

Universita' degli studi Milano Bicocca
AA 2003/2004

Valutazione di un sito web

- Esame di Interazione Uomo-Macchina -

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza



Serena Facchinetti.....chiya@tele2.it
Andrea Fasoliffasol@lombardiacom.it

Presentazione

Fondato nell'ottobre del 1998 nel Regno Unito da Brent Hobermann e Martha Lane Fox, il sito lastminute.com nasce con l'obiettivo di fornire soluzioni e idee realizzabili anche "all'ultimo minuto", offrendo ai propri utenti l'opportunità di acquistare biglietti aerei, camere d'hotel, pacchetti vacanza, biglietti per spettacoli, eventi e attività sportive e regali con pochissimo preavviso.

L'**obiettivo** strategico di lastminute.com, come e' possibile leggere sul sito stesso nella sezione dedicata al profilo aziendale, è quello di diventare il punto di riferimento per gli acquisti on-line dell'ultimo minuto e non solo.

In tal senso l'azienda ha intrapreso un'intensa attività di espansione lungo tre **direttive**:

- **Geografica**, allo scopo di contrattare offerte esclusive su base locale e dare vita a realtà localizzate del sito sia in Europa sia nel resto del mondo. Sull'onda del successo riscosso dal sito britannico, infatti, versioni localizzate sono state attivate in Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Australia, Nuova Zelanda, Sud Africa, Belgio e persino Giappone.
- **Merceologica**, puntando a sviluppare una presenza in nuove aree e specializzandosi nell'offerta di prodotti e servizi esclusivi, non disponibili altrove. All'ingresso in nuovi paesi la società stabilisce con i propri fornitori rapporti multinazionali dai quali tutti i siti localizzati possono trarre vantaggio. A oggi lastminute.com opera in tutto il mondo con circa 10.000 fornitori di prim'ordine di diverse categorie merceologiche, tra cui compagnie aeree, hotel, tour operator, ristoranti, fornitori di prodotti speciali e articoli da regalo, promoter di spettacoli teatrali, eventi sportivi e di intrattenimento. Tra questi si incontrano Alitalia, Lufthansa, KLM, Austrian Airlines, British Midland, United Airlines, Virgin Atlantic Airways, Starwood Hotels e Resorts Worldwide, Forte Hotel Group, Kempinski Hotels, Eurostars Italia, Italjolly, Bass Hotels and Resorts, I Grandi Viaggi, olympia, Veratour, orizzonti, CondorTour, I Viaggi del Turchese, TicketWeb, Il Sipario Musicale, Incredible Adventure, Avant Garde Travel, English National Ballet, The Royal Albert Hall.
- **Tecnologica**, per offrire la praticità dell'acquisto virtuale su una molteplicità di piattaforme: da internet alla TV interattiva, dal WAP ai computer palmari, fino all'innovativo sistema di commercio telefonico basato sul riconoscimento vocale.

Attualmente il sito vanta circa 6 milioni di utenti registrati alle sue newsletter settimanali in tutta Europa e nel resto del mondo. A Settembre il bilancio 2002 si e' chiuso con un fatturato totale di oltre 246 milioni di sterline (rispetto ai 124.2 Milioni di sterline del 2001), crescendo del 98% anno su anno.

1. Architettura

1.1 La struttura del sito e' adeguata?

Come prima cosa abbiamo cercato di tracciare una mappa che descrivesse la struttura del nostro sito a partire dalla home page, seguendo i link dei due menu principali:

The screenshot shows the lastminute.com homepage. A yellow box highlights the main navigation menu on the left and the search area at the top. The menu includes links for home, voli, hotel, pacchetti vacanze, and various vacation packages. The search area features a search bar, a dropdown for 'tutti i prodotti', and a 'cerca' button. The main content area displays a search form for flights, hotels, and car rentals, along with a list of featured offers and a sidebar with promotional banners and a list of top vacation packages.

Ricerca per Parola

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza

NEWSLETTER la tua e-mail **cerca**

TROVA

- home
- voli
- hotel
- pacchetti vacanze
- mare italia
- mar rosso
- mediterraneo
- mare esotici
- casa vacanze
- volo + hotel
- europa
- stati uniti
- autonoleggio
- agriturismo e...
- sport e avventura
- idee regalo
- spettacoli
- ristoranti
- chi siamo
- carrello

servizio clienti
prenotazione voli
199 400 201
hotel e vacanze
199 400 200

vieni a trovarci
agli infopoint
a Milano, Roma
Torino e Napoli

aggiungi ai preferiti

Ricerca vacanze, voli e hotel

Vacanze **Voli** **Hotel** **Autonoleggio**

parto da: vado a:

parto il: orario partenza: solo voli diretti: ☐

torno il: orario ritorno:

adulti: bambini: (2 a 11 anni) neonati: (0 a 2 anni)

cerca

Le migliori offerte!

- da Vacanze...
Mar Rosso, Sharm -
Volo + Hotel 4* -
Pensione Completa
da EUR 295,00
- da Vacanze...
Baleari, Ibiza - Volo +
Appartamenti Diana 2*
- Solo Pernottamento
da EUR 328,00
- da Hotel...
Roma - Ars Hotel 4* -
Villa d'epoca
da EUR 67,00
- da Hotel...
Rimini - Ramada Hotel
Villa Rosa 4* FINO al
45% di SCONTO
da EUR 78,00
- da Regali...
Tariffe speciali
autonoleggio per
estate
da EUR 25,00
- solo Volo...
Barcellona
€ 69
Ibiza
€ 179

Spagna e isole

DOVE SIAMO...

Promozioni

España loca

Scegli per te

TOP VACANZE

- Pantelleria
da € 378, 7 notti
- Sardegna
da € 495, 7 notti
- Baleari, Maiorca
da € 327, 7 notti
- Barcellona 3*
€ 138, il 25/6, 2 notti
- Maiorca 2*
€ 386, il 19/6, 7 notti
- Norvegia, Oslo
€ 175, solo volo

TOP HOTEL

- Barcellona 3*
€ 64 x 2 persone
- Madrid 4*
€ 94 x 2 persone
- Ibiza 3*
€ 33 x 2 persone
- Maiorca 2*
€ 40 x 2 persone
- Malaga 4*
€ 56 x 2 persone

CASE VACANZE

- Baleari, Maiorca
€ 464, 7 notti
- Canarie, Gran Canaria
€ 467, 7 notti
- Costa Blanca, Denia
€ 277, 7 notti

TEMPO LIBERO

- Quad Day, Umbria
€ 80
- Regala il suo nome a
una stella € 112
- Alicia Keys € 31


























































lavora con noi diventa fornitore pubblicità affiliati carta di credito finanzia le tue vacanze
lastminute.com, la tua agenzia viaggi on line, ti offre: viaggi all'ultimo minuto, vacanze, offerte
speciali viaggi, pacchetti vacanze, volo + hotel, voli low cost, biglietti aerei, offerte voli, offerte
speciali hotel, bed & breakfast, agriturismo, autonoleggio.

lastminute.com è validato da Verisign. Clicca qui per maggiori informazioni sulla sicurezza.

VeriSign Secure Site IATA

Questo e' stato il risultato:

- [-] Home
 - [-] Affiliati
 - Registrati ora
 - [-] Agriturismo
 - Altre province
 - Firenze e provincia
 - Nord Italia
 - Siena e provincia
 - Sud Italia
 - Umbria
 - [-] Autonoleggio
 - Ricerca Destinazione
 - Weekend Italia
 - Carrello
 - [-] Carta di credito
 - Condizioni economiche
 - FAQ
 - Il risparmio
 - Richiedi la carta
 - Vantaggi lastminute
 - [-] Case Vacanze
 - Ricerca
 - [-] Chi siamo
 - Partner
 - PR
 - Team
 - [-] Diventa fornitore
 - Spazio fornitori
 - Finanzia le tue vacanze
 - [-] Hotel
 - Alberghi unici e di design
 - Hotel di lusso
 - Laghi in Italia
 - Occasioni weekend
 - Primavera al mare
 - Relais più agriturismo
 - Ricerca
 - Roma -80%
 - speciale benessere
 - Speciale Costazzurra
 - [-] Idee regalo
 - Abbigliamento in cubetti
 - Abbonamenti on line
 - Accessori
 - Borse per PC e accessori
 - E-card
 - Fiori e piante
 - Guide

-  High tech
-  Ispirazioni
-  Macchine fotografiche LOMO
-  Regali eco-solidali
-  Ricerca
-  Lavora con noi
-   Mare Italia
 -  Calabria
 -  Campania e Basilicata
 -  Coste adriatiche
 -  Ischia
 -  Liguria e Mar Tirreno
 -  Pantelleria e Lampedusa
 -  Puglia
 -  Sardegna
 -  Sicilia
-   Pacchetti vacanze
 -  Ricerca
-  Pubblicità
-   Ristoranti
 -  Ricerca
-   Servizio clienti
 -  FAQ
 -  Termini, condizioni, privacy
-  Sicurezza
-   Spettacoli
 -  Concerti
 -  Eventi internazionali
 -  I nostri preferiti
 -  Mostre e musei
 -  Ricerca
 -  Sport
 -  Teatro
-   Sport e avventura
 -  Acqua
 -  Aria
 -  Centro-Sud Italia
 -  Nord Italia
 -  Terra
-   Volo
 -  Europa
 -  Prenota la tua estate
 -  Ricerca
 -  Speciale Spagna e isole
 -  Swiss
 -  Tariffe speciali
 -  Voli Charter
-   Volo + hotel
 -  Ricerca

La struttura e' chiaramente impostata a scopi commerciali.

Il fatto che ci siano le offerte in primo piano, che ci siano banner ripetuti in tutte le pagine con contenuti promozionali e che talvolta compaiano delle finestre popup pubblicitarie e' infatti una politica comune a tutti gli esercizi concernenti il turismo: www.it.lastminute.com e' paragonabile ad un'agenzia turistica, o meglio a un grande negozio, e come tale il suo principale interesse e' quello di accattivare l'interesse del visitatore con i prezzi piu' bassi.

Di conseguenza la struttura del sito, simile ad una "vetrina espositiva" non e' per nulla gerarchica: su ogni pagina ci sono molti link, oltre al menu principale, che permettono una navigazione trasversale.

Le categorie scelte per la suddivisione delle aree tematiche sono facilmente comprensibili. Chiunque dovesse eseguire una ricerca saprebbe subito verso quale categoria dirigersi.

Tuttavia alcune delle voci nei menu sono poco chiare: "pubblicita'" non da' l'idea di portare ad una pagina in cui, oltre a delle statistiche, siano presenti le istruzioni sulla possibilita' di pubblicare la pubblicita' del proprio sito o della propria societa' su www.lastminute.it; "carta di credito" sembra portare a una pagina contenente le possibili modalita' di pagamento, non a una pagina che pubblicizza una carta di credito apposita che permette di avere sconti speciali sugli acquisti lastminute.

A volte, inoltre, si presentano decisioni di strutturazione poco chiare:

- L'area di ricerca voli e' accessibile da due pagine con form che offrono funzionalita' diverse: una permette di escludere dai risultati i voli con scalo, l'altra di cercare anche un volo di sola andata.

Ricerca Ricerca Avanzata

Città di partenza: trova città

Città di destinazione: trova città

Adulti: 1 Bambini: 0 Neonati: 0

Parto il: 5 Giugno

orario partenza: qualsiasi

Ritorno il: 12 Giugno

orario ritorno: qualsiasi

tipo di biglietto: andata e ritorno

Cerca

Ricerca vacanze, voli e hotel

☐ Vacanze ☒ Voli ☐ Hotel ☐ Autonoleggio

parto da:

vado a:

parto il: 7 Giugno

orario partenza: Qualsiasi

torno il: 14 Giugno

orario ritorno: Qualsiasi

adulti: 1 bambini: 0 (2 e 11 anni) neonati: 0 (0 e 2 anni)

solo voli diretti: ☐

cerca

- Per quanto riguarda la ricerca delle vacanze, vengono invece chiamate due pagine con form aventi grafica diversa, ma campi di ricerca identici.

ricerca vacanze [come migliorare il risultato delle tue ricerche](#)

Voglio partire il:

Voglio andare a:

Margine di (giorni):

partenza da:

 **cerca**

Ricerca vacanze, voli e hotel

☒ **Vacanze** ☐ **Voli** ☐ **Hotel** ☐ **Autonoleggio**

Voglio partire il:

Voglio andare a:

Margine di: (giorni)

partenza da:

 **cerca**

- La scelta di mettere la sezione dedicata alle guide turistiche nella categoria "regali" e' opinabile.

 **Regali**

Cerca

Inserisci una parola chiave:

 **cerca**

I più venduti

1. [Cartoline di cioccolato \(EUR 15,00 \)](#)
2. [Adotta un fagotto \(EUR 35,00 \)](#)
3. [Trasforma la tua foto in Pop Art \(EUR 45,00 \)](#)

 **ispirazioni**  **regali eco-solidali**  **flori e piante**

 **accessori**  **borse per P e accessori**  **guide**

 **macchine fotografiche LOMO**  **abbonamenti on line**  **high tech**

 **abbigliamento in cubetti**

- L'impossibilit  di accedere a molte aree un tempo in menu e ora accessibili solo dalle pagine aventi il menu non ancora aggiornato rovina un po' la chiarezza della struttura.
L'utente puo' chiedersi perche' quelle aree non siano accessibili dalla home page, se siano funzionanti o meno, se siano aggiornate.

E' il caso di vecchie classi di ricerca quali "benessere" e "weekend" e di servizi per le aziende.

TROVA

- home
- vacanze
- voli
- hotel
- case vacanze
- autonoleggio
- guide on line
- E INOLTRE...
- benessere
- spettacoli
- regali
- ristoranti
- weekend
- CONTATTI
- chi siamo
- servizi aziende
- carrello

bellezza & benessere

Cerchi una vacanza rigenerante, vuoi abbandonarti al total relax o hai bisogno di rimetterti in forma in vista di un impegno particolare? Scegli tra i nostri centri benessere, divisi per area geografica, quello che fa per te!
Nord Italia - Umbria e Toscana - Centro Sud Italia

I nostri preferiti:

Hotel Abano - Montebelluna Tarma (PD) - Barba International Hotel 4* da EUR 65,00 Clicca qui	Hotel Ischia - Hotel Grazia Tarma 4* da EUR 57,20 Clicca qui	Hotel Rimini - Days Inn South Beach Hotel 4* - Special trattamento benessere FINO al 60% di SCONTO da EUR 52,00 Clicca qui	vacanze Casciana Terme: Weekend relax - Hotel 4* - Piazza Passione: 2 notti da EUR 374,00 Clicca qui
--	---	---	--

Servizi per le aziende [Indietro](#)

Hai un'azienda o uno studio professionale i cui dipendenti viaggiano molto e stai cercando una struttura in grado di gestire le prenotazioni aeree, albergere, ferroviarie e autonoleggio risparmiando tempo e denaro? Affidati a **lastminute.com** e dimenticati dell'organizzazione delle trasferte lavorative! Grazie ad un gruppo di agenti di viaggio specializzato nel **Business Travel** e completamente dedicato alla gestione delle pratiche aziendali, ti garantiamo esperienza, affidabilit  e prontezza nel soddisfare al meglio le tue esigenze.

Idee weekend

tutti i prodotti
scegli la sezione che vuoi vedere:
...espandi men  ...

lastminute.com
hotel
prezzo minimo
garantito

mare e laghi in Italia

romanticismo e charme

sport e benessere

Imperdibile! **I bestseller**

1.2 Esiste una mappa del sito?

No, il sito   completamente sprovvisto di mappa.

Probabilmente questo nasce dall'idea che l'utente tipo di questo sito non sia interessato a un qualcosa in particolare, e quindi non abbia la necessit  di trovare in fretta un argomento specifico, ma che voglia cercare tra le offerte. Questo viene permesso e facilitato dai banner, dai popup, dai link offerte nella box sulla destra e nella box a centro pagina..

Se fosse interessato ad una ricerca particolare verrebbe aiutato a muoversi nel campo giusto dai link del menu nella box a sinistra.

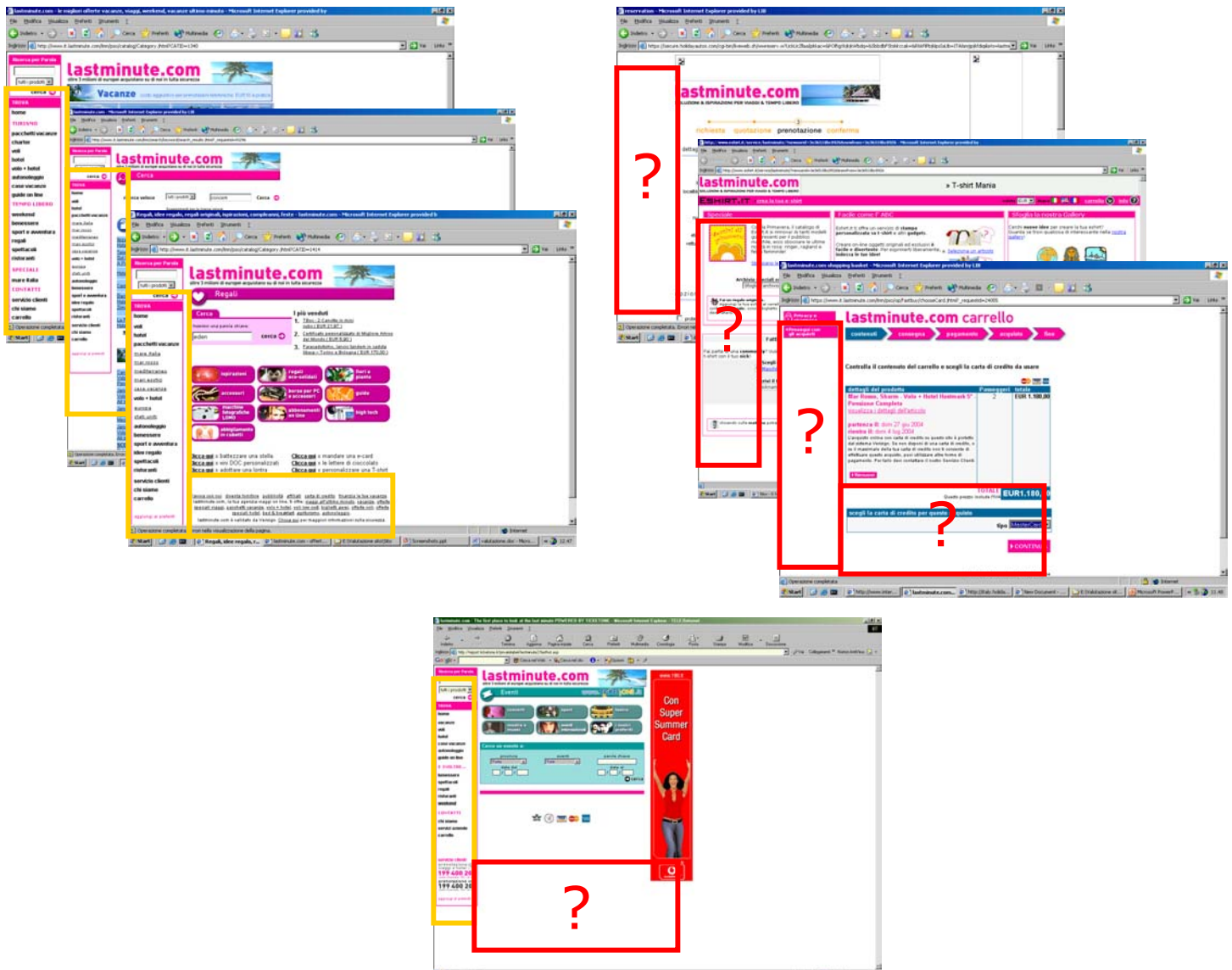
Oltre alla mappa, non esiste nemmeno la possibilit  di trovare un argomento attraverso un motore di ricerca interno al sito. La form in alto a

destra, infatti, permette solo ricerche interne ai diversi Data Base contenenti l'elenco degli articoli disponibili. Questo ragionamento non e' completamente corretto, in quanto puo' rendere difficilmente reperibili informazioni che esulino dalla ricerca: politica del sito, informazioni sul trattamento dei dati, forme di pagamento..

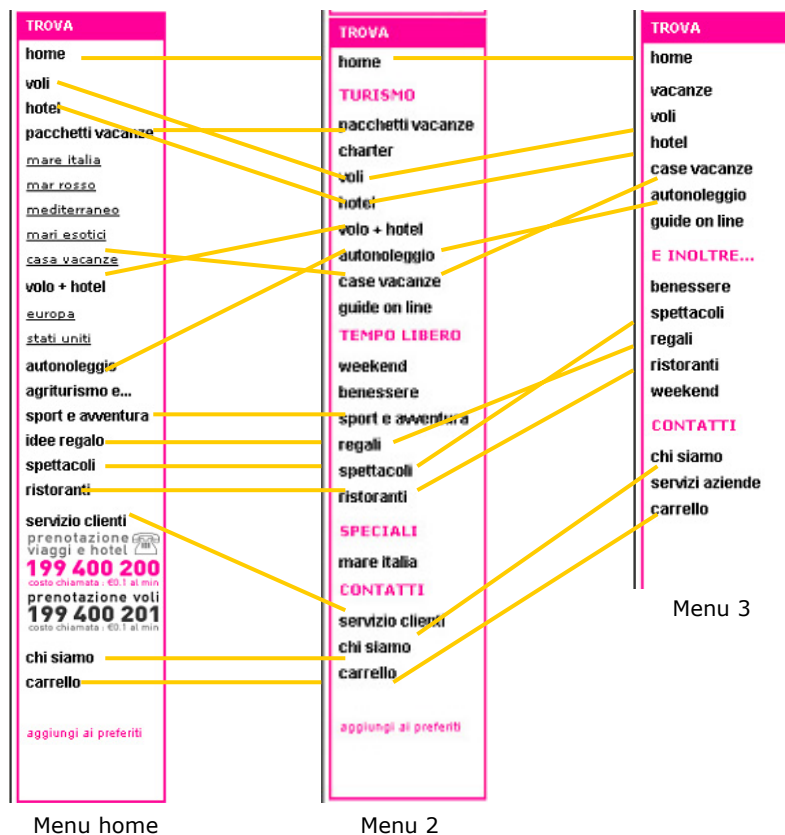
1.3 La navigazione del sito e' adeguata?

La navigazione all'interno del sito non riesce a soddisfare pienamente le esigenze degli utenti.

Innanzitutto la navigazione primaria, benché presente in molte pagine del sito (non nei popup) a lato, in una box-menu, e completato da alcune voci nel menu di fondo pagina, non e' presente in tutte le sezioni. Ne sono sprovvisti il carrello, lo step "prenotazione" della categoria "autonoleggio" e alcuni servizi di siti affiliati raggiungibili dalla categoria "regali". Alcune pagine sono inoltre sprovviste solo del menu a fondo pagina, ma dal momento che le informazioni aggiunte date da questo sono molto particolari (pubblicita', affiliati...) non e' indispensabile in tutte le operazioni.



Anche quando e' presente il menu tradizionale nella box, pero', e' possibile trovare link aventi una differente disposizione, raggruppati in classi aventi un titolo evidenziato in rosa, con nuove e diverse voci.



Abbiamo cercato di collegare tra loro le voci identiche di ciascun menu. E' molto facile notare la presenza di voci nuove nei menu "non ufficiali", e della diversa disposizione delle altre.

Per quanto riguarda la navigazione locale, essa e' completamente assente. Trattandosi di un sito in cui prevalentemente si compiono ricerche, potrebbe essere una scelta comprensibile, se non fosse che gli stessi progettisti hanno gia' predisposto per ogni categoria delle sottocategorie, che permettono di vedere un elenco di articoli sottoposti gia' a delle scremature.

The screenshot shows the lastminute.com website with a search interface. A yellow box highlights a grid of category links under the 'Hotels' section, including 'relais & agriturismo', 'hotel di lusso', 'primavera al mare', 'speciale CostaAzzurra', 'Alberghi Unici e di Design', and 'Laghi in Italia'. Below this, there is a search form with fields for 'data di Check in', 'data di Check out', 'città', 'Stato', 'Prezzo', and 'Numero di camere'. A 'Cerca' button is visible at the bottom right of the search form.

The screenshot shows the lastminute.com website with a 'Regali' (Gifts) section. A yellow box highlights a grid of gift category links, including 'ispirazioni', 'regali eco-solidali', 'fiori e piante', 'accessori', 'borse per PC e accessori', 'guide', 'macchine fotografiche LOHO', 'abbonamenti on line', 'high tech', and 'abbigliamento in cubetti'. Below this, there is a search form with a 'Cerca' button. To the right of the search form, there is a list of 'I più venduti' (Most sold) items.

Una volta scelta una di queste sottocategorie, per spostarsi alle altre e' necessario risalire alla home page dalla box-menu a lato.

Nel sito e' presente anche una forte componente di navigazione contestuale, costituita da link che rimandano ad informazioni che potrebbero essere utili all'utente, che potrebbero da lui essere richieste, o che e' necessario aver letto per il proseguimento degli acquisti.

E' il caso di descrizioni piu' approfondite degli articoli, mappe che localizzano gli hotel, informazioni sui sistemi di sicurezza telematici usati...

Un punto a favore del sito e' dato dalla scelta di utilizzare delle finestre popup molto chiare e in genere non molto grandi, per visualizzare queste informazioni.

E' uno stratagemma molto utile, esso infatti permette all'utente un continuo controllo della posizione attuale nella finestra principale, limitando il rischio che si perda.

guida veicoli: economy 4 porte

altri modelli possibili:

- Fiat Punto
- Ford Fiesta
- Opel Corsa
- Peugeot 106
- Renault Clio

la vettura raffigurata ed i modelli elencati sono le auto più comunemente usate dai nostri fornitori, ma non possiamo garantire ne' la marca ne' il modello dell'auto noleggiata. sia la foto che la lista rappresentano solamente degli esempi.

chiudi

modello	phone totale* (EUR)	OnLine totale* (EUR)	prenota
economy 4 porte a/c manuale	247.00	206.15	▶
compact 4 porte a/c manuale	269.00	274.55	▶
Compact Wagon 4 porte a/c manuale	369.00	341.05	▶
CTintermediate van 5 seater 4 porte a/c manuale	399.00	379.05	▶
intermediate 4 porte a/c manuale	449.00	398.05	▶
intermediate wagon 4 porte a/c manuale	469.00	445.55	▶
	550.00	554.55	▶

Proprio per la sua natura "turistico-commerciale" il sito si presta con maggior facilità all'aggiunta di link che favoriscono una navigazione di tipo trasversale. In ogni pagina, infatti sono presenti banner che fanno riferimento ad offerte presenti in altre categorie.



Oltre a questi banner, la navigazione trasversale è favorita da numerosi popup che compaiono regolarmente per pubblicizzare le maggiori offerte.



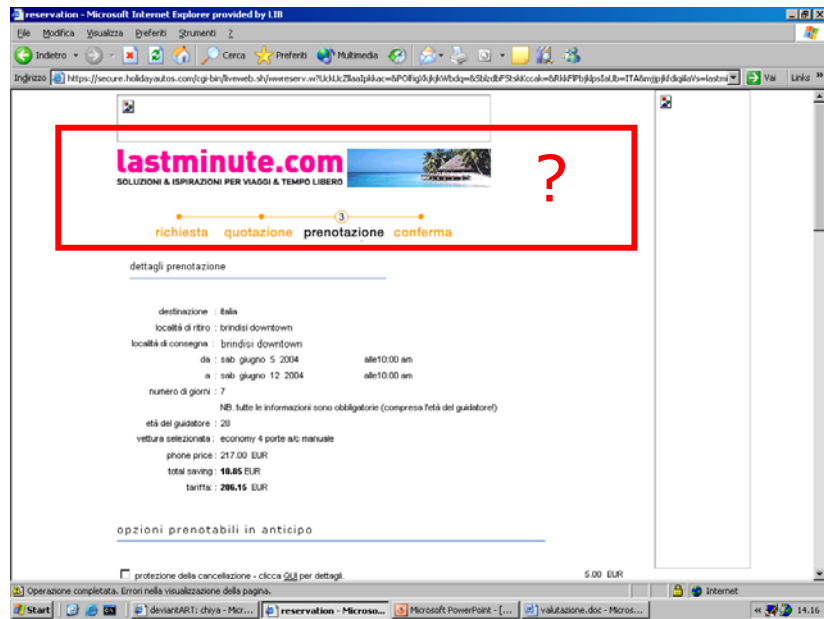
Per cercare di non far perdere l'orientamento all'utente, le pagine dei diversi servizi vengono in genere titolate, in modo da rendere chiara la propria posizione all'interno del sito.



esempio titolo area

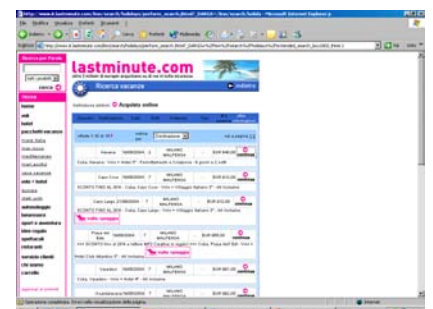
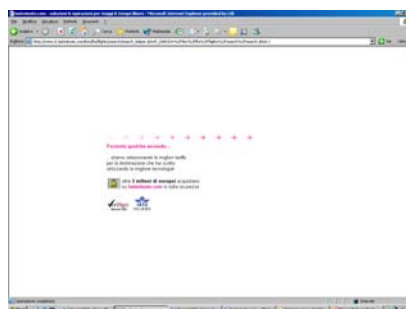
A volte, tuttavia, questo non accade.

Se ad esempio ci troviamo nella sezione dedicata al noleggio di autoveicoli, solo il contenuto della pagina ci permetterà di identificare la nostra posizione all'interno del sito, in quanto non è specificata in alcun modo la sezione corrente.



esempio titolo autonoleggio

Il pulsante "indietro" risulta utilizzabile nella maggior parte dei casi, tuttavia, in genere, dopo aver eseguito una ricerca, l'utente può avere dei problemi ad utilizzarlo, in quanto è presente una pagina di indirizione aggiunta dai progettisti per poter mantenere i contatti con l'utente anche mentre il sistema remoto sta eseguendo delle ricerche, e per invogliarlo ad aspettare gli esiti. L'utente per tornare alla form di richiesta dovrebbe quindi premere "indietro" non una, ma due volte, e non è una cosa immediata da capire, soprattutto per utenti poco esperti.



2. Comunicazione

2.1 La home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Sostanzialmente la comunicazione degli obiettivi del sito e' affidata al titolo del sito stesso.

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza



"Last-minute" e' un termine ben noto a tutti coloro che hanno avuto a che fare con i viaggi. Indica quei tipi di viaggi che si pagano molto meno, in quanto prenotati pochi giorni prima della partenza. Se qualcuno e' arrivato a questo sito per mezzo di una ricerca in un motore, sapeva benissimo a cosa sarebbe andato incontro.

Una situazione diversa si ha con i visitatori capitati in questo sito per caso, seguendo uno dei tanti link presenti su altri siti. Essi potrebbero non sapere il significato di "last-minute", e lo slogan presente sotto il titolo non li aiuterebbe a capire molto.

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza



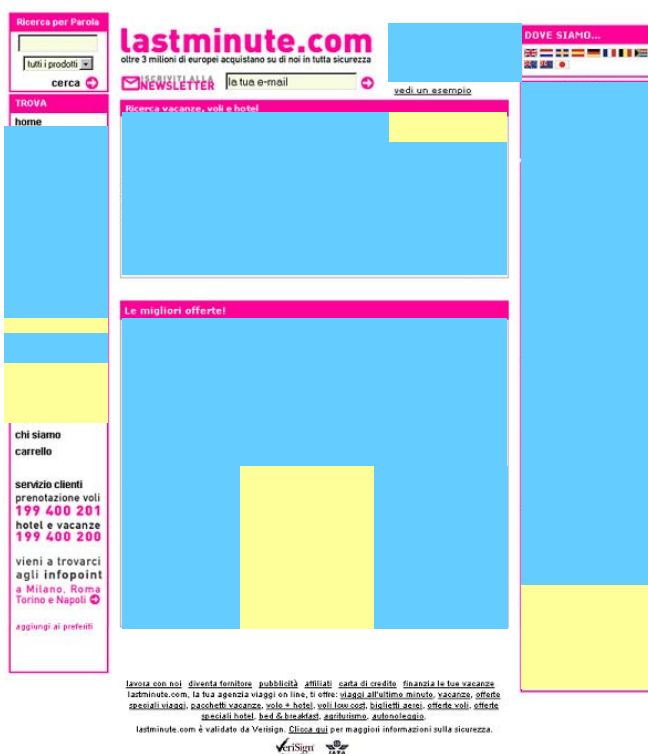
"Oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza" rende l'idea di un sito che vende qualcosa, ma cosa? La comprensione dei beni venduti e' pressoché immediata, grazie all'immagine della palma accanto al logo, e alla struttura della prima pagina che, come piu' e piu' volte ripetuto, richiama alla mente le vetrine delle agenzie turistiche.

A prima vista, dunque, il sito appare ad un nuovo visitatore come un sito di viaggi. In realta' il sito offre molto, molto di piu', ma per realizzarne le potenzialita' non e' sufficiente una prima occhiata: autonoleggio, biglietti per spettacoli... sono solo alcuni dei possibili acquisti.

E' un peccato che non vengano valorizzati questi aspetti, in tal modo e' possibile perdere molti probabili acquirenti solo perche' il sito ad una prima occhiata non e' sembrato rispondere alle proprie esigenze.

(Tuttavia questa potrebbe essere una politica della societa', in quanto la vendita di viaggi e' ben piu' redditizia dell'offerta di consultazione di un elenco di ristoranti)

Vediamo infatti lo spazio dedicato in prima pagina alle varie cose:



Legenda:

- voli-vacanze-hotel
- autonoleggio-regali-spettacoli-ristoranti-sport

E' possibile notare che lo slogan sotto il titolo ("Oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza") mette il punto su una cosa fondamentale per chi acquista on line: la sicurezza. Il cliente dev'essere rassicurato: molti sono neofiti del commercio on-line e vogliono essere sicuri che i propri soldi vadano nel posto giusto e che i codici non possano essere letti da terzi.

Evidentemente i creatori del sito l'hanno percepito e hanno posto molta enfasi su un'informazione adeguata in merito, che potesse essere immediatamente colta anche da un nuovo visitatore. Link rimandanti alla sicurezza sono infatti posti in evidenza in tutte le pagine, e in particolar modo in quelle concernenti la procedura di acquisto di beni, con banner e collegamenti evidenziati.



Non ti sarà addebitato niente fino a che
non cliccherai sul tasto COMPRA ORA.
[Clicca qui](#) per vedere le condizioni di
Privacy e Sicurezza

lastminute.com è validato da VeriSign. [Clicca qui](#) per maggiori informazioni sulla sicurezza.



2.2 Il sito e' coerente con la brand image?

Non essendoci una controparte "reale" e quindi fisica di questo sito (come puo' essere ad esempio per siti di cinema, negozi, servizi..), non esiste una brand image da riprendere: tutto dev'essere fatto ex novo, con lo scopo di attrarre il visitatore e di fargli compiere degli acquisti.

I colori, la grafica, i contenuti non hanno punti di riferimento su cui basarsi, e questo rende piu' difficile la creazione di un'immagine che possa essere al contempo forte e innovativa.

2.3 La grafica del sito e' adeguata?

2.3.1 Il layout delle pagine e' adeguato ai vari formati video?

Il layout e' fisso e ottimizzato per una risoluzione 800x600.

In caso di risoluzione maggiore la pagina verra' visualizzata allineata in alto a sinistra dello schermo, lasciando il resto vuoto.

The screenshot shows the lastminute.com website in a Microsoft Internet Explorer browser window. The page layout is fixed and designed for a resolution of 800x600 pixels. The main content area is divided into several sections:

- Header:** Includes the site logo, navigation links, and a search bar.
- Left Sidebar:** Contains a vertical menu with links to various travel services like flights, hotels, and packages.
- Main Content Area:** Features a large search form for flights, hotels, and car rentals, along with a section for "Le migliori offerte" (Best offers) displaying various travel deals.
- Right Sidebar:** Contains promotional offers, including "TOP VACANZE" (Top vacations) and "TOP HOTEL" (Top hotels).

The layout is designed to be centered on the screen at 800x600 resolution. At higher resolutions, the content is aligned to the top-left corner, leaving empty space on the right and bottom. The browser window shows the URL <http://www.lastminute.com/lin/psol/catalog/Category.jhtml?CATID=1336>.

E' comprensibile la scelta del layout fisso, soprattutto a causa della presenza di molte immagini che renderebbero un layout liquido eccessivamente frammentato e difficile da organizzare. Tuttavia in questo modo si ha un utilizzo non ottimale delle pagine: molto e' lo spazio bianco che risulta poco funzionale all'utente. E' infatti logico che si chieda perche' debba essere costretto a scrollare piu' pagine, quando ci sarebbe spazio sufficiente per far stare tutto su di una pagina sola.

2.3.2 Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

La homepage ha un'ottima Gestalt che riunisce tra loro in rettangoli i contenuti di carattere simile e organizza la pagina su 3 colonne.

RICERC	TITOLO	LINGUA
	NEWSLETTER	
M E N U P R I N C I P A L E	FORM DI RICERCA	BANNER
	OFFERTE	O F F E R T E
	MENU FONDO PAGINA	

C'e' da dire che per il resto del sito la gestalt e' molto varia, per la grande diversita' di grafiche utilizzate e strutturate in modo diverso.

Alcuni esempi di buona gestalt sono quelli presenti in tutti i campi delle ricerche gestiti direttamente da www.lastminute.com.

RICERCA	LOGO	B A N N E R
	TITOLO AREA	
M E N U P R I N C I P A L E	SOTTOCATEGORIE	
	FORM DI RICERCA	

RICERCA	LOGO	B A N N E R
	BANNER	
M E N U P R I N C I P A L E	TITOLO AREA	
	FORM DI RICERCA	
	SOTTOCATEGORIE	
	OFFERTE	
	INFORMAZIONI	

Gestalt sviluppate meno attentamente si possono trovare soprattutto nei siti affiliati.

RICERCA	BANNER	B A N N E R
M E N U P R I N C I P A L E	LOGO	
	CONTENUTI	

I banner, pur essendo molto vistosi a volte, sono messi in posizione strategiche, in modo da non disturbare la navigazione. La posizione di essi e' fissata, dimodoche' l'utente ne impara in fretta le locazioni e riesce ad ignorarli.

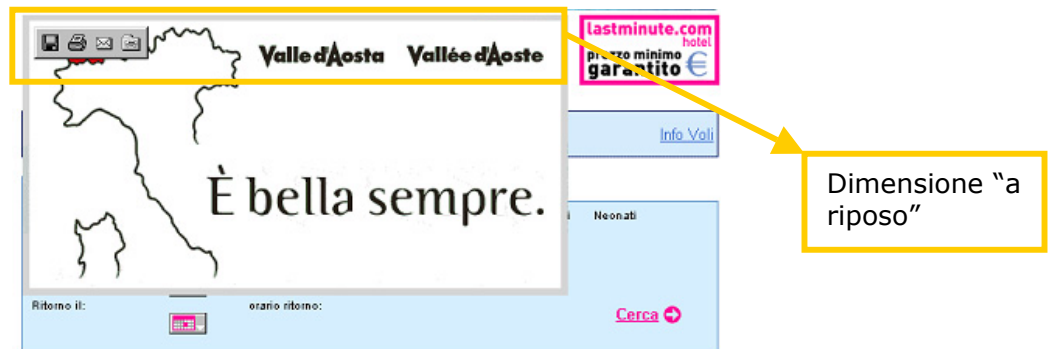


Locazioni principali dei banner

Eccone alcuni esempi:



Tuttavia esiste un banner che si apre al passaggio del mouse, coprendo una form, e che non si chiude fino a che il mouse sta nella sua area. Esso puo' dare molto fastidio agli utenti inesperti.



Qualche riserva, invece, la nutro per la scelta di utilizzare anche banner pubblicitari visualizzati di frequente in finestre popup durante la navigazione. In qualità di utente sono sempre stata irritata dal dover chiudere quelle tante noiose finestrelle che spesso accompagnano la visita a molti siti, e credo non sia solo un fastidio mio. Data la natura commerciale di www.lastminute.com e' normale che ci siano: piu' pubblicita' si riesce a fare, piu' cresce la possibilita' di vendita, da un altro punto di vista pero' un utente potrebbe stancarsi presto di tutte quelle finestre non volute e scegliere di eseguire la sua ricerca in un altro sito. Nulla gli impedisce di farlo: sul web molti sono i siti atti allo scopo.



2.3.3 Il colore e' utilizzato in modo adeguato?

No, il colore in questo sito viene utilizzato in modo pessimo.

La ragione dell'irregolarita' nell'uso del colore va probabilmente ricercata alla metodologia di evoluzione del sito: il sito si e' molto presumibilmente ingrandito per accrescimenti successivi e tutt'oggi convivono stili diversi anche all'interno di una medesima area semantica.

In origine, molto probabilmente, si era scelto di identificare ogni "gruppo" con un colore (ricostruibile dalla grafica simile):

- azzurro -> tutto cio' che concerne i viaggi (hotel, vacanze, voli..)
- viola -> regali
- giallo -> ristoranti
- verde -> spettacoli
- ...

Ora questa distinzione si e' persa, soprattutto con l'aggiunta di nuove funzionalita' e di nuovi campi di ricerca aventi una grafica a parte (casa vacanze, autonoleggio..), e con la fusione di aree un tempo diverse. Ogni pagina e' caratterizzata ancora dall'uso di un colore dominante, di solito in due tonalita' diverse, accostato al rosa che e' il colore che caratterizza l'intero sito, ma a causa dei cambiamenti fatti sono emersi dei problemi:

- esistono alcune pagine che, pur svolgendo la stessa, identica funzione, sono caratterizzate da grafica e colori differenti. Questo porta ad un'evidente possibilita' di smarrimento da parte dell'utente che si ritrova a voler cercare di comprendere differenze tali da giustificare una scelta di questo genere da parte dei progettisti.



- Pagine con lo stesso colore in quanto di una medesima area semantica sono accostate a pagine con uno stesso colore di fondo associate ad aree semantiche diverse



Sport e avventura

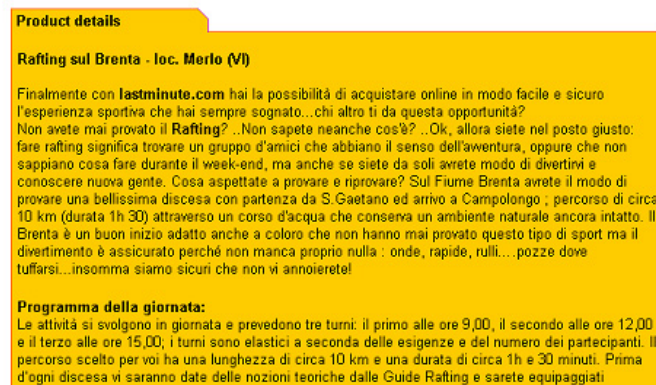


Ristoranti

- Pagine di un colore fanno parte di un'area semantica avente un colore dominante diverso, segno di una successiva unificazione di funzionalità un tempo separate.



Inoltre l'utilizzo di un colore di sfondo molto saturo (giallo) come sfondo alle pagine dedicate allo sport, alla lunga rischia di stancare la vista degli utenti. Un giallo più tenue sarebbe stato una scelta migliore.



In favore dei progettisti possiamo dire che molto spesso il colore viene utilizzato per definire la Gestalt delle pagine, distinguendo le varie parti con riquadri pieni o cornici, in modo da fornire un'aiuto alla navigabilità del sito.

Dal momento che il colore non si prende il compito di convogliare informazioni, che sono al massimo lasciate a delle sigle, anche persone con problemi di visione non incontreranno difficoltà aggiunte nella navigazione del sito.

2.3.4 I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

Innanzitutto analizziamo le scelte fatte per il layout dei caratteri. I progettisti del sito hanno scelto di congelare tutte le scelte di layout in fase di visual design, ovvero hanno deciso di impedire all'utente di modificare la visualizzazione dei caratteri a proprio piacimento, ingrandendone o rimpicciolendone la dimensione. Questa scelta, abbastanza comprensibile per la struttura del sito che prevede in molte pagine poche scritte e molte immagini, e che deve far risaltare queste ultime, non favorisce affatto l'usabilità del sito: i caratteri, a risoluzioni alte, risultano infatti molto piccoli e di difficile lettura.

In realtà alcuni testi di secondaria importanza possono essere modificati, ma questo non viene considerato un aiuto.



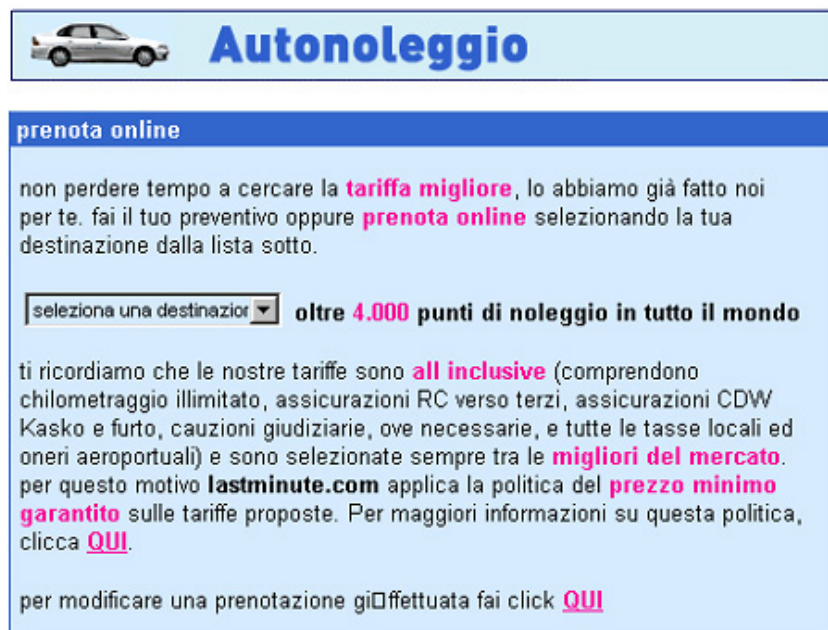
Verosimilmente nell'intero sito vengono utilizzati al massimo 2-3 tipi di font, tutti sans serif in modo da risultare molto più leggibili a video, e mai tutti e quattro insieme.

Gli stili sono ben usati: il corsivo viene utilizzato solo in casi sporadici e per informazioni secondarie, il grassetto evidenzia coerentemente titoli e dati principali, il maiuscolo viene utilizzato raramente, in genere nei titoli di categoria (seconda versione del menu) e nei pulsanti con un diverso colore rispetto a quello standard del testo.

Purtroppo la stessa cosa non si può dire per le scelte legate all'uso del colore. Benché spesso usato correttamente (scritte nere su sfondo bianco, scritte bianche su sfondo blu...), l'abuso delle scritte in fuxia su sfondo bianco e di pessimo gusto, oltre che di pessima scelta per l'usabilità. Il rosa così saturo e infatti difficile da leggere e molto stancante per la vista.



Il massimo del disagio viene dato da questa pagina di presentazione con scritte nere e fuxia su sfondo blu.



2.3.5 La grafica e' attraente?

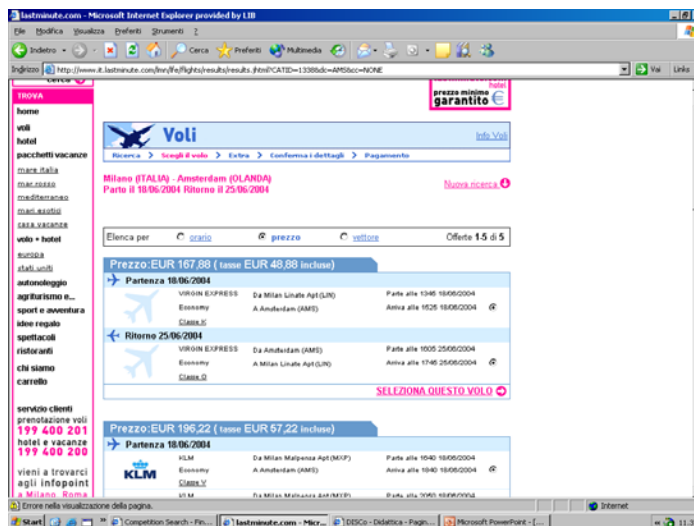
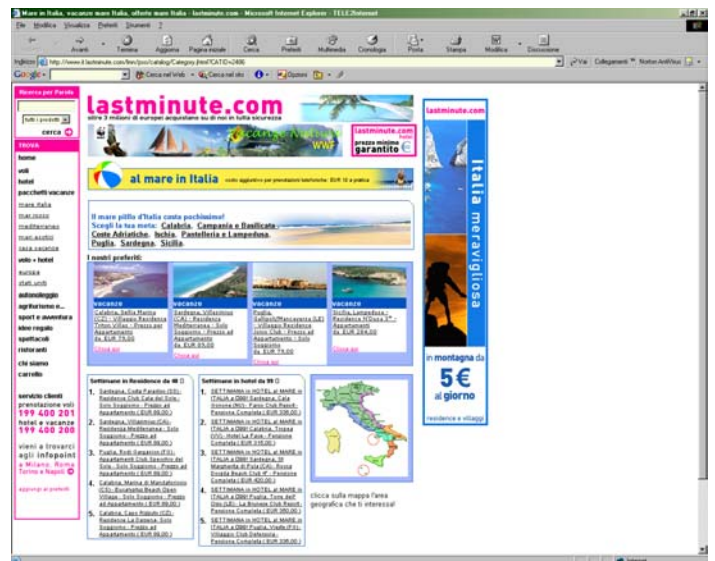
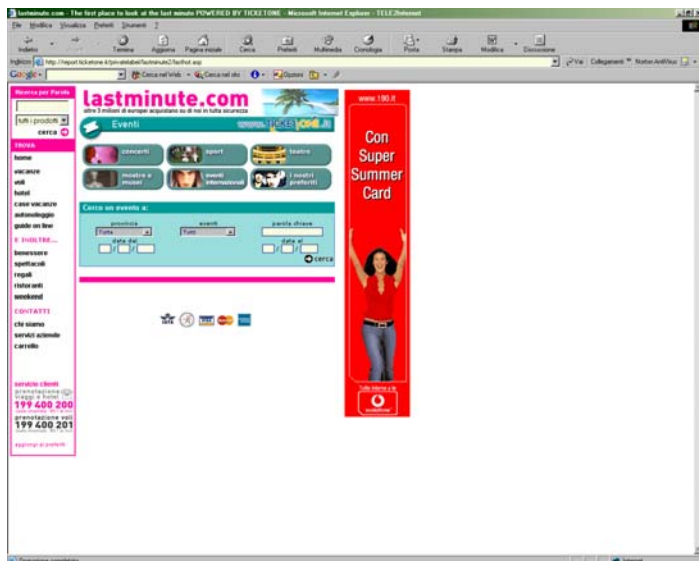
Più che attraente la grafica risulta essere funzionale: il sito non ha puntato ad avere un aspetto grafico molto complesso, ma una vetrina piuttosto chiara per l'utente.

Questo va a favore del sito stesso: una scelta diversa, in favore di un layout più complesso, avrebbe ulteriormente complicato la navigabilità, favorendo lo smarrimento dell'utente ed aggiungendo difficoltà alla comprensione dei contenuti.

La home page riflette un senso di cordialità e trasmette sicurezza all'utente che si trova di fronte ad una pagina con un solo colore

dominante, organizzata secondo una buona gestalt che permette una facile comprensione dei contenuti.

La funzionalità viene mantenuta anche nelle pagine figlie, nonostante l'incostanza grafica e cromatica che può causare un senso di disagio negli utenti. Questo si ha ancora di più con i siti affiliati.



3. Funzionalità

3.1 Le funzioni del sito sono adeguate?

3.1.1 Le funzioni per effettuare le transazioni sono adeguate?

Essendo questo, come già ripetuto più volte, un sito commerciale, esso interagisce con gli utenti per mezzo di transazioni. Le funzioni presenti nel sito sono un numero abbastanza consistente, dal momento che il sito riguarda la vendita di molti articoli diversi. Noi abbiamo considerato, per convenienza, solo le funzioni direttamente accessibili dalla home page.

Iniziamo col dire che il cuore del sito è costituito da funzioni di ricerca, che pertanto dovrebbero essere basate sui medesimi steps: ricerca | osserva i risultati | scegli | prenota con dati | acquista. Tuttavia esse sono strutturate in modi diversi. Questo avviene sia perché sono state gestite e create da persone diverse e in tempi diversi, senza curarsi di una necessaria coerenza, sia perché talvolta dipendono da altri gestori.

Per le loro caratteristiche possiamo classificare le funzioni suddividendole in alcuni gruppi:

- **Funzioni di ricerca interne**

Sono tutte quelle funzioni che si svolgono all'interno del sito attraverso una form di ricerca e che fanno finire gli articoli acquistati nel carrello.

- voli
- hotel
- pacchetti vacanze
- vacanze italia
- volo + hotel
- agriturismo e..
- sport e avventura
- idee regalo
- spettacoli

Sono caratterizzate da presentare una prima pagina contenente delle form di ricerca più o meno complesse, oppure altri metodi di categorizzazione dei risultati.



Cerco un evento a:

provincia: eventi: parola chiave:

data dal: / / data al: / /

Ricerca da eventi

Ricerca Ricerca Avanzata

Città di partenza: Città di destinazione:

Adulti: Bambini: Neonati:

Parto il: orario partenza:

Ritorno il: orario ritorno:

tipo di biglietto:

Ricerca da voli

Producono un elenco di risultati soddisfacenti la ricerca. Per tutti e' possibile accedere ad informazioni aggiuntive che variano a seconda della categoria di prodotto: descrizioni piu' ampie, mappe, immagini.

Definizione simboli: Acquista online

Operator	Destinazione	Data	Notti	Partenze	Tipo	€ a persona	altre informazioni
offerte 1-10 di 15 ▶ ordina per: <input type="text" value="Destinazione"/> vai a pagina 1 2							
	Havana	19/06/2004	2	MILANO MALPENSA	-	EUR 640,00	continua
Cuba, Havana - Volo + Hotel 3* - Pernottamento e Colazione - 9 giorni e 2 notti							
	Cayo Coco	19/06/2004	7	MILANO MALPENSA	-	EUR 912,00	continua
SCONTO FINO AL 30% - Cuba, Cayo Coco - Volo + Villaggio Italiano 3* - All Inclusive							
	Cayo Largo	21/06/2004	7	MILANO MALPENSA	-	EUR 912,00	continua
SCONTO FINO AL 30% - Cuba, Cayo Largo - Volo + Villaggio Italiano 3* - All Inclusive							
sulla spiaggia							

Elenca per: ☐ orario ☒ prezzo ☐ settore Offerte 1-7 di 7

Prezzo: EUR 157,88 (tasse EUR 48,88 incluse)

Partenza 17/06/2004

VIRGIN EXPRESS	Da Milan Linate Apt (LIN)	Parte alle 13:45 17/06/2004
Economy	A Amsterdam (AMS)	Arriva alle 15:25 17/06/2004
Classe W		

Ritorno 24/06/2004

VIRGIN EXPRESS	Da Amsterdam (AMS)	Parte alle 16:05 24/06/2004
Economy	A Milan Linate Apt (LIN)	Arriva alle 17:45 24/06/2004
Classe K		

La scelta di acquisto di un articolo fa si che la prima volta si apra una schermata richiedente la mail per poter accedere al carrello. E, una volta compilata, il prodotto viene messo nel carrello.

Carrello (area protetta)

Grazie per aver scelto questo prodotto, ancora pochi passaggi e sarà tuo.

Completa il tuo acquisto in un'area protetta

Inserisci il tuo indirizzo email:

☒ Desidero ricevere la newsletter settimanale di lastminute.com

Per utilizzare l'opzione **FastBuy**, che memorizzando i tuoi dati ti consente di effettuare acquisti più veloci, è necessario registrarsi al sito. [clicca qui.](#)

- **Funzioni di ricerca esterne**

Funzioni Svolte da siti affiliati che le prendono in gestione. Portano all'acquisto diretto di un bene, senza passare per il carrello.

- casa vacanze
- autonoleggio

Anch'esse sono caratterizzate da step simili a quelli in precedenza descritti: ricerca, descrizione e scelta del bene. Tuttavia i prodotti scelti vengono direttamente acquistati dall'utente con una procedura che non richiede l'intervento del carrello.

ricercare case di vacanza

Ricerca sulla mappa **Ricerca sulla lista**

Germania
 Regione
 Località
 persone da a
 Qualità
 Data di partenza
 Durata soggiorno (notti)

Prezzo massimo a settimana EUR
 No. dei locali
 No. delle camere da letto
 Distanza dal mare/lago
 Distanza impianti di risalita
 Solo case
 Piscina
 Animali domestici accettati
 Campo da tennis
 Lettino per bambini
 Accessibile a disabili

Info

Solo offerte speciali ☐
 Solo Last Minute ☐

ricerca

dati del guidatore

Siamo pronti per completare la prenotazione dell'auto scelta. Per favore compila accuratamente tutte le voci del seguente modulo. Per inoltrare la prenotazione, clicca sul pulsante "prenota adesso". (* campi obbligatori)

sigla sig.ra :
 nome :
 cognome :
 indirizzo e n. civico :
 località/ frazione :
 CAP :
 città :
 paese : Italia
 telefono diurno/cellulare :
 fax :
 email :
 request now

walkin information

nome del fornitore NATIONAL MAGGIORE ITALY
 indirizzo del fornitore Piazza Francesco Crispi 13, brindisi
 Cliccando il bottone "RICHIEDI ORA" confermi tutti i dati forniti. Un numero di riferimento per "pratica in richiesta" (request reference) apparirà nella prossima schermata, e sarai ricontattato entro i prossimi tre giorni per la conferma o meno della prenotazione.

Autonoleggio

- **Ristoranti**

Funzione che permette la ricerca di ristoranti, secondo diversi parametri.

Ricerca veloce

Nome ristorante
 Località
 cerca

Ricerca avanzata

Nome ristorante
 Località
 Provincia
 Tipo locale
 Tipo cucina
 Ambiente
 Fascia prezzo
 cerca

Non permette la prenotazione, ma ha una funzionalità aggiuntiva che permette di leggere/lasciare commenti su ciascuno dei ristoranti.



- **Newsletter**

Funzione che permette la sottoscrizione ad una newsletter periodica con le offerte del sito.

La form per iscriversi e' presente in prima pagina, sotto il titolo.



L'iscrizione e' molto semplice, basta inserire l'indirizzo e-mail nella form, non richiede altro. All'atto dell'iscrizione compare una pagina di ringraziamenti, ma non da' indicazioni all'utente su come fare per disiscriversi. Il servizio, inoltre, non sembra efficiente: ci siamo iscritti gia' da quattro o cinque giorni e non ci e' ancora arrivato nulla.



- **Funzionalità' esterne al sito**

Sono funzionalità' che si svolgono su altri siti, ma che sono pubblicizzate su www.lastminute.com in quanto utili ai fini della vendita o del ricavo.

- affiliati
- finanzia le tue vacanze

Dopo una breve descrizione della funzionalità l'utente viene diretto verso il sito che la gestisce, e la svolge tutte le operazioni necessarie.

Informazioni sul programma di affiliazione di lastminute.com

lastminute.com
SOLUZIONI & ISPIRAZIONI PER VIAGGI & TEMPO LIBERO

Adulti

lastminute.com
hotel
prezzo minimo
garantito

1. Inserisci il tuo indirizzo email nella casella sottostante. Entro 30 secondi riceverai un'email contenente la password.
2. A questo punto vai su <http://www.tradedoubler.com/it> ed esegui il log-in, utilizzando il tuo indirizzo e-mail e la password appena ricevuta.
3. Una volta all'interno dello spazio Affiliazione, scegli il programma di lastminute.com (che trovi nelle principali categorie di programmi indicate nel centro della pagina), leggi attentamente il contratto per gli affiliati relativo e clicca sul pulsante "Fai domanda per questo programma".
4. A questo punto riceverai una email con le indicazioni per scegliere gli elementi grafici proposti da lastminute.com ed inserirli nel tuo sito; dopodiché devi attendere l'accettazione della tua richiesta di Affiliazione, che ti sarà comunicata via email. Da questo momento comincerai a guadagnare per ogni utente che cliccando sull'elemento grafico lastminute.com presente sul tuo sito accederà e effettuerà acquisti su lastminute.com. Sulla homepage del tuo spazio Affiliazione potrai vedere il saldo del tuo conto e visualizzare i dettagli.

Passo 1 di 4 - Inserisci il tuo indirizzo email:

(NB: Essendo funzionalità esterne al sito stesso, non sono state da noi analizzate)

- **Funzioni per mail**

Sono tutte quelle funzioni che si svolgono attraverso l'invio ad una mail a chi di competenza o la chiamata ad un numero.

- diventa fornitore
- pubblicità
- carta di credito

Contatti

Per maggiori informazioni, contattare l'Ufficio Commercial Sales:
email: commercial.sales@lastminute.com
telefono: 02 67 19 19 70

- **Carrello**

Raccoglie le ordinazioni delle funzioni interne al sito e permette di portare a termine l'acquisto in una zona protetta. Fondamentalmente la sua funzionalità consiste nel raccogliere tutti i dati necessari a completare l'acquisto: dati personali, carte di credito, eventuale indirizzo di destinazione..

Dettagli della carta

Mastercard Numero di Carta Data di scadenza (mm/aa)

01 03

Codice di sicurezza

Il codice di sicurezza sul retro della tua carta è composto dalle ultime 3 cifre del numero che troverai sul retro della tua carta all'altezza dello spazio per apporre la tua firma. Per le carte AMEX il codice è composto da 4 cifre ed è riportato sul fronte della carta.

[clicca qui](#)

Dettagli del titolare della carta di credito

TITOLO: Signor Nome: Cognome

Indirizzo 1 Indirizzo 2 (opzionale) Località/Città:

Regione (opzionale) Paese CAP

Selezione una nazione

Numeri di telefono

Telefono di giorno Telefono cellulare Telefono serale (opzionale)

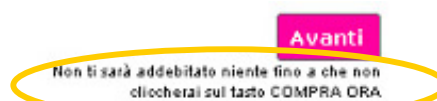
Tuttavia permette anche all'utente una gestione degli acquisti già prenotati, elencati con delle brevi descrizioni in una tabella posta al centro della schermata nella prima pagina, o a lato durante gli altri step.

La gestione di questi articoli comprende la visualizzazione dei dettagli di ciascuno di essi e la loro eventuale cancellazione.

dettagli del prodotto	qtà	prezzo unitario	totale
2x1 PIU' CARD visualizza i dettagli dell'articolo	1	EUR 8,00	EUR 8,00
Rimuovi			
TOTALE			EUR 8,00

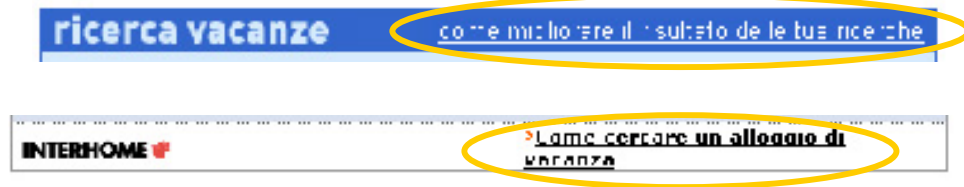
Questo prezzo include l'IVA

(E' da notare che gli articoli nel carrello non sono ancora stati acquistati, in quanto, come ben spiegato sotto il pulsante conferma l'acquisto vero e proprio si effettua quando l'utente preme, alla fine dell'inserimento dei dati, il pulsante "COMPRA ORA").



Le transazioni sono in generale abbastanza chiare, veloci e adeguate a molti scenari d'uso, benché talvolta le possibili scelte si propongano su form diverse.

Le voci delle form sono il più delle volte comprensibili, e spesso sono presenti anche dei link per il supporto alla compilazione.



La ricerca non richiede un grande impiego di tempo e fatica: le form sono abbastanza dettagliate e permettono di fare una buona scrematura. Grazie alle funzioni di ordinamento spesso presenti (funzioni interne), poi, è semplice ordinare i risultati secondo il criterio preferito, in modo da avere gli articoli che meglio incontrano le proprie aspettative in prima posizione.

Le funzioni permettono in genere anche di valutare particolari aspetti quali disabilità, bambini, esigenze particolari di cibo sugli aerei... (Anche se lastminute non si assume la responsabilità di garantire sempre tutto)

Un'altra idea molto carina e' la possibilita' (solo in alcuni casi) di consultare un calendario per scegliere le date.

The screenshot shows the 'Ricerca Avanzata' (Advanced Search) form. It includes fields for 'Città di partenza' (Origin City) and 'Città di destinazione' (Destination City), both with 'trova città' (Find City) buttons. There are dropdowns for 'Parto il:' (Depart on) and 'Ritorno il:' (Return on), both set to 'Giugno' (June). A calendar overlay is visible, showing the month of June 2004, with a yellow box highlighting the date selection area. To the right, there are dropdowns for 'Adulti' (1), 'Bambini' (0), and 'Neonati' (0), and a 'tipo di biglietto' (Ticket type) dropdown set to 'andata e ritorno' (Round trip). A 'Cerca' (Search) button with a magnifying glass icon is at the bottom right. Below the form, there are promotional banners for 'Voli charter', 'tariffe speciali', 'Lufthansa', 'Swiss', and 'prenota tua Estate'.

I metodi di pagamento non sono visibili subito dalla home page, ma vengono mostrati nella prima pagina del carrello, sopra gli articoli, e per ogni evenienza tutte le informazioni riguardanti il pagamento e la spedizione sono presenti in modo esteso anche nelle FAQ.

Mostriamo ora solo le principali discordanze esistenti tra le varie funzioni:

- Talvolta le stesse funzioni sono presenti in pagine diverse, con campi di ricerca diversi. Questo non e' corretto, in quanto alcune funzionalita' non sono accessibili da una e/o dall'altra, e l'utente potrebbe non dover mai andare su una delle 2. E' il caso dei voli, che permettono di prenotare un volo di sola andata solo facendo riferimento alla schermata che compare cliccando sul menu a destra. Molti si fermeranno alla form della home page, senza mai riuscire a scoprire questa funzionalita'.

This screenshot shows the 'Ricerca Avanzata' search form. It includes fields for 'Città di partenza:' and 'Città di destinazione:', both with 'trova città' buttons. There are dropdowns for 'Parto il:' (5) and 'Ritorno il:' (12), both set to 'Giugno'. There are also dropdowns for 'orario partenza:' (qualsiasi) and 'orario ritorno:' (qualsiasi). A 'tipo di biglietto' dropdown is set to 'andata e ritorno'. A 'Cerca' button with a magnifying glass icon is at the bottom right.

This screenshot shows the 'Ricerca vacanze, voli e hotel' search form. It has tabs for 'Vacanze', 'Voli', 'Hotel', and 'Autonoleggio'. The 'Voli' tab is selected. It includes fields for 'parto da:' and 'vado a:'. There are dropdowns for 'parto il:' (7) and 'torno il:' (14), both set to 'Giugno'. There are also dropdowns for 'orario partenza:' (Qualsiasi) and 'orario ritorno:' (Qualsiasi). A 'solo voli diretti' checkbox is present. There are dropdowns for 'adulti:' (1), 'bambini:' (0) (2+11 anni), and 'neonati:' (0) (0+2 anni). A 'cerca' button with a magnifying glass icon is at the bottom right.

- Talvolta le informazioni estese vengono mostrate in finestre popup, talvolta viene caricata nel browser una nuova pagina. La prima scelta e' la migliore (soprattutto per quanto riguarda la hotel, viaggi, vacanze), in quanto permette di effettuare confronti tra diverse opportunita'. La possibilita' di effettuare paragoni tra articoli diversi e' importante per chi deve scegliere cosa comprare.

Informazioni

Cuba, Havana - Volo + Hotel 3* - Pernottamento e Colazione - 9 giorni e 2 notti
 * partenza 19 Giugno
 * da Milano Malpensa (tutto 574 + tasse)

EUR 640,07

Fase Successiva

Cuba, Havana - Volo + Hotel 3* - Pernottamento e Colazione - 9 giorni e 2 notti
 Havana Capitale di Cuba, con quasi 3 Milioni di abitanti e situata sulla costa settentrionale dell'isola di fronte alla Florida.

Rappresenta la città più antica del Nuovo Mondo ed è suddivisa in quattro zone principali: Habana Vieja, antica città coloniale dichiarata dall'Unesco patrimonio dell'umanità, si estende intorno alla zona del porto; l'ottocentesca Centro Habana; il Vedado, zona degli uffici, dei negozi, dei locali notturni e dei grandi alberghi; infine la zona residenziale Florida. Rappresenta la città più antica del Nuovo Mondo ed è suddivisa in quattro zone principali: Habana Vieja, antica città coloniale dichiarata dall'UNESCO patrimonio dell'umanità, si estende intorno alla zona del porto; l'ottocentesca Centro Habana; il Vedado, zona degli uffici, dei negozi, dei locali notturni e dei grandi alberghi; ed infine la zona residenziale in cui si trovano le ambasciate.

Informazioni sull'hotel
Barcelona - Benanova Park Hotel 2*

Ci Capta Avenç, 51 - 08034 Barcelona, Spain

Questo albergo offre ai suoi ospiti una confortevole sistemazione, una calda ospitalità e attrazioni locali come il famoso Barcellona F.C. Stadium nelle vicinanze.

Servizi e Attrezzature

- Portiere notturno
- Parcheggio
- Aria Condizionata
- Lavanderia
- Car rental

Camere

- Servizi privati
- Cassaforte
- Accappatoi
- Televisione
- Aria Condizionata
- Accesso Internet
- Minibar

Ulteriori informazioni

- Ci sono delle limitazioni per le persone disabili. Si consiglia di contattare l'albergo per specifiche informazioni.
- Non sono accettati gli animali

Check-in: 13.00
Check-out: 12.00

- Quasi tutte le form, inoltre, non contengono indicazioni riguardanti i campi obbligatori e quelli opzionali, con la possibilita' che l'utente debba ripetere la ricerca solo per inserire tutti i campi necessari.

Inserisci il tuo messaggio

Da:	A:
nome :	nome :
Serena	Andrea
E-mail :	E-mail
	Per invii multipli separa gli indirizzi e-mail con una virgola
serena_fac@libero.it	ffasol@lombardiacom.it
Scegli un messaggio d'auguri preimpostato o scrivi il tuo:	
seleziona saluti	ciao
Scrivi il tuo messaggio (max 300 caratteri)	
Prova	
Caratteri rimanenti: 295	

i campi segnati con * sono obbligatori

- Alcuni dati da inserire sono difficili da comprendere. Ad esempio cos'è la "duration" da inserire nella form di autonoleggio? Se è la durata non sarebbe possibile comprenderla a partire dai giorni di prenotazione?

destinazione : in query
 occorrenza :
 località consegna :
 da: giu 22 2004 alle: 10:00
 a: giu 29 2004 alle: 10:00
 duration: 7
 tutte le informazioni sono obbligatorie (compresa la Tel. al locatore)
 nel guidatore:
 ricerca

- Nella ricerca "sport" esiste un campo in cui indicare l'ordinamento voluto, ma non è possibile compiere alcuna scelta: nel menu a tendina le voci sono tutte vuote.

Le migliori offerte ordina per
 Vedi senza immagini Le nostre offerte 1 - 9 di 41 vai a pagina 1 2 3 4 5
 Ratting Mozzatiato nel Sesia, 5 & 6 Giugno - loc. Balmuccia (VC)
 Prezzo EUR 70,00 spedizione inclusa continua
 Pesca sportiva nell'Adriatico - Rosolina (Rovigo)
 Da 7 giu 2004 a 31 ago 2004 da EUR 15,00 a 30,00 continua

La privacy è descritta molto dettagliatamente nella sezione "Servizio clienti". Essa non sembra porre limitazioni all'utente, limitandone le aree d'accesso in caso di mancato permesso all'utilizzo dei suoi dati. Tuttavia si può notare che non è stata aggiornata di recente, in quanto parla di registrazioni che ora non ci sono più.

Privacy

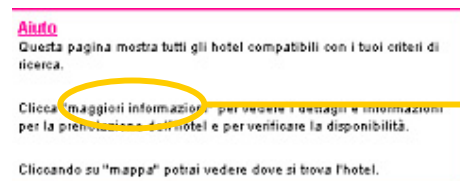
lastminute.com tratta la privacy dei suoi clienti con molta serietà, a tale proposito informa che:

- all'inizio della procedura di registrazione vengono richiesti indirizzo E-mail/User Name e Password. Il cliente è responsabile della conservazione della segretezza dei suoi Indirizzo e-mail/User Name e Password. Inoltre, il cliente assume esclusiva responsabilità per ogni suo utilizzo dei servizi tramite Indirizzo e-mail/User Name e Password a lui assegnati e si impegna a manlevare e tenere indenne **lastminute.com** da qualsiasi danno o pretesa derivante dall'uso o dall'abuso dei propri Indirizzo e-mail/User Name e Password in relazione all'utilizzo dei servizi;

3.1.2 Il trattamento degli errori dell'utente e' adeguato?

Sembra che la parte riguardante il trattamento degli errori sia stata trattata molto superficialmente dai progettisti: non e' stata curata in modo da evitare molti dei possibili errori banali e non e' sempre coerente.

La prima cosa da tenere sotto controllo, per evitare che l'utente commetta degli errori, sono le istruzioni presenti. Esse dovrebbero essere complete e corrette. Nel nostro caso, invece, a volte ci troviamo di fronte ad istruzioni sbagliate



Clicca su "continuare" per prenotare l'appartamento nella pagina seguente.



Non esiste nella pagina

Talvolta, si cerca di dare degli ausili all'utente al fine di limitare la possibilita' che commetta errori: form di ricerca a tendina che impediscano una digitazione sbagliata dei luoghi (questo impedisce anche molte delle possibili ricerche con esito nullo), aiuti che forniscano le spiegazioni necessarie per procedere, calendari che permettano all'utente di poter sapere i giorni della settimana e usufruire di particolari vantaggi, indicazioni di formati per l'inserimento (mm/aa)...

Tuttavia questa una e' una pratica seguita in tutte le parti del sito, e dunque non appare sufficientemente utile. Le precauzioni prese sono sporadiche, e quindi non possono essere considerate valide in generale.

Oltre a questa tentata prevenzione, esistono dei controlli sui possibili sbagli dell'utente, che compaiono come avvisi sulla stessa pagina in cui si e' commesso l'errore.

Questi avvisi, cosi' come alcuni avvisi di altro genere, si presentano sempre nella stessa forma: un riquadro rosa acceso con le scritte in

rosa precedute da un punto esclamativo lampeggiante, la cui posizione nella pagina puo' variare da sopra a sotto l'intestazione, talvolta in posizioni poco visibili.

Le principali disattenzione commesse dai progettisti nella gestione degli errori sono le seguenti:

- L'utilizzo della stessa forma per errori e avvisi



❗ Siamo spiacenti, non abbiamo trovato nessun volo per la città di destinazione indicata. Riprova, o clicca su "trova città" per affinare la ricerca.

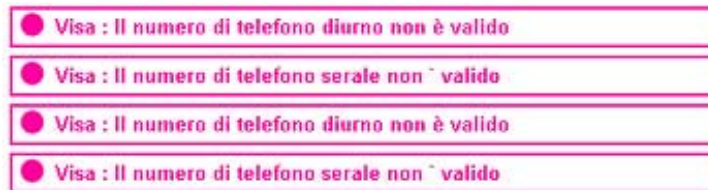
Esempio di avviso

- La mancata traduzione di alcuni messaggi dall'inglese. Essi risulteranno incomprensibili a chi non conoscesse questa lingua, rendendo impossibile il proseguimento del lavoro.



❗ The email address you entered has not been recognised. Please check you have entered a valid email address and try again

- La ripetizione di medesimi messaggi di errore in una stessa pagina



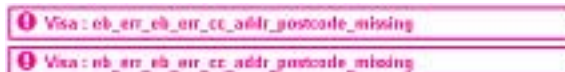
❗ Visa : Il numero di telefono diurno non è valido

❗ Visa : Il numero di telefono serale non è valido

❗ Visa : Il numero di telefono diurno non è valido

❗ Visa : Il numero di telefono serale non è valido

- Indicazioni incomprensibili per una mancata gestione del messaggio di errore in fase di programmazione



❗ Visa : eb_err_el_err_cc_addr_postcode_missing

❗ Visa : eb_err_el_err_cc_addr_postcode_missing

- Il mancato controllo di un dato importante come la mail: essa e' infatti necessaria per i documenti di conferma prenotazione. Le mail ricevute vanno spesso consegnate come documento di conferma al momento del ritiro biglietti ad esempio. Un errore nella digitazione della mail potrebbe invalidare l'acquisto. Sarebbe quindi intelligente un controllo, ad esempio tramite la richiesta di visitare un link per confermare la validita' dell'indirizzo inserito.
Invece ora come ora i controlli si limitano alla verifica dell'esistenza del dominio e della forma.

- In genere nelle form i dati vengono mantenuti in caso di errore, tuttavia in un'occasione, a causa di un mancato risultato della ricerca, l'utente viene avvisato da un messaggio di riprovare la ricerca "ciccando qui", che compare sopra la form con i dati da lui inseriti. Il link porta alla prima pagina della sezione, con una form vuota. Se il messaggio fosse "modifica i dati qui sotto e riprova la ricerca" sarebbe molto piu' comodo.

❗ Siamo spiacenti, ma non abbiamo trovato prodotti che corrispondano ai parametri da te scelti. Prova ad effettuare una nuova ricerca [cliccando qui](#)

Cerca

Prenotazioni telefoniche: 199 400 200

La tua estate in Europa!

Luogo di partenza:
Milano (Tutti)

Data di partenza:
21 Giugno

Orario partenza:
Qualsiasi

Città di destinazione:
* Madrid

Data di ritorno:
24 Giugno

Orario ritorno:
Qualsiasi

Classe:
Qualsiasi

adulti senior bambini neonati
2 0 0 0
(65+) (2-11) (0-2)

Solo voli diretti
☐

Linea aerea
Qualsiasi

Vuoi prenotare un numero di notti in hotel differente dalle date dei voli? No ☒ Si ☐

cerca

Barcellona
da Milano
□ 138
25 Giu (2 notti)

Berlino
da Milano
□ 199
9 Lug (2 notti)

Parigi
da Milano
□ 208
25 Giu (2 notti)

Oltre a queste disattenzioni generali dei progettisti di lastminute, abbiamo potuto trovare una pessima gestione degli errori nelle due ricerche aventi altri gestori:

- Autonoleggio
I campi di inserimento non sono dotati di alcun controllo degli errori, permettendo all'utente di inserire caratteri alfanumerici anche in campi richiedenti solo numeri.

richiesta
quotazione
prenotazione
4 conferma

stato della prenotazione

Riferimento prenotazione : **8773594**
nome cliente : Sig.ougyuy sirttert
destinazione : italia
località di ritiro : bergamo aeroporto
località di rilascio : bergamo aeroporto
veicolo scelto : economy 4 porte s/c manuale
numero di volo : none
da : Jun 15 2004 alle 10:00
a : Jun 20 2004 alle 10:00
aeroporto di provenienza : none
extra pagabili in loco : none
telefono diurno/cellulare : sertsr
cellulare : none
fax : strsr
email : none

Data l'immagine un po' sfocata riportiamo qui i dati:
-telefono: sertsr
-fax strsr

- Casa vacanze
Il controllo di un'intera form viene eseguito un errore per volta, attraverso una finestra popup che indica l'errore corrente, rendendo la correzione lunga e noiosa.

3.1.3 Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Un punto a favore del sito e' costituito dalla presenza in prima pagina di una search box, che si ripete in tutte le altre pagine del sito ad eccezione dell'area "carrello".

Essa e' costituita da una form con un campo ad inserimento libero, piu' un menu a tendina che permette di restringere il campo della ricerca (vengono considerate solo 3 opzioni: tutti i prodotti, vacanze e hotel).



La politica delle ricerche viene riportata in una pagina a parte, consultabile dalla pagina dei risultati (e quindi non prima di effettuare la ricerca, come sarebbe piu' corretto). Da una breve lettura si puo' notare come la politica seguita sia la stessa presente su molti motori di ricerca (utilizzo di segni +, - e di apici "" per le frasi).



Questa form tuttavia non e' molto funzionale: affinche' una ricerca vada a buon fine, la parola cercata dev'essere presente nel titolo o nella descrizione del documento come e' scritta. Errori di battitura o plurali invalidano la ricerca, e i sinonimi non vengono nemmeno considerati.

ricerca veloce

tutti i prodotti

concerti

Cerca

Suggerimenti per la ricerca veloce

Ricerca per parola:

Parola chiave: concerti

Categoria: tutti i prodotti

Siamo spiacenti, non abbiamo trovato prodotti che corrispondano alla tua richiesta. Verifica di aver inserito correttamente il testo. Per circoscrivere e migliorare i risultati di ricerca, puoi utilizzare i motori delle categorie principali. Per accedervi, clicca sulla categoria che ti interessa nella barra di navigazione a sinistra.

Per avere qualche suggerimento sulla ricerca per Parole Chiave, [clicca qui](#)

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
Pink in Italia	Pink sarà in Italia la prossima estate! Non perdere il concerto in programma a Lucca nel mese di luglio!	EUR 30,00	dettagli
Lucio Dalla	Lucio Dalla in concerto al Music Village di Modena e al Teatro Smeraldo di Milano!	EUR 31,00	dettagli
Macy Gray	Un'artista straordinaria, che sta per tornare ad esibirsi in Italia! Non perdere il concerto di Macy Gray in programma al Summer Festival di Lucca nel mese di luglio!	EUR 31,00	dettagli
Alicia Keys	Gospel, jazz, musica classica, hip-hop, soul... l'eclettismo musicale di Alicia Keys, la nuova regina dell'R&B, non ha confini. A luglio si esibirà in concerto al Lucca Summer Festival!	EUR 31,00	dettagli

Inoltre la ricerca non viene eseguita nel campo "ristoranti" o in quello "sport e avventura", come e' possibile vedere da ricerche mirate.

Ricerca per parola:

Parola chiave: osteria

Categoria: tutti i prodotti

Siamo spiacenti, non abbiamo trovato prodotti che corrispondano alla tua richiesta. Verifica di aver inserito correttamente il testo. Per circoscrivere e migliorare i risultati di ricerca, puoi utilizzare i motori delle categorie principali. Per accedervi, clicca sulla categoria che ti interessa nella barra di navigazione a sinistra.

Per quanto riguarda "sport e avventura", ci siamo trovati di fronte ad una sorpresa nel cercare informazioni: i risultati vengono mostrati nella categoria regali(lo si capisce dal colore) e anche le eventuali spiegazioni si trovano nel campo regali, nonostante siano presenti, identiche, nell'area sport.

Ricerca per parola:

Parola chiave: rafting

Categoria: tutti i prodotti

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
Junior Rafting nella Dora Baltea □ Chatillon (AO)	* Consigliato per le famiglie * Studiato per i bambini (dal 6 ai 14 anni) * Doppia formula ("in giornata" o "weekend") * Dal 27 Maggio	EUR 20,00 a EUR 88,00	dettagli ➔
Rafting sul Brenta - loc. Merlo (VI)	* Rafting * 7 giorni su 7 * Fiume Brenta * Solo attività	EUR 30,00	dettagli ➔
Rafting nel Sesia - loc. Balmuccia (VC)	* 7 giorni su 7 da Pasqua * Valsesia * Solo attività	EUR 30,00 a EUR 45,00	dettagli ➔
Rafting nel fiume Corno □ loc. Serravalle di Norcia (PG)	* 7 giorni su 7 * Solo attività * Norcia	EUR 30,00	dettagli ➔
Rafting nel Sesia - loc. Vocca (VC)	* 7 giorni su 7 * Valsesia * Solo escursione	EUR 30,00 a EUR 60,00	dettagli ➔
Rafting sul fiume Nera □ loc. Papigno (Terni)	* 7 giorni su 7 * Solo attività * Cascata delle Marmore	EUR 35,00	dettagli ➔

[Inizio pagina](#) [altre offerte](#) ➔

Gifts

[Invia a un amico](#) [Aggiungi ai preferiti](#)

Informazioni

Rafting sul Brenta - loc. Merlo (VI)

- * Rafting
- * 7 giorni su 7
- * Fiume Brenta
- * Solo attività

Prezzo EUR 30,00 spedizione inclusa

[back](#) [NEXT STEP](#) ➔

sport e avventura acqua

[Invia a un amico](#) [Aggiungi ai preferiti](#)

Informazioni

Rafting sul Brenta - loc. Merlo (VI)

- * Rafting
- * 7 giorni su 7
- * Fiume Brenta
- * Solo attività

Prezzo EUR 30,00 spedizione inclusa

[back](#) [NEXT STEP](#) ➔

I risultati della ricerca vengono presentati divisi per argomenti di appartenenza, dalle istruzioni si puo' leggere che vengono visualizzato per primo il campo dalla cui pagina si e' partiti per effettuare la ricerca, ma abbiamo verificato che cosi' non e'. In ogni campo, poi, i risultati vengono ordinati a secondo della locazione della parola cercata: per primi vengono elencati quelli aventi la parola nel titolo, poi quelli in cui e' stata trovata nella descrizione.

Tuttavia, come per il resto del sito, anche in questa parte la grafica non e' uniforme, ma varia a seconda del punto da cui si e' partiti ad effettuare la ricerca stessa. Delle due versioni quella piu' completa e' la migliore in quanto a contenuti: la descrizione permette di capire subito se l'articolo puo' essere interessante o meno.

Regali

Auguri da indossare	EUR 14,99
Vestiti di primavera!	EUR 14,99
Adotta una lontra gigante	EUR 35,00
Adotta un signetto	EUR 35,00
Adotta un leoncino	EUR 35,00
TBox - maglietta donna in mini cubo	EUR 16,97

Non hai trovato ciò che cercavi? Clicca qui per una ricerca completa nella nostra sezione gifts

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
TBox - Maglietta donna in mini cubo	* T-shirt in cubetto 6X4 cm * T-shirt manica corta * 3 misure * diversi colori	EUR 16,97	dettagli ➔
TBox - Maglietta uomo in mini cubo	* T-shirt in cubetto 6X4 cm * T-shirt manica corta * 3 misure * diversi colori	EUR 19,97	dettagli ➔
Adotta un leoncino	* certificato di adozione * per sostenere il Fondo per la Terra * foto del leoncino * in omaggio 3 pesci tropicali magnetici o maglietta logo associazione	EUR 35,00	dettagli ➔
	* certificato di adozione * per sostenere il Fondo per la Terra		

Non e' permesso alcun ordinamento dei risultati.
 Se la lista risulta troppo lunga per essere visualizzata a fondo di ogni categoria viene presentato il link "altre offerte" che mostra le altre offerte relative a quella categoria. Questa strategia permette all'utente di focalizzare la sua attenzione nel campo degli articoli cui era interessato.

ricerca veloce

Suggerimenti per la ricerca veloce

Ricerca per parola:

Parola chiave: rafting

Categoria: tutti i prodotti

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
Junior Rafting nella Dora Baltea Chalillon (AO)	• Consegna delle famiglie • Prodotto per bambini da 6 a 14 anni • Con più di 1000 m di dislivello • Dal 27 Maggio	EUR 22,00 + EUR 85,00	dettagli
Rafting sul Brenia - loc. Morio (VC)	• Rafting • 7 giorni su 7 • Fiume Brenia • Solo attività	EUR 30,00	dettagli
Rafting nel Socia - loc. Bolinucio (VC)	• 7 giorni su 7 da Pasqua • Val di Susa • Solo attività	EUR 30,00 + EUR 45,00	dettagli
Rafting nel fiume Orco - loc. Serravalle di Moravia (TO)	• 7 giorni su 7 • solo attività • Noctua	EUR 35,00	dettagli
Rafting nel Socia - loc. Vico (VC)	• 7 giorni su 7 • Val di Susa • Solo escursione	EUR 30,00 + EUR 45,00	dettagli
Rafting sul fiume Nera - loc. Poggio (MC)	• 7 giorni su 7 • solo attività • Capacità della Marmora	EUR 35,00	dettagli

[Inizio pagina](#) [altre offerte](#)

ricerca veloce

Suggerimenti per la ricerca veloce

Ricerca per parola:

Parola chiave: rafting

Categoria: tutti i prodotti

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
Junior Rafting nella Dora Baltea Chalillon (AO)	• Consegna delle famiglie • Prodotto per bambini da 6 a 14 anni • Con più di 1000 m di dislivello • Dal 27 Maggio	EUR 22,00 + EUR 85,00	dettagli
Rafting sul Brenia - loc. Morio (VC)	• Rafting • 7 giorni su 7 • Fiume Brenia • Solo attività	EUR 30,00	dettagli
Rafting nel Socia - loc. Bolinucio (VC)	• 7 giorni su 7 da Pasqua • Val di Susa • Solo attività	EUR 30,00 + EUR 45,00	dettagli
Rafting nel fiume Orco - loc. Serravalle di Moravia (TO)	• 7 giorni su 7 • solo attività • Noctua	EUR 35,00	dettagli
Rafting nel Socia - loc. Vico (VC)	• 7 giorni su 7 • Val di Susa • Solo escursione	EUR 30,00 + EUR 45,00	dettagli
Rafting sul fiume Nera - loc. Poggio (MC)	• 7 giorni su 7 • solo attività • Capacità della Marmora	EUR 35,00	dettagli
Rafting sulla Dora Baltea - loc. Villetti (AO)	• 7 giorni su 7 da Pasqua • Fiume Dora Baltea (AO) • Solo attività	EUR 40,00	dettagli
Rafting nel fiume Noce, Val di Susa (TV)	• 7 giorni su 7 • Solo attività • Val di Susa	EUR 40,00	dettagli
Rafting a Cortina - loc. Cortina (BL)	• 7 giorni su 7 • Solo attività • Cortina d'Ampezzo	EUR 55,25	dettagli
Junior Rafting - Parco Aventuraria la Dora Baltea Chalillon (AO)	• Prodotto per bambini da 6 a 14 anni • Week end multipack • Chalillon (AO)	EUR 88,00 + EUR 10,00	dettagli


[Inizio pagina](#)

Un errore verificatosi testando questa parte e' stato una mancanza di titoli in alcune sezioni (regali ed eventi), sostituite da un riempitivo comune in tutti i web editor " ".


Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
Anna Oxa	Una grande protagonista della canzone italiana! Anna Oxa si esibirà il 10 agosto a Lecce. Non mancare!	EUR 11,50	dettagli


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

Una sezione del sito definita "Servizio clienti" propone tutte le modalita' di interazione con i clienti utilizzate dalla societa'. Come si puo' vedere per il sito risulta molto importante mantenere una comunicazione efficiente e efficace con gli utenti. A questo scopo propone diversi metodi di interazione azienda-utente: call center, con tanto di tariffazione, Info Point, un indirizzo e-mail e delle FAQ.




oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza



 **Aiuto**

Benvenuto nella pagina del Servizio Clienti! Per richiedere un prodotto, consultare le nostre policy o verificare le nostre FAQ usa le sezioni qui sotto.

 **Contatti**


Hai bisogno di aiuto o un consiglio?
Il nostro Servizio Clienti ti aiuterà! Siamo a tua disposizione dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 19.00 e il sabato dalle 9.00 alle 13.00 ai numeri:

199 400 200 (costo della chiamata: 0,1 euro al minuto + 0,05 euro alla risposta) oppure 02 303500200 per chi chiama dall'estero.

199 400 201 per prenotazione voli (costo della chiamata: 0,1 euro al minuto + 0,05 euro alla risposta) oppure 02 67191939 per chi chiama dall'estero.

Se preferisci inviarti una mail, scrivi all'indirizzo sos@lastminute.com (prima di farlo però controlla le nostre [FAQ](#), potremmo avere già risposto alla tua domanda).

[torna all'inizio](#)




Info Point & Prenotazioni
lastminute.com

A Milano, Torino e Roma sono aperti al pubblico gli Info Point & Prenotazioni lastminute.com. Presso gli Info Point, oltre a prenotare gli stessi prodotti presenti sul sito con l'assistenza di operatori qualificati, potrai ricevere spiegazioni e informazioni.

Indirizzi e info:

- **Info Point & Prenotazioni Milano** - via Copernico 30/A (zona M.GioiaMM linea1 Centrale/linea3 Sondrio).
Orari di apertura: lun - ven 10.00 - 13.30 e 14.30 - 19.00 / sabato 10.00 - 14.00 - [clicca qui](#) per più info
- **Info Point & Prenotazioni Torino** - all'interno dell'aeroporto di Caselle. Orari di apertura: lun - sab 10.00 - 20.00 - email: infotorino@lastminute.com
- **Info Point & Prenotazioni Roma** - tel: 06 97 61 37 51 - 06 97 84 03 90 email: lastminuteroma@libero.it - via Tirso 69 Orari di apertura: lun - ven 10.00 - 19.00 - sabato 10.00 - 18.00 - domenica (alta stagione) 16.00 - 19.00 - [clicca qui](#) per più info
- **Info Point & Prenotazioni Napoli** - Prossima apertura 14 giugno 2004 in [Via Vittoria Colonna 8 int. 5](#) - metro: Piazza Amedeo - email: napoli@infopointlastminute.com - Tel: 081.19574904 - Orari di apertura: lun-ven 10.00-14.00/15.30-19.00 sab 09.30/13.30


[torna all'inizio](#)

 **Termini & Condizioni**

Se desideri informazioni circa le nostre policy consultale qui sotto scegliendo e cliccando su quella che ti interessa.

[termini e condizioni](#) | [privacy](#) | [responsabilità](#) | [sicurezza](#)

[torna all'inizio](#)

 **F.a.q.** Le domande più frequenti

Qui trovi le risposte alle domande che più spesso ci sono state poste. Se hai un dubbio o cerchi un'informazione specifica, prima di telefonarci o scriverci, controlla se abbiamo già risposto alla tua domanda, risparmierai tempo! [clicca qui](#)

Per dettagli sulle modalità di pagamento accettate, [clicca qui](#)

[torna all'inizio](#)

A causa dell'importanza della comunicazione, non vengono posti degli ostacoli ad essa: l'invio delle e-mail avviene attraverso il programma di gestione posta utilizzato dall'utente. Tuttavia i tempi di risposta sono tutt'altro che adeguati: abbiamo provato a mandare una mail, ma sono passati 5 giorni e non abbiamo ancora ricevuto risposta

Le FAQ, reperibili nella sezione "Servizio clienti", sono poche e accuratamente scelte. Questo è un vantaggio, in quanto le rende molto più semplici e veloci da consultare.

Apparentemente rispondono a tutte le domande più importanti che uno si possa porre su un sito di commercio elettronico: sicurezza, modalità di acquisto e di consegna, recapiti per informazioni e problemi, newsletter.



3.2 Le funzioni del sito sono corrette?

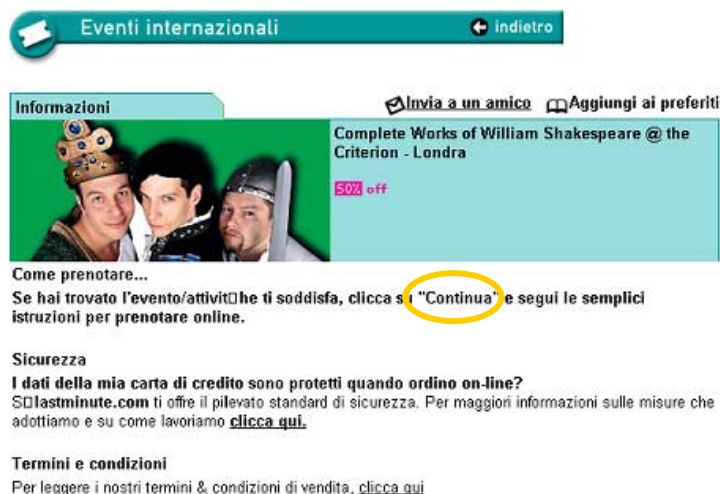
Le funzioni si sono sempre rivelate corrette, tranne in alcune occasioni:

- effettuando una ricerca nella sezione "hotel", e' possibile causare un errore del sistema, riscontrato da un avviso nella pagina principale che non indica il tipo di errore, ma che propone una strada alternativa per aggirarlo.



Questa strada alternativa raggiungibile attraverso il link "clicca qui" non fa altro che riportare l'utente alla prima pagina della sezione hotel, da cui il poveretto ricompilera' la form allo stesso modo, tornando ancora una volta alla pagina con la segnalazione di errori.

- effettuando una ricerca nella sezione "eventi", e' possibile giungere ad un vicolo cieco: le istruzioni parlano di un tasto "continua" da schiacciare, in realta' non e' possibile trovare nessun tasto sulla pagina.



- effettuando una ricerca dalla sezione vacanze della form nella home page, avente come parametri Milano-Londra la ricerca da' come risultato tutte le vacanze per Formentera.

Ricerca vacanze, voli e hotel

☒ **Vacanze** ☐ **Voli** ☐ **Hotel** ☐ **Autonoleggio**

Voglio partire il: Margine di: (giorni)

Voglio andare a: partenza da:

Ricerca vacanze

Definizione simboli: **Acquista online**

Operator	Destinazione	Data	Notti	Partenze	Tipo	altre persona informazioni
offerta 1-1 di 1	ordina per <input type="text" value="Destinazione"/>	vai a pagina 1				
Formentera	27/06/2004	7	MILANO MALPENSA	-	EUR 703,00	continua
SCONTO DELUXE - Baleari, Formentera - Volo + Roulette Hostel - Mezza Pensione						
offerta 1-1 di 1	ordina per <input type="text" value="Destinazione"/>	vai a pagina 1				

- Navigando nella sezione benessere abbiamo trovato un link che non portava a risultati, senza avvisare dell'errore.

3 notti in camera doppia in mezza pensione: per lei 2 trattamenti anticellulite, per lui 2 massaggi fisioterapici total body

Continua

Hotels

Per inoltrare una richiesta di prenotazione:
Inserisci i dati che il sistema ti chiederà fino ad arrivare al cancello. Sulle pagine del cancello la navigazione è protetta da un particolare sistema di sicurezza, per accedere ti verrà chiesta la tua e-mail. Se desideri utilizzare il sistema di prenotazione veloce FastBuy, il sistema ti chiederà anche una password. Dal cancello, potrai ultimare e inoltrare la richiesta di prenotazione, seguendo le facili indicazioni che ti verranno date.

Dopo aver inoltrato una richiesta di prenotazione:
Una volta inoltrata la richiesta di prenotazione ti verrà inviata una e-mail contenente il numero d'ordine e i dettagli relativi alla tua richiesta (compreso l'indirizzo completo dell'hotel), a conferma che la stessa è stata correttamente ricevuta e processata dal sistema. Alcune strutture richiedono tale documento per effettuare il check in, ti consigliamo pertanto di stamparlo e di portarlo con te quando ti presenterai in hotel.

lavora con noi diventa fornitore pubblicità affiliati carta di credito finanzia le tue vacanze lastminute.com, la tua agenzia viaggi on line, ti offre: [viaggi all'ultimo minuto](#), [vacanze](#), [offerte speciali viaggi](#), [pacchetti vacanze](#), [volo + hotel](#), [voli low cost](#), [biglietti aerei](#), [offerte voli](#), [offerte speciali hotel](#), [bed & breakfast](#), [agriturismo](#), [autonoleggio](#).

lastminute.com è validato da Verisign. [Clicca qui](#) per maggiori informazioni sulla sicurezza.

Un altro "errore" e' dato dalla fine sessione.

In realta' non si tratta di errori nella funzionalita', in quanto e' un metodo utilizzato per bloccare l'elaborazione dei dati e liberare memoria per nuovi utenti quando per un po' di tempo non viene fatto nulla (si presuppone che l'utente si sia disconnesso).

All'utente, tuttavia, questo si presenta come un errore delle funzioni. Un messaggio gli comunica l'evento, le cause che l'hanno provocato e come gestirlo. Benché le spiegazioni riguardanti l'errore risultino poco chiare a un utente non abituato ad una terminologia informatica, le istruzioni su come risolvere il problema sono molto chiare ed accessibili a tutti.

Ricerca per Parola

tutti i prodotti

cerca

TROVA

home

TURISMO

pacchetti vacanze

charter

voli

hotel

volo + hotel

autonoleggio

case vacanze

guide on line

TEMPO LIBERO

weekend

benessere

sport e avventura

regali

spettacoli

ristoranti

SPECIALE

mare Italia

CONTATTI

servizio clienti

chi siamo

carrello

aggiungi ai preferiti

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza



Page not found

Purtroppo sembra esserci un problema nel caricamento della pagina richiesta.

Se ti sei allontanato dal tuo computer per troppo tempo, la tua sessione potrebbe essere terminata. Non appena ti collegherai ad un'altra pagina, inizierà una nuova sessione.

Il non caricamento della pagina potrebbe essere dovuto anche al fatto che la pagina richiesta non esiste più. Controlla che il link che hai utilizzato non sia scaduto.

Le informazioni seguenti potrebbero aiutarti a trovare quello che stavi cercando:

- clicca il bottone **indietro** nel tuo browser e prova a cliccare di nuovo sul link utilizzato
- clicca il bottone **aggiorna** sul tuo browser (o premi il tasto F5 sulla tastiera)
- per cercare un prodotto particolare, prova a usare la **richiesta per parola** che trovi nel box in alto, sulla parte sinistra di ogni pagina
- contatta il nostro Servizio Clienti utilizzando i riferimenti che trovi **qui**.

Travate con noi: [diante formale](#), [pubblicità](#), [affiliati](#), [carta di credito](#), [finanzia la tua vacanza](#).
lastminute.com, la tua agenzia viaggi online. E offre: [miglior ultimo minuto](#), [vacanze offerte](#),
[speciali viaggi](#), [pacchetti vacanze](#), [volo + hotel](#), [voli low cost](#), [biglietti aerei](#), [affare voli](#), [offerte](#),
[speciali hotel](#), [last minute hotel](#), [agenzia online](#), [potenza viaggi](#).

lastminute.com è validato da Verisign. [Clicca qui](#) per maggiori informazioni sulla sicurezza.

Verisign
Secure Site

VISA
ATA

4. Contenuto

4.1 L'informazione e' classificata in modo adeguato?

L'organizzazione dell'informazione e' basata sui contenuti.

I link che fanno riferimento ad una stessa area tematica vengono in genere accostati (accade per voli, hotel, pacchetti vacanze e volo+hotel) .

I label che identificano le diverse categorie di ricerca nella box sulla sinistra sono sufficientemente chiari da non dare luogo a confusione, tuttavia e' poco chiaro perche' buona parte dei link che teoricamente dovrebbero portare a sottocategorie portino in genere alla homepage della categoria ("mar rosso", "mediterraneo" e "mari esotici" portano al menu vacanze, "europa" e "stati uniti" alla homepage dei voli).

L'aggiunta di un secondo menu a fondo pagina crea ulteriori problemi di duplicazione dei link, infatti le voci nel menu box a lato e le voci nel menu a fondo pagina sono in parte uguali.

Leggendo dunque i label presenti nei due menu, l'utente e' legittimato a porsi qualche domanda: le voci uguali portano alla stessa pagina o meno? le voci simili indicano gli stessi contenuti? cosa differenzia "viaggi all'ultimo minuto", "vacanze", "offerte speciali viaggi" e "pacchetti vacanze"? cosa differenzia "voli low cost", "offerte voli", "biglietti aerei" e "voli"? quale sara' quello giusto da cliccare?

In realta' questi link portano tutti alla medesima pagina di categoria, "vacanze" i primi e "voli" i secondi. L'utente queste cose non le sa, e potrebbe restare indeciso.



[lavora con noi](#) [diventa fornitore](#) [pubblicita'](#) [affiliati](#) [carta di credito](#) [finanzia le tue vacanze](#)

lastminute.com, la tua agenzia viaggi on line, ti offre: [viaggi all'ultimo minuto](#), [vacanze](#), [offerte speciali viaggi](#), [pacchetti vacanze](#), [volo + hotel](#), [voli low cost](#), [biglietti aerei](#), [offerte voli](#), [offerte speciali hotel](#), [bed & breakfast](#), [agriturismo](#), [autonoleggio](#).

lastminute.com Validato da Verisign. [Clicca qui](#) per maggiori informazioni sulla sicurezza.



Anche nel box delle offerte situato sulla destra dello schermo le offerte sono divise in categorie, per una maggiore chiarezza. Tuttavia, se le prime 3 categorie risultano comprensibili, trovare un riscontro con l'ultima "tempo libero" non e' immediato. Questo perche' non c'e' nessuna categoria con questo nome nel box contenente il menu, solo andando a logica si puo' immaginare che facciano parte di questa categoria "sport", "spettacoli", "ristoranti" e "idee regalo".

Scelti per te

TOP VACANZE

- Pantelleria da € 378, 7 notti
- Sardegna da € 495, 7 notti
- Baleari, Maiorca da € 327, 7 notti
- Barcellona 3* € 138, il 25/6, 2 notti
- Maiorca 2* € 386, il 19/6, 7 notti
- Norvegia, Oslo € 175, solo volo

TOP HOTEL

- Barcellona 3* € 64 x 2 persone
- Madrid 4* € 94 x 2 persone
- Ibiza 3* € 39 x 2 persone
- Maiorca 2* € 40 x 2 persone
- Malaga 4* € 56 x 2 persone

CASE VACANZE

- Baleari, Maiorca € 464, 7 notti
- Canarie, Gran Canaria € 467, 7 notti
- Costa Blanca, Denia € 277, 7 notti

TEMPO LIBERO

- Quad Day, Umbria € 80
- Regala il suo nome a una stella € 112
- Alicia Keys € 31

Si puo' anche notare un altro problema di labeling: la pagina relativa al link "spettacoli" e' titolata "eventi".

idee regalo
spettacoli
ristoranti

Eventi

concerti sport teatro
mostre e musei eventi internazionali i nostri preferiti

Cerco un evento a:

provincia: Tutte data dal: / / data al: / / parola chiave: cerca

4.2 Lo stile del testo e' adeguato al Web?

Il sito e' ben strutturato per quanto riguarda lo stile: periodi brevi per descrivere le offerte, spesso essi stessi link verso una spiegazione piu' ampia, ricalcano lo schema a piramide invertita che caratterizza il Web.

Le descrizioni didascaliche e i link a particolari informazioni che potrebbero risultare utili, rimandano a spiegazioni piu' dettagliate che compaiono in popup, sopra la finestra principale. Questa appare una scelta organizzativa molto intelligente e utile per l'utente che in tale modo puo' tenere sotto controllo la schermata principale, e quindi non smarrirsi, cosa che probabilmente avverrebbe se per ogni link venisse caricata nel browser una nuova pagina.

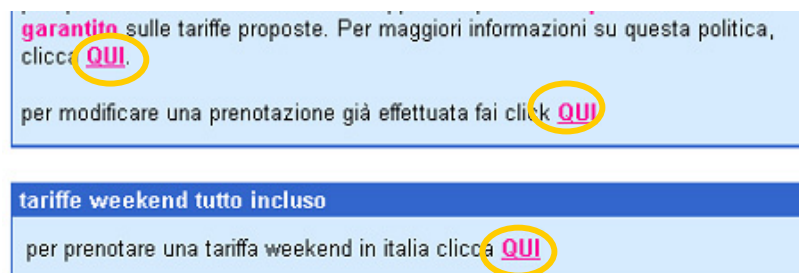
Il grassetto, unitamente al colore, viene in genere utilizzato per mettere in evidenza i concetti chiave: titoli, prezzi, indicazioni di compilazione, segnalazioni di errore..

Non abusato, aggiunge chiarezza alla pagina, convogliando l'attenzione dell'utente alle cose principali.



I link presenti nelle parti di testo risultano essere ben chiari all'utente: in linea di principio tutte le frasi sottolineate sono link, in genere esse cambiano di colore al passaggio del mouse. E' facile anche distinguere link di altro genere che permettono l'avanzamento negli step delle diverse funzionalita', essi infatti si presentano come istruzioni chiare quali "avanti", "continua", etc. , accompagnate da delle frecce o su dei pulsanti.

Nonostante queste tecniche generali molto ben utilizzate, e' possibile trovare nel sito alcune pecche:

- L'errore fondamentale commesso dai progettisti consiste nell'aver utilizzato una quantita' eccessiva di "clicca qui" poco intuitivi alla fine di frasi di spiegazione. Questo modo di rappresentare dei link costringe l'utente a leggere frasi intere per poter capirne l'oggetto, non riuscendo a catturarne l'attenzione. Link efficienti sono concisi, formati in genere da una parola rappresentativa del concetto espresso nella pagina linkata. Ad esempio la frase "Clicca qui per maggiori informazioni sulla sicurezza", presente nel menu a fondo pagina potrebbe benissimo essere sostituita da "Info sicurezza".



- Talvolta la linearità e la brevità delle pagine è rovinata da pagine molto lunghe. Un esempio per tutti è costituito dall'ultima pagina del processo di autonoleggio. Quattro schermate di testo per poter concludere la prenotazione di un'automobile.


SOLUZIONI & ISPIRAZIONI PER VIAGGI A TEMPO LIBERO

richiesta quotazione prenotazione conferma

dettagli prenotazione

destinazione : Italia
 località di ritiro : brindisi downtown
 località di consegna : brindisi downtown
 da : sab giugno 5 2004 alle 10:00 am
 a : sab giugno 12 2004 alle 10:00 am
 numero di giorni : 7
NE tutte le informazioni sono obbligatorie (compresa l'età del guidatore)
 età del guidatore : 25
 vettura selezionata : economy 4 porte sic manuale
 phone price : 217.00 EUR
 total saving : **18.85 EUR**
 tariffa : **206.15 EUR**

opzioni prenotabili in anticipo

☐ protezione della cancellazione - clicca [QUI](#) per dettagli 5.00 EUR
☐  se hai diritto ad una delle nostre promozioni, visita il box per inserire il relativo codice. clicca [QUI](#) per dettagli

importo totale **206.15 EUR**

gli extra possono essere pagati al momento del ritiro*

seggiolino per bambini	numero richiesto	<input type="text" value="0"/>	30.99 EUR (uno per noleggiato)
catene da neve	numero richiesto	<input type="text" value="0"/>	18.99 EUR (uno per noleggiato)
portici	numero richiesto	<input type="text" value="0"/>	30.99 EUR (uno per noleggiato)

I prezzi mostrati sono solo indicativi e possono subire variazioni. la disponibilità degli extra (ad eccezione dei seggiolini per bambini) può essere garantita in anticipo solo contattando telefonicamente il nostro call center al numero 055.32.919.53

informazioni importanti - leggere attentamente

condizioni per il carburante
 Sarà necessario lasciare la carta di credito un deposito per il valore di un pieno di carburante. Se l'auto viene consegnata con il pieno venisse restituita senza lo stesso, sarà addebitato il servizio di rifornimento (€12,29), oltre al costo dei litri mancanti.

dettagli sulle assicurazioni
 Le nostre tariffe comprendono l'assicurazione contro terzi e le coperture contro danni e furto. Come nella maggior parte delle assicurazioni, queste coperture contemplano una franchigia, il che significa che il cliente è responsabile per la prima parte di qualsiasi danno o furto. Sarà necessario lasciare la carta di credito un deposito cauzionale pari all'importo di queste franchigie che variano secondo il paese di noleggio ed il gruppo di vettura noleggiata (per esempio € 387,35 per il noleggio di una Fiat Punto in Italia). In caso di danno avvenuto durante il noleggio, il valore del danno verrà trattenuto dall'importo del deposito lasciato in garanzia, fino al

restrizioni di età e requisiti patente
 L'età minima richiesta per il guidatore è di 19 anni. Non esiste restrizione sull'età massima. I guidatori di età inferiore ai 21 anni pagheranno un supplemento di eur 13,01 al giorno, mentre quelli al di sotto dei 24 anni pagheranno eur 6,20 al giorno. L'età minima per guidare dalla categoria compact station wagon in su è di 23 anni e per minivan 7 posti, premium e full size è di 25 anni. Il guidatore deve essere in possesso della patente di guida nazionale da almeno 1 anno. Il passaporto o carta di identità devono essere mostrati per l'identificazione. Ci potrebbero essere alcune restrizioni qualora il cliente avesse annotazioni di infrazione sulla patente. In tal caso dobbiamo esserne informati prima del noleggio.

restrizioni generali
 Le vetture potranno essere condotte gratuitamente fuori dall'Italia nei soltanto in: Austria, Belgio, Francia, Germania, Olanda, Lussemburgo, Spagna e Svizzera. Dobbiamo esserne informati prima del noleggio.

ritiro auto
 Sarà necessario lasciare un deposito a copertura delle franchigie e carburante mediante importo della carta di credito. La carta deve essere intestata al guidatore principale. I depositi in contanti non sono accettati.

confermo di aver letto e compreso le informazioni [QUI](#) sopra e la sezione notizie [US](#). ☐

dati del guidatore

Sono pronto per compilare la prenotazione dell'auto scelta. Per favore compila accuratamente tutte le voci del seguente modulo. Per inviare la prenotazione, clicca sul pulsante "prenda adesso". (*) campi obbligatori

cognome :
 nome :
 indirizzo e n. civico :
 localizzazione :
 CAP :
 città :
 paese :
 telefono diurno/cellulare :
 fax :
 email :

walk in information


nome del fornitore NATIONAL MAGGIORE ITALY

indirizzo del fornitore P.zza Francesco Crispi 13, brindisi

Cliccando il bottone "RICHIEDI ORA" confermi tutti i dati forniti, un numero di riferimento per "pratica in richiesta" (request reference) apparirà nella prossima schermata, e sarai ricontattato entro i prossimi tre giorni per la conferma o meno della prenotazione.

request now

Lo stile di comunicazione prevalentemente scelto e' di tipo informale;
l'utilizzo del tu permette infatti di instaurare un rapporto personale con
l'utente e l'immagine di un sito cordiale e' molto piu' benefica di altre per la
societa'.




Contatti

Hai bisogno di aiuto o un consiglio?
Il nostro Servizio Clienti ti aiuterà! Siamo a tua disposizione dal lunedì al venerdì
dalle 9.00 alle 19.00 e il sabato dalle 9.00 alle 13.00 ai numeri:

199 400 200 (costo della chiamata: 0,1 euro al minuto + 0,05 euro alla risposta) oppure 02
303500200 per chi chiama dall'estero.

199 400 201 per prenotazione voli (costo della chiamata: 0,1 euro al minuto + 0,05 euro
alla risposta) oppure 02 67191939 per chi chiama dall'estero.

Se preferisci inviarci una mail, scrivi all'indirizzo sos@lastminute.com (prima di farlo
però controlla le nostre [FAQ](#), potremmo avere già risposto alla tua domanda).

 [torna all'inizio](#)

Abbiamo scritto "prevalentemente" in quanto nell'intero sito esistono anche
pagine caratterizzate da uno stile piu' informale, fatto di infiniti. Queste sono
la pagina riguardante le inserzioni pubblicitarie e quella concernente le
assunzioni.



Lavora con noi



Web developer junior

Il candidato ideale ha una buona conoscenza di HTML
(Dreamweaver), nozioni di javascript, buona conoscenza
della lingua inglese e capacità di project management.

Si offre per i primi 3 mesi un contratto a progetto. Inviare un curriculum vitae a
mdidomenico@lastminute.com e ggarlati@lastminute.com indicando nell'oggetto
"web developer junior". Sede di lavoro Milano.

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

Monitorando il sito per un certo lasso di tempo abbiamo notato che le offerte in prima pagina sono state cambiate spesso. Dunque, apparentemente, sembra che gli aggiornamenti siano costanti, e questo e' quello che ci si aspetta da un sito specializzato nella vendita di prodotti "last-minute" e dunque acquistabili a prezzi irrisori pochi giorni prima della partenza.

The image displays three overlapping screenshots of a travel website's 'Le migliori offerte!' (Best offers!) section. Each screenshot shows a grid of vacation packages with images, titles, descriptions, and prices. The offers include destinations like Mar Rosso, Sharm, Balesari, Ibiza, Costa Azzurra, and various hotel and flight combinations. Some offers highlight discounts or special packages. The website layout is clean with a pink header for the offers section. The third screenshot also includes a 'Spagna e isole' (Spain and islands) banner and a 'volo charter' (charter flight) section.

Screenshot 1 (Top Left):

- da Vacanze...**
Mar Rosso, Sharm - Volo + Hotel 4* - Pensione Completa da EUR 295,00
- da Vacanze...**
Balesari, Ibiza - Volo + Appartamento Diana 2* - Solo Pernottamento da EUR 328,00
- da Hotel...**
Costa Azzurra - 8aulieu sur Mer, Hotel Artemis 3* - tra Nizza e Monaco FINO al 50% di SCONTO da EUR 60,00
- da Hotel...**
Venezia - Hotel Alla Guglia 3* - Zona S. Lucia da EUR 60,00
- da Regali...**
Tariffe speciali autonoleggio per estate da EUR 25,00
- Spagna e isole**
solo Volo... Barcellona € 69, Ibiza € 179

Screenshot 2 (Top Right):

- da Vacanze...**
Sicilia, Pantelleria (TP) - Volo + Panmoria standard 2 posti - Solo Pernottamento - Scooter Incluso da EUR 378,00
- da Vacanze...**
Mar Rosso, Sharm - Volo + Hotel 4* - Pensione Completa da EUR 295,00
- da Hotel...**
Grecia in Chianti (Firenze) - Antica Partificio Ulisse Masioti - Antica villa padronale da EUR 62,40
- da Hotel...**
Venezia - Hotel Bauer 3* da EUR 60,00
- da Vacanze...**
SCONTO FINO AL 30% - Tunisia Mare e Dune, Vacanza/Avventura - Hotel 3* - Mezza Pensione da EUR 150,00
- solo Volo...**
New York □ 547, Città del Messico □ 585

Screenshot 3 (Bottom):

- da Vacanze...**
Mar Rosso, Sharm - Volo + Hotel 4* - Pensione Completa da EUR 295,00
- da Vacanze...**
Balesari, Ibiza - Volo + Appartamento Diana 2* - Solo Pernottamento da EUR 328,00
- da Vacanze...**
Norvegia, Oslo: - 1 settimana - solo volo da EUR 178,00
- da Hotel...**
Roma - Arx Hotel 4* - Villa d'epoca da EUR 67,00
- da Hotel...**
Rimini - Ramada Hotel Villa Rosa 4* FINO al 45% di SCONTO da EUR 78,00
- Spagna e isole**
solo Volo... Barcellona □ 69, Ibiza □ 179

Tuttavia ad un'analisi piu' approfondita il sito si presenta in maniera ben diversa.

Benche' il sito appaia molto aggiornato, in realtà non tutte le notizie lo sono: la pagina riguardante il profilo aziendale porta infatti notizie risalenti al 2002, che non sono piu' state corrette.

Possiamo leggere:

"Sull'onda del successo riscosso dal sito britannico, versioni localizzate sono state attivate in Francia, Germania, Italia, Paesi Bassi, Spagna, Svezia e Australia. Un ulteriore accordo di joint venture è stato concluso nel gennaio 2002 per avviare l'attività in joint Venture anche in Giappone

...

Attualmente il sito vanta circa 6 milioni di utenti registrati alle sue newsletter settimanali in tutta Europa e nel resto del mondo. A Settembre il bilancio 2002 si e' chiuso con un

fatturato totale di oltre 246 milioni di sterline (rispetto ai 124.2 Milioni di sterline del 2001), crescendo del 98% anno su anno."

In realta' le versioni localizzate ora sono molte di piu', oltre a quelle citate abbiamo Stati Uniti, Nuova Zelanda, Belgio e Sud Africa. Inoltre il Giappone e' ormai una realta' consolidata.

In piu' non credo che il bilancio del 2002, a due anni di distanza, possa dare dei dati significativi sullo stato attuale dell'azienda.

Anche la privacy, come abbiamo gia' visto, presenta notizie non aggiornate.

Le informazioni riguardanti lo staff sono facilmente reperibili nella sezione "chi siamo", che riporta sia il gruppo italiano (con tanto di foto), la politica del sito, la storia e gli obiettivi della societa' e altre informazioni di presentazione.

Il management italiano

Gianni Rotondo	Managing Director
Pancho Mazza	Business Development Manager
Carlo Acceso	Finance Manager
Vitangelo Terrafino	Head of Administration
Arianna Depedrini	CE & Marketing Manager
Giovanna Garlati	PR & Communication Manager
Maria Vittoria Di Domenico	Web Producer
Antonella Marchesi	Supply Manager - Flights
Davide Mortari	Supply Manager - Holidays
Stefano Ravani	Business Manager - Global Hotels IT
Alessandro Gaetano	Supply Manager - Hotels
Cristina Corigliano	Supply Manager - Entertainment/Gift

 [torna all'inizio](#)

Nelle descrizioni dei prodotti abbiamo notato un grave errore presente nelle presentazioni dei pacchetti vacanze: molte volte non viene subito segnalata la durata del soggiorno, costringendo l'utente a dover aprire una nuova pagina per controllare se potrebbe essere interessato.

	Jamaica, Negri - Volo + Hotel Hidden Paradise 2* - All Inclusive Da 27 giu 2004 EUR 1.651,07	continua ➔
	Jamaica, Negri - Volo + Hotel Hidden Paradise 2* - All Inclusive - 14 notti Da 27 giu 2004 EUR 1.323,07	continua ➔
	Jamaica, Negri - Volo + Hotel Shields 3* - Pernottamento e Colazione Da 27 giu 2004 EUR 971,07	 sulla spiaggia continua ➔
	Jamaica, Negri - Volo + Hotel Point Village 3* - All Inclusive Da 23 lug 2004 EUR 1.372,00	continua ➔

[altre foto](#)

4.4 Il sito e' correttamente localizzato?

Come descritto all'inizio di questo check-up, uno degli obiettivi di lastminute.com e' una espansione lungo tre direttive, una delle quali e' quella Geografica. Quest'espansione, citando la pagina con la presentazione del profilo aziendale, prevede la "nascita di siti localizzati che permettano di proporre offerte esclusive su base locale". E' infatti impensabile l'esistenza di un unico sito con le stesse offerte, le identiche promozioni, in grado di adeguarsi di volta in volta a tutti parametri che un cambio di nazione richiede (ora, valuta, simbologie...).

I siti localizzati di lastminute.com sono oramai una realta' ben consolidata in molte nazioni: Gran Bretagna, Olanda, Italia, Svezia, Spagna, Germania, Francia, Belgio, Nuova Zelanda, Australia, Sud Africa e Giappone. Ciascuno e' autonomamente gestito, da un gruppo di lavoro autoctono, in modo da poter organizzare al meglio le informazioni. La localizzazione, dunque, comporta inevitabilmente delle variazioni nella struttura grafica del sito, sia per motivi culturali, sia piu' semplicemente, a causa della gestione differente. E questo e' facilmente notabile se si da' un'occhiata anche solo alle home page di lastminute.com nelle diverse nazioni.



Tuttavia, come si puo' osservare, esistono delle direttive di lavoro che si conservano invariate in tutti i diversi siti, indice dell'esistenza di una specie di controllo generale che gestisce l'immagine della societa', per costruire una brand image:

- Il colore dominante e' il rosa
- Il logo iniziale e' sempre lo stesso

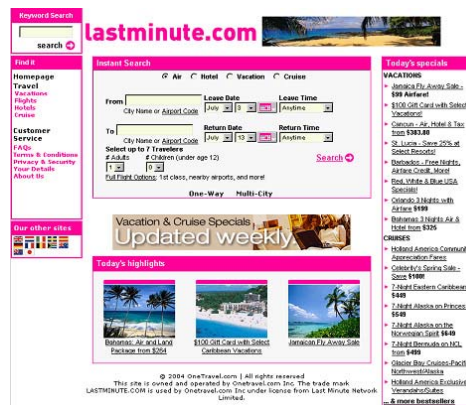
I siti seguono per la maggior parte la medesima struttura, con piccole variazioni. I contenuti sono fondamentalmente gli stessi.

Non e' comprensibile, invece, notare come alcuni di questi siti siano organizzati decisamente meglio, con idee molto carine, e come gli altri non siano stati in grado di carpire queste migliorie.

Il sito ha decisamente delle grosse lacune , come abbiamo potuto notare fino ad ora, e colmarle dovrebbe essere uno degli obiettivi principali dei progettisti, per migliorare l'immagine della societa' stessa.

Esempi banali sono:

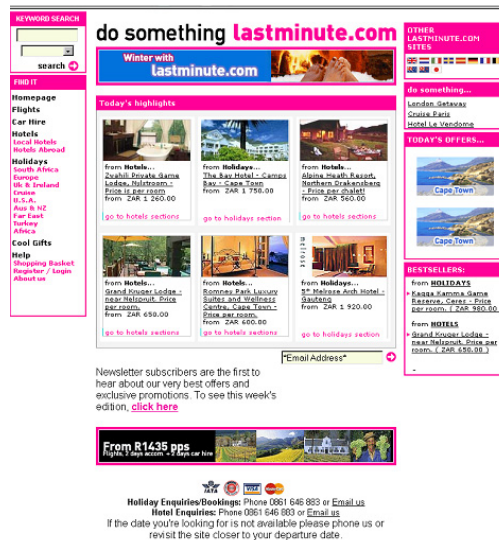
- La miglior organizzazione del sito Americano, visibile per intero su di una schermata, senza quel fastidioso ammasso di link a fondo pagina.



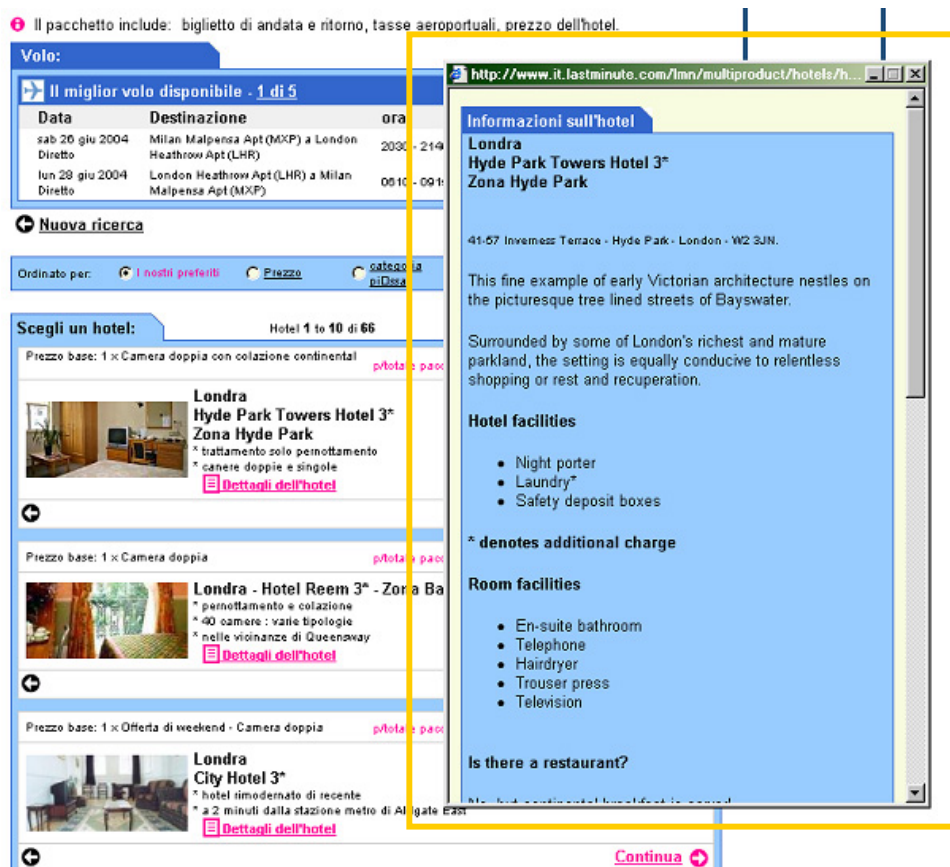
- L'idea di menu a schedario delle home Francese e Tedesca, in modo da avere piu' consapevole la propria posizione all'interno del sito.



- L'assenza della form nel sito Sud Africano, che permette di avere una sola form per argomento, nella prima pagina di ciascuna categoria.



Un errore fondamentale che si presenta nel sito italiano consiste nella mancata traduzione dall'inglese di parte dei comandi, dei messaggi di errore, degli avvisi, nonché delle informazioni estese degli articoli.



5. Gestione

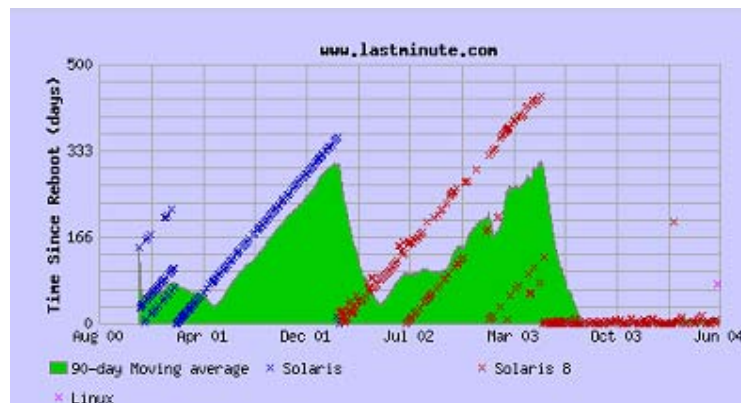
5.1 Il sito e' sempre attivo e disponibile?

Durante il periodo in cui l'abbiamo monitorato, il sito si e' sempre rivelato accessibile in tutte le sue parti. Non sono mai comparsi messaggi di manutenzione e non abbiamo ricevuto risposta dai gestori cui abbiamo inviato una mail, dunque non conosciamo la politica adottata in questi casi.

Studiando la locazione dei diversi siti localizzati di www.lastminute.com abbiamo notato che essi sono tutti gestiti dai medesimi server che si trovano in Gran Bretagna.

Dunque, per analizzare il tempo di update del sito, abbiamo cercato su www.netcraft.com il sito principale.

Ecco il grafico che e' stato costruito:



Dall'analisi di questo non possiamo costruire ipotesi molto dettagliate, in quanto il grafico rappresenta i dati raccolti in 4 anni. Possiamo dire che nel primo mese di monitoraggio (presumibilmente Dicembre 2001) il sito ha subito 3 restart, cui e' succeduto un periodo piuttosto lungo di stabilita', circa 1 anno, interrotto da un cambio di server da Solaris a Solaris 8 avvenuto nel Dicembre 2001. Dopo questo periodo abbiamo un lasso di tempo di poco piu' di un anno in cui il server e' stato riavviato giusto un paio di volte, e quindi, da Maggio 2003, un periodo di grande instabilita' in cui il sito ha subito restart ad un ritmo molto elevato.

Dalla tabella trovata sopra il grafico precedente possiamo dedurre che il sito si basa su 2 Server con SO diversi (lo si nota dall'indirizzo IP).

OS, Web Server and Hosting History for www.lastminute.com				
http://www.lastminute.com was running Apache on Linux when last queried at 17-Jun-2004 12:45:04 GMT - refresh now				
OS	Server	Last changed	IP address	Netblock Owner
Linux	Apache/1.3.12	16-Jun-2004	213.86.58.141	Lastminute.com
Solaris 8	Apache/1.3.12	15-Jun-2004	213.86.177.141	Lastminute.com
Linux	Apache/1.3.12	13-Jun-2004	213.86.58.141	Lastminute.com
Solaris 8	Apache/1.3.12	12-Jun-2004	213.86.177.141	Lastminute.com
Linux	Apache/1.3.12	11-Jun-2004	213.86.58.141	Lastminute.com
Linux	Apache/1.3.12	10-Jun-2004	213.86.177.141	Lastminute.com
Linux	Apache/1.3.12	8-Jun-2004	213.86.58.141	Lastminute.com
Solaris 8	Apache/1.3.12	5-Jun-2004	213.86.177.141	Lastminute.com
Linux	Apache/1.3.12	4-Jun-2004	213.86.58.141	Lastminute.com
Solaris 8	Apache/1.3.12	1-Jun-2004	213.86.177.141	Lastminute.com

5.2 L'accesso al sito e' adeguatamente monitorato?

Abbiamo provato a mandare un mail allo staff del sito, chiedendo loro le modalita' utilizzate per monitorarlo, ma non abbiamo ricevuto risposta, e cosi' abbiamo cercato di raccogliere il maggior numero possibile di informazioni da un'analisi attenta del materiale disponibile sul sito.

E' presumibile che il sito venga costantemente monitorato: nella pagina raggiungibile attraverso il link "pubblicita'", nel menu a fondo pagina, si possono trovare delle specie di statistiche che identificano l'utente medio del sito:

Qualche numero

- ▶ Più di 8 ml di pagine viste al mese
- ▶ Più di 1,2 ml di visite al mese
- ▶ Oltre 800.000 utenti unici al mese
- ▶ Oltre 750.000 utenti registrati alla nostra newsletter settimanale

Profilo degli Utenti

- ▶ uomini e donne tra i 15 e i 49 anni (core : 25 - 45 anni)
- ▶ livello socio culturale medio alto (c 90% diplomati o laureati)
- ▶ reddito e potere d'acquisto medio alto
- ▶ dinamici, ma con poco tempo per organizzare il tempo libero
- ▶ abituati all'uso delle nuove tecnologie e mezzi di pagamento on line
- ▶ abitano principalmente in centri urbani, ma anche in centri minori

Questi sono dati che non si possono inventare a caso, che prevedono una raccolta di informazioni riguardanti gli utenti che da un lato tenga monitorati gli accessi ("qualche numero") e dall'altro coinvolga gli utenti stessi.

Il coinvolgimento degli utenti avviene probabilmente tramite questionari. Ultimamente uno compare ogni tanto in una finestra popup durante la navigazione.



Il fatto di comparire in una finestra popup, probabilmente da' noia all'utente. A questo il questionario rimedia presentandosi in maniera non troppo intrusiva: chiede infatti all'utente la disponibilita' ad effettuare il questionario, permettendogli anche di scegliere di non essere piu' importunato da questo messaggio.

Purtroppo sembra che il questionario sia stato utilizzato dal sito solo per qualche giorno (probabilmente per non disturbare eccessivamente gli utenti). Nostri accessi successivi finalizzati a vedere i contenuti di questo questionario non hanno infatti dato nessun esito: il popup sembra essere scomparso nel nulla.

Fortuitamente oggi ci siamo imbattuti in un ulteriore questionario, anch'esso popup, ma diverso dal precedente, utilizzato per raccogliere dati in modo anonimo.

questionario lastminute.co...

lastminute.com

Vuoi dedicarci qualche minuto e darci la tua opinione sul sito?

**I tuoi commenti sono molto importanti
e ci aiuteranno a migliorare
i servizi che ti offriamo**

Hai già fatto acquisti on line?

☐ Si
☐ No

Hai già acquistato qualcosa su lastminute.com?

☐ Si
☐ No

continua

inizia finito!

Politica de la Privacy

Operaz Internet

In esso vengono raccolte informazioni di diverso genere:

- dati sull'utente (eta', regione)
- informazioni sulla diffusione della pratica di acquisti on line e sulla diffidenza nei loro confronti
- frequenza di visite su www.lastminute.it
- aspettative
- soddisfazione in merito a prezzi, prodotti, usabilita' del sito

5.3 Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Nel sito gli aggiornamenti sono molto frequenti. Cio' e' comprensibile: in un sito che propone offerte last minute, ovvero "all'ultimo minuto", sarebbe molto strano che rimanessero le stesse offerte per mesi.

Come già detto nel corso della nostra analisi in merito all'aggiornamento delle informazioni, abbiamo monitorato il sito per alcuni giorni, osservando che le offerte speciali in prima pagina cambiano di frequente. Questo indica che il sito è molto ben presidiato e che viene aggiornato di frequente con informazioni nuove.

Per quanto riguarda i broken link, durante tutta la nostra analisi non abbiamo trovato che un link spezzato. È un ottimo risultato, vista l'enorme quantità di link presenti in questo sito.

Utilizzando un link checker, in modo da controllare che questo non fosse il risultato di una nostra disattenzione, abbiamo potuto constatare che i link spezzati trovati dopo aver analizzato ricorsivamente il maggior numero di pagine possibili (era una versione demo) erano solo 3.

Supponendo che le pagine analizzabili fossero solo 50, 3 link sul totale dei link presenti in quelle pagine non per niente troppo.

C'è da dire che abbiamo anche trovato un paio di link non attivati dai programmatori, ovvero visualizzati con la sottolineatura, ma privi del collegamento.

i possessori della carta.
Se visualizzi la sezione del sito www.lastminute.it/2x1card potrai vedere che fantastiche offerte ti aspettano!
La carta ha validità fino a Dicembre 2004 ed è utilizzabile per più prenotazioni (a patto che il possessore della card sia sempre tra i passeggeri in partenza).
Puoi comprare la card presso uno dei 4.000 negozi di fotografia aderenti all'iniziativa (materiale pubblicitario esposto nel punto vendita), con soli 2 sviluppi e stampa e 1 poster formato 30x40 al prezzo speciale di 4 € oppure direttamente sul sito di lastminute.com al costo di 8 €.
Se acquisti con lastminute.com riceverai una mail di conferma al termine della procedura e una successiva in cui troverai il codice personale da utilizzare per prenotare la tua vacanza esclusiva e il regolamento per partecipare alla promozione.

Caratteristiche del prodotto

- Dopo avere effettuato l'acquisto on-line riceverai una mail che conterrà il tuo **codice personale** ed il **regolamento** per usufruire della fantastica promozione Kodak e prenotare la tua vacanza esclusiva
- La carta "2x1" è intesa per l'acquisto di una vacanza per **due persone al 50% di sconto** sul prezzo da catalogo, al netto di tasse e quote di iscrizione
- Ogni altro eventuale partecipante viaggia a tariffa intera
- Con la card è anche possibile prenotare una selezione di vacanze a prezzi imbattibili con un ulteriore **sconto pari al 10%** del prezzo netto
- Il possessore della "2x1 PIU card" può prenotare il suo viaggio **direttamente** on-line oppure potrà contattare il Call Center di lastminute.com al numero **199 400 200**

Se desideri avere ulteriori informazioni puoi scrivere a 2x1@lastminute.com

Siamo riusciti ad imbatterci in una pagina "http 404" opportunamente modificata dai progettisti per essere più cordiale e comprensibile da parte degli utenti, nonché per permettere il proseguimento della navigazione avendo accanto il menu. Ma è stato un caso: i restanti link spezzati non sono stati gestiti e rimandano alla solita schermata informativa di explorer "http error 404". Apparentemente sembra quindi che un tempo (questa è la grafica di un paio di anni fa) i collegamenti fossero gestiti meglio.

[home](#)
[cerca](#)
[aiuto](#)
[mappa del sito](#)
[contattaci](#)
[il mio spazio](#)
[carrello](#)

[home page](#)
vivi lastminute.com

IT home
cosa facciamo
[voli](#)
[hotel](#)
[in vacanza](#)
[eventi e spettacoli](#)
[regali](#)
[benessere](#)
[sport e avventura](#)
perché proprio noi?
[la nostra missione](#)
imperdibili...
[nuovo](#)
siamo anche in...
[francia](#)
[germania](#)
[europa](#)
[australia](#)
[reano unito](#)
[spagna](#)
[sud africa](#)
[paesi bassi](#)

Ooops!

CoSa è successo?

Ci scusiamo...ma sembra esserci un problema con la pagina che stai cercando di visualizzare! Stiamo lavorando per risolverlo. Nel frattempo, dai un'occhiata a questi suggerimenti!

CoSa puoi fare adesso?

I nostri suggerimenti:-

- Prova a cliccare **'indietro'** (sul browser) e seguire di nuovo il link che avevi scelto.
- Se sei a metà dell'acquisto e temi che i tuoi dati si siano persi, ti preghiamo di contattarci al numero del Servizio Clienti indicato qui sotto.
- Se questo problema si ripresenta, **mandaci una e-mail** indicando come sei arrivato a questa pagina di errore.
- Se avevi trovato un'offerta che ti interessava, la puoi ritrovare velocemente usando il nostro fantastico **motore di ricerca**.
- Se invece stavi solo curiosando, **clicca qui** per tornare alla **homepage [www.lastminute.com](#)** e continuare a navigare!

servizio clienti
848 800 614

mandaci un email...

CoSa potresti non sapere...

William Sokolin pagò \$519.750,00 per una bottiglia di vino del 1787, che era appartenuta a Thomas Jefferson. La fece cadere per sbaglio, e la bottiglia si spaccò!

che CoSa proprio non vuoi sapere...

HTTP Errore 404
404 Not Found
The Web server cannot find the file or script you asked for. Please check the URL to ensure that the path is correct. Please contact the server's administrator if this problem persists

[lastminute.com](#) | [Per la stampa](#) | [Registrati](#) | [Torna all'inizio](#)

cogli l'attimo...
lastminute.com

"Ogni minuto è l'ultimo minuto per fare qualcosa di speciale!"

5.4 Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

La gestione delle mail in arrivo non è per niente buona.

Benché un programma interno al server, all'arrivo di una mail, generi automaticamente una mail di risposta che garantisca all'utente l'arrivo delle sue richieste, facendogli percepire in qualche modo l'esistenza di un'assistenza presente, che si cura dei propri clienti, le risposte non sono affatto tempestive.

Alla nostra mail, spedita 6 giorni fa, non è ancora stata data risposta.

Ecco il messaggio automatico ricevuto il giorno dopo l'invio:

Re: Risposta automatica da lastminute.com

Ciao,
Grazie per aver contattato lastminute.com IT, abbiamo ricevuto la tua mail; risponderemo alle tue domande quanto prima.

Per ogni dubbio, incertezza, segnaliamo che è possibile consultare la nostra lista di ?domande frequenti? al link sotto riportato.
Link :
<http://www.it.lastminute.com/lmn/psa/catalog/Category.jhtml?CATID=92217>

Nota bene: questa mail certifica che lastminute.com ha ricevuto la tua, non rispondere al messaggio.

Buona giornata
Servizio Clienti lastminute.com

6. Accessibilita'

6.1 I tempi d'accesso sono adeguati?

Non e' logico aspettarsi da un sito come questo una home page leggera. Le immagini sono indispensabili ad un sito di commercio per poter attirare la curiosita' dell'utente.

Inoltre per questo sito non vale il principio "se e' pesante nessuno ci guardera' ", in quanto, in genere, coloro che visitano il sito sanno benissimo cosa aspettarsi e che servizi puo' offrire.

Un'analisi con un'applicazione apposita ha rilevato questi tempi medi di scaricamento della home page a diversa larghezze di banda:

Load Time by Connection Speed	
Connection Speed	Download Time
14.4Kbps	70.42 seconds
28.8Kbps	40.21 seconds
56Kbps	25.37 seconds
ISDN (128Kbps)	16.80 seconds
Cable (512 Kbps)	11.70 seconds
T1 (1.44 Mbps)	10.60 seconds
SDSL (1.544 Mbps)	10.56 seconds
ADSL (2.0 Mbps)	10.44 seconds

Page Objects		
Size	Object Type	URL
69871	HTML	http://www.it.lastminute.com/lmn/psa/catalog/Category.jhtml?CATID=1336
13532	CSS	http://cdn.lastminute.com/lmn/common/navigation_xml/styles/styles.css
7335	IMG	http://www.it.lastminute.com/lmn/banner/V120x60/120x60_espana.gif
5118	IMG	http://www.it.lastminute.com/lmn/banner/Vheader_small_new.gif
3230	CSS	http://www.it.lastminute.com/lmn/homepage/en_GB/lmn_home.css
2636	IMG	http://www.it.lastminute.com/lmn/banner/V120x60/120x60_voli_spa.gif
2598	CSS	http://www.it.lastminute.com/lmn/homepage/en_GB/styles.css

Effettivamente un peso intorno ai 130Kb, per un tempo di visualizzazione di 25 secondi con un modem a 56k, probabilmente ad oggi il modello ancora piu' diffuso, e' un po' alto.

Innanzitutto e' importante vedere dalla tabella come non siano le immagini a causare un "ingrossamento" delle dimensioni della pagina in questione, ma come buona parte sia costituita dal codice e dai fogli di stile.

Possiamo infatti notare che le immagini sono state ottimizzate nel formato ".gif" e che la piu' grande non supera gli 8Kb.

Da un'analisi un attimino piu' approfondita emerge che l'87% non supera i 4Kb e piu' della meta' e' sotto l'1. In tutto esse arrivano a 40Kb, circa un terzo del peso totale. Volendo si potrebbe alleggerire la home page togliendo tutte le immagini associate alle offerte, cosi' facendo si rimpicciolirebbe la pagina di 20Kb.

Altri suggerimenti per poter diminuire il tempo di caricamento delle pagine possono essere:

- ridurre il numero di server cui connettersi
- aggiungere gli attributi di altezza e larghezza alle immagini e alle tabelle

Da parte dello staff si puo' notare una certa attenzione al peso delle pagine web, o meglio all'incidenza dei banner pubblicitari sul peso delle pagine web. La loro dimensione e' infatti fissata, e si puo' vedere nella pagina delle pubblicita'.

The screenshot shows the lastminute.com website layout with several annotations in yellow circles and pink lines pointing to specific elements:

- NEWSLETTER** (top left): A small box with the text "Bottone 120x60 peso max: 6 k".
- Banner 468x60** (middle left): A large banner featuring a giraffe and the text "speciale kenya! safari omaggio".
- Banner 468x60** (bottom left): A banner featuring a plane and the text "New York da €289".

The website content includes:

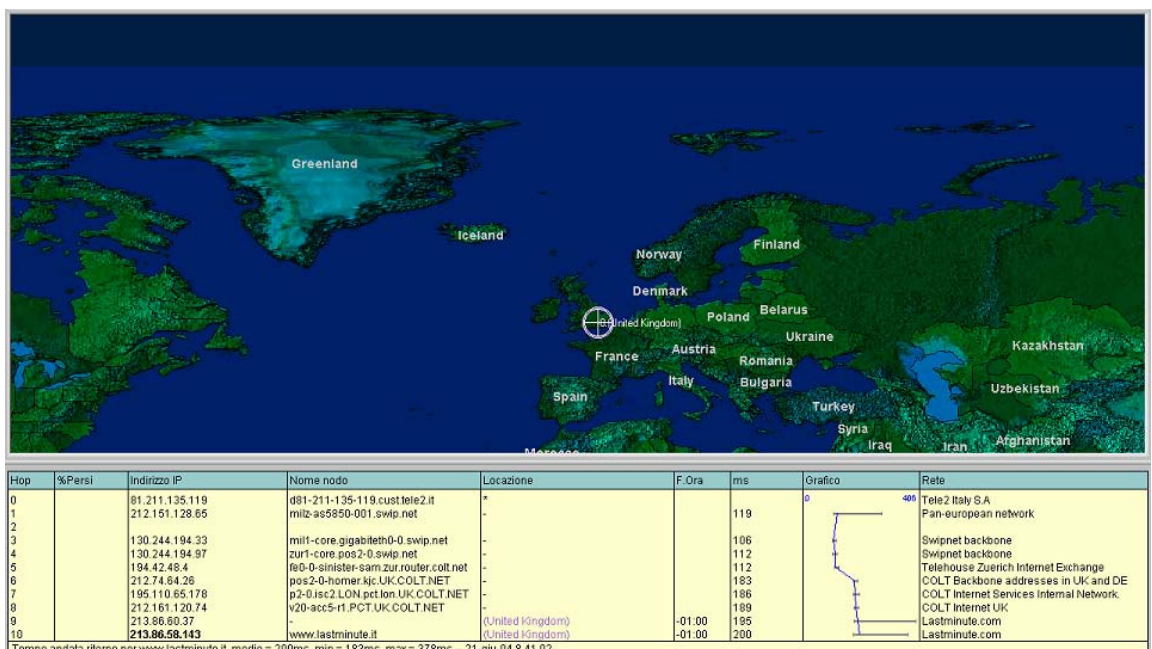
- lastminute.com NEWSLETTER** (top right): A header with the date "OTT 14 2003".
- Top della settimana** (middle right): A section with travel deals, including "Lussureggiante Kenya, Malindi - SCONTO del 40%", "Mar Rosso, Hurghada - SCONTO fino al 35%", and "Regala un weekend indimenticabile!".
- Tariffe VOLI (base escluse)** (bottom right): A table of flight prices for various destinations.
- Hotel scontati in Italia e Europa (prezzo a camera)** (bottom right): A table of hotel prices for various cities.
- Tariffe autonoleggio (tutte incluse)** (bottom right): A table of car rental prices for various locations.
- Mare dietro l'angolo...** (bottom right): A section with beach holiday deals.
- Mare ai tropici** (bottom right): A section with tropical holiday deals.

Abbiamo inoltre anche monitorato l'accesso al sito attraverso un programma disponibile su www.visualroute.com ed esso non si e' rivelato problematico. Come prima cosa attraverso l'uso di questo programma, abbiamo rilevato che i server preposti alla gestione del sito in italiano si trovano in Gran Bretagna, e probabilmente, osservando il punto indicato, a Londra.



Questa osservazione non e' affatto banale, da ulteriori controlli, infatti, ci siamo resi conto che gli altri siti localizzati di www.lastminute.com, sono gestiti da server del paese di appartenenza.

Dai dati raccolti con osservazioni fatte in diversi momenti della giornata non si sono mai riscontrati problemi di congestione del traffico o perdita di informazioni (pacchetti).



E' possibile notare che il percorso non viene ricostruito graficamente, in quanto non vengono identificate le locazioni dei server, ad eccezione di quelli in Gran Bretagna, ultimi due di un percorso costituito da 10 tratte. Il tempo di andata e ritorno medio, in tutte le rilevazioni fatte, si e' mantenuto sempre tra i 170 e i 200 ms.

6.2 Il sito e' facile da trovare?

6.2.1 Il nome del sito si ricorda facilmente?

Innanzitutto bisogna far notare che il vero nome del la homepage del sito italiano e':

<http://www.it.lastminute.com/lmn/ps/catalog/Category.jhtml?CATID=1336>, un nome piuttosto difficile da ricordare, che necessita di alias piu' intuitivi.

Gli alias piu' intuitivi ci sono, e grazie ad essi il modo per raggiungere il sito e' abbastanza semplice da ricordare, ma anche da indovinare la prima volta. www.lastminute.it e' infatti probabilmente la forma piu' intuitiva di un dominio possibile per un sito commerciale italiano, in quanto e' del tipo: www.nomesocieta'.it

Ma anche www.lastminute.com, che apre la prima volta la pagina dal sito britannico, e' un indirizzo molto semplice da ricordare. Infatti solo la prima volta dovremo trovare il modo di dirigerci verso il sito italiano, cosa non molto difficile, dal momento che le bandiere dei vari stati aventi un sito personalizzato sono ben visibili.



Le altre volte sara' il sito stesso a ricordare l'ultima versione di lastminute aperta e a recuperarla per noi.

Abbiamo inoltre cercato, per tentativi, di trovare gli altri alias possibili, e contemporaneamente a verificare se il sito presupponesse anche una redirectione per gli errori commessi in battitura.

Ecco i risultati trovati:

URL	A cosa si riferisce
[www.]lastminute.com	Sito principale in inglese di lastminute
www.lastminute.it	Sito italiano di lastminute
lastminute.it	Sito non esistente
[www].lasrminute.com	Sito principale in inglese di lastminute
[www].lstminute.com	Sito principale in inglese di lastminute
[www].lstminute.it	Sito non esistente
[www].lastnminute.com	Sito di viaggi tedesco
[www].lastnminute.it	Sito italiano di lastminute
www.kastnminute.com	Sito di viaggi tedesco
kastnminute.com	Sito non esistente
[www].kastnminute.it	Sito non esistente
[www].lasrminute.it	Sito non esistente






[www].pastminute.com	Sito di quadri di un'artista del Kent
[www].lasyminute.com	Piccolo portale con ricerca
www.lastminut.com	Agenzia di viaggi lastminute tours
lastminut.com	Agenzia di viaggi lastminute tours
[www].astminute.com	Errore 403
[www].lastmunute.com	Nomesco (portale inglese)

6.2.2 Il sito e' facilmente reperibile tramite i piu' diffusi motori di ricerca?






Per effettuare una ricerca abbiamo voluto necessariamente considerare, nella maggior parte dei casi, delle parole chiave abbastanza generiche, per vedere come si comportasse il sito anche messo a confronto ad una grande concorrenza di siti turistico-commerciali.

Abbiamo svolto due tipi di ricerca: uno in tutto il web, considerando come valida la prima occorrenza di un qualsiasi sito localizzato, poi solo tra i siti italiani.

Web

					
Viaggi	16	7	6	14	7
Viaggi last minute	5	1	1	1	1
Last minute	1	1	1	1	1
Offerte viaggi	9	10	6	14	10
Offerte	-	9	-	3	10
Ristoranti	-	-	-	-	-
Regali	-	3	2	6	4

Italia

					
Viaggi	16	7	6	-	7
Viaggi last minute	7	1	1	1	1
Last minute	1	1	1	1	1
Offerte viaggi	6	5	5	15	5
Offerte	-	8	-	2	8
Ristoranti	-	-	-	-	-
Regali	-	3	2	6	4

E' da notare come il sito, che si vorrebbe proporre come il primo sito mondiale per le ricerche di viaggi on line, non faccia nulla per poter migliorare la propria visibilita' sui motori di ricerca, che sono uno dei piu' importanti mezzi di reperibilita' in una rete dove il numero dei siti e' in continuo aumento. Infatti solo le due voci contenenti "last minute" hanno permesso di trovarlo al primo posto, e nemmeno quelle sempre.

6.2.3 Il sito e' adeguatamente referenziato dai altri siti?

Per poter valutare la popolarita' del sito ci siamo serviti di strumenti specifici presenti sul web che permettono di valutare il numero di link che fanno riferimento ad un sito , per alcuni motori di ricerca.

Ricerca fatta per www.lastminute.com



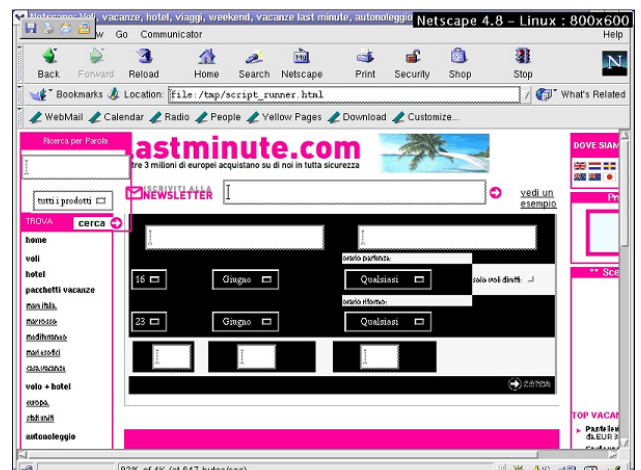
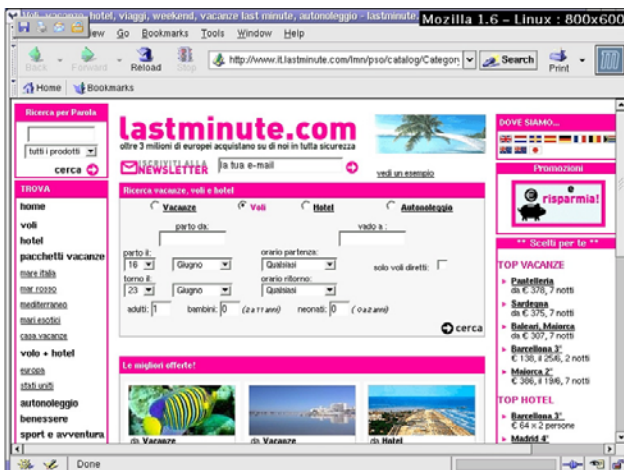
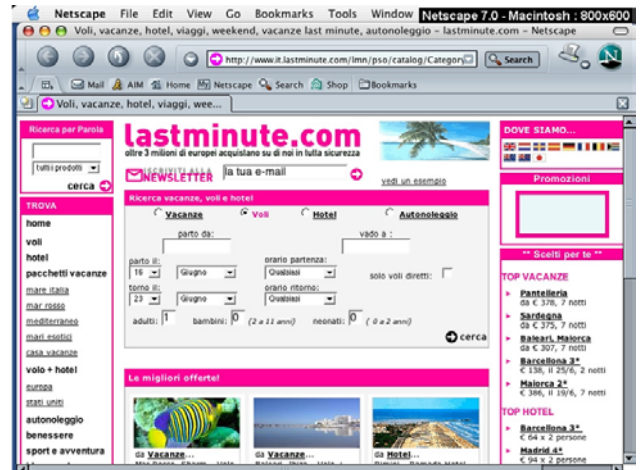
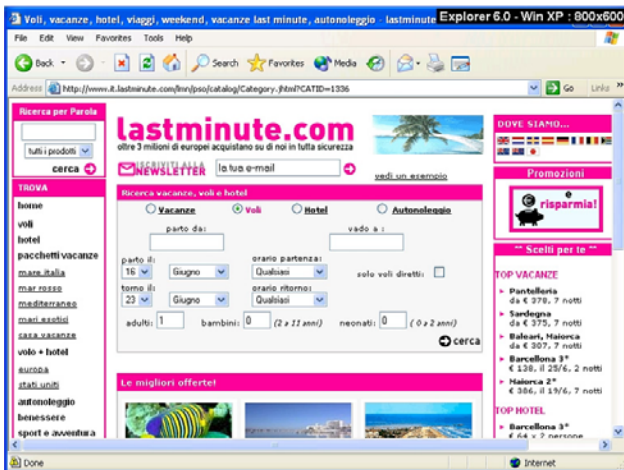
Ricerca fatta per www.lastminute.it



Dal numero di risultati trovati possiamo dire che il sito e' molto ben referenziato, per quanto riguarda soprattutto l'home page "ufficiale", quella usata nel logo. Tuttavia i programmi utilizzati non permettono di valutare l'autorevolezza delle citazioni ne' la loro artificiosita'.

6.3 Il sito e' accessibile con ogni browser?

Per verificare l'accessibilita' con diversi tipi di browser abbiamo utilizzato il servizio offerto da www.browsercam.com che ci ha permesso di vedere degli screenshot di visualizzazioni con browser diversi.



Per quanto e' possibile vedere da queste immagini, non appaiono grandi problemi di visualizzazione nella maggior parte dei browser testati.

L'unico tra questi che ha dato problemi e' stato Netscape 4.8 - Linux. In questo caso abbiamo notevoli errori di visualizzazione degli elementi grafici che compongono il sito, soprattutto per quanto riguarda gli allineamenti e la form di ricerca in centro alla pagina. Quest'ultima risulta talmente storpiata da risultare inutilizzabile.

Inoltre la presenza di javascript potrebbe rendere problematica la navigazione agli utenti di macchine che non li supportano.

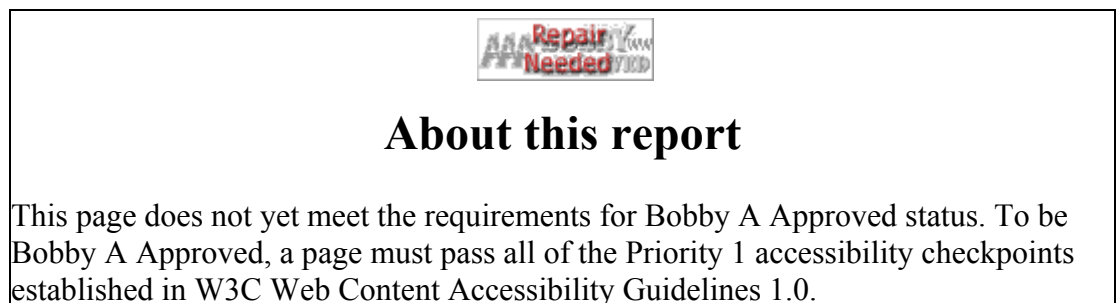
6.4 Il sito e' utilizzabile da utenti disabili?

Non essendo www.lastminute.it un sito amministrativo o governativo, non e' obbligato, secondo la legge Stanca, a seguire i criteri di accessibilita' dettati dal WAI, o ad adeguarsi ad essi per il 2005. Tuttavia un sito accessibile resta pur sempre un ottimo biglietto di presentazione.

Per testare l'accessibilita' del sito, come prima cosa abbiamo utilizzato un validatore automatico, ovvero un programma in grado di controllare che la pagina analizzata sia conforme alle regole del WAI.

Il programma utilizzato si chiama Bobby.

Dal report prodotto da questo validatore e' risultato che il sito non soddisfa nemmeno le richieste per essere definito A (i siti "A" soddisfano le richieste con priorita' 1, ovvero con priorita' maggiore).

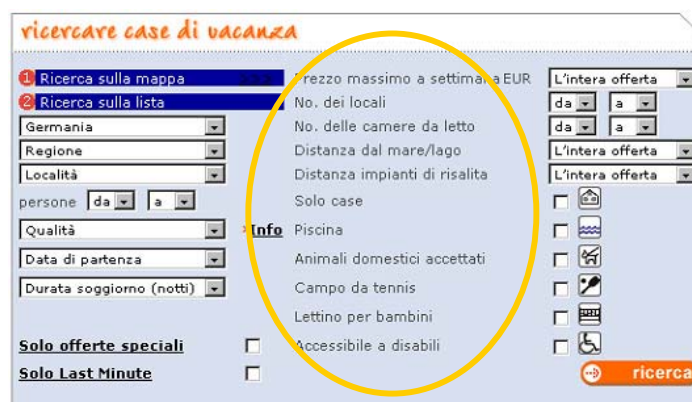


Dunque secondo il validatore, il nostro sito non risulta accessibile dai disabili. Tuttavia un validatore automatico controlla solo la presenza o l'assenza di Alt e altre cose tecniche, non ne controlla la necessita' o la validita', quindi, per avere un controllo migliore abbiamo considerato in altri modi tre tipi di disabilita' visiva e abbiamo cercato di vedere se e come fossero di impedimento alla navigazione.

- **Visione meno acuta (anziani)**

I caratteri utilizzati sono in genere piccoli a risoluzioni superiori alla 1240x780. Per ovviare a questo inconveniente l'unica possibilita' e' quella di cambiare risoluzione dello schermo. Il sito infatti, come gia' detto in presedenza, ha scelto un layout fisso che non permette di modificare la grandezza dei caratteri a piacimento dell'utente.

Ad ogni modo ad una risoluzione 800x600 i caratteri risultano essere sufficientemente grandi da essere visibili, tranne in alcuni casi, a causa dell'accostamento di colori poco in contrasto tra loro.

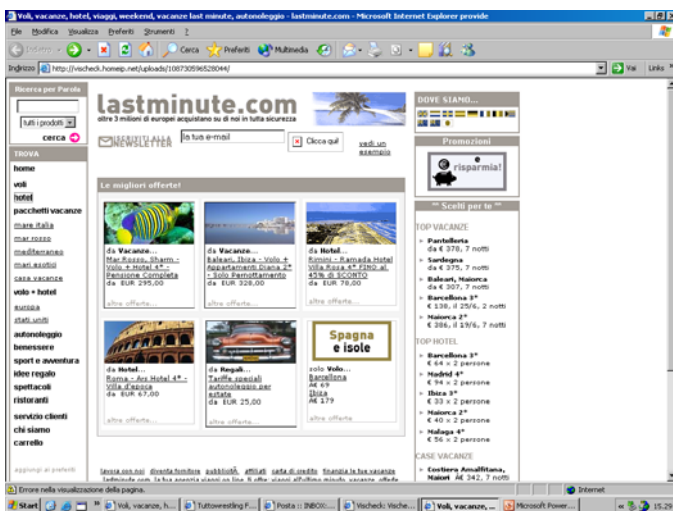


- **Daltonismo**

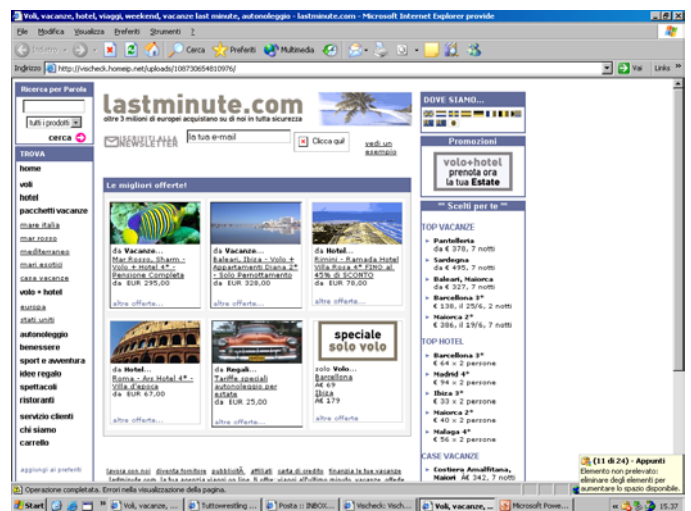
Innanzitutto e' necessario sottolineare che il colore nel sito non veicola alcun tipo di informazione, al massimo sottolinea titoli e avvisi. Esso e' utilizzato principalmente come colore rappresentativo del sito, per creare una brand image, di conseguenza non dovrebbe causare problemi a chi non fosse in grado di percepirlo.

Per verificare che le nostre ipotesi fossero corrette, abbiamo fatto un test sulla home page con un programma presente sul sito www.vischeck.com che permette di rappresentare le pagine web come verrebbero viste da persone con tre diversi disturbi visivi (anche se stranamente, probabilmente in quanto vengono da server diversi, le simulazioni non toccano le immagini della box a centro pagina).

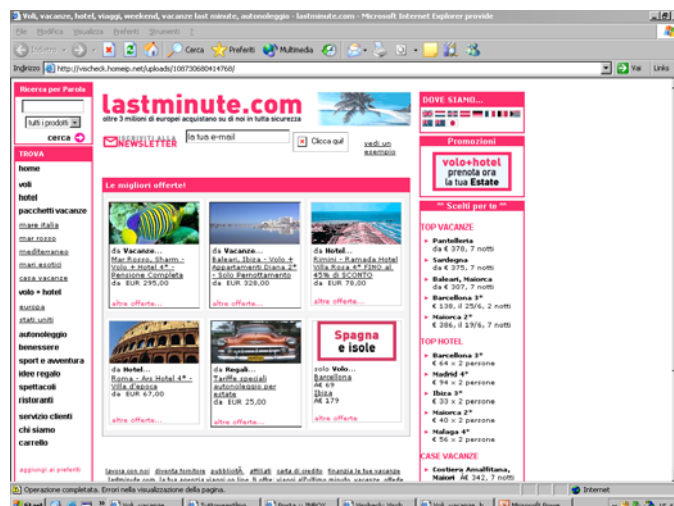
Deuteranope (verde-rosso)



Protanope (verde-rosso)



Tritanope (blu-giallo)



Dai risultati possiamo notare come la mancanza di colore appiattisca si' il sito, ma non crei problemi di funzionalita' o comprensione. Questo in quanto il color non convoglia mai, in tutto il sito, alcun significato.

- **Cecita'**

Per quanto riguarda questa disabilita' abbiamo cercato di valutare il sito in due modi: apportando opportune modifiche al browser e utilizzando un browser vocale.

Per quanto riguarda la prima prova, abbiamo semplicemente impedito al browser la visualizzazione delle immagini e abbiamo evitato di usare il mouse.

Le immagini hanno dimostrato di non avere tutte un testo alternativo, in particolar modo quella con le bandiere dei diversi stati. Tuttavia i link sono tutti raggiungibili semplicemente usando il tasto "tab", anche se c'e' un problema di ordine: i link non sono visualizzati nell'ordine reale, bensì in questo:

Dopo il 5 si procede normalmente per colonne e per tabelle interne. Quando si arriva alla form, tuttavia, i link 1,2,3 e 4 non vengono più evidenziati.

Questo ordine crea un po' di problemi per quanto riguarda l'utilizzo della form da parte di un non vedente.

Probabilmente questo problema e' emerso di recente, in quanto quando abbiamo fatto la simulazione con il browser vocale Hal, ci e' sembrato tutto abbastanza semplice da usare. Ci siamo dovuti abituare al tono e alle istruzioni, ma il browser ci ha letto tutta la pagina nell'ordine, indicando tutte le caselle di testo e le opzioni.

Certo e' che probabilmente risultano poco chiari i link legati ai siti di ogni paese: il browser elenca solo i nomi dei paesi, indicando che sono dei collegamenti, senza specificare "link alla homepage". In questo modo l'utente potrebbe pensare che siano ancora delle offerte.

Allo stesso modo la checkbox e' trattata in modo superficiale: per "vacanze" viene detto "vacanze opzione non selezionata" o qualcosa di simile.

Le immagini nella box a centro pagina non vengono tradotte, in quanto sarebbe superfluo.

Probabilmente per una miglior valutazione avremmo dovuto fare un test con una persona disabile abituata a navigare, per capirne il livello di disagio nell'utilizzo di questo sito, ma non ne abbiamo avuto la possibilità'.

Certo e' che se l'ordine dei link e' veramente cambiato, allora risulta praticamente impossibile per un non vedente portare a termine la compilazione della tabella.

7. Usabilita'

7.1 L'utente raggiunge il risultato voluto in modo accurato e completo?

Come prima cosa mostriamo la tabella riassuntiva dei risultati del test di usabilita' da noi condotto (e presente in allegato alla fine di questo documento).

Nome	Eta	Capacita'	Compito 2			Compito 3			Compito 4			Compito 5		
			OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto
Ester	26	Sufficiente	In parte	18	-	No	12	-	*	-	-	*	-	-
Stefano	34	Ottima	Si	18	1	No	7	-	Si	7	3	Si	2	2
Alberto	62	Sufficiente	Si	35	2	Si	8	3	No	5	-	No	2	-
Franco	55	Buona	Si	8	2	No	16	-	Si	5	3	No	6	-
Giacomo	50	Buona	Si	32	3	Si	13	2	Si	5	3	No	3	-

* per questi punti il test non e' stato condotto a causa di problemi con il collegamento GPRS che stavamo utilizzando

Riportiamo la percentuale di compiti portati a termine con successo dai diversi utenti:

Nome	%
Ester	0
Stefano	75
Alberto	50
Franco	50
Giacomo	75

Come appare evidente nemmeno gli utenti piu' esperti sono riusciti a portare a termine tutti i compiti. Questo non e' per nulla positivo per il sito: se infatti e' accettabile riscontrare delle difficolta' negli utenti piu' inesperti, e' assurdo che anche quelli con un'ottima capacita' di navigazione non possano svolgere tutto con tranquillita'. Cio' denota dei grossi problemi di usabilita' da risolvere.

Per quanto riguarda le categorie di utenti piu' deboli di fronte ad un sito strutturato male, possiamo dire che essi hanno riscontrato diversi problemi di comprensione delle form, dei comandi per proseguire.

Inoltre, il dare per scontato che la ricerca riguardasse i contenuti del sito e non solo gli articoli, ha portato per i piu' attenti ad una perdita di tempo, per gli altri ad un acquisto sbagliato, basato sul ragionamento "se e' un risultato della ricerca, allora e' giusto".

7.2 Lo sforzo richiesto all'utente per ottenere il risultato voluto e' accettabile?

Riportiamo una tabella con i tempi impiegati da ogni utente per svolgere i compiti assegnati:

		Compito 1	Compito 2	Compito 3	Compito 4	Totale	Totale successi	T medio successi
Ester	GPRS	(18)	(12)	*	*	30	-	-
Stefano	56Kb	18	(7)	7	2	34	27	9
Alberto	56Kb	35	8	(5)	(2)	50	43	21
Franco	ADSL	8	(16)	5	(6)	35	13	6,5
Giacomo	ADSL	32	13	5	(3)	53	50	17

* per questi punti il test non e' stato condotto a causa di problemi con il collegamento GPRS che stavamo utilizzando

Innanzitutto e' necessario sottolineare che le ampiezze di banda utilizzate non sono sempre state le stesse in tutti i test, come si puo' notare dalla tabella, e quindi tutti i tempi devono essere valutati in relazione a questo: i 35 minuti di Franco indicano un tempo relativo di molto superiore ai 35 minuti di Stefano, cosi' come i 53 di Giacomo superano i 50 di Alberto.

Ad ogni modo il tempo necessario per portare a termine il primo compito (che avrebbe dovuto essere abbastanza semplice) e' stato in media abbastanza elevato a causa di ricerche non in grado di produrre risultati, di perplessita' sui campi delle form (in particolar modo sul significato di "margine" e sull'impossibilita' di selezionare la data di ritorno in "vacanze"), ma anche di una necessita' di familiarizzare con un sito nuovo.

A causa di cio' parecchi utenti hanno iniziato a spazientirsi, sostenendo che un'agenzia di viaggi avrebbe fatto perder loro meno tempo. Da queste affermazioni possiamo dedurre come l'utente stesso percepisca una scarsa efficienza nell'utilizzo del sito.

7.3 Il sito e' confortevole e ben accetto all'utente?

Riportiamo la tabella riassuntiva dei voti espressi dagli utenti per le richieste portate a compimento.

	Compito 1	Compito 1	Compito 1	Compito 1
Ester	-	-	*	*
Stefano	1	-	3	2
Alberto	2	3	-	-
Franco	4	-	3	-
Giacomo	2	2	3	-

* per questi punti il test non e' stato condotto a causa di problemi con il collegamento GPRS che stavamo utilizzando

Innanzitutto possiamo notare la presenza di un solo 4. Cio' significa che gli utenti in generale non sono stati entusiasti del sito.

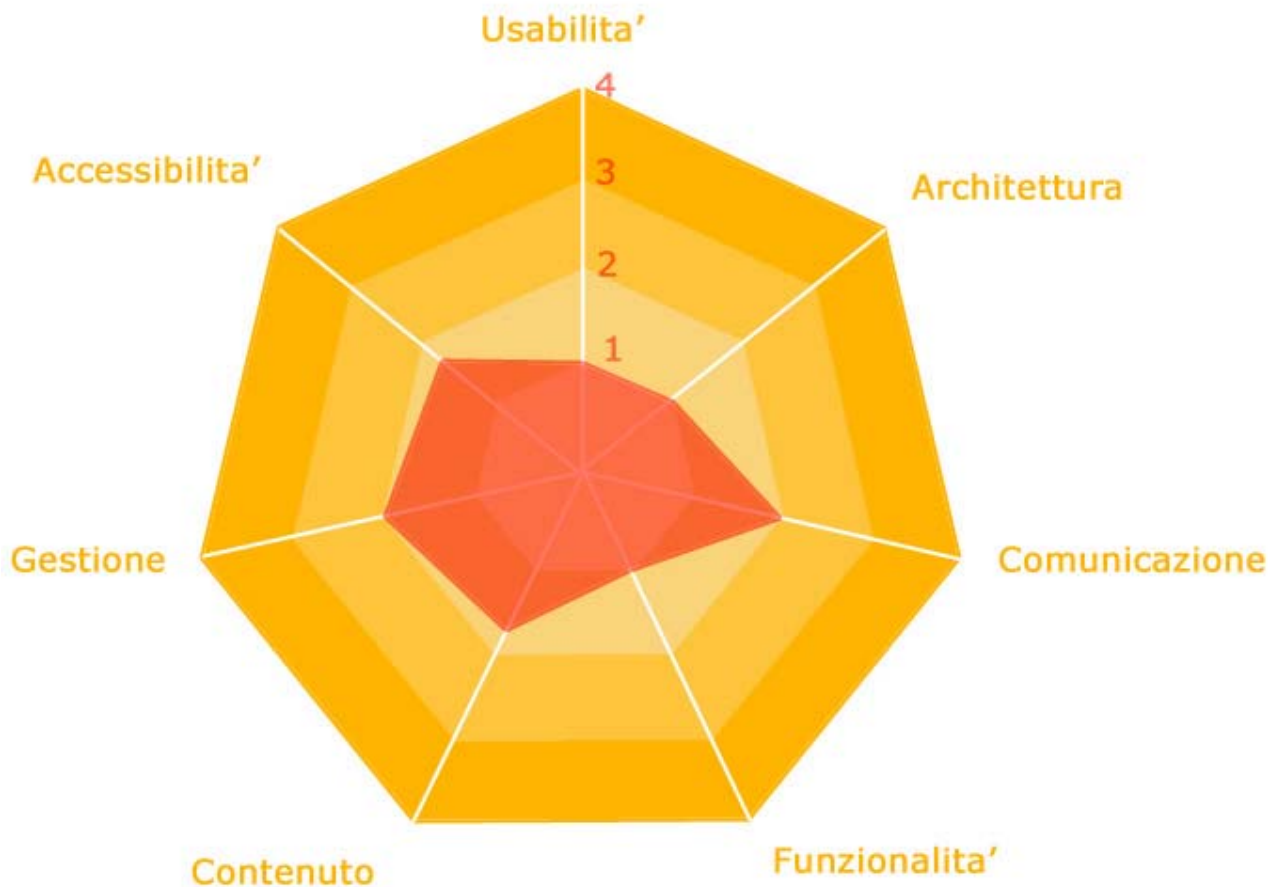
Voti alti sono presenti nel compito svolto con piu' semplicita' da tutti (l'ordinazione di una maglietta), mentre per quanto riguarda il primo (la vacanza) la maggior parte degli utenti, scontenta del troppo tempo impiegato, non elargisce grandi voti, benché sia riuscita a portare a termine il compito.

Dal test fatto sono emersi diversi problemi che hanno portato alla diminuzione del grado di soddisfazione degli utenti. In primo luogo la difficolta' nel vedere i messaggi di errore e quindi nel modificare di conseguenza i dati. Poi le istruzioni poco chiare in caso di assenza di risultati.

Considerazioni finali

Come prima cosa stabiliamo i voti da dare a ciascuna delle sotto caratteristiche, e da essi ricaviamo il grafico delle caratteristiche:

	Voto	Peso	
Struttura	2	1	→ Architettura 1
Mappa del sito	0	1	
Navigazione	1	1	
Home page	3	1	→ Comunicazione 2
Brand image	2	0,5	
Grafica	2	1	
Adeguatezza	1	1	→ Funzionalità' 1
Correttezza	1	1	
Labeling	1	1	→ Contenuto 1,7
Stile	3	0,85	
Informazione	2	1	
Localizzazione	1	1	
Disponibilita'	3	1	→ Gestione 2
Monitoraggio	3	1	
Aggiornamento	2	1	
Relazioni con gli utenti	0	1	
Tempi di accesso	1	1	→ Accessibilita' 1,75
Reperibilita'	2	1	
Indipendenza dal browser	3	0,75	
Accessibilita' per i disabili	0	0,25	
Efficacia	1	1	→ Usabilita' 1
Efficienza	1	1	
Soddisfazione	1	1	



Dall'analisi di questo grafico possiamo immediatamente notare che il sito non raggiunge la sufficienza. In esso ci sono troppi errori, troppe disattenzioni, probabilmente causate dalla giustapposizione di parti diverse in tempi successivi. Problemi abbastanza gravi li ritroviamo nelle funzioni, nell'architettura e, punto dolente, nell'usabilità, che risultano essere insufficienti. Il voto dell'usabilità, fondamentale, risulta essere il risultato "on air" di tutte le "sbavature" presenti nel progetto.

Raccomandazioni

1. Priorità massima

- Risoluzione del problema delle form multiple: è necessario che ogni categoria abbia una sola form, in modo da evitare la presenza di criteri di ricerca diversi, non usufruibili contemporaneamente
- Traduzione di tutte le informazioni, i comandi, gli avvisi in Italiano

- Gestione degli errori maggiormente curata in modo da renderli visibili e chiari agli utenti
- Aumento della posizione del sito nei motori di ricerca
- Miglior gestione della comunicazione con gli utenti, per mezzo di un accorciamento dei tempi di risposta.
- Utilizzo di un unico menu a lato, uguale in tutte le pagine del sito, in modo da dare un punto di riferimento fisso agli utenti

2. Priorita' media

- Utilizzo di termini piu' chiari per i campi delle form
- Uniformita' dei passi delle diverse funzioni
- Eliminazione dei popup pubblicitari che danno solo noia agli utenti
- Diminuzione del peso delle pagine
- Utilizzo di una grafica uniforme per tutte le sezioni

3. Priorita' bassa

- Maggior visibilita' delle modalita' di pagamento
- Utilizzo migliore del colore
- Aggiornamento delle informazioni riguardanti la privacy, la storia dell'azienda, etc.

Allegato Test di Usabilita'

1.Obiettivi e modalita'

Fondamentalmente il test di usabilita' viene utilizzato per studiare come gli utenti interagiscano con il sito, quali difficolta' incontrino nella navigazione, e quindi, essenzialmente, per verificare se l'analisi fatta precedentemente risulti corretta o meno.

Il test è stato eseguito su un campione di 5 utenti, scelti in modo da rappresentare diverse fasce d'età e un diverso livello di dimestichezza con la navigazione (questo ci ha permesso quindi, secondo la teoria di Jacob Nielsen, di trovare l'85% degli errori presenti nel sito). Inoltre gli utenti sono stati scelti tra le persone da noi conosciute, in modo da soddisfare un requisito a nostro parere fondamentale: la possibilita' di essere realmente utenti di www.lastminute.it; abbiamo dunque scelto coloro che sappiamo essere interessati a viaggi o acquisti on line, ma anche che non avessero mai utilizzato questo sito.

Come prima cosa abbiamo spiegato ai nostri utenti le modalita' secondo le quali sarebbe stato eseguito il test, sottolineando la nostra impossibilita' di intervenire in caso di problemi, per la buona riuscita dello stesso, e le ragioni per cui dovevamo svolgerlo, evidenziando il fatto che non era per giudicare la loro capacita' di navigazione, ma per analizzare i problemi causati da errori di progettazione del sito. A questa informazione gli utenti piu' esperti si sono tranquillizzati.

Poi abbiamo dato loro un piccolo questionario da compilare, in modo da poter classificarli in qualche modo.

1. DATI PERSONALI

Nome: _____

Eta': _____

Professione: _____

2. CONOSCENZA DEL WEB

Esperienza di navigazione: ☐ scarsa ☐ sufficiente ☐ buona ☐ ottima

Ore di navigazione per settimana: ☐ meno di 1 ☐ tra 1 e 5 ☐ tra 5 e 10 ☐ piu' di 10

3. CONOSCENZA DEL SITO

Hai gia' visitato questo sito?: ☐ No ☐ Si', qualche volta ☐ Si', spesso

Hai gia' utilizzato siti simili? ☐ No ☐ Si', qualche volta ☐ Si', spesso

Se si' quali? _____

I dati emersi da questo questionario sono stati i seguenti:

Nome	Età	Conosce Lastminute?	Competenza	Professione	Identificativo Utente
Ester F.	26	Sentito	Bassa	Studentessa	1
Stefano B.	34	No	Ottima	Programmatore	2
Alberto E.	62	No	Bassa	Dirigente	3
Franco F.	55	Sentito	Buona	Impiegato	4
Giacomo S.	50	No	Buona	Impiegato	5

Come ultima cosa abbiamo consegnato agli utenti un foglio contenente dei compiti da svolgere, in modo da poterli avere sempre a disposizione e da evitare un'interazione diretta con loro, che avrebbe potuto portare a richieste di chiarimenti.

Nell'esprimere i compiti abbiamo cercato di essere il piu' chiari possibile e di simulare delle situazioni che si possono comunemente verificare nella realta', limitando compiti molto generici quali "prenota una vacanza a piacere", che ci sono sembrati non realistici. In realta' una persona che consulta un sito di questo genere ha dei vincoli riguardanti i tempi, abbiamo quindi cercato di riproporli.

Il nostro obiettivo e' stato anche quello di testare un paio di cose che ci sono sembrate poco chiare o difficili da raggiungere, quali la possibilita' di scegliere un volo di sola andata o la sottoscrizione della carta Ego.

Qui di seguito mostriamo l'elenco dei compiti:

COMPITI DA SVOLGERE

1. Un paio di minuti di navigazione libera per ambientarsi al sito.
2. Prenota una vacanza a piacere per due persone, sapendo che entro il 6 Luglio dovrai essere a casa per un impegno di lavoro.
3. Per il tuo impegno di lavoro dovrai recarti in Spagna, a Madrid. Sai quando partirai (7 Luglio), ma non hai idea della data di ritorno, quindi prenota un volo di sola andata. Prenota il volo su di un aereo di linea anche in business class (tanto paga la ditta). Prediligi le compagnie Italiane, perche', per la tua esperienza in fatto di voli, ti hanno sempre offerto un ottimo servizio.
4. Ti ricordi che e' il compleanno di un tuo amico. Cerca una maglietta da regalargli.
5. Raccogli le informazioni necessarie per sottoscrivere la carta Ego che ti permette di avere degli sconti sui tuoi acquisti.

Durante lo svolgimento del test, non possedendo una webcam, abbiamo cercato di essere il piu' attenti possibile alla navigazione degli utenti, prendendo appunti e compilando una tabella riassuntiva di parametri importanti.

	Compito 2			Compito 3			Compito 4			Compito 5		
	OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto	OK?	Min	Voto
Utente 1	In parte	18	-	No	12	-	*	-	-	*	-	-
Utente 2	Si	18	1	No	7	-	Si	7	3	Si	2	2
Utente 3	Si	35	2	Si	8	3	No	5	-	No	2	-
Utente 4	Si	8	2	No	16	-	Si	5	3	No	6	-
Utente 5	Si	32	3	Si	13	2	Si	5	3	No	3	-

Alla fine del test, abbiamo inoltre posto agli utenti alcune domande per capire meglio le loro impressioni e le loro eventuali proposte di miglioramento.

1. Quale impressione generale ti ha fatto il sito?
2. Quali aspetti ti sono piaciuti di più?
3. Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?
4. Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito?
5. Quali parti o funzioni si potrebbero eliminare?
6. A tuo parere la home page fa capire subito lo scopo del sito?
7. Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?
8. Le informazioni ti sono sembrate sempre complete, corrette e pertinenti?
9. Ti piace la grafica del sito?
10. Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da utilizzare?
11. Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci?
12. Hai dei miglioramenti da suggerire?

Tutti gli utenti non si sono accorti, almeno inizialmente, dei link di fondo pagina, che sono stati ignorati, mentre solo l'utente 2 ha notato la possibilità di iscriversi ad una newsletter.

2.2 Seconda richiesta: Prenotazione di una vacanza

Con questo compito abbiamo pensato di fare familiarizzare gli utenti con le funzioni del sito, facendoli avvicinare ad esse senza creare loro troppi problemi. Gli utenti si sono comportati in maniera differente di fronte a questa richiesta. Alcuni di essi non hanno notato la checkbox presente sopra la form di ricerca e, presi dalla foga dei campi da compilare, non hanno selezionato "Vacanze" e sono rimasti su "Voli".

Ricerca vacanze, voli e hotel

☒ Vacanze ☐ Voli ☐ Hotel ☐ Autonoleggio

partenza: arrivo:

parto il: 7 Giugno Qualsiasi solo voli diretti: ☐

torno il: 14 Giugno Qualsiasi

adulti: 1 bambini: 0 (2 a 11 anni) neonati: 0 (0 a 2 anni)

Ma analizziamo ora gli utenti uno alla volta:

Utente1:

Inizia a compilare la form di centro pagina senza accorgersi che sta prenotando solamente un volo e non un'intera vacanza. Non si accorge dell'opzione "Solo voli diretti" e pertanto nella pagina dei risultati vengono visualizzati anche voli con degli scali.

Probabilmente a causa della sua scarsa esperienza non riesce a leggere la form, crede che tutte le righe contengano un volo a se stante e non si accorge che i voli sono raggruppati per andata e ritorno.

Prezzo:EUR 233,18 (tasse EUR 36,18 incluse)			
Partenza 27/06/2004			
	Madrid	Da Milano Malpensa Aps(MXP) a Roma (ROM)	Partenza alle 18:00 27/06/2004 Arriva alle 22:00 27/06/2004
		Volo con 1 scalo 19/11/04 - clicca per dettagli	
Ritorno 29/06/2004			
	Roma	Da Roma (ROM) a Milano Malpensa Aps(MXP)	Partenza alle 07:00 29/06/2004 Arriva alle 11:00 29/06/2004
		Volo con 1 scalo 19/11/04 - clicca per dettagli	
	Roma	Da Roma (ROM) a Milano Malpensa Aps(MXP)	Partenza alle 08:00 29/06/2004 Arriva alle 12:00 29/06/2004
		Volo con 1 scalo 19/11/04 - clicca per dettagli	
SELEZIONA QUESTO VOLO			

L'utente crede che questi siano 3 voli

Non avendo visto prima la checkbox dello scalo si chiede perché un volo che la doveva portare a Barcellona vada da Milano a Vienna. Prova a leggere le informazioni aggiuntive del ritorno (volo diretto), ma non capisce perché ci sia scritto "ritorno", credendolo un'offerta a sé.. "e l'andata dov'è?" chiede perplessa.

Si sente insicura e prova a tornare indietro e ricompilare la form, riottenendo gli stessi risultati. Ne sceglie uno e riesce quindi ad aggiungerlo al carrello.

Ritiene di aver concluso il suo compito e passa al punto successivo. Non si è accorta di aver prenotato un volo e non una vacanza.

Utente2:

L'utente, essendo più esperto, si accorge della checkbox e seleziona "vacanze", stupendosi del fatto che la maschera cambi.

Compila in maniera corretta la form, anche se trova dei problemi a capire il significato della parola "margine" (crede infatti che siano i giorni di permanenza) e si stupisce dell'impossibilità di decidere il numero di persone.



da Vacanze...
Sicilia, Pantelleria (TP)
- Volo + Dammuso
standard 2 posti - Solo
Pernottamento -
Scooter Incluso
da EUR 378,00
altre offerte...

La ricerca da lui effettuata è proprio quella che abbiamo riscontrato dare problemi: cerca dei viaggi a Londra e gli vengono mostrati dei viaggi per Formentera.

Riprova a compilare la form sempre con il medesimo risultato, e così ritorna alla Home page dove, stanco di provare, seleziona una tra le offerte che si trovano nel riquadro a centro pagina e segue le istruzioni a video

per concludere la sua prenotazione.

Si dimentica di selezionare l'opzione "signore/a" ma riesce comunque a proseguire e inserisce la mail con semplicità, chiedendosi però quale sia la necessità che lo impone. Si accorge dell'opzione "fast buy", ma non è interessato e porta a termine la prenotazione.

Carrello (area protetta)

Grazie per aver scelto questo prodotto, ancora pochi passaggi e sarà tuo.

Completa il tuo acquisto in un'area protetta

Inserisci il tuo indirizzo email:

☒ Desidero ricevere la newsletter settimanale di lastminute.com

continua ➔

Per utilizzare l'opzione **FastBuy**, che memorizzando i tuoi dati ti consente di effettuare acquisti più veloci, è necessario registrarsi al sito.

[clicca qui.](#)

Utente3:

L'utente ignora la form (probabilmente non ha nemmeno notato la checkbox) e si dirige direttamente verso "pacchetti vacanze". Compila

la form in maniera corretta, pur avendo dei dubbi su cosa significhi "Margine".

La ricerca non dà risultati. L'utente legge la parte "Cosa fare adesso", non accorgendosi subito dell'esito della ricerca, ma pensando siano delle istruzioni per procedere.

lastminute.com
Oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza

Cosa fare adesso... Risultati della ricerca

1) Puoi impostare una nuova ricerca su un database di vacanze più ampio, di cui lastminute.com si avvale in caso di insuccesso della ricerca sul motore principale. Per farlo, [clicca qui!](#)

2) Puoi impostare una nuova ricerca sul motore principale, selezionando criteri di ricerca meno restrittivi. Ti consigliamo in questo caso di aumentare il margine di giorni dalla data di partenza o di selezionare 'qualsiasi' come aeroporto. Per farlo, [clicca qui!](#)

Siamo spiacenti, al momento non ci sono vacanze che corrispondono ai criteri utilizzati per la tua ricerca.

Dopo un altro tentativo andato a vuoto si accorge che probabilmente è colpa dell'aeroporto e lascia vuoto il campo. Inizia a lamentarsi dicendo che forse sarebbe meglio recarsi direttamente in una agenzia per fare una cosa simile, senza perdere tutto questo tempo.

Ora la ricerca riesce, e l'utente inizia ad analizzare i risultati in tutti i loro dettagli, proprio come se dovesse acquistarne uno. Dopo averli confrontati tutti si accorge di un particolare "ma a mia moglie non piace il mare.." e cambia decisione, buttandosi nel campo "volo+hotel" e cercando un viaggio di 2 giorni a Londra. Stanco (sono passati già 30 minuti) sceglie il primo hotel disponibile e si prepara a compilare l'ultima form prima dell'acquisto. Durante la compilazione si ferma sull'opzione "Frequent Flyer", in quanto abituato a viaggiare, e cerca di trovare la sua facilitazione. Essendo diabetico e molto felice di trovare un pasto pensato per lui, ma poi si rende conto che in realtà lastminute declina ogni responsabilità sul fatto che queste scelte vengano rispettate.

Inserisci il titolo, il nome e il cognome (campi obbligatori)

Titolo: Nome: Cognome: Paese a scelta:

Indirizzo: Pochi: E-mail: Numero Frequent Flyer:

Importante: assicurati che il nome e cognome siano inseriti correttamente e corrispondano esattamente a quelli indicati sul tuo documento d'identità. lastminute.com declina ogni responsabilità in caso di errori relativi a nomi non corrispondenti a quelli indicati sul passaporto o sulla carta d'identità.

Non vede che è necessario selezionare la box dei termini del contratto e va avanti. Non si accorge del messaggio di errore, convinto di aver acquistato la vacanza.

Questo utente si è sempre mostrato restio a continuare, avendo il terrore di acquistare veramente la vacanza.

Utente4:

In questo caso l'utente sembra trovarsi facilmente tra i servizi offerti. Sceglie l'opzione "Vacanza" nella form di prima pagina e la compila facilmente. Analizza le offerte proposte ed è soddisfatto delle descrizioni sintetiche presenti. Si sofferma a leggere le informazioni estese riguardanti una vacanza e la seleziona.

Anche in questo caso non viene compilato il campo "signore/a" nella form riguardante i passeggeri, ma la prenotazione continua normalmente. Inserisce la propria mail nel campo di testo successivo (notando l'opzione "Fast buy", ma non seguendola) e aggiunge la vacanza al carrello.

Utente5:

Anche in questo caso l'utente utilizza la form in maniera corretta ma non riesce a trovare risultati per la ricerca, a volte perché non vi sono vacanze disponibili per quelle date, altre volte perché non vi è abbastanza tempo tra la prenotazione e la partenza vera e propria. Prova a compilare più volte la form cambiando le date di partenza e arrivo senza giungere ad alcun risultato.

Sembra spazientirsi, ma si accorge del link "Mar Rosso" come sottocategoria di "pacchetti vacanze", lo seleziona, non accorgendosi di trovarsi in una form pressoché identica alla precedente, la compila e riesce a trovare una vacanza che soddisfi le sue esigenze. Proceda aggiungendo i dati personali e si chiede il significato di "aggiungi al carrello". Questo verrà capito solo dopo la selezione, quando verrà mostrato il viaggio pronto per essere acquistato.

2.3 Terza richiesta: Prenotazione di un viaggio aereo di sola andata

Dopo che gli utenti hanno familiarizzato con il sito è stata chiesta una seconda prenotazione, questa volta riguardante il volo. Sapevamo che questo punto sarebbe stato più complicato, a causa della presenza di due form diverse per le prenotazioni dei voli. Volevamo vedere quanto questo risultasse difficile per altri utenti.

Come previsto, tutti gli utenti hanno riscontrato numerosi problemi nello svolgimento di questo compito per il semplice fatto che compilando la form di prima pagina era impossibile scegliere un viaggio di sola andata: l'unico modo possibile era compilare la form interna alla sezione voli, ma partendo dalla home la prima form ad essere vista sarebbe stata quella sbagliata, tanto più che essa risulta essere già predisposta per i voli.

Ricerca vacanze, voli e hotel

☐ Vacanze ☐ Voli ☐ Hotel ☐ Autonoleggio

parto da: [] vado a: []

parto il: [7] [Giugno] orario partenza: [Qualsiasi] solo voli diretti: ☐

torna il: [14] [Giugno] orario ritorno: [Qualsiasi]

adulti: [1] bambini: [0] (2 e 11 anni) neonati: [0] (0 e 2 anni)

cerca

Ricerca Ricerca Avanzata

Città di partenza: [] trova città: [] Città di destinazione: [] trova città: []

Adulti: [1] Bambini: [0] Neonati: [0]

Parto il: [5] [Giugno] orario partenza: [Qualsiasi]

Ritorno il: [12] [Giugno] orario ritorno: [Qualsiasi]

tipo di biglietto: [andata e ritorno]

Cerca

Anche per questo passo analizziamo gli utenti singolarmente:

Utente1:

L'utente parte dalla form in prima pagina. Solo ora si accorge dell'opzione "Solo voli diretti" e la seleziona. Inizia a cercare un modo per togliere il viaggio di ritorno. Prima prova tra i menu a tendina se ci sia qualche campo nullo selezionabile, quindi prova a cercare altri modi. Clicca sul link "Voli" nel menu a sinistra, ma non si accorge che la form in quella pagina è strutturata in maniera diversa e torna indietro. Non riuscendo a cancellare il viaggio di ritorno, ci rinuncia e prova a cercare un'offerta che possa andarle bene tra quelle di andata e ritorno. (qui il collegamento è caduto, costringendoci a sospendere il test in quanto non è stato più possibile ripristinarlo. Tuttavia lei ci ha annunciato di aver deciso di prenotare un viaggio di andata e ritorno, in quanto non era in grado di trovare un modo alternativo per procedere.)

Utente2:

Anche in questo caso l'utente compila la form principale situata nella Home page, sceglie l'opzione per i voli diretti e si blocca davanti alla necessità di mettere una data anche per il viaggio di ritorno. Prova ad andare avanti pensando che sia possibile rimuovere il volo di ritorno in un secondo momento durante la prenotazione. Quando si accorge che questa opzione non è possibile nemmeno nella pagine successive torna indietro ed inizia ad irritarsi, decidendo infine di desistere dal compito affermando che preferisce andare a prenotare in un altro sito.

Utente3:

L'utente conferma la sua predilezione per il menu a bordo pagina, cliccando sul link "Voli". Questo gli permetterà di compilare in maniera semplice e veloce la form esatta che permette anche l'acquisto di un volo di sola andata, anche se si arrabbia con il banner che scende coprendo totalmente l'area di inserimento dei dati. Una volta giunto tra i risultati sceglie una compagnia aerea italiana ma non la classe business, preferendo un volo che ha già più volte utilizzato, benché provvisto solo di classe economy. Selezionato il volo compila anche l'ultima form e lo aggiunge al carrello.

Utente4:

L'utente compila anch'egli la form della Home page, accorgendosi immediatamente che è impossibile cancellare il viaggio di ritorno. Decide comunque di comperare entrambi i biglietti, confidando sul fatto di poter cambiare il biglietto quando saprà la data per il ritorno direttamente sul posto. Sceglie entrambi i voli tra i risultati che gli vengono proposti. Arriva fino alla fase di aggiunta al carrello, ma si dimentica di inserire il campo "Titolo" obbligatorio nella seconda form e non si accorge del messaggio di errore che compare a video. Prova a leggere tutte le informazioni possibili per andare avanti, si impunta

sulla sezione "Termini e condizioni" credendo che da lì sia possibile portare a termine la prenotazione.

Non riuscendoci dopo qualche minuto inizia a stancarsi fino desistere in modo definitivo.

Utente5:

Qui è casuale il modo in cui l'utente riesce ad entrare nella sezione "Voli": infatti l'utente utilizza la ricerca in prima pagina, ma senza inserire alcuna parola. Una volta aperta la pagina vuota dei risultati, seleziona "Informazioni per effettuare una ricerca". Tra i link qui presenti trova "Ricerca voli", vi clicca e si posiziona sull'esatta pagina per effettuare la ricerca.



Una volta giunto alla form corretta riesce facilmente a compilarla. Sceglie il volo di una compagnia aerea italiana come richiesto e si prepara a compilare l'ultima form prima di aggiungere il volo al carrello. Anche questo utente non inserisce subito il campo "Titolo" nella seconda form, ma si accorge del messaggio di errore e corregge, portando a termine il compito.

2.4 Quarta richiesta: Acquisto di una maglietta

Questa richiesta è stata facilmente eseguita da quasi tutti gli utenti. Molti di essi si sono infatti ricordati del link "Idee regalo" all'interno del menu principale. Gli utenti hanno utilizzato strade diverse, ma sono giunti comunque tutti al risultato richiesto.

lastminute.com
oltre 3 milioni di europei acquistano su di noi in tutta sicurezza

Regali

Cerca
Inserisci una parola chiave:
eden **cerca**

I più venduti

1. **TBox - 2 Canotte in mini cubo** (EUR 21,97)
2. **Certificato personalizzato di Migliore Amico del Mondo** (EUR 6,90)
3. **Paracadutismo, lancio tandem in caduta libera - Torino e Bologna** (EUR 170,00)

ispirazioni **regali eco-solidali** **flori e piante**
accessori **borse per PC e accessori** **guide**
macchine fotografiche LOMO **abbonamenti on line** **high tech**
abbigliamento in cubetti

Clicca qui x battezzare una stella
Clicca qui x vini DOC personalizzati
Clicca qui x adottare una lontra
Clicca qui x mandare una e-card
Clicca qui x le lettere di cioccolato
Clicca qui x personalizzare una T-shirt

Utente2:

L'utente entra nella sezione "Idee regalo", seleziona l'opzione "Personalizza T-shirt" posta sotto le categorie regalo. Seleziona un'articolo e una foto a caso da aggiungere sulla T-shirt. Sceglie la taglia con facilità e termina l'acquisto.

Clicca qui x mandare una e-card
Clicca qui x le lettere di cioccolato
Clicca qui x personalizzare una T-shirt

Utente3:

Solamente questo utente compie la ricerca dalla prima pagina. Dai risultati seleziona l'opzione "Adotta un leoncino" (le magliette in mini cubo non gli sembravano adatte), e prosegue, convinto che la foto sia la stampa sulla maglietta e la acquista, anche se l'errore è dovuto più alla voglia dell'utente di terminare il più in fretta possibile il test che ad altro: infatti legge più volte di un certificato, ma finge di non curarsene.

Nome	Descrizione	Prezzo	Dettagli
TBox - Maglietta donna in mini cubo	* T-shirt in cubetto 6x4 cm * T-shirt manica corta * 3 misure * diversi colori	EUR 19,97	dettagli
TBox - Maglietta uomo in mini cubo	* T-shirt in cubetto 6x4 cm * T-shirt manica corta * 3 misure * diversi colori	EUR 19,97	dettagli
Adotta un leoncino	* certificato di adozione * per sostenere il Fondo per la Terra * foto del leoncino * in omaggio 3 pesci tropicali magnetici o maglietta logo associazione * certificato di adozione * per sostenere il Fondo per la Terra	EUR 35,00	dettagli

Utente4:

L'utente una volta entrato nella sezione "Idee regalo" utilizza per la sua ricerca le sottocategorie ben visibili sulla pagina. Qui seleziona "Abbigliamento in cubetti" e davanti alle offerte proposte riesce a trovare la "maglietta uomo in mini cubo". Legge un po' approssimativamente la descrizione della maglietta e prova a scegliere il colore, accorgendosi che questa è una

ispirazioni **regali eco-solidali** **flori e piante**
accessori **borse per PC e accessori** **guide**
macchine fotografiche LOMO **abbonamenti on line** **high tech**
abbigliamento in cubetti

opzione che risulta essere impossibile. Torna indietro e seleziona la taglia . Quindi aggiunge il regalo scelto al carrello.

Utente5:

L'utente clicca da menu principale su "idee regalo" e una volta entrato nella sezione si concentra sulla form di ricerca in alto. Inserisce

dapprima la parola "magliette" che non porta ad alcun riscontro; quindi prova anche la parola "maglietta" ed è da qui che riesce a scegliere l'opzione "acquista una T-shirt in un cubo" e la seleziona. Arrivato alla

descrizione della T-shirt prova anch'egli a cambiarne il colore, ma si accorge anche in questo caso che questa è un'opzione che non può essere eseguita, quindi seleziona la taglia desiderata e aggiunge il prodotto al carrello.



2.5 Quinta richiesta: Ricerca di informazioni sulla carta Ego

Anche per portare a termine questo compito vi sono stati numerosi problemi e solamente un utente su 4 e' riuscito ad arrivare alle informazioni riguardanti la carta

Tutti gli utenti hanno utilizzato la form situata in alto a sinistra scrivendo "Carta ego" oppure "Ego".



I risultati erano formati da un, massimo due articoli: una vacanza a "Parco ego" e la possibilità di acquistare una carta "2X1", diversa da quella richiesta. Gli utenti 3 e 5, pur notando la differenza tra la carta richiesta e quella selezionata, hanno comunque scelto la carta trovata, pensando che essendo l'unica disponibile nella ricerca, fosse la stessa carta denominata però in maniera differente. L'utente 4 si è rifiutato di sottoscrivere la carta, ma non è riuscito a trovare la carta richiesta inserendo nella ricerca soltanto la parola "carta" prima e "ego" poi e ha rinunciato non accorgendosi dei link di fondo pagina. Solamente l'utente 2, dopo aver notato che la ricerca portava esito negativo ha cercato tra i link di fondo pagina ed è riuscito, provandone alcuni: in primis "finanzia le tue vacanze" (ma già al momento del clic si chiede se magari era meglio quello che parlava di una carta di credito), non trovando nulla, procede cliccando sulla sezione "Carta di credito", e arriva alle informazioni richieste.

2.Considerazioni finali

Fondamentalmente questo test e' stato molto utile, infatti ha confermato molti dei punti da noi trattati in fase d'analisi.

La difficolta' degli utenti nel portare a buon fine molte delle operazioni assegnati, unitamente al loro frequente spazientimento, che a volte li ha persino portati a rinunciare, sono sintomatici di un qualcosa che non va e che dovrebbe essere cambiato all'interno del sito.

Molti sono stati i problemi riscontrati in questo stadio che hanno permesso di confermare parecchie cose da noi analizzate in stadi precedenti:

- la controintuitivita' di avere 2 form diverse per la ricerca dei voli, con parametri di ricerca differenti
- la difficile comprensione di alcuni dei campi delle form (nel nostro caso di "margine")
- la credenza che la box di ricerca in alto a sinistra dia risultati anche per quanto riguarda i conenuti e non solo per gli articoli
- la difficolta' a notare i messaggi di errore
- il disagio mostrato di fronte ad aree aventi grafiche completamente diverse
- il fastidio recato dai popup
- la presenza di parti in lingua inglese che lasciano stupito l'utente
- l'incomprensibilita' del tanto spazio bianco a lato
- l'incapacita' di muoversi senza il pulsante "indietro" per uscire dal carrello

Ma abbiamo anche riscontrato qualche problema non notato prima:

- l'impossibilita' di selezionare un colore per la maglietta
- la difficolta' nel comprendere il significato della checkbox della form in prima pagina da parte degli utenti meno esperti
- la difficolta' nel comprendere il significato di "aggiungi al carrello"