

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

Esame di Interazione Uomo-Macchina

Docente: Roberto Polillo

VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO WEB:

www.costacrociere.it



Luglio 2006

Studenti:

Panzeri Emanuele, panz83@yahoo.it

Vescarelli Fabio, faber@faberbox.com

Viglienghi Valeria, valeria_viglienghi@yahoo.it

Indice

1. Obiettivi della Valutazione	5
1.1. Nome del sito	5
1.2. Home page	5
1.3. Requisiti generali del sito	6
1.4. Obiettivi della valutazione	6
2. Metodologia utilizzata	8
3. Risultati della valutazione	12
3.1. Architettura	12
3.1.1. Valutazione	12
3.1.2. Analisi	12
Struttura del sito.....	12
Mappa del sito.....	15
Navigazione.....	18
3.1.3. Sintesi	19
Punti di forza.....	19
Punti di debolezza.....	19
3.2. Comunicazione	20
3.2.1. Valutazione	20
3.2.2. Analisi	20
Home page.....	20
Brand Image.....	20
Grafica.....	22
Colore.....	26
3.2.3. Sintesi	33
Punti di forza.....	33
Punti di debolezza.....	33
3.3. Funzionalità	34
3.3.1. Valutazione	34
3.3.2. Analisi	34
Adeguatezza.....	34
Correttezza.....	42
3.3.3. Sintesi	43

Punti di forza.....	43
Punti di debolezza.....	43
3.4. Contenuto	43
3.4.1. Valutazione	43
3.4.2. Analisi	43
Categorizzazione/labelling.....	43
Stile.....	44
Informazione.....	44
Localizzazione.....	45
3.4.3. Sintesi	46
Punti di forza.....	46
Punti di debolezza.....	46
3.5. Gestione	47
3.5.1. Valutazione	47
3.5.2. Analisi	47
Disponibilità.....	47
Monitoraggio.....	48
Aggiornamento.....	48
Relazioni con gli utenti.....	48
3.5.3. Sintesi	49
Punti di forza.....	49
Punti di debolezza.....	49
3.6. Accessibilità	49
3.6.1. Valutazione	49
3.6.2. Analisi	49
Tempi d'accesso.....	49
Reperibilità.....	53
Indipendenza dal browser.....	60
Accessibilità per i disabili.....	63
3.6.3. Sintesi	64
Punti di forza.....	64
Punti di debolezza.....	64
3.7. Usabilità	65
3.7.1. Valutazione	65
3.7.2. Test di usabilità	65

Compiti da svolgere.....	65
Questionario pre-test.....	65
Utenti campione.....	66
Esecuzione dei test.....	67
Tabella comparativa dei risultati.....	71
Questionario post-test.....	72
3.7.3. Analisi	78
Elenco dei problemi individuati.....	78
Efficacia.....	80
Efficienza.....	81
Soddisfazione dell'utente.....	82
4. Sintesi	84
4.1. Punti di forza	85
4.2. Punti di debolezza	85
4.3. Raccomandazioni finali	86
4.3.1. Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti	86
4.3.2. Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgenti	87
4.3.3. Priorità 3: Interventi auspicati	87

1. Obiettivi della Valutazione

1.1. Nome del sito

www.costacrociere.it

1.2. Home page

Costa CROCIERE

Registrati | Dimenticata password? Username: ***** Login

Other Costa Websites

Cerca la tua crociera | Informazioni sulla crociera | Prima di imbarcarti | Webcam | Informazioni generali | L'azienda

Ragazzi gratis, genitori felici, divertimento per tutti

Per maggiori informazioni

Ricerca veloce

Scegli il tuo profilo

giugno 2006

Tutte le destinazioni

Seleziona prima la destin.

Tutte le navi

Ricerca avanzata **Cerca**

Partenze speciali

Costa Marina
Grecia Classica e isole
31 luglio 2006
7 notti a partire da € 980
risparmi il 20 %

Costa Europa
Tè nel deserto
agosto 2006
11 notti a partire da € 1.880
risparmi il 10 %

Costa Atlantica
Leggende d'Islanda
26 giugno 2006
13 notti a partire da € 2.790

La tua prima crociera **Vai**
Non hai provato l'emozione unica di una crociera? Scopri le meraviglie che ti aspettano in una vacanza sulle navi Costa.

Hai già prenotato? **Vai**
Costa ti consiglia tutto ciò che serve per prepararti al meglio, così arriverai pronto per goderti la tua vacanza.

CostaClub **Vai**
Se hai già fatto una crociera con Costa, entra nel mondo esclusivo fatto di privilegi, attenzioni, tanti servizi dedicati ai nostri soci.

In evidenza

Marina da crociera
Metti comodo, guarda il cortometraggio e scopri chi è "Marina da Crociera"
[Maggiori informazioni](#)

Ragazzi Gratis anche a luglio e agosto
I ragazzi (massimo 2), fino a 18 anni, in cabina con i genitori, pagano solo tasse portuali e assicurazione.
[Maggiori informazioni](#)

Le nostre proposte

Costa Concordia 9 luglio 2006 5 notti	Il Vernissage da € 910 Risparmi il 14 %	Costa Magica 9 luglio 2006 7 notti	Le terre dei Vichinghi da € 1680 Risparmi il 5 %
Costa Victoria 31 luglio 2006 7 notti	Isole Greche da € 1250 Risparmi il 5 %	Costa Romantica 10 luglio 2006 7 notti	Colori dell'Egeo da € 1000 Risparmi il 19 %
Costa Europa 11 luglio 2006 11 notti	Passaggio ad Est da € 1630 Risparmi il 14 %	Costa Atlantica 15 agosto 2006 11 notti	Terre del Nord da € 2510 Risparmi il 4 %

Informazioni

Incentive & Meeting sul mare
Vuoi organizzare un evento aziendale perfetto e di sicuro successo? Salpa con noi e scopri tutti i vantaggi della formula Business, relaxed di Costa. [Maggiori informazioni](#)

Prenota Subito
Chi arriva prima paga meno. Hai già pensato alla tua prossima vacanza con Costa? [Maggiori informazioni](#)

Una vacanza sognata da tempo?
Richiedi online il tuo finanziamento a zero interessi. Puoi farlo su ogni itinerario e periodo disponibile. [Maggiori informazioni](#)

Una crociera "tagliata su misura"
Non solo una crociera. Escursioni, Servizi speciali, ristoranti raffinati possono rendere la tua vacanza con Costa unica ed esclusiva. [Maggiori informazioni](#)

La crociera per il viaggio di nozze perfetto
Scegliete una crociera Costa per la vostra luna di miele. Sarete coccolati sin dal primo momento a bordo. [Maggiori informazioni](#)

Costa alerts
Ecco il nuovo servizio di Alert di MSN Messenger by Costa per essere sempre informato sulle nostre novità! Vuoi iscriverti? [Maggiori informazioni](#)

© 2006 Costa Crociere S.p.A. - Partita IVA IT 0245900108 - Tutti i diritti riservati

Mappa | Sicurezza | CostaClick.net

Responsabilità sociale

Figura 1: Home page di www.costacrociere.it

1.3. Requisiti generali del sito

Costa Crociere è il primo gruppo crocieristico italiano ed europeo; in Italia vanta oltre sessant'anni di tradizione nella navigazione passeggeri.

Ha scelto di essere presente su Internet in molteplici modi. Infatti i canali di distribuzione elettronica delle sue informazioni commerciali sono:

- ◆ siti "Business To Customer" (B2C) e "Business To Business" (B2B) del Gruppo Costa;
- ◆ siti di Web Travel Agencies (es.: Expedia, Travelocity);
- ◆ portali (es.: MSN, Virgilio).

Il sito www.costacrociere.it è il sito B2C del Gruppo Costa.

Esso nasce con lo scopo di fornire informazioni commerciali riguardo alle crociere in tutto il mondo offerte dal Gruppo Costa. Più precisamente, il sito mostra all'utente interessato, anche attraverso delle fotografie, le possibili destinazioni delle crociere (con relativi prezzi), i servizi offerti a bordo, le escursioni sulla terraferma, le attività organizzate a bordo per allietare il viaggio e le navi utilizzate, oltre a dare suggerimenti per rendere più piacevole la crociera a chi non ha mai avuto questa esperienza.

Il sito, inoltre, fornisce il servizio di prenotazione online delle escursioni a coloro che hanno già provveduto ad acquistare una crociera presso un'agenzia di viaggio. Non è possibile acquistare online sul sito.

Attraverso questo sito, il Gruppo Costa desidera fornire informazioni commerciali a tutti coloro che sono interessati a fare una crociera, sia a famiglie che a coppie in viaggio di nozze (Figura 2). Il target sono persone che hanno la disponibilità economica per sostenere una crociera, in particolare gli amanti del lusso e dei viaggi.

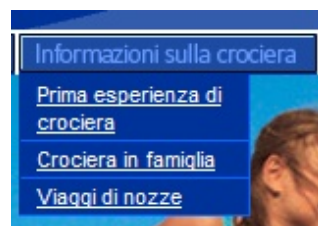


Figura 2: Una parte del menù del sito

1.4. Obiettivi della valutazione

La valutazione da noi effettuata sul sito www.costacrociere.it ha riguardato la totalità delle pagine visitabili da eventuali visitatori. La società si occupa di presentare ai potenziali clienti le caratteristiche delle proprie offerte di crociere come i servizi offerti a bordo, le proprie navi, la possibilità di effettuare escursioni e quant'altro. L'analisi è stata svolta ponendo maggior riguardo all'offerta informativa del sito e alla facilità d'uso per un pubblico di media conoscenza dell'uso di Internet.

Il lavoro è stato svolto visitando le pagine del sito, senza analizzare le informazioni reperibili negli altri portali della società. Questi ultimi si occupano di presentare le offerte ai clienti di altre nazionalità, effettuando una localizzazione dei contenuti presenti sul sito multinazionale www.costacruises.com.

I test, le valutazioni e i controlli su contenuti e funzionalità del sito sono stati svolti nel periodo tra il 21 giugno ed il 5 luglio. Durante questo intervallo di tempo non sono state apportate modifiche sostanziali al sito, eccetto l'aggiunta di una nuova sezione nel menù secondario. Questa nuova parte contiene un tour guidato alle caratteristiche e ai servizi offerti

a bordo delle navi Costa Crociere; tale tour è realizzato in formato Macromedia Flash®. Questa nuova parte è stata aggiunta dai gestori del sito martedì 5 luglio e non è rientrata nell'analisi per ovvi problemi di tempo.

È stata osservata attentamente anche la grafica per rilevare eventuali problemi che utenti daltonici potrebbero riscontrare durante la navigazione del sito.

2. Metodologia utilizzata

Il team di valutazione del sito era composto da Emanuele Panzeri, Valeria Viglienghi e Fabio Vescarelli. L'analisi delle caratteristiche sito è stata ripartita tra i membri del team nel seguente modo:

- ◆ Emanuele Panzeri:
 - Architettura;
 - Contenuto.
- ◆ Valeria Viglienghi:
 - Comunicazione;
 - Accessibilità.
- ◆ Fabio Vescarelli:
 - Funzionalità;
 - Gestione.

L'ultima caratteristica da esaminare, l'usabilità, è stata valutata dall'intero team.

Vengono di seguito riportati i tempi impiegati per la valutazione delle singole caratteristiche:

<i>Caratteristica</i>	<i>Tempo impiegato per l'analisi</i>
Architettura	2 giorni
Comunicazione	2 giorni
Funzionalità	3 giorni
Contenuto	2 giorni
Gestione	2 giorni
Accessibilità	3 giorni
Usabilità	3 giorni

Tabella 1: Tempi impiegati per la valutazione delle varie caratteristiche.

Nell'analisi delle caratteristiche del sito, sono stati utilizzati i seguenti strumenti automatici:

- ◆ Architettura:
 - ◆ (nessuno).
- ◆ Comunicazione:
 1. **Fujitsu ColorDoctor**, per la simulazione della visione delle pagine da parte di utenti daltonici;
- ◆ Funzionalità:
 - ◆ (nessuno).
- ◆ Contenuto:
 - ◆ (nessuno).

- ◆ Gestione:
 1. **KlinkStatus**, per l'individuazione di eventuali link spezzati nel sito;
 2. **NetCraft**, per informazioni sull'uptime del server.
- ◆ Accessibilità:
 1. **Dr.Watson**, per la stima dei tempi di download delle pagine;
 2. **VisualRoute** e **TRACERT**, per l'individuazione della collocazione del server e del percorso seguito dei pacchetti;
 3. **PING** per la stima del RTT;
 4. i motori di ricerca sul web **Google**, **Yahoo** e **MSN Search**, per l'analisi delle referenze;
 5. **Link Popularity Check**, per la stima della popolarità del sito nel web;
 6. **Watchfire WebXACT**, per la verifica della conformità del sito alle linee guida W3C WAI;
 7. Validatore HTML del W3C;
 8. Validatore CSS del W3C.
- ◆ Usabilità:
 - ◆ (nessuno).

Nel calcolo dei voti delle varie caratteristiche a partire dai giudizi espressi alle singole sottocaratteristiche, ci si è avvalsi della tabella di pesatura dei voti riportata di seguito (Tabella 2).

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

Tabella 2: Pesi delle singole caratteristiche nella valutazione complessiva del sito.

Essenzialmente, si è scelto utilizzare la tabella di pesatura riportata nel libro di R. Polillo,

"Il check-up dei siti web". Le uniche differenze con la nostra tabella riguardano il peso attribuito alle sottocaratteristiche Monitoraggio e Indipendenza dal browser.

Nel primo caso, si è scelto di dare un peso molto basso dal momento che è stato impossibile, per noi, accedere ai log file del sistema ed analizzarli. Per questo motivo, l'unico aspetto esaminato nella sezione Monitoraggio è stato relativamente alla raccolta di opinioni degli utenti sul sito. Poiché non riteniamo che esso sia un aspetto determinante se analizzato da solo, abbiamo attribuito un peso di 0,25 alla sottocaratteristica Monitoraggio.

Viceversa, alla sottocaratteristica Indipendenza dal browser è stato aumentato il peso della tabella originale, fino a renderlo di fondamentale importanza, avendogli assegnato il valore 1. Si è deciso di fare questa scelta poiché, nel caso specifico del sito analizzato, sono stati riscontrati problemi di compatibilità con molteplici browser, di cui alcuni risultano talmente gravi da impedire la normale navigazione del sito stesso tramite il menù generale.

3. Risultati della valutazione

3.1. Architettura

3.1.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Struttura	1	1	1
Mappa del sito	2	0,5	1
Navigazione	1,5	1	1,5
Media / totale	1,5	2,5	1,4

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

3.1.2. Analisi

Struttura del sito

La struttura del sito è abbastanza chiara. È presente un menù di primo livello posto immediatamente sotto alla testata del sito. Tramite l'effetto a tendina è possibile selezionare una voce del menù di secondo livello. Per ogni pagina di secondo livello viene inoltre presentato il menù di secondo e terzo livello sulla colonna sinistra dello schermo. In questo menù laterale viene evidenziata la voce selezionata corrispondente alla pagina mostrata all'utente.

In Home page non viene mostrato il menù secondario, per lasciare posto alla funzione di ricerca rapida delle crociere e ad un elenco di offerte speciali. Nel corpo della pagina viene anche mostrata un'area di navigazione per "tipologia di visitatore", dove viene indirizzato:

1. L'utente che si appresta ad intraprendere per la prima volta una crociera;
2. L'utente che ha già prenotato una crociera con Costa Crociere;
3. L'utente registrato a CostaClub.

La scelta di una delle sopracitate sezioni condurrà il visitatore in una pagina che presenta le sezioni del sito di maggiore interesse per la tipologia di utente. In particolare, per gli utenti che vivranno la loro prima crociera, vengono illustrate le sezioni informative del sito riguardanti le caratteristiche delle crociere, i servizi e le località servite. Infine, vengono mostrate le offerte principali.



Figura 3: Home page del sito: menù principale (1) sottomenù a tendina (2) e navigazione per "tipologia di utente" (3).

La struttura del sito è principalmente ad albero, con la presenza di scorciatoie tra i nodi che permettono al visitatore di avere maggiori informazioni riguardo al tema trattato nella pagina. Un esempio sono i link presenti nella sezione "Informazioni sulla crociera" che portano direttamente al dettaglio delle escursioni o all'elenco dei servizi offerti a bordo.

La suddivisione del sito nelle sue parti è coerente con i suoi obiettivi?
È di naturale e immediata comprensione per gli utenti del sito?
Ci sono sovrapposizioni di contenuti fra le varie parti del sito?
La terminologia usata per denotare le varie parti è comprensibile senza ambiguità per gli utenti del sito?

La suddivisione delle parti del sito non risulta di immediata comprensione; molti contenuti sono duplicati e fin dall'elenco delle voci del menù principale ci si accorge della presenza di sezioni che risultano ambigue per l'utente.

Un esempio sono le sezioni del menù principale chiamate "Informazioni sulla crociera" e "Informazioni Generali". L'utente viene disorientato dal labeling, in quanto non è ben chiara la distinzione dei contenuti che troverà nelle sezioni. L'utente è portato a credere che nella sezione "Informazioni sulla crociera" potrà trovare dati riguardanti le navi, i porti di imbarco, i servizi offerti e le modalità di svolgimento di una crociera; in questo caso, non è chiara la funzione della voce "Prima di imbarcarti". Anche la voce del menù intitolata "Informazioni Generali" non chiarifica il suo contenuto: non si capisce immediatamente se contiene informazioni riguardo l'azienda (e in questo caso sarebbe un duplicato della voce "L'azienda") o altri dati.

Dopo un primo utilizzo ci si rende conto che nella sezione "Informazioni sulla crociera" vengono presentate una serie di informazioni a carattere descrittivo sulle crociere e sui servizi offerti; questa sezione rappresenta una sorta di brochure on-line di Costa Crociere.

È, invece, nella sezione intitolata "Prima di imbarcarti" che all'utente vengono presentati i

dati relativi ai porti di partenza e ai documenti necessari, e informazioni dettagliate sulle attività pre-imbarco. In questa sezione non sono presenti indicazioni relative all'abbigliamento consigliato e bagagli: queste informazioni sono presenti nella sezione "Informazioni Generali" → "Informazioni Utili".

Una fonte di confusione per l'utente è la presenza, in due distinte sezioni, di informazioni relative ai documenti necessari per la partenza: è possibile, infatti, leggere dettagli circa i visti e documenti di espatrio sia in "Prima di imbarcarti" → "Documenti di viaggio e visti" che in "Informazioni Generali" → "Informazioni Utili". Le informazioni presentate sono diverse e non si capisce il motivo di tale duplicazione. Un discorso analogo vale per i dettagli sullo sbarco e sui trasporti: essi sono, infatti, reperibili in diverse sezioni del sito con nomenclature differenti.

Un'ulteriore anomalia è stata riscontrata nella pagina "L'Azienda" → "Costa e la Responsabilità sociale", che presenta una pagina intitolata "B.E.S.T.4", senza nessuna presentazione o introduzione. Questo potrebbe disorientare l'utente, avendo selezionato un'informazione che apparentemente non viene mostrata.

Anche per la sezione "risorse umane", accessibile dal menù di secondo livello della pagina citata precedentemente, l'utente viene disorientato dall'apertura di una nuova finestra sovrapposta a quella principale (Figura 3). Questo mini-sito si occupa di presentare all'utente le informazioni relative al Gruppo Costa Crociere, il personale e la società. Alcuni collegamenti riportano il visitatore a pagine del sito www.costacrociere.it. Gli stili e l'impaginazione delle pagine non hanno nessuna coerenza con il sito di origine; questo lascia spaesato il visitatore, dandogli la sensazione di avere davanti a sé una pubblicità non richiesta.

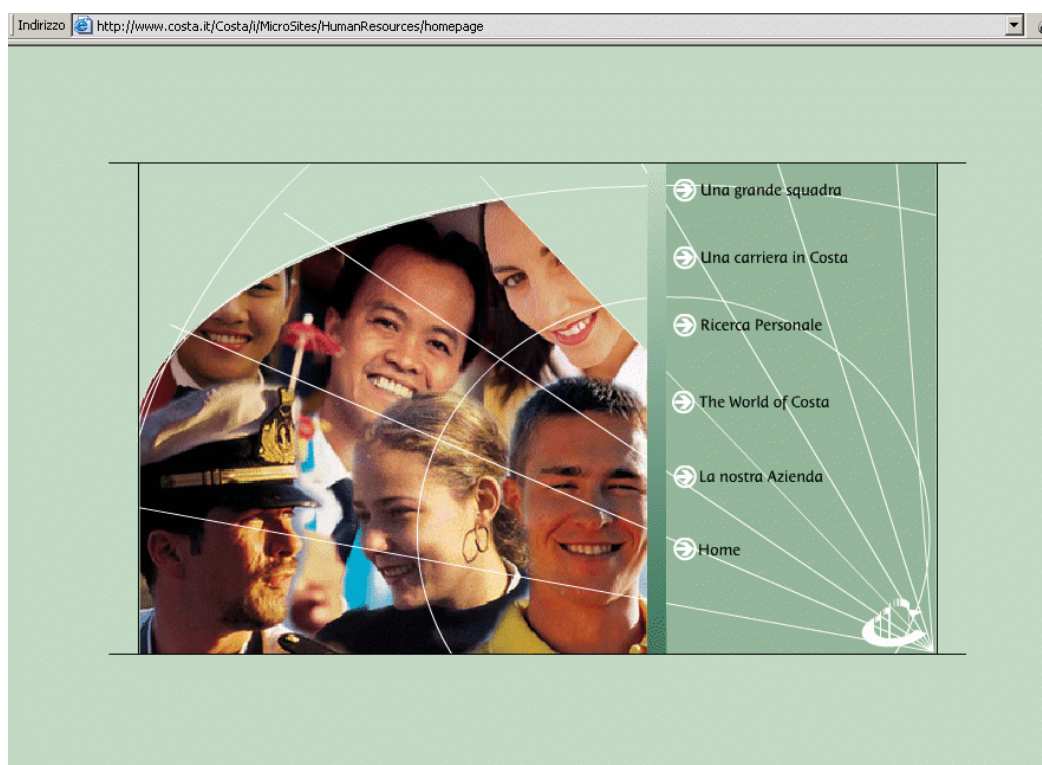


Figura 4: Pagina mostrata seguendo il collegamento "Risorse umane".

La presenza di questi problemi non premettono di valutare positivamente la struttura del sito. La correzione di tali errori è di primaria importanza.

Mapa del sito

*La mappa del sito esiste?
È facilmente accessibile da ogni pagina del sito?*

La mappa del sito esiste ed è accessibile da ogni pagina tramite il collegamento presente in fondo alla pagina.

*Facilita la comprensione della struttura del sito, e l'individuazione dei suoi contenuti?
Permette l'accesso diretto ai suoi contenuti?
È facilmente comprensibile e utilizzabile senza necessità di addestramento?
Utilizza al meglio lo spazio video, minimizzando la necessità di scroll?*

La mappa risulta chiara, semplice e di facile utilizzo anche se necessita di uno scroll verticale della pagina per essere letta nella sua interezza.

Ogni voce della mappa è un collegamento alla relativa pagina, quindi risulta facile accedervi, una volta trovata la sezione di proprio interesse.

*Descrive correttamente il sito in tutte le sue parti?
Usa la stessa terminologia del sito?*

Nella Figura 5 viene mostrata la mappa presente sul sito; essa non rappresenta completamente le pagine presenti all'interno del sito, ma solo una parte.

[Costa Crociere > Mappa](#)

Cerca la tua crociera

- [per Destinazioni](#)
 - [Capitali Nordiche](#)
 - [Caraibi Occidentali](#)
 - [Caraibi Orientali](#)
 - [Fiordi Norvegesi e Islanda](#)
 - [Mar Rosso/Mare Arabico](#)
 - [Mediterraneo Occidentale](#)
 - [Mediterraneo Orientale](#)
 - [Oceano Atlantico/Canarie](#)
 - [Oriente](#)
 - [Sud America](#)
 - [Transatlantiche](#)
- [per Navi](#)
 - [Costa Concordia](#)
 - [Costa Magica](#)
 - [Costa Fortuna](#)
 - [Costa Mediterranea](#)
 - [Costa Atlantica](#)
 - [Costa Victoria](#)
 - [Costa Europa](#)
 - [Costa Romantica](#)
 - [Costa Classica](#)
 - [Costa Allegra](#)
 - [Costa Marina](#)
- [per Escursioni](#)
- [Ricerca avanzata](#)

Informazioni sulla crociera

- [Prima esperienza di crociera](#)
- [Crociera in famiglia](#)
- [Viaggi di nozze](#)
 - [Alessi](#)

Prima di imbarcarti

- [Documenti di viaggio e visti](#)
- [Assicurazioni](#)
- [Parcheggi](#)
- [Prenotazione escursioni](#)
- [Prenotazione servizi speciali](#)
- [Ristoranti Club à la carte](#)
- [Collegamenti aerei](#)
 - [Stagione 2006](#)
 - [Stagione 2007](#)
- [Collegamenti pullman](#)
 - [Stagione 2006](#)
 - [Stagione 2006/2007](#)
 - [Stagione 2007](#)
- [Informazioni porto](#)
 - [Amsterdam](#)
 - [Bari](#)
 - [Civitavecchia/Roma](#)
 - [Copenhagen](#)
 - [Genova](#)
 - [Kiel](#)
 - [Messina](#)
 - [Napoli](#)
 - [Palermo](#)
 - [Santos](#)
 - [Savona](#)
 - [Trieste](#)
 - [Venezia](#)

WebCam

Informazioni generali

- [Informazioni utili](#)
- [Condizioni generali](#)
- [FAQ](#)
- [Contattaci](#)
- [Richiesta catalogo - video](#)

La tua prima crociera

Hai già prenotato ?

L'azienda

- [L'azienda](#)
- [Risorse umane](#)
- [Costa e la Responsabilità sociale](#)
 - [La protezione dell'ambiente](#)
 - [La qualità del prodotto e l'eccellenza nel servizio](#)
 - [La responsabilità sociale](#)
 - [La salute e la sicurezza del luogo di lavoro](#)
 - [Politica di responsabilità sociale](#)
 - [Politica integrata di qualità](#)
- [WWF](#)
 - [Mar Mediterraneo](#)
 - [Grandi Antille](#)
 - [Brasile nord-orientale](#)
- [Comunicati stampa](#)
- [Rassegna stampa](#)

MSN Alerts

- [Emoticons](#)
- [Sfondi](#)

MyCosta

Figura 5: Mappa del sito

Le parti mancanti nella mappa sono le pagine dedicate alla navigazione per "tipologia di utente": queste pagine rappresentano semplicemente una sorta di guida dei contenuti e servono per evidenziare all'utente alcune aree del sito. Un esempio è la pagina mostrata in

Figura 6, visualizzata seguendo il collegamento "La tua prima crociera" presente in home page. Questa pagina permette all'utente che non ha mai effettuato una crociera di trovare tutte le informazioni di suo interesse in un unico punto.

[Costa Crociere](#) > La tua prima crociera

La tua prima crociera



Benvenuto

Siete interessati ad una vacanza in crociera? Su ogni crociera Costa vi aspettano momenti così meravigliosi che vi regalerete la vacanza della vostra vita. Per saperne di più o per trovare la crociera che più soddisfi le tue esigenze clicca su uno dei link sottostanti.

Informazioni

 Non hai mai fatto una crociera? Se vuoi avere informazioni su una vacanza in crociera, cosa è incluso, quali sono le attività di bordo clicca qui	 Crociera in famiglia Se vuoi andare in vacanza con la tua famiglia e sapere quanti vantaggi una crociera Costa ti può offrire, clicca qui
 Una crociera "tagliata su misura" Non solo una crociera. Escursioni, Servizi speciali, ristoranti raffinati possono rendere la tua vacanza con Costa unica ed esclusiva. Maggiori informazioni	 Trova la tua crociera Se hai già le idee chiare sulla destinazione della tua vacanza in crociera, clicca su questo link per iniziare la tua ricerca.

Le nostre proposte

Costa Atlantica	Terre del Nord	Costa Europa	Tè nel deserto
---------------------------------	--------------------------------	------------------------------	--------------------------------

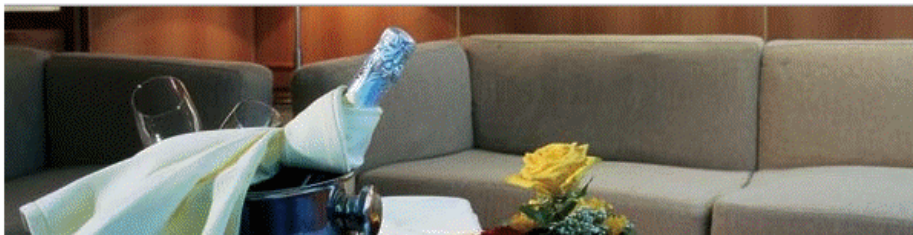
Figura 6: Pagina "La prima crociera"

Le altre pagine mancanti nella mappa sono quelle raggiungibili dall'home page sotto la voce "informazioni", quali:

1. Incentive & Meeting sul mare;
2. Una crociera "tagliata su misura";
3. Prenota subito;
4. La crociera per il viaggio di nozze perfetto.

Alcune di queste pagine rappresentano, come descritto precedentemente, un'evidenziazione dei contenuti, per permettere al visitatore di accedere a gruppi di informazioni eterogenei. Ad esempio, la pagina "Una crociera tagliata su misura" (presente in Figura 7) non è altro che la presentazione delle escursioni, dei servizi speciali e della possibilità di cenare sulle navi di Costa Crociere, cioè informazioni raggiungibili anche dai menù di primo livello.

Una crociera tagliata "su misura"



Una crociera tagliata "su misura"

La tua crociera Costa può essere personalizzata in modo tale da venire incontro ai tuoi desideri. **Escursioni, Servizi Speciali o cene meravigliose possono rendere la tua vacanza esattamente come la vuoi tu.** Clicca sulle informazioni sotto riportate per vedere le scelte disponibili per personalizzare la tua crociera.



L'esclusiva caratteristica di una vacanza con una crociera Costa è la possibilità di **ammirare le bellezze del mondo grazie alle numerose escursioni** che vanno dalla più tranquilla gita di piacere, alle uscite più sportive e dinamiche. [Scegli le tue escursioni.](#)



Una vasta lista di servizi speciali che renderanno la tua crociera ancora più indimenticabile. Potrai scegliere tra le varie **offerte che allieteranno te e i tuoi compagni** di viaggio, ma soprattutto ti verranno consegnate quando e come vuoi tu. [Scegli i tuoi Servizi Speciali.](#)



In alcune delle nostre splendide navi è possibile prenotare esclusive cene nei ristoranti a pagamento. Il tuo amore per l'alta cucina verrà appagato con i **piatti più famosi e raffinati dei migliori maestri chef italiani.** [Maggiori informazioni...](#)

[Indietro](#)

Figura 7: Pagina di evidenziazione dei servizi in crociera.

Navigazione

L'apparato di navigazione è coerente con la struttura del sito?

Esiste una navigazione primaria ed una navigazione locale?

L'apparato di navigazione è di facile comprensione e utilizzo?

E' facile mantenere l'orientamento durante la navigazione?

Ci sono ausili all'orientamento?

La navigazione nel sito è sempre fluida, o è possibile imboccare strade senza ritorno?

La navigazione all'interno del sito risulta fluida e ben guidata, trascurando i problemi precedentemente riscontrati per la struttura dei contenuti. I menù di primo e secondo livello permettono all'utente di sapere in quale sezione del sito si trova: vengono, infatti, evidenziate le voci attive che rappresentano la pagina visualizzata.

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

Si sono riscontrati casi in cui l'uso del tasto "Indietro" del browser non svolge la sua funzione, cioè il visitatore si trova di fronte ad un percorso senza ritorno. Questo funzionamento errato è stato individuato utilizzando il browser Mozilla Firefox: dopo aver cercato una crociera, tramite l'apposita funzione in home page, e aver premuto il tasto "Indietro", all'utente viene mostrata una finestra di attesa permanente. Di questo problema se ne parlerà più approfonditamente nella sezione dedicata all'accessibilità.

3.1.3. Sintesi

Punti di forza

1. Evidenziazione del livello di profondità della pagina tramite menù attivi.
2. Raggruppamento dei contenuti per "tipologia di visitatore".

Punti di debolezza

1. Alcune pagine di secondo livello sono troppo prolisse e lunghe, dovrebbero essere spezzate in pagine di terzo livello.
2. Contenuti duplicati.
3. Le breadcrumbs duplicano il tasto "indietro" del browser.
4. Pagine mancanti nella mappa del sito.

3.2. Comunicazione

3.2.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Home page	4	1	4
Brand image	4	1	4
Grafica	1,5	1	1,5
Media / totale	3,2	3	3,2

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

3.2.2. Analisi

Home page

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

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

Ogni aspetto dell'home page fa capire all'utente che si tratta di un sito informativo di un'azienda che offre crociere. La parola "crociera" compare ben undici volte nei testi, esclusi i banner in Flash. Inoltre, si parla di vacanze, navi, prenotazioni, escursioni, ecc. I contenuti multimediali giocano un ruolo importante, presentando all'utente le grandi navi dell'azienda, alcuni servizi offerti ed il divertimento a bordo.

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

Brand Image

I tratti distintivi del brand sono presenti nel sito?

Ci sono incoerenze con la brand image?

Il sito rafforza il brand?

Costa Crociere è da tempo un marchio consolidato, leader nel suo settore. Nell'immaginario collettivo, esso evoca immediatamente una molteplicità di aspetti: il mare, vacanze da sogno in crociera, l'imponenza delle sue enormi navi bianche, il relax, il divertimento, l'esplorazione di luoghi meravigliosi, un'atmosfera magica a bordo, menù prelibati, il lusso, l'esotico, il benessere, le ferie perfette.

Tali evocazioni sono frutto in larga misura degli spot TV, nei quali le crociere Costa appaiono perfino come qualcosa che cambia in qualche modo la vita di chi le ha sperimentate, e in misura minore dei volantini pubblicitari (Figura 8).

Questo tipo di campagna è presente anche nel sito esaminato. Il blu/azzurro della grafica, infatti, evoca immediatamente il colore del mare, così come l'accostamento di due diverse tonalità di blu nell'header evoca le onde del mare (Figura 9).



Figura 9: Un particolare dell'header

Il banner in Flash sotto l'header, presente in home page, mostra in sequenza tre diverse immagini (Figura 10); esse contribuiscono a dare un'idea di allegria, divertimento, spensieratezza, relax, benessere e perfezione. La saturazione delle immagini gioca un ruolo importante nel dare alcune di queste sensazioni. Gli effetti di transizione tra un'immagine e l'altra sembrano bolle d'acqua.



Figura 8: Un volantino pubblicitario



Figura 10: Immagini del banner in Flash

Il sito è ricco di fotografie, che mettono in risalto diversi aspetti della crociera (Figura 11): le località di destinazione, la grandiosità delle navi da crociera, il divertimento, la gastronomia, ecc.



Figura 11: Alcune fotografie nel sito

Anche i testi risultano in totale accordo con la brand image. Vengono di seguito riportati alcuni passaggi che, secondo noi, contribuiscono a rafforzare l'immagine dell'azienda.

Dall'home page:

« Non hai provato l'emozione unica di una crociera? Scopri le meraviglie che ti aspettano in una vacanza sulle navi Costa » .

« Una crociera "tagliata su misura". Non solo una crociera. Escursioni, Servizi speciali, ristoranti raffinati possono rendere la tua vacanza con Costa unica ed esclusiva » .

« La crociera per il viaggio di nozze perfetto. Scegliete una crociera Costa per la vostra luna di miele. Sarete coccolati sin dal primo momento a bordo » .

Dalla pagina "Prima esperienza di crociera":

« Questo resort galleggiante offre divertimenti e attività per tutti i gusti, 24 ore su 24. Quale vacanza può darti di più? L'intera nave è a tua disposizione, con strutture straordinarie e servizi esclusivi » .

Dalla pagina "Viaggi di nozze":

« Una crociera, mille viaggi di nozze. Romantica, coinvolgente, informale, allegra, ricca di suggestioni... Una crociera Costa non è una semplice vacanza, ma un sogno che sposterà la vostra voglia di stare insieme. A bordo non avrete un momento di tempo per annoiarvi, perché le navi Costa sono vere "isole di vacanza" e vi offrono tutto ciò che desiderate per una luna di miele sorprendente e indimenticabile » .

Grafica

Layout

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

Le pagine hanno un layout fisso, con larghezza pari a circa 800 pixel. Il layout è quindi ottimizzato per il formato video a bassa risoluzione 800x600.

Sebbene tale formato sia ancora molto diffuso tra gli utenti di internet, questo tipo di layout penalizza coloro che possiedono un monitor a più alta risoluzione. Infatti essi visualizzeranno una pagina ristretta e circoscritta ad una limitata regione dello schermo.

Sono state fatte delle prove di visualizzazione con risoluzioni differenti. La Figura 12 mostra come appare la stessa pagina alle risoluzioni 1400x1050, 1024x768 e 800x600.

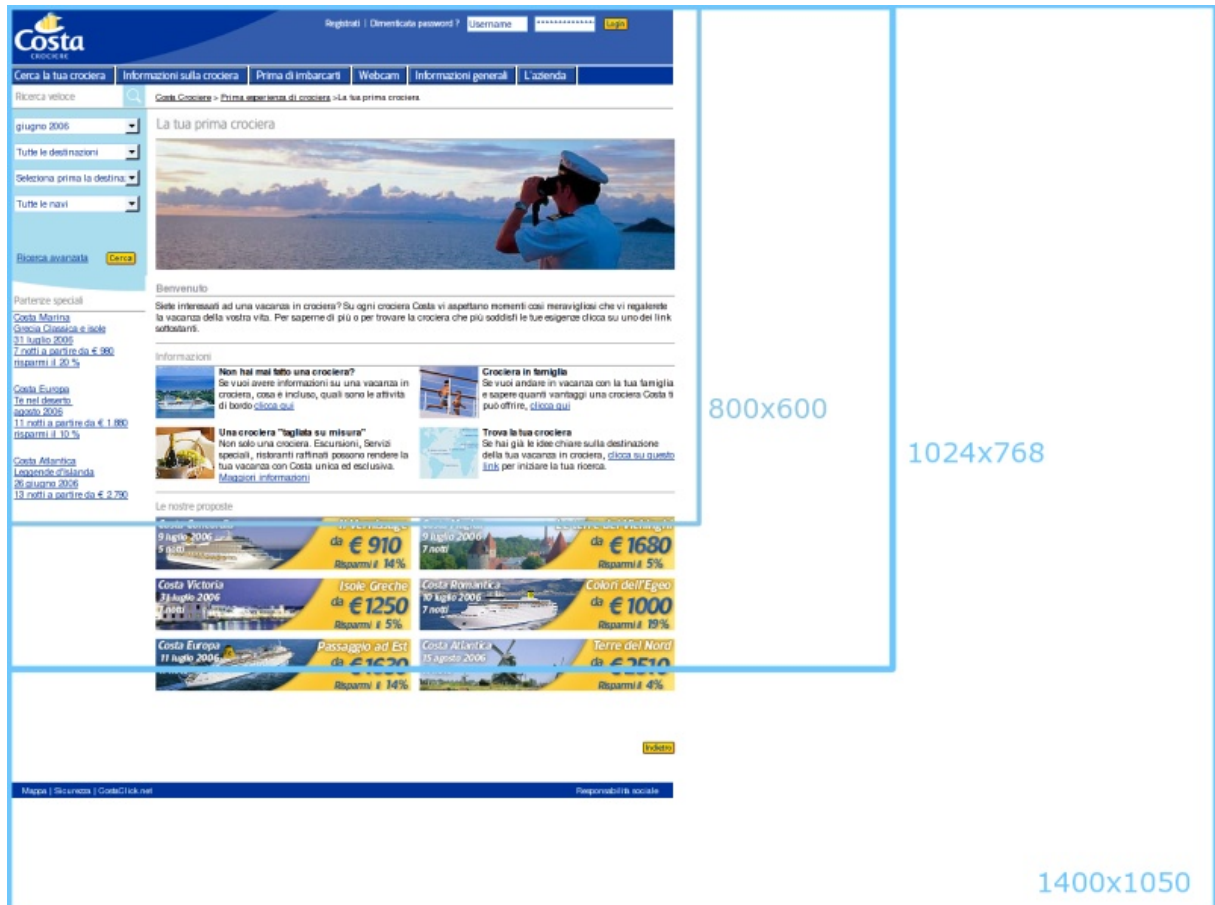


Figura 12: Visualizzazione della pagina con diverse risoluzioni

Dalla figura risulta evidente che la pagina è ottimizzata per quest'ultima risoluzione, ma la sua visualizzazione è comunque accettabile anche in presenza di una risoluzione di 1024x768 pixel. Invece, con una risoluzione 1400x1050, quasi metà regione dello schermo è bianca e risulta spreca.

Questo problema sarebbe stato parzialmente risolto tramite l'impiego di un layout semiliquido. Infatti l'uso della grafica nella regione bianca, avrebbe perlomeno attenuato questa impressione di vuoto nello schermo che si ha con un monitor ad alta risoluzione.



Figura 13: Come si vedrebbe la pagina utilizzando un layout semiliquido

Tuttavia, l'espedito grafico appena illustrato non basta a risolvere tutti i problemi derivati da questa impostazione della pagina. Infatti la presenza di lunghi testi in diverse pagine costringe l'utente a effettuare molteplici scroll per poterli leggere, qualsiasi sia la risoluzione del suo monitor.

Il caso più eclatante è costituito dalla pagina *Informazioni generali > Informazioni utili*, la cui lunghezza supera 8500 pixel (Figura 14). Proprio perché tale pagina contiene "informazioni utili" a coloro che si apprestano a salpare in crociera, essa dovrebbe essere leggibile facilmente, con pochi scroll.

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

Gestalt

La Gestalt delle pagine aiuta a individuare le aree importanti?

Le pagine del sito non presentano una buona Gestalt.

Spesso, le pagine appaiono come un lungo flusso di testo e le aree importanti non sono messe in rilievo. Un esempio è la pagina mostrata nella Figura 14.

Oppure, come capita in home page, l'assenza di opportuni riquadri in alcune aree della pagina conferiscono all'utente una sensazione di complessità.

La Figura 15 mostra una parte dell'home page che, secondo noi, rappresenta una delle aree con minore Gestalt.

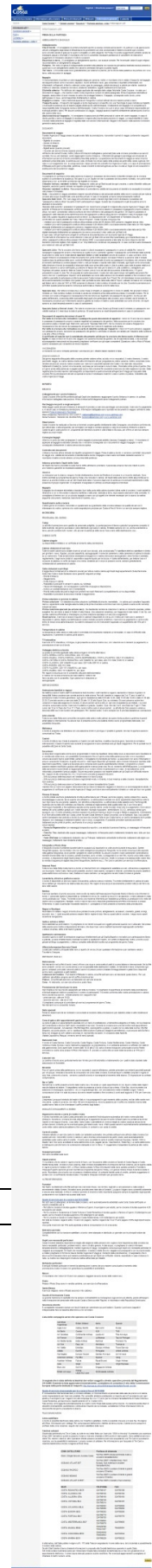


Figura 14: La pagina più lunga.

Le nostre proposte

Costa Atlantica 15 agosto 2006 11 notti	Terre del Nord da € 2510 Risparmi il 4%	Costa Europa 1 agosto 2006 11 notti	Tè nel deserto da € 1880 Risparmi il 10%
Costa Magica 20 agosto 2006 7 notti	Le terre dei Vichinghi da € 1820 Risparmi il 4%	Costa Marina 9 luglio 2006 7 notti	Grecia Classica e isole da € 980 Risparmi il 20%
Costa Romantica 31 luglio 2006 7 notti	Coloni dell'Egeo da € 1200 Risparmi il 10%	Costa Fortuna 20 agosto 2006 7 notti	Profumi di Mediterraneo da € 1320 Risparmi il 9%

Informazioni

 Incentive & Meeting sul mare Vuoi organizzare un evento aziendale perfetto e di sicuro successo? Salpa con noi e scopri tutti i vantaggi della formula Business, relaxed di Costa. Maggiori informazioni	 Una crociera "tagliata su misura" perfetto Non solo una crociera. Escursioni, Servizi speciali, ristoranti raffinati possono rendere la tua vacanza con Costa unica ed esclusiva. Maggiori informazioni
 Prenota Subito Chi arriva prima paga meno. Hai già pensato alla tua prossima vacanza con Costa? Maggiori informazioni	 La crociera per il viaggio di nozze perfetto Scegliete una crociera Costa per la vostra luna di miele. Sarete coccolati sin dal primo momento a bordo. Maggiori informazioni
 Una vacanza sognata da tempo? Richiedi online il tuo finanziamento a zero interessi. Puoi farlo su ogni itinerario e periodo disponibile. Maggiori informazioni	 Costa alerts Ecco il nuovo servizio di Alert di MSN Messenger by Costa per essere sempre informato sulle nostre novità! Vuoi iscriverti? Maggiori informazioni

Figura 15: Una parte dell'home page con cattiva Gestalt.

Abbiamo provato ad inserire dei riquadri nell'area "Informazioni" (Figura 16); in questo modo, la pagina acquisterebbe maggior ordine e maggiore omogeneità.

Le nostre proposte

Costa Atlantica 15 agosto 2006 11 notti	Terre del Nord da € 2510 Risparmi il 4%	Costa Europa 1 agosto 2006 11 notti	Tè nel deserto da € 1880 Risparmi il 10%
Costa Magica 20 agosto 2006 7 notti	Le terre dei Vichinghi da € 1820 Risparmi il 4%	Costa Marina 9 luglio 2006 7 notti	Grecia Classica e isole da € 980 Risparmi il 20%
Costa Romantica 31 luglio 2006 7 notti	Coloni dell'Egeo da € 1200 Risparmi il 10%	Costa Fortuna 20 agosto 2006 7 notti	Profumi di Mediterraneo da € 1320 Risparmi il 9%

Informazioni

 Incentive & Meeting sul mare Vuoi organizzare un evento aziendale perfetto e di sicuro successo? Salpa con noi e scopri tutti i vantaggi della formula Business, relaxed di Costa. Maggiori informazioni	 Una crociera "tagliata su misura" perfetto Non solo una crociera. Escursioni, Servizi speciali, ristoranti raffinati possono rendere la tua vacanza con Costa unica ed esclusiva. Maggiori informazioni
 Prenota Subito Chi arriva prima paga meno. Hai già pensato alla tua prossima vacanza con Costa? Maggiori informazioni	 La crociera per il viaggio di nozze perfetto Scegliete una crociera Costa per la vostra luna di miele. Sarete coccolati sin dal primo momento a bordo. Maggiori informazioni
 Una vacanza sognata da tempo? Richiedi online il tuo finanziamento a zero interessi. Puoi farlo su ogni itinerario e periodo disponibile. Maggiori informazioni	 Costa alerts Ecco il nuovo servizio di Alert di MSN Messenger by Costa per essere sempre informato sulle nostre novità! Vuoi iscriverti? Maggiori informazioni

Figura 16: Una parte dell'home page, modificata per conferirle maggiore Gestalt.

La collocazione degli inserti pubblicitari disturba la comprensione delle pagine?

Nel sito, generalmente, non sono presenti inserti pubblicitari di altre aziende.

L'unica eccezione è costituita dalla pagina "Viaggi di nozze", in cui sono presenti due immagini che sponsorizzano una marca di abiti da sposa. Tali immagini, comunque, non attraggono troppo l'attenzione anche perché sono collocati in basso alla pagina (Figura 17).

Attraggono molto l'attenzione (forse troppo), invece, i banner presenti in home page, soprattutto il grande banner in Flash sotto il menù di navigazione globale.

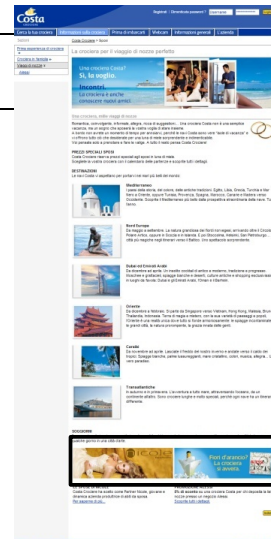


Figura 17: La pagina "Viaggi di nozze".

Colore

I colori rafforzano la Gestalt delle pagine?

Nel sito, i colori sono scarsamente impiegati per rafforzare la Gestalt delle pagine.

L'unico utilizzo rilevante dei colori in questo senso lo si ha nel box di ricerca veloce, in alcune pagine del sito. Infatti l'azzurro di sfondo contribuisce in modo efficace sia a delimitare l'area del box, sia a metterlo in risalto (Figura 18).



Figura 18: Il box di ricerca nella home page.

Colori diversi sono associati in modo consistente a contenuti diversi?

Un esempio di associazione tra colori e contenuti riguarda le aree dove ci si aspetta che l'utente compili un form. In tutte le aree che hanno la stessa tonalità di azzurro chiaro come sfondo, infatti, si richiede un input da parte dell'utente, tramite combo, radio box, checkbox o caselle di testo, per effettuare la ricerca delle crociere, per registrarsi o per recuperare la

password dimenticata. La Figura 19 ne è un esempio.

Ricerca per escursione

RICERCA GUIDATA

Destinazione *

Paese *

Porto di scalo *

Figura 19: Il form di ricerca delle escursioni.

Un altro esempio è presente nelle pagine dei risultati della ricerca delle crociere, di cui la Figura 20 mostra una parte.

CROCIERE

Vecchio e nuovo mondo a partire da € 1.547,00 risparmi il 29 %

Nave Costa Mediterranea

Porto di partenza Savona

Data partenza nave 17

Mese novembre 2006

Numero giorni 15

Prezzo volo + crociera

CROCIERE A TARIFFA SPECIALE

Arcobaleno Tropicale a partire da € 2.009,00 risparmi il 9 %

Nave Costa Mediterranea

Porto di partenza Miami

Data partenza nave 30

Mese dicembre 2006

Numero giorni 8

Prezzo volo + crociera

Tariffa applicata: Prenota subito

Figura 20: Uso di colori diversi nella pagina dei risultati della ricerca delle crociere.

I colori di sfondo sono diversi per le crociere, a seconda se esse sono a tariffa normale o ridotta. Tale simbologia aiuta l'utente a identificare quali sono le offerte più vantaggiose per lui.

Sebbene anche nella pagina della Figura 20 siano presenti delle caselle combo, e quindi sia data la possibilità all'utente di fornire un input per un'ulteriore ricerca, non riteniamo che ciò rappresenti un'inconsistenza nell'uso dei colori rispetto a quanto detto precedentemente, dal momento che la pagina ha più lo scopo di fornire i risultati della ricerca appena effettuata che quello di richiedere un input all'utente.

I colori sono usati senza eccessi?

Tralasciando le fotografie e gli elementi multimediali in Flash, nelle pagine sono generalmente presenti, oltre al bianco nello sfondo e al nero nei testi, cinque colori: il blu (presente nell'header in due diverse gradazioni, nel footer e nei link), l'azzurro chiaro (nel box della ricerca veloce), il turchese (nel menù di navigazione globale, per evidenziare la sezione corrente), il giallo-arancione (nei bottoni) ed il grigio chiaro (nei titoli e come sfondo nella colonna di sinistra).

Negli elementi multimediali sono presenti altri colori ma, di solito, è presente anche qualche gradazione di blu o giallo, che li armonizza con i colori della pagina (Figura 21).

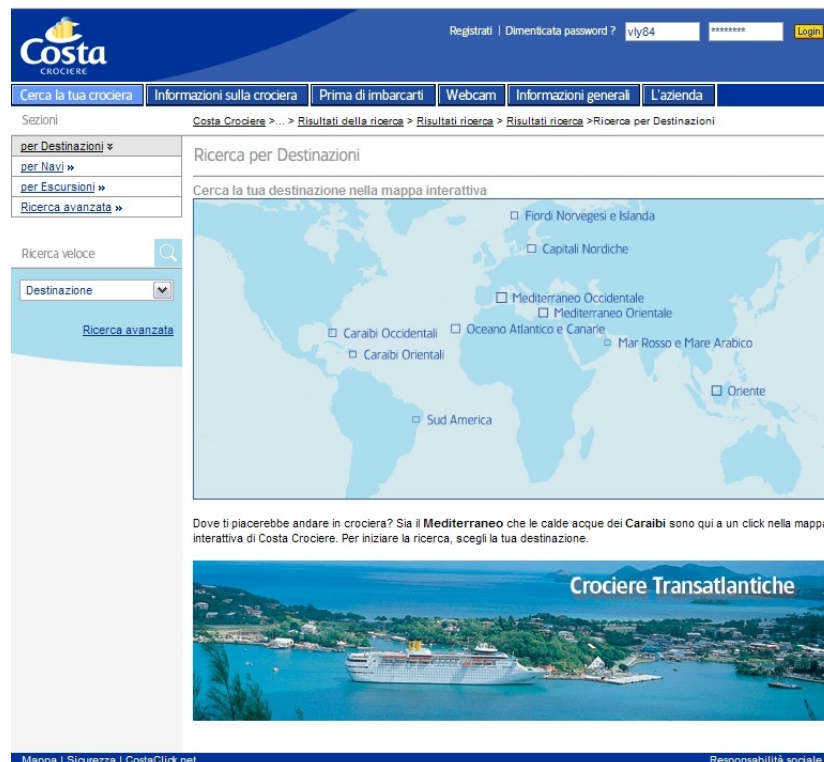


Figura 21: I colori delle fotografie e degli elementi multimediali in Flash sono generalmente in armonia con i colori della pagina.

Generalizzando, si può affermare che la grafica delle pagine (soprattutto in home page) si basa essenzialmente su due colori: il blu ed il giallo-arancione, che sono due colori complementari. Alcune teorie (es.: Chevreul, 1839), anche se non dimostrate, sostengono che l'accostamento di colori complementari produce armonia. Il blu, nell'immaginario collettivo, richiama immediatamente il colore del mare; il giallo-arancione nelle pagine richiama il logo dell'azienda nell'header.

Anche se, generalmente, i colori sono stati utilizzati in modo da evitare di creare pagine eccessivamente variopinte, in alcune pagine, precisamente quelle in cui si mostrano i risultati della ricerca delle crociere, ai colori precedentemente citati si aggiunge un'ulteriore gradazione di azzurro. L'effetto che ne deriva è negativo, poiché essa, oltre a dare all'utente una sensazione di maggiore complessità, non è in completa armonia con le altre tonalità di blu-azzurro (Figura 22).

The screenshot shows the Costa Crociere website's search results page. On the left, there is a 'Ricerca veloce' (Quick Search) section with several dropdown menus for filtering results: 'marzo 2007', 'Selezione un pacchetto', 'Caraibi Orientali', 'Bahamas', 'Tutti i porti di scalo', 'Tutte le navi', 'Tutti i porti di partenza', 'Tutte le tariffe', 'Crociere speciali', 'Qualsiasi prezzo', and 'Tutte le durate'. A 'Cerca' button is at the bottom of this section. The main content area is titled 'Risultati della ricerca' and contains text explaining the search results and providing details for a specific cruise offer: 'CROCIERE A TARIFFA SPECIALE'. This offer includes a map of the Caribbean route, the ship name 'Arcobaleno Tropicale', the departure port 'Ft. Lauderdale', the departure date '11 - 25 marzo 2007', and the duration '7' days. The price is listed as 'a partire da € 1.559,00 risparmi il 12 %'. A 'Dettagli' button is also present.

Figura 22: Una pagina con i risultati della ricerca delle crociere.

I colori sono coerenti con le comuni associazioni di significato?

Si segnala un caso in cui è stata rilevata un'incoerenza tra l'uso del colore e le consuete associazioni di significato: se in un form viene omesso qualche campo obbligatorio, viene visualizzato un messaggio di errore analogo a quello di Figura 23.

The screenshot shows a search form for excursions. At the top, there is a blue error message box with a yellow warning triangle icon, containing the text 'Attenzione' and 'Seleziona il porto di scalo'. Below this, the form is titled 'RICERCA GUIDATA' and has three fields: 'Destinazione' with a dropdown menu set to 'Caraibi Orientali', 'Paese' with a dropdown menu set to 'Antille', and 'Porto di scalo' with a dropdown menu set to 'Seleziona il porto di scalo'. A yellow 'Cerca' button is located at the bottom of the form.

Figura 23: Un errore di completamento di un form.

L'incoerenza consiste nell'aver scelto, come sfondo del messaggio, l'azzurro, che non è generalmente associato ad una situazione di errore. Il risultato che ne deriva è che la spiegazione dei motivi per cui si è verificato l'errore non è molto evidente per l'utente.

Più efficace è, invece, il simbolo triangolare giallo-arancione con "!", perché il giallo è normalmente associato al concetto di "prestare attenzione". Tuttavia, si ritiene che sarebbe stato meglio utilizzare un giallo più chiaro in quei simboli, poiché la tonalità utilizzata è la

stessa impiegata nei pulsanti del sito.

Le pagine sono comprensibili anche a utenti daltonici?

Per simulare la visione delle pagine da parte di utenti daltonici, è stato utilizzato il software ColorDoctor di Fujitsu (<http://design.fujitsu.com/en/universal/assistance/colordocor/>), scaricabile gratuitamente.

La Figura 24 mostra, oltre alla pagina originale, come utenti che soffrono di deuteranopia (cecità al colore verde), protanopia (cecità al colore rosso) o tritanopia (incapacità di distinguere giallo e blu) percepiscono la pagina medesima.



Figura 24: Simulazione della visione della home page da parte di utenti daltonici.

Generalmente, le pagine risultano sufficientemente comprensibili ad utenti daltonici.

Tuttavia, occorre evidenziare che le scritte in grigio chiaro sono poco visibili (soprattutto per gli utenti che soffrono di tritanopia), a causa del basso contrasto con lo sfondo bianco. L'accostamento di colori con un contrasto più elevato renderebbe la pagina più leggibile.

È stato effettuato un ulteriore test con i colori, per verificare se anche chi soffre di acromatopsia (completa o incompleta cecità ai colori) sia in grado di comprendere il contenuto della pagina. La Figura 25 mostra il risultato del test.



Figura 25: Simulazione della visione della home page da parte di utenti che soffrono di acromatopsia.

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

Tipografia

Si usano font ben leggibili sul video?

In tutto il sito vengono utilizzati caratteri senza grazie; ciò aiuta a rendere i testi più leggibili sul video. In particolare, il carattere di default scelto per i testi è Arial, mentre il carattere alternativo è Helvetica; in ogni caso, il browser deve utilizzare caratteri sans-serif, come appare scritto in questo frammento del CSS del sito:

```
font-family: Arial, Helvetica, sans-serif;
```

Tuttavia, la dimensione dei caratteri risulta troppo piccola. Nel CSS è stato specificato

```
font-size: 11px;
```

Tale dimensione è stata indicata con l'unità di misura "px", che è assoluta. Questo costituisce un problema in Internet Explorer (fino alla versione 6 inclusa), dal momento che, anche se l'utente sceglie di visualizzare nel browser caratteri più grossi affinché il testo sia più leggibile, la dimensione dei caratteri non cambia, poiché Internet Explorer non supporta la modifica della grandezza dei font se questa è specificata in modo assoluto.

In definitiva, sebbene siano state scelte famiglie di caratteri adatte al video, sono stati commessi due gravi errori: non solo si è scelto un corpo del testo troppo piccolo, ma è stato

specificato con un'unità di misura assoluta; in questo modo si impedisce che l'utente che utilizza Internet Explorer possa ridimensionarlo a suo piacimento. Sarebbe stato meglio utilizzare almeno un'unità di misura relativa (ad esempio "em").

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

Nel sito si fa poco uso del corsivo e del tutto maiuscolo. Infatti essi sono utilizzati solamente in alcuni banner, oppure come titoli nei testi.

Questi stili non si trovano in nessun testo lungo.

Si usano pochi font diversi nella stessa pagina?

Generalmente, nel sito non si usano troppi font diversi (al più due font, con stili corsivo e maiuscolo).

Tuttavia, nella home page del sito si è fatto un uso smodato dei tipi di carattere, impiegandone circa una decina. In particolare, nella pagina sono presenti quattro diversi tipi di banner (il banner sotto l'header, il banner che mostra come vincere una crociera con Costa Concordia, il banner blu "Costaland", l'insieme di banner statici che presentano le crociere) e a ciascun banner sono stati associati tipi di font diversi.

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

Non sono stati rilevati casi in cui l'uso dei font sia inconsistente rispetto al resto del sito.

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

Non sempre il contrasto tra il colore del testo e quello dello sfondo è opportuno.

Ad esempio, il colore dei link nell'header al momento della loro attivazione al passaggio del mouse non ha un contrasto sufficiente con il blu dello sfondo (Figura 26).



Registrati | Dimenticata password ?

Figura 26: Un link dell'header al passaggio del mouse.

Lo stesso problema è stato riscontrato nei titoli: il grigio chiaro delle scritte è troppo simile al bianco dello sfondo (Figura 27).



Prima esperienza di crociera

Figura 27: Il titolo di una pagina del sito.

Il caso più evidente di contrasto insufficiente si ha nella pagina di registrazione dell'utente. La Figura 28 mostra l'area di testo con la politica di privacy.

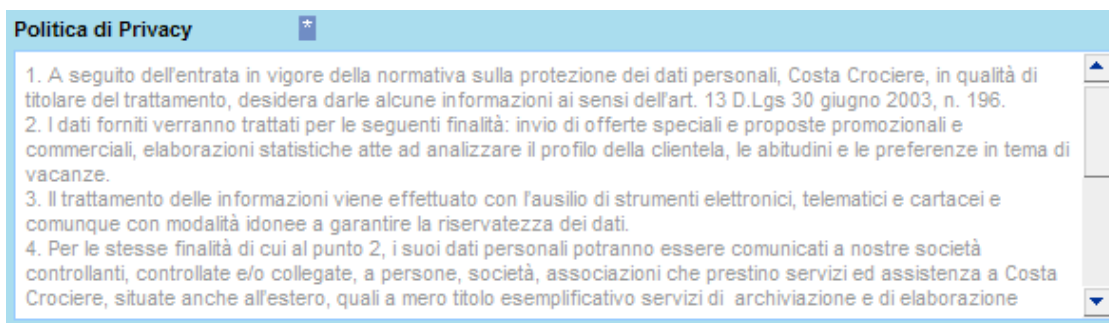


Figura 28: Una parte della pagina di registrazione dell'utente.

Nella formattazione del testo di tale area è stato utilizzato il grigio chiaro su uno sfondo bianco. Anche se normalmente non tutti leggono le clausole della politica di privacy, bisogna mettere l'utente in condizioni di poterle leggere senza alcuno sforzo visivo; pertanto, occorre cambiare il colore del testo, affinché abbia un contrasto opportuno rispetto allo sfondo.

Si mescolano nello stesso testo caratteri di colori diversi e "lontani"?

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

Attrattiva

L'impostazione grafica è attuale?

La grafica è gradevole?

La grafica nel complesso risulta sufficientemente gradevole ed attuale al visitatore.

I banner promozionali, soprattutto quelli dotati di animazioni, attraggono la sua attenzione, così come le fotografie presenti nel sito.

Il colore predominante della grafica del sito, il blu, è il colore della calma, dell'infinito, della serenità emotiva e dell'armonia.

3.2.3. Sintesi

Punti di forza

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

Punti di debolezza

1. L'utilizzo di un layout fisso rende le pagine troppo lunghe sul video e crea troppo spazio bianco in presenza di alte risoluzioni.
2. Le pagine del sito, soprattutto l'home page, non possiedono una buona Gestalt.
3. Il banner in Flash in alto in home page risulta un po' troppo appariscente.
4. Nella pagina con i risultati della ricerca delle crociere, sono presenti troppe tonalità di azzurro-blu, che non appaiono in armonia tra di loro.
5. Per segnalare il verificarsi di errori, si è scelto di utilizzare messaggi con sfondo azzurro; ciò non è coerente con le comuni associazioni di significato.
6. I caratteri sono troppo piccoli e sono stati espressi nel CSS con un'unità di misura assoluta.
7. In home page, sono stati utilizzati troppi font diversi.
8. In alcune aree del sito, c'è poco contrasto tra il testo e lo sfondo.

3.3. Funzionalità

3.3.1. Valutazione

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

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

3.3.2. Analisi

Adeguatezza

Transazioni

*Le transazioni sono adeguate rispetto a tipici scenari d'uso?
Le operazioni di registrazione degli utenti sono semplici?
Le richieste di informazioni agli utenti sono proporzionate al tipo di transazione?
Tutte le informazioni per decidere se iniziare una transazione vengono fornite prima?*

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

Supponiamo che Anna abbia già acquistato presso un'agenzia di viaggio una delle crociere offerte da Costa Crociere ai Caraibi, per trascorrere una vacanza con la sua famiglia. In agenzia le hanno spiegato che, collegandosi al sito www.costacrociere.it, può prenotare le escursioni da effettuare durante il viaggio, previo inserimento del codice che le è stato fornito al momento dell'acquisto della crociera.

Di sera, Anna si collega al sito; ha poco tempo. In home page, dopo averla osservata attentamente, nota la scritta "Hai già prenotato?" e clicca sul pulsante "Vai". Nella pagina

appena caricata, vede delle informazioni su vari servizi offerti a bordo. Dopo qualche secondo, nota la scritta "Escursioni"; se fosse stata scritta con un carattere più grande, l'avrebbe notata prima, senza perdere tempo prezioso.

Segue il link "Maggiori informazioni", anche se un po' perplessa; lei sa già quali escursioni le piacerebbe effettuare e vuole solo prenotarle, non vuole ricevere altre informazioni. Giunge, comunque, alla pagina corretta; infatti vede che il titolo della pagina è "Prenotazione escursioni".

Tuttavia, non capisce immediatamente cosa deve fare: inizialmente, vede solo del testo, non vede nessun form per la scelta delle escursioni e non sa dove deve andare. Decide allora di leggere tutta la pagina per comprendere cosa deve fare, anche se prima di accedere al sito pensava che la prenotazione delle escursioni avrebbe richiesto poco tempo; del resto, le avevano detto così in agenzia.

Legge che, per poter prenotare le escursioni, occorre registrarsi; vede ora il link "registrati ora", scritto in piccolo (come tutto il testo, del resto) in fondo alla pagina (Anna ha uno schermo con risoluzione 800x600), per niente evidente. Segue il link.

Viene caricata la pagina di registrazione riportata in Figura 29.

Le informazioni richieste per la registrazione non sono eccessivamente numerose e risultano adeguate rispetto al tipo di transazione.

Login e registrazione

In seguito alla compilazione del modulo sottostante, autorizzi Costa Crociere a detenere e trattare i tuoi dati con le modalità descritte all'interno dell'Informativa per il trattamento dei dati personali.

I campi contrassegnati con (*) sono obbligatori.

Registrazione dati personali

Nome *	<input type="text"/>	Cognome *	<input type="text"/>
Luogo di nascita	<input type="text"/>	Data di nascita (gg/mm/aaaa) *	<input type="text" value="gg"/> / <input type="text" value="mm"/> / <input type="text" value="aaaa"/>
Sesso *	<input type="text" value="Sesso"/>	Paese *	<input type="text" value="Paese"/>
Email *	<input type="text"/>		
Username *	<input type="text"/>	Password (8 caratteri alfanumerici) ? *	<input type="text"/>
		Conferma Password *	<input type="text"/>
Vuoi essere inserito nella nostra mailing list? ?	Si <input checked="" type="radio"/> No <input type="radio"/>	AutoLogin ?	<input type="checkbox"/>
Numero Costa Club ?	<input type="text"/>		
Politica di Privacy *	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>1. A seguito dell'entrata in vigore della normativa sulla protezione dei dati personali, Costa Crociere, in qualità di titolare del trattamento, desidera darle alcune informazioni ai sensi dell'art. 13 D.Lgs 30 giugno 2003, n. 196.</p><p>2. I dati forniti verranno trattati per le seguenti finalità: invio di offerte speciali e proposte promozionali e commerciali, elaborazioni statistiche atte ad analizzare il profilo della clientela, le abitudini e le preferenze in tema di vacanze.</p><p>3. Il trattamento delle informazioni viene effettuato con l'ausilio di strumenti elettronici, telematici e cartacei e comunque con modalità idonee a garantire la riservatezza dei dati.</p><p>4. Per le stesse finalità di cui al punto 2, i suoi dati personali potranno essere comunicati a nostre società controllanti, controllate e/o collegate, a persone, società, associazioni che prestino servizi ed assistenza a Costa Crociere, situate anche all'estero, quali a mero titolo esemplificativo servizi di archiviazione e di elaborazione statistica, di informatica e attività in materia contabile, legale etc. I dati potranno essere trasferiti anche all'estero a</p></div>		
	6. Compilando il modulo di registrazione, potrà ricevere da Costa Crociere offerte speciali o proposte commerciali. Qualora non fosse interessato a questa opportunità, barri la seguente casella: <input type="checkbox"/>		
	7. Infine, La informiamo che, previo Suo consenso, potrà ricevere da società di comprovata professionalità e serietà, partners di Costa Crociere, informazioni commerciali o scientifiche, offerte speciali, omaggi, buoni sconto, campioni gratuiti di prodotto o richieste di partecipazione a sondaggi di opinione. Qualora non fosse interessato a questa opportunità, barri la seguente casella: <input type="checkbox"/>		
Accetto <input checked="" type="radio"/>	Non accetto <input type="radio"/>		
			<input type="button" value="Cancella"/> <input type="button" value="Invia"/>

Figura 29: Form di inserimento dati per la registrazione

Si potrebbe migliorare la disposizione dei widget applicando le regole della Gestalt, per esempio raggruppandoli nelle aree "Dati anagrafici", "Informazioni sull'account", "Preferenze".

Anna compila correttamente tutti i campi obbligatori e clicca sul pulsante "Invia". Le viene presentata, quindi, una pagina riepilogativa con i dati di registrazione. Può allora proseguire con la prenotazione delle escursioni.

Nella simulazione del comportamento dell'utente Anna ci siamo fermati qui, non avendo acquistato nessuna crociera. Abbiamo, comunque, testato la procedura di registrazione dell'utente se questi clicca sul link "Registrati" presente in alto a destra in tutte le pagine del sito.

Il link porta alla pagina mostrata nella Figura 30.

Registrati

REGISTRAZIONE DATI ANAGRAFICI

Non sei ancora registrato?

Registrati ora, ci vorranno pochi minuti e sarai in grado di accedere alle seguenti aree del sito Costa. [Registrati](#)



Personalizza la tua crociera

Una volta comprata la tua crociera Costa, potrai prenotare le escursioni e servizi speciali che riceverai a bordo.



Richiesta catalogo - video

Potrai ricevere gratuitamente a casa tua i cataloghi e video Costa a soli 3 euro.



Email Speciali

Potrai ricevere comodamente nella tua casella email speciali offerte Costa.

Figura 30: Schermata visualizzata dopo aver fatto click su "Registrati".

Qui viene fornita una breve descrizione dei servizi forniti agli utenti registrati.

L'immissione dei dati anagrafici, tuttavia, non è possibile in questa pagina; occorre cliccare sul link "Registrati" presente alla fine della frase introduttiva, sebbene il sottotitolo della pagina sia "REGISTRAZIONE DATI ANAGRAFICI".

Il link "Registrati" alla fine della frase, isolato, non ha molto senso; sarebbe stato meglio se il link per registrarsi fosse stato "Registrati ora", ad inizio frase. Il link porta alla pagina di registrazione già presentata in Figura 29.

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

La politica sulla privacy e il trattamento dei dati personali è chiara anche se un po' vessatoria: Costa Crociere si riserva il diritto di fornire i dati personali ad aziende partner non meglio specificate, anche estere.

Gestione degli errori

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

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

La Figura 31 mostra i messaggi di errore che vengono visualizzati se l'utente non compila i campi obbligatori.

La gestione degli errori di compilazione del form è molto buona, dal momento che viene fornito un sommario degli errori nella stessa pagina del form e vengono segnalati i campi errati con un simbolo di warning.

Attenzione: verificare i dati

- Attenzione: il campo cognome è vuoto
- Attenzione: il campo data di nascita è vuoto
- Attenzione: seleziona il sesso
- Attenzione: seleziona il paese
- Attenzione: il campo indirizzo email è vuoto
- Attenzione: il campo Username è vuoto
- Attenzione: il campo Password è vuoto

Registrazione dati personali

Nome *	<input type="text" value="Test"/>	Cognome	<input type="text"/>
Luogo di nascita	<input type="text"/>	Data di nascita (gg/mm/aaaa)	<input type="text" value="gg"/> / <input type="text" value="mm"/> / <input type="text" value="aaaa"/>
Sesso	<input type="text" value="Sesso"/>	Paese	<input type="text" value="Paese"/>
Email	<input type="text"/>		
Username	<input type="text"/>	Password (8 caratteri alfanumerici) ?	<input type="text"/>

Figura 31: Segnalazione errori nel form di registrazione.

Viene data, inoltre, una spiegazione degli errori chiara e comprensibile anche agli utenti poco esperti, che capiscono senza difficoltà quali sono le azioni da effettuare per correggerli.

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

L'utente può rapidamente correggere gli errori commessi, anche se multipli; il simbolo di warning guida efficacemente l'utente verso i campi obbligatori da completare.

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

I dati corretti vengono sempre mantenuti, preservando il lavoro svolto dall'utente prima dell'errore.

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

Nel form di registrazione, tutti i campi obbligatori sono chiaramente indicati con il simbolo "*", su sfondo azzurro.

Il campo "Data di nascita" è composto da tre campi distinti, dove l'utente deve digitare numeri della forma "gg/mm/aaaa" (questa etichetta è riportata anche nei campi di input come testo di default); tale tecnica minimizza gli errori da parte dell'utente.

Esiste un help contestuale, che appare al click sui punti interrogativi azzurri. Esso fornisce indicazioni sintetiche e a volte troppo specialistiche, che possono risultare poco chiare per l'utente medio; un esempio è riportato in Figura 32 (che significano "flag" e "box"?).

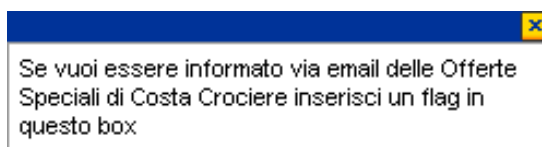


Figura 32: Aiuto contestuale troppo specialistico

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

Non sono state rilevate cadute del sistema in seguito ad errori dell'utente nella compilazione dei form.

Ricerca

Il sito ha un motore di ricerca interno?

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

Il sito non possiede nessun motore di ricerca interno che consenta di rintracciare qualsiasi informazione da parte dell'utente. È presente solo un meccanismo di ricerca delle crociere, che si basa sulla scelta di parametri prestabiliti, tramite combo box.

Ad esempio, nella colonna sinistra dell'homepage è presente un form per ricercare velocemente le crociere disponibili (Figura 33).



Ricerca veloce

luglio 2006

Tutte le destinazioni

Seleziona prima la destinazione

Tutte le navi

[Ricerca avanzata](#)

Figura 33: Ricerca veloce

La ricerca per destinazione è difficoltosa, perché la lista di destinazioni è riempita a seconda del mese selezionato e non è possibile deselectionarlo (il default è il mese corrente, non c'è una voce "Qualunque mese").

Esiste anche la possibilità di specificare più vincoli per la ricerca (prezzo, porto di partenza, ecc.) nella maschera di ricerca avanzata, come viene mostrato in Figura 34.

Ricerca Crociera

Hai già le idee chiare sulla tua prossima crociera? Allora il Cerca Crociera ti può essere d'aiuto. Trovare la crociera perfetta è facile: seleziona le voci di ricerca nel modulo e clicca sul bottone "CERCA". Nella pagina di risposta, troverai la tua crociera ideale. Attenzione: le voci con l'asterisco (*) sono obbligatorie.

(*) I prezzi sono per persona in cabina doppia, per residenti in **Italia** e **San Marino**.

Mese	* <input type="text" value="luglio 2006"/>
Pacchetto crociera	<input type="text" value="Seleziona un pacchetto"/>
Destinazione	<input type="text" value="Tutte le destinazioni"/>
Paese	<input type="text" value="Seleziona prima la destin"/>
porto di scalo	<input type="text" value="Seleziona prima il paese"/>
Nave	<input type="text" value="Tutte le navi"/>
Tariffa applicata	<input type="text" value="Tutte le tariffe"/>
Prezzo[^]	<input type="text" value="Qualsiasi prezzo"/>
Porto di partenza	<input type="text" value="Tutti i porti di partenza"/>
Crociere Speciali	<input type="text" value="Crociere speciali"/>
Numero giorni	<input type="text" value="Tutte le durate"/>
	<input type="button" value="Cerca"/>

Figura 34: Ricerca avanzata

Oltre a questo tipo di ricerca, sarebbe utile fornire all'utente una semplice casella di testo in cui inserire delle parole chiave – permetterebbe di digitare "Caraibi" e ottenere così l'elenco delle crociere che partono o hanno come tappa la località indicata.

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

Una volta effettuata la ricerca, vengono presentati i risultati come in Figura 35.

Risultati della ricerca

Di seguito una lista delle crociere Costa che soddisfano la tua richiesta.

Se sei un socio CostaClub, puoi visualizzare il prezzo a te riservato solo dopo l'inserimento della tua username e password.

(*) I prezzi riportati rappresentano il costo della sola crociera (**tasse portuali comprese**). Sono escluse le assicurazioni e le quote di servizio*. I prezzi sono per persona in cabina doppia, per residenti in Italia e San Marino.

Nei casi in cui viene specificato "Prezzo volo + crociera" i prezzi si intendono comprensivi di volo di trasferimento da Milano Malpensa per il porto d'imbarco.

*Quote di servizio per partenze fino al 30/11/2006 [clicca qui](#)


*Quote di servizio per partenze dal 01/12/2006 [clicca qui](#)

Confronta itinerari (massimo 3)
Ordinamento per

Tariffa applicata
 Numero giorni
 Prezzo^
 Nave

Abbiamo trovato **3** risultato(i) **1 - 3**

CROCIERE A TARIFFA SPECIALE



Oceano Caraibi a partire da € **1.604,00** risparmi il **19 %**


Nave **Costa Atlantica** Tariffa applicata: **Miglior prezzo del momento**

Porto di partenza **Guadalupa**

Data partenza nave **14** **Prezzo volo + crociera**

Mese **aprile 2007** **Selezione e confronto**

Numero giorni **16** [Dettagli](#)



Vecchio e Nuovo Mondo a partire da € **1.744,00** risparmi il **18 %**

Nave **Costa Mediterranea** Tariffa applicata: **Miglior prezzo del momento**


Porto di partenza **Ft. Lauderdale**

Data partenza nave **15** **Prezzo volo + crociera**

Mese **aprile 2007** **Selezione e confronto**

Numero giorni **17** [Dettagli](#)

CROCIERE



I gioielli dell'Oriente a partire da € **2.234,00** risparmi il **11 %**

Nave **Costa Classica**

Porto di partenza **Dubai**

Data partenza nave **14** **Prezzo volo + crociera**

Mese **aprile 2007** **Selezione e confronto**

Numero giorni **16** [Dettagli](#)

Confronta itinerari (massimo 3)
Ordinamento per

Tariffa applicata
 Numero giorni
 Prezzo^
 Nave

Abbiamo trovato **3** risultato(i) **1 - 3**

Figura 35: Risultati della ricerca

I risultati della ricerca sono pertinenti e presentati in modo chiaro. È buona la ripetizione a inizio e fine pagina delle sezioni per cambiare l'ordinamento e del numero dei risultati trovati. Buona anche la rappresentazione delle crociere a tariffa speciale: vengono mostrate all'inizio dei risultati e hanno lo sfondo diverso per distinguerle da quelle a prezzo pieno.

Se la ricerca restituisce più di 20 risultati, questi vengono mostrati su più pagine. Sarebbe stato meglio diminuire il numero di risultati per pagina a 10, per evitare all'utente di fare troppi scroll.

41

Comunicazione

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

In Figura 37, viene presentata la pagina dei contatti.

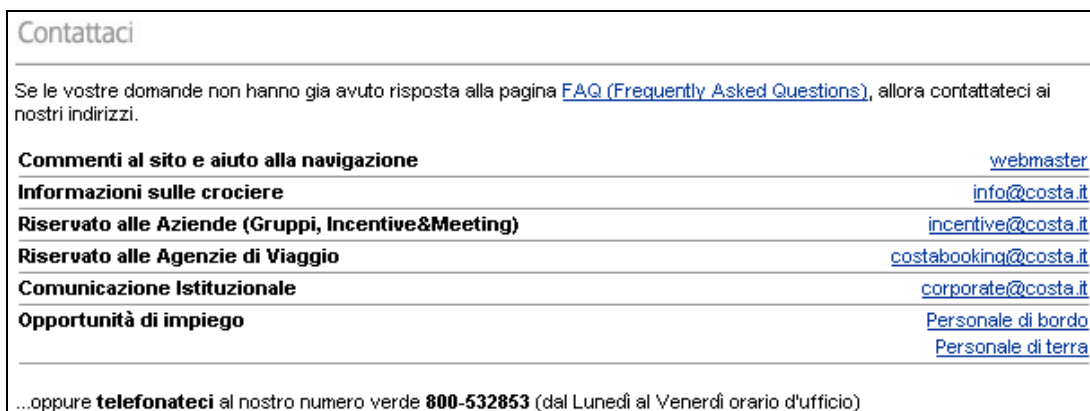


Figura 36: Pagina dei contatti
(<http://www.costacrociere.it/B2C/Support/contact/contact.htm>).

Il sito permette all'utente di comunicare sia con la divisione commerciale che con quella tecnica. Non viene utilizzato un form per i contatti, ma degli indirizzi e-mail ed un numero verde, che costituiscono comunque delle buone modalità di comunicazione.

Correttezza

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

La procedura di registrazione non ha funzionato per due giorni consecutivi: una volta fatto il submit del form completato, il browser continuava a fare il reload della pagina mostrando l'immagine della Figura 37.



Figura 37: Messaggio di attesa

Effettuando ulteriori tentativi si è venuto a conoscenza che il sistema era in manutenzione:



Figura 38: Errore nella registrazione dell'utente per manutenzione del sistema.

Il messaggio fornito è di semplice comprensione per l'utente, anche se non viene segnalata la durata del disservizio.

Non sono stati rilevati altri tipi di malfunzionamenti.

3.3.3. Sintesi

Punti di forza

1. Buona gestione degli errori (messaggi di errore chiari).
2. Grazie alla presenza di simboli di warning in corrispondenza dei campi errati, il processo di correzione dell'utente è rapido.
3. In caso di errore, il lavoro svolto dagli utenti è sempre preservato.
4. Utilizzo di tecniche che minimizzano gli errori da parte degli utenti (chiara segnalazione della presenza di campi obbligatori ed il formato della data).
5. Buona presentazione dei risultati della ricerca delle crociere.
6. Il sito permette di comunicare sia con la divisione commerciale che con quella tecnica.

Punti di debolezza

1. Non esiste un motore di ricerca interno dove l'utente può cercare informazioni presenti nel sito.
2. La procedura di registrazione dell'utente richiede almeno due click.
3. Il meccanismo di ricerca delle crociere è un po' macchinoso. Potrebbe essere migliorato, ad esempio, rendendo il mese facoltativo ed inserendo un box di ricerca libera.
4. I messaggi di help contestuali nel form di registrazione sono poveri e poco esplicativi.

3.4. Contenuto

3.4.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Categorizzazione/labelling	1,5	1	1,5
Stile	1,5	1	1,5
Informazione	3	1	3
Localizzazione	2	1	2
<i>Media / totale</i>	2	4	2

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

3.4.2. Analisi

Categorizzazione/labelling

L'informazione è raggruppata in modo adeguato agli obiettivi?

La categorizzazione del sito rispecchia le principali attività svolte dai passeggeri che

cercano informazioni per una crociera: è possibile individuare le sezioni riguardanti la partenza, i servizi e i dati della società. Questo corrisponde agli obiettivi del sito, il quale si prefigge lo scopo di presentare le proposte di crociera e i servizi offerti dalla società.

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

Le etichette dei testi presentano alcune ambiguità rispetto ai contenuti. In particolare, la distinzione tra “Informazioni sulla crociera” e “Informazioni generali” non è chiara in quanto in entrambe le sezioni vengono riportate informazioni sulle crociere e, in alcuni casi, vengono duplicate le informazioni reperibili. Un esempio è la presenza, sotto la voce “Informazioni Generali” → “Informazioni utili”, di indicazioni utili per chi si appresta a partire per la sua prima crociera (consigli sull'abbigliamento, sui bagagli, sui documenti necessari ecc), tali informazioni non sono però presenti nella sezione chiamata “Informazioni sulla crociera” → “Prima esperienza di crociera”, sezione in cui tali informazioni sarebbero maggiormente appropriate.

Stile

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

Lo stile adottato dal sito non rispetta i principi della “piramide invertita”. I contenuti sono presentati nella maggior parte dei casi per intero, senza la suddivisione delle informazioni in introduzione e collegamenti per approfondimento.

Lo stile adottato rispecchia maggiormente il formato di brochure on-line, con la presenza di lunghi testi (come già visto in Figura 14), non suddivisi in paragrafi, che obbligano l'utente a scorrere l'intero testo per cercare il paragrafo che tratta l'argomento di suo interesse.

Considerando il tempo medio di permanenza di un visitatore su una pagina, ed il tipo di lettura dei contenuti delle pagine web, è da considerare che le informazioni presentate in tali sezioni verranno difficilmente trovate e lette dagli utenti del sito. Queste pagine rappresentano le sezioni di maggior interesse per gli eventuali clienti (indicazioni generali per le crociere, per i documenti, condizioni contrattuali dei servizi e dei pacchetti turistici); per questo, è necessario porre maggiore attenzione alla presentazione di tali contenuti e alla loro accessibilità.

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

Informazione

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

Le informazioni presenti all'interno del sito sono adeguate per presentare le crociere e per fornire ai visitatori informazioni utili. È da notare la presenza di indicazioni utili per chi non ha mai partecipato ad una crociera; questo rende il sito particolarmente attento alle esigenze e agli interrogativi dei clienti alle prime armi.

In definitiva le informazioni, benché mal organizzate, sono complete e precise. L'aggiornamento è costante; vengono, infatti, presentate le ultime offerte di crociere con relativi sconti e promozioni.

Localizzazione

Le traduzioni sono accurate e corrette?

Tutti i contenuti che richiedono localizzazione sono trattati correttamente?

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

Le traduzioni dei testi nelle pagine web sono in generalmente accurate e corrette. Non viene data la possibilità di cambiare la traduzione delle pagine poiché il sito si rivolge principalmente ad un pubblico italiano, come dimostra il nome del sito stesso: [http://www.costacrociere.it/](http://www.costacrociere.it). Per ottenere gli indirizzi degli altri portali dell'azienda, in lingue differenti, è possibile scegliere il collegamento, presente in home page, chiamato "Other Costa Websites". La pagina che viene presentata al visitatore, completamente in lingua inglese, contiene l'elenco dei siti del gruppo Costa Crociere localizzati per i vari paesi europei e mondiali. Sarebbe opportuno che tali testi restino nella lingua originale del sito per non dare un senso di smarrimento al visitatore.

Un secondo (a nostro avviso grave) problema di localizzazione è stato riscontrato nella sezione chiamata Webcam. Qui è possibile, dopo aver scelto una nave, visualizzare i dati misurati dagli strumenti di bordo, oltre a conoscere il suo posizionamento geografico, il percorso che sta seguendo e vedere immagini della nave, riprese da alcune videocamere installate a prua e a poppa. Questa funzionalità, peraltro non offerta da altri siti concorrenti di Costa Crociere, potrebbe interessare molto eventuali clienti o futuri passeggeri; sfortunatamente, l'intera sezione è in lingua inglese, nonostante ci si trovi nel sito italiano dell'azienda. Al visitatore non viene nemmeno segnalato che la sezione che sta visitando è disponibile solo in lingua inglese, come è possibile vedere in Figura 39.

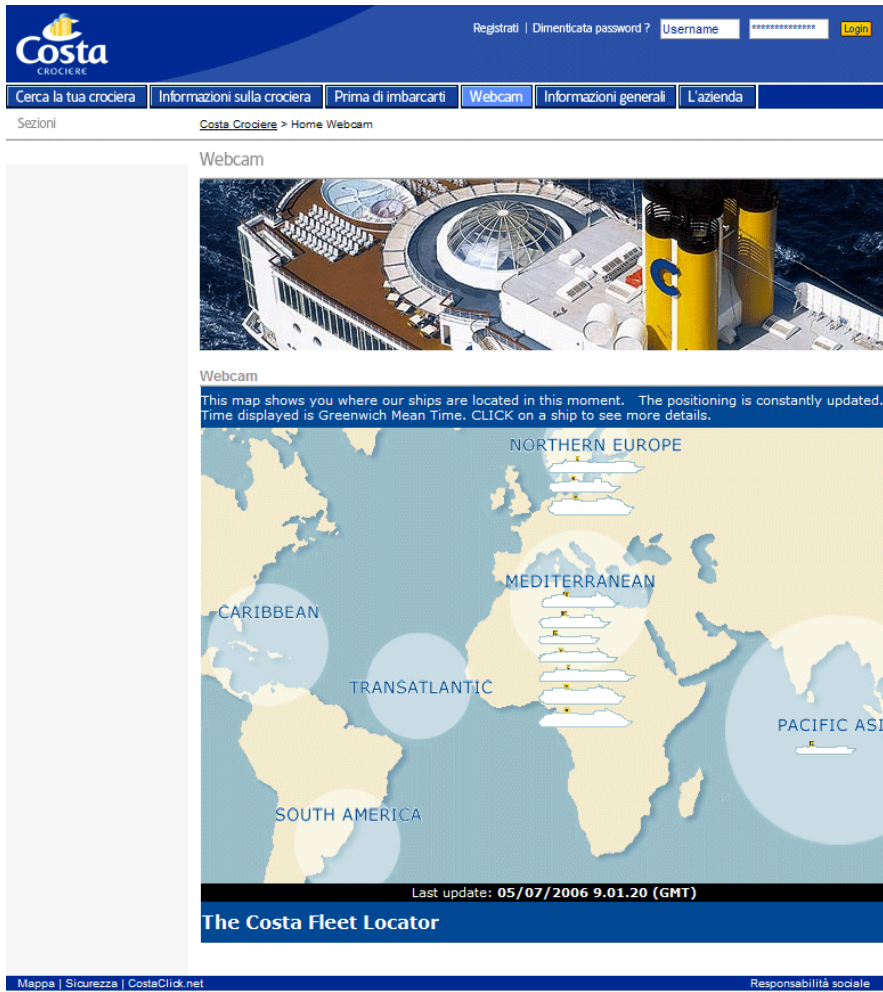


Figura 39: Pagina relativa alla sezione "Webcam".

Un altro problema di localizzazione è stato riscontrato ogni volta che viene effettuata con successo l'operazione di autenticazione dell'utente registrato. Tale problema consiste nella visualizzazione di testo in inglese e prezzi in dollari nel banner in Flash in alto alla pagina web (Figura 40).



Figura 40: Problema di localizzazione nel banner in Flash

3.4.3. Sintesi

Punti di forza

1. Informazioni precise e affidabili.
2. Indicazioni utili anche per i clienti che non hanno mai partecipato ad una crociera.

Punti di debolezza

1. Rilevati gravi problemi di localizzazione nella sezione Webcam del sito.
2. Rilevati banner in lingua non italiana a seguito del login dell'utente.

3.5. Gestione

3.5.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Disponibilità	2	1	2
Monitoraggio	2	1	2
Aggiornamento	3,5	1	3,5
Relazioni con gli utenti	4	1	4
Media / totale	2,9	4	2,9

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

3.5.2. Analisi

Disponibilità

La disponibilità del servizio è adeguata?

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

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

Nel periodo di analisi, il sito è risultato, di norma, reperibile. Tuttavia, si sono registrati due casi di indisponibilità.

Nel primo, il più grave, il servizio è completamente mancato per alcune decine di minuti, a causa di un'eccezione del server. Accedendo al sito, veniva visualizzata la schermata della Figura 41.

Come si può notare dalla figura, veniva mostrato un messaggio tecnico, del tutto incomprensibile all'utente medio.

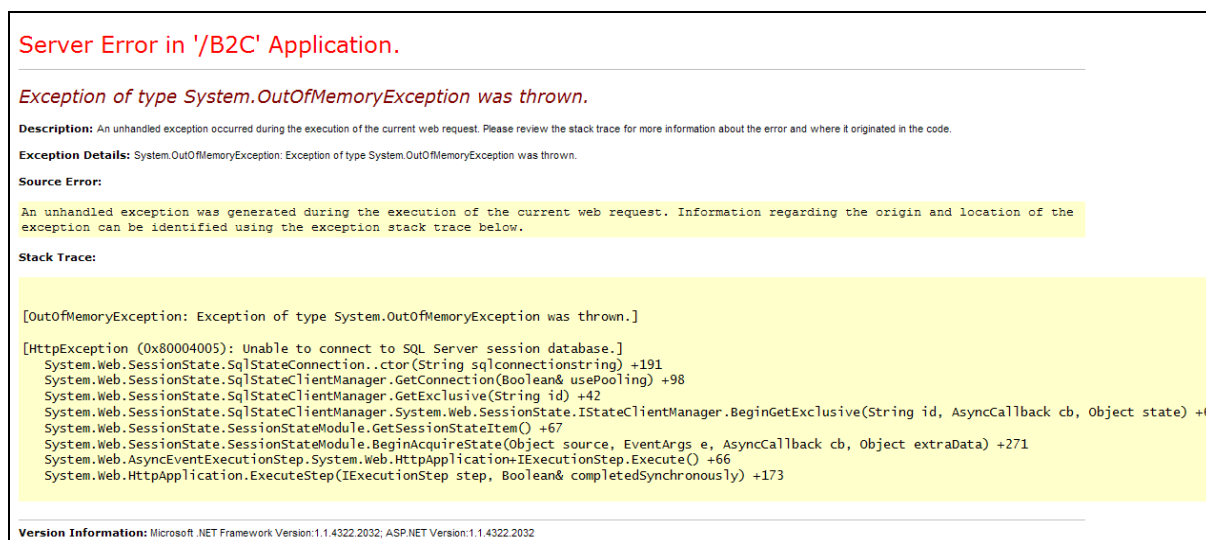


Figura 41: La schermata dell'eccezione.

Il secondo caso di indisponibilità riguarda solamente alcune funzioni del sito, quale la mancata registrazione dell'utente, di cui si è già parlato precedentemente nella sezione Funzionalità (Figura 38). In questo caso, comunque, è stata fornita una chiara spiegazione.

Purtroppo, NetCraft non fornisce le statistiche sull'uptime del servizio alla pagina <http://uptime.netcraft.com/up/graph?site=www.costacrociere.it>.

Monitoraggio

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

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

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

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

Tuttavia, nella pagina dei contatti (già mostrata precedentemente nella Figura 36), è segnalato l'indirizzo e-mail del webmaster, affinché gli utenti possano, tra l'altro, fornire commenti al sito.

Aggiornamento

Il sito presenta adeguati indizi di recenti aggiornamenti?

Il sito risulta aggiornato recentemente, essendo presenti i dati delle crociere di luglio. Inoltre, nell'area dedicata ai comunicati stampa, figurano documenti inseriti nell'ultima settimana; l'ultimo è del 30/06/06 (<http://www.costacrociere.it/B2C/I/Press/PressViewer.htm>).

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

Ci sono pagine "in costruzione"?

Non sono state trovate pagine "in costruzione".

Il numero degli eventuali link spezzati è accettabile?

Abbiamo utilizzato KlinkStatus (<http://klinkstatus.kdewebdev.org/>) per verificare la presenza di link spezzati: su 151 collegamenti (tutti interni al dominio) solo 2 non erano validi (link ad immagini, non a pagine).

Relazioni con gli utenti

***Le richieste degli utenti (ad esempio via e-mail) ricevono risposte tempestive?
Le risposte sono pertinenti, adeguate, cortesi e personalizzate?***

Il sito prevede la possibilità di mandare e-mail per richiedere informazioni di varia natura.

Abbiamo provato a mandare alcune e-mail per la richiesta di informazioni sul regolamento di Costa Crociere a bordo delle navi. Non ci sono state spedite risposte automatiche in seguito alle nostre richieste, ma la risposta del personale del servizio clienti di Costa Crociere è stata tempestiva (entro il giorno lavorativo successivo alla richiesta).

Inoltre, sono state fornite delle risposte pertinenti, adeguate, cortesi e personalizzate ai quesiti da noi posti.

3.5.3. Sintesi

Punti di forza

- ◆ Sito aggiornato, completo in tutte le sue parti e senza errori 404.
- ◆ Il personale provvede a rispondere alle e-mail degli utenti entro il giorno lavorativo successivo alla richiesta, in modo adeguato, cortese e personalizzato.

Punti di debolezza

- ◆ Mancata disponibilità del servizio per alcuni minuti.
- ◆ In caso di completa indisponibilità del servizio, vengono mostrati all'utente spiegazioni tecniche, del tutto incomprensibili all'utente medio.

3.6. Accessibilità

3.6.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Tempi di accesso	2	1	2
Reperibilità	1,8	1	1,8
Indipendenza dal browser	0	1	0
Accessibilità per i disabili	0	0,25	0
<i>Media</i>	0,95	3,25	1,2

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

3.6.2. Analisi

Tempi d'accesso

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

Per valutare la dimensione delle pagine ed il relativo tempo d'accesso, è stato utilizzato il tool online Dr. Watson, disponibile all'indirizzo <http://watson.addy.com/>.

La Tabella 3 mostra i risultati del test sull'home page del sito.

<i>Tipo di oggetto</i>	<i>Numero</i>	<i>Dimensione (byte)</i>	<i>Tempo di download stimato (secondi)</i>					
			<i>14.4</i>	<i>28.8</i>	<i>33.6</i>	<i>56K</i>	<i>128K</i>	<i>T1</i>
HTML	1	88907	64.85	35.56	29.64	25.40	11.11	4.45
Immagini	64	101897	74.32	40.76	33.97	29.11	12.74	5.09
Totale	65	190804	139.17	76.32	63.60	54.52	23.85	9.54

Tabella 3: Tempo di download stimato dell'home page.

Come si può notare dai dati riportati in tabella, l'home page ha una dimensione di circa 190 Kbyte; più della metà proviene dalle 64 immagini, soprattutto file di grafica. Con un modem a 56K, l'utente impiega quasi un minuto a scaricare per intero la pagina. Non sempre l'utente è disposto ad aspettare fino ad un minuto solo per visualizzare l'home page di un sito; la sua dimensione dovrebbe essere ridotta, affinché gli utenti con un modem a 56K possano visualizzarla per intero entro poche decine di secondi (il tempo di download ottimale sarebbe entro 10-15 secondi).

Sono stati eseguiti dei test con Dr. Watson anche su pagine interne del sito. Ad esempio, la Tabella 4 mostra i risultati del test eseguito sulla pagina *Prima esperienza di crociera*.

<i>Tipo di oggetto</i>	<i>Numero</i>	<i>Dimensione (byte)</i>	<i>Tempo di download stimato (secondi)</i>					
			<i>14.4</i>	<i>28.8</i>	<i>33.6</i>	<i>56K</i>	<i>128K</i>	<i>T1</i>
HTML	1	71427	52.10	28.57	23.81	20.41	8.93	3.57
Immagini	52	77781	56.73	31.11	25.93	22.22	9.72	3.89
Totale	53	149208	108.83	59.68	49.74	42.63	18.65	7.46

Tabella 4: Tempo di download stimato della pagina *Prima esperienza di crociera*, presente all'indirizzo <http://www.costacrociere.it/B2C/I/AboutCruising/new/NewCruiser.htm>.

La pagina occupa in totale circa 145 Kbyte, distribuiti in HTML e immagini quasi in uguale misura. Il tempo di download stimato da Dr. Watson con un modem a 56K è di 43 secondi.

Infine, è stato eseguito il test sulla pagina più lunga del sito, la pagina *Informazioni utili*, riportata in Figura 14.

Tipo di oggetto	Numero	Dimensione (byte)	Tempo di download stimato (secondi)					
			14.4	28.8	33.6	56K	128K	T1
HTML	1	109104	79.58	43.64	36.37	31.17	13.64	5.46
Immagini	25	9035	6.59	3.61	3.01	2.58	1.13	0.45
Totale	26	118139	86.17	47.26	39.38	33.75	14.77	5.91

Tabella 5: Tempo di download stimato della pagina *Informazioni utili*, presente all'indirizzo <http://www.costacrociere.it/B2C/I/Support/general/GeneralInfo.htm>.

Osservando la Tabella 5, si nota che la pagina ha una dimensione di circa 115 Kbyte. In questo caso, il peso delle immagini è poco significativo rispetto al totale, dal momento che la pagina non contiene nessuna fotografia, solo file di grafica; più del 90% della dimensione proviene dai lunghi testi presenti nella pagina. Il tempo di download stimato con un modem a 56K è di 34 secondi.

Si auspica un alleggerimento anche delle pagine interne al sito. A tal fine, si consiglia non solo di effettuare la riduzione dei testi, spesso troppo lunghi (soprattutto in *Informazioni utili*) e inadatti al web, e della dimensione delle fotografie, ma anche di eliminare il codice commentato presente nell'HTML, che costituisce un inutile peso per l'utente, e di ottimizzare il codice Javascript.

I tempi d'accesso sono sempre accettabili?

Per calcolare i tempi di accesso è stato utilizzato il software VisualRoute, scaricabile all'indirizzo <http://www.visualroute.com/> in versione trial.

Il test è stato eseguito da casa, dove si dispone di un accesso a internet con banda larga. Alle 9.34 di mattina del 30/06, ha prodotto come risultato il report di Figura 42.

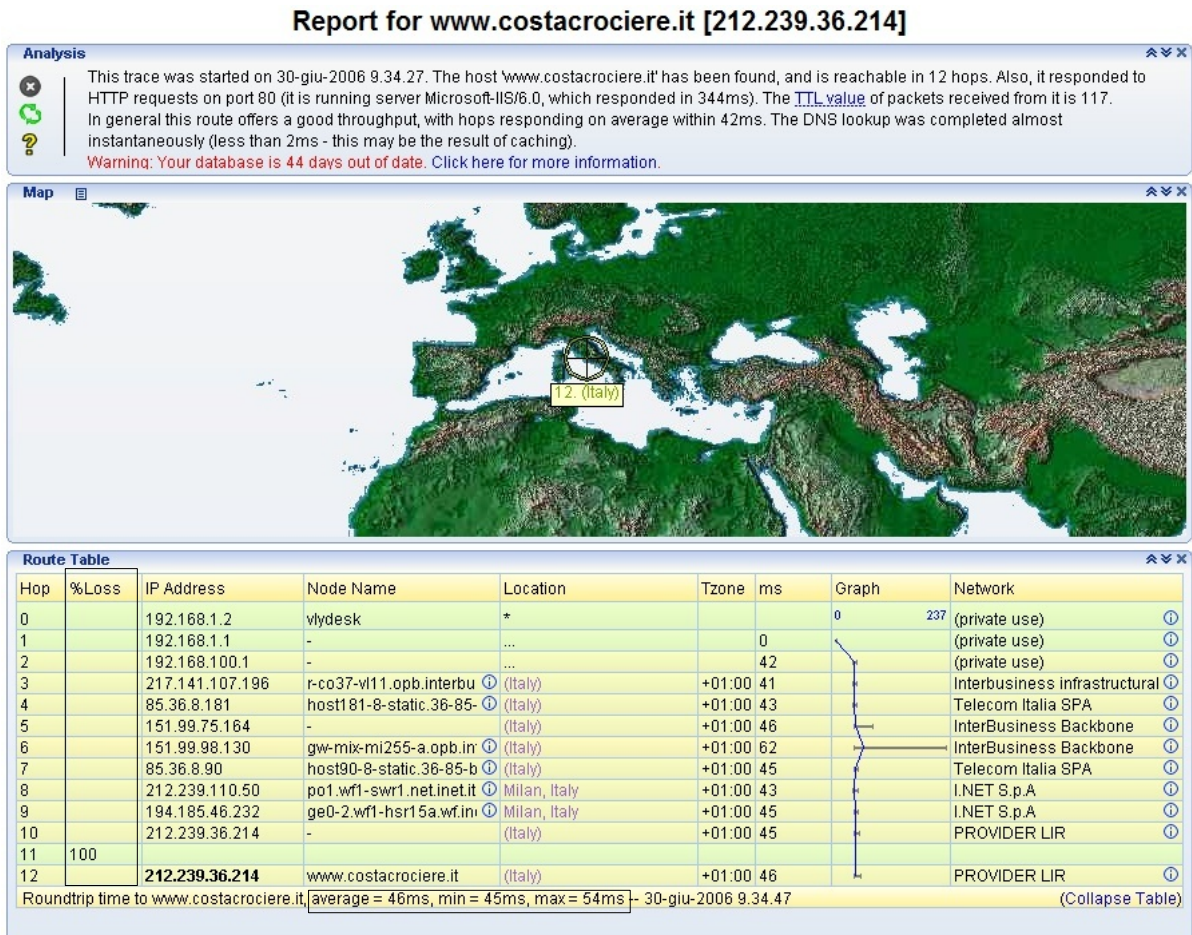


Figura 42: Il report del test VisualRoute, eseguito di mattina.

Dal report, si evince che il server del sito di Costa Crociere è dislocato in Italia e che il percorso che i pacchetti fanno per raggiungerlo è costituito da 12 hop.

Il tempo di roundtrip (RTT) è mediamente di 46 ms, con un picco di 54 ms; si tratta di un buon tempo, che deriva anche dal fatto che il server si trova nel nostro territorio nazionale.

Nella colonna relativa alla percentuale di pacchetti persi, si nota che la totalità dei pacchetti viene persa nell'undicesimo hop. Tale percentuale è sempre riscontrabile, a prescindere dal giorno e dall'ora in cui viene effettuata la misura; si è ipotizzata, pertanto, la presenza di un firewall o di un server NAT, cioè di un sistema che non risponda al traffico generato da VisualRoute per il test (pacchetti PING e TRACERT).

Abbiamo verificato le nostre ipotesi effettuando delle prove con PING e TRACERT, per poter stabilire con certezza che la colonna "Loss" del report di VisualRoute non è significativa per le nostre statistiche.

La Figura 43 mostra i risultati di PING, eseguito verso le 9.45 di mattina.

```
C:\Documents and Settings\Valeria>ping www.costacrociere.it -n 10

Esecuzione di Ping www.costacrociere.it [212.239.36.214] con 32 byte di dati:

Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=46ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=45ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=54ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=47ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=47ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=46ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=47ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=49ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=45ms TTL=117
Risposta da 212.239.36.214: byte=32 durata=50ms TTL=117

Statistiche Ping per 212.239.36.214:
    Pacchetti: Trasmessi = 10, Ricevuti = 10, Persi = 0 (0% persi),
    Tempo approssimativo percorsi andata/ritorno in millisecondi:
        Minimo = 45ms, Massimo = 54ms, Medio = 47ms
```

Figura 43: Risultati di PING, eseguito di mattina.

Come si può notare dalla figura, i tempi di roundtrip calcolati da VisualRoute e PING sono simili.

I risultati forniti da PING ci hanno dato una conferma alle nostre ipotesi: PING, infatti, stima che nessun pacchetto è stato perso durante la prova. Ciò significa che è solo il traffico generato da VisualRoute ad essere bloccato, mentre non sono state chiuse le porte del server al traffico ICMP.

Per un'ulteriore conferma, è stato eseguito anche TRACERT (Figura 44).

```
C:\Documents and Settings\Valeria>tracert www.costacrociere.it

Rilevazione instradamento verso www.costacrociere.it [212.239.36.214]
su un massimo di 30 punti di passaggio:

  1    3 ms    <1 ms    <1 ms    192.168.1.1
  2   45 ms   45 ms   44 ms   192.168.100.1
  3   45 ms   45 ms   45 ms   r-co37-v\11.opb.interbusiness.it [217.141.107.19
6]
  4   45 ms   46 ms   47 ms   host181-8-static.36-85-b.business.telecomitalia.
it [85.36.8.181]
  5   47 ms   46 ms   47 ms   151.99.75.164
  6   48 ms   47 ms   46 ms   gw-mix-mi255-a.opb.interbusiness.it [151.99.98.1
30]
  7   48 ms   47 ms   46 ms   host90-8-static.36-85-b.business.telecomitalia.i
t [85.36.8.90]
  8   47 ms   48 ms   46 ms   po1.wf1-swr1.net.inet.it [212.239.110.50]
  9   48 ms   49 ms   49 ms   ge0-2.wf1-hsr15a.wf.inet.it [194.185.46.232]
 10   52 ms   47 ms   48 ms   212.239.36.214
 11    *      *      *      Richiesta scaduta.
 12   52 ms   49 ms   48 ms   212.239.36.214

Rilevazione completata.
```

Figura 44: Risultati di TRACERT.

I risultati mostrano che, esattamente al nodo 11, corrisponde "Richiesta scaduta". Ciò significa che, tra i pacchetti spediti a quel nodo da VisualRoute per il test, è proprio il traffico di test generato da TRACERT ad essere bloccato.

Una volta stabilito che VisualRoute non mostra risultati attendibili per quanto riguarda la percentuale di perdita dei pacchetti (a causa dello sbarramento subito dai pacchetti TRACERT), si è deciso di eseguire PING più volte nell'arco della giornata. Non sono mai stati rilevati pacchetti persi; ciò indica che la qualità del collegamento tra l'abitazione ed il server di Costa Crociere è buono ed il server non è sovraccarico.

Infine, è stato realizzato un grafico che mostra la variazione del tempo di roundtrip durante l'arco della giornata (Figura 45).

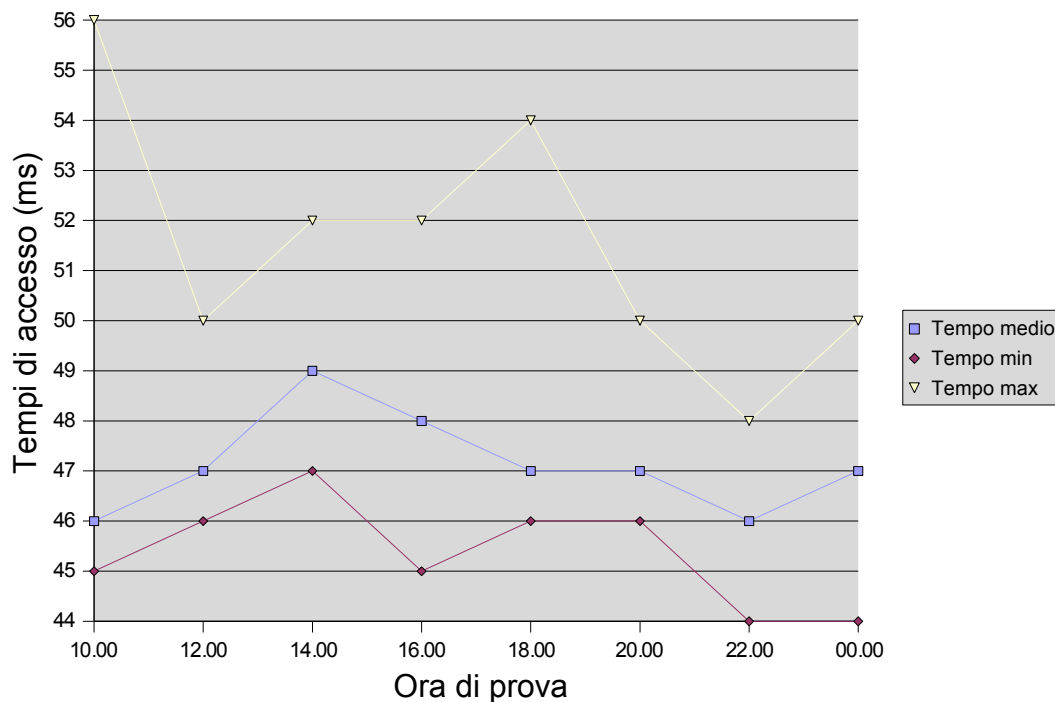


Figura 45: Tempi di accesso al sito in funzione dell'ora di prova, calcolati il 30/06/06.

Come si può notare dal grafico, i tempi di accesso rimangono pressoché costanti durante tutto l'arco della giornata. Il tempo di accesso medio oscilla tra 46 e 49 ms.

Reperibilità

Il nome del sito si ricorda facilmente?

Data la grande popolarità dell'azienda, il nome di dominio "costacrociere" si ricorda facilmente. Tuttavia, gli indirizzi www.costacrociere.it e www.costacrociere.com portano a siti differenti, sebbene siano entrambi appartenenti al Gruppo Costa Crociere. Il primo è il sito espressamente rivolto al consumatore, ricco di informazioni commerciali, mentre il secondo è un sito di carattere più generale, una sorta di vetrina che, secondo gli intenti, serve a indirizzare l'utente verso la tipologia di sito a cui è interessato (B2B, B2C, ecc.).



Figura 46: Home page del sito www.costacrociere.com

Dalla Figura 46, si può notare che il sito www.costacrociere.com ha una grafica completamente diversa dal sito esaminato; ciò aiuta l'utente a distinguere l'uno dall'altro.

Navigando sul sito www.costacrociere.com sono stati riscontrati alcuni inconvenienti. Vi sono, innanzitutto, molti link spezzati nella home page. Le pagine a cui l'utente dovrebbe accedere cliccando su tali link, invece di visualizzare un messaggio di errore HTTP 404, dovrebbero essere pagine informative sulle offerte o promozioni segnalate nei riquadri in home page (che probabilmente sono ancora in costruzione). Sarebbero, dunque, pagine a cui potrebbe essere interessato il consumatore tipico che abbia digitato (erroneamente) "www.costacrociere.com" nella barra degli indirizzi del browser, invece di "www.costacrociere.it". La presenza di link spezzati costituisce un grave ostacolo alla sua ricerca di informazioni.

Inoltre, non è assolutamente comprensibile il modo in cui l'utente può raggiungere il sito B2C a partire dall'home page di www.costacrociere.com. Non solo non vi è nessun link diretto, ma l'utente ci arriva "per caso". Infatti si viene ricondotti al sito www.costacrociere.it se si clicca sul link "L'azienda" in alto nella home page, o su alcuni link in pagine interne (ad esempio, cliccando sul link "La nuova nave Costa Concordia" nella pagina "Le nostre navi"), oppure selezionando "Cambia lingua e paese" in alto nella home page e scegliendo "Italy".

Si può, dunque, dire che i siti www.costacrociere.com e www.costacrociere.it appaiono

scollegati tra loro e ciò potrebbe costituire un problema per l'utente.

Effettuando delle ulteriori prove con nomi di dominio simili, si è scoperto che l'indirizzo www.costa.it conduce al sito www.costacrociere.it. Invece, il sito www.costa.com porta l'utente ad un sito non correlato (così come costa.com). costacrociere.com è un alias di www.costacrociere.com, mentre costacrociere.it non è un nome di dominio esistente.

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

Sono state eseguite ricerche sui seguenti motori: Google, Yahoo, MSN Search.

Di seguito, vengono riportati i risultati, mostrando per ogni motore di ricerca la posizione del sito www.costacrociere.it (o del suo alias www.costa.it) nella pagina dei risultati, utilizzando diverse parole chiave.

<i>Chiavi di ricerca</i>	<i>Google</i>	<i>Yahoo</i>	<i>MSN Search</i>
costa crociere	1	1	1
crociere costa	1	1	3
costa	1	1	2
costa crociera	3	4	1
crociera costa	1	8	1
crociera caraibi	20	42	1
crociera mediterraneo	55	non compare tra i primi 100 risultati	53
crociera norvegia	62	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati
crociera transatlantica	8	non compare tra i primi 100 risultati	4
crociera escursione	6	non compare tra i primi 100 risultati	18
vacanza caraibi nave	3	21	73
viaggio nozze sposi	10	non compare tra i primi 100 risultati	91
viaggio nozze	35	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati
viaggio nozze caraibi	19	non compare tra i primi 100 risultati	4

<i>Chiavi di ricerca</i>	<i>Google</i>	<i>Yahoo</i>	<i>MSN Search</i>
vacanza famiglia nave	20	12	3
vacanza famiglia caraibi	5	18	1
caraibi vacanza famiglia	9	25	1
vacanza divertimento nave	6	non compare tra i primi 100 risultati	5
viaggio coppie mare	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati
vacanza coppie escursione	93	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati
vacanza famiglia rilassante	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati	non compare tra i primi 100 risultati

Tabella 6: Posizione del sito nella pagina dei risultati dei tre motori di ricerca più utilizzati.

Esaminando gli esiti delle ricerche riportati nella Tabella 6, si può dedurre che il sito compare nelle prime posizioni del ranking di tutti i motori nei casi in cui tra le chiavi di ricerca sia presente la parola "costa"; in questi casi, il sito compare sempre nella prima pagina dei risultati, al più all'ottava posizione. Tale parola caratterizza così fortemente l'azienda che i motori di ricerca reperiscono il sito entro le prime due posizioni anche se essa è l'unica chiave.

Specificando nei motori di ricerca il nome completo dell'azienda, "costa crociere", il sito compare in prima posizione in tutti e tre i casi. In Google, il sito figura per primo anche tra i siti sponsorizzati, tramite il suo alias www.costa.it (Figura 47).

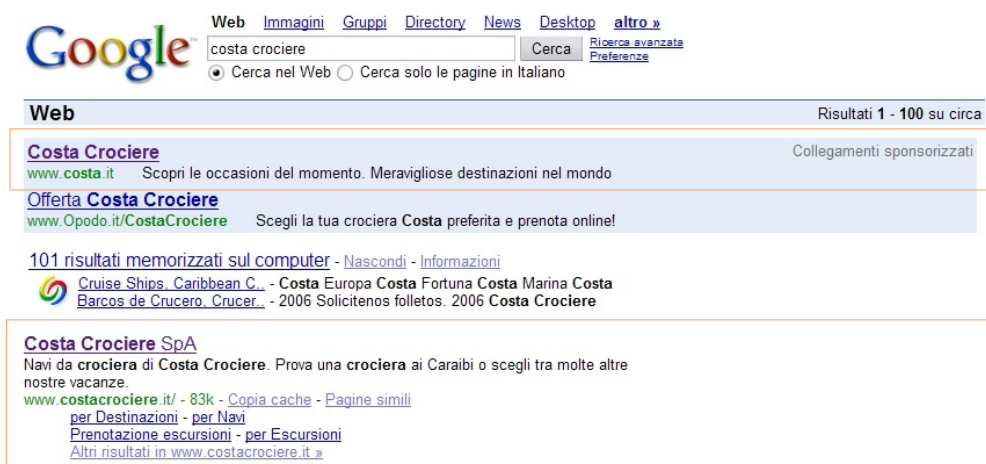


Figura 47: Una parte della pagina dei risultati di Google, con la query "costa crociere".

Invece, utilizzando chiavi di ricerca più generiche, il sito non compare sempre nelle prime pagine di risultati; in alcuni casi, non è presente addirittura tra le prime cento posizioni.

Osservando la tabella, si nota anche che, specificando tra le parole chiave le destinazioni delle crociere, quelle che indentificano maggiormente il sito di Costa Crociere sono i Caraibi e le località transatlantiche.

È degno di nota anche il fatto che, generalmente, i risultati forniti dai motori variano a seconda dell'ordine delle parole chiave nella ricerca; ad esempio, la ricerca con la chiave "costa crociera" dà un esito differente rispetto a "crociera costa".

Inoltre, dai dati nella tabella si evince che i tre motori di ricerca forniscono risultati molto diversi tra loro; ad esempio, usando le parole "vacanza caraibi nave", il sito compare in Google nella prima pagina di risultati, in Yahoo nella terza, in MSN Search nell'ottava. Yahoo è il motore di ricerca dove il sito compare meno frequentemente tra le prime posizioni.

In conclusione, si auspicano interventi che migliorino la visibilità del sito nei motori di ricerca (soprattutto in Yahoo), affinché esso compaia tra le prime due pagine di risultati anche utilizzando termini di ricerca generici.

Il sito è adeguatamente referenziato dagli altri siti?

La Tabella 7 mostra, nei tre motori di ricerca, il numero di siti che contengono dei link a www.costacrociere.it e ad altri due siti analoghi (MSC Crociere e Carnival Crociere).

	www.costacrociere.it	www.msccrociere.it	www.carnival.com
Google	1360	9	1310
Yahoo	968	189	40600
MSN Search	1639	570	45947
Totale	3967	768	87857

Tabella 7: Popolarità del sito www.costacrociere.it e di altri due siti analoghi presso i tre motori di ricerca più utilizzati.

Limitando l'analisi ai tre motori di ricerca più utilizzati e considerando il numero di referenze totali sul Web, si nota che il sito di Costa Crociere ha quasi 4000 referenze, che costituiscono un ordine di grandezza in più rispetto a MSC Crociere, ma anche un ordine di grandezza in meno rispetto a Carnival Crociere. Tuttavia, occorre evidenziare che www.carnival.com è un sito in inglese; pertanto, si può ipotizzare che esso possieda molte più referenze in altri siti anche per questo motivo.

Analizzando, invece, i riferimenti rilevati dai singoli motori di ricerca, è di rilievo il fatto che, in Google, www.costacrociere.it è più popolare di www.carnival.com (anche se lo scarto è di poche unità), mentre, in Yahoo e MSN Search, il secondo possiede molti più riferimenti (lo scarto varia grossomodo tra 40.000 e 45.000 unità);

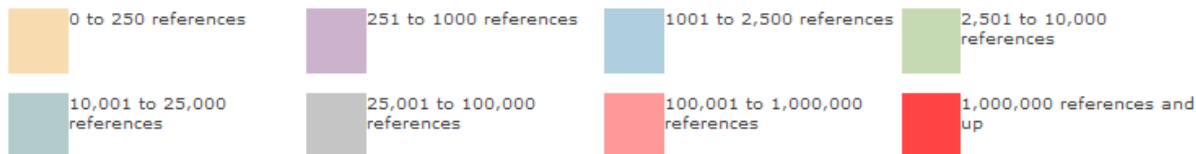
I dati della Tabella 7 sono stati ricavati dal report di stima della popolarità dei siti offerto dal servizio gratuito online <http://www.widexl.com/remote/link-popularity/> (Figura 48).

Report ID# 347153 Search Time# 2 seconds.

www.costacrociere.it Google/AOL 1360, Yahoo 968, AllTheWeb 896, AltaVista 950, MSN 1639 links.

www.msccrociere.it Google/AOL 9, Yahoo 189, AllTheWeb 172, AltaVista 192, MSN 570 links.

www.carnival.com Google/AOL 1310, Yahoo 40600, AllTheWeb 34900, AltaVista 35700, MSN 45947 links.



Total links for www.costacrociere.it are 5813 - Alexa traffic rank - Wayback machine [go way back](#)

Total links for www.msccrociere.it are 1132 - Alexa traffic rank - Wayback machine [go way back](#)

Total links for www.carnival.com are 158457 - Alexa traffic rank - Wayback machine [go way back](#)

URL	Total	Google	Yahoo!	AllTheWeb	AltaVista	MSN
www.rusticdrawings.com	32	0	10	9	10	3
www.okey.com	94	0	30	21	30	13
www.poor.com	154	18	41	39	41	15
www.popular.com	934	126	291	185	289	43
www.msccrociere.it	1132	9	189	172	192	570
www.fun.com	1327	0	486	235	484	122
www.update.com	5770	84	1200	1170	1200	2116
www.costacrociere.it	5813	1360	968	896	950	1639
www.popreport.com	5838	44	1550	1520	1550	1174
www.widexl.com	6660	177	1810	963	1820	1890
www.hostinglogia.com	8426	23	2420	2420	2420	1143
www.softhome.net	9891	141	2780	2140	2780	2050
www.golber.com	20095	98	5920	5870	5920	2287
www.horror.com	35658	850	10300	9020	10300	5188
www.electroniccottage.com	44081	254	9850	9560	9930	14487
www.artquest.com	49343	335	11300	10700	11300	15708
www.micex.com	88459	690	26400	26100	26400	8869
www.bnn.nl	95746	491	27700	26100	27600	13855
www.jobpilot.de	99309	3400	26100	26100	26000	17709
www.hosting.com	107585	5540	35400	6110	35500	25035
www.carnival.com	158457	1310	40600	34900	35700	45947
www.realestateabc.com	736501	6240	157000	155000	157000	261261
www.hotscripts.com	1289149	14400	382000	359000	382000	151749
www.bmw.com	1391662	1700	472000	379000	472000	66962
www.manchesteronline.co.uk	1861823	5850	609000	601000	609000	36973
www.apache.org	8952043	86100	1450000	1360000	1450000	4605943
www.mysql.com	14582055	181000	3590000	3260000	3590000	3961055
www.microsoft.com	17629736	191000	4800000	4570000	4800000	3268736
www.yahoo.com	74662107	1270000	22700000	21500000	22800000	6392107
www.google.com	236531040	1600000	69100000	64700000	68900000	32231040

Figura 48: Report di popolarità del sito www.costacrociere.it, confrontata con altri siti Web.

La Figura 48 mostra il confronto fra i tre siti esaminati ed altri siti di vario genere, considerando anche i motori di ricerca AltaVista e AllTheWeb. Nella figura si nota che, nella classifica di popolarità dei siti web, sia www.msccrociere.it che www.costacrociere.it occupano una posizione medio-bassa, possedendo fino a 10.000 referenze; al contrario, www.carnival.com occupa una posizione di rilievo, avendo un numero di referenze compreso nell'intervallo tra 100.001 ed un milione.

Nonostante il sito di Costa Crociere non abbia in assoluto un elevato numero di riferimenti in altri siti, occorre evidenziare la presenza di riferimenti in siti autorevoli. Ad esempio, nel portale MSN, all'indirizzo www.msn.it/costa/, vi è una pagina pubblicitaria di Costa Crociere, con la stessa grafica del sito www.costacrociere.it, che riconduce al sito dell'azienda (Figura 49), così come nel portale Virgilio (Figura 50).

msn.it **Costa Crociere** Guida

Vincere una crociera con Costa Concordia...

Prenota subito
Da oggi Costa introduce, accanto alla tariffa di Listino, la nuova tariffa PrenotaSubito grazie alla quale puoi avere prezzi unici e imperdibili, tutto l'anno, per tutte le crociere.

Costa Concordia
Scopri la nuova ammiraglia Costa e partecipa al grande concorso online. Potrai vincere una fantastica crociera a bordo della nuova nave.

Scopri chi è Marina
Metti comodo, guarda il cortometraggio e scopri chi è "Marina da Crociera".

Destinazioni
Abbiamo sempre la risposta giusta alla tua voglia di vacanza! In pochi click ti viene offerto un panorama completo delle destinazioni, delle date di partenza e della nave con cui partire, con una descrizione minuziosa dei percorsi, delle tappe e delle escursioni. Tutto completato dalla presentazione in tempo reale della disponibilità e dei costi relativi alla proposta di viaggio individualizzata.

Costaland
Più divertimento per i piccoli, più relax per i genitori. Scopri il nuovo sito dedicato alla crociera in famiglia. I bambini e i ragazzi potranno giocare, imparare e scoprire tante fantastiche novità e sorprese e i genitori troveranno tutte le informazioni per una splendida crociera in famiglia.

Vuoi lavorare con noi?
Passione per il cliente - risorse umane - lavoro di squadra - innovazione e creatività - risultati finanziari - etica. Ti riconosci nei valori che caratterizzano lo stile Costa? Ti senti portato ad operare in un contesto organizzativo dinamico ed internazionale? Sei un candidato dinamico e brillante? Verifica tutte le opportunità disponibili nell'ambito di una delle Società del Gruppo.

Sogni una crociera a tasso 0?
Richiedi online il tuo finanziamento a zero interessi. Puoi farlo su ogni itinerario e periodo disponibile. Verserai subito un anticipo del 25%. Il restante 75% lo pagherai in 6 rate decorrenti dal tuo rientro dalla vacanza... a te la scelta.

Canali
Amori e Incontri
ANSI Notizie
Aste online
Business
Calcio
Casa
Cinema
Cucina
Glamour Donne
GQ Uomini
Intrattenimento
Lavoro
Money
Motori
Musica
Salute e Benessere
Shopping
Sport
Viaggi

Figura 49: Una parte della pagina pubblicitaria di Costa Crociere nel portale MSN, all'indirizzo www.msn.it/costa/.

Alice **Costa Crociere** TROVA

Cerca in Viaggi | cerca nel Web

Mercoledì 28 Giugno

News - Sport - Economia - Shopping - Community - Adsl - Internet Gratis

Pagine Gialle
Pagine Bianche
Tutto Città

Crociere a cura di Costa Crociere

Prenota subito
Da oggi Costa introduce, accanto alla tariffa di Listino, la nuova tariffa PrenotaSubito grazie alla quale puoi avere prezzi unici e imperdibili, tutto l'anno, per tutte le crociere.

Vernissage
L'evento più atteso dell'anno: la grande anteprima della nuova Ammiraglia Costa Crociere. Una crociera esclusiva e irripetibile.

Leggende d'Islanda
Parti a giugno per una fantastica crociera nel Nord Europa per scoprire in un solo viaggio i paradisi naturali dei fiordi norvegesi.

Finanziamento on-line
Sogni una crociera a tasso zero? Richiedi online il tuo finanziamento a zero interessi. Puoi farlo su ogni itinerario e periodo disponibile. Verserai subito un anticipo del 25%. Il restante 75% lo pagherai in 6 rate decorrenti dal tuo rientro dalla vacanza... a te la scelta.

Destinazioni
Abbiamo sempre la risposta giusta alla tua voglia di vacanza! In pochi click ti viene offerto un panorama completo delle destinazioni, delle date di partenza e della nave con cui partire, con una descrizione minuziosa dei percorsi, delle tappe e delle escursioni. Tutto completato dalla presentazione in tempo reale della disponibilità e dei costi relativi alla proposta di viaggio individualizzata.

Incentive & Meeting
Vuoi organizzare un evento aziendale perfetto, un incentive o un meeting di sicuro successo? Salpa con noi e scopri tutti i vantaggi della formula Business, relaxed di Costa Crociere per un incentive sul mare ricco di sorprese, fantastiche location e divertimento assicurato... tutto in un unico, indimenticabile viaggio.

Vuoi lavorare con noi?
Passione per il cliente - risorse umane - lavoro di squadra - innovazione e creatività - risultati finanziari - etica. Ti riconosci nei valori che caratterizzano lo stile Costa? Ti senti portato ad operare in un contesto organizzativo dinamico ed internazionale? Sei un candidato dinamico e brillante? Verifica tutte le opportunità disponibili nell'ambito di una delle Società del Gruppo.

Webcam
Vivi la crociera e le emozioni del viaggio in diretta: osserva online, in tempo reale, tutte le navi della flotta sul sito www.costacrociere.it. Una mappa mondiale visualizzata sul sito Costa mostra l'esatto posizionamento e la rotta di tutte le navi. Cliccando su ciascuna nave è possibile visualizzare il panorama ripreso dalle webcam installate a prua e a poppa, attive 24 ore su 24.

Virgilio Toolbar - C6 Messenger - Virgilio Screensaver - RSS Reader - Segnala un Sito

Aste Online | Lastminute | Innamorati | Carta Virgilio | Mutui | Trovacchette | Prestiti | Adsl | Internet Gratis

PRIVACY © 1997 - 2006 MATRIX S.P.A. TUTTI I DIRITTI RISERVATI NOTE LEGALI WEBSITE INFO

Costa Crociere
PRENOTA SUBITO
CHI PRIMA PRENOTA MENO SPENDE. FALLO TU PRIMA CHE LO FACCIA QUALCUN ALTRO.

Figura 50: Una pagina pubblicitaria di Costa Crociere nel portale Virgilio, all'indirizzo http://costa.viaggi.virgilio.it/costa/ccow/Virgilio/virgilio.htm?p_mk=c6sb1

Indipendenza dal browser

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

Nella sezione *Informazioni generali* > *FAQ* del sito di Costa Crociere, alla voce *Browser raccomandati* si dice:

« Si raccomanda l'utilizzo di Netscape Navigator 6.0 (o versioni successive), Microsoft Internet Explorer 5.0 (o versioni successive), FireFox 1.0 (o versioni successive). L'uso di versioni antecedenti dei browser, di browser non compatibili, o la disabilitazione di alcune proprietà, come il supporto a Javascript, cookies può ridurre la funzionalità del sito ».

Sono stati eseguiti dei test con tali browser ed è stato riscontrato un problema con Mozilla Firefox 1.5 nella versione per Linux: se, nella home page, si seleziona una voce in una delle combo della sezione "Ricerca veloce", l'utente non può più accedere alle pagine nel sito attraverso il menù di navigazione globale, dal momento che non funzionano più i menù a tendina in Javascript. La Figura 51 mostra il problema: è stato selezionato "gennaio 2007" nella prima combo e, nonostante il cursore del mouse sia sulla voce di menù "Informazioni sulla crociera", che risulta evidenziata in azzurro, non compare il menù a tendina. Con la versione per Windows questo problema non è stato riscontrato.



Figura 51: Una parte della home page visualizzata con Mozilla Firefox 1.5 per Linux

Con Mozilla Firefox, inoltre, è stato riscontrato un grave problema di navigazione con il tasto back del browser. Infatti, se l'utente accede ad una pagina del sito, poi va in home page e nell'area di ricerca veloce seleziona qualche voce nei combo box, il tasto back non funziona più e rimane visualizzata la scritta "Attendere prego". In questo modo, non solo si impedisce all'utente di ritornare alla pagina precedentemente visitata tramite le funzionalità del browser, ma la pagina appare come bloccata (l'utente non può più cliccare sui link). La Figura 52 mostra questo problema.



Figura 52: La pagina appare bloccata, usando Mozilla Firefox.

Sussistono dei problemi anche con il browser Opera. Infatti con la versione 8 di tale browser (sia per Windows che per Linux), è impossibile navigare nel sito, dal momento che il menù di navigazione globale in Javascript non funziona. La Figura 53 mostra come viene visualizzato il menù a tendina al passaggio del mouse sopra i link: al posto del menù, si vede un rettangolo bianco.



Figura 53: Problemi di visualizzazione del menù in Javascript con Opera 8

Con Opera 9, tale problema è stato (quasi) risolto. Infatti, al passaggio del mouse, vengono visualizzati i menù a tendina ed i link alle pagine funzionano correttamente. Vi è tuttavia un problema estetico: il menù risulta bianco in alcune aree (Figura 54).

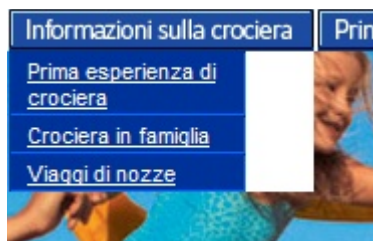


Figura 54: Problemi di visualizzazione del menù in Javascript con Opera 9

Sono state, inoltre, effettuate delle prove con Konqueror 3.5 e Mozilla SeaMonkey 1.0.2, e non hanno evidenziato alcun tipo di problema nella navigazione.

Infine, il sito è stato testato con il browser testuale Lynx. Di seguito, viene riportata una parte della pagina visualizzata:

```
Navi da crociera, Crociere ai Caraibi, Vacanze in Crociera - Costa Crociere (p1 of 4)
[logo_costa.gif] [logo_costa_dx.gif]
[spacer.gif]-Submit [spacer.gif]
[spacer.gif]
[btn_whyregister.gif] [pipe.gif] [btn_forgotpwd.gif] [spacer.gif]
_____ [spacer.gif] [btnlogin.gif]-Submit
[spacer.gif]
[spacer.gif]
Other Costa Websites [spacer.gif]
[spacer.gif]
[spacer.gif]
per Destinazioni
per Navi
per Escursioni
Ricerca avanzata
Prima esperienza di crociera
Crociera in famiglia
Viaggi di nozze
Documenti di viaggio e visti
Assicurazioni
Parcheggi
Prenotazione escursioni
Prenotazione servizi speciali
Ristoranti Club à la carte
Collegamenti aerei
Collegamenti pullman
Informazioni porto
Informazioni utili
Condizioni generali
FAQ
Contattaci
Richiesta catalogo - video
L'azienda
Risorse umane
Costa e la Responsabilità sociale
WWF
Comunicati stampa
Rassegna stampa

[spacer.gif] [titquick_finder.gif] [ico_finder.gif]
[spacer.gif]
[spacer.gif]
[spacer.gif]
[titchoose.gif]
[spacer.gif]
[filetto.gif]
[spacer.gif] [spacer.gif] [spacer.gif]
[spacer.gif]
Usare la freccia destra o <Invio> per attivare il collegamento.
Frece: su/giù per muoversi, destra per il link, sinistra per tornare indietro.
H=aiuto O=opzioni P=stampa G=vai... M=Pagina di avvio Q=fine /=cerca ^H=storia
```

Figura 55: Una schermata della home page del sito visualizzata con il browser testuale Lynx.

Usando questo browser per navigare nel sito, sono emersi molteplici problemi, dovuti principalmente alla mancanza di testi alternativi alle numerose immagini. La Figura 55 mostra una serie di segnaposti delle immagini, che rendono la comprensione della pagina molto difficoltosa.

L'aspetto più grave, secondo noi, è la mancanza di una chiara struttura del menù di navigazione globale: le voci di menù appaiono come un insieme indistinto di link, alcuni dei quali sono poco significativi (es.: "per Destinazioni", "per Navi", "per Escursioni"). Dal momento che non sono stati utilizzati testi alternativi, infatti, il contenuto informativo delle immagini che corrispondono alla categorizzazione delle voci di menù viene completamente annullato, rendendo il sito poco usabile.

Inoltre, è stato riscontrato un problema nella ricerca veloce delle crociere in home page: selezionando, ad esempio, una destinazione nella seconda combo, la terza combo non viene

aggiornata di conseguenza, limitando così le funzioni di ricerca.

Si presume che problemi simili siano riscontrabili con browser vocali.

In conclusione, visti i problemi riscontrati, si può dire che il sito non è stato adeguatamente testato con i browser più diffusi e che non è stato prestato alcun tipo di attenzione alle esigenze degli utenti che utilizzano browser non visuali.

Accessibilità per i disabili

Il sito è conforme alle linee guida del WAI?

Per valutare il livello di accessibilità del sito per i disabili, si è sottoposta l'home page al test del servizio gratuito online WebXACT (<http://webxact.watchfire.com/>).

Dai risultati del test, si evince che la pagina non soddisfa le linee guida del W3C Web Content Accessibility Guidelines 1.0 (WAI), neanche nel livello A.

Di seguito, sono riportati i checkpoint delle linee guida di cui il report del test WebXACT ha evidenziato automaticamente la non compatibilità con gli elementi della pagina. Vengono, inoltre, descritti brevemente i motivi per cui il test ha segnalato l'errore.

WAI – LIVELLO A

1. Fornire un testo alternativo per ogni immagine (99 istanze).

- La quasi totalità delle immagini nella home page possiede una stringa vuota nell'attributo ALT (oppure l'attributo non è presente).
- Non sono presenti, soprattutto, testi alternativi per le immagini che costituiscono le voci di menù per la navigazione globale del sito.

2. Fornire un testo alternativo per ogni tag OBJECT (3 istanze).

- A nessuno dei tre banner realizzati con Macromedia Flash è stato associato un testo alternativo. In tal modo, il contenuto informativo di tali banner non è accessibile a tutti gli utenti.

3. Fornire un testo alternativo per ogni bottone di tipo immagine nei form (3 istanze).

- Nessun elemento INPUT con l'attributo TYPE="IMAGE" possiede l'attributo ALT.

4. Dare un titolo ad ogni frame (5 istanze).

- I cinque internal frame presenti nella pagina, corrispondenti ai menù a tendina, non possiedono nel loro codice l'elemento HEAD, e quindi neanche l'elemento TITLE.

WAI – LIVELLO AA

1. Usare un posizionamento relativo invece di assoluto (137 istanze).

- Per il layout della pagina sono state impiegate delle tabelle; la larghezza è stata fissata tramite valori assoluti nell'attributo WIDTH dei tag TABLE e TD.

2. Assicurarci che i gestori di eventi non richiedano necessariamente l'uso del mouse (42 istanze).

- Nella pagina si fa un largo uso degli attributi ONCLICK, ONMOUSEOVER, ONMOUSEOUT, per attivare gestori di eventi in Javascript.

3. Associare esplicitamente ai controlli dei form le loro etichette, attraverso il tag LABEL (6 istanze).

- Agli elementi INPUT e SELECT nella pagina non sono associati elementi LABEL.

4. Creare frasi di link che hanno senso anche se lette fuori dal contesto (33 istanze).

- Nella pagina sono presenti numerosi tag A vuoti.

5. Non usare la stessa frase di link più di una volta quando i link puntano a URL diversi (8 istanze).

- La frase di link "Maggiori informazioni" compare otto volte, in contesti diversi.

WAI – LIVELLO AAA

1. Identificare la lingua del testo (1 istanza).

- Al tag HTML non è associato l'attributo LANG="it".

2. Fornire un sommario per le tabelle (49 istanze).

- Nella pagina, le tabelle sono state utilizzate prevalentemente per l'impaginazione, e non per la presentazione di dati. Per questo motivo, ad esse non è associato l'attributo SUMMARY con una descrizione estesa del contenuto.

3. Includere il testo segnaposto (placeholder) nelle aree di testo (2 istanze).

- I due elementi INPUT utilizzati per accogliere lo username e la password dell'utente non possiedono l'attributo VALUE.

4. Separare link adiacenti con più di uno spazio bianco (16 istanze).

Sono stati inoltre eseguiti i test del W3C per verificare la correttezza della sintassi HTML (<http://validator.w3.org/>) e del foglio di stile associato alle pagine del sito (<http://jigsaw.w3.org/css-validator/>). Entrambi i test hanno dato esito negativo, evidenziando la notevole presenza di elementi non conformi agli standard del Web. Ad esempio, il test per la validazione HTML ha riscontrato ben 282 errori nella home page.

3.6.3. Sintesi

Punti di forza

1. I tempi di accesso al sito sono abbastanza bassi durante tutto l'arco della giornata.
2. Presenza di pagine pubblicitarie con link al sito dell'azienda in siti molto visitati (MSN, Virgilio).

Punti di debolezza

1. Le pagine del sito sono pesanti ed il relativo tempo di download è piuttosto elevato per gli utenti con banda stretta. La dimensione dell'home page è eccessiva.
2. Il sito non è sempre facilmente reperibile tramite i motori di ricerca.
3. Il numero di referenze da altri siti non è elevato.
4. Sono stati rilevati gravi problemi di compatibilità con alcuni browser. Ad esempio,

il menù di navigazione globale in Javascript non funziona con tutti i browser più diffusi, rendendo così inutilizzabile il sito in alcuni casi.

5. Il sito non rispetta gli standard del W3C (WAI, HTML, CSS). Pertanto, esso non risulta accessibile agli utenti che utilizzano browser non visuali.

3.7. Usabilità

3.7.1. Valutazione

<i>Sottocaratteristica</i>	<i>Voto</i>	<i>Peso</i>	<i>Voto pesato</i>
Efficacia	2	1	2
Efficienza	1,3	1	1,3
Soddisfazione	1,5	1	1,5
Media	1,6	3	1,6

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

3.7.2. Test di usabilità

Il test di usabilità è stato condotto su cinque persone interessate ai viaggi e, potenzialmente, alle crociere.

Non siamo riusciti a trovare persone che avessero già visitato il sito in precedenza; tuttavia, gli utenti campioni che sono stati scelti sono rappresentativi delle categorie di utenti a cui si rivolge il sito in esame. Inoltre, sono state scelte persone con diversa formazione e diversa esperienza sul web.

Al test di usabilità ha partecipato l'intero team di valutazione; ciascuno ha svolto un'attività durante il test, ossia spiegare all'utente il compito, prendere nota dei tempi di esecuzione e del grado di soddisfazione dell'utente, oppure annotare le azioni e le difficoltà dell'utente nello svolgimento dei compiti.

Compiti da svolgere

Durante il test, abbiamo chiesto agli utenti campione di ricercare informazioni su alcune destinazioni delle crociere, sui servizi offerti a bordo, sui documenti necessari per il viaggio e su una clausola contrattuale, cioè tipiche informazioni a cui è probabilmente interessata una persona che desidera effettuare una crociera e che giunge sul sito di Costa Crociere.

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

1. cercare informazioni sulla crociera diretta alle Isole Falkland;
2. cercare informazioni sui servizi offerti a bordo (es.: ristorante, piscina, ecc.);
3. cercare se è necessario avere con sé i documenti di espatrio per andare in crociera;
4. cercare se si ha diritto ad un rimborso nel caso in cui l'organizzazione annulla il pacchetto;

5. cercare e scegliere la più economica crociera che va in Florida.

Questionario pre-test

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

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

Utenti campione

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

<i>Domanda</i>	<i>Utente 1</i>	<i>Utente 2</i>	<i>Utente 3</i>	<i>Utente 4</i>	<i>Utente 5</i>
1. Nome	VITTORIO	VINCENZO	ENZA	MIRKO	CHIARA
2. Et�	52	23	54	29	22
3. Titolo di studio	Maturit� classica	Laurea in informatica	Segretaria d'azienda	Perito informatico	Maturit� scientifica
4. Professione	Impiegato	Studente	Impiegata	Impiegato	Studentessa
5. Esperienza sul Web	Buona	Buona	Media	Buona	Buona
6. Utilizzo del Web	Pi� di 5h	Pi� di 10h	Tra 1 e 5h	Pi� di 5h	Pi� di 10h

<i>Domanda</i>	<i>Utente 1</i>	<i>Utente 2</i>	<i>Utente 3</i>	<i>Utente 4</i>	<i>Utente 5</i>
7. Uso di forum o chat	No	Sì	No	Sì	No
8. Uso di Costa Crociere	No	No	No	No	No
9. Uso di siti simili	No	MSC Crociere	No	No	No

Esecuzione dei test

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

Utente 1: Vittorio

Compito 1

L'utente clicca sul link del menù "Cerca la tua crociera – per destinazioni". Una volta caricata la pagina, incontra una difficoltà nello svolgimento del compito: la combo per selezionare la destinazione non prevede, tra le sue scelte, i singoli stati, ma solo macro-aree.

Si chiede allora dove siano le Isole Falkland. Prova selezionando "Oceano Atlantico/Canarie", ma nella pagina con i risultati della ricerca non appare la destinazione richiesta.

Riprova, specificando "Sud America" nella combo di ricerca; seleziona allora "Isole Falkland" nella pagina dei risultati. Tuttavia, non porta a termine il compito completamente, dal momento che, invece di scegliere il link che porta alla pagina con le informazioni dettagliate sulla crociera, clicca su "Visualizza" nella sezione relativa alle escursioni previste.

Risultato: successo parziale.

Compito 2

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

Sceglie allora la pagina "Condizioni generali", ma, dopo alcuni secondi, capisce che l'informazione richiesta non si trova lì.

Scorre nuovamente il menù, ma non trova nessun link che secondo lui porti alla pagina contenente l'informazione.

Risultato: fallimento.

Compito 3

Dopo aver scorso lentamente le voci del menù, l'utente sceglie la pagina "Prima di imbarcarti - Documenti di viaggio e visti" e trova l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 4

L'utente sceglie la pagina "Informazioni generali – Condizioni generali" con molta

titubanza. Si sofferma sul paragrafo relativo alla conclusione del contratto.

Poi, non avendo trovato l'informazione richiesta, effettua la ricerca della parola "rimborso" tramite il browser, dal momento che la pagina gli sembra troppo lunga per essere scorsa velocemente. Dopo qualche secondo, trova l'informazione.

Risultato: successo.

Compito 5

L'utente sceglie la pagina "Cerca la tua crociera – per destinazioni", ma non capisce in quale macro-area della combo di destinazione figura la Florida.

Inizialmente seleziona "Oceano Atlantico", ma capisce che non è l'area corretta. Prova allora selezionando un'altra area, che si rivela anch'essa errata.

L'utente prova, quindi, a tentare un'altra via: sceglie la ricerca avanzata e osserva qualche secondo la maschera di ricerca. Tuttavia, neanche lì riesce a trovare la Florida.

L'utente abbandona il compito, non riuscendo a portarlo a termine.

Risultato: fallimento.

Utente 2: Vincenzo

Compito 1

L'utente focalizza subito il box di ricerca veloce delle crociere presente in home page. Tuttavia, nella combo per specificare la destinazione non trova le Isole Falkland.

Cerca allora un'altra via: clicca sul link del menù "Cerca la tua crociera – Per destinazioni". Nella mappa, prova a selezionare alcune aree, prima di visualizzare la pagina relativa alle Isole Falkland. Quindi, dopo alcuni tentativi, giunge alla pagina con l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 2

L'utente, dopo aver scorso rapidamente il menù, opta per la pagina "Informazioni sulla crociera - Prima esperienza di crociera". Lì trova l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 3

L'utente sceglie in pochi secondi la pagina "Prima di imbarcarti - Documenti di viaggio e visti" e trova l'informazione.

Risultato: successo.

Compito 4

L'utente apre rapidamente il link "Prima di imbarcarti - Assicurazioni" nel menù. Trova un paragrafo che riguarda il rimborso della crociera, previo pagamento di un'assicurazione, in caso di annullamento del viaggio dovuto a circostanze quali terrorismo, guerra, scioperi, blocco delle frontiere.

Tuttavia, non è l'informazione richiesta, che invece si trova in un'altra pagina.

Risultato: fallimento.

Compito 5

L'utente sceglie la pagina "Cerca la tua crociera - Per destinazioni" e, nella mappa, seleziona la Florida, dopo aver cliccato sull'area corrispondente ai Caraibi Occidentali.

Tuttavia, dopo aver osservato attentamente la pagina relativa alla Florida, decide di effettuare una ricerca avanzata per soddisfare la richiesta. Nella maschera di ricerca, seleziona un mese, la destinazione "Caraibi Occidentali" ed il Paese "Florida", poi clicca su "Cerca".

Nella pagina dei risultati, sceglie l'ordinamento per prezzo e dopo visualizza le informazioni sulla crociera con minor costo, cliccando su "Dettagli".

Risultato: successo.

Utente 3: Enza

Compito 1

L'utente osserva il menù Cerca la tua crociera e da lì clicca sul link "Per destinazioni".

Non capisce subito che per selezionare la destinazione nella mappa interattiva occorre cliccare sui quadratini lampeggianti, anche perché il nome della località appare solo al passaggio del mouse.

Dopo qualche secondo, clicca su "Sud America" e poi su "Isole Falkland". Nella pagina dedicata a tale località, seleziona, dopo qualche momento di esitazione, "gennaio 2007" e visualizza così le informazioni richieste.

Risultato: successo.

Compito 2

L'utente, anche se con una certa difficoltà, giunge alla pagina "Informazioni sulla crociera - Prima esperienza di crociera". Lì trova l'informazione richiesta.

Le difficoltà riscontrate dall'utente sono la similarità tra la pagina corretta ed altre pagine e la lunghezza eccessiva dei testi.

Risultato: successo.

Compito 3

L'utente trova immediatamente il link "Prima di imbarcarti - Documenti di viaggio e visti" nel menù di navigazione.

Nella pagina corrispondente, rintraccia l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 4

L'utente, inizialmente, apre la pagina "Prima di imbarcarti - Assicurazioni". Anche se sono presenti informazioni simili, non trova esattamente quella richiesta.

Aprire allora la pagina "Informazioni generali - Condizioni generali".

Risultato: successo.

Compito 5

L'utente sceglie la pagina "Cerca la tua crociera - Per destinazioni" e cerca l'area della Florida nella mappa. Dopo qualche secondo, capisce che si trova in "Caraibi occidentali";

dopo aver cliccato su "Florida" e dopo aver scelto il mese della partenza, l'utente visualizza la pagina dei risultati della ricerca.

Per scegliere la crociera con costo più basso, l'utente non nota la possibilità di ordinare i risultati per prezzo; così è costretto a effettuare continui back nel browser per selezionare mesi differenti per fare un confronto fra i prezzi (tenendo a mente il più basso).

Risultato: successo parziale.

Utente 4: Mirko

Compito 1

L'utente si aspetta una casella di testo in cui digitare "Falkland", ma non la trova ed ha un po' di difficoltà a capire come funziona la ricerca strutturata nella pagina "Cerca la tua crociera - Per destinazioni" (non trova le Isole Falkland nelle destinazioni, perché la prima crociera con quella destinazione è a gennaio 2007 mentre nell'elenco delle destinazioni vengono mostrate solo quelle di luglio 2006).

Riesce comunque, dopo vari tentativi, ad ottenere l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 2

L'utente trova la pagina "Informazioni generali - Informazioni utili", ma non quella prevista.

Risultato: fallimento.

Compito 3

L'utente trova immediatamente la pagina "Prima di imbarcarti – Documenti di viaggio e visti", che contiene l'informazione cercata.

Risultato: successo.

Compito 4

L'utente apre, dopo qualche secondo, la pagina "Prima di imbarcarti – Assicurazioni", che contiene informazioni simili a quella richiesta, ma non quella esatta.

Risultato: fallimento.

Compito 5

L'utente, dopo aver scelto la pagina "Cerca la tua crociera – Per destinazioni", osserva la mappa qualche secondo. Fa qualche tentativo cliccando su varie aree; il tasto "Indietro" nella mappa interattiva non viene notato, così è costretto ad usare il tasto "Indietro" del browser, che però lo riporta in home page.

Con qualche difficoltà, l'utente riesce ad arrivare alla pagina che presenta le crociere dirette in Florida, dopo aver scelto la pagina "Cerca la tua crociera – Per destinazioni", cliccato sull'area "Caraibi occidentali – Florida" nella mappa e selezionato un mese.

Nella pagina, effettua l'ordinamento per prezzo tramite l'apposito radio button e visualizza le informazioni dettagliate della crociera più economica.

Risultato: successo.

Utente 5: Chiara

Compito 1

L'utente inizialmente non trova come cercare le Isole Falkland nel sistema. Infatti, nella maschera di ricerca veloce in home page, seleziona "Oceano Atlantico/Canarie" come destinazione, ma nella combo sottostante non figura il Paese richiesto.

L'utente, allora, decide di seguire un'altra strada: sceglie la pagina "Cerca la tua crociera – Per destinazioni". Dopo qualche tentativo, sceglie l'area corretta (Sud America). Nella pagina con i Paesi dell'area, sceglie quindi Isole Falkland. Seleziona "gennaio 2007" nella pagina relativa alle Isole Falkland e visualizza così l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 2

L'utente riesce, dopo pochi secondi, a visualizzare la pagina "Informazioni sulla Crociera – Prima esperienza in crociera", che contiene l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 3

L'utente focalizza immediatamente la voce del menù "Prima di imbarcarti" e da lì apre la pagina "Documenti di viaggio", che contiene l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 4

L'utente si dirige subito nel menù "Informazioni generali", da cui apre la pagina "FAQ".

Capisce che non è la pagina esatta, così apre la pagina "Informazioni utili". Si sofferma a lungo per scorrerla.

Non trovando l'informazione, apre la pagina "Condizioni generali". Dopo aver letto molti paragrafi, trova l'informazione richiesta.

Risultato: successo.

Compito 5

L'utente si dirige subito nella pagina "Cerca la tua crociera - Per destinazioni"; tuttavia, non trova immediatamente la Florida tra le destinazioni possibili nella combo sulla sinistra.

Dopo aver esaminato attentamente tutte le macro-aree nella combo, seleziona "Caraibi Occidentali". Nella pagina relativa, trova la Florida e la seleziona.

Poi, visualizza le offerte di ogni mese disponibile, ordinando per prezzo in ogni schermata.

Risultato: successo.

Tabella comparativa dei risultati

Abbiamo costruito una tabella che riassume l'esito dei test, mostrando quali compiti sono stati completati, quali sono stati abbandonati e quali sono stati completati solo parzialmente (Tabella 8).

In tale tabella, abbiamo anche registrato il tempo in secondi impiegato da ogni utente

campione per effettuare ciascun compito completato con successo, e la votazione che rappresenta il gradimento espresso dall'utente stesso nell'esecuzione di tale compito in una scala di voti da 1 a 5.

	<i>Compito 1</i>			<i>Compito 2</i>			<i>Compito 3</i>			<i>Compito 4</i>			<i>Compito 5</i>		
	Ok?	Sec	Vot.	Ok?	Sec	Vot.	Ok?	Sec	Vot.	Ok?	Sec	Vot.	Ok?	Sec	Vot.
Vittorio	parz	-	-	no	-	-	sì	78	2	sì	155	1	no	-	-
Vincenzo	sì	142	2	sì	45	4	sì	20	5	no	-	-	sì	230	1
Enza	sì	193	3	sì	160	3	sì	35	5	sì	77	4	parz	-	-
Mirko	sì	170	2	no	-	-	sì	26	5	no	-	-	sì	218	1
Chiara	sì	180	2	sì	15	5	sì	20	5	sì	120	3	sì	240	2
Totale / media	4,5	171	2,25	3	73	4	5	36	4,4	3	117	2,6	3,5	229	1,3

Tabella 8: Tabella riepilogativa degli esiti dei test di usabilità.

Questionario post-test

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

Vengono di seguito riportate le risposte.

1. Quale impressione generale ti ha fatto il sito?

Vittorio	Mi sembra un sito troppo complicato da usare. Non si trovano le informazioni che si cercano.
Vincenzo	Buona, dato che alcune informazioni salienti (es.: le assicurazioni per il viaggiatore ed i servizi offerti) sono reperibili facilmente. Però, altre informazioni (es.: la crociera più economica) si trovano con più difficoltà.
Enza	Buona.
Mirko	Il sito è disorganizzato, le cose più importanti non sono in evidenza (ad esempio la destinazione ed il costo delle crociere).
Chiara	Ci sono tante informazioni, ma organizzate male... Il banner pubblicitario è troppo appariscente, è uno spazio rubato ad informazioni più utili.

2. Quali aspetti ti sono piaciuti di più?

Vittorio	Nessuno.
Vincenzo	Il fatto che le condizioni secondo cui è possibile revocare il viaggio sono espresse chiaramente, così come i documenti necessari per affrontare il viaggio.
Enza	La varietà delle crociere proposte.
Mirko	È bella la mappa per selezionare la destinazione. Apprezzo anche l'indicazione sul livello delle escursioni (facile, difficile, ecc.).
Chiara	Le informazioni sull'abbigliamento, i documenti, come imbarcarsi, che sono delle informazioni non scontate.

3. Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?

Vittorio	Tutti.
Vincenzo	L'accessibilità del sito non è massima, dal momento che alcune parti non sono correttamente visibili con ogni browser; per fare il test, ho dovuto utilizzare un browser alternativo a quello abituale. Inoltre, non è immediato il meccanismo di ricerca delle crociere dirette ad una certa località.
Enza	Nessuno.
Mirko	La ricerca è troppo complessa; devo aver la possibilità di digitare ciò che voglio cercare senza dover passare da scelte preimpostate. Non ho trovato una visita guidata sulle navi.
Chiara	Il carattere è troppo piccolo. La ricerca è troppo difficoltosa se non si hanno le idee chiare di cosa cercare.

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

Vittorio	Innanzitutto un motore di ricerca generale dove l'utente possa ricercare ogni informazione presente sul sito (non basta la ricerca delle sole crociere, soprattutto se avviene tramite combo...). In secondo luogo, una maggiore documentazione sulle crociere e sulle escursioni.
Vincenzo	Bisognerebbe sostituire le combo della ricerca con dei campi input, affinché la ricerca delle crociere desiderate sia più immediata.
Enza	Va bene così.
Mirko	Sarebbe bene migliorare l'interfaccia di ricerca, consentendo di digitare testo libero per la ricerca.
Chiara	Per me, si dovrebbero aggiungere più fotografie dei posti raggiunti dalle crociere durante le escursioni. Poi, bisognerebbe permettere la ricerca di una crociera, e relativi dettagli, a prescindere dal mese di partenza.

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

Vittorio	Non saprei.
Vincenzo	La sezione Webcam, dove è indicata la posizione delle navi in diretta.
Enza	Nessuna.
Mirko	Non c'è nulla di così superfluo da dover essere eliminato.
Chiara	Nessuna.

6. La struttura del sito ti è sembrata adeguata?

Vittorio	Assolutamente no.
Vincenzo	Generalmente abbastanza buona.
Enza	Sì, abbastanza.
Mirko	No.
Chiara	No, è disorganizzata.

7. Come si potrebbe migliorare?

Vittorio	Mettendo un menù più esplicativo.
Vincenzo	Sarebbe bene inserire una maschera di ricerca migliore in home page.
Enza	Va bene così.
Mirko	Rendendo la ricerca più orientata alla destinazione e alle escursioni.
Chiara	Evidenziando maggiormente le funzionalità presenti sul sito.

8. Ti è sembrato facile navigare nel sito?

Vittorio	Per niente.
Vincenzo	La navigazione del sito non è proprio immediata...
Enza	Sì.
Mirko	Abbastanza, ma non particolarmente semplice.
Chiara	No.

9. Hai dei miglioramenti da suggerire?

Vittorio	Sì, bisogna arricchire la cartina per la ricerca; tutte le località di destinazione devono essere visibili immediatamente. E poi le immagini devono essere cliccabili...
Vincenzo	L'inserimento di una maschera di ricerca più immediata e la sostituzione dei contenuti multimediali in Flash con immagini statiche.
Enza	No.
Mirko	No.
Chiara	Ho già risposto prima.

10. I termini utilizzati sono di facile comprensione?

Vittorio	Non sempre. Ad esempio, cosa vuol dire "destinazioni transatlantiche"?
Vincenzo	Sì, sono utilizzati dei termini di facile comprensione, tranne nella sezione Webcam, dove sono frequenti frasi in inglese.
Enza	Sì.
Mirko	Sì.
Chiara	Sì.

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

Vittorio	Si capisce dal nome dell'azienda. Le immagini con le navi sono troppo in basso...
Vincenzo	Sì, lo scopo del sito di promuovere le crociere e le offerte della compagnia risulta chiaro.
Enza	Sì.
Mirko	Sì, fa capire che lo scopo del sito è vendere crociere.
Chiara	Sì, ci sono pubblicità ovunque.

12. Hai dei miglioramenti da suggerire?

Vittorio	Sarebbe buona cosa eliminare il banner in Flash in alto alla pagina. È inutile e distrae anche...
Vincenzo	Mettere una maschera di ricerca veloce migliore in home page.
Enza	No.
Mirko	Sì, in homepage dovrebbero essere messi in evidenza i porti di partenza.
Chiara	Toglierei il banner pubblicitario in alto alla pagina.

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

Vittorio	Non saprei.
Vincenzo	Sì, le immagini sono state scelte correttamente e richiamano gli aspetti che Costa Crociere ha legato a sé.
Enza	Sì.
Mirko	Sì.
Chiara	Sì.

14. Ti piace la grafica del sito?

Vittorio	Insomma... Mi piace il menù a tendina in alto, ma non il banner gigante in Flash. E poi, perché la pagina è così stretta? C'è un sacco di spazio bianco...
Vincenzo	Abbastanza, anche se credo che possa essere migliorata.
Enza	Sì.
Mirko	No, è disordinata e dà un senso di confusione. Il banner prende troppa attenzione. Buona l'idea delle offerte scontate in homepage.
Chiara	No.

15. Trovi che i caratteri siano ben leggibili?

Vittorio	Anche se sono un po' piccoli, sono abbastanza leggibili.
Vincenzo	Non molto. Credo che debbano essere leggermente ingranditi.
Enza	Sono un po' troppo piccoli.
Mirko	Abbastanza, si leggeva senza problemi.
Chiara	No, sono troppo piccoli.

16. Trovi che le immagini siano ben scelte?

Vittorio	Non molto. Ad esempio, non fanno vedere bene i luoghi di destinazione. Non invogliano a partire in crociera.
Vincenzo	Sì.
Enza	Sì, erano adeguate.
Mirko	No, si potrebbero utilizzare più immagini di luoghi e un'escursione virtuale delle navi.
Chiara	Sì, ma sono collocate in modo sbagliato.

17. Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?

Vittorio	Abbastanza.
Vincenzo	Generalmente sì, anche se a volte l'utilizzo del grassetto non è adeguato.
Enza	Sì.
Mirko	Sì.
Chiara	Sì.

18. Ti sembra che sia facile trovare informazioni nel sito?

Vittorio	Assolutamente no.
Vincenzo	Alcune informazioni dovrebbero essere reperite più facilmente.
Enza	Sì.
Mirko	No.
Chiara	No.

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

Vittorio	No, non sono affatto complete. In questo sito ho poca informazione sulle destinazioni delle crociere e sono costretto a cercare in altri siti.
Vincenzo	Sì, abbastanza. Ad esempio, le informazioni sui servizi offerti a bordo sono esaurienti e chiare.
Enza	Sì.
Mirko	Non esaustive.
Chiara	Sì.

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

Vittorio	Non posso capirlo.
Vincenzo	Sì, sembra aggiornato.
Enza	Non saprei.
Mirko	Sì, ci sono le crociere del mese di luglio.
Chiara	Sì, ci sono crociere per il 2007.

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

Vittorio	Sì.
Vincenzo	Abbastanza, anche se in alcune pagine (es.: home page, pagina con le webcam), il caricamento risulta più lento.
Enza	Sì, l'accesso è stato rapido.
Mirko	Sì.
Chiara	No, a volte il tempo impiegato per visualizzare la pagina iniziale era eccessivo.

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

Vittorio	Per niente.
Vincenzo	Abbastanza, anche se navigare in alcune sezioni è poco immediato.
Enza	Sì.
Mirko	No.
Chiara	No.

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

Vittorio	Non ne conosco.
Vincenzo	Rispetto al sito di MSC Crociere, questo sito è migliore per alcuni aspetti. Ad esempio, le informazioni sulle assicurazioni sono più visibili.
Enza	Non ne conosco altri simili a questo.
Mirko	Il sito più simile che ho utilizzato è quello di Trenitalia, oppure quello della Malpensa; su entrambi ho fatto molta meno fatica a trovare le informazioni desiderate.
Chiara	Non ho visitato siti simili.

24. Userai ancora questo sito?

Vittorio	No no... Questo sito è totalmente inusabile.
Vincenzo	Probabilmente sì, se migliorano la ricerca delle informazioni.
Enza	Sì, perché no? Se decido di fare una crociera...
Mirko	Forse.
Chiara	Sì, ma, per avere informazioni più dettagliate, preferirei utilizzare una agenzia di viaggio prima di decidere se effettuare la crociera.

25. Consiglierai questo sito ai tuoi amici?

Vittorio	Se lo faccio, è solo per far loro un dispetto!
Vincenzo	Probabilmente sì.
Enza	Sì, se sono interessati.
Mirko	Forse.
Chiara	Non so.

3.7.3. Analisi

Elenco dei problemi individuati

Nella tabella seguente, vengono descritti i problemi individuati nei test di usabilità, sulla base delle nostre annotazioni durante lo svolgimento dei test e delle impressioni forniteci dagli utenti campione.

A ciascun problema, inoltre, è associata una lettera (A, B o C, in ordine decrescente di importanza), che indica il livello di priorità; tale lettera è stata assegnata in base a varie considerazioni, quali il numero di volte in cui è stato riscontrato il problema, il livello di esperienza degli utenti che l'hanno sperimentato o l'effetto complessivo che esso ha avuto sul completamento del compito.

<i>Problema identificato</i>	<i>Priorità</i>
1. Nelle maschere di ricerca delle crociere, non sono presenti direttamente i Paesi di destinazione, ma solo macro-aree.	A
2. Nelle pagine corrispondenti alle destinazioni, non si possono visualizzare i dettagli delle crociere se prima non si seleziona il mese di partenza.	B
3. Si impiega troppo tempo a scorrere e a leggere alcune pagine che sono eccessivamente lunghe (es.: "Informazioni generali – Informazioni utili" e "Informazioni generali – Condizioni generali").	A
4. Non esiste un motore di ricerca interno per cercare qualsiasi informazione di interesse per l'utente.	A
5. La pagina "Prima di imbarcarti – Assicurazioni" contiene informazioni troppo simili a "Informazioni generali – Condizioni generali".	B
6. Nella mappa nella sezione di ricerca delle crociere, non è immediato l'utilizzo dei quadratini per la selezione delle località. I nomi dei relativi luoghi appaiono solo al passaggio del mouse.	C
7. Non è ben visibile la possibilità di ordinare, tramite radio button, i risultati della ricerca delle crociere.	C
8. Nelle maschere di ricerca delle crociere, non è possibile inserire testo libero come parametro di ricerca.	B
9. Nella maschera di ricerca veloce, non è possibile effettuare la ricerca delle crociere a prescindere dal mese di partenza.	B
10. Il tasto back del browser non produce l'effetto atteso dall'utente premendolo dopo aver cliccato su una regione della mappa nella pagina di ricerca delle crociere (l'utente viene riportato in home page, invece che allo stato iniziale della mappa).	C
11. Nelle pagine lunghe, non esistono àncore per tornare all'inizio della pagina.	B
12. Nella pagina con i dettagli delle crociere, il prezzo non è sufficientemente in evidenza.	C
13. Non con tutti i browser, il sito è visualizzato e funziona correttamente.	A
14. I font hanno una dimensione troppo piccola.	A
15. La struttura del sito appare disorganizzata. A prima vista, l'utente non può capire esattamente il contenuto delle pagine soltanto leggendo le frasi di link del menù di navigazione. L'utente va per tentativi.	A
16. Il grande banner in Flash in home page distrae troppo l'utente.	B
17. Nella sezione Webcam sono presenti frasi in inglese.	B
18. Il tempo necessario per il caricamento dell'home page è eccessivo.	B

Tabella 9: Problemi individuati durante l'esecuzione dei test di usabilità, con relativo livello di priorità.

Efficacia

La percentuale di compiti portati a termine con successo nel test d'usabilità è soddisfacente per tutte le categorie di utenti?

Il test d'usabilità rivela aspetti del sito che ne riducono l'efficacia per qualche categoria di utenti?

Per maggiore chiarezza e comodità, si riporta la parte della Tabella 8 relativa al completamento dei compiti richiesti.

	<i>Compito 1</i>	<i>Compito 2</i>	<i>Compito 3</i>	<i>Compito 4</i>	<i>Compito 5</i>
Vittorio	parzialmente completato	NON completato	ok	ok	NON completato
Vincenzo	ok	ok	ok	NON completato	ok
Enza	ok	ok	ok	ok	parzialmente completato
Mirko	ok	NON completato	ok	NON completato	ok
Chiara	ok	ok	ok	ok	ok
Totale	4,5	3	5	3	3,5

Tabella 10: Completamento dei compiti richiesti per ogni utente campione.

Abbiamo calcolato il tasso di successo totale, tenendo conto sia dei compiti completati che di quelli parzialmente completati:

$$(18 + 2 * 0,5) / 25 * 100 = 76\%.$$

La percentuale del 76% è sicuramente da considerarsi, nel complesso, più che sufficiente.

Abbiamo, poi, valutato anche il tasso di successo per ogni singolo utente. La Tabella 11 mostra i risultati.

<i>Utente</i>		<i>Efficacia</i>
Vittorio	$(2 + 1 * 0,5) / 5 * 100$	50%
Vincenzo	$4 / 5 * 100$	80%
Enza	$(4 + 1 * 0,5) / 5 * 100$	90%
Mirko	$3 / 5 * 100$	60%
Chiara	$5 / 5 * 100$	100%

Tabella 11: Calcolo dell'efficacia per ogni utente.

Come si può notare, la differenza tra il tasso di successo minimo e quello massimo tra i singoli utenti varia di ben cinquanta punti percentuali. Tre utenti sono riusciti a portare a termine la maggior parte dei compiti che gli abbiamo proposto; un utente, Chiara, li ha completati tutti. Tuttavia, Vittorio, sebbene ritenga di avere una buona esperienza sul web, è riuscito a completare solo un compito su due; Mirko poco più di uno su due.

Nonostante il tasso di successo complessivo sia abbastanza soddisfacente, non lo sono

quelli individuali: infatti, se consideriamo il tasso di successo minimo (50%), esso non può essere considerato sufficiente. È sintomo della presenza di qualche tipo di problema che ostacola il reperimento di informazioni nel sito.

Dalla Tabella 10, notiamo che il primo ed il terzo compito sono stati sempre portati a termine, almeno parzialmente; invece, quelli che sono stati portati a termine da meno utenti sono il secondo, il quarto ed il quinto.

Il secondo ed il quarto compito consistevano nel reperimento di informazioni specifiche sulle crociere che sono disponibili in due pagine del sito abbastanza lunghe. Alcuni utenti hanno trovato informazioni simili (ma non identiche) in pagine diverse da quelle previste; un utente ha addirittura abbandonato il compito perché demoralizzato ed irritato dal fatto che non riusciva a trovare da nessuna parte l'informazione richiesta.

In questo caso, la principale causa di riduzione dell'efficacia del sito è l'assenza di un motore di ricerca interno che permetta di cercare informazioni arbitrarie, a discrezione dell'utente.

Analizzando, invece, i test effettuati sul quinto compito, possiamo affermare che il suo mancato completamento è dovuto alla scarsa efficacia del sistema di ricerca delle crociere, unito alla poca visibilità del meccanismo di ordinamento e confronto delle crociere.

Efficienza

Il tempo medio impiegato per effettuare i compiti portati a termine con successo nel test d'usabilità è soddisfacente per tutte le categorie di utenti?
Il test d'usabilità rivela aspetti del sito che ne riducono l'efficienza per qualche categoria di utenti?

Riportiamo, nella tabella seguente, i dati sui tempi di esecuzione dei compiti presenti in Tabella 8.

	<i>Compito 1</i>	<i>Compito 2</i>	<i>Compito 3</i>	<i>Compito 4</i>	<i>Compito 5</i>
Vittorio	-	-	78"	155"	-
Vincenzo	142"	45"	20"	-	230"
Enza	193"	160"	35"	77"	-
Mirko	170"	-	26"	-	218"
Chiara	180"	15"	20"	120"	240"
Media	171"	73"	36"	117"	229"

Tabella 12: Tempi richiesti dagli utenti campione per portare a termine i compiti, espressi in secondi.

Calcoliamo il tempo di esecuzione medio dei compiti:

$$2124" / 18 = \mathbf{118"}$$

Il tempo medio risulta essere di circa due minuti. Dal momento che i compiti da noi scelti per essere eseguiti dagli utenti campione non erano, sulla carta, di particolare difficoltà, ci sembra che il tempo medio sia abbastanza alto.

Abbiamo calcolato anche il tempo medio necessario a ciascun utente campione per completare con successo i compiti richiesti (Tabella 13).

<i>Utente</i>	<i>Tempo medio</i>
Vittorio	116,5"
Vincenzo	109"
Enza	116,2"
Mirko	138"
Chiara	115"

Tabella 13: Efficienza del sito nell'esecuzione dei compiti da parte degli utenti campione.

La differenza tra il tempo medio minimo e quello massimo è di circa 30 secondi. La diversa esperienza degli utenti campione sul web non ha inciso in modo determinante sull'efficienza del sito; ad esempio, Vittorio ed Enza hanno impiegato, mediamente, tempi simili, anche se il loro profilo di utilizzo del web è abbastanza diverso.

Occorre, però, ricordare che non tutti gli utenti hanno portato a termine con successo tutti i compiti richiesti e che, di conseguenza, non è stato registrato il tempo di completamento di tutti i compiti.

Dalla Tabella 12, ricaviamo che i compiti che sono stati eseguiti con minore efficienza sono soprattutto il primo ed il quinto, che hanno richiesto, mediamente, almeno una cinquantina di secondi in più rispetto al tempo di esecuzione medio calcolato sulla totalità dei compiti. Deduciamo, quindi, che il sistema di ricerca delle crociere è molto poco efficiente.

Soddisfazione dell'utente

Il gradimento espresso dagli utenti nel test d'usabilità è soddisfacente per tutte le categorie di utenti?

Il test d'usabilità rivela aspetti del sito che ne riducono il gradimento da parte di qualche categoria di utenti?

Riportiamo, nella tabella seguente, i dati sul livello di gradimento espresso dai nostri utenti campioni nello svolgimento dei compiti richiesti, desunti dalla Tabella 8.

	<i>Compito 1</i>	<i>Compito 2</i>	<i>Compito 3</i>	<i>Compito 4</i>	<i>Compito 5</i>
Vittorio	-	-	2	1	-
Vincenzo	2	4	5	-	1
Enza	3	3	5	4	-
Mirko	2	-	5	-	1
Chiara	2	5	5	3	2
Media	2,25	4	4,4	2,6	1,3

Tabella 14: Grado di gradimento espresso dagli utenti nell'esecuzione dei compiti.

Calcoliamo il livello di soddisfazione medio:

$$55 / 18 \approx 3.$$

Abbiamo calcolato anche il grado di soddisfazione di ciascun utente nello svolgimento dei cinque compiti (Tabella 15).

<i>Utente</i>	<i>Soddisfazione</i>
Vittorio	1,5
Vincenzo	3
Enza	3,75
Mirko	2,7
Chiara	3,4

Tabella 15: Grado di soddisfazione degli utenti nell'uso del sito.

Sebbene, mediamente, il grado di soddisfazione generale sia pari a 3 e, quindi, sufficiente, notiamo dalla Tabella 15 che è estremamente basso per Vittorio e insufficiente per Mirko.

Soprattutto il valore 1,5 ci ha fatto riflettere: non solo Vittorio non è riuscito a portare completamente a termine tre compiti su cinque, ma non è stato per niente soddisfatto di come ha svolto i rimanenti due compiti.

I compiti il cui svolgimento ha soddisfatto meno gli utenti sono, nell'ordine, il quinto, il primo ed il quarto.

Dai valori del grado di soddisfazione associati al quinto compito (addirittura pari a 1,3) ed al primo, deduciamo che il meccanismo di ricerca delle crociere è troppo macchinoso e, per questo, l'utente non gradisce il suo uso.

Anche il quarto compito, che consisteva nella ricerca di un'informazione sul sito relativa ad eventuali rimborsi, non ha gratificato l'utente, a causa della presenza di troppi lunghi testi nel sito, da cui è difficile estrapolare singole specifiche informazioni.

4. Sintesi

Si riporta il grafico a stella con le votazioni delle caratteristiche generali del sito.

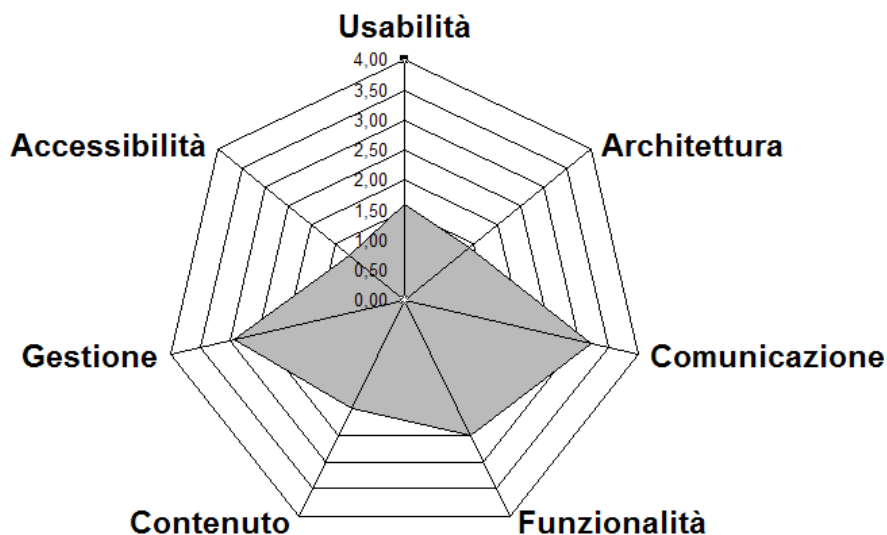


Figura 56: Grafico a stella della qualità del sito (caratteristiche generali).

Dal grafico, emerge chiaramente che il sito non è stato ben progettato; infatti soprattutto le caratteristiche Usabilità, Accessibilità e Architettura hanno voti molto bassi, non sufficienti.

L'aspetto più positivo del sito è quello relativo alla Comunicazione, al quale è stato dato un giudizio più che buono.

Nel complesso, il sito si discosta parecchio dalle caratteristiche ideali.

In Figura 57, viene riportato anche il grafico con le votazioni delle singole sottocaratteristiche.

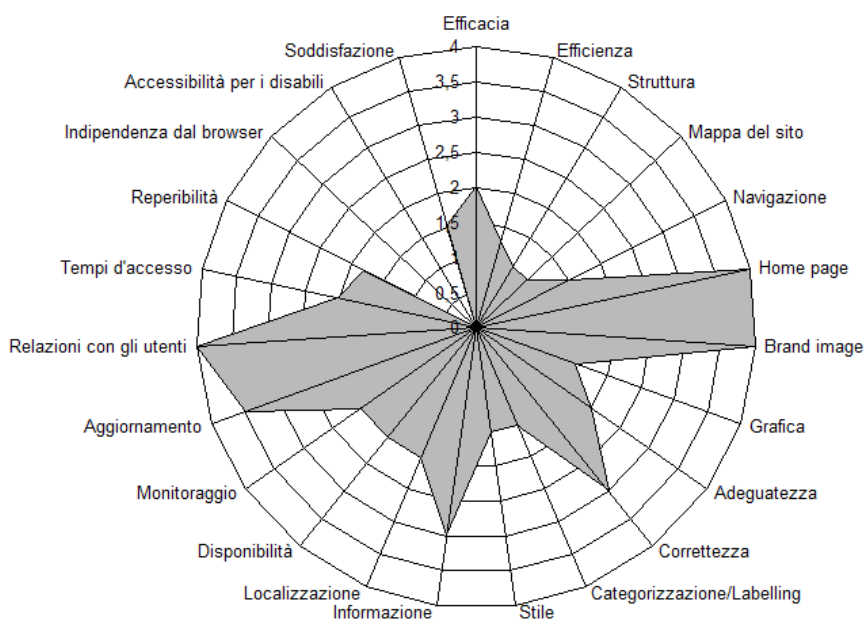


Figura 57: Grafico a stella della qualità del sito (singole sottocaratteristiche).

Dal grafico, emergono quali sono i singoli aspetti che devono essere migliorati e quali sono già buoni.

In particolare, si nota che occorre senza dubbio prestare attenzione all'Indipendenza del browser ed alla Accessibilità per i disabili, dal momento che il loro voto è pari a zero. Nettamente da migliorare sono anche l'Efficienza, la Struttura, la Mappa del sito, la Categorizzazione/Labelling e lo Stile.

I punti di forza del sito sono, invece, la Brand image e le Relazioni con gli utenti, ai quali è stato assegnato un punteggio ottimo.

In fase di analisi, anche all'Home page è stato dato un voto elevato per quanto riguarda i suoi aspetti comunicativi; tuttavia, durante l'esecuzione dei test di usabilità, un utente ha lamentato una scarsa comunicatività della pagina circa gli obiettivi del sito.

4.1. Punti di forza

1. Sito aggiornato e completo.
2. Buona gestione degli errori.
3. Bassi tempi di accesso al sito.
4. Informazioni precise e affidabili.
5. Presenza di indicazioni utili anche per i clienti che non hanno mai partecipato ad una crociera.
6. Coerenza con la brand image dell'azienda.
7. Uso consistente dei colori e dei font.
8. Grafica sufficientemente attraente.
9. Evidenziazione efficace del livello di profondità della pagina attuale.
10. Presenza di un raggruppamento dei contenuti per "tipologia di visitatore".
11. Grande attenzione alle relazioni con gli utenti.
12. Presenza di pagine pubblicitarie con link al sito dell'azienda in siti autorevoli.

4.2. Punti di debolezza

1. Funzione di ricerca delle crociere troppo macchinosa.
2. Gravi problemi di compatibilità con alcuni browser.
3. Assenza di un motore di ricerca interno.
4. Grave presenza di contenuti duplicati.
5. Problemi di localizzazione.
6. Pagine del sito pesanti.
7. Utilizzo di un layout fisso.
8. Assenza di Gestalt nelle pagine.
9. Utilizzo improprio delle breadcrumbs.
10. Pagine mancanti nella mappa del sito.

11. Troppi colori in alcune pagine.
12. Utilizzo incoerente dei colori nei messaggi di errore rispetto alle comuni associazioni di significato.
13. Caratteri troppo piccoli e troppi font in home page.
14. Poco contrasto tra sfondo e testo in alcune aree.
15. Mancata disponibilità del servizio per alcuni minuti, con messaggi incomprensibili per l'utente.
16. Sito non sempre facilmente reperibile tramite i motori di ricerca.
17. Mancato rispetto degli standard del W3C.

4.3. Raccomandazioni finali

4.3.1. Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

➔ **Rendere le pagine "scannable text".**

Alcune pagine presentano testi molto lunghi. Questo riduce la possibilità che l'utente alla ricerca di informazioni si soffermi a lungo a leggerne il contenuto. Sarebbe consigliabile suddividere tali pagine in parti più corte e di ridurre la lunghezza dei testi.

➔ **Semplificare la ricerca delle crociere.**

Al momento, il meccanismo di ricerca ha troppi vincoli e dà poche libertà all'utente. Anche i test di usabilità hanno evidenziato questo problema.

Si consiglia, ad esempio, di rendere il mese di partenza facoltativo e di inserire un box di ricerca libera.

➔ **Aumentare la compatibilità con i browser.**

Dati i gravi problemi di navigazione riscontrati (soprattutto con Opera), si consiglia di risolverli con urgenza, affinché l'utente possa accedere alle informazioni del sito senza problemi con il suo browser abituale.

Si consiglia di utilizzare il meno possibile le funzioni Javascript e di eliminare quelle che "rompono" la navigazione tramite il tasto "indietro" del browser.

➔ **Eliminare le informazioni duplicate.**

Occorre riorganizzare i contenuti delle sezioni "Informazioni generali" e "Informazioni sulla crociera", eliminando le parti duplicate.

➔ **Gestire le informazioni date ai visitatori con pagine a livello III, in modo da rendere più chiara la gerarchia dei contenuti.**

4.3.2. Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgenti

➔ **Ingrandire il carattere.**

Consigliamo di scegliere una dimensione dei font più grande, dal momento che anche gli utenti campione dei test di usabilità hanno lamentato la presenza di caratteri eccessivamente piccoli.

Inoltre, è opportuno che tale dimensione sia espressa con un'unità di misura relativa nei CSS.

➔ **Migliorare la Gestalt delle pagine.**

In home page, occorre distinguere meglio le diverse aree delle pagine. Si consiglia l'utilizzo di riquadri (anche colorati) a tale scopo.

Inoltre, è opportuno migliorare la Gestalt nelle pagine con testi, affinché le parti importanti siano maggiormente messe in rilievo e le pagine non appaiano flussi indistinti di caratteri.

➔ **Inserire un motore di ricerca generale.**

La presenza di un motore di ricerca interno è stata consigliata anche dagli utenti campione dei test di usabilità; consentirebbe di trovare immediatamente informazioni specifiche di interesse.

➔ **Aggiornare la mappa del sito, aggiungendo i collegamenti alle pagine mancanti.**

La mappa non è aggiornata con tutti i contenuti disponibili sul sito; si consiglia di inserire tutti i collegamenti alle pagine presenti per migliorare la reperibilità delle informazioni da parte dell'utente.

➔ **Ridurre la dimensione delle pagine.**

Soprattutto l'home page deve essere di dimensioni ridotte, sotto i 100 KB.

4.3.3. Priorità 3: Interventi auspicati

➔ **Cambiare i colori non coerenti con le comuni associazioni di significato.**

Consigliamo di sostituire il colore di sfondo dei messaggi di errore (azzurro) con una tonalità di giallo o rosso, in modo da evidenziare maggiormente l'errore.

➔ **Modificare il layout delle pagine.**

Consigliamo di utilizzare un layout fluido nel sito, affinché la pagina si adatti a seconda della risoluzione dello schermo dell'utente. Il layout attuale, infatti, non ottimizza lo spazio su schermi con alte risoluzioni.

➔ **Aumentare il contrasto.**

Occorre aumentare il contrasto tra testo e sfondo in alcune aree delle pagine (ad esempio nell'header, nei titoli e nella politica di privacy), per aumentare la leggibilità.

➔ **Migliorare la visibilità del sito nei motori di ricerca.**

➔ **Mostrare messaggi di errore comprensibili.**

Nel caso in cui il servizio non sia disponibile, sarebbe preferibile mostrare un messaggio di spiegazione non tecnico, semplice per l'utente.

Sarebbe auspicabile, inoltre, la segnalazione all'utente della ripresa del servizio via e-mail.

➔ **Rispetto degli standard W3C.**

Si auspica la modifica del codice, affinché esso sia conforme agli standard HTML, CSS e WAI (almeno Level A).

➔ **Gestire in maniera diversa, standard e più efficace le breadcrumbs.**