

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

ESAME DI INTERAZIONE UOMO-MACCHINA
Docente: Roberto Polillo

VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO WEB:
<http://www.zuritel.it>



<08/06/2007>

Studenti:

<Bertorelle, Marco, marcobertorelle@fastwebnet.it>

<Castriotta, Alessandro, alex85ferrari@libero.it>

<Dell'Orco, Alessandro, alessandro.de2@gmail.com>

1.OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito

Il sito in esame è reperibile all'URL: <http://www.zuritel.it>

Si tratta del sito web della compagnia di assicurazioni "Zurich"

Home page



Requisiti generali del sito

Lo scopo generale del sito web è quello di fornire un supporto ai clienti della compagnia assicurativa o di cercarne di nuovi, calcolando preventivi differenti a seconda del tipo di contesto personale dell'utente che possano risultare convenienti per l'utente stesso.

La categoria di utenti cui si rivolge prioritariamente è formata dagli utenti che non sono ancora assicurati con la compagnia. Il sito offre infatti una presentazione molto accurata dei propri servizi ed offre la funzionalità di preventivo, che l'utente può calcolare per il proprio veicolo o per la propria casa.

La funzione preventivo è molto dettagliata e viene volutamente evidenziata dal sito come quella principale, anche perché la registrazione al sito avviene solo con il primo salvataggio di un preventivo.

Il sito offre anche la possibilità di "acquistare" effettivamente il preventivo, o di modificare il proprio modulo agli utenti già registrati.

Obiettivi della valutazione

Gli obiettivi di tale valutazione sono quelli di descrivere gli aspetti, le funzionalità e le caratteristiche generali dell'intero sito, evidenziando in particolare il tema dell'aspetto comunicativo e funzionale.

La valutazione si pone come obiettivo principale quello di evidenziare i punti di forza e i punti di debolezza di ogni specifica peculiarità e di cercare di proporre alternative, modifiche e miglioramenti mirati per tutte le caratteristiche che presentano delle lacune.

Dal momento che la funzione principale del sito è quella di calcolare dei preventivi per delle polizze assicurative da sottoporre a nuovi o potenziali clienti, ci si è soffermati sul valutare l'aspetto meramente funzionale di tale proprietà, se è semplice da utilizzare, se è gradevole per gli utenti e se è affidabile e funzionante.

2.METODOLOGIA USATA

Il team di valutazione è composto da 3 studenti della Laurea Triennale di Informatica, alla loro prima esperienza per quanto riguarda l'analisi di un sito web.

I compiti sono stati svolti suddividendo il carico di lavoro fra i 3 componenti del gruppo, eccezion fatta per la valutazione finale, dei singoli punti e del test di usabilità, che sono stati svolti insieme.

*Gli strumenti automatici utilizzati nella valutazione sono quelli suggeriti dal corso: **Xenu's Link Sleuth** per l'analisi dei link spezzati; **SiteMonNak** per il monitoraggio del sito web; il sito www.netcraft.it per le informazioni di dominio e sul server; **VisualRoute** per l'analisi dell'accessibilità al sito web; il sito www.wordtracker.com per l'analisi delle keyword correlate nei motori di ricerca; il sito www.browsercam.com per simulare la rappresentazione con i vari browser / sistemi operativi; il sito www.vischeck.com per mostrare la home page così come vista dagli utenti daltonici; infine il sito bobby.watchfire.com come validatore di accessibilità.*

Ciascuna caratteristica del sito è stata valutata da un minimo di 2 ad un massimo di 4 giorni; per attribuire i voti abbiamo deciso di dare la priorità all'aspetto legato alla qualità generale della singola sottocaratteristica, privilegiando gli aspetti negativi a quelli positivi.

Questa scelta ci ha consentito di essere obiettivi nel giudizio complessivo; d'altra parte, in un giudizio che privilegia l'aspetto negativo, se emerge una valutazione positiva significa che la qualità complessiva è molto buona.

Per un'analisi di questo tipo è quindi importante che il giudizio complessivo risulti positivo, in quanto significa che le qualità generali sono premiate in modo ancor più rilevante.

Per le raccomandazioni finali abbiamo invece cercato di fornire dei possibili miglioramenti agli aspetti che ritenevamo carenti o negativi, facendo attenzione che tali suggerimenti non compromettessero in alcun modo qualsiasi altro aspetto che risultava invece positivo.

RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 2.80

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

Analisi:

Struttura del sito

Analizzando il sito abbiamo potuto verificare che esso si sviluppa su un massimo di 3 livelli e che raggiunge tale profondità in quasi tutte le sezioni del sito. Abbiamo notato, però, che il numero massimo di sottopagine accessibili da un livello è 5 raggiungibile solamente nella sezione “Chi siamo”. Ciò risulta essere piuttosto inusuale dato che questa sezione è generalmente breve e utilizzata solo per fornire poche indicazioni di carattere informativo. Nonostante ciò vada contro le normali convenzioni usate dagli altri siti web, il sito risulta essere facilmente navigabile e comprensibile. Il menu principale viene costantemente visualizzato per facilitare la navigazione e le sezioni sono caratterizzate da voci chiare e ben distinte:



Tale menu ci mostra come il sito sia stato correttamente suddiviso mostrando chiaramente la sezione in cui l'utente si trova in un particolare momento della navigazione evidenziando tale sezione con un colore differente.

L'utente può facilmente individuare dove si trova all'interno del sito anche grazie al comodo menu visualizzato a sinistra e, in particolare, quale sottocategoria sta attualmente visualizzando rendendo più chiaro il contesto di ciò che viene mostrato sul video:

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home Chi Siamo Preventivi Polizze In caso di sinistro Area riservata

Home > Chi Siamo > Cosa offre > Prodotto Auto > L'RCA

Chi è Zuritel

► Come opera

▼ Cosa offre

▼ Il prodotto Auto
L'RCA
Le altre garanzie

Il prodotto Casa

Cosa offre: il prodotto Auto - L'RCA

Zuritel ti offre **polizze assicurative** rivolte principalmente a autoveicoli, motocicli e ciclomotori, con la garanzia **RCA** obbligatoria nella formula **Bonus/Malus**.

La strategia di forte personalizzazione di Zuritel è basata su almeno 18 parametri, utilizzati per ottenere un premio appositamente calcolato sul tuo profilo.

Potrai scegliere un **massimale** a partire dal minimo di legge fino a un massimo di 50 milioni di Euro, secondo le tue esigenze.

Ti ricordiamo che la garanzia **RCA** (Responsabilità Civile Auto) prevede il **risarcimento dei soli danni causati a terzi**.

Area Riservata

UserID

Password

Entra

Hai dimenticato la password?

Fai il tuo preventivo

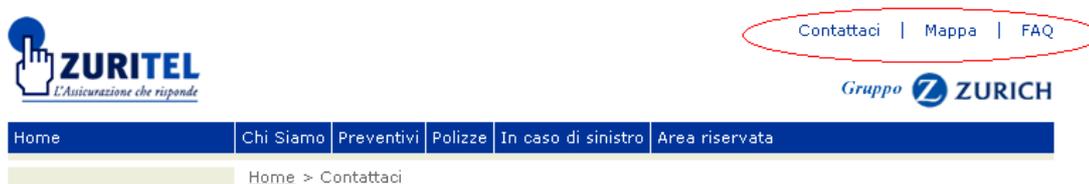
Preventivo Auto >>>

- Auto
- Motocicli

La navigazione è ulteriormente facilitata anche dalla visualizzazione del percorso seguito dall'utente, mostrando chiaramente quali sono i passi che ha compiuto per arrivare a visualizzare la pagina corrente. Tale menu si trova immediatamente sotto al menu principale rendendolo in questo modo più facilmente individuabile:



In aggiunta al menu principale, il sito presenta un secondo menu posizionato nell'angolo in alto a destra dove l'utente ha la possibilità di accedere alla sezione "contattaci", alla mappa del sito e alla sezione relativa alle domande più frequenti che vengono fatte dagli utenti:



Mappa del sito

Il sito propone una mappa abbastanza chiara e comprensibile dove l'utente può individuare facilmente le varie sezioni con relative categorie e sottocategorie ed accedere a ciascuna di esse selezionando l'apposita voce. Le varie sezioni sono chiaramente distinte grazie all'uso dell'elenco puntato che identifica le categorie dalle sottocategorie, dal colore diverso utilizzato che permette di distinguere le voci navigabili da quelle non navigabili, e dalla separazione delle sezioni tramite brevi linee orizzontali.

La terminologia e il tipo di carattere utilizzati sono gli stessi del sito permettendo una più facile comprensione da parte dell'utente.

Analizzando la mappa, però, abbiamo riscontrato anche alcuni aspetti negativi.

L'aspetto negativo più evidente è rappresentato dalla profondità della mappa che rende necessario l'uso dello scroll sia in risoluzione 800x600 che in risoluzione 1024x768:

[Home](#) > [Mappa del sito](#)

[Contattaci](#)

Mappa

[Faq](#)

Mappa del sito

Chi siamo

- » [Chi è Zuritel](#)
- » [Come opera](#)
 - » [Il sito web](#)
 - » [Il Call Center](#)
- » [Cosa offre](#)
 - » [Il prodotto Auto](#)
 - » [L'RCA](#)
 - » [Le altre garanzie](#)
 - » [Il prodotto Casa](#)

Le polizze

- » [Come rinnovare una polizza in scadenza](#)
- » [Auto](#)
 - » [Come pagare la rata semestrale](#)
 - » [Come sostituire una polizza](#)
 - » [Come sospendere e riattivare una polizza](#)
 - » [Diritto di ripensamento](#)
- » [Casa](#)
 - » [Come sostituire una polizza](#)
 - » [Diritto di ripensamento](#)

Area riservata

- » [Cosa puoi fare da utente registrato](#)
- » [Area partner](#)

I preventivi

- » [Auto](#)
 - » [Fai un preventivo](#)
 - » [Cosa ti serve per fare un preventivo](#)
 - » [Non puoi fare un preventivo se...](#)
 - » [Come fare un preventivo](#)
 - » [Come modificare un preventivo](#)
 - » [Come acquistare un preventivo](#)
 - » [Preventivi in convenzione](#)
- » [Casa](#)
 - » [Fai un preventivo](#)
 - » [Cosa ti serve per fare un preventivo](#)
 - » [Non puoi fare un preventivo se...](#)
 - » [Come fare un preventivo](#)
 - » [Come modificare un preventivo](#)
 - » [Come acquistare un preventivo](#)

In caso di sinistro

- » [Auto](#)
 - » [Cosa fare in caso di incidente](#)
 - » [Come ottenere l'assistenza stradale e la tutela legale](#)
 - » [Come denunciare altri sinistri](#)
- » [Casa](#)
 - » [Cosa fare in caso di sinistro](#)

Utilities

- » [Contattaci](#)
- » [FAQ](#)

Area Riservata

UserID

Password

Hai dimenticato la password?

Fai il tuo preventivo

Preventivo Auto >>>

- » [Auto](#)
- » [Motocicli](#)
- » [Ciclomotori](#)
- » [Altri veicoli](#)



Se sei già nostro cliente, la tariffa è scontata del 10%!

Preventivo Casa >>>

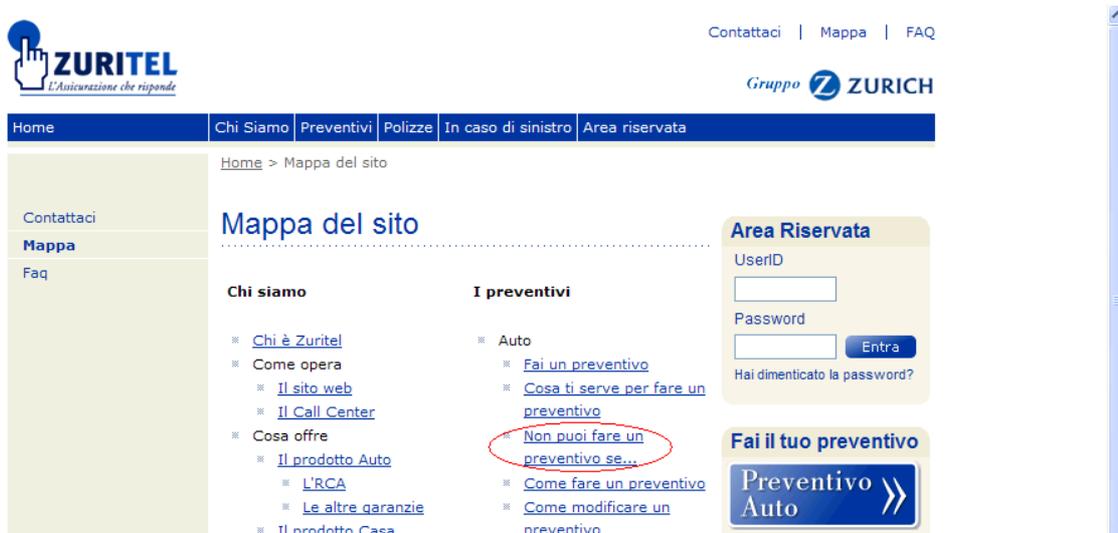
Inoltre sono presenti alcuni casi di incoerenza con il contenuto del sito. La sezione “Utilities”, infatti, non è segnalata da nessuna parte se non nella mappa stessa, inoltre questa sezione non contiene il riferimento alla mappa, presente invece insieme ai collegamenti “contattaci” e “FAQ”:



Un altro caso di incoerenza è rappresentato dalla mancanza della voce “privacy” presente in qualsiasi pagina del sito:



Infine la mappa contiene anche collegamenti che si dividono in più righe a causa della loro lunghezza, ciò può generare confusione da parte dell’utente facendogli credere di trovarsi di fronte a più link quando invece si tratta di un link singolo. Ciò è accentuato dal fatto che i link delle varie sezioni sono molto vicini tra loro:



Tutti questi casi di incoerenza possono confondere e disorientare l’utente rendendo la navigazione più difficoltosa. Per evitare che ciò accada sarebbe stato più opportuno attenersi più fedelmente al contenuto del sito e segnalare i vari link su una riga sola.

Navigazione

Durante la navigazione abbiamo potuto constatare che l'utente ha la possibilità di tornare alla home page in qualsiasi momento cliccando sulla voce "home" presente nel menu principale o cliccando sul logo del sito costantemente visualizzato:

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home | Chi Siamo | Preventivi | Polizze | In caso di sinistro | Area riservata

Home > Come rinnovare una polizza in scadenza

Come rinnovare una polizza in scadenza

▼ Auto

► Casa

► Polizze LPS

Come rinnovare una polizza in scadenza: tempi e caratteristiche contrattuali

Area Riservata

UserID

Password

Entra

Hai dimenticato la password?

Ciò migliora la navigazione dal punto di vista della velocità, rendendolo meno macchinoso e più immediato.

Un altro aspetto molto positivo che abbiamo riscontrato è la possibilità che il sito offre all'utente di poter accedere all'area riservata in qualsiasi momento durante la navigazione e da qualsiasi pagina visualizzata.

Per fare ciò l'utente compila il mini form presente in ogni pagina inserendo i propri dati di accesso e cliccando sul bottone "entra" chiaramente visualizzato:

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home | Chi Siamo | Preventivi | Polizze | In caso di sinistro | Area riservata

Home > Casa > Come sostituire una polizza

Casa: Come sostituire una polizza

▼ Auto

▼ Casa

Come sostituire una polizza

Diritto di ripensamento

► Polizze LPS

Per cambio residenza

Nel caso di **cambio di residenza** del contraente contatta subito il Call Center: l'operatore ti indicherà le procedure da seguire e la documentazione da inviare.

Ti ricordiamo che in caso di mancata comunicazione potresti incorrere nell'applicazione di quanto previsto dagli art. 1982, 93, 94 del codice civile.

Per vendita del bene

Nel caso di **vendita** del bene dovrai darne immediata comunicazione al Call Center, che ti indicherà la procedura da seguire e la documentazione da inviare. Ti ricordiamo inoltre che potrai trasferire la copertura assicurativa su un altro bene, procedendo all'eventuale conguaglio del premio. Oppure potrai cedere il contratto di assicurazione insieme al bene che stai vendendo, fornendoci tutte le indicazioni necessarie per la variazione del contratto.

Area Riservata

UserID

Password

Entra

Hai dimenticato la password?

Fai il tuo preventivo

Preventivo Auto >>

- Auto
- Motocicli
- Ciclomotori
- Altri veicoli

Se sei già nostro cliente, la tariffa è scontata del 10%!

Preventivo Casa >>

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

Si può facilmente notare che la voce “polizze” nel menu principale risulta essere poco chiara. Infatti tale sezione rappresenta una vera e propria guida alle polizze gestite dal sito, perciò la voce del menu avrebbe dovuto specificare in cosa consiste tale sezione mediante l’uso di una voce più specifica (per esempio “guida alle polizze”). In questo modo l’utente avrebbe intuito più facilmente il contenuto di tale sezione senza doverci entrare:

The screenshot shows the Zuritel website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Contattaci', 'Mappa', and 'FAQ'. Below this is a main menu with items: 'Home', 'Chi Siamo', 'Preventivi', 'Polizze', 'In caso di sinistro', and 'Area riservata'. The 'Polizze' item is circled in red. The breadcrumb trail reads 'Home > Auto > Come sospendere e riattivare una polizza'. The main content area is titled 'Auto: Come sospendere e riattivare una polizza' and contains a section for 'Sospensione polizza' with detailed text. A sidebar on the left lists various options, with 'Come sospendere e riattivare una polizza' circled in red. On the right, there is an 'Area Riservata' login form and a 'Fai il tuo preventivo' section with a 'Preventivo Auto' button.

Un altro aspetto particolarmente negativo riguarda l’uso della voce “in caso di sinistro” presente nel menu principale. Infatti tale termine può non essere conosciuto da tutti e risulta così incomprensibile per coloro che non conoscono tale terminologia.

Entrando in questa sezione abbiamo notato che il termine “sinistro” viene sostituito dal sinonimo “incidente”, termine più conosciuto e di uso più frequente.

Per migliorare tale aspetto si sarebbe dovuto evitare l’uso di sinonimi per indicare la stessa cosa e utilizzare il termine più conosciuto anche nella voce del menu principale, favorendo una più facile comprensione da parte dell’utente:

The screenshot shows the Zuritel website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Contattaci', 'Mappa', and 'FAQ'. Below this is a main menu with items: 'Home', 'Chi Siamo', 'Preventivi', 'Polizze', 'In caso di sinistro', and 'Area riservata'. The 'In caso di sinistro' item is circled in red. The breadcrumb trail reads 'Home > Auto > Cosa fare in caso di incidente'. The main content area is titled 'Auto: Cosa fare in caso di incidente' and contains a section for 'Appena possibile, denuncia il sinistro chiamando il numero verde dell’ufficio sinistri Zuritel:' followed by the phone number '800.247.247'. A sidebar on the left lists various options, with 'Cosa fare in caso di incidente' circled in red. On the right, there is an 'Area Riservata' login form and a 'Fai il tuo preventivo' section with a 'Preventivo Auto' button.

Sempre per quanto riguarda gli aspetti negativi abbiamo notato che il link “Ci hai già telefonato?” non è sempre presente nella form di login. Ciò costituisce un link “nascosto” selezionabile solamente nella home page del sito:



Infine il sito è caratterizzato da una navigazione abbastanza fluida, infatti quasi tutti i collegamenti sono interni al sito e localizzati nella stessa lingua. E' presente però un collegamento ad un altro sito della Zurich rappresentato da un secondo logo in alto a destra. Tale collegamento non è abbastanza chiaro, infatti l'utente deve posizionarsi con il mouse sul logo per far apparire la voce “entra nel sito Zurich.com” e capire che tipo di collegamento si tratta. Perciò non rappresenta un chiaro collegamento ad un altro sito e ciò può comportare confusione da parte dell'utente.



Sintesi:

Punti di forza:

- Profondità adeguata
- Navigazione chiara e semplice
- Menu sempre visibili
- Mappa comprensibile e adeguata
- Presenza di scorciatoie che rendono più veloce la navigazione

Punti di debolezza:

- Utilizzo dei termini non sempre adeguato
- Presenza di collegamenti esterni poco comprensibili che possono confondere l'utente
- Frequente utilizzo dello scroll
- Alcuni casi di incoerenza nella mappa del sito

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 3.17

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

Analisi:

L'home page del sito in esame si apre con una tabella visualizzabile interamente su una sola pagina anche in risoluzione 1024x768, senza il bisogno di ricorrere allo scroll. In questo modo vengono visualizzate immediatamente tutte le informazioni contenute nella pagina e ciò rappresenta il modo migliore per attirare l'attenzione dell'utente nei punti interessati. Infatti entrando nel sito la prima cosa che attira l'attenzione è il messaggio promozionale contenuto in un riquadro azzurro che informa l'utente della possibilità di usufruire di uno sconto del 10% fino al 30 Giugno e di poter compilare un preventivo in soli due minuti, evidenziando così la convenienza, la velocità e la facilità che caratterizzano la Zuritel:

The screenshot shows the Zuritel website home page. At the top left is the Zuritel logo with the tagline "L'Assicurazione che risponde". To the right are links for "Contattaci", "Mappa", and "FAQ". Below the logo is a navigation menu with "Home", "Chi Siamo", "Preventivi", "Polizze", "In caso di sinistro", and "Area riservata". The main content area is dominated by a large blue banner with a red circle around it. The banner contains the text "FINO AL 10% DI SCONTO", "SCOPRI QUANTO PUOI RISPARMIARE!", and "FAI IL PREVENTIVO IN 2 MINUTI". Below the banner is a section titled "Fai il tuo preventivo" with a list of categories: Auto, Motocicli, Ciclomotori, Altri veicoli, and Casa. To the right of this list is a "Preventivo Auto" button. Further right is the "Area Riservata" section with login fields for "UserID" and "Password", and an "Entra" button. Below the login fields are links for "Hai dimenticato la password?" and "Ci hai già telefonato?". To the right of the login section is a "Nuova polizza Casa" section with a "Preventivo Casa" button. At the bottom left is a "Ti serve aiuto?" section with links for "Cosa ti serve per fare un preventivo", "Come acquistare un preventivo", and "Come rinnovare una polizza". To the right of this is an "Arriva l'Indennizzo Diretto" section with text about direct compensation. At the bottom right is a "CALL CENTER 848 833 888" section with the text "Dal lunedì al sabato dalle 8:30 alle 19:30". The footer contains "Privacy" and "Copyright © 2005 Zurich".

Subito sotto viene offerta la possibilità di fare un preventivo scegliendo la categoria desiderata o di poter accedere al preventivo per le auto, ovvero l'articolo citato nel messaggio promozionale. Tutto ciò permette di intuire facilmente il principale scopo che il sito cerca di perseguire e di accompagnare l'utente alla compilazione di un preventivo attraverso una procedura guidata. La seconda cosa su cui ricade l'attenzione dell'utente sono i tre riquadri a fianco di color grigio chiaro che offrono ognuno un servizio diverso: il primo permette all'utente di effettuare i login, il secondo permette di accedere al preventivo per la casa con eventuali sconti e il terzo offre un servizio di assistenza, evidenziando il numero di telefono mediante l'uso di un forte blu scuro che ben si contrasta con lo sfondo del riquadro.

Infine, utilizzando un acceso blu scuro su sfondo chiaro, vengono evidenziati due ulteriori servizi: una breve guida per l'utente in difficoltà e l'introduzione di una nuova procedura per il risarcimento dei danni subiti.

Si può quindi notare come la Zuritel abbia cercato di creare una pagina introduttiva accattivante, che informi l'utente su tutti i servizi offerti evidenziando in particolar modo la vantaggiosità della compagnia assicuratrice.

Brand Image

Il brand della Zuritel è ormai molto famoso e si sta affermando anche laddove è poco conosciuto. Il logo è caratterizzato da una mano bianca che punta il dito su un pallino blu scuro con a fianco il nome “Zuritel” scritto in maiuscolo e grassetto. Il colore della scritta utilizza due diverse tonalità di blu: le prime quattro lettere sono in blu scuro mentre le ultime tre sono in blu chiaro evidenziando così la parola “tel” contenuta nel nome completo, che rimanda alla parola “telefono”, tratto distintivo della compagnia.

Per accentuare ulteriormente tale caratteristica il logo presenta anche uno slogan situato immediatamente sotto al nome, che dice “L’Assicurazione che risponde”. Tale slogan evidenzia soprattutto la disponibilità della compagnia verso i clienti offrendo anche un servizio telefonico. Il colore e la struttura del brand non cambiano, infatti è sempre uguale e visibile in ogni pagina del sito. Il sito si adatta perfettamente allo stile del logo utilizzando principalmente diverse tonalità di blu e azzurro, cercando così di mantenere la massima coerenza.



All’interno del sito la scritta Zuritel, presente nel logo, viene utilizzata ogniqualvolta si ricorre a messaggi promozionali e immagini richiamando e valorizzando così il brand della compagnia.



Grafica

Il sito presenta un layout che perfettamente si adatta alla risoluzione 1024x768, risoluzione oggi molto diffusa fra gli utenti che navigano in rete, riuscendo a visualizzare interamente la pagina senza ricorrere allo scroll. La stessa cosa non vale però se si visualizza il sito con una risoluzione 800x600. Se si diminuisce il formato video, infatti, si rende necessario l’utilizzo dello scroll

verticale. Un'ulteriore mancanza è rappresentata dal fatto che il sito non è stato reso liquido. Ciò avrebbe permesso di visualizzare meglio il sito anche riducendo le dimensioni della finestra:



Un aspetto particolarmente negativo è rappresentato dalla scarsa quantità di immagini e dal modo in cui queste vengono visualizzate. Infatti le immagini, se usate correttamente, possono migliorare l'aspetto grafico di un sito, rendendolo più gradevole. Invece il sito raramente fa uso di immagini e spesso non sono visualizzate chiaramente. Inoltre non sono cliccabili e, quindi, non possono essere ingrandite per una più chiara visualizzazione:

riferisce. Cliccando sul pulsante "modifica/acquista" potrai consultare ed eventualmente modificare tale proposta e, se vorrai, potrai acquistarla direttamente online.

Rinnovi						
Numero	Veicoli	Decorrenza	Scadenza	Importo	Stato	
41832059 (Pol. 41832055)	Audi A8 2.4 24V	12-11-2006	12-11-2007	Annuale 198 €	--	modifica acquista

C. Area Polizze
In quest'area troverai lo storico delle tue **polizze**, con lo stato corrente della polizza (scaduta, in scadenza o attiva), e la possibilità di consultarle in ogni momento.

Polizze						
Numero	Veicoli	Decorrenza	Scadenza	Importo	Stato	
41832055	Audi A8 2.4 24V	12-11-2005	12-11-2006	Annuale 202 €	in scadenza	visualizza
41832233	Audi A3 2.0 16V	18-10-2005	18-10-2006	Annuale 152 €	scaduta	modifica acquista

D. Area Dati Personali
Nella colonna di destra troverai un'area dedicata ai tuoi **Dati Personali**. Qui potrai entrare e modificare alcuni dei tuoi dati, come per esempio l'indirizzo email, la UserID e la Password. Cliccando sul link "logout" uscirai dalla tua Area Riservata: ti consigliamo di farlo ogni volta che hai terminato le tue operazioni sul sito.

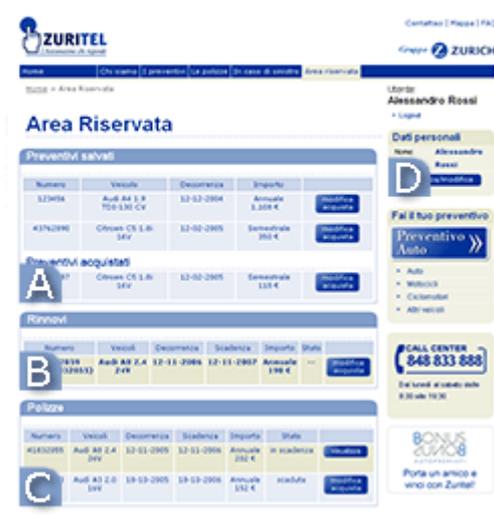
Utente: **Rossi Mario** Logout

Dati Personali
UserID: **mario.rossi** modifica

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

Per quanto riguarda le immagini, l'unico aspetto positivo riscontrato è la buona integrazione con il testo, rendendo la lettura più piacevole e aiutando, per quanto possibile, l'utente a comprendere ciò che si vuole comunicare, mediante l'utilizzo di immagini perfettamente attinenti al testo:

Una volta registrato potrai accedere alla tua Area Riservata per effettuare e salvare nuovi preventivi, consultare, modificare e acquistare i preventivi già salvati in maniera rapida e sicura.





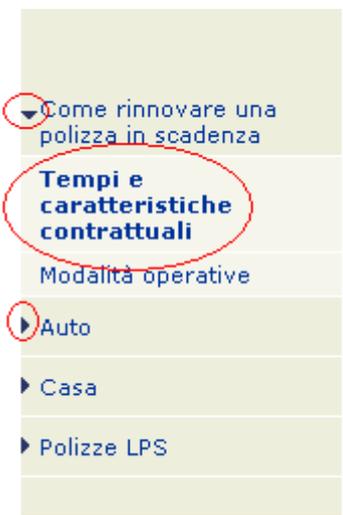
Questa è l'Area Riservata, divisa in due sezioni, una dedicata al prodotto auto e una dedicata al prodotto casa. Le principali aree che compongono ogni sezione sono:

- A.** Area Preventivi
- B.** Area Rinnovi
- C.** Area Polizze
- D.** Area Dati Personali

Il sito fa buon uso dei menu che sono sempre visualizzati e facilmente comprensibili grazie ad un attento uso dei colori. Il menu principale è visualizzato in alto, in posizione orizzontale, senza l'uso dei menu a tendina e utilizza un forte blu chiaro che perfettamente si adatta al resto del sito, mentre la voce selezionata viene visualizzata in blu su uno sfondo grigio chiaro. Ciò permette una più facile comprensione da parte dell'utente evidenziando maggiormente la sezione visitata:



I menu verticali, utilizzati per la navigazione locale, mantengono l'allineamento a sinistra utilizzato in tutto il sito e sono costantemente visualizzati usando lo stesso tipo di carattere e usando la stessa tonalità di blu. Per migliorare la comprensione viene utilizzato lo stile grassetto per evidenziare la voce che attualmente si sta visualizzando e per diversificare le voci dalle sottovoci vengono utilizzate delle frecce orizzontali e verticali:



Un ulteriore aspetto positivo riscontrato nei menu è rappresentato dalla visualizzazione dei link cliccabili, infatti passando il mouse su una particolare voce il puntatore prende l'aspetto di una mano che punta il dito sulla voce e quest'ultima viene sottolineata differenziandola dalle voci non selezionate:



Analizzando i menu abbiamo potuto constatare che, nonostante siano state utilizzate diverse tecniche per favorire la comprensione, i menu possono ancora essere migliorati. Infatti lo sfondo delle sottovoci viene visualizzato mediante l'uso di un grigio leggermente più chiaro di quello utilizzato per le voci principali e per diversificare le varie voci sono state usate linee separatorie bianche. In questi casi l'uso dei colori non è stato fatto correttamente in quanto non sono facilmente distinguibili anche se non alterano la comprensione:



Il carattere usato nel sito è sempre lo stesso ad eccezione per le immagini e alcune voci usate in sezioni particolari, come per se esempio la finestra di login dove sono stati usati due diversi tipi di font:

Area Riservata

UserID

Password [Entra](#)

Hai dimenticato la password?

Ci hai già telefonato?



Nuova polizza Casa:
economica e vantaggiosa.
E se sei già nostro cliente,
tanti vantaggi in più.

[Preventivo Casa >>](#)

Ciò permette di distinguere le voci dei campi da compilare dal resto del testo migliorando così la comprensione da parte dell'utente.

Principalmente si è favorito un testo con caratteri scuri su sfondo chiaro anche se con alcune eccezioni (per esempio il menu principale), alternando il maiuscolo con il minuscolo favorendo così la leggibilità del testo.

Nel testo sono però presenti anche alcune ambiguità, infatti certe voci che apparentemente possono sembrare dei link per altre pagine, in realtà sono termini che vengono spiegati da un vocabolario interno del sito, aprendo uno script, infatti, in cui viene spiegato il significato del termine. Se ciò da un lato migliora la comprensione del testo spiegando termini che i non esperti possono non conoscere, dall'altro possono creare confusione da parte dell'utente. Ciò si potrebbe evitare diversificando questi termini in altri modi, utilizzando colori, font o altre tecniche di visualizzazione:

Leggi della Gestalt

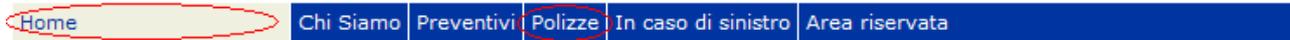
Per quanto riguarda le leggi della gestalt, abbiamo fatto un'analisi relativa a quelle della vicinanza, della somiglianza e della chiusura.

Per quanto riguarda la legge della **vicinanza**, mostriamo un esempio di come non sia stata rispettata fino in fondo:



Questa immagine, presente nella home page, è una scorciatoia utile per accedere alla sezione dei preventivi; il problema, come si può notare, viene dalla parola "Casa": essa infatti è troppo vicina a quelle poste immediatamente in alto, che si riferiscono però ai veicoli. E' presente una linea bianca di demarcazione, ma è troppo sottile per essere subito notata; inoltre il bottone grande posto a destra può ingannare, poiché sembra che tutti i link a sinistra debbano corrispondere a preventivi per veicoli.

Analizzando la legge della **somiglianza**, si può notare che non è stata del tutto rispettata:



Questo è il menù principale orizzontale; si può facilmente vedere che le sezioni che contengono le parole non sono tutte delle stesse dimensioni: "Home" è quella più grande, mentre "Polizze" quella più piccola. Non si capisce per quale motivo ci debba essere questa differenza. L'idea che scaturisce è quella di una impaginazione "frammentata" e non omogenea.

Infine, per quanto concerne la legge della **chiusura**, si può notare che è stata pienamente rispettata:

Fonte di conoscenza del sito	Seleziona una voce	
Situazione assicurativa	Seleziona una voce	?
Data decorrenza polizza	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	?
Data scadenza altra compagnia	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	?
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

In ogni form sono infatti visibili delle linee tratteggiate che demarcano in modo distinto le varie sezioni; i campi sono così ben separati nel senso orizzontale; inoltre il diverso colore per le etichette a fianco separa in modo distinto la zona relativa alle label da quella riguardante invece i campi veri e propri.

Quella che segue è invece la sequenza di animazione dell'immagine posta nella home page; la sequenza è da sinistra verso destra, dall'alto in basso.

Si può notare che inizialmente non compare la scritta "Entro il 30 giugno"; successivamente questa entra dal basso verso l'alto; a quel punto si può notare che la scritta bianca "Fai il preventivo in 2 minuti" inizia a lampeggiare.



Tale animazione è assolutamente automatica e serve molto probabilmente a focalizzare l'attenzione dell'utente dapprima sulla scadenza dell'offerta, ed in seguito sul richiamo e sull'invito di provare a fare immediatamente un preventivo.

L'animazione non può essere interrotta: questa potrebbe essere una limitazione nel caso di utenti con disabilità visive.

Infine, si può porre un'analisi per quanto riguarda l'allineamento del testo. Dalla figura sottostante si può notare un problema a livello visivo:

Norme e Condizioni valide sul sito Zuritel :

AUTO

- ※ [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007\(PDF\)»](#)
- ※ [Condizioni Contrattuali Luglio 2007\(PDF\)»](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\)»](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\)»](#)

CASA

- ※ [Condizioni Contrattuali \(PDF\)»](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy \(PDF\)»](#)

Questi link, posti nella sezione "Preventivi", presentano un allineamento inconsueto e per nulla comodo a livello visivo: sono infatti allineate al centro, sia in senso orizzontale, che verticale.

Dal lato orizzontale, si può vedere che l'allineamento non rende omogenea l'impaginazione ed i quadratini sono "scostati"; l'effetto non è molto riuscito.

Per quanto riguarda il lato verticale, l'allineamento al centro di fatto scosta fra loro i 2 termini in grassetto "AUTO" e "CASA".

Si può quindi concludere che l'allineamento più corretto sarebbe stato quello normale a sinistra, separando magari le 2 aree con una linea verticale.

Sintesi:

Punti di forza:

- *Buon utilizzo del brand*
- *Adeguate utilizzo dei colori*
- *Ottima diversificazione delle voci nei menu*
- *Grafica semplice e abbastanza accattivante*
- *Testo con buona leggibilità*
- *Stile di formattazione adeguato*

Punti di debolezza:

- *Scarso uso delle immagini*
- *Immagini non sempre chiare e non ingrandibili*
- *Alcune ambiguità nei testi*
- *Alcuni colori non sono facilmente distinguibili nei menu*

3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: 2.00

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

Analisi:

Adeguatezza e correttezza

Il team ha condotto l'analisi delle principali funzionalità offerte dal sito web, a cominciare da quella più rilevante: la creazione di un preventivo.

La creazione di un preventivo viene effettuata tramite una dettagliata procedura guidata, che accompagna l'utente in ogni fase.

Un preventivo può essere calcolato per 2 principali categorie di vertenze: Veicoli e Casa. Iniziando dall'analisi dei veicoli, si nota che il processo per il calcolo di un preventivo non è immediato, ma piuttosto complesso.

Occorre infatti seguire un protocollo molto preciso in cui all'utente è richiesto di completare i vari dati nelle form con i valori appropriati.

La scelta è discutibile: se da un lato si presenta estremamente rigorosa e professionale, dall'altro può apparire "pretestuosa", troppo "invadente" per un semplice utente che non è sicuro se attivare o meno la polizza, o che sta solo cercando dei dati in breve tempo.

Il fatto poi di dover immettere alcuni dati personali può "disorientare" o far "seccare" un utente che magari vorrebbe vedere semplicemente un calcolo rateale invece di esporre la propria privacy.

Ora nelle pagine che seguono verranno analizzate le sottocaratteristiche della compilazione della form di calcolo preventivo per la categoria veicoli.

Si può notare come i passi da seguire siano ben 5, prima di giungere finalmente alla schermata di presentazione del preventivo.

Tali fasi sono: "Dati polizza", "Dati anagrafici", "Dati veicolo", "Classe di merito", "Riepilogo", "Preventivo".

Quella seguente è la schermata dell'inserimento dei "Dati polizza".

Si può notare come vi siano dei link che rimandino al regolamento e alle condizioni del contratto. I campi della form sono molto chiari e comprensibili; se l'utente fa "confusione" o non comprende come completare un campo, può cliccare sul punto di domanda posto a destra di ogni campo.

Quando l'inserimento è completato, si clicca sul bottone "avanti", posto nell'angolo in basso a destra.

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home Preventivo

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo Classe di merito Riepilogo Preventivo

Dati polizza

[Condizioni Contrattuali Luglio 2007 \(PDF\) »](#) [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007 \(PDF\) »](#)
[Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\) »](#) [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\) »](#)
[Tabella di comparazione tra classe CU e classe di Compagnia \(PDF\) »](#)

Fonte di conoscenza del sito	Seleziona una voce	
Situazione assicurativa	Seleziona una voce	?
Data decorrenza polizza	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	?
Data scadenza altra compagnia	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

Per visualizzare i documenti in formato PDF scarica gratuitamente Adobe Acrobat Reader.

avanti

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

In caso di mancato inserimento o di errori di compilazione, gli errori sono ben visibili con delle scritte in carattere rosso poste sotto al campo interessato.

La memoria Breve Temporanea dell'utente in questo caso è ben agevolata.

Fonte di conoscenza del sito	Seleziona una voce	
	Seleziona una voce	
Situazione assicurativa	Seleziona una voce	?
	Seleziona una voce	
Data decorrenza polizza	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	?
	Inserisci la data di decorrenza	
Data scadenza altra compagnia	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)	
	Inserisci la data di scadenza	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

Quella che segue è la schermata di aiuto per l'inserimento della data; è accessibile cliccando sul simbolo dell'agenda posto immediatamente a sinistra della casella di testo. In questo modo è molto più semplice e immediato inserire la data, come si vede in figura.



Se si commettono errori nell'inserimento della data, ossia se nel caso specifico viene riportata una data di scadenza della vecchia compagnia posteriore a quella indicata per l'attivazione di quella nuova del gruppo, l'errore viene marcato in modo puntuale e comprensibile.

Data decorrenza polizza	<input type="text" value="01/07/2007"/> (gg/mm/aaaa) ?
Data scadenza altra compagnia	<input type="text" value="01/08/2007"/> (gg/mm/aaaa) La data di scadenza con altra compagnia non può essere successiva alla data di decorrenza polizza
Sei proprietario del veicolo?	<input type="text" value="SI"/> ?
Il veicolo a quante persone è intestato?	<input type="text" value="1"/>

L'unico lato negativo è che il fatto non viene segnalato direttamente all'utente, se non dalla guida posta a fianco.

Inoltre i campi stessi "Data decorrenza polizza" e "Data scadenza altra compagnia" non sono immediatamente comprensibili senza consultare la guida.

Quindi è molto probabile incorrere in un errore di questo tipo, soprattutto nel caso degli utenti meno avvezzi ai termini utilizzati dagli assicuratori.

Si può sostanzialmente affermare che l'errore è correttamente segnalato, ma non si è fatto abbastanza per prevenirlo in maniera più chiara ed immediata.

Una volta completata la prima fase, si passa all'inserimento dei dati anagrafici dell'utente. In questo caso, la scelta è un po' ambigua, anche perché non viene richiesto di inserire il nome e il cognome, ma solo dei dati che certificano la categoria dell'utente. Quindi in questo caso i dati anagrafici si riferiscono ad un utente "anonimo".

I campi sono facilmente comprensibili dall'utente.

Si segnala però un'incongruenza al livello dell'inserimento della data di nascita: a differenza della form precedente, in questo caso l'icona per facilitare l'inserimento della data non è presente, ma la data si può inserire solo dalla casella di testo.

Si nota questa volta un bottone "indietro", utile per tornare alla fase successiva; i dati della fase precedente risultano essere ancora disponibili. Per completare, si clicca sul bottone "avanti".

The screenshot shows the ZURITEL website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Home' and 'Preventivo' tabs. A progress bar indicates the current step is 'Dati anagrafici', with previous steps 'Dati polizza' and 'Dati veicolo', and future steps 'Classe di merito', 'Riepilogo', and 'Preventivo'. The 'Dati anagrafici' section is titled 'Contraente' and contains the following fields:

Sesso	Seleziona una voce
Data di nascita	<input type="text"/> (gg/mm/aaaa)
Cittadinanza	Seleziona una voce
Stato civile	Seleziona una voce
Titolo di studio	Seleziona una voce
Professione	Seleziona una voce
CAP Residenza	<input type="text"/>

At the bottom of the form, there are two buttons: 'indietro' (back) and 'avanti' (forward).

Giunti a questo punto, si nota una cattiva progettazione della form: l'utente, tranquillo di aver inserito tutti i dati richiesti, si attenderebbe la fase successiva.

Invece compare sotto a "CAP Residenza" un ulteriore campo, prima non disponibile: "Località". La cosa può infastidire l'utente, soprattutto per il fatto che il tutto viene evidenziato da una scritta rossa "Seleziona la località", come se egli avesse commesso un errore dovuto al mancato inserimento del parametro stesso.

This close-up screenshot shows the 'Località' field. The 'CAP Residenza' field is filled with '40127'. The 'Località' dropdown menu is open, showing options: 'Seleziona una Località', 'BOLOGNA', and 'SAN DONNINO'. A red text label 'Seleziona la località' is positioned to the right of the dropdown. Navigation buttons 'indietro' and 'avanti' are visible at the bottom.

A questo punto l'utente riesce finalmente a passare alla fase successiva: "Dati veicolo". La schermata è molto semplice e i campi sono facilmente comprensibili.

The screenshot shows the ZURITEL website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Home' and 'Preventivo' tabs. Below it, a progress bar indicates the current step: 'Dati polizza' → 'Dati anagrafici' → 'Dati veicolo' (highlighted) → 'Classe di merito' → 'Riepilogo' → 'Preventivo'. The main content area is titled 'Dati veicolo' and contains a form with the following fields:

- Marca:** A dropdown menu with the text 'Seleziona una voce'.
- Alimentazione:** A dropdown menu with the text 'Seleziona una voce'.
- Mese / anno immatricolazione:** A dropdown menu with 'gennaio' selected, followed by a text input field containing '(aaaa)' and a question mark icon.
- Modello / Versione:** A blue button labeled 'Trova modello' and a question mark icon.

Below the form, there is a note: 'Se il Modello/Versione della tua auto non è presente tra quelli elencati, chiama il Call Center al numero 848.833.888'. At the bottom of the form area, there are two navigation buttons: 'indietro' (left arrow) and 'avanti' (right arrow).

Cliccando sul bottone azzurro "Trova modello" compare una combo-box relativa ai modelli del veicolo corrispondente alla marca, all'alimentazione e all'anno specificati. La fase termina con la pressione del bottone "avanti".

This screenshot shows the same ZURITEL website interface as the previous one, but with the 'Trova modello' button clicked. The form fields are now populated with specific values:

- Marca:** 'ALFA ROMEO' (selected in the dropdown).
- Alimentazione:** 'DIESEL' (selected in the dropdown).
- Mese / anno immatricolazione:** 'gennaio' (selected in the dropdown) and '1998' (in the text input field), followed by '(aaaa)' and a question mark icon.
- Modello / Versione:** A dropdown menu with the text 'Seleziona il Modello / Versione' and a question mark icon.

The note and navigation buttons ('indietro' and 'avanti') remain the same as in the previous screenshot.

Una volta individuato il veicolo corretto, si clicca su “avanti” e si nota una contraddizione: l’utente è convinto di passare alla fase successiva; invece la fase rimane la stessa e compaiono nuovi campi relativi al veicolo selezionato.

[Contattaci](#) | [Mappa](#) | [FAQ](#)
ZURITEL L'Assicurazione che risponde
 Gruppo **ZURICH**

[Home](#) [Preventivo](#)

[Dati polizza](#) [Dati anagrafici](#) **[Dati veicolo](#)** [Classe di merito](#) [Riepilogo](#) [Preventivo](#)

Dati veicolo

Marca	ALFA ROMEO
Alimentazione	DIESEL
Mese anno immatricolazione	01/1998
Modello / Versione	ALFA ROMEO 146 1.9 turbodiesel L 03/97
Cavalli Fiscali	19
Kilowatt	66
Peso	1245
Antipattinamento	Assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Airbag	Assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
ABS	ABS assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Stabilizzatore	NO <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Antifurto	Seleziona una voce <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Valore del veicolo	500 <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Valore Accessori	<input type="text"/> <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Iva Inclusa	SI <input style="float:right" type="button" value="?"/>

Il campo “Valore del veicolo” ha come valore di default 500. Se si seleziona “avanti”, viene segnalato che il valore minimo deve essere 1500.

Quindi il valore di default è contraddittorio e ingannevole, poiché l’utente è portato a pensare che il valore minimo accettabile sia per l’appunto 500.

Antipattinamento	Assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Airbag	Assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
ABS	ABS assente <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Stabilizzatore	NO <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Antifurto	ASSENTE <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Valore del veicolo	500 <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Valore Accessori	<input type="text"/> <input style="float:right" type="button" value="?"/>
Iva Inclusa	SI <input style="float:right" type="button" value="?"/>

Il valore veicolo minimo assicurabile non deve essere minore di 1.500 Euro

Si accede alla quarta fase, denominata “Classe di merito”, dove l’utente deve inserire i dati relativi alla sua storia assicurativa.

Home Preventivo

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo **Classe di merito** Riepilogo Preventivo

Classe di merito

Classe CU	Seleziona una voce	?
Numero di sinistri penalizzanti nel quinquennio	Nessun sinistro	?
Tipo guida	Seleziona una voce	?
Quanto è stata assicurata l'auto negli ultimi 5 anni?	0 anni	?

indietro avanti

Si nota la presenza di un campo “Tipo guida” che non è immediatamente comprensibile; anche provando a selezionare la combo-box per orientarsi con i campi disponibili, l’utente non è in grado di capire cosa deve selezionare.

Home Preventivo

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo **Classe di merito** Riepilogo Preventivo

Classe di merito

Classe CU	4	?
Numero di sinistri penalizzanti nel quinquennio	Nessun sinistro	?
Tipo guida	Seleziona una voce Guida Esperta Guida Esclusiva Guida Libera	?
Quanto è stata assicurata l'auto negli ultimi 5 anni?		?

indietro avanti

Diventa quindi indispensabile ricorrere alla pressione del pulsante di guida “?” posto a fianco del campo. Come si nota dalla finestra sottostante, solo allora si capisce che si tratta della suddivisione in formule di guida; non è molto immediato, soprattutto perché si tratta di una suddivisione fatta solo dalla compagnia.

Un utente estraneo che non conosce la compagnia, o un potenziale cliente, non può comprendere immediatamente il significato di tale campo.

Zuritel.it - Help - Microsoft Internet Explorer fornito da Alice

https://www.zuritel.it/default.aspx?Target=Glossario&id=TipoGuida

Google G Cerca Cerca in Italia Impostazioni

ZURITEL
L'Assicurazione che risponde

Gruppo ZURICH

Formule di Guida

Ti invitiamo a scegliere tra le tre formule di guida Zuritel, pensate per soddisfare esigenze di guida diverse:

Guida Esperta

Guida Esperta e' il prodotto piu' acquistato , ideale per chi mette al volante esclusivamente conducenti esperti, ovvero che abbiano compiuto almeno 25 anni. Ti ricordiamo che se al momento del sinistro si trovasse alla guida del veicolo un conducente di età inferiore ai 25 anni, Zuritel eserciterà la rivalsa fino ad un massimo di 1.500,00 Euro per ogni sinistro a titolo di franchigia.

Guida Esclusiva

Guida Esclusiva e' il prodotto RCA piu' conveniente fra quelli offerti da Zuritel ed e' ideale per chi non solo e' il proprietario del veicolo e il contraente della polizza, ma e' soprattutto l'unico guidatore della propria auto. Ti ricordiamo che se al momento del sinistro si trovasse alla guida del veicolo un conducente diverso dall'intestatario della polizza, Zuritel eserciterà il proprio diritto di rivalsa fino ad un massimo di 2.500,00 Euro per ogni sinistro a titolo di franchigia.

Guida Libera

Guida Libera e' il prodotto che garantisce la massima libertà in quanto offre piena copertura assicurativa per chiunque volesse mettersi al volante . In caso di sinistro, infatti, Guida Libera non prevede rivalse, chiunque sia alla guida nel rispetto della Legge.

Per ulteriori informazioni consulta le Condizioni Contrattuali.

[Chiudi](#)

Fine Internet 100%

Completata questa fase, si accede alla schermata di riepilogo, dove vengono proposti tutti i campi inseriti per ciascuna fase; sono molto utili i pulsanti di “Modifica” per ogni categoria, utilizzabili dall’utente nel caso si accorga di aver sbagliato la compilazione.

In seguito l’utente può continuamente avanzare con la pressione del bottone avanti, in quanto le fasi successive non vengono cancellate.

Giunti a questo punto l’utente nota finalmente un bottone “calcola”, dove può finalmente cercare di visualizzare un preventivo formato da numeri, cifre, prezzi.

Riepilogo dati

Dati polizza	
Fonte di conoscenza del sito	Rai 2
Data decorrenza polizza	01/07/2007
Situazione assicurativa	L'automobile e' gia' assicurata con un contratto in Bonus/Malus
Data scadenza altra compagnia	25/06/2007
Il contraente è anche proprietario?	SI
Numero intestatari del veicolo	1

[Modifica](#)

Dati anagrafici contraente	
Sesso	Maschio
Data di nascita	11/10/1971
Cittadinanza	ITALIA
Stato civile	Single
Professione	OPERAIO
Titolo di studio	Licenza elementare
CAP Residenza	40127

[Modifica](#)

Dati tecnici del veicolo	
Marca	ALFA ROMEO
Alimentazione	DIESEL
Mese / anno immatricolazione	01/1998
Modello / Versione	ALFA ROMEO 146 1.9 turbodiesel L 03/97
Cavalli Fiscali	19
Kilowatt	66
Antipattinamento	Assente
Airbag	Assente
ABS	ABS assente
Stabilizzatore	NO
Antifurto	ASSENTE
Valore del veicolo	€ 2.000,00
Valore accessori	€ 0,00

[Modifica](#)

Classe di Merito	
Classe CU	4
Numero di sinistri penalizzanti nel quinquennio	Nessun sinistro
Quanti anni è stata assicurata la sua auto nell'ultimo quinquennio?	5
Tipo Guida	Guida Libera

[Modifica](#)

Per calcolare la quotazione/preventivo saranno necessari alcuni secondi.

[← indietro](#)

[calcola](#)

Ecco qui sotto come si presenta la schermata finale del calcolo del preventivo.

The screenshot displays the final quote calculation interface. At the top, the ZURITEL logo is on the left, and 'Contattaci | Mappa | FAQ' and 'Gruppo ZURICH' are on the right. A navigation bar shows 'Home' and 'Preventivo'. Below it, a progress bar indicates the current step is 'Preventivo', following 'Dati polizza', 'Dati anagrafici', 'Dati veicolo', and 'Classe di merito'. The main content area is titled 'Preventivo' and features three columns of options:

- Combinazione BASE:** Premio annuale: € 1.495,25; Rata semestrale: € 807,43. Includes buttons 'salva' and 'acquista'. Features: Responsabilita' civile Auto (Massimale 1.600.000 €, Guida Libera), Carta Verde (Inclusa).
- Combinazione TOP:** Premio annuale: € 1.852,02; Rata semestrale: € 1.000,09. Includes buttons 'salva' and 'acquista'. Features: Responsabilita' civile Auto (Massimale 1.600.000 €, Guida Libera), Carta Verde (Inclusa), BluKasko, Infortuni Conducente (senza diaria da ricovero).
- Personalizza la tua polizza:** Premio annuale: € 0,00; Rata semestrale: € 0,00. Includes a 'crea' button.

At the bottom left, there is an 'indietro' button. The footer contains 'Privacy | Copyright © 2005 Zurich'. The browser's address bar shows 'Internet' and a zoom level of 100%.

A questo punto, l'utente può visualizzare il preventivo secondo 2 tipi di combinazioni; non molto comprensibili se non si è letto il manuale apposito, poiché non si capisce la differenza tra le due offerte.

Si può decidere se salvare il preventivo, acquistarlo oppure non fare nulla e tornare indietro oppure alla home page.

Se si decide di salvare il preventivo, automaticamente si viene registrati nel sito. Non esiste quindi una fase di registrazione diretta.

Il preventivo si può direttamente acquistare, nel caso l'utente si sia già registrati via telefono.

A nostro giudizio rimangono comunque troppe le fasi per giungere al preventivo. Soprattutto sono i tempi molto lunghi di compilazione delle form e del calcolo del preventivo stesso fatto dal server a non convincere del tutto.

Se da un lato una simile gestione può apparire altamente professionale e la riproduzione di un preventivo quanto più dettagliata e realistica possibile, dall'altro è troppo macchinoso e non immediato per gli utenti che cercano risposte in tempi brevi e non hanno molto tempo o la volontà per seguire tutte le fasi.

Ora si possono velocemente analizzare le fasi della creazione di un preventivo per la casa. Le fasi sono rispettivamente: “Dati polizza”, “Dati anagrafici”, “Dati dimora abituale”, “Dati dimora saltuaria”, “Riepilogo”, “Preventivo”.

Nella prima fase la form è molto simile a quella per i veicoli, se non per l’ovvia assenza dei campi riguardanti il veicolo stesso.

The screenshot displays the 'Dati polizza' (Policy Data) form on the ZURITEL website. At the top, there is a navigation bar with 'Home' and 'Preventivo' links. Below this is a progress indicator showing the current step 'Dati polizza' and subsequent steps: 'Dati anagrafici', 'Dati dimora abituale', 'Dati dimora saltuaria', 'Riepilogo', and 'Preventivo'. The main content area is titled 'Dati polizza' and includes links for 'Condizioni Contrattuali (PDF) »' and 'Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy (PDF) »'. The form fields include: 'Fonte di conoscenza del sito' with a dropdown menu labeled 'Seleziona una voce'; 'Data decorrenza polizza' with a date input field and a '(gg/mm/aaaa)' format hint; and a promotional banner for 'Adobe Acrobat Reader'. A blue 'avanti' button is positioned at the bottom right of the form area. The footer contains 'Privacy | Copyright © 2005 Zurich'. The browser's address bar at the bottom shows 'Internet' and a zoom level of '100%'.

La fase successiva è esattamente identica a quella per la creazione di un preventivo per un veicolo. Si vedano quindi i riferimenti per quella sezione.

Nella terza fase “Dati dimora abituale” si devono inserire i dati relativi alla dimora utilizzata come domicilio.

Dati polizza → Dati anagrafici → **Dati Dimora Abituale** → Dati Dimora Saltuaria → Riepilogo → Preventivo

Dati Dimora Abituale

Oggetti assicurati	Seleziona una voce ▾	
Ruolo Contraente	Seleziona una voce ▾	?

Dati Localizzazione

Inserire il CAP	<input type="text"/> Trova località	?
Indirizzo	VIA ▾ <input type="text"/> N° <input type="text"/> / <input type="text"/>	

Caratteristiche costruttive

Tipologia	Seleziona una voce ▾	
Tipologia costruttiva fabbricato	Seleziona una voce ▾	
Piano	<input type="text" value="0"/>	
Numero Piani Dello Stabile	<input type="text"/>	
Anno di Costruzione	<input type="text"/>	?
Anno Ultima Ristrutturazione	<input type="text"/>	?

Somme assicurate

Somma Assicurata Fabbricato	<input type="text"/>	?
Somma Assicurata Contenuto	<input type="text"/>	?
Somma Assicurata Furto	<input type="text"/>	?

Fine Internet 100%

I campi “obbligatori” non sono per nulla evidenziati. Vengono indicati solo dopo la pressione del pulsante “avanti”.

Dati Dimora Abituale

Oggetti assicurati	Seleziona una voce ▾	Seleziona una voce
Ruolo Contraente	Seleziona una voce ▾	Seleziona una voce ?

Dati Localizzazione

Inserire il CAP	<input type="text"/> Trova località	?
Indirizzo	VIA ▾ <input type="text"/> N° <input type="text"/> / <input type="text"/>	

Caratteristiche costruttive

Tipologia	Seleziona una voce ▾	Seleziona una voce
Tipologia costruttiva fabbricato	Seleziona una voce ▾	Seleziona una voce
Piano	<input type="text" value="0"/>	
Numero Piani Dello Stabile	<input type="text"/>	Campo obbligatorio
Anno di Costruzione	<input type="text"/>	Campo obbligatorio ?
Anno Ultima Ristrutturazione	<input type="text"/>	Campo obbligatorio ?

L'utente inizia così a compilare la form, ma quando si seleziona il dato relativo alla seconda combo-box, "Ruolo Contraente", la pagina subisce un refresh automatico e come si può vedere vengono cancellati i messaggi che indicavano i campi obbligatori. Ora, di nuovo, l'utente non sa quali sono i restanti campi che deve aggiungere. Lo stesso accadrà per tutti gli altri campi; la cosa potrebbe infastidire l'utente. In questo contesto non si agevola per nulla la Memoria Breve Temporanea dell'utente.

Oggetti assicurati	Abituale	
Ruolo Contraente	Proprietario o convivente del proprietario	?
Dati Localizzazione		
Inserire il CAP	<input type="text"/>	?
	<input type="button" value="Trova località"/>	
Indirizzo	VIA	
	<input type="text"/>	N° <input type="text"/> / <input type="text"/>
Caratteristiche costruttive		
Tipologia	Seleziona una voce	
Tipologia costruttiva fabbricato	Seleziona una voce	
Piano	0	
Numero Piani Dello Stabile	<input type="text"/>	
Anno di Costruzione	<input type="text"/>	?
Anno Ultima Ristrutturazione	<input type="text"/>	?

i campi obbligatori sono "spariti"...

Quando l'utente termina di inserire i dati "obbligatori", è convinto di poter proseguire alla fase successiva.

Quindi clicca su "avanti" e scopre con sorpresa che deve essere specificata la località. Non è sicuramente una buona gestione del lato funzionale; l'utente si sente "preso in giro".

Dati Localizzazione		
Inserire il CAP	<input type="text"/>	?
	<input type="button" value="Trova località"/>	
Indirizzo	VIA	
	<input type="text"/>	N° <input type="text"/> / <input type="text"/>
Caratteristiche costruttive		
Tipologia	Appartamento	
Tipologia costruttiva fabbricato	Antismica	
Piano	0	
Numero Piani Dello Stabile	4	
Anno di Costruzione	1986	?
Anno Ultima Ristrutturazione	1999	?
Somme assicurate		
Somma assicurata fabbricato	<input type="text"/>	?
Somma Assicurata Contenuto	<input type="text"/>	?
Somma Assicurata Furto	<input type="text"/>	?

Indicare la località cliccando sul pulsante 'Trova Località'

Fra l'altro, si nota anche un'incoerenza piuttosto grave, perché l'errore non è riportato a fianco del pulsante "Trova località", ma sotto la voce "Somma Assicurata Contenuto": è quindi ingannevole. Inoltre per inserire la località occorre specificare il CAP, che non risultava fra i campi "obbligatori".

Infine, sistemato l'inconveniente, l'utente scopre ancora una volta che un ennesimo campo non è stato inserito: si tratta di "Somma assicurata" (uno qualsiasi dei due disponibili).

Oggetti assicurati	Abituale	
Ruolo Contraente	Proprietario o convivente del proprietario	?
Dati Localizzazione		
Inserire il CAP	40127	?
Seleziona la località	Trova località	
	BOLOGNA	
Indirizzo	VIA	
	Stalingrado	N° 80
Caratteristiche costruttive		
Tipologia	Appartamento	
Tipologia costruttiva fabbricato	Antisismica	
Piano	0	
Numero Piani Dello Stabile	4	
Anno di Costruzione	1986	?
Anno Ultima Ristrutturazione	1999	?
Somme assicurate		
Somma assicurata fabbricato		?
Somma Assicurata Contenuto		?
<small>Indicare la località cliccando sul pulsante 'Trova Località'</small>		
Somma Assicurata Furto		?

indietro avanti

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

L'utente certamente non apprezzerà questo tipo di inconvenienti, anche e soprattutto perché comportano deconcentrazione e perdita di tempo; mentre invece lo slogan della compagnia è appunto "fai il tuo preventivo in 2 minuti".

Inoltre, si nota ancora una volta un'incoerenza sotto la voce "Somma Assicurata Contenuto". Viene ugualmente segnalata una mancata indicazione della località, nonostante si possa vedere che essa è stata puntualmente inserita.

Il malfunzionamento accresce i dubbi dell'utente, perché per la seconda volta l'errore è segnalato in una posizione non consona e inadeguata.

Ma soprattutto l'utente non è in grado di sapere se ha commesso degli errori, se è egli stesso che sta sbagliando o se è il server che non funziona correttamente.

Una volta inserito il valore nel campo somma, l'applicazione procede alla fase successiva; ad ulteriore dimostrazione che l'errore che riguarda la località è mal gestito.

Il programma avanza, ma l'utente non è in grado di conoscere lo stato del sistema, e rimane con il dubbio sull'avvenuto inserimento della località.

Se si sceglie nella voce "Oggetti assicurati" il campo "Abituale+ saltuario", la fase successiva è la compilazione dei "Dati Dimora Saltuaria"; altrimenti si passa direttamente a "Riepilogo".

Ecco in seguito come si presenta il riepilogo.
Nota: nell'analisi si è scelta la sola dimora abituale.

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home Preventivo

Dati polizza > Dati anagrafici > Dati Dimora Abituale > Dati Dimora Saltuaria > Riepilogo > Preventivo

Riepilogo dati

Dati polizza

Fonte di conoscenza del sito	Rai 2
Data decorrenza polizza	01/07/2007

Modifica

Dati anagrafici contraente

Sesso	Maschio
Data di nascita	11/10/1971
Cittadinanza	ITALIA
Stato civile	
Professione	OPERAIO
CAP Residenza	40127

Modifica

Dati dimora abituale

Oggetti assicurati	Abituale
Ruolo Contraente	Proprietario o convivente del proprietario
Tipologia	Appartamento
Caratteristiche Costruttive	Antisismica
Piano	0
Numero Piani dello Stabile	4
Anno di Costruzione	1986
Anno ultima ristrutturazione	1999
Localizzazione	VIA Stalingrado 80/ - 40127 BOLOGNA (BO)
Somma assicurata fabbricato	€ 0,00
Somma assicurata contenuto	€ 86.500,00
Somma assicurata furto	
Assicurazione per gioielli e preziosi	NO

Modifica

Per calcolare la quotazione/preventivo saranno necessari alcuni secondi.

indietro calcola

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

Internet 100%

L'impostazione della schermata è coerente con quella fatta per il preventivo dei veicoli.
Sono presenti i pulsanti "Modifica" per ciascuna fase.

Il pulsante "Calcola" permette all'utente di ottenere il preventivo.

La figura sottostante riporta un esempio di preventivo calcolato dall'applicazione.

The screenshot displays the 'Preventivo' (Quote) section of the ZURITEL website. At the top, there is a navigation bar with 'Home' and 'Preventivo' highlighted. Below this is a breadcrumb trail: 'Dati polizza' > 'Dati anagrafici' > 'Dati Dimora Abituale' > 'Dati Dimora Saltuaria' > 'Riepilogo' > 'Preventivo'. The main content area is titled 'Preventivo' and contains three columns of options:

- Combinazione BASE:** Premio annuale: € 234,79. Includes buttons 'salva' and 'acquista'. Coverage details: DIMORA ABITUALE, Responsabilita' civile (Massimale: € 500.000), Incendio Contenuto (Massimale: € 86.500), Assistenza famiglia (Europ Assistance).
- Combinazione PLUS:** Premio annuale: € 258,31. Includes buttons 'salva' and 'acquista'. Coverage details: DIMORA ABITUALE, Responsabilita' civile (Massimale: € 1.000.000), Incendio Contenuto (Massimale: € 86.500), Assistenza famiglia (Europ Assistance).
- Personalizza la tua polizza:** Premio annuale: € 0,00. Includes a 'crea' button.

At the bottom left, there is an 'indietro' (back) button. At the bottom right, there is a footer with 'Privacy | Copyright © 2005 Zurich'. The browser's address bar shows 'Internet' and a zoom level of 100%.

Anche in questo caso, il sistema propone all'utente 2 combinazioni diverse, la cui differenza è comprensibile solo consultando un manuale di presentazione delle varie offerte.

I pulsanti "salva" e "acquista" hanno le stesse funzioni specificate nella sezione "Veicoli".

Nel seguito di questa analisi, il team presenterà altre funzionalità interattive proposte dal sito web in esame, tra le quali:

- "password dimenticata"
- "hai già chiamato il call center"
- "Contattaci"
- "login"
- "Faq"

La form “Hai dimenticato la password” è accessibile dal link omonimo posto sotto alla schermata di login.

All’utente viene richiesto di specificare il proprio UserID e l’indirizzo mail, o in alternativa di chiamare il call center.

The screenshot shows the ZURITEL website header with the logo and navigation menu. The main content area is titled "Hai dimenticato la password?". It contains two columns of text and form fields. The left column explains the registration process and provides input fields for UserID and Email, with an "invia" button. The right column is titled "Area Riservata" and contains input fields for UserID and Password, an "Entra" button, and links for "Hai dimenticato la password?" and "Ci hai già telefonato?". A footer bar at the bottom contains "Privacy" and "Copyright © 2005 Zurich".

La seguente schermata è accessibile solo cliccando il link “Ci hai già telefonato?” posto (non sempre) nella schermata di login.

Da qui è possibile effettuare una registrazione al sito, ma solo se l’utente ha fatto un preventivo telefonando al call center.

The screenshot shows the ZURITEL website header with the logo and navigation menu. The main content area is titled "Dati nuovo utente". It contains a paragraph of text explaining the registration process for users who have called the call center. Below the text are five input fields: "Numero Preventivo/Polizza", "Codice fiscale/P.iva", "UserID", "Password", and "Conferma Password". To the right of the UserID and Password fields are instructions: "La UserID deve essere compresa tra 1 e 16 caratteri." and "La Password deve essere compresa tra 8 e 20 caratteri.". An "avanti" button with a right-pointing arrow is located below the "Conferma Password" field. A footer bar at the bottom contains "Privacy" and "Copyright © 2005 Zurich".

La seguente form è reperibile dal link in alto a destra "Contattaci"; permette di inviare una e-mail direttamente alla casella di posta della compagnia presentando una form simile a quella adottata dai più comuni servizi di posta elettronica.

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo **ZURICH**

Home | Chi Siamo | Preventivi | Polizze | In caso di sinistro | Area riservata

Home > Contattaci

Contattaci

Mappa

Faq

Contattaci

Per contattare Zuritel puoi utilizzare questo modulo online oppure inviare una email con il tuo programma di posta elettronica all'indirizzo: info@zuritel.it

Eventuali reclami possono essere inviati via posta, email o via fax al numero 199.11.00.99, specificando nell'oggetto che si tratta di un reclamo.

Email utente:

Oggetto:

Area Riservata

UserID

Password

Hai dimenticato la password?

Fai il tuo preventivo

Preventivo Auto >>

- Auto
- Motocicli
- Ciclomotori
- Altri veicoli

Se sei già nostro cliente, la tariffa è scontata del 10%!

Preventivo Casa >>

La schermata sottostante è quella che si presenta una volta che si preme il bottone "Entra" dell'Area riservata. Per provare la funzionalità si è entrati senza specificare i campi; come si nota il problema viene segnalato in modo chiaro e vengono segnalate in modo altrettanto chiaro le procedure da seguire per risolvere il problema.

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo **ZURICH**

Home | Chi Siamo | Preventivi | Polizze | In caso di sinistro | Area riservata

Errore

Utente non riconosciuto

La UserID o la Password che hai inserito sono errati, prova a inserirli nuovamente.

Attenzione: Le tue vecchie userID e Password potrebbero non essere più valide

- se hai acquistato una polizza sul nostro sito prima del 09/05/2005 o hai realizzato un preventivo (o acquistato una polizza) tramite il nostro call center telefonico, potrai accedere alla tua area riservata direttamente dalla [home page](#) del sito, nell'area [Ci hai già telefonato?](#) indicando il tuo numero di preventivo o di polizza ed il tuo codice fiscale, quindi dovrai digitare una nuova UserID ed una nuova Password
- se hai semplicemente salvato un preventivo prima del 09/05/2005 senza acquistarlo né sul sito né al Call Center, ti invitiamo a rifarlo sul nuovo sito e a registrarti nuovamente

Area Riservata

UserID

Password

Hai dimenticato la password?

Ci hai già telefonato?

La sezione seguente è relativa alla voce "FAQ", ossia alle domande più frequenti poste dalla maggior parte degli utenti.

I link sono ben distanziati, anche se la scelta del colore blu, identico a quello utilizzato nel resto del sito, non appare la più azzeccata.

Contattaci | Mappa | FAQ

Gruppo ZURICH

Home | Chi Siamo | Preventivi | Polizze | In caso di sinistro | Area riservata

Home > Faq

Contattaci
Mappa
Faq

FAQ - Zuritel risponde alle domande più frequenti

[Posso usufruire della classe di merito maturata da un mio familiare per un'autovettura di mia proprietà? Oppure posso utilizzare la classe di merito che ho maturato per l'autovettura che sto acquistando per mio figlio?](#)

[In caso di furto dell'auto, ho diritto al mantenimento della classe per un'altra autovettura?](#)

Area Riservata
UserID

Password
 Entra
Hai dimenticato la password?

Fai il tuo preventivo
Preventivo

Nel seguito invece è riportata la sezione relativa alle risposte, che sono poste nella stessa pagina, sotto a tutte le domande.

Si nota la presenza di un utile pulsante "torna su" per ritornare velocemente alla domande.

torna su

In caso di furto dell'auto, ho diritto al mantenimento della classe per un'altra autovettura?

Sì, se la richiesta di subentro della nuova autovettura viene presentata entro dodici mesi e a patto che venga intestata al medesimo proprietario. Nel caso in cui, successivamente, il veicolo venga ritrovato, lo stesso andrà assicurato nella classe di ingresso (14).

CGA mod. 35000 edizione 03/2006 Art 12

Gestione degli errori

Nel seguito viene brevemente analizzato il comportamento del server in seguito ad errori commessi dall'utente durante la compilazione delle form nella procedura guidata.

Il sito sembra resistere agli "imprevisti", nel senso che non si nota alcuna caduta, che può comportare il fatto di dover ricominciare dall'inizio l'intera procedura.

Quella che segue è la schermata che compare quando l'utente inserisce una data corretta dal punto di vista del formato, ma contestualmente scorretta.

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo Classe di merito Riepilogo Preventivo

Dati polizza

[Condizioni Contrattuali Luglio 2007 \(PDF\) »](#) [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007 \(PDF\) »](#)
[Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\) »](#) [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\) »](#)
[Tabella di comparazione tra classe CU e classe di Compagnia \(PDF\) »](#)

Fonte di conoscenza del sito	Rai 2	
Situazione assicurativa	L'automobile e' gia' assicurata con un contratto in Bonus/Malus	?
Data decorrenza polizza	10/02/30 (gg/mm/aaaa) anno non compreso nel periodo consentito	?
Data scadenza altra compagnia	25/05/2007 (gg/mm/aaaa)	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

Quella sottostante è invece un esempio di un errore contemporaneo nel formato; il server non decade e segnala prontamente l'errore.

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo Classe di merito Riepilogo Preventivo

Dati polizza

[Condizioni Contrattuali Luglio 2007 \(PDF\) »](#) [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007 \(PDF\) »](#)
[Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\) »](#) [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\) »](#)
[Tabella di comparazione tra classe CU e classe di Compagnia \(PDF\) »](#)

Fonte di conoscenza del sito	Rai 2	
Situazione assicurativa	L'automobile e' gia' assicurata con un contratto in Bonus/Malus	?
Data decorrenza polizza	2007 (gg/mm/aaaa) Formato data errato. Usare gg/mm/aaaa	?
Data scadenza altra compagnia	2007 (gg/mm/aaaa) Formato data errato. Usare gg/mm/aaaa	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

Quella seguente è invece un esempio in cui si è inserito un valore con il formato corretto, ma viene ugualmente segnalato un errore perché la data supera il limite temporale.

L'errore è quindi prontamente segnalato, ma non si è fatto nulla per prevenirlo (l'utente non è informato adeguatamente per prevenire l'errore).

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo Classe di merito Riepilogo Preventivo

Dati polizza

[Condizioni Contrattuali Luglio 2007 \(PDF\) »](#) [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007 \(PDF\) »](#)
[Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\) »](#) [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\) »](#)
[Tabella di comparazione tra classe CU e classe di Compagnia \(PDF\) »](#)

Fonte di conoscenza del sito	Rai 2	
Situazione assicurativa	L'automobile e' gia' assicurata con un contratto in Bonus/Malus	?
Data decorrenza polizza	01/01/2007 (gg/mm/aaaa) La data di decorrenza polizza non deve essere precedente ad oggi e non piu' lontana di sessanta giorni	?
Data scadenza altra compagnia	25/06/2007 (gg/mm/aaaa)	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

Infine, come ultimo esempio, viene proposta un'incoerenza piuttosto grave, che denota un certo limite del server per quanto concerne la gestione degli errori.

A seguito di un doppio inserimento "invalido", se viene corretto solamente uno dei valori, permane ugualmente la segnalazione di un errore sul nuovo dato, malgrado sia stato inserito correttamente.

Dati polizza Dati anagrafici Dati veicolo Classe di merito Riepilogo Preventivo

Dati polizza

[Condizioni Contrattuali Luglio 2007 \(PDF\) »](#) [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007 \(PDF\) »](#)
[Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\) »](#) [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\) »](#)
[Tabella di comparazione tra classe CU e classe di Compagnia \(PDF\) »](#)

Fonte di conoscenza del sito	Rai 2	
Situazione assicurativa	L'automobile e' gia' assicurata con un contratto in Bonus/Malus	?
Data decorrenza polizza	25/06/2007 (gg/mm/aaaa) La data di decorrenza polizza non deve essere precedente ad oggi e non piu' lontana di sessanta giorni	?
Data scadenza altra compagnia	prova (gg/mm/aaaa) Formato data errato. Usare gg/mm/aaaa	
Sei proprietario del veicolo?	SI	?
Il veicolo a quante persone è intestato?	1	

L'utente in questo modo può fare confusione e non è in grado di capire se il server funziona correttamente oppure no.

Si può quindi concludere che il sistema è in grado di gestire gli errori dell'utente e non presenta punti deboli, ma non è in grado di prevenirli.

Inoltre permangono alcune incoerenze nella presentazione degli errori stessi.

Sintesi:

Punti di forza:

- *Gestione molto professionale delle fasi di creazione di un preventivo*
- *Possibilità di contattare l'azienda con una e-mail*
- *Pulsanti e link chiari e facilmente visibili*

Punti di debolezza:

- *Progettazione molto macchinosa delle fasi di creazione di un preventivo*
- *Gestione degli errori piuttosto sommaria*
- *La Memoria Breve Temporanea degli utenti in taluni casi non viene agevolata.*
- *Presenza di alcune contraddizioni / ambiguità nei campi di alcune form*
- *Linguaggio alcune volte troppo professionale e non immediatamente comprensibile.*
- *La struttura di navigazione cambia dalla sezione dei preventivi.*

3.4. CONTENUTO

Valutazione: 3.25

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

Analisi:

Categorizzazione

Dal punto di vista del contenuto abbiamo potuto constatare che le informazioni sono state organizzate suddividendole nelle sei macrosezioni di cui è composto il sito. Tali macrosezioni sono state rese facilmente individuabili grazie al comodo menu principale, classificandole con voci non sempre chiare e ben distinte:

1. *Home*
2. *Chi siamo*
3. *Preventivi*
4. *Polizze*
5. *In caso di sinistro*
6. *Area riservata*

Infatti, come già è stato specificato precedentemente, sono presenti alcune ambiguità. La sezione "polizze" avrebbe dovuto essere più precisa, infatti l'utente potrebbe non capire che si tratta di una guida alle polizze gestite dal sito, mentre la sezione "in caso di sinistro" utilizza il termine "sinistro" che potrebbe non essere conosciuto da tutti.

Questa suddivisione rappresenta, comunque, una buona scelta. L'utente può facilmente intuire in quale area del sito si trova e quali informazioni essa contiene.

Non tutte le informazioni sono però contenute in queste sezioni. Infatti è presente un'ulteriore sezione denominata "utilities" che contiene informazioni di assistenza. Tale sezione non è stata rappresentata in modo sufficientemente chiaro. Le tre sottosezioni di cui è composta sono state visualizzate in alto a destra, senza però identificarle come parte integrante di questa macrosezione:



Area Riservata

UserID
Password [Entra](#)

[Hai dimenticato la password?](#)

[Ci hai già telefonato?](#)

Nonostante ciò le informazioni sono state organizzate in maniera soddisfacente.

Ad esempio, la sezione principale del sito è costituita dai possibili preventivi che il sito propone ed è accessibile anche dalla home page. Tale rappresentazione risulta essere sufficientemente chiara e ben distinta. I principali preventivi sono resi evidenti da poche voci generali accessibili tramite bottoni cliccabili, mentre i preventivi secondari sono accessibili grazie ad un comodo menu a tendina dove è possibile scegliere il veicolo interessato:



Home | [Chi Siamo](#) | [Preventivi](#) | [Polizze](#) | [In caso di sinistro](#) | [Area riservata](#)

Home > [Fai un preventivo](#)

Fai un preventivo

Auto

Fai un preventivo

Cosa ti serve per fare un preventivo

Non puoi fare un preventivo se...

Come fare un preventivo

Come modificare un preventivo

Come acquistare un preventivo

Preventivi in convenzione

Casa

Preventivo Auto >>

Motocicli [Preventivo](#)

Ciclomotori [Preventivo](#)

Altri veicoli:

Altri veicoli [Preventivo](#)

Preventivo Casa >>

Area Riservata

UserID
Password [Entra](#)

[Hai dimenticato la password?](#)

CALL CENTER
848 833 888

Dal lunedì al sabato dalle 8:30 alle 19:30

Immediatamente sotto il sito rende disponibili documenti in formato pdf per la consultazione delle norme e delle condizioni contrattuali riguardanti i principali preventivi gestiti.

In aggiunta è presente un link, accessibile tramite un bottone, per poter scaricare gratuitamente l'ultima versione del software necessario per la visualizzazione di questi documenti:



Preventivo Casa >>

Norme e Condizioni valide sul sito Zuritel :

AUTO

- ※ [Condizioni Contrattuali Gennaio 2007\(PDF\)>>](#)
- ※ [Condizioni Contrattuali Luglio 2007\(PDF\)>>](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Gennaio 2007\(PDF\)>>](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy Luglio 2007\(PDF\)>>](#)

CASA

- ※ [Condizioni Contrattuali \(PDF\)>>](#)
- ※ [Nota Informativa per il Contraente e sulla Privacy \(PDF\)>>](#)

Per visualizzare i documenti in formato PDF scarica gratuitamente Adobe Acrobat Reader.



Tale sezione è però accessibile solamente nella pagina dei “Preventivi”; non c’è nessun riferimento alle condizioni contrattuali nella sezione “Chi siamo-cosa offre zuritel” o nella sezione “Polizze”, riferimenti che sembrerebbero più immediati per gli utenti.

La scelta è quindi un po’ ambigua, perché si rischia che questi dati, molto importanti per un utente al fine di valutare la qualità di una società e delle sue offerte, risulti nascosta o non facilmente reperibile.

La sezione “preventivi” rappresenta la parte più importante del sito ed è accessibile da qualsiasi pagina grazie ad un riquadro posizionato sulla destra. Tale riquadro contiene i link per accedere direttamente al preventivo desiderato senza dover prima passare per la pagina principale della sezione:

Home > Cosa puoi fare da utente registrato

Cosa puoi fare da utente registrato

Area partner

Per diventare un utente registrato sul sito Zuritel, devi prima **richiedere e salvare un preventivo** online oppure tramite Call Center.

Se hai richiesto un preventivo o acquistato una polizza tramite il **Call Center**, puoi accedere alla tua Area Riservata inserendo il tuo numero preventivo e il tuo codice fiscale dopo aver cliccato in Home Page sul link “Ci hai già telefonato?”. Nella procedura di registrazione ti verrà chiesto di specificare una UserID e una Password che ti serviranno per ogni accesso successivo.

Solo un utente registrato sul sito può sfruttare al meglio la **multicanalità** di Zuritel, avvalendosi dell'integrazione tra il Call Center e il sito web: gli operatori del Call Center, dietro tua richiesta, possono accedere alle operazioni effettuate sul sito e, viceversa, sul sito potrai vedere immediatamente le operazioni effettuate tramite il Call Center.

Area Riservata

UserID

Password
 [Entra](#)

[Hai dimenticato la password?](#)

Fai il tuo preventivo

Preventivo Auto >>>

- Auto
- Motocicli
- Ciclomotori
- Altri veicoli

L'utente ha quindi la possibilità di accedere alle informazioni in maniera facile e veloce grazie alla buona organizzazione del sito.

Stile

Per visualizzare il contenuto dei testi il sito utilizza una grafica semplice e chiara. I testi sono costituiti da brevi paragrafi dotati di una buona leggibilità anche se spesso, per poterli visualizzare interamente si deve ricorrere all'uso del scroll. I termini chiave sono evidenziati in grassetto rendendoli più facilmente distinguibili nel contesto, anche se talvolta le parole evidenziate risultano superflue. Per migliorare ulteriormente la leggibilità il sito ricorre spesso all'elenco puntato pur non usando un colore facilmente distinguibile:

Una volta **diventato cliente di Zuritel**, nell'Area Riservata potrai:

- * **consultare** le tue polizze e verificarne lo stato corrente
- * consultare, modificare e acquistare le **proposte di rinnovo** che Zuritel ti offrirà alla scadenza della polizza
- * aggiornare i tuoi **dati personali**.

Tutela dei dati personali

La procedura per calcolare un preventivo sul sito è completamente anonima: i tuoi **dati personali** ti saranno chiesti soltanto al momento di **salvare** o **acquistare** un preventivo.

I dati che ci fornirai verranno trattati, protetti e conservati nel rispetto dell' **ex art. 13 d.lgs n. 196/03** sulla Tutela della Privacy.

A questo proposito ti invitiamo a consultare la [Nota Informativa sulla Privacy](#) (file PDF).

Garanzia di sicurezza delle transazioni

Le transazioni con carta di credito avvengono in condizioni di totale sicurezza: tutti i dati vengono trasmessi con il **sistema di sicurezza SSL** (Secure Socket Layer) a 128 bit. L'utilizzo di tale tecnologia prevede che le informazioni riservate viaggino su Internet solo in forma criptata, cioè codificate secondo un complesso algoritmo matematico che garantisce la riservatezza delle comunicazioni e l'inaccessibilità dei dati trasmessi.

Privacy | Copyright © 2005 Zurich


 cliente, la tariffa e
 scontata del 10%!

[Preventivo Casa >>](#)

Per poter facilitare la comprensione del testo, il sito è dotato di un vocabolario interno al quale ricorre ogniqualvolta si utilizza un termine usato spesso nel linguaggio del web. Questi termini non sono però diversamente evidenziati dai normali link e questo rappresenta un'ambiguità che può generare confusione da parte dell'utente. Cliccando su tali termini, infatti, anziché aprire una particolare pagina web, si apre uno script che contiene il significato del termine selezionato:



The screenshot shows a web browser window with the URL <http://www.zuritel.it>. A modal window titled "User ID" is open, explaining that it is the identifier chosen during registration. In the background, the "Area Riservata" (Reserved Area) is visible, featuring a login form with fields for "UserID" and "Password", an "Entra" button, and a "Preventivo Auto" button. A list of vehicle categories is also shown: Auto, Motocicli, Ciclomotori, and Altri veicoli.

Per rendere più chiaro questo aspetto, gli autori del sito avrebbero dovuto utilizzare una diversa tecnica di visualizzazione per permettere all'utente di distinguere i termini del vocabolario dal resto dei link.

Al fine di mettere l'utente a proprio agio, il sito usa un linguaggio informale come se un assistente stesse parlando direttamente con l'utente:

Tutela dei dati personali

La procedura per calcolare un preventivo sul sito è completamente anonima: i tuoi **dati personali** ti saranno chiesti soltanto al momento di **salvare** o **acquistare** un preventivo.

I dati che ci fornirai verranno trattati, protetti e conservati nel rispetto dell' **ex art. 13 d.lgs n. 196/03** sulla Tutela della Privacy.

A questo proposito ti invitiamo a consultare la [Nota Informativa sulla Privacy](#) (file PDF).

Questo aspetto è particolarmente positivo, data la natura del sito. Infatti ciò migliora la comunicazione con l'utente riducendo la diffidenza che egli può provare nell'effettuare una particolare operazione tramite il web.

Informazione

Analizzando le informazioni contenute nel sito abbiamo potuto constatare che esse risultano adeguate ed esaurienti. Nella sezione dedicata ai preventivi oltre alla possibilità di fare un preventivo attraverso una breve procedura guidata, è presente anche una guida che spiega tutto ciò che bisognerebbe sapere prima di compilare un preventivo:

The screenshot shows the ZURITEL website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Contattaci', 'Mappa', and 'FAQ'. Below this is a main navigation menu with options like 'Home', 'Chi Siamo', 'Preventivi', 'Polizze', 'In caso di sinistro', and 'Area riservata'. The main content area is titled 'Auto: Cosa ti serve per fare un preventivo'. It includes a sidebar on the left with a tree view under 'Auto' containing links such as 'Fai un preventivo', 'Cosa ti serve per fare un preventivo', 'Non puoi fare un preventivo se...', 'Come fare un preventivo', 'Come modificare un preventivo', 'Come acquistare un preventivo', 'Preventivi in convenzione', and 'Casa'. The main text explains that to calculate a quote quickly, certain data is needed, listed in five numbered points: 1. Policy expiration date, 2. Policyholder and insured vehicle details, 3. Vehicle characteristics (brand, model, fuel, registration, safety features), 4. First registration date, and 5. Merit class for existing policyholders. On the right side, there is a login section for 'Area Riservata' with fields for 'UserID' and 'Password', and a 'Fai il tuo preventivo' section with a 'Preventivo Auto' button and a list of vehicle types: 'Auto', 'Motocicli', 'Ciclomotori', and 'Altri veicoli'.

Ciò rappresenta un'ottima tecnica per invogliare l'utente a compilare un preventivo tramite il sito, spiegando in maniera chiara e concisa tutto ciò che vorrebbe sapere prima di effettuare una qualsiasi operazione.

Nel sito non è presente una sezione dedicata alle news, ciononostante abbiamo potuto verificare che le informazioni vengono aggiornate quotidianamente. Nella home page, infatti, era presente, fino al 30 giugno, una promozione sui preventivi delle auto. Tale informazione è stata regolarmente aggiornata il giorno successivo alla data di scadenza.

fino al 30 Giugno:



Il 1° Luglio:



Tale rapidità negli aggiornamenti permette all'utente di conoscere tutte le novità e i cambiamenti che avvengono, migliorando così la sua soddisfazione e l'usabilità del sito.

Localizzazione

Il sito fa parte dell'insieme di siti del gruppo Zurich, al quale è possibile accedere tramite il logo della Zurich presente nella home page:



Attraverso il sito principale è possibile accedere al sito della Zuritel mediante un motore di ricerca che filtra i vari siti selezionando il paese di provenienza dell'utente.

» Global websites

Sitemap

» Privacy

Legal

Contact

Global websites

Select your country or region to locate the Zurich company that can help meet your needs.

Country: Search

Search results for **Italy**

Company name	Address
Zurich Insurance Company S.A. - Rappresentanza Generale per l'Italia » Go to website » Send an e-mail	Rappresentanza Generale per l'Italia Piazza Carlo Erba n.6 20129 Milano Phone: +39 02 59 66 1 FAX: +39 02 59 66 26 03
Zurich Insurance Ireland Limited - Rappresentanza Generale per l'Italia » Go to website » Send an e-mail	Rappresentanza Generale per l'Italia Piazza Carlo Erba n.6 20129 Milano Phone: +39 02 59 66 1 FAX: +39 02 59 66 26 03
Zurich Investments Life S.p.A. » Go to website » Send an e-mail	Piazza Carlo Erba n.6 20129 Milano Phone: +39 02 59 66 1 FAX: +39 02 59 66 26 03
ZURITEL S.p.A. » Go to website » Send an e-mail	Piazza Carlo Erba n.6 20129 Milano Phone: +39 02 59 66 1 FAX: +39 02 59 66 26 03

Il sito Zuritel è correttamente e totalmente localizzato in italiano, senza presentare pagine tradotte in altre lingue. Ciò migliora notevolmente la comunicazione con l'utente che potrebbe non padroneggiare altre lingue.

L'unico aspetto negativo è la mancanza della possibilità di cambiare lingua. Per poter fare ciò l'utente è obbligato a entrare nel sito principale e selezionare un altro paese.

Tale aspetto si sarebbe potuto migliorare attraverso un menu a tendina dove l'utente avrebbe potuto selezionare un'altra lingua.

Ciononostante il sito gestito dalla Zuritel offre comunque la possibilità di accedere al sito principale anche se tale link non risulta sufficientemente chiaro.

Sintesi:

Punti di forza:

- *Organizzazione delle informazioni adeguata e completa*
- *Aggiornamento quotidiano delle informazioni*
- *Informazioni chiare, precise ed esaurienti*
- *Presenza di un vocabolario interno*
- *Linguaggio informale*
- *Localizzazione in italiano corretta e completa*

Punti di debolezza:

- *Alcune ambiguità nel menu e nei link*
- *Uso delle immagini quasi inesistente*
- *Nessuna possibilità di cambiare lingua*

3.5. GESTIONE

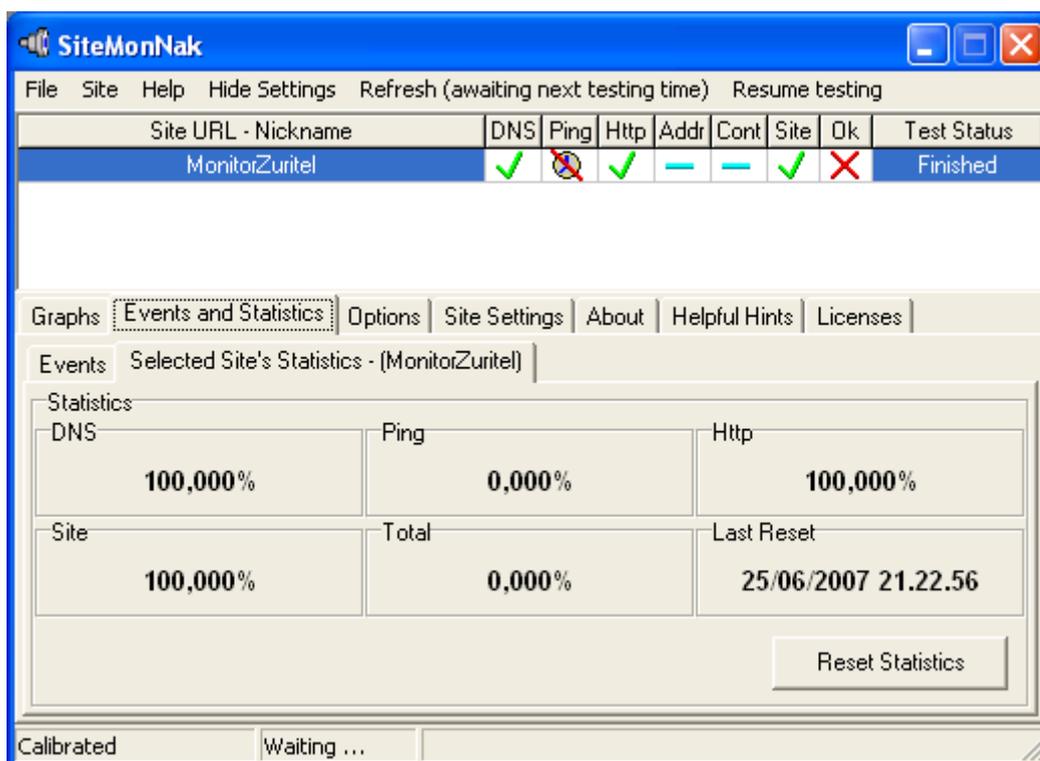
Valutazione: 3.13

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

Analisi:

Disponibilità e monitoraggio

La disponibilità del sito è stata costantemente monitorata mediante il software SiteMonNak (in versione free), a diverse ore della giornata e ad intervalli regolari.



Come si può vedere dal rapporto statistico fornito dal programma, la percentuale di risposta del sito (DNS, http, Sito) è risultata essere sempre completa.

L'unico parametro di cui non si è mai riusciti ad ottenere una risposta è quello relativo ai ping costanti rivolti al sito web: il server locale respingeva ogni richiesta, chiaro sintomo che è protetto da un firewall per evitare intromissioni.

Pertanto, da questa analisi si può notare come il sito abbia un'adeguata gestione della sicurezza e come il monitoraggio dell'accesso sia ottimamente gestito.

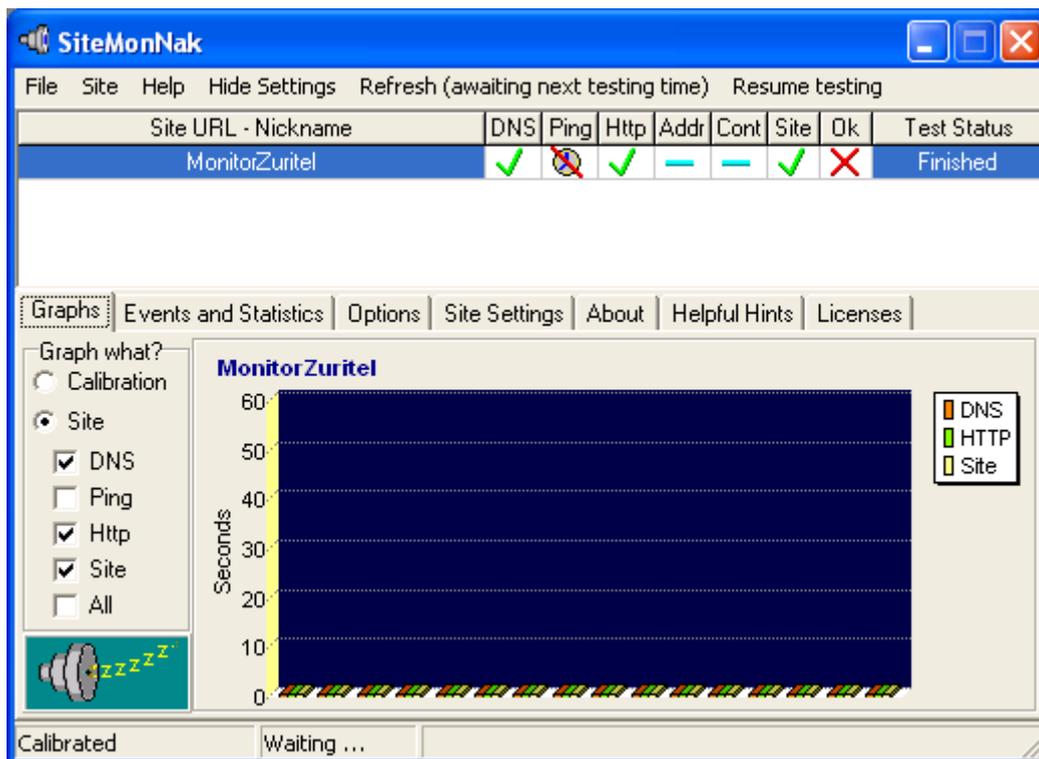
Abbiamo notato come il sito sia sempre reperibile con un brevissimo tempo di risposta.

Per un breve periodo di tempo, abbiamo constatato che alcune funzioni legate alla creazione dei preventivi non erano utilizzabili.

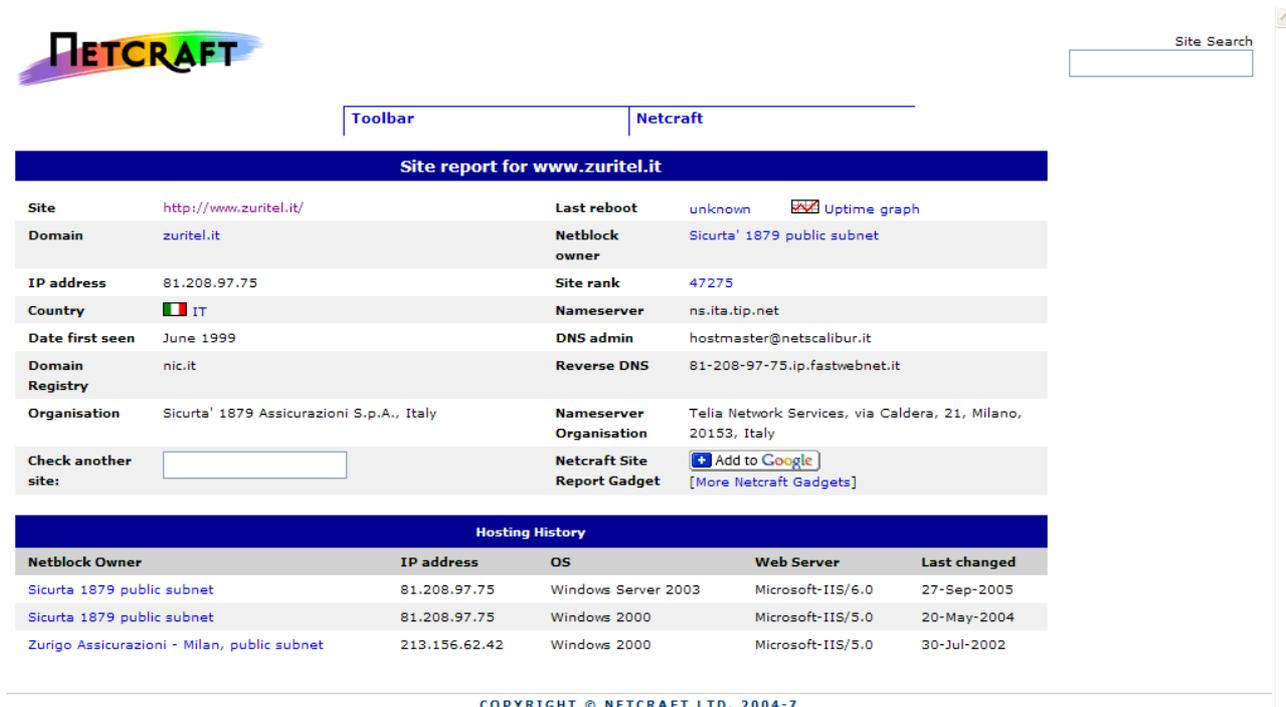
Tale periodo è in ogni caso precedente all'inizio di questa valutazione.

E' in ogni caso opportuno segnalare che il server rispondeva ad ogni pressione del bottone "avanti" con un errore di sistema. Pertanto può essere dipeso da anomalie di funzionamento.

Nella figura sottostante si può notare invece il grafico di risposta del sito web.



Sempre per quanto riguarda la disponibilità del sito web, è stato utilizzato il sito Netcraft, che registra le informazioni pubbliche della storia del sito di un URL relativo.



Si può notare che il 20/05/2004 il sito ha cambiato indirizzo IP e Netblock owner, mentre il 27/09/2005 è stato aggiornato il sistema operativo (da Windows 2000 a Windows Server 2003) e il Web Server, aggiornato alla versione 6.0.

In entrambi i casi, ci possono essere stati disagi per gli utenti.

La figura seguente, sempre tratta da Netcraft, analizza i nomi di dominio registrati per “zuritel.it”. Si può vedere come esista un secondo dominio registrato, assicurazioni.zuritel.it; non ci sono però informazioni sul proprietario e sul Web Server di questo dominio.

NETCRAFT

Just how bad is online fraud?
No one really knows how safe your credit card data is.

NETCRAFT

Site Search

Netcraft News

Search Web by Domain

Explore 6,534,940 web sites visited by users of the Netcraft Toolbar 25th June 2007

Search: search tips

site contains *zuritel.it lookup!

example: site contains .sco.com

Results for *.zuritel.it

Found 2 sites

Site	Site Report	First seen	Netblock	OS
1. www.zuritel.it		June 1999	Sicura' 1879 public subnet	Windows Server 2003
2. assicurazioni.zuritel.it		November 2005	unknown	unknown

COPYRIGHT © NETCRAFT LTD 2007

Aggiornamento

Gli strumenti usati per l'analisi (Netcraft e WebXACT) non riescono a stabilire la data dell'ultimo aggiornamento.

Evidentemente si tratta di un'informazione che non viene comunicata o resa pubblica.

E' improbabile che dipenda da una mancanza totale di aggiornamenti, poiché nel periodo in cui abbiamo esaminato il sito web (giugno 2007) la home page pubblicizzava uno slogan di uno "sconto del 10% entro il 30 giugno"; puntualmente, allo scadere di questa data, abbiamo infatti notato che l'immagine era cambiata, reclamizzando in seguito una diversa opportunità.

Possiamo quindi concludere che il sito sembra essere aggiornato in modo estremamente puntuale.

Una cosa che invece può lasciare perplesso l'utente visitatore è la data riportata in basso a destra di ogni pagina, a fianco della voce "Privacy": come si può vedere dalla figura, questa voce riporta la data "Copyright © 2005 Zurich".

Privacy | Copyright © 2005 Zurich

Questa informazione è piuttosto ambigua, perché può ingannare l'utente: non è possibile capire immediatamente se si tratta di un mancato aggiornamento oppure se le politiche relative si riferiscano appunto ad un contratto stipulato nel 2005.

Per quanto riguarda i link spezzati, è stato utilizzato il software *Xenu's Link Sleuth*.
 Il risultato è eccellente: non risultano essere presenti link di questo tipo, come si vede nella figura di dettaglio sottostante:

All pages, by result type:

ok	147 URLs	89.63%
skip type	17 URLs	10.37%
Total	164 URLs	100.00%

Nel dettaglio, si può notare lo stato per ogni URL, il livello della pagina, il numero di link interni/esterni, il titolo dell'oggetto in esame e il server su cui è posto.

Address	Status	Type	Size	Title	Date	Level	Out Links	In Links	Server	Error	Dura...
http://www.zuritel.it/	ok	text/html	22853	assicurazioni auto Zuritel		0	79	1	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	text/css	42712		29.05.2007...	1		47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	appli...	10593		18.05.2007...	1		43	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	22853	assicurazioni auto Zuritel		1	78	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	2857	logo zuritel	13.11.2006...	1		47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	25869	assicurazioni auto Zuritel		1	108	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	43	spazio	13.11.2006...	1		47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://assicurazioni.zuritel.it/	ok	text/html	10486	<IMG src="presentation/image/gl...	19.01.2007...	1		47	Apache/1.3.33 (Unix)...		
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	44	assicurazioni Zuritel	13.11.2006...	1		47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	30534	assicurazioni auto Zuritel		1	140	47	Microsoft-IIS/6.0		
http://polizze.zuritel.it/	ok	text/html		<IMG src="presentation/im...		1		47	Apache/1.3.33 (Unix)...		
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	43842	assicurazioni auto Zuritel		1	106	47	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zurich.com/	ok	text/html	259	<img height="47" alt="entra nel si...		1	1	47	Apache		
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	1747	entra nel sito zurich.com	13.11.2006...	1		47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	26577	assicurazioni auto Zuritel		1	108	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	30105	assicurazioni auto Zuritel		1	101	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	28011	assicurazioni auto Zuritel		1	114	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	30554	assicurazioni auto Zuritel		1	127	47	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	27859	assicurazioni auto Zuritel		1	107	47	Microsoft-IIS/6.0		00:01
https://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	23346	<IMG alt="Assicurazioni auto Zurit...		1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	28086	Assicurazioni auto Zuritel: fai un p...	29.05.2007...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	330		21.02.2005...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	333		14.02.2005...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/Presentation...	ok	image/gif	64	Quadrato	13.11.2006...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
https://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	23346	Auto		1		42	Microsoft-IIS/6.0		00:01
https://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	23186	Motocicli		1		42	Microsoft-IIS/6.0		00:01
https://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	23195	Ciclomotori		1		42	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	9575	assicurazioni auto Zuritel		1	39	42	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/Presentation...	ok	image/gif	51		27.04.2006...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
https://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	18194	Casa		1		42	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/Presentation...	ok	image/gif	8717	Fai un preventivo per la tua assicu...	14.02.2005...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	190		14.02.2005...	1		4	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	124		14.02.2005...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	186		14.02.2005...	1		4	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	56	linea tratteggiata	13.11.2006...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	97	Quadrato	14.02.2005...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	29628	assicurazioni auto Zuritel		1	126	9	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	31405	assicurazioni auto Zuritel		1	125	9	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	120	Angolo Sinistra Area Riservata	13.11.2006...	1		43	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	121		13.11.2006...	1		43	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	1386		13.11.2006...	1		44	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	13692	assicurazioni auto Zuritel		1	46	43	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/default.aspx...	ok	text/html	11735	assicurazioni auto Zuritel		1	37	5	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	80		13.11.2006...	1		43	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	95		13.02.2005...	1		3	Microsoft-IIS/6.0		00:01
http://www.zuritel.it/presentation...	ok	image/gif	79		13.11.2006...	1		43	Microsoft-IIS/6.0		
http://www.zuritel.it/Presentation...	ok	image/gif	213		13.11.2006...	1		2	Microsoft-IIS/6.0		00:01

Relazioni con gli utenti

Per quanto riguarda le relazioni con gli utenti è disponibile la sezione "Contattaci", che consente di inviare una e-mail alla società.

Dal momento che tale opzione è stata pensata in particolar modo per i clienti che vogliono porre interrogazioni reali alla società, questa funzione non è stata testata.

Attraverso il sito WebXACT è stato controllato il trattamento dei dati degli utenti e del loro traffico.

Results for http://www.zuritel.it

Page last checked on Mon 25/06/2007 at 11:23pm.

General	Quality	Accessibility	Privacy
Data Collection			
Page encryption level:	0 bit		
Forms	2		
Forms using GET:	0		
Controls:	9		
Custom data collection standard 1:			Watchfire WebXM can identify pages that do not meet custom data collection standards (learn more)
Privacy Statement Links			Watchfire WebXM can identify pages that do not contain a privacy statement (learn more)
Visitor Tracking and P3P Compliance			
Cookies set by this page	1		
First-party cookies denied for default Internet Explorer privacy setting:	0		
Third-party cookies:	0		
P3P compact policy:	No P3P compact policy		
Web beacons (graphics from external sites):	0		
Third-Party Content			
Third-party links:	4		
Custom Privacy Standards			
			Watchfire WebXM and WebQA can identify pages that do not meet site or corporate privacy content or coding standards (learn more)

Now that you've tried **WebXACT** on a page, find out how Watchfire can help your entire site!

To learn more, choose a product:



Items marked with a Watchfire flame indicate additional information that can be collected by Watchfire WebXM or WebQA.

Page Links

Links in:

To help in site maintenance, Watchfire WebXM and WebQA can identify all of the pages that link to this page ([learn more](#))

Links out: 52

Link path from a starting URL:

To help in site maintenance, Watchfire WebXM and WebQA can identify the URL path that links to this page ([learn more](#))

Da questa analisi, si può notare che la gestione della privacy degli utenti è nel complesso abbastanza buona, nonostante non siano presenti strumenti di crittografia per alcuni dati, non venga integrato il protocollo P3P e vi sono 4 link a delle “terze parti” esterne al sito.

Sintesi:

Punti di forza:

- Il sito è sempre reperibile sulla rete.
- La presenza di un firewall nell'ultimo nodo aumenta la sicurezza dei visitatori e del sito.
- Non ci sono link spezzati o link “irregolari”.

Punti di debolezza:

- Non è stato possibile valutare il grado di aggiornamento
- Alcune politiche sulla privacy del traffico non sono integrati
- Il sito presenta un secondo dominio dubbio, in quanto non ci sono informazioni al riguardo

3.6. ACCESSIBILITÀ

Valutazione: 2.75

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

Analisi:

Tempi di accesso

Per l'analisi del tempo di accesso al sito web abbiamo utilizzato il software suggerito dal corso Visualroot, in versione ridotta.

Dall'analisi dei tempi, si può notare come l'accessibilità sia risultata essere estremamente rapida, con un massimo tempo di risposta di 17 ms.

E' quindi un ottimo valore.



Si può notare come nell'ultima fase del percorso i tempi di accesso non siano disponibili: è chiara a questo punto la presenza di un firewall collocato sul web server; si può inoltre notare che il dominio della società è collocato sulla rete fastwebnet.it.

Inoltre abbiamo utilizzato il sito *WebXACT*, che nella sezione generale della sua analisi ha fornito la quantità di dati scaricata per la home page.

Si può notare che il rapporto peso della pagina / tempo impiegato sia assolutamente buono.

Properties

File size:	22.28 kB
Total download size:	87.53 kB / 00:00:12 on 56.6 connection
File (MIME) type:	text/html
Last updated:	Date and time of last update not available
Clickstream information:	Watchfire WebXM can indicate if this page is on a top clickstream. (learn more)
Number of page exits	Watchfire WebXM can indicate the number of visitors who exited your site at this page. (learn more)

Reperibilità

Il sito è collocato sul principale URL www.zuritel.it.

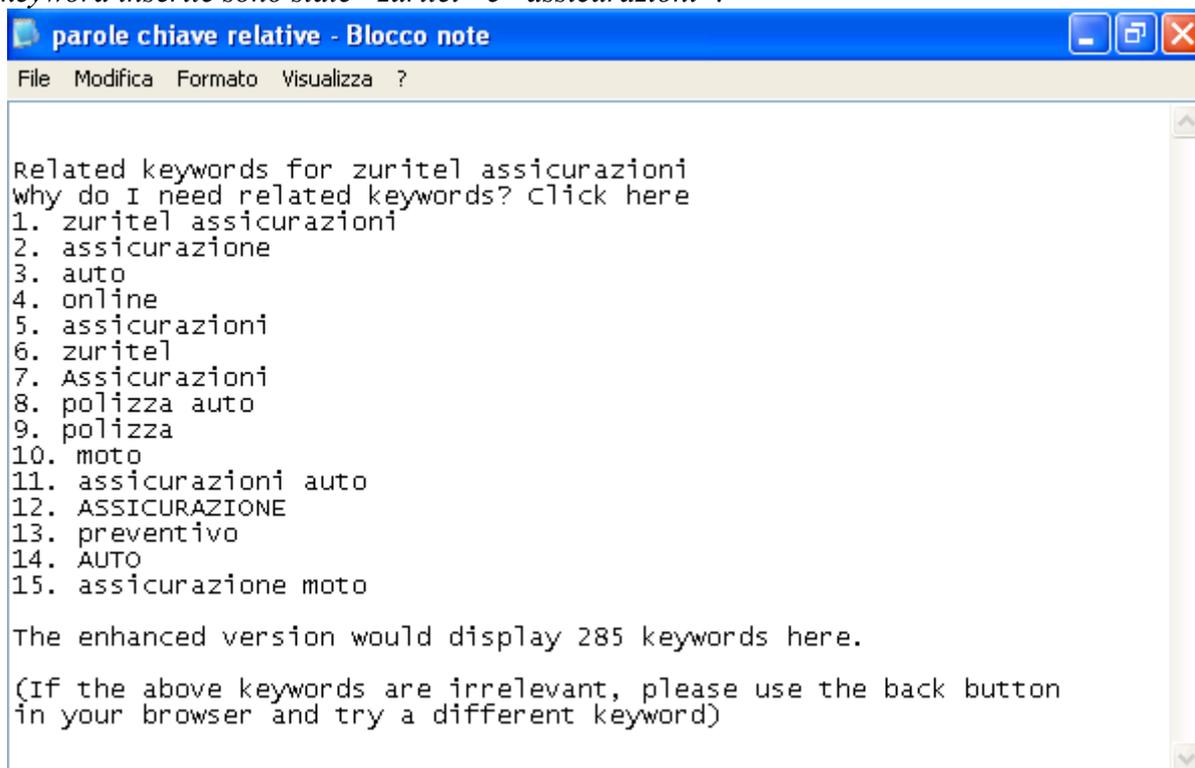
Esistono però altri altri URL simili, della stessa compagnia, ma non reperibili dal sito principale. Tali domini sono: assicurazioni.zuritel.it, preventivi.zuritel.it, polizze.zuritel.it.

Tali link possono sembrare strani: presentano una home page quasi del tutto identica a quella del sito principale, ma i link posti su queste pagine portano alle pagine navigabili dal sito principale.

Se si digita il termine "zuritel" su qualsiasi motore di ricerca, non ci sono casi di ambiguità: il sito viene ogni volta segnalato al primo posto.

Per meglio approfondire l'effettiva reperibilità del sito abbiamo individuato le principali keyword sul sito www.wordtracker.com, che fornisce le keyword maggiormente usati dagli utenti nei motori di ricerca per una data chiave.

Le keyword inserite sono state "zuritel" e "assicurazioni".



Il sito ha elaborato le seguenti "best-keys" per il motore di ricerca di Msn:

No.	Keyword Why quotes?	KEI Analysis (?)	Count (?)	24Hrs (?)	Competing (?)
1	"assicurazioni online auto"	0.227	5	1	110
2	"polizze auto online"	0.006	2	0	719
3	"assicurazioni auto online"	0.003	2	0	1256
4	"assicurazione moto"	0.000	2	0	21052
5	"assicurazione auto"	0.000	4	1	73896

Tali parole-chiave sono state usate per tutti i principali motori di ricerca presenti nella rete, in modo da mantenere le stesse condizioni per valutare la reperibilità del sito web.

NOTA: dalla valutazione sono stati esclusi i seguenti motori di ricerca:

- Libero
 - Tiscali
 - Virgilio
- } (utilizzano Google tutti e 3)
- Hot Bot : fornisce gli stessi risultati di Excite.it
 - Il Trovatore: è risultato essere troppo impreciso.
 - AlterVista: cerca solo su AlterVista.org, anche se segnala il sito sui link sponsorizzati.

Al termine dell'analisi, abbiamo riportato il risultato sulla seguente tabella:

	"assicurazioni online auto"	"polizze auto online"	"assicurazioni auto online"	"assicurazione moto"	"assicurazione auto"	link esterni
Altavista	78° posto	116° posto	69° posto	136° posto	105° posto	444
Excite	38° posto	7° posto	33° posto	10° posto	28° posto	0
Google	11° posto	8° posto	11° posto	40° posto	4° posto	18
Lycos	65° posto	94° posto	61° posto	118° posto	96° posto	0
Msn	21° posto	28° posto	37° posto	96° posto	72° posto	0
Yahoo!	80° posto	123° posto	267° posto	143° posto	109° posto	423

Come si può ben vedere, si possono notare molti aspetti interessanti:

- A parte Google, il sito non sembra avere una buona reperibilità. Sono necessarie troppe esplorazioni prima di trovare il link al sito della compagnia.
- Sorprende in negativo il risultato di Yahoo!, uno dei più importanti e diffusi: sembra relegare il sito in posizioni incredibilmente basse.
- Non c'è una certa omogeneità nelle parole chiave: alcune sono più efficaci di altre a seconda del motore usato.
- Si può notare che tutti i motori hanno una certa difficoltà nel reperire il sito web se si sta cercando di trovare una compagnia di assicurazioni per le moto.

- Tutti i motori segnalano la compagnia fra i siti con link sponsorizzati, ma il link vero e proprio compare molto più tardi. Il rischio è che gli utenti non guardino i link sponsor.
- Abbiamo notato come i link non principali (assicurazioni.zuritel.it, per esempio) compaiano a volte addirittura prima del dominio principale della compagnia (www.zuritel.it).
- Per alcuni motori/campi, il nome zuritel compare in link non ufficiali PRIMA del sito della compagnia.
- Infine, si può vedere che solo 3 motori di ricerca forniscono l'elenco di siti con collegamenti all'URL www.zuritel.it.

La reperibilità complessiva si può ulteriormente ampliare valutando il contenuto dei Metadata utilizzati dai motori di ricerca, come si può vedere dall'analisi ottenuta dal sito WebXACT.

Metadata Summary

Title:	 assicurazioni auto Zuritel
Author:	 No author
Description:	 Zuritel è l'assicurazione online del gruppo Zurich Italia che ti consente di risparmiare sulla polizza auto senza rinunciare alla qualità del servizio.
Keywords:	 ASSICURAZIONE, ASSICURAZIONE AUTO, ASSICURAZIONE AUTO ONLINE, ASSICURAZIONE DIRETTA, ASSICURAZIONE MOTO, ASSICURAZIONE ON LINE, ASSICURAZIONE ONLINE, ASSICURAZIONE ZURITEL, ASSICURAZIONI, ASSICURAZIONI ON LINE, ASSICURAZIONI ONLINE, AUTO, DIRETTA, POLIZZA, POLIZZE, PREVENTIVI ASSICURAZIONE, PREVENTIVO ASSICURAZIONE, PREVENTIVO MOTO, PREVENTIVO ONLINE, PREVENTIVO WEB, RC AUTO, RCA, ZURITEL
Duplicate Keywords:	 ASSICURAZIONE
All metadata:	 4

Come si può vedere il titolo principale per i meta è “assicurazioni auto Zuritel”; questo presume che dovrebbe essere anche la chiave di ricerca migliore in assoluto.

Si nota il testo che viene visualizzato nei risultati dei search e l'elenco delle keyword per i motori di ricerca: si può notare che ben 3 delle 5 da noi utilizzate siano contenute nel metadata.

Se da un lato questo è un aspetto positivo, perché riflette le keyword maggiormente usate dagli utenti, dall'altro non è sicuramente un buon dato, perché i motori di ricerca nel complesso non hanno fornito buoni risultati con questi 3 termini.

Infine, si nota come la parola “Assicurazione” sia ripetuta troppe volte all'interno del metadata.

Indipendenza dal browser

Abbiamo testato il grado di indipendenza del sito web dalle varie versioni dei browser disponibili utilizzando il sito web indicato dal corso: www.browsercam.com.

Per fornire un check up completo, abbiamo selezionato tutti i sistemi operativi e tutti i browser. Il livello di accessibilità complessivo è ottenibile dalle seguenti tabelle.

Linux Fedora Core 4			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Firefox 1.5.0	sì	quasi corretta	quasi corretta
Firefox 1.5.0	no	imperfetta	quasi corretta
Firefox 2.0	sì	quasi corretta	quasi corretta
Firefox 2.0	no	quasi corretta	quasi corretta
Konqueror 3.4.0-5	sì	corretta	corretta
Konqueror 3.4.0-5	no	corretta	errore di cattura
Mozilla 1.7.12	sì	quasi corretta	quasi corretta
Mozilla 1.7.12	no	quasi corretta	imperfetta
Opera 9.0	sì	corretta	corretta
Opera 9.0	no	non aperta da remoto	corretta

Macintosh Osx 10.3			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Camino 1.0	sì	corretta	corretta
Explorer 5.2	sì	corretta	disallineamento
Firefox 1.5.0	sì	corretta	corretta
Firefox 2.0	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.6	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	sì	corretta	corretta
Netscape 7.2	sì	corretta	corretta
Opera 8.5.0	sì	corretta	corretta
Opera 9.0	sì	corretta	corretta
Safari 1.2	sì	corretta	corretta
Safari 1.3	sì	corretta	corretta

Macintosh Osx 10.4			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Camino 1.0	sì	corretta	corretta
Explorer 5.2	sì	corretta	disallineamento
Firefox 1.5.0	sì	corretta	corretta
Firefox 2.0	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.6	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	sì	corretta	corretta
Netscape 7.2	sì	corretta	corretta
Opera 8.5.0	sì	corretta	corretta
Opera 9.0	sì	corretta	corretta
Safari 1.2	sì	corretta	corretta
Safari 1.3	sì	corretta	corretta

Windows 98			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Explorer 4.0	sì	visibile con errori	visibile con errori
Explorer 4.0	no	visibile con errori	visibile con errori

Windows 2000 Professional			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Aol 9.0	sì	corretta	corretta
Explorer 5.0	sì	menù su 2 righe	menù su 2 righe
Explorer 5.0	no	menù su 2 righe	menù su 2 righe
Explorer 5.5	sì	corretta	corretta
Explorer 5.5	no	corretta	corretta
Explorer 6.0	sì	corretta	corretta
Explorer 6.0	no	corretta	corretta
Firefox 1.5.0	sì	corretta	corretta
Firefox 1.5.0	no	corretta	corretta
Firefox 2.0	sì	corretta	corretta
Firefox 2.0	no	corretta	corretta
Mozilla 1.6	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.6	no	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	no	corretta	corretta
Netscape 4.78	sì	messaggio di errore	schermo bianco
Netscape 4.78	no	schermo bianco	schermo bianco
Netscape 6.2	sì	imperfetta	imperfetta
Netscape 6.2	no	imperfetta	imperfetta
Netscape 7.2	sì	corretta	corretta
Netscape 7.2	no	corretta	corretta
Opera 8.5.0	sì	discreta	discreta
Opera 8.5.0	no	discreta	discreta
Opera 9.0	sì	corretta	corretta
Opera 9.0	no	corretta	corretta

Windows XP			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Explorer 6.0	sì	corretta	corretta
Explorer 6.0	no	corretta	corretta
Explorer 7.0	sì	corretta	corretta
Explorer 7.0	no	corretta	corretta
Firefox 1.5.0	sì	corretta	corretta
Firefox 1.5.0	no	corretta	corretta
Firefox 2.0	sì	corretta	corretta
Firefox 2.0	no	corretta	corretta
Mozilla 1.6	sì	imprecisa	imprecisa
Mozilla 1.6	no	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	sì	corretta	corretta
Mozilla 1.7.12	no	corretta	corretta
Netscape 6.2.3	sì	quasi corretta	quasi corretta
Netscape 6.2.3	no	quasi corretta	quasi corretta
Netscape 7.2	sì	corretta	corretta
Netscape 7.2	no	corretta	corretta
Opera 8.5.0	sì	discreta	discreta
Opera 8.5.0	no	discreta	discreta
Opera 9.0	sì	discreta	discreta
Opera 9.0	no	discreta	discreta

Windows Vista			
Browser	Flash	Risoluzione 800*600	Risoluzione 1024*768
Explorer 7.0	sì	corretta	corretta
Explorer 7.0	no	corretta	corretta
Firefox 2.0	sì	corretta	corretta
Firefox 2.0	no	corretta	corretta
Opera 9.02	sì	corretta	corretta
Opera 9.02	no	corretta	corretta

NOTA:

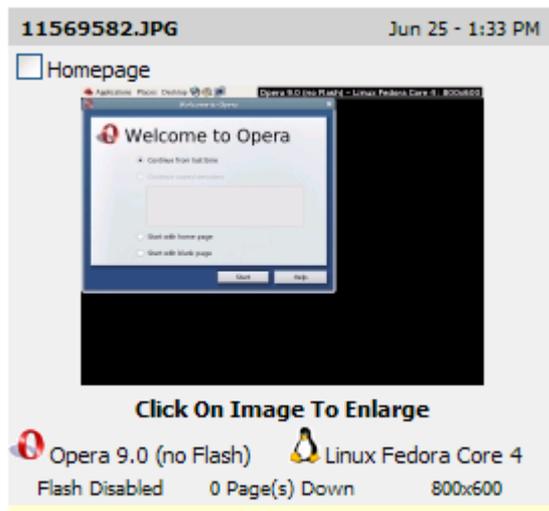
Il grado di risoluzione adottato è il seguente:

- *corretta: la home page del sito si vede normalmente e senza imprecisioni grafiche*
- *discreta: non si notano errori, ma solo una grafica "sgranata"*
- *quasi corretta: sono presenti dei rettangoli bianchi ai bordi delle immagini*
- *imprecisa: i rettangoli bianchi sono accompagnati da una grafica "sgranata"*
- *altro: il sito web non è utilizzabile con la combinazione specifica*

In estrema sintesi, si può notare che il livello di accessibilità complessivo risulta essere molto buono per quanto riguarda le versioni più recenti dei sistemi operativi e soprattutto dei browser.

Per quanto riguarda invece le versioni più datate si notano alcune lacune, talvolta bloccanti.

Nelle immagini seguenti verranno illustrati per comodità solo i risultati ottenuti dalle combinazioni che hanno dato dei problemi.



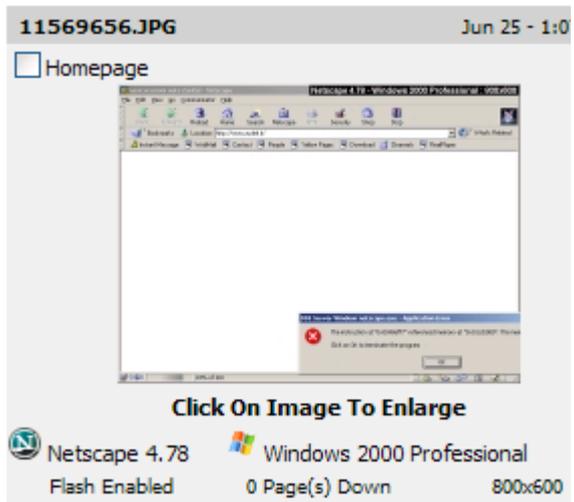
Il sito web non ha caricato la home.



Si nota un disallineamento in alto a destra.



La combinazione datata mostra un errore ed un'errata posizione del menù in alto.



La pagina non può essere aperta. L'errore è bloccante.

Accessibilità per i disabili

Accessibility	
Guideline	Status
W3C WCAG P1	
W3C WCAG P2	 
W3C WCAG P3	 

Dall'analisi effettuata dal sito WebXACT si può notare che l'accessibilità segnala uno stato di attenzione per tutti i 3 protocolli del W3C, con errori importanti in particolare per gli ultimi 2.

Ciò significa che il sito web potrebbe presentare delle lacune per quanto riguarda l'accessibilità per alcune categorie di utenti.

Per quanto riguarda in particolare l'accessibilità degli utenti disabili, il problema più significativo è rappresentato dagli errori di priorità 1.

Come si può vedere dalla figura sottostante, si nota che nella sola home page sono presenti 3 istanze che NON presentano del testo alternativo per tutte le immagini / bottoni.

Ciò significa che i ciechi o gli ipovedenti potrebbero avere delle difficoltà di navigazione.

General Quality **Accessibility** Privacy [Expand All](#) | [Collapse All](#)

 This page **does not comply** with all of the automatic and manual checkpoints of the W3C Web Content Accessibility Guidelines, and **requires repairs and manual verification**.

	Automatic Checkpoints			Manual Checkpoints		
	Status	Errors	Instances	Status	Warnings	Instances
Priority 1		2	3		12	136
Priority 2		2	4		19	142
Priority 3		2	3		10	10

Priority 1 Checkpoints [Collapse Section](#) ▲ | [Top of Page](#)

 **Errors**
2 tests, 3 instances on page [Expand Code Fragments](#) ▼

Guideline	Instances	Line Numbers
1.1 Provide alternative text for all images.	1	193
12.4 Provide alternative text for all image-type buttons in forms.	2	139, 140

Per quanto concerne gli utenti affetti da disturbi di daltonismo, il sito non presenta alcun tipo di problema: la scelta del colore blu, sebbene sia il colore meno sensibile all'occhi umano, è in questo senso molto azzeccata, perché non ci sono colori che si possono confondere con altri.

Nel seguito, presentiamo le schermate per ogni forma di daltonismo elaborate dal sito www.vischeck.com.



Deuteranopia

Per quanto riguarda questo disturbo che impedisce di distinguere i colori rosso e verde si può notare che non ci sono problemi di alcun tipo.

Il colore bianco e blu del sito consente anche a questi utenti di avere un'immagine della home page chiara e pienamente comprensibile.

In sostanza, questo disturbo non condiziona in alcun modo l'utilizzo del sito web, in quanto la visione è la stessa degli utenti normali.



Protanopia

Analizzando invece le problematiche legate a questo disturbo, che è una forma leggermente diversa della deuteranopia, si può notare che anche in questo caso non ci sono problemi significativi.

Il colore blu non è condizionato da questo disturbo.

Si può quindi concludere che l'usabilità di questo sito web da parte degli utenti che non distinguono il rosso e il verde rimane eccellente.



Tritanopia

Per quanto concerne invece questo ultimo disturbo, che limita la percezione delle tonalità del blu e dell'azzurro, siamo rimasti positivamente sorpresi: ci aspettavamo che il sito avrebbe presentato dei problemi, in quanto usa solo il blu e l'azzurro.

Invece il sito rimane pienamente utilizzabile; alcuni toni di azzurro sono solo più simili al verde, mentre il blu più scuro tende al nero. In ogni caso la leggibilità delle voci rimane assolutamente ottima.

Per concludere, si può fare un accenno allo stile del testo: le parole presenti nelle immagini presentano font con grazie: forse sarebbe stato meglio utilizzare dei font simili al resto del testo.

La leggibilità del testo è nel complesso buona, anche se si nota la mancanza di una utility per variare le dimensioni dei caratteri o più semplicemente una versione del testo ad alta leggibilità. In questo modo, gli utenti con disturbi della vista (miopie o ipermetropie in forme accentuate) potrebbero avere delle difficoltà, in quanto il testo ha dei caratteri leggibili ma un po' piccoli per questo tipo di utenti.

Sintesi:

Punti di forza:

- *I tempi di accesso al sito web sono molto bassi*
- *Il sito è pienamente usabile dagli utenti daltonici*
- *Il grado di indipendenza generale dai browser è accettabile*

Punti di debolezza:

- *La reperibilità del sito web dai motori di ricerca non è assolutamente buona*
- *La compatibilità con i sistemi operativi ed i browser più datati è molto scarsa*
- *Mancanza di testi alternativi per le immagini*
- *Non è possibile variare la dimensione del testo*

3.7. USABILITÀ

Valutazione: 2.50

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

Analisi:

Efficacia

Abbiamo riscontrato una certa facilità nella navigazione da parte degli utenti.

Le informazioni volute o richieste venivano per la maggior parte soddisfatte in tempi accettabili.

Il sito rispondeva in modo accurato alle esigenze degli utenti, anche se alcuni termini erano forse troppo “tecnici” per le loro conoscenze.

Il calcolo del preventivo è risultato essere corretto per tutti gli utenti, anche se l’informazione finale non corrispondeva esattamente alle aspettative degli utenti: ciò che più li confondeva era la presentazione delle 2 diverse modalità del preventivo (“Base” e “Top”); gli utenti non capivano il criteri dell’attribuzione delle 2 combinazioni.

Per il resto, il grado di efficacia relativo all’utilizzo del sito risulta essere abbastanza adeguato.

Efficienza

Il sito è tranquillamente consultabile in ogni sezione: l’utente difficilmente corre il rischio di “perdersi”. L’unica sezione che richiede un certo sforzo, in particolare legato alla concentrazione mentale, è quello relativo alla compilazione dei preventivi: le fasi della procedura guidata sono molte e l’accuratezza con la quale sono gestite lascia a volte a desiderare.

Il calcolo del preventivo è quindi la funzionalità del sito web che impiega il tempo maggiore.

In definitiva, lo sforzo totale richiesto all’utente è accettabile solo per coloro che hanno il tempo e la voglia di seguire tutte le fasi “richieste”.

Soddisfazione

Abbiamo constatato che il sito è relativamente gradito agli utenti; l’impostazione semplice della struttura di navigazione aiuta a trovare le informazioni. In particolare sono risultate molto gradite le scorciatoie ben evidenziate dalla home page per raggiungere la sezione dei preventivi.

La grafica non ha convinto del tutto, in quanto abbastanza povera, soprattutto di immagini.

Il calcolo del preventivo ha soddisfatto gli utenti alla ricerca di informazioni precise e dettagliate.

Sintesi:

Punti di forza:

- *Struttura di navigazione chiara, semplice ed immediata*
- *Impostazione della home page e dei collegamenti ai preventivi*
- *Calcolo del preventivo fedele ed accurato*

Punti di debolezza:

- *Presenza di alcuni termini troppo “tecnici”*
- *Presentazione finale del preventivo non molto chiara e comprensibile*
- *Grafica semplice e non molto sofisticata*

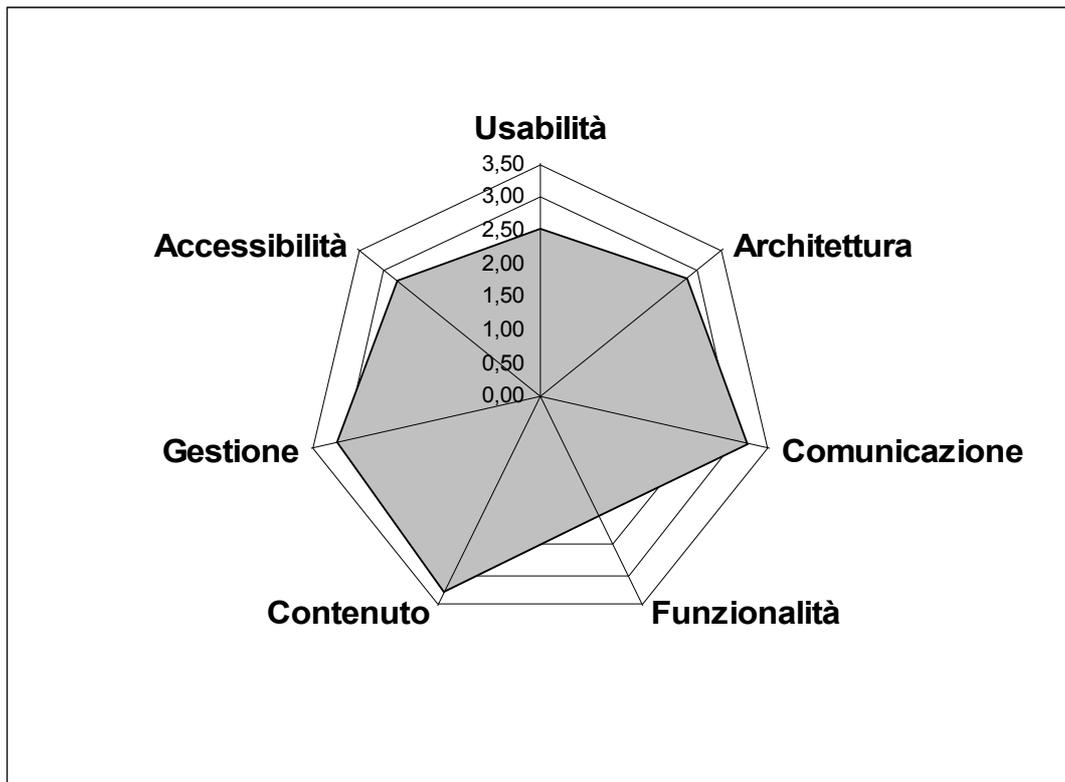
3.8. SINTESI

In questa sezione alleghiamo le tabelle ed i grafici relativi alla valutazione del sito web:

Caratteristica	Voto	Peso	Voto pesato
Architettura	2,67	2,50	2,80
Struttura	2,5	1	2,5
Mappa del sito	2	0,5	1
Navigazione	3,5	1	3,5
Comunicazione	3,17	3,00	3,17
Home page	3	1	3
Brand image	3,5	1	3,5
Grafica	3	1	3
Funzionalità	2,00	2,00	2,00
Adeguatezza	2,5	1	2,5
Correttezza	1,5	1	1,5
Contenuto	3,25	4,00	3,25
Categorizzazione/labelling	2,5	1	2,5
Stile	3,5	1	3,5
Informazione	3,5	1	3,5
Localizzazione	3,5	1	3,5
Gestione	3,13	4,00	3,13
Disponibilità	4	1	4
Monitoraggio	2	1	2
Aggiornamento	4	1	4
Relazioni con gli utenti	2,5	1	2,5
Accessibilità	2,75	3,00	2,75
Tempi d'accesso	4	1	4
Reperibilità	1	1	1
Indipendenza dal browser	3,5	0,75	2,625
Accessibilità per i disabili	2,5	0,25	0,625
Usabilità	2,50	3,00	2,50
Efficacia	3	1	3
Efficienza	2	1	2
Soddisfazione	2,5	1	2,5

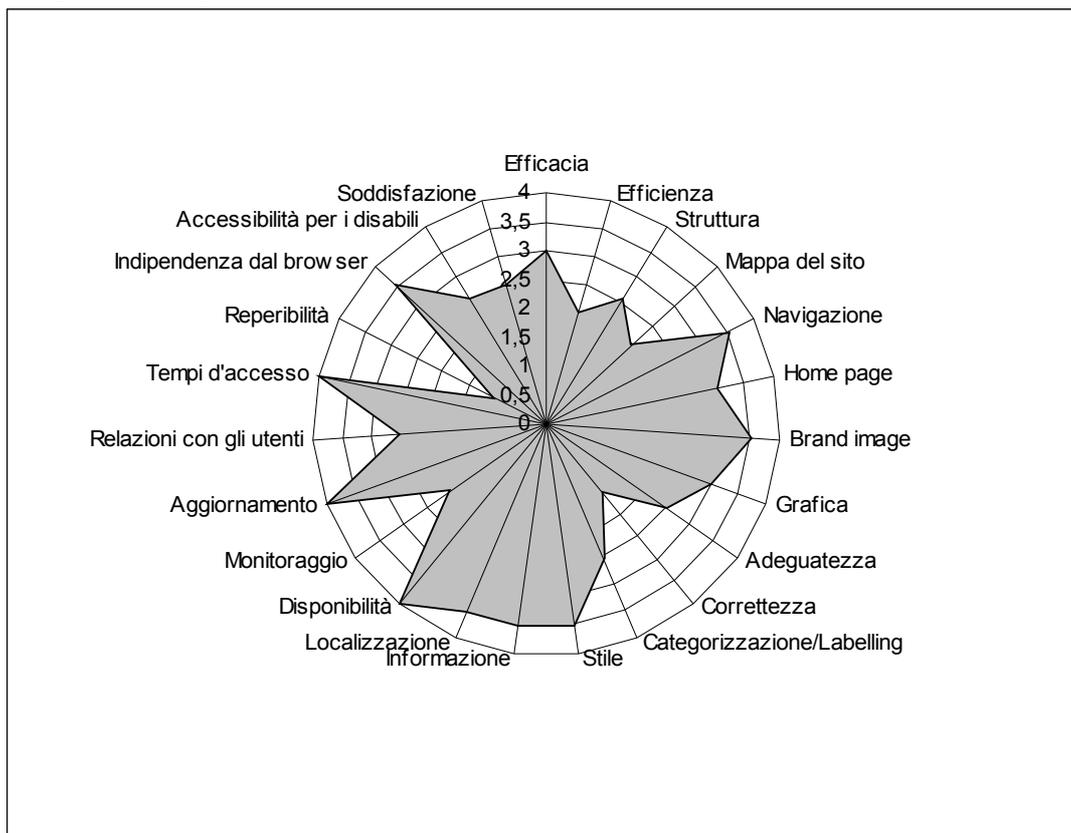
Caratteristica	Voto Pesato
Usabilità	2,50
Architettura	2,80
Comunicazione	3,17
Funzionalità	2,00
Contenuto	3,25
Gestione	3,13
Accessibilità	2,75

Quelle seguente è il grafico generale dei punteggi:



Sottocaratteristica	Voto
Efficacia	3
Efficienza	2
Struttura	2,5
Mappa del sito	2
Navigazione	3,5
Home page	3
Brand image	3,5
Grafica	3
Adeguatezza	2,5
Correttezza	1,5
Categorizzazione/Labelling	2,5
Stile	3,5
Informazione	3,5
Localizzazione	3,5
Disponibilità	4
Monitoraggio	2
Aggiornamento	4
Relazioni con gli utenti	2,5
Tempi d'accesso	4
Reperibilità	1
Indipendenza dal browser	3,5
Accessibilità per i disabili	2,5
Soddisfazione	2,5

Mentre il seguente è il grafico relativo alle varie sotto-caratteristiche:



Le valutazioni hanno tenuto conto delle seguenti motivazioni:

Struttura: *Abbiamo deciso di assegnare 2.5 perché è organizzata abbastanza bene, anche se presenta alcune incoerenze.*

Mappa del sito: *Il voto è 2 perché nonostante sia strutturata in modo relativamente adeguato e comprensibile, presenta alcune incongruenze a livello di contenuto e di grafica.*

Navigazione: *Il punteggio è 3.5 in quanto il sito è facilmente navigabile, anche per coloro che ci entrano per la prima volta; vi sono scorciatoie utili ma alcune categorie vanno riviste.*

Home Page: *Il voto assegnato è 3 perché è interamente visibile su una sola pagina, le informazioni di maggiore interesse sono rese immediatamente visibili, ma la struttura andrebbe semplificata e rivista.*

Brand Image: *Il punteggio è 3.5 perché viene utilizzato in modo decisamente adeguato ed è valorizzato dal continuo richiamo nei contenuti grafici.*

Grafica: *Il voto assegnato è 3 perché i colori sono usati in modo adeguato e richiamano il logo aziendale, è ampiamente usabile dai daltonici ma non raggiunge il punteggio massimo a causa delle immagini lampeggianti e delle tinte monocolori.*

Adeguatezza: *Abbiamo assegnato voto 2.5 perché si raggiungono gli scopi richiesti in modo anche semplice, ma l'intera procedura va sicuramente rivista perché non è adeguatamente curata.*

Correttezza: *Il punteggio è molto basso, 1.5 perché la gestione degli errori è approssimativa, rallenta l'esecuzione e infastidisce l'utente, anche se i risultati finali sono abbastanza adeguati.*

Categorizzazione/labelling: *Il voto è 2.5 perché la diversificazione delle voci è corretta ma vi sono alcune ambiguità.*

Stile: *Il punteggio è 3.5 perché utilizza buone tecniche per migliorare la leggibilità; l'unico aspetto negativo è la scelta di un unico stile grafico per i vari tipi di link.*

Informazione: *Il voto è 3.5 perché utilizza, quando è possibile, un linguaggio informale per migliorare la comunicazione anche se presenta alcuni termini di difficile comprensione.*

Localizzazione: *Il punteggio è di 3.5 perché nonostante sia totalmente e correttamente localizzato in lingua italiana, manca la versione in lingua inglese per gli stranieri.*

Disponibilità: *Il punteggio in questo caso è massimo perché il sito è sempre stato disponibile nel periodo in esame.*

Monitoraggio: *Abbiamo assegnato punteggio 2 perché gli utenti sono relativamente protetti quando navigano, ma mancano alcune importanti policy relative al trattamento del traffico.*

Aggiornamento: *Il voto è massimo perché è stato modificato puntualmente al cambio della data che reclamizzava il termine dell'offerta.*

Relazioni con gli utenti: *Il punteggio è 2.5 in quanto gli utenti sono protetti quando inseriscono i dati personali relativi al loro preventivo ma alcuni protocolli non sono implementati. La sezione delle mail è abbastanza adeguata.*

Tempi di accesso: *Il punteggio è massimo in questo caso perché il sito è immediatamente accessibile, in quanto non è pesante come dati da scaricare.*

Reperibilità: *Il punteggio è molto basso perché i risultati dei principali motori di ricerca sono sorprendentemente insufficienti, soprattutto perché i metadata risultano adeguati e in linea con i termini maggiormente digitati.*

Indipendenza dal browser: *Il punteggio è 3.5 in quanto è accessibile con gran parte delle combinazioni browser/sistemi operativi ad eccezione di quelle meno recenti.*

Accessibilità per i disabili: *Il voto è 2.5 perché è accessibile per i daltonici, ma manca una versione ad alta leggibilità e alcune immagini non sono accompagnate da testo alternativo.*

Efficacia: *Il punteggio è 3 perché è relativamente semplice arrivare a svolgere i vari compiti anche se non sempre l'esecuzione risulta fluida ed esente da errori.*

Efficienza: *Il punteggio è 2 perché lo sforzo richiesto agli utenti è abbastanza elevato in termini di concentrazione richiesta all'utente, in quanto non è ben gestita la funzionalità.*

Soddisfazione: *Il voto è 2.5 perché gli utenti riescono ad ottenere il risultato desiderato in modo relativamente semplice, ma la gestione degli errori non li soddisfa assolutamente.*

Al termine della valutazione, in base al risultato complessivo relativo alle principali Macro-caratteristiche, si possono trarre le seguenti considerazioni:

Architettura: *Il punteggio complessivo risulta di 2.80; ciò significa che è abbastanza buona, ma sicuramente migliorabile.*

Comunicazione: *Il voto totale è 3.17; è più che buono e i miglioramenti sono auspicabili più che consigliati.*

Funzionalità: *Dato che il voto finale è 2, tale aspetto va necessariamente migliorato in tempi brevi.*

Contenuto: *Il punteggio di 3.25 punti implica miglioramenti solo marginali.*

Gestione: *Il punteggio complessivo di 3.13 punti comunica che il sito è sostanzialmente ben gestito.*

Accessibilità: *Il voto complessivo risulta essere 2.75; significa che è mediamente accettabile, ma vi sono alcuni aspetti da migliorare sicuramente in futuro.*

Usabilità: *Il punteggio di 2.50 ci suggerisce che il sito è mediamente usabile, in quanto alcuni utenti non rimangono pienamente soddisfatti delle caratteristiche funzionali.*

Punti di forza:

- *Profondità adeguata*
- *Navigazione chiara e semplice*
- *Menu sempre visibili*
- *Mappa comprensibile e adeguata*
- *Presenza di scorciatoie che rendono più veloce la navigazione*
- *Buon utilizzo del brand*
- *Adeguatezza utilizzo dei colori*
- *Ottima diversificazione delle voci nei menu*
- *Grafica semplice e abbastanza accattivante*
- *Testo con buona leggibilità*
- *Stile di formattazione adeguato*
- *Gestione molto professionale delle fasi di creazione di un preventivo*
- *Possibilità di contattare l'azienda con una e-mail*
- *Pulsanti e link chiari e facilmente visibili*
- *Organizzazione delle informazioni adeguata e completa*
- *Aggiornamento quotidiano delle informazioni*
- *Informazioni chiare, precise ed esaurienti*
- *Presenza di un vocabolario interno*
- *Linguaggio informale*
- *Localizzazione in italiano corretta e completa*
- *Il sito è sempre reperibile sulla rete.*

- *La presenza di un firewall nell'ultimo nodo aumenta la sicurezza dei visitatori e del sito.*
- *Non ci sono link spezzati o link "irregolari".*
- *I tempi di accesso al sito web sono molto bassi*
- *Il sito è pienamente usabile dagli utenti daltonici*
- *Il grado di indipendenza generale dai browser è accettabile*
- *Struttura di navigazione chiara, semplice ed immediata*
- *Impostazione della home page e dei collegamenti ai preventivi*
- *Calcolo del preventivo fedele ed accurato*

Punti di debolezza:

- *Utilizzo dei termini non sempre adeguato*
- *Presenza di collegamenti esterni poco comprensibili che possono confondere l'utente*
- *Frequente utilizzo dello scroll*
- *Alcuni casi di incoerenza nella mappa del sito*
- *Scarso uso delle immagini*
- *Immagini non sempre chiare e non ingrandibili*
- *Alcune ambiguità nei testi*
- *Alcuni colori non sono facilmente distinguibili nei menu*
- *Progettazione molto macchinosa delle fasi di creazione di un preventivo*
- *Gestione degli errori piuttosto sommaria*
- *La Memoria Breve Temporanea degli utenti in taluni casi non viene agevolata.*
- *Presenza di alcune contraddizioni / ambiguità nei campi di alcune form*
- *Linguaggio alcune volte troppo professionale e non immediatamente comprensibile.*
- *La struttura di navigazione cambia dalla sezione dei preventivi.*
- *Alcune ambiguità nel menu e nei link*
- *Uso delle immagini quasi inesistente*
- *Nessuna possibilità di cambiare lingua*
- *Non è stato possibile valutare il grado di aggiornamento*
- *Alcune politiche sulla privacy del traffico non sono integrati*
- *Il sito presenta un secondo dominio dubbio, in quanto non ci sono informazioni al riguardo*
- *La reperibilità del sito web dai motori di ricerca non è assolutamente buona*
- *La compatibilità con i sistemi operativi ed i browser più datati è molto scarsa*
- *Manca di testi alternativi per le immagini*
- *Non è possibile variare la dimensione del testo*
- *Presenza di alcuni termini troppo "tecnici"*
- *Presentazione finale del preventivo non molto chiara e comprensibile*
- *Grafica semplice e non molto sofisticata*

4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Inserire la descrizione analitica degli interventi migliorativi che si ritengono più importanti, raggruppati per livelli di priorità.

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

- **Migliorare la reperibilità del sito.**

Il sito non gode assolutamente di una buona reperibilità dai motori di ricerca.

Se da un lato alla parola chiave “Zuritel” tutti presentano il sito al primo posto, il problema emerge in modo netto quando si digitano altri termini, e questo è il contesto relativo agli utenti che non conoscono la compagnia.

Il fatto non è per nulla buono, soprattutto considerando il fatto che i metadata sembrano essere abbastanza completi ed adeguati.

Anche se i motori di ricerca lo presentano a volte relativamente presto nei “link sponsorizzati”, non è detto che il sito venga visualizzato o cliccato dagli utenti da quella sezione, o perché non viene visto (perché magari presentato nella colonna a destra del motore di ricerca), o perché gli utenti non si fidano degli “sponsor link”, o perché gli utenti non li considerano proprio durante la loro ricerca.

- **Migliorare la gestione della funzionalità e degli errori della procedura di calcolo preventivi.**

La gestione degli errori di tale procedura guidata è molto approssimativa e può mandare in crisi l'utente o mandarlo in confusione. Bisognerebbe migliorarla presentando sempre, sin da subito, tutti i campi richiesti, senza presentarne altri facendoli comparire solo dopo la pressione del pulsante “avanti”; occorre migliorare la gestione degli errori di input, perché a volte l'errore viene comunque segnalato nonostante un'effettiva correzione, oppure non viene visualizzato nella posizione corretta; bisogna inoltre rendere più chiari ed immediati i campi obbligatori, poiché l'utente non ha la minima idea di quali vadano per forza compilati per completare la procedura.

Uno snellimento dell'intera fase di creazione del preventivo sarebbe inoltre consigliabile in minima parte, magari inserendo una seconda fase, più veloce, chiamata “preventivo rapido”, in cui l'utente può calcolare un preventivo senza l'obbligo di specificare moltissimi campi, specie di carattere personale.

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

- **Migliorare il livello del contenuto.**

Molte informazioni sono descritte o accompagnate da termini a volte tecnici o comprensibili solo da assicuratori. Pertanto si devono o evitare questi termini, oppure spiegarli tramite il potente strumento del dizionario interno.

Nella fase di compilazione dei dati per il calcolo del preventivo, si notano alcuni campi non immediatamente comprensibili dall'utente: bisogna evitare la pressione inevitabile del bottone di guida (“?”), specificando meglio il tutto con un esempio sottostante.

Infine, i regolamenti e i contratti della compagnia sono localizzati soltanto nella sezione dei preventivi: una miglioria sarebbe quella di inserirla anche nella sezione relativa alle polizze o alle offerte della compagnia, dalla voce “Chi siamo”.

- **Rendere più elegante la grafica e l'impaginazione del sito.**
Il sito ha nel complesso una buona grafica, ma dal test è risultata non piacere a tutti gli utenti. Si dovrebbe provvedere ad inserire un maggior numero di immagini, e colorare meglio le tinte del blu e dell'azzurro, con delle tonalità più brillanti al posto delle tinte monocolori. Si potrebbe abbinare il bianco e il blu con delle tonalità di grigio chiaro e di argento brillanti. Ciononostante, le migliorie grafiche non devono in alcun modo essere radicali, perché il sito è utilizzabile dai daltonici e anche gli aggiornamenti dovrebbero mantenere questa caratteristica.

- **Migliorare la categorizzazione delle informazioni.**
Il sito ha una buona categorizzazione a livello generale, ma ci sono alcune imperfezioni che andrebbero riviste. Ad esempio, la sezione "Polizze" è solo una guida, ma potrebbe far pensare ad una sezione in cui si valutano o gestiscono le polizze offerte. Il link potrebbe essere cambiato con "Guida alle polizze", che è decisamente più consona rispetto a quanto viene argomentato nella sezione. Inoltre nella sezione "In caso di sinistro" viene utilizzato il termine "sinistro", non immediatamente riconoscibile da tutti, anche se poi il termine viene sostituito da "incidente", più noto, non mantenendo la conformità con il link. Occorre quindi utilizzare solamente uno dei due, possibilmente il più diffuso.

- **Migliorare l'accessibilità per gli utenti disabili.**
Il sito è relativamente utilizzabile da utenti disabili, ma l'inserimento di una versione ad alta leggibilità, o la possibilità di variare la dimensione del testo, potrebbe migliorare ulteriormente questa qualità. Inoltre, tutte le immagini dovrebbero essere accompagnate da testo alternativo, specialmente quelle animate presentate nella home page per evidenziare l'offerta del mese.

- **Migliorare la rappresentazione finale dei preventivi.**
Il calcolo finale dei preventivi è da migliorare, poiché vengono presentati 2 differenti combinazioni ("Base" e "Top"), ma non viene detto in alcun modo all'utente quale sarebbe la sua effettiva combinazione. Inoltre i dati veri e propri contenuti nelle tabelle finali sono comprensibili solo avendo sotto mano il contratto delle polizze.

- **Migliorare la struttura e l'architettura del sito web.**
Il menù orizzontale è migliorabile, in quanto le dimensioni delle varie aree sono diverse; il menù in alto a destra della sezione "Contattaci" è troppo isolato dal resto del sito e manca un link dalla sezione "Chi siamo" relativo ai contatti. Inoltre i link del menù orizzontale spariscono dalla sezione dei preventivi: sarebbe opportuno mantenere una certa uniformità architettonica in ogni sezione del sito.

- **Differenziare i vari tipi di link**
Nei contenuti del sito sono presenti diversi tipi di link rappresentati in un unico stile di formattazione; infatti, mentre alcuni sono dei veri e propri link verso altre pagine del sito, altri aprono una finestra della funzione integrata del dizionario. Per migliorare tale aspetto gli autori del sito dovrebbero adottare un diverso stile grafico per evitare di confondere gli utenti.

Priorità 3: Interventi auspicati

- **Aggiornare la mappa del sito.**
La mappa è molto semplice ed esplicativa, ma mancano alcuni riferimenti (quello alla mappa stessa); c'è una sezione "Utilities" che non è possibile visualizzare in nessun angolo delle pagine, ma è presente nella mappa; i link nella mappa non sono fra loro separati in modo adeguato: quelli su 2 righe possono essere scambiati per 2 link distinti.
- **Migliorare la compatibilità con i browser.**
Occorre migliorare la compatibilità con i browser e con i sistemi operativi più datati, in quanto il sito non è utilizzabile con alcune combinazioni, tra cui Windows 98.
- **Migliorare la leggibilità in senso di profondità verticale.**
*Le informazioni contenute nel sito web sono spesso visualizzabili con ampio utilizzo dello scroll; una diversa impostazione, magari più ampia orizzontalmente, potrebbe risolvere questo problema.
Inoltre il sito non presenta "liquidità" delle tabelle: la visualizzazione potrebbe non essere ottimizzata per le risoluzioni più ampie.*
- **Migliorare la qualità delle immagini.**
*Le immagini presenti (poche) non sono ingrandibili: sono così inutilizzabili, quando vengono mostrate per spiegare il contenuto del sito, in quanto non sono leggibili.
Occorre quindi introdurre la possibilità di ingrandire le immagini.*
- **Migliorare la gestione degli aggiornamenti.**
*Il sito non presenta le date dell'ultimo aggiornamento. Occorrerebbe presentare la data dell'ultimo cambiamento, in modo di dare una sensazione di accuratezza continua, di aggiornamento effettivo e di migliore puntualità.
Inoltre, in basso alla pagina, è presente un data di copyright 2005; questa data è ingannevole: l'utente non è in grado di capire se si riferisce alla data dell'ultimo aggiornamento del sito web oppure se è relativa alle condizioni contrattuali della società.
Bisognerebbe specificare meglio quindi a cosa si riferisce esattamente quest'ultima voce.*
- **Migliorare l'accessibilità al sito web.**
*L'accessibilità potrebbe essere migliorata eliminando i domini "inutili" come "assicurazioni.zuritel.it"; tali domini infatti non sono nemmeno raggiungibili dal sito principale, non godono della stessa reperibilità dai motori di ricerca e possono disorientare gli utenti, in quanto a volte leggermente diversi dal sito principale.
Una versione in lingua inglese sarebbe utile per gli utenti stranieri residenti in Italia.*

ALLEGATO: DESCRIZIONE DEL TEST DI USABILITÀ

a. OBIETTIVI DEL TEST

A seguito della valutazione finale del sito, è stato condotto un test di usabilità molto scrupoloso. Sono stati individuati 6 utenti che si sono prestati per la prova generale delle funzioni e delle caratteristiche del sito web nella sua attuale versione su web.

Nome	Età	Occupazione	Esperienza web
Stefano	19	Studente	Ottima
Paolo	30	Imprenditore	Buona
Giovanni	22	Meccanico	Sufficiente
Roberto	58	Pensionato	Nessuna
Maria	45	Commessa	Insufficiente
Luca	16	Studente	Buona

Il criterio di valutazione dell'esperienza utilizzato è il seguente:

- *Nessuna: utenti che non utilizzano mai il web.*
- *Insufficiente: utenti che utilizzano il web molto raramente.*
- *Sufficiente: utenti che si connettono a Internet, ma adottano solo le funzioni "essenziali"*
- *Buona: utenti che non hanno quasi nessun problema nella navigazione o nel cercare informazioni in rete.*
- *Ottima: utenti molto esperti e che non hanno nessun tipo di problema con il web.*

Sono stati definiti in seguito i compiti da assegnare agli utenti per permettere la valutazione dell'usabilità del sito e della qualità delle sue funzionalità.

- (1) Creare un preventivo di un veicolo a propria scelta.*
- (2) Creare il preventivo di una polizza per la casa.*
- (3) Verificare l'esistenza di recapiti per contattare l'assicurazione.*
- (4) Contattare l'azienda con una mail.*
- (5) Orientarsi sulle varietà delle polizze offerte.*
- (6) Valutare cosa si deve fare in caso di incidenti.*

Tali compiti sono stati scelti in modo tale da verificare se il sito web è in grado di informare i potenziali clienti della compagnia in modo adeguato o gli utenti che lo sono già.

Rappresentano infatti in estrema sintesi l'insieme dei contesti e delle situazioni che potrebbero realmente accadere ad un utente reale: utenti che valutano le proposte per diversi preventivi di assicurazione di un veicolo o della propria casa; oppure utenti che cercano di avere un contatto con la compagnia o qualsiasi tipo di chiarimento; infine utenti che hanno subito o commesso dei sinistri e che cercano informazioni su come comportarsi a riguardo.

Il test deve quindi servire a valutare la fedeltà del sito rispetto agli standard comunemente seguiti per la maggior parte dei siti web presenti in rete.

In seguito sono stati scelti i criteri di valutazione privilegiando gli aspetti legati al successo del compito, al tempo impiegato e alla praticità di utilizzo.

E' stata preparata la documentazione necessaria per il raccoglimento dei dati da parte del team degli esaminatori e quella relativa alla registrazione dei commenti/giudizi espressi dagli utenti.

b. METODOLOGIA USATA

Il test è stato svolto esaminando un utente alla volta su un singolo pc, per eliminare qualsiasi tipo di differenze legate alle prestazioni hardware che potessero in qualche modo influenzare gli utenti sull'usabilità del sito web.

In tal modo ogni utente ha svolto il test nelle stesse condizioni degli altri, sullo stesso browser.

Si è spiegato ad ognuno di loro l'importanza di svolgere il test con quanta più naturalezza possibile, per evitare che assumessero atteggiamenti non propri che potessero influenzare il loro giudizio.

Ad ogni utente veniva richiesto di svolgere mano a mano ciascuno dei 6 compiti richiesti e di commentare gli aspetti positivi e negativi da lui riscontrati.

Non abbiamo in alcun modo interferito durante l'esecuzione del test: abbiamo infatti spiegato agli utenti che l'obiettivo del test era quello di rilevare le loro valutazioni, tenendo conto che un utente "reale" non può avere gli sviluppatori al suo fianco cui porre delle domande.

Pertanto ogni utente agiva per conto suo; se dopo vari tentativi non riusciva nel compito richiesto, rinunciava.

Per ogni utente è stato quindi rilevato il tempo impiegato per ciascun compito, se il compito stesso era andato a buon fine ed i commenti degli utenti al riguardo.

c. RISULTATI DEL TEST

Il risultato del test è stato registrato per ogni utente ed è emerso il seguente andamento:

	Compito 1		Compito 2		Compito 3		Compito 4		Compito 5		Compito 6	
	<i>Si/No</i>	<i>sec</i>	<i>Si/No</i>	<i>sec</i>	<i>Si/N</i>	<i>sec</i>	<i>Si/N</i>	<i>sec</i>	<i>Si/N</i>	<i>sec</i>	<i>Si/No</i>	<i>sec</i>
Stefano	si	2'15''	si	1'55''	si	18''	si	24''	si	25''	si	17''
Paolo	si	3'29''	si	2'07''	si	30''	si	23''	si	1'40''	si	36''
Giovanni	si	3'40''	si	2'31''	si	44''	si	30''	si	56''	si	23''
Roberto	si	5'05''	si	3'23''	si	1'10''	no	-	si	1'23''	si	1'01''
Maria	si	4'12''	si	2'37''	si	1'12''	si	36''	no	1'34''	si	48''
Luca	si	2'55''	si	2'36''	si	29''	si	34''	si	45''	si	25''

(si: compito svolto con successo; no: compito fallito / non terminato)

La percentuale di successo globale è del 97.2 % (35 successi su 36 compiti)

Il tempo medio impiegato per i compiti che hanno avuto successo è di 1'32'' (tempo totale impiegato: 53'48'' su 35 compiti portati al successo), ed è un valore abbastanza buono.

Il team di scrutatori ha inoltre registrato, per ogni compito, il livello di gradimento di ciascun utente, ed il risultato è sintetizzato dalla seguente tabella:

	Compito 1	Compito 2	Compito 3	Compito 4	Compito 5	Compito 6
Stefano	3	4	5	5	5	5
Paolo	4	5	4	5	4	4
Giovanni	4	3	4	4	4	3
Roberto	2	1	3	1	4	4
Maria	3	3	5	4	3	4
Luca	3	3	4	4	5	4

Livello di gradimento: (1: Pessimo; 2: Insufficiente; 3: Sufficiente; 4: Buono; 5: Ottimo)
Al termine del test, ad ogni utente, sono state rivolte le seguenti domande:

#	Domanda	Risposta
1	Quale impressione generale ti ha fatto il sito?	Stefano: Il sito è ben impostato, non complesso e la struttura molto semplice. Paolo: buona impostazione grafica, contenuto essenziale e diretto; semplice. Giovanni: facile da usare; informazioni sui prezzi da migliorare. Roberto: Buon collegamento alla sezione preventivo. Maria: Il sito è nel complesso semplice da usare; grafica un po' "scarna". Luca: Buona gestione dei preventivi.
2	Quali aspetti ti sono piaciuti di più, e perché?	Stefano: Ottimi link ai preventivi dalla home Page. Paolo: grande facilità per reperire le informazioni. Giovanni: navigazione molto semplice, pochi livelli e argomenti mirati. Roberto: Testo molto leggibile. Maria: Non si hanno difficoltà per la lettura del testo. Luca: Collegamenti buoni. Abbastanza chiaro e semplice.
3	Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto e perché?	Stefano: Gestione approssimativa compilazione preventivi. Paolo: Alcuni nomi dei link possono ingannare ad una prima visita. Giovanni: Mancanza di dettagli sui prezzi e sulle modalità di pagamento. Roberto: La compilazione di troppi parametri per avere un preventivo. Maria: Si devono dare troppe informazioni personali per avere un preventivo. Luca: Nessun aspetto in particolare
4	Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?	Stefano: Non saprei. Paolo: Alcuni nomi dei link: "Guida alle polizze" al posto di "Polizze". Giovanni: informazioni più dettagliate sui prezzi delle polizze Roberto: Non saprei. Maria: Mi sembra che non manchi nulla. Francesco: Maggior uso di immagini.
5	Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?	Stefano: Non saprei. Paolo: Secondo me nulla. Giovanni: La mappa del sito: è inutile. Roberto: Non saprei. Maria: Mi sembra che non manchi nulla. Luca: Non saprei.
6	La struttura del sito ti è sembrata adeguata ?	Stefano: La struttura mi sembra ben impostata e piuttosto chiara. Paolo: Secondo me la struttura è di ottimo livello, molto semplice. Giovanni: Credo di sì. Roberto: Non saprei. Maria: Abbastanza; non saprei trovare particolari difetti. Luca: Abbastanza.
7	Come si potrebbe migliorare?	Stefano: Mettere "Contattaci" in "Chi siamo". Paolo: Non saprei come fare di meglio. Giovanni: Credo sia già abbastanza semplice così. Roberto: Non saprei. Maria: Non saprei cosa modificare. Luca: Non saprei.
8	Ti è sembrato facile navigare nel sito?	Stefano: In generale sì, non ho trovato particolari difficoltà. Paolo: è molto facile trovare ciò che serve. Giovanni: Assolutamente sì. Roberto: Abbastanza. Maria: Direi proprio di sì.

		Luca: Sicuramente sì.
9	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Stefano: No. Paolo: Mantenere tutti i link anche dalla sezione "Preventivi". Giovanni: No. Roberto: Aggiungere dei collegamenti alle polizze dalla sezione preventivi. Maria: No. Luca: No.
10	I termini usati sono di facile comprensione?	Stefano: Decisamente sì. Paolo: Così così. Giovanni: Per la maggior parte direi di sì. Roberto: Per l'argomento, credo di sì. Maria: Alcune voci sono comprensibili solo studiando le offerte. Luca: Quasi sempre.
11	A tuo parere la home page fa capire subito lo scopo del sito?	Stefano: Si capisce che il sito è di un'assicurazione per casa e auto. Paolo: Si capisce che è un sito di assicurazioni grazie al termine "Preventivo". Giovanni: Assolutamente sì. Roberto: Direi di sì. Maria: Mi sembra abbastanza chiaro si tratti di un sito di un'assicurazione. Luca: Direi di sì.
12	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Stefano: No. Paolo: No, nessuno. Giovanni: Non mi viene in mente nulla. Roberto: Un disegno di un auto/ moto/casa stilizzata. Maria: No. Luca: No.
13	Il sito ti sembra coerente con l'immagine che vuole dare?	Stefano: Sì. Paolo: Direi di sì. Giovanni: Abbastanza. Roberto: Credo di sì. Maria: Sì. Luca: Sì.
14	Ti piace la grafica del sito?	Stefano: Mi sembra adeguata. Paolo: Decisamente sì. Giovanni: No, per niente. Roberto: Potrebbe essere migliore. Maria: Insomma... un po' troppo "scarna", ma piacevole. Luca: Sì. Ma può essere migliorata.
15	Trovi che i caratteri siano ben leggibili?	Stefano: Sì, nessun problema. Paolo: Direi proprio di sì. Giovanni: Alcuni colori dovevano essere diversi dal blu; in generale sì. Roberto: Abbastanza. Non ci sono problemi. Maria: Sì, molto. Luca: Decisamente sì.
16	Trovi che le immagini siano ben scelte?	Stefano: Non ci sono immagini. Paolo: Assolutamente no. Giovanni: Direi di sì. Roberto: Ce ne sono poche. Maria: Mi sembra di sì. Luca: Quali immagini?

17	Lo stile usato per i testi ti sembra giusto?	Stefano: Sì. Paolo: Sì, abbastanza. Giovanni: Sì. Roberto: Non saprei. Maria: Non lo so. Luca: Sì.
18	Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?	Stefano: Credo proprio di sì. Paolo: Assolutamente sì. Giovanni: Sì, abbastanza, nel complesso. Roberto: Non saprei. Dipende da cosa si cerca. Maria: Non ho trovato alcuna difficoltà in proposito. Luca: Sì.
19	Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da usare?	Stefano: Sì. Paolo: Decisamente sì. Giovanni: Abbastanza. Roberto: Non molto. Maria: Abbastanza. Luca: Sì.
20	Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)	Stefano: Non ne conosco altri. Paolo: Meglio di quello della "Sara Assicurazioni". Giovanni: Non ne conosco altri. Roberto: Non lo so. Non ne conosco altri. Maria: Secondo me quello della "Cofidis" è migliore. Luca: Non conosco altri siti analoghi.

ANNOTAZIONI:

Come presumibile, la maggior parte degli utenti ha trovato molto scomoda la complessa fase di compilazione dei dati del preventivo.

Molti utenti hanno male accettato la approssimativa gestione dei campi obbligatori: il server infatti mostrava campi nascosti alla pressione del pulsante "avanti" e molti utenti rimanevano disorientati oppure irritati.

Tutti gli utenti compilavano senza quasi nessun problema i campi delle form, anche quelli non richiesti, anche se a volte per alcuni di essi i valori erano messi "a caso" in quanto, non capendo il significato del campo, non sapevano cosa avrebbero dovuto inserire.

Abbiamo notato che alcuni utenti non riuscivano subito a notare il link "Contattaci" posto in alto a destra di ogni pagina ed entravano piuttosto nella sezione "Chi siamo", nel tentativo di ricercare la possibilità di contattare la società.

Infine, in molti hanno apprezzato la scelta dei bottoni che aprivano la sezione dei preventivi direttamente dalla home page e ne sono rimasti favorevolmente impressionati.

d. CONCLUSIONI

Dopo avere analizzato attentamente i risultati si può dedurre che il sito risulta relativamente semplice da utilizzare soprattutto con chi ha dimestichezza con il web.

Ma anche per quanto riguarda gli utenti poco esperti, il sito non ha presentato notevoli difficoltà di utilizzo, se si esclude la creazione di un preventivo, che è risultata essere forse troppo complicata per questa categoria di utenti, non abituati a procedure guidate così lunghe e dettagliate.

Il sito sembra essere gradito alla maggior parte degli utenti, soprattutto dal punto di vista della navigazione e della leggibilità del testo.

*Dal punto di vista della **navigazione** il sito è giudicato in modo più che positivo.*

Ciò che ha favorevolmente impressionato gli utenti è stata la facilità di trovare le informazioni nel sito anche se vi navigavano per la prima volta; inoltre i nomi delle sezioni sono giudicati adeguati e non fanno confondere gli utenti.

Non si registrano sezioni giudicate “inutili” dagli utenti, a parte la mappa del sito: questo significa che essi non hanno trovato nulla di non significativo che alterasse la loro navigazione.

*Per quanto concerne l'aspetto legato ai **contenuti**, è risultata gradita la suddivisione delle categorie principali (Preventivo, Polizze), mentre per quanto riguarda i termini utilizzati si segnala una certa insoddisfazione verso alcuni termini troppo “tecnici” o verso alcune informazioni non presentate in modo sufficientemente chiaro se non dopo l'aiuto delle guide.*

*Dal punto di vista **grafico** si segnalano giudizi contrastanti: per alcuni utenti l'impostazione grafica è risultata essere adeguata; altri invece sono rimasti insoddisfatti dalla grafica del sito, in quanto non vi sono molte immagini e la presenza del colore blu è troppo rimarcata e a volte “monotona”.*

In ogni caso, lo sfondo bianco del sito ha contribuito ad aumentare la leggibilità del testo, in quanto il contrasto tra bianco e blu è risultato essere netto e distinguibile.

*Dal punto di vista della **difficoltà** e dello sforzo richiesto agli utenti, il giudizio è buono.*

Il tempo medio impiegato per i compiti è risultato essere piuttosto contenuto: 1'09”.

La percentuale di success-rate per i compiti assegnati si è rivelata piuttosto alta (92 %).

Per quanto concerne la procedura guidata per il calcolo dei preventivi, strumento principale per cui è stato concepito il sito web, gli utenti hanno espresso un parere tutto sommato positivo, anche se il numero complessivo delle fasi per alcuni è sembrato essere eccessivo.

*La **gestione degli errori** e dei campi obbligatori non è stata giudicata in modo positivo, in quanto portava spesso gli utenti a “perdersi”.*

*Infine, l'**usabilità** generale del sito è stata valutata nel complesso buona, sicuramente migliorabile con minimi aggiustamenti.*

Alla domanda su come valutavano l'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con cui avevano portato a termine i compiti assegnati, gli utenti hanno risposto che in generale il sito è efficace per quanto riguarda la reperibilità delle informazioni, ma migliorabile dal punto di vista del grado di accuratezza e di adeguatezza delle stesse; il sito è abbastanza efficiente per gli utenti, perché non serve molto tempo per trovare le varie informazioni, ma a volte il tempo impiegato per creare un preventivo è piuttosto elevato; infine, gli utenti hanno complessivamente giudicato il sito web moderatamente soddisfacente, in quanto facilmente intuibile ed abbastanza accurato, anche se auspicabilmente migliorabile dal punto di vista delle funzionalità.