

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA
FACOLTA' DI SCIENZE MATEMATICHE, FISICHE E NATURALI
CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA

ESAME DI INTERAZIONE UOMO MACCHINA

Appello del 24 giugno 2004

DOCENTE: ROBERTO POLILLO

VALUTAZIONE DELLA QUALITA' DI UN SITO WEB

www.alfaromeo.it

17/06/2004

Colnaghi Matteo
Viganò Daniele
Zanini Marco

matricola 041881
matricola 040847
matricola 040570

flyforever82@yahoo.it
superpelo@tiscali.it
zano82mar@libero.it

1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito

www.alfaromeo.it

Home Page

The screenshot displays the Alfa Romeo website's home page. At the top, there's a navigation bar with the slogan "La bellezza non basta." and the Alfa Romeo logo. Below this is a secondary navigation menu with categories: Storia, Design, Tech, Modelli, Servizi, Sport, Community, My garage, Alfa Style, and News. The main content area is divided into several sections. On the left, there's a large image of a silver Alfa Romeo car. Below it are buttons for "Car Configurator", "Test-drive", and "Comparison". A search bar with a "Ricerca" button and a "Seleziona un modello" dropdown menu are also present. A chat window features a virtual assistant named Giulietta, with the text "Parla con Giulietta, l'assistente virtuale Alfa Romeo, sarà lieta di rispondere ad ogni tuo dubbio e curiosità!" and a "Parla con..." button. The central "News" section lists several articles with dates and titles, such as "feel rouge 2004: momenti in puro stile Alfa Romeo" and "Campionato Europeo Turismo". The right sidebar contains an "Area Utente" section with login and registration options, and promotional banners for "50 Giulietta", "Alfa Romeo Services", and "Alfa GT".

Requisiti generali del sito

Lo scopo di questo sito è quello di aumentare l'immagine dell'azienda presentando le nuove auto prodotte, lo stile della casa, l'impegno tecnologico e sportivo.

Questo sito è rivolto a gli utenti che sono interessati ad ottenere informazioni riguardante il marchio, a documentarsi preventivamente prima di acquistare un prodotto Alfa e a coloro i quali sono interessati alla manutenzione della propria autovettura.

Obiettivi della valutazione

Il nostro obiettivo è quello di valutare la praticità e le funzionalità degli strumenti messi a disposizione sul sito, con particolare attenzione a quelli visibili dalla home page. Gli aspetti da noi presi in esame riguardano la parte dei modelli d'auto disponibili in commercio e i servizi che aiutano nel mantenimento e nella manutenzione della propria automobile; ci siamo soffermati in particolare sulle seguenti funzioni:

- ✓ car configurator: aiuta l'utente a scegliere il modello desiderato guidandolo nella configurazione e fornendone il relativo costo.
- ✓ comparison: offre la possibilità di mettere a confronto modelli standard e personalizzati.
- ✓ assistente virtuale: è una funzione interessante per l'alto grado di interattività estremamente innovativo per un software destinato al web.

2. METODOLOGIA USATA

Il gruppo è composto da tre ragazzi di pari età provenienti da istituti superiori diversi: uno dall'istituto tecnico (perito informatico) e gli altri due dal liceo scientifico-tecnologico.

E' stato deciso di svolgere il lavoro di valutazione dei vari aspetti collaborando tutti insieme per poter confrontare punti di vista differenti.

Per conseguire il nostro scopo ci siamo avvalsi dell'ausilio di alcuni strumenti gratuitamente disponibili in rete:

- la funzione "link" di google.it per determinare la link popularity del sito;
- netcraft.com per ottenerne la disponibilità;
- watson.addy.com per individuare eventuali link spezzati e per determinare il peso delle pagine;

L'intero progetto ci ha impegnati per un totale di circa 35 ore: 8 ore per la fase di test e le rimanenti per l'analisi e la valutazione finale del sito.

3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 3

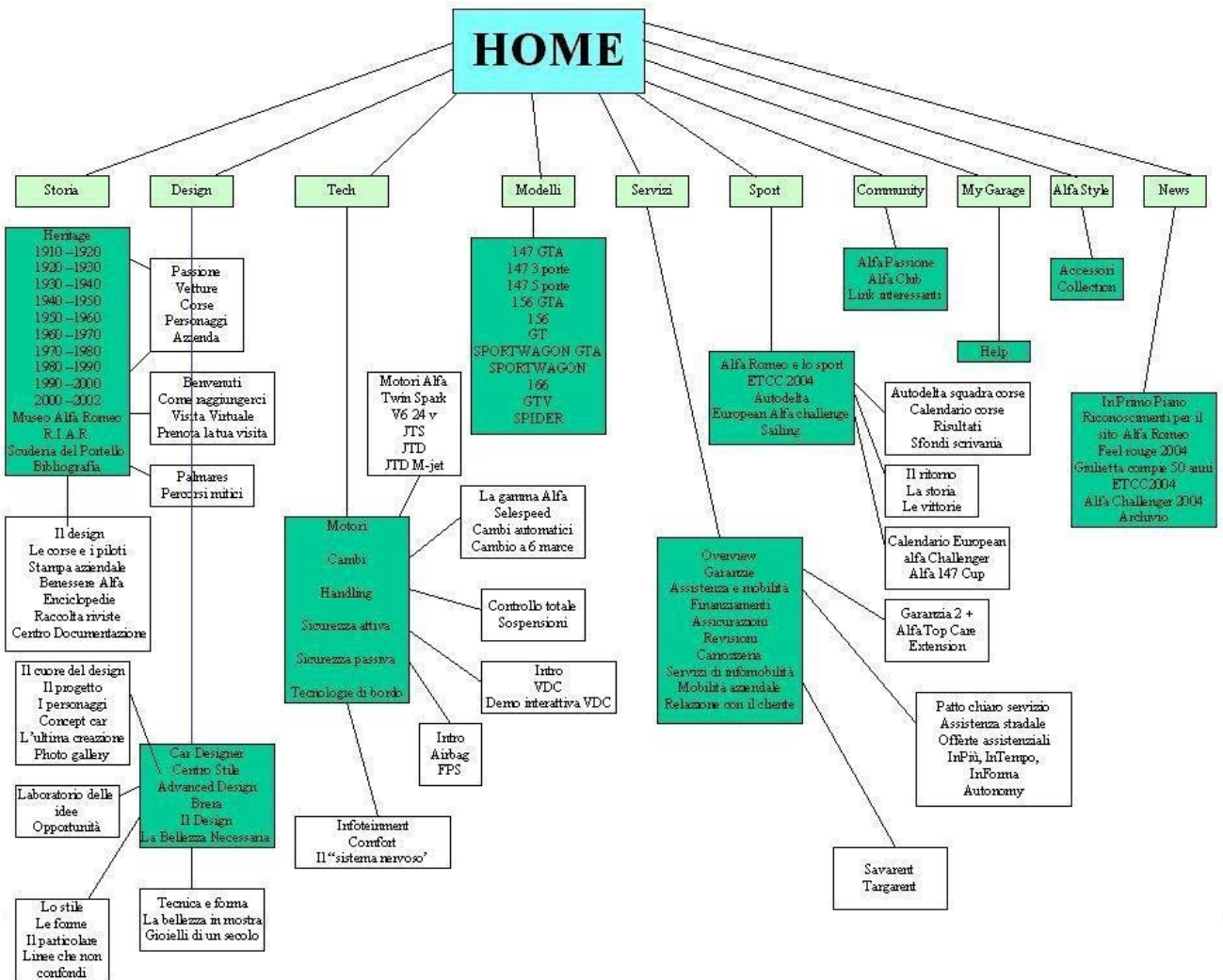
Legenda: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo

Struttura

Il sito è ben strutturato e suddiviso in sei aree tematiche principali ognuna delle quali va a toccare un obiettivo fondamentale quale la celebrazione storica, l'impegno sportivo, lo stile Alfa, l'assistenza ai clienti, ecc.

Il sito si presenta di immediata comprensione anche grazie alla terminologia utilizzata per denotarne le varie parti che si presentano ben caratterizzate senza sovrapposizione di contenuti.

Come si può vedere dall'immagine sottostante la struttura è molto articolata; non vengono riportate, per non compromettere la leggibilità dell'immagine già molto complessa, le numerose scorciatoie e le strutture che permettono una navigazione orizzontale e trasversale molto utilizzata nel sito.



Mappo del sito


Ogni pagina del sito presenta nella parte superiore un link alla mappa rappresentato però da un'icona di dimensioni ridotte e di difficile interpretazione.

Tale mappa, strutturata ad albero fino al terzo livello, mostra in modo chiaro la suddivisione dei contenuti nelle varie aree anche se purtroppo non è completa in quanto non sono indicate le sezioni: "Community", "My garage", "Alfa Style" e "News".

La terminologia utilizzata corrisponde a quella presente all'interno dei menù e le foglie di questa struttura ad albero sono collegamenti diretti alla relativa pagina.


Abbiamo direttamente riscontrato che l'utilizzo non è sempre immediato in quanto, l'icona grigia, rappresentante le foglie, può forviare a causa delle sue dimensioni che sono nettamente maggiori rispetto all'icona raffigurante il nodo.


Lo spazio disponibile non è utilizzato con efficacia in quanto almeno un terzo dello schermo rimane vuoto costringendo gli utenti ad un inutile scroll verticale.

La bellezza non basta.  Italia Global Home | Contattaci | Area Utente | Concessionari | Car Configurator

Storia | Design | Tech | Modelli | Servizi | Sport | Community | My garage | Alfa Style | News


Mappa Sito

Seleziona un modello 

Padroni della strada, in tutti i sensi 


La mappa del sito

Storia	Design	Tecnologia
<ul style="list-style-type: none"> ■ Heritage ▶ 1910-1920 ▶ 1920-1930 ▶ 1930-1940 ▶ 1940-1950 ▶ 1950-1960 ▶ 1960-1970 ▶ 1970-1980 ▶ 1980-1990 ▶ 1990-2000 ▶ 2000-2002 ▶ Museo Alfa Romeo ■ R.I.A.R. ▶ Scuderia del Portello ▶ Bibliografia 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Car Designer ▶ Centro Stile ▶ Advanced Design ■ Brera ▶ Il Design ▶ La Bellezza Necessaria 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Motori ▶ Cambi ▶ Handling ▶ Sicurezza attiva ▶ Sicurezza passiva ▶ Tecnologie di bordo
Modelli	Servizi	Sport
<ul style="list-style-type: none"> ■ Intro Models ▶ 156 GTA ▶ GT ▶ 156 ▶ SPORTWAGON GTA ■ nuova 166 ▶ SPORTWAGON ▶ 166 ▶ 147 3 porte ▶ 147 5 porte ▶ 147 GTA ▶ GTV ▶ SPIDER 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Overview ▶ Garanzie ▶ Assistenza e mobilità ■ Finanziamenti ■ Assicurazioni ■ Revisioni ■ Carrozzeria ■ Servizi di infomobilità ▶ Mobilità aziendale ■ Relazione con il cliente 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alfa Romeo e lo sport ▶ ETCC2004 ▶ Autodelta ▶ European Alfa Challenge ■ Sailing

 Top


Navigazione


Come raffigurato nell'immagine sottostante l'apparato di navigazione risulta facilmente comprensibile ed utilizzabile anche grazie al fatto che è estremamente coerente con la struttura del sito. Esso è costituito da una barra orizzontale per la navigazione primaria dalla quale è possibile accedere alle diverse sezioni del sito nelle quali troviamo un secondo menù verticale per la navigazione locale.

La bellezza non basta.  Italia Global Home | Contattaci | Area Utente | Concessionari | Car Configurator


Storia | Design | Tech | Modelli | Servizi | Sport | Community | My garage | Alfa Style | News


Design

Seleziona un modello 

Progettare il futuro 

- ▶ Car Designer
- ▶ Centro Stile
- ▶ Advanced Design
- Brera
- ▶ Il Design
- ▶ La Bellezza Necessaria

 Mus Alfa Rom

 Newsletter

Dettaglio del menù per la navigazione locale:



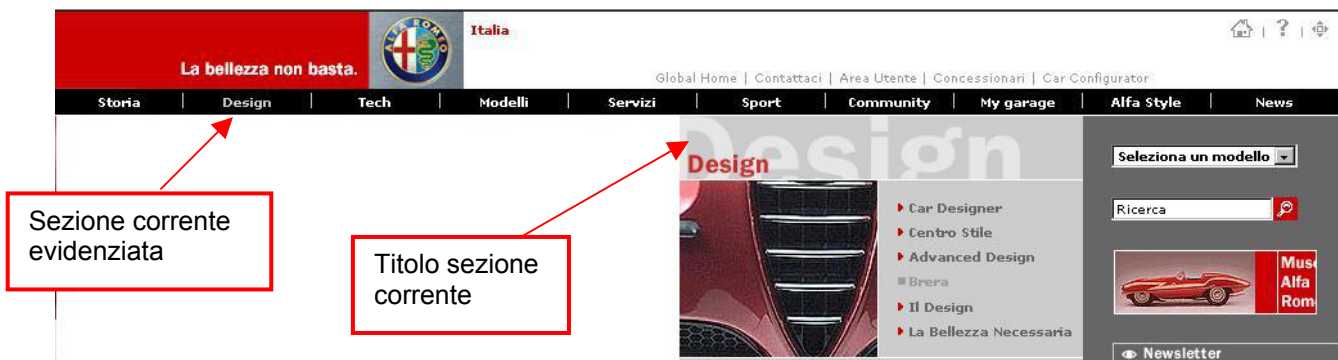
Per l'utente è semplice riuscire a mantenere l'orientamento infatti la voce del menù principale nella quale ci troviamo viene messa in risalto con una colorazione diversa e immediatamente sotto la barra statica di navigazione primaria compare ben leggibile il titolo della macro-area.

Forse sarebbe stato più opportuno utilizzare un colore più risaltante del grigio per evidenziare la voce selezionata.

Particolare del menù selezionato:



Particolare degli ausili per l'orientamento nel sito.



Sintesi:

Punti di forza:

- Il sito è ben strutturato;
- Il contenuto delle sezioni è coerente al loro titolo;
- La navigazione è semplice e immediata;
- Non ci sono problemi di orientamento.

Punti di debolezza:

- La mappa è di difficile individuazione a causa dell'icona;
- La mappa è incompleta e non sfrutta correttamente lo spazio all'interno della pagina.

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 4

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

Home Page

Come già detto in precedenza gli obiettivi del sito sono i seguenti: celebrare e rafforzare il marchio Alfa Romeo, mettere a disposizione un metodo semplice e rapido per documentarsi sulla gamma di vetture in produzione e dare un supporto ai clienti.

Nella Home Page sono immediatamente riconoscibili gli sforzi messi in atto dai progettisti del sito per comunicare all'utente tutti questi obiettivi, infatti troviamo ben visibili i link che guidano il navigatore alle sezioni e alle funzioni chiave del sito.

Brand image

Le associazioni mentali evocate dal brand Alfa Romeo sono:

- auto sportive alla portata di un pubblico relativamente ampio;
- il colore rosso;
- lo stile;
- la tecnologia;
- la forma particolare della calandra;

Osservando il sito sono identificabili tutti i tratti distintivi del brand della casa automobilistica infatti:

- nelle diverse pagine e soprattutto nelle immagini notiamo la presenza del colore rosso;



Esempio di sportività, design e utilizzo del rosso

- nella parte più visibile dell'home è rappresentato il modello più sportivo in produzione, ritratto in una foto che ne valorizza le forme filanti e l'aggressività;



Foto in Home Page



Immagine della sezione sport

- più volte viene ripreso il particolare della calandra a V e, tra le sezioni più in evidenza, ce ne sono due interamente dedicate allo stile e alla tecnologia.



Nella parte fissa e più in evidenza in alto a sinistra di ogni pagina è inserita l'immagine riportata qui sotto che riassume molti dei concetti già citati:



Infatti in essa troviamo il marchio storico dell'Alfa, il colore rosso messo in grande evidenza e uno slogan che esprime con quattro parole tutto un mondo di impressioni e immagini legate al celebre marchio: oltre alla bellezza, nelle auto, c'è stile, tecnologia, aggressività, sportività, leggenda, ecc.

Possiamo quindi affermare che il brand image della casa è coerente col sito e ne viene anche rafforzato da esso.

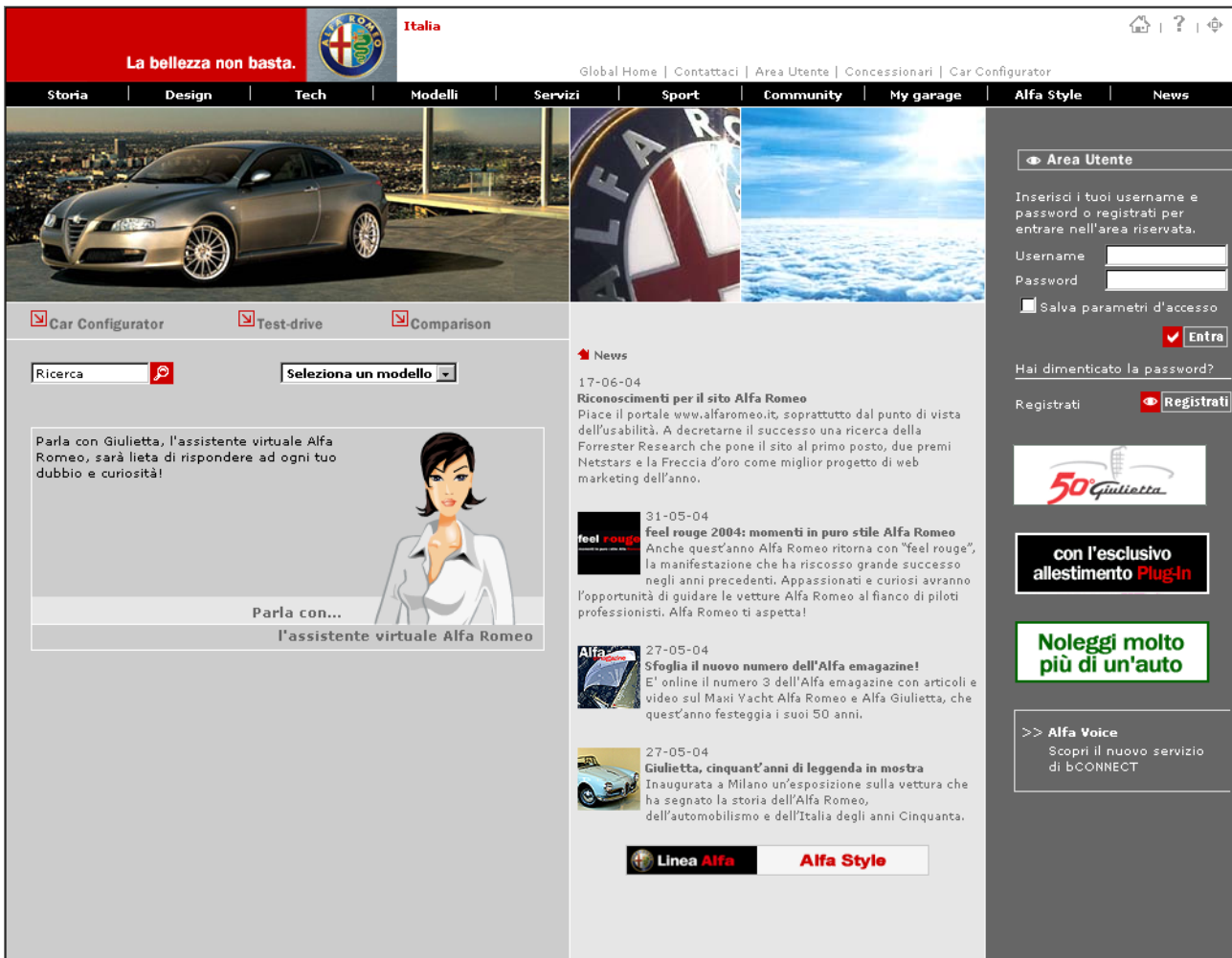
Grafica

Il **layout** della pagina è semiliquido infatti si adatta occupando al meglio tutto lo spazio disponibile, utilizzando immagini di formato diverso, nelle due risoluzioni più utilizzate dai navigatori, cioè 800x600 e 1024x768, mentre con risoluzioni più elevate si crea uno spazio bianco sulla destra.

La **gestalt** delle pagine è ben studiata infatti aiuta nell'individuazione e nella suddivisione delle informazioni all'interno della pagina; ad esempio in home page oltre alla barra orizzontale per la navigazione principale vi è una ripartizione verticale in tre differenti zone: nella prima troviamo le funzioni principali del sito, in quella centrale le news e nella terza una maschera di login e della pubblicità.

In tutte le pagine del sito troviamo sempre nella colonna verticale di destra dei piccoli banner pubblicitari che non disturbano la consultazione delle pagine e che cambiano in numero e contenuto a seconda della sezione in cui ci troviamo. Per esempio nella sezione

sportiva ci sono link al team ufficiale Autodelta e alla collezione di abiti sportivi Alfa, mentre nella parte dei modelli di auto vi si trova la promozione agli stessi.



Utilizzo dei colori per rafforzare la gestalt

L'utilizzo di **colori** differenti rafforza la gestalt delle pagine, infatti la suddivisione verticale in due o tre zone, in base alla pagina, è ottenuta attraverso l'utilizzo di una scala di grigi.

I colori non sono utilizzati per differenziare le diverse aree tematiche del sito; questo però non ne compromette una chiara distinzione che è ottenuta utilizzando un titolo ed una immagine ben visibili e caratteristici per ogni sezione.

Nella pagina vengono utilizzati pochi colori: i grigi come sfondo per il testo e le immagini e soprattutto il rosso nelle foto delle autovetture.

Il contenuto testuale delle pagine è sicuramente comprensibile anche per gli utenti daltonici in quanto il testo nero contrasta molto con lo sfondo di colore neutro (grigio chiaro).

Il **testo** è ben leggibile grazie al font utilizzato che è sempre l'arial, all'abbinamento di colori testo/sfondo, alla non utilizzazione del tutto maiuscolo o del corsivo e alla coerenza nella scelta dei colori rosso per i titoli e nero per il testo.

Attrattività

L'impostazione grafica del sito, oltre a contribuire alla chiarezza, alla leggibilità, al favorirne la consultazione e all'individuazione delle sue zone (grazie alla gestalt) risulta semplice ma dotata di grande stile, prerogativa stessa del marchio.

Sintesi:

Punti di forza:

- Rafforzamento del brand;
- Utilizzo appropriato delle regole della gestalt;
- Utilizzo del colore e dei caratteri;

Punti di debolezza:

- Nessuno;

3.3. FUNZIONALITA'

Valutazione totale: 2,5

- **Valutazione del Car Configurator: 3,5**
- **Valutazione del Comparison: 3,5**
- **Valutazione dell'Assistente Virtuale (Giulietta): 3,5**
- **Valutazione invio e-mail: 0**
- **Valutazione funzione di ricerca: 2,5**

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

Abbiamo deciso di concentrarci sulle quattro funzionalità più caratteristiche e di maggior utilità del sito: il "car configurator", il "comparison", "l'assistente virtuale" e l'invio di una e-mail per ottenere delle informazioni.

















Per molte di queste operazioni è preferibile aver effettuato preventivamente la registrazione al sito per non dover ogni volta reinserire i propri dati, mentre per il "comparison" su auto configurate dall'utente la registrazione è obbligatoria.

La registrazione è semplice e richiede un set minimo di informazioni anagrafiche obbligatorie mentre per l'invio di un messaggio o per poter utilizzare il comparison dopo essersi loggati è necessario fornire informazioni aggiuntive quali il numero di telefono fisso o cellulare: a nostro parere assolutamente evitabile. Questo viene fatto per raccogliere la maggior quantità possibile di informazioni che poi vengono aggiunte al profilo del registraturo creando però imbarazzo nell'utente e scoraggiandolo a mandare messaggi alla casa automobilistica.

Car configurator: questa funzione serve per creare un modello personalizzato di autovettura; esso dà la possibilità di scegliere il colore, la motorizzazione, gli interni e gli optional dell'auto attraverso una procedura semplice che non richiede una registrazione a meno che non si voglia salvare la configurazione.

Se si vuole invece salvare la propria vettura personalizzata, dopo la registrazione, la prima volta, viene richiesto il numero telefonico dell'utente che viene aggiunto al profilo e memorizzato per le successive interazioni: questo crea disorientamento nell'utente che non ne capisce il motivo.


Abbiamo rilevato che nella pagina della motorizzazione dell'auto la selezione del motore desiderato poteva essere fatto in modo più chiaro rendendo anche la dicitura del motore un link cliccabile, oltre alla sola casellina posta sulla destra.

Motore e modello	Prezzo Euro	Info	Select
1.6 TS 16V 105 CV IMPRESSION 3P	18.291		<input checked="" type="radio"/>
1.6 TS 16V 105 CV PROGRESSION 3P	18.796		<input type="radio"/>
1.6 TS 16V 105 CV PLUG-IN 3P	19.396		<input type="radio"/>
1.9 JTD 115 CV PROGRESSION 3P	21.796		<input type="radio"/>
1.6 TS 16V 120 CV DISTINCTIVE 3P	21.796		<input type="radio"/>
1.9 JTD 115 CV PLUG-IN 3P	22.396		<input type="radio"/>
1.9 JTD 140 CV PROGRESSION 3P	23.296		<input type="radio"/>
1.9 JTD 115 CV DISTINCTIVE 3P	23.796		<input type="radio"/>
1.9 JTD 140 CV PLUG-IN 3P	23.896		<input type="radio"/>
1.6 TS 16V 120CV T.I. 3P	24.146		<input type="radio"/>
2.0 TS 16V DISTINCTIVE 3P	24.356		<input type="radio"/>
1.9 JTD 140 CV DISTINCTIVE 3P	25.296		<input type="radio"/>
2.0 TS 16V SELESPEED DISTINCTIVE 3P	25.856		<input type="radio"/>
1.9 JTD 115 CV T.I. 3P	26.146		<input type="radio"/>
2.0 TS 16V 150CV T.I. 3P	26.706		<input type="radio"/>
1.9 JTD 140 CV T.I. 3P	27.646		<input type="radio"/>

Particolare della scelta della motorizzazione

Nel caso in cui l'utente selezioni un optional incompatibile con la configurazione corrente questo viene rapidamente segnalato in una finestra indipendente nella quale viene spiegato il problema e suggerito in modo estremamente comprensibile come risolverlo attraverso un solo click col quale l'utente decide di rimuovere tale optional o di aggiungere quelli necessari alla sua installazione. Durante la configurazione è possibile, attraverso gli appositi bottoni, muoversi avanti e indietro tra le diverse fasi senza alcuna perdita di dati.

Ci siamo però purtroppo accorti che, mentre con una connessione digitale non ci sono problemi, con una connessione analogica l'immagine riprodotte la vettura con le caratteristiche da noi selezionate viene caricata con un'attesa di molti minuti a causa della sua pesantezza. Questo problema, anche se non compromette l'utilizzo del Car Configurator, crea un po' di delusione nell'utente.

La bellezza non basta.  Italia

Global Home | Contattaci | Area Utente | Concessionari | Car Configurator

Storia | Design | Tech | Modelli | Servizi | Sport | Community | My garage | Alfa Style | News

Car Configurator

Seleziona un modello

Ricerca

Fino al 31 luglio.

Test-drive Comparison

Car Configurator: 147 3 porte

STEP 2
Seleziona il colore, gli interni ed i cerchi e premi continua.

Anteprima della vettura "inscaricabile" con una connessione analogica

Seleziona il colore

ROSSO ALFA

Seleziona il cerchione

Ruote in lega legg.Eleg. da 15" con pneum....

Seleziona i rivestimenti interni

PELLE NERO

Indietro Ricomincia Continua

1.9 JTD 115 CV DISTINCTIVE 3P

Il prezzo in strada

Prezzo base
23.796 Euro iva incl.

Prezzo totale
23.796 Euro iva incl.

Dettagli di configurazione

Motore e Modello
1.9 JTD 115 CV DISTINCTIVE 3P

Colore auto
ROSSO ALFA

Cerchioni
Ruote in lega legg.Eleg. da 15" con pneum.195/60 (catenabili)

Interni
PELLE NERO

Bottoni per il movimento tra gli STEP

© Alfa Romeo 2003 - Privacy - Condizioni d'uso


Schermata in una delle fasi della configurazione dell'auto

Comparison: Con questa funzione è possibile confrontare due diverse autovetture che siano esse standard o configurate dall'utente. Nel caso in cui si vogliano confrontare due modelli standard non è necessaria la registrazione al sito mentre è indispensabile se nel confronto prende parte almeno un modello personalizzato. Anche in questo caso, se l'utente non ha ancora inserito il proprio numero di telefono, esso gli viene richiesto.

Comparison

Confronta i modelli Alfa Romeo per capire quello che fa per te. Affianca prezzi, dotazioni e prestazioni dei modelli che ti interessano, tra quelli standard o quelli che hai configurato e salvato nel tuo archivio personale.

Confronto modelli standard




Modello

Versione

Modello


Versione

Confronto tra modelli standard e configurati



Se hai già salvato una configurazione premi "Continua" per accedere al tuo archivio. Potrai confrontare i modelli standard con uno dei modelli che hai configurato.

Confronto tra modelli configurati



Confronta i modelli che hai configurato. Se hai già salvato delle configurazioni premi "Continua" per effettuare il confronto.

Particolare del Comparison

Assistente virtuale (Giulietta): Essa permette di interagire con la simulazione di un assistente umano che propone inizialmente all'utente un test per determinare il modello Alfa Romeo che più gli si addice; è inoltre possibile richiedere informazioni su tutti gli argomenti riguardanti il marchio. Abbiamo trovato questa applicazione molto funzionale e divertente in quanto offre un altissimo grado di interattività anche su argomenti non strettamente correlati con il mondo dell'auto: essa infatti risponde coerentemente a complimenti, insulti e richieste varie.

Inoltre, nel caso in cui venga identificato all'interno del sito un argomento attinente alla nostra richiesta viene automaticamente aperta la pagina di interesse.

L'unico appunto che possiamo fare all'ottima realizzazione di questa funzione è che il campo in cui inserire la nostra risposta/domanda è posizionato sopra alla zona in cui l'assistente pone le sue domande; questo può creare confusione nell'utente che non individua subito l'eventuale domanda che gli viene posta e non associa il campo di inserimento del testo come il luogo in cui andare a rispondere.

Inoltre, appena si apre l'assistente virtuale, Giulietta pone una domanda alla quale l'utente dovrebbe rispondere; il campo di inserimento del testo riporta però la dicitura "Chiedi all'assistente Alfa Romeo": questo crea un iniziale disorientamento nel navigatore.

Modificando posizione e etichetta del campo di input text questa funzione diventerebbe veramente ottima.



Giulietta

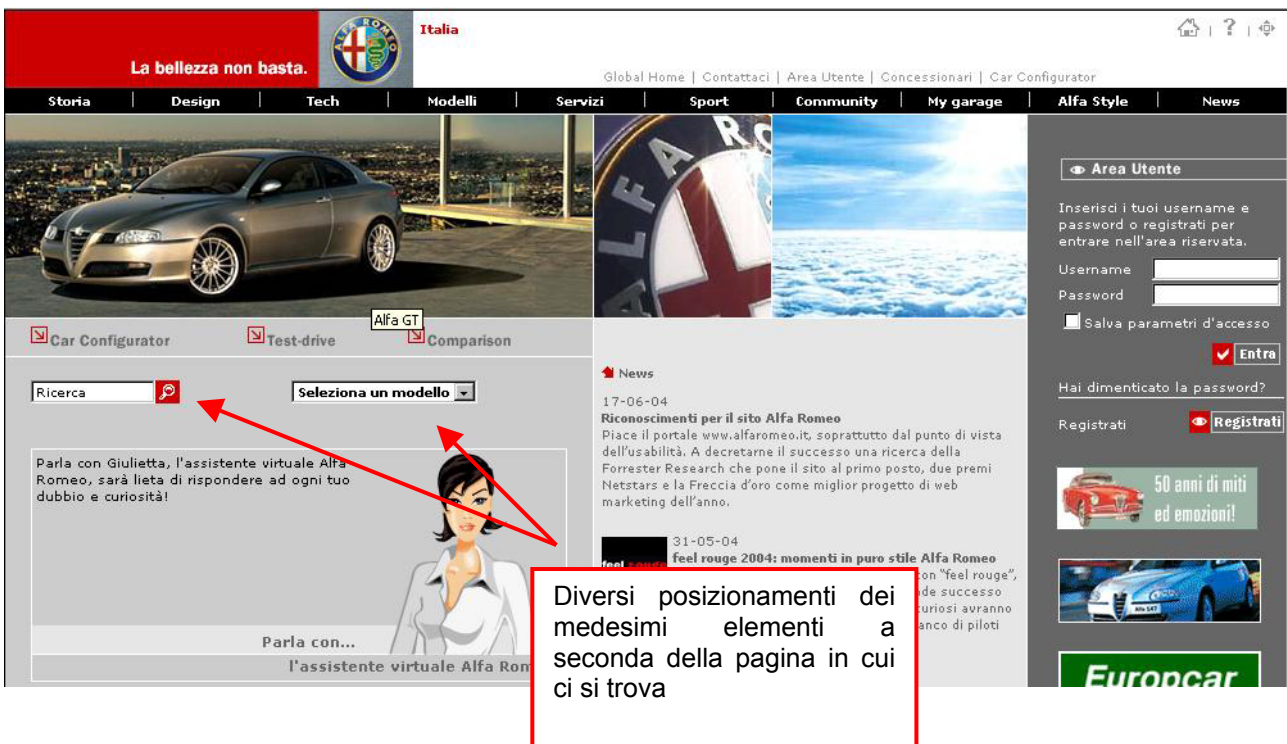
Invio e-mail: Analizzando questa funzione ci siamo accorti che l'Alfa Romeo probabilmente non vuole essere contattata dagli utenti, infatti si riscontrano vari problemi:

- nel caso in cui l'utente non sia registrato vengono richiesti tutti i dati anagrafici, oltre al numero di telefono;
- se l'utente è già registrato ma non ha ancora effettuato la login non viene presentata una maschera di richiesta di user-name e password ma nuovamente si richiedono tutti i dati;
- se l'utente ha già effettuato la login ma è la prima volta che utilizza questa funzione gli vengono chiesti dati aggiuntivi quali indirizzo di residenza e numero telefonico;
- gli eventuali errori non vengono trattati in modo coerente: se non è stato inserito il numero di telefono compare una finestra di allerta di windows, mentre per gli altri campi lasciati bianchi si passa a una schermata successiva in cui si elencano i dati mancanti; tornando indietro però è da notare che i dati già inseriti vengono ricordati;
- nel menù di navigazione secondario la funzione di invio e-mail è indicata con un nome di non facile comprensione quale "customer center".

Ricerca

Il sito propone anche un'utile funzione di ricerca composta da un unico campo di testo che risulta comunque adeguata alle necessità dell'utente tipo di questo sito. Il motore di ricerca interno è di buona fattura e i link selezionati sono pertinenti alla richiesta dell'utente anche se purtroppo la maggior parte di essi viene proposta con il titolo "Senza titolo".

Ci si accorge che il posizionamento della maschera di ricerca e del menù di accesso rapido ai diversi modelli cambia tra la home page e le altre pagine disorientando, in questo modo, l'utente.



Comunicazione

Il sito dà la possibilità di comunicare con i gestori anche se come descritto precedentemente la funzione di invio e-mail è complessa e ne disincentiva l'utilizzo. Abbiamo anche provato ad inviare una richiesta di informazione alla quale però, dopo giorni, non abbiamo ancora ottenuto alcuna risposta oltre al messaggio automatico che ci assicura che le nostre richieste saranno soddisfatte a breve.

Testo del messaggio di risposta automatico:

*"Ciao **Daniele**,
abbiamo ricevuto la tua richiesta di informazioni relative al mondo Alfa Romeo. A breve sarai contattato e ti verranno fornite risposte complete a tutte le tue domande."*

Correttezza

Durante l'intero utilizzo del sito e di tutte le sue funzionalità, da parte nostra e dagli utenti, non si sono mai verificati malfunzionamenti del software tranne che, in due casi, l'anteprima dell'auto di colore diverso nel "car configurator".

Sintesi:

Punti di forza:

- Assiste virtuale;
- Comparison;
- Car configurator;

Punti di debolezza:

- Funzione di invio e-mail;
- Richiesta del numero di telefono dell'utente;
- Trattamento diverso della segnalazione del mancato completamento dei campi nella registrazione;
- Posizionamento invertito della domanda e risposta nell'assistente virtuale.

3.4. Contenuto

Valutazione: 4

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

Categorizzazione, Stile e adeguatezza dell'informazione

Le informazioni contenute nel sito sono raggruppate in aree tematiche ben distinte con un labelling coerente con il loro contenuto

La strutturazione dei testi in paragrafi segue i principi del Web e risulta pertanto agevole ricavare informazioni da questi. Quasi tutti i link ipertestuali sono ottenuti o tramite i menù della navigazione primaria e secondaria o attraverso foto e bottoni; essi risultano coerenti e intuitivi per l'utente. Lo stile del testo e il linguaggio utilizzato sono costanti e appropriati in tutte le pagine componenti il sito.

Le informazioni proposte sono adeguate al perseguimento degli scopi prefissati, infatti troviamo sezioni riguardanti la storia, la tecnologia, il design, lo stile, le competizioni sportive e i modelli in produzione. Tutte queste contengono informazioni adeguate, pertinenti e aggiornate con le novità riguardanti nuovi modelli e allestimenti, risultati sportivi ed eventi.

Localizzazione

Dalla barra di navigazione principale è possibile selezionare il link global home che permette di accedere al sito alfaromeo.com dal quale è possibile selezionare, tra le venticinque disponibili, la localizzazione di nostro interesse. Tutte queste presentano una struttura e un layout grafico estremamente simile ad alfaromeo.it; tutte le sezioni principali quali storia, design, tecnologia, modelli e sport le ritroviamo uguali ma tradotte, mentre, altre sezioni come "My garage" non vengono riproposte (probabilmente perché Alfaromeo non può garantire i servizi di assistenza on-line ai clienti fuori dall'Italia). Solamente la localizzazione giapponese, sebbene proponga le medesime sezioni fondamentali, differisce sensibilmente dal design grafico generale.

Sintesi:

Punti di forza:

- Linguaggi appropriato;
- Informazioni pertinenti e aggiornate;
- Localizzazione accurata;
- Labelling chiaro;

Punti di debolezza:

- Nessuno.

3.5. Gestione

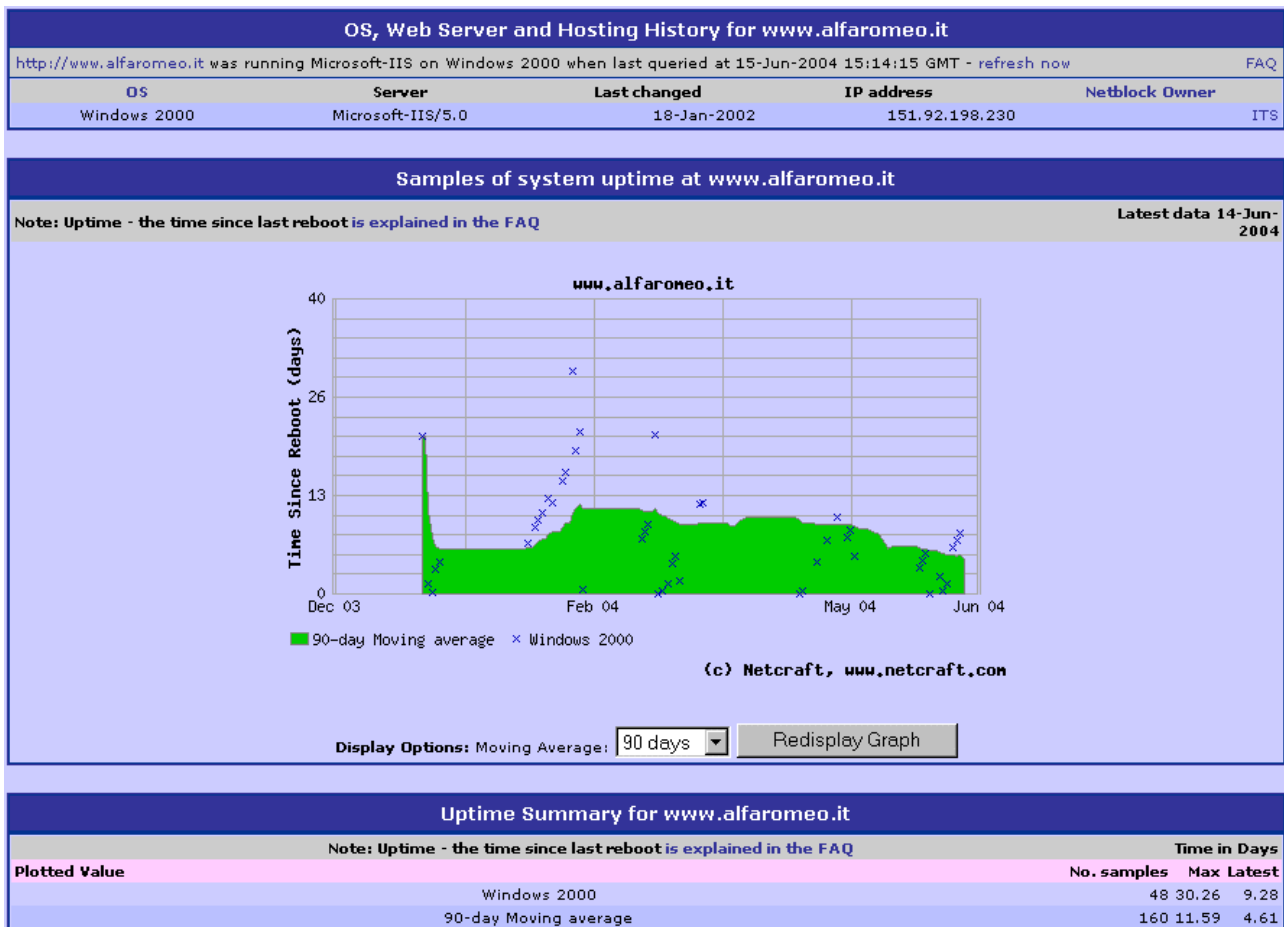
Valutazione: 3

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

Disponibilità

Durante la nostra fase di analisi, durata più giorni, il sito e tutti i suoi servizi sono sempre risultati disponibili.

Utilizzando netcraft.com abbiamo ottenuto informazioni più precise sulla disponibilità di alfaromeo.it, come riportato nell'immagine sottostante:



Dalle rilevazioni di netcraft.com risulta che il sito negli ultimi quattro mesi circa ha avuto un uptime massimo di 30 giorni: quantità non eccessiva.

HTML	1	34687	25.30	13.87	11.56	9.91	4.34	1.73
Images	19	44740	32.63	17.90	14.91	12.78	5.59	2.24
Total	20	79427	57.93	31.77	26.48	22.69	9.93	3.97

La pagina del “car configurator” citata in precedenza per la sua particolare tecnologia di realizzazione, che sospettiamo essere in parte basata su flash, non viene correttamente stiamata da tool automatici presenti sul web come quello utilizzato per l’home page. Salvando il contenuto di tale pagina sul disco rigido del pc ci siamo accorti che il suo peso complessivo supera i 300kb: sicuramente eccessivo per essere fruito da utenti senza un collegamento digitale alla rete.

Reperibilità

Il nome del sito coincidendo col nome della casa automobilistica è facilmente memorizzabile e, essendo registrato con praticamente tutti i suffissi più utilizzati, non presenta problemi di individuazione.

Probabilmente sarebbe stato meglio registrare anche alfaromeo.net e, considerando che spesso in Italia il nome del marchio è abbreviato in “alfa”, sarebbe stata una buona cosa registrare almeno i siti alfa.it e alfa.com.

Attraverso una ricerca sui più diffusi motori è possibile accertarsi del fatto che è facilmente reperibile sugli stessi tra i primi risultati, come mostrato qui sotto:

Parola chiave: Alfa

Google:

- 1° alfaromeo.com
- 2° alfaromeo.it

Yahoo.it:

- 1° alfaromeo.com
- 2° alfaromeo.it (Sezione storia)

Altavista.it:

- 1° alfaromeo.it (Sezione storia)
- 2° alfaromeo.com

Virgilio.it:

- 1° alfaromeo.com
- 6° alfaromeo.de
- 8° alfaromeo.co.uk

Tiscali.it:

- 1° alfaromeo.com
- 2° alfaromeo.it (Sezione storia)

Arianna.it:

nessun riferimento tra i primi 10 risultati ai siti ufficiali alfaromeo

Parola chiave: Alfa Romeo

Google:

- 1° alfaromeo.com
 - 2° alfaromeo.it
- seguono tutte le localizzazioni del sito alfaromeo nel mondo

Yahoo.it:

- 1° alfaromeo.it (sezione storia)

2° alfaromeo.com

Altavista.it:

1° alfaromeo.it (storia)

2° alfaromeo.it (sezione style)

3° alfaromeo.com

Virgilio.it:

2° alfaromeo.com

Tiscali.it:

1° alfaromeo.com

2° alfaromeo.it (Sezione storia)

seguono tutte le localizzazioni del sito alfaromeo nel mondo

Arianna.it:

1° alfaromeo.it

Parola chiave: AlfaRomeo

Google:

1° alfaromeo.com

2° alfaromeo.it

seguono tutte le localizzazioni del sito alfaromeo nel mondo

Yahoo.it:

1° alfaromeo.com

2° alfaromeo.it (sezione style)

Altavista.it:

1° alfaromeo.com

Virgilio.it:

1° alfaromeo.it

2° alfaromeo.com

3° alfaromeo.de

Tiscali.it:

1° alfaromeo.com

2° alfaromeo.pl

3° alfaromeo.it (style)

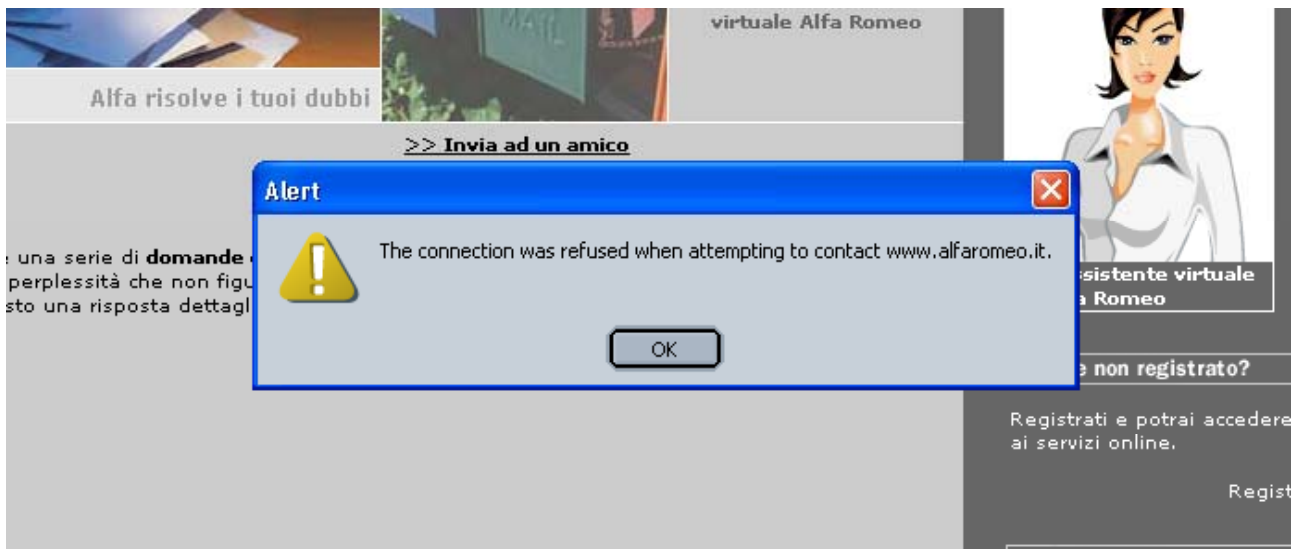
Arianna.it:

1° alfaromeo.it

Utilizzando l'apposita funzione messa a disposizione da google.it si nota che la link popularity di alfaromeo.it è alta e che i siti che lo linkano sono generalmente attinenti al mondo dell'automobilismo.

Indipendenza dal browser

Testando il sito con Netscape 7.1 ci siamo accorti che il sito risulta in molte sue parti inaccessibile dato che tale browser mostra una finestra con il seguente errore: "The connection was refused when attempting to contact www.alfaromeo.it".



Accessibilità per disabili

L'utilizzo dei colori per l'accoppiata testo/sfondo è fatto in maniera opportuna, con testo nero su sfondo grigio chiaro che offre un elevato contrasto garantendo un'ottima leggibilità senza stressare la vista; purtroppo però non è possibile aumentare a piacere la grandezza dei caratteri con l'apposita funzione messa a disposizione dai browser.

Alle immagini è quasi sempre associato un testo alternativo, anche quando, essendo queste di puro abbellimento, non sarebbe necessario. In altre sezioni, come quella dedicata ai modelli in produzione, immagini che hanno la funzione di link non riportano il necessario testo alternativo.

Sintesi:

Punti di forza:

- Facilmente reperibile;
- Generalmente rapidamente accessibile anche con collegamenti analogici;

Punti di debolezza:

- Impossibile ingrandire i caratteri;
- Non sempre il testo alternativo è riportato, in altri casi è inutile;
- Il car configurator risulta pesante con connessioni lente.
- Inaccessibilità di molte parti del sito con Netscape 7.1.

3.7. USABILITA'

Valutazione: 2.5

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

In questa sezione andremo a fare un'analisi derivante dai test di usabilità effettuati. Specifichiamo che purtroppo non siamo stati in grado di effettuare test con utenti disabili quindi non possiamo esprimere in tal senso valutazioni derivanti dall'esperienza reale.

Efficacia

Come evidenziato dal test di usabilità allegato esistono problemi gravi riguardanti il quarto e sesto compito affidato agli utenti; Tutti hanno avuto attimi di smarrimento durante l'esecuzione di tali mansioni e un utente su cinque non ha terminato il quarto compito mentre ben tre su cinque non sono stati in grado di portare a termine il sesto. Successivamente elencheremo i nostri consigli per tentare di risolvere i problemi riscontrati.

Efficienza

Sempre dai test di usabilità si evince che la ricerca di informazioni proposta nel primo compito non è stata portata a termine molto velocemente perché le etichette usate nel menù secondario della sezione sport non risultano molto chiare. Inoltre il motore di ricerca poteva essere realizzato con maggiore elasticità.

Si vede inoltre che con una linea ADSL il tempo necessario per portare a termine il quarto compito si contrae sensibilmente a causa della pesantezza di certe immagini utilizzate.

Migliorabile è anche l'interfaccia del "car comparison" che, come descritto nel test di usabilità, risulta fuorviante.

Soddisfazione

Sebbene si siano riscontrati dei problemi risulta evidente dal questionario proposto agli utenti-cavia che il gradimento nei confronti del sito è molto elevato. Risultano estremamente apprezzati il "Car configurator" e "L'assistente virtuale" sebbene si critichi l'interfaccia di quest'ultima che per essere compresa necessita di una fase di addestramento dell'utente.

Inoltre gli utenti giudicano soddisfacente e completa l'ampia gamma di funzioni messe a disposizione sebbene tendenzialmente esprimano il desiderio di vedere qualcosa di più giovanile e attraente (anche se non sanno specificare cosa) considerando la sportività del marchio.

La struttura, lo stile del testo e dei caratteri, le immagini, la navigabilità, la correttezza e la coerenza delle informazioni sono stati apprezzati da tutti gli utenti.

Anche i tempi di accesso che sembravano essere critici nel "car configurator" sono poi stati dichiarati accettabili anche dagli utenti testati su collegamento analogico; tale funzione è risultata infatti la più apprezzata.

Per tutti gli utenti il sito raggiunge l'importantissimo obiettivo di essere estremamente coerente con l'immagine di sportività, stile e carattere espressa dal brand Alfa Romeo.

Sintesi:

Punti di forza:

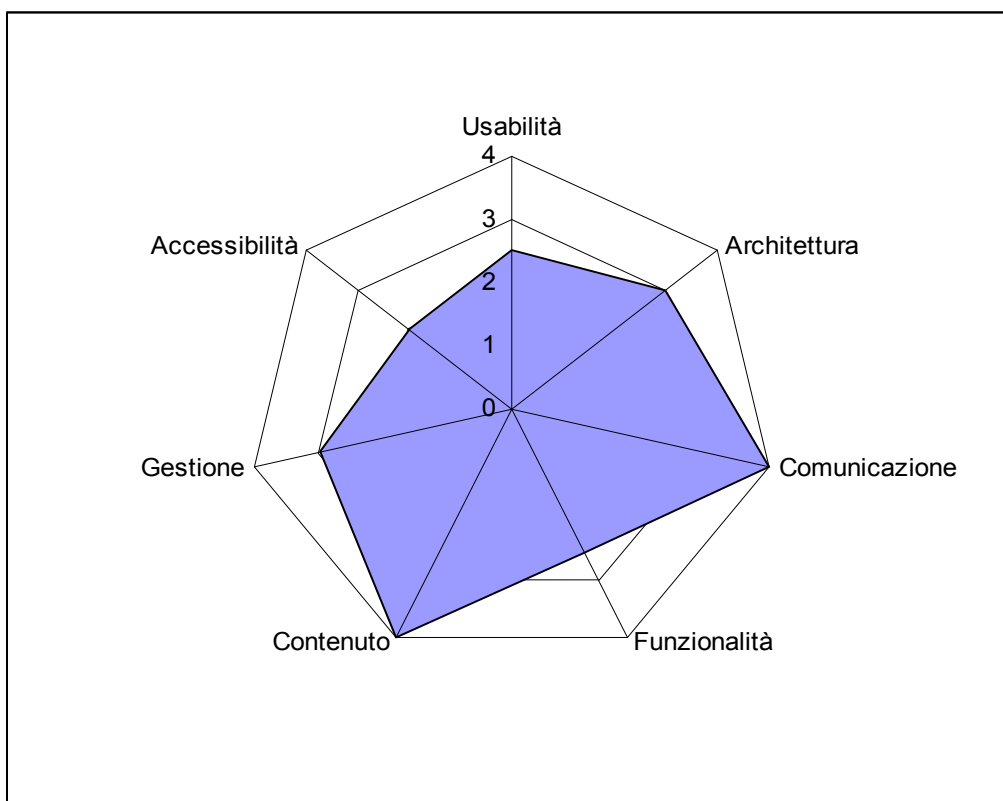
- Soddisfazione generale degli utenti;
- Apprezzamenti particolari per il Car Configurator e per l'assistente virtuale;
- Buona navigabilità anche con collegamenti analogici.

Punti di debolezza:

- Dalla nostra analisi si evince che utenti ciechi avrebbero grandi difficoltà a navigare il sito;
- Poca usabilità dell'interfaccia dell'assistente virtuale se non dopo un preventivo addestramento dell'utente;
- Interfaccia del "Car Comparison";
- La richiesta di dati aggiuntivi durante il salvataggio della configurazione dell'auto crea smarrimento.

3.8. SINTESI

Riassumiamo ora in un grafico le nostre valutazioni emerse dalla fase di analisi e dai test di usabilità.



Il sito risulta molto apprezzato dagli utenti e con pochi miglioramenti localizzati la sua qualità generale potrebbe migliorare molto e aspirare ad essere un sito di altissima fattura. Esso non si limita infatti ad essere una vetrina virtuale ma si propone come un insieme strutturato e completo di funzioni che permettono di reperire informazioni, di stilare un preventivo della propria auto e di ricevere assistenza dopo l'acquisto.

Di seguito sono riportati i punti di forza e di debolezza dell'intero sito.

Punti di forza:

- Il sito è ben strutturato;
- Il contenuto delle sezioni è coerente al loro titolo;
- La navigazione è semplice e immediata;
- Non ci sono problemi di orientamento;
- Rafforzamento del brand;
- Utilizzo appropriato delle regole della gestalt;
- Utilizzo del colore e dei caratteri;
- Assiste virtuale;
- Comparison;
- Car configurator;
- Linguaggi appropriato;
- Informazioni pertinenti e aggiornate;
- Localizzazione accurata;
- Labelling chiaro;

- Aggiornamento continuo dei contenuti;
- Disponibilità (per quanto è stato possibile valutarla);
- Facilmente reperibile;
- Generalmente rapidamente accessibile anche con collegamenti analogici;
- Soddisfazione generale degli utenti;
- Apprezzamenti particolari per il Car Configurator e per l'assistente virtuale;
- Buona navigabilità anche con collegamenti analogici.

Punti di debolezza:

- La mappa è incompleta e non sfrutta correttamente lo spazio all'interno della pagina;
- Funzione di invio e-mail;
- Richiesta del numero di telefono dell'utente;
- Trattamento diverso della segnalazione del mancato completamento dei campi nella registrazione;
- Impossibile ingrandire i caratteri;
- Il Car Configurator risulta pesante con connessioni lente;
- Interfaccia del Car Comparison;
- Inaccessibilità di molte parti del sito con Netscape 7.1;
- Non sempre il testo alternativo è riportato, in altri casi è inutile; dalla nostra analisi si evince quindi che utenti ciechi avrebbero grandi difficoltà a navigare il sito;
- Poca usabilità dell'interfaccia dell'assistente virtuale se non dopo un preventivo addestramento dell'utente a causa del posizionamento invertito della domanda e risposta;
- La richiesta di dati aggiuntivi durante il salvataggio della configurazione dell'auto crea smarrimento.

Raccomandazioni

Priorità 1

- Invertire posizione di domanda e risposta nell'interfaccia dell'assistente virtuale;
- Eliminare la richiesta del numero di telefono in generale e soprattutto nella procedura di salvataggio della configurazione della propria auto;
- Fare un utilizzo più appropriato del testo alternativo per le immagini, soprattutto quando queste hanno funzione di collegamento;
- Dare l'accessibilità al sito anche agli utenti che non utilizzano Internet Explorer;
- Migliorare l'interazione con gli utenti snellendo la procedura di invio e-mail e rispondendo ai messaggi ricevuti.

Priorità 2

- Dare la possibilità di ingrandire i caratteri con le apposite funzioni dei browser;
- Inserire nell'area Help un link all'assistente virtuale;
- Sostituire le frecce di scroll nel Car Configurator;
- Dare risalto al link per tornare in Home Page;
- Modificare l'aggiornamento nei menù a tendina;
- Migliorare l'interfaccia del Car Comparison.

Priorità 3

- Aumentare l'elasticità del motore di ricerca;
- Migliorare il labelling di alcuni menù secondari;
- Migliorare la mappa e renderla più completa;
- Alleggerire l'anteprima dell'auto nel Car Configurator;

- Studiare una soluzione alternativa per la finestra di avvertimento nella scelta degli optional.

3.9. ALLEGATO TEST DI USABILITA'

Obiettivi del test

Questo test viene effettuato mediante l'utilizzo di utenti cavia ai quali vengono affidati dei compiti specifici per osservare se questi riescono o meno a portarli a termine e per valutare quali sono le problematiche riscontrate.

Al test hanno preso parte cinque utenti di differente sesso, con diversa preparazione scolastica e livello di istruzione. Nella tabella sottostante vengono sintetizzate le caratteristiche degli utenti-cavia:

Nome	Età	Livello di istruzione	Professione	Esperienza di Navigazione	Connessione
Riccardo	22	Media superiore (Perito informatico)	web designer	Ottima	A
Ivano	25	Laureato	Medico specializzando	Discreta	D
Marta	21	Media superiore (Liceo Artistico)	Studentessa (Accademia spec. scenografia)	Discreta	A
Laura	17	Media inferiore	Studentessa (Liceo scientifico)	Discreta	A
Flavio	22	Media superiore (Ragioneria)	Studente (Economia)	Discreta	A

Come si può notare in tabella è stata anche condotta una prova con connessione digitale di tipo ADSL per poter così constatare se ci sono differenze sostanziali dovute solamente alla velocità con la quale si riesce a navigare il sito.

Strutturazione del test

Navigazione libera

L'utente viene lasciato navigare liberamente per circa quattro minuti all'interno del sito, in modo che possa prendere confidenza con esso.

Consegna dei compiti da eseguire

All'utente viene chiesto di portare a termine sei diversi compiti; esso viene cronometrato, vengono osservate le sue reazioni e si prende nota dei problemi da esso riscontrato.

All'utente è permesso di abbandonare i compiti che non riesce a portare a compimento.

Le mansioni assegnate sono state formulate in modo da far usare all'utente tutte quelle che sono le funzioni caratterizzanti il sito da valutare.

I compiti da portare a termine sono i seguenti:

- Trovare informazioni riguardanti la competizione sportiva "Alfa 147 Cup";
- Individuare la mappa del sito;

- Effettuare la registrazione;
- Configurare una macchina e salvare la configurazione così ottenuta;
- Comparare la propria configurazione precedentemente salvata con la “147 GTA” versione “3.2 Selespeed”;
- Effettuare il test proposto dall’assistente virtuale per determinare qual’è la macchina più adatta alle proprie esigenze.

Questionario

A questo punto vengono poste 25 rapide domande all’utente per raccogliere le impressioni ricevute nell’utilizzo del sito.

Contesto d’uso

Il contesto d’uso immaginato è quello dell’utente che si reca sul sito dell’Alfaromeo per ricercare una ben precisa informazione, poi visita la mappa per avere un’idea chiara dei contenuti del sito e a quel punto decide di effettuare la registrazione per poter usufruire di alcuni servizi quali il “car configurator”, il “comparison” e “Giulietta”, l’assistente virtuale che propone all’utente un test che egli decide di effettuare.

Metodologia utilizzata

Il test è stato effettuato facendo seguire agli utenti-cavia la procedura descritta precedentemente che prevede circa quattro minuti di navigazione libera, una successione di sei compiti da portare a termine e un questionario finale.

Durante la fase di svolgimento delle mansioni assegnate è stata utilizzata la preziosa tecnica del think aloud per poter direttamente raccogliere le impressioni degli utenti.

Gli osservatori si sono limitati a descrivere la procedura all’utente e ad osservarlo senza interagire con lui. Soltanto nel caso in cui l’utente si trovi completamente bloccato senza sapere più cosa fare gli osservatori intervengono riportandolo in una situazione in cui egli possa continuare a svolgere il suo compito; questo accorgimento è stato preso per poter valutare anche i passi successivi al punto di blocco che altrimenti non verrebbero attraversati dall’utente.

I dati ottenuti derivanti dai pensieri ad alta voce delle cavie, dalle loro espressioni e dai loro movimenti all’interno del sito sono stati appuntati tutti in tempo reale per poterli poi analizzare con maggiore tranquillità a prova terminata.

Ogni utente è stato testato per circa 35 minuti: 4 minuti di navigazione libera e circa 30 per portare a termine tutti e sei i compiti assegnati. Immediatamente dopo sono state effettuate poco più di venti rapide domande per raccogliere le impressioni generate nell’utente dal sito.

Solamente il test effettuato su Ivano, dato che è stata utilizzata una connessione ADSL, ha avuto una durata sensibilmente minore come vedremo successivamente.

Complessivamente la fase di test ha avuto una durata di circa quattro ore e la successiva fase di analisi dei risultati è durata alcune ore.

Risultati del test

Tempistiche di completamento delle mansioni assegnate agli utenti:

	Compito 1 (min:sec)	Compito 2 (min:sec)	Compito 3 (min:sec)	Compito 4 (min:sec)	Compito 5 (min:sec)	Compito 6 (min:sec)

Riccardo	4:00	0:10	4:30	15:00	3:40	8:00
Ivano	0:45	0:06	3:00	4:00	1:15	10:00
Marta	2:00	0:05	4:00	11:00	4:00	13:00
Laura	4:00	0:34	6:00	14:00	2:30	14:00
Flavio	5:30	0:06	5:20	8:20	2:30	9:00

In tabella sono segnalati in rosso i compiti che sono stati portati a termine solo grazie all'intervento degli osservatori che hanno riportato l'utente ormai completamente bloccato in un punto che gli permettesse di continuare.

Come già anticipato in precedenza Ivano ha effettuato il test con una linea ADSL; si nota che il suo tempo di esecuzione dei compiti è mediamente più breve degli altri ma, mentre per la maggior parte delle mansioni assegnate tale risparmio di tempo non è pesantemente condizionato dalla velocità di navigazione, per l'esecuzione del compito 4, che prevede la navigazione in pagine con alto contenuto di immagini anche molto pesanti, la fluidità di navigazione viene estremamente condizionata dalla tipologia del collegamento alla rete del quale si dispone.

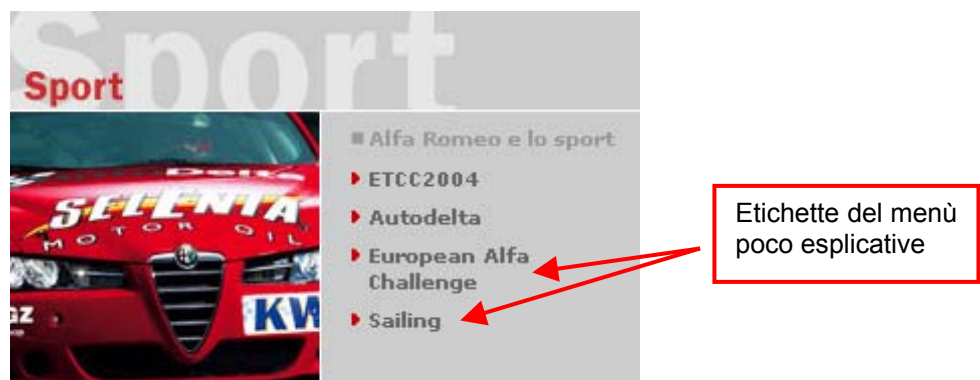
Di seguito vengono descritti tutti i problemi individuati durante la fase di test raccolti per mansione.

Compito 1: Trovare informazioni riguardanti la competizione sportiva "Alfa 147 Cup"

Tutti gli utenti, tranne Ivano, si sono lamentati del fatto che nel menù secondario della sezione "Sport" non vi è un link diretto e ben visibile a tale competizione; essi hanno quindi iniziato o a esplorare abbastanza a passi casuali il menù secondario della sezione "Sport" o a navigare tra le altre sezioni del sito quali "News" e "Storia". A questo punto alcuni hanno proficuamente utilizzato il motore di ricerca interno mentre altri sono tornati nella sezione "Sport" per analizzare più accuratamente tutte le sottovoci del menù secondario.

Flavio si è lamentato del fatto che il motore di ricerca è poco flessibile: egli ha infatti inserito la chiave "Alfa147Cup", immaginando che il nome della competizione sportiva fosse senza spazi tra le parole come il logo "Formula1", senza quindi trovare nulla tra i risultati della ricerca.

Da notare che nessun utente si è avvalso della mappa del sito per individuare le informazioni ricercate sebbene, come vedremo tra poco, tutti gli utenti non avranno alcuna difficoltà ad individuarla: questo sta a significare che l'utente tipo è poco avvezzo a far uso di questo strumento durante la normale navigazione di un sito.



Suggerimenti:

- Rendere più chiaro il menù secondario della sezione sport attraverso l'uso di etichette più esplicative;

- Aumentare la flessibilità del motore di ricerca.

Compito 2: Individuare la mappa del sito

Nella fase di analisi avevamo pensato che la mappa del sito fosse di difficile individuazione in quanto le dimensioni, la colorazione e il posizionamento della relativa icona non ci sembravano fatte per ottenere grande risalto.



Invece durante il test nessun utente ha avuto problemi ad individuarla dopo aver dato una rapida occhiata alla home page. Probabilmente i navigatori sono già abituati a cercare questa icona nelle parti meno visibili delle pagine dei siti a differenza del collegamento con la home page che, anche se posizionato a fianco dell'icona della mappa, ha creato più problemi: Marta ci ha messo un po' di tempo a capire come tornare in home per poi trovare la strada che prevede un click sul marchio Alfa Romeo, mentre Flavio è andato direttamente a riscrivere l'url alfa Romeo.it nella barra degli indirizzi di Internet Explorer. Tutti gli utenti si aspettano di trovare un chiaro link alla home page come prima voce del menù di navigazione principale.

Suggerimenti:

- Nessun problema nel trovare la mappa; si riscontra però che andrebbe aumentata la visibilità dei collegamenti alla home page.

Compito 3: Effettuare la registrazione

Tutti gli utenti hanno immediatamente individuato i link che portano alla procedura di registrazione o in home page o nell'apposita "area utente".

La fase di registrazione è risultata in complesso semplice e tutti gli utenti hanno completato solo i campi obbligatori, iniziandosi già però a chiedere a quale scopo tra i campi facoltativi ci fosse anche il numero telefonico. L'unico problema è stato riscontrato da Marta che volendo inserire anche come unico campo facoltativo l'auto in suo possesso si è trovata disorientata dagli appositi menù a tendina che eseguono automaticamente un aggiornamento della pagina: dopo aver scelto la marca dell'auto il successivo aggiornamento l'ha intimorita; Ella non sapeva più cosa stava accadendo e al ricomparire della pagina di inserimento dati non ha proseguito nella scelta del modello ma ha direttamente cliccato sul bottone per terminare la registrazione.

La tua auto:	
Marca	Seleziona ▼
Modello	Seleziona ▼
Data prima immatricolazione	Seleziona ▼

Come vedremo anche in seguito la presenza dei menù a tendina di questo tipo fanno pensare all'utente che deve immediatamente inserire marca e modello della sua auto; l'aggiornamento che segue alla scelta della marca crea incertezza e smarrimento.

Flavio dopo aver confermato i dati inseriti ha ottenuto il seguente messaggio che non gli ha però creato alcun problema.



Suggerimenti:

- Modificare il sistema dei menù a tendina che effettuano l'aggiornamento automatico della pagina;
- Evitare di richiedere il numero di telefono dell'utente.

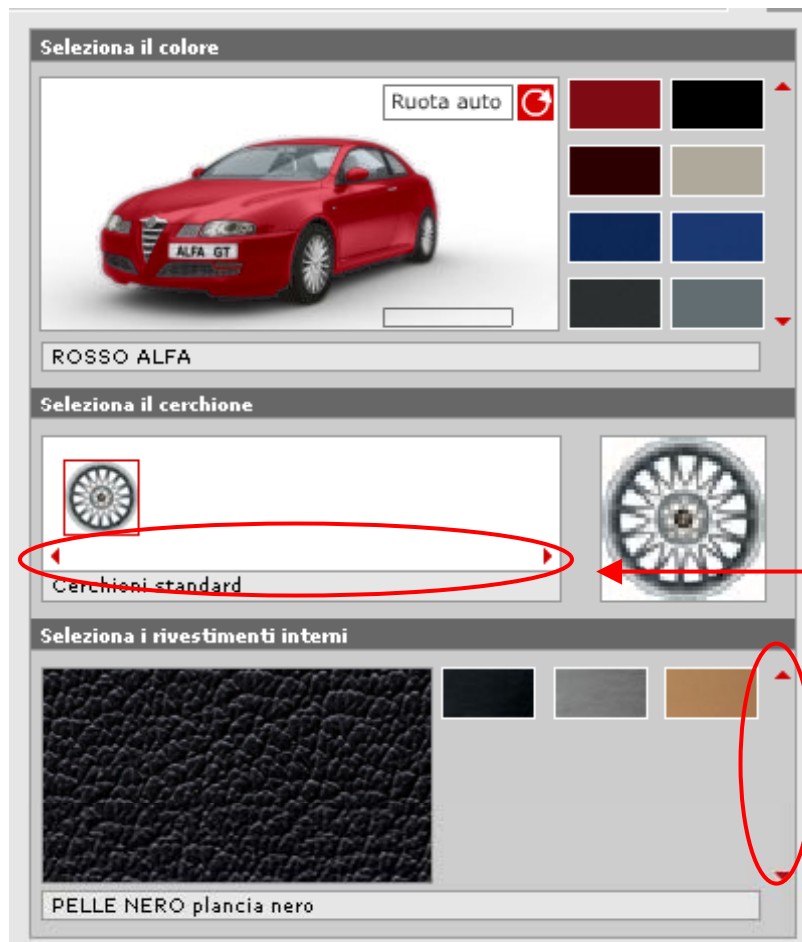
Compito 4: Configurare una macchina e salvare la configurazione così ottenuta

Il 50% degli utenti-cavia ha associato l'idea di crearsi una propria auto con l'etichetta della sezione "My Garage"; dopo aver constatato che tale sezione non era utile per il raggiungimento dello scopo perseguito hanno utilizzato altri link quali "Car Configurator" presente nella barra di navigazione inserita nella parte alta della home.



Mentre la pagina di scelta della motorizzazione a differenza da quanto immaginato da noi non ha creato alcun problema (tutti gli utenti sono andati a colpo sicuro ad utilizzare l'apposito "radio button") il successivo step ha evidenziato alcuni problemi che, anche se non bloccanti, hanno creato un po' di perplessità negli utenti.

Tutti hanno trovato inutile e fuorviante l'utilizzo delle freccette di scorrimento in caso in cui non vi siano elementi aggiuntivi da mostrare: gli utenti in un primo momento se ne stavano ad aspettare credendo che ci fossero ancora immagini da caricare.



Ivano non ha poi capito che non era necessario cliccare sulle frecce ma che era sufficiente posizionare il puntatore del mouse sopra per ottenere lo scorrimento.

Flavio si è poi lamentato che, credendo di aver scelto un nero, la sua auto appariva rosso scuro.

I colori nel campionario non appaiono sempre uguali a come in realtà viene dipinta l'auto, come si può osservare nell'immagine sottostante:



Nel terzo step della personalizzazione dell'auto si è riscontrato un altro problema legato alle frecce per lo scroll: non tutti si sono avveduti della loro presenza nella finestra di scelta degli optional oppure se ne sono accorti dopo molto tempo.

Seleziona	Optional	Prezzo
Comfort-Funzionalità'		
<input type="checkbox"/>	Antifurto volumetrico antisollevamento	410
<input type="checkbox"/>	PACK INVERNO (ugelli tergicristallo riscaldati, riscaldamento sedili anteriori)	235
<input type="checkbox"/>	Pack clima (sensore appannamento, sensore pioggia, sensore odori)	330
<input type="checkbox"/>	Sensore di parcheggio posteriore	400
Linea e Stile		
<input type="checkbox"/>	Cerchi in lega 17" a fori 225/45 (non catenabili)	0
<input type="checkbox"/>	Ruote in lega da 17" a raggi 215/45 (catenabili)	0
<input type="checkbox"/>	Vernice iridescente	2.000
<input type="checkbox"/>	Vernice metallizzata	665
<input type="checkbox"/>	Vetri privacy	337
Sicurezza		
<input type="checkbox"/>	Fari allo Xenon	710

Frecce poco visibili

Probabilmente sarebbe molto più proficuo sostituire le piccole frecce con una normale barra di scorrimento molto più familiare all'utente.

In questa pagina, scegliendo un optional che necessita di altri kit installati o che è in conflitto con altri optional già montati sull'auto, viene aperta una finestra indipendente nella quale si spiega il problema; la prima volta essa viene inizialmente scambiata per pubblicità e l'utente fa per chiuderla: fortunatamente essendo molto leggera il suo caricamento è estremamente rapido quindi l'utente, accorgendosi che ha la stessa impostazione grafica del sito, si sofferma a leggerla e a questo punto non trova alcuna difficoltà ad interpretarne il contenuto e a capirne il funzionamento.

Si nota che però al secondo o terzo comparire di questa finestra, anche se l'utente ora ne prevede subito il contenuto, essa crea stress.



Ci siamo anche accorti che l'immagine di anteprima dell'auto è molto pesante da caricare e, con collegamento analogico, non tutti gli utenti hanno avuto la pazienza di attendere la comparsa: questo gli ha creato delusione ma non li ha bloccati nello svolgimento del loro compito.

Nello step 4 nel quale viene proposto il riassunto delle caratteristiche dell'auto e la possibilità di salvare la configurazione ottenuta ci siamo accorti che in due casi l'auto viene visualizzata di un colore differente rispetto a quello scelto; anche se tale problema viene risolto semplicemente aggiornando la pagina esso crea un'iniziale delusione negli utenti; questi provano allora, senza alcun nostro intervento, a fare un refresh del contenuto della pagina e, ottenendo finalmente l'anteprima del colore da loro scelto, ne risultano soddisfatti. (Non siamo riusciti a capire se il problema è causato da Internet Explorer o dal sito stesso).

Andando a salvare la configurazione così ottenuta viene mostrata una pagina nella quale vengono visualizzati i propri dati anagrafici e nella quale si richiede di completare un

campo che nella fare di registrazione era presentato come opzionale: il numero di telefono.

Soltanto Riccardo e Ivano esplorando accuratamente la pagina si sono accorti che era richiesto un nuovo dato per poter continuare nel salvataggio. Flavio e Laura hanno invece cliccato su "Aggiorna" e avvisati della mancanza del numero di telefono obbligatorio l'hanno inserito.

Marta invece al caricamento di questa pagina ha smarrito l'orientamento e solo grazie all'intervento degli osservatori ha portato a termine il compito.

Tutti gli utenti si sono lamentati per la richiesta del proprio numero di telefono.

Come si vede dall'immagine sottostante lo smarrimento negli utenti deriva dal fatto che la pagina, tranne il titolo riportato in alto, non sembra avere nessun legame con le precedenti operazioni svolte; inoltre è poco visibile ad un'occhiata veloce la comparsa dell'asterisco che indica l'obbligatorietà del campo "numero telefonico".

Car Configurator

? Help
 ■ Accesso
 ▶ Servizi
 ▶ Profilo personale
 ▶ Logout

Profilo personale

Testo modifica profilo senza gruppo.

Parametri accesso

Username **pertone**
 Password*
 Conferma password*
 Accedi automaticamente

Dati anagrafici

Nome*
 Cognome*
 Sesso*
 Email*
 Città*
 Provincia*
 Indirizzo
 Num. Civico
 C.a.p.
 Inserire il numero di telefono fisso o quello di cellulare*
 Numero telefono fisso /
 Numero cellulare /

La tua auto:

Marca
 Modello
 Data prima immatricolazione

Desidero ricevere la newsletter Alfa Romeo
 in formato : HTML solo testo

◀ Torna all'ultimo step

2.0 JTS PROGRESSION

Il prezzo in strada

Prezzo base
28.800 Euro iva incl.
 Prezzo Optionals
1.480 Euro iva incl.
 Prezzo totale
30.280 Euro iva incl.

Dettagli di configurazione

Motore e Modello
 2.0 JTS
 PROGRESSION

Colore auto
 BLU TAORMINA
 metallizzato
 665 Euro
Cerchioni
 Ruote in lega 17" a
 raggi 215/45 (non
 catenabili)
 815 Euro

Suggerimenti:

- Modificare l'etichetta "My Garage" che risulta fuorviante;
- Eliminare le frecce da schermate che non necessitano un sistema di scroll;
- Sostituire le frecce con una normale barra di scorrimento;
- Diminuire la differenza tra i colori del campionario e l'anteprima dell'auto;
- Studiare una soluzione alternativa per la finestra di avvertimento di optional necessari o in conflitto;

- Correggere il problema riscontrato nell'anteprima dell'auto che non è sempre del colore scelto;
- Diminuire la pesantezza dell'immagine di anteprima dell'auto;
- Nella pagina di inserimento dati chiarire il legame con i precedenti step;
- Evidenziare maggiormente il campo da completare;
- Se possibile evitare di richiedere il numero di telefono.

Compito 5: Comparare la propria configurazione precedentemente salvata con la "147 GTA" versione "3.2 Selespeed"

Per quanto riguarda la funzione "Comparison" tutti gli utenti-cavia sono riusciti a portare a termine il compito loro assegnato. Sia Riccardo che Marta hanno inizialmente fatto confusione sulla maschera da utilizzare: entrambi sono stati attirati dai menù a tendina recanti l'etichetta "Modello" e "Versione" della maschera del confronto di due modelli standard. Riccardo si è poi subito corretto mentre Marta ha tentato di usare quei menù per selezionare le auto coinvolte nel confronto per poi premere il bottone "Continua" della maschera di confronto corretta che gli ha aperto una nuova pagina, questa volta quella giusta, nella quale scegliere le macchine da confrontare.

Laura e Marta hanno anche avuto un momento di smarrimento provocato dall'aggiornamento successivo a ogni selezione effettuata per mezzo dei menù a tendina: inizialmente non hanno capito cosa stava accadendo mentre successivamente si sono chieste il motivo di tale aggiornamento a loro parere non necessario.

Gli altri due utenti non hanno avuto problemi e comunque tutti e cinque dopo queste iniziali incertezze sono riusciti a terminare senza altri intoppi il loro compito.

Comparison

Confronta i modelli Alfa Romeo per capire quello che fa per te. Affianca prezzi, dotazioni e prestazioni dei modelli che ti interessano, tra quelli standard o quelli che hai configurato e salvato nel tuo archivio personale.



Confronto modelli standard

Modello	<input type="text" value="Seleziona"/>
Versione	<input type="text" value="Seleziona"/>
Modello	<input type="text" value="Seleziona"/>
Versione	<input type="text" value="Seleziona"/>



Menù a tendina che disorientano l'utente

Confronto tra modelli standard e configurati

Se hai già salvato una configurazione premi "Continua" per accedere al tuo archivio. Potrai confrontare i modelli standard con uno dei modelli che hai configurato.

Confronto tra modelli configurati


 

Confronta i modelli che hai configurato. Sei hai già salvato delle configurazioni premi "Continua" per effettuare il confronto.

Comparison


Confronta i modelli Alfa Romeo per capire quello che fa per te. Affianca prezzi, dotazioni e prestazioni dei modelli che ti interessano, tra quelli standard o quelli che hai configurato e salvato nel tuo archivio personale.

Confronto modelli standard




Confronta due modelli standard

Confronto tra modelli standard e configurati




Modello

Versione ← 

Configurazione

Confronto tra modelli configurati



Confronta i modelli che hai configurato. Sei hai già salvato delle configurazioni premi "Continua" per effettuare il confronto.

Suggerimenti:

- Nella prima schermata del "Comparison" eliminare i campi di scelta dei modelli da confrontare dalla maschera denominata "Confronto modelli standard" e renderla uguale alle altre due nella logica di funzionamento;
- Studiare una soluzione alternativa al refresh automatico della pagina dopo ogni selezione nel menù a tendina;

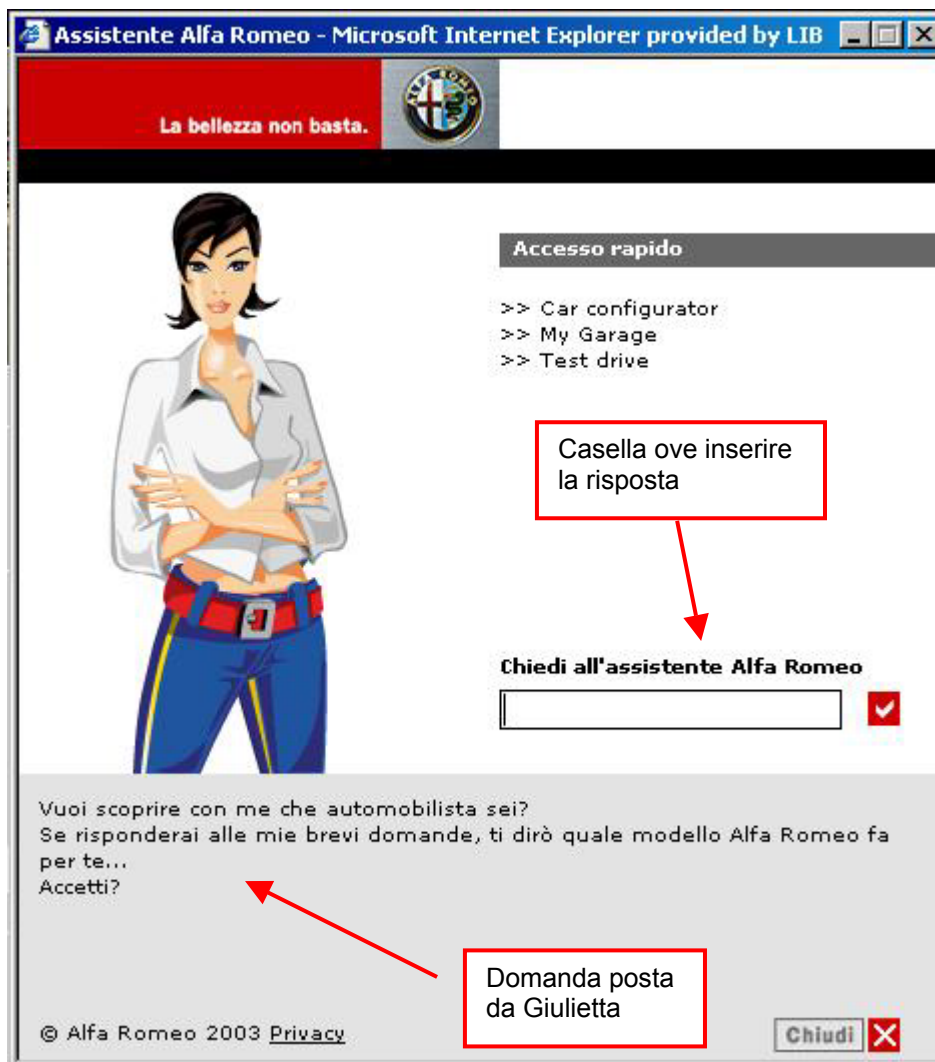
Compito 6: Effettuare il test proposto dall'assistente virtuale per determinare qual'è la macchina più adatta alle proprie esigenze

Tutti gli utenti, tranne Flavio che l'aveva vista in precedenza in home, hanno avuto difficoltà nell'individuare l'assistente virtuale. Essa infatti non compare né nella mappa (utilizzata da Ivano), né nella sezione "Help". Gli utenti hanno quindi dovuto navigare molto prima di approdare nuovamente in home page e vedere l'animazione della ragazza con la dicitura "assistente virtuale".

Tutti poi hanno trovato serie difficoltà nell'individuare l'invito di Giulietta che proponeva di effettuare il test, obiettivo della mansione affidata agli utenti. Le domande vengono infatti

poste nell'area sottostante Giulietta e in una zona di colore grigio che certamente non attira l'attenzione dei navigatori.

Non trovando quindi la domanda dell'assistente Ivano, Riccardo, Laura e Marta sono stati attirati dal link "test-drive" che sembrava loro avere una certa attinenza con la formulazione della nostra domanda. Riccardo si è poi accorto di aver sbagliato e si è corretto, mentre Ivano, Marta e Laura si sono bloccati e hanno avuto bisogno dell'intervento degli osservatori che hanno loro segnalato la presenza della domanda di invito a iniziare il test.



Giulietta

Flavio e Riccardo sono anche rimasti in attesa della comparsa di un bottone che permettesse loro di scegliere una risposta affermativa; dopo alcuni secondi, vedendo che nessuna immagine veniva caricata, con parecchia incertezza, hanno usato l'input text sovrastante per inserire la loro risposta.

Tutti gli utenti si sono lamentati del fatto che la posizione di domanda e risposta era invertita e che la domanda era poco visibile.

Inoltre alcuni utenti hanno espresso il desiderio di poter rispondere "non so" a domande quali il numero di chilometri percorsi con la propria auto ed entro quando l'utente intendesse cambiare la propria auto.

Considerando che ben tre utenti su cinque non sarebbero riusciti a portare a termine il proprio compito senza l'aiuto di un'intervento esterno bisogna assolutamente rivedere

l'interfaccia dell'assistente virtuale per aumentare la visibilità della domanda e per scambiare la posizione di domanda e risposta.

Suggerimenti:

- Invertire la posizione della domanda e del campo di risposta;
- Mettere maggiormente in evidenza le domande di Giulietta;
- Inserire link all'assistente virtuale nella sezione "Help";
- Dare la possibilità di rispondere "non so" ad alcune domande.