

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA

CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA

VALUTAZIONE DELLA QUALITA' DEL SITO WEB:

<http://www.volkswagen-italia.com>



Esame di:

INTERAZIONE UOMO MACCHINA

Anno Accademico 2004/2005

A cura di:

Esposito Gaetano 048233, esposito.gaetano83@fastwebnet.it

Bartucca Giuseppe 049199, peppe24rosy@tiscali.it

Marelli Matteo 048235, tais@fastwebnet.it

Appello di Interazione Uomo-Macchina del 19 luglio 2005

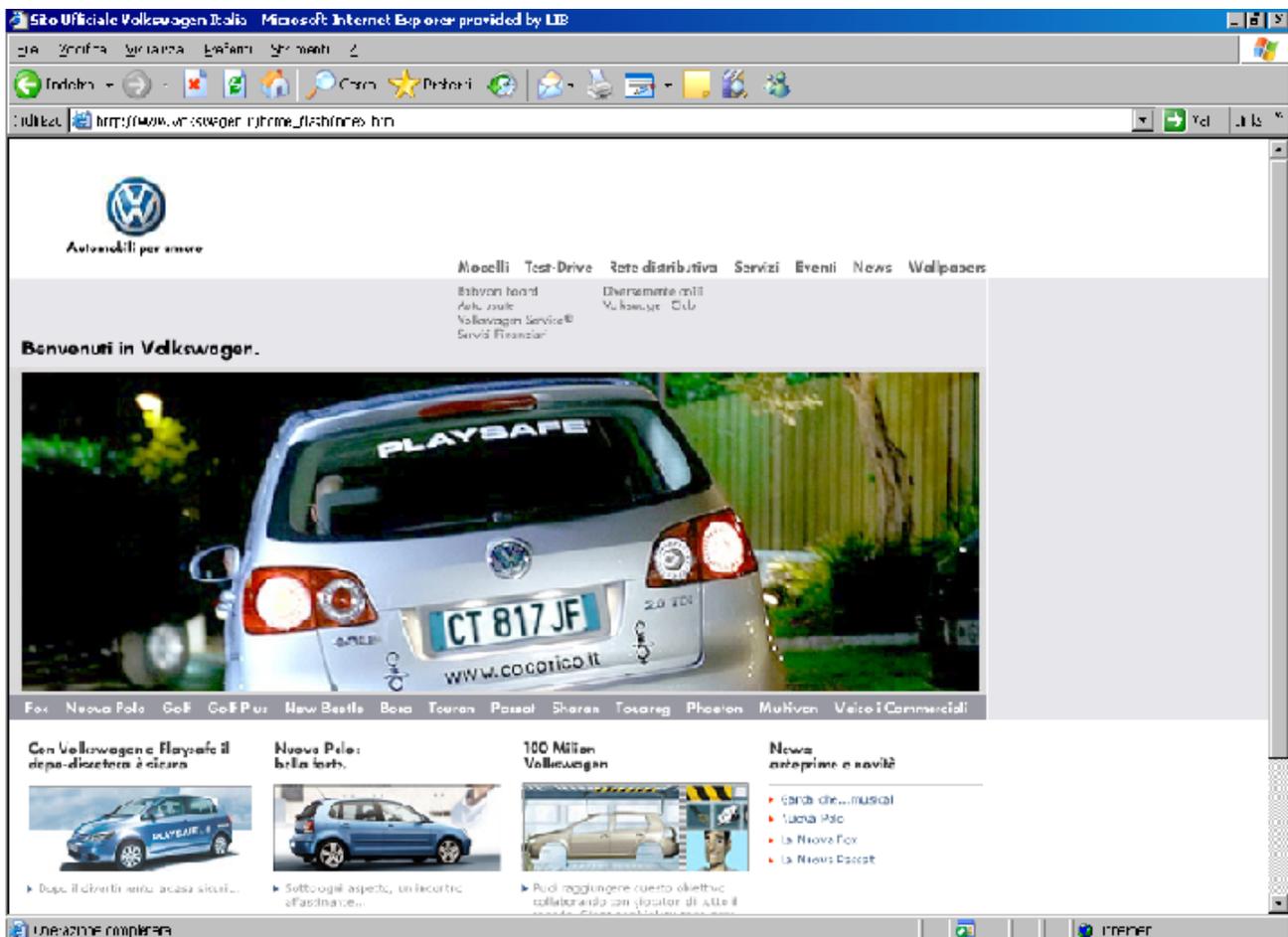
1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

URL del sito

<http://www.volkswagen-italia.com>

Raggiungibile anche tramite redirect <http://www.volkswagen.it>

Home Page



Home page del sito www.volkswagen-italia.com aggiornata a lunedì 4 luglio 2005

Requisiti generali del sito

Il sito ha l'obiettivo di promuovere il marchio Volkswagen, infatti non offre solo la propria line-up automobilistica ma anche informazioni su tutto quello che è il mondo Volkswagen, quindi gare, eventi, mondanità.

Quindi è indirizzato sia ad un possibile acquirente, sia al semplice appassionato di automobili, sia agli affezionati della casa automobilistica tedesca.

Obiettivi della valutazione

L'analisi ha avuto l'intenzione di analizzare il sito nella sua completezza. Punto focale della nostra analisi è stato come il sito si pone nei confronti dell'utente che è in cerca di informazioni sul marchio Volkswagen.

2. METODOLOGIA USATA

L'analisi del sito è stata condotta da tutti e tre i membri del gruppo durante incontri della durata di 4 ore ciascuno, per 7 giorni consecutivi dal 4 luglio 2005 al 10 luglio 2005.

Per effettuare l'analisi abbiamo adoperato i seguenti strumenti:

- <http://watson.addy.com> (Dr. Watson)
- <http://home.snafu.de/tilman/xenulink.html> (Xenu)
- <http://www.netcraft.com> (programma che calcola l'uptime medio di un sito)
- [Motori di ricerca](#) (Google, Altavista, ecc...)

I criteri adoperati per la valutazione sono quelli indicati sul libro di testo, costituiti da vari parametri: nell'ambito di ogni parametro, è stato attribuito un punteggio ai singoli sottopunti calcolato come prodotto del valore qualitativo e del relativo peso assegnato; il punteggio globale per ogni parametro è risultato dalla media dei singoli sottopunti.

3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1 ARCHITETTURA

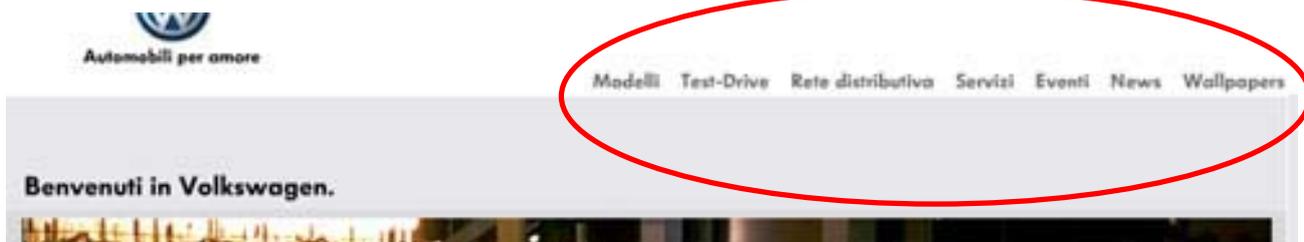
Valutazione: 1.60 (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi :

La struttura del sito è adeguata?

Il sito italiano della Volkswagen, azienda tedesca leader nel settore automobilistico, si rivolge a molti utenti, non solo i possibili acquirenti di un prodotto volkswagen. Il suo contenuto non riguarda solo ed esclusivamente concetti utili ai soli clienti dell'azienda ma contiene molti campi diversi.

Il menù principale sovrasta orizzontalmente l'immagine principale. Attraverso questo menù possiamo accedere ad ogni informazione contenuta nel sito. Possiamo trovare tutti i modelli, prenotarci per la prova di una vettura, trovare i concessionari, conoscere i servizi offerti da Volkswagen, conoscere le news o gli eventi organizzati dal marchio tedesco o semplicemente scaricare i wallpapers della nostra automobile preferita.



Menù principale

In un secondo menu sono presenti i collegamenti diretti ai modelli più venduti, o semplicemente più pubblicizzati, e collegamenti rapidi alle news più interessanti. Ciò è una ripetizione in quanto tutti i link si trovano anche nel menù principale.



Menù secondario - rapido

Come già menzionato nell'homepage sono presenti 4 immagini che variano velocemente. Tutte e quattro servono a sponsorizzare il progetto di guida sicura promosso da Volkswagen, e tutte rimandano ad un pop-up pubblicitario sul progetto, appunto definito "Volkswagen e playsafe", c'è da notare che se non si ha installato il software Quicktime, questo pop-up non può essere visualizzato correttamente.

Gli ultimi collegamenti presenti all'interno della homepage sono quelli che ti rimandano al sito del "autostad", uno sito in lingua tedesca, quello degli "help", utile per scaricare software per la corretta visualizzazione del sito e quello dei "credits" che ci porta semplicemente ad un pop-up con l'indirizzo, sia fisico che web, dei creatori del sito.



Terzo menù in basso alla pagina

Il sito è visualizzato in lingua italiana, ma si può accedere a siti in altre lingue attraverso il link www.volkswagen.com e selezionando la lingua desiderata. Abbiamo notato che i siti in lingua non

inglese ricalcano il sito italiano, mentre quello inglese ma soprattutto quello per il mercato statunitense sono profondamente diversi. Probabilmente i loro creatori sono diversi dai siti europei.

Approfondiamo ora maggiormente la struttura e la navigazione del sito.

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

Ciò che salta immediatamente all'occhio durante una prima analisi della struttura del sito è la totale mancanza di una mappa, nella homepage come nelle pagine interne, che ci guidi all'interno dei contenuti del sito. La cosa è a nostro parere ancora più grave in quanto non è presente nemmeno uno strumento di ricerca di termini all'interno del sito e perciò l'unico modo per scoprirne a fondo il contenuto è quello di navigare. Aprendo il sito generale della casa e moltissimi siti locali abbiamo notato che la mappa non è quasi mai presente per cui questa pecca sembra essere radicata in tutti i siti della casa tedesca, unica eccezione il sito targato U.S.A. che contiene una funzione di search. Per questo motivo per conoscere a fondo l'intera organizzazione abbiamo provato a crearne una noi; per la grande difficoltà di inserire tutte le pagine del sito abbiamo inserito le sezioni principali tralasciando e evitando di elencare sottomenù uguali ai precedenti per esempio nella descrizione dei singoli modelli di auto. Abbiamo inoltre segnalato i casi in cui i collegamenti portino a finestre di pop-up o a siti esterni (blank)

La mappa del sito

Home page

Modelli

Nuova Fox

Menu a destra per andare velocemente ad altre vetture.

Versioni

Motorizzazioni

Caratteristiche

La tua Fox

Equipaggiamenti

Car Configurator

Listini

Nuova Polo

(Stessi menù dell'auto precedente)

Golf

(Stessi menù dell'auto precedente)

Golf Variant

(Stessi menù dell'auto precedente)

Golf Plus

(Stessi menù dell'auto precedente)

New Beetlet

(Stessi menù dell'auto precedente)

New Beetle Cabriolet

(Stessi menù dell'auto precedente)

Bora

(Stessi menù dell'auto precedente)

Bora Variant

(Stessi menù dell'auto precedente)

Touran

(Stessi menù dell'auto precedente)

Nuova Passat

(Stessi menù dell'auto precedente)

Passat

(Stessi menù dell'auto precedente)

Passat Variant

(Stessi menù dell'auto precedente)

Sharon

(Stessi menù dell'auto precedente)

Tuareg

(Stessi menù dell'auto precedente)

Phaeton

(Stessi menù dell'auto precedente)

Multivan (Blank)

Veicoli commerciali (Blank)

[Link al sito per i veicoli commerciali](#)

[Test Drive \(Blank\)](#)

[Rete distributiva \(Blank\)](#)

[Servizi](#)

[Baby on board](#)

[Auto usate](#)

[Volkswagen Service \(Blank\)](#)

[Servizi Finanziari \(Blank\)](#)

[Diversamente abili](#)

[Volkswagen club](#)

[Eventi](#)

(il sottomenù rimanda a pagine contenenti informazioni sull'evento selezionato)

[News](#)

(il sottomenù rimanda a pagine contenenti informazioni sulla news selezionata)

[Wallpapers](#)

[Autostad](#)

[Help](#)

Nella mappa non abbiamo inserito i collegamenti raggiungibili tramite il secondo menù orizzontale in quanto essi non portano a nuove pagine, ma sono quindi semplicemente delle scorciatoie rispetto al menù principale. Il sito comunque è strutturato in maniera molto gerarchica e definita.

Navigando attraverso i vari link è irritante vedere come milioni di pop-up pubblicitari sbuchino all'improvviso e le stesse pagine richiamate attraverso i link appaiono nella pagina stessa ma altre spuntano in un pop-up o in un'altra pagina, non capiamo l'utilità di questo espediente, che secondo noi provoca solo confusione. La cosa più lampante è che una volta lasciata la **homepage** il menù principale sparisce, non c'è modo di passare per esempio dalla sezione "Eventi" a quella "News" una volta entrati.

Inoltre il menù principale è scomodo da usare, a causa della sua struttura. Le voci dei menù si espandono in una porzione di spazio al di sotto di esso, ciò rende problematico accedere alle voci sottostanti, in quanto discendendo al di sotto potresti toccare un'altra voce del menù facendo sparire il collegamento alla sezione che effettivamente mi serviva, inoltre se l'utente si posiziona su "Modelli" si vengono a formare tutte le voci del sottomenù modelli, se a questo punto mi posiziono su "Test-Drive" mi rimane il sottomenù dei modelli di automobili e questo può sicuramente creare grande confusione nell'utente non esperto.

La navigazione del sito è adeguata?

Come già introdotto in precedenza, grande pecca del sito Volkswagen è data dalla sparizione del menù principale.

Dal menù principale le voci che hanno dei sottomenù quando sono selezionate non portano ad una pagina, ma si aprono a tendina fornendoci i vari sottomenù per la navigazione locale, organizzata sempre su vari livelli.

La cosa più indecifrabile è che se io sto leggendo l'ultima news, mi compare un nuovo menù con l'elenco delle news, ma mi sparisce il menù principale, questo mi rende impossibile navigare velocemente tra i vari sottomenù delle sezioni principali, costringendomi, ogni volta, a tornare alla homepage, pagina che è anche difficile da ritrovare nelle pagine interne del sito in quanto il collegamento ad esso è inserito in una striscia orizzontale in fondo alla pagina, dove passa decisamente inosservato (vedere figura 1).



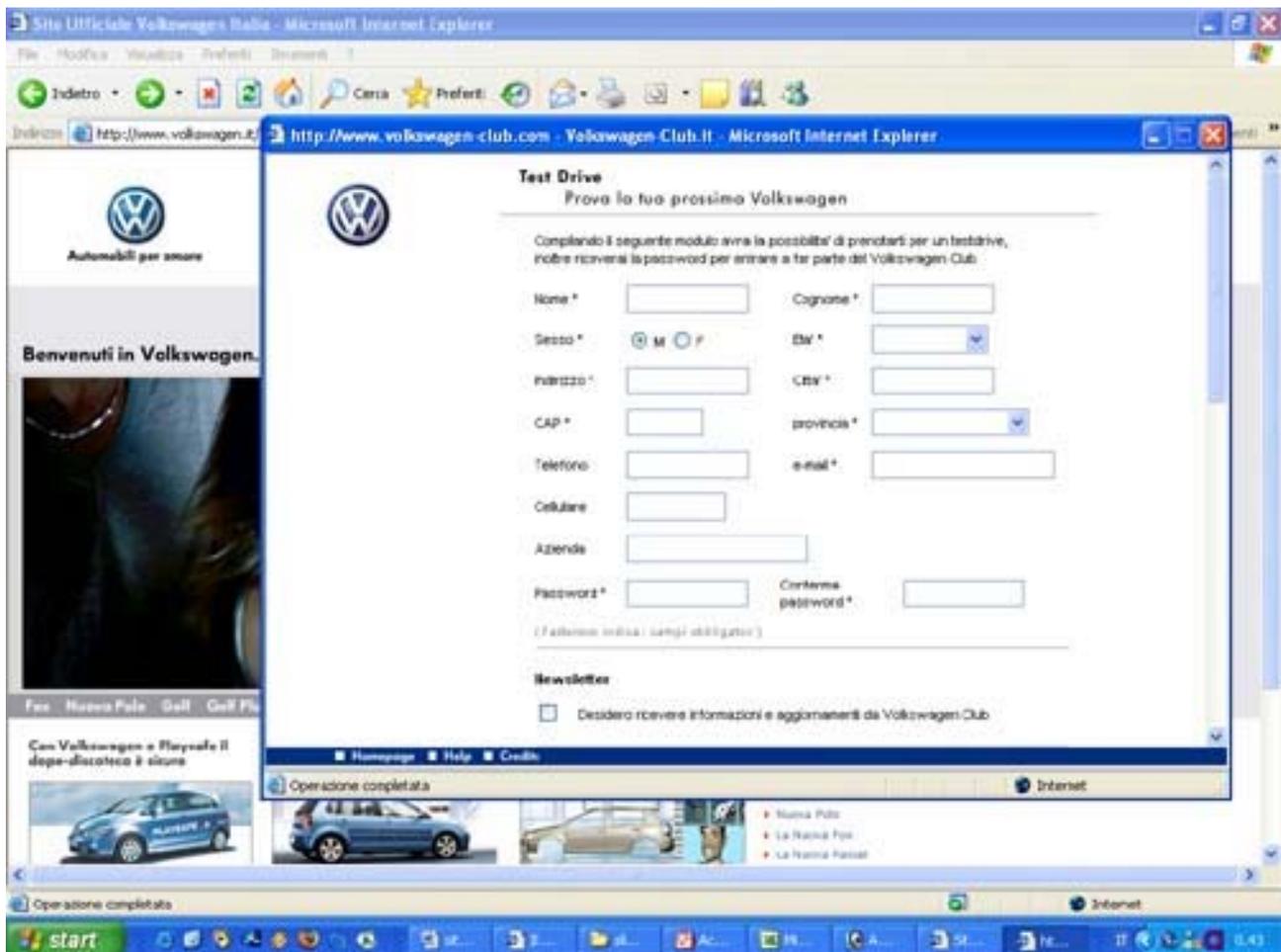
Il menù a tendina ci porta direttamente nei sottomenù



Figura 1 - La pagina "Guarda che musical" all'interno di "Eventi". Se voglio andare alle news?

Le presentazioni delle auto possono essere raggiunte sia dai sottomenù della sezione modelli, sia attraverso il secondo menù orizzontale.

Pop-up continui, pagine che si visualizzano in altre pagine, continuo ritorno alla homepage, il sito ha un'architettura alquanto macchinosa che ne mina profondamente la navigabilità. Un pregio è che grazie ai titoli so sempre in che sezione del sito mi trovo, anche se dovendo per forza tornare alla homepage, ciò non mi è di grande utilità.



La pagina di Test drive aperta in pop-up. Si nota il titolo ben visibile che facilita l'orientamento.

Le finestre di pop-up hanno anche il problema di eliminare il pulsante "Indietro" specifico del browser che al contrario è usato molto spesso dagli utenti. Il disagio non è eccessivo in quanto si aprono nel centro della pagina rendendo sempre visibile la pagina sottostante (che poi è anche quella immediatamente precedente) alla quale possiamo tornare chiudendo la finestra pop-up corrente. Infine non abbiamo riscontrato nessun'altra pagina che non permetta all'utente di tornare liberamente alla pagina precedente attraverso lo specifico bottone del browser.

In generale la navigabilità del sito non è accettabile, il menù principale sparisce lasciandoci un senso di frustrazione e poca fluidità. Unica cosa positiva la buona gerarchizzazione che rende facile l'orientamento.

SINTESI DELLA STRUTTURA

Punti di forza:

- Gerarchia che rende facilità l'orientamento

Punti di debolezza:

- Totale mancanza di una Site Map
- Collegamenti a nuove finestre in pop-up
- Sparizione del menù principale
- Menù inseriti in zone non adeguate o caotici

3.2 COMUNICAZIONE

Valutazione: 2.67 (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi :

La Home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Una volta arrivati sulla homepage si comprende immediatamente di essere sul sito della Volkswagen, questo grazie al logo dell'azienda messo in alto a sinistra, che cattura per primo l'attenzione dell'utente, a fugare qualsiasi altro dubbio c'è un messaggio al di sopra dell'immagine principale che ci dà il benvenuto al sito.



Logo della casa

A solid grey rectangular box containing the text 'Benvenuti in Volkswagen.' in a bold, black, sans-serif font.

Il sito ha molteplici scopi, il più importante dei quali è sponsorizzare e descrivere al meglio le autovetture della casa tedesca. Questo scopo è realizzato grazie al secondo menù orizzontale, presente in basso sotto l'immagine principale, dove sono esplicitati dei collegamenti rapidi verso i modelli di maggior successo. Gli altri obiettivi del sito, come il servizio sulle news o sugli eventi, non sono dichiarati in maniera esplicita, ma è palese che il sito di un marchio famoso e rinomato come quello Volkswagen, offra tali servizi di approfondimento ad un utente in possesso di un autovettura della casa tedesca.

Esempi sono per esempio l'articolo sulla "Guida sicura" presente nella sezione eventi, articolo potenzialmente interessante per tutti gli automobilisti o come "Guarda che musical" che potrebbe interessare anche chi automobilista non è. Quindi possiamo concludere che il sito è rivolto ad un pubblico esteso con particolare attenzione ai possibili acquirenti.

Il sito è coerente con la brand image?

Analizziamo ora il brand della casa. La Volkswagen ha sicuramente un logo conosciuto e facilmente riconoscibile in ogni parte del mondo. Ha un'immagine forte costruita negli anni grazie soprattutto ad automobili innovative e di grandissimo successo, come il fenomeno Golf negli anni ottanta, che è proseguito negli anni arrivando fino alla quinta incarnazione del modello, mantenendo un successo elevatissimo.



Volkswagen Golf prima serie

La casa automobilista riesce a rimanere sempre sulla cresta dell'onda modificando e riadattando le loro automobili ai gusti degli utenti, molte volte anticipando addirittura le mode. Il logo, bianco e azzurro, rappresentante una v ed una doppia w, è sempre stato il brand della Volkswagen e rappresenta inequivocabilmente l'azienda. Il logo è inserito nella parte alta a sinistra dello schermo, ciò è molto soddisfacente in quanto per noi occidentali la lettura inizia proprio da quella parte dello schermo, quindi il nostro occhio capita subito sul logo, facilitandoci la comprensione del sito e facendoci immediatamente capire dove siamo, inoltre il logo è posizionato sopra il messaggio di benvenuto, ciò non fa altro che rafforzare il brand Volkswagen. Il logo, anche non essendo di grosse dimensioni è posizionato in modo da richiamare fortemente l'attenzione dell'utente, possiamo dire che la scelta di posizionare in questo modo il logo è molto intelligente, infatti è inserito insieme al messaggio di benvenuto in una zona "neutra", dove non ci sono elementi che potrebbero distrarre il visitatore. Inoltre il logo è in quella posizione in tutte le pagine del sito, ciò non fa altro che rafforzare la sua immagine nell'utente.



La parte superiore del sito con il logo in alto a sinistra

Volkswagen non è associata ad un colore specifico, in questo senso il sito combacia questa idea utilizzando dei colori non particolari. Tenendo in maggior considerazione la leggibilità, infatti i colori usati non sono mai troppi.

La grafica del sito è adeguata?

Per layout grafico del sito è stata usata la tecnica del layout fisso, ma non è specificato che standard utilizzare per ottimizzare la visualizzazione. Testando varie risoluzioni possiamo notare che il sito non viene visualizzato correttamente con nessuna di esse, con 800*600 si deve utilizzare fortemente la barra di scorrimento verticale mentre con 1240*768 l'immagine viene inserita a sinistra estendendo sull'area vuota dello schermo elementi dello sfondo del sito, ciò crea un effetto di

mancato utilizzo dello spazio. Comunque il sito rimane visualizzabile in modo abbastanza semplice con tutte le tipologie di risoluzioni provate, senza, per esempio, lo sgradevole utilizzo della barra di scorrimento orizzontale.



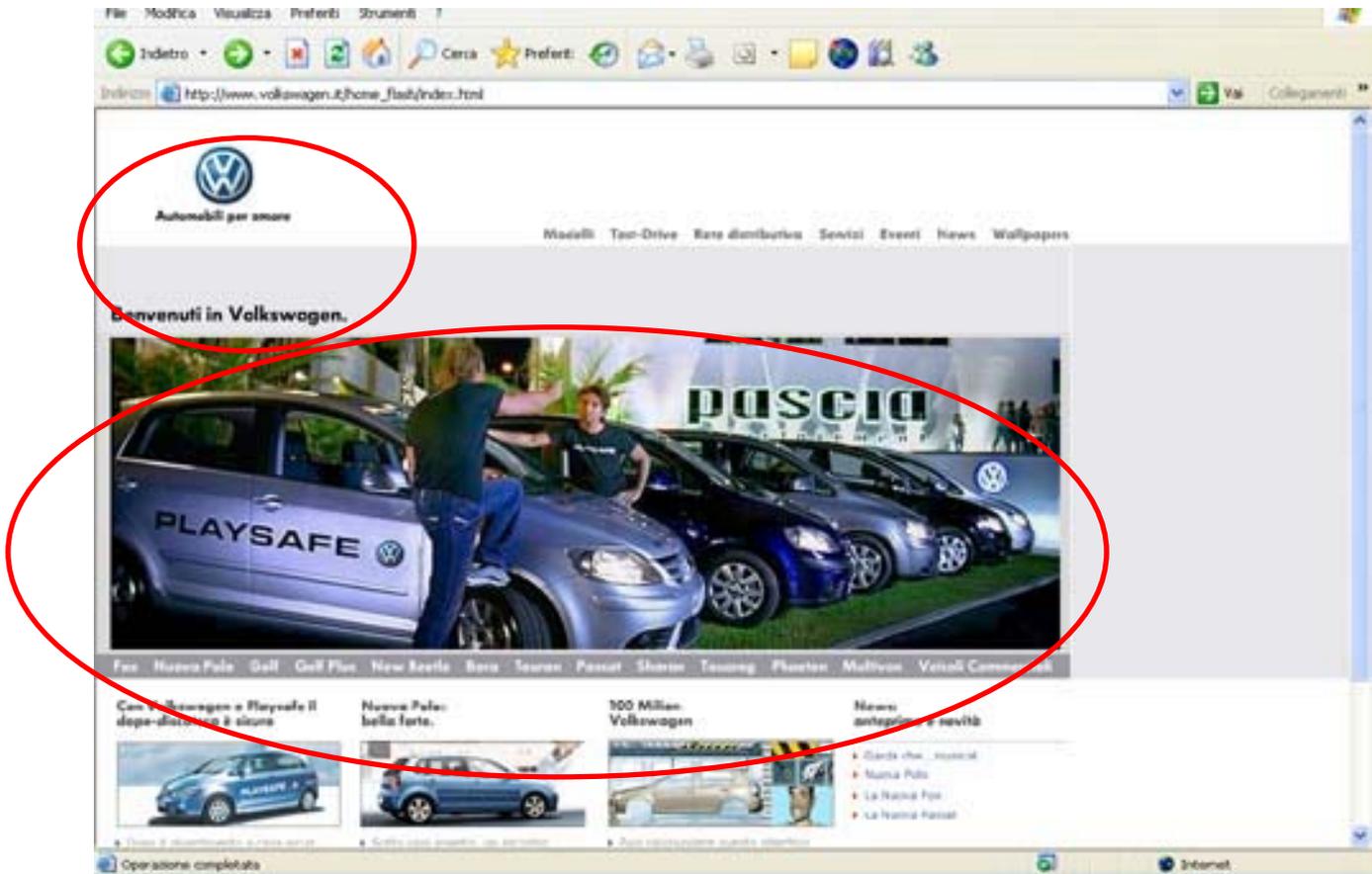
Risoluzione 1024*768



Risoluzione 800*600

A colpo d'occhio possiamo notare 2 elementi principali nella homepage, il marchio in alto a sinistra e il blocco centrale formato dalla sequenza di immagini. Dopodichè si nota il menù principale e la zona contenente il secondo menù e la zona delle ultime news. Guardando i menù questi risultano chiari ma non sono le zone del sito che richiamano maggiormente l'attenzione dell'utente. Possiamo

quindi affermare che il sito ha una buona Gestalt, ma seguendo più fedelmente i suoi consigli si poteva racchiudere il menù in un box in modo da far risaltare agli occhi dell'utente la parte più importante per la navigazione all'interno del sito.



I due elementi principali della homepage

Visitando poi il resto delle pagine del sito troviamo per tutte lo stesso layout, layout però diverso da quello della homepage.

La pagina diviene strutturata in modo da avere 2 menù verticali ai lati della stessa ed un blocco centrale contenente articoli o informazioni sull'argomento selezionato. Il menù principale in queste pagine interne non è presente. Il layout delle pagine, in questo modo costruite, è gradevole e di facile comprensione, nella maggior parte troviamo sulla sinistra un menù per accedere alle altre zone della sezione che stiamo visitando (per esempio se siamo in modelli, possiamo accedere velocemente ad un altro tipo di vettura) e sulla destra un menù che si interessa più precisamente l'argomento trattato nella pagina (nel caso di modelli a destra abbiamo un menù con le varie caratteristiche della vettura selezionata). L'ultima sezione infondo alla pagina permette di tornare alla homepage. I blocchi sono facilmente distinguibili e ciò favorisce la lettura e la comprensione della pagina.



Cerchiate troviamo i due menù verticali

I colori sembrano essere stati scelti in modo da non minare in alcun modo la leggibilità. I testi sono prevalentemente neri su sfondo bianco. Anche i menù sono scritti nello stesso modo ad esclusione del menù a destra delle pagine interne che presenta testo bianco su sfondo colorato. Questo sfondo colorato cambia, per esempio, per ogni pagina della sezione modelli. Infatti la Fox è contraddistinta dal colore verde mentre la nuova Polo dal colore celeste, anche se l'accostamento di questi colori con le automobili è casuale (il verde non è un colore che ricorda la Volkswagen Fox), ciò rende più facile l'orientamento nelle pagine interne del sito. In generale le tinte sono anonime e l'accostamento cromatico rispetta le regole per favorire la percezione visiva, scritte scure su sfondi chiari, pochi colori utilizzati in una stessa pagina.

Il font usato è per tutti i testi l'Arial, che ben si presta alla lettura su video. Considero la non modificabilità di ogni scritta presente a video una pecca, infatti, anche se si prova a modificare la dimensione del font attraverso il browser, non accade nulla e nel sito non è presente un'opzione che lo consenta, questo è molto sconveniente in quanto non permette di rimpicciolire il font quando si usano risoluzioni basse in modo da evitare l'"effetto sega" e non permette di aumentarlo in modo da non affaticare la vista quando si usano risoluzioni alte, cosa che servirebbe per visualizzare meglio i sottomenù del menù principale, che vengono visualizzati con dimensione piccola.

In generale i caratteri usati sono senza grazie, non viene usato né il corsivo né il tutto maiuscolo e in generale possiamo quindi affermare che il sito offre una buona leggibilità, anche se l'uso in ogni sezione degli stessi colori e font produce una sorta di monotonia visiva spezzata solo da qualche immagine dinamica.

SINTESI DELLA COMUNICAZIONE

Punti di forza:

- Grande leggibilità
- Buon uso dei colori
- Struttura delle pagine di facile comprensione
- Brand Image sfruttata in modo soddisfacente

Punti di debolezza:

- Dimensione font non modificabile
- Grafica, alla lunga, monotona

3.3 FUNZIONALITA'

Valutazione: **1.5** (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi :

Le funzioni del sito sono adeguate?

Il sito presenta diverse funzioni interattive, alcune accessibili direttamente dal menù principale mentre altre dai sottomenù, tra cui

1. Visionare tutti i modelli della casa tedesca
2. Test drive, che offre la possibilità di prenotare un'automobile per una prova
3. Rete distributiva, per ricercare il concessionario di zona
4. La possibilità di accedere al Volkswagen club
5. Car configurator, per personalizzare la propria vettura ideale e calcolare dei preventivi
6. Visionare auto usate

Ma forse manca la più importante tra tutte: non è presente una ricerca interna del sito, e quindi per trovare quello di cui si ha bisogno si deve ricorrere a una lunga navigazione tra i vari menù. Questo non rende facile lo sfruttamento delle risorse che il sito mette a disposizione.

Invece di rispondere genericamente alle domande dello schema per valutare l'usabilità del sito, abbiamo analizzato dettagliatamente, punto per punto, le funzionalità principali, fornendo per ognuna pregi e difetti.

Modelli

In questa sezione è possibile conoscere ogni caratteristica dell'auto da noi selezionata, vedere i vari allestimenti possibili e le diverse motorizzazioni, leggere le varie caratteristiche tecniche, qualitative e di sicurezza, scegliere il colore e il rivestimento interno.

E' poi possibile osservare alcune foto della nostra auto preferita e scaricare il catalogo della vettura in formato PDF. Mentre per concludere è possibile scorrere il listino dei prezzi.

Test Drive

In questa sezione viene data la possibilita di prenotare un test-drive con un'automobile da noi scelta presso un qualsiasi concessionario. Il form da compilare, che contemporaneamente ci consente di entrare a far parte del Volkswagen club tramite password, richiede esclusivamente l'inserimento di dati essenziali e strettamente inerenti con lo scopo di questa funzione. Uno di questi è anche l'auto da noi posseduta. Tutto questo per non innervosire l'utente e consentirgli di ottenere il suo test drive nel minor tempo possibile.



Test Drive

Prova la tua prossima Volkswagen

Compilando il seguente modulo avrai la possibilita' di prenotarti per un testdrive, inoltre riceverai la password per entrare a far parte del Volkswagen Club

Nome *	<input type="text"/>	Cognome *	<input type="text"/>
Sesso *	<input checked="" type="radio"/> M <input type="radio"/> F	Eta' *	<input type="text"/>
Indirizzo *	<input type="text"/>	Citta' *	<input type="text"/>
CAP *	<input type="text"/>	provincia *	<input type="text"/>
Telefono	<input type="text"/>	e-mail *	<input type="text"/>
Cellulare	<input type="text"/>		
Azienda	<input type="text"/>		
Password *	<input type="text"/>	Conferma password *	<input type="text"/>

Il form però non effettua un controllo sulla correttezza dell'informazione. Infatti effettua solo un riconoscimento tra caratteri e numeri inseriti, e controlla che l'indirizzo e-mail sia per lo meno scritto in modo corretto. Nel caso si verificassero errori, l'utente viene avvisato e gli viene offerta la possibilità di correggere solamente le parti scorrette. Naturalmente avviene un controllo anche riguardo all'inserimento delle informazioni in tutti i campi.

Rete distributiva

In questa parte vengono visualizzati tre semplici e chiari menù a tendina da cui si può ricercare un concessionario o un Service Partners, con la rispettiva regione e provincia di appartenenza. In alternativa è possibile digitare il proprio indirizzo per trovare le strutture Volkswagen della propria zona.



La Rete distributiva.

The screenshot shows a search interface on a website. At the top, there is a blue header with the text 'Concessionari e Service Partners.' in white. Below the header, there is a light blue background with the following text: 'Seleziona la regione e la provincia di tuo interesse per visualizzare l'elenco dei Concessionari o dei Service Partner.' Underneath this text, there are three dropdown menus labeled 'Tipologia', 'Regione', and 'Provincia'. Each menu has a white box with a small downward-pointing arrow on the right side. Below the dropdown menus, there is another line of text: 'In alternativa puoi trovare i Concessionari o i Service Partners della tua zona inserendo il tuo indirizzo:'. At the bottom of the form area, there are two bullet points: '- Concessionari' and '- Service Partners'.

Grossa pecca di questo servizio è l'impossibilità di effettuare una ricerca per nome, quindi anche conoscendo dove voler recarsi non è possibile risalire al suo indirizzo se non tentando tra una delle tante province. Per il resto, la ricerca funziona correttamente e l'abbiamo testata con alcuni concessionari. Come risultato si ottiene l'indirizzo preciso e numero telefonico, insieme ad un link alla mappa ed un altro al sito del concessionario stesso. La mappa è abbastanza soddisfacente in quanto ci permette di ingrandirla, di zoomare avanti e indietro, con una legenda che si aggiorna in real-time. E' munita di una ricca legenda e la stessa mappa presenta dettagliatamente numerosi nomi di vie e di paesi. Offre poi la possibilità di trovare l'itinerario giusto a secondo delle nostre esigenze, come quello più corto o quello senza pedaggi, con la rispettiva distanza e costo carburante.

Provando diversi indirizzi il tutto sembra funzionare.



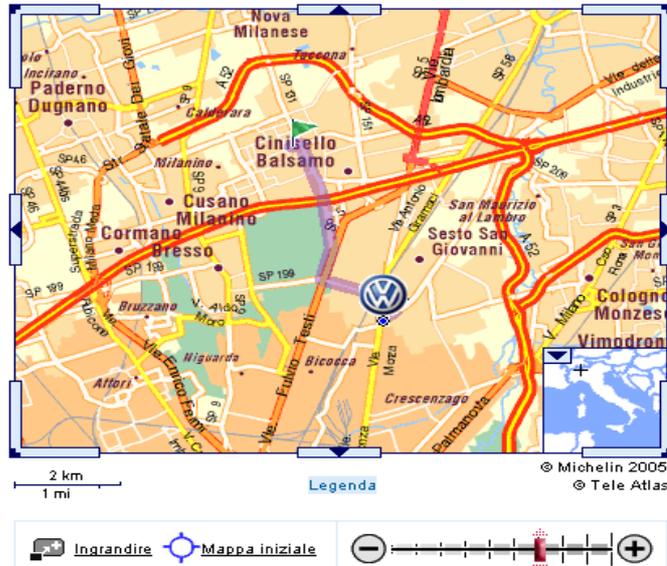
Concessionari

Visualizzazione mappa concessionario prescelto

Il tuo itinerario da Via Primo Maggio — 20092 Cinisello Balsamo a viale Italia, 226 — I - 20099 Sesto San Giovanni

[Chiudi](#)

[Versione stampabile](#)



Volkswagen Club

Dal sottomenù della sezione “Servizi” si accede ad una nuova pagina in cui risalta un messaggio di benvenuto. La pagina permette di entrare digitando login e password all’interno del club Volkswagen, oppure di registrarsi per la prima volta. Il problema principale di questa sezione è che non vengono elencate le funzionalità di questa operazione o fornite motivazioni particolari per le quali registrarsi, ma viene semplicemente detto che “consentirà di ottenere comodamente e in qualsiasi momento molteplici servizi”.



Volkswagen Club.

Benvenuto.

Volkswagen Club è il punto di incontro dedicato a chi, come te, fa parte dei nostri più appassionati interlocutori.

Un'utile opportunità che ti consente di ottenere comodamente e in qualsiasi momento molteplici servizi.

Non ti sei ancora registrato?

Registrati ora >>

Recupera password

login

password

entra >>

Questo per noi non invoglia gli utenti a registrarsi, in quanto le motivazioni che li hanno spinti a visitare questo sito possono essere già state soddisfatte senza alcun bisogno di identificarsi per avere ulteriori servizi, servizi di cui non viene fornita alcuna indicazione.

Per la registrazione compare una form molto simile a quella precedente, con lo stesso tipo di controllo dell'informazione.

Car configurator

All'interno della pagina di un modello di automobile specifico, cliccando su Car Configurator, è possibile, oltre alle informazioni generali già presenti (colori, tappezzerie, equipaggiamenti, listini e caratteristiche prodotto), personalizzare la vettura scelta in base al proprio gusto, e visualizzare a ogni passo il preventivo dell'auto dei nostri sogni. Si parte con la scelta della versione e della motorizzazione, per poi passare ai colori della carrozzeria e agli interni e per finire con gli equipaggiamenti extra.



La Golf nel configuratore

Il mio parco macchine
Avviso importante
Aiuto

Equipaggiamenti extra



Esterni

<input type="checkbox"/>	Fari fendinebbia	EUR 162,00
<input type="checkbox"/>	Ruota di scorta di dimensioni normali, acciaio	EUR 62,00
<input type="checkbox"/>	Tettuccio apribile elettricamente	EUR 796,00

Funzione

<input type="checkbox"/>	Acoustic Parking System - sistema ad ultrasuoni di ausilio al parcheggio	EUR 439,00
<input type="checkbox"/>	Antifurto con allarme	EUR 202,00
<input type="checkbox"/>	Antifurto volumetrico con allarme	EUR 276,00
<input type="checkbox"/>	Climatizzatore "Climatic"	EUR 966,00
<input type="checkbox"/>	Climatizzatore "Climatronic"	EUR 1.296,00
<input type="checkbox"/>	Dispositivo di controllo pressione pneumatico	EUR 57,00

Versioni

Motorizzazioni

Colori carrozzeria

Interni

▼ Equipaggiamenti extra

Tutti
Esterni
Cerchi
Interni
Sicurezza
Radio/telefonía/navigazione
Funzione

La mia configurazione

◀ indietro avanti ▶

Totale: EUR 19.577,00

E' possibile scegliere direttamente cosa andare a modificare e soprattutto una volta terminata la personalizzazione tornare ad effettuare ulteriori cambiamenti. La versione finale può essere sia salvata che stampata per essere portata direttamente ad un concessionario. Un aspetto carente è la gestione degli errori. Infatti è possibile per esempio aggiungere come equipaggiamenti extra due tipi di antifurto, per poi arrivare alla fine e scoprire che questo non è lecito e che quindi bisogna tornare indietro e cambiare le scelte fatte. Sarebbe stato molto meglio rendere non selezionabile le voci non più valide già in partenza. Comunque nel complesso risulta una funzione molto interessante e di semplice utilizzo da parte dell'utente.

Auto usate

Entrando nel sottomenù di servizi, potremmo restare colpiti dalla possibilità di effettuare una ricerca della nostra auto preferita usata e quindi con un prezzo più accessibile. Ma invece il link porta ad una grossa delusione, infatti questo non è ancora realizzabile in quanto compare un messaggio che informa che il sito è in fase di costruzione. Questa spiacevole esperienza fa sfigurare una delle maggiori case automobilistiche europee, da cui si aspetterebbe sempre la massima professionalità ed efficienza.

In conclusione possiamo dire che le funzionalità principali del sito sono state ben sviluppate, peccato per la dimenticanza di quella così importante come la ricerca. Questo fa perdere tantissimo in adeguatezza, insieme ad una gestione non ottimale degli errori.

SINTESI DELLA FUNZIONALITA'

Punti di forza:

- Possibilità di vedere nel dettaglio tutte le caratteristiche della maggior parte dei modelli
- Mappe interattive dei concessionari ben sviluppate

Punti di debolezza:

- Nessuna ricerca interna
- Sezione dell'auto usata ancora in costruzione
- Ricerca dei concessionari macchinosa
- Cattiva gestione errori in Car configurator
- Volkswagen club non ben sponsorizzato

3.4 CONTENUTO

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

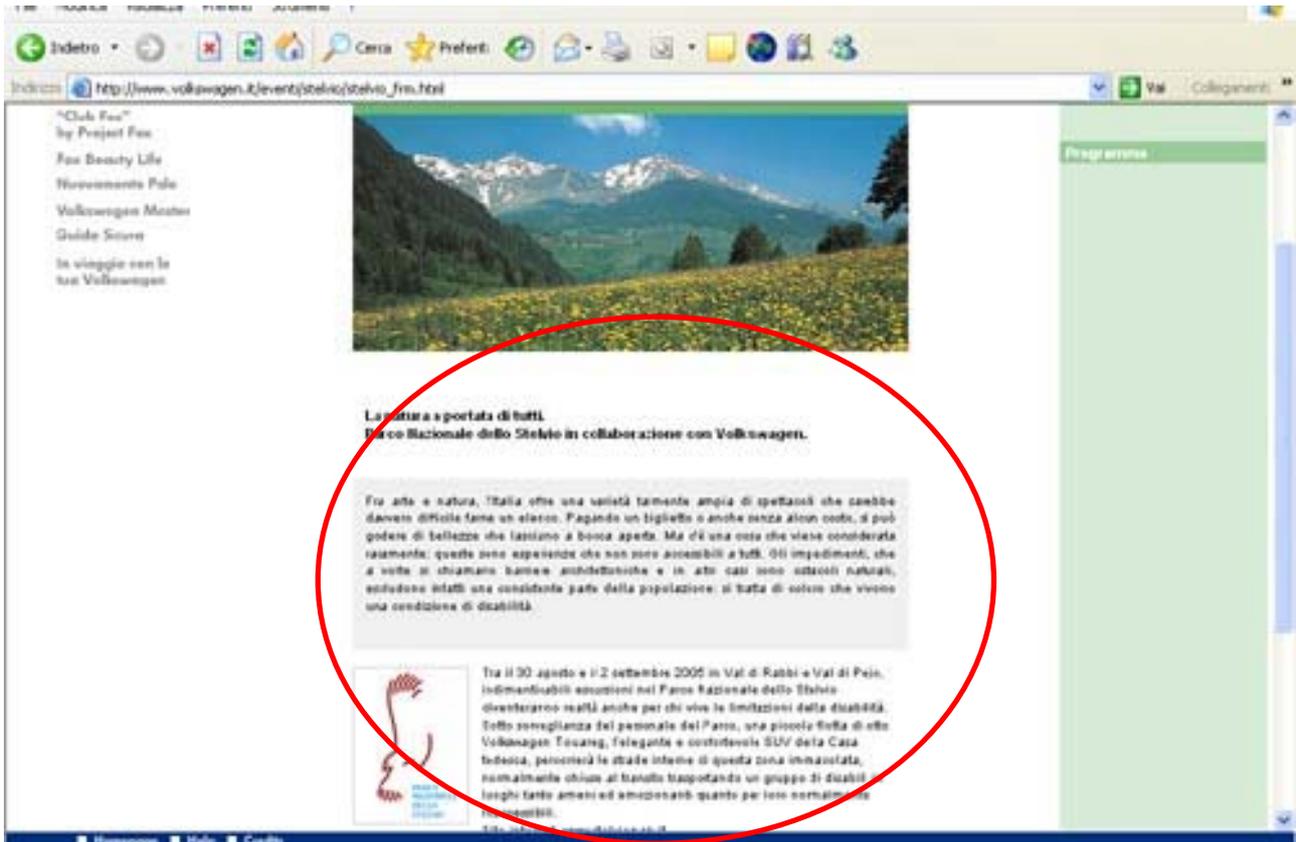
Analisi

L'informazione è classificata in modo adeguato?

I contenuti del sito sono molto ricchi, si passa dalle automobili con le dettagliate schede tecniche, agli eventi e alle news riguardanti il mondo Volkswagen e molto altro, inoltre si ha l'impressione di avere l'informazione a portata di mano, facilmente rintracciabile all'interno del sito. I nomi scelti per le varie categorie principali, il labelling, sono chiari e di immediata comprensione sia per gli utenti più esperti che per i novizi del settore.

Lo stile del testo è adeguato al web?

Lo stile adoperato per i testi è adeguato al web. Dei titoli scritti in grassetto anticipano articoli brevi e suddivisi in paragrafi facilmente leggibili, pur essendo concisi l'uso dello scrolling verticale è fondamentale, questo perché l'uso di immagini e di presentazioni rende le pagine molto lunghe, ma la cosa non è mai sgradevole per l'utente.



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

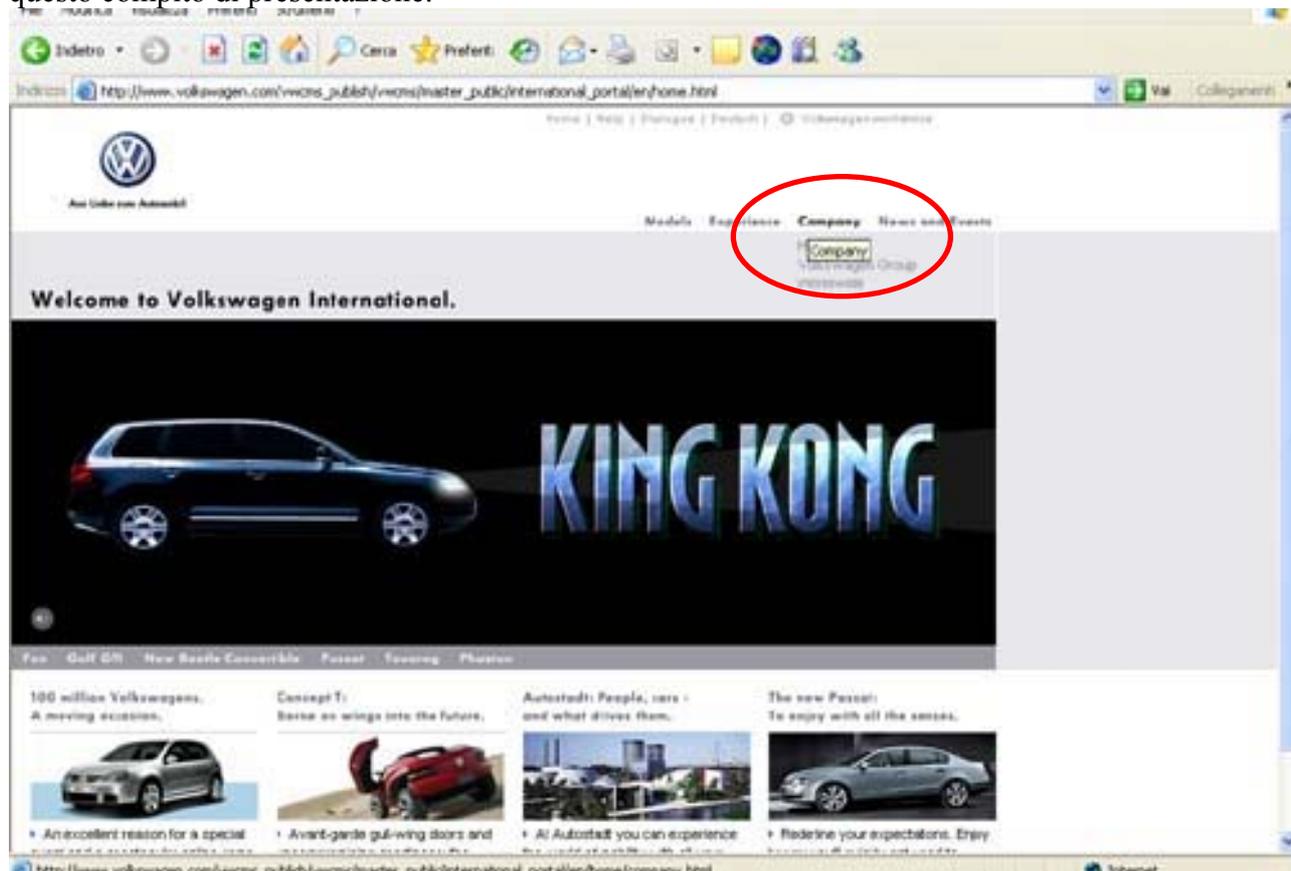
La sezione "Modelli", cuore del sito, dove vengono presentati tutti i tipi di automobili, è ricchissima di informazioni ed è sicuramente ben sviluppata. Dei vari modelli è possibile visionare il listino prezzi, le caratteristiche per ogni cilindrata, vedere foto di esterni e interni. Tutto è facilmente rintracciabile grazie alla suddivisione in categorie basate sui contenuti, quindi possiamo cercare, per esempio, le Motorizzazioni, le Caratteristiche, le Versioni.

Per quanto riguarda i contenuti unico problema è l'assenza di un motore di ricerca interno, anche se è vero che le informazioni sono facilmente rintracciabili ma è anche vero che un utente che non ha mai visitato un sito automobilistico, in un primo momento potrebbe trovarsi spiazzato davanti alla notevole mole di informazioni presenti nel sito, non abbiamo preso in considerazione questa mancanza nell'analisi finale dei contenuti perché non mina il contenuto del sito, ma la sua reperibilità che è stata analizzata in precedenza.

Sono utilizzate in gran quantità animazioni in flash e pubblicità in quicktime, ciò rende più "vivo" il sito e rende più piacevole la navigazione. Navigazione, però, minata fortemente per gli utenti con connessioni lente che per caricare tutte queste animazioni devono attendere estenuanti secondi che possono anche scoraggiare l'utente intenzionato a visionare il sito. Inoltre è impossibile bloccarne l'esecuzione.

Non è presente nel sito né una sezione di presentazione dell'azienda, né una che ne racconti la storia del marchio. Non è una grave mancanza, ma l'appassionato, come il semplice curioso avrebbero potuto trovare interessanti notizie e considerazioni su come Volkswagen sia divenuto un marchio famoso e rinomato nel mondo. Notiamo inoltre che questa è una scelta della filiale italiana in

quanto nel sito internazionale dell'azienda una sezione denominata "Company", svolge al meglio questo compito di presentazione.



Sito internazionale con la sezione Company

Il linguaggio è informale e di facile comprensione, all'utente viene dato prevalentemente del "tu" e tutto ciò rende comprensibilissimi i testi all'interno del sito. Tecnicismi e lessico appropriato sono usati solo all'interno della sezione "Modelli", per quanto riguarda le caratteristiche dell'autovettura, ma questo ci è sembrata una scelta ovvia e non dettata da una volontà di estraniare parte dell'utenza dalla lettura di tali sezioni.

La data di aggiornamento delle pagina è visualizzata in basso a destra, ed è quindi facilmente rintracciabile. L'ultimo aggiornamento risale al 28 Giugno 2005 e in generale il sito è costantemente aggiornato.

Il sito è correttamente localizzato?

Il sito della Volkswagen è perfettamente localizzato in lingua italiana, durante i nostri test non siamo mai incappati in una pagina o un avviso in una lingua differente dalla nostra, a parte un link della homepage, che comunque porta ad un altro sito web. I prezzi sono espressi in euro e i sistemi di misura adottano la notazione decimale.

Il sito internazionale, raggiungibile con il link www.volkswagen.com, ed in nessun modo attraverso il sito italiano, ricalca pregi e difetti del sito da noi analizzato, quindi un confronto tra i due ci è parso superfluo.

SINTESI DEI CONTENUTI

Punti di forza:

- Grande densità di informazione
- Aggiornamenti frequenti
- Grande leggibilità e comprensione
- Schede tecniche esaurienti
- Buona localizzazione

Punti di debolezza:

- Assenza della storia e della descrizione dell'azienda

3.5 GESTIONE

Valutazione: 2.75 (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Analisi :

Il sito è sempre attivo e disponibile?

Durante il lavoro di testing svolto sul sito tutte le pagine sono sempre state disponibili e funzionanti in ogni parte, unica pecca la sezione auto usate, un laconico messaggio ci avvisa che la sezione è in fase di allestimento.

Utilizzando un software apposito, presente all'indirizzo www.netcraft.com abbiamo potuto avere interessanti nozioni sull'effettiva disponibilità del sito.

Site report for www.volkswagen-italia.com				
Site	http://www.volkswagen-italia.com	Last reboot	79 days ago	
Domain	volkswagen-italia.com	Netblock owner	Infrastructure for STTSPA , Italy	
IP address	80.74.176.148	Site rank	320895	
Country	 IT	Nameserver	giovannino.sttspa.it	
Date first seen	June 1999	DNS admin	sttspa_mnt@sttspa.it	
Domain Registry	networksolutions.com	Reverse DNS	luchino.sttspa.it	
Organisation	Autogerma S.p.A., Via G.R. Gumpert, 1, Vero, VR 37137, Italy	Nameserver Organisation	Societa' Trasporto Telematico spa, Italy	
Check another site:	<input type="text"/>			

Hosting History				
Netblock Owner	IP address	OS	Web Server	Last changed
Infrastructure for STTSPA , Italy	80.74.176.148	Linux	Apache/1.3.33 Unix PHP/4.3.9 mod_ssl/2.0.22 OpenSSL/0.9.7b	8-Nov-2004
Infrastructure for STTSPA , Italy	80.74.176.148	Linux	Apache/1.3.29 Unix PHP/4.3.6 mod_ssl/2.0.16 OpenSSL/0.9.7d	3-Nov-2004
Societa' Trasporto Telematico S.p.a.	80.74.176.147	Linux	Apache/1.3.14 Unix Red-Hat/Linux PHP/3.0.15 mod_perl/1.21	26-Jan-2004

Abbiamo potuto notare che il server utilizzato è attivo da 79 giorni. Si nota inoltre che il server è aggiornato ogni qualvolta è presente sul mercato una nuova versione, ma esso è rimasto invariato da circa 1 anno e mezzo, questo ha dato sicuramente stabilità al sito e ne ha favorito la disponibilità, oltre che l'immagine con i clienti che non hanno mai avuto occasione di non trovare il sito in rete.

Non abbiamo riscontrato nessun problema per quanto concerne questo aspetto.

L'url del sito è adeguatamente monitorato?

Non è stato possibile verificare il monitoraggio del sito. Dopo svariate email di richiesta, non si è ancora ricevuta risposta da parte del webmaster. Ciò non è però da imputare a Volkswagen ma alla ditta che ha creato il sito.

Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Il sito Volkswagen è costantemente aggiornato, le modifiche riguardano soprattutto le immagini in homepage e nuovi articoli nella sezione eventi e nella sezione news.

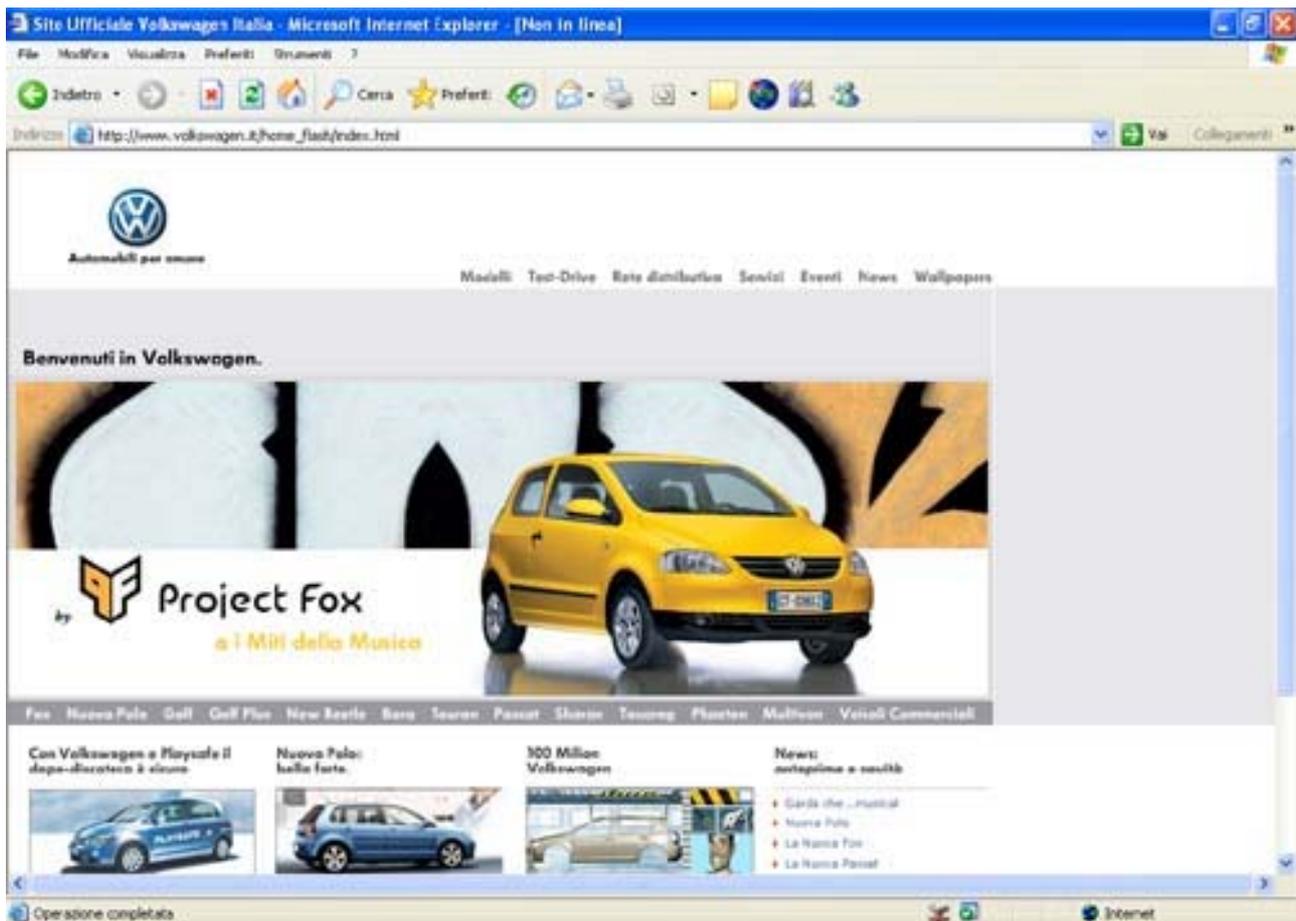
Questo dà un'impressione positiva al marchio, un'impressione di serietà e competenza, inoltre i continui aggiornamenti spingono l'utente a tornare sul sito periodicamente per cercare le novità. Inoltre gli interventi più recenti sono inseriti sotto il secondo menù orizzontale, in modo da essere facilmente consultabili.

Attraverso il programma Xenu abbiamo potuto controllare se nel sito vi erano presenti dei link spezzati, il resoconto del programma di testing è stato soddisfacente, evidenziando come non ci sono link spezzati, questo non fa altro che rafforzare l'idea di sito costantemente aggiornato e visionato da parte del WebMaster. Altro aspetto estremamente positivo.



Ultimo minuto

A rafforzare la nostra tesi, nei giorni in cui abbiamo testato il sito, questo ha cambiato immagine iniziale. Questo è stato l'unico cambiamento, ma palesa la costanza di aggiornamento del sito della Volkswagen.



homepage aggiornata al 9 luglio 2005

Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Per valutare la tempistica di risposta all'utente volevamo inviare una richiesta attraverso il sito. Inizialmente non abbiamo trovato nessun link specifico, dopodichè siamo entrati nella sezione "Servizi" del sito e qui abbiamo aperto la pagina del Volkswagen Club, credendo che iscrivendoci al club ci sia fornita la possibilità di contattare Volkswagen, invece anche dopo esserci iscritti al club, non abbiamo trovato modo di metterci in contatto con la casa tedesca. Questo è molto sconveniente perché la comunicazione con il cliente è un punto importantissimo per una casa grande e prestigiosa come Volkswagen.

In breve possiamo dire che il sito è sicuramente ben curato e aggiornato uniche pecche la sezione "Auto usate" non funzionante e l'impossibilità di contattare l'azienda da parte del cliente.

SINTESI DELLA GESTIONE

Punti di forza:

- Aggiornamento continuo
- Sito costantemente online
- Curato anche nei dettagli

Punti di debolezza:

- Sezione “Auto usate ” inesistente
- Nessun modo per contattare l’azienda

3.6 ACCESSIBILITA’

Valutazione: **2.50**

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

Analisi :

I tempi di accesso sono adeguati?

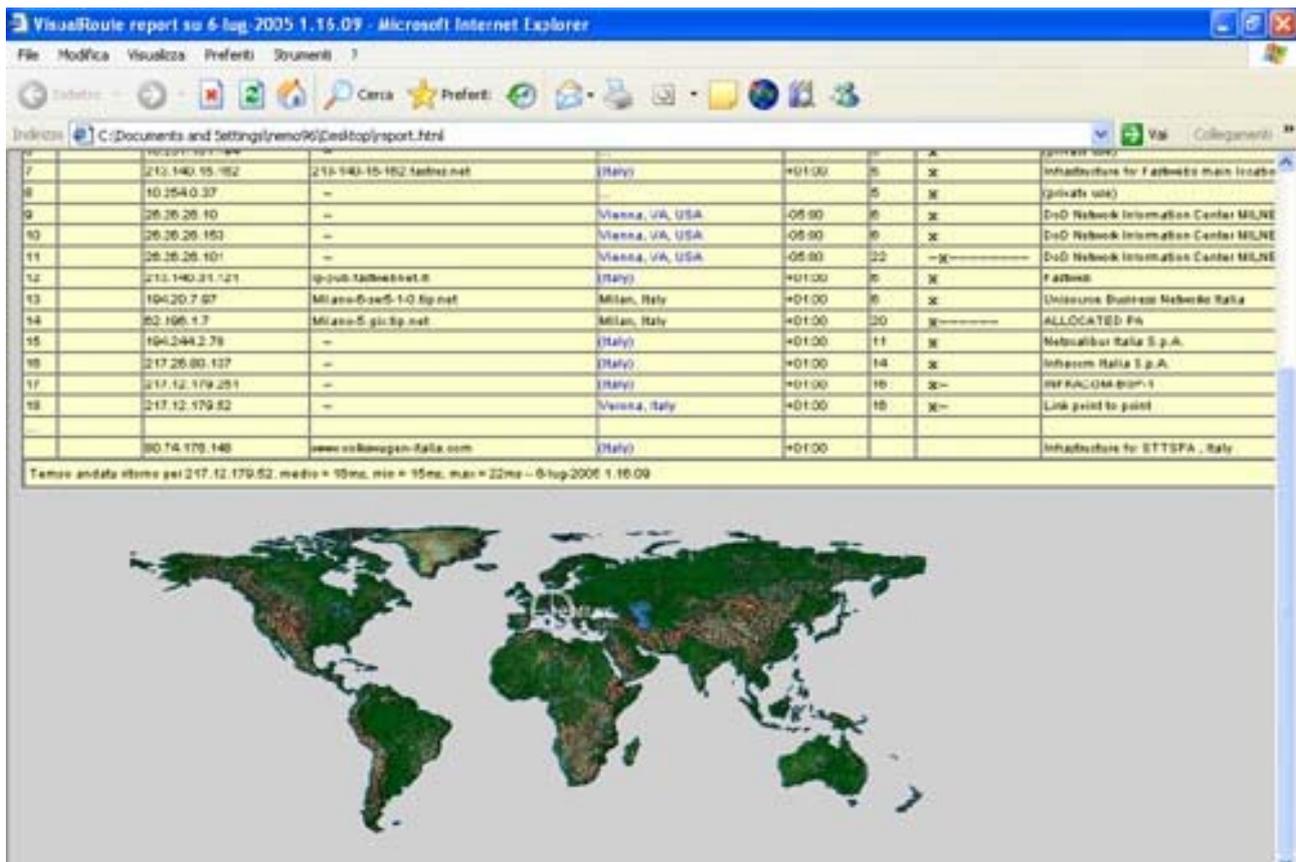
I tempi di accesso al sito risultano soddisfacenti. Le immagini inserite sono di piccole dimensioni in modo da poter dare tutto lo spazio possibile alle animazioni in Flash, vere protagoniste del sito. Di seguito riportati i tempi di accesso alla home page calcolati da Dr. Watson (watson.addy.com) :

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	8224	6.00	3.29	2.74	2.35	1.03	0.41
Total	1	8224	6.00	3.29	2.74	2.35	1.03	0.41

Inoltre abbiamo calcolato che per accedere al sito con un modem a 56k ci vogliono mediamente 28”, un tempo abbastanza snervante soprattutto dovuto alle animazioni in flash presenti in tutto il sito. Con altri tipi di connessioni non si ha alcun problema di velocità per accedere al sito, infatti i tempi di accesso rimangono sotto i 4”. Non sono presenti pagine più pesanti di altre, quindi la tempistica vale per ogni pagina del sito.

Il sito è facile da trovare?

Il sito www.volkswagen-italia.com si trova in Italia, precisamente a Milano, come mostra la grafica di Visual Route.



Trovandoci noi a Milano questo dato diventa irrilevanti in quanto non possiamo riscontrare un ritardo dei pacchetti dovuti alla lontananza dal server.

Più interessante diventa quindi l'analisi dei motori di ricerca.

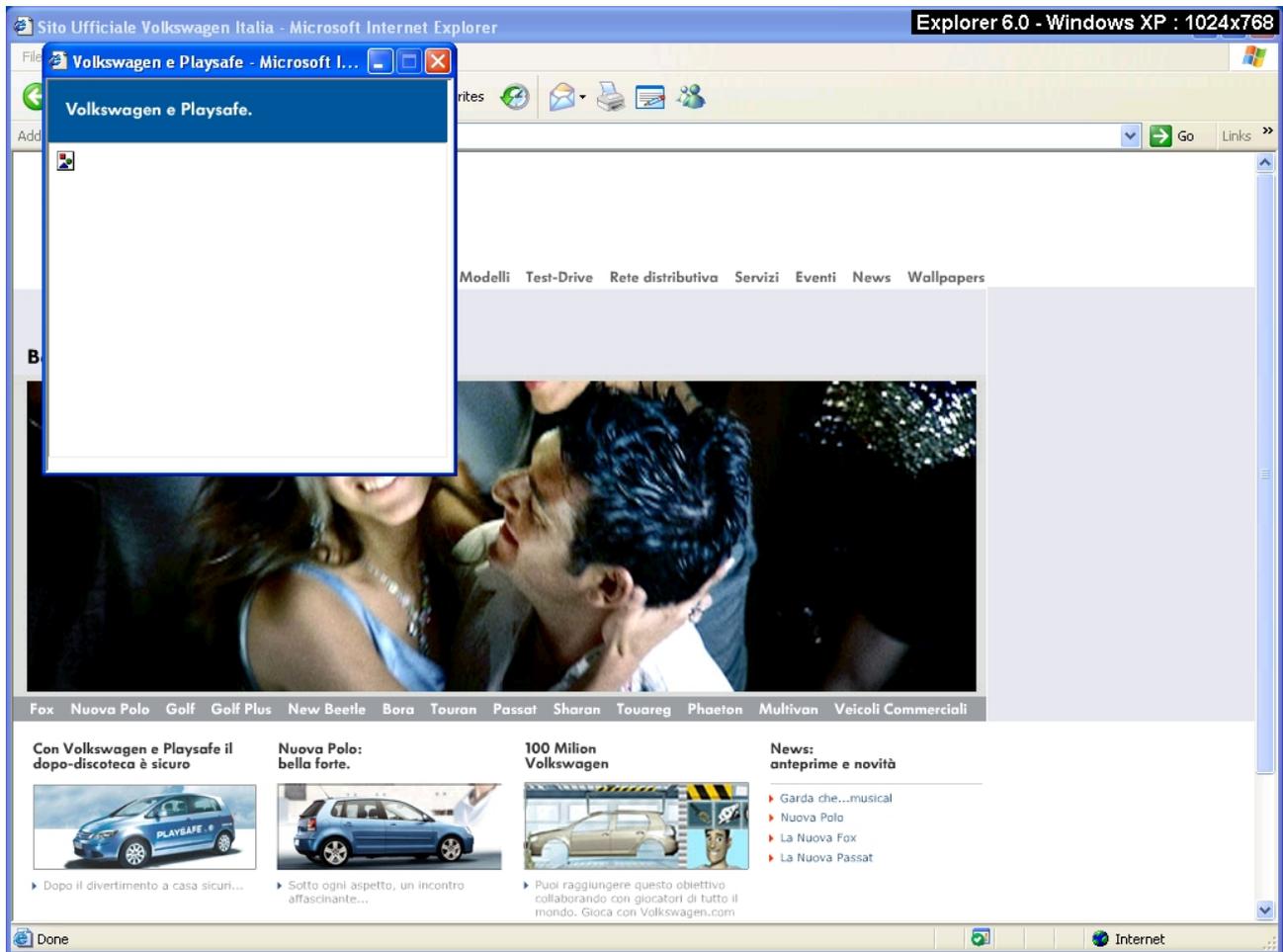
Riassumiamo i risultati nella seguente tabella:

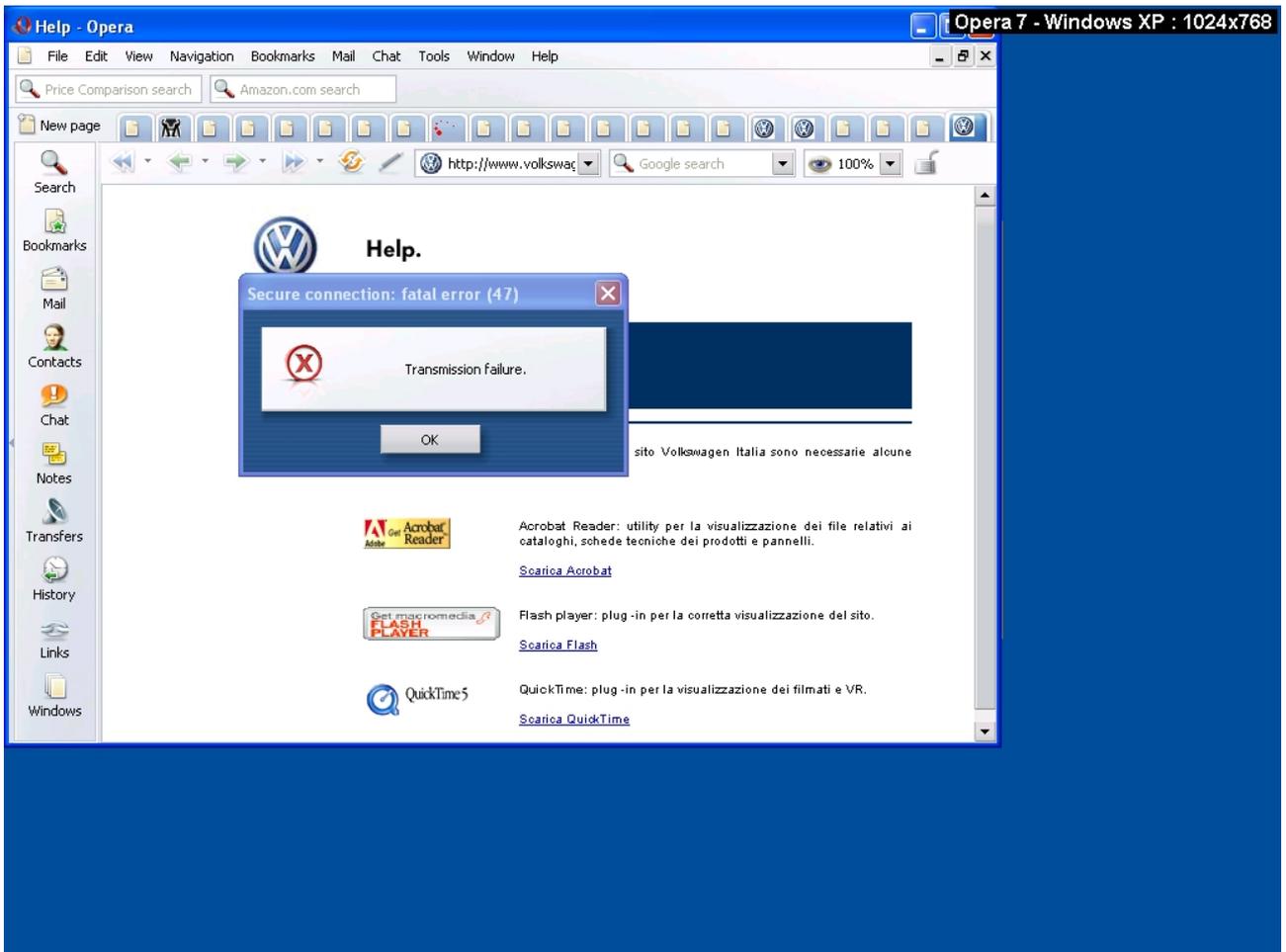
Chiave	Google.it	Altavista.it	Yahoo.it	Virgilio.it
Volkswagen	1	4	3	2
Polo	n.r.	n.r.	n.r.	n.r.

Il sito è facilmente reperibile grazie anche al redirect www.volkswagen.it, ed ha un url molto facile da ricordare, infatti scrivere semplicemente il nome della casa aggiungendo il .it è un'azione eseguita da molti utenti alle prime armi con la navigazione web. Per quanto riguarda i dati trovati testando vari motori di ricerca, possiamo vedere come il sito sia facilmente rintracciabile se inseriamo il nome dell'azienda, ma se inseriamo il nome di un modello di autovettura (Polo), i risultati sono sconcertanti, il sito infatti non compare in nessun motore di ricerca, questo è però da imputare al nome della macchina che si confonde con lo sport, lo stesso problema è stato riscontrato con l'altro modello principale della casa tedesca, la Golf.

Il sito è accessibile con ogni browser?

Un sito web deve essere indipendente dalla piattaforma su cui viene visualizzato, per questo riteniamo la compatibilità con i vari browser un punto molto importante. Per avere un rapporto sulla compatibilità abbiamo utilizzato i servizi offerti da www.browser.com.





Help - Microsoft Internet Explorer Explorer 6.0 (no Flash) - Windows XP : 1024x768

File Edit View Favorites Tools Help

Back Search Favorites

Address <http://www.volkswagen-italia.com/indexno.html> Go Links



Help.

Utilities.

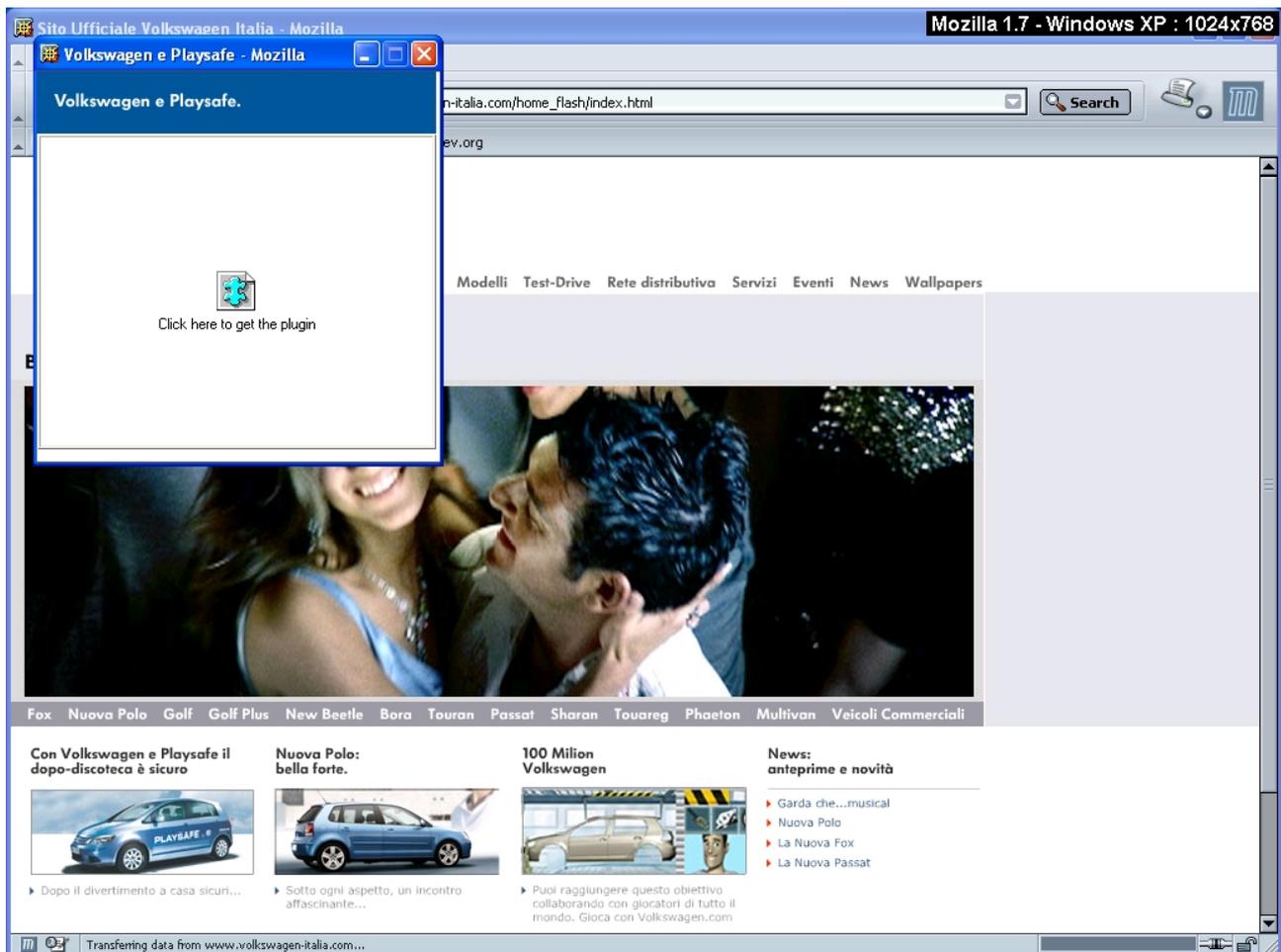
Per visualizzare e utilizzare correttamente il sito Volkswagen Italia sono necessarie alcune applicazioni/estensioni:

 Acrobat Reader: utility per la visualizzazione dei file relativi ai cataloghi, schede tecniche dei prodotti e pannelli.
[Scarica Acrobat](#)

 Flash player: plug -in per la corretta visualizzazione del sito.
[Scarica Flash](#)

 QuickTime: plug -in per la visualizzazione dei filmati e VR.
[Scarica QuickTime](#)

Done Internet



Quasi tutti i browser interpretano in modo corretto il codice, tranne Opera 7 che non riesce a visualizzare il sito, risultato trascurabile in quanto il browser non è diffusissimo. Un'altra cosa che notiamo e che se cerchiamo di visualizzare il sito non avendo installato i plugin per Flash, invece della pagina principale compare la pagina di Help con degli utili link per scaricare il software necessario per usufruire del sito. Questo è molto utile, in quanto anche se la frustrazione per non poter visualizzare il sito è alta, almeno si ha sottomano la soluzione.

Il sito è utilizzabile da utenti disabili?

Il problema più importante è Flash, infatti se non si ha questo software sul proprio browser il sito non può essere visualizzato. Questo può scoraggiare fortemente chi ha scarsa dimestichezza con il web. Una volta installato il plugin il sito è accessibile facilmente, i colori utilizzati non danno fastidio ed è consultabile anche senza l'utilizzo del mouse.

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

- Non utilizzando le immagini il sito non compare.
- Il ridimensionamento di qualunque parte del sito è impossibile.
- Riducendo la risoluzione e/o la finestra del browser il sito richiede lo scorrimento orizzontale.
- Le informazioni utilizzando un web testuale sono nulle, infatti oltre al messaggio di benvenuto, non compare altro.

Similmente se tentassimo di accedere con un vocal browser non otterremo nessun risultato.

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

SINTESI DELL'ACCESSIBILITA'

Punti di forza

- Sito facile da trovare
- Compatibilità vari tipi di browser

Punti di debolezza

- Il sito necessita di plug-in Flash, altrimenti è inutilizzabile
- Inoltre gli stessi elementi Flash rallentano l'apertura della pagina
- Sito non utilizzabile da utenti disabili

3.7 USABILITA'

Valutazione: 1.67 (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

L'usabilità è l'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con cui determinati utenti possono raggiungere determinati scopi in determinati ambienti d'uso. E quindi il miglior strumento per poter misurare la sua validità è quella di far eseguire a degli utenti dei test di usabilità. Intanto cominciamo ad analizzarla in base alle considerazioni che abbiamo fatto precedentemente. Il sito offre solo inizialmente le migliori condizioni di navigazione. Infatti l'utente dopo essere entrato in una qualunque sottosezione non ha più a disposizione il menù principale, e questo ne penalizza molto l'efficacia perché lo costringe a dover tornare tutte le volte all'homepage. E per fare questo se non si usa il tasto indietro del browser, il link per tornare alla pagina principale per un utente inesperto è praticamente invisibile. Come se questo non bastasse anche la soddisfazione del visitatore viene meno in quanto compare tutte le volte che si accede alla pagina principale una fastidiosa immagine Flash da dover chiudere. Per la prima volta può essere piacevole, ma dato che l'uso della pagina principale in questo sito è praticamente fondamentale, il continuo spuntare di finestrelle mina la comodità d'utilizzo dell'utente. Infine l'efficacia risulta nettamente superiore alle altre due proprietà, in quanto lo scopo principale del visitatore, cioè conoscere e scoprire le diverse caratteristiche dei veicoli Volkswagen, risulta soddisfatto.

In conclusione per noi il sito non ha un'ottima usabilità perché molti aspetti sono stati sviluppati in maniera superficiale e non mettono l'utente nelle migliori condizioni di utilizzo, provocando soprattutto per chi lo visita per la prima volta una certa difficoltà nell'adattamento alla modalità di navigazione. Tutto questo a discapito dei contenuti e dell'informazione che per noi sono ottimi.

Per testare il sito ci siamo avvalsi dell'aiuto di 5 utenti cavia con competenze di navigazione e conoscenza del sito Volkswagen diverse.

Abbiamo organizzato il test in questo modo, per prima cosa abbiamo preparato il test stabilendo i compiti da far eseguire agli utenti, poi abbiamo osservato gli utenti mentre lavorano e dopo il lavoro gli abbiamo sottoposto un breve questionario. A questo punto abbiamo analizzato i risultati ottenuti e abbiamo tratto le nostre conclusioni.

Nome	Eta'	Tit. Studio	Professione	Con. Internet	Con. Sito o simili
Francesca	19	Professionale	Parrucchiera	Media	Scarsa
Luca	22	Perito Informatico	Studia Ing. Informatica	ottima	Buona
Daniele	31	Geometra	Impiegato	Ottima	Buona
Fabio	42	Professionale	Operaio	Bassa	Scarsa
Rosanna	18	Perito aziendale	Studente	Media	Scarsa

Abbiamo sottoposto ai suddetti utenti i seguenti compiti:

- 1 - Trovare ed accedere al sito Volkswagen Italia
- 2 - Trovare la sezione dedicata alla Golf Berlina e cambiare il colore della carrozzeria in rosso metallizzato.
- 3 - Cercare la concessionaria più vicina all'Universtà
- 4 - Registrazione al club Volkswagen
- 5 - Ricercare informazioni sulla "48 ore GTI"

Utente 1

1. Dati personali

Nome: Francesca

Età: 19

Titolo di studio: Professionale

Professione: Parrucchiera

2. Livello di conoscenza Internet

Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:

scarsa – **media** – buona – ottima

In media quante ore alla settimana usi il Web?

Meno di 1 – **tra 1 e 5** – piu' di 5 – piu' di 10

Hai mai partecipato ad un forum o una chat su Internet?

Si – No

2. Livello di conoscenza del sito

Hai gia' utilizzato il sito in esame?

No – Si, meno di 3 volte – Si, piu' di 3 volte – Si, piu' di 10 volte

Hai mai utilizzato siti simili?

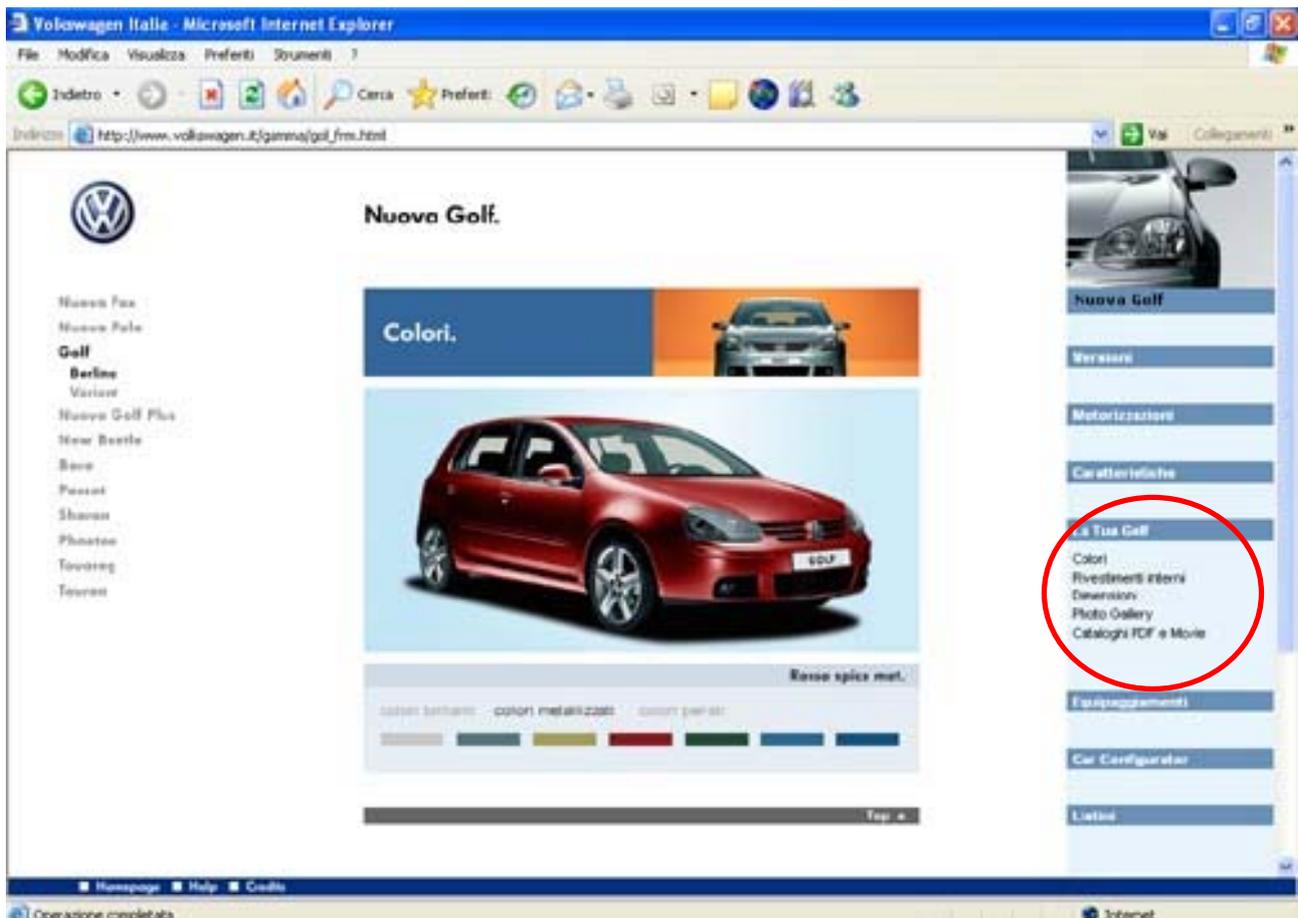
No – Si, qualche volta – Si spesso

L'utente 1 senza nessuna incertezza ha aperto il motore di ricerca Google ed è facilmente arrivato sulla homepage della Volkswagen.



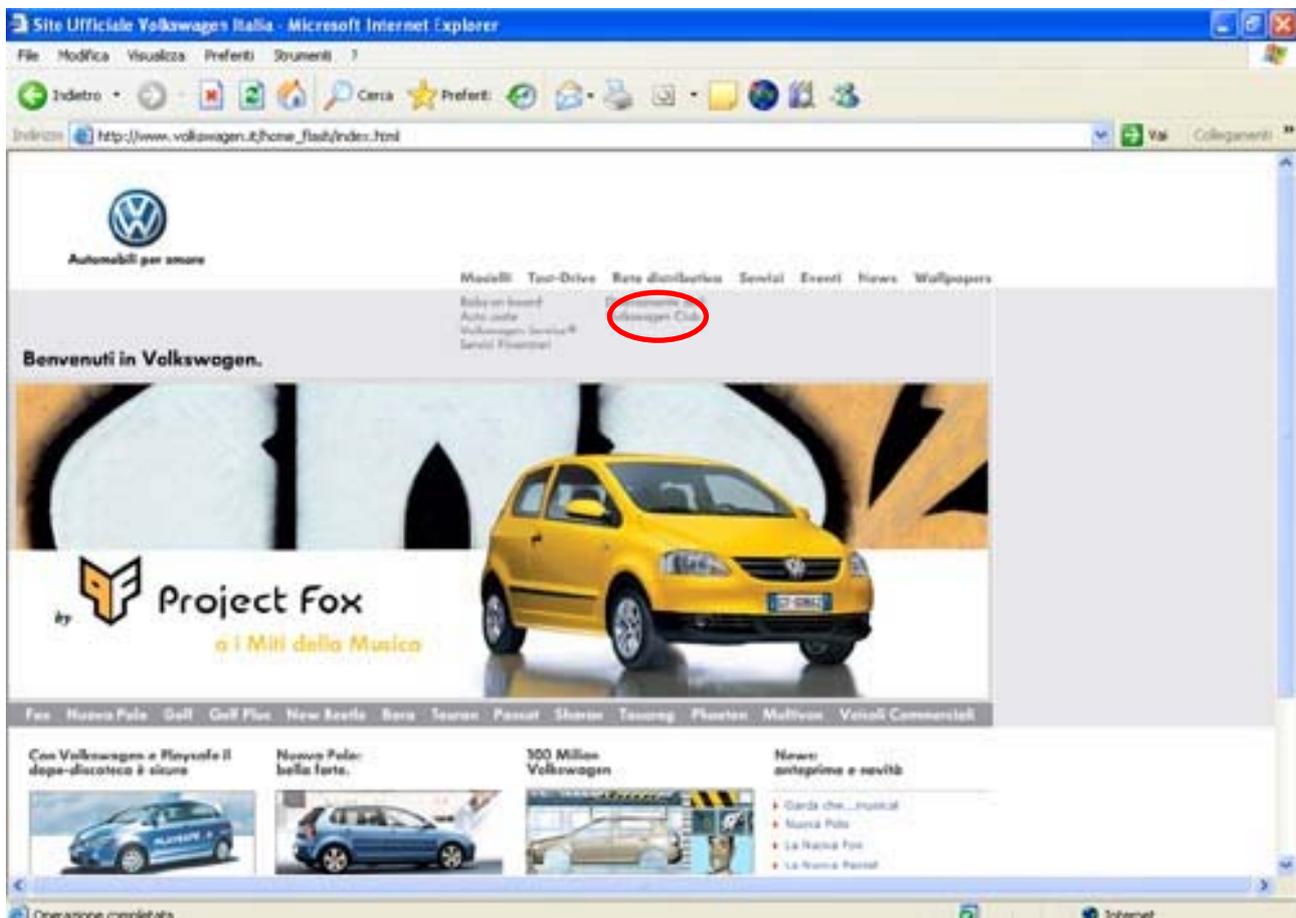
Publicità - Soluzioni Aziendali - Tutto su Google - Google.com in English

La seconda richiesta ha inizialmente spiazzato l'utente, che ha ignorato il menù rapido al centro della pagina per accedere alla sezione Golf, attraverso il menù principale, visualizzando i modelli. Anche nella sezione Golf trova alcuni problemi per il cambio del colore, infatti l'utente accede prima a Car configurator, dopodichè ritorna sui suoi passi e riesce a svolgere il compito assegnatogli.



La ricerca del concessionario e della news sulla "48 ore GTI" è svolta in modo celere e immediato mentre si sono riscontrati problemi per quanto riguarda l'accesso al Volkswagen club. L'utente ci

ha messo un po' per trovare la sezione, dichiarando che si aspettava che una sezione che sembra essere importante avesse una voce specifica nel menù principale.
Un altro problema è che l'utente si è più volte incartato utilizzando il menù principale.



Utente 2

1. Dati personali

Nome: Luca

Età: 22

Titolo di studio: Perito informatico

Professione: Studente

2. Livello di conoscenza Internet

Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:

scarsa – media – buona – **ottima**

In media quante ore alla settimana usi il Web?

Meno di 1 – tra 1 e 5 – piu' di 5 – **piu' di 10**

Hai mai partecipato ad un forum o una chat su Internet?

Si – No

3. Livello di conoscenza del sito

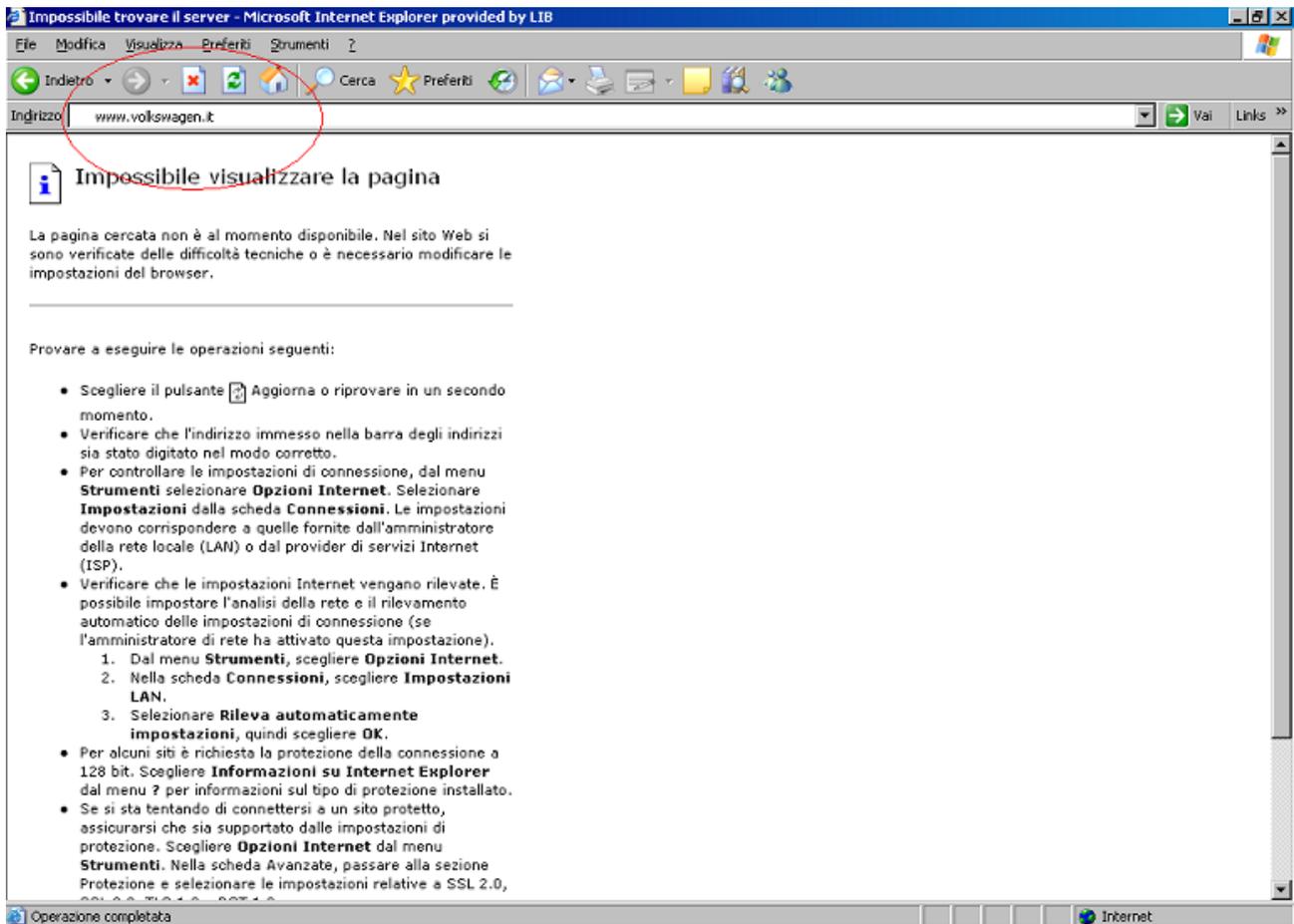
Hai già utilizzato il sito in esame?

No – **Si, meno di 3 volte** – Si, piu' di 3 volte – Si, piu' di 10 volte

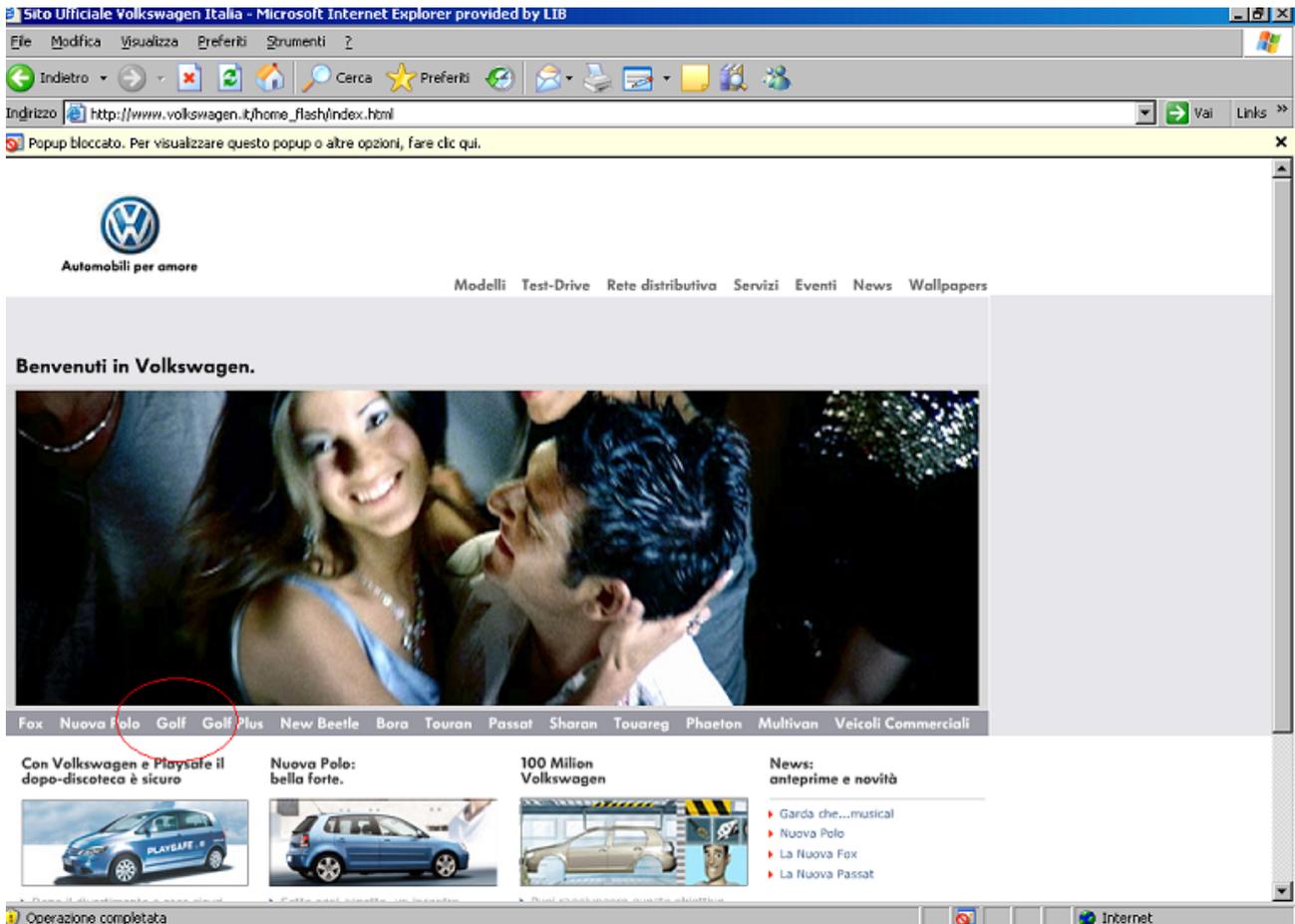
Hai mai utilizzato siti simili?

No – **Si, qualche volta** – Si spesso

L'utente 2 senza indugio ha inserito l'url del sito per accedere alla pagina web.



Anche la seconda richiesta è stata svolta in modo autonomo e celere senza incorrere in nessun problema. L'utente è riuscito immediatamente a trovare la sezione della Golf tramite il secondo menù orizzontale al centro della pagina e a modificare il colore dell'auto.



Anche gli altri 3 compiti sono stati svolti senza problemi, l'utente non ha mai tornato sui suoi passi e ha dato prova di trovarsi a proprio agio all'interno del sito. Per questo tipo di utente l'usabilità è alta.

Utente 3

1. Dati personali

Nome: Daniele

Età: 31

Titolo di studio: Geometra

Professione: Impiegato

2. Livello di conoscenza Internet

Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:

scarsa – media – buona – **ottima**

In media quante ore alla settimana usi il Web?

Meno di 1 – tra 1 e 5 – piu' di 5 – **piu' di 10**

Hai mai partecipato ad un forum o una chat su Internet?

Si – No

3. Livello di conoscenza del sito

Hai già utilizzato il sito in esame?

No – Sì, meno di 3 volte – Sì, piu' di 3 volte – Sì, piu' di 10 volte

Hai mai utilizzato siti simili?

No – **Si, qualche volta** – Sì spesso

L'utente 3 trova facilmente il sito attraverso il motore di ricerca Google.



Google

Web Immagini Gruppi **Novità!** Directory News [altro »](#)

volkswagen

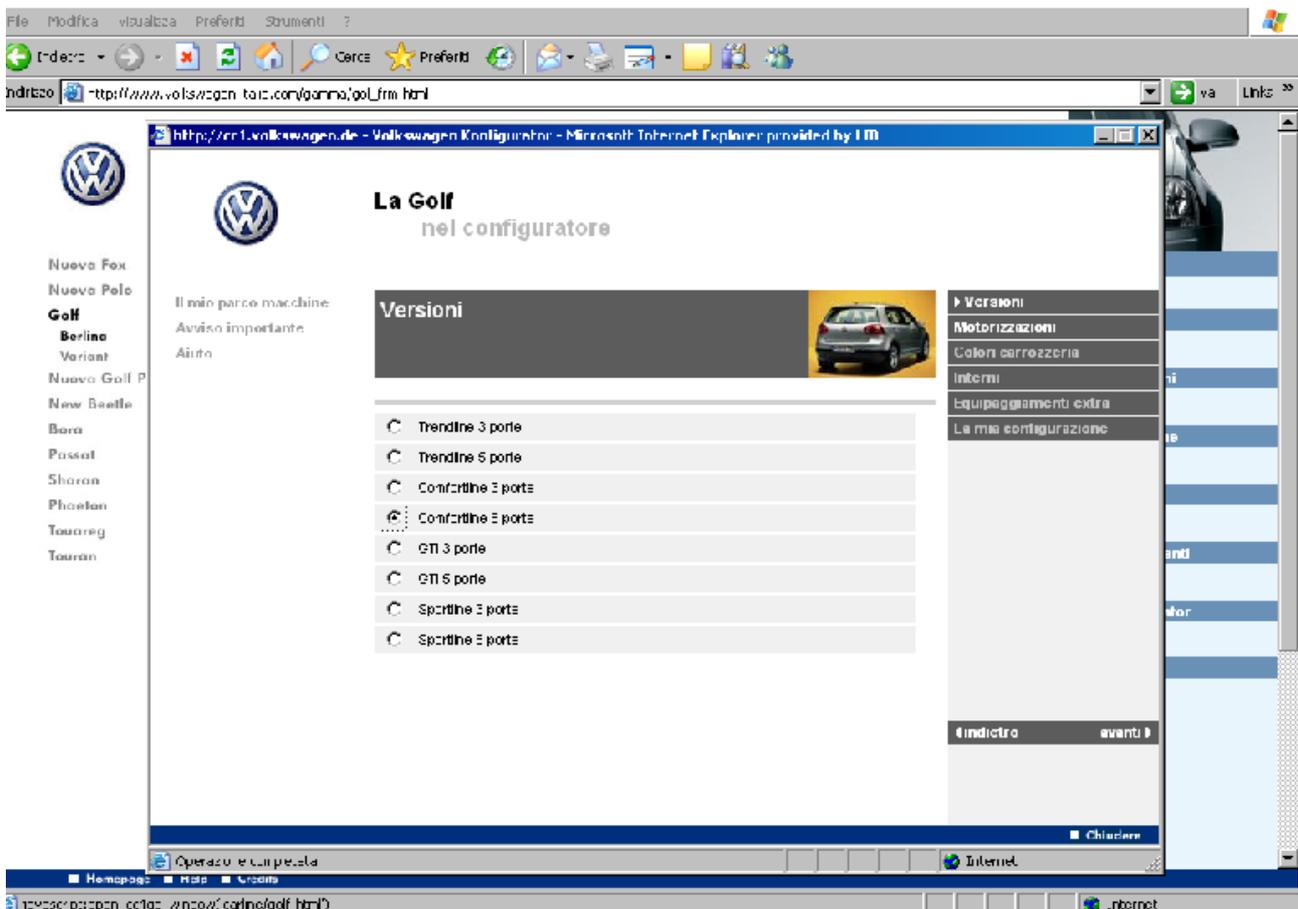
Cerca con Google Mi sento fortunato

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

[Ricerca avanzata](#)
[Preferenze](#)
[Strumenti per le lingue](#)

[Pubblicità](#) - [Soluzioni Aziendali](#) - [Tutto su Google](#) - [Google.com in English](#)

Il secondo compito, che lo vede ricercare un'auto, lo induce a cercare all'interno della pagina un motore di ricerca interno, una volta accortosi che questa funzionalità non è offerta nota il menù principale ed entra in Golf, successivamente dal menù verticale di sinistra accede alla sezione Golf berlina. La seconda parte del compito non è svolta in maniera soddisfacente, l'utente infatti non accede alla sezione "La tua Golf" ma va direttamente in "Car configurator" settando le parti di tutta l'auto, questo è da imputarsi al labelling non preciso della sezione "La tua golf" ma anche al fatto che le due sezioni sono facilmente confondibili.



Dalla pagina della Golf l'utente deve cercare una concessionaria vicina all'Università, qui trova grandissimi problemi per tornare alla homepage, quindi decide di ridigitare l'url, ha completamente ignorato il menù a fondo pagina, dichiarando di non averlo notato. Una volta sulla home il compito è svolto celermente.



Anche la ricerca della sezione Volkswagen Club ha dato qualche problema all'utente, che ha iniziato a cercarla tra i menù, una volta trovato e registrato al sito, l'utente ha dichiarato che una sezione del genere non era da mettere internamente ad un'altra sezione.

L'ultimo compito, la ricerca di una news, è svolto facilmente.

Utente 4

1. Dati personali

Nome: Fabio

Età: 42

Titolo di studio: Professionale

Professione: Operaio

2. Livello di conoscenza Internet

Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:

scarsa – media – buona – ottima

In media quante ore alla settimana usi il Web?

Meno di 1 – tra 1 e 5 – piu' di 5 – piu' di 10

Hai mai partecipato ad un forum o una chat su Internet?

Si – **No**

3. Livello di conoscenza del sito

Hai già utilizzato il sito in esame?

No – Si, meno di 3 volte – Si, piu' di 3 volte – Si, piu' di 10 volte

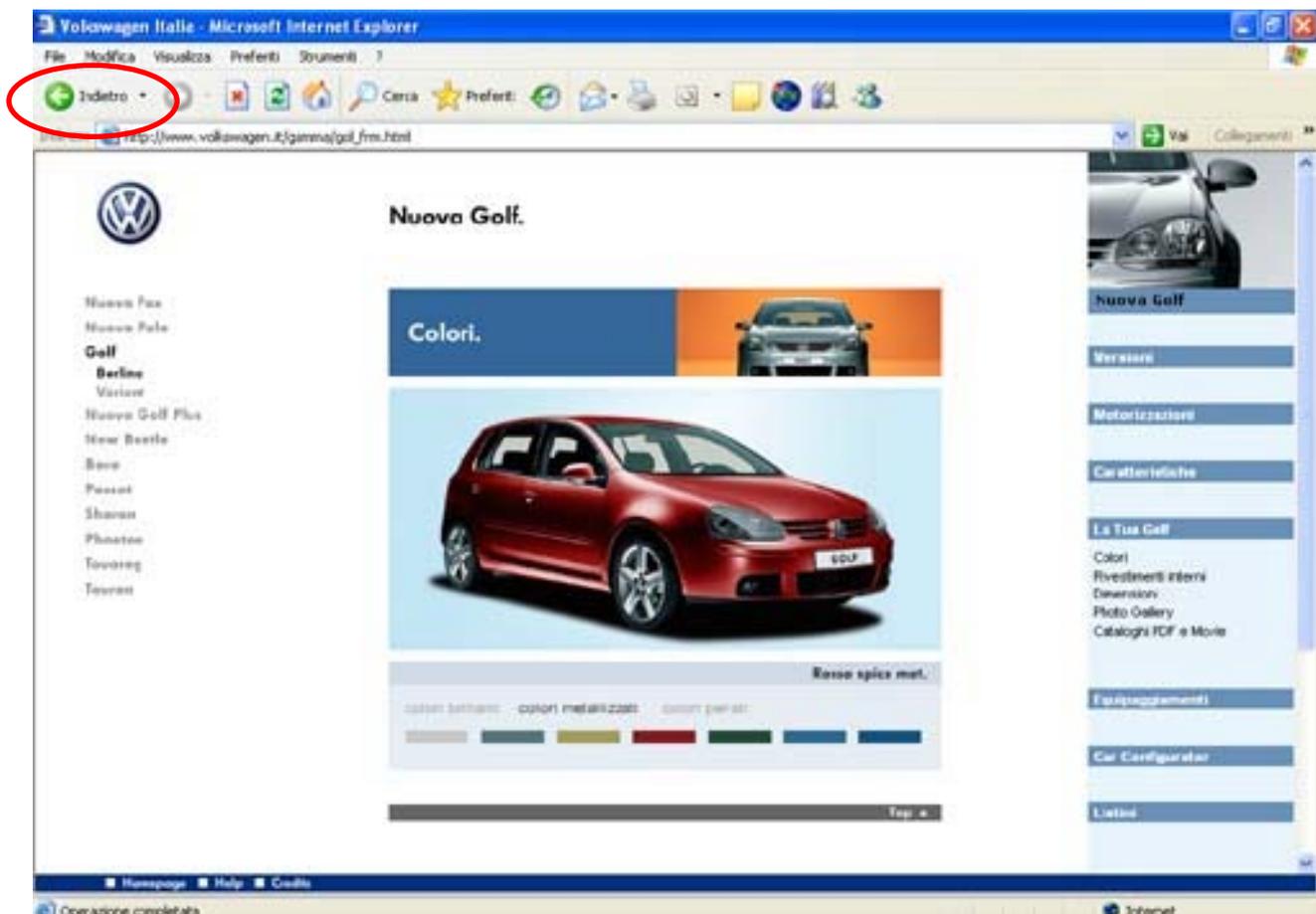
Hai mai utilizzato siti simili?

No – Sì, qualche volta – Sì spesso

Alla richiesta di accedere al sito, l'utente richiede il nome di un motore di ricerca perché non ne ricorda alcuno in particolare, indirizzato sul motore di ricerca di Google riesce facilmente ad accedere al sito.

Capisce di essere arrivato sul sito Volkswagen e viene subito attratto dalle immagini in movimento e quindi dal menù subito sotto, ed è proprio da qui che accede alla sezione Golf, per poi successivamente accedere alla sezione Berlina. A questo punto analizza il menù di destra, punto per punto fino ad entrare in "La tua Golf" e cambiare il colore. In questo caso l'utente non ha trovato ambiguità con Car Configurator, ma questo è da imputare ad una casualità più che alla capacità dell'utente, che ha semplicemente visionato i link del menù in ordine dall'alto verso il basso, e ha trovato per primo quello corretto.

Torna indietro con il pulsante del browser, ed una volta arrivato alla home è spaesato e dopo molto tempo in cui la sua attenzione è soprattutto rivolta verso il menù sotto l'immagine principale, riesce a trovare il menù principale, ma nessuna delle voci del menù lo portano a svolgere il compito, perché si aspettava un voce concessionario.



Con lo stesso metodo precedente, trova la voce Volkswagen Club e "La 48 ore GTI" e svolge i compiti in modo facile.

Utente 5

1. Dati personali

Nome: Rosanna

Età: 18

Titolo di studio: Perito aziendale

Professione: Studente

2. Livello di conoscenza Internet

Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:

scarsa – **media** – buona – ottima

In media quante ore alla settimana usi il Web?

Meno di 1 – **tra 1 e 5** – piu' di 5 – piu' di 10

Hai mai partecipato ad un forum o una chat su Internet?

Si – **No**

2. Livello di conoscenza del sito

Hai gia' utilizzato il sito in esame?

No – Si, meno di 3 volte – Si, piu' di 3 volte – Si, piu' di 10 volte

Hai mai utilizzato siti simili?

No – Si, qualche volta – Si spesso

L'utente 5 dalla pagina del sito del suo provider Rosso Alice ha effettuato direttamente la ricerca ed in pochi secondi è riuscito ad accedere al sito della Volkswagen.



Per quanto riguarda entrare nella sottosezione della golf, l'utente è facilitato dall'immagine in movimento che attira la sua attenzione e che gli fa notare il menù subito sotto contenente appunto il modello cercato. Per cambiare colore dà una veloce occhiata al menù sulla destra per venire attratto prima dalla voce "Caratteristiche", poi da "Equipaggiamenti" ed infine proprio da "La tua golf" che gli permette di portare a termine il compito.

La terza richiesta spiazza inizialmente l'utente che è rimasto nella sottosezione della golf e da qui si aspetta di trovare il collegamento giusto per trovare anche il concessionario. Data un'altra lettura completa a tutte le voci decide di tornare indietro con il pulsante del browser fino all'home page

perché non nota il menù in fondo in basso. Qui nota il menù principale e accede al link “Rete distributiva” fino ad arrivare a conclusione.

Infine per iscriversi al Volkswagen club e trovare informazioni sulla “48 ore Gti ” l’utente non incontra problemi ridando una veloce lettura alle voci del menù principale, precisamente passando da “Servizi” ad “Eventi” ed infine “News”.

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

• *Quale impressione generale ti ha fatto il sito?*

Francesca:buona

Luca: molto buona

Daniele: buona

Fabio : buona

Rosanna : buona

• *Quali aspetti ti sono piaciuti di più?*

Francesca: mi ha dato un'impressione di completezza

Luca: la sezione modelli, molto completa

Daniele: Configurazione delle automobili

Fabio : le immagini in movimento iniziali

Rosanna : la possibilità di cambiare colore alle vetture

• *Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?*

Francesca: nessuno in particolare

Luca: niente in particolare

Daniele: Il menu in fondo troppo piccolo non si nota

Fabio : Non mi è piaciuto il menù principale, poco chiaro in alcune voci

Rosanna : non saprei

• *Quali parti o funzioni sarebbe utile aggiungere al sito?*

Francesca: non saprei

Luca: non saprei

Daniele: Non saprei, più che altro sistemare qualche imprecisione.

Fabio : non so

Rosanna : non saprei

• *Quali parti secondo te si potrebbero eliminare?*

Francesca: nessuna

Luca: nessuna

Daniele: nessuna

Fabio : non so

Rosanna : nessuna

• *La struttura del sito è adeguata?*

Francesca: si

Luca: si

Daniele: Si al 90%

Fabio : penso di si

Rosanna : credo di sì

• *Come si potrebbe migliorare?*

Francesca: Va bene così.

Luca: non ho consigli

Daniele: non ho idee

Fabio : il menù principale

Rosanna : più immagini delle auto

• *Ti è sembrato facile navigare nel sito?*

Francesca: sì

Luca: molto

Daniele: Sì abbastanza

Fabio : non molto

Rosanna : sì

• *I termini utilizzati sono di facile comprensione?*

Francesca: sì

Luca: sì

Daniele: sì

Fabio : sì

Rosanna : sì

• *A tuo parere la Home Page fa capire subito lo scopo del sito?*

Francesca: sì, per la parte dei modelli

Luca: sì

Daniele: sì

Fabio : direi di sì

Rosanna : sì

• *Hai dei miglioramenti da suggerire alla homepage?*

Francesca: no

Luca: no

Daniele: sì

Fabio : no

Rosanna : no

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

Francesca: sì

Luca: sì

Daniele: sì

Fabio : certamente

Rosanna : abbastanza

• *Ti piace la grafica del sito?*

Francesca: è normale

Luca: sì , ma non è niente di particolare

Daniele: sì

Fabio : sì

Rosanna : carina

• *Trovi che i caratteri siano ben leggibili?*

Francesca: un po' troppo piccoli

Luca: sì

Daniele: sì

Fabio : si

Rosanna : forse un po' piccoli

• *Trovi che le immagini siano ben scelte?*

Francesca: si

Luca: si

Daniele: si

Fabio : le ho trovate molto belle

Rosanna : sì

• *Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?*

Francesca: si, molto chiaro

Luca: si

Daniele: si

Fabio : si

Rosanna : sì

• *Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?*

Francesca: si

Luca: si

Daniele: si, abbastanza

Fabio : non molto

Rosanna : sì

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

Francesca: si

Luca: si

Daniele: si

Fabio : si

Rosanna : sì

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

Francesca: ci sono gli ultimi modelli, ipotizzo di sì

Luca: non saprei

Daniele: sì, ci sono gli ultimi modelli...

Fabio : non lo so

Rosanna : non saprei

• *I tempi di accesso alla pagine ti sono sembrati adeguati? (connessione usata ADSL)*

Francesca: si

Luca: si

Daniele: si

Fabio : si

Rosanna : sì

• *Il sito ti è sembrato nel complesso facile da utilizzare?*

Francesca: si

Luca: molto facile

Daniele: si

Fabio : abbastanza

Rosanna : abbastanza

• *Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)*

Francesca: non conosco altri siti analoghi

Luca: non mi sembra ne migliore ne peggiore di altri siti che ho visitato, per esempio il sito fiat

Daniele: Preferisco quello della lancia

Fabio : non ho mai visitato altri siti di auto

Rosanna : non ho mai visitato siti di auto

• *Userai ancora questo sito?*

Francesca: si perché possiedo un volkswagen

Luca: probabilmente si

Daniele: no

Fabio : no

Rosanna : credo di no

• *Consiglierai questo sito ai tuoi amici?*

Francesca: si

Luca: si

Daniele: si, se vogliono comprare un Volkswagen

Fabio : non penso

Rosanna : no

Analisi del test

Compito 1

“Trovare ed accedere al sito Volkswagen Italia”

Tutti i tester hanno svolto il compito in modo autonomo e celere, senza alcun problema, ciò ribadisce l’ottima reperibilità del sito.

Compito 2

“Trovare la sezione dedicata alla Golf Berlina e cambiare il colore della carrozzeria in rosso metallizzato.”

Tutti i tester sono riusciti ad accedere alla sezione della Golf berlina, alcuni attraverso il menù principale, altri dal menù rapido. Molti hanno comunque avuto difficoltà nell’utilizzare il menù principale. Inoltre tantissimi problemi si sono verificati durante la seconda parte di questo compito, addirittura Daniele non è riuscito a svolgerlo. Questo è da imputarsi soprattutto al labeling troppo simili si due sezioni, che sembrano offrire gli stessi servizi, mentre in realtà sono diversi. Infatti in “La tua Golf” si possono modificare le parti esteriori della macchina, mentre “Car configurator” offre la possibilità di creare un vero e proprio preventivo.

Compito 3

“Cercare la concessionaria più vicina all’Universtà”

In questo caso i tester non hanno avuto problemi, tranne Fabio che non ha trovato la concessionaria. Fabio, poco esperto nell’ambito webbistico, ha secondo noi , erroneamente capito la nostra richiesta. Infatti il compito di cercare un concessionario non significava che ci dovesse essere per forza una voce concessionario. Probabilmente la sua inesperienza nel settore gli ha giocato un tiro mancino.

Compiti 4 e 5

“Registrazione al club Volkswagen” e “Ricerca informazioni sulla “48 ore GTI””

Abbiamo analizzato questi due compiti insieme perché i risultati sono stati soddisfacenti per entrambi, anzi, sono stati eseguiti entrambi. Molti tester hanno perso molto tempo a cercare il Volkswagen Club, una sezione del genere per 2 utenti su 5, era da non inserire in un sottomenù.

Impressioni degli utenti campione:

Gli utenti hanno tutto sommato espresso un giudizio abbastanza positivo riguardo al sito, grazie soprattutto alla grande mole di informazioni ed agli aggiornamenti costanti.

Su alcuni aspetti i giudizi sono stati vari, su altri invece, il giudizio è stato abbastanza unanime. Gli aspetti che hanno sicuramente deluso i tester sono i menù, o in posizione inadatta oppure macchinosi e qualche labelling da correggere. La grafica ha lasciato indifferenti gli utenti, che non sono stati particolarmente colpiti da essa, tranne che per la presentazione in flash. La difficoltà nella navigabilità del sito è stato per tutti da imputare ai menù e l’homepage, invece, espone chiaramente le intenzioni del sito. Alcuni hanno avuto difficoltà con la leggibilità dei caratteri, le informazioni sono sembrate esaurenti e complete ed il sito è stato per tutti molto aggiornato. Infine i tempi di accesso sono sembrati adeguati.

SINTESI DELL’USABILITA’

Punti di forza

- Ricchezza dei contenuti
- Aggiornamenti costanti

Punti di debolezza

- A prima vista non si riesce a lavorare senza trovarsi spaesati
- Menù poco pratici
- Caratteri piccoli e non modificabili

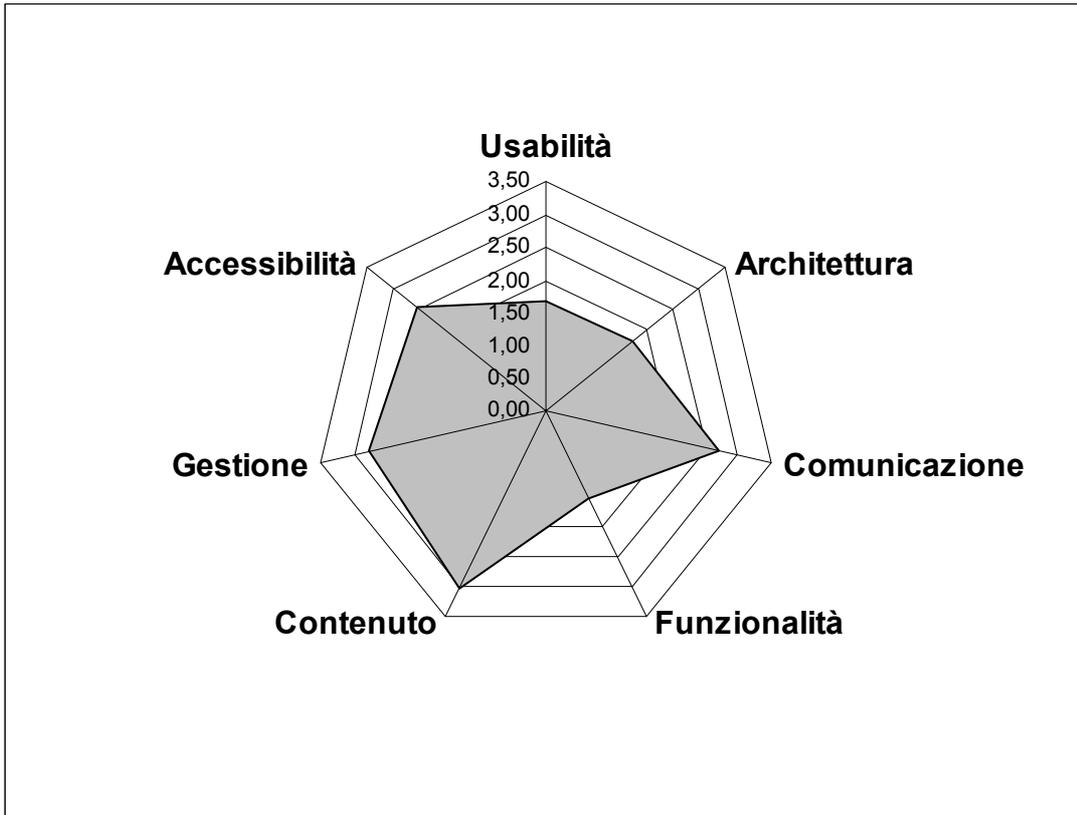
3.8 SINTESI

In breve, possiamo quindi ribadire che il sito offre una grande quantità di informazioni, è sicuramente aggiornato ed è sempre disponibile. Questi fattori positivi sono contrapposti alla cattiva architettura interna e al cattivo utilizzo delle varie funzionalità che minano fortemente l’usabilità del sito.

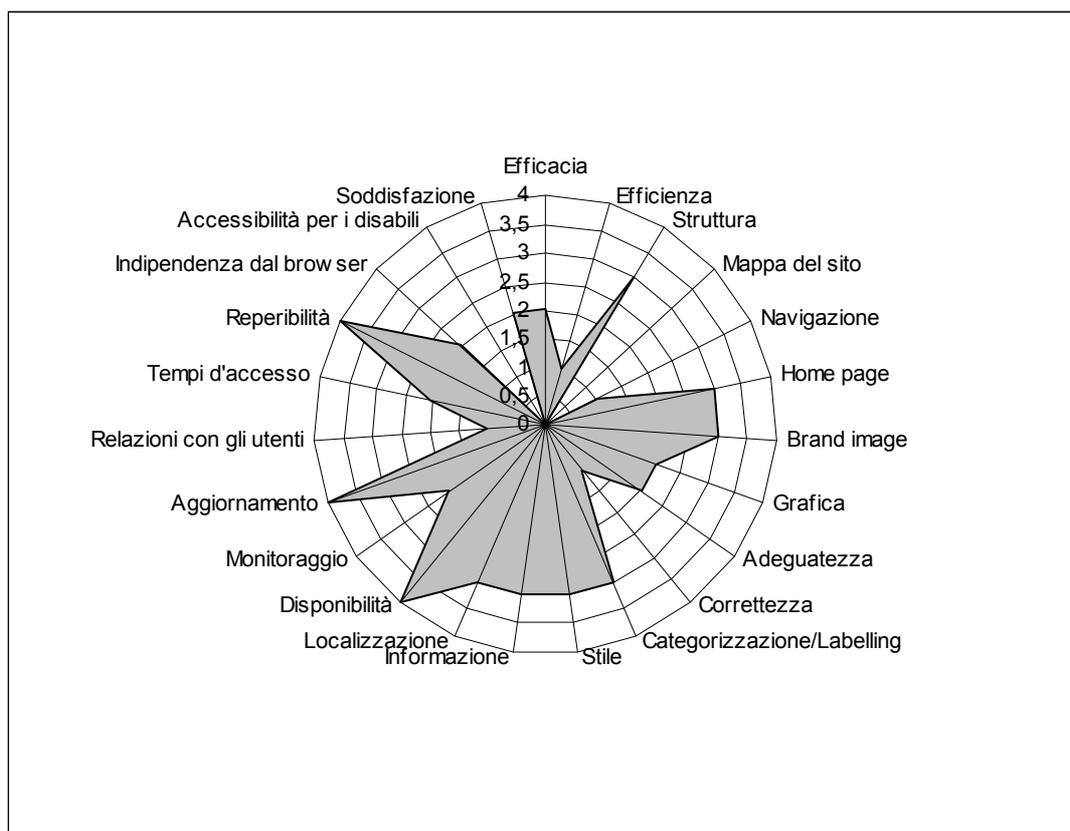
Concludiamo quindi inserendo un resoconto dei voti ad ogni settore del sito con relativo grafico e con le proposte di miglioramento finali.

Ricordiamo → (legenda: 0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo)

Caratteristica	Voto	Peso	Voto pesato
Architettura	1,33	2,50	1,60
Struttura	3	1	3
Mappa del sito	0	0,5	0
Navigazione	1	1	1
Comunicazione	2,67	3,00	2,67
Home page	3	1	3
Brand image	3	1	3
Grafica	2	1	2
Funzionalità	1,50	2,00	1,50
Adeguatezza	2	1	2
Correttezza	1	1	1
Contenuto	3,00	4,00	3,00
Categorizzazione/labelling	3	1	3
Stile	3	1	3
Informazione	3	1	3
Localizzazione	3	1	3
Gestione	3,67	4,00	2,75
Disponibilità	4	1	4
Monitoraggio	2	1	2
Aggiornamento	4	1	4
Relazioni con gli utenti	1	1	1
Accessibilità	2,00	3,00	2,50
Tempi d'accesso	2	1	2
Reperibilità	4	1	4
Indipendenza dal browser	2	0,75	1,5
Accessibilità per i disabili	0	0,25	0
Usabilità	1,67	3,00	1,67
Efficacia	2	1	2
Efficienza	1	1	1
Soddisfazione	2	1	2



Sottocaratteristica	Voto
Efficacia	2
Efficienza	1
Struttura	3
Mappa del sito	0
Navigazione	1
Home page	3
Brand image	3
Grafica	2
Adeguatezza	2
Correttezza	1
Categorizzazione/Labeling	3
Stile	3
Informazione	3
Localizzazione	3
Disponibilità	4
Monitoraggio	2
Aggiornamento	4
Relazioni con gli utenti	1
Tempi d'accesso	2
Reperibilità	4
Indipendenza dal browser	2
Accessibilità per i disabili	0
Soddisfazione	2



Punti di forza

- Ottima reperibilità
- Disponibilità alta
- Compatibilità con diversi browser
- Costantemente aggiornato
- Buona leggibilità

Punti di debolezza

- Complessità ad una prima visita
- Mancanza della Mappa del sito
- Ritardo nel correggere problemi (ricerca usato)
- Menù insoddisfacenti

4 RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1 : Interventi indispensabili e urgenti

- Dare la possibilità di usufruire del sito anche senza Flash
- Creare una mappa del sito
- Costruire un motore di ricerca interno
- Posizionare e rifare completamente i menù della home

Priorità 2 : Interventi consigliati ma meno urgenti

- Dare possibilità di modificare il font
- Costruire la sezione auto-usate
- Modifica le poche etichette ambigue
- Permettere di contattare l'azienda tramite il sito

Priorità 3 : Interventi auspicati

- Inserire una sezione “Company” con una breve presentazione dell'azienda e la sua storia
- Creare un layout liquido
- Rendere il sito accessibile ai disabili
- Aggiustare la gestione errori in Car Configurator
- Sponsorizzare meglio il Volkswagen Club