

**Università degli studi di Milano Bicocca
Corso di laurea specialistica in informatica:
“Progettazione e sviluppo di sistemi informativi”**

RAPPORTO DI CHECK-UP DEL SITO:



www.ngi.it

Versione:
Giugno 2007

Data:
29/06/2007

Autori:
Doneda Emanuel: 055050@studenti.unimib.it

Indice dei contenuti

1.OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE.....	3
2.METODOLOGIA USATA.....	5
3.RISULTATI DELLA VALUTAZIONE	6
3.1. ARCHITETTURA.....	6
3.2. COMUNICAZIONE.....	14
3.3. Funzionalità.....	19
3.4. Contenuto.....	26
3.5. Gestione.....	29
3.6. Accessibilità.....	34
3.7. Usabilità.....	43
3.8. SINTESI.....	48
4. RACCOMANDAZIONI FINALI.....	54

1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito:

Il sito in esame è raggiungibile all'indirizzo <http://www.ngi.it>.

Home page:

Prodotti di connettività

F5 ADSL: l'ADSL Flat di NGI con velocità di downstream fino a **20Mega** in modalità **FAST** con elevata banda minima garantita. Se acquisti **F5 ADSL** con upstream 256 kb/s su cavo dati entro il 31/01/2007 **3 mesi sono GRATIS!**

E se non sei coperto da ADSL richiedi l'attivazione del servizio **F4 FLAT:** l'abbonamento che ti collega ad Internet con un numero verde senza scatto alla risposta a partire da **9,90€** al mese!

F6 è il prodotto di connettività di NGI rivolto agli **utenti più esigenti**, siano essi privati o aziende, con garanzie di banda e di continuità di servizio. Oggi a partire da **190€** al mese!

I servizi di NGI

NGI propone la vera **alternativa** ad un Server Dedicato grazie al nuovissimo servizio **VIRTUO Pro**.

Con **VIRTUO Pro** puoi avere un server **completamente tuo**, connesso ad altissima velocità ad Internet e interamente ridonato.

VIRTUO Pro ha uno SLA di servizio del **99.5%**!

Cosa aspetti? Realizza il tuo server privato e scopri subito tutte le potenzialità di **VIRTUO Pro**.

Se desideri un servizio di telefonia VoIP **semplice** e pronto all'uso passa a **SQUILLO**, il servizio VoIP di NGI!

Prodotto consigliato



Router ADSL Linksys compatibile con lo standard ADSL2+ a **49,00 € + IVA!**

Per maggiori informazioni clicca [qui](#).

Wonderband F5

F5 1280/256 a 25,00€ al mese + IVA!
E se richiedi l'attivazione su cavo dati senza fonia **3 mesi sono GRATIS!**

3 mesi GRATIS!

VIRTUO PRO

Fino al 31 Dicembre **VIRTUO Pro** non ha alcun costo di attivazione!

Con l'opzione **TRY&BUY** puoi testare il prodotto per una settimana.

Provalo subito!

NGI Community

JOIN

Requisiti generali del sito

Questo sito web raccoglie una permette di conoscere ed usufruire dei servizi e delle offerte commerciali dell'azienda NGI s.p.a.

Questa azienda italiana offre moltissimi servizi, da soluzioni per la connessione ad internet, a servizi di Voice over Internet Protocol (VoIP), in particolare NGI è stato il primo provider italiano ad offrire la possibilità di attivare un allacciamento di tipo ADSL senza richiedere la presenza di una linea Telecom Italia, un trend che molti altri provider al giorno d'oggi stanno seguendo.

I servizi offerti da NGI sono principalmente mirati alle piccole e medie imprese, o ad utenti con una discreta conoscenza tecnica, in grado quindi di comprendere il significato e le caratteristiche delle diverse offerte.

Obiettivi della valutazione

Durante tutto il lavoro di valutazione, l'obiettivo è stato quello di misurare l'efficacia delle informazioni contenute nel sito, in particolare la capacità di informare correttamente ed in maniera chiara sulle diverse offerte commerciali che l'azienda propone agli utenti, in particolare in relazione alla loro competenza tecnica.

E' importante infatti che tutti gli utenti che accedono al sito, siano in grado di comprendere quali siano le caratteristiche delle offerte commerciali che NGI offre, per andare in contro agli utenti meno esperti è quindi importante utilizzare termini semplici e diretti, almeno ai primi livelli del sito, lasciando i dettagli tecnici ai livelli sottostanti, infatti utilizzando una terminologia troppo tecnica e specifica si corre il rischio di impedire all'utenza meno preparata di comprendere gli obiettivi del sito.

È importante anche valutare la correttezza delle funzioni del sito, che rappresenta la correttezza delle azioni in relazioni agli eventi generati dall'utente durante la navigazione, eventuali errori nelle funzioni attive presenti nel sito, e la mancanza di broken link.

Infine dal punto di vista dell'usabilità è importante che un'utente riesca a svolgere i compiti di proprio interesse nella maniera più semplice e veloce possibile, ovvero che gli sviluppatori hanno svolto con attenzione le fasi di user-analysis.

2. METODOLOGIA USATA

Per valutare il sito web nella sua totalità sono stati reputati necessari diversi punti di vista, in particolare il sito è stato testato sia con un gruppo di utenti che non avessero una conoscenza tecnica elevata, sia con persone esperte in campo tecnico, questo per comprendere quanto i contenuti fossero efficaci e valutare quindi la usabilità e la chiarezza delle informazioni dal loro punto di vista.

La valutazione e l'esame del sito web ha reso necessario un lavoro di circa un mese, comprensivo di raccolta informazioni e stesura della relazione, questo periodo di lavoro si è concluso con una settimana circa di correzione e rielaborazione dei contenuti e il test da parte degli utenti, complessivamente quindi il lavoro ha richiesto circa 5 settimane di lavoro.

La scala delle valutazioni utilizzata in questa relazione è rappresentata da un punteggio che va da un minimo che è 0 ad un massimo di 4, organizzati secondo la seguente legenda, indicata dal libro di testo :”il check up dei siti web”

Legenda:

- 0 pessimo.
- 1 insufficiente.
- 2 sufficiente.
- 3 buono.
- 4 ottimo.

L'analisi delle diverse proprietà del sito web è stata effettuata per la maggior parte in maniera manuale, sebbene durante la stesura della relazione sono stati utilizzati diversi strumenti elettronici per valutare alcuni aspetti del sito, in particolare:

- W3C validator (<http://validator.w3.org/>) tool per valutare la compatibilità del codice HTML della pagina con lo standard dettato dalla associazione w3c.
- Netcraft (www.netcraft.com) servizio online per l'analisi dei sistemi operativi utilizzati dai webserver e per l'analisi dell'uptime e dei reboot effettuati dalle macchine.
- Zone-h (www.zone-h.org) sito web che offre statistiche sugli attacchi digitali che sono stati portati verso i siti web
- Watson addy (<http://watson.addy.com>) Tool online che permette di valutare i tempi di accesso verso un sito internet, in base a diversi parametri (come ad esempio la velocità della connessione disponibile)
- Link popularity check (<http://www.widexl.com/remote/link-popularity/>) servizio online che permette di ottenere una lista di siti web che hanno dei link verso un determinato sito web in esame.
- Anybrowser (<http://www.anybrowser.com/siteviewer.html>) strumento per il controllo della compatibilità dei diversi browser con un sito web, senza dover fisicamente installarli sul proprio pc.
- Vischeck (<http://www.vischeck.com/>) servizio online per il controllo dei siti web in relazione agli utenti con problemi di daltonismo.
- Jaws (http://www.freedomscientific.com/fs_products/software_jaws.asp) sistema per l'accesso facilitato a persone non vedenti, basato sulle tecnologie di screen reading, la difficoltà di queste tecniche sulle pagine web è discernere il testo non utile o di supporto, con i contenuti veri e propri.

3.RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 3

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

Analisi:

Riportiamo nella Figura 1 la Home page, nella quale abbiamo evidenziato quello che viene facilmente identificato come lo strumento di navigazione principale all'interno del sito, esso permette di accedere alle diverse aree del sito internet, organizzandole in diversi gruppi, inoltre questo "navigatore" ha un'ulteriore livello di profondità, al quale si può accedere semplicemente posizionando il puntatore su un'ambito di interesse, come mostrato in Figura 2.

Copyright © 2006 NGI SpA | Tel 02370085.1 | FAX 02335170600 | PIVA 02487230126

Figura 1: Home page.

Il corpo della pagina rappresenta un assortimento di informazioni principalmente testuali, nelle quali sono messi in evidenza (anche se in maniera piuttosto blanda) i termini importanti che sono caratteri in grassetto, ed i link alle offerte (caratteri maiuscoli in rosso), si nota che le informazioni presentate nella Home page coprono già molti dei contenuti del sito, e che alcune offerte importanti siano sottolineate con delle immagini, è il caso della telefonia over IP e del Router adsl in fondo alla pagina.

Un problema che appare subito evidente è la descrizione delle offerte con terminologie molto tecniche, pertanto un utente senza una adeguata base tecnica difficilmente sarebbe in grado di rendersi conto delle caratteristiche e degli ambiti di queste offerte.

Come già fatto osservare la Home page mostra già molti dei contenuti accessibili tramite i singoli link, proponendo una alta quantità di testo, relativo a diversi ambiti, il design della Home page considera e soddisfa i principali criteri della gestalt, come ad esempio la legge della chiusura (come si vede dai contenuti racchiusi in rettangoli).

Una particolare molto positivo del navigatore evidenziato in Figura 1 è la sua dinamicità, su due livelli, che permette una organizzazione molto efficiente dei dati, nascondendo quelli non necessari e mostrandoli quando sono richiesti in base alla posizione del cursore, come mostrato nella Figura 2, l'unico problema è la mancanza di un ulteriore campo di descrizione, o di un testo a scomparsa (tooltip) in grado di fornire all'utente una sorta di anteprima del contenuto al quale si sta per accedere.



Figura 2: Navigatore.

Quando un'utente è interessato ad esempio alle offerte di connettività, posiziona il mouse sull'apposito tasto, a questo punto il livello successivo del menù appare, mostrando le diverse offerte disponibili (in questo caso "F3 Free" "F4 Flat" "F5 Adsl" e "F6 Hdsl"), lo stesso accade per gli altri ambiti, il navigatore di Figura 2 appare visibile in tutte le sezioni del sito web, mentre l'altro strumento di navigazione visibile in tutte le sezioni è il logo dell'azienda, rappresentato nella Figura 3, e presente in alto a sinistra, cliccandolo si viene riportati nella Home page.



Figura 3: Logo con link alla Home page.

Oltre alle caratteristiche ed alle peculiarità delle varie offerte, come si vede nella Figura 2, è presente anche una area agenti ed una area dealer, questo sito quindi è in grado di rispondere a tutte le esigenze possibili, dall'utente curioso, all'utente che vuole acquistare un servizio o ad un agente di NGI stesso che vuole agire sul proprio account, per motivi lavorativi.

Infine è presenta una sezione, raggiungibile tramite il link "azienda" del navigatore principale mostrato sempre in Figura 2, che fornisce molte informazioni sulla società stessa, dalla webfarm che ospita le macchine, alla struttura gerarchica delle persone che lavorano all'interno della società, in una sorta di tour virtuale, il tutto accompagnato da dei link che portano ai dettagli finanziari degli ultimi anni, ed ai comunicati stampa della azienda (Figura 4).

Nella figura 4 viene anche evidenziato un secondo pannello di navigazione, che viene visualizzato in quasi tutte le pagine appartenenti al secondo livello di profondità del sito, su questo pannello si trovano numerosi link con i quali è possibile interagire ulteriormente nell'ambito scelto dal navigatore principale, sempre visibile in alto al sito.

Come si vede dalla figura 4, questa sezione del sito, rispetta l'ottica di una azienda ancora giovane, che sta cercando tramite il proprio lavoro dei consensi e nuove possibilità per crescere, pertanto mostrando al pubblico la propria struttura e organizzazione fornisce ai clienti dei punti fermi e delle sicurezze aggiuntive sulla solidità della azienda.

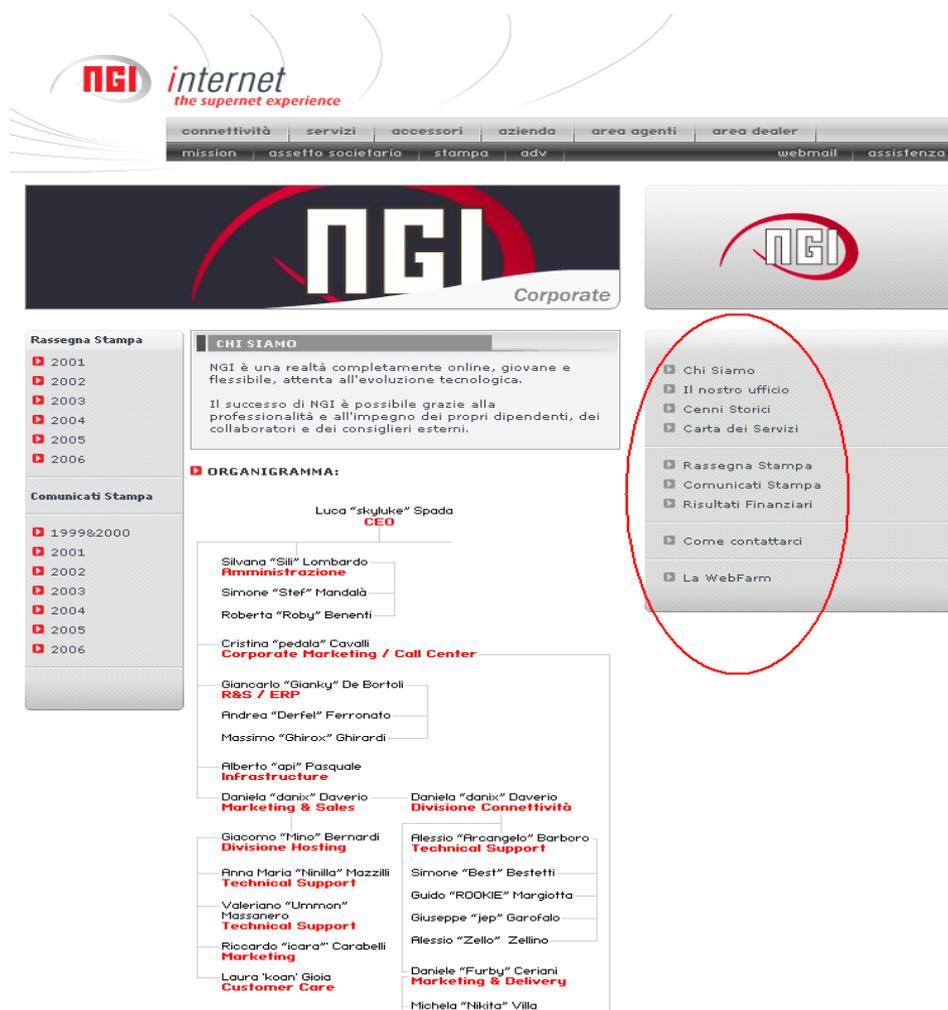


Figura 4: Pagina relativa all'assetto societario.

La struttura del sito è adeguata?

La struttura del sito risulta adeguata ai servizi offerti, ed alla utenza alla quale essi sono indirizzati. L'organizzazione delle informazioni risulta molto compatta ed efficiente, rappresentata dal navigatore posizionato sul lato superiore del sito e sempre visibile, così come il link alla Home page, il corpo del testo è sempre mostrato in centro alla pagina, mentre ai due lati, sinistro e destro di esso vengono spesso mostrati ulteriori barre di navigazione.

Il testo utilizzato per descrivere le offerte è molto tecnico, questo potrebbe essere un problema per l'utenza meno esperta, sebbene il sito internet in questione sia dedicato a privati con particolari esigenze (e quindi una certa capacità tecnica) o ad aziende, e quindi organizzazioni nelle quali è presente un reparto informatico.

La professionalità del sito è sottolineata anche dalla totale assenza di animazioni, o di elementi unicamente estetici, come animazioni in flash, immagini animate, cursori particolari o suoni.

Come già detto il navigatore risulta quindi lo strumento principale del browsing di questo sito, un problema riscontrato in esso è che nel secondo livello del campo “servizi“ le offerte sono indicate utilizzando dei nomi che non hanno un diretto riscontro con la loro controparte tecnica, questo potrebbe portare ad incomprensioni anche se l’utente è una persona esperta, nell’esempio di Figura 5 si nota che è presente la voce “Squillo” che non sfrutta alcuna tecnica di metafora o associazione, in questo esempio sarebbe stato più corretto usare (ad esempio) il testo “VoIP (Squillo)”, dato che questa offerta è relativa al servizio VoIP di NGI.



Figura 5: Navigatore.

Un’altra particolarità del sito è che cliccando sui link presenti al secondo livello del navigatore viene aperta una pagina di introduzione all’argomento, con diverse Frequently Asked Questions (F.A.Q), questa volta in grado di rispondere ai quesiti ed ai dubbi degli utenti meno esperti, queste informazioni sono molto gradite, sebbene si trovino al secondo livello di profondità e quindi non siano subito visibili.

Oltre alle FAQ sono presenti dei link per procedere all’acquisto o informarsi nel dettaglio sulle offerte, prendiamo ad esempio la pagina relativa ai servizi VoIP (e quindi indicata con il testo Squillo), l’utente posizionerà il cursore sul tasto sottolineato di rosso nella Figura 5, facendo apparire i diversi servizi disponibili, ed in seguito cliccherà sul link “squillo” arrivando alla pagina mostrata in Figura 6.

SQUILLO attivi: 17.527

Attiva SQUILLO: è GRATIS!

Servizi opzionali

- Servizi Flat
- Servizio AtHome
- Servizio Number Portability
- Servizio Linea Aggiuntiva
- Servizio Fax

Acquista Ricariche

- Ricarica da 10 €
- Ricarica da 30 €
- Ricarica da 50 €
- Ricarica da 100 €
- Ricarica da 150 €
- Ricarica da 300 €
- Ricarica da 450 €

NEW! Attiva i servizi SMS-Alert di SQUILLO!

SQUILLO, il VoIP secondo NGI

Cos'è il Voip?
Il VoIP (acronimo di Voice Over IP) è il sistema che permette di sfruttare la linea Internet per effettuare comunicazioni vocali. In pratica si può **telefonare con Internet**. Il VoIP si può definire come l'alternativa alle comunicazioni telefoniche tradizionali.

Cos'è SQUILLO?
SQUILLO è la soluzione per tutti coloro che, stanchi del canone di Telecom Italia, decidono di usare la tecnologia VoIP per chiamare via Internet.

ATTIVA subito un account SQUILLO: è GRATIS!

VANTAGGI:

- Riduzione dei costi:** in **solo 3 settimane** elimini il canone di Telecom Italia pur mantenendo il tuo numero di telefono con il servizio **Number Portability** e usufruisci delle vantaggiose **tariffe** di SQUILLO
- Raggiungibilità:** se acquisti il **servizio AtHome** sei sempre raggiungibile sul tuo numero di casa ovunque ci sia una ADSL attiva. E se vuoi sempre farti trovare puoi attivare dalla tua Area Cliente il trasferimento di chiamata.
- Controllo dei costi:** pianifici i costi di chiamata acquistando il traffico mediante ricariche telefoniche prepagate o **FLAT**
- Dettaglio chiamate:** visualizzi in qualsiasi momento il dettaglio delle chiamate effettuate, ricevute, non risposte dalla tua area Cliente.

E se non hai ancora un accesso ADSL Flat attivo, acquista **FS, l'ADSL di NGI. Anche solo per 3 mesi!**

- Elimina il canone con SQUILLO
- Cos'è SQUILLO?
- Come posso chiamare con SQUILLO?
- Cosa posso fare con SQUILLO?
- Caratteristiche tecniche
- Tariffe telefoniche
- Listino
- FAQ
- Guide all'installazione
- Contratti
- Metodi di pagamento
- Come contattarci
- Assistenza
- Visualizza il tuo carrello

Figura 6: F.A.Q sui servizi VoIP.

La figura 6 mostra come le pagine principali, in relazione ai servizi diano molta importanza alle Frequently Asked Questions (FAQ) e quindi forniscano molte informazioni utili agli utenti meno preparati tecnicamente, utilizzando una serie di domande e risposte di grande interesse, con un linguaggio molto semplice, nel quale alcuni termini (nella figura 5 evidenziati in rosso) sono a loro volta dei link, in grado di fornire ulteriori informazioni ove necessario, infine i menù sulla destra e sulla sinistra forniscono tutte le opzioni necessarie ad un utente per avere informazioni aggiuntive o procedere all'acquisto del servizio.

Una volta effettuata la registrazione al sito, tramite il login posizionato in alto a destra della Figura 6, è possibile accedere alla area clienti, in questa area è possibile visualizzare le informazioni e lo stato dei servizi che sono stati attivati con NGI, l'area cliente appare come mostrato nella Figura 7.



Figura 7: Area clienti.

Anche in questa sezione viene utilizzata una barra funzionale, a due livelli, selezionando servizi o info, vengono mostrate diversi link al livello sottostante, questa scelta è decisamente apprezzabile, infatti il menù risulta molto chiaro ed efficiente, come è per il navigatore (anche qui ben visibile, assieme al link che riporta alla Home page).

Anche le informazioni sono molto complete, è possibile visualizzare le scadenze dei pagamenti, lo stato delle sottoscrizioni e nel caso si abbia un account VoIP il tabulato delle chiamate e il credito prepagato residuo, il tutto accessibile in maniera intuitiva e veloce, resta il problema della nomenclatura probabilmente poco accurata, infatti vengono ancora indicati i servizi con dei nomi che non sono direttamente riconducibili alla loro controparte tecnica (o al servizio che trattano).

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

Al momento dell'esame del sito non è presente una mappa del sito, questa mancanza è senza dubbio importante, infatti una mappa del sito è essenziale in molte situazioni, e soprattutto contribuisce in maniera decisiva sulla usabilità del sito, per far fronte a questa mancanza è stata realizzata una mappa del sito fino al secondo livello di navigazione, in relazione allo strumento di navigazione principale del sito, ed a quello della area clienti.

MAPPA DEL SITO WEB WWW.NGI.IT

Strumento di navigazione principale (Figura 2).

- Connettività
 - F3 Free
 - F4 Flat
 - F5 ADSL
 - F6 HDSL
- Servizi
 - Squillo
 - Virtuo
 - Ipass
- Accessori
 - Isdn
 - Adsl
 - Hdsl
 - VoIP
- Azienda
 - Mission
 - Assetto societario
 - Stampa
 - Adv
- Area Agenti
- Dealer
- Webmail
- Assistenza

Area clienti (Figura 7).

- Servizi
 - F3
 - F4
 - F5
 - F6
 - Ipass
 - Virtuo
 - Squillo
 - Hardware
- Info
 - Anagrafica
 - NGI Login
 - Fatture
- Logout

La navigazione del sito è adeguata?

Si, la navigazione del sito risulta adeguata, sebbene non siano molti i contenuti è possibile giungere in breve tempo alla risorsa alla quale si è interessati e proseguire nella navigazione seguendo dei link che sono sempre interessanti e pertinenti, sono quasi del tutto assenti i link di scarsa utilità o interesse.

Un problema riscontrato nella navigazione è la difficoltà nel trovare il link necessario alla creazione di un nuovo account utente, infatti nell'area di login questo link è totalmente assente, come mostrato nella Figura 8.



Figura 8: Pannello per il login.

Risulta presente solo un link per il recupero della login o della password persi o dimenticati, mentre manca la possibilità di creare istantaneamente un nuovo account cliente, inoltre cercando di effettuare una login casuale, o senza specificare le credenziali, ci si aspetterebbe un messaggio di errore con almeno due link, uno per recuperare la password, ed uno per creare un nuovo account, come accade nella maggioranza dei siti web.



Figura 9: Schermata di errore relativo al login.

Come si nota dalla Figura 9 invece, dopo un login errato viene mostrato solo un messaggio di errore che suggerisce di contattare lo staff, senza fornire indicazioni o link nel caso in cui non si abbia a disposizione un account o si siano dimenticate le credenziali di accesso, questa scelta è molto discutibile e potrebbe portare un carico di lavoro non necessario o facilmente evitabile allo staff di supporto, sarebbe opportuno quindi da parte degli sviluppatori cercare di prestare più attenzione alla programmazione in relazione agli errori.

Viene invece offerta la possibilità di creare un nuovo utente qualora si voglia acquistare un prodotto ma non si abbia a disposizione l'account cliente (Figura 10).



Figura 10: Acquisto di un prodotto e link per creare un nuovo account.

Il resto delle informazioni è di semplice accesso, grazie in primo luogo al navigatore principale, che permette in maniera semplice di arrivare nella area dedicata alla offerta commerciale che ci interessa, da quel momento grazie al pannello laterale (mostrati anche in figura 10) si può procedere nel dettaglio ad informarsi o a procedere direttamente all'acquisto.

Sebbene i contenuti non siano molti è molto facile spostarsi, sia per quanto riguarda il sito in se, sia per quanto riguarda l'area clienti, mostrata nella figura 7. nella quale le informazioni sono suddivise in categorie ben precise, e accessibili tramite un comodo e soprattutto intuitivo navigatore.

Sintesi:

Punti di forza:

- Presenza di un menù di navigazione sempre presente e di facile utilizzo.
- Presenza di FAQ nelle pagine iniziali delle offerte.
- Area clienti ben organizzata e basata sempre su un navigatore efficace.

Punti di debolezza:

- Nomenclatura dei link a volte poco efficace.
- Mancanza di una mappa del sito.
- Difficoltà nel creare un nuovo utente cliente.

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 2

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

Analisi:

La Home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

The screenshot shows the NGI internet website home page. At the top, there is a navigation menu with links for 'connettività', 'servizi', 'accessori', 'azienda', 'area agenti', 'area dealer', 'webmail', and 'assistenza'. Below the menu is a large banner for 'Verifica Copertura ADSL' with a login form for 'Login area cliente' and a 'Recupera NGI Login' link. The main content area is divided into several sections: 'Prodotti di connettività' (F5 ADSL, F4 FLAT, F6), 'I servizi di NGI' (VIRTUO Pro), 'Elimina il canone!' (SQUILLO), and 'Prodotto consigliato' (Router ADSL Linksys). A 'Wonderband F5' promotion is also visible on the right side. The footer contains copyright information and contact details.

Figura 11: Home page.

La Home page comunica in maniera comprensibile gli obiettivi del sito agli utenti più esperti, che si accorgono subito di trovarsi nel contesto di un internet provider, vedendo le diverse offerte relative ai router ed alle connessioni Adsl o Hdsl, mentre per alcuni utenti meno esperti è molto difficile solo tramite la Home page capire di cosa si occupi NGI, essi dovranno giungere fino alle pagine dei singoli servizi, ed alle FAQ ad esse relative per poter comprendere con precisione gli scopi della società.

Dovrebbe essere più chiaro, soprattutto nella Home page, che questo sito è relativo ad un service provider, che è possibile avere una linea adsl senza il canone Telecom ad un buon prezzo, che è possibile telefonare tramite il protocollo di internet risparmiando molto denaro e che è possibile accoppiare le due soluzioni per avere il massimo del vantaggio, oltre che (per gli utenti o le aziende esigenti) avere diversi servizi di alto livello, sebbene alcune di queste informazioni sono presenti,

vengono perse nella grande quantità di testo presente, dato che non sono in evidenza, infine quanto esposto sopra ovviamente non rispetta le limitazioni della memoria a breve termine degli utenti.

Il logo mostrato nella Home page (Figura 12) a mio parere non esprime appieno gli scopi dell'azienda e del sito, in quanto i termini ai quali questo marchio viene associato, ovvero "internet e supernet" sono dei termini molto generali, sarebbe stato più opportuno indicare che si tratta di un Internet Service Provider (ISP) con altri servizi, in modo da indicare il contesto di lavoro fin da subito.



Figura 12: Marchio del sito.

Come viene mostrato nella figura 17, Nel sito è presente una area assistenza clienti molto precisa ed adeguata, che contiene diversi documenti indicati come "conoscenza base" sarebbe stato più opportuno posizionare questi elementi e file nella Home page in modo tale da permettere agli utenti meno competenti di farsi subito una idea delle offerte del sito, senza necessariamente rifarsi alla sezione assistenza.

Il sito è coerente con la brand image?

Il sito appare chiaramente coerente con la brand image, ovvero i colori ed il layout generale del sito rispecchiano le tonalità e richiamano continuamente al logo principale dell'azienda mostrato in Figura 12, come si nota dalla home page e dalle altre parti del sito infatti i colori principali utilizzati sono il grigio ed il rosso, questa scelta permette una perfetta integrazione del marchi con il resto del sito web.

Sebbene inoltre, come già detto i termini utilizzati nel logo "internet e supernet" non descrivono direttamente e chiaramente gli scopi del sito, una volta compreso che NGI si occupa di fornire connettività ad internet il logo appare pertinente e piacevole.

Inoltre l'azienda Net Gamers Italia (NGI) ha iniziato a lavorare come società per la fornitura di servizi internet, o linee dati per i videogiocatori più esigenti, ed in seguito è cresciuta fino a diventare un piccolo ma competitivo Internet Service Provider (ISP), in questo senso sarebbe stato opportuno differenziare i due marchi, infatti sebbene di queste informazioni sul sito principale non vi sia più alcuna traccia, potrebbero verificarsi delle incomprensioni, soprattutto quando è possibile accedere a contenuti potenzialmente obsoleti, come si vedrà in seguito tramite i motori di ricerca.

La grafica del sito è adeguata?

Per rispondere correttamente a questa domanda è necessario esaminare diversi aspetti della grafica e del layout generale del sito, spezzando quindi il problema in diverse sotto-domande.

Il layout delle pagine è adeguato ai vari formati video?

Le pagine che compongono il sito hanno una struttura ben definita, la larghezza delle pagine è fissa, e prevede oltre ai due banner sui lati, che contengono link ed approfondimenti la presenza di un corpo centrale, dove mostrare i contenuti. l'altezza invece varia in base ai contenuti che devono rappresentare, ad un testo lungo quindi corrisponde una pagina con una altezza elevata,

La larghezza delle pagine, come già detto è fissa, ed è studiata per una risoluzione di 800 x 600 pixel, questa scelta risulta molto performante, infatti è visualizzabile nella sua totalità in tutte le risoluzioni, dalla più piccola alla più grande, senza dover ricorrere ad un fastidioso scroll orizzontale, lo scroll verticale invece è spesso presente, ma non disturba la navigazione, per quanto riguarda l'aspetto estetico lo sfondo utilizzato è il bianco standard, pertanto anche visualizzando il sito ad alte risoluzioni la grafica risulta molto apprezzabile, come mostrato in figura 13.



Figura 13: Home page mostrata in 1280*1024 pixel (Full Screen, Firefox).

Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti, infatti la struttura del sito viene sempre rispettata, vengono infatti mostrati i contenuti testuali importanti, nella parte centrale del sito, mentre le barre sul lato destro ed eventualmente sinistro contengono i link ad ulteriori informazioni legate al contenuto oppure informazioni di carattere generale, come nel caso della Home page, infine nel lato superiore del sito e di tutte le sotto-sezioni è possibile visualizzare il navigatore e il logo che riporta alla Home page.

Questa struttura è molto indicata per i contenuti testuali di cui il sito è composto, in quanto mancando elementi di dimensioni particolari (come immagini o animazioni) è possibile utilizzare una struttura fissa, che viene riempita di volta in volta con il testo.

Il colore è utilizzato in modo adeguato?

Il colore viene utilizzato in maniera efficace e chiara, il testo appare sempre molto leggibile, dato che è nero su di uno sfondo grigio molto chiaro, che ricorda molto un classico stile nero su bianco, i link invece sono evidenziati in grigio scuro, che staglia molto bene con lo sfondo, stesso discorso per il testo importante, riguardante ad esempio le promozioni che viene mostrato in un rosso acceso, anch'esso in perfetto contrasto con lo sfondo.

Non sono presenti animazioni o immagini con colori forti o fastidiosi, e pertanto è molto difficile che il sito possa provocare fastidio dopo un certo periodo di tempo, inoltre come già detto sono stati scelti solo due colori principali il rosso ed il grigio, e quindi tutte le pagine hanno una omogeneità che rende molto piacevole la navigazione.

I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

Il carattere utilizzato è il "Times New Roman", questo carattere essendo privo di componenti prettamente estetiche risulta essere di per se molto leggibile, anche le dimensioni del testo rappresentano un'ottima scelta nell'ottica della leggibilità dei caratteri su schermo.

Non è presente una funzione per aumentare la dimensione dei caratteri sullo schermo, sebbene essa è una funzione presente di default in molti browser internet, questa potrebbe essere una funzione aggiuntiva apprezzabile, per quegli utenti che hanno problemi a distinguere il testo.

Nel caso in cui un'utente voglia utilizzare le funzioni di aumento della dimensione del carattere infatti (nella maggior parte dei casi tenendo premuto control e utilizzando la rotella del mouse) il carattere visualizzato nel sito aumenta di dimensione, ma spesso non rispetta le tabelle e gli spazi per il quale è stato pensato, a questo proposito una funzione nativa (a livello del sito e non del browser) per l'aumento della dimensione del testo, sarebbe senza dubbio una gradita aggiunta.

La grafica è attraente?

La grafica del sito non risulta attraente, i banner pubblicitari sono pochissimi e realizzati in maniera molto semplice, questa scelta non è necessariamente un punto a sfavore del sito in esame, in quanto come già detto è mirato ad una utenza con un certo livello tecnico, pertanto non è essenziale stupire con la grafica, quanto presentare delle offerte competenti.

La veste generale del sito e della Home page comunque risulta gradevole, sobria e molto funzionale, pertanto il sito è sufficiente da questo punto di vista, anche senza avere delle scelte grafiche che possono catturare l'attenzione dell'utente.

Infine sarebbe stato opportuno sottolineare con più spazio le offerte commerciali di punta della azienda, in modo tale da catturare l'attenzione degli utenti su di essi, come è stato fatto per il servizio di VoIP (squillo) nella Home page (figura14), questi banner sono molto importanti per aumentare la visibilità delle offerte importanti all'interno di un sito, rappresentano infatti un modo veloce e funzionale di sottolineare all'utente le offerte più importanti del sito.



Figura 14: Immagini di richiamo.

Sintesi:

Punti di forza:

- Organizzazione concisa ed essenziale dei contenuti.
- Buona la scelta dei colori del testo in relazione al contenuto.

Punti di debolezza:

- Manca chiarezza sullo scopo dell'azienda che il sito rappresenta.
- Lo slogan allegato al logo non risulta abbastanza efficace.
- Mancano dei richiami forti verso le offerte commerciali di punta dell'azienda.
- La veste grafica del sito non è in grado di colpire l'attenzione dell'utente.

3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: 3

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

Analisi:

In questa sezione dell'analisi del sito web, verrà analizzata la funzionalità dei sistemi che compongono e regolano il funzionamento dei diversi script o funzioni dinamiche del sito, al fine di dare una valutazione precisa ed esauriente dei contenuti il problema verrà suddiviso, ancora una volta in diverse sotto-domande.

Il trattamento degli errori è adeguato?

Come già detto in precedenza, nella sezione relativa alla navigabilità del sito, sussiste un grave problema nella gestione degli errori, per quanto riguarda la fase di login, durante questa operazione infatti esistono una serie di errori molto comuni che gli utenti commettono durante la fase di autenticazione, come ad esempio l'errore nel battere l'username o la password, per errore di digitazione o ad esempio, per la funzione Caps Lock attiva sulla tastiera.

Un messaggio di errore corretto dovrebbe suggerire tali possibilità e suggerire di riprovare, o fornire all'utente i link necessari per il recupero password o per la registrazione di un nuovo utente direttamente nel messaggio d'errore, per non affaticare la memoria a breve termine, in questo caso nessuna di queste caratteristiche viene seguita, viene invece fornito un messaggio che suggerisce di contattare lo staff (Figura 15), una scelta che appare fuori luogo, infatti contattare lo staff dovrebbe essere logicamente l'ultima operazione da effettuare, dopo aver controllato una lista degli errori più comuni.



Figura 15: Messaggio di errore.

Inoltre durante il login, è possibile cliccare sul tasto che avvia la procedura anche quando i campi di login e password non contengono alcun carattere, ovvero sono lasciati vuoti, come mostrato nella figura 16, questo significa dare la possibilità al sistema di attivare una serie di meccanismi di autenticazione che finirebbero sicuramente (campi vuoti) per dare un errore, sarebbe importante e utile inserire un semplice controllo software che impedisca di procedere con la fase di autenticazione nel caso in cui il campo "NGI Login" o il campo "Password" non contengano caratteri.



Figura 16: Tentativo di login possibile con campi vuoti.

Per il resto gli errori più comuni sono trattati in maniera corretta, in generale il sito è basato su delle pagine che hanno dei link e quindi è difficile incappare in errori che non siano dovuti ai dei link rotti, mentre per quanto riguarda gli errori relativi al pagamento ed alla compravendita degli accessori i circuiti elettronici di pagamento sono delle banche e pertanto non sono di competenza del sito ngi.

Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguate?

Il sito non prevede sistemi attivi per la ricerca delle informazioni per le offerte commerciali, non sono previsti nemmeno strumenti statici di ricerca di informazioni (come ad esempio la mappa del sito) è invece prevista la funzione di ricerca nella sezione di assistenza ai clienti, evidenziata in rosso nella figura 17.

Assistenza NGI

24 Jan 2007

Registrati
Registra un nuovo account per aprire nuovi ticket o per verificare lo stato del tuo abbonamento.

Apri un Ticket
Sottoponi un nuovo problema ai nostri operatori.

Knowledgebase
Vai alla nostra sezione FAQ (domande & risposte).

Avvisi
Guarda gli ultimi avvisi.

Downloads
Vai alla nostra sezione downloads per scaricare manuali, software etc.

I Files più scaricati

Files	Downloads
NetPerSec	7102
Manuale Michelangelo VoIP ADSL Router	4189
X-Lite	4054
Firmware Linksys PAP2 versione 3.1.3(LS)	3182
SJphone	2513

Gli ultimi files della Sezione Download

Files	Data aggiunta
NetPerSec	04/01/06 15:53
Manuale GrandStream BudgeTone serie 100	30/09/05 17:10
Plesk per Windows - guida cliente	29/09/05 15:27
Plesk per Windows - guida amministratore	29/09/05 15:26
Plesk per Linux - guida cliente	29/09/05 15:25

Gli Articoli della Knowledgebase più cliccati

Articoli	Viste
ADSL F5 senza il canone di Telecom Italia	17103
Squillo FAQ	12059
Come configurare una casella di posta ?	2098
VMWare Tools su Debian 3.1 stabile	2022
Configurazione di rete iniziale	1745

Gli ultimi articoli della Knowledgebase

Articoli	Date Aggiunte
Configurazione di rete iniziale	06/11/06 14:50
VMWare Tools su Debian 3.1 stabile	11/09/06 15:19
S.O Installation e VMWare Tools su FreeBSD 6.1 RELEASE	11/09/06 15:17
Vorrei che mi fosse installato del software aggiungivo sul mio VirtuoPRO	11/09/06 15:11
Come si fa un upgrade su Virtuo e quanto costa?	11/09/06 15:08

Home | Registrati | Apri un Ticket | Knowledgebase | Avvisi | Downloads

Lingua: Italiano

Figura 17: Schermata assistenza clienti.

Questo sistema di ricerca risulta essere molto veloce e preciso, sebbene la base di documenti di cui questo algoritmo di ricerca si occupa è molto esigua, gli elementi posizionati nella pagina principale sono della sezione assistenza ai clienti sono le faq relative alle più popolari offerte del sito web.

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

La parte relativa alle comunicazioni è realizzata in maniera impeccabile, tranne per la scarsa visibilità che ha il link destinato ad aprire la pagina dei contatti, generalmente infatti, tale link dovrebbe essere uno dei più visibili, direttamente dalla Home page, questo non accade per il sito di NGI, come si vede dalla figura 18 infatti il link dei "contatti" non è presente nella Home page, sono presenti solo il numero di telefono ed il numero di fax della società, relegati in fondo alla pagina, assieme alla partita iva, con una scarsa visibilità.

The screenshot shows the NGI internet website. At the top, there is a navigation bar with links: connettività, servizi, accessori, azienda, area agenti, area dealer, webmail, assistenza. Below this is a large banner with the NGI internet logo and the tagline 'the supernet experience'. To the right of the banner is a 'Verifica Copertura ADSL' section with a 'Login area cliente' form containing fields for 'NGI Login' and 'Password', and a 'Login' button. Below the banner are several promotional boxes. On the left, there is a 'SQUILLO' section for VoIP services. The main content area is divided into 'Prodotti di connettività' (listing F5 ADSL, F4 FLAT, and F6), 'I servizi di NGI' (describing VIRTUO Pro and SQUILLO), and 'Prodotto consigliato' (a Linksys router). On the right, there are promotional banners for 'Wonderband F5' (3 months free), 'VIRTUO Pro' (7-day trial), and 'NGI Community'. At the bottom of the page, there is a footer with copyright information and a design credit to 'mi'.

Figura 18: Mancanza del link "contatti" nella home page.

Per poter raggiungere la pagina principale relativa ai contatti dell'azienda è necessario effettuare una serie di click come mostrato nella figura 19, il primo click sul link "azienda" presente nel navigatore principale in alto, e il secondo sul link " come contattarci " nella schermata che si aprirà, questa serie di operazioni non segue sicuramente un filo logico semplicemente identificabile da utenti che utilizzano il sito per la prima volta.

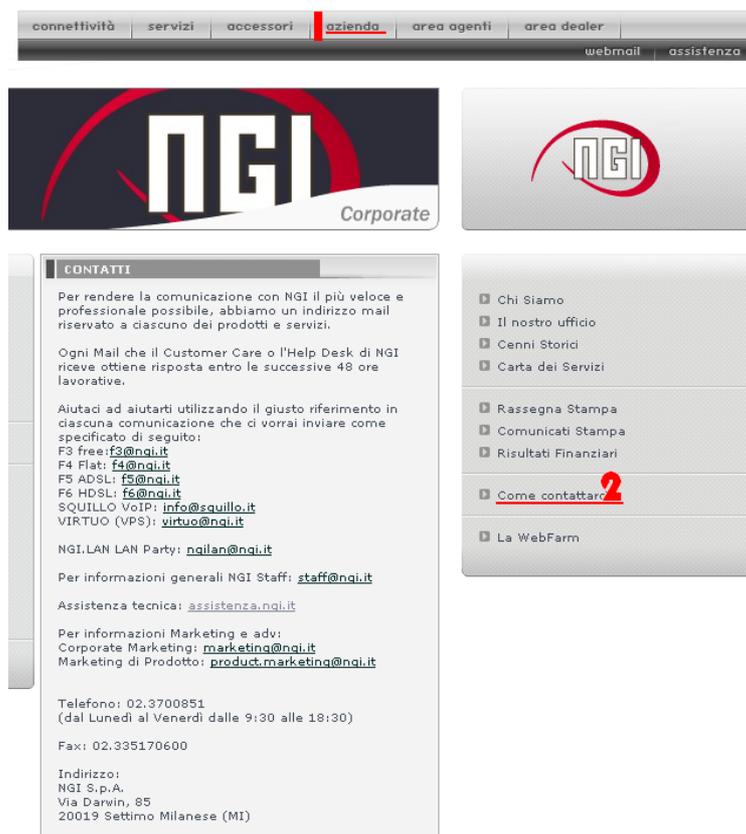


Figura 19: Pagina relativa ai contatti.

Questa sezione contiene una serie di indirizzi email ai quali si riceverà una risposta entro un massimo di 48 ore, esistono diverse email in base all'oggetto della comunicazione e questa è senza dubbio una scelta importante, permette infatti di smistare e semplificare il lavoro del centro di customer care dell'azienda, viene inoltre fornito un numero di fax, un numero di telefono e gli estremi per dei contatti postali.

Un secondo tipo di contatti con l'azienda è presente nell'area assistenza del sito, mostrata in precedenza nella figura 17, qui infatti sottoscrivendo un apposito account di assistenza è possibile aprire dei "ticket" come mostrato dal link in figura 20.



Figura 20: Sezione assistenza clienti, apertura di un ticket.

Anche questa risulta una possibilità importante, infatti è possibile sottoporre allo staff tecnico (in un sistema molto simile ad un forum privato tra utente e staff) i quesiti o i problemi tecnici che sono stati riscontrati, l'unica pecca è che a quanto pare questa sezione richieda un account differente da quello utilizzato per l'area clienti.

Le funzioni del sito sono corrette?

Sì, le funzioni del sito risultano corrette, e non si sono mai verificati dei problemi sia nelle funzioni semplici (Come ad esempio la funzione di ricerca o di login) sia in quelle più delicate come ad esempio la sequenza necessaria per acquistare un prodotto online, mostrata nella sequenza di immagini a partire dalla Figura 21.



Figura 21: Navigatore principale, sezione "accessori".

Un utente vuole acquistare un accessorio per il VoIP, pertanto seleziona accessori e clicca su VoIP, si giunge alla pagina di figura 22.

PORT ADAPTER	
	<p>▶ Linksys Phone Adapter con 2 porte VoIP Ti consente di collegare il tuo attuale telefono di casa al router ADSL che utilizzi per la tua connessione ad Internet, e di utilizzare la tecnologia VoIP per la trasmissione e la ricezione di chiamate voce.</p>
	▶ informazioni tecniche 
▶ Compra 	▶ Prezzo di listino: 66,00 euro
	<p>▶ VoiSmart IP Phone 101 Telefono IP con 2 porte 10/100 Mbit/s. Display a 2 linee, 16 caratteri. Dotato di 9 comodi tasti funzione e 20 tasti DSS di cui 8 programmabili.</p>
	▶ informazioni tecniche 
▶ Compra 	▶ Prezzo di listino: 145,00 euro

Figura 22: Pagina del "carrello virtuale".

L'utente ora è in grado di scegliere i diversi dispositivi, ed aggiungerli ad un sistema di "carrello virtuale" che è uno dei sistemi più usati per la compravendita online. Il prezzo è chiaramente indicato ancora prima di inviare la richiesta al sistema (e specifica che è iva esclusa).

Qta.	Descrizione	prezzo	Del
1	 VoiSmart IP Phone 101 Telefono IP con 2 porte 10/100 Mbit/s. Display a 2 linee, 16 caratteri. Dotato di 9 comodi tasti funzione e 20 tasti DSS di cui 8 programmabili.	145,00	X

[CONTINUA LO SHOPPING](#)
[ACQUISTA](#)

I prezzi indicati sono IVA esclusa.

Figura 23: Step finale nell'acquisto di un prodotto.

Infine si conferma l'acquisto e si decidono i metodi di pagamento.

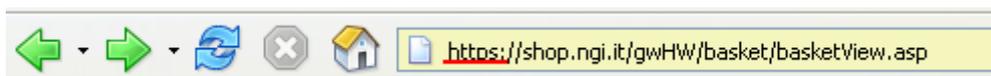


Figura 24: Protocollo sicuro.

E' importante notare è che tutta la serie di operazioni necessarie all'acquisto avvengono tramite il protocollo https come viene sottolineato nella figura 24, ovvero un sistema per transazioni sicuri che viene utilizzato come standard all'interno di quelle operazioni con fini commerciali che richiedono quindi un livello di sicurezza maggiore rispetto alle normali pagine.

In conclusione è stato effettuato un ulteriore test, riguardante la compatibilità del sorgente html che descrive il sito, con lo standard descritto dagli organismi preposti, e l'effettiva esistenza delle risorse alle quali i link puntano.

A questo scopo è stato utilizzato il tool online al sito relativo all'organizzazione w3c (<http://validator.w3.org/>) per controllare che siano rispettati i suggerimenti e le linee guida dello standard html, sebbene eventuali errori che il servizio rileva potrebbero non ripercuotersi direttamente sull'aspetto finale del sito, sarebbe comunque buona norma correggerli, per una maggiore compatibilità coi browser.

Come si nota dalla figura 25 il sito NON risulta perfettamente aderente agli standard di scrittura di codice html, contiene infatti 101 errori.

Figura 25: W3C validator.

Sintesi:Punti di forza:

- Le funzioni del sono corrette, e non sono presenti link spezzati.
- Il sistema di login e di acquisto funziona in maniera precisa ed efficiente.
- Il sistema di assistenza remota tramite ticket è molto comodo ed efficace.

Punti di debolezza:

- Alcuni problemi nei messaggi di errore.
- Utilizzo di due login differenti per area clienti ed area assistenza.
- Non rispetta perfettamente lo standard e le norme di buona programmazione del w3c

3.4. CONTENUTO

Valutazione: 2

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

Analisi:

L'informazione è classificata in modo adeguato?

L'informazione risulta classificata in modo corretto, il metodo principale per la suddivisione delle informazioni avviene per contenuti, pertanto è possibile trovare tutti i dati relativi ad un certo argomento di interesse in una unica pagina web del sito, l'indicizzazione delle pagine web risulta pressoché corretta, salvo alcune ambiguità, che come già detto sono però soltanto a riguardo della sezione servizi (Squillo & VoIP).

Anche per quanto riguarda la sezione clienti e la sezione assistenza le informazioni risultano suddivise per contenuti, e i link per raggiungerle sono indicati ed organizzati in maniera chiara ed efficace, è molto difficile in tale sezioni non riuscire a giungere ai dati che si cercano.

Lo stile del testo è adeguato al web?

Si, lo stile del testo è adeguato al web, infatti sono ben divisi e facilmente distinguibili i diversi paragrafi all'interno di un testo, inoltre sono presenti dei link all'interno del testo, legati a quelle parole che rappresentano dei contenuti che lo stesso sito web tratta, un esempio è quello di figura 25, che mostra la pagina relativa alle faq, in cui questi link sono evidenziati in rosso, sarebbe stato più opportuno in ogni caso, dare un rilievo maggiore ai titoli dei diversi paragrafi, mettendoli in netto contrasto con i contenuti ai quali si riferiscono, seguendo quindi lo stile a piramide invertita.

The screenshot shows the Squillo website interface. At the top, there is a navigation bar with links: connettività, servizi, accessori, azienda, area agenti, area dealer, webmail, and assistenza. Below this is the Squillo logo with the tagline 'voice on network' and 'VoIP'. To the right is a 'Login Area Cliente' section with fields for 'NGI Login' and 'Password', and a 'Login' button. Below the logo, there are several sections: 'SQUILLO attivi: 17.609', 'Attiva SQUILLO: è GRATIS!', 'Servizi opzionali' (listing Flat, AtHome, Number Portability, Linea Aggiuntiva, Fax), and 'Acquista Ricariche' (listing various recharge amounts from 10€ to 450€). The main content area is titled 'SQUILLO, il VoIP secondo NGI' and contains several paragraphs with red highlights on internal links: 'telefonare con Internet', 'ATTIVA subito un account SQUILLO: è GRATIS!', 'Riduzione dei costi: in solo 3 settimane elimini il canone di Telecom Italia pur mantenendo il tuo numero di telefono con il servizio Number Portability e usufruisci delle vantaggiose tariffe di SQUILLO', 'Raggiungibilità: se acquisti il servizio AtHome sei sempre raggiungibile sul tuo numero di casa ovunque ci sia una ADSL attiva. E se vuoi sempre farti trovare puoi attivare dalla tua Area Cliente il trasferimento di chiamata.', 'Controllo dei costi: pianifici i costi di chiamata acquistando il traffico mediante ricariche telefoniche prepagate o FLAT', 'Dettaglio chiamate: visualizzi in qualsiasi momento il dettaglio delle chiamate effettuate, ricevute, non risposte dalla tua area Cliente.', and 'E se non hai ancora un accesso ADSL Flat attivo, acquista CS, l'ADSL di NGI. Anche solo per 3 mesi!'. To the right of the main content is a 'FAQ' section with links: 'Elimina il canone con SQUILLO', 'Cos'è SQUILLO?', 'Come posso chiamare con SQUILLO?', 'Cosa posso fare con SQUILLO?', 'Caratteristiche tecniche', 'Tariffe telefoniche', 'Listino', 'FAQ', 'Guide all'installazione', 'Contratti', 'Metodi di pagamento', 'Come contattarci', 'Assistenza', and 'Visualizza il tuo carrello'. At the bottom, there is a copyright notice: 'Copyright © 2006 NGI SpA | Tel 02370085.1 | FAX 02335170600 | PIVA 02487230126' and 'DESIGN: mmi'.

Figura 25: Link all'interno delle pagine di descrizione.

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

Senza dubbio la risposta è sì, le informazioni sono sempre nella posizione corretta, sia come contenuti sia come link ad ulteriori pagine di approfondimento, e riesce in generale a rispondere correttamente e completamente a tutte le possibili domande che un utente potrebbe porsi, trovandosi di fronte ai diversi contenuti che il sito ha da offrire.

L'aggiornamento del sito e delle informazioni in esso contenute è stato seguito durante la stesura di questa relazione (circa un mese) in questo periodo il sito è stato aggiornato diverse volte, indice che viene costantemente arricchito con le offerte commerciali dell'azienda.

The screenshot displays the NGI internet website interface. At the top, the logo 'NGI internet the supernet experience' is visible. Below it is a navigation menu with links: connettività, servizi, accessori, azienda, area agenti, area dealer, mission, assetto societario, stampa, adv, webmail, assistenza. The main content area is divided into several sections:

- CHI SIAMO**: A text block describing NGI as a completely online, young, and flexible company.
- ORGANIGRAMMA:** An organizational chart starting with Luca "skyluke" Spada as CEO. It lists various departments and their members, such as Silvana "Sili" Lombardo in Administration, and others in R&S / ERP, Marketing & Sales, and Technical Support.
- Area Clienti e Informazioni Aziendali**: A sidebar menu on the right, circled in red, containing links like 'Chi Siamo', 'Il nostro ufficio', 'Cenni Storici', 'Carta dei Servizi', 'Rassegna Stampa', 'Comunicati Stampa', 'Risultati Finanziari', 'Come contattarci', and 'La WebFarm'.
- Rassegna Stampa** and **Comunicati Stampa**: Lists of press releases and communications from 2001 to 2006.

Figura 26: Area clienti e informazioni aziendali.

Inoltre dal punto delle informazioni aziendali, è possibile, come mostrato dalla figura 26 giungere a diversi contenuti di grande completezza ed interesse, come ad esempio cenni storici e bilanci finanziari degli ultimi anni dell'azienda, queste informazioni permettono di legare il sito internet in maniera forte alla azienda che rappresenta, dando sicurezze aggiuntive agli utenti interessati ai prodotti offerti.

Il sito è correttamente localizzato?

Il sito esaminato è un sito che come si evince dal dominio primario è relativo a una azienda italiana (www.ngi.it) questo significa che relativamente agli standard la lingua principale del sito dovrebbe essere l'italiano, questo è perfettamente rispettato, infatti di default il sito appare in italiano, come confermano tutti gli screenshot riportati fino ad ora.

Sarebbe stato importante creare la possibilità di visualizzare i contenuti in lingua inglese, questa mancanza però non è stata valutata negativamente ai fini del punteggio, infatti essendo l'azienda un provider di dimensioni modeste ha clientela che per la quasi totalità è italiana, pertanto non fornendo servizi internazionali la mancanza di una versione inglese non risulta "eccessivamente" grave, anche se rimarrebbe in ogni caso una aggiunta molto importante.

Per quanto riguarda infine la sezione relativa all'assistenza clienti valgono i parametri che sono stati indicati in precedenza per la sezione principale del sito, in questa sezione però come si può vedere nell'immagine sottostante (Figura 27) è presente uno strumento di selezione per la lingua, che contiene due scelte, italiano O inglese, in questa sezione è quindi possibile visualizzare i contenuti in inglese, questa scelta lascia probabilmente intravedere una traduzione a breve del sito principale.



The screenshot displays a Knowledgebase interface with two tables of articles. The first table, titled 'Gli Articoli della Knowledgebase più cliccati', lists popular articles such as 'ADSL F5 senza il canone di Telecom Italia' with 17207 views. The second table, 'Gli ultimi articoli della Knowledgebase', lists recent articles like 'Configurazione di rete iniziale' dated 06/11/06. At the bottom of the page, a navigation bar contains links for Home, Registrati, Apri un Ticket, Knowledgebase, Avvisi, and Downloads. On the right side of this bar, a language selection dropdown menu is visible, currently set to 'Italiano' and circled in red.

Figura 27: Strumento di selezione della lingua nella sezione assistenza.

Sintesi:

Punti di forza:

- Buona la classificazione dei contenuti.
- Presenza di approfondimenti nel testo tramite link.
- Presenza di uno strumento di selezione della lingua nella sezione dell'assistenza clienti.

Punti di debolezza:

- Mancanza di una versione inglese dei contenuti nella sezione principale del sito
- Non sempre segue i consigli per l'organizzazione dei contenuti per aumentare l'usabilità.

3.5. GESTIONE

Valutazione: 3

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

Analisi:

Il sito è sempre attivo e disponibile?

Nel periodo di valutazione di questo sito internet (circa un mese) non è stato mai riscontrato un disservizio imputabile alla macchina che lo ospita fisicamente, per ottenere delle statistiche più dettagliate sul periodo di attività e sul sistema operativo del webserver si è fatto uso dei tool offerti dal sito web netcraft (www.netcraft.com) questo servizio, mantiene una lista di siti internet al suo interno, e periodicamente controlla il loro stato, cercando simultaneamente di dedurre il maggior numero di informazioni possibili relativi al suo ultimo reboot, al sistema operativo utilizzato dal webserver ecc, sebbene queste informazioni derivino da analisi passive dei dati, risultano spesso essere molto precise.

Come è possibile vedere dalla figura 28, l'analisi di netcraft relativa ad NGI fornisce diverse informazioni, come ad esempio il name server, l'ip del server che ospita il sito e soprattutto l'ultimo reboot effettuato dal server, che nel caso del sito internet in esame risulta essere 28 giorni prima della query effettuata, questa informazione NON rappresenta comunque l'uptime del sito web, ovvero le statistiche riguardanti la performance relativa alle risposte del sito alle richieste di visualizzazione.

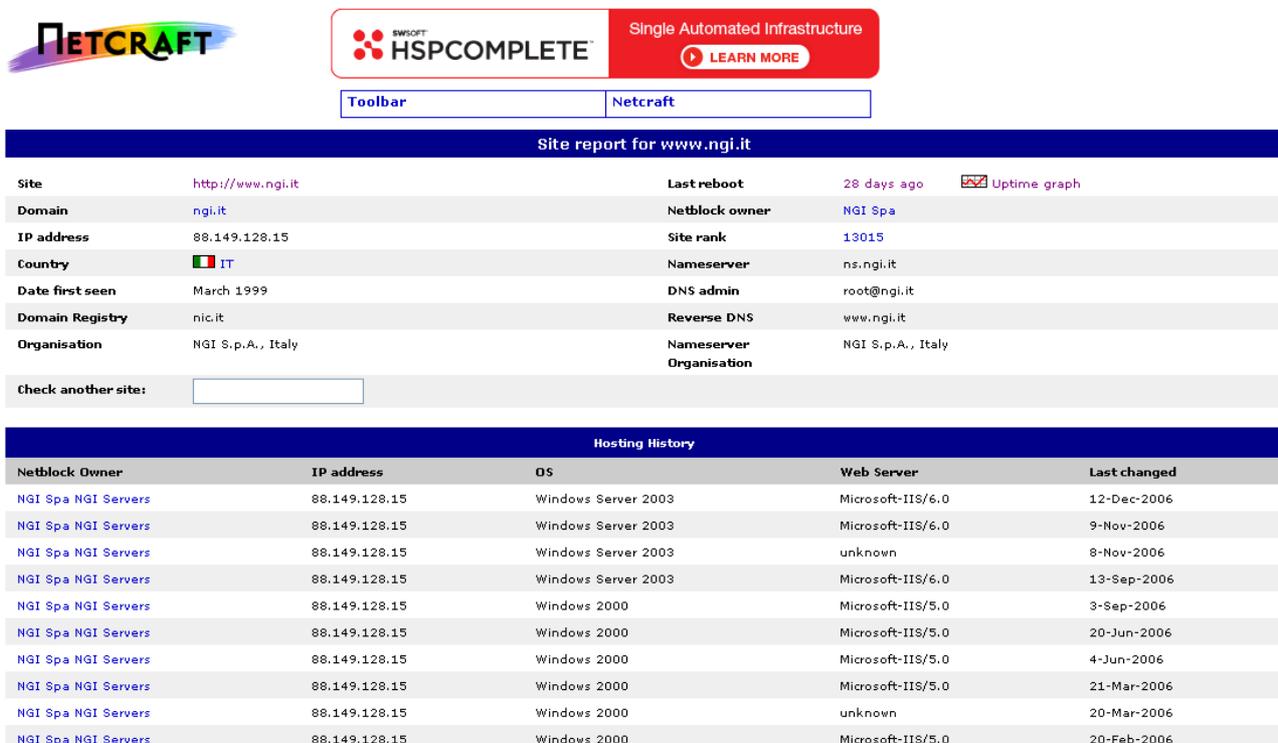


Figura 28: Report di netcraft relativo al sito in esame.

Inoltre dal sito netcraft è possibile vedere quali sistemi operativi e relativi webserver utilizzati la macchina che ospita fisicamente il sito, nel caso di www.ngi.it come si nota vengono utilizzati sistemi operativi Microsoft, fino ai primi di settembre Windows 2000, in seguito Windows Server 2003.

Un altro importante strumento per valutare i dati relativi alla disponibilità generale del sito è dato dal grafico dei reboot del sistema, mostrato in figura 29.

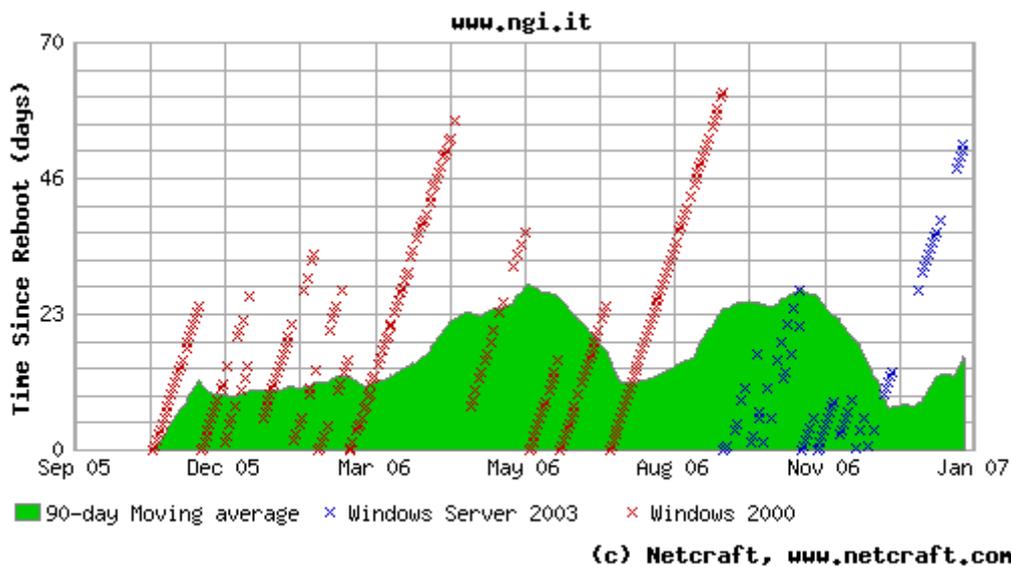


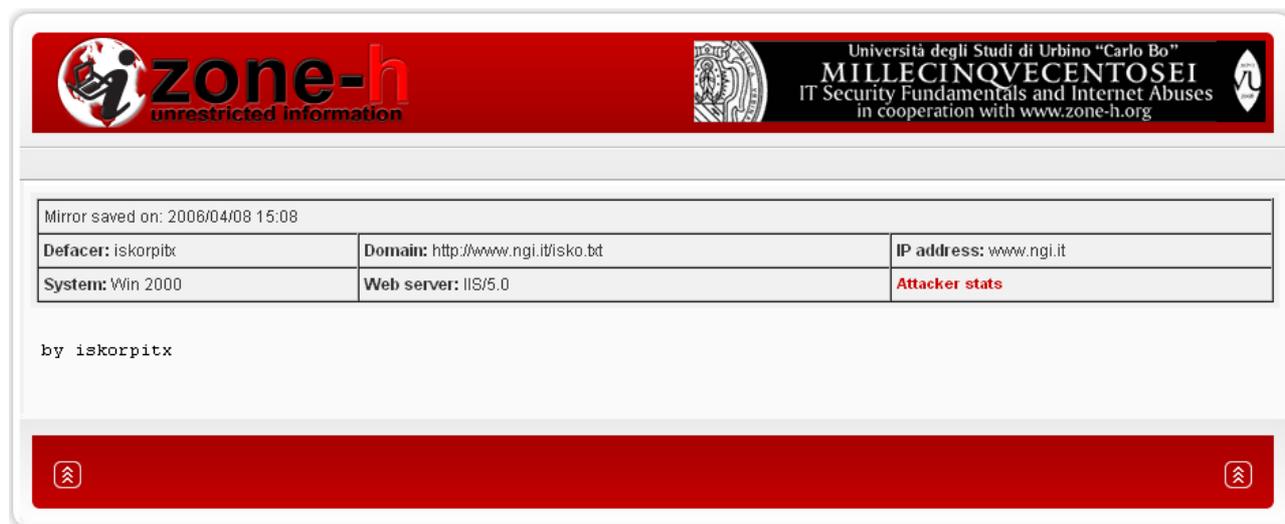
Figura 29 : Dati relativa all'ultimo reboot stimato.

Questo grafico mostra quando sono stati effettuati gli ultimi reboot, e quando è stato eventualmente cambiato il sistema operativo, quando la diagonale incrementale ritorna sull'asse delle x, significa che è stato rilevato un reboot, sembra che il server che ospita il sito web venga riavviato una volta al mese circa.

L'accesso al sito è adeguatamente monitorato?

I dati relativi a questa problematica non sono stati resi pubblici, questo dipende dal fatto che eventuali strumenti presenti sono a disposizione del team tecnico che si occupa del sito web e non dell'utenza, pertanto non è possibile discutere in maniera precisa di questo aspetto.

L'unico dato che è stato possibile trovare è fornito dal sito web www.zone-h.org, a quanto risulta l'8 aprile 2006 il sito di ngi è stato violato e la sua sicurezza è stata compromessa, come viene mostrato nella figura sottostante, questo non è indice di una cattiva gestione del sito web, è solo un'indicazione sulla necessità di tenere maggiormente aggiornato il sistema operativo, è interessante notare come la data dell'attacco corrisponda con un reboot stimato dal sito netcraft, questi due eventi sono probabilmente collegati, infatti una volta scoperta l'intrusione la macchina è stata fermata, controllata e rimessa in sicurezza ed in seguito rimessa in produzione.



Mirror saved on: 2006/04/08 15:08		
Defacer: iskorpitx	Domain: http://www.ngi.it/isko.bt	IP address: www.ngi.it
System: Win 2000	Web server: IIS/5.0	Attacker stats

by iskorpitx

Il sito è costantemente aggiornato e migliorato?

Limitatamente alla valutazione effettuata gli aggiornamenti sono minimali, e riguardano principalmente il contenuto, questo non implica però una valutazione negativa, in quanto il sito internet in esame rappresenta una sorta di vetrina on-line per le offerte commerciali dell'azienda, una volta che la struttura è stata valutata efficace il sito richiede degli aggiornamenti che riguardano unicamente il contenuto.

Come si vede invece dalla figura 29 il sistema operativo (E quindi probabilmente la macchina) che ospita il sito web è stata recentemente aggiornata, così come il webserver che utilizza, questo lascia intuire che il potenziamento delle strutture informatiche è parte integrante della gestione del sito. Da segnalare in maniera negativa comunque, è l'assenza della data relativa all'ultimo aggiornamento reperibile sulle pagine web.

Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

A questo riguardo sono stati effettuati diversi test, prima di tutto si è provato a chiamare il servizio clienti, tramite il numero di telefono disponibile sulla home page, il servizio che viene fornito a questo proposito risulta abbondantemente sufficiente, ed è impostato come un normale call-center, che prevede un tempo di attesa minimo prima di essere serviti da un operatore.

Il secondo test riguarda l'invio di una e-mail per richiedere delle informazioni riguardanti una specifica linea Adsl, il sito web indica che tutte le mail (salvo imprevisti) vengono evase entro (e non oltre) i due giorni lavorativi, questa indicazione si è rivelata vera, in quanto il giorno dopo aver inviato la e-mail allo staff tecnico è stata ricevuta una risposta esauriente e chiara al quesito posto.

È stata anche inviata la stessa mail di richiesta informazioni su una linea ADSL ad un indirizzo di posta relativo ad informazioni sui servizi VoIP, cercando quindi di commettere un'errore, anche in questo caso lo staff tecnico ha re-inoltrato la e-mail alla sezione di supporto corretta e abbiamo ricevuto una regolare risposta.

Infine è stato aperto un "ticket" attraverso la sezione del sito riservata alla assistenza agli utenti, come mostrato in figura 30.



The screenshot shows the NGI internet support page. The header includes the NGI internet logo and the date 26 Jan 2007. The main navigation area contains several links: 'Registrati', 'Knowledgebase', 'Downloads', 'Apri un Ticket' (circled in red), and 'Avvisi'. The 'Apri un Ticket' link is highlighted with a red circle. To the right, there is a 'Login' form with fields for Email and Password, and a 'Cerca' search bar. Below the navigation area, there are several tables of content, including 'I Files più scaricati', 'Gli ultimi files della Sezione Download', 'Gli Articoli della Knowledgebase più cliccati', and 'Gli ultimi articoli della Knowledgebase'.

I Files più scaricati	Downloads
NetPerSec	7154
Manuale Michelangelo VoIP ADSL Router	4214
X-Lite	4079
Firmware Linksys PAP2 versione 3.1.3(LS)	3207
SJphone	2517

Gli ultimi files della Sezione Download	Data aggiunta
NetPerSec	04/01/06 15:53
Manuale GrandStream BudgeTone serie 100	30/09/05 17:10
Plesk per Windows - guida cliente	29/09/05 15:27
Plesk per Windows - guida amministratore	29/09/05 15:26
Plesk per Linux - guida cliente	29/09/05 15:25

Gli Articoli della Knowledgebase più cliccati	Viste
ADSL F5 senza il canone di Telecom Italia	17207
Squillo FAQ	12119
Come configuro una casella di posta ?	2127
VMWare Tools su Debian 3.1 stabile	2055
Configurazione di rete iniziale	1795

Gli ultimi articoli della Knowledgebase	Date Aggiunte
Configurazione di rete iniziale	06/11/06 14:50
VMWare Tools su Debian 3.1 stabile	11/09/06 15:19
S.O Installation e VMWare Tools su FreeBSD 6.1 RELEASE	11/09/06 15:17
Vorrei che mi fosse installato del software aggiungivo sul mio VirtuoPRO	11/09/06 15:11
Come si fa un upgrade su Virtuo e quanto costa?	11/09/06 15:08

Figura 30: Apertura di un ticket per richiesta assistenza.

Questo metodo di comunicazione permette di richiedere specificatamente allo staff tecnico la risoluzione di un problema, in un sistema che ricorda un forum, anche in questo caso, dopo due giorni si è ricevuta una risposta al messaggio di richiesta che è stato lasciato.

Sintesi:

Punti di forza:

- Sito ben curato, e con una disponibilità (limitatamente all'analisi) elevata
- È stato recentemente aggiornato il sistema operativo e il webservice.
- Ottima tempistica e disponibilità nel servizio clienti

Punti di debolezza:

- L'aggiornamento delle pagine web è relativo ai soli contenuti e non alle funzioni.
- Il sito è stato violato, pertanto potrebbe esserci stata una mancanza di aggiornamenti.

3.6. ACCESSIBILITÀ

Valutazione: 2

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

Analisi:

I tempi di accesso sono adeguati?

Personalmente i tempi di accesso al sito sono risultati molto adeguati, sia accedendo al sito dalla connessione domestica (adsl) sia dall'università (banda larga), queste valutazioni sono inutili al fine di valutare obiettivamente questa caratteristica, infatti sono molti i fattori che possono andare a modificare i tempi di risposta di un sito web.

Per valutare efficacemente i tempi di risposta del sito web è stato utilizzato un tool online per la diagnostica dei siti web, che include tra le altre cose un riassunto dei tempi di download e delle dimensioni totali dei contenuti (in kilobyte) reperibile all'indirizzo <http://watson.addy.com> il report di tale sito si può esaminare nella figura 31.

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					T1
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	
HTML								
	1	25407	18.53	10.16	8.47	7.26	3.18	1.27
Images	40	36675	26.75	14.67	12.22	10.48	4.58	1.83
Total	41	62082	45.28	24.83	20.69	17.74	7.76	3.10

Figura 31: Report di watson addy.

Come si vede da questa figura un utente che dispone di una linea 56k impiegherebbe 17 secondi in totale ad aprire il sito, è da segnalare che questa informazione NON è assolutamente precisa in quanto questo test è effettuato da un sito web che geograficamente non è nella stessa posizione dell'utente medio (italiano) che accede al sito, una nota positiva è che le immagini occupano solo 36 Kb e pertanto il sito risulta indicato e studiato anche per coloro che non possiedono un accesso internet ad alta velocità.

Il nome del sito si ricorda facilmente?

Il nome del sito internet è facilmente memorizzabile una volta che è già stato visitato, infatti è composto da solo tre lettere, ed è molto breve e di conseguenza facilmente ricordabile.

Uno dei problemi riguardante il nome del sito (www.ngi.it), a parere mio, è che non appaia evidente nel logo o nella homepage una forma estesa di quello che è una sigla o un acronimo (ngi), infatti non si riesce ad evincere a cosa questa sigla si possa riferire, fattore che sicuramente aiuterebbe l'utente a ricordarsi del sito, per completezza di informazione comunque, il significato di tale sigla significa "Net Gamers Italia", con ogni probabilità questa informazione è stata esclusa dal sito in quanto fuorviante, un utente potrebbe infatti confondere un sito di videogames con un sito che in realtà offre connettività ad internet.

Per quanto riguarda i differenti domini di primo livello, solo il sito che termina con .it rappresenta in effetti il sito in esame, tutti gli altri si riferiscono ad ambiti differenti, come ad esempio (www.ngi.com) che rappresenta un istituto di ricerca sulla genetica, questo potrebbe rappresentare un problema per quegli utenti che non sono in grado di ricordarsi perfettamente l'indirizzo completo, sebbene come già detto l'azienda in esame lavora principalmente in Italia.

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

Il sito è correttamente indicizzato tra i motori di ricerca che sono stati scelti come strumenti di valutazione per questo aspetto, in particolare Google, Altavista e Yahoo, in tutti e tre i motori di ricerca, inserendo il termine "NGI" si nota con piacere che il primo sito internet che viene ritornato dall'algoritmo di ricerca è quello in esame, questo ne aumenta sicuramente la reperibilità.

Un problema che però è stato riscontrato durante questo test appare evidente durante la ricerca su Yahoo, come si vede nella figura 32 infatti la descrizione che il motore di ricerca offre a riguardo del sito è assolutamente fuorviante, infatti essa parla di una associazione di videogiocatori, quando in realtà al giorno d'oggi l'azienda si è evoluta diventando un provider di servizi, queste informazioni errate (o comunque troppo vecchie) che il motore di ricerca provvede sono fuorvianti ed andrebbero aggiornate.



Figura 32: Descrizione "vecchia" del sito in esame su yahoo.

Quando invece è necessario cercare delle offerte commerciali riguardanti servizi di ADSL VoIP o altro, la reperibilità del sito viene sommersa dai provider italiani più grandi (Come libero tiscali telecom ecc), nascondendo quasi del tutto il sito di NGI dall'utenza.

Nella tabella di figura 33, vengono riportati i diversi tentativi in base alle parole chiave utilizzate durante la ricerca, in relazione con diversi servizi di ricerca.

Parola chiave	Google	Virgilio	Yahoo
"ngi"	1°	1°	1°
"Service provider"	23°	>50°	32°
"Adsl"	>50°	>50°	>50°
"Adsl senza canone telecom"	15°	21°	24°

Figura 33: Posizione nei motori di ricerca.

Non è stata specificata la posizione all'interno dei risultati della ricerca qualora il sito era posizionato oltre il cinquantesimo, in quanto, realisticamente nessun utente sarebbe stato così paziente da scorrere tutti i quei siti web, pertanto l'unica chiave di ricerca con la quale il sito risulta correttamente indicizzato è "NGI" questo risultato mostra come è importante avere una corrispondenza efficace e semplice tra l'acronimo con il quale si indicizza il sito web e gli obiettivi o gli argomenti che esso tratta.

Il sito è adeguatamente referenziato in altri siti?

Per valutare i riferimenti esterni che portano gli utenti al sito in esame è stato utilizzato un tool online, reperibile all'indirizzo (<http://www.widexl.com/remote/link-popularity/>) questo strumento permette di stimare tramite i database forniti dai maggiori motori di ricerca quanto il sito inserito sia referenziato, in relazione ai singoli motori di ricerca o in relazione all'intero web, sebbene queste informazioni siano stimate, e non assolutamente precise è importante valutarne il grado, soprattutto in relazione ad altri siti web.

Come viene mostrato nella figura 34, è possibile tramite questo tool confrontare quanti link referenziano il sito in esame (posizionato come primo nella lista) in relazione con altri siti, più o meno importanti, il numero di link totali che referenziano a www.ngi.it sono circa 42 mila, come si vede dai confronti questo è un numero relativo a siti internet a basso interesse, pertanto sarebbe positivo alzarne il numero.

Total links for www.ngi.it are 42326 - Alexa traffic rank - Wayback machine go way back

URL	Total	Google	Yahoo!	AllTheWeb	AltaVista
www.ngi.it	42326	731	11315	9820	10500
www.electroniccottage.com	44081	254	9850	9560	9930
www.artquest.com	49343	335	11300	10700	11300
www.micex.com	88459	690	26400	26100	26400
www.bnn.nl	95746	491	27700	26100	27600
www.jobpilot.de	99309	3400	26100	26100	26000
www.hosting.com	107585	5540	35400	6110	35500
www.realestateabc.com	736501	6240	157000	155000	157000
www.hotscripts.com	1289149	14400	382000	359000	382000
www.bmw.com	1391662	1700	472000	379000	472000
www.manchesteronline.co.uk	1861823	5850	609000	601000	609000
www.apache.org	8952043	86100	1450000	1360000	1450000
www.mysql.com	14582055	181000	3590000	3260000	3590000
www.microsoft.com	17629736	191000	4800000	4570000	4800000
www.yahoo.com	74662107	1270000	22700000	21500000	22800000

Figura 34: link popularity check.

Da una breve ricerca manuale sono stati rilevati diversi link ad NGI da parte di alcuni siti web specializzati nella discussione e nella trattazione di materiale e argomenti informatici, come ad esempio punto informatico (<http://punto-informatico.it>).

Il sito è accessibile con ogni browser?

Per rispondere in maniera completa a questo quesito sono stati effettuati due tipi di test differenti, uno manuale e uno automatizzato, che utilizza un tool online per il controllo di compatibilità con i differenti browser.

Per il test manuale sono stati utilizzati due dei browser che al momento risultano più diffusi, ovvero Internet Explorer e Mozilla FireFox, in entrambi i casi di test non sono stati rilevati problemi durante la visualizzazione e l'interazione con il sito in esame, la home page, visualizzata da i diversi browser è riportata nelle figure 34 e 35, in questi screen shot è stata utilizzata la modalità a schermo intero, ed in particolare la figura 34 è relativa alla home page visualizzata con FireFox, mentre la figura 35 è relativa al browser Internet Explorer.



Figura 34: Home page in mozilla firefox.



Figura 35: Home page in Internet Explorer.

Per quanto riguarda invece un'analisi più approfondita della compatibilità del sito in relazione ai diversi browser è importante notare quanto detto in precedenza, in relazione alla domanda "le funzioni del sito sono corrette" (figura 25) infatti il codice HTML che descrive la pagina non è esattamente compatibile con l'ultima versione dello standard, è lecito quindi aspettarsi una visualizzazione non corretta da parte di quei browser che sono stati studiati per le versioni precedenti, è possibile eseguire dei test, a questo proposito, utilizzando un apposito tool online, reperibile all'indirizzo (<http://www.anybrowser.com/siteviewer.html>) con il quale è possibile verificare come il sito viene visualizzato, in relazione alle diverse interpretazioni che i browser danno agli standard HTML, i risultati di questi test sono riportati in figura 36 e 37.



Figura 36: Home page secondo lo standard 4.0 “Anybrowser”.

La figura 36 mostra il report ottenuto dal sito anybrowser, questa schermata è il risultato di una analisi del codice html appositamente studiata per controllare la compatibilità del proprio sito internet con i diversi e diffusi browser internet disponibili, quando una pagina web risulta compatibile, e quindi viene visualizzata correttamente (secondo le assunzioni di anybrowser) è possibile assumere con una certa precisione che essa sarà correttamente visualizzata con la maggior parte dei browser.

Come si può facilmente notare dalla figura 36 quindi, il risultato di un parsing preciso ed efficace dell'html che compone la pagina, risulta in una visualizzazione erronea ed incoerente, nella quale si nota che la barra di navigazione principale viene smontata, e i vari elementi di cui è composta sono visualizzati in serie, questa incongruenza è sicuramente dovuta al codice utilizzato, che risulta compatibile solo con i browser più recenti, in grado di comprendere correttamente i diversi script di cui è composto, visualizzando quindi il sito internet in esame con browser differenti dai due utilizzati in maniera manuale (FireFox ed Internet Explorer) si verificheranno sicuramente delle incongruenze a livello della barra di navigazione principale.

L'immagine di figura 37 mostra invece come verrebbe visualizzata la home page effettuando un parsing preciso ed impassibile del codice html, mostrando quindi praticamente gli effetti degli errori riportati dal sito W3C validator, e mostrati in figura 25, normalmente infatti i browser cercano di “sorvolare” su alcuni errori o imprecisioni, favorendo la funzionalità a scapito della precisione del codice che compone la pagina, in questo esempio invece, viene analizzato il codice alla lettera ed i risultati sono riportati di seguito.



Copyright © 2007 NGI SpA | Tel 02370085.1 | FAX 02335170600 | PIVA 02487230126

Figura 37: Home page derivata da un parsing “impassibile” di html 4.0

Come si vede da questa figura 37, il sito in generale mantiene la propria struttura, presenta però diversi problemi grafici, che rovinano l'estetica della home page, lasciando praticamente intatta la sua funzionalità, ci sono diversi problemi di visualizzazione dei bordi e dei banner, e delle barre nere decisamente anti-estetiche ai bordi del navigatore, che mantiene comunque il proprio funzionamento dinamico.

La conclusione è che il sito risulta correttamente visualizzabile SOLO per i browser più recenti, che sono quindi aggiornati e compatibili con lo standard html 4.0, e che soprattutto permettano l'esecuzione di script, per i contenuti dinamici del sito in esame (come ad esempio il navigatore).

Il sito è utilizzabile per utenti disabili?

Dal punto di vista degli utenti disabili esistono diversi tipi di software in grado di eseguire dei test o di simulare la visualizzazione del sito come se si sofferisse di un certo tipo di disturbo, in questa sezione viene affrontato prima di tutto la risposta del sito al problema degli utenti daltonici, tramite il test offerto dal sito vischeck (<http://www.vischeck.com/>) e in seguito sono stati effettuati dei test tramite il tool chiamato JAWS (http://www.freedomscientific.com/fs_products/software_jaws.asp), questo strumento permette di leggere il testo che appare nelle pagine html tramite un sintetizzatore vocale, permettendo agli utenti non vedenti di “ascoltare” il sito.

JAWS permette inoltre di tradurre il testo che viene letto in braille, tramite degli appositi display, il vero problema di questo strumento è che il sito internet deve essere scritto in una maniera opportuna, oppure il codice html, o il codice inerente a script, immagini o titoli verrà letto dal programma come se fosse invece parte del corpo del sito.

I test effettuati da vischeck sono riportati nella figura 38, e il risultato appare largamente positivo, il sito web in esame infatti è perfettamente comprensibile anche per quegli utenti con problemi di daltonismo.

Per quanto riguarda invece il test con JAWS, dopo un test accurato è apparso subito come questo sito non permetta una corretta “visualizzazione” tramite questo metodo alternativo, i problemi sono principalmente dovuti al codice che compone la pagina, che non è stato evidentemente pensato e strutturato per essere letto da programmi come JAWS.

Per quanto riguarda i problemi di daltonismo invece, considerando che i colori principali del sito sono il rosso ed il grigio è stato effettuato un test che simula i problemi relativi al colore rosso, ottenendo il risultato di figura 38.



Figura 38: Confronto tra la home page normale e con problemi di daltonismo.

In questo tipo di test appare evidente come scegliendo il rosso come colore principale si diano problemi agli utenti soggetti a daltonismo, sebbene comunque l'accessibilità del sito non cambi, infatti il colore rosso viene utilizzato come sfondo, o comunque come colore prettamente estetico e non relazionato ai contenuti, pertanto anche utenti che soffrono di tale problema sono in grado di utilizzare correttamente ed in pieno il sito web in esame.

Sintesi:

Punti di forza:

- Elementi prettamente estetici (immagini / animazioni) sono praticamente assenti, aumentando la funzionalità del sito.
- Le pagine web ed i loro contenuti (principalmente testo) hanno una dimensione molto piccola e risultano quindi molto veloci nella visualizzazione.

Punti di debolezza:

- Basso livello di popolarità nei motori di ricerca e una modesta quantità di riferimenti esterni.
- Problemi di compatibilità con browser che utilizzano un parsing html molto preciso.
- Poco compatibile con JAWS, e in generale con gli utenti disabili.

3.7. USABILITÀ

Valutazione: 2

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

Analisi:

Per valutare la usabilità del sito è stato svolto un piccolo test di usabilità, secondo le fasi esposte a lezione:

1. Preparazione del test: fase in cui viene organizzato il gruppo di utenza, definizione degli obiettivi e dei casi di uso, preparazione pratica dell'ambiente del test, redazione dei questionari e definizione delle metriche di valutazione:
2. Esecuzione del test: viene sottoposto agli utenti un piccolo questionario per individuare le loro skill a priori del test, viene assicurato agli utenti che non sono loro ad essere i soggetti del test, ma è il sistema ad esserlo, e che nel contesto della Human Computer Interaction (HCI) quando un utente ha dei problemi è spesso colpa degli sviluppatori, viene lasciato loro un momento per navigare su dei siti casuali, per metterli a loro agio e portarli in uno schema mentale il più possibile simile a quello che potrebbero avere nella realtà (con le conseguenze legate allo stress sulla memoria a breve termine), viene suggerito agli utenti di effettuare del thinking-aloud per ottenere la maggior quantità di informazioni possibili da questa fase.
3. Analisi dei risultati: vengono analizzati i risultati ottenuti passivamente dall'analisi del test di usabilità e viene sottoposto un secondo questionario agli utenti per cercare di comprendere al meglio la loro valutazione del sistema.
4. Elaborazione dati e conclusione: i dati sono stati organizzati in tabelle, dalle quali sono emersi i risultati, e quindi tratte le conclusioni sul sistema.

Per ottenere una analisi della usabilità precisa ed affidabile, è necessario selezionare un gruppo di utenti come base per il testing del sito web, in particolare è stato scelto un gruppo di utenti, ai quali stato affidato uno stesso compito da svolgere all'interno del sito web in esame.

Per svolgere questo compito è stato selezionato un gruppo di cinque utenti, questo numero garantisce il maggior numero di problemi individuati in relazione al numero di utenti, secondo vari studi effettuati sugli usability test (espressi anche nel libro di testo).

E' stata eseguita una breve fase di user analysis, dalla quale è emerso che il bacino di utenza del sito è piuttosto eterogeneo, come già espresso ci sono servizi mirati alle famiglie, ai privati, ed alle piccole medie imprese (PMI).

La lista dei compiti scelta è stata stilata in seguito ad una fase di task analysis, sugli utenti selezionati nel test di usabilità, e i criteri di valutazione sono: tempo impiegato ad eseguire le operazioni, success-rate e grado soddisfazione dell'utente.

La lista dei compiti da realizzare è stata stilata tenendo in considerazione gli obiettivi del sito, in modo da far eseguire agli utenti le operazioni più importanti e pertinenti, i risultati ottenuti sono stati inseriti in una tabella, indicante il tasso di successo delle operazioni, questa tabella congiuntamente con le risposte ad alcune domande poste agli utenti dopo che hanno svolto questi compiti va a rappresentare l'usabilità del sito web in esame.

La figura 39 rappresenta l'elenco degli utenti selezionati per il test svolto, e le loro competenze informatiche, è importante osservare che nessuno degli utenti scelti conoscesse il sito web in esame (www.ngi.it) prima di questo test, il campo ID rappresenta il nome che è stato assegnato ad ogni utente durante il test, mentre il valore che rappresenta livello di conoscenza informatica è rappresentato da un valore che va da un minimo di 0 ad un massimo di 4.

ID	Nome	Età	Conoscenza inf.	Professione
U1	Morena	23	3	Fisioterapista
U2	Alessia	18	2	Studentessa
U3	Daniela	41	1	Casalinga
U4	Damiano	22	2	Operaio
U5	Mauro	36	3	Operaio

Figura 39: Utenti scelti per il test di usabilità

LISTA DEI TASK DA SVOLGERE DURANTE IL TEST

1. Iscrivere al sito Web.

Questa operazione comprende tutti i passi necessari a creare un nuovo account utente, questo tipo di account viene utilizzato per effettuare gli acquisti on-line o richiedere di sottoscrivere degli abbonamenti presso l'azienda, durante la registrazione viene assegnato un nome utente, una password ed un codice di identificazione utente, questo compito è stato scelto in quanto rappresenta un passo obbligato per chiunque voglia utilizzare il sito.

I maggiori problemi riscontrati dagli utenti di test, sono dovuti alla mancanza di una apposita sezione utente, dove poter accedere ai propri dati, o nel caso non si abbia ancora un account, crearne uno, nella home page come trattato in precedenza in questa relazione infatti, manca un link che permette di creare un nuovo account utente.

Gli utenti più esperti hanno provato ad effettuare un login a caso, sperando che nel messaggio di errore venisse fornito un link dove potersi registrare al sito, questo non accade, e quindi si è portati a effettuare una ricerca frustrante, dove quasi tutti gli utenti hanno avuto dei problemi, alcuni addirittura hanno deciso di non proseguire oltre.

2. Sottoscrivere un abbonamento di tipo Voice over Internet Protocol (VoIP).

Un altro compito molto importante, considerando la rapida espansione di questo tipo di tecnologia nella vita odierna, questa operazione è stata compiuta in maniera efficace da tutti gli utenti, una osservazione interessante a questo proposito è che solo un utente ha notato il banner nella Home page che richiamava a questo servizio, mentre gli altri hanno dovuto cercare nel sito offerte di questo tipo.

3. Ricaricare il proprio profilo VoIP di 30€.

Anche questa operazione è stata compiuta in maniera veloce ed efficiente dalla maggior parte degli utenti, nella stessa sezione in cui hanno attivato il proprio account infatti è presente una lista delle ricariche disponibili, il processo di richiesta vero e proprio è stato solo simulato, e anche a quel riguardo non ci sono stati particolari problemi, considerando che il sito utilizza un metodo di acquisto online di tipo "carrello virtuale", noto alla maggior parte dell'utenza.

4. Visualizzare la pagina dei contatti GLOBALE del sito (contenente quindi tutte le e-mail n# di telefono, Fax, ed eventualmente posta ordinaria.).

Un'altra operazione importante, ai fini comunicativi con gli utenti, nel sito è presente una pagina che contiene tutti i contatti, suddivisi per i diversi servizi offerti, ovvero è presente una E-mail per le richieste di informazione riguardanti l'adsl, una per i VoIP e così di seguito, in modo da dividere il traffico ed il carico di lavoro in maniera adeguata.

Purtroppo questa pagina dei contatti non è facilmente raggiungibile, essendo nascosta sotto la sezione "azienda", a mio parere dovrebbe essere posta in una posizione molto più visibile, essendo un servizio ed una risorsa importantissima per gli utenti.

Durante il test svolto infatti alcune persone non sono riuscite a trovare questa pagina dei contatti, abbandonando il compito dopo alcuni minuti, quando esso era divenuto frustrante.

5. Acquistare un modem ADSL.

A riguardo di questo compito gli utenti hanno subito compreso l'importanza del navigatore posizionato in alto alla pagina, ed hanno subito associato la necessità di comprare un modem con la voce "accessori", in seguito si procede con un acquisto utilizzando il metodo del carrello virtuale, anche a questo proposito gli utenti non hanno avuto difficoltà ed il compito è stato svolto in maniera precisa e veloce da tutto il gruppo di test.

Come già detto in precedenza, dopo aver raccolto i dati relativi ai diversi utenti abbiamo posto loro alcune domande, per ottenere ulteriori informazioni da questo test, la nomenclatura degli utenti rispetta quella mostrata nella figura.

RIASSUNTO DELLE DOMANDE SOTTOPOSTE AGLI UTENTI:

- Che impressione ti ha dato la home page del sito?
 - U1: Molto professionale, forse anche troppo.
 - U2: Ci sono dei termini troppo complicati e troppo testo.
 - U3: Troppo caotica.
 - U4: E' troppo mirata agli utenti professionisti.
 - U5: Buona, ci sono poche immagini o animazioni fastidiose.
- Quali aspetti non ti sono piaciuti del sito (funzioni, link, organizzazione)?
 - U1: Il sito funziona bene, è un po' difficile trovare le giuste pagine web.
 - U2: Ci sono troppi termini incomprensibili, mentre avrebbero potuto usare concetti più comprensibili.
 - U3: Manca una funzione di ricerca.
 - U4: Il sito in se mi pare organizzato bene, ma non è intuitivo come utilizzo, comunque dopo che si è compreso come funziona il tutto si semplifica.
 - U5: Una cosa importante come la creazione di un nuovo account dovrebbe essere più visibile

- Quali invece, hai apprezzato?
 - U1: Mi è piaciuto molto il navigatore in alto alla pagina.
 - U2: Dalla home page è possibile direttamente arrivare alle offerte più importanti.
 - U3: C'è una grande area di assistenza ai clienti, mi pare una cosa positiva.
 - U4: i contenuti del sito sono efficienti, e si limitano allo stretto necessario, senza includere funzioni inutili per apparire.
 - U5: La barra grigia in alto alla pagina per spostarsi nel sito, con i link a scomparsa.

- Se potessi cosa cambieresti nel sito?
 - U1: Non saprei, credo aggiungerei più dati nel navigatore.
 - U2: Non saprei / niente.
 - U3: Un pannello utente / login più facile da utilizzare.
 - U4: Utilizzerei dei nomi o dei loghi di più immediata comprensione, ad esempio “elimina il canone telecom” dovrebbe essere più visibile.
 - U5: Cercherei di raccogliere di più le informazioni.

- Come hai trovato la grafica del sito?
 - U1: Molto povera.
 - U2: Scadente.
 - U3: Non attraente.
 - U4: Potrebbe essere meglio.
 - U5: Scarna, ma a mio parere adeguata agli obiettivi del sito.

- Sono chiari fin da subito gli obiettivi del sito, o l'ambito delle offerte commerciali che offre?
 - U1: Abbastanza.
 - U2: No.
 - U3: Non da subito, si capisce che offre connessioni ADSL, ma le altre offerte non si capisce a cosa si riferiscano.
 - U4: No.
 - U5: Si capisce che offre connettività ad internet e servizi di VoIP, ma non è molto intuitivo.

- Ti sembra che il sito venga costantemente aggiornato?
 - U1: Non saprei rispondere.
 - U2: Credo di sì.
 - U3: Non so.
 - U4: Sembra di sì.
 - U5: Non si può capire, manca una data di aggiornamento o una sezione news.

- Se puoi, dai un giudizio sul sito web, in relazione ad un'altro analogo che già conosci.
 - U1: Rispetto ai siti di libero, tiscali, telecom questo sito offre solo connettività e offerte, senza la parte di informazioni news chat e altro, mi sembra più diretto.
 - U2: Non penso di conoscere dei siti analoghi.
 - U3: Conosco il sito di tele2, e mi sembra che faccia le stesse cose in maniera più semplice, usando meno testo su schermo.
 - U4: Non conosco altri siti di questo tipo.
 - U5: Gli altri siti di provider mettono ben in evidenza con loghi e grandi immagini le offerte di punta e il prezzo, in questo sito a tutte le informazioni è data la stessa importanza (come grandezza dei caratteri ecc) mi pare poco produttivo.

- Il sito permette un accesso veloce? (Test eseguito con ADSL bassa fascia).
 - U1: Decisamente si.
 - U2: Si
 - U3: Si.
 - U4: Credo di si.
 - U5: Il sito è molto leggero e veloce.

- Pensi che consiglierai il sito amici o conoscenti, nel caso avessero bisogno di servizi ADSL/Voip ecc.?
 - U1: Probabilmente si, ma non sono riuscita a capire quanto siano vantaggiose le offerte commerciali rispetto agli altri provider.
 - U2: No.
 - U3: Si.
 - U4: Nel caso avessero bisogno di servizi di livello professionale si, nel caso fossero utenti "normali" non credo.
 - U5: Sicuramente, mi sembra una azienda molto seria.

Considerazioni finali sul test utente:

Dal test effettuato e dal breve colloquio avuto con gli utenti di test è stato possibile capire quali fossero gli elementi positivi e negativi che è possibile notare sul sito web in esame.

La prima osservazione che è stata fatta notare dalla maggior parte degli utenti appartenenti al gruppo è quella di una comunicazione poco strutturata nella home page, tutte le informazioni, tutto il testo ha lo stesso stile e dimensione, pertanto non risultano abbastanza evidenti le offerte più importanti del sito, come ad esempio una linea ADSL senza canone telecom o un servizio di tipo VoIP, che statisticamente sono le tipologie a cui l'utenza media è più interessata.

All'interno dei compiti scelti sono stati inseriti, come già detto dei compiti molto comuni, tutti hanno richiesto mediamente un tempo abbastanza elevato, anche nel caso di quelle persone con una discreta dimestichezza con la navigazione di siti internet, questo è dovuto alla mancanza di una struttura gerarchica nel sito, nel caso dei contenuti (come nel caso della pagina dei contatti, per la sottoscrizione di abbonamenti VoIP ecc) ed al sistema di login, che è un po ostico in fase di registrazione, inoltre come già fatto notare c'è bisogno di due account differenti, nel caso si vogliono fare transizioni commerciali o richiedere assistenza mediante l'apposita sezione del sito.

Per quanto riguarda il resto dei test non ci sono stati grandi problemi, a parte il linguaggio un po' troppo tecnico utilizzato dal sito, che è assolutamente inadatto ad utenti non esperti, ai quali risulta quasi totalmente preclusa una navigazione piacevole del sito, infatti se non fosse stato un test, con tutta probabilità gli utenti avrebbero concluso la navigazione molto prima del tempo riportato nella tabella.

Dal punto di vista degli aspetti positivi gli utenti erano unanimi sulla velocità con cui le pagine venivano aperte e i contenuti mostrati, oltre che alla piacevole mancanza di elementi decorativi troppo insistenti, inoltre il navigatore si è rivelata una scelta azzeccata, ed infatti è stato il mezzo principale tramite il quale gli utenti sono riusciti a svolgere i compiti a loro indicati, purtroppo sarebbe opportuno lasciare nella home page dei link più visibili di quelli che già ci sono, per attirare l'attenzione in maniera migliore, e semplificare quindi la navigazione del sito.

Sintesi:

Punti di forza:

- Il navigatore si rivela uno strumento intuitivo ed efficace.
- Le pagine vengono caricate in maniera molto veloce, grazie alla assenza di contenuti prettamente estetici.
- Presenza di una sezione relativa all'assistenza clienti, apprezzata dalla maggior parte degli utenti.

Punti di debolezza:

- Termini utilizzati troppo complicati e poco intuitivi.
- Mancanza di richiami ai prodotti più importanti, come ad esempio testo o immagini in netto risalto con il contesto.
- Risulta molto complicato riuscire ad iscriversi al sito.
- Alcuni contenuti importanti

3.8. SINTESI

In sintesi è possibile descrivere il sito di NGI, reperibile all'indirizzo web <http://www.ngi.it> come un sito web mirato ad una stretta cerchia di utenti esperti, o ad una realtà tipicamente aziendale, in ogni caso, la struttura ed i contenuti del sito sono senza dubbio orientati verso una utenza con delle conoscenze tecniche discrete.

A differenza degli altri service provider, che cercano di utilizzare grafiche attraenti, grandi immagini e simbologie di immediato utilizzo e comprensione il sito web di ngi punta tutto sulla qualità del servizio, mettendo in mostra quelli che sono i dettagli tecnici delle proprie offerte, fin dalla Home page.

Questo approccio può essere interessante e pratico solo per gli utenti con una conoscenza tecnica adatta, le analisi effettuate mostrano che molti utenti si stancherebbero della navigazione del sito web ancora prima di poter comprendere quali siano le effettive potenzialità delle offerte commerciali del sito web di NGI.

Da un punto di vista puramente tecnico il sito è strutturato molto bene, tranne per alcuni accorgimenti e migliorie che sono sicuramente possibili, in particolare riguardanti la nomenclatura e la posizione di alcuni contenuti e le modalità di registrazione di un account cliente.

Un'altra debolezza del sito web in questione è la mancanza di una mappa del sito, uno strumento molto importante, che permette di accedere ai contenuti in maniera veloce e precisa, evitando all'utente di perdere del tempo alla ricerca delle singole pagine web.

Tra i punti di vista positivi sicuramente spicca la professionalità delle pagine web e del sito in generale, veloce efficiente e privo di animazioni o effetti fastidiosi, il sito di ngi è pensato in maniera funzionale e trascurando l'estetica a questo proposito, inoltre il fantastico supporto clienti e la velocità e precisione delle risposte dell'ufficio customer care, sia telefonicamente che tramite E-mail.

I diversi dati che sono stati raccolti durante l'analisi, sono stati divisi in categorie, ed in seguito valutati, le diverse valutazioni, una volta corrette per rispecchiare il loro peso nella valutazione della rispettiva categoria sono state rappresentate in dei grafici a stella, che sono riportati in seguito.

Categoria	Elementi	Valutazione	Peso	Media pesata
Architettura :				2,17
	Struttura del sito	3	3	9
	Mappa del sito	0	1	0
	Navigazione	2	2	4
Comunicazione :				2
	Obiettivi del sito	2	3	6
	Coerenza con brand	2	1	2
	Grafica	2	3	6
Funzionalità :				2,41
	Trattamento errori	1,5	3	4,5
	Strumenti di ricerca	2	2	4
	Comunicazioni	3,5	3	10,5
	Funzioni corrette	2,5	3	7,5
Contenuto :				2,29
	Classificazione	3	2	6
	Stile	2	2	4
	Pertinenza	3	1	3
	Localizzazione	1,5	2	3
Gestione :				3,33
	Disponibilità	4	3	12
	Controlli accesso	n/a	n/a	0
	Aggiornamenti	2	3	6
	Relazioni con utenti	4	3	12
Accessibilità :				2,14
	Tempi accesso	3	3	9
	nome del sito	3	1	3
	Reperibilità	2	3	6
	Referenze	2	3	6
	Compatibilità browser	2	2	4
	utenti disabili	1	2	2
Usabilità :				2
	Efficacia	3	4	12
	Efficienza	2	4	8
	Gradimento	1	4	4

Figura 40: Grafico delle categorie con la valutazione finale.

I dati raccolti nella tabella mostrata in figura 40 derivano dalle valutazioni assegnate ad ogni singola categoria di valutazione che è stata affrontata durante la valutazione, la media che è indicata è una media pesata, in base all'importanza delle singole valutazioni ai fini del sito.

Ad esempio alla mappa del sito è stato assegnato un voto pari a 0, dato che essa è assente in compenso il peso di questo voto è pari ad 1, in quanto sebbene sia uno strumento importante non è fondamentale ai fini della navigazione come ad esempio la struttura del sito, le medie pesate finali sono state in seguito inserite e quindi rappresentate all'interno di un grafico a stella, mostrato in figura 41.

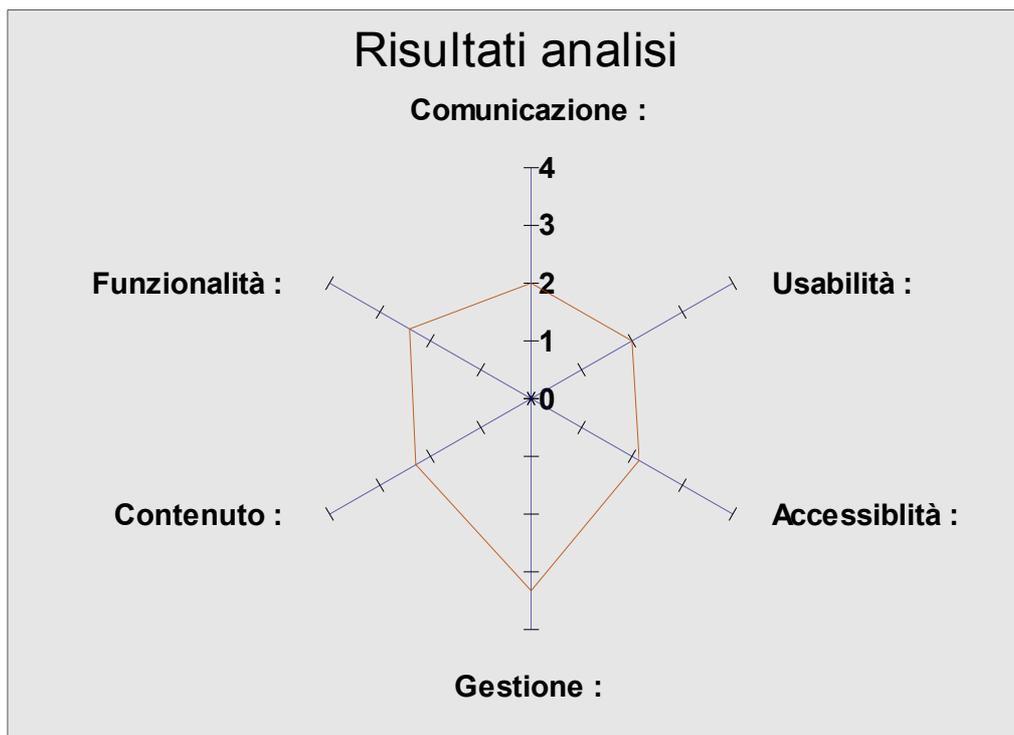


Figura 41: Grafico a stella relativo alle diverse categorie della valutazione.

Dal grafico di figura 41, appare evidente come già indicato all'interno delle riflessioni iniziali, che il punto di forza del sito di NGI è la gestione dei contenuti e il rapporto con gli utenti, queste valutazioni positive dipendono prima di tutto dalla sezione che descrive la realtà aziendale di ngi, ed alla sezione che descrive gli andamenti di bilancio della azienda, fino ad arrivare alle diverse modalità di assistenza (ticket, telefono, e-mail) che sono seguite in maniera impeccabile dal customer care, le relazioni con gli utenti sono molto importanti, permettono di creare un senso di sicurezza rispetto alle offerte commerciali, infatti gli utenti sono invogliati ad acquistare un servizio, se sanno di poter ricevere tutto l'aiuto possibile da parte dell'azienda.

Le altre categorie hanno una valutazioni molto vicine tra di loro, e rappresentano secondo lo standard di valutazione assunto, un punteggio sufficiente o appena sufficiente, significa che ogni valutazione di categoria è composta da una serie di aspetti positivi e negativi, che sono stati discussi ed analizzati all'interno delle singole sezioni.

Come valutazione complessiva del sito web è importante notare come gli approci descritti dal libro di testo "il check-up dei siti web" siano professionali e precisi, pertanto una valutazione generale più che sufficiente (vedi figura 42), ottenuta secondo tali standard è un risultato più che soddisfacente per un sito web normale, ovvero un sito web che funge solo da mezzo di comunicazione, senza dover essere un esempio di struttura forma e usabilità, sarebbe comunque importante per i gestori del sito seguire i semplici accorgimenti elencati alla conclusione di questa analisi, in modo da migliorare il proprio sito web, e quindi aumentare la quantità di utenza che ne risulterà soddisfatta.

Media finale	2,33
---------------------	-------------

Figura 42: Media finale di tutte le categorie di valutazione.

Per completezza di informazione nella figura sottostante (Figura 43) viene riportato un altro grafico a stella, questa volta espanso a tutte le singole voci di valutazione.

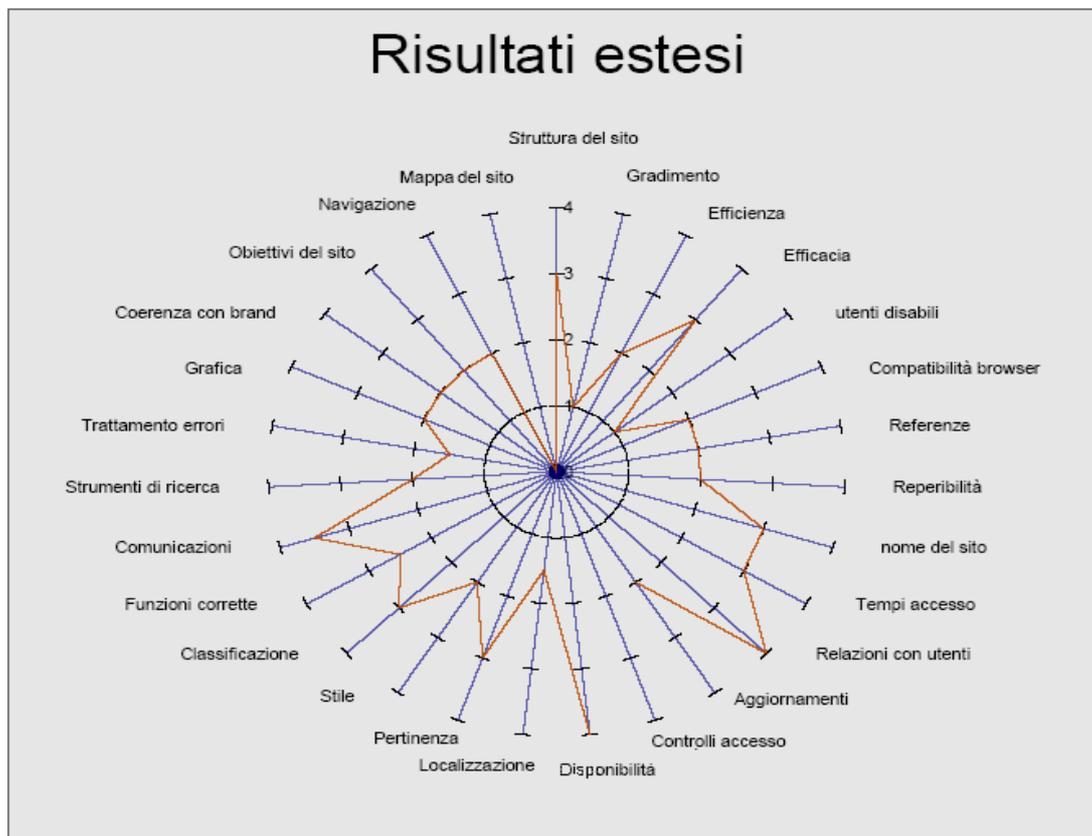


Figura 43: Grafico a stella di tutte le voci delle categorie.

Punti di forza:

- Impostazione professionale del sito.
- Strumento di navigazione principale adeguato (navigatore), visibile da tutte le pagine.
- Possibilità di tornare alla Home page da tutte le pagine, cliccando sul logo.
- Dimensione delle pagine molto modesta, adatta a tutti i tipi di connessione internet.
- Ottimo supporto ai clienti da parte dello staff tecnico via e-mail e via la sezione assistenza.
- Assenza di funzioni errate o link spezzati all'interno delle pagine web.
- Strumento intuitivo per l'acquisto del materiale (carrello virtuale)
- La area clienti (dopo aver effettuato il login) è essenziale ma funzionale, consultabile tramite un navigatore dinamico a due livelli.
- Nome del sito internet molto breve e facilmente ricordabile.

Punti di debolezza:

- Il linguaggio utilizzato risulta troppo tecnico agli occhi degli utenti meno esperti.
- Difficoltà nel registrare un nuovo account cliente.
- Mancanza di compatibilità con i principali sistemi di assistenza alla navigazione per i disabili.
- Problemi nella reperibilità tramite motori di ricerca, sia per un " ranking " troppo basso sia (nel caso di yahoo) per una erronea descrizione dei contenuti del sito.
- Alcuni contenuti importanti sono troppo difficili da raggiungere (pagina dei contatti).

- Incongruenza con lo standard di buona programmazione dei contenuti html dettato dalla W3C.
- Mancanza totale della lingua inglese per il sito principale, presente invece nella sezione assistenza.
- Mancanza di una mappa del sito, per facilitare l'accesso ai diversi contenuti.

4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

- Migliorare la visibilità e la semplicità di accesso alla pagina per creare un nuovo account cliente.
- Aggiornare il record nel motore di ricerca di yahoo riguardante il nome e il significato della sigla NGI per eliminare la confusione creata tra una descrizione come service provider e un sito di videogames.
- Sottolineare l'importanza degli aggiornamenti di sicurezza del sito web allo staff tecnico (in relazione alla violazione della sicurezza subita in passato).
- Inserire la possibilità di visualizzare i contenuti delle pagine in inglese, per poter ampliare le possibilità di fruizione del sito web da parte dell'utenza mondiale.

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

- Inserire la possibilità di selezionare la dimensione del testo in maniera nativa, rispettando così la formattazione delle pagine, per aiutare gli utenti con problemi di vista.
- Utilizzare una terminologia molto più semplice ed immediata nelle prime pagine del sito, lasciando i dettagli tecnici per i livelli di navigazione sottostante, per ottenere una maggior navigazione da parte degli utenti meno esperti tecnicamente.
- Migliorare la reperibilità della pagina dei contatti.
- Permettere di utilizzare lo stesso account per l'area clienti e l'area di assistenza.
- Aggiungere delle descrizioni tra i nomi che l'azienda associa alle offerte e la loro natura tecnica (per esempio rendere subito chiaro che il servizio Squillo è una offerta sul mondo VoIP).
- Utilizzare uno slogan intuitivo e pertinente ai contenuti offerti.
- Utilizzare maggiori richiami nella home page verso le offerte di punta della azienda (come ad esempio banner).
- Sistemare il codice html per renderlo compatibile al 100% con lo standard suggerito dalla associazione W3C.
- Cercare di migliorare la reperibilità tramite i motori di ricerca.

Priorità 3: Interventi auspicati

- Migliorare la grafica del sito, per rendere più gradevole la navigazione senza perdere l'aspetto funzionale e professionale del sito.
- Inserire una funzione di ricerca della parte principale del sito web.
- Inserire una mappa del sito per aumentare la reperibilità dei contenuti.
- Rendere più informativi e funzionali i messaggi di errore relativamente ai login errati.
- Impedire il login quando i campi user e password sono vuoti.

- Inserire una barra di stato che indica la profondità a cui ci si trova tramite la tecnica “bread crumb” che permette di sapere sempre dove ci si trova e se necessario tornare alle pagine precedenti in maniera veloce.