno urgenti):

- Migliorare il servizio "News in English" fornendo una pagina completamente in inglese. Non traduciamo solo le notizie ma traduciamo anche i menù;
- Rendere più visibili i risultati forniti dal motore di ricerca relativo al meteo. Non ha senso inserirli in fondo alla pagina dove nessuno legge. Sarebbe meglio evitare la visualizzazione di informazioni meteorologiche delle principali città della regione una volta che l'utente richiede la visualizzazione della situazione meteorologica di un comune;
- Rendere più visibile il link relativo alle news del giorno precedente. Carattere più grande e magari di un colore diverso rispetto al colore blu che si confonde con il colore del breadcrumb;
- Usare caratteri più grossi;
- Separare meglio i titoli presenti nella sezione "In edicola oggi";
- Eliminare le troppe righe orizzontali presenti nella sezione videonews in modo da renderla coerente con l'informazione contenuta nelle tabelle;
- Rendere disponibile direttamente in Home page il link al motore di ricerca avanzato;
- Spostare il banner pubblicitario in alto alla Home page in basso in modo da distrarre l'utente il meno possibile durante il suo lavoro;
- Inserire il link altre news direttamente nel menù principale e non al centro della pagina caricata. In questo modo si rendono visibili tutte le categorie di suddivisione delle news direttamente nel menù principale che è punto di riferimento importante per tutti gli utenti.

BASSA PRIORITA' (Interventi auspicati ma non urgenti):

- Ingrandire il banner meteo presente nella Home page o cambiarne i colori per migliorarne la visibilità.
- Diversificare i colori della tabella "Meteo" dai colori usati per la tabella "Dati di borsa".
- Ridurre al massimo le parole in inglese e le sigle tecniche (come RSS);
- Sostituire la posizione del menù laterale con il banner pubblicitario laterale di modo che il menù di destra risulti più alzato e più in linea con quello principale di sinistra;
- Modificare la piantina dell'Italia presente nella Home page in modo tale da renderla interattiva. Quando l'utente seleziona una regione questa deve essere evidenziata con un colore diverso o con un contorno

più scuro;

- Completare la mappa del sito con tutti i link di primo livello ed eliminare quei “falsi” link in grassetto;
- Modificare lo stile dell’etichetta “News” presente nella Home page. E’ identico al link “Home” anche se non è un link;

Sintesi:

Punti di forza:

- 📖 Nessuna difficoltà nella navigazione;
- 📖 Nessuna difficoltà nell’individuare le categorie corrette dove ricercare le informazioni (la maggior parte degli utenti sanno dove cercare le informazioni richieste);
- 📖 I menù hanno sempre costituito un buon punto di riferimento per tutti gli utenti;
- 📖 Struttura del sito di comprensione immediata (tutti sapevano subito dove erano i menù, per esempio);
- 📖 Facilità nel reperire l’URL del sito;

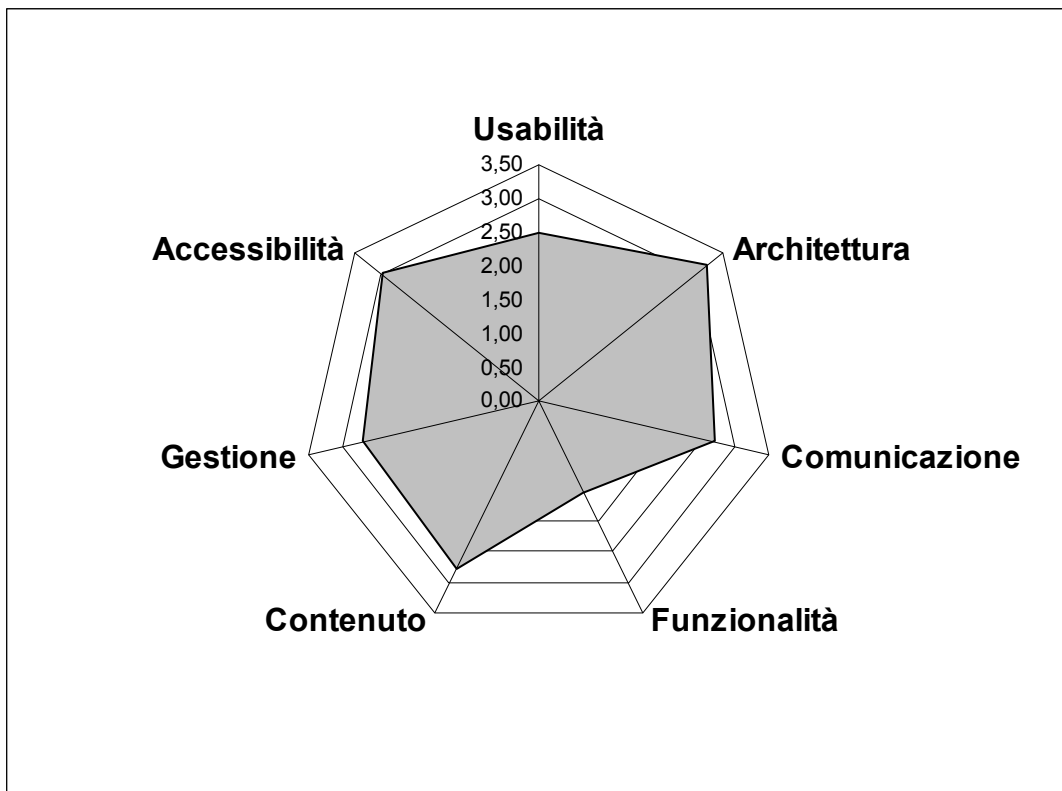
Punti deboli:

- 📖 Feedback non molto accentuato in molte funzioni automatizzate;
- 📖 Informazioni relative al meteo organizzate male (lontane e ripetitive);
- 📖 Il menù blu viene considerato con sospetto dall’utente che lo ritiene come un mezzo che Ansa possiede per venderci qualche cosa;
- 📖 Il link canali p praticamente invisibile;
- 📖 Alcuni link sono male evidenziati;
- 📖 Scelta dei caratteri non adatta per le categorie di utenti con problemi di vista (scritte troppo piccole).

Sintesi:

I dati che abbiamo raccolto verranno ora sintetizzati in un grafico a stella.
Più che una stella è un poligono a 7 vertici.
Ogni vertice rappresenta uno degli aspetti che sono stati analizzati.

Tanto più il poligono ottenuto sarà regolare, tanto più il test di usabilità avrà prodotto risultati omogenei per ogni aspetto analizzato.



Come è possibile osservare dal grafico il poligono rappresenta una certa regolarità nella parte sinistra (infatti accessibilità, gestione, contenuto hanno voti molto vicini) e grande irregolarità nel lato destro. Si osserva immediatamente come i punti carenti del sito sono la funzionalità veramente molto scarsa non tanto nell'adeguatezza ma nella correttezza e un valore di usabilità non molto elevato.

Gli utenti hanno trovato un po' di difficoltà nel portare alcuni compiti del test e i tempi di esecuzione non sono sempre stati molto rapidi.

I voti non sono stati dati casualmente.

Ognuno dei 7 aspetti è suddiviso in sottocaratteristiche.

Ad ogni sottocaratteristica è stato assegnato un voto e ne è stata fatta la media pesata.

Questa è la tabella riassuntiva dei risultati che sono stati ottenuti da ogni caratteristica analizzata.

Caratteristica	Voto Pesato
Usabilità	2,50
Architettura	3,20
Comunicazione	2,67
Funzionalità	1,50
Contenuto	2,75
Gestione	2,67
Accessibilità	3,00

Qui di seguito, invece, riportiamo la tabella con i voti assegnati a ciascuna sottocategoria di ognuno dei sette aspetti analizzati:

Caratteristica	Voto	Peso	Voto pesato
Architettura	3,00	2,50	3,20
Struttura	3	1	3
Mappa del sito	2	0,5	1
Navigazione	4	1	4
Comunicazione	2,67	3,00	2,67
Home page	3	1	3
Brand image	2	1	2
Grafica	3	1	3
Funzionalità	1,50	2,00	1,50
Adeguatezza	3	1	3
Correttezza	0	1	0
Contenuto	2,75	4,00	2,75
Categorizzazione/labelling	3	1	3
Stile	3	1	3
Informazione	3	1	3
Localizzazione	2	1	2
Gestione	3,33	3,00	2,67
Disponibilità	3	1	3
Monitoraggio	0	0	0
Aggiornamento	4	1	4
Relazioni con gli utenti	1	1	1
Accessibilità	2,50	3,00	3,00
Tempi d'accesso	2	1	2
Reperibilità	4	1	4
Indipendenza dal browser	3	0,75	3
Accessibilità per i disabili	0	0	0
Usabilità	2,50	3,00	2,50
Efficacia	2,8	1	2,8
Efficienza	2	1	2
Soddisfazione	2,7	1	2,7

Dalla tabella si vede che ci sono due voci (accessibilità per i disabili e monitoraggio) con peso zero. Questo avviene perché tali aspetti non sono stati presi in considerazione nella valutazione del sito per indisponibilità di strumentazione software necessaria per il controllo.

Altra precisazione relativa all'usabilità: il voto relativo all'**efficacia** è stato dato considerando il rapporto tra il numero di compiti portati a termine e il numero di compiti assegnati.

Il valore ottenuto è stato del 70% che corrisponde a un voto 2,8 in una scala da 1 a 4.

Il voto relativo all'**efficienza** è stato dato considerando il tempo medio di esecuzione dei compiti in relazione al tempo massimo assegnato per ognuno.

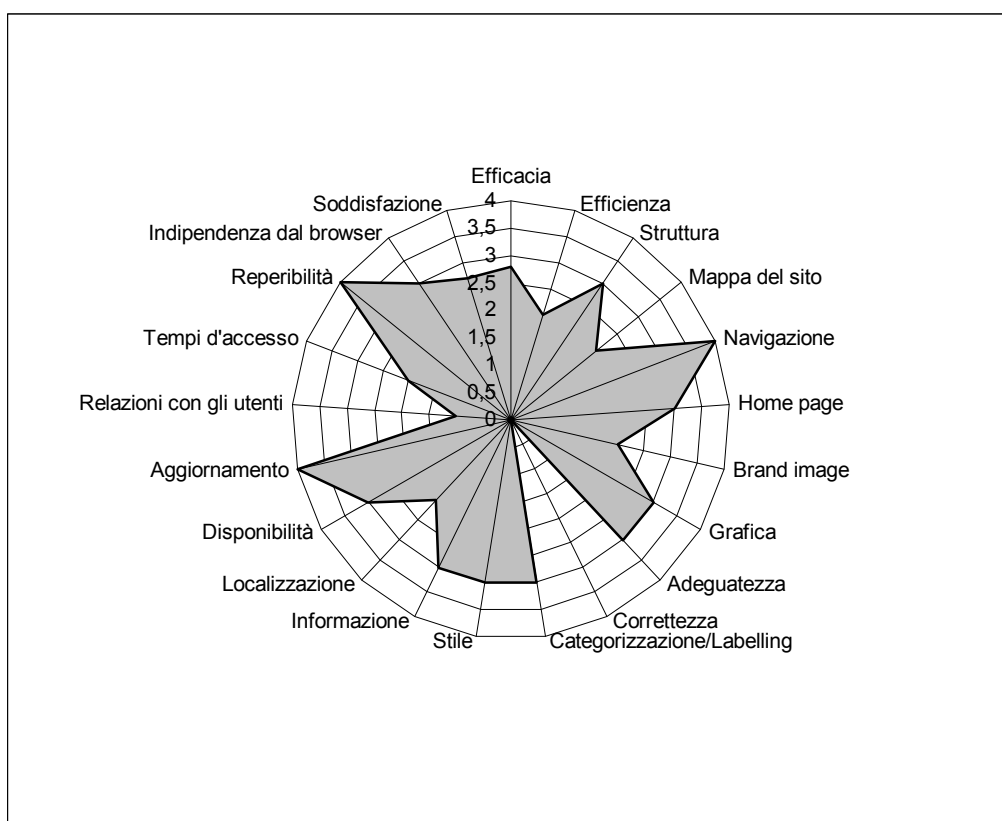
Il voto relativo alla **soddisfazione** è stato dato facendo una media dei voti di soddisfazione espresso dai 5 utenti riportato nell'intervista effettuata a termine test.

Per comprendere ancor di più quali sono i punti deboli e i punti di forza del sito tratteremo un nuovo grafico con i valori di tutte le sottocategorie che hanno contribuito a dare un voto a ognuno dei 7 aspetti presi in esame.

Sottocaratteristica	Voto
Efficacia	2,8
Efficienza	2

Struttura	3
Mappa del sito	2
Navigazione	4
Home page	3
Brand image	2
Grafica	3
Adeguatezza	3
Correttezza	0
Categorizzazione/Labeling	3
Stile	3
Informazione	3
Localizzazione	2
Disponibilità	3
Aggiornamento	4
Relazioni con gli utenti	1
Tempi d'accesso	2
Reperibilità	4
Indipendenza dal browser	3
Soddisfazione	2,7

Ovviamente gli aspetti di accessibilità ai disabili e del monitoraggio non verranno considerati nel grafico visto che non sono stati valutati



Notiamo l'irregolarità della figura.

Questo avviene perché il range di voti che è stato assegnato varia da 0 (pessimo) a 4 (ottimo).

C'è un vero e proprio "cratere" dovuto al voto zero assegnato alla correttezza e un mini "cratere" per il voto uno assegnato alle relazioni con gli utenti.

Punte di ottimo, invece, per i voti assegnati alla reperibilità, all'aggiornamento e alla navigazione.

Conclusioni:

Il sito è molto buono dal punto di vista dei contenuti.

Sicuramente molto professionale, è un punto di riferimento sicuro e affidabile per chi viaggiando in rete è in cerca di informazioni di ogni tipo. L'aspetto più negativo riscontrato nel sito riguarda l'impossibilità di avere rapporti concreti con gli utenti.

E' come se ponesse delle barriere insormontabili tra la redazione giornalistica e chi legge le informazioni sul sito. L'utente non può inviare curriculum (come promesso), non viene contattato e assistito se si trova in difficoltà (come promesso), non riesce nemmeno a usufruire dei servizi elettronici messi a disposizione da Ansa (l'host non funziona). Come si fa a contattare qualcuno?

L'utente dovrebbe essere posto al centro di tutto e non lasciato in disparte.

Certo, la chiarezza e il contenuto del sito conta veramente tanto.

Ma l'utente vorrebbe trovarsi in un "luogo" caldo e accogliente e non freddo e meccanico come si ha l'impressione che sia questo sito.

Tutti ci parlano ma nessuno sembra ascoltarci.

Precisazione: La mail che abbiamo mandato in data 08/07/2005 non è stata nemmeno presa in considerazione. Nessuno ci ha ancora risposto. E oggi è il 18/07/2005.