

Michele Capiluppi 033797

21/06/2004 Giacomo Grassi 032965

RAPPORTO DI VALUTAZIONE SULLA QUALITA' DEL SITO WEB



www.blockbuster.it

1. Obiettivi della valutazione

Nome del sito

<http://www.blockbuster.it/>

Home page

My BLOCKBUSTER Richiesta password Non ancora registrato? **Registrati**

BLOCKBUSTER Make It A BLOCKBUSTER Night

Ricerca

GRANDI NOVITA'
La Promessa **BLOCKBUSTER** - Trovi il tuo Film o lo **noleggi Gratis!**
Cerca la tra le grandi Novità:

MYSTIC RIVER

NOLEGGIO ESTATE 3x2
Noleggi 3 film, paghi 2

Week-End in libertà
NOLEGGI PER 4 SERATE AL PREZZO DI 3
NOLEGGI venerdi **CONSEGNI lunedì**
anzichè domenica
Cogli l'attimo, **REGISTRATI!**
Offerte dedicate
Servizi esclusivi

MY BLOCKBUSTER
Blockbuster ITALIA
JOB
FRANCHISING
Apri il tuo Videostore con Blockbuster

SCARY MOVIE 3
Scary Movie 3. Una risata vi seppellirà.

MASTER & COMMANDER

LA GIURIA
La giuria

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
©2003 Blockbuster Inc. All rights reserved. Credits

La home page è localizzata per l'Italia, e non è presente nessun link di collegamento con le altre pagine degli altri paesi; per visitarle è necessario digitare l'url corrispondente.

Requisiti generali del sito

Il sito in analisi è rivolto ad un pubblico eterogeneo. L'intento è quello di divulgare le novità che la catena propone, in termini di nuovi prodotti disponibili e di nuove offerte e formule di noleggio.

Obiettivi della valutazione

Si vuole analizzare in maniera approfondita il sito in questione in modo da valutare: l'interesse che il sito suscita in un cinefilo o in un utente normale, la facilità e la piacevolezza con cui si può consultare, la periodicità con la quale vale la pena di consultarlo, il livello di dettaglio che raggiunge; in sintesi, il livello di soddisfazione degli utenti.

2. Metodologia utilizzata

Il team di valutazione è composto da due persone che frequentano il terzo anno della facoltà di informatica, e hanno seguito il corso di interazione uomo macchina. Per valutare le caratteristiche verrà seguito il procedimento tratto dal libro "Il check-up dei siti web".

Al fine di rendere i risultati velocemente accessibili si è scelto di valutare ogni caratteristica con un punteggio da 0 a 4, rappresentato dai loghi blockbuster.

3. Risultati della valutazione

3.1. Architettura



Valutazione: 3

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

Analisi

La struttura del sito è ben fatta: risulta adeguata e coerente con gli obiettivi che il sito si prefigge di raggiungere, oltre che abbastanza semplice ed immediata.

Semplicità e immediatezza sono ottenute tramite un layout fisso, che non cambia in nessuna pagina del sito, evitando così di creare smarrimento o di costringere l'utente ad adattarsi a nuovi elementi ad ogni click.



La terminologia non è sempre appropriata, infatti è ben evidente la forte influenza della lingua inglese, a tal punto che il sito risulta essere redatto con un miscuglio della lingua italiana con quella anglosassone. Tutto il menu di navigazione è in inglese: anche se “game” e “film” fanno parte del gergo comune, i rimanenti tre link principali e i restanti tre utilizzano tutti termini inglesi. Un link in particolare (speciale in store) è di significato oscuro; solo dopo averci cliccato sopra e aver letto le righe di testo di spiegazione si capisce di cosa si tratti.

La mappa del sito è presente, accessibile da ogni parte del sito, tramite il “bottono” posto in alto a sinistra come di consuetudine. Unica nota dolente è rappresentata dalla visibilità, che a causa della scelta cromatica([FAQ](#) [Videostore](#) [Site Map](#))risulta non facilmente leggibile, come del resto tutto il menu di navigazione.

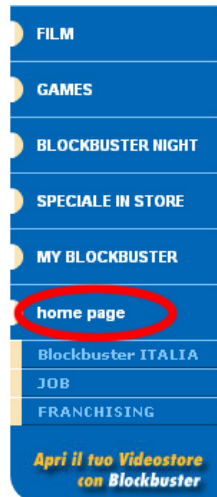
Una volta cliccato su site-map si può visualizzare la mappa del sito:

Site Map

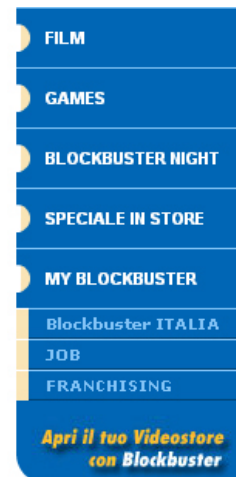


La mappa è ben realizzata, la struttura è semplice, la terminologia e i colori dei caratteri richiamano quelli dei normali apparati di navigazione del sito. Per aumentare ulteriormente la conformità con il sito è inoltre presente una marcata linea di gestalt che divide i menù. La mappa permette l’accesso diretto ai contenuti, anche se non tutti i link indirizzano alla pagina desiderata in quanto la struttura nei livelli inferiori subisce dei lievi cambiamenti una volta che si è effettuato il login (attivazione di alcuni servizi e disattivazione di altri, come “registrazione”); quando questo accade si viene indirizzati alla home page senza nessun avviso.

L' apparato di navigazione è efficace e coerente con la struttura del sito. E' presente un sistema di navigazione globale, che resta quasi immutato durante la navigazione: esso varia solo leggermente con l'aggiunta del tasto home page una volta effettuato il login.



**Menù di navigazione con login
effettuato:compare il tasto home
page**



**Menù di navigazione con login
non effettuato: il tasto home
page non è presente**

L' apparato di navigazione è composto da un' area principale posta a sinistra, una di ricerca posta in alto a sinistra e una secondaria posta in alto a destra. Cliccando su alcuni dei link dell' area principale, nel caso in cui essi presentassero ulteriori livelli, appaiono nuovi pulsanti che permettono la navigazione locale



Per mantenere l'orientamento durante la navigazione viene usato il metodo del breadcrumb (briciole di pane); ancora una volta la visibilità del percorso è compromessa dall'accostamento cromatico quantomai infelice:

GAMES > Prossimamente

La navigazione è sempre fluida. Si può sempre raggiungere la home page tramite il sistema di navigazione del sito o tramite la ripetuta pressione del tasto indietro del browser. E' però doveroso sottolineare che nel caso in cui non si effettui la login, il pulsante che riporta alla home page non è di immediata individuazione, poichè è collocato in corrispondenza del logo blockbuster e non è segnalato in alcun modo. Non esistono vicoli ciechi né link fantasma; è sempre possibile tornare indietro o rivisitare pagine già visitate usando i pulsanti del browser.

Sintesi

Punti di forza:

- Strumenti di navigazione efficaci
- presenza di una mappa del sito cliccabile
- navigazione intuitiva, struttura ben realizzata

Punti deboli:

- mappa non sempre consistente
- nomi dei link non sempre chiari
- uso simultaneo di lingua inglese e italiana

3.2. Comunicazione



Valutazione: 2

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

Analisi

Il marchio blockbuster è molto noto e per questo motivo risulta quasi impossibile non comprendere, a prima vista, cosa offra a larghe linee il sito. La home page però non comunica

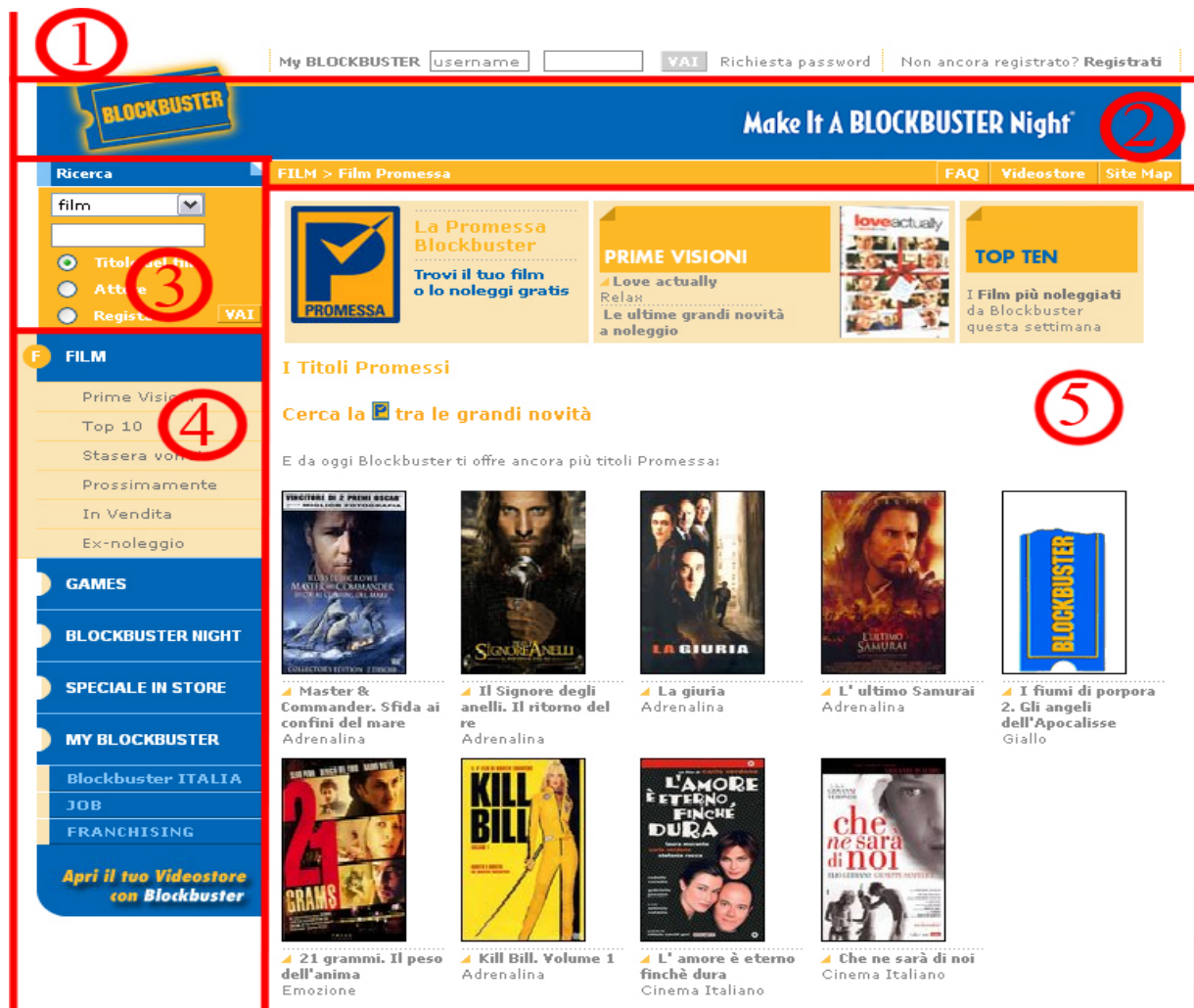
chiaramente ciò che il sito si propone di offrire nello specifico. Non è ben chiaro, ad una prima visione, quali siano i servizi offerti.

Il brand image "blockbuster" caratterizza adeguatamente anche il sito web, cosicché ci si rende immediatamente conto di essere effettivamente sul sito della famosa catena di videonoleggio. Il brand image è qui ribadito tramite:

- i colori **arancione** e **blu**
- lo slogan "make it a blockbuster night!"
- il tipo di carattere, blockbuster
- il ben noto logo "BLOCKBUSTER"
- il generale aspetto sfolgorante e "hollywoodiano" della catena.

Il contenuto del sito non viene quindi esplicitamente riportato, affidando alla forza del marchio la comunicazione dei contenuti.

Di seguito riportiamo la pagina Film come esempio del layout dividendola in 5 sezioni principali:



1-sezione atta ad effettuare login, richiedere l'eventuale password dimenticata, o una scorciatoia per registrarsi

2-sezione tramite la quale si può tornare alla home page(cliccando sul logo) vedere

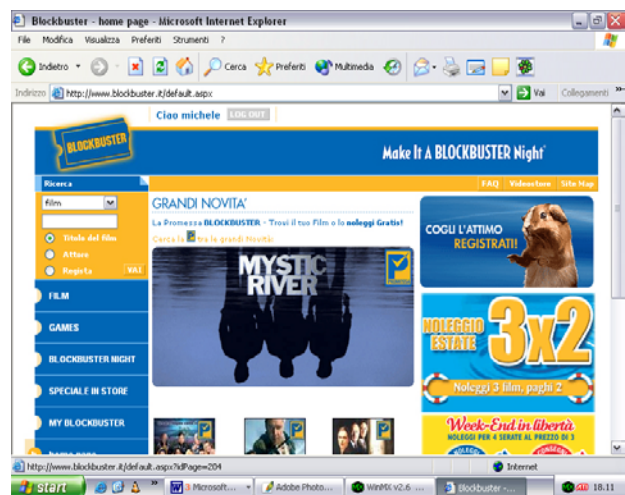
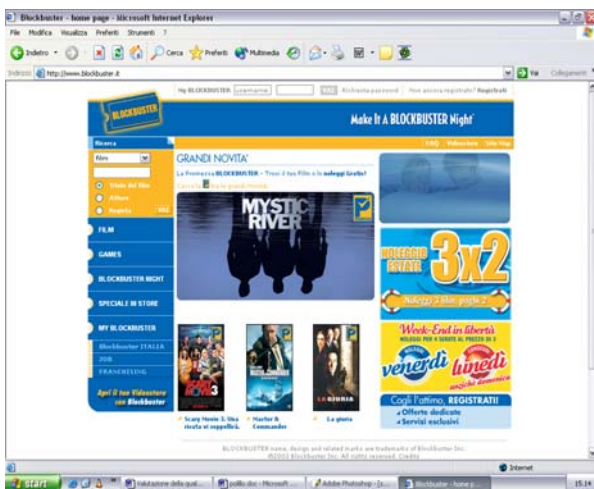
le F.A.Q, la mappa del sito, oppure cercare il negozio più vicino alla propria abitazione.

3-il cuore del sito, permette di fare ricerche anche trasversali tra i titoli disponibili.

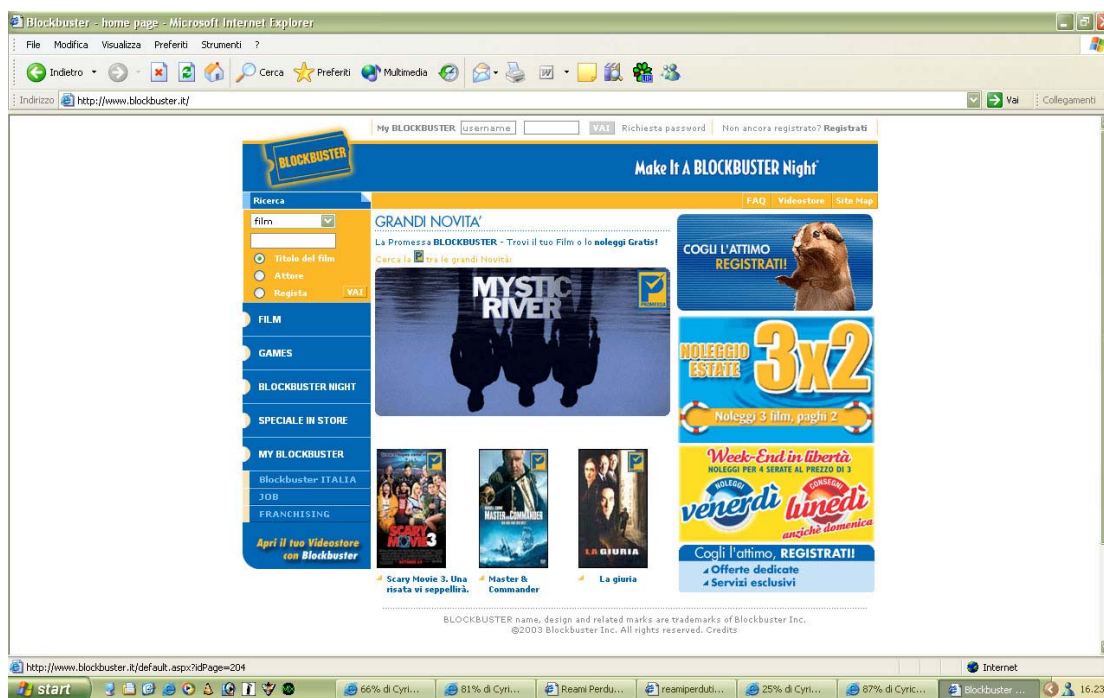
4-menù di navigazione principale, realizzato in flash.

5-finestra a contenuto variabile; contiene le informazioni relative alla pagina selezionata. E' il corpo principale del sito.

Il layout delle pagine è ben fatto ed efficace, ma l'adattamento delle pagine alle varie risoluzioni non è pienamente soddisfacente, essendo che il layout è di tipo rigido. Alle alte risoluzioni la pagina apparirà troppo piccola e di difficile lettura, mentre alle basse non sarà tutta contenuta dalla schermo, dovendo così ricorrere a fastidiosi scroll sia orizzontali che verticali. Il sito è stato evidentemente progettato seguendo una strategia "best viewed with" ad una risoluzione di 1024x760, con posizionamento centrale



con la tecnica utilizzata ovviamente non vengono sfruttati i moderni monitor wide screen (16:9) sui quali si formano delle enormi bande bianche laterali, annullando i vantaggi e addirittura penalizzando chi usufruisce di questo nuovo formato.



La disposizione degli elementi all'interno della pagina è efficace. I menù sono suddivisi in modo coerente con i contenuti, ben divisi a seconda delle funzioni che offrono; i link che portano ai servizi offerti dal sito sono collocati in un menù a sinistra, accomunati dalla stessa grafica; è presente un insieme di pulsanti rivolti ai gestori di punti vendita, o a chi lo vorrebbe diventare; in alto a sinistra è presente la casella di ricerca film, meno evidente di quanto dovrebbe essere, considerando che probabilmente si tratta di una funzione prioritaria; per finire è presente un menù di servizio, posto in una barra orizzontale. Non sono presenti banner né altri elementi che disturbino la pulizia del layout.

I menù e i contenuti sono organizzati tramite raggruppamento posizionale e cromatico: la gestalt risulta ben fatta. I contenuti stimati più importanti sono associati al colore arancione, mentre il blu e il bianco sono perlopiù riservati alla navigazione e ai servizi offerti. La scelta cromatica è stata obbligatoriamente determinata dai colori del marchio, ma essi paiono risultare poco adatti ad un sito web: l'arancione usato è troppo saturo e il bianco del testo risulta poco leggibile su di esso. L'accostamento del blu intenso all'arancione crea un effetto di impatto persino eccessivo, risultando quasi doloroso per l'occhio.

Il font utilizzato è il ben noto verdana, usato minuscolo per il testo e maiuscolo per i titoli e i bottoni. Non si rileva traccia di corsivo o sottolineato. Il font individuato è l'unico presente, tranne che per il logo e per lo slogan, che usano i font propri del brand image.

La dimensione del carattere non è modificabile tramite le impostazioni del browser, così che, poniamo, alle altissime risoluzioni, il sito appaia pressochè illeggibile. Spesso il testo è di colore grigio pallido su fondo bianco, o, peggio ancora, bianco su fondo arancione, come già evidenziato. L'unico accostamento azzeccato pare essere il bianco su blu.

Complessivamente la grafica risulta pulita e chiara, ma poco accattivante. La scelta cromatica poi, anche se imposta dal marchio, rende pesante e non sempre ben leggibile il sito. Nel complesso, il giudizio sulla veste grafica non è del tutto soddisfacente.

Punti di forza:

- brand image pienamente rispettato
- pulizia e chiarezza della gestalt e del layout
- assenza di banner

punti deboli:

- caratteri spesso poco leggibili
- scelta cromatica
- layout fisso
- dimensioni carattere non modificabili

3.3 Funzionalità



Valutazione: 2

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

Analisi

La prima riga della home page è riservata al login dell'utente. Al termine della riga di registrazione è presente il link "registrati" (tra l'altro non riportato nella sitemap) posto ben in evidenza.

Esiste anche un'altra strada per registrarsi sul sito, tramite il più oscuro bottone "my blockbuster", che però viene spesso ignorata a favore della prima. Così facendo si salta però la schermata introduttiva in cui vengono spiegati i vantaggi e i servizi che la registrazione consente.

Il form da compilare presenta, a seconda del tipo di registrazione, tre (clienti già tesserati) o dodici (nuovi clienti) campi da riempire.

MY BLOCKBUSTER > Registrati FAQ Videostore Site Map

Registrazione

Benvenuto! Per entrare nel mondo online Blockbuster ti chiediamo di inserire i tuoi dati negli spazi che seguono. Conoscerci meglio ci consentirà di fornirti servizi ed informazioni in linea con le tue preferenze per rendere le tue "Blockbuster night" davvero uniche.

Se sei già titolare di una tessera Blockbuster clicca su "Registrazione clienti".
Se non sei titolare di una tessera Blockbuster clicca su "Registrazione non clienti".

Registrazione Clienti Registrazione Non Clienti

Se sei titolare di una tessera Blockbuster inserisci i tuoi dati nei campi sottostanti:

Nome:*

Cognome:*

N° di Tessera:*

* dati obbligatori

BLOCKBUSTER name, design and related marks are trademarks of Blockbuster Inc.
 ©2003 Blockbuster Inc. All rights reserved. Credits

Registrazione Clienti **Registrazione non Clienti**

Sesso:*
☐ Maschio ☐ Femmina

Nome:*

Cognome:*

Città:*

* CAP:

* Provincia:

* Data di nascita (gg/mm/aaaa):

* E-Mail:

*** Crea il tuo username (almeno 6 caratteri):**

*** Crea la tua password (almeno 6 caratteri):**

*** Conferma la tua password:**

* Scegli la tua serata ideale
 Le tue pagine personali verranno create in base al tipo di serata che preferisci

! Inserisci un indirizzo e-mail valido

Non sono presenti domande non pertinenti l'iscrizione, che possano tediarne inutilmente l'utente. La legge sul trattamento dei dati personali è posizionata in un riquadro in mezzo alla pagina, quando lo spazio poteva essere meglio sfruttato riservandole un apposito link.

A registrazione avvenuta viene inviata automaticamente una mail di benvenuto che ricorda anche user e password appena registrati.

Gli errori commessi dall'utente vengono gestiti in due modalità diverse: per quanto riguarda la prima, appena si immette un valore errato - come una password troppo corta o un indirizzo email "impossibile" - appare una segnalazione in tempo reale tramite una scritta rossa indicante il tipo di errore. La seconda modalità prevede che, nel caso in cui si inserisca, ad esempio, una data "impossibile", la segnalazione dell'errore avvenga tramite una finestra popup in stile "windows", contenente la descrizione dell'errore e il tasto Ok, che reindirizza alla pagina in cui è presente il dato scorretto.



Esiste però un tipo di errore non gestito, che si verifica quando, all'interno della sitemap, si clicca su "registrati" pur essendo registrati: in tal caso si viene reindirizzati alla home page, senza alcun messaggio di notifica.

Avviene anche il fenomeno opposto: se si cerca di accedere, sempre dalla site map, ad un servizio riservato ad utenti registrati pur non essendolo, si torna alla home page senza nessun avvertimento.

Tra i servizi cui si scopre di poter accedere dopo la registrazione c'è un servizio che a una prima impressione sembra permettere di organizzare da casa delle serate all'insegna del cinema, invitando amici tramite messaggi e illustrandogli quello che si ha intenzione di vedere, facendosi recapitare a casa il film e le eventuali bevande. Questo è il servizio atteso, come ci hanno confermato tutti gli utenti interpellati per le prove di usabilità. Tuttavia una volta conclusa la presunta operazione di acquisto ci si accorge che il servizio fornito è limitato a un banale invio di mail agli amici invitati per la serata, quindi si esclude la possibilità di farsi inviare direttamente a casa il prodotto; ad una verifica più attenta si nota anche che il servizio è malfunzionante (le mail inviate agli "amici" sono vuote).

Data e ora della serata:

10 Luglio 2004
Ore Min

Dove trascorrere la serata (indirizzo):

Messaggio:

Aggiungi un amico al tuo My friends.

Scegli nella sezione My Friends chi invitare:
(Clicca sul nome degli amici)

Invia a:

Per cancellare un destinatario seleziona l'indirizzo e-mail e premi il tasto "CANC".

Il tuo indirizzo e-mail:

Scegli i film

Puoi scegliere il film dalla tua Wish List oppure selezionare la proposta Blockbuster in base al tipo di serata che vuoi trascorrere.

▲ Scegli la tua serata ▼ Vai ▲ Scegli dalla tua Wish List

E insieme ai film...

Seleziona i prodotti con cui desideri completare la tua serata e verificane il costo.

Prodotti	Prezzo unitario	Quantità	Prezzo
4 SALTI IN PADELLA	RAVIOLI DI RICOTTA E SPINACI <input type="button" value="v"/>	4.00	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0
CARAMELLE	MINI FANTASY MARSHMALLOW 300 <input type="button" value="v"/>	1.95	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0
CARTE D'OR	NOCCIOLATO ALGIDA <input type="button" value="v"/>	4.70	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0
COCA COLA	BOTTIGLIA SINGOLA DA 50CL <input type="button" value="v"/>	1.70	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0
FANTA	ICY LEMON-BOTTIGLIA 50 CL <input type="button" value="v"/>	1.70	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0
CELTATO ALGIDA	CORNETTO MINIATURE ALGIDA <input type="button" value="v"/>	4.90	<input type="text" value="0"/> <input type="button" value="v"/> 0

La search box, in alto a sinistra, è una funzione centrale del sito. In essa si può inserire il nome di un attore, di un regista o il titolo di un film e effettuare successivamente la ricerca. Se il titolo è presente si può vederne trama, voto del pubblico e informazioni assortite.

E' inoltre possibile navigare orizzontalmente utilizzando il risultato della ricerca per nuove ricerche; quindi l'uso di questa feature è funzionale e più che adeguata.

Uniche note dolenti sono innanzitutto la mancanza di una ricerca avanzata, e la presenza di un inutile menù a tendina che dovrebbe servire a selezionare il tipo di prodotto che si vuole cercare, ma che in realtà (forse per il momento) contiene esclusivamente la voce "film".

La possibilità di contattatere l'azienda è presente solo ed esclusivamente via mail e solo in caso che si volesse aprire una nuova sede blockbuster, altrimenti si possono cercare tramite una apposita casella search tutti i negozi appartenenti a un comune con indicato indirizzo e numero di telefono, ma non le mail.

Da notare che in questo tipo di search sono presenti due campi (comune e cap) separati dalla parola "oppure", ma non è possibile effettuare una ricerca inserendo solo il cap, bisogna comunque inserire anche il comune!

Videostore

Per sapere dove puoi trovare il Videostore Blockbuster più vicino a te.
Inserisci la città o il CAP nei campi sottostanti.

Tutto ciò che il sito offre come supporto all'utente generico è un'area dedicata alle FAQ, realizzata con una buona cura.

Punti di forza:

- ricerca del film efficace ed efficiente
- buone modalità di registrazione
- buona gestione dell'errore

Punti deboli:

- funzionalità deludenti rispetto l'aspettativa
- scarsa possibilità di contattare blockbuster inteso come azienda e non come singolo negozio. Possibilità comunque limitata solo alla richiesta di informazione per il franchising
- errori sparsi che pregiudicano leggermente la funzionalità

3.4 Contenuto



Valutazione: 2

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

Analisi:

Le categorie sono divise per contenuto, quest'ultimo identificato tramite labeling non sempre ben azzeccato: tranne che per "film" e "games", nelle quali si trova esattamente ciò che ci si aspetta, non è invece chiaro a cosa corrispondano "blockbuster night", "speciale in store" e "my blockbuster". Le etichette, probabilmente, potevano essere sostituite da meno oscuri "promozioni" e "member area".

Il testo esprime concetti in maniera concisa, senza bisogno di effettuare scrolling per finire di leggere la pagina. Le parole o i concetti chiave vengono scritte in grassetto e, spesso, evidenziate tramite un triangolino arancione. I collegamenti ipertestuali sono presenti ed usati con moderazione, tuttavia non si è quasi mai chiaro, a causa di una simbologia piuttosto confusa, quali parole siano cliccabili e quali no. Questo elemento, come sospettavamo, ha fatto riscontrare seri problemi durante il test di usabilità.

My Blockbuster

La registrazione è il primo passo per entrare nel **mondo on line Blockbuster**, un mondo che stiamo costruendo su misura per te. Quali i **vantaggi** già disponibili?

- **Speciali offerte** dedicate ai clienti registrati da utilizzare nel tuo Videostore
- **Organizzare la serata** con i tuoi amici direttamente **online** attraverso la sezione **Blockbuster Night**
- **Pagine Personali** proposte in base al **tipo di serata** che preferisci
- La tua **Wish List**, la selezione dei film che vuoi vedere
- **My Friends**, la tua rubrica personale con gli indirizzi email degli amici con cui trascorrere speciali serate Blockbuster
- La possibilità di **aggiornare** in qualsiasi momento i tuoi **dati** e modificare i contenuti delle tue Pagine Personali
- Poter diventare **cliente Blockbuster direttamente on line**

Cogli l'attimo... **Registrati!**

unici link cliccabili

Lo stile dell'intero sito è piuttosto informale, allineato al brand image dell'azienda: ci si rivolge all'utente dandogli del tu e il tono, nel complesso, tende a definire un rapporto amichevole con il visitatore.

Le informazioni reperibili sul sito accusano una certa dose di imprecisione, che sembra emergere da alcuni sintomi.

Infatti, prima dell' ultimo aggiornamento, erano presenti errori nel testo e , cosa più grave, era presente una incongruenza nel prezzo riportato per un prodotto in offerta, che appare diverso in due diversi campi. Anche se ora gli errori sono stati corretti, tali imprecisioni potrebbero essere sintomo di una certa trascuratezza generale, e occorre tenerne conto.

Il sito è localizzato correttamente per il nostro paese. Ne esistono altre versioni, ma risiedono ad indirizzi diversi, a seconda del dominio selezionato. Non esiste però una uniformità grafica trasversale ai vari siti, essendo che probabilmente vengono realizzati e gestiti autonomamente da parte delle singole sedi nazionali della società.

Punti forti:

- testo chiaro e conciso
- tono appropriato al brand image
- localizzazione totale, alta flessibilità

Punti deboli:

- labeling non sempre adeguato
- scarsa leggibilità di alcune aree, dovuta agli accostamenti cromatici
- imprecisioni ed errori, segno di probabile approssimazione nella gestione del sito

3.5 Gestione



Valutazione: 3

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

Analisi:

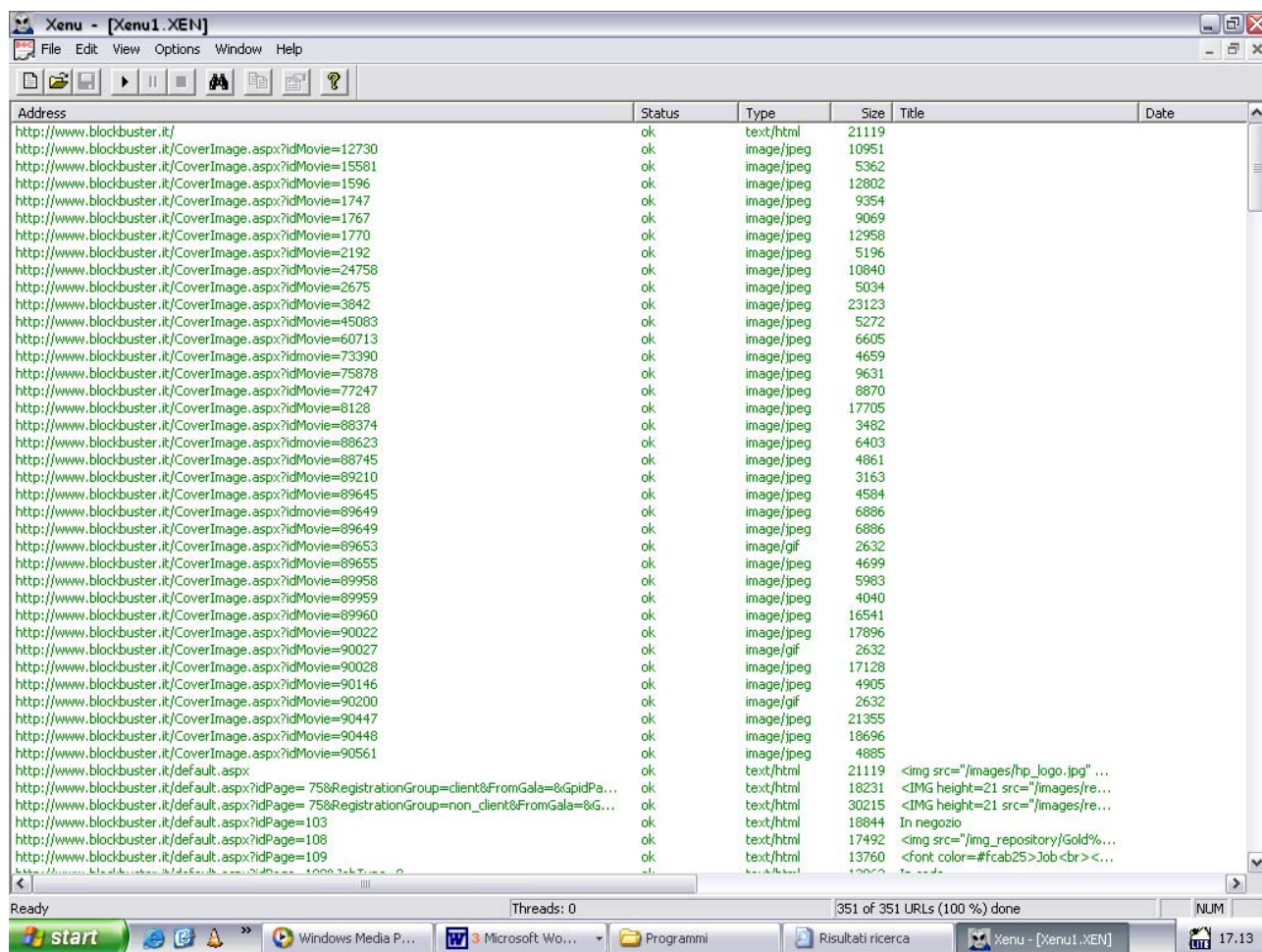
il sito è stato monitorato dall'esterno, essendo impossibile inserire software di monitoraggio sul server.

Il servizio on-line monitorizza tempo di attività del server e ultimo riavvio.

E' risultato che nelle ultime 3 settimane il server è stato riavviato una volta in concomitanza con un aggiornamento del sito.

Non è presente la data di ultima modifica, quando essa sarebbe invece utile ai visitatori, che grazie ad essa potrebbero immediatamente sapere se valga la pena di sfogliare il sito oppure se esso contenga solo materiale già visto. Durante l'analisi del sito abbiamo riscontrato che è stato modificato 2 volte, in data 26 giugno e in data 7 luglio. Gli aggiornamenti sembrano quindi frequenti ed allineati alle date di uscita dei nuovi film a noleggio, cosa decisamente positiva.

Altro indice di buona e continua gestione del sito è la totale mancanza di broken link, anche se c'è da dire che i link esterni, che necessitano di più manutenzione, sono totalmente assenti nelle pagine analizzate.



The screenshot shows the Xenu web crawler interface. The main window displays a table with the following columns: Address, Status, Type, Size, Title, and Date. The table lists numerous URLs from the website www.blockbuster.it, all with a status of 'ok'. The URLs are primarily of the form http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=XXXX. The bottom status bar indicates '351 of 351 URLs (100 %) done'.

Address	Status	Type	Size	Title	Date
http://www.blockbuster.it/	ok	text/html	21119		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=12730	ok	image/jpeg	10951		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=15581	ok	image/jpeg	5362		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=1596	ok	image/jpeg	12802		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=1747	ok	image/jpeg	9354		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=1767	ok	image/jpeg	9069		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=1770	ok	image/jpeg	12958		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=2192	ok	image/jpeg	5196		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=24758	ok	image/jpeg	10840		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=2675	ok	image/jpeg	5034		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=3842	ok	image/jpeg	23123		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=45083	ok	image/jpeg	5272		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=60713	ok	image/jpeg	6605		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=73390	ok	image/jpeg	4659		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=75878	ok	image/jpeg	9631		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=77247	ok	image/jpeg	8870		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=8128	ok	image/jpeg	17705		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=88374	ok	image/jpeg	3482		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=88623	ok	image/jpeg	6403		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=88745	ok	image/jpeg	4861		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89210	ok	image/jpeg	3163		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89645	ok	image/jpeg	4584		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89649	ok	image/jpeg	6886		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89649	ok	image/jpeg	6886		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89653	ok	image/gif	2632		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89655	ok	image/jpeg	4699		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89958	ok	image/jpeg	5983		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89959	ok	image/jpeg	4040		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=89960	ok	image/jpeg	16541		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90022	ok	image/jpeg	17896		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90027	ok	image/gif	2632		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90028	ok	image/jpeg	17128		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90146	ok	image/jpeg	4905		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90200	ok	image/gif	2632		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90447	ok	image/jpeg	21355		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90448	ok	image/jpeg	18696		
http://www.blockbuster.it/CoverImage.aspx?idMovie=90561	ok	image/jpeg	4885		
http://www.blockbuster.it/default.aspx	ok	text/html	21119	Job <...	

Il sito sembra quindi "vivo", anche se non potrebbe essere altrimenti, data la natura dei contenuti.

Non essendo stati direttamente incaricati dalla blockbuster non possiamo sapere inoltre nulla riguardo il monitoraggio da parte del server degli accessi al sito ne possiamo aver accesso al log file del web server, strumento che sarebbe estremamente utile per l'analisi.

Si è in oltre provato a contattatere via mail l'unico servizio di supporto offerto dal sito, per chiedere informazioni riguardo il franchising: non si è ottenuta risposta alcuna. La cosa è di una certa gravità, non per l'effettivo decremento del valore del servizio offerto, ma perchè probabile indice di scarsa presenza umana dietro la pagina web.

Punti di forza:

- aggiornamento del sito regolare e frequente

Punti deboli:

- **supporto clienti assente**
- mancanza dell'ultima data di aggiornamento

3.6 Accessibilità



Valutazione: 3

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

Analisi:

La home page ha una dimensione abbastanza ragionevole, 86KB, più o meno come tutte le altre pagine del sito al cui grandezza varia da 64 a 129 K\B; queste dimensioni permettono un buon tempo di caricamento delle pagine, anche per utenti connessi con modem analogico (56K).
Segue una tabella riassuntiva dei tempi per caricare le pagine con varie connessioni.

Ora	Modem	Tempo caricamento Home Page
9:00	56 K	19 secondi
9:00	Adsl 640	3 secondi
9:00	T1	1 secondi
18:00	56K	22 secondi
18:00	Adsl 640	5 secondi
18:00	T1	2 secondi
23:00	56K	19 secondi
23:00	Adsl 640	2 secondi
23:00	T1	1 secondi

I tempi di accesso sono risultati soddisfacenti. La home page, utilizzando una connessione a banda larga, carica in 1 secondo; per una connessione analogica, per visualizzare interamente la pagina, con tanto di immagini, sono necessari da 22 ai 19 secondi; infine, con una adsl, i tempi di caricamento variano da due a tre secondi.

Tuttavia questi tempi sembrano essere migliorabili, dato che per raggiungere il server, che risiede fisicamente a Milano, i pacchetti seguono un tumultuoso percorso attraverso 23 Hop, dei quali alcuni addirittura sono australiani. Il tempo medio di risposta e' risultato, utilizzando una connessione a banda larga, pari a 12 ms.

Il percorso seguito dai pacchetti e stato rappresentato tramite Visularoute; ecco la tabella riassuntiva generata dal programma:

Hop	%Persi	Indirizzo IP	Nome nodo	Locazione	F.Ora	ms	Grafico	Rete
0		1.77.55.124	miky-jxz5spywkn.residei	...			0	Internet Assigned Numbers
1		1.77.55.2	-	...		0		Internet Assigned Numbers
2		10.68.1.98	-	...		0		(uso privato)
3		213.140.17.145	213-140-17-145.fastres	(Italy)	+01:00	0		Infrastructure for Fastweb's t
4		10.0.0.178	-	...		0		(uso privato)
5		10.254.0.25	-	...		0		(uso privato)
6		59.59.59.62	-	Milton, Austailia	+10:00	6		Asia Pacific Network Informa
7		59.51.3.75	-	Milton, Austailia	+10:00	68		Asia Pacific Network Informa
8		59.59.60.17	-	Milton, Austailia	+10:00	2		Asia Pacific Network Informa
9		59.59.59.141	-	Milton, Austailia	+10:00	1		Asia Pacific Network Informa
10		81.208.50.200	-	(Italy)	+01:00	2		Lan International 2 public su
11		217.29.66.40	albacom.mix-it.net	(Italy)	+01:00	2		Milan Internet eXchange
12		217.220.186.65	-	(Italy)	+01:00	235		Albacom backbone Infrastru
13		213.255.14.4	-	(Italy)	+01:00	12		Albacom Dial Services
14		217.220.187.98	-	(Italy)	+01:00	12		Albacom backbone Infrastru
15		172.31.215.3	-	...		12		(uso privato)
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23		217.29.66.40	albacom.mix-it.net					Milan Internet eXchange
...								
?		217.220.36.176	www.blockbuster.it	-				Server Farm Infrastructure ai
Tempo andata ritorno per 172.31.215.3, medio = 12ms, min = 11ms, max = 29ms -- 11-lug-04 0.11.23								

Il nome del sito è in forma canonica WWW.nomeazienda.dominio , ed è perciò facilmente memorizzabile. Unica possibilità di errore e' la possibilità di confondere il nome dell'azienda blockbuster con "blockbustervideo", nome che si sente spesso nelle pubblicità.

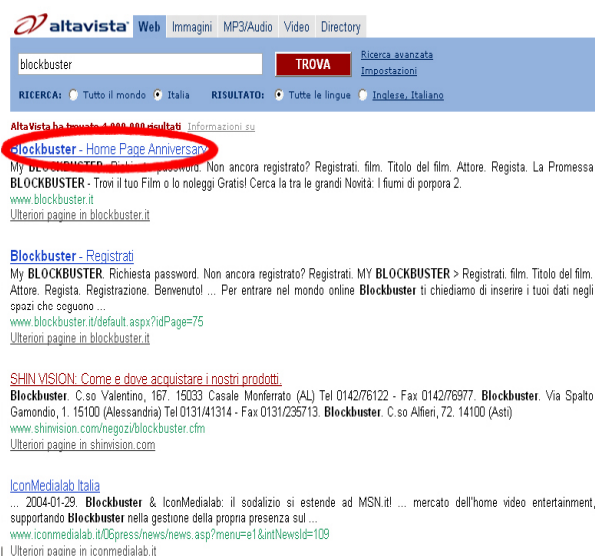
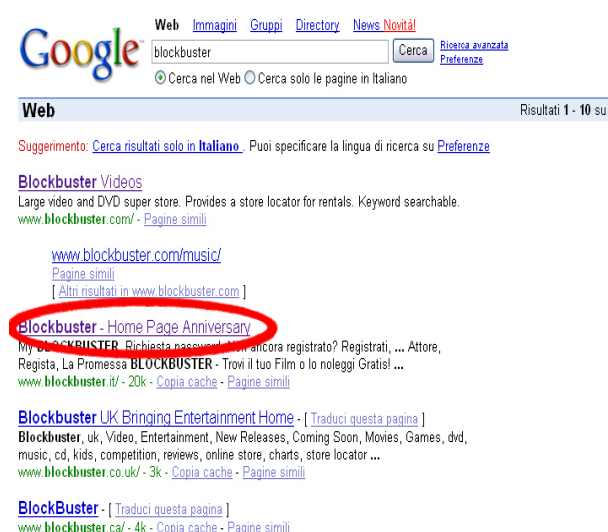
Tale possibilità non sembra essere stato presa in considerazione, dato che il browser non reindirizza sul sito giusto, ma avvisa che la pagina non e' stata trovata.

Dopo aver effettuato i test di usabilità ci è parso sensato esaminare cosa accade inserendo nei motori di ricerca il nome dell'azienda come si suppone possa inserirlo un utente scarsamente esperto della lingua inglese. La chiave "block**b**aster" non produce però nessun risultato per noi rilevante, in quanto il motore di ricerca riporta link a siti di vario tipo contenenti la parola "blockbuster", gestiti probabilmente da web designer a loro volta scarsamente esperti del linguaggio anglosassone: segno che nemmeno questa possibilità è stata presa in considerazione.

I comuni motori di ricerca (www.google.com, www.arianna.it, www.altavista.com, www.lycos.com, www.yahoo.com), inserendo come parola chiave **blockbuster**, riportano la pagina desiderata quasi sempre all'interno della prima schermata.

Motori ricerca	di	Esito Ricerca	Posizione all'interno della pagina	Pagina in cui è presente il link
Google		ok	3	1
Altavista		ok	1	1
Yahoo		ok	16	1
Virgilio		ok	3	1

Seguono in formato ridotto gli screen shot delle pagine dei motori di ricerca:



Yahoo! Mr. Yahoo! Mail Welcome, Guest (login)

Web | Images | Directory | Yellow Pages | News | Products

YAHOO! search blockbuster Search

Web - (What's new?) Results 1 - 28 of about 4,189,888 for blockbuster

Also try: [blockbuster video](#), [blockbuster movies](#), [blockbuster rental](#) More...

INSIDE YAHOO!

Yellow Pages: Blockbuster near you

- Blockbuster.com** (NYSE: BBI)
chain of stores that rent and sell videos, DVDs, and games. Includes a store locator, movie and game search, and Category: [Shopping > Video Retailers](#)
[www.blockbuster.com/](#) - [More pages from this site](#)
- Blockbuster UK**
rental and sale of video, DVD, and games.
Category: [United Kingdom > Shopping > Video Retailers](#)
[www.blockbuster.co.uk/](#) - [More pages from this site](#)
- Blockbuster Canada**
rents and sells games and movies in DVD and VHS format.

- Welcome to Verizon Wireless - Charlotte**
FOR UPDATED CONCERT INFO & SPECIAL OFFERS: Get on our mailing list and we'll do the rest! REGISTEF USERNAME: PASSWORD: Help promote concertswth us this season! Friday, July 2, 2004
[www.blockconcerts.com/](#) - [More pages from this site](#)
- Blockbuster - Home Page Anniversary** Translate this page
My ~~DECEASED~~ **Blockbuster** - Richiesta password. Non ancora registrato? Registrati, ... Attore, Regista, La Promessa **BLOCKBUSTER** - Trovi il tuo Film o lo noleggi Gratis! Cerca la tra le grandi Novità. I fiumi di porpora.
[www.blockbuster.it/](#) - 20k - [Cached](#)
- Cutting Edge Information: Blockbuster Pharmaceutical Launches**
offers a collection of information on how pharmaceutical and biotechnology companies launch new products.

Homepage News Soldi Tutti i siti TuttoCittà

virgilio Ricerca

Calendari 2004 :: Bellissime Top Model :: Attr

Hai ricevuto 1 nuova FOTO

cosa
blockbuster Trova Opzioni
Protezione familiare
Virgilio Toolbar

cerca nel Web cerca solo nelle pagine in Italiano

cerca in Siti Aziende Prodotti Persone News

Trovati 448.057 risultati per blockbuster in Siti.

- Noleggio DVD online** Link sponsorizzato [apri in una nuova finestra]
Noleggio illimitato da 0,6 €/giorno prova gratuita senza impegno
[www.filmacasa.it](#)
- Blockbuster** Link sponsorizzato [apri in una nuova finestra]
Compra cd. Oltre 600.000 titoli: un'enorme scelta ad ottimi prezzi!
[www.CdBox.it](#)
- Blockbuster - Home Page Anniversary** [apri in una nuova finestra]
My ~~DECEASED~~ **Blockbuster** - Richiesta password. Non ancora registrato? Registrati, ... Attore, Regista, La Promessa **BLOCKBUSTER** - Trovi il tuo Film o lo noleggi Gratis! ...
[http://www.blockbuster.it/](#)
- Blockbuster UK Bringing Entertainment Home** [apri in una nuova finestra]
Provides information on video and DVDs available.
[http://www.blockbuster.co.uk/](#)
lingua: en

Il link [blockbuster.it](#) è posizionato quasi sempre tra i primi della prima pagina, tranne nel caso di [yahoo.com](#) in cui la posizione occupata è la sedicesima; questo perché yahoo è l'unico motore di ricerca tra quelli usati che non ha il reindirizzamento automatico alla pagina del paese dal cui un utente è connesso.

Abbiamo provato a inserire nei motori di ricerca anche le keyword riportate in tabella trovando i seguenti risultati:

URL: [www.blockbuster.it](#)

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
videonoleggio	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
noleggio video	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
noleggio film	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
blockbustervideo	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Come si può notare l'unica keyword sensata per trovare il sito interessato è proprio il nome preciso dell'azienda in questione

La popolarità del sito è risultata buona, in tabella ci sono in quanti siti è stato rilevato un link a blockbuster.it cercando con diversi motori di ricerca

Popolarità del sito

URL: www.blockbuster.it

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
Popularity	<u>137</u>	<u>44</u>	<u>2</u>	<u>137</u>	<u>0</u>	<u>49</u>	<u>137</u>

Abbiamo provato a verificare per alcuni motori di ricerca oltre che il numero di pagine trovate riguardanti blockbuster anche il numero di pagine trovate relative ad alcune, seppur molto più piccole catene di negozi di videonoleggio

Site ranking

URL #1: www.blockbuster.it

URL #2: www.videovip.it

URL #3: www.primafila.org

	Google	HotBot	AllTheWeb	AltaVista	Lycos	MSN	AOL
URL #1	<u>137</u>	<u>44</u>	<u>2</u>	<u>137</u>	<u>0</u>	<u>49</u>	<u>137</u>
URL #2	<u>45</u>	<u>4</u>	<u>0</u>	<u>11</u>	<u>0</u>	<u>5</u>	<u>45</u>
URL #3	<u>0</u>	<u>3</u>	<u>0</u>	<u>2</u>	<u>0</u>	<u>3</u>	<u>3</u>

come ci si poteva aspettare, data la maggior fama di blockbuster esso svetta nella classifica.

Per dare un'idea blockbuster ha 220 punti vendita in tutta Italia contro i 30 circa delle altre due catene. Per dover di cronaca, la relativamente famosa catena VIDEOPLANET non possiede neppure un sito web.

Abbiamo provato l'accessibilità con diversi browser, sia aggiornati alle ultime versioni che con versioni più datate, su piattaforma Mac, Linux e Windows. Il sito è compatibile con i browser Netscape, e funziona correttamente su tutti i sistemi operativi in analisi.

Sorgono problemi più o meno gravi con alcuni browser abbinati ad alcune piattaforme:

- Netscape 4.8 su Linux: forte disallineamento che provoca una marcata perdita dei vantaggi offerti dalla gestalt, in oltre i caratteri non sono chiarissimi (occorre però tenere conto che questa versione di Netscape è molto datata)

- Netscape 7.0 su Linux: caratteri praticamente illeggibili, effetto dovuto al cambio di font e al suo rimpicciolimento

- Opera 6.0 su Mac: leggerissimo disallineamento, quasi impercettibile. Non pregiudica né altera minimamente l'usabilità del sito

Netscape 7.0 – Macintosh:800X600



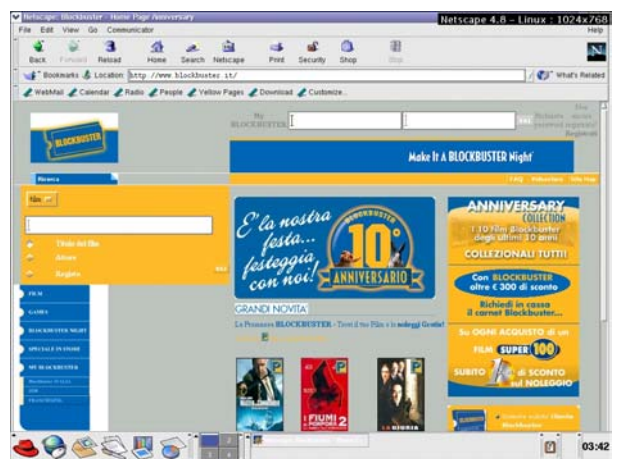
Opera 7 (no flash) –Win xp :800X600



Opera 7 - Win xp :800X600



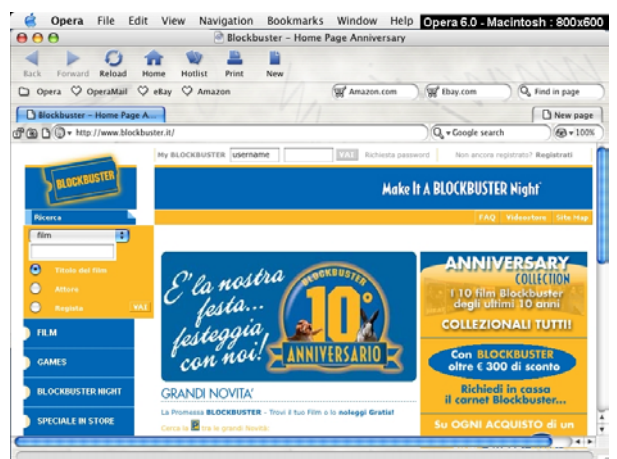
Netscape 4.8 – Linux :1024X768



Netscape 7.0 – Linux : 1024X768



Opera 6.0 – Macintosh : 800X600



L'accessibilità al sito tuttavia è pregiudicata dall'obbligo di dover scaricare un "flash player", software che comunque moltissimi siti richiedono e quasi tutti i "navigatori" hanno installato; nel caso non si desideri installare questo software l'usabilità del sito è fortemente compromessa e il sito può essere "sfogliato" solo da utenti esperti che si avvarranno della sitemap cliccabile.

Abbiamo inoltre analizzato, utilizzando appositi tool, come potesse apparire il sito a persone con disturbi alla vista o con monitor monocromatici. Praticamente in tutti i casi le pagine sono risultate molto simili alle originali, la leggibilità del testo non è per nulla compromessa (anzi si potrebbe quasi dire che è migliorata), tranne nel caso di alcune locandine di film, che quindi non "appartengono" al sito. Anche la versione monocromatica è chiara, anche se la mancanza dei colori penalizza un po' "la brand image" che resta però identificabile grazie al noto logo.

Protanopia



Deutanopia



Tritanopia



Bassa funzionalità dei con



Protanomalia

Deutanomalia



Tritanomalia



Scala di grigi



NB: la parte realizzata il Flash non è stata modificata dal tool di simulazione utilizzato, quindi risulta, nelle immagini, esattamente come appare nel sito originale.

Si è provato anche l'accessibilità del sito a utenti non vedenti utilizzando un browser vocale ma il risultato è stato alquanto insoddisfacente;

-le immagini mancano di ogni tipo di descrizione rendendole quindi invisibili

-il testo del menù in flash non è preciso

-Non avendo avuto a disposizione un utente non vedente abbiamo provato noi stessi a navigare ad occhi chiusi solo con l'aiuto della voce: il risultato è stato molto poco soddisfacente in quanto la navigazione è risultata confusionaria. Questo è probabilmente dovuto anche alla nostra scarsa dimestichezza con questi strumenti, decisamente non paragonabile a quella di un non vedente.

In particolare riferendosi all'accessibilità, essa, anche se imperfetta, non pregiudica la fruibilità del servizio; per quanto riguarda poi utenti completamente non vedenti, molto probabilmente non fanno parte del target atteso.

Sono stati esaminati anche alcuni punti proposti dal WAI:

- eliminando le immagini non vengono visualizzati testi alternativi
- non esiste contenuto audio
- non si possono ingrandire o rimpicciolire i caratteri(almeno con IE)
- nel caso si diminuisca la risoluzione o rimpicciolisca la finestra del browser compaiono le barre di scorrimento laterale.
- il contrasto dei grigi è adeguato
- tutti i link sono raggiungibili senza bisogno dell' uso del mouse, tuttavia è difficile se non impossibile alcune volte capire su quale link o immagine cliccabili si è posizionati
- utilizzando un browser vocale le informazioni non sono equivalenti a quelle del browser grafico
- le informazioni se lette sequenzialmente non sono sempre in un ordine sensato
- per identificare i problemi si è provato variando le opzioni di visualizzazione del browser e usando browser vocali,tuttavia non si è fatto un test di conformità completo.

Sintesi:

Punti di forza:

- Pesantezza delle pagine del sito ragionevole e adatta a ogni tipo di connessione
- alta visibilità nei motori di ricerca
- alta popolarità
- l' usabilità resta garantita anche per utenti con problemi con la visione dei colori

Punti deboli:

- scarsa accessibilità per utenti con problemi visivi
- necessità di avere installato un flash player
- solo la chiave blockbuster da risultati con i motori di ricerca

3.7 Usabilità



Valutazione: 2

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

analisi:

I test sono andati a buon fine nel 96% dei casi, segno che complessivamente è garantita la fruizione del servizio per tutti – o quasi – gli utenti. La categoria di intervistati che ha incontrato le più grandi difficoltà sono quelli con una scarsa dimestichezza con internet, principalmente per la difficoltà di identificare immediatamente alcuni elementi cliccabili. Gli utenti più esperti riescono con facilità ad aggirare queste difficoltà, basandosi sull'esperienza, ma per un soggetto in particolare l'ostacolo è risultato insormontabile.

Inoltre risulta penalizzante l'uso notevole della lingua inglese, che rende faticosa la navigazione, soprattutto nei primi momenti, agli utenti che non la conoscono.

Il tempo necessario a svolgere i compiti assegnati agli utenti risulta soddisfacente per la maggior parte degli intervistati, mentre risulta elevato, e quindi insoddisfacente, per le categorie di utenti sopra evidenziate. Il disappunto è inoltre accresciuto dal fatto che il sito offre la possibilità di svolgere azioni quasi elementari, che non dovrebbero richiedere più di pochi istanti.

Il sito risulta abbastanza gradevole per gli utenti più esperti, che non si rendono nemmeno conto dei problemi che hanno invece infastidito le persone più inesperte o digiune di inglese.

La navigazione, secondo la stessa suddivisione, è apparsa piacevole e fluida per gli esperti, e a tratti scomoda per alcuni utenti.

Nessuno ha espresso in particolare pareri entusiastici o pessimi, tranne l'utente che si è smarrito durante uno dei test, che non ha gradito l'evento.

Sintesi:

punti di forza:

- semplicità strutturale

punti deboli:

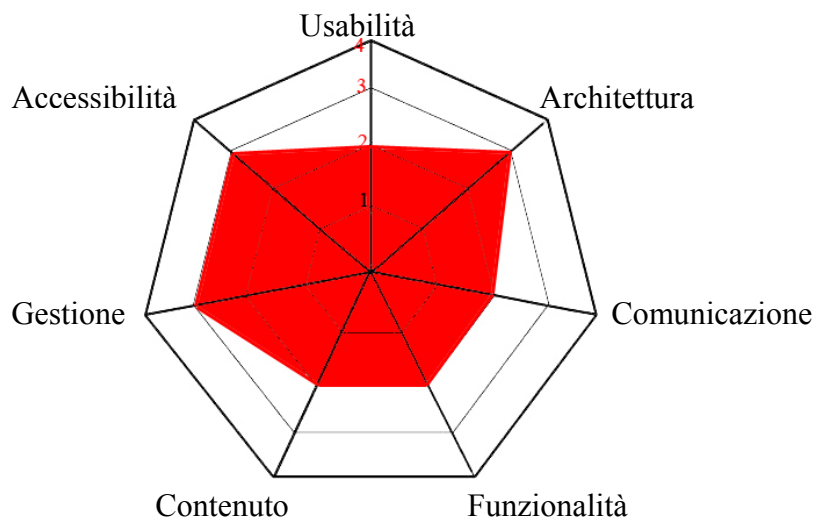
- alcune operazioni risultano ostiche per utenti inesperti
- l'uso della lingua inglese penalizza chi non la conosce

3.8 sintesi



Nella valutazione riassuntiva abbiamo effettuato la scelta di dare un peso basso ad architettura e accessibilità; ciò è dovuto alla natura del sito e alla sua estrema semplicità strutturale. Ciò che riveste un ruolo centrale in un sito come questo è invece il contenuto, che deve essere allettante e sempre aggiornato. Importante poi è che il sito sia molto facile e rapido da usare,

visto che difficilmente l'utente gradirà riservare sforzi eccessivi per la consultazione di argomenti frivoli.



Si può quindi notare che il sito, nelle aree per Blockbuster più preziose, appare mediamente sufficiente, risultando adeguato a svolgere il suo lavoro, anche se ciò viene fatto senza particolare valore aggiunto o senza che gli utenti sperimentino una particolare piacere di navigazione. C'è inoltre da dire che non è adeguatamente studiato per agevolare gli utenti inesperti, così che probabilmente un neofita, una volta consultato il sito, non ci tornerà'.

Allegato test usabilità

Test utente

Il test è stato effettuato proponendo alcuni compiti ad utenti di diverso tipo, cercando di scegliere azioni significative per il sito in analisi.

Nome	Titolo di studio	Età	Professione	Sesso	Grado di dimestichezza verso internet
Matteo	Terza media	15	studente	M	Elevato
Paolo	Laurea (umanistica)	32	imprenditore	M	Medio
Carla	Terza media	19	studente	F	Basso
Paola	itis	23	impiegato	F	Molto basso
Gianluca	Liceo scientifico	23	studente	M	Elevato

Risultati e analisi del test

Analisi e tempi delle domande

Segue l'elenco dei compiti assegnati agli utenti di prova:

- Prima domanda: **trovare il sito italiano di blockbuster**
- Seconda domanda: **Verificare l'esistenza a catalogo del film "Quel che resta del giorno"**
- Terza domanda: **Trovare il punto vendita più vicino alla propria abitazione**
- Quarta domanda: **cercare tutti i film disponibili a catalogo realizzati dal regista di "il settimo sigillo"**
- Quinta domanda: **verificare la disponibilità di uno dei film in "top ten" in un punto vendita della propria città**

Prima domanda: **trovare il sito italiano di Blockbuster**

Nome	Tempo impiegato	Commenti
Matteo	8"	Inserisce direttamente il nome corretto nel browser
Paolo	21"	E' lento a scrivere e inciampa nella tastiera, ma inserisce il nome corretto nel browser
Carla	40"	Inserisce la chiave "block baster " nel motore di ricerca.
Paola	1'11"	Scrive lentamente e seleziona

		erroneamente la pagina americana, che è la prima fornita dal motore di ricerca scelto
Gianluca	5''	Inserisce l'indirizzo corretto nel browser

Esito complessivo:

L' home page www.blockbuster.it è stata raggiunta da tutti gli utenti intervistati. Sono stati individuati due diversi approcci: gli utenti più esperti hanno inserito direttamente l' indirizzo corretto nella finestra del browser, raggiungendo istantaneamente la pagina richiesta.

Gli utenti meno esperti passano attraverso i motori di ricerca per individuare la pagina; Paola è risultata la peggiore, avendo seguito un procedimento farraginoso: la macchina utilizzata per il test ha come home page la pagina www.google.it, ma l' utente ha preferito raggiungere il motore di ricerca di www.yahoo.com, probabilmente seguendo un' abitudine radicata da tempo, per poi trovare tramite esso il sito desiderato. Yahoo, però, fornisce come primo risultato il sito americano, che è stato quindi erroneamente scelto. Dopo aver notato l'errore, Paola è tornata al motore di ricerca e ha selezionato la pagina corretta, che però si trova solo in sedicesima posizione, al limite della visibilità.

Carla ha sbagliato a scrivere il nome dell' azienda nel motore di ricerca, che ha fornito risultati non interessanti. L' utente ha mostrato un certo sgomento, poi si è accorto dell' errore, forse agevolato dalla comoda funzione di google che suggerisce una chiave stimata corretta. Carla clicca quindi sul link offerto dal motore e raggiunge il sito desiderato, evitando la nuova insidia della pagina americana.

Seconda domanda: **Verificare l' esistenza a catalogo del film "Quel che resta del giorno"**

Nome	Tempo impiegato	Commenti
Matteo	10''	Individua subito il form di ricerca, inserisce il nome completo e trova il film
Paolo	21''	Più lento ma efficace.

Carla	24"	Dopo alcuni tentennamenti, inserisce il nome del film nel form corretto
Paola	1' 02"	Clicca sul link "film", molto più evidente di "cerca"
Gianluca	13"	Individua subito il form di ricerca, inserisce il nome completo e trova il film

Esito complessivo:

la ricerca del film è risultata agevole e rapida per tutti gli utenti tranne uno, che risente della scarsissima confidenza con il web. Paola, infatti, clicca subito sul grosso bottone "film", molto evidente, e non nota il più specifico form "cerca". Si sofferma quindi a scorrere i contenuti della pagina così raggiunta, e dopo alcuni secondi nota finalmente il form, presente in tutte le pagine. Risulta evidente che, per chi non sappia cosa cercare, la finestrella "cerca" non è sufficientemente esplicativa della sua funzione.

Terza domanda : **Trovare il punto vendita più vicino alla propria abitazione**

Nome	Tempo impiegato	Commenti
Matteo	59"	Individua il tasto "videostore"; in pochi click raggiunge il risultato.
Paolo	1'05"	Non trova subito il bottone corretto
Carla	1'38"	La scarsa conoscenza dell'inglese rallenta la ricerca.
Paola	50"	Individua il tasto "videostore"; in pochi click raggiunge il risultato.
Gianluca	58"	Come Matteo

Esito complessivo:

Il risultato è stato raggiunto da tutti gli utenti, anche se più lentamente di quanto ci si potrebbe aspettare, sia per la facilità dell'operazione, sia per la buona realizzazione dei form che portano alla determinazione del punto vendita. Il collo di bottiglia pare essere proprio il bottone che porta alla funzione richiesta. E' piccolo e posto in una posizione discutibile, soprattutto per la scarsa omogeneità di contenuto rispetto ai suoi vicini "faq" e "site map". Altro fattore che ha rallentato l'operazione è causato dall'uso della lingua inglese, che limita fortemente gli utenti che non la conoscono, come Carla, che ha trovato il tasto quasi "per esclusione".

Quarta domanda : **cercare tutti i film disponibili a catalogo realizzati dal regista di "il settimo sigillo"**

Nome	Tempo impiegato	Commenti
Matteo	38"	Effettua correttamente la ricerca, ma non sceglie la strada più rapida
Paolo	48"	come sopra
Carla	59"	Esegue lo stesso procedimento dei precedenti
Paola	1'53"	Usa un procedimento farraginoso, ma arriva al risultato
Gianluca	30"	Sceglie la via più rapida, ma meno intuitiva

Esito complessivo :

il compito assegnato prevedeva di svolgere due ricerche, assegnate in modo che la chiave di ricerca per la seconda fosse fornita dal risultato della prima. Il sito offre buoni strumenti per effettuare ricerche di questo tipo, e tutti gli utenti sono riusciti nello scopo. Il tipo di compito mette in evidenza la

correlazione esistente tra dimestichezza con il web e efficienza nel compiere una operazione. Se questa correlazione fosse apparsa lassa, il sito in analisi avrebbe mostrato una usabilità maggiore. La correlazione però è abbastanza evidente, anche se non totale: l'utente meno esperto ha infatti ignorato gli elementi cliccabili presenti all'interno del testo, fornito come risultato alla prima delle due ricerche, riducendosi a reinserire manualmente il nome del regista appena scoperto nel form di ricerca. L'obiettivo è stato raggiunto, ma in modo poco confortevole.

Quinta domanda: verificare la disponibilità di uno dei film in "top ten" in un punto vendita della propria città

Nome	Tempo impiegato	Commenti
Matteo	55"	Segue il percorso più rapido
Paolo	1'04"	Segue il percorso corretto, ma non trova subito il link per la verifica della disponibilità
Carla	59"	Esegue lo stesso procedimento dei precedenti
Paola	2'53"	Non trova il link per la verifica della disponibilità. Inizia a vagare senza meta.
Gianluca	56"	Come il primo

Esito complessivo:

L'individuazione del link "top ten" non presenta alcun problema. A questo punto però, per due utenti, iniziano le difficoltà: il link che porta ai form per la verifica della disponibilità non è ben visibile. E' costituito da un piccolo ed equivoco bottone, non cliccabile, e dal testo recante l'indicazione, unico elemento cliccabile. Paolo ha visto il link corretto, ma dopo aver cliccato un paio di volte sul bottoncino, ha rinunciato per cercare altre vie. Ad un secondo passaggio, certo che il link fosse quello, ha riprovato con più attenzione.

Miglioramenti suggeriti:

- Alta priorità

1. il tasto "videostore" si trova in una posizione errata. E' poco visibile e la sua funzione non e' omogenea a quella dei vicini
2. alcuni elementi cliccabili sono poco evidenti. Il testo cliccabile è a volte sottolineato e a volte no. Come si e' visto, la cosa causa notevole confusione.
3. l'uso della lingua inglese, nonostante il sito sia localizzato per l'Italia, induce difficoltà in alcuni utenti. Occorrerebbe rivedere questa scelta, anche se probabilmente dovuta al brand image.

- Bassa priorità

1. Il rischio che un utente si trovi nella pagina americana senza alcuna indicazione su come trovare quella italiana e' non trascurabile
2. il form di ricerca e' poco evidente, soprattutto in confronto ai grossi tasti della fascia sinistra. Considerando che si tratta della funzione forse più utile del sito, si consiglia di renderla maggiormente evidente
3. gli abbinamenti cromatici andrebbero forse ribilanciati. Sia per l'eccessivo impatto visivo di alcuni accostamenti, sia per la scarsa visibilità del bianco sull'arancione.