

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.acmilan.com>



Studenti:

Limoli Serena, *limoliserena@hotmail.com*
Mazzi Francesca, *francym.82@gmail.com*
Rivetti Francesco, *francesco.rivetti@gmail.com*



1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Requisiti generali del sito

INTRODUZIONE:

Era il 1899 quando presso la Fiaschetteria Toscana di Via Berchet a Milano venne stabilita la prima sede della società calcistica che sarebbe diventata uno dei club più forti e famosi nel mondo: l'A.C.Milan.

Sono passati più di cento anni da quel giorno, il calcio è cambiato, il mondo intero si è trasformato e l'avvento di internet è entrato a far parte anche dell'universo delle società sportive.

Il Milan dalla metà degli anni 90 ha infatti deciso di affrontare una nuova sfida, che si gioca on line: il lancio del sito ufficiale del club rossonero, www.acmilan.com.

La nuova versione del sito (Settembre 2006) è attualmente gestita dal punto di vista tecnico da Esperia s.r.l. e da Milan Channel s.r.l. in qualità di *content provider* e di *content aggregator*.

A lato la lunghissima Home Page (sono necessari 4 scroll verticali per vederla tutta)



OBIETTIVI DEL SITO:

Il sito promuove la squadra, fornisce informazioni sul mondo Milan, dalle notizie in tempo reale ai tabellini delle stagioni passate, è una vetrina internazionale (è leggibile anche in lingua inglese, spagnola, portoghese, cinese e giapponese) ma in un'ottica più strettamente strategica rappresenta il punto di partenza per la realizzazione di una strategia cross-media, in cui il mobile e tutte le forme emergenti di interazione si integrano con i servizi Web.

Una strategia che interpreta quindi il mondo di internet come il canale privilegiato per un dialogo sempre più diretto, quotidiano e bidirezionale con quello che la stessa società definisce "il dodicesimo uomo in campo", il tifoso della squadra rossonera.

La stessa direttrice marketing della società calcistica, Laura Masi, ha dichiarato che **l'obiettivo primario** del sito nella sua ultima versione è quello di "incrementare il numero di tifosi appartenenti alla Community, attraverso l'introduzione di servizi gratuiti per gli utenti iscritti." (www.fullpress.it)

In un mondo in cui prende piede la formula all inclusive, nei villaggi vacanza così come nei pacchetti televisivi della "pay per view", anche la società acMilan pensa ad un all inclusive rossonero:

*"CuoreRossonero non è solamente la **Community** online dell'AC Milan, ma è tutto un mondo da scoprire per quelli che vogliono vivere la propria passione rossonera 24 ore su 24!" (www.acmilan.com)*

Dal blog alla carta di credito (Carta Viva Milan), dai consigli per i viaggi alla figurina Panini personalizzata per il tifoso, dai giochi on line all'iniziativa "Uniti dalla maglia",... tutto ha lo scopo di creare un legame non più solo verticale, tra società e tifosi ma anche orizzontale tra tifosi uniti nella passione verso la squadra del cuore.

TIPOLOGIA D'UTENZA:

- Tifosi milanisti (utenti principali)
- Stampa (il sito è il mezzo ufficiale attraverso il quale la società pubblica i comunicati stampa ufficiali)
- Sponsor
- Tifosi di altre squadre (estere e italiane)

CASI D'USO:

Reperire notizie

- news dell'ultima ora (ad esempio in questo periodo, sul calcio mercato)

Notizie presenti in home page

- informazioni passate – funzione di brochure (la storia, le vittorie, i vecchi risultati, le formazioni passate, i dati in termini di minuti giocati e goal effettuati per ogni giocatore...)
- informazioni sulle iniziative per i tifosi e per beneficenza (“Uniti dalla maglia”- “Fondazione Milan” – “Milan Progetto Giovani”)
- informazioni di carattere più tecnico (Milanello, il metodo Milan Lab, lo stadio di S.Siro)
- CAMPAGNA ABBONAMENTO 2007/2008 (quanto costa – dove e quando comprare l’abbonamento)

Campagna abbonamenti 2007/2008

Serie A	Champions	Date e rivendite	Piantina	Modalità ritiro	Condizioni
---------	-----------	------------------	-----------------	-----------------	------------

[Piantina San Siro con dettaglio settori](#)

Sezione campagna abbonamenti

- Informazioni sugli sponsor (esiste un'intera sezione dedicata agli sponsor e inoltre in home page in fondo sono riportati tutti i loghi. Quello dello sponsor ufficiale Bwin, che è anche sulla maglia di gioco, è presente anche in alto a destra)



Header del sito www.acmilan.com



Footer del sito www.acmilan.com

[Iscriversi alla newsletter](#)

[Scaricare video/foto/audio:](#)

Previa registrazione è possibile scaricare screensavers, canzoni della colonna sonora rossonera, inviare ecard, ...

[Servizi interattivi della community CuoreRossonero:](#)

- Mobile blog (L'utente invia le proprie foto scattate col telefonino e le vede pubblicate sul sito)
- My panini (L'utente può creare una figurina Panini con la propria foto)

CUORE ROSSONERO ARCHIVIO SQUADRA CLUB MEDIA SPONSOR

ome page Info Registrazione Login Download eCards Musica Mobile Blog Milan Mobile MyPanini
 hat Viaggi Carta Viva Milan Giochi Uniti dalla Maglia Contatti

home page istruzioni costo consegna f.a.q. contatti

Crea la **TUA** figurina

A.C. Milan

10 copie
a soli
7,90€!

MyPanini

Attenzione: è possibile pagare in altre valute oltre all'Euro (\$, R\$, £, CHF, ¥); sono accettati pagamenti solo con carta di credito.

La sezione My panini all'interno della community CuoreRossonero

- Chat (l'utente può chattare con altri tifosi e con i calciatori)
- Sezione Giochi (l'utente simula una partita di calcio e per ogni passaggio al giocatore vicino deve rispondere ad un quiz sul mondo del milan)

MILAN CHE PASSIONE!

www.acmilan.com

bwin

INIZIA IL GIOCO CLASSIFICA TOP 10 DEL MESE REGOLAMENTO

Il link esterno alla sezione giochi

Obiettivi della valutazione

La valutazione si pone l'obiettivo di analizzare il sito dal punto di vista di quello che abbiamo riscontrato essere l'utente primario (ma non il solo): un tifoso del Milan che cerca le ultime news sulla propria squadra del cuore, vuole informarsi sulla nuova campagna abbonamenti, conoscere i risultati delle partite e le classifiche aggiornate e quant'altro già descritto.

Ci si è concentrati quindi sull'utilità e la completezza delle informazioni, sull'efficienza dei servizi offerti e quindi sul grado di soddisfazione che può suscitare il sito nei riguardi del tifoso rossonero.

Si è deciso di escludere dall'analisi quelle parti non implementate direttamente sul sito www.acmilan.com bensì appartenenti a pagine esterne con dominio diverso, in particolare non ci si soffermerà su:

Milan Store →	<u>http://www.milanstore.biz/</u>
Giochi →	<u>http://games.acmilan.com</u>



2. METODOLOGIA USATA

Il planning operativo/organizzativo dell'analisi del sito si compone di cinque fasi ed è il seguente:

Giorni complessivi di analisi 10

FASE 1: 2 giorni – team completo

Sguardo d'insieme al sito, utilizzo del sito come fossimo utenti per cercare di focalizzare già i punti di forza e di debolezza e per organizzare le fasi successive, ricerca informazioni sulla società e sulla strategia di marketing.

FASE 2: 1 giorno – team completo

Stesura relazione per quanto riguarda le prime due sezioni "Obiettivi della valutazione" e "Metodologia usata".

FASE 3: 4 giorni – ognuno singolarmente

I componenti del team lavorano singolarmente valutando gli otto punti dell'analisi (e dando dei voti) ma sviluppando in particolare 3 aspetti a testa e scrivendo quindi la parte di relazione relativa.

FASE 4: 2 giorni

Conduzione del test di usabilità e il giorno successivo raccolta dati e conclusioni in merito al test.

FASE 5: 1 giorno

Assemblamento di tutte le analisi, discussione su ogni punto visto singolarmente per attribuire i voti definitivi.

Il giudizio di ognuno è tenuto in considerazione in maniera democratica e nel caso di pareri discordanti si è optato per una media dei giudizi.

Per l'analisi sono stati utilizzati i software e i servizi online seguenti:

www.netcraft.com – informazioni sul dominio

www.2bone.com/links/linkchecker.shtml - link rotti

VisualRoute 2007 – accessibilità al sito

www.browsercam.com – accessibilità per browser e sistemi operativi differenti



3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE



3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 1

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

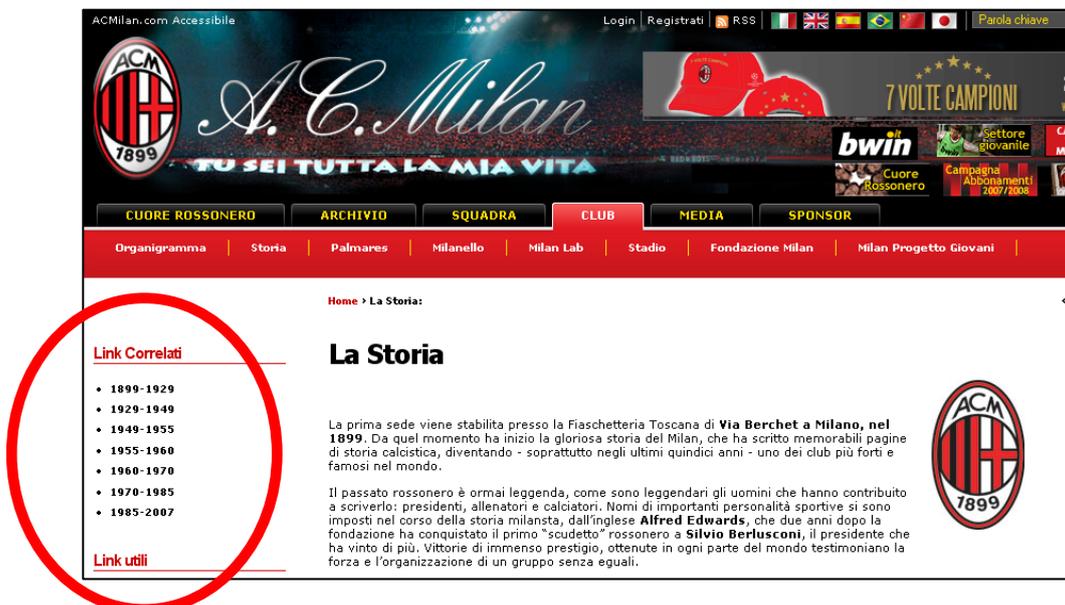
Analisi:

STRUTTURA

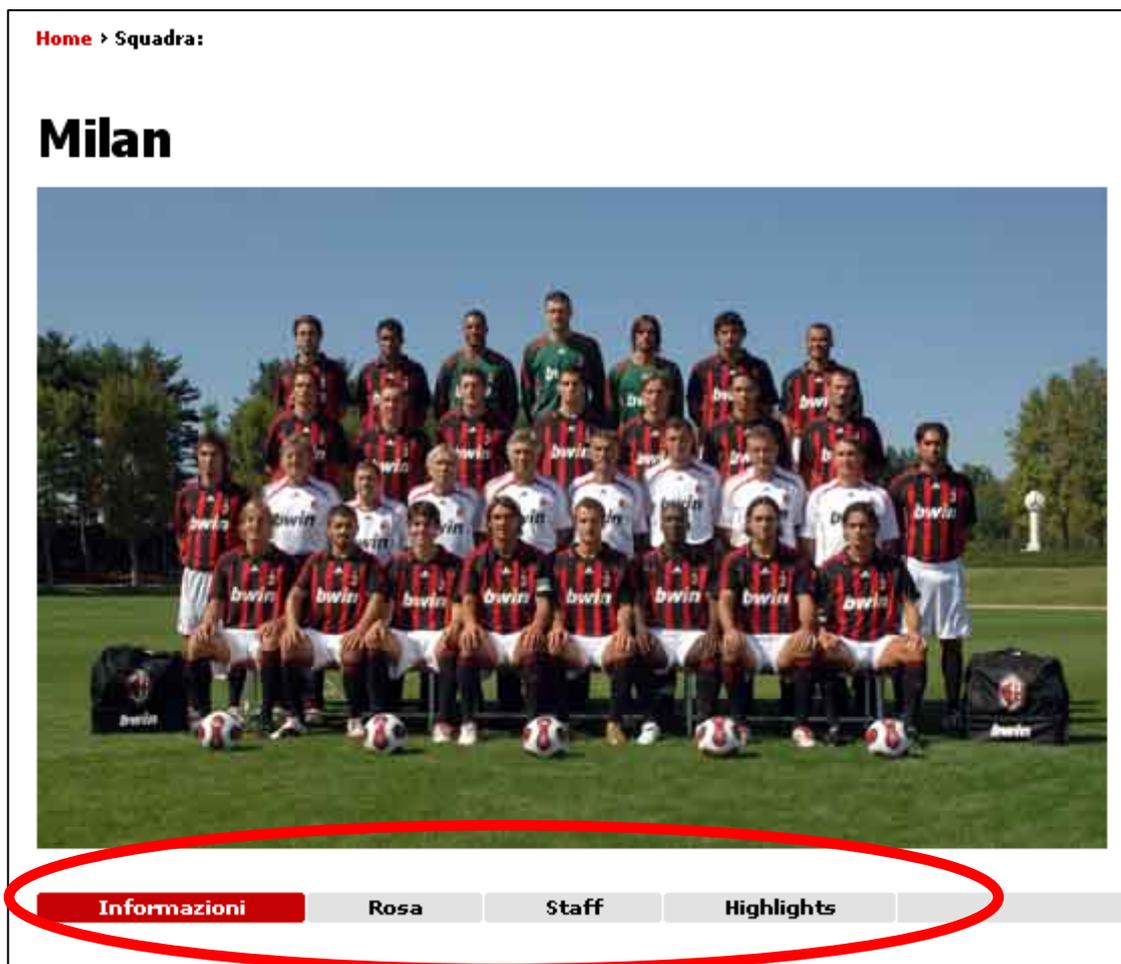
La struttura del sito è a schedario con navigazione locale.



Il menu principale è posto orizzontalmente e si compone di sei sezioni. Le sottosezioni appaiono tramite roll over del mouse. Tale aspetto è da considerarsi negativo in quanto sforza la memoria a breve termine: l'utente, infatti, deve ricordarsi dove è "nascosta" una sottosezione e, poichè sono in numero elevato, perde tempo nel far scorrere il mouse su tutte. In alcune sottosezioni è poi presente una navigazione di terzo livello che però non si presenta in maniera omogenea: a volte è posizionata a sinistra in verticale sotto forma di "link correlati" (sotto);



a volte nella parte centrale in orizzontale (sotto). Anche questo è senz'altro un aspetto negativo che confonde l'utente.



MAPPA DEL SITO

Il sito non riporta una mappa e questa è una grave carenza in termini di accesso all'informazione e ausilio cognitivo per l'utente ma anche in termini di qualità della progettazione per i webdesigners che hanno partecipato alla realizzazione del sito.

Abbiamo ricostruito manualmente la mappa del sito; poiché il sito è abbastanza complesso, essa potrebbe non essere completa. (allegato 2)

NAVIGAZIONE

La navigazione principale avviene attraverso il menù orizzontale organizzato a schedario (ma non comprende una prima etichetta per l'home page).

In ogni pagina sulla destra è posizionato il tasto indietro che riporta alla pagina visitata precedentemente.

Gravi problemi insorgono relativamente alla fornitura di feedback che indichino la sezione in cui l'utente si trova: il percorso a briciole è del tutto inutile poiché

non riporta il percorso reale e chiama le sezioni con nomi diversi; non vi sono elementi grafici che mettano in rilievo la sezione selezionata; una volta aperta la sezione da nessuna parte ricompare il titolo che in qualche modo chiarifica dove ci si trova.



I link utili posizionati a sinistra sono uguali per tutte le sezioni e danno luogo ad una navigazione di tipo trasversale.

Sintesi:

Punti di forza:

- presenza anche di una navigazione trasversale

Punti di debolezza:

- roll over del menu
- navigazione di terzo livello non omogenea
- mappa del sito assente
- mancanza dell'etichetta home page nella struttura a schedario
- mancanza di feedback che indichino la posizione in cui l'utente si trova



3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 3

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

Analisi:

LA GRAFICA

Colori

I colori predominanti sono il rosso e il nero, i colori del brand milanista.

Ottima la scelta dello sfondo bianco che resta un colore neutro e favorisce la leggibilità.

Altro colore presente è il Giallo, esattamente nelle voci del menu orizzontale quando non selezionate, nelle barrette verticali che dividono le sottosezioni di una sezione selezionata, nella scritta "parola chiave" all'interno del box cerca, ma soprattutto nel logo dello sponsor ufficiale bwin ed è forse questa la ragione - strategica più che grafica - della scelta di questo terzo colore (anche perché l'ultimo restyling del sito coincide con l'ultimo cambio di sponsor nella stagione 2006/2007).



The screenshot shows the central part of the Milan website home page. At the top left is a 'GRANDE VETRINA' section with a slider of images. To its right is a list of news items, with the first one highlighted in red: '17.59 > RONALDO AL LAVORO CON DANIELE TOGNACCINI IN BRASILE'. Below this is a red banner that says 'Allora devi avere Carta Viva Milan in tasca!'. The main content area features a 'Grande partita' section for Liverpool vs. D. Kuyt 88' on 23/05/2007. To the right of this is a 'bwin' betting box for football matches, with the bwin logo circled in red. The betting box shows odds for various matches, including 'Messico - Cile' (1 @ 2.75, 2 @ 2.85) and 'Colombia - USA' (1 @ 2.05, 2 @ 3.15). To the right of the betting box is a table of league standings. At the bottom of the page are four promotional banners: 'r voi!', 'Newsletter', 'Mobile Blog: la foto del giorno', and 'Screensavers Finale'.

Home page – parte centrale – box sponsor ufficiale bwin

Tipografia

In tutte le pagine i titoli sono in nero in font simile all'arial, i sottotitoli in rosso bold.

Le scritte del menu principale diventano gialle di rollover.

Le scritte "Link correlati" (variano a seconda della sezione, contestualmente all'argomento trattato) e "Link utili" (stabili per ogni pagina) sono posizionati sempre a sinistra della pagina con titolo in rosso e link in nero che diventa rosso al rollover.

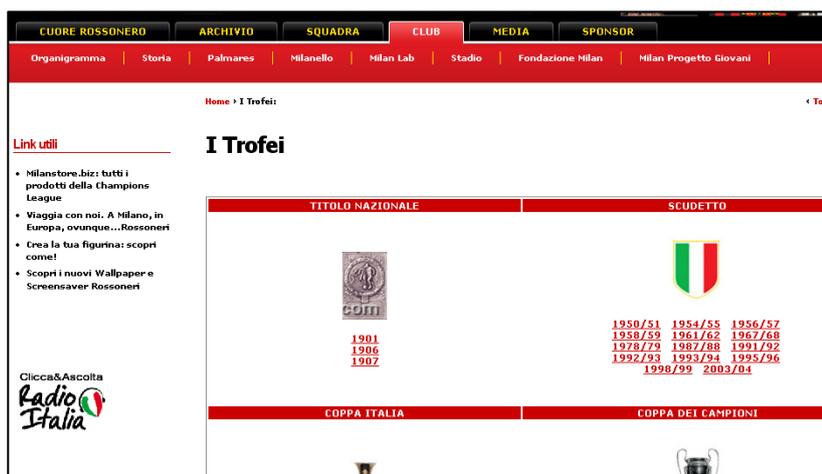
La dimensione delle scritte di contenuto sono nello standard (12 px); inoltre la creazione di paragrafi sui testi lunghi ne facilitano la lettura.

Layout

Il layout è fisso, adatto ad una risoluzione 1024x768 pixel. Risoluzioni inferiori generano uno scoll orizzontale, mentre layout superiori inserisco due bande bianche laterali (nella testata le bande sono rossonere). Certo le pagine sono sempre sviluppate eccessivamente in verticale e necessitano più volte l'utilizzo dello scrollbar. Nella sezione *accessibilità* verrà fatta un'analisi più dettagliata, anche tramite l'utilizzo di un software apposito.

Gestalt

Il layout non facilita la comprensione dei contenuti in quanto poco omogeneo. La pecca più grave è la mancanza di una gabbia logica che crei uniformità tra le pagine delle diverse sezioni.



Sez. palmares



Sez. Stadio

Le due figure riportate qui sopra, infatti, raffigurano due sezioni diverse completamente diverse a livello di organizzazione in gabbie logiche strutturalmente simili, utilizzo degli spazi in modo coordinato e grafica generale. Questa non è solo una questione estetica ma anche funzionale: utilizzare linee e suddivisioni immaginarie che però identificano una stessa tipologia di contenuto è un aspetto fondamentale per la navigazione.

BRAND IMAGE

I colori “gridano” il brand milanista, il logo è presente in alto a sinistra, nella parte centrale accanto all’ultimo risultato. Diverse le immagini raffiguranti i giocatori in campo che esultano e che alzano la coppa. L’orgoglio milanista è tenuto in alta considerazione e permea tra le righe di tutte le pagine.

Anche il brand dello sponsor influenza – se pur in minima parte – la brand image del sito ad esempio con l’utilizzo del giallo e posizionandone il logo nell’header, nel footer e nella parte centrale dell’home page. Ricordiamo a titolo informativo che Bwin è una società di scommesse.

L’HOME PAGE COMUNICA?

L’home page comunica chiaramente l’intento del sito e anche chi non lo ha mai visitato prima, può facilmente comprendere che si tratta di un sito per tifosi amanti del calcio e in particolare dal cuore rossonero.

Ecco alcuni elementi che facilitano la comprensione del brand e di ciò che si vuole comunicare: il logo del Milan in alto a sinistra, il banner con l’immagine di una coreografia milanista e la scritta “sei tutta la mia vita”, le immagini che scorrono nella parte centrale della home page che ritraggono i campioni

d’Europa mentre festeggiano la recente vittoria di Champions League (Maggio 2007), i due box a destra animati che con frasi tipo “San Siro la scala del calcio. Prenota il tuo posto” sponsorizzano la nuova campagna abbonamenti 2007/2008, e ancora il risultato dell’ultima grande partita (la finale di Coppa dei Campioni) posto sempre in zona centrale sotto la galley delle immagini che scorrono.



Gallery in home page



Banner



Risultato della finale di Champions League



Sequenza immagini box a destra scorrevole

Sintesi:

Punti di forza:

- Utilizzo strategico della forza del brand
- Grafica semplice ma comunque efficace
- Pochi colori ma semplici (quelli della squadra rosso – nero e bianco)

Punti di debolezza:

- Layout delle diverse sezioni poco omogeneo
- Non si considerano le leggi della gestalt



3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: 2

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

Analisi:

ADEGUATEZZA DELLA...

Individuati i casi d'uso e le tipologie di utenza è utile comprendere se le funzioni del sito sono adeguate e coerenti con quanto analizzato prima.

...TRANSAZIONE

Il sito non presenta transazioni riguardanti l'e-commerce ma prevede una procedura di iscrizione per visitare aree altrimenti inaccessibili e per portare a termine molti compiti come ascoltare brani musicali delle compilation firmate AC.Milan, creare una propria pagina personale nella sezione *Mobile blog*, nella quale caricare immagini fatte col telefonino che possono essere votate dagli altri utenti, accedere alla chat attraverso la quale è possibile – in date e orari prestabiliti – parlare con i calciatori, giocare.

I campi obbligatori sono davvero pochi e le legende chiare, infatti, sul lato destro una spiegazione breve e concisa aiuta a comprendere la procedura, un po' lunga, che distingue tra dati obbligatori e dati opzionali/servizi aggiuntivi.

Registrazione

Gentile utente, per entrare a far parte della **community di AC Milan** e usufruire dei servizi che ACMilan.com ti offre, devi **registrarti** riempiendo i seguenti campi.

Dati obbligatori

I seguenti campi sono da compilare **obbligatoriamente** al fine di registrarsi:

Username:

Password:

Verifica password:

Email:

Verifica email:

Procedura di registrazione

Dopo che avrai correttamente compilato i **dati obbligatori** e **accettato le condizioni** nelle note informative sulla Privacy, devi **clickare "Registrati"**. Ti sarà inviata **una e-mail di conferma con un link per attivare la tua iscrizione**.

Solo dopo che avrai cliccato il suddetto link di attivazione potrai accedere ai servizi di ACMilan.com per gli utenti registrati.

Campi obbligatori - registrazione

Dati opzionali e servizi aggiuntivi

ACMilan chiede agli utenti della community **solo i dati strettamente indispensabili** per semplificare le procedure di accesso e favorire la crescita della community stessa. Pertanto se hai compilato correttamente i campi obbligatori e hai cliccato sul tasto "Registrati", sei già entrato a far parte della community di ACMilan.

Tuttavia **per attivare alcuni servizi sono necessari dati specifici**. Di seguito sono elencati i servizi e le relative caratteristiche. Potete decidere liberamente quali dati fornire e di conseguenza a quali servizi accedere.

Inoltre, una volta registrato, potrai aggiungere dati al tuo profilo tramite il tasto di menu "il tuo profilo".

Area Games

Per poter accedere all'area Games e partecipare all'estrazione dei premi messi in palio è necessario fornire il proprio indirizzo civico.

Nome:

Cognome:

Indirizzo:

Città:

Provincia:

C.A.P.:

Desidero iscrivermi all'area Games:

Sì No

Cos'è l'area games?

L'area Games è la nuova sezione dedicata agli iscritti alla Community dove divertirsi con esclusivi giochi online e vincere numerosi e fantastici premi!
Gioca e divertiti su ACMilan.com!

Servizi aggiuntivi - registrazione

La privacy policy risulta trasparente e ben spiegata nella fase finale della registrazione dove si può scegliere se aderire alla sola **accettazione trattamento dati** o anche all'**accettazione cessione dati** necessaria per usufruire di tutti i servizi aggiuntivi.

Privacy

Ti preghiamo di prendere visione delle note informative in merito alla legge sulla Privacy e ti ricordiamo che per registrarsi è **necessario accettare le condizioni** in esse contenute.

Informative

Leggi completamente le informative prima di fornire il tuo consenso:

Accettazione
trattamento dati
(D.Lgs. 196/2003)

Il trattamento dei dati, la procedura di registrazione non potrà essere completata né potrà usufruire di determinati servizi.
I dati essenziali e indispensabili per il suddetto fine sono nome, cognome, indirizzo completo e numero di telefono. Il mancato conferimento dei restanti dati presenti sulla scheda non pregiudica la procedura di registrazione.

Confermo di aver letto la nota informativa di cui sopra e di accettare le condizioni in essa espresse:

Sì No

Accettazione
cessione dati
(D.Lgs. 196/2003)

Consento al solo A. C. Milan S.p.A. di procedere al trattamento dei miei dati personali e alla loro comunicazione a terzi per le seguenti ulteriori finalità: elaborare studi e ricerche statistiche e di mercato; inviare materiale pubblicitario e informativo; compiere attività diretta di vendita o di collocamento di prodotti o servizi; inviare informazioni commerciali; effettuare comunicazioni commerciali interattive.

ATTENZIONE: per poter usufruire di qualsiasi servizio aggiuntivo occorre fornire il proprio consenso accettando le condizioni di questa informativa. Inoltre la mancata accettazione alla cessione dei dati personali rende impossibile la partecipazione a DEM e Survey.

Privacy policy

Per poter usufruire dei servizi offerti dalla Community è necessario aderire all'**accettazione trattamento dati**.

Per poter usufruire dei servizi aggiuntivi (vedi sezione apposita più in alto in questa pagina) è necessario aderire anche all'**accettazione cessione dati**.

Privacy policy - registrazione

Una nota particolare va dedicata alla newsletter:

Newsletter

La Newsletter ti tiene aggiornato su tutto ciò che ruota attorno all'universo Milan.



Iscriviti alla Community per riceverla!

[> Registrati](#)

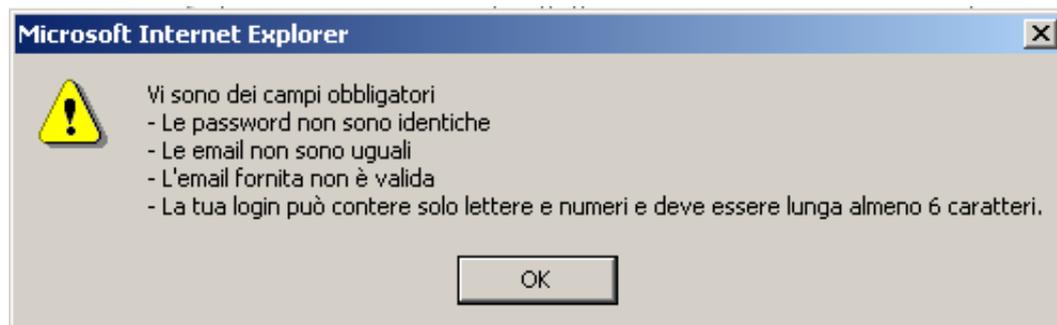
Box in home page

Un box in home page invita all'iscrizione, ma per ricevere tale servizio è necessario passare attraverso la funzione di REGISTRAZIONE al sito e entrare a far parte della Community CuoreRossonero... la newsletter è solo uno dei servizi offerti.

Quindi, a differenza di altri siti in cui per ricevere periodicamente la newsletter è sufficiente solo indicare un indirizzo di posta elettronica, il sito www.ACMilan.com prevede una procedura più lunga che potrebbe portare l'utente ad abbandonare il compito prima del previsto.

...GESTIONE ERRORI

I messaggi di errore che riguardano l'errata compilazione dei campi nella procedura di registrazione sono pop up e una volta chiusi, la memoria a breve termine è messa a dura prova!



Pop up d'errore

Se ci si dimentica invece di acconsentire al trattamento dei dati personali compare un messaggio a sfondo rosso di forte impatto, all'inizio della pagina:

ATTENZIONE: la mancata accettazione al trattamento dei dati personali rende impossibile la registrazione.

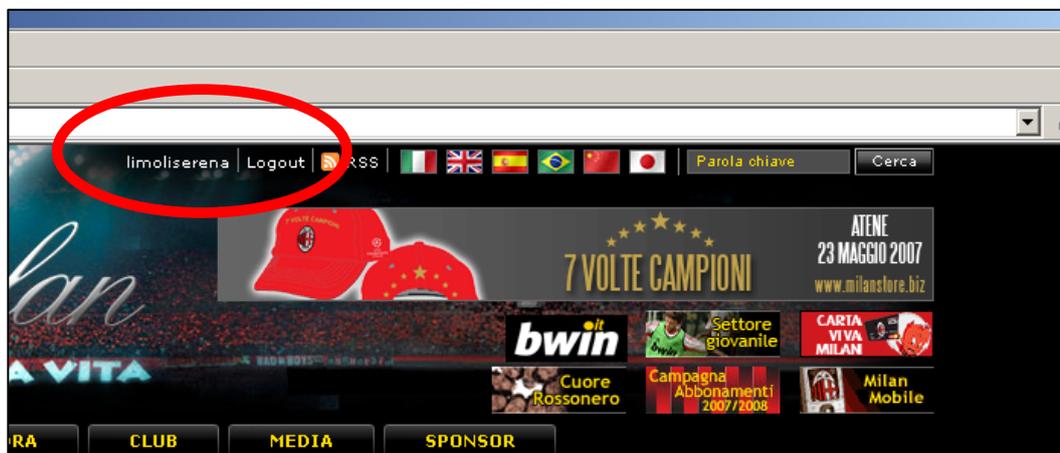
Registrazione

Gentile utente, per entrare a far parte della **community di ACMilan** e usufruire dei servizi che ACMilan.com ti offre, devi **registrarti** riempiendo i seguenti campi.

messaggio d'errore

Portata a termine la procedura se si decide di loggarsi appare nuovamente la pagina di registrazione: l'utente non riesce a capire se il login è andato a buon fine oppure no, non avendo ricevuto alcun feedback.

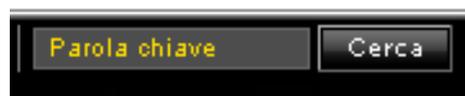
Unico microindizio una scritta in alto in cui al posto di login appare il nick name:



...RICERCA

Per quanto riguarda gli strumenti di ricerca il sito presenta la funzione *Cerca* posta in alto a destra; comoda e veloce permette di trovare tutti gli articoli che riguardano un certo argomento sulla base di una parola chiave.

Entrando poi nella sezione news è possibile impostare criteri di ricerca come la data di pubblicazione e le categorie tematiche (alcune sono Berlusconi-Milanello – Campionato – Champions League).



La funzione cerca

A screenshot of the search form in the news section. The form is titled 'Ricerca' in red. It contains a text input field for 'Parola da cercare', a dropdown menu for 'Categoria' with 'Scegli' selected, and two text input fields for 'Dalla data [dd/MM/yyyy]' and 'alla data [dd/MM/yyyy]'. A 'Cerca' button is at the bottom.

Il box di ricerca nella sezione news

Altre informazioni sono reperibili navigando sul sito nelle sezioni archivio – squadra e club, dove in maniera semplice si possono reperire dati sulle stagioni passate e recenti, sulla rosa attuale, sui singoli giocatori, sullo stadio, sulla società Milan e molto altro.

...COMUNICAZIONE CON IL GESTORE

Nelle note legali poste nel footer di tutte le pagine è specificato il gestore del sito (Esperia s.r.l. dal punto di vista tecnico e Milan Channel s.r.l. in qualità di *content provider* e di *content aggregator*).



Non ci sono contatti per comunicare con Esperia direttamente mentre per quanto riguarda Milan Channel nell'omonima sezione dedicata, l'utente trova un indirizzo di posta elettronica e un numero di telefono.

Sezione Milan Channel - contatti

LA CORRETTEZZA

Nel corso dell'analisi non si sono verificati problemi interni al software nè malfunzionamenti in nessuna funzionalità o transazione.

Sintesi:

Punti di forza:

- Chiarezza della procedura di registrazione
- Politiche sulla privacy chiare
- Efficace strumento di ricerca

Punti di debolezza:

- procedura d'iscrizione newsletter troppo lunga
- messaggi di errore in pop-up
- feedback scarsi dopo aver effettuato il login
- mancanza di contatti diretti con il gestore



3.4. CONTENUTO

Valutazione: 3

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

Analisi:

CLASSIFICAZIONE DELL'INFORMAZIONE



L'immagine qui sopra riporta le sezioni di primo livello del sito.

Il labeling non è particolarmente originale, inoltre *Cuore Rossonero* è una denominazione troppo vaga: è, infatti, il nome della Community rossonera ma questo è comprensibile solo entrando nella sottosezione *Info*.

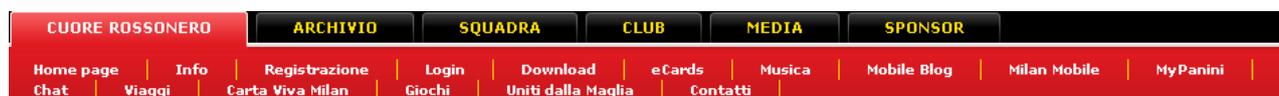
Le sezioni *Squadra* e *Club* potrebbero essere confuse, in alcuni contesti sono termini sinonimi.

Le uniche sezioni chiare sono *Archivio* – *Media* – *Sponsor*.

Con questa suddivisione non si tengono ben presenti i principali casi d'uso, che devono essere agevolati da una classificazione dell'informazione chiara e ben strutturata.

Manca a nostro parere una sezione di primo livello sullo stadio che contenga informazioni su San Siro, sui biglietti, sulla nuova campagna abbonamento; attualmente una sezione simile è situata all'interno della sezione *Club*.

Secondo livello



La sezione *cuore rossonero* è senz'altro quella che contiene più problemi dal punto di vista della classificazione dell'informazione.

Contiene, infatti, ben 16 sottosezioni... un numero davvero eccessivo. Si potrebbe portare al primo livello *Registrazione*, *Login* e *Contatti*; togliere *Home page*, che sembra solo una ridondanza inutile anche perché non ripetuta nelle altre sezioni; eliminare la sezione *Info* facendola diventare la prima pagina al momento dell'accesso a *cuore rossonero*.

In questo modo le sezioni sarebbero 11.



La sezione *Archivio* contiene 4 sottosezioni. Sarebbe meglio spostare *Stagione 2006-2007* sotto *Squadra*. *Archivio* fa inevitabilmente pensare a qualcosa di archiviato, passato, finito e conservato. Si potrebbe mettere un link contestuale all'interno delle stagioni passate che punti a quella attuale.



Si passa dall'opulenza della prima sezione alla scarsità della sezione *Squadra* che comunque risulta se non altro chiara e semplice nella suddivisione a due con le sottosezioni *Prima squadra* e *Giovanili*.



La sezione *Club* (che contiene le 8 sottosezioni *Organigramma – Storia – Palmares – Milanello – Milan Lab – Stadio – Fondazione Milan – Milan Progetto Giovani*) si potrebbe chiamare in maniera più chiara, *Società*. Inoltre, come già accennato, la sottosezione *Stadio* dovrebbe salire di un livello e essere tolta da questa posizione poco pertinente.



La sezione *Media* contiene con pertinenza le sottosezioni *Milan channel* (TV)- *Forza Milan!* (Stampa) – *Match programme* (stampa di settore) – *Press area*, ma non ha alcun senso posizionare all'interno di questa sezione anche *Video Gallery – Foto Gallery – Live Audio...*



Questa sezione è l'unica che non presenta particolari problemi e riguarda tutto il "mondo" degli sponsor.

STILE DEL TESTO

Il testo esprime i concetti in modo conciso e diretto arrivando subito al punto; è strutturato in pagine di media lunghezza che necessitano di una scrollbar

verticale. E' diviso in paragrafi; fa uso di titoli in nero e sottotitoli in rosso; mette in evidenza parole chiave con l'uso del grassetto nero e del link rosso; utilizza le sottolineature solo per i link; inserisce i rimandi ipertestuali in modo naturale distinguendo tra link utili (diversi a seconda dell'argomento e utili per approfondimenti) e link correlati (sono quattro e sempre uguali).

PERTINENZA/AFFIDABILITA'/AGGIORNAMENTO DELL'INFORMAZIONE

Il sito dell'AC.Milan è il mezzo ufficiale attraverso il quale la società emana comunicati stampa. Per questo motivo le informazioni contenute sono sempre affidabili e pertinenti e sicuramente aggiornate addirittura in tempo reale. Questo è visibile anche in home page nel box dedicato alle **Breaking news** che riporta data e ora (anche il minuto esatto).

Inoltre l'identità della società è chiaramente rivelata e sono fornite notizie importanti come l'indirizzo e il numero di telefono della sede legale, nonché la partita IVA.

LOCALIZZAZIONE DEL SITO

Il sito dell'AC.Milan punta ovviamente anche ad un'utenza internazionale e per questo motivo è stato tradotto in lingua: inglese, spagnolo, portoghese, cinese e giapponese. Le predette versioni sono delle fedeli traduzioni della versione in lingua italiana.

Le breaking news presentano orari diversi a seconda della lingua ma non si capisce secondo quale criterio (il momento dell'inserimento – l'ora locale del paese...).

Gli indirizzi sono scritti sempre nella modalità italiana via – num civico – cap – città.

Sintesi:

Punti di forza:

- stile del testo adeguato al web
- informazione sempre aggiornatissima e affidabile
- buona localizzazione: traduzione del sito in cinque lingue oltre a quella italiana.

Punti di debolezza:

- classificazione dell'informazione sia di primo che di secondo livello non pertinente



3.5. GESTIONE

Valutazione: 3

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

Analisi:

Premessa di partenza: il check-up di tale aspetto è stato effettuato in dieci giorni, come da planning operativo. Questo significa che la valutazione potrebbe non rivelare problemi riscontrabili in un lasso di tempo maggiore.

DISPONIBILITA'

Il sito, almeno nelle sue sezioni più importanti, è accessibile senza limitazioni di orario o giorni.

MONITORAGGIO

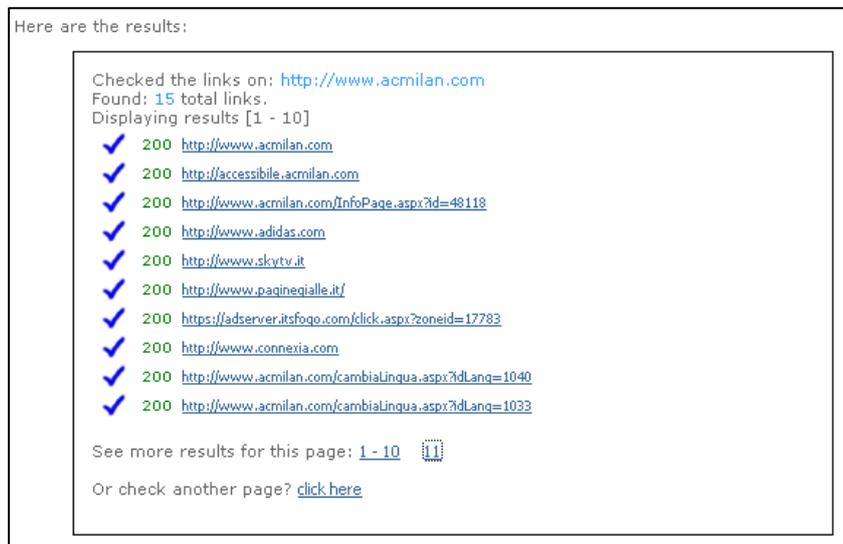
Dal sito www.netcraft.com è possibile reperire alcune informazioni in merito al sito www.acmilan.com come l'indirizzo IP, la data di apertura del dominio (ottobre 1996), il rank pari a 8008 e il nome del server (ns.rti.it)

Site report for www.acmilan.com			
Site	http://www.acmilan.com	Last reboot	unknown Uptime graph
Domain	acmilan.com	Netblock owner	Esperia S.r.l.
IP address	194.185.176.207	Site rank	8008
Country	IT	Nameserver	ns.rti.it
Date first seen	October 1996	DNS admin	hostmaster@nst.eni.it
Domain Registry	dotster.com	Reverse DNS	unknown
Organisation	Milan A.C. S.p.A., Via Turati, 3, Milano, MI 20121, Italy	Nameserver Organisation	Italy
Check another site:	<input type="text"/>	Netcraft Site Report Gadget	[More Netcraft Gadgets]

Effettuando poi una breve ricerca è stato possibile trovare i dati di accesso al sito pubblicati nel comunicato ufficiale di Nielsen/NetRatings riguardo al mese di Maggio 2007: con la vittoria della Champions League da parte della società rossonera, il sito A.C. Milan raggiunge 690 mila utenti unici e si posiziona al quarto posto della categoria sport, dopo *Gazzetta dello Sport* e i canali sport di *Alice* e *Yahoo*.

AGGIORNAMENTO

L'aggiornamento è in tempo reale e questo può essere verificato già dall'home page che, come già detto, riporta la data e l'orario d'inserimento delle breaking news.



Inoltre sono molto limitati i link a pagine interne di altri siti: è quindi contenuta di molto la possibilità di incorrere in broken link, che in qualche modo mandano all'utente un segnale di "invecchiamento" del sito.

Per valutare in maniera puntuale la presenza di link rotti si è ricorso al servizio gratuito offerto online dal sito internet

<http://www.2bone.com/links/linkchecker.shtml> che ha dato come risultato 15 link rotti.

RELAZIONI CON GLI UTENTI

E' importante che il sito non si limiti ad una semplice funzione di vetrina, ma sfrutti a pieno le potenzialità del mezzo che permette una comunicazione molti/molti in tempo reale. La relazione con gli utenti da parte di chi gestisce il sito deve avvenire ragionevolmente in maniera continuativa e in tempi brevi.

Per verificare le tempistiche abbiamo mandato una mail utilizzando il form nell'apposita sezione contatti.

La risposta dopo quattro giorni lavorativi non è ancora giunta...

Invia una mail

Scrivi il tuo messaggio e clicca su "Invia la mail" per spedito:

Messaggio:

Invia la mail

Il messaggio inviato

Invia una mail

Scrivi il tuo messaggio e clicca su "Invia la mail" per spedirlo:

Il messaggio è stato inviato.

Il feedback dopo l'invio

Sintesi:

Punti di forza:

- sempre disponibile
- sempre aggiornato in tempo reale
- pochi link spezzati

Punti di debolezza

- tempi di risposta lunghi ai messaggi inviati dagli utenti



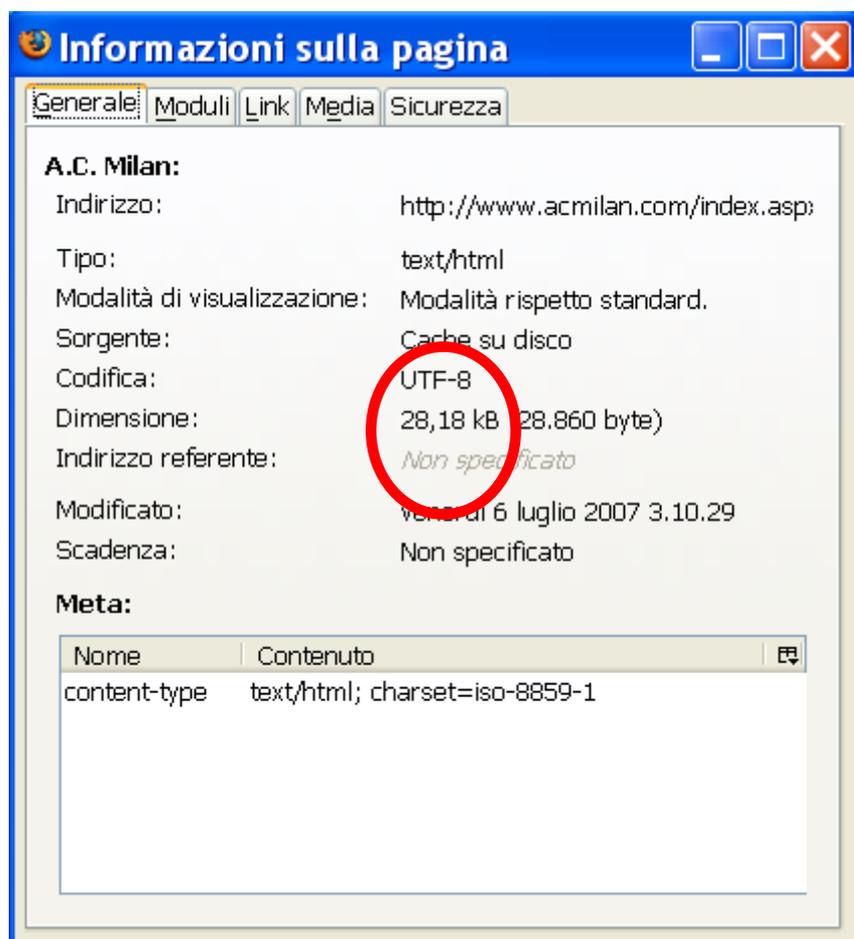
3.6. ACCESSIBILITÀ'

Valutazione: 3.5

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

Analisi:

TEMPI DI ACCESSO

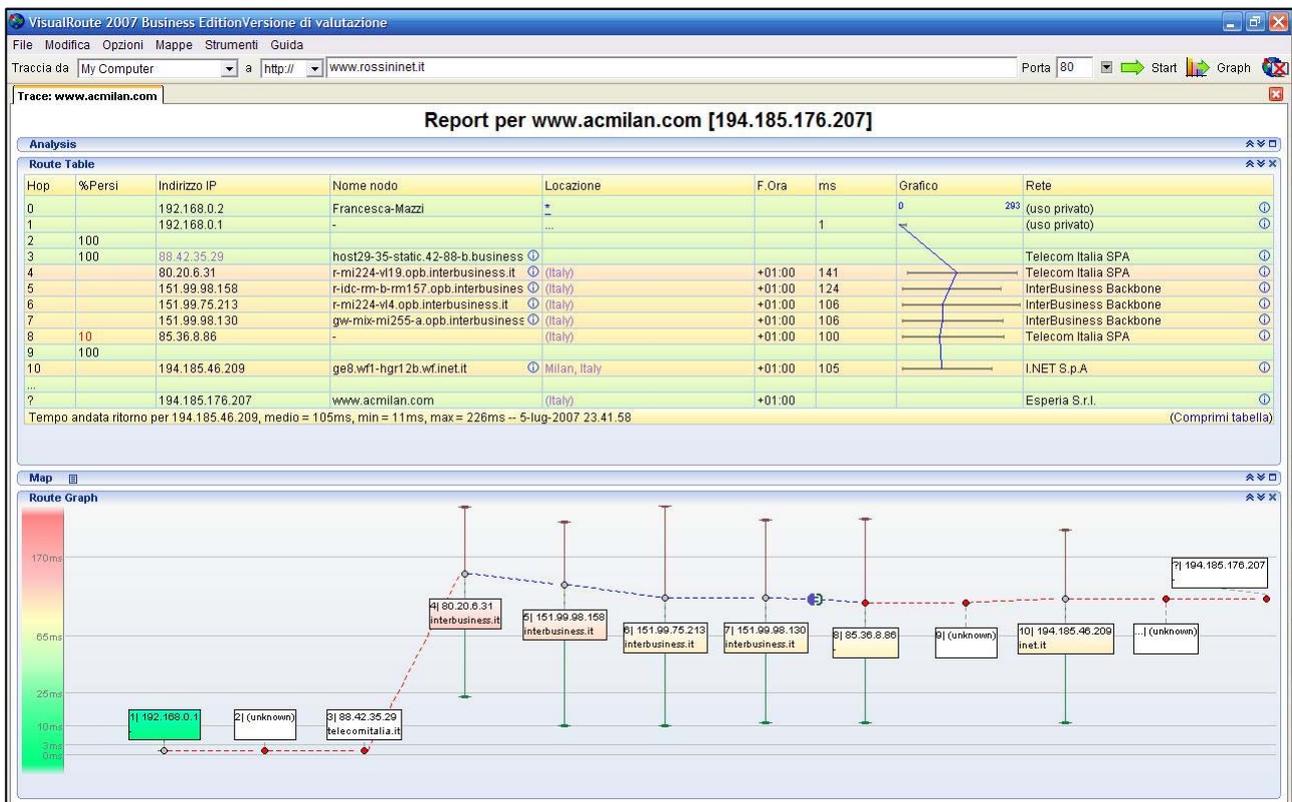


Utilizzando una funzione di Mozilla Firefox è possibile calcolare il peso dell'home page che risulta pari a 28,18 KB.

Considerando le varie tipologie di connessioni internet e la quantità media di KB scaricati in un secondo è possibile fare un breve calcolo su quanto tempo è necessario per visualizzare l'home page del sito del milan con le quattro connessioni differenti:

Connessione	Velocità	Tempo
Modem (56 kbps)	7 KB/s	4,0 s
ISDN (128 kbps)	16 KB/s	1,7 s
ADSL (640 kbps)	80 KB/s	0,3 s
ADSL (1200 kbps)	150 KB/s	0,1 s

L'analisi riportata qui sotto invece è stata ricavata utilizzando il software VisualRoute 2007 e indica il tempo di accesso al sito www.acmilan.com dal pc di casa di un utente con connessione adsl 20Mb: il tempo medio risulta pari a 105 ms.



I MOTORI DI RICERCA

Il nome del sito si ricorda facilmente essendo il nome del club rossonero da più di cento anni.

Cercando con quattro motori di ricerca tre combinazioni di parole diverse, il sito in esame si posiziona nei risultati di ricerca come segue:

Parola	Google	MSN search	Yahoo search	Virgilio
MILAN	1	25	3	2
AC MILAN	1	2	1	2
MILAN CALCIO	1	35	1	3

Confrontando i dati con quelli pubblicati sul libro *il Check up dei siti web* (Polillo, 2004) è curioso notare un cambiamento nel posizionamento del sito

per quanto riguarda i motori di ricerca MSN search (da 14 a 25 cercando Milan – da 216 a 35 cercando Milan Calcio) e Yahoo Search (da 1 a 3 cercando Milan)

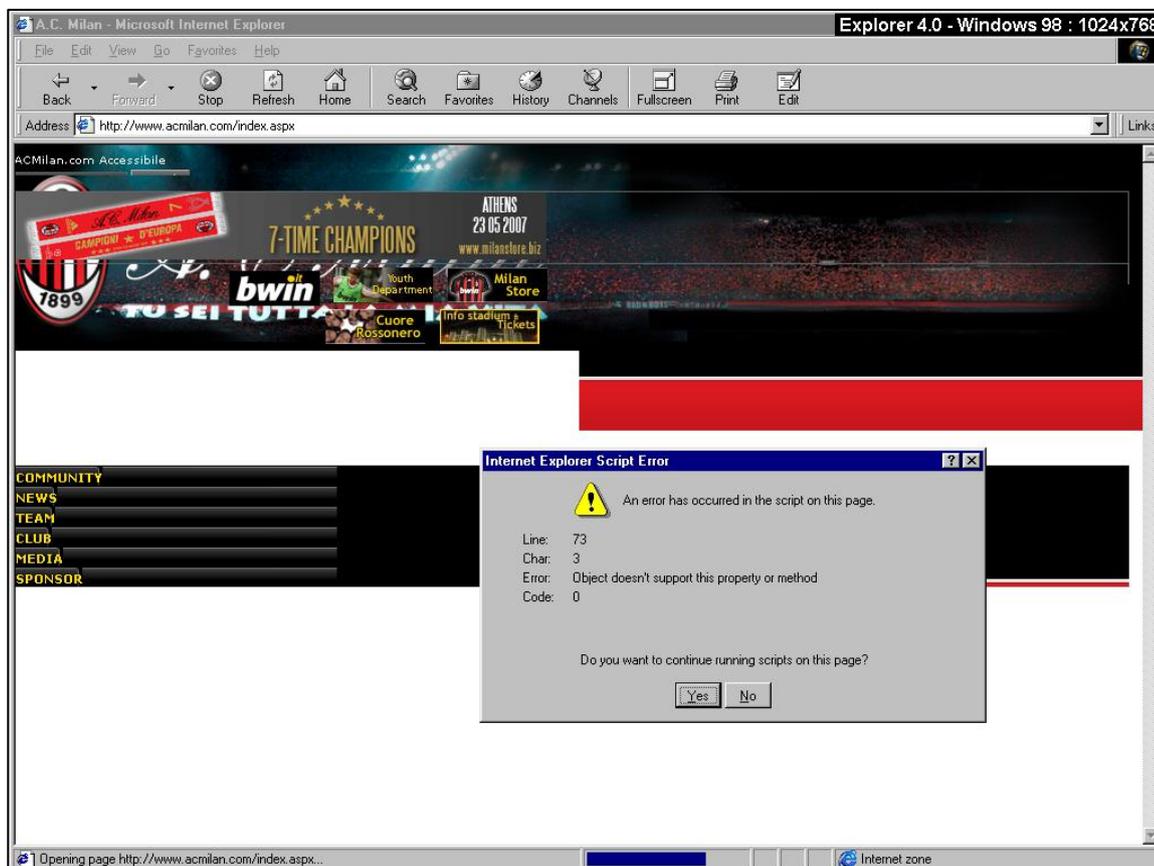
I BROWSER

Nelle note legali del sito è possibile verificare che il sito è ottimizzato per Internet Explorer 6.x e superiori su sistema operativo Microsoft Windows, ma anche per Firefox 1.0 e superiori su sistema operativo Microsoft Windows e Mac OSX. Sono inoltre necessari per una corretta fruizione: Windows Media Player versione 7 o superiore con codec audio/video 9 o superiore; Flash player versione 7 o superiore correttamente installato nel sistema; risoluzione minima del monitor: 1024x768.

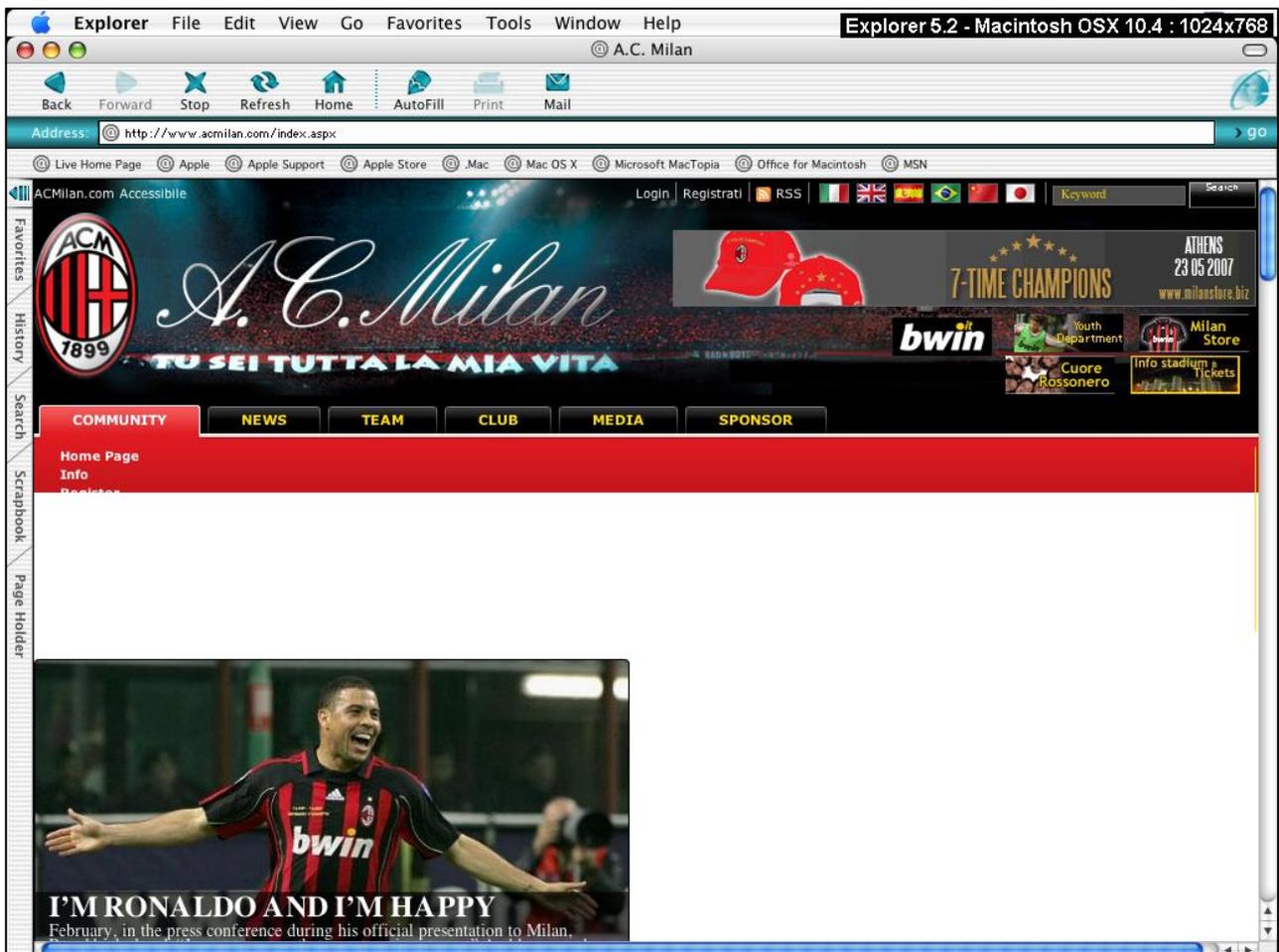
In effetti, dall'analisi il sito risulta essere ottimizzato per una risoluzione video 1024x768.

Grazie al servizio on line offerto da www.browsercam.com, è stato possibile effettuare delle prove di visualizzazione dell'home page con risoluzioni 640x480, 800x600, 1024x768, 1280x1800, browser diversi (Internet Explorer, Mozilla, Safari, Firefox, Camino, Netscape, Opera, Konqueror) e diversi sistemi operativi (Windows 98, Windows 2000 Professional, Windows XP, Windows Vista, Linux Fedora Core 4, Macintosh OSX 10.4).

I test hanno dato esiti positivi a livello di corretta visualizzazione su tutti i sistemi operativi e su tutti i browser, tranne che nei due casi qui sotto elencati:



Internet Explorer 4.0 su Windows 98: problemi di visualizzazione



Internet Explorer su Macintosh OS X 10.4: problemi di visualizzazione

GLI UTENTI "SPECIALI"

Il sito www.acmilan.com dispone di una versione accessibile, raggiungibile attraverso un link posto in alto a sinistra visibile in qualunque pagina del sito o più direttamente digitando l'indirizzo <http://accessibile.acmilan.com/>.



<http://accessibile.acmilan.com/>

Non è presente il marchio che identifica la conformità alle linee guida del WAI, ma in una delle pagine del sito suddetto, raggiungibile tramite l'ultima voce di menù, *Dichiarazione di accessibilità*, sono riportate 22 regole di accessibilità che lo staff di AC.Milan si propone di rispettare.

Sintesi:

Punti di forza:

- posizionamento alto con il motore di ricerca google
- tempi di accesso brevi
- presenza di un sito interamente accessibile pensato per "utenti speciali"

Punti di debolezza:

- posizionamento basso con il motore di ricerca msn search
- problemi di visualizzazione con alcuni browser



3.7. USABILITÀ'

Valutazione: 3

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

Analisi:

Per l'analisi di tale aspetto si è fatto ricorso al test di usabilità riportato in allegato (ALLEGATO 1).

EFFICACIA

Dai risultati emersi il grado di efficacia, pari al tasso di successo, risulta del 100%. Tutti gli utenti hanno portato a termine i compiti.

A questo proposito però v'è sottolineato il tasso di errore che risulta alto: ogni utente ha fatto mediamente 1.31 errori, ovvero almeno un errore per ogni compito.

EFFICIENZA

Il grado di efficienza viene calcolato sulla base del tempo impiegato per portare a termine i compiti. Sommando il tempo totale per effettuare i compiti completati e dividendolo per il numero dei compiti completati si ottiene 4,21 minuti, un tempo ragionevolmente non troppo basso se si pensa alla semplicità dei compiti.

SODDISFAZIONE

Per ottenere il grado di soddisfazione invece basta fare la media dei voti assegnati a ciascun compito da parte degli utenti: risulta pari a 3.8, un buon risultato considerando che la massima soddisfazione è pari a 5.

Sintesi:

Punti di forza:

- Efficacia elevata
- Soddisfazione elevata

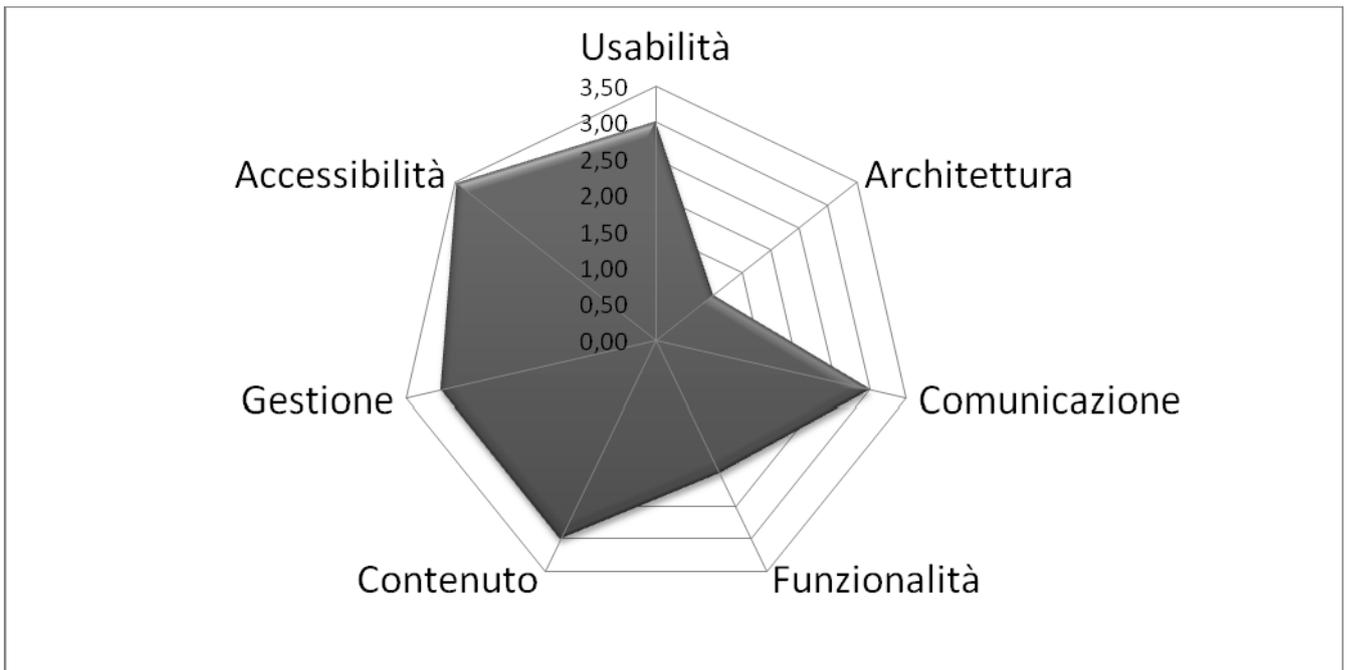
Punti di debolezza:

- efficienza scarsa
- errori abbastanza comuni

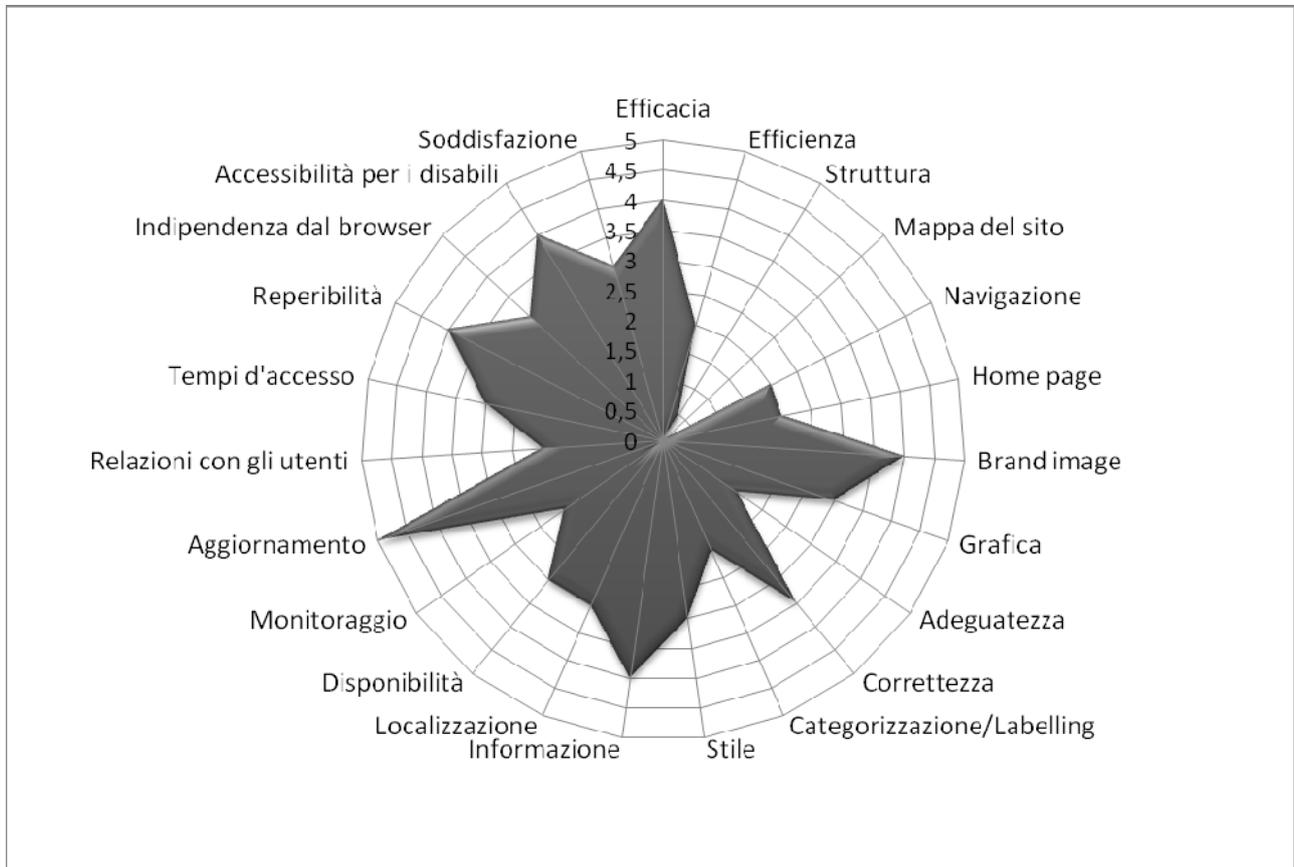


3.8. SINTESI

Come è facilmente deducibile dal grafo a stella qui sotto riportato l'aspetto del sito che presenta maggiori problematiche riguarda l'*architettura*. L'*accessibilità* risulta invece l'aspetto meglio curato, mentre *funzionalità* e *gestione* presentano qualche complicanza.



Per quanto riguarda le singole componenti prese in analisi, *l'informazione e l'aggiornamento* risultano le più vincenti, seguono *l'accessibilità per i disabili, l'home page, la reperibilità e i tempi d'accesso*. Le più scarse risultano essere *la relazione con gli utenti, la categorizzazione/labelling e la mappa del sito* (che è assente).



Punti di forza:

- Presenza di una navigazione trasversale seppur misera
- Utilizzo strategico della forza del brand
- Grafica semplice ma comunque efficace
- Pochi colori ma semplici (quelli della squadra – rosso – nero – bianco)
- Procedura registrazione chiara
- Politiche sulla privacy chiare
- Efficace strumento di ricerca
- Stile del testo adeguato al web
- Informazione sempre aggiornatissima e affidabile
- Buona localizzazione: traduzione del sito in cinque lingue oltre a quella italiana.
- Sito sempre disponibile
- Sempre aggiornato in tempo reale

- Pochi link spezzati -15-
- Posizionamento alto con il motore di ricerca google
- Tempi di accesso brevi
- Presenza di un sito interamente accessibile pensato per "utenti speciali"

Punti di debolezza:

- Roll over del menu
- Navigazione di terzo livello non omogenea
- Mappa del sito assente
- Mancanza dell'etichetta home page nella struttura a schedario
- Mancanza di feedback che indichino la posizione in cui l'utente si trova.

- Layout delle diverse sezioni poco omogeneo
- Non si considerano le leggi della gestalt

- Procedura d'iscrizione newsletter troppo lunga
- Messaggi di errore in pop-up
- Feedback scarsi dopo aver effettuato il login
- Mancanza di contatti diretti con il gestore

- Classificazione dell'informazione sia di primo che di secondo livello non pertinente

- Tempi di risposta lunghi ai messaggi inviati dagli utenti

- Posizionamento basso con il motore di ricerca msn search
- Problemi di visualizzazione on alcuni browser



4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

Rivedere tutta la categorizzazione e il labeling.
Sistemare il menù e i sottomenù togliendo il rollover.
Definire la navigazione di terzo livello in maniera omogenea.
Migliorare i feedback necessari a far comprendere all'utente dove si trova.

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

Togliere il pop-up per i messaggi di errore.
Aggiungere una mappa del sito.
Migliorare il posizionamento con il motore di ricerca MSN search.
Sistemare i problemi di visualizzazione con i diversi browser.

Priorità 3: Interventi auspicati

Mettere un contatto diretto con il gestore.
Migliorare i tempi di risposta alle email degli utenti.
Ideare una procedura di iscrizione alla newsletter più veloce (senza passare per la registrazione).

Apportando queste modifiche sarà possibile ottenere un sito di sicuro più vincente... proprio come il club rossonero che rappresenta!





ALLEGATO 1: DESCRIZIONE DEL TEST DI USABILITÀ

PARTECIPANTI

- ▶ *Distribuzione tra i sessi:*
totale: 3 maschi e 2 femmine

- ▶ *Età e distribuzione:*

Totale: 15-25 di cui 1 maschi e 1 femmine
26-30 di cui 2 maschi e 0 femmine
>30 di cui 0 maschi e 1 femmine

- ▶ *Caratteristiche socio-demografiche della popolazione di utenti:*

UTENTE NUM	SESSO	ETA'	OCCUPAZIONE	CONOSCENZE INFORMATICHE
1	M	15-25	studente	buona
2	F	15-25	studente	ottima
3	M	26-30	impiegato	buona
4	M	26-30	operaio	discreta
5	F	>30	insegnante	sufficiente

SCOPI

- ▶ Analizzare l'usabilità del sito www.acmilan.com prendendo in esame eventuali problemi riscontrati e individuando i compiti che presentano maggiori problematiche.
- ▶ Studiare i livelli di gradimento del sito.

METODO

Per lo svolgimento del test sono state organizzate sessioni *singole* di attività che hanno coinvolto i 5 soggetti.

Ogni sessione è stata divisa in due fasi:

- ▶ FASE 1- Fase di svolgimento di compiti task-based
- ▶ FASE 2- Fase di questionario di valutazione soggettiva

_FASE 1 (30 min.)

Con il ruolo di osservatore ci si è posizionati in posizione leggermente arretrata rispetto al soggetto e dalla parte del mouse leggendo ad alta voce il compito da svolgere.

I compiti task-based che sono stati richiesti sono 4. Nello specifico:

- ▶ Registrazione alla community.
- ▶ Trovare quanti minuti di gioco e quanti goal ha effettuato Kakà nella stagione 2006/2007.
- ▶ Cercare le ultime news che riguardano Berlusconi.
- ▶ Mandare una cartolina virtuale del Milan via mail ad un amico.

La seguente tabella è stata utilizzata dagli osservatori per annotare in modo veloce e provvisorio i tempi di esecuzione dei compiti richiesti e numero di errori commessi di ciascun utente coinvolto.

UTENTI	TEMPI compito 1	ERRORI compito 1	TEMPI compito 2	ERRORI compito 2	TEMPI compito 3	ERRORI compito 3	TEMPI compito 4	ERRORI compito 4
Utente 1								
Utente 2								
Utente 3								
Utente 4								
Utente 5								

In particolare:

- ▶ *Il tempo:*
A priori è stato stabilito per ciascun compito l'azione che determina la sua *conclusione*.

Pertanto è stato calcolato il tempo dal momento della fine della lettura del compito da parte dell'osservatore, al momento in cui il compito può definirsi concluso.

È stato poi stabilito un tempo max entro il quale svolgere il compito, superata tale soglia il compito è da considerarsi *Fallito*.

► *Gli errori:*

L'osservatore osservando i click del mouse e il suo movimento, ha preso nota degli errori effettuati dai soggetti nel portare a compimento il compito.

La strumentazione necessaria per questa fase è stata la seguente:

Un computer con una connessione internet dalle caratteristiche il più simili possibile a quelle di un normale utente che visita il sito (un pc dalle prestazioni medie con un collegamento ADSL) e posizionato all'interno di una stanza confortevole; un cronometro.

_FASE 2 (10 minuti)

In questa fase è stato somministrato un questionario di valutazione soggettiva del sito www.acmilan.com, dopo averne fatto esperienza.

In questo modo è stato possibile avere indicazioni sull'usabilità del sito, questa volta in termini di *Soddisfazione*.

Gli strumenti necessari per questa fase sono stati una penna, un tavolo e il questionario.

RISULTATI

_DEL TEST

Riportiamo i risultati dei quattro partecipanti al test per ogni compito.

Le tabelle qui sotto tengono in considerazione se il compito è stato portato a termine (colonna OK) i quanto tempo (colonna TEMPO) con quanti errori (colonna ERRORI) e con che grado di soddisfazione dichiarato (colonna VOTI).

COMPITO 1: Registrazione alla comunità

SOGGETTO	OK?	TEMPO	ERRORI	VOTO
UTENTE 1	si	2:00	2	2
UTENTE 2	si	3:06	1	4
UTENTE 3	si	2:15	1	3
UTENTE 4	si	2:00	2	3
UTENTE 5	si	3:48	1	3

La sezione registrazione viene facilmente trovata dagli utenti che sembrano comprendere a pieno la procedura. In un caso il server ha mandato un

messaggio d'errore del tipo "server is too busy, please retry later", ma l'utente non si è scoraggiato e al secondo tentativo ha portato a termine il compito.

Tutti hanno sbagliato la scelta dello username, o perché già presente o perché contenente caratteri non ammessi e sono stati avvisati dell'errore attraverso una finestra pop-up.

In due casi il codice numerico contenuto nell'email di conferma registrazione ha confuso l'utente che credeva di doverlo inserire... invece quel codice non ha alcuna funzione, almeno per una conferma di registrazione senza errore lato server.



È facile trovare la sezione registrazione

COMPITO 2: Trovare quanti minuti di gioco e quanti goal ha effettuato Kakà nella stagione 2006/2007

SOGGETTO	OK?	TEMPO	ERRORI	VOTO
UTENTE 1	si	2:00	2	3
UTENTE 2	si	0:40	1	4
UTENTE 3	si	1.15	1	3
UTENTE 4	si	2:10	2	2
UTENTE 5	si	1:00	1	2

Tutti gli utenti hanno iniziato il compito recandosi nella sezione *squadra* alla ricerca di una sezione dedicata al giocatore Kakà.

Il percorso giusto era invece *archivio* -> *tutto il milan minuto per minuto*.

La classificazione è assolutamente poco intuitiva e ciò mette in luce ancora una volta i problemi legati all'*architettura* del sito.

Centrocampisti									
Giocatori	Serie A			Champions League			Tim Cup		
	P	M	G	P	M	G	P	M	G
Ambrosini	19	941	2	12	851	-	3	166	-
Brocchi	29	2170	1	8	399	-	4	285	1
Gattuso	30	2171	1	13	1046	-	4	282	-
Gourcuff	21	1740	1	7	362	1	4	360	-
Kakà	31	2653	8	15	1412	10	2	180	-
Pirlo	34	2782	3	14	1208	1	4	330	-
Seedorf	32	2174	7	14	1151	3	5	333	-
Serginho	6	317	-	3	200	-	-	-	-

La sezione "il milan minuto per minuto", qui troviamo l'informazione richiesta

3: Cercare le ultime news che riguardano Berlusconi

SOGGETTO	OK?	TEMPO	ERRORI	VOTO
UTENTE 1	si	3: 00	2	5
UTENTE 2	si	2:00	1	5
UTENTE 3	si	1:30	1	5
UTENTE 4	si	2:00	2	4
UTENTE 5	Si	2:00	1	5

Nessun utente si è accorto dell'esistenza della categoria Berlusconi nella sezione *Archivio -> News*, se non dopo aver effettuato la ricerca.

Un utente ha usato il box in alto a destra e schiacciando invio invece di "cerca" si è aperta una pagina della sezione news ma senza la ricerca effettuata.

4: Mandare una cartolina virtuale del milan via mail ad un amico

SOGGETTO	OK?	TEMPO	ERRORI	VOTO
UTENTE 1	si	1:00	0	4
UTENTE 2	si	1:00	0	4
UTENTE 3	si	2.24	1	3
UTENTE 4	si	2:25	2	3
UTENTE 5	si	1:30	1	3

La sezione e-card viene trovata facilmente da quasi tutti tranne da un utente che si è recato prima in fotogallery.

Un utente fa notare che la card ricevuta via mail non è firmata, quindi deve cambiare i dati personali per far sì che la propria firma compaia.

[Home](#) > [eCards](#) > [Invia l'eCard:](#) [< Torna indietro](#)

Dati d'invio

Per inviare le Milan eCard ad un tuo amico devi compilare i campi sottostanti e cliccare sul tasto "invia".

Milan eCards

Attenzione: tutti i campi sono da compilare **obbligatoriamente**.

Nome destinatario:

Email destinatario:

Oggetto:

Testo del messaggio:

Invia Email

Immagine da inviare:



Procedura invio e-card

_DEL QUESTIONARIO

Riportiamo solo i tre questionari compilati che si è ritenuto essere i più significativi (in totale erano cinque, uno per utente).

UTENTE 1

#	Domanda	Risposta
1	Quale impressione generale ti ha fatto il sito?	E' un sito in generale ben strutturato, nelle varie sezioni la navigazione è abbastanza semplice, solo la pagina di home risulta un tantino "pesante" alla vista.
2	Quali aspetti ti sono piaciuti di più, e perchè?	La ricchezza delle sezioni, ci sono contenuti abbondanti e abbastanza ben strutturati.
3	Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto e perchè?	Due sono gli aspetti che non mi sono piaciuti: il fatto che le sottovoci del menu cambino contestualmente al solo passaggio del mouse sulla voce di primo livello (ciò secondo me dovrebbe accadere al click) e il fatto che per visualizzare i contenuti devo sempre effettuare uno scroll di pagina.
4	Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?	Secondo me a livello di parti o funzioni il sito è completo.
5	Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?	Toglierei la sezione relativa alla musica da poter acquistare, poco attinente al sito, spostandola nel dominio completamente dedicato agli acquisti on-line (milanstore.biz)
6	La struttura del sito ti è sembrata adeguata?	La struttura del sito è nel suo complesso adeguata.
7	Come si potrebbe migliorare?	Si potrebbe migliorare la struttura tentando di evitare il più possibile gli scroll per la visualizzazione dei contenuti.
8	Ti è sembrato facile navigare nel sito?	Tutto sommato la navigazione del sito è piuttosto semplice.
9	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Le voci di secondo livello del menu devono comparire, a mio avviso, solamente al click del mouse sulla voce di primo livello.
10	I termini usati sono di facile comprensione?	I termini utilizzati sono in certi casi abbastanza tecnici (in ambito calcistico) ma in generale i contenuti risultano abbastanza comprensibili.
11	A tuo parere l'home page fa capire subito lo scopo del sito?	L'home page fa capire immediatamente che si tratta di un sito di una squadra di calcio, anche se comunque dedica molto spazio alle iniziative commerciali della società e degli sponsor.
12	Hai dei miglioramenti da suggerire?	E' un po' di troppo il rimando immediato accanto al logo a iniziative commerciali.
13	Il sito ti sembra coerente con l'immagine che vuole dare?	L'immagine che mi trasmette il sito è quella di una squadra di calcio, come giusto che sia, tuttavia ritengo che dall'homepage risulti l'immagine di una squadra "molto" interessata agli interessi commerciali.
14	Ti piace la grafica del sito?	Abbastanza
15	Trovi che i caratteri siano ben leggibili?	I caratteri sono abbastanza leggibili.

16	Trovi che le immagini siano ben scelte?	Le immagini sono ben scelte.
17	Lo stile usato per i testi ti sembra giusto?	Lo stile usato per i testi è essenziale, utile ad essere letto con tranquillità.
18	Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?	E' abbastanza facile reperire le informazioni, anche se non è immediato.
19	Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da usare?	Nel complesso il sito è mediamente facile da usare.
20	Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)	Se dovessi ricercare informazioni ufficiali sul Milan il primo sito che visiterei è sicuramente quello ufficiale; invece per indiscrezioni e notizie ufficiose, da tifosi, mi orienterei su siti di informazione sportiva come Gazzetta.it e Calciomercato.com. Per quanto riguarda i contenuti multimediali il sito del milan, così come molti siti ufficiali di associazioni, personaggi ecc... fornisce contenuti non di eccelsa qualità, per cui mi orienterei su siti di fans club e quant'altro.

UTENTE 2

#	Domanda	Risposta
1	Quale impressione generale ti ha fatto il sito?	Buona, impaginazione originale.
2	Quali aspetti ti sono piaciuti di più, e perchè?	Presenza di tante notizie aggiornate in primo piano. Risultati in tempo reale delle partite. Informazioni sulla partita seguente (conto alla rovescia,...). Tolta la necessità di pagare per vedere i file multimediali (un anno fa circa).
3	Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto e perchè?	La copertina nell'home page (inutile). Le pubblicità dall'home page.
4	Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?	Webcam live dal campo di allenamento. Possibilità di scaricare wallpaper e altro migliori di quelli presenti.
5	Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?	La copertina nell'home page (inutile). Le pubblicità dall'home page.
6	La struttura del sito ti è sembrata adeguata?	sì
7	Come si potrebbe migliorare?	
8	Ti è sembrato facile navigare nel sito?	Un po' dispersivo
9	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Menù più semplice e intuitivo (sottomenù incasinato)
10	I termini usati sono di facile comprensione?	sì
11	A tuo parere l'home page fa capire subito lo scopo del sito?	sì
12	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Meno sponsor
13	Il sito ti sembra coerente con l'immagine che vuole dare?	sì
14	Ti piace la grafica del sito?	sì

15	Trovi che i caratteri siano ben leggibili?	sì
16	Trovi che le immagini siano ben scelte?	sì
17	Lo stile usato per i testi ti sembra giusto?	sì
18	Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?	sì
19	Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da usare?	sì
20	Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)	www.gazzetta.it e www.calciomercato.it contengono anche informazioni non ufficiali

UTENTE 3

#	Domanda	Risposta
1	Quale impressione generale ti ha fatto il sito?	E' un sito ben strutturato, le informazioni sono raggiungibili facilmente dall'home page in modo molto intuitivo.
2	Quali aspetti ti sono piaciuti di più, e perchè?	L'home page è molto ben strutturata ed è possibile raggiungere ogni parte del sito da questo punto. La sezione che descrive le rose della squadra è anch'essa impostata bene, infatti, da qua per ogni settore della squadra si può vedere la rosa e i risultati ottenuti durante la stagione. Inoltre una cosa che mi ha colpito è il supporto multilingue che è particolarmente appropriato visto che la squadra è conosciuta ovunque nel mondo.
3	Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto e perchè?	Gli aspetti che non mi sono piaciuti sono che a volte la parte commerciale del sito, come la vendita di gadget, è mescolata in modo non propriamente trasparente alle altre informazioni.
4	Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?	Funzioni che sarebbero utili aggiungere al sito sono sicuramente dei metodi per mettersi in contatto direttamente con i "personaggi" della squadra.
5	Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?	Una funzione che si potrebbe eliminare o meglio sostituire è la barra di navigazione che a volte non funziona correttamente e può creare confusione.
6	La struttura del sito ti è sembrata adeguata?	Si è adeguata a parte il fatto che il sito si sviluppa più che altro in verticale piuttosto che spezzare alcune sezioni su più pagine.
7	Come si potrebbe migliorare?	Spezzerei alcune sezioni in più pagine
8	Ti è sembrato facile navigare nel sito?	A parte la barra di navigazione la navigazione del sito è molto intuitiva e si riesce facilmente a trovare le informazioni.
9	Hai dei miglioramenti da suggerire?	Sostituire la barra di navigazione superiore.
10	I termini usati sono di facile comprensione?	I termini sono di facile comprensione, anche un non esperto di calcio può interpretare adeguatamente le informazioni contenute
11	A tuo parere l'home page fa capire	Sì, la home page fa capire lo scopo del sito

	subito lo scopo del sito?	
12	Hai dei miglioramenti da suggerire?	L'home page si espande un po' troppo in verticale, quindi le informazioni contenute in basso non sono immediatamente raggiungibili, quindi studierei meglio l'impostazione sotto questo punto di vista.
13	Il sito ti sembra coerente con l'immagine che vuole dare?	Il sito si propone come un riferimento per i tifosi della squadra di calcio Ac Milan, ed è coerente con lo scopo.
14	Ti piace la grafica del sito?	La grafica è molto semplice ma allo stesso tempo d'effetto.
15	Trovi che i caratteri siano ben leggibili?	I caratteri sono leggibili
16	Trovi che le immagini siano ben scelte?	Sì, le immagini colgono i fatti salienti della corrente stagione della squadra.
17	Lo stile usato per i testi ti sembra giusto?	Sì, il carattere è facilmente comprensibile.
18	Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?	Come ho già detto in precedenza le informazioni sono facilmente raggiungibili.
19	Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da usare?	Il sito è estremamente intuitivo quindi è molto semplice da usare.
20	Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci? (Specificare quali)	Non conosco siti analoghi quindi non mi è possibile fare un confronto.

Riassumendo...

La fruizione dell'home page risulta poco gratificante: nel complesso è troppa piena e confusa, nonché eccessivamente sviluppata in verticale.

Il menù è stato motivo di frustrazione per gli utenti soprattutto per quanto riguarda il sottomenu che cambia attraverso un rollover.

In generale provoca fastidio la scrollbar verticale in quanto le pagine sono lunghissime.

Gli utenti hanno sentito troppo il peso dell'aspetto commerciale/pubblicitario, gli spazi dedicati agli sponsor dovrebbero essere meno invasivi.

Un aspetto che ha entusiasmato in particolare gli utenti è la presenza di notizie affidabili e aggiornate in tempo reale.

Anche il supporto multilingue è stato gradito molto.



ALLEGATO 2: MAPPA DEL SITO

Questa mappa è stata fatta a mano dal momento che sul sito non ne compare una.

- ❖ Cuore RossoNero
 - Home page
 - Info
 - Registrazione
 - Login
 - hai dimenticato la password?
 - Download
 - Wallpaper
 - Screensaver
 - Milan Alerts
 - E-cards
 - E-card 1
 - E-card 2
 - E-card 3
 - ...
 - Musica
 - Uso del Codice Univoco
 - Effettua il Check del sistema
 - Condizioni di servizio
 - Come acquistare
 - Come masterizzare
 - Privacy
 - Codice univoco
 - FAQ
 - Contattaci
 -
 - Mobile blog
 - Home
 - Come si fa?
 - FAQ
 - Le classifiche
 - The wall
 - Milan mobile
 - My panini
 - Home page
 - Istruzioni
 - Costo
 - Consegna
 - Faq

- contatti
- Chat
 - Chat attive
 - Archivio chat
- Viaggi
- Carta vivamilan
- Giochi
- Uniti dalla maglia
 - > Milan-Sampdoria
 - > Milan-Chievo
 - > Milan-Atalanta
 - > Milan-Empoli
 - > Milan-Cagliari
- Contatti
 - contatti per i tifosi
 - contatti per biglietti e info stadio
 - contatti per media e comunicazione
 - contatti per sponsorship
- ❖ Archivio
 - News
 - News 1
 - News 2
 - News 3
 - ...
 - Il milan minuto per minuto
 - La stagione 2006/2007
 - Partita 1
 - visualizza tabellino
 - Partita 2
 - visualizza tabellino
 - Partita 3
 - visualizza tabellino
 - ...
 - Le stagioni passate
 - stagione 2005 – 2006
 - stagione 2004 - 2005
- ❖ Squadra
 - Prima squadra
 - Informazioni
 - Rosa
 - Dida
 - ◆ Informazioni
 - ◆ Foto
 - ◆ Video
 - ◆ news
 - Calak
 - Storari
 - ...

- Staff
 - Allenatore
 - ◆ Info
 - ◆ Foto
 - ◆ Video
 - ◆ news
 - highlights
- giovanili
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico PRIMAVERA
 - Torneo di Viareggio 2007 PRIMAVERA
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico BERRETTI
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico ALLIEVI NAZIONALI *Campioni d'Italia!*
 - News ALLIEVI NAZIONALI
 - informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico ALLIEVI REGIONALI "B"
 - Calendario e classifica ALLIEVI NAZIONALI
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico GIOVANISSIMI NAZIONALI
 - Calendario e classifica GIOVANISSIMI NAZIONALI
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico GIOVANISSIMI REGIONALI "B"
 - Calendario e classifica GIOVANISSIMI REGIONALI "B"
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico GIOVANISSIMI REGIONALI C 1994
 - Calendario e classifica GIOVANISSIMI REGIONALI C 1994
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico ESORDIENTI REGIONALI 1995
 - Calendario e classifica ESORDIENTI REGIONALI 1995
 - ESORDIENTI REGIONALI C 1996
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico ESORDIENTI REGIONALI C 1996
 - Calendario e classifica ESORDIENTI REGIONALI C 1996
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico PULCINI PROVINCIALI
 - Calendario e classifica PULCINI PROVINCIALI
 - Informazioni, Rosa ufficiale e Staff tecnico PULCINI 99
 - Calendario e classifica PULCINI 99
- ❖ Club
 - Organigramma
 - Storia
 - A.C. Milan - La storia: 1899/1929
 - A.C. Milan - La storia: 1929/1949
 - A.C. Milan - La storia: 1949/1955
 - A.C. Milan - La storia: 1955/1960
 - A.C. Milan - La storia: 1960/1970
 - A.C. Milan - La storia: 1970/1985
 - A.C. Milan - La storia: 1985/2007
 - Palmares
 - A.C. Milan - Scudetto 1901
 - A.C. Milan - Scudetto 1906

- A.C. Milan - Scudetto 1907
- A.C. Milan - Scudetto 1950/51
- A.C. Milan - Scudetto 1954/55
- A.C. Milan - Scudetto 1956/57
- A.C. Milan - Scudetto 1958/59
- A.C. Milan - Scudetto 1961/62
- A.C. Milan - Scudetto 1967/68
- A.C. Milan - Scudetto 1978/79
- A.C. Milan - Scudetto 1987/88
- A.C. Milan - Scudetto 1991/92
- A.C. Milan - Scudetto 1992/93
- A.C. Milan - Scudetto 1993/94
- A.C. Milan - Scudetto 1995/96
- A.C. Milan - Stagione 1998/99
- A.C. Milan - Scudetto 2003/2004
- A.C. Milan - Coppa Italia 1966/67
- A.C. Milan - Coppa Italia 1971/72
- A.C. Milan - Coppa Italia 1972/73
- A.C. Milan - Coppa Italia 1976/77
- A.C. Milan - Coppa Italia 2002/03
- A.C. Milan - Coppa Campioni 1962/63
- A.C. Milan - Coppa Campioni 1968/69
- A.C. Milan - Coppa Campioni 1988/89
- A.C. Milan - Coppa Campioni 1989/90
- A.C. Milan - Coppa Campioni 1993/94
- A.C. Milan - UEFA Champions League 2002/2003
- A.C. Milan - UEFA Champions League 2006/07
- A.C. Milan - Coppa delle Coppe 1967/68
- A.C. Milan - Coppa delle Coppe 1972/73
- A.C. Milan - Supercoppa Europea 1989
- A.C. Milan - Supercoppa Europea 1990
- A.C. Milan - Supercoppa Europea 1994
- A.C. Milan - Supercoppa Europea 2003
- A.C. Milan - Coppa Intercontinentale 1969
- A.C. Milan - Coppa Intercontinentale 1989
- A.C. Milan - Coppa Intercontinentale 1990
- A.C. Milan - Supercoppa di Lega 1988
- A.C. Milan - Supercoppa di Lega 1992
- A.C. Milan - Supercoppa di Lega 1993
- A.C. Milan - Supercoppa di Lega 1994
- A.C. Milan - Supercoppa di Lega 2004
- Milanello
- Milan lab
- Stadio
 - accesso
 - Striscioni
 - Biglietti
 - Disabili

- Info
- Servizi
- Hospitality
- Fondazione milan
 - Chi siamo
 - Progetti
 - Iniziative speciali
 - Come contribuire
 - Sito ufficiale
- Milan progetto giovani
- ❖ Media
 - Milan channel
 - Come abbonarsi
 - Il palinsesto
 - Le promozioni
 - Chi siamo
 - Oggi su milan channel
 - Guarda milan channel su youtube
 - Registrati
 - Modifica i tuoi dati
 - Forza milan
 - Match programme
 - Press area
 - Video gallery
 - Video 1
 - Video 2
 - ...
 - Foto gallery
 - Foto 1
 - Foto 2
 - ...
 - Live audio
- ❖ Sponsor
 - Sponsor ufficiale
 - Tv sponsor
 - Sponsor tecnico
 - Gold sponsor
 - Sponsor istituzionali
 - Fornitori ufficiali
 - Partnet commerciali
 - Eventi
 - Eventi istituzionali
 - Eventi di lavoro
 - Eventi ludici