

Corso di
“Interazione Uomo Macchina”
A.A. 2003/04

Analisi del sito
“www.esselunga.it”

Gabriele Ravanelli
Lucia Rigola
Tamer Shahin

matr. 062271
matr. 062272
matr. 041210

INDICE

INDICE	2
OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE	3
URL DELL'APPLICAZIONE	3
HOME PAGE	3
REQUISITI GENERALI DEL SITO	4
OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE	4
RISULTATI DELLA VALUTAZIONE	5
ARCHITETTURA	5
Valutazione: 3	5
Analisi:	5
Sintesi:	8
COMUNICAZIONE	8
Valutazione: 3.5	8
Analisi:	8
Sintesi:	10
FUNZIONALITA'	11
Valutazione: 3	11
Analisi:	11
Sintesi:	17
CONTENUTO	18
Valutazione: 2.5	18
Analisi:	18
Sintesi:	21
GESTIONE	21
Valutazione: 3.5	21
Analisi:	21
Sintesi:	22
ACCESSIBILITA'	23
Valutazione: 3	23
Analisi:	23
Sintesi:	28
USABILITA'	29
Valutazione: 2.5	29
Analisi:	29
Sintesi:	34
SINTESI	34
RACCOMANDAZIONI	35
Interventi urgenti ed indispensabili:	35
Interventi meno urgenti:	35

OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

URL DELL'APPLICAZIONE

<http://www.esselunga.it>

HOME PAGE

ESSELUNGA
Famosi per la Qualità

... ed entra in Libreria

A Milano e hinterland **40.000 libri scontati del 20%**

Azienda | Prodotti | Punti vendita | Mondo Fidaty | Lavorare con noi | Parlare con noi

Saper Scegliere
Ricette
Spesa di stagione
Vino
Cocktail
Olio
Pollice Verde

Accesso Utenti Registrati
> Nome Utente
> Password
ok →
Scopri i vantaggi dei servizi esclusivi e registrati
Hai smarrito la password?

FIDATY
TUTTI SCONTATI FINO AL 50%
dal 17 aprile al 28 ottobre 2009
ESSELUNGA S

Scopri la promozione **'Sconti fino al 50%'**
Scopri il **nuovo Catalogo Fidaty**
La qualità che ti premia ad ogni spesa
Scopri il **nuovo New Ort**, il mensile per bambini completamente gratuito
Buoni pasto aziendali

Sconti fino al 50% Magia!
ESSELUNGA S

Saper Scegliere | Area Utenti | Area Stampa | Intrattenimento | Mappa | Ricerca | Info | English

REQUISITI GENERALI DEL SITO

Esselunga.it, è un tipico sito di commercio elettronico (creato e gestito dall'omonima società).

Esselunga è una affermata azienda della Grande Distribuzione che ha dato vita alla prima catena di supermercati in Italia, con la nascita del primo negozio in Viale Regina Giovanna a Milano nel 1957. Al giorno d'oggi sono presenti sul territorio nazionale piu' di 110 punti vendita, tra Supermercati e Superstore.

Esselunga offre assortimento dei prodotti (in gran parte alimentari), selezione dei fornitori, assistenza ai clienti, funzionalità dei punti vendita.

Esselunga.it cerca di soddisfare i valori del trend dell'azienda, che mette in primo piano il rapporto con il cliente, impostando un sito con un layout grafico semplice e gradevole, in cui al cliente può usufruire dei servizi che vengono offerti dopo aver effettuato una registrazione; per gli utenti non registrati esselunga.it offre i servizi base come chieder informazioni, possibilità di cercar lavoro, possibilità, tramite il canale Saper scegliere, di cercar e creare ricette o avere informazioni riguardanti vini, olio, cocktail e tante altre cose che analizzeremo in modo più dettagliato.

OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Per l'analisi del sito www.esselunga.it ci siamo posti come obiettivi di:

- Analizzare i canali on line offerti dalla società esselunga:
 - Comunicazione con il cliente
 - Trasparenza dei prodotti
 - Comunicazione con i fornitori
 - Intrattenimento utenti
- Analizzar la parte competente esselunga.it esclusa la parte esselungaacasa.it
- Trovare delle proposte migliorative secondo noi necessarie per migliorare la qualità del sito

RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

In questa parte analizzeremo la qualità del sito secondo vari punti: architettura, comunicazione, funzionalità, contenuto, gestione, accessibilità e usabilità. Per ogni parte troveremo dei pro e dei contro e daremo una nostra valutazione che va dallo 0 a 4 (0 pessimo, 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo).

ARCHITETTURA

Valutazione: 3

Analisi:

Il metodo utilizzato per rendere accessibili le varie sezioni del sito è basato su di un approccio a tab suddiviso in due barre: la prima è posta circa ad un terzo dello schermo e resa più visibile con un colore blu e mette a disposizione i canali che danno una panoramica sul mondo Esselunga; la seconda a fondo pagina mette a disposizione i canali per l'interazione degli utenti con i servizi online.

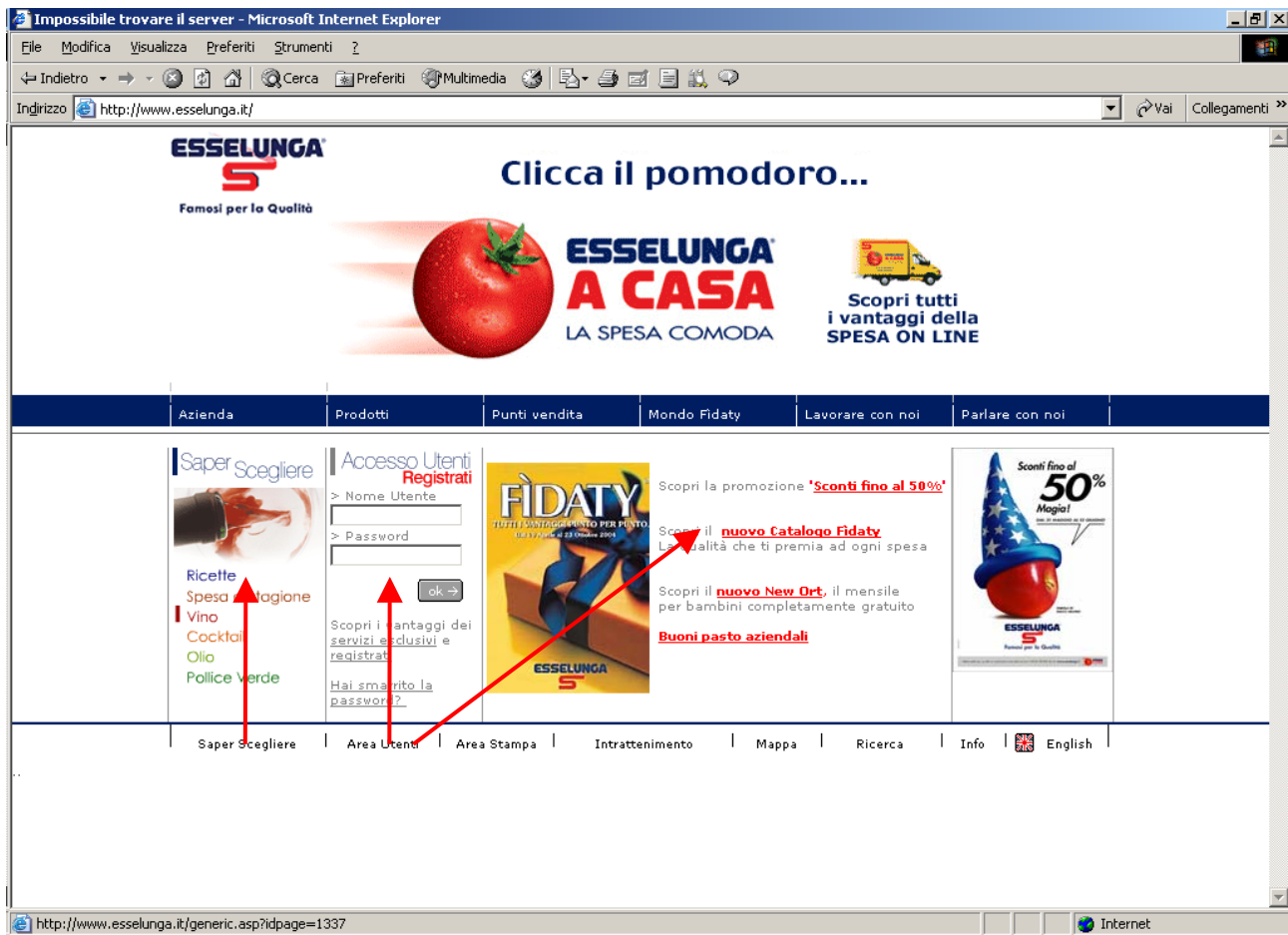
BARRA 1

BARRA 2

Si può osservare la struttura del sito tramite la mappa posta nel link presente nella barra due.
MAPPA:

Azienda	Prodotti	Punti vendita	Mondo Fidaty	Lavorare con noi	Parlare con noi
<ul style="list-style-type: none"> ■ Storia ■ Valori e principi □ Le risorse umane □ Il cliente □ I Fornitori □ Eccellenza □ Etica ■ Etica e ambiente □ Colletta Alimentare □ Fattoria delle rondini □ Esselunga e il Meyer □ Mostra Il Mondo Nuovo □ Save the Children □ Esselunga sostiene ENPA □ Progetto Flying Doctors □ Esselunga sostiene VIDAS ■ Alleanze 	<ul style="list-style-type: none"> ■ I marchi Esselunga □ Esselunga Bio □ Naturama □ Linee Esselunga ■ Come nascono i prodotti ■ Stabilimenti di produzione ■ Novità prodotti □ Acqua Dolomiti Esselunga 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Punti vendita, orari e mappe ■ Consegna a domicilio ■ Spesa on line ■ Le nostre promozioni 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Catalogo Fidaty □ Modalità di ritiro premi ■ Le Carte Fidaty □ Fidaty Card □ Fidaty Oro □ CartaSi Fidaty Oro plus ■ Vantaggi ■ I punti □ Come raccogliarli □ Come utilizzarli ■ Regolamento ■ I Grandi Partner ■ Speciale News ■ New Ort □ Gaia □ Capitan Ort □ New Art 	<ul style="list-style-type: none"> ■ In sede □ Frigorista □ Manutentori meccanici □ Addetti Amministrazione □ Carrozziere □ Manutentore muletti □ Responsabile manutenzione produzioni ■ Nei punti vendita □ Addette alla cassa □ Allievi banconieri □ Audio video foto □ Ausiliari alla vendita □ Banco panetteria □ Capo Cassiera □ Diplomat/i/e □ Specialisti banconieri 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Domande frequenti ■ Domande frequenti Bio ■ Buoni... per la pausa ■ La posta dei clienti □ Modalità di pubblicazione □ Autorizzazione pubblicazione □ Autorizzazione dei genitori

Questa mappa analizza appieno tutti i menù e i sotto menù presenti nella prima barra, semplificando così la navigazione. Manca tuttavia l'analisi della struttura della seconda barra, importante per l'accesso all'area utenti, alla ricerca e al canale saper scegliere e all'area intrattenimento. A nostro parere, anche se la seconda barra passa in secondo piano per importanza, alcune delle sue voci dovrebbero comparire nella struttura del sito oppure essere presenti sulla prima barra. Infatti le voci menzionate prima (come saper scegliere, area utenti) si trovano in primo piano nella home page in quanto queste sono i servizi principali che esselunga.it vuole mettere a disposizione.



Esselunga.it ha una struttura di tipo gerarchico che si sviluppa sia in ampiezza che in profondità, la navigazione quindi è sia verticale sia orizzontale che trasversale. Gli strumenti per la navigazione sono molteplici, semplici da usare e sempre visibili all'interno della pagina mediante l'utilizzo delle due barre a tab sempre presenti. La navigazione del sito, quindi, risulta semplice ed immediata, anche se abbiamo riscontrato una grossa limitazione in quanto sembra che il sito esselunga.it metta in secondo piano l'acquisto on line. Infatti è presente in maniera evidente nella pagina iniziale, ma solo marginalmente all'interno, in quanto è difficile trovare il link apposito che si trova sotto la sezione **punti vendita** → **spesa on line**. A nostro parere ci dovrebbero essere una sezione nella prima barra dedicata esclusivamente all'acquisto on line sempre cliccabile.



Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- Semplicità e immediatezza per il raggiungimento dei canali

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Sezione spesa on line poco visibile durante la navigazione
- Alcune sezioni della seconda barra messe poco in evidenza

COMUNICAZIONE

Valutazione: 3.5

Analisi:

Per una società è importante comunicare direttamente a prima vista con il grande pubblico. Questo è espresso dal concetto di **brand**. Di conseguenza, una società arriva a sintetizzare la comunicazione con i clienti attraverso il 'suo simbolo' ; la sola visione di esso è uno strumento di comunicazione. Ad esempio vedere su un'automobile un giaguaro con scritto Jaguar non ha bisogno di altro per comunicare con chi la sta osservando. La gestione della propria "immagine" quindi assume un ruolo fondamentale. Accedendo alla home page del sito esselunga.it infatti, si nota che il marchio e gli slogan dell'esselunga compaiono in diverse parti dello schermo.



Azienda	Prodotti	Punti vendita	Mondo Fidaty	Lavorare con noi	Parlare con noi		
<p>Saper Scegliere</p> <p>Ricette Spesa di stagione Vino Cocktail Olio Pollice Verde</p>	<p>Accesso Utenti Registrati</p> <p>> Nome Utente</p> <input type="text"/> <p>> Password</p> <input type="password"/> <p>ok →</p> <p>Scopri i vantaggi dei servizi esclusivi e registrati</p> <p>Hai smarrito la password?</p>	<p>FIDATY TUTTI I VANTAGGI PUNTO PER PUNTO dal 17 Aprile al 23 Ottobre 2004</p> <p>ESSELUNGA S</p>	<p>Scopri la promozione 'Sconti fino al 50%'</p> <p>Scopri il nuovo Catalogo Fidaty La qualità che ti premia ad ogni spesa</p> <p>Scopri il nuovo New Ort, il mensile per bambini completamente gratuito</p> <p>Buoni pasto aziendali</p>	<p>Sconti fino al 50% Magia!</p> <p>ESSELUNGA S</p>			
Saper Scegliere	Area Utenti	Area Stampa	Intrattenimento	Mappa	Ricerca	Info	English

I colori utilizzati sono molto piacevoli e rispecchiano l'immagine che esselunga propone anche durante le sue campagne pubblicitarie in particolare sfondo bianco con scritte blu e il rosso. Questi colori non appesantiscono la pagina e rendono facile la lettura. I caratteri utilizzati sono chiari e puliti.

Ottima la veste grafica semplice e gradevole anche se un po' monotona; nelle pagine interne cambiano colori e sfondi. Per ogni sezione è presente un'immagine nuova, che quasi sempre però non comunica il contenuto della sezione selezionata.

Ad esempio nella sezione prodotti viene visualizzata un'immagine di un cielo azzurro; a nostro parere questo solo perché i toni di questa pagina si basano sull'azzurro, non di certo per un legame concettuale tra il cielo e i prodotti.



Per chi si connette per la prima volta vi è un'immediata identificazione del simbolo con la società; inoltre l'armonia e la simmetria rende la navigazione piacevole e semplice e questo viene rispettato non solo nella pagina iniziale ma viene a protrarsi per l'intera navigazione.

Le pagine mantengono tutte la stessa impostazione grafica, infatti risultano essere divise in 4 griglie, due delle quali, più strette, contengono le due barre, mentre le altre due contengono alcune dei servizi e delle informazioni principali. Un'altra piccola griglia si può disegnare in alto a sinistra: quest'ultima nella pagina principale contiene il simbolo dell'Esselunga, nelle pagine secondarie conterrà invece i diversi sottomenù.

Una pecca molto grave di questo sito è il fatto che in quasi tutte le pagine sottostanti non vi è un link diretto alla home page.

Un altro problema è anche la scelta di riutilizzare immagini prese dalle campagne pubblicitarie per usarle come link alla pagine, come ad esempio la pagina degli sconti e quella del mondo fidaty; non essendo create appositamente molte scritte sono illeggibili perchè troppo piccole. Il richiamo di immagini già viste per strada o sui giornali non sempre può bastare per identificare il contenuto; o comunque può dare fastidio il non poter leggere il contenuto di una scritta, cosa che aumenta alle alte risoluzioni.

Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- Semplicità dell'interfaccia grafica
- Ruolo della società ben definito (è impossibile accedendo a questa pagina non comprendere di che cosa si occupi)
- Colori e caratteri scelti adeguatamente
- Layout standard e di facile comprensione per ogni sezione

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Spreco di spazio nel reticolo in alto a destra, dove sono sempre presenti immagini diverse e poco significative
- Layout non molto accattivante
- Mancanza in alcune pagine di un link diretto alla home page
- Immagini non create appositamente o comunque modificate per renderle più leggibili

FUNZIONALITA

Valutazione: 3

Analisi:

Il sito www.esselunga.it offre agli utenti registrati e non una serie di servizi divisi per categorie. Le funzionalità che questo sito dovrebbe disporre secondo la home page principale dovrebbero essere:

1. Fornire informazioni riguardanti l'azienda esselunga
2. Fornire informazioni riguardanti i punti vendita
3. Fornire informazioni riguardanti i prodotti e i marchi esselunga
4. Fornire informazioni riguardanti il cliente (gestione punti fidaty, vantaggi, offerte..)
5. Fornire uno strumento di comunicazione da parte del cliente con il management dell'azienda (corrispondenza e offerte di lavoro)
6. Fornire uno strumento per ordinare on line e ricevere a casa propria i prodotti in catalogo

Tutte queste funzionalità sono presenti nel sito in modo abbastanza chiaro:

The screenshot shows the Esselunga website home page. At the top left is the logo "ESSELUNGA S Famosi per la Qualità". The main banner features a tomato and the text "Clicca il pomodoro... ESSELUNGA A CASA LA SPESA COMODA". To the right of the banner is a delivery truck icon and the text "Scopri tutti i vantaggi della SPESA ON LINE". Below the banner is a navigation bar with six items: "Azienda", "Prodotti", "Punti vendita", "Mondo Fidaty", "Lavorare con noi", and "Parlare con noi". The main content area is divided into several sections: "Saper Scegliere" with a list of categories (Ricette, Spesa di stagione, Vino, Cocktail, Olio, Pollice Verde); "Accesso Utenti Registrati" with a login form (Nome Utente, Password, ok button) and a link "Hai smarrito la password?"; "FIDATY" promotion with a gift box image and text "Scopri la promozione 'Sconti fino al 50%'"; "nuovo Catalogo Fidaty" with text "La qualità che ti premia ad ogni spesa"; "nuovo New Ort" with text "Scopri il nuovo New Ort, il mensile per bambini completamente gratuito"; "Buoni pasto aziendali"; and a "50% Magia!" promotion with a wizard hat and tomato image. At the bottom is a footer with links: "Saper Scegliere", "Area Utenti", "Area Stampa", "Intrattenimento", "Mappa", "Ricerca", "Info", and "English".

Le funzioni per cambiare da un canale all'altro sono molto semplificate tramite l'utilizzo di tab presenti di default come layout di pagina: in un qualsiasi momento posso cliccare su una di queste funzioni per accedere a quello che desidero.

Inizialmente pensavamo che questo sito fosse incentrato sull'acquisto on line e di beni di consumo dopo aver effettuato la registrazione. In realtà, nonostante sia molto pubblicizzato (soprattutto nella home page) il sito si appoggia su una seconda piattaforma www.esselungaacasa.it dove è necessaria un'ulteriore registrazione per usufruire dei servizi.

Area Utenti

- Registrazione
- Cancellazione dati
- Cancellazione newsletter

Registrazione PAGINA 1/2

Nome utente
(Deve corrispondere al tuo indirizzo e-mail)

Password
(Da 6 a 10 caratteri)

Conferma Password

Gli unici campi obbligatori sono Nome, Cognome, Nome Utente e Password
Nel caso desiderassi ricevere la **newsletter Esselunga**, controllare il tuo **saldo punti**, i premi del **catalogo Fidelity**, visualizzare gli **orari**, la **mappa** e le **caratteristiche** dei **tui supermercati** di fiducia nella pagina personale, ti consigliamo di compilare i sottostanti campi del modulo di registrazione.

SPESA ON LINE
Per usufruire del servizio è necessario **REGISTRARSI ANCHE IN www.esselungaacasa.it**

Spesa on line
Clicca **QUI** per vedere le zone servite.

Se la tua zona non è ancora attiva, vuoi essere avvisato al momento dell'apertura?

Sì, desidero essere avvisato No, non desidero essere avvisato

Cap Comune

*Se desideri essere avvisato è necessario compilare i campi Cap e Comune.

Per quanto riguarda la registrazione su esselunga.it eventuali errori di compilazioni della form sono segnalati a video da un messaggio in una finestra di Windows:



Una volta premuto ok e tornati sulla form precedente, i relativi campi obbligatori saranno evidenziati da un colore rosso:

Area Utenti	Registrazione	PAGINA 1/2		
<ul style="list-style-type: none"> I Registrazione I Cancellazione dati I Cancellazione newsletter 	<p>Nome utente (Deve corrispondere al tuo indirizzo e-mail)</p> <input type="text"/> <p>Password (Da 6 a 10 caratteri)</p> <input type="text"/> <p>Conferma Password</p> <input type="text"/>	<p>Gli unici campi obbligatori sono Nome, Cognome, Nome Utente e Password</p> <p>Nel caso desiderassi ricevere la newsletter Esselunga, controllare il tuo saldo punti, i premi del catalogo Fidaty, visualizzare gli orari, la mappa e le caratteristiche dei tuoi supermercati di fiducia nella pagina personale, ti consigliamo di compilare i sottostanti campi del modulo di registrazione.</p> <div style="border: 2px solid red; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;"> <p style="background-color: red; color: white; display: inline-block; padding: 2px 10px;">SPESA ON LINE</p> <p>Per usufruire del servizio è necessario REGISTRARSI ANCHE IN www.esselungaacasa.it</p> </div>		
<p>Spesa on line</p> <p>Clicca QUI per vedere le zone servite.</p> <p>Se la tua zona non è ancora attiva, vuoi essere avvisato al momento dell'apertura?</p> <p> <input checked="" type="radio"/> Sì, desidero essere avvisato <input type="radio"/> No, non desidero essere avvisato </p> <p> Cap <input type="text"/> Comune <input type="text"/> </p> <p><small>*Se desideri essere avvisato è necessario compilare i campi Cap e Comune.</small></p>				
<p>Vuoi controllare on-line il saldo punti Fidaty?</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>Carta principale</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>Altra carta (opzionale)</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p> </td> </tr> </table>			<p>Carta principale</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p>	<p>Altra carta (opzionale)</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p>
<p>Carta principale</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p>	<p>Altra carta (opzionale)</p> <p>Nome Intestatario <input type="text"/></p> <p>Cognome Intestatario <input type="text"/></p>			

Una volta iniziata la registrazione, bisognerebbe attendere una mail di conferma che permette di completarla; nonostante sia segnalato che la risposta arriverà a breve, in un caso i tempi di risposta del server esselunga.it sono stati molto elevati, infatti dopo quasi 20 ore di attesa non era ancora arrivata.

Anche per quanto riguarda le funzionalità di ricerca (sezione Ricerca e Area stampa) presenti sulla seconda barra vi è un controllo sui dati immessi. In particolare se nella sezione Area Stampa viene inserito una ricerca con un carattere blank (nullo) essa restituirà l'intero database di comunicati stampa aggiornato in ordine cronologico. Nella sezione Ricerca, invece, verrà visualizzato un messaggio a video che informerà l'utente di non aver ottenuto risultati e di inserire un nuovo termine.

Una particolarità di questo sito è rappresentata nel canale Saper Scegliere, dove, all'interno del troviamo i sottomenu: ricette, spesa di stagione, vino, cocktail, olio e pollice verde.

Nel sotto menu "Ricette" inserendo un qualsiasi ingrediente si può ottenere una lista di fantasiose e succulente ricette:

Saper scegliere

Ricette

Ricerca per portata

Ricerca per ingrediente

Indice ricette

Ricerca per portata

Ricerca per ingrediente

Volete cucinare con quello che avete in casa? Ecco la soluzione: scrivete qui a fianco l'ingrediente che intendete utilizzare e fate clic. Facile, no?

Scrivete un ingrediente

Ordina per nome

Risultato : **13 ricette** Pagina 1 di 2

<div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Bavarese al vin santo Alta cucina 280 min., 500 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Cheese cake alle fragole Internazionali 50 min., 400 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Delizia di fragoline di bosco Alta cucina 200 min., 280 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Gelato all'amarena frappè con frutti di bosco Per ogni occasione min., 250 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Macedonia al marsala Veloci</p> </div>	<div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Bavarese alle fragole Alta cucina 15 min., 250 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Coppa di crema e frutta Per ogni occasione 260 min., 300 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Gelatina di fragole Alta cucina 145 min., 80 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Insalata di verdura e frutta Sfiziose 20 min., 160 KCal.</p> </div> <div style="margin-bottom: 5px;"> <p>Mattonella di primavera Per ogni occasione</p> </div>
--	---

Ricerca per ingrediente – FRAGOLA

È una parte molto estesa e articolata, tanto da richiedere l'apertura di un'altra pagina del browser; effettivamente tutti questi contenuti sarebbero risultati molto sacrificati se avessero dovuto riutilizzare il layout del sito principale.

Quindi è da considerare quasi come un sotto sito dove ogni sotto menu riprende lo stile e la filosofia di quello principale, ed è comunque ben realizzato, curato ed aggiornato; forse anche maggiormente del sito principale.

E' possibile comunicare direttamente con i responsabili di Esselunga e del sito, tramite la sezione Parlare con noi:

Cognome	<input type="text"/>
Nome	<input type="text"/>
Indirizzo	<input type="text"/>
Cap	<input type="text"/>
Località	<input type="text"/>
Codice Fidaty Card	<input type="text" value="0"/>
Codice Fidaty Oro	<input type="text" value="0"/>
Codice CartaSi Fidaty Oro plus	<input type="text" value="0"/>
Punto vendita in cui fai la spesa	<input type="text"/>

***Motivazione del messaggio**

(Seleziona la motivazione appropriata per avere rapidamente una risposta)

***Preferite essere contattato via**

(Puoi scegliere un'unica modalità di contatto)

<input type="radio"/>	telefono	al numero	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	fax	al numero	<input type="text"/>
<input type="radio"/>	e-mail	all'indirizzo	<input type="text"/>

Scrivete il vostro messaggio (max 5000 caratteri)

* Campi obbligatori

invio →

E' inoltre possibile inviare un proprio curriculum con form già impostata tramite la sezione Lavorare con noi:

Nome*	<input type="text"/>	Data di nascita*	<input type="text" value="1"/> / <input type="text" value="1"/> / <input type="text"/>
Cognome*	<input type="text"/>	Codice fiscale*	<input type="text"/>
Indirizzo* (specificare via, piazza, ecc.)		Località*	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	
CAP*	<input type="text"/>	Provincia*	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Provincia di nascita* (Se sei nato in uno stato estero, scegli "Stato Estero" e inserisci il nome dello stato nel campo "Comune di nascita")			
<input type="text"/>			
Comune di nascita*			
<input type="text"/>			
Recapito telefonico (inserire obbligatoriamente almeno un recapito telefonico)			
Fisso	<input type="text"/>	Cellulare	<input type="text"/>
<hr/>			
Posizione militare*			
<input type="radio"/> Assolto <input type="radio"/> Da assolvere <input type="radio"/> Esente			
<hr/>			
Titolo di studio*	<input type="text"/>	Anno di conseguimento	<input type="text"/>
<hr/>			
Automunito			
<input type="text"/>			
<hr/>			
Descrizione CV			

Inoltre c'è la possibilità di mettere delle inserzioni personali sul sito tramite la sezione Parlare con noi:

ESSELUNGA Homepage 

Domande frequenti	Modalita' di pubblicazione
Domande frequenti Bio	Autorizzazione pubblicazione
Buoni... per la pausa	Autorizzazione dei genitori
La posta dei clienti	



Azienda | Prodotti | Punti vendita | Mondo Fidaty | Lavorare con noi | **Parlare con noi**

Modalita' per la pubblicazione

Inviateci una e-mail compilando l'apposito form oppure scriveteci all'indirizzo:
Servizio Clienti
Esselunga S.p.A.
Via Giambologna, 1
20090 Limoto di Pioltello (MI)

Precisate il vostro nome, cognome, indirizzo, numero di telefono e data di nascita. Ed inviate l'autorizzazione alla pubblicazione che trovate qui in basso. La redazione, a suo insindacabile giudizio, sceglierà quelle da pubblicare ogni settimana. Se sei minorenne, però, c'è bisogno dell'autorizzazione dei tuoi genitori. Per questo scarica la liberatoria che trovi qui sotto, stampala, falla firmare dai tuoi genitori e spediscila. Il materiale inviato non sarà restituito.

Nel rispetto della legge 675/96 in materia di privacy e successive modifiche, Esselunga garantisce la massima riservatezza dei dati forniti necessari per apparire nella rubrica. Ai lettori sono riconosciuti tutti i diritti di cui all'art. 13 della L. 675/96 che possono essere esercitati scrivendo a: Esselunga Spa, all'attenzione del Responsabile del trattamento dei dati personali, Via Giambologna,1 - 20090 Limoto di Pioltello (MI).

Autorizzazione alla pubblicazione

Autorizzazione dei genitori

Saper Scegliere | Area Utenti | Area Stampa | Intrattenimento | Mappa | Ricerca | Info |  English

Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- Tutte le funzionalità sono ordinate ed evidenti
- Possibilità di inviare il curriculum scegliendo già il proprio profilo professionale
- Possibilità di comunicazione con i responsabili diretta e semplice

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Compilare due registrazioni per un unico intento (quello di acquistare on line)
- Tempo di risposta alla registrazione troppo elevato a causa di un mal funzionamento del server non segnalato
- Funzionalità del tab Ricerca non molto chiara

CONTENUTO

Valutazione: 2.5

Analisi:

L'enorme quantità di materiale presente risulta essere coerente con lo scopo che il sito si prefigge. Ad ogni voce viene dato il peso giusto, evidenziando i canali o le notizie più importanti con il supporto di alcune immagini.

E' presente molto materiale informativo fornito all'utente, questo dipende dal fatto che vengono proposti differenti servizi, differenziando così le diverse tipologie del modo di informare l'utente:

- informazioni di prodotto: riguardano tutti i prodotti marchiati Esselunga o prodotti con marchio proprietari, dal prodotto biologico alla linea d'acqua, dalla carne alla pasta. In questa sezione, però, non è presente nessuna informazione sul prezzo del prodotto.

Azienda	Prodotti	Punti vendita	Mondo Fidaty	Lavorare con noi	Parlare con noi
---------	----------	---------------	--------------	------------------	-----------------

Frutta e verdura Naturama

FRUTTA NATURAMA
MOLTO PIÙ CHE FRUTTA
Perché Esselunga seleziona, segue e controlla rigorosamente ogni prodotto, fin dall'origine.

ESSELUNGA
NATURAMA

Cos'è Naturama?

E' l'impegno di qualità che Esselunga offre sui prodotti freschi come **frutta, verdura, carne, pollo, pesce e uova**. Tutta l'esperienza, l'attenzione e la tradizione Esselunga per un'alimentazione sana si concretizzano in Naturama; un **sigillo di qualità sulla tavola** che permette, ad esempio, di conoscere e ricostruire la **storia di ogni prodotto** fin dall'origine.

Cos'hanno in più la frutta e la verdura Naturama?











Vengono coltivate secondo rigorosi *Disciplinari Esselunga* che prevedono:

- il **minor uso possibile** di sostanze non naturali;
- l'**assenza di trattamenti chimici post-raccolta**;
- l'utilizzo del **freddo** come **unico agente di conservazione**;
- **rigorosi controlli** in campo e in laboratorio.

VERDURA NATURAMA
MOLTO PIÙ CHE VERDURA
Perché Esselunga seleziona, segue e controlla rigorosamente ogni prodotto, fin dall'origine.

ESSELUNGA
NATURAMA

- informazioni di vendita: vengono elencati e raffigurati i vari prodotti in offerta settimanalmente nei diversi punti vendita, in particolare sono gli stessi prodotti che si trovano anche sui volantini cartacei distribuiti porta a porta. In questa sezione, quindi, vengono elencati dettagliatamente i prezzi e gli sconti effettuati.

Azienda	Prodotti	Punti vendita	Mondo Fidaty	Lavorare con noi	Parlare con noi	
30/40/50% giugno 2004						
 <p>30, 40, 50% di sconto su tanti prodotti. Mitico!</p> <p>Dal 14 al 26 giugno in tutti i punti vendita Esselunga parte la promozione '30-40-50% di sconto'.</p> <p>Troverai tanti articoli di marca a prezzi davvero convenienti.</p> <p>Recati sul punto vendita più vicino, scoprirai tutti i prodotti in offerta.</p>	 <p>Pasta di semola di grano duro Bella Napoli Buitoni formati assortiti, 1 kg euro 1,55</p> <p>sconto 30% euro 1,08 Lire 2091</p>	 <p>Riso Oro Scotti per insalate, 1 kg euro 2,98</p> <p>sconto 40% euro 1,78 Lire 3447</p>	 <p>Passata di pomodoro Contorno 690 g euro 1,00 (euro 1,45 al kg)</p> <p>sconto 50% euro 0,50 (euro 0,72 al kg) Lire 968</p>	 <p>Misto per risotto e spaghetti Mare Pronto surgelato, 300 g euro 2,99 (euro 9,97 al kg)</p> <p>sconto 40% euro 1,79 (euro 5,97 al kg) Lire 3466</p>		
						

Risulta particolarmente facile e sbrigativo ad un cliente associare il prodotto di cui ha bisogno e il suo costo grazie all'immagine di quest'ultimo e al prezzo evidenziato.

Un punto a sfavore, però, è che cliccando su ciascun prodotto non è possibile visualizzare una scheda esplicativa riguardante gli ingredienti e una descrizione nutrizionale del prodotto, oltre al fatto che è stato scelto di mettere i prodotti in una griglia per mantenere un aspetto più ordinato, ciò ha però il difetto di rendere le immagini e i marchi sui prodotti a volte piccoli soprattutto ad alte risoluzioni.

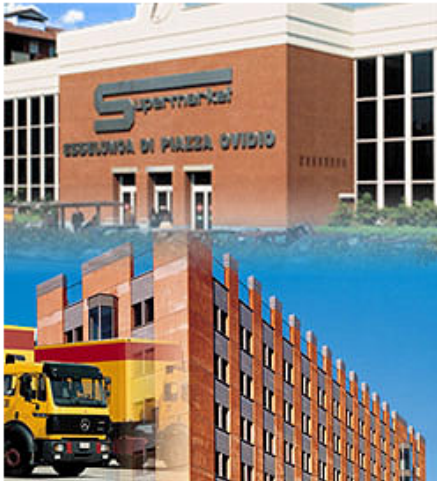
Secondo noi sarebbe stato meglio mettere la sezione dei prodotti in offerta sotto la sezione Prodotti anziché sotto la sezione Punti Vendita, in quanto è più logico che un utente cerchi le offerte sotto Prodotti.

- Informazioni di servizio: vengono date molte possibilità agli utenti di ottenere informazioni riguardanti i servizi che Esselunga predispone ai propri clienti, come riguardo ai punti fidaty o alla possibilità di cercar lavoro. In particolare quest'ultima sezione è organizzata in modo semplice così da inviare un curriculum scegliendo già la propria figura professionale in base a quelle proposte e che servono all'azienda.

In sede	Addette alla cassa	
Nei punti vendita	Allievi banconieri	
	Audio video foto	
	Ausiliari alla vendita	
	Banco panetteria	
	Capo Cassiera	
	Diplomati/e	
	Specialisti banconieri	

- Azienda
- Prodotti
- Punti vendita
- Mondo Fidaty
- Lavorare con noi
- Parlare con noi

Addette alla cassa



Per attività di addette alla cassa presso il punto vendita

Sono previsti training on the job e corsi di formazione istituzionale in aula per acquisire le competenze necessarie.

Si richiede:

- età tra i 19 e i 31 anni;
- licenza media o Diploma
- buona predisposizione ai rapporti interpersonali ed orientamento al cliente
- flessibilità e disponibilità
- attitudine al lavoro di squadra

- Area Intrattenimento: valore aggiunto di questo sito è il canale intrattenimento, in cui si possono creare dei simpatici menù, calendari, segnaposti, inviti, scegliendo i buffi personaggi della riuscita campagna pubblicitaria dell'Esselunga per personalizzarli.

Intrattenimento

- Calendario
- Segnaposto
- Inviti
- Menu
- Nuova campagna
- Campagna Precedente

Melarzano Jones

Mago Melino

Insalatilla

Pompelmo Toll

Scegli il personaggio

Mago Melino *giugno*

L	M	M	G	V	S	D
	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ESSELUNGA

Istruzioni:

Un mese in compagnia di John Lemon e i suoi amici. Costruisci il tuo calendario mensile con tutti i soggetti della campagna "Famosi per la qualità".

- Clicca su una delle tre griglie a lato.
- Clicca sul tuo personaggio preferito tra quelli disponibili in alto.
- Clicca sul bottone antepima per visualizzare in una nuova finestra il calendario così come l'hai costruito.
- Clicca sul bottone di stampa.

Scegli il calendario

mese

mese

anno

mese

Antepima

La struttura di questo servizio è molto semplice ed efficace da usare e alla destra della pagina c'è sempre un riquadro in cui trovare le istruzioni per realizzare il tutto. È forse una delle parti meglio realizzate del sito.

Le pagine vengono aggiornate continuamente, con scadenza che va minimo da un periodo settimanale a quello di due o tre giorni.

Una pecca molto grave è la totale mancanza della traduzione dei contenuti dei testi del sito in lingua inglese, infatti il tasto English, presente nella seconda barra, porta esclusivamente alla traduzione della storia dell'azienda in lingua inglese.

Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- è possibile reperire qualsiasi tipo di informazione sul mondo Esselunga
- descrizione molto esplicitiva degli sconti grazie all'utilizzo di foto e di evidenziazioni
- aggiornamento delle pagine frequente

PUNTI DI DEBOLEZZA:

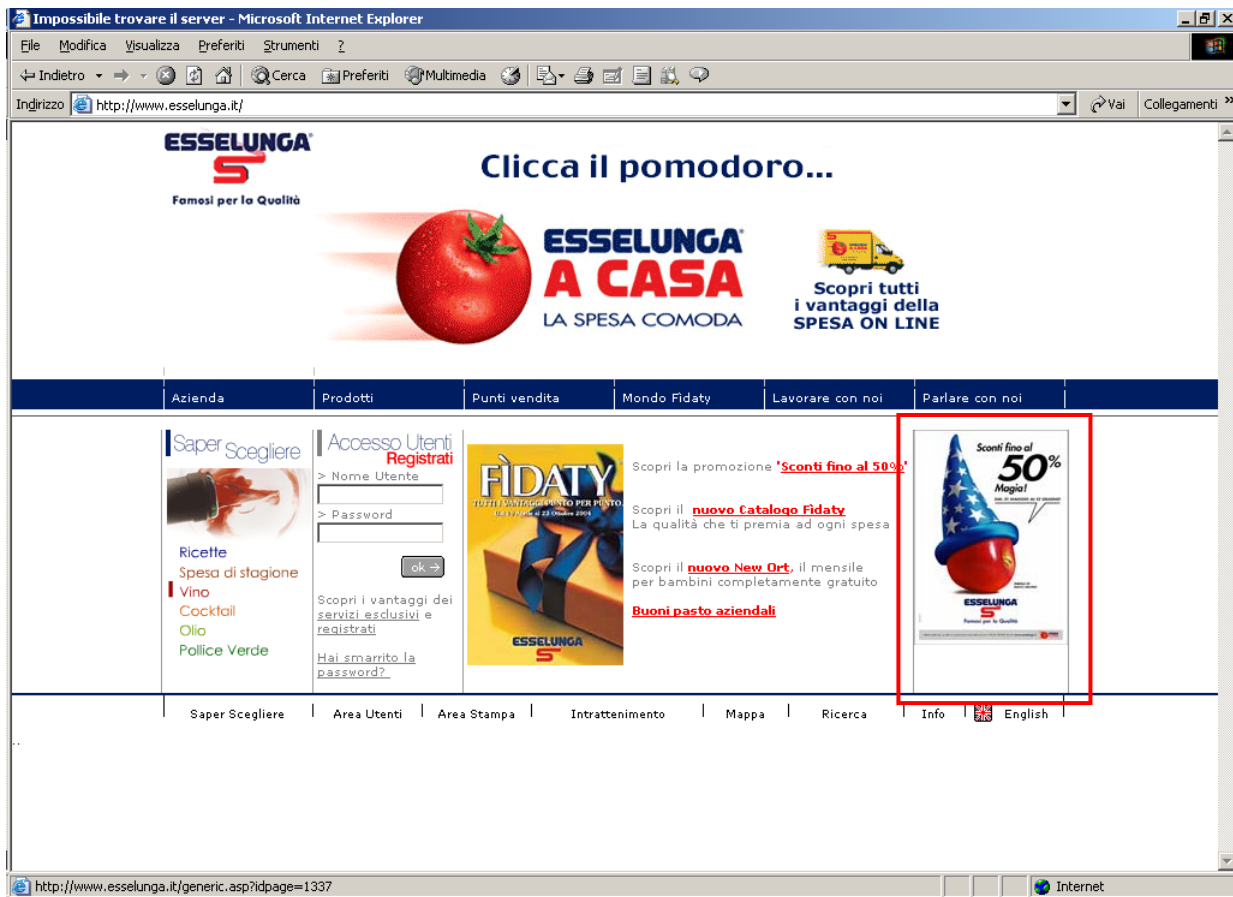
- offerte dei prodotti sotto la sezione Punti Vendita, risultano di non facile reperibilità
- alcuni contenuti potrebbero essere ampliati
- traduzione in inglese quasi nulla

GESTIONE

Valutazione: 3.5

Analisi:

In esselunga.it si notano aggiornamenti costanti, sia per quanto riguarda l'informazione, sia per quanto riguarda le notizie di carattere generale che sono presenti nella home page del sito. Si nota un cambiamento evidente della home page soprattutto quando vengono utilizzati a rotazione i buffi personaggi della campagne pubblicitarie.



Le operazioni di registrazione possono essere effettuate a qualsiasi ora del giorno; abbiamo provato più volte ad effettuare la registrazione: solo in un caso la mail di risposta non è mai arrivata, mentre in tutti gli altri era immediata. Probabilmente avevano avuto problemi solo quel giorno.

Il tempo di risposta della sezione Parlare con noi, sezione predisposta per la risposta alle e-mail inviate dagli utenti, è abbastanza buona. Abbiamo provato ad inviare alcune e-mail e il tempo di risposta non è mai stato superiore ai due giorni.

Nel periodo di tempo in cui il sito è stato preso in esame non si sono notati cambiamenti di sorta per quel che riguarda l'impostazione delle varie pagine e menù che rimangono pressoché immutati ad eccezione dei contenuti.

Durante tutto il periodo in cui il sito è stato esaminato, non si sono verificati problemi tecnici di nessun genere e il sito è sempre rimasto accessibile, anche se è del tutto assente un contatore che indica il numero di accessi dei visitatori. Questa a nostro parere è una mancanza rilevante, perché non si sa qual è l'effettivo bacino di utenza di esselunga.it.

Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- Aggiornamento giornaliero dell'informazione contenuta nel sito.
- Buoni tempi di risposta alle e-mail.
- Servizio sempre accessibile a qualsiasi ora del giorno

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Tempi di risposta alla registrazione troppo lunghi a causa di un malfunzionamento del server non segnalato
- Mancanza di un contatore

ACCESSIBILITA'

Valutazione: 3

Analisi:

L'url del sito è www.esselunga.it ed è indiscutibilmente appropriato essendo uguale al nome dell'azienda e può essere ricordato facilmente dall'utente. Tuttavia manca una pubblicità adeguata a questo sito che non occupa molto spazio nelle campagne pubblicitarie.

Le ricerche effettuate sui principali motori hanno dato tutte esito positivo in termini di posizionamento all'interno delle pagine dei risultati, di ricorrenza e di visibilità.

GOOGLE.IT:

Cerca con Google: esselunga - Microsoft Internet Explorer

File Modifica Visualizza Preferiti Strumenti ?

Indirizzo <http://www.google.it/search?q=esselunga&ie=UTF-8&hl=it&lr=>

Web Immagini Gruppi Directory News Novità

Google Cerca Ricerca avanzata Preferenze

Cerca nel Web Cerca solo le pagine in Italiano

Web Risultati 1 - 10 su circa 22,100 per **esselunga**. (0.20 secondi)

ESSELUNGA -
> Nome Utente > Password. Scopri i vantaggi dei servizi esclusivi e registrati Hai smarrito la password? Scopri la promozione "Sconti ..."
www.esselunga.it/ - 14k - 13 giu 2004 - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

ESSELUNGA - Lavorare in Esselunga
Lavorare in **Esselunga**. Fondata nel 1957, **Esselunga** è oggi una società leader nella Grande Distribuzione che conta circa 13.000 ...
www.esselunga.it/Generic.asp?idPage=3096 - 11k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)
[[Altri risultati in www.esselunga.it](#)]

CLICCA IL POMODORO - La spesa arriva a casa!
www.shop.esselunga.it/ - 3k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

CLICCA IL POMODORO - La spesa arriva a casa!
www.esselungaacasa.it/ - 3k - 13 giu 2004 - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

clicca
... Il Cinema si allea con Fino al 23 ottobre 2004 fare la spesa in tutti i punti vendita **Esselunga** consentirà di accumulare punti utili per ottenere biglietti d ...
www.lombardiaspettacolo.com/clicca4.htm - 6k - 13 giu 2004 - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

Regali Esselunga - Altolà
Altolà - Regali **Esselunga** ... Aree Principali ... DVD. · Web Marketing. · Mms. Trovati i seguenti siti inerenti "Regali **Esselunga**"; quelli da 1 a 18 sono: ...
shopping.altola.it/regali/regali-esselunga.html - 73k - [Copia cache](#) - [Pagine simili](#)

Alitalia - Esselunga
Esselunga. Quante miglia con **Esselunga**? ... I supermercati **Esselunga** sono presenti in Lombardia, Toscana, Emilia Romagna, Piemonte e Veneto

(2 oggetti rimanenti) Apertura pagina <http://www.google.it/search?q=esselunga&ie=UTF-8&hl=it&lr=>

Internet

ARIANNA.IT:

Risultato della Ricerca - ARIANNA - Microsoft Internet Explorer

Indirizzo: <http://arianna.libero.it/search/abin/search?query=esselunga&radiobutton=arianna>

LIBERO Ricerca

Cerca nel Web: con Arianna con Google **Trova**

Web Directory Newsgroup Mp3 Immagini Video Aziende **Filtro famiglia OFF - Ricerca avanzata - Help**

Torna alla home di Arianna Arianna ha trovato **109240** risultati su **esselunga**

RISULTATI NEL WEB [raggruppa per sito] ⓘ

Shop Esselunga
Anche la grande distribuzione si lancia sul mercato virtuale e offre il servizio di spesa on-line a tutti i clienti registrati. Sono presenti, inoltre, schede dei prodotti, ricette per ogni esigenza, consigli utili e sezioni dedicate allo svago.
URL: <http://www.shop.esselunga.it>
Categoria: /Casa e tempo Libero/Shopping

ESSELUNGA -
> Nome Utente > Password Scopri i vantaggi dei servizi esclusivi e registrati Hai smarrito la password?
Esselunga rassicura sui prezzi Scopri le nostre promozioni Scopri il grande cinema con Fidaty Scopri i vantaggi del videoneggio **Esselunga**
URL: <http://www.esselunga.it/>
[Altri risultati su www.esselunga.it]

ESSELUNGA -
> Nome Utente > Password Scopri i vantaggi dei servizi esclusivi e registrati Hai smarrito la password? Scopri la promozione 3x2 Scopri il grande cinema con Fidaty Scopri i vantaggi del videoneggio **Esselunga** Buoni pasto aziendali
URL: <http://www.esselunga.it/generic.asp>
[Altri risultati su www.esselunga.it]

Esselunga : Leggi le Opinioni e compara i prezzi
... Offline > Supermercati **Esselunga** Valutazione complessiva: ...
URL: http://www.it.ciao.com/Esselunga__92578
[Altri risultati su www.it.ciao.com]

Alimenti Biologici - Bio Esselunga
... Alimenti Biologici > Bio **Esselunga** E shopping: migliaia di ...
URL: http://www.it.ciao.com/Bio_Esselunga_16412_4
[Altri risultati su www.it.ciao.com]

crash the cash! alla ESSELUNGA! : Indymedia Italia
... - crash the cash! alla **ESSELUNGA!** by crasher Saturday December ...
URL: <http://www.italy.indymedia.org/news/2003/12/2438990.nhn>

Operazione completata Internet

VIRGILIO.IT:

VIRGILIO Search - Microsoft Internet Explorer

Indirizzo <http://search.virgilio.it/search/cgi/search.cgi?switch=0&offset=0&hits=10&f=hp&tabEnabled=false&tabChildren=true&q=esselunga>

Homepage News Soldi Tutti i siti TuttoCittà Mail Tin.it

virgilio
Ricerca

Programma ufficiale governo Americano
50,000 persone avranno
l'opportunità da vivere e
lavorare negli Stati Uniti!

cosa
esselunga

cerca nel Web cerca solo nelle pagine in Italiano

Opzioni
• Protezione familiare
• Virgilio Toolbar

Le ricerche di oggi
• lavoro • libri
• parigi • e-mail
• pensioni • modello 730

cerca in Siti Aziende Prodotti Persone News Immagini Music Box

Trovati **5.771** risultati per **esselunga** in Siti. [Sponsorizza il tuo sito](#)

- **Esselunga** [apri in una nuova finestra]
Frutta, verdura, carne, pesce, salumi e tutti i prodotti di gastronomia Esselunga sono preparati per te appena prima della consegna.
> [Siti aziendali](#) > [Alimentazione](#) > [Supermercati](#)
<http://www.esselunga.it/>
- **ESSELUNGA - Lavorare in Esselunga** [apri in una nuova finestra]
Lavorare in **Esselunga**. Fondata nel 1957, **Esselunga** è oggi una società leader nella Grande Distribuzione che conta circa 13.000 ...
<http://www.esselunga.it/Generic.asp?idPage=3096>
- **Esselunga** [apri in una nuova finestra]
La versione online del noto supermercato: prodotti alimentari, casalinghi, per animali, giardinaggio e idee regalo. Consegna giornaliera.
> [Siti aziendali](#) > [Alimentazione](#) > [Supermercati](#)
<http://www.shop.esselunga.it/>
- **CLICCA IL POMODORO - La spesa arriva a casa!** [apri in una nuova finestra]
<http://www.esselungaacasa.it/>
- **Clicca** [apri in una nuova finestra]
... Il Cinema si allea con Fino al 23 ottobre 2004 fare la spesa in tutti i punti vendita **Esselunga** consentirà di accumulare punti utili per ottenere biglietti d ...
<http://www.lombardiaspettacolo.com/clicca4.htm>
- **Regali Esselunga - Altolà** [apri in una nuova finestra]
[Altolà - Regali Esselunga](#) - [Area Principali](#) - [DVD](#) - [Web Marketing](#) ...

Operazione completata Internet

YAHOO.IT

Yahoo! Italia - Risultati ricerca per **esselunga** - Microsoft Internet Explorer

Indirizzo: <http://it.search.yahoo.com/search/it?p=esselunga&y=y&ei=ISO-8859-1&fr=fp-tab-web-t&cop=mss&tab=>

YAHOO! Ricerca [Ricerca Inizio](#) | [Yahoo!](#) | [Aiuto](#)

Hai cercato: Cerca [Ricerca avanzata](#)
[Preferenze](#)

Cerca in: Pagine in Italiano Tutto il Web

Siti Web | [Immagini](#) | [Directory](#) | [Pagine Gialle](#) | [Notizie](#) | [Strumenti linguistici](#) **NUOVI!**
[Novità](#)

Categorie: [Shopping](#) > [Supermercati](#) > [Esselunga.it](#)

PRIMI 20 SITI WEB - risultati trovati 24.800

ATTENZIONE: Hai fatto una ricerca su [siti in italiano](#). Prova a cercare [tutto il Web](#).

- Esselunga.it**
Offre la possibilità di fare la spesa on line. Include informazioni sulle modalità di consegna e di pagamento.
Altri siti in: [Shopping](#) > [Supermercati](#) > [Esselunga.it](#)
www.esselunga.it/ - 13k - [Copia Cache](#) - [Altri risultati in questo sito](#)
- Clicca il pomodoro**
Offre la possibilità di effettuare la spesa on line con pagamento alla consegna tramite bancomat o carta di credito.
Altri siti in: [Shopping](#) > [Centri commerciali](#) > [Supermercati](#)
www.shop.esselunga.it/ - 25k - [Copia Cache](#)
- HighScore - News/ Sony non autorizza Esselunga**
Percorso:highscore > news/ sony non autorizza **esselunga**. Stampa - Segnala via email. Ultime Brevi: News/ Sega: Matrix Online. News/ GTA sulla West Coast. News/ Zelda torna sul Cubo. News/ Settembre, tempo di Sims. News/ Metal Gear PSP ... La promozione sottocosto di **Esselunga** non è passata inosservata nemmeno per Sony, che ha ...
punto-informatico.it/pbox.asp?f=46357 - 25k - [Copia Cache](#)
- ESSELUNGA - Lavorare in Esselunga**
... Fondata nel 1957, **Esselunga** è oggi una società leader nella Grande Distribuzione che conta circa 13.000 ... La sede centrale di **Esselunga**, alle porte di Milano (Limite di Pioltello ...
www.esselunga.it/Generic.asp?idPage=3096 - 10k - [Copia Cache](#) - [Altri risultati in questo sito](#)
- Vendita prodotti alimentari - Esselunga**
Supermercati **Esselunga** online: la freschezza e la convenienza direttamente a casa tua con un semplice click. ... Vendita prodotti

Internet

Abbiamo effettuato questa ricerca solo su motori di ricerca italiani, visto che Esselunga opera esclusivamente in Italia.

Come si può notare il sito è molto reperibile, infatti inserendo la parola Esselunga, compare sempre al primo o al più al secondo posto. Tuttavia, se si inserisce, invece, il termine più generico “supermercato” esselunga.it non è menzionato nelle prime dieci pagine di ogni motore di ricerca. E’ curioso, però, che una diretta concorrente di Esselunga, cioè la Coop, è presente sempre sotto la chiave “supermercato” al più alla seconda pagina.

I tempi di caricamento della home page sono ottimi poiché il contenuto di essa è sintetico, le immagini sono molto “leggere” e nonostante ciò vengono segnalati in maniera chiara gli argomenti fondamentali.

Prove di accesso:

ORA	TEMPO DI CARICAMENTO
08.00	30”
12.00	31”
16.00	40”
20.00	33”
24.00	31”

Tali risultati sono stati ottenuti tramite una linea di connessione normale a 56K.

Si può notare che i tempi di caricamento sono abbastanza elevati ma comunque nella media per una connessione di questo tipo con questa quantità di immagini. Le sezioni interne sono leggermente più veloci.

Sintesi:

PUNTI DI FORZA:

- Il nome dell’url è facile da ricordare e uguale al nome dell’azienda
- L’accesso all’home page è veloce ed affidabile
- Il sito è facilmente reperibile dai motori di ricerca

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Inserendo parole correlate non è possibile raggiungere il sito

USABILITA'

Valutazione: 2.5

Analisi:

Per usabilità si intende l'efficacia, l'efficienza e la soddisfazione con cui specificati utenti possono raggiungere specifici obiettivi in particolari ambienti.

Bisogna considerare quindi l'efficacia, cioè la completezza e l'accuratezza con si riesce a raggiungere il proprio obiettivo; l'efficienza che indica le risorse spese per ottenere tale risultato; la soddisfazione che indica il comfort e l'accettabilità del sistema dal punto di vista dell'utente.

Questi tre punti non andranno misurate in assoluto, ma relativamente a specificati utenti, obiettivi e ambienti d'uso, che sono tre variabili indipendenti tra loro e differenti.

Il sito per la sua natura, non si rivolge a un'utenza con particolari attitudini e può essere, per questo motivo, esaminato prendendo un campione d'utenza eterogeneo. Questa è la motivazione che ci ha spinto a prendere e coinvolgere, per il nostro test, persone con età e interessi completamente diversi.

L'esecuzione del test è avvenuta per tutti gli esaminanti in modo uguale. Ci siamo limitati a dare la lista degli obiettivi, dopo di che non siamo più intervenuti onde evitare di dare qualche suggerimento.

Obiettivi richiesti ai tester:

1. All'utente viene mostrata l'Home Page del sito, e gli viene chiesto quali sono le obiettivi del Esselunga.it.
2. All'utente viene chiesto di registrarsi al sito
3. All'utente viene chiesto di controllare se la pasta Buitoni è in offerta e per quanto
4. All'utente viene chiesto di cercare una ricetta con ingrediente principale le fragole
5. All'utente viene chiesto di inviare un curriculum come frigorista
6. All'utente viene chiesto di controllare i punti di una fidaty Card fornita da noi

Questi sei punti sono per noi risultati sufficienti per testare il sito in quanto riassumono le funzionalità di maggior interesse e lo scopo per cui il sito è stato creato.

Inoltre per rispondere al primo punto, l'utente è obbligato a capire i contenuti, a spostarsi nella pagina lasciandosi guidare dai colori, dai messaggi e dai riquadri dominanti che più catturano la sua attenzione.

Per noi questo significa capire se le priorità delle funzionalità sono rispettate oppure se vengono alterate dall'uso dei colori e delle forme.

Dal secondo punto in poi si evidenzia l'efficienza di tutte le funzionalità a disposizione dell'utente e la facilità del loro utilizzo anche ad un utente alla prima esperienza.

Si è creato un gruppo eterogeneo da tutti i punti di vista, in modo di cercar di essere i più obiettivi possibili; il campione è composto da persone dell'età compresa tra i 18 e i 59 anni, con diversi gradi di conoscenza informatica, basso (scarsa o nulla), media (accesso e uso dei programmi e delle

funzioni principali di internet), alto (competenze molto specifiche e approfondite), con diversi interessi.

Team di valutazione:

	1°	2°	3°	4°	5°	6°
Nome	Nicoletta	Francesca	Giorgio	Carlo	Gianluca	Giannina
Sesso	F	F	M	M	M	F
Età	18	23	26	59	34	47
Professione	Studente di Liceo Classico	Studente di Ingegneria Aereospaziale	Operaio	Geometra	Perito Informatico	Insegnante di lettere e latino
Livello	Medio-basso	Alto	Medio	Basso	Alto	Basso

Il gruppo di persone da noi utilizzato nel test, dopo un'analisi dei risultati ottenuti individualmente, ha dimostrato una discreta omogeneità negli errori compiuti, nelle difficoltà incontrate e nelle operazioni svolte; molti degli errori commessi e delle reazioni manifestate erano comuni alla maggior parte delle persone prese in esame. Per evitare quindi inutili e prolisse ripetizioni, è stato deciso di descrivere i risultati ottenuti suddividendoli nelle varie fasi e non secondo il tester preso in considerazione.

Nel complesso, tutta la fase di test dei quattro utenti ha richiesto un tempo totale di cinque ore circa distribuiti nel seguente modo:

- Primo utente circa 55 minuti
- Secondo utente circa 40 minuti
- Terzo utente circa 50 minuti
- Quarto utente circa 60 minuti*
- Quinto utente circa 35 minuti
- Sesto utente circa 65 minuti*

*la sesta prova non è stata portata a termine

1. All'utente viene mostrata l'Home Page del sito, e gli viene chiesto quali sono le obiettivi del Esselunga.it

N.b.:all'utente non viene chiesto di osservare il funzionamento per gli acquisti on line, in quanto è gestito da esselungaacasa.it

UTENTE PRINCIPIANTE:

Tutti hanno capito di chi fosse il sito grazie alla notorietà dell'azienda Esselunga, tuttavia, essi pensavano che lo scopo della pagina fosse puramente pubblicitario senza alcuna funzionalità e senza rendersi conto di cosa fosse esselungaacasa.it.

L'attenzione di questo gruppo è stata in genere catturata immediatamente dalle immagini, che hanno una posizione di primo piano sulla home-page; ad esempio la curiosità si è manifestata per l'immagine "Fidaty" cioè i tester cercavano di capire a cosa servisse un canale dedicato alla carta.

Non sapendo di potersi muovere con i tab delle due barre, hanno preso in rassegna solo ciò che proponeva la home page, in particolare hanno visionato inizialmente i link relativi alle immagini o prossimi.

Preso familiarità con gli strumenti, i tester si sono mossi più agevolmente arrivando a consultare diversi punti proposti sulla pagina.

UTENTE MEDIO:

Essendo questo gruppo composto da persone che hanno una certa familiarità con le funzioni internet, esso non ha avuto difficoltà nell'esplorare la home-page; all'inizio anche questo gruppo si è soffermato sulla parte centrale di essa, cioè sulle immagini, ma dopo ha iniziato a visionare il contenuto principale dei tab, ad esempio ha scoperto la possibilità di inviare curriculum e quindi di interagire con l'azienda. Dopo un breve periodo, quindi, ha saputo mettere in chiaro gli obiettivi principali che l'azienda vuole proporre.

UTENTE ESPERTO:

Essendo questo gruppo molto competente, non si è lasciato influenzare dalle immagini, ma ha controllato subito gli argomenti dei tab che, da un punto di vista grafico, fanno da contorno alle notizie centrali. E' stato facile, quindi, per loro mappare la struttura generale del sito e stabilire quali canali siano importanti e quali no.

2. All'utente viene chiesto di registrarsi al sito

UTENTE PRINCIPIANTE:

Questo gruppo di utenti ha trovato difficoltà nel trovare la pagina per la registrazione: inizialmente viene attratta dalla scritta "registrati" di colore rosso, che però non è cliccabile, in quanto fa parte di un'immagine. Rendendosi conto che cliccando lì non si ottiene nulla, provano a cliccare sul pulsante ok. Questo non porta ad alcun cambiamento, si rendono conto che è presente una scritta (in effetti forse un po' piccola) apposita per la registrazione e per i vantaggi dei clienti registrati e finalmente accedono alla form. Una volta arrivati a questo punto leggono le indicazioni e compilano i campi necessari. Proseguono con le delibere della privacy, ma danno l'ok senza aver dato alcun consenso dei trattamenti dei dati. Una volta letto il messaggio di avviso del sistema, danno solo l'accetto al punto uno e completano la form e aspettano la mail per completare la registrazione. Nonostante il disguido iniziale, nei punti successivi non hanno avuto grosse difficoltà, anche se procedevano con molta lentezza leggendo riga per riga i contenuti a video.

UTENTE MEDIO:

Curioso notare che anche questo gruppo, per prima cosa, ha provato a cliccare sulla scritta “registrati” di colore rosso. Nonostante ciò hanno trovato subito la via di accesso alla form e l’hanno completata senza leggere le istruzioni. Questo, nonostante sia stato eseguito in modo più veloce, li ha portati a completare anche i campi non strettamente necessari. Al momento del consenso del trattamento dei dati hanno dato “accetto” a tutti e tre i punti, senza leggere le clausole informative. Dopo di che anche essi hanno completato la registrazione aspettando la semplice mail di conferma.

UTENTE ESPERTO:

Questo gruppo non ha trovato particolari difficoltà: si è reso conto che c’era una scritta di fondo non cliccabile di colore rosso “registrati” e ha optato per il link situato poco più sotto. Anche questo gruppo non ha letto le istruzioni, ma essendo più esperto ha completato esclusivamente i campi segnati da un asterisco. Non ha letto il contenuto dei tre campi sulla privacy, ha dato l’ok, dopo di che come suggerito, ha dato il consenso soltanto al primo punto, senza comunque leggerlo e ha terminato l’iscrizione con l’e-mail.

3. All’utente viene chiesto di controllare se la pasta Buitoni è in offerta e per quanto

UTENTE PRINCIPIANTE:

Questo gruppo ha avuto parecchie difficoltà: ha preso in rassegna tutti i tab presenti andando un po’ a caso, si è soffermato principalmente sul tab Prodotti scorrendone le relative sottocategorie, dopo di che è andato avanti sul tab Punti Vendita. Qui ha notato la sottocategoria Le nostre promozioni, ed è rimasto stupefatto nel trovare quello che cercava.

UTENTE MEDIO:

Questo gruppo ha avuto due comportamenti diversi:

- il primo è andato a colpo sicuro sul tab prodotti, ha osservato le sottocategorie e rendendosi conto che non riusciva a trovare quello che cercava è tornato sulla home page e ha cercato con maggior cura qualcosa che riguardasse gli sconti. Si è reso conto che c’era una gif animata pubblicitaria in cui compariva la parola “sconto” e ha cliccato su questa e ha cercato la pasta Buitoni raggiungendo l’obiettivo
- il secondo, durante la navigazione iniziale, si ricordava di aver visto qualcosa riguardo gli sconti in uno dei tab principali; anche lui è andato sui prodotti, ma non trovandolo immediatamente nelle sottocategorie è passato al tab Punti Vendita dove nell’ultima sottocategoria ha trovato quello che cercava. Ha cliccato su questa e ha cercato la pasta Buitoni raggiungendo l’obiettivo

UTENTE ESPERTO:

Osservando la pagina iniziale ha notato la pubblicità degli sconti e a colpo sicuro è andato senza alcuna difficoltà dritto alla ricerca della pasta Buitoni.

4. All'utente viene chiesto di cercare una ricetta con ingrediente principale le fragole

UTENTE PRINCIPIANTE, MEDIO, ESPERTO:

Ritenevamo questo punto abbastanza complesso, ma con nostra profonda sorpresa, tutti gli utenti hanno raggiunto l'obiettivo con facilità, grazie alla panoramica iniziale del punto uno.

I comportamenti e i tempi di accesso, tuttavia, sono stati molto variabili: infatti l'utente principiante, che ha sempre paura di sbagliare e di cliccare su cose errate, ha letto con attenzione la home page fino a trovare il link a ricette, gli altri due gruppi con più velocità sono andati dritti alla meta.

L'utente principiante, inoltre, ha letto interamente la seconda pagina prima di trovare un "inserisci ingrediente", mentre gli altri gruppi a prima vista sono stati attratti dalla insert box.

5. All'utente viene chiesto di inviare un curriculum come frigorista

UTENTE PRINCIPIANTE, MEDIO, ESPERTO:

Anche in questo caso i tre gruppi di utenti non hanno avuto alcun problema. Ovviamente sempre agendo con tempi molto diversi visto che gli utenti con conoscenza media e esperta non leggono tutte le indicazioni, mentre quelli principianti sono molto più cauti.

Tutti e tre i gruppi, forse grazie anche al fatto che oramai era da un po' di tempo che agivano su questo sito (forse se avessimo chiesto questo punto per primo, avrebbero avuto più difficoltà), sono andati diretti sul tab "lavorare con noi". Tutti e tre hanno sbagliato il link, pensando che frigorista fosse una figura professionale addetta nei punti vendita anziché in sede. D'altro canto questo era da aspettarselo visto che nella logica comune per frigorista si intende l'addetto che aggiusta i frigo nei punti vendita.

6. All'utente viene chiesto di controllare i punti di una fidaty Card fornita da noi

UTENTE PRINCIPIANTE:

Questo gruppo ha trovato enorme difficoltà in questo punto: ha cliccato sul mondo fidaty, ha controllato in ogni sottocategoria e in ogni link più di una volta, senza trovar il modo di verificare i punti, ma trovando solo informazioni sui premi e su come accumulare i punti. Si sono ritirati da questa prova in quanto innervositi e scoraggiati.

UTENTE MEDIO:

Anche questo gruppo ha avuto delle difficoltà: inizialmente ha visitato in lungo e in largo il mondo fidaty, ma non soffermandosi per molto tempo sulle pagine visitate. Accortosi che i dati riguardanti la Fidaty Card potevano essere consultati solo da un utente registrato, è tornato alla home page dove ha effettuato il login. Da lì ha letto le istruzioni per inserire il codice della Fidaty Card (cioè doveva cambiare i dati iniziali inseriti nel punto 2), e una volta effettuata questa modifica è stato visualizzato a video il resoconto dei punti.

UTENTE ESPERTO:

Questo gruppo, sapendo che una volta registrati si ha accesso a delle aree che altrimenti non sarebbero visibili, hanno eseguito subito la login, dopo di che senza difficoltà hanno seguito le istruzioni presenti a video ed hanno inserito i dati della carta mancante e a video sono apparsi i punti accumulati.

Sintesi:

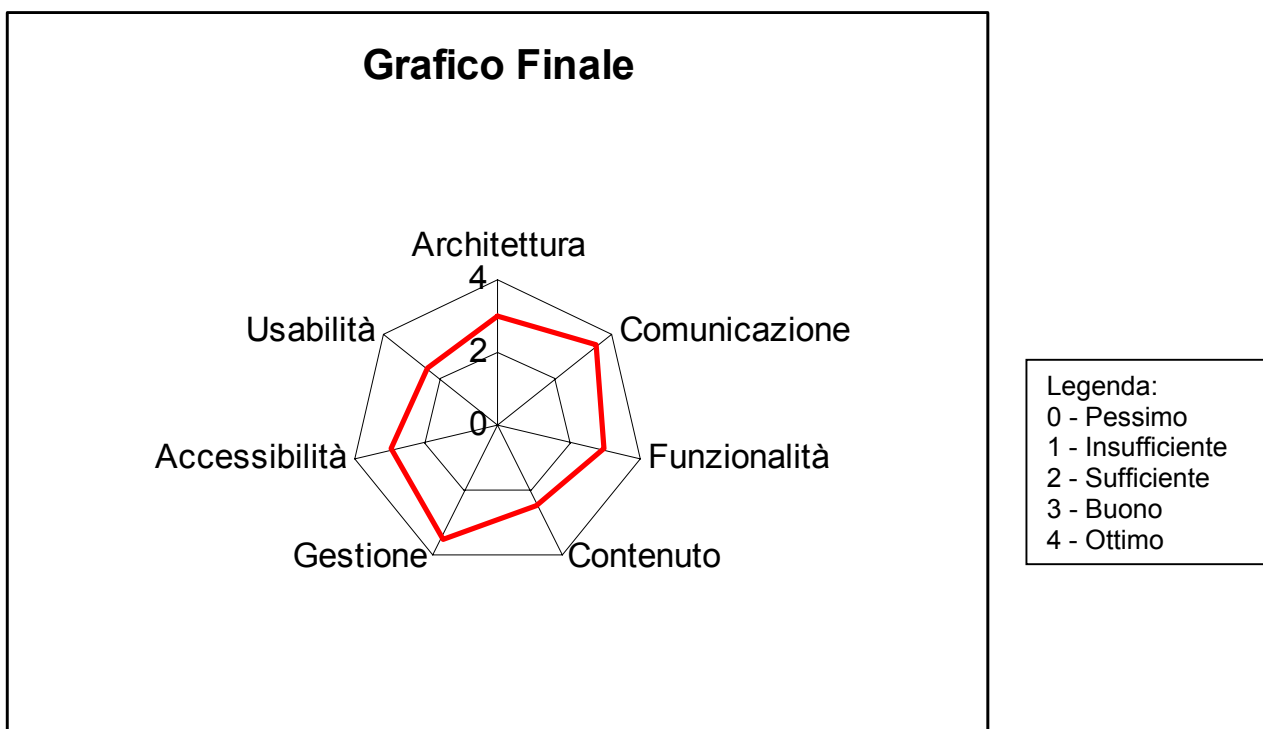
PUNTI DI FORZA:

- facilità nel comunicare con l'azienda (anche il proprio curriculum)
- facilità nell'utilizzo di canali di ricerca presenti nel sito
- utilizzo dei tab semplice ed intuitivo

PUNTI DI DEBOLEZZA:

- Difficoltà di gestione per l'ambiente Fidaty
- Alcuni menù non sono raggiungibili secondo la logica normale di una persona
- Link per la registrazione poco visibile e pratico

SINTESI



Osservando il grafico si trae la conclusione che, nel complesso, l'applicazione raggiunge un livello discreto anche se la valutazione non è molto omogenea. Gli aspetti migliori sono senza dubbio quelli della comunicazione e della gestione. Gli altri ambiti si attestano su livelli discreti con una pecca per quanto riguarda l'usabilità e il contenuto che comunque rimangono sopra la sufficienza. Il **voto medio** è **3** e questo dimostra una buona realizzazione del sito.

RACCOMANDAZIONI

Interventi urgenti ed indispensabili:

- Organizzare in maniera più chiara le informazioni, rivedendo la distribuzione di quest'ultime e associandole a link più adatti in modo più ordinato.
- La presenza di due barre menu separate e la ripetizione dei link nella home page è a volte fonte di disturbo e confusione, soprattutto per utenti meno esperti.
- Semplificare la procedura di iscrizione.
- Diversificare i contenuti della Fidaty Card (intesa come descrizione del prodotto) da quello che è il vantaggio che possono trarre gli utenti registrati.
- Possibilità di tradurre il sito in lingua inglese per gli utenti stranieri.
- Inserire un link alla home page permanente e visibile in tutte le pagine

Interventi meno urgenti:

- Cambiare le immagini di fondo sfruttando al meglio lo spazio a video.
- Inserire a fondo pagina l'indirizzo di chi gestisce il sito per eventuali comunicazioni.