

VALUTAZIONE DEL SITO WEB

www.nomatica.com



realizzata da:

Petitto Francesca matricola 042132

Rolla Elisa matricola 040725

Strazzullo Matteo matricola 041150

1. Obiettivi della valutazione

Nome del sito

www.nomatica.com

Home Page

The screenshot shows the Nomatica website home page. At the top, there is a navigation menu with categories like 'Fotografia', 'video', 'accessori', 'batterie', 'attache', 'telefonia', 'TV/cinema', 'HighTech', and 'cerchi'. A search bar is located below the navigation menu. The main content area features several promotional banners and product listings. One banner advertises 'EURO 2004' with a Samsung SGH-D199 phone for 456 € IVA incl. Another banner promotes 'AREA CLIENTE' for ordering spare parts. A 'Top Vendite' section lists various cameras like the Canon EOS 430 and Fujifilm S5600. The page also includes a 'Disponibilità' section with a disclaimer about product availability.

Requisiti generali del sito

Nomatica è un sito francese di commercio elettronico, il suo scopo è quello di presentare e vendere in linea dispositivi digitali, macchine fotografiche, videocamere, memorie e prodotti di alta tecnologia con i loro migliori accessori. Un sito con tali caratteristiche deve permettere ad una vasta categoria di utenti di poter effettuare acquisti e questo è lo scopo che si prefigge Nomatica. Gli utenti appassionati dovranno poter ottenere una vasta gamma di informazioni tecniche dettagliate sui dispositivi in vendita, mentre gli utenti poco esperti dovranno essere aiutati nella scelta del prodotto e le procedure di acquisto non dovranno essere troppo complicate e non dovranno richiedere troppo tempo (quest'ultima caratteristica dovrà valere per tutte le tipologie di utenti).

L'uso di un sito di e-commerce deve permettere a tutti, dai ragazzi che cercano sconti su internet fino alla persona adulta che non ha tempo per andare in un negozio ad acquistare il prodotto, di effettuare acquisti in modo pratico e veloce da casa, pagando secondo diverse modalità in base alle proprie esigenze e ricevendo il prodotto acquistato direttamente a casa, oppure inviarlo ad un'altra persona come regalo.

Il sito attrae i propri utenti grazie al prezzo dei prodotti, competitivi anche più degli attuali centri commerciali e di molti altri siti di commercio elettronico presenti in rete (provare per credere, è così che noi lo abbiamo conosciuto).

Il sito è disponibile in diverse lingue, abbiamo deciso di analizzare la versione italiana di [nomatica.com](http://www.nomatica.com).

Obiettivi della valutazione

Intendiamo compiere un check-up informale considerando il sito italiano, paragonandolo con quello degli altri paesi analizzando le sue funzioni principali.

Nel periodo in cui abbiamo svolto l'analisi Nomatica ha aggiornato l'home page cambiandone leggermente il layout, questo check-up riguarda la versione precedente.

La valutazione delle caratteristiche di qualità è stata fatta ad un buon livello di approfondimento osservando il sito in tutte le sue parti fondamentali.

2. Metodologia utilizzata

Il nostro team di valutazione è composto da tre studenti universitari; come linee guida abbiamo utilizzato il libro "il check-up dei siti web".

3. Risultati della valutazione

3.1 Architettura

Valutazione (1/5)

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

Analisi

Struttura:

La struttura del sito è adeguata?

Ricerca	Ricerca	Ricerca	Ricerca	Ricerca	Ricerca	Ricerca	Servizio post-vendita
Prodotti	Prodotti	Prodotti	Prodotti	Prodotti	Prodotti	Prodotti	Garanzie
Come scegliere?	Come scegliere?	Garanzie	Fate la vostra scelta	Come scegliere?	Garanzie	A casa	Informazioni
Garanzie	Un consiglio?	Servizio post-vendita	In particolare...	Garanzie	Servizio post-vendita	In ufficio	Il nostro impegno
Servizio post-vendita	Garanzie	Schede memoria	In generale	Servizio post-vendita	Video proiettore	Mentre passeggi	Informazioni legali
Marche	Servizio post-vendita	Cassette	Ottiche	Accessori	Lettoore DVD		Informazioni pratiche
Come scegliere?	Marche	Soluzioni di archiviazioni	Fate la vostra scelta	Dossier consigli	Schermi / televisori		Informazioni tecniche
Garanzie	Come scegliere?	Barra memoria per PC portatile	In particolare...				
Servizio post-vendita	Un consiglio?	Barra memoria per PC da tavolo	In generale				
Top vendite	Garanzie	Chiavi USB					
Accessori	Servizio post-vendita	Lettori ed adattatori					
Garanzie	Top vendite	DVD & CD					
Servizio post-vendita	Garanzie						
Pile ricaricabili	Servizio post-vendita						
Batterie	Acquisizione di immagini						
Flash	Scheda memoria						
Minitreppiede	Flash						

Treppiede
Custodia impermeabile
Custodia
Ottiche
Objecttifs
Accessori foto
Cavo
Lettore di schede
Docking station
Scheda memoria
Mini disk
Software
Telecomandi

Minitreppiede
Treppiede
Cavo
Telecomando
Objecttifs
Lettore di schede
Cassette
Batterie
Accessori video

**Le mie
preferenze
Dossier
consigli**

**Carte
memoria**

Come scegliere?
Un consiglio
Garanzie
Servizio post-vendita
Smart Media
Multimedia
Secure Digital
Memory Stick
XD-Picture
Card
Compact Flash
II

**Le mie
preferenze
Dossier
consigli**

Il sito ha una struttura molto profonda presentando al primo livello le categorie dei prodotti, al secondo si trova un'altra suddivisione specifica per ogni sezione, fino ad arrivare alla scheda tecnica del singolo prodotto.

Tale struttura non è puramente gerarchica, in quanto diverse pagine sono raggiungibili attraverso percorsi differenti.

Un esempio si ha nella home page dove viene presentato un banner che promuove un nuovo tipo di pagamento alla consegna e la pagina a cui si collega è raggiungibile con un click su di esso, ma la stessa si raggiunge con due click uno su "Informazioni clienti", l'altro su "Come pagare".

The screenshot shows the homepage of Nomatica.com. At the top left is the logo 'nomatica.com' with a dolphin icon. To the right are links for 'la mia spesa', 'il mio conto', 'contatti', and 'mappa del sito', along with a phone number '899 788 633'. A navigation menu below the logo includes 'homepage', 'fotografia', 'video', 'memorie', 'batterie', 'ottiche', 'telefonia', 'TV/cinema', 'HighTech', and 'servizi'. A search bar with 'ricerca rapida' and 'ricerca avanzata' options is located below the menu. A large banner in the center features the text 'Pagamento alla consegna disponibile gratis!' and a photo of a man. Below the banner are three main sections: 'Euro 2004' with a '> Entra <' button, 'I servizi Nomatica' with 'AREA CLIENTE' and 'Per avere delle risposte su', and 'Top Vendite' with 'DISPONIBILE' and 'FOTO'.

L'organizzazione a livelli sopra descritta, fa sì che le funzionalità di Nomatica arrivino al cliente in modo del tutto chiaro, semplice e diretto, grazie anche alla facilità di comprensione dei termini utilizzati.

Una nota negativa del sito è la presenza di sovrapposizioni di contenuto fra le voci che fanno parte del primo livello di navigazione (fotografia, video, memorie, batterie, ottiche, telefonia, TV/cinema, HighTech, servizi) e il menù a fondo pagina.

Per di più non si capisce quale sia la differenza tra "Informazioni consumatori" e "Informazioni clienti" in quanto i link portano alla stessa pagina.

nomatica.com

la mia spesa | contatti
il mio conto | mappa del sito
899 788 633 (0,10 € / risp+0,25 € / min)

homepage | fotografia | video | memorie | batterie | ottiche | telefonia | TV/cinema | HighTech | servizi

ricerca rapida : OK | ricerca avanzata

piu' esperti fotografi... C-310 z
[scopri la gamma](#)

Disponibilità

Data la grande richiesta dei prodotti disponibili il sito non è sempre aggiornato in tempo reale. Per essere sicuri della disponibilità dei prodotti in magazzino non esitate a contattarci telefonicamente dalle 9:30 alle 18:00 allo 899 788 633.

ottimale, mentre Smart Picture offre la comodità di impostazioni ideali, personalizzate e predefinite. Lo zoom digitale consente un'elevata risoluzione per primi piani stupendi. Sistema di spegnimento intelligente per il massimo risparmio di energia.

105 € Iva incl.

541 euro Iva incl. 728 euro Iva incl.

* Vedere le condizioni d'applicazione

homepage | fotocamera digitale | videocamera digitale | supporti di memoria | TV/cinema | telefonia | altro |
informazioni consumatori | menzioni legali | la mia spesa | il mio conto | contatti | Mappa del sito | ricerca avanzata | chi siamo ? |

THAVTE | FIA-NET.com

Prezzi, testi e immagini non contrattuali e suscettibili di modificazione senza preavviso
Nomatica S.A - BP 53393 - 31133 Balma cedex - Tel : 899 788 633- Fax : 0033 561 755 053 - RCS de Toulouse 429 163 702 Copyright © 2004 Nomatica

La funzione di ricerca avanzata è presente tre volte all'interno dell'home page de è poco chiara l'utilità di questa scelta in quanto il menù posto in testa alla pagina è fisso, quindi l'utente ha sempre a disposizione sia la funzione di "Ricerca rapida" che di "Ricerca avanzata". Rimanendo nella home page si trova un link "Leggi ..." di cui non si capisce lo scopo (nella nuova versione dell'home page è stato inserito un box "Info" con una serie di link più chiari ed immediati al posto di "Leggi...")

nomatica.com

informazioni clienti | la mia spesa | contatti
il mio conto | mappa del sito
899 788 633 (0,10 € / risp+0,25 € / min)

homepage | fotografia | video | memorie | batterie | ottiche | telefonia | TV/cinema | HighTech | servizi

ricerca rapida : OK | ricerca avanzata

n1 in Francia e in Europa delle vendite online
digital Foto e video digitale

I prezzi più bassi
La più vasta gamma

Ricerca

OK
ricerca avanzata

Leggi...

Pagamento alla consegna gratis!
disponibile

360°
demo video

homepage | fotocamera digitale | videocamera digitale | supporti di memoria | TV/cinema | telefonia | altro |
informazioni consumatori | menzioni legali | la mia spesa | il mio conto | contatti | Mappa del sito | **ricerca avanzata** | chi siamo ? |

Sistema di pagamento sicuro

THAVTE | FIA-NET.com

Prezzi, testi e immagini non contrattuali e suscettibili di modificazione senza preavviso
Nomatica S.A - BP 53393 - 31133 Balma cedex - Tel : 899 788 633- Fax : 0033 561 755 053 - RCS de Toulouse 429 163 702 Copyright © 2004 Nomatica

Mappa del sito:

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

Il sito possiede un link "mappa del sito" sempre accessibile dal menù fisso, ma che non è in grado di dare un'idea dell'organizzazione generale delle pagine.

La mappa contiene alcune voci riguardanti la presentazione della società, del servizio offerto e un lungo elenco di tutti i prodotti disponibili, occupando così molte schermate, quindi un suo improbabile utilizzo comporterebbe grandi scorrimenti sulla barra verticale.

Purtroppo, questo tipo di struttura, non risponde agli obiettivi che una mappa deve soddisfare, in quanto non descrive correttamente il sito in tutte le sue parti, ma sembra più essere un listino prodotti che uno strumento di orientamento per l'utente.

MAPPA DEL SITO NOMATICA

					
	FOTOCAMERA DIGITALE	VIDEOCAMERA DIGITALE	VIDEOPROIETTORI	LETTORI DVD	ALTRI
Home page					
contattaci	SX-210M 01/04/2002 SX-330 Z 01/04/2002 SX-410 Z 01/04/2002	CANON DM-MV1 MV10 01/10/1998 MV100 01/04/1998 MV20 01/05/1999 MV200 01/11/1999 MV200i 01/11/1999 MV20i 01/05/1999 MV3 01/09/2000 MV3 MC 01/11/2000 MV30 01/04/2000 MV300 01/04/2000 MV300i 01/04/2000 MV30i 01/04/2000 MV3i 01/09/2000 MV3i MC 01/11/2000 MV4 01/09/2001 MV4 MC 01/10/2001 MV400 01/05/2001 MV400 i 01/04/2001 MV430 01/04/2001 MV430 i 01/04/2001 MV450 i 01/03/2001 MV4i 01/09/2001 MV4i MC 01/10/2001 MV5 10/06/2002 MV500 20/02/2002	3M MP 7640i MP 7640i MP 7720 MP 7730 MP 7740 MP 7740 i MP 7750 MP 8649 MP 8747 MP 8749 MP 8765 MP 8775 i S10	DVD 1710 DVD 1810 DVD 6028 Elyxio 3201S Elyxio 3202S Elyxio 3203S L-DVD Multizone PDVD 8028 PTDVD 768 PTDVD 768	Accessori binocoli Accessori foto Accessori per Cellulare Accessori per registratore Accessori per Stampante Accessori per Videoproiettore Accessori scanner Accessori video Accumulateurs Acquisizione d'immagine Barra Memoria Batterie Buono Acquisto Cartuccia Cassette Cavo Chiave USB Custodia Custodia impermeabile Docking station DVD & CD Flash
Chi siamo ? Il nostro impegno Menzioni legali Vita privata	AGFA CL-18 01/06/2000 CL-20 01/10/2000 CL-22 01/12/2000 CL-30 01/11/1999 CL-30 CHK! 01/03/2000 CL-34 01/02/2001 CL-45 01/08/2001 CL-50 X 01/03/1999	ePhoto 1280 01/12/1998 ePhoto 1680 01/10/1998 ePhoto 780c 01/10/1999		ATACOM DV967	
Servizio post-vendita garanzia Callcenter costruttori	AIPTEK Mini PenCam 1.3M 29/10/2002 Pencam 16 bit 01/11/2000 PenCam 400 VGA PenCam 64 Bit/8MB PenCam Pilot 2.1M		CANON Home LV-5110 LV-5110 LV-5200 LV5210 LV-7105 LV-7210 LV-7215 LV-7320 LV-7325 LV-7340	CYBERHOME DVD 402S	HB DIVX 6526 DP-70 DR-900 DV 2434 DVD 4455 Silver DVD 5415 Silver
ricerca Lessico foto Lessico video					

Navigazione: la navigazione del sito è adeguata?

nomatica.com ha una rappresentazione a forma di schedario.

Le pagine di primo livello, compresa la home-page, sono raffigurate come delle cartellette e ciascuna di essa è identificata da una linguetta sporgente e da un titolo di riferimento (categoria del prodotto).

Quando si clicca su una linguetta la pagina corrente si sposta in primo piano e la linguetta cambia colore da azzurro a blu, così pure l'etichetta da bianca a un colore tra il giallo e l'arancione.

Lo schedario è disposto in testa alle pagine in linea orizzontale, consentendo agli utenti una navigazione globale (■); un sottomenù, che varia da sezione a sezione, posto sotto alle linguette di primo livello permette una navigazione locale (■). Nella zona centrale della pagina sono inseriti i contenuti nei quali troviamo numerosi collegamenti che portano a pagine che descrivono in termini tecnici i prodotti, costituendo così la navigazione contestuale(■).

Questo tipo di organizzazione, di immediata e facile comprensione, aiuta e orienta l'utente durante la navigazione mostrandogli con chiarezza la sua posizione all'interno del sito; purtroppo in alcuni casi si sono riscontrate delle incongruenze.

Il sito per l'orientamento utilizza, male e non in modo costante, anche altri due strumenti:

- il titolo, che compare a volte nelle pagine ripetendo lo stesso concetto scritto nella linguetta dello schedario con termini differenti (nota non positiva in quanto l'utente potrebbe confondersi o addirittura pensare di essere nella sezione sbagliata);
- i breadcrumb, presenti in alcune schermate per indicare il percorso effettuato a partire dalla home-page; rileviamo due difetti:
 - le parole non sono cliccabili, ciò impedisce all'utente di andare a ritroso;
 - il percorso è descritto con parole diverse rispetto a quelle utilizzate nel menù principale.

Se si osserva attentamente il sito si può notare che in fondo a quasi tutte le pagine è presente un altro menù orizzontale, contenente voci di svariato genere, alcune delle quali sono già presenti in altre parti della medesima schermata.

Questi link spesso non funzionano e sono identificati con delle etichette diverse da quelle usate in altre pagine per indicare lo stesso collegamento e non sono sempre in italiano.

Infine si osserva che, nel complesso la navigazione è fluida con l'assenza di strade senza ritorno, ma se si passa da una pagina di primo livello ad un'altra e si utilizza il tasto "Indietro" del browser, si nota che cambia la pagina dei contenuti ma non la barra del sottomenù utilizzato per la navigazione locale; questa pecca può confondere l'utente nella navigazione.

The screenshot shows the website interface for nomatica.com. At the top, there is a navigation bar with the logo and several utility links: "la mia spesa", "contatti", "il mio conto", "mappa del sito", and "informazioni clienti" with a phone number "899 788 633 (0,10 € / risp+0,25 € / min)". Below this is a main menu with categories like "fotografia", "video", "memorie", "batterie", "ottiche", "telefonia", "TV/cinema", "HighTech", and "servizi". A secondary menu includes "ricerca", "prodotti", "marche", "top vendite", "accessori", "carte memoria", "le mie preferenze", and "dossier consigli".

The main content area features a yellow-bordered box containing a product filter interface. On the left, there are line drawings of a camera and a lens. To the right, a dropdown menu is open, showing options: "per prezzo", "per marca", "disponibile", and "per tipo". Below the dropdown, a section titled "SELEZIONE PER PREZZO" lists four price ranges: "meno di 300 Euro", "tra 300 e 600 Euro", "tra 600 e 1200 Euro", and "piu' di 1200 Euro". Below the list, it says "Tutti gli apparecchi fotografici digitali".

At the bottom of the page, there are two horizontal navigation bars. The first bar contains links: "homepage | foto | video | Supporto di memoria | batterie | ottiche | stampa foto | TV/Cinema | telefonia | HighTech | servizio post vendita |". The second bar contains: "informazioni consumatori | condizioni generali di vendita | la mia spesa | il mio conto | contatti | Mappa del sito | ricerca avanzata |".

Sintesi

+ Punti di forza:

- L'organizzazione delle informazioni a schedario facilita l'utente nel trovare ciò che gli occorre e ad orientarsi durante la navigazione;
- Presenza della navigazione globale, locale e contestuale;
- Il menù fisso posto in testa alla pagina con link accessibili in ogni momento della navigazione, contenente link fondamentali per un sito di e-commerce come "la mia spesa", "il mio conto" e "informazioni clienti" risulta essere un punto di riferimento per l'utente.

- Punti di debolezza:

- La mappa del sito non rappresenta la struttura reale del sito;
- Presenza di link con etichette diverse ma che conducono alla stessa pagina;
- Un numero non indifferente di link è spezzato;
- Strumenti per l'orientamento non efficienti;
- Presenza di un doppio menù fisso in testa e in coda alle pagine.

3.2 Comunicazione

Valutazione (3/5) 

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

Analisi

Home page:

La home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

Questo sito non ha un marchio conosciuto, quando si accede alla home page viene presentato il logo della società ma questo da solo non permette all'utente di comprendere subito gli obiettivi che il sito si propone.



Per far capire al visitatore gli intenti in molti siti anche famosi (vedi Ebay, Virgilio, Volendo ecc...), viene posto uno slogan vicino al marchio aziendale; qui è stata aggiunta all'interno della home page una frase, forse composta da troppe parole per essere uno slogan che dovrebbe essere immediato per l'utente, ma che esplicita molto chiaramente gli scopi del sito senza falsa modestia (ovviamente non possiamo sapere se ciò corrisponde a verità). Secondo noi però, sarebbe stato più efficace porre lo slogan vicino al logo.

Altro indizio che può portare l'utente a capire che questo sia un sito di e-commerce è il carrello con la scritta "la mia spesa" e la chiave con la scritta "il mio conto", anche se questi non danno informazioni sul tipo di prodotti commercializzati. Queste informazioni però sono acquisibili tramite le etichette dello schedario.



In questo modo un utente che accede al sito capisce abbastanza in fretta se ha trovato il sito che fa per lui oppure se è meglio "cambiare aria".

Brand Image:

Il sito è coerente con la brand image?

Questa azienda non possiede un brand consolidato, proprio per questo motivo il sito deve essere la fonte primaria per affermarla e renderla famosa. Sicuramente ci ha pensato chi ha realizzato il sito mettendo il logo dell'azienda in alto a sinistra fisso in ogni pagina, rafforzandolo con il nome della società.

Questa soluzione poteva essere migliore (come già fatto notare), se lo slogan fosse stato posto più vicino al logo dell'azienda, in tal modo sarebbe saltato all'occhio immediatamente.

L'utilizzo di un logo raffigurante un delfino non c'entra molto con il commercio elettronico e con la tecnologia, però è una scelta accattivante rafforzata ancor di più dai colori scelti per la sua realizzazione, una scala di blu e azzurri che permette una visione rilassata persistente in tutte le pagine e che rafforza la brand image dell'azienda.

Grafica:

La grafica del sito è adeguata?

- **Layout:**

Il layout delle pagine è adeguato ai vari formati video?

Il sito non suggerisce nessuna risoluzione privilegiata che permetta di ottenere una visualizzazione ottimale delle pagine, ma con una risoluzione 800 x 600 viene correttamente visualizzato senza richiedere scorrimenti orizzontali che risultano essere molto fastidiosi durante la navigazione.

Non è un sito costruito con un layout liquido né semiliquido, lo si è testato alle diverse risoluzioni più diffuse (1600 x 1200, 1024 x 768, 800 x 600) e le pagine non riempiono tutto lo spazio disponibile anzi, alla risoluzione massima con cui abbiamo eseguito il test, le pagine si spostano verso sinistra lasciando un grande spazio bianco inutilizzato sulla destra ma (nota positiva) senza richiedere scorrimenti orizzontali.

Per le visualizzazioni a risoluzioni maggiori (da 1024 x 768 in su) non è stato adottato alcun tipo di accorgimento grafico:

- le pagine non sono state centrate, come si può notare dalle immagini mostrate in figura, alle alte risoluzioni esse appaiono sempre tutte spostate verso l'angolo in alto a sinistra;
- non sono stati espansi gli elementi grafici cercando di occupare tutto lo spazio disponibile.

Anche se si naviga con un monitor a risoluzione 800 x 600, l'utente per scorrere interamente le pagine deve utilizzare molto la barra di scorrimento verticale come ad esempio nelle pagine che propongono tutte le camere digitali di una certa marca. La scelta di un layout fisso non è però da disprezzare, infatti l'uso di un layout liquido per pagine con molte immagini può risultare complesso da realizzare e per gli scopi del sito forse non sarebbe stato nemmeno necessario, anche se qualche accorgimento di quelli elencati precedentemente non avrebbe guastato. Dover scorrere molto la pagina che stiamo visualizzando per analizzare tutto il suo contenuto potrebbe non invogliare l'utente ad avventurarsi nella navigazione e questo significherebbe perdere un potenziale acquirente.

nomatica.com utilizzando una risoluzione 1600 x 1200

nomatica.com

la mia spesa | il mio conto | contatti | informazioni clienti | mappa del sito | 899 788 633 (0,10 € / rtp+0,25 € / min)

homepage | fotografia | video | memorie | batterie | ottiche | telefonia | TV/cinema | HighTech | servizi

ricerca rapida | OK | ricerca avanzata

in Francia e in Europa delle vendite online digital Foto e video digitale

I prezzi più bassi La più vasta gamma

SPEDIZIONE GRATUITA*
*per i soli prodotti con pacco convenienza

360°

Euro 2004
Entra <
euro 2004
Telefonino
Samsung SGH-D410
456 € IVA incl.
Vedi la gamma Samsung

I servizi Nomatica
AREA CLIENTE
Per avere delle risposte su come ordinare!
IMPRESA
Come ordinare con Partita IVA!
AREA RIVENDITORI
Come diventare rivenditore?
Lettore DVD Panasonic DMR-E55
396 € Iva incl.

Top Vendite
DISPONIBILE
FOTO
Canon Ixus 430 | Fujifilm S5000
366 euro Iva incl. | 314 euro Iva incl.
Nikon Coolpix 775 | Sony DSC-P8
251 euro Iva incl. | 256 euro Iva incl.
VIDEO
JVC GR-DVP9 | Sony DCR-PC109
902 euro Iva incl. | 886 euro Iva incl.

Disponibilità
Data la grande richiesta dei prodotti disponibili il sito non è sempre aggiornato in tempo reale. Per essere sicuri della disponibilità dei prodotti in magazzino non esitate a contattarci telefonicamente dalle 9.30 alle 18.00 allo 099 788 633.

* Vedere le condizioni d'applicazione

La pagina ci appare tutta spostata verso sinistra, con una visualizzazione a tutto schermo è però possibile navigare all'interno della home-page senza usare barre di scorrimento.

nomatica.com utilizzando una risoluzione 1024 x 768

The screenshot displays the homepage of nomatica.com. At the top, there is a navigation bar with links for 'la mia spesa', 'contatti', 'il mio conto', 'mappa del sito', and a phone number '899 788 633'. Below this is a secondary navigation bar with categories like 'fotografia', 'video', 'memorie', 'batterie', 'ottiche', 'telefonia', 'TV/cinema', 'HighTech', and 'servizi'. A search bar is located on the left. The main content area features a large banner for 'n1' with the text 'in Francia e in Europa delle vendite online digital Foto e video digitale' and 'I prezzi più bassi La più vasta gamma'. Below the banner is a 'Pagamento alla consegna gratis!' promotion. The page is divided into three main columns: 'Euro 2004' with a soccer ball image, 'I servizi Nomatica' listing 'AREA CLIENTE', 'IMPRESE', and 'AREA RIVENDITORI', and 'Top Vendite' displaying a grid of camera products including Canon Ixus 430, Fujifilm S5000, Nikon Coolpix 775, and Sony DSC-P8 with their respective prices.

La pagina è sempre spostata verso sinistra mentre a destra viene lasciato spazio bianco inutilizzato, inoltre per scorrere l'intera pagina è necessario utilizzare la barra verticale.

nomatica.com utilizzando una risoluzione 800 x 600

The screenshot shows the homepage of nomatica.com. At the top, there is a navigation bar with the logo and various menu items. Below this is a search bar and a promotional banner for 'n1' with a 'Pagamento alla consegna gratis!' offer. The main content area is divided into three columns: 'Euro 2004', 'I servizi Nomatica', and 'Top Vendite'. The 'Top Vendite' section lists two cameras: Canon Ixus 430 and Fujifilm S5000. A vertical scrollbar is visible on the right side of the browser window.

Notiamo come non vi siano spazi bianchi inutilizzati ma anche quanto si debba fare uso della barra di scorrimento verticale per visualizzare l'intero contenuto della home page.

- **Gestalt:**
Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti ?

Partendo dall'home page si nota subito un menù fisso posto nella parte superiore, tale menù permette di raggiungere ogni categoria molto facilmente e consente di avere sempre un punto di riferimento all'interno di ogni pagina. Le sezioni sono ben distinte, si va dalla fotografia, ai video, alle memorie e così via; un utente che entra e si trova davanti questo menù non dovrebbe avere problemi nel trovare quel che cerca, utilizzando direttamente il menù di primo livello e le sue sottosezioni. Inoltre l'utente può facilmente capire la posizione in cui si trova all'interno del sito perché la sezione e sottosezione attuali vengono scritte in arancione. Semplice è anche raggiungere le pagine relative alle lingue dei vari paesi cliccando sulle bandierine a destra nel menù.

This is a close-up view of the website's header. A red box highlights the navigation area, which contains the 'nomatica.com' logo, a search bar, and a row of menu items: 'homepage', 'fotografia', 'video', 'memorie', 'batterie', 'ottiche', 'telefonia', 'TV/cinema', 'HighTech', and 'servizi'. To the right of the menu items is a row of country flags.

La home page non ha una vera e propria Gestalt, o meglio potrebbe essere notevolmente migliorata. I diversi contenuti del sito vengono riassunti nella pagina iniziale, attraverso le varie sezioni possiamo avere informazioni dei prodotti più venduti, le ultime novità delle diverse categorie (cellulari, lettori DVD ecc...) e alcune informazioni sui servizi offerti dall'azienda. Nota stonata di questa suddivisione è la categoria "Euro 2004", essa potrebbe trarre in inganno l'utente in quanto non ci si aspetta che con un click su questo link si trovino delle offerte di prodotti che con il titolo, ad intuito, non c'entrano niente. Seppure la divisione in categorie è apprezzabile, forse l'impostazione grafica non dà all'utente quel senso di linearità e logicità che un sito dovrebbe avere.

The screenshot shows a website layout with a grid of blue-bordered sections. The 'Euro 2004' section at the top left is highlighted with a red border. Below it are sections for 'Telefonino' (Samsung SGH-D410), 'La nuova gamma OLYMPUS' (Olympus C-160), and 'Disponibilità'. To the right is a 'I servizi Nomadica' section with sub-sections for 'AREA CLIENTE', 'IMPRESE', and 'AREA RIVENDITORI'. Below that is a 'Lettore DVD Panasonic DMR-E55' section. On the far right is a 'Top Vendite' section, which is also highlighted with a red border. It is divided into 'FOTO' and 'VIDEO' sub-sections, each displaying two camera models with their prices. The 'FOTO' section lists Canon Ixus 430 (355 euro) and Fujifilm S5000 (314 euro). The 'VIDEO' section lists JVC GR-DVP9 (902 euro) and Sony DCR-PC109 (853 euro). A large empty space at the bottom of the grid is also highlighted with a red border.

Le varie categorie sono suddivise in riquadri caratterizzate da un titolo con scritta bianca su sfondo blu (notiamo il collegamento colore con il resto del sito) che fa ben capire di che cosa si parlerà in quella determinata sezione. Forse questi riquadri non balzano subito all'occhio di un navigatore e quindi sarebbe stato meglio caratterizzare ogni categoria con un diverso colore. Probabilmente la scelta (apprezzabile) è stata quella di utilizzarne uno solo per rafforzare la brand image.

Inoltre i vari riquadri non hanno un allineamento vero e proprio, ciò rende poco estetica la pagina e non sfrutta a pieno lo spazio che viene visualizzato a monitor. Tale scelta però non deve essere criticata: forse meglio lasciare delle parti in bianco piuttosto che aggiungere cose che realmente non servono a chi naviga ma tendono solo a distrarlo.

Se ci addentriamo nelle singole sezioni il prodotto presentato viene trattato con un breve articolo che permette all'utente di capire di che cosa si tratta, un'immagine (o una serie di immagini se si tratta di più prodotti) per presentarlo già da subito, infine se l'utente risulta interessato dopo questa introduzione può cliccare e accedere ad una pagina che fornisce ulteriori informazioni. Questa sembra proprio una buona scelta anche se forse gli articoletti introduttivi potrebbero essere più brevi, quel tanto che basta per incuriosire l'utente.

Telefonino

Samsung SGH-D410

Il SGH-D410 fa parte della serie di telefoni Sliding-Up ed è un modello che si segnala per l'ampio display da 2" e oltre 262.000 colori. In più, realizza filmati fino a 40 secondi di durata...



456 € IVA incl.

[Vedi la gamma Samsung](#)

Per quanto riguarda gli inserti pubblicitari ve ne sono tre, si trovano tutti nella home page e sono tutti relativi ad informazioni sulle caratteristiche del sito; uno riguarda le modalità di pagamento, gli altri due la possibilità che dà il sito di visualizzare molti prodotti a 360° (tramite il software QuickTime), quindi vederli come se fossimo in un negozio ad effettuare l'acquisto, oppure visualizzarli attraverso un video che ci permette di vedere il prodotto non solo attraverso una foto statica.

Questi tre banner non disturbano molto la comprensione delle pagine; per renderli più comprensibili e gradevoli potevano essere dimensionati in maniera diversa e posizionati in altri punti, chiarendo meglio l'utilità di quelli più piccoli (infatti nei test svolti nessun utente li ha notati).

Pagamento alla consegna
disponibile **gratis!**



360°



- **Colore:**
Il colore è utilizzato in modo adeguato?

Il colore nella pagine di questo sito è coerente e impiegato senza abusarne: si nota a prima vista una netta predominanza dell'azzurro e delle sue sfumature fino al blu, lo sfondo delle pagine è invece bianco e le scritte principalmente nere, azzurre scuro e arancione. Questa scelta sembra dare ragione agli sviluppatori, infatti la navigazione e la lettura delle varie pagine non risulta né pesante né stancante.

Come già detto non sono utilizzati molti colori, predomina l'azzurro per restare in linea e in accordo con il delfino logo dell'azienda.

Corretta, come già fatto notare nell'analisi precedente, la scelta di usare l'arancione per evidenziare la posizione dell'utente all'interno del sito e il blu scuro per evidenziare la sezione e il menù di secondo livello.

nomatica.com

la mia spesa | contatti
il mio conto | mappa del sito
899 788 633 (0,10 € / risp+0,25 € / min)

homepage | **fotografia** | video | memorie | batterie | ottiche | telefonia | TV/cinema | HighTech | servizi

ricerca | **prodotti** | marche | top vendite | accessori | carte memoria | le mie preferenze | dossier consigli

fotocamera digitale • BN Stock (111 prodotti selezionati)

	PREZZO NOMATICA IVA incl. (IVA 20%)	EUR	Lire	
AIPTEK Mini PenCam 1.3M (2 anni di garanzia) - Sensore Pixels 1.3 Mpixels Scheda tecnica dettagliata & accessori	Mini PenCam 1.3M disponibilità : disponibile	57	110737	
	Aiptek Mini PenCam 1.3M + Custodia Nomatica NM-HR Nera da inserire nelle mie preferenze	86	167076	

Le pagine interne al sito sono caratterizzate anche loro da una dominante azzurra, lo sfondo delle pagine rimane sempre il bianco e le scritte presenti nella pagina usano il colore nero per il testo normale, mentre i link sono di colore azzurro.

Nella scheda riassuntiva dei prodotti il prezzo (dato molto importante per un sito di e-commerce) viene indicato con un blu più scuro che lo fa risaltare bene. Risalta il dato sulla disponibilità di un prodotto attraverso la scelta di colori differenti, purtroppo in alcuni casi i colori usati si sovrappongono:

- l'arancione per il riapprovvigionamento **in riapprovvigionamento;**
- l'arancione per la continua ordinazione **in continua ordinazione;**
- il verde per la disponibilità **disponibile;**
- il viola in pre-ordinazione **in pre-ordinazione;**
- il blu su ordinazione **su ordinazione.**

Forse l'uso del rosso per un prodotto non disponibile (definito come prodotto in riapprovvigionamento) sarebbe stata una scelta più corretta, in quanto l'arancione fa pensare ad un prodotto che sta per terminare. Il carrello relativo agli acquisti è anch'esso di colore verde e richiama bene il link "la mia spesa"; il verde utilizzato per indicare prodotto disponibile non dovrebbe creare molti problemi di associazioni colore/azione all'utente con il verde del carrello acquisti ().

Purtroppo viene utilizzata una stessa immagine sia per indicare la disponibilità di un prodotto, sia per indicare la funzione che permette di paragonare i prodotti.

da inserire nelle mie preferenze

vedere i paragoni

vedere gli apparecchi comparabili disponibili

Dossier foto
lessico foto
selezione

	PREZZO NOMATICA IVA incl. (IVA 20%)	EUR	Lire	
AIPTEK Mini PenCam 1.3M (2 anni di garanzia) - Sensore Pixels 1.3 Mpixels Scheda tecnica dettagliata & accessori	Mini PenCam 1.3M disponibilità : disponibile	57	110737	
	Aiptek Mini PenCam 1.3M + Custodia Nomatica NM-HR Nera da inserire nelle mie preferenze	86	167076	

La pagina in cui si accede allo stato del proprio carrello visualizza un carrello di colore viola che non è in sintonia con il colore di tutti gli altri carrelli utilizzati nel sito; unico collegamento che ci viene in mente (e a cui gli sviluppatori possono aver pensato, se ci hanno pensato) è quello con il colore della pre-ordinazione da parte di **Nomatica**, ma la cosa ci sembra molto forzata, poco intuitiva e molto improbabile.

Nella scheda riassuntiva del prodotto selezionato vengono presentati oltre al prodotto stesso anche altre offerte di cui l'utente può usufruire: queste sono state scritte con un colore arancione che si distacca bene dal prodotto principale ricercato dall'utente; segue una descrizione del prodotto con titolo in arancione. In questa parte la scelta dei colori è stata forse più estetica che basata sulle esigenze dell'utente, infatti l'uso di questi colori non permette di avere una netta separazione delle diverse sezioni presenti nella stessa pagina. La sezione "COMPARARE !" ha il proprio titolo scritto in arancione quindi viene mantenuta una certa consistenza di uso del colore con la sezione "DESCRIZIONE DEL PRODOTTO", ma questa scelta non permette una netta separazione delle parti.

La scheda tecnica dettagliata del prodotto scelto viene proposta in una tabella, dove le varie voci principali sono separate attraverso un colore di sfondo che si alterna tra il grigio chiaro/grigio scuro, ma le voci sottostanti a quelle principali sono tutte su sfondo grigio chiaro, mentre le caratteristiche principali (quelle cioè che interessano di più all'utente medio che decide di acquistare per esempio una camera digitale) sono messe in evidenza attraverso un colore di sfondo arancione e scritta in colore nero marcato. Questa soluzione è sicuramente corretta, l'uso di un colore arancione si stacca dalla freddezza dell'azzurro che predomina in tutte le pagine, e riesce ad indirizzare l'attenzione dell'utente sui contenuti più importanti della tabella.

L'uso dei colori è quindi abbastanza corretto ed efficace per la comprensione dei contenuti, non si eccede mai nella quantità dei colori presenti cosa che potrebbe distrarre l'utente che invece vuole solamente trovare informazioni su un prodotto ed acquistarlo. La presenza di non più di cinque o sei colori, tenendo conto del fatto che nessuno di questi tranne l'azzurro compare in quantità elevata, permette alle diverse pagine del sito di apparire poco complesse, di facile utilizzo e comprensione.

Il colore scelto per lo sfondo è il bianco, soluzione che pare a noi corretta e l'uso dell'azzurro permette al sito di non avere un'apparenza aggressiva ad un utente che si collega.

COMPARARE !
 Paragonare Pentax Optio 33LF con gli apparecchi seguenti : Kodak CX7330, Ricoh Caplio G4, Ricoh Caplio G4 wide, Olympus C-360 Z, Sony DSC-P72, Olympus C-310 Z, Nikon Coolpix 3100, Pentax Optio 33L, Nikon Coolpix 3200, Epson PC L300.

voir les appareils comparables en stock

INFORMAZIONI

scheda tecnica Accessori forniti	Accessori opzionali Maggiori informazioni e analisi dettagliata	Apparecchi allo stesso prezzo +/- 7% Apparecchi dello stesso produttore Appareils comparables en stock
---	--	--

Pagamento sicuro garantito al 100%


SCHEDA TECNICA PENTAX OPTIO 33LF		
PIXELS...	Sensore Pixels	CCd 1/2.5" - 3.34 Megapixels - 3.2 Megapixels (effective)
	Immagine Pixels	2048 x 1536, 1600 x 1200, 1024 x 768, 640 x 480 pixels
OTTICA	Zoom Ottico	3 x
	Zoom Digitale	2.7 x
	Lunghezza focale	F2.8-F4.8 equiv 38-114 mm
	Distanza e modalità macro	Auto TTL, Modo normale : da 0.4 m a infinito, Modo macro : da 0.1 m a 0.5m
	Mirino	ACL TFT 1.6" - 72 000 pixels ,
	ISO equiv.	auto/100/200/400
	Velocità dell'otturatore	4 s - 1/2 000 s orientabile
	Flash	Integrato, Auto, on/off, Riduzione occhi rossi
MEMORIA	Tipo di memoria	Secure Digital, Multimedia Card
	Formato file	JPEG (Exif 2.2), DCF, DPOF, AVI
	Numero d'immagini memorizzabili	vedi scheda
CONNESSIONI	Uscita video	PAL / NTSC
	Interfaccia	USB, TV
	Compatibilità a PC, Mac?	Mac & PC compatible
DIMENSIONI	Dimensioni	108.5 x 64.5 x 41.5 mm / 48% del volume standard
	Peso	180g / 62% del peso medio
	Alimentazione	2 Pile AA, Lithium, Alcaline, Nickel, NiMH, 1xCR-V3 , Adattatore di rete
FUNZIONI	Scatto a raffica	Si
	Modalità video	Si
ACCESSORI FORNITI	<ul style="list-style-type: none"> • Cavo USB • Cavo A / V • Tracolla • 2 Pile AA Alk. • Cd-rom con Software • Pentax optio 33LF 	

Come sarà meglio descritto nelle fasi successive, le pagine del sito sembrano essere ben visibili anche da parte di utenti daltonici.

• **Tipografia:**
I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

La scelta implementativa dei progettisti è stata quella di congelare tutte le decisioni prese in fase di progettazione, non viene data quindi la possibilità all'utente e al browser di modificare queste scelte.

Il carattere utilizzato è principalmente l'Arial:

- per i titoli delle sezioni l'Arial 10 grassetto;
- per la descrizione dei prodotti Arial 8 grassetto;
- per i prezzi l'Arial 10 grassetto;

Per quanto riguarda il menù fisso in testa alle pagine il carattere utilizzato è il Verdana grassetto di dimensione 8/9.

La scelta di questi tipi di font è corretta, sono quelli più graditi dagli utenti del Web, ma la dimensione dei caratteri poteva essere maggiore visto che non viene data la possibilità all'utente di modificarli per ottenere una migliore visibilità soprattutto delle pagine contenenti molto testo. Inoltre in alcune pagine si eccede con l'uso di caratteri corsivi, apparentemente senza una motivazione valida, in quanto i vari link potevano essere messi in evidenza in molti altri modi (infatti vengono anche sottolineati quando ci si passa sopra con il mouse). Questi aspetti sono molto importanti per una classe di utenti con difficoltà visive.

Il nostro impegno

- *Ampia scelta & Prezzi bassi*
- *Sicurezza*
- *Semplicità*
- *Qualità*

-- *Perchè i nostri prodotti costano meno?*

Informazioni legali

- *Condizioni Generali di Vendita*
- *Menzioni Legali*
- *Vita Privata*

Informazioni pratiche

- *Dall'ordine alla consegna*
- *Garanzie*
- *Come pagare*
- *Come viene spedita la merce*
- *Servizio Assistenza Clienti*

Come scegliere un apparecchio fotografico, un lettore MP3, ?
Quali sono i criteri più importanti da prendere in considerazione ?

Al fine di aiutarVi e facilitare la Vostra scelta, Nomatica ha creato un glossario completo e dei dossier di consigli semplici e rapidi da consultare.

Informazioni tecniche

 <p>Apparecchio fotografico digitale</p> <p><i>Criteri di scelta Dettaglio Glossario</i></p>	 <p>Camescopes numériques</p> <p><i>Criteri di scelta Dettaglio Glossario</i></p>
 <p>Telefoni cellulari</p> <p><i>Criteri di scelta Dettaglio Glossario</i></p>	 <p>Lecteurs MP3</p> <p><i>Criteri di scelta Dettaglio</i></p>
 <p>Cartes mémoire</p> <p><i>Criteri di scelta Dettaglio</i></p>	

I banner pubblicitari presenti nella home page del sito utilizzano anche loro un font senza grazie probabilmente l'Arial coerentemente con il resto delle pagine del sito.

L'uso di font diversi nella stessa pagina non è una scelta da criticare fino a quando non comporta troppa confusione nell'utente; nelle pagine di Nomatica, come già detto, vengono usati due font diversi, Verdana e Arial, questo ad esempio permette di distinguere bene il titolo della pagina (Verdana 18 maiuscolo) dalle varie sottosezioni (Arial 11 grassetto) e dal contenuto (Arial 9), anche il numero degli stili e delle dimensioni differenti utilizzate all'interno delle pagine è una scelta valida.

[homepage](#) [fotografia](#) [video](#) [memorie](#) [batterie](#) [ottiche](#) [telefonia](#) [TV/cinema](#) [HighTech](#) [servizi](#)

[servizio post vendita](#) | [garanzie](#) | [Informazioni](#)

SERVIZIO ASSISTENZA CLIENTI → **Verdana**

1- Il nostro servizio

Tel : **899.788.633** (0.10 €/risp. + 0.25 €/min.) dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 18:00.
 Fax : **0033 561 755 053**
 E-mail : **info_it@nomatica.com**

Nomatica – SAV
 BP 53393
 31133 Balma cedex
 France

Prima di inviare un apparecchio o un accessorio, vi preghiamo di contattare il Servizio di Assistenza Clienti Nomatica per conoscere la procedura di restituzione del prodotto e per farvi attribuire un numero di dossier.

2 – Il Servizio Assistenza Clienti Nomatica

Il Servizio Assistenza Clienti Nomatica non è un centro di assistenza autorizzato, i prodotti in garanzia verranno riparati dalla rispettiva casa costruttrice. Il nostro servizio fornisce l'assistenza al cliente per orientarlo nel processo di riparazione.

3- Il rinvio del prodotto → **Arial**

a) Importante
 Nel caso di ritorno di un apparecchio, il cliente dovrà allegare al plico inviato una copia della fattura d'acquisto e la scheda di garanzia del costruttore. Le schede di garanzia del costruttore sono da conservare durante tutta la durata di vita del vostro apparecchio, e questo vale anche per apparecchi ove la garanzia stessa sia scaduta.

b) Imballaggio
 L'apparecchiatura dovrà essere indirizzata preferibilmente nel suo imballaggio originale o, se non disponibile, in un altro imballaggio che ne garantisca la sicurezza. L'apparecchiatura nel suo imballaggio originale dovrà essere spedita in una scatola adatta al trasporto. L'apparecchio deve essere correttamente protetto e chiuso con cura al fine di garantirne il trasporto senza problemi.

Corretto l'uso moderato dei caratteri maiuscoli, che vengono utilizzati per evidenziare i titoli.

[garanzie](#) [servizio post-vendita](#)

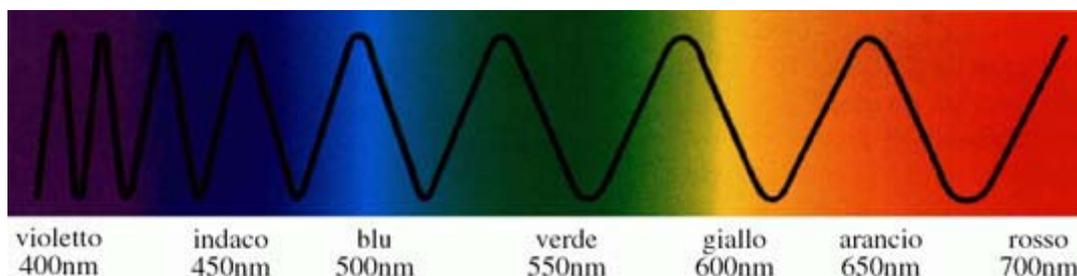
SELEZIONE PER CATEGORIE

 schede di memoria	 Chiavi USB
 Mini Disque Dur (de Type Compact Flash II)	 Cassette
 Soluzioni di archiviazione	 DVD & CD
 Lettori ed adattatori	 Schede Memoria Per PC portatile Schede Memoria Per PC da tavolo

Passiamo ad analizzare i colori: notiamo sin dall'home page l'uso dell'azzurro e dell'arancione, che nel menù fisso è una scelta corretta, perché permette di evidenziare bene la sezione selezionata, mentre l'accostamento di questi due colori in altre situazioni, dove l'arancione viene utilizzato come titolo dell'argomento e il blu come sottotitolo non va bene. Questo uso non corretto del colore avviene in poche pagine e non pregiudica l'usabilità e la navigabilità del sito. Nella maggior parte delle pagine i colori utilizzati sono l'azzurro per i link, il nero per il testo su sfondo bianco (fisso in tutte le pagine), questo permette una buona leggibilità dei

testi, stancante invece sarebbe stato usare su sfondo bianco un colore azzurro per i testi lunghi, le descrizioni dei prodotti ecc...

Nella home page, buona la scelta di evidenziare i titoli delle sezioni con uno sfondo azzurro e scritta in bianco, in questo modo vengono messe in risalto rispetto al resto dei contenuti.



- **Attrattiva:**
La grafica è attraente?

L'impostazione del sito sembra attraente, un utente che vi accede crediamo che non sia spinto ad uscirne in breve tempo, questo grazie ad un uso corretto (nel loro complesso) dei colori, infatti tutte le sfumature di azzurro utilizzate (anche se colori freddi) tendono a far ambientare bene l'utente all'interno delle pagine. Il logo dell'azienda molto simpatico e ben costruito sono tutti fattori che contribuiscono a rendere interessante le pagine, e soprattutto la home page, fondamentale per dare un giudizio sul sito, in quanto è la prima pagina che viene presentata agli occhi dell'utente.

L'impostazione grafica è attuale, viene utilizzata una tecnica molto sviluppata nei siti web cioè un menù a schedario fisso con categorie e sotto categorie e nella pagina centrale vengono mostrati i contenuti di queste varie sezioni, scelta corretta perché in questo modo si può dare più spazio ai contenuti, cioè alle schede tecniche dei prodotti, alle immagini a loro relative, tutte caratteristiche fondamentali per un sito di commercio elettronico che deve presentare nel modo migliore i propri prodotti.

Purtroppo l'impaginazione risulta essere un po' approssimata, per esempio i riquadri nella pagina iniziale sono allineati ma disposti in modo caotico e senza un senso logico preciso, sono stati lasciati degli spazi bianchi senza nessun tipo di informazione. Le pagine non sono mai eccessivamente caricate di immagini inutili, quando queste sono presenti permettono di chiarire meglio di che prodotto si tratta (a discapito degli utenti con collegamenti tradizionali).

Sintesi

+ Punti di forza:

- Lo scopo del sito è chiaro;
- Il menù permette all'utente di raggiungere ogni sezione facilmente;
- Nella home page sono presenti dei riquadri, ognuno dei quali fa riferimento a una categoria: una foto e una breve introduzione presentano il prodotto;
- Il colore utilizzato è coerente, corretto, limitato, rilassante e non aggressivo, sia per la comprensione dei contenuti, sia per l'impatto sull'utente;
- I font utilizzati sono pochi e soprattutto quelli più amati dagli utenti del web.

- Punti di debolezza:

- Il layout del sito non è liquido né semiliquido;
- Per le visualizzazioni a risoluzioni maggiori le pagine non sono centrate e non utilizzano a pieno lo spazio video;
- La dimensione dei font è troppo piccola dato che non si ha la possibilità di aumentarla;
- L'impostazione grafica della home-page non ha linearità e logicità, vengono lasciati spazi bianchi inutilizzati.

3.3 Funzionalità

Valutazione (2/5)



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

Analisi

Adeguatezza :

Le funzioni del sito sono adeguate?

- **Transazioni:**

Le funzioni per effettuare le transazioni sono adeguate?

La funzione principale di Nomatica, oltre che a dare informazione sui prodotti di alta tecnologia tra cui apparecchi digitali, fotografici e videocamere con i relativi accessori, è quella di venderli.

Un possibile scenario d'uso potrebbe essere questo:

Filippo deve acquistare una macchina fotografica digitale con la sua custodia e il cavo per poter scaricare le foto sul suo PC. Vuole l'ultimo modello uscito con tutte le funzionalità a un prezzo accettabile. Paga con carta VISA perché possiede solo quella.

La transazione che effettuerà l'ipotetico cliente Filippo sarà compiuta senza grossi problemi, in quanto rispecchia le funzionalità del sito accompagnando l'utente in ogni fase dell'acquisto. Per poter comprare occorre registrarsi compilando una scheda contenente un numero ristretto di campi con legende comprensibili a tutti, evidenziando con un asterisco (*) quelli obbligatori ma purtroppo ciò non viene detto chiaramente. Inoltre risulta essere troppo piccolo e attaccato al form.

PER ORDINARE

1. il contenuto del mio ordine
- ➔ 2. i miei dati
3. il mio saldo

I MIEI DATI

Sono già Cliente di Nomatica [per le imprese](#)

INDIRIZZO DI CONSEGNA

Cognome Rossi

Nome

Indirizzo via roma

Codice Postale 25039

Città firenze

Nazione Italia

CONFERMA DI RICEZIONE

Indicate obbligatoriamente un indirizzo e-mail per permetterci di inviarvi una conferma di ricezione, per segnalarvi un eventuale termine di consegna e per la consultazione del vostro ordine on-line.

Telefono

Fax

E-Mail

Come siete venuti a conoscenza del nostro sito?

Informazioni aggiuntive (ou CODE PROMO)

Il sito offre due form diverse per le aziende e per le persone fisiche e in quest'ultimo caso se si è già clienti di Nomatica non è richiesta la registrazione, ma solo l'autenticazione con il proprio codice cliente. In entrambi i casi non viene chiesto di compilare nessun tipo di questionario utilizzato per indagini di mercato.

La politica relativa alla privacy non è espressa in nessun modo, ma prima di acquistare occorre prendere visione delle condizioni generali di vendita accessibili attraverso un link. Prima che inizi il processo di registrazione il sito visualizza in modo chiaro le informazioni rilevanti nell'acquisto di un prodotto tra cui il prezzo, la modalità di spedizione, il costo della spedizione, termini di consegna della merce, prezzo totale con e senza IVA.

➔ 1. contenuto del mio ordine
2. i miei dati
3. il mio saldo

ARTICOLI	QUANTITÀ	Prezzo EUR	TOGLI
Canon Digital Ixus 430	1 <input type="text"/> <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/>	361.00	<input type="checkbox"/>
Contrato Zen [?]		21.30	[?]
Sub-totale		382.30	

Codice Promo

Spese di spedizione

zona di spedizione:
 modalità di spedizione: FedEx Express FedEx Standard

15.88

Termini di consegna 4/5 gg. dalla spedizione

➔ **Vi ricordiamo che acquistando un pacco convenienza non si pagano le spese di spedizione.**
[vedere la pagina del prodotto](#)

Costo Totale

331.81	Iva esclusa
398.17	Con IVA (20%)
398.17	LIT

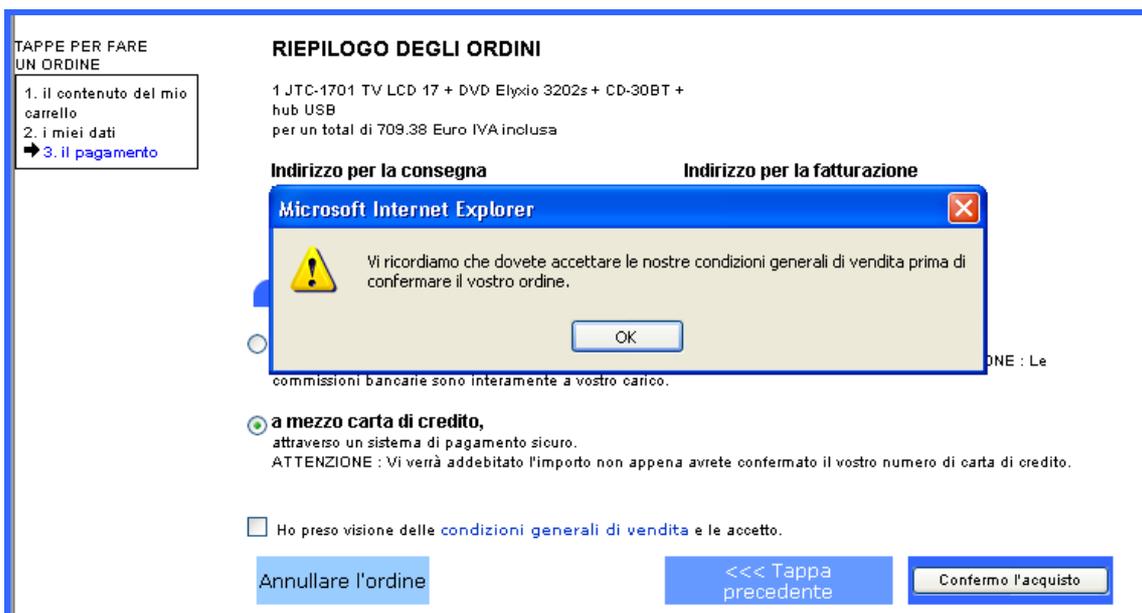
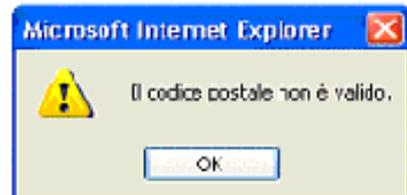
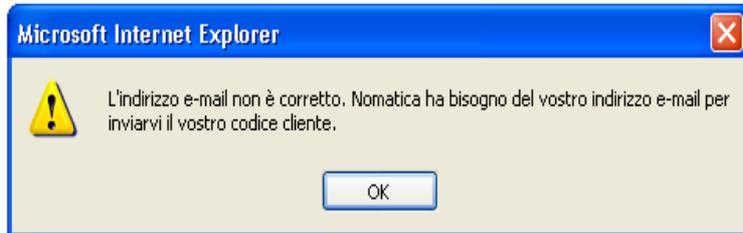
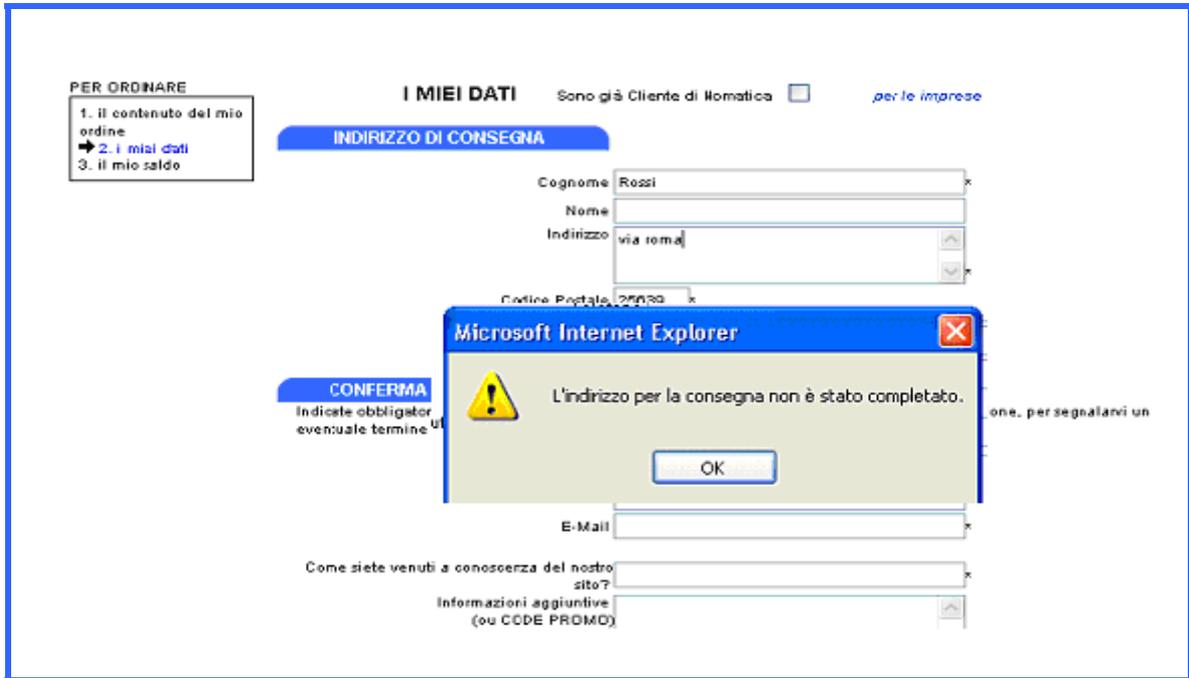
L'unico requisito non presente nella schermata è la modalità di pagamento che però è reperibile facilmente nel sito (home-page in basso).

Sistema di pagamento sicuro

- **Gestione degli errori:
Il trattamento degli errori dell'utente è adeguato?**

Il sito, per quanto riguarda la registrazione di un cliente per acquistare dei prodotti, è progettato abbastanza bene dando istruzioni chiare e precise, in modo tale che anche un utente inesperto possa usufruire del servizio senza commettere errori. Nel caso in cui avvenissero, il sistema mantiene sempre il controllo della situazione segnalandoli con una finestra che appare in sovrapposizione alla schermata principale, indicando in italiano e in modo comprensibile l'errore. In questo modo si vede la parte sbagliata o incompleta, ma per poterla correggere si deve cliccare il tasto OK della finestrina facendola scomparire e costringendo l'utente a ricordarsi ciò che aveva scritto. Se durante la registrazione avvengono errori multipli il processo di correzione non è rapido ed efficace perché gli errori vengono segnalati uno per volta allungando il tempo della transazione.

Infine l'ultimo aspetto che valutiamo è quello riguardante la perdita di tutti i dati (corretti ed errati) nel caso ci fossero degli errori: nel sito tutte le informazioni vengono conservate, anche quelle considerate errate, creando forse un po' di confusione all'utente. Riportiamo degli esempi:



Nota negativa riscontrata durante l'acquisto di un prodotto è l'assenza di una richiesta di conferma sul comando "Annulla l'ordine", questo potrebbe, nel caso in cui fosse un errore involontario il clic, richiedere la ripetizione di tutta la procedura di acquisto.

- **Ricerca:**
Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

All'interno del sito è presente un motore di ricerca il quale si presenta sotto forma di search box semplice (solo un campo di ricerca) e complessa definita nel sito come "ricerca avanzata", la quale permette di specificare anche l'ambito della ricerca.



La "Ricerca rapida" chiede solo di inserire una parola chiave che intendiamo ricercare all'interno del sito. Questa modalità di ricerca in alcuni casi, uno dei quali testato tra l'altro con i nostri utenti, non porta a risultati consistenti ed utili.

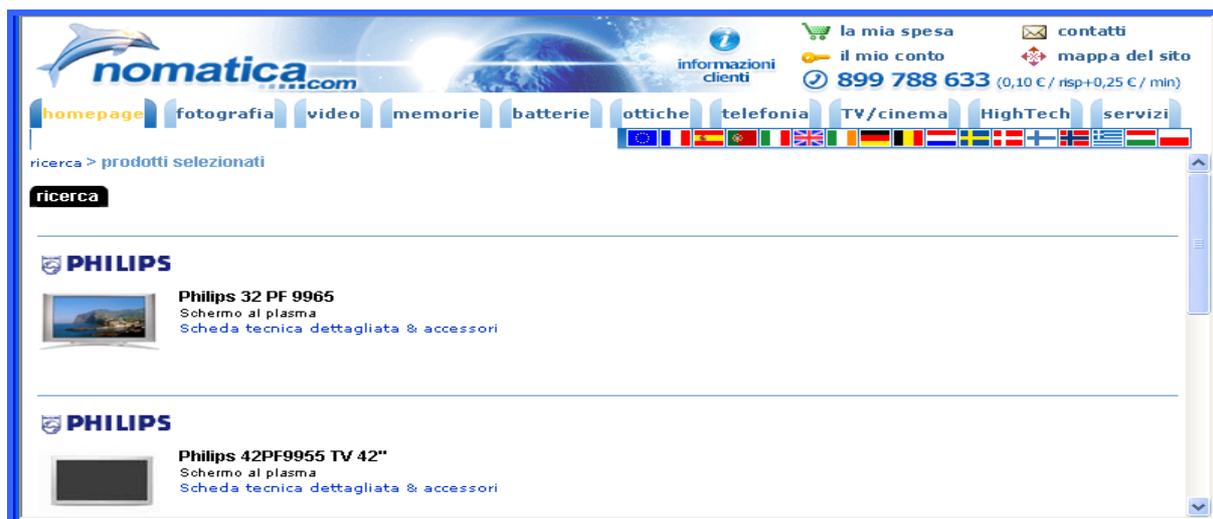
La form per la "Ricerca avanzata" è molto semplice, richiede poche informazioni, ma fondamentali e inerenti agli obiettivi del sito: un campo dove inserire il nome del prodotto, due campi a tendina (opzioni già inserite) per la categoria e la marca ed infine un campo per poter specificare un prezzo approssimativo del prodotto.

Le quattro voci sono tutte non obbligatorie, anche se per la marca e la categoria il valore di default è "Tutte": nel caso in cui non sarà inserito nessun valore verranno visualizzati tutti i prodotti presenti nel catalogo.

The image shows a screenshot of the 'RICERCA AVANZATA' search form. It is titled 'RICERCA AVANZATA' in a black box at the top. Below the title, there are four input fields: 'Nome' (a text box), 'Categoria' (a dropdown menu with 'Tutte' selected), 'Marche' (a dropdown menu with 'Tutte' selected), and 'Prezzo (EUR)' (a text box). At the bottom right of the form is a blue 'OK' button.

L'attività di ricerca può essere effettuata solo all'interno del sito, senza la possibilità di estenderla ad altri siti o circoscriverla a uno di essi.

L'ultimo aspetto da esaminare per valutare la qualità di un motore di ricerca è la struttura della pagina di presentazione dei risultati. In questo sito essa è organizzata in modo chiaro per mezzo di una lista in cui ogni prodotto trovato possiede delle informazioni essenziali sulle quali è possibile cliccare per avere la scheda completa.



Inoltre in ogni sezione è presente una terza modalità di ricerca denominata "Ricerca multicriterio" specifica per la sezione a cui si riferisce; l'utente può selezionare caratteristiche particolari per il tipo di prodotto relativo alla sezione in cui sta navigando rispetto alla ricerca tradizionale, per ottenere un risultato più preciso e vicino ai propri desideri. Alcuni campi presenti sono: marca, peso, prezzo, modalità foto, MMS... Ricerche multicriterio sono presenti anche per le sezioni "fotografia" e "video".



Nelle sezioni "Batterie" e "Ottiche" è possibile effettuare una ricerca degli accessori in base al tipo, alla marca e al modello dell'apparecchio.

Fate la vostra scelta

- Cercate le pile o le batterie ricaricabili ?

Per quale tipo di apparecchio :

apparecchio fotografico digitale

Quale e' la marca del vostro apparecchio :

HP

Quale e' il modello :

Photosmart 435

OK

Nomatica ha in magazzino tutte le piu' grandi

In particolare...

- Coscete esattamente il modello di batterie o pile ricaricabili che cercate :

Scegliete il modello o la referenza

OK

In generale...

- Volete consultare la lista di tutte le nostre batterie :

Per tutti gli apparecchi fotografici digitali
Per tutte le videocamere digitali
[Vedere la lista completa](#)

- Volete consultare la lista di tutte le batterie ricaricabili :

Per le sezioni "TV/Cinema" e "High-tech" invece è disponibile solamente la ricerca avanzata.

La scelta di dotare il sito di differenti motori di ricerca in base alla sezione in cui l'utente si trova è apprezzabile, purtroppo però questa grossa differenziazione tra i diversi motori può causare non poche difficoltà di utilizzo nell'utente. Inoltre non si capisce perché nelle ricerche multicriterio appaia un'altra finestra sopra a quella in cui stiamo navigando per inserire i requisiti, e i risultati vengano visualizzati in quella di navigazione; forse l'unico motivo valido per giustificare questa scelta è la possibilità di lasciare i risultati della ricerca a disposizione dell'utente in una finestra differente.

Dato molto interessante e su cui riflettere è quello fornito dai test effettuati sugli utenti, quasi tutti infatti hanno utilizzato solamente i motori presenti nella home page, cioè quelli di ricerca rapida e avanzata, ignorando completamente l'esistenza degli altri motori, che non sono immediati da trovare all'interno del sito.

- **Comunicazione:**

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

Il sito dà la possibilità agli utenti di comunicare con i gestori in modo chiaro e senza nessuna apparente complicazione in diversi modi:

- attraverso il comodo link "contatti" presente nel menù fisso. Da qui si accede ad un form che richiede l'inserimento di nome, cognome, indirizzo e-mail, l'argomento su cui si basa la richiesta e una breve spiegazione a parole. La frase conclusiva della schermata Contacts può incutere timore negli utenti non registrati fermandoli nell'invio dell'e-mail (come è successo anche a noi in un primo momento), perché vengono richiesti Codice cliente e Numero d'ordine, in realtà abbiamo scoperto che questi valori non sono elementi fondamentali per l'invio del messaggio.

Contacts - Microsoft Internet Explorer - [Non in linea]

Inviateci un email :

Sig. Sig.ra

Cognome :

Nome :

La vostra e-mail :

Il vostro Codice Cliente :

Il vostro Numero d'ordine :

Scegliete un argomento : Altro

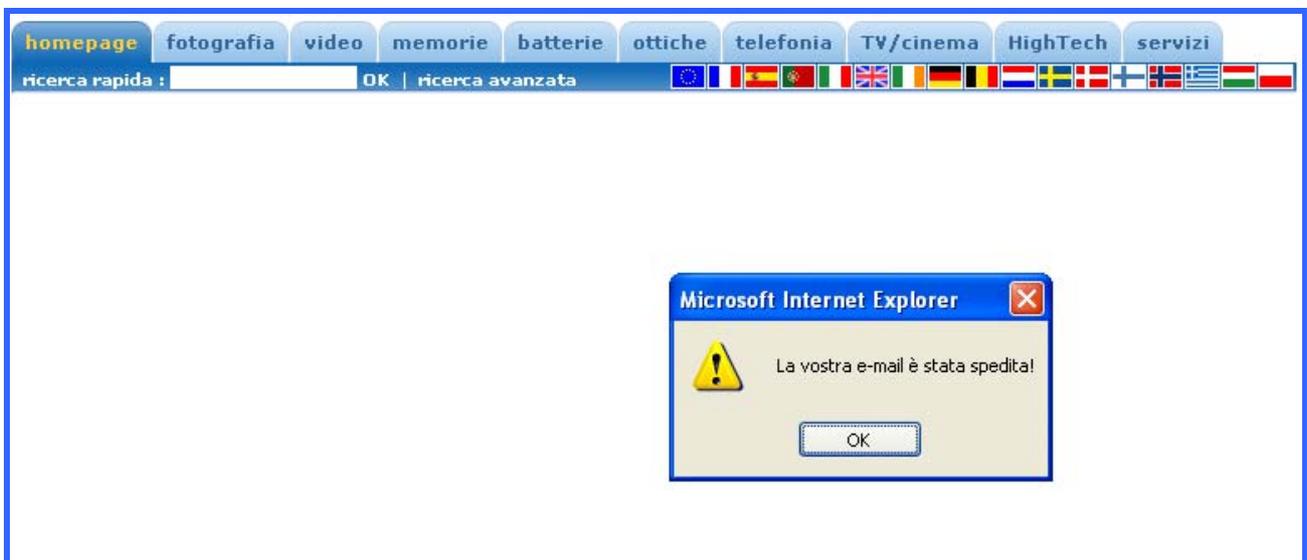
La vostra richiesta :

Telefono : 899.788.633 **Fax :** 0033 561.755.053
(0.10 € scatto alla risposta + 0.25 €/mn)

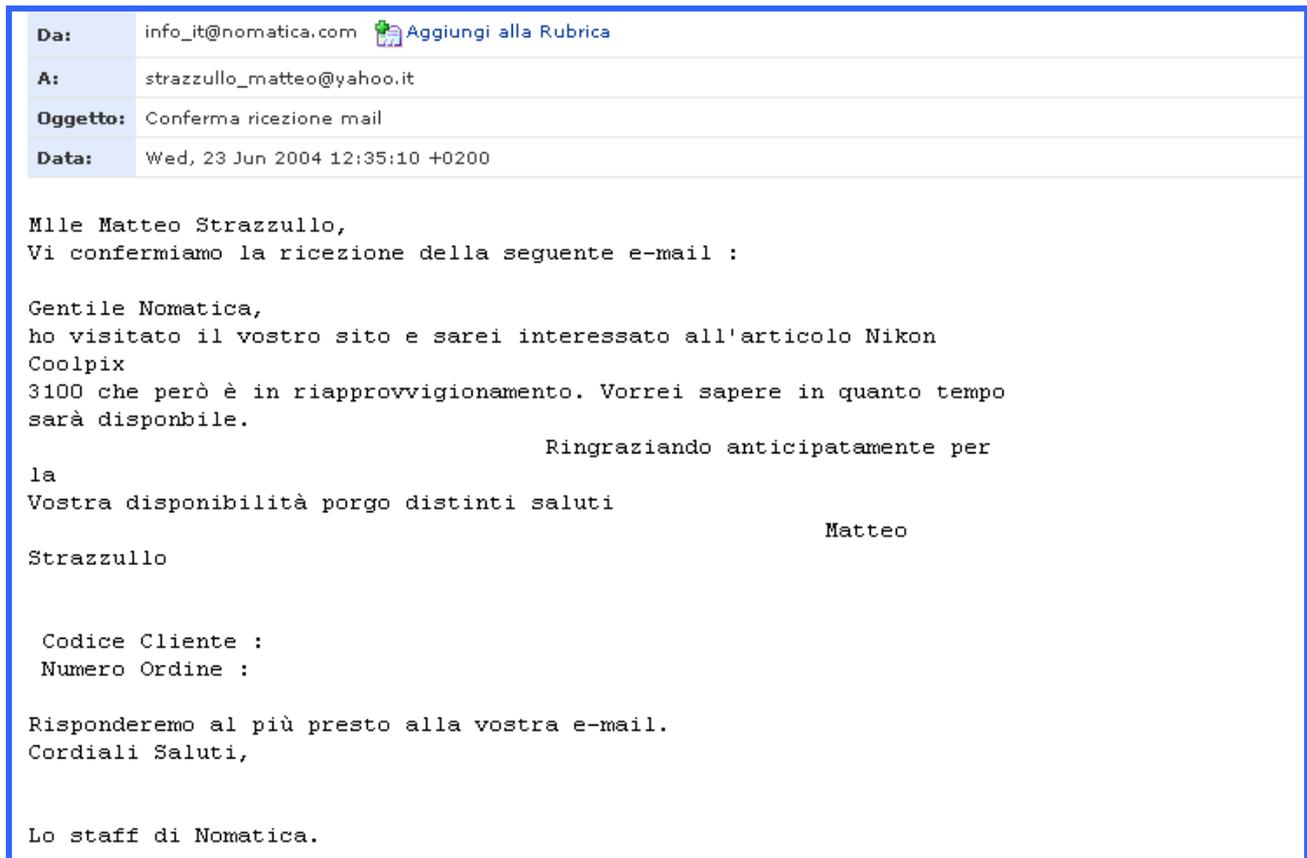
Il nostro indirizzo : Nomatica S.A.
BP 53393
31133 Balma cedex

In tutte le e-mails si prega di precisare il vostro codice cliente o il vostro numero d'ordine.

Una volta inviato il messaggio si viene avvisati del successo dell'operazione, sia con un messaggio a video sia con una e-mail di conferma all'indirizzo di posta elettronica specificato nel form.



La risposta automatica ricevuta subito dopo l'invio della richiesta di informazioni:



- attraverso due indirizzi e-mail info_it@nomatica.com e contact@nomatica.com (quest'ultimo non semplice da trovare all'interno del sito) le cui risposte sono automatiche e consistono nell'invitare l'utente ad utilizzare la form presente nel sito sotto la voce "contatti", con un link automatico a tale form.
-

Inoltre offre altre alternative:

- il numero telefonico di un call center al quale rivolgersi: esso è posizionato in alto a destra visibile in modo chiaro e in ogni schermata. A fianco è segnalato il prezzo della chiamata.
Tel : **899.788.633** (0.10 €/risp. + 0.25 €/min.) dal Lunedì al Venerdì dalle 9:00 alle 18:00.
- il numero del fax: esso si può trovare nella sezione "Servizio Assistenza Clienti"
Fax : **0033 561 755 053**
- l'indirizzo della società
Nomatica – SAV
BP 53393
31133 Balma cedex
France

In questo sito non vi è alcun tipo questionario o indagine di mercato, infatti per contattare Nomatica basta inserire nome, cognome, indirizzo e-mail e la specifica della richiesta.

Correttezza: Le funzioni del sito sono corrette?

Il sito durante l'esecuzione dei principali scenari d'uso e dei test funzionali effettuati a campione ha presentato errori software o malfunzionamenti con l'utilizzo del motore di "Ricerca rapida" presente nell'home page.

Inoltre nei primi nostri tentativi di acquisto (effettuati per iniziare a conoscere il sito), al momento di aggiungere un prodotto al carrello veniva visualizzata la seguente schermata:

Desolé vous avez perdu votre session Si vous voulez redemarrer une session Nomatica, cliquez sur votre drapeau : 

Votre ordinateur doit être configuré pour accepter les cookies de session pour que la prise de la commande fonctionne correctement sur le site .
Si vous préférez vous pouvez toujours passer votre commande par téléphone
France : 0 892 392 392 (0,34 €/min)

Sorry- your session has expired... To restart a session with Nomatica Please click on your flag. 

Your Browser must allow "Session Cookies" to place an order. If the problem still happens
Please call us on 0871 872 6597 we'll be glad to take your order over the phone. Thanks for your comprehension.

Disculpe has perdido tu sesion Si quiere volver a entrar en la pagina de Nomatica, haz clic en esta bandera : 

Para poder pasar el pedido correctamente, su ordenador de ser configurado de tal manera que acepta los cookies de sesion.
De todas formas podra tambien pasar su pedido **por telefono llamando al 902 889 109.**

Perca da sessão Se desejar abrir uma nova sessão, basta clicar na bandeira de Portugal ou atualize a sua página : 

O seu computador deve estar configurado para aceitar os cookies de sessão para efectuar uma encomenda no site ." Se preferir, pode proceder a encomenda por telefone .
Telefone : 707 781 234 (0.50 €/min)

Sessione non valida Per riconnettersi al nostro sito Nomatica vi preghiamo di ritornare alla homepage e cliccare sulla bandiera italiana. 

Il vostro browser deve essere configurato per accettare la condivisione dei cookies (vedere tra le opzioni Internet "Accetta sempre i cookies") affinché possiate correttamente ordinare sul nostro sito.
In caso di problemi potete sempre contattarci allo 899 788 633 (0.10 €/rispo +0.25 €/min) e saremo lieti di prendere l'ordine per telefono.

Sitzung beendet Leider haben Sie die Session beendet.
Wenn Sie eine neue Nomatica-Session starten wollen, klicken Sie auf die deutsche Flagge: 

Ihr Computer muss Cookies akzeptieren, damit Sie Ihre Bestellung ohne Probleme aufgeben können.
Natürlich können Sie jederzeit auch per Telefon bestellen. Deutschland: 0180/166 62 84 22 zum Ortstarif oder 0033/5 61 00 28 02

Crediamo che una schermata del genere possa essere di aiuto all'utente per risolvere il problema, anche se il problema in se stesso richiede un po' di esperienza.

Per il resto non sono stato rilevati errori o malfunzionamenti di alcun genere, unica pecca la presenza di numerosi link spezzati che presentano la seguente schermata:



404 erreur www.nomatica.com

Nous sommes désolé mais la page que vous demandez n'existe pas, a été déplacée, ou archivée.
Pour accéder à notre page d'accueil : <http://www.nomatica.com>

Sorry - the page you have requested does not exist, or has been moved or archived.
To return to the homepage: <http://www.nomatica.com>

Sintesi

+ Punti di forza:

- La procedura per acquistare un prodotto è chiara e comprensibile;
- I campi obbligatori nelle form sono pochi ed essenziali;
- In ogni pagina viene data la possibilità di effettuare ricerche all'interno del sito ("Ricerca rapida", "Ricerca avanzata" o "Ricerca multicriterio");
- Gli utenti hanno la possibilità di comunicare con i gestori del sito in diversi modi (e-mail, telefono, fax);
- Risposte tempestive ed esaustive.

- Punti di debolezza:

- Gli errori nelle diverse form vengono segnalati uno per volta, con una finestra di avviso, che non permette un riconoscimento e successiva risoluzione del problema in modo rapido;
- Nessun riferimento alla politica relativa alla privacy;
- In alcuni casi il motore di "Ricerca rapida" non dà risultati corretti;
- Troppi form di ricerca differenti l'uno dall'altro;
- Presenza di link spezzati.

3.4 Contenuto

Valutazione (3/5)

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

Analisi

Categorizzazione/labelling:

L'informazione è classificata in modo adeguato?

L'informazione è classificata per temi di cui si occupa il sito, quindi ha un'organizzazione basata sui contenuti:



Nelle pagine di secondo livello le informazioni sono suddivise sia per categoria sia per contenuto (informare l'utente) quindi i sottomenù risultano degli ibridi e creano confusione nell'utente:



Nel menù di primo livello il labelling è semplice e chiaro, mentre nel menù di secondo livello vengono utilizzati termini che risultano simili a quelli presenti nel menù principale (ad esempio "memoria" e "carte memoria") o ambigui (ad esempio "le mie preferenze" o "dossier consigli"). I link che si trovano in "informazioni clienti" usano una terminologia ambigua che non mette in evidenza il loro scopo (per esempio: "Come viene spedita la merce" non chiarisce che si possono trovare informazioni sui tempi di consegna).

La voce "mappa del sito" richiama un concetto ben diverso da quello che realmente appare cliccando sul link, l'utente infatti si aspetta delle informazioni sulla struttura del sito, in modo da potersi orientare durante la navigazione, invece si trova davanti un elenco dettagliato dei numerosi prodotti di cui dispone nomatica.com.

The screenshot shows the website interface for nomatica.com. At the top, there is a navigation bar with the logo and several utility links: "la mia spesa", "contatti", "il mio conto", "mappa del sito", "informazioni clienti", and a phone number "899 788 633". Below this is a secondary menu with categories like "homepage", "fotografia", "video", "memorie", "batterie", "ottiche", "telefonia", "TV/cinema", "HighTech", and "servizi". A search bar is also present.

The main section is titled "MAPPA DEL SITO NOMATICA" and contains a grid of product categories with representative images and lists of links to specific products or pages:

	FOTOCAMERA DIGITALE	VIDEOCAMERA DIGITALE	VIDEOPROIETTORI	LETTORI DVD	ALTRI
Home page					
contattaci	SX-210M 01/04/2002 SX-330 Z 01/04/2002 SX-410 Z 01/04/2002	CANON DM-MV1 MV10 01/10/1998 MV100 01/04/1998 MV20 01/05/1999 MV200 01/11/1999 MV200i 01/11/1999	3M MP 7640i MP 7640i MP 7720 MP 7730 MP 7740 MP 7740 i MP 7750	DVD 1710 DVD 1810 DVD 6028 Elyxio 3201S Elyxio 3202S Elyxio 3203S L-DVD Multizone PDVD 8028 PTDVD 768 PTDVD 768	Accessori binocoli Accessori foto Accessori per Cellulare Accessori per registratore Accessori per Stampante Accessori per Videoproiettore Accessori scanner Accessori video Accumulateurs Acquisizione d'immagine Barra Memoria Batterie Buono Acquisto Cartuccia
Chi siamo ? Il nostro impegno Menzioni legali Vita privata	AGFA CL-18 01/06/2000 CL-20 01/10/2000 CL-22 01/12/2000 CL-30 01/11/1999 CL-30 <i>Chik!</i> 01/03/2000 CL-34 01/02/2001 CL-45 01/08/2001 CL-50 X 01/03/1999	MV3 MC 01/11/2000 MV30 01/04/2000 MV300 01/04/2000 MV300i 01/04/2000 MV30i 01/04/2000 MV3i 01/09/2000 MV3i MC 01/11/2000 MV4 01/09/2001 MV4 MC 01/10/2001	MP 8649 MP 8747 MP 8749 MP 8765 MP 8775 i S10	ATACOM DV967	
Servizio post-vendita garanzia Callcenter costruttori	ePhoto 1280 01/12/1998 ePhoto 1680 01/10/1998 ePhoto 780c 01/10/1999		CANON Home LV-5110	CYBERHOME DVD 402S	
ricerca Lessico foto Lessico video					

Stile: Lo stile del testo è adeguato al web?

I paragrafi sono abbastanza contenuti e comprensibili in tutte le parti discorsive del sito, ma a differenza di www.nomatica.com in altre lingue, la versione italiana non ha schemi riassuntivi che aiutino e rendano immediata la comprensione, né link che facilitino la lettura dei paragrafi a cui l'utente è interessato.

I paragrafi contengono pochissimi link al loro interno e l'utente deve scorrere per forza tutta la pagina con la barra verticale per vedere se le informazioni che sta cercando sono lì o meno.

[homepage](#) | [fotografia](#) | [video](#) | [memorie](#) | [batterie](#) | [ottiche](#) | [telefonia](#) | [TV/cinema](#) | [HighTech](#) | [servizi](#)
[ricerca](#) | [prodotti](#) | [marche](#) | [top vendite](#) | [accessori](#) | [carte memoria](#) | [le mie preferenze](#) | [dossier consigli](#)

PRINCIPALI CARATTERISTICHE DI UNA FOTOCAMERA DIGITALE

Ecco qualche funzione principale delle fotocamere digitali, e dei valori che vi potete aspettare (in rapida evoluzione).

RISOLUZIONE DEI SENSORI

Probabilmente il criterio di decisione più importante oggi. Esso consiste nel numero di punti luminosi che l'apparecchio fotografico riesce a memorizzare. Più il numero è grande, più l'immagine è precisa, e questo si traduce in una migliore qualità su carta e fedeltà al colore originale. Tipicamente, un apparecchio fotografico di 1 Megapixel permette una stampa su fogli da 10 x 15 centimetri di eccellente qualità. Gli apparecchi fotografici da 2 Mpixel (molto comuni dal 1999, vedi [diagramma](#)) permettono stampa su fogli da 20 x 30 centimetri. La maggior parte delle macchine fotografiche in commercio dopo il 2000 ha più di 2 Mpixels, e dal 2001 in cima alla gamma si raggiungono i 4 Mpixels, ma gli apparecchi fotografici da 1.3 Mpixel sono sufficienti per il 95% delle vostre immagini (quante immagini ingrandite oltre i 10 x 15 centimetri?). Non acquistate niente al di sotto degli 0.85 Mpixel oggi. I migliori apparecchi fotografici professionali (Kodak DCS 660, Finepix S1Pro) raggiungono i 6 Mpixels.

ZOOM

Gli Zooms ottici sono dei "veri" zoom. Restringendo il campo visivo della vostra immagine e ottenete una zona più dettagliata. Uno zoom ottico 3 x è chiaramente superiore ad un apparecchio con messa a fuoco fissa. Lo zoom massimo è stato proposto da [Mavica MVFD91](#) (zoom ottico da 14 x, ad un prezzo leggermente più elevato), scomparso alla fine del 2000. Altri apparecchi con una capacità di zoom

La stessa pagina ma nella versione francese contiene un elenco di link corrispondenti agli argomenti presenti nel "dossier consigli" e schemi delucidatori :

[accueil](#) | [photo](#) | [vidéo](#) | [mémoire](#) | [batterie](#) | [optique](#) | [labo photo](#) | [téléphonie](#) | [TV/ciné](#) | [hightech](#) | [SAV](#)
[recherche](#) | [produits](#) | [marques](#) | [meilleures ventes](#) | [accessoires](#) | [cartes mémoires](#) | [mon comparatif](#) | [dossiers conseils](#)

Photo numérique : critères de choix

- [vue d'ensemble](#)
- [le lexique de la photo](#)
- [tous les dossiers conseil](#)

[Taille et poids](#)
[Résolution du capteur](#)
[Zoom](#)
[Stockage](#)
[Viseur et écran](#)
[Connectique \(ou connexion\)](#)

Taille et poids

Les appareils photo numériques sont de plus en plus compacts et légers. Vous aurez cependant le choix entre des modèles très compacts, qui se glissent dans toutes les poches, et des appareils de taille classique



Zoom

Zoom optique	Zoom Numérique
"Vrai" Zoom	"Faux" Zoom
Le sujet posté à une certaine distance est rapproché par un effet de lentilles grossissantes.	Le sujet posté à une certaine distance est rapproché virtuellement par un effet de recadrage logiciel.
Quel que soit le zoom, la taille de l'image et sa résolution restent la même.	Plus le zoom est grand, moins la définition de l'image est bonne.
Le zoom optique est une des plus importantes caractéristiques à regarder lors de l'achat d'un appareil photo. Demandez-vous toujours avant d'acheter votre appareil quelle utilisation vous souhaitez en faire.	Le zoom numérique est une caractéristique peu importante lors de l'achat d'autant qu'un logiciel de retouche d'image fait mieux dans le sens où il permet de recadrer la photo à partir de n'importe quel point alors que l'appareil photo, lui, ne recadre qu'à partir du centre de l'image.

La struttura a "piramide invertita" è utilizzata solo nell'home page e in nessun altro caso, quindi le informazioni che può trovare un utente esperto (il quale vuole informazioni approfondite) e uno inesperto, sono uguali.

La struttura della pagina supera la dimensione di una schermata e si rende indispensabile l'utilizzo della barra di scorrimento verticale.

I concetti sono espressi in modo coinciso ed ogni paragrafo ne esprime uno solo.

Sono presenti sottotitoli che esprimono l'argomento che verrà trattato quindi l'utente non è costretto a leggere l'intero articolo per vedere se gli interessa effettivamente, ma deve comunque scorrerlo.

Il testo risulta piatto, non ci sono parole chiave in grassetto né concetti evidenziati mediante artifici tipografici; solo i link sono di colore diverso: blu scuro e al passaggio del mouse si sottolineano. Purtroppo alcuni sono link spezzati.

Il sito da del Voi agli utenti e usa molto i verbi all'infinito rivolgendosi non direttamente al lettore.

Informazione:

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

Dopo aver scelto un prodotto appare una schermata con la fotografia ingrandita dell'oggetto e sotto di esso appare un piccolo menù che può variare a seconda del dispositivo richiesto, infatti non tutti hanno una galleria fotografica o un filmato (1° riquadro), anzi alcuni non hanno nessuno dei due.

Il riquadro sottostante invece è presente per ogni prodotto.

1° riquadro:



2° riquadro:



Da mettere sicuramente in risalto la possibilità di visualizzare brevi video (non molto pesanti da scaricare) per poter avere una visione a 360° del prodotto che l'utente andrà (o perlomeno questa è la speranza) ad acquistare.

Questa non è l'unica soluzione proposta da nomatica.com, è infatti disponibile un altro strumento per la visualizzazione a 360° del prodotto attraverso una visualizzazione 3D, nella quale è possibile muovere l'oggetto nelle posizioni desiderate; il prodotto viene visualizzato assieme ad altri oggetti (in molti casi una penna) per permettere all'utente di confrontare le dimensioni del dispositivo con un oggetto di cui conoscono le dimensioni reali. Anche questa soluzione non è troppo pesante per la navigazione (richiede il software QuickTime) ed è disponibile in due formati (uno da circa 300Kb e l'altro di circa 600Kb), scelta da noi condivisa in modo tale da accontentare tutti i navigatori anche quelli che utilizzano la normale linea analogica a 56Kb.

Altra funzionalità molto interessante per l'utente è la presenza di un documento in formato pdf (ormai lo standard utilizzato su Internet), scaricabile nella pagina relativa al prodotto a cui siamo interessati, contenente informazioni su di esso e una sua foto.

fotocamera digitale > Canon • Digital Ixus 500



Canon Digital Ixus 500

5 mpixels - x zoom
scaricare

garanzia 2 anni
con possibilità di estensio

PREZZO NOMATICA TTC (TVA 19.6%)	EUR	FR
Digital Ixus 500 (2 anni di garanzia)	NaN	2709.1
disponibilità: <input checked="" type="checkbox"/> disponibile		
65 % dei nostri clienti scelgono un pacco convenienza		
Pacco : Canon Digital Ixus 500 + Custodia Nomatica NM-HR Silver		
<input checked="" type="checkbox"/> SPESE DI SPEDIZIONE OFFERTE Omaggio : 1 Mini treppiede [?]	NaN	2905.89
Pacco : Canon Digital Ixus 500 + Custodia Nomatica NM-HR Silver +		

Valutiamo positivamente questa scelta perché può essere comodo per un utente che desidera acquistare un prodotto, avere a disposizione un documento off-line che può anche stampare per riflettere meglio sul suo acquisto.

Riportiamo di seguito un esempio di documento riassuntivo:



**scheda tecnica: Canon Digital Ixus
430**



Canon Digital Ixus 430

fornito con :

- Batteria NB1-LH
- Scheda di memoria CF 32 Mo
- Cavo A / V
- Cavo USB
- cdrom

[➤ Descrizione del canon digital ixus 430](#)



➤ Scheda tecnica / specificazioni del canon digital ixus 430

<p>Pixels...</p> <hr/> <p>Risoluzione : CCD 1/1.8" - 4 Megapixel Immagine Pixels : 2272 x 1704, 1600 x 1200, 1024 x 768, 640 x 480 pixels</p> <p>Peso</p> <hr/> <p>Tipo di memoria : CompactFlash I (CF) Formato file : JPEG, AVI, Exif 2.2, DPOF, PictBridge</p> <p>Dimensioni</p> <hr/> <p>Dimensioni : 87 x 57 x 27.8 mm / 23% del volume standard Peso : 185g / 64% del peso medio</p>	<p>Ottico</p> <hr/> <p>Zoom Ottico : 3X Zoom Digitale : 4 x</p> <p>Connessioni</p> <hr/> <p>Uscita video : PAL / NTSC Interfaccia : USB Compatibilità a PC, Mac? : Mac & PC</p> <p>Funzioni</p> <hr/> <p>Scatto a raffica : Sì Modalità video : Sì</p>
---	---

Scorrendo verso il basso, si trova una scheda tecnica dove, per ogni categoria, vengono compilate le stesse voci. Nota positiva per l'affidabilità del sito è trovare raramente campi non compilati.

SCHEDA TECNICA AIPTEK PENCAM VGA PLUS		
PIXELS...	Sensore Pixels	CMOS color VGA 0.3 Megapixel
	Immagine Pixels	640 x 480, 320 x 240 pixels
OTTICA	Zoom Ottico	0 x
	Zoom Digitale	0 x
	Lunghezza focale	5.2 mm
	Distanza e modalità macro	Messa a fuoco fissa
	Mirino	- , Solo visore
	ISO equiv.	
	Velocità dell'otturatore	- n.s.
	Flash	No flash
MEMORIA	Iluminazione	
	Tipo di memoria	-Memoria interna 8 Mb
	Formato file	BMP, AVI
CONNESSIONI	Numero d'immagini memorizzabili	vedi scheda
	Uscita video	-
	Interfaccia	USB
DIMENSIONI	Compatibilità a PC, Mac?	PC
	Dimensioni	127 x 30 x 23 mm / 148% del volume standard
	Peso	40g / 13% del peso medio
FUNZIONI	Alimentazione	2 Pile AAA (Alk, NiMH)
	Scatto a raffica	No
	Modalità video	Si
ACCESSORI CONTENUTI	<ul style="list-style-type: none"> • Aiptek Pencam VGA Plus • 2 pils tipo AAA 1.5V • Supporto per applicazione webcam • Cavo USB • Guida di installazione rapida 	

Alcuni prodotti danno la possibilità di avere ulteriori informazioni collegandosi ad altri siti tramite la tabella "Maggiori informazioni e analisi dettagliata" comunque i prodotti che non hanno questa tabella presentano la data dell'ultimo aggiornamento indice di affidabilità sulla freschezza dell'informazione.

MAGGIORI INFORMAZIONI E ANALISI DETTAGLIATA	
Problemi tecnici? Assistenza tecnica on line Aiptek	http://www.ajptek.de http://www.ajptek.com/support/support.htm
Problema con il software del driver? Sito per il download del programma	http://www.ajptek.de/downloads/treiber.html http://www.ajptek.com/drivers/drivers.htm
ultimo aggiornamento il 16 juin 2004	

In generale si può affermare che l'informazione è affidabile, pertinente e aggiornata, l'unica osservazione possibile è che sarebbe stato utile porre la data di aggiornamento non in fondo alla pagina perché verrà raramente visualizzata dall'utente (situazione riscontrata nei test di usabilità). Sarebbe stato opportuno visualizzare la data di aggiornamento anche nella home page per far notare all'utente che è si trova in un sito attivo e ben funzionante.

Localizzazione: Il sito è correttamente localizzato?

L'home page presenta una grande varietà di lingue possibili ed è facile effettuare il passaggio dall'una all'altra (basta cliccare sulla bandierina del paese desiderato).

Per ogni paese il sito è tradotto anche se alcune descrizioni dei prodotti sono in inglese e a volte il menù a fondo pagina è in lingua francese.

Le home page sono molto differenti.

L'utilizzo predominante della scala di blu e il bianco di sfondo rimangono invariati, ma inizia a prendere piede anche l'arancione.

Nomatica.com in italiano:

The screenshot displays the Nomatica.com website interface in Italian. At the top, the Nomatica logo is on the left, and navigation links for 'la mia spesa', 'contatti', 'il mio conto', 'mappa del sito', and a phone number '899 788 633' are on the right. A horizontal menu below the logo lists categories: 'homepage', 'fotografia', 'video', 'memorie', 'batterie', 'ottiche', 'telefonia', 'TV/cinema', 'HighTech', and 'servizi'. A search bar with 'ricerca rapida' and 'ricerca avanzata' options is present. A language selection bar shows various European flags, with the Italian flag highlighted by a red box. The main banner features the 'n1' logo and the text 'in Francia e in Europa delle vendite online digital Foto e video digitale', along with 'I prezzi più bassi La più vasta gamma'. A search box with 'Ricerca' and 'OK' buttons is on the left. A promotional banner for 'Pagamento alla consegna disponibile gratis!' includes an image of a man and a camera. Below this, three main sections are visible: 'Euro 2004' with a soccer ball, 'I servizi Nomatica' featuring 'AREA CLIENTE' and 'IMPRONTA' services, and 'Top Vendite' displaying 'DISPONIBILE' cameras like the Canon Ixus 430 and Fujifilm S5000.

Nomatica.com in francese:

accueil photo video memoire batterie optique labo photo telephonie TV/cine hightech SAV

recherche rapide : OK | recherche avancee

inscription newsletter
mon mail
je m'abonne
je me désabonne

nomatica PRO
offres adaptées
accueil personnalisé

goodies Nomatica
voir tous les goodies

nos engagements
pourquoi nous sommes moins cher?
remboursement de la différence
frais de port offerts (2)
garanties 2 ans sur la photo et la vidéo
15 jours satisfait ou remboursé
suivi en ligne

le paiement
débit à l'expédition
paiement à réception offert (contre remboursement)
paiement en ligne 100%

en France et en Europe des ventes en ligne **photo et vidéo numérique** jusqu'à **-30%** sur les prix conseillés (1)

Nomatica vous rembourse la différence si vous trouvez moins cher ailleurs !!! *

nos prix fondent sous le soleil
Premier arrivé !! Premier servi !!!
STOCKS limités !!!
venez découvrir notre sélection de produits à bas prix *

offre spéciale
L'Euro 2004, comme si vous y étiez !!!
Pioneer PDP-434HDE TV 42" + DVD DVR 3100-S

Pioneer vous offre pour l'achat de l'écran Plasma Pioneer PDP-434HDE TV 42", un enregistreur Pioneer DVD DVR-3100-S (Offre

toute la photo et la vidéo au plus bas prix

Toute la photo
photo numérique, cartes mémoire, batteries, optiques / compléments, housses, clés usb, autres accessoires photo, meilleures ventes photo, dossiers conseils...

Toute la vidéo
caméscopes numériques, cassettes, batteries, optiques / compléments, housses, autres accessoires vidéo, meilleures ventes vidéo, dossiers conseils...

Tous les accessoires
cartes mémoire, batteries, optiques / compléments, housses, lecteurs et adaptateurs, flashes, trépieds, clés usb, cassettes...

Tout le labo photo
tirages photo, imprimantes, cartouches encre, papiers photo, scanners, logiciels...

le meilleur de l'image et du son au plus bas prix

Pour la maison
téléviseurs lcd, lecteurs dvd, écrans plasma, vidéoprojecteurs, les insolites...

En ballade
téléphones portables, lecteurs mp3, les insolites...

E' evidente la differenza nei contenuti e nel layout: le offerte, l'impaginazione e i banner sono del tutto diversi.

Molto interessante è che nei siti relativi a paesi appartenenti alla Comunità Europea i prezzi sono riportati in Euro e nel vecchio conio.

homepage **fotografia** video memorie batterie ottiche telefonia TV/cinema HighTech servizi

ricerca | prodotti | marche | top vendite | accessori | carte memoria | le mie preferenze | dossier consigli

fotocamera digitale • meno di 250 euro (96 prodotti selezionati)

	PREZZO NOMATICA IVA incl. (IVA 20%)	EUR	Lire	
AIPTEK Pencam VGA Plus (2 anni di garanzia) - Sensore Pixels 0.3 Mpixels apparecchio 3 in 1 Scheda tecnica dettagliata & accessori	Pencam VGA Plus disponibilità : in riapprovvigionamento	34	66053	
	Aiptek Pencam VGA Plus + Custodia Nomatica NM-HAC	42	81595	
nomatica CD-30BT (2 anni di garanzia) - Sensore Pixels 0.3 Mpixels Un apparecchio fotografico digitale delle dimensioni di una carta di credito ! Scheda tecnica dettagliata & accessori	CD-30BT disponibilità : disponibile	35	67996	
	Nomatica CD-30BT + Custodia Nomatica NM-HAC Silver	43	83538	

da inserire nelle mie preferenze

Per i paesi che non appartengono alla CEE viene riportato la valuta corrente e l'euro:

		PRIS NOMATICA Inkl: moms (19.6%)	DKK	EUR	
 <p>AIPTEK Pencam VGA Plus (2 års garanti) - Sensor 0.3 Mpixels Kamera 3 i 1. Tekniske detaljer og tilbehør</p>	Pencam VGA Plus	: 	258	34.88	
	Aiptek Pencam VGA Plus + Soft Case Nomatica NM-HAC		318	42.84	
	tilføj til min sammenligning				
 <p>nomatica CD-30BT (2 års garanti) - Sensor 0.3 Mpixels Et digitalkamera på størrelse med et kreditkort! Tekniske detaljer og tilbehør</p>	CD-30BT	:  på lager	265	35.7	
	Nomatica CD-30BT + Soft Case Nomatica NM-HAC Silver		326	43.86	
	tilføj til min sammenligning				

Un'imprecisione invece è che, al variare della lingua non cambia il modo in cui è espressa la data a piè pagina di ogni elenco dei prodotti ("16 juin 2004", data in lingua francese).

I simboli utilizzati per i "contatti", "il mio conto", "la mia spesa"... sono ben scelti in quanto sono universali e i colori in scala di blu e arancione sono rilassanti e non portano ad associazioni mentali negative o preoccupanti.

Questi aspetti sono indice dell'applicazione di una strategia basata su siti localizzati, tale scelta permette di adattare le pagine alle esigenze del singolo mercato guadagnandoci in flessibilità.

Sintesi

+ Punti di forza:

- Il labelling utilizzato nel menù di primo livello è semplice e chiaro;
- Le parti discorsive sono comprensibili, con titoli che suddividono bene il testo;
- Ogni prodotto ha una scheda tecnica chiara e completa in ogni sua parte;
- Possibilità di visualizzare i prodotti a 360° (video o animazione 3D) e di scaricare una scheda riassuntiva;
- Il sito è presente sul web in diverse lingue, facile anche il passaggio da una all'altra;
- Il prezzo è indicato in modo coerente con il paese.

- Punti di debolezza:

- Il labelling nel menù di secondo livello è a volte ambiguo o contiene voci già presenti nel menù principale;
- I paragrafi non contengono link con i quali l'utente può raggiungere più velocemente la parte che gli interessa, ciò comporta grandi scorrimenti verticali.

3.5 Gestione

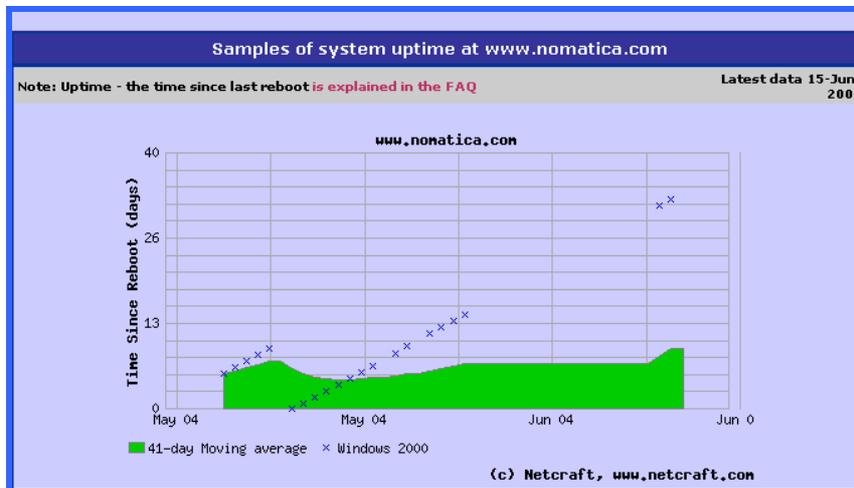
Valutazione (3/5) 

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

Analisi

Disponibilità: Il sito è sempre attivo e disponibile?

Tutte le volte che abbiamo effettuato degli accessi al sito è sempre stato disponibile, non trovando mai delle interruzioni.



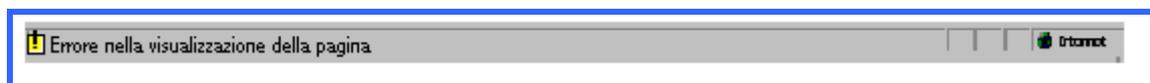
Il grafico prodotto da www.netcraft.com mostra l'andamento dell'uptime del sito da Maggio 2004 e risiede su un server Windows2000. Da un'attenta osservazione del grafico si può concludere che il sito in questi ultimi mesi (periodo preso in considerazione) ha avuto un solo restart.

Monitoraggio: L'uso del sito è adeguatamente monitorato?

Non viene data alcuna informazione dal sito, quindi non possiamo trarre conclusioni a riguardo.

Aggiornamento: Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Il sito presenta come unico indizio di aggiornamento, la data dell'ultimo cambiamento in fondo alle pagine contenenti le informazioni dei prodotti; abbiamo notato che le pagine vengono aggiornate ogni 3 o 4 giorni lavorativi e questo è indice di un lavoro costante. Si è riscontrata la presenza di molti link spezzati (come già evidenziato in precedenza) ed inoltre alcuni collegamenti non sono funzionanti. In quest'ultimo caso l'utente ha come unica indicazione la seguente avvertenza a fondo pagina:



Risulta difficile considerarlo un messaggio chiarificatore.

Relazioni con gli utenti: Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Abbiamo provato ad inviare due e-mail al servizio clienti di nomatica.com, con esiti differenti nella forma ma uguali nella sostanza: la prima e-mail inviata all'indirizzo info_it@nomatica.com non ha ottenuto nessun tipo di risposta, la seconda è stata inviata all'indirizzo contact@nomatica.com, questa invece ha ottenuto risposta che riportiamo di seguito.

suivi de mail

Cher(e) Client(e),

Vous venez de nous envoyer un e-mail sur : contact@nomatica.com nous vous invitons à utiliser le formulaire en ligne pour que nous puissions traiter votre demande dans les plus brefs délais.

L'Équipe de Nomatica.

Dear Customer,

You have just sent an email to : contact@nomatica.com. We would like to invite you to use the online form so that we can respond as soon as possible.

Best wishes.

The Nomatica Team.

Nos Formulaires en ligne / Ours Online Forms

France : Cliquez ici pour utiliser notre formulaire de contact en ligne
Belgique: Cliquez ici pour utiliser notre formulaire de contact en ligne
Belgie : klik hier voor net online formulier
Deutschland : kicken sie hier fur das online formular
England : Click here for use the online form
España : Pincha aqui para utilizar nuestro formulario de contacto en linea
Italia : Cliccore qui per utilizarre il formulario on line
Ireland : Click here for use the online form

Questa risposta, ricevuta in brevissimo tempo (circa 1 minuto), è automatica e invita l'utente ad utilizzare il formulario on-line per inviare richieste d'informazioni all'azienda, l'unica pecca di questa risposta è che viene scritta in lingua francese e inglese ma si riscatta subito in quanto l'invito ad utilizzare il formulario on-line viene riportato in una moltitudine di lingue, compreso l'italiano.

Per contattare il servizio clienti attraverso il form basta cliccare sul link fornito dall'e-mail appena ricevuta, oppure è possibile cliccare sul link "contatti" nel menù presente in tutte le pagine.

Inviatemi un email :

Sig. Sig.ra

Cognome :

Nome :

La vostra e-mail :

Il vostro Codice Cliente :

Il vostro Numero d'ordine :

Scegliete un argomento : Altro

La vostra richiesta :

Telefono : 899.788.633 (0.10 € scatto alla risposta + 0.25 €/mn) **Fax :** 0033 561.755.053

Il nostro indirizzo : Nomatica S.A.
BP 53393
31133 Balma cedex
France

In tutte le e-mails si prega di precisare il vostro codice cliente o il vostro numero d'ordine.

Abbiamo utilizzato il form per richiedere informazioni e come prima risposta abbiamo ricevuto la conferma della ricezione della nostra richiesta di informazione:

Mlle Matteo Strazzullo,
Vi confermiamo la ricezione della seguente e-mail :

Gentile Nomatica,
ho visitato il vostro sito e sarei interessato all'articolo Nikon Coolpix 3100 che però è in riapprovvigionamento. Vorrei sapere in quanto tempo sarà disponibile.
Ringraziando anticipatamente per la Vostra disponibilità porgo distinti saluti

Matteo Strazzullo

Codice Cliente :
Numero Ordine :

Risponderemo al più presto alla vostra e-mail.
Cordiali Saluti,

Lo staff di Nomatica.

Pochi giorni più tardi, è arrivata una risposta da parte dello staff di nomatica, che riportiamo di seguito:

Gentile Cliente,
vi informiamo che al momento non abbiamo ancora una data precisa di consegna , vi preghiamo di ricontattarci la prossima settimana per avere maggiori informazioni.

Cordiali Saluti,
Servizio Assistenza Clienti Nomatica

NOMATICA
Tel.: 899.788.633 (0.10 €/risp. + 0.25 €/min.) Fax : 0033 561 755 053 Mail :
info_it@nomatica.com

<http://www.nomatica.it>

Questa risposta, pur non fornendo grandi informazioni rispetto a ciò che avevamo richiesto è comunque un segnale che il servizio clienti legge realmente le lettere che arrivano attraverso il

form presente nel sito. Ci viene anche consigliato di provare a ricontattare il servizio la settimana successiva; Notare inoltre che la risposta è in italiano e proviene dallo staff di nomatica.it versione italiana di [nomatica.com](http://www.nomatica.com) che abbiamo utilizzato.

Ma l'assistenza ricevuta da parte di Nomatica non è finita qui; la settimana successiva all'arrivo della risposta sopra citata, ce ne è arrivata una seconda che riportiamo di seguito:

```
Gentile Cliente,  
  
il prodotto da lei richiesto è attualmente disponibile.  
  
Cordiali Saluti,  
Servizio Assistenza Clienti Nomatica  
  
NOMATICA  
Tel.: 899.788.633 (0.10 →/risp. + 0.25 →/min.) Fax : 0033 561  
755 053 Mail : info_it@nomatica.com http://www.nomatica.it
```

Questa ultima risposta inviataci dal servizio di assistenza clienti di **Nomatica** ci ha stupito e ci ha permesso di valutare non solo positivamente ma egregiamente questo servizio, che ha fatto sentire noi semplici valutatori del sito, appagati di averlo analizzato, pensiamo ad un utente che riceva tutta questa assistenza come possa affezionarsi in fretta a questo sito. Subito dopo aver ricevuto questa risposta siamo andati a verificare la veridicità di tale informazione ed è risultata effettivamente corretta, complimenti a **Nomatica**, in questo modo si è guadagnata un cliente!!!

Unico neo di questo servizio è l'impostazione del form, in quanto non appare chiaro se sia necessario, per inviare la richiesta di informazioni, possedere un codice cliente (che desumiamo sia fornito dal sito al momento dell'acquisto di un prodotto) o meno, in quanto vi è una frase che invita ad inserirlo in tutte le richieste ma non viene indicato come campo obbligatorio. Questa incongruenza può spingere l'utente (magari inesperto) a non inviare la richiesta di informazioni e questo potrebbe significare la perdita di un potenziale acquirente.

Sintesi

+ Punti di forza:

- Il sito è globalmente sempre disponibile;
- E' aggiornato frequentemente, quest'aspetto è riscontrabile per mezzo della data in fondo ad ogni pagina contenente informazione sui prodotti;
- Ottimo servizio di assistenza clienti, con risposte personalizzate, utili, cortesi e tempestive.

- Punti di debolezza:

- Nel caso in cui alcuni collegamenti non funzionino viene visualizzata una frase nella barra orizzontale della pagina: i caratteri utilizzati sono piccoli e non è facilmente visibile dall'utente;
- Non mette in evidenza alcun indizio di aggiornamento, infatti solo chi naviga a lungo e fa scorrere interamente le pagina contenenti informazioni sui prodotti, può trovare la data dell'ultimo aggiornamento;
- Presenza di numerosi link spezzati.

3.6 Accessibilità

Valutazione (1/4)



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

Analisi

Tempi di accesso:

I tempi di accesso sono adeguati?

La home-page del nostro sito ha una dimensione pari a 207 KB e per essere la pagina iniziale di un sito non è leggera.

All'interno di essa infatti troviamo una serie di immagini per il menù, per i prodotti, per lo slogan ed alcune animazioni per illustrare i servizi e le funzionalità messe a disposizione dal sito.

Grazie al sito Watson.addy.com abbiamo potuto valutare quanto incide sui i tempi d'accesso la sola parte HTML della home page (versione italiana) i quali risultano accettabili:

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	7344	5.36	2.94	2.45	2.10	0.92	0.37
Total	1	7344	5.36	2.94	2.45	2.10	0.92	0.37

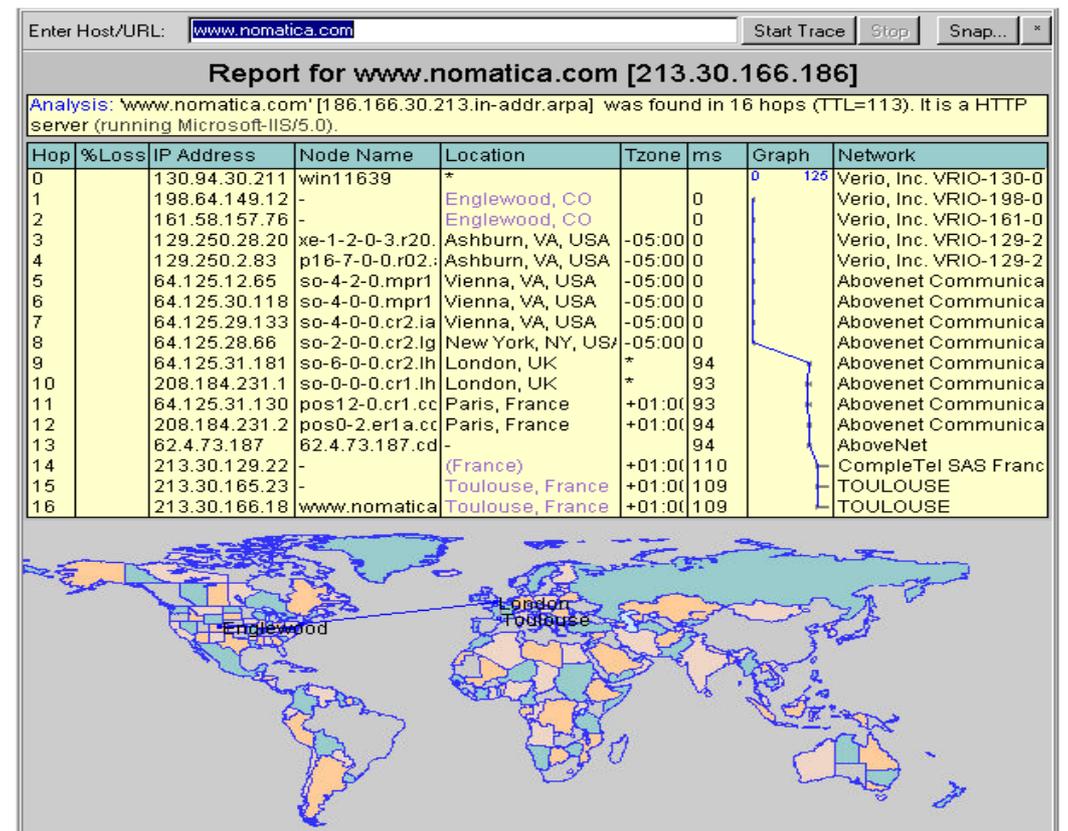
Ad appesantirne l'accesso quindi, come abbiamo già fatto notare, sono le numerose immagini che però in un sito di commercio elettronico sono importanti, viene visualizzata circa in 35-40 secondi con il tradizionale collegamento a 56Kb, in meno di 2 secondi con un collegamento in fibra ottica.

Per quanto riguarda le altre pagine analizzate, le più pesanti sono quelle che presentano i prodotti in vendita attraverso l'uso di immagini; in questi casi la navigazione viene molto appesantita, ma riteniamo che, la presentazione dei prodotti in un sito di e-commerce sia molto importante, anzi fondamentale.

I tempi di scaricamento si aggirano intorno al minuto con un collegamento analogico tradizionale.

In generale riteniamo che le pagine possano essere studiate in modo da risultare meno pesanti da visualizzare.

Dato che anche la dislocazione geografica del server può influire sulle prestazioni d'accesso, si è analizzato il percorso seguito per raggiungere il sito, da Ashburn in Virginia con lo strumento visualroute (www.visualroute.com). Si nota che il tragitto effettuato è di 16 tratte:dagli USA si passa per Vienna,New York,Londra,Parigi fino a Toulouse dove si trova il server finale. Durante il tragitto si attraversano le reti Verio(USA), AboveNet e CompleTel SAS (Francia) fino a raggiungere Toulouse. Per arrivare al nodo finale il tempo medio è piuttosto basso: 109 msec.



Reperibilità: Il sito è facile da trovare?

- | | | | |
|-----|---------------------|-----|-----------------|
| 1. | labo.nomatica.com | 12. | www.nomatica.de |
| 2. | www.nomatica.at | 13. | www.nomatica.dk |
| 3. | www.nomatica.be | 14. | www.nomatica.fr |
| 4. | www.nomatica.biz | 15. | www.nomatica.ie |
| 5. | www.nomatica.ch | 16. | www.nomatica.it |
| 6. | www.nomatica.co.uk | 17. | www.nomatica.lt |
| 7. | www.nomatica.com | 18. | www.nomatica.lu |
| 8. | www.nomatica.com.es | 19. | www.nomatica.lv |
| 9. | www.nomatica.com.mt | 20. | www.nomatica.nl |
| 10. | www.nomatica.com.tr | 21. | www.nomatica.pl |
| 11. | www.nomatica.cz | 22. | www.nomatica.pt |
| | | 23. | www.nomatica.ro |

Questi sono tutti gli URL che contengono solo la parola "nomatica" differenziandosi tra loro per la categoria. Essi portano al nostro sito nelle diverse lingue.

L'indirizzo www.nomatica.com è semplice in quanto non contiene caratteri speciali o numeri e utilizza un suffisso coerente con la categoria di appartenenza. Purtroppo non è una parola di uso comune e per questo motivo non si ricorda molto semplicemente.

Per vedere se il nostro sito è facilmente reperibile tramite i più diffusi motori di ricerca abbiamo effettuato delle prove e i risultati sono riportati nella seguente tabella:

Chiavi di ricerca	Google	MSN Search	Altavista
Nomatica	1	1	1
Acquisto on-line video digitale	190	80	182
Acquisto fotocamere digitali	92	57	30
E-commerce digitale	non nei primi 300	non nei primi 300	non nei primi 300

Questi esiti non sono valutati da noi positivamente dato che, come precedentemente detto, il nome non si memorizza facilmente, l'uso di un motore di ricerca per trovarlo dovrebbe essere più efficiente.

Il sito è abbastanza referenziato da altri siti come si nota da questa tabella:

	www.nomatica.com
Google	166
Altavista	8841
Hotbot	4333
Totale	13340

Indipendenza dal browser: Il sito è accessibile con ogni browser?

Per valutare l'accessibilità del sito con diversi browser abbiamo utilizzato uno dei pochi strumenti automatici gratuiti che siamo riusciti a reperire in rete sul sito www.netmechanic.com.

Riportiamo di seguito i report forniti da questo tool applicato alla home page italiana di nomatica.com

Your Results

Reports: [Load Time](#) | [HTML Check & Repair](#) | [Browser Compatibility](#) | [Spell Check](#) | [Link Check](#) | [Bad Links](#) | [Remote Links](#)

Browser Compatibility Test Details

Test Information

URL: <http://www.nomatica.com/indexIT.htm>

Date Tested: Wednesday, June 30, 10:30 EDT

Page Rating:  3/5

Total Incompatibilities: 35

Number of Problems : 5

This report shows how well your page appears under different versions of the major browsers. Tags or attributes that are incompatible with more than 10% of your visitors are highlighted as problem areas.

La valutazione automatica ha fornito come risultato tre stelline su cinque, ciò significa che la pagina analizzata avrà mediamente una discreta probabilità di essere visualizzata correttamente dagli utenti; il numero totale di incompatibilità riscontrate sono state 35 mentre sono stati rilevati 5 problemi. La diversità tra incompatibilità e problema è che viene ritenuta incompatibilità quando la soglia di utenti che potrebbero avere difficoltà nella navigazione non supera il 10%, diventa problema quando questa soglia va oltre il 10%. I browser utilizzati per i test sono stati:

- Microsoft Internet Explorer versioni 4, 5 e 6;
- Netscape Navigator Version 3,4, e 6.

Di seguito riportiamo l'elenco delle incompatibilità e dei problemi (scritti in grassetto) riscontrati durante il test della home page di nomatica.com versione italiana:

Tag	Attribute	Lines	Visitors Affected	Microsoft			Netscape		
				4	5	6	3	4	6
A	CLASS	96, 111, 113, 114, 114, 116, 118, 165, 230, 272, 279, 296, 299, 305, 310, 572, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 584, 584, 585, 585, 586, 587, 588, 588, 588, 663	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
BORDER	--	16	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
COLOR	COLOR	19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
FONT-FAMILY	--	19, 61	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
FONT-SIZE	LENGTH	19, 61	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
FONT-WEIGHT	--	19	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
HEIGHT	LENGTH	616	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
LEFT	LENGTH	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
MSO-ANSI-LANGUAGE	--	118	97.00 %	N	N	N	N	N	N
POSITION	--	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TEXT-DECORATION	--	12	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TOP	LENGTH	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
VISIBILITY	--	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
WIDTH	LENGTH	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
Z-INDEX	LENGTH	616	97.00 %	N	N	N	N	N	N
DIV	CLASS	78, 106, 145, 172, 186, 193, 198, 212, 237, 245, 263, 286, 295, 323, 356, 372, 410, 513, 548, 571	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
DIV	ID	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
DIV	STYLE	616	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
FONT	CLASS	223, 223, 223, 223	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
IMG	"	405	97.00 %	N	N	N	N	N	N
IMG	CLASS	134	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
LINK	--	8, 9, 29, 56, 57	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	HREF	8, 9, 29, 56, 57	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	REL	8, 9, 29, 56, 57	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
LINK	TYPE	8, 9, 29, 56, 57	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
P	CLASS	331	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
SPAN	--	83, 118, 154, 158, 158, 159, 161, 194, 216, 217, 223, 223, 223, 223, 227, 249, 361, 361, 362.	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y

		362, 363, 377, 382, 390, 391, 394, 414, 417, 437, 440, 440, 444, 463, 464, 484, 484, 497, 517, 520, 541, 574, 574, 576, 577, 587, 597, 658							
SPAN	CLASS	83, 118, 154, 158, 158, 159, 161, 194, 216, 217, 223, 223, 223, 223, 227, 249, 361, 361, 362, 362, 363, 377, 382, 390, 391, 394, 414, 417, 437, 440, 440, 444, 463, 464, 484, 484, 497, 517, 520, 541, 574, 574, 576, 577, 587, 597, 658	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
SPAN	LANG	118	12.00 %	Y	Y	Y	N	N	N
SPAN	STYLE	118	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TABLE	BORDERCOLOR	379, 392, 442, 495, 595	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TABLE	CLASS	81, 109, 149, 177, 189, 241, 289, 291, 327, 375, 551, 569, 667	10.00 %	Y	Y	Y	N	N	Y
TD	BACKGROUND	78, 105, 145, 172, 179, 186, 237, 285, 323, 371, 548	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TD	CLASS	386, 399, 411, 422, 434, 448, 460, 468, 481, 491, 502, 514, 525, 538, 555, 571, 580, 583, 670	1.00 %	Y	Y	Y	N	Y	Y
TR	BORDERCOLOR	376, 490, 494	12.00 %	Y	Y	Y	N	N	N

Dall'analisi dei dati si nota che utilizzando un browser Microsoft Internet Explorer versione 4,5 o 6, non si hanno grossi problemi di visualizzazione, sono state infatti riscontrate solamente tre incompatibilità; i veri problemi si hanno quando si cambia software di navigazione e si utilizza Netscape. Con la versione 3 vi sono 35 incompatibilità, questo significa che la pagina non verrà visualizzata correttamente anche se non possiamo dare un peso qualitativo alle incompatibilità riscontrate e non disponiamo di una visualizzazione della pagina con tale browser. Con la versione 4 di Netscape sono state riscontrate 8 incompatibilità che scendono a 5 passando all'ultima versione del suddetto browser.

Tra i risultati forniti dal tool la colonna "Visitors Affected" è molto utile perché calcola la percentuale di utenti che avranno difficoltà nella visualizzazione della pagina; questo dato viene elaborato fornendo al tool la percentuale di utenti che utilizzano i diversi tipi di browser, purtroppo non avendo a disposizione le statistiche riguardo i tipi di browser che gli utenti del sito utilizzano per navigare, non è stato possibile sfruttare in modo adeguato questa funzionalità (infatti i valori utilizzati per il calcolo sono quelli standard impostati nel tool).

In conclusione le maggiori incompatibilità sono per i browser Netscape soprattutto per quelli più obsoleti, mentre con i browser Microsoft le pagine dovrebbero presentarsi in modo abbastanza corretto.

Accessibilità per i disabili: Il sito è utilizzabile da utenti disabili?

All'interno del sito non è presente il marchio di conformità alle linee guida del WAI di nessun livello; nonostante ciò analizzando a fondo le pagine si sono riscontrate alcune caratteristiche importanti.

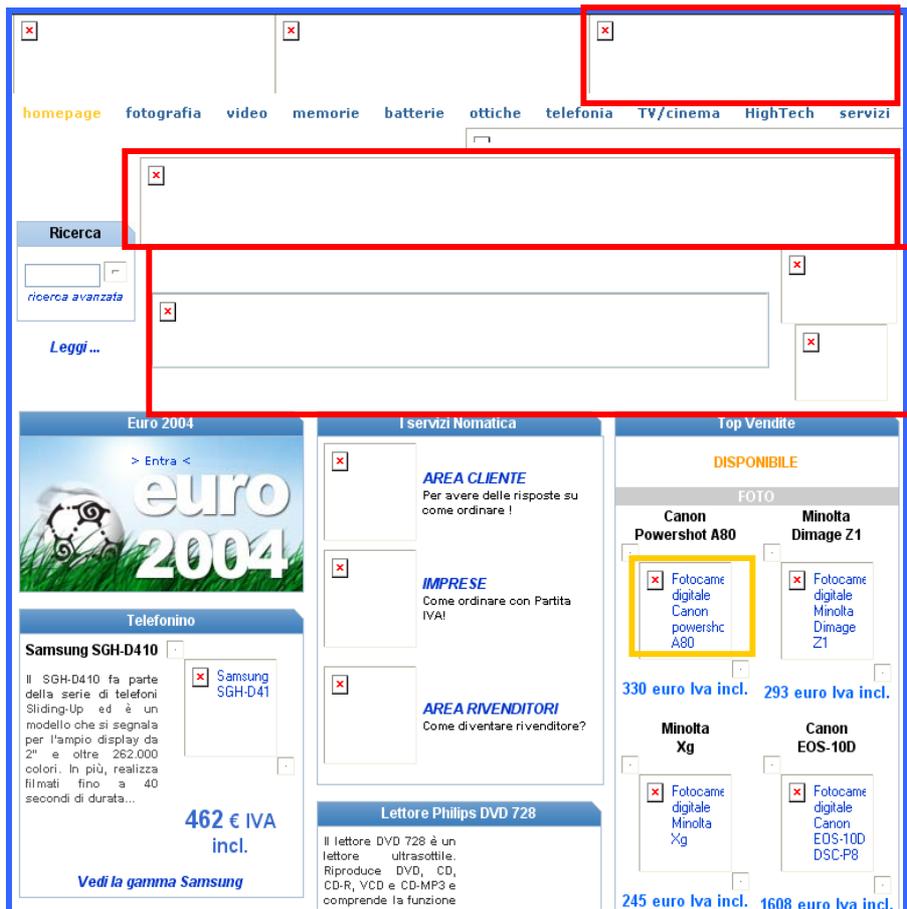
Le pagine per effettuare queste analisi sono state scelte in base alla probabilità che esse hanno di essere visualizzate dagli utenti; per questo motivo abbiamo scelto come campione le seguenti pagine:

- la home page (ricordiamo che ci riferiamo alla versione italiana del sito);
- la pagina di selezione dei prodotti (in base alle caratteristiche);
- la pagina dell'elenco dei prodotti (in base ai criteri di scelta selezionati);
- la pagina dello stato del carrello degli acquisti;
- la pagina in cui vengono fornite informazioni sui servizi offerti dall'azienda.

Da questo campione di pagine, abbiamo effettuato alcune operazioni per verificare l'accessibilità per utenti disabili.

Per prima cosa si sono visualizzate queste pagine senza immagini, i risultati ottenuti attraverso l'analisi di queste pagine non sono stati soddisfacenti: nella home page non vengono più visualizzati i link riguardanti lo stato del carrello, lo stato del proprio conto, i contatti con l'azienda e la mappa del sito. Questo fatto non è di secondaria importanza, soprattutto per i primi tre link, per un sito di commercio elettronico. Inoltre notiamo che non vengono sostituite da opportune etichette nemmeno i link riguardanti la selezione delle lingue. A causa di queste inadempienze da parte degli sviluppatori, l'unico modo per arrivare a questi collegamenti è quello di usare i link posti in fondo alla pagina che spesso sono scritti in francese. Questa soluzione non vale per la selezione della lingua in quanto non è selezionabile in nessun'altro modo.

Valutiamo positivamente invece il fatto che le immagini dei prodotti vengono sostituite da etichette che riportano la dicitura del prodotto. Ultima osservazione che abbiamo da fare è sullo slogan dell'azienda: in una visualizzazione senza immagini si perde completamente in quanto non vengono visualizzate delle scritte alternative; questo certamente non rafforza il brand dell'azienda, essendo questo slogan un metodo diretto per far capire gli obiettivi del sito.



Nell'analisi delle pagine successive abbiamo riscontrato gli stessi problemi: le immagini dei prodotti hanno sì un'etichetta alternativa, ma non tutte le scritte (causa la dimensione dell'immagine) non vengono visualizzate interamente e quindi non sono leggibili dall'utente. Un esempio che ci sembra importante evidenziare è quello presente nelle pagine in cui è possibile aggiungere un prodotto al proprio carrello (lo si è riscontrato in due delle pagine prese come campione): l'icona del carrello che serve per aggiungere il prodotto è troppo piccola per contenere il testo alternativo "Aggiungere all'ordine", di conseguenza l'utente non visualizzando nessuna scritta non è in grado di capire come poter eseguire tale operazione. Ci chiediamo, visto che il lavoro di inserimento di testi alternativi è stato fatto, perché gli sviluppatori non siano stati più attenti nel dimensionamento delle immagini e nella lunghezza dei testi alternativi.

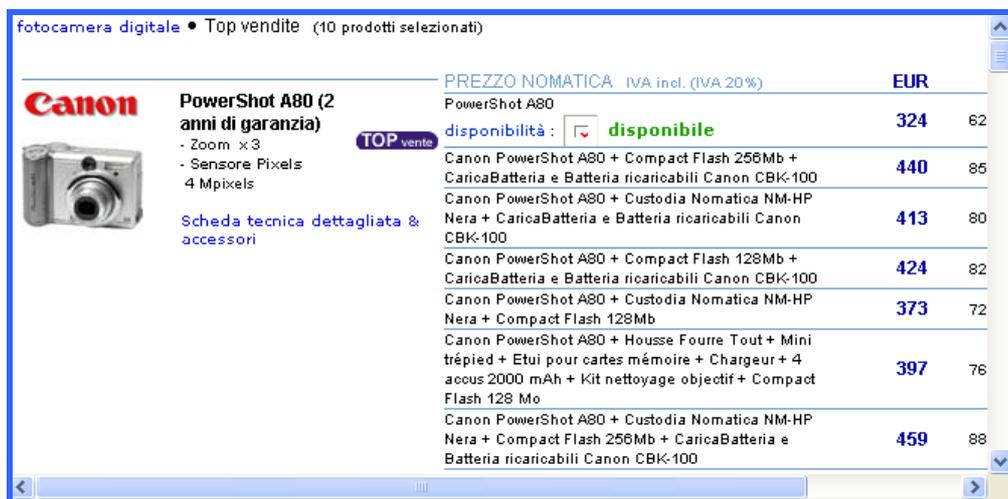
	PREZZO NOMATICA IVA incl. (IVA 20%)	EUR	Lire
 Finepix F420 (2 anni di garanzia) - Zoom x3 - Sensore Pixels 3.1 Mpixels Scheda tecnica dettagliata & accessori	Finepix F420 disponibilità : <input type="checkbox"/> disponibile	313	605184
	Fujifilm Finepix F420 + Custodia Nomatica NM-HC Nera + xD Picture Card 128Mb	395	785094
	Fujifilm Finepix F420 + Custodia Nomatica NM-HC Nera	342	682555
	da inserire nelle mie preferenze		

La pagina riguardante i servizi offerti dall'azienda non contiene immagini e quindi viene visualizzata correttamente anche senza.

Non viene fatto uso all'interno del sito di suoni utili per la comprensione dei contenuti.

Come già detto durante le fasi precedenti di questa analisi il sito non permette di ridimensionare i caratteri.

Cambiando la risoluzione dello schermo non è necessario effettuare scorrimenti orizzontali, mentre questi risultano necessari diminuendo la dimensione della finestra del browser e solo gli utenti web sanno quanto questo sia scomodo e fastidioso durante la navigazione.



fotocamera digitale • Top vendite (10 prodotti selezionati)		PREZZO NOMATICA IVA incl. (IVA 20%)	EUR
 <p>Canon PowerShot A80 (2 anni di garanzia) - Zoom x3 - Sensore Pixels 4 Mpixels Scheda tecnica dettagliata & accessori</p> <p>TOP vendite</p>	PowerShot A80	disponibilità: <input checked="" type="checkbox"/> disponibile	324 62
	Canon PowerShot A80 + Compact Flash 256Mb + CaricaBatteria e Batteria ricaricabili Canon CBK-100		440 85
	Canon PowerShot A80 + Custodia Nomatica NM-HP Nera + CaricaBatteria e Batteria ricaricabili Canon CBK-100		413 80
	Canon PowerShot A80 + Compact Flash 128Mb + CaricaBatteria e Batteria ricaricabili Canon CBK-100		424 82
	Canon PowerShot A80 + Custodia Nomatica NM-HP Nera + Compact Flash 128Mb		373 72
	Canon PowerShot A80 + Housse Fourre Tout + Mini trépied + Etui pour cartes mémoire + Chargeur + 4 accus 2000 mAh + Kit nettoyage objectif + Compact Flash 128 Mo		397 76
	Canon PowerShot A80 + Custodia Nomatica NM-HP Nera + Compact Flash 256Mb + CaricaBatteria e Batteria ricaricabili Canon CBK-100		459 88

Positiva invece la possibilità di raggiungere tutti i link presenti nelle diverse pagine senza l'uso del mouse.

Per eseguire l'analisi di come un utente daltonico visualizzi le pagine di nomatica.com, ci siamo avvalsi di un tool automatico (disponibile sul sito www.vischeck.com) per la visualizzazione; purtroppo questo strumento ha dato esito positivo solamente nel caso della home page, per questo motivo non è stato possibile analizzare altre pagine.

Alcune scelte realizzative comunque anche senza l'ausilio del tool automatico ci hanno lasciato un po' perplessi già da una prima analisi visiva. Un uso del colore non corretto (come già detto nella sezione sul colore), si trova nella pagina di selezione dei prodotti che l'utente può acquistare: la disponibilità dei diversi prodotti viene indicata attraverso colori che possono essere confusi (viene usato l'arancione per due stati diversi della disponibilità dei prodotti) ma, nota positiva, questo non è l'unico modo con cui l'utente può avere informazioni sulla disponibilità, perché viene anche scritto testualmente. Certamente però la scelta di colori completamente differenti avrebbe permesso all'utente di capire immediatamente (con una sola occhiata alla pagina) in che stato è la disponibilità di un prodotto, dobbiamo però far notare che i colori simili vengono utilizzati per stati simili.

La home page visualizzata da un utente affetto Deuteranope (una forma di daltonismo con mancanza di colore rosso/verde)

n1 in Francia e in Europa delle vendite online
digital Foto e video digitale

I prezzi più bassi
La più vasta gamma

Ricerca
OK
ricerca avanzata
Leggi ...

Pagamento alla consegna **gratis!** disponibile **novità** 360°

Euro 2004
> Entra <
euro 2004

Telefonino
Samsung SGH-D410
Il SGH-D410 fa parte della serie di telefoni Sliding-Up ed è un modello che si segnala per l'ampio display da 2" e oltre 262.000 colori. In più, realizza filmati fino a 40 secondi di durata...
462 EUR IVA incl.
Vedi la gamma Samsung

I servizi Nomatica
AREA CLIENTE
Per avere delle risposte su come ordinare!
IMPRESE
Come ordinare con Partita IVA!
AREA RIVENDITORI
Come diventare rivenditore?

Top Vendite
DISPONIBILE
FOTO
Canon Powershot A80
330 euro Iva incl.
Minolta Dimage Z1
293 euro Iva incl.
Minolta Xg
245 euro Iva incl.
Canon EOS-10D
1608 euro Iva incl.

La nuova gamma OLYMPUS
Venite a scoprire la nuova gamma Olympus 2004. Una serie unica, destinata sia ai debuttanti che ai più esperti fotografi...
C-725uz
scopri la gamma

Lettores Philips DVD 728
Il lettore DVD 728 è un lettore ultrasottile. Riproduce DVD, CD, CD-R, VCD e CD-MP3 e comprende la funzione di presentazione dei CD immagini. Smart Sound presenta impostazioni predefinite (hall, concerto, classica, rock, ...) per un'esperienza sonora ottimale, mentre Smart Picture offre la comodità di impostazioni ideali, personalizzate e predefinite. Lo zoom digitale.
107 € Iva incl.

VIDEO
Canon MV750i
Sony DCR-HC40

La pagina iniziale rimane sostanzialmente identica, i colori diventano più scuri, si perdono alcuni dettagli sui colori degli oggetti, l'arancione utilizzato comunque con parsimonia tende a diventare un giallo intenso, ma sostanzialmente le informazioni importanti sono comunque visibili da un utente affetto da Deuteranope.

La home page visualizzata da un utente affetto Protanope (un'altra forma di daltonismo con mancanza di colore rosso/verde)

n1 in Francia e in Europa delle vendite online
digital Foto e video digitale

I prezzi più bassi
La più vasta gamma

Ricerca
OK
ricerca avanzata
Leggi ...

Pagamento alla consegna disponibile **gratis!**

360°
new

Euro 2004
> Entra <
euro 2004

Telefonino
Samsung SGH-D410
Il SGH-D410 fa parte della serie di telefoni Sliding-Up ed è un modello che si segnala per l'ampio display da 2" e oltre 262.000 colori. In più, realizza filmati fino a 40 secondi di durata...
462 EUR IVA incl.
Vedi la gamma Samsung

La nuova gamma OLYMPUS
Venite a scoprire la nuova gamma Olympus 2004. Una serie unica, destinata sia ai debuttanti che ai più esperti fotografi...
scopri la gamma
C-8080wz
Disponibilità

I servizi Nomatica
AREA CLIENTE
Per avere delle risposte su come ordinare!
IMPRESE
Come ordinare con Partita IVA!
AREA RIVENDITORI
Come diventare rivenditore?

Lettoce Philips DVD 728
Il lettore DVD 728 è un lettore ultrasottile. Riproduce DVD, CD, CD-R, VCD e CD-MP3 e comprende la funzione di presentazione dei CD immagini. Smart Sound presenta impostazioni predefinite (hall, concerto, classica, rock, ...) per un'esperienza sonora ottimale, mentre Smart Picture offre la comodità di impostazioni ideali, personalizzate e predefinite. Lo zoom digitale consente un'elevata risoluzione per primi piani.
107 € Iva incl.

Top Vendite
DISPONIBILE
FOTO
Canon Powershot A80
330 euro Iva incl.
Minolta Dimage Z1
293 euro Iva incl.
Minolta Xg
245 euro Iva incl.
Canon EOS-10D
1608 euro Iva incl.
VIDEO
Canon MV750i
549 euro Iva incl.
Sony DCR-HC40
739 euro Iva incl.

Anche in questo caso un utente affetto da daltonismo Protanope può distinguere correttamente le informazioni, alcuni colori naturalmente vengono persi, l'arancione tende ad essere molto più scuro, ma la sostanza della pagina rimane inalterata.

La home page visualizzata da un utente affetto Tritanope (una mancanza molto rara di blu/giallo)

The screenshot shows the n1 website home page with a search bar at the top left and a navigation menu. The main content is divided into several sections:

- Header:** n1 logo, "in Francia e in Europa delle vendite online digital Foto e video digitale", "I prezzi più bassi La più vasta gamma".
- Search:** "Ricerca" box with "OK" button and "ricerca avanzata" link.
- Promotional Banners:** "Pagamento alla consegna disponibile gratis!" with a man's face, "novità", and "360° demo video" with a camera icon.
- Euro 2004:** "Euro 2004" banner with "Entrate" and "euro 2004" text.
- Telefonino:** "Samsung SGH-D410" section with a phone image and price "462 EUR IVA incl.". Includes a link "Vedi la gamma Samsung".
- I servizi Nomatica:** "AREA CLIENTE" (Per avere delle risposte su come ordinare!), "IMPRESA" (Come ordinare con Partita IVA!), "AREA RIVENDITORI" (Come diventare rivenditore?).
- Lettores Philips DVD 728:** "Lettores Philips DVD 728" section with a DVD player image and price "107 € Iva incl.". Includes a link "Disponibilità".
- Top Vendite:** "Top Vendite" section with "DISPONIBILE" and "FOTO" sub-section. Lists:
 - Canon Powershot A80: 330 euro Iva incl.
 - Minolta Dimage Z1: 293 euro Iva incl.
 - Minolta Xg: 245 euro Iva incl.
 - Canon EOS-10D: 1608 euro Iva incl.
- VIDEO:** "VIDEO" sub-section. Lists:
 - Canon MV750i: 549 euro Iva incl.
 - Sony DCR-HC40: 739 euro Iva incl.
- La nuova gamma OLYMPUS:** "La nuova gamma OLYMPUS" section with "C-460z" camera image and link "scopri la gamma".

I questo ultimo caso la pagina tende ad essere molto più azzurrata delle precedenti versioni; anche in questo caso però nel suo complesso la visualizzazione della pagina risulta corretta senza perdita di informazioni importanti per la navigazione.

Dopo questa analisi sia manuale che automatica, possiamo affermare che non ci sono, all'interno delle pagine, informazioni importanti identificabili solamente attraverso il loro colore.

Per testare se le pagine del sito sono accessibili per utenti non vedenti si è utilizzato un browser vocale scaricabile gratuitamente in prova all'indirizzo www.freedomscientific.com Jaws 5.0. Abbiamo sottoposto le pagine campione a questo software ed i risultati ottenuti sono stati intermedi in quanto le informazioni essenziali del sito vengono fornite attraverso la voce ad un utente disabile, ma molto spesso viene creata confusione, la troppa punteggiatura a volte utilizzata anche senza un vero scopo ma solo per abbellimento non permette di capire perfettamente il senso del discorso.

Le informazioni vengono lette in un senso logico, prima viene letto il menù fisso con tutti i link anche se alcuni non sono molto comprensibili, poi si passa alle informazioni vere e proprie che per esempio nell'home page vengono lette per colonne sempre in un modo che permette di capire il senso generale.

Come già messo in evidenza nelle fasi precedenti della valutazione, lo slogan del sito non ha un testo alternativo e quindi un utente non vedente come unica informazione sul tipo di sito a cui si è collegato ha la frase posta sulla barra del browser di navigazione che dice "Acquisito fotocamere digitali – Fotocamera digitale NOMATICA Italia", notiamo che oltre a non essere una frase chiara ed immediata è anche scritta in modo non corretto.

In sintesi, l'utilizzo di questo browser ci ha permesso di capire che un utente non vedente che acceda al sito di nomatica.com in lingua italiana non sarà molto facilitato nel suo uso, capirà il contenuto generale delle pagine (anche se con qualche difficoltà, per i problemi sopra riportati), in alcuni casi potrebbe essere confuso da una lettura non lineare delle pagine stesse (anche per la loro eccessiva lunghezza). Non possiamo purtroppo determinare se i problemi rilevati con questo test, siano dovuti al software utilizzato (magari non ancora perfezionato essendo un software in continuo sviluppo) oppure a causa della struttura del sito, stesso discorso vale anche per le note positive che abbiamo riportato.

Ulteriori analisi sono state realizzate attraverso due strumenti automatici reperibili sul web:

- **Bobby** uno strumento che determina se il sito che gli viene sottoposto è accessibile. Esegue questa analisi attraverso test automatici veritieri quanto quelli manuali. Analizza inoltre la compatibilità delle pagine con browser differenti;
- **Torquemada** é un strumento italiano on-line per testare l'accessibilità dei siti, che oltre a presentare un report con tutti i problemi, visualizza la pagina che abbiamo testato e il punto in cui li ha rilevati.



Problemi rilevati attraverso **Bobby** (tutte le analisi svolte hanno dato esito negativo sull'accessibilità):

Pagina servizio clienti

- If this is a data table (not used for layout only), identify headers for the table rows and columns
- **If you use color to convey information, make sure the information is also represented another way**
- If a table has two or more rows or columns that serve as headers, use structural markup to identify their hierarchy and relationship
- Use relative sizing and positioning (% values) rather than absolute (pixels).
- Use a public text identifier in a DOCTYPE statement.
- If there are logical groupings of form controls, use FIELDSET with LEGEND on each group.
- If programmatic objects create pop-up windows or change the active window, make sure that the user is aware this is happening.
- **Check that the foreground and background colors contrast sufficiently with each other.**
- **Provide a summary for tables.**
- **Identify the language of the text.**
- If this is a data table (not used for layout only), provide a caption.

In sintesi: gli interventi più importanti, denotati in azzurro, sono più che altro controlli che il tool automatico suggerisce di eseguire. Importante il consiglio di identificare il testo della lingua, utile per l'uso di un browser vocale da parte di un utente non vedente. Molte delle indicazioni sono utili per migliorare la struttura della pagina e renderla più accessibile, soprattutto per utenti con disabilità.

Pagina acquisto prodotti

- **Provide alternative text for all images.**
- **If you use color to convey information, make sure the information is also represented another way.**
- If this is a data table (not used for layout only), identify headers for the table rows and columns.
- **If an image conveys important information beyond what is in its alternative text, provide an extended description.**
- If a table has two or more rows or columns that serve as headers, use structural markup to identify their hierarchy and relationship.
- Use relative sizing and positioning (% values) rather than absolute (pixels).
- Use a public text identifier in a DOCTYPE statement.
- **Do not use the same link phrase more than once when the links point to different URLs.**
- If there are logical groupings of form controls, use FIELDSET with LEGEND on each group.
- If programmatic objects create pop-up windows or change the active window, make sure that the user is aware this is happening.
- **Check that the foreground and background colors contrast sufficiently with each other.**
- Do not create a blinking effect with animated gif images.
- Provide a summary for tables.
- **Identify the language of the text.**
- Separate adjacent links with more than whitespace.
- If this is a data table (not used for layout only), provide a caption.

[In sintesi:](#) un problema importante che è stato rilevato in questa pagina è quello della mancanza per ogni immagine di testi alternativi, anche se le immagini di cui si tratta non sono quelle fondamentali in quanto crediamo che in maggior misura questa osservazione sia sulle icone riguardanti la disponibilità del prodotto. Questa informazione però è reperibile anche sotto forma di testo posto a fianco dell'icona.

Viene consigliato di non utilizzare la stessa frase per indicare link diversi, di controllare il contrasto tra scritte e sfondo, anche se a nostro giudizio sembra buono, ed infine, di identificare il linguaggio del testo.

Stato del carrello

- Use a public text identifier in a DOCTYPE statement.
- If programmatic objects create pop-up windows or change the active window, make sure that the user is aware this is happening.
- Check that the foreground and background colors contrast sufficiently with each other.

[In sintesi:](#) nessun problema rilevante, anche perché la pagina è molto semplice.

Selezione dei prodotti

- **Provide alternative text for all images.**
- **If you use color to convey information, make sure the information is also represented another way.**
- If this is a data table (not used for layout only), identify headers for the table rows and columns.
- **If an image conveys important information beyond what is in its alternative text, provide an extended description.**
- If a table has two or more rows or columns that serve as headers, use structural markup to identify their hierarchy and relationship.
- Use relative sizing and positioning (% values) rather than absolute (pixels).
- Use a public text identifier in a DOCTYPE statement.
- Provide an explicit label for each form control.
- **Consider grouping long lists of selections into a hierarchy.**

- If programmatic objects create pop-up windows or change the active window, make sure that the user is aware this is happening.
- **Check that the foreground and background colors contrast sufficiently with each other.**
- **Do not create a blinking effect with animated gif images.**
- Provide a summary for tables.
- Identify the language of the text.
- **Separate adjacent links with more than whitespace.**
- If this is a data table (not used for layout only), provide a caption.

In sintesi: si nota anche in questa pagina la mancanza di testi alternativi per ogni immagine; viene suggerito di separare maggiormente i link adiacenti e di raggruppare lunghe liste di selezione in una gerarchia. Il tool suggerisce di non inserire all'interno della pagina gif animate con effetto lampeggiante, queste icone sono presenti vicino ai prodotti se questi sono nuovi arrivi oppure se sono i più venduti.

Home page

- Give each frame a title.
- If programmatic objects create pop-up windows or change the active window, make sure that the user is aware this is happening.
- Add a description to a frame if the TITLE does not describe its contents.
- Identify the language of the text.
- **Separate adjacent links with more than whitespace.**

In sintesi: ancora una volta viene consigliato di separare maggiormente i link adiacenti e di controllare l'esistenza di finestre di pop-up che si sovrappongono durante la navigazione.



Problemi rilevati da **Torquemada**

Pagina servizio assistenza clienti

Commento: Errore: non specificato un attributo SUMMARY all'interno della tabella. L'attributo SUMMARY permette di spiegare lo scopo della tabella

Istanze: 1

Commento: Attenzione: verificare che nel caso in cui la tabella venga utilizzata per rappresentare dati (non per layout), dovrebbero essere presenti tag adeguati

Istanze: 1

Commento: Attenzione: si potrebbe aumentare l'espressività di un link utilizzando l'attributo TITLE

Istanze: 3

Commento: **Attenzione: non sono stati predisposti tasti di accesso rapidi all'interno della pagina**

Istanze: 1

Commento: **Attenzione: non presente una versione equivalente delle informazioni dello SCRIPT attraverso il tag NOSCRIPT**

Istanze: 2

Commento: Attenzione: non presente attributo CAPTION nella tabella (richiesto solo nel caso di tabella dati)

Istanze: 1

Commento: Attenzione: non è stato specificato un ordine di navigazione tramite tabulazioni all'interno della pagina

Istanze: 1

Commento: Attenzione: l'elemento P potrebbe essere stato usato in modo errato
Istanze: 9

Commento: Attenzione: assicurarsi che la pagina possa essere visualizzata correttamente anche disabilitando l'utilizzo degli stylesheet

Istanze: 1

[In sintesi:](#) oltre a problemi generali su come è costruita la pagina, viene messo in risalto come non siano stati utilizzati a fondo gli strumenti a disposizione per renderla accessibile. Ci sembrano rilevanti alcuni problemi relativi alla navigabilità della pagina: essendo una pagina con molto testo (che dovrebbe essere sempre e comunque evitata sul web) si richiede all'utente di scorrerla interamente (molto lunga) per trovare l'argomento di interesse. Soluzione migliore sarebbe stata quella di avere link in testa alla pagina alle varie sezioni per essere indirizzati subito verso ciò che interessa. Problemi di incompatibilità per gli utenti che navigano con disabilitazione degli script attivata, l'accesso alla pagina per questi utenti potrebbe causare errori.

[Home page](#)

Commento: Errore: attributo TITLE non valido all'interno dell'elemento FRAME

Istanze: 2

Commento: Attenzione: utilizzare gli stylesheet per controllare lo stile degli elementi della pagina

Istanze: 1

Commento: Attenzione: si potrebbe utilizzare l'attributo longdesc per descrivere le relazioni tra i diversi frame

Istanze: 2

Commento: Attenzione: si potrebbe aumentare l'espressività di un link utilizzando l'attributo TITLE

Istanze: 8

Commento: Attenzione: non sono stati predisposti tasti di accesso rapidi all'interno della pagina

Istanze: 1

Commento: Attenzione: non è stato specificato un ordine di navigazione tramite tabulazioni all'interno della pagina

Istanze: 1

[In sintesi:](#) vengono mostrati problemi già presentati in altre pagine analizzate precedentemente.

[Selezione prodotti](#)

Commento: Errore: non specificato un attributo SUMMARY all'interno della tabella. L'attributo SUMMARY permette di spiegare lo scopo della tabella

Istanze: 18

Commento: Errore: gli elementi di una LIST non dovrebbero essere utilizzati per la formattazione del testo

Istanze: 1

Commento: **Errore: attributo alt dell'immagine non valido**

Istanze: 4

Commento: Attenzione: verificare che nel caso in cui la tabella venga utilizzata per rappresentare dati (non per layout), dovrebbero essere presenti tag adeguati

Istanze: 13

Commento: Attenzione: si potrebbe aumentare l'espressività di un link utilizzando l'attributo TITLE

Istanze: 45

Commento: Attenzione: non sono stati predisposti tasti di accesso rapidi all'interno della pagina

Istanze: 1

Commento: **Attenzione: non presente una versione equivalente delle informazioni dello SCRIPT attraverso il tag NOSCRIPT**

Istanze: 7

Commento: Attenzione: non presente attributo CAPTION nella tabella (richiesto solo nel caso di tabella dati)

Istanze: 18

Commento: Attenzione: non è stato specificato un ordine di navigazione tramite tabulazioni all'interno della pagina

Istanze: 1

Commento: **Attenzione: nel caso di immagine molto espressiva potrebbe essere necessario specificare un link ad una descrizione alternativa attraverso l'attributo**

Istanze: 42

Commento: Attenzione: assicurarsi che la pagina possa essere visualizzata correttamente anche disabilitando l'utilizzo degli stylesheet

Istanze: 1

[In sintesi:](#) problemi con i testi alternativi per le immagini; inoltre in questa pagina sono presenti immagini molto importanti per quanto riguarda la descrizione di un prodotto, quindi il tool consiglia, giustamente a nostro avviso, di fornire un link con una descrizione testuale alternativa dell'immagine. Anche qui rilevati problemi di visualizzazione per utenti che navigano con blocco degli script attivato.

Pagina acquisto prodotti

Elemento: Table

Attributo: Summary

Commento: Errore: non specificato un attributo SUMMARY all'interno della tabella. L'attributo SUMMARY permette di spiegare lo scopo della tabella

Istanze: 80

Elemento: Img

Attributo: Alt

Commento: Errore: attributo alt dell'immagine non valido

Istanze: 176

Elemento: Table

Attributo:

Commento: Attenzione: verificare che nel caso in cui la tabella venga utilizzata per rappresentare dati (non per layout), dovrebbero essere presenti tag adeguati

Istanze: 80

Elemento: A

Attributo: Title

Commento: Attenzione: si potrebbe aumentare l'espressività di un link utilizzando

l'attributo TITLE

Istanze: 249

Elemento: A, Area, Button, Input, Label, Legend, Textarea

Attributo: Accesskey

Commento: Attenzione: non sono stati predisposti tasti di accesso rapidi all'interno della pagina

Istanze: 1

Elemento: Script

Attributo: Noscript

Commento: Attenzione: non presente una versione equivalente delle informazioni dello SCRIPT attraverso il tag NOSCRIPT

Istanze: 384

Elemento: Table

Attributo: Caption

Commento: Attenzione: non presente attributo CAPTION nella tabella (richiesto solo nel caso di tabella dati)

Istanze: 80

Elemento: A, Area, Button, Input, Label, Legend, Textarea

Attributo: Tabindex

Commento: Attenzione: non e' stato specificato un ordine di navigazione tramite tabulazioni all'interno della pagina

Istanze: 1

Elemento: Img

Attributo: Longdesc

Commento: Attenzione: nel caso di immagine molto espressiva potrebbe essere necessario specificare un link ad una descrizione alternativa attraverso l'attributo

Istanze: 366

Elemento: Link, Style

Attributo:

Commento: Attenzione: assicurarsi che la pagina possa essere visualizzata correttamente anche disabilitando l'utilizzo degli stylesheet

Istanze: 1

[In sintesi:](#) problemi già rilevati nell'analisi di pagine precedenti.

Stato del carrello

Elemento: A

Attributo: Title

Commento: Attenzione: si potrebbe aumentare l'espressivita' di un link utilizzando l'attributo TITLE

Istanze: 1

Elemento: A, Area, Button, Input, Label, Legend, Textarea

Attributo: Accesskey

Commento: Attenzione: non sono stati predisposti tasti di accesso rapidi all'interno della pagina

Istanze: 1

Elemento: Script

Attributo: Noscript

Commento: Attenzione: non presente una versione equivalente delle informazioni dello SCRIPT attraverso il tag NOSCRIPT

Istanze: 1

Elemento: A, Area, Button, Input, Label, Legend, Textarea

Attributo: Tabindex

Commento: Attenzione: non e' stato specificato un ordine di navigazione tramite tabulazioni all'interno della pagina

Istanze: 1

Elemento: Link, Style

Attributo:

Commento: Attenzione: assicurarsi che la pagina possa essere visualizzata correttamente anche disabilitando l'utilizzo degli stylesheet

Istanze: 1

[In sintesi:](#) problemi già rilevati nelle pagine analizzate precedentemente.

La visualizzazione delle pagine a scala di grigi ci ha permesso di trarre alcune conclusioni importanti riguardo l'accessibilità del sito.

Le informazioni all'interno dell'home page per esempio si trovano comunque facilmente, la sezione in cui l'utente si trova è ancora ben distinguibile grazie ad un contrasto adeguato tra i livelli di grigio.

Le informazioni come i prezzi, i link sono meno distinguibili, ma ad esempio per questi ultimi è sufficiente passarci sopra perchè vengano sottolineati, questo è un modo semplice ma efficace per segnalarne la presenza.

Un aspetto positivo rilevato nella pagina degli acquisti è che la disponibilità di un prodotto non è indicata solo attraverso il colore ma anche attraverso l'uso di testo.

La scelta, a nostro modo di vedere corretta, di veicolare l'informazione in due diverse modalità (colore e testo) ha una pecca: gli sviluppatori non hanno tenuto conto che i colori come l'arancione, il giallo e l'azzurro chiaro diventano molto flebili (perdono quindi di contrasto) in una visualizzazione a scala di grigi, richiedendo all'utente uno sforzo non indifferente per poter decifrare il testo.

Questo non accade solo nella pagina menzionata ma anche in quella riguardante i servizi offerti dall'azienda, dove i titoli scritti in arancione non contrastano bene con il resto della pagina.

L'home page di nomatica visualizzata in scala di grigi:

* Vedere le condizioni d'applicazione

La pagina di acquisto dei prodotti visualizzata in scala di grigi:

 Digital Ixus 500 (2 anni di garanzia) - Zoom x3 - Sensore Pixels 5 Mpixels Performante ed elegante con 5 Milioni di Pixel Scheda tecnica dettagliata & accessori	PREZZO NOMATICA	IIVA incl. (IVA 20%)	EUR	Lire	
	Digital Ixus 500 disponibilità: <input type="checkbox"/> in riapprovvigionamento			421	
TOP vendite Canon Digital Ixus 500 + Batteria NB-1LH Equiv. + Compact Flash 256Mb			497	962283	
Canon Digital Ixus 500 + Custodia Nomatica NM-HR Silver + Batteria NB-1LH Equiv.			481	930732	
Canon Digital Ixus 500 + Custodia Nomatica NM-HR Silver + Compact Flash 256Mb			497	962283	
Canon Digital Ixus 500 + Custodia Nomatica NM-HR Silver + Compact Flash 128Mb			481	930732	

Dall'analisi svolta concludiamo che: in generale il contrasto nelle pagine risulta adeguato e l'informazione all'interno del sito non è veicolata in un solo modo. Purtroppo però in

alcuni casi i colori utilizzati potevano essere scelti meglio, in alcuni casi infatti questi non permettono una lettura chiara ed immediata all'utente.

Sintesi

+ Punti di forza

- Non ci sono grossi problemi di visualizzazione delle pagine per utenti daltonici;
- Le immagini dei prodotti hanno un testo alternativo;
- Possibilità di raggiungere tutti i link senza l'uso del mouse;
- Le informazioni sono veicolate in più modi;

- Punti deboli

- Spesso i testi alternativi non sono visualizzabili;
- Il menù fisso e il menù delle lingue hanno immagini senza testo alternativo;
- Problemi di visualizzazione delle pagine con Netscape;
- Home page molto pesante, il resto delle pagine risultano pesanti con un 56Kb;
- Bassa reperibilità del sito;
- Attraverso un browser vocale non è sempre chiaro il significato delle pagine.

3.7 Usabilità

Valutazione (2/5)

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

Analisi

Efficacia

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

Buona parte degli utenti, sfruttando quasi sempre tutto il tempo a disposizione per vari motivi, sono riusciti a portare a termine i compiti che gli erano stati assegnati. Purtroppo hanno incontrato qualche difficoltà soprattutto nella ricerca delle chiavi USB di marca Fujifilm e nel reperire informazioni riguardanti l'azienda e i tempi di consegna.

In genere la percentuale di compiti portati a termine con successo è risultata essere soddisfacente.

Inoltre abbiamo calcolato il tasso di successo dei compiti ed è dell'80%, questo dato non può essere significativo per il campione utilizzato, ma è utile per valutare l'efficacia.

In conclusione possiamo affermare che il sito nelle sue funzioni principali è efficace per una buona fetta di utenza, mentre la reperibilità delle informazioni dovrebbe essere semplificata per una categoria di utenti medio-bassa; una pecca l'abbiamo rilevata sulla dimensione dei caratteri, giudicata dall'utente con problemi di vista come "...ostica alla lettura".

Efficienza

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

I tempi medi dei compiti portati a termine con successo sono per noi accettabili, in quanto l'agitazione e lo stress di essere osservati e ripresi non ha certo aiutato gli utenti.

Non rileviamo quindi grossi problemi di efficienza e lo conferma il tempo medio da noi calcolato che risulta di 70".

Crediamo che siano stati richiesti sforzi cognitivi da parte dell'utente per orientarsi nelle pagine; un esempio lo abbiamo riscontrato per i tasti "Ordina" e "Togli" non immediati, e per la "Ricerca rapida" (dichiarata inutile dall'utente) che ha richiesto di cercare strade alternative.

Soddisfazione dell'utente

Il sito è confortevole e ben accetto all'utente?

Dai giudizi espressi dagli utenti intervistati dopo aver eseguito il test rileviamo che:

- sono rimasti soddisfatti della grafica del sito ed hanno apprezzato i colori non aggressivi ma al contrario rilassanti e accoglienti;
- sono rimasti insoddisfatti delle lunghe pagine da scorrere per trovare le informazioni volte;
- non trovando una mappa del sito adatta all'orientamento, avrebbero preferito un menù di secondo livello più immediato;
- ha gradito molto le immagini dei prodotti;
- con un collegamento a 56Kb il caricamento delle pagine risulta un pò lento.
- Solamente gli utenti di fascia alta hanno espresso la volontà di tornare sul sito ma facendo notare: "..solo per i buoni prezzi"; mentre gli altri utenti di fascia medio-bassa alla domanda "userai ancora questo sito?" hanno risposto con un secco "NO" e nemmeno lo consiglieranno ad amici.

Un aspetto rilevato dal test di usabilità, che può a nostro parere aver ridotto il gradimento, è dato dal fatto che nessun utente ha notato delle funzionalità importanti come la visualizzazione 3D e i video relativi ai prodotti.

Quindi gran parte degli utenti hanno espresso un giudizio negativo sul sito.

Sintesi

+ Punti di forza

- Gran parte degli utenti è riuscita a portare a terminare i compiti loro assegnati;
- Tempi di esecuzione dei compiti accettabili;
- La grafica è piaciuta molto, come anche le immagini dei prodotti.

- Punti di debolezza

- Gli utenti non sfruttano tutte le funzionalità a loro disposizione, perché non le trovano;
- Solo due utenti su cinque hanno affermato di avere l'intenzione di ritornare sul sito per i buoni prezzi;
- Richiesta di scroll eccessivi e sforzi cognitivi per reperire informazioni nelle pagine;

3.8 Sintesi

Tabella con i voti:

Caratteristica	Voto	Peso	Voto pesato
Architettura	1,33	2,75	1,45
Struttura	2	1	2
Mappa del sito	0	0,75	0
Navigazione	2	1	2
Comunicazione	2,67	3,00	2,67
Home page	3	1	3
Brand image	3	1	3
Grafica	2	1	2
Funzionalità	2,00	2,00	2,00
Adeguatezza	2	1	2
Correttezza	2	1	2
Contenuto	2,50	4,00	2,50
Categorizzazione/labelling	2	1	2
Stile	2	1	2
Informazione	4	1	4
Localizzazione	2	1	2
Gestione	3,00	3,00	3,00
Disponibilità	3	1	3
Aggiornamento	2	1	2
Relazioni con gli utenti	4	1	4
Accessibilità	1,33	3,75	1,20
Tempi d'accesso	1	1	1
Reperibilità	1	1	1
Indipendenza dal browser	2	0,75	1,5
Accessibilità per i disabili	1	1	1
Usabilità	1,67	3,00	1,67
Efficacia	2	1	2
Efficienza	2	1	2
Soddisfazione	1	1	1

Grafico relativo alle macrocaratteristiche:

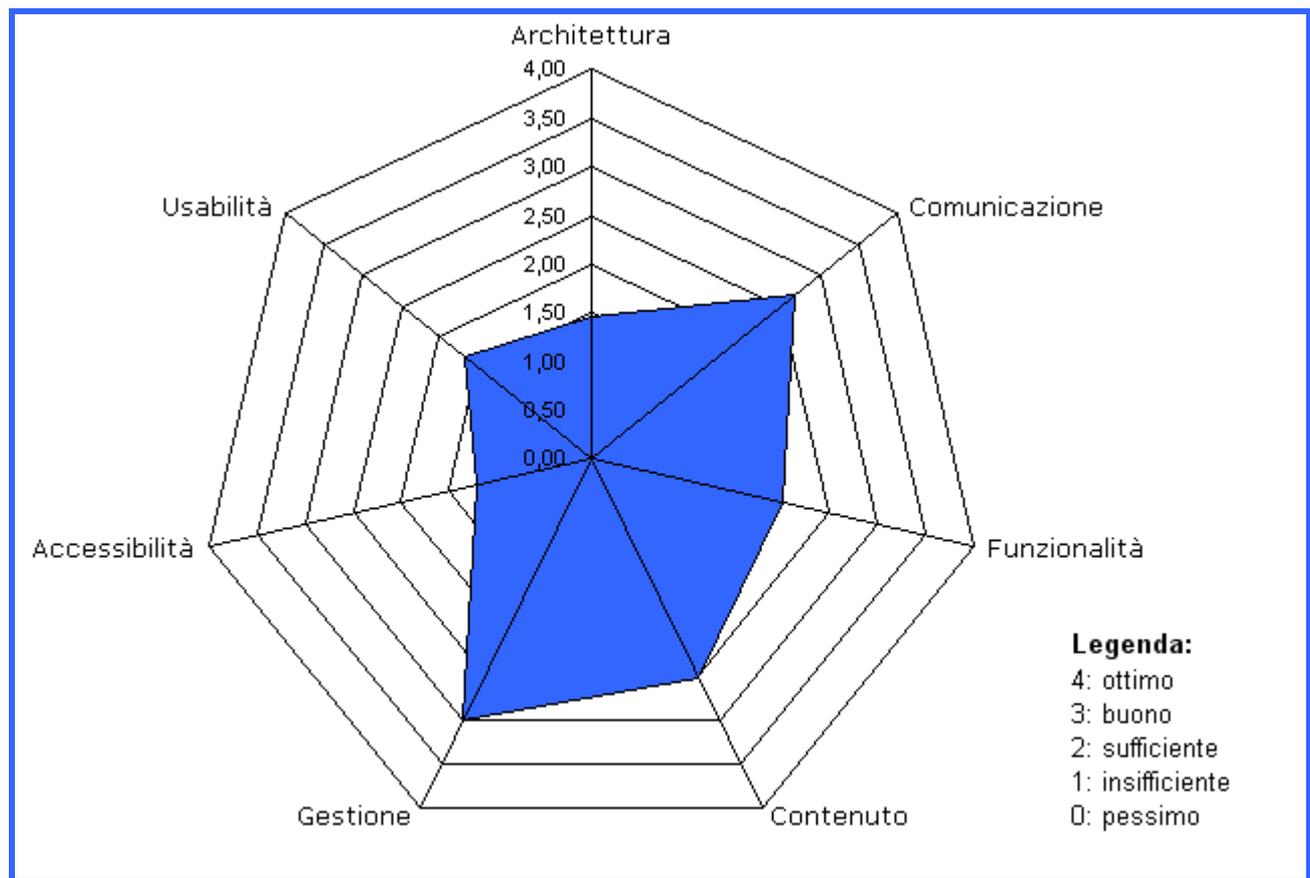
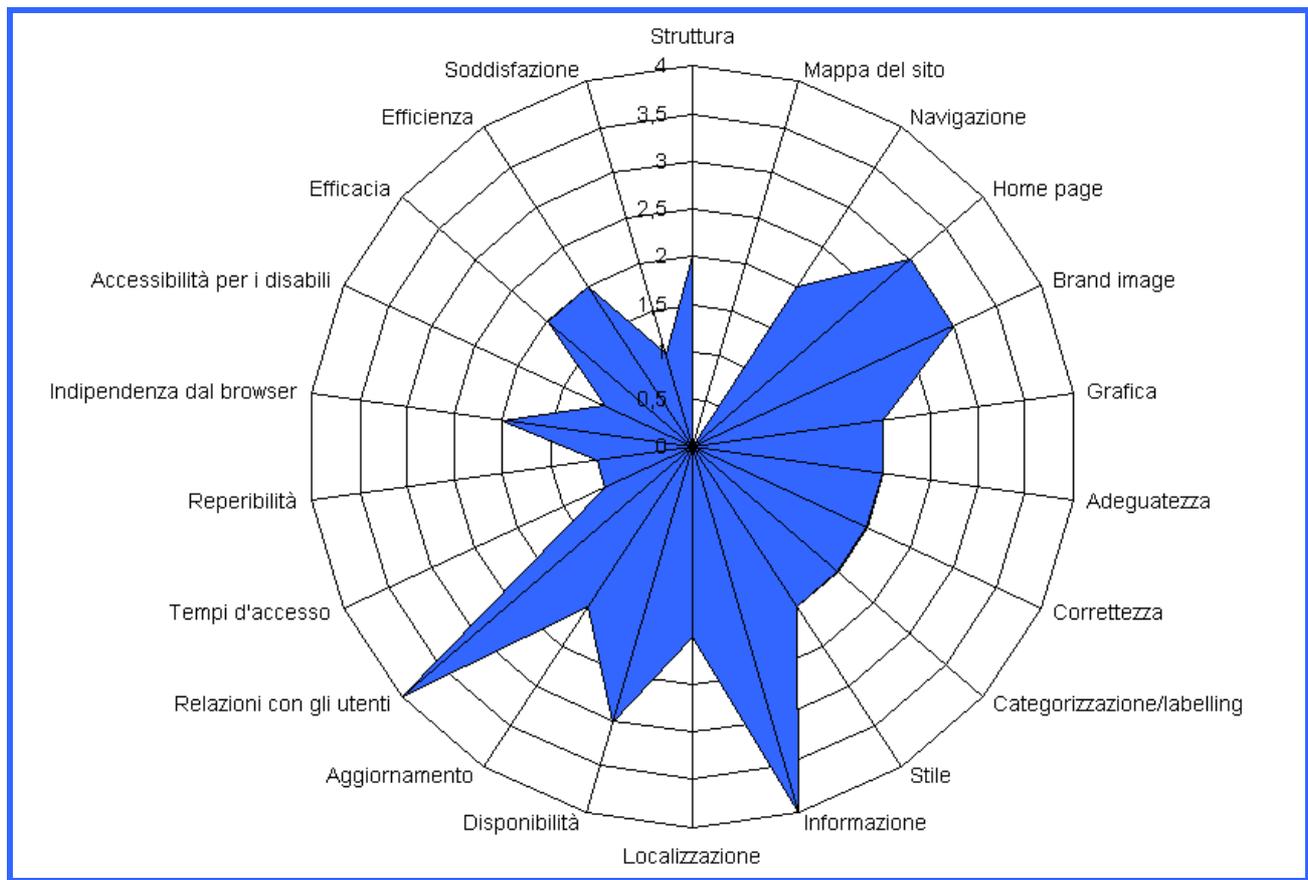


Grafico relative alle sottocaratteristiche:



Come si può notare questo sito non ha molti punti di forza, non presenta qualità che ci sentiamo di dover mettere in evidenza. I grafici sopra riportati ci danno l'impressione di un sito nel quale gli sviluppatori hanno dato molta importanza all'aspetto grafico, alle volte senza badare all'usabilità del prodotto, all'informazione curandola in modo adeguato e aggiornandola frequentemente, ma senza sfruttare le potenzialità offerte dal web.

Una nota di rilievo, come emerge dai grafici, sono le relazioni con gli utenti, l'azienda bada molto a questo aspetto che può essere importante per un futuro sviluppo della stessa e del relativo sito.

Da rivedere un po' l'interfaccia in quanto l'usabilità è risultata solo sufficiente.

Rimaniamo delusi dalla localizzazione, visto che l'impressione è buona ma uno sguardo più attento porta a rilevare numerose inadempienze sulla traduzione.

I voti attribuiti sono abbastanza bassi, crediamo però che non tutto sia da rifare ma che alcuni interventi migliorativi (proposti nella sezione Raccomandazioni) e maggiore attenzione ai dettagli, siano necessari al fine di renderlo concorrenziale con altri siti di e-commerce già affermati, visto i buoni prezzi proposti.

+ **Punti di forza**

- L'uso del colore e una grafica attraente con un logo ben studiato;
- Assistenza valida con risposte chiare e tempestive;
- Quantità dei prodotti e informazione allegata.

- **Punti di debolezza**

- Mappa inadeguata e inutile;
- Traduzione incomplete;
- Tempi di accesso alti;

- Gestalt da migliorare, perché non aiuta la comprensione delle pagine;
- Ricerca inefficace.

4. Raccomandazioni

PRIORITA' 1

- 1.1 Migliorare la home page dal punto di vista dei raggruppamenti degli argomenti e dal posizionamento dei diversi riquadri, sfruttando lo spazio a disposizione.
- 1.2 Alleggerire il peso delle pagine in modo da renderle più accessibili.
- 1.3 Creare una vera mappa del sito, che serva all'utente come strumento di orientamento e renda più facile la navigazione a tutte le categorie di utenti.
- 1.4 Eliminare i numerosi link spezzati che ostacolano la navigazione e non danno una buona impressione dell'azienda.
- 1.5 Aggiungere link diretti in testa alle pagine per evitare all'utente lunghi scorrimenti al loro interno.
- 1.6 Standardizzare i diversi motori di ricerca già presenti e migliorarne il funzionamento.
- 1.7 Inserire la descrizione della politica adottata rispetto alla privacy.
- 1.8 Lasciare sempre in vista lo stato del carrello.
- 1.9 Nello stato del carrello per eliminare un prodotto inserire un pulsante "Elimina dal carrello" invece di un checkbox denominato "Togli".

PRIORITA' 2

- 2.1 Mettere più in risalto le funzionalità presenti nel sito come la visualizzazione 3D e i video relativi ai prodotti, non bastano i piccoli banner nella home page che gli utenti non notano nemmeno.
- 2.2 Utilizzare qualche tecnica (layout liquido, semiliquido o centratura delle pagine) per permettere a tutti una visualizzazione migliore.
- 2.3 Aggiungere uno slogan vicino al logo dell'azienda sicuramente più efficace e sempre presente, rispetto allo slogan presente solo nell'home page e che alle volte passa inosservato.
- 2.4 Evitare i caratteri in corsivo e i caratteri eccessivamente piccoli in pagine ricche di informazioni.
- 2.5 Nelle form di input indicare in maniera più evidente quali sono i campi obbligatori.
- 2.6 Nelle form visualizzare i messaggi d'errore vicino ai campi errati.
- 2.7 Modificare il labelling di secondo e terzo livello in modo che sia più immediato e meno ambiguo.
- 2.8 Più attenzione nella costruzione delle pagine per l'accesso facilitato agli utenti disabili.
- 2.9 Eliminare il menù posto a fondo pagina.

PRIORITA' 3

3.1 Maggiori informazioni che indichino all'utente che il sito è aggiornato.

3.2 Modificare le pagine in modo tale che esse siano visualizzabili correttamente con un browser Netscape.

3.3 Nelle pagine relativi ai prodotti disponibili inserire la possibilità di ordinarli per prezzo o in base ad altre caratteristiche.

3.4 Evidenziare i link non solo attraverso il colore ma anche attraverso una sottolineatura che non si attivi solo quando l'utente ci passa sopra.

3.5 Eliminare le fastidiose finestre di pop-up che appaiono troppo spesso durante la navigazione.

Allegato: Descrizione del test di usabilità

a. Obiettivi del test

Per eseguire il nostro test di usabilità, abbiamo selezionato 5 utenti campione (nessuno dei quali aveva mai navigato prima su www.Nomatica.com), cercando di scegliere utenti con conoscenze di Internet ed anche, nei limiti del possibile, già frequentatori di siti di commerci elettronico in modo tale da poter avere delle considerazioni e delle reazioni durante l'utilizzo che fossero dettate da una propria esperienza personale.

Elenchiamo di seguito le caratteristiche degli utenti campione ordinati per livello:

Id utente	Nome	Età	Professione	Conoscenza Internet	Ha usato siti di e-commerce
1	Davide	22	Impiegato	Bassa	No
2	Gianfranco	27	Ragioniere commercialista	Media	Si
3	Giancarlo	57	Geometra	Media	Si
4	Maurizio	22	Studente	Alta	Si
5	Paolo	22	Studente	Alta	Si

Per la valutazione della competenza dei vari utenti si è utilizzata la seguente scala di valori:

Bassa:

Il soggetto naviga con poca frequenza, conosce però i fondamentali della navigazione in rete, non ha competenze a livello informatico e di siti e-commerce.

Media:

Il soggetto naviga con buona frequenza, ha competenze (scolastiche o per interesse) nell'ambito dell'informatica, ha già utilizzato siti di commercio elettronico anche senza comperare ma solo per visionare i prodotti.

Alta:

Il soggetto naviga molto frequentemente, si intende di informatica, utilizza spesso diversi siti di commercio elettronico per effettuare i suoi acquisti.

Gli obiettivi del test di usabilità sono stati quelli di verificare in che modo l'utente utilizzasse le funzioni principali disponibili all'interno del sito, se fosse in grado di reperire tali funzioni e informazioni sull'azienda e sui servizi offerti.

b. Metodologia utilizzata

Per eseguire il test abbiamo utilizzato una linea tradizionale a 56Kb e il sito in italiano aggiornato da Nomatica nel periodo in cui noi stavamo svolgendo la valutazione. Sono stati scelti alcuni compiti da far svolgere ai nostri utenti campione; sono state scelte sei azioni effettuabili attraverso il sito, in modo tale che esse potessero costituire una simulazione di un possibile uso del sito.

Elenchiamo di seguito i compiti scelti in ordine di esecuzione, così come sono stati presentati in formato cartaceo agli utenti:

1. Collegati al sito www.nomatica.com
2. Seleziona la lingua italiana
3. Naviga liberamente cercando di capire di che sito si tratta e cercando informazioni sull'azienda
4. Ricerca come si può pagare (carta di credito, bollettino postale, contrassegno ecc...) e quali sono i tempi di spedizione.
5. Ordina una macchina fotografica digitale con risoluzione maggiore di 3.0 megapixel scegliendola in base alle caratteristiche, al prezzo e al design
6. Cercare tutte le chiavi USB Fujifilm e aggiungere al carrello quella meno costosa
7. Rimuovere uno degli oggetti presenti nel carrello

Ad ogni compito è stato assegnato un tempo massimo entro il quale l'utente avrebbe dovuto eseguirlo e di cui non era a conoscenza per non causargli ansia; durante l'esecuzione del test sono stati rilevati i tempi raggiunti da ogni utente e si è indicato se l'operazione avesse avuto esito positivo o negativo.

Al termine del test, ad ogni utente sono state poste una serie di domande (come riferimento abbiamo preso quelle riportate sul libro utilizzato per eseguire la valutazione), per avere considerazioni e giudizi personali sul sito.

Abbiamo inoltre deciso di registrare l'esecuzione dei test di usabilità svolti sugli utenti campione; purtroppo questo non è stato possibile per tutti i test causa inconvenienti tecnici. Si sono riprese le reazioni degli utenti con una telecamera posta davanti al volto, in modo tale da rilevare ogni sua espressione significativa, mentre attraverso un apposito software gratuito scaricato dalla rete si è registrato il desktop del computer dove l'utente stava navigando. La registrazione dei test ha permesso di analizzare meglio il comportamento degli utenti, le loro reazioni e i loro commenti traendo conclusioni più dettagliate e precise.

Il nostro team, come già detto, è composto da tre valutatori; durante l'esecuzione dei test i compiti sono stati divisi in questo modo:

- a. Petitto Francesca si è occupata della registrazione dei tempi realizzati dai diversi utenti per i compiti che gli sono stati assegnati, del loro esito e della preparazione dei moduli di registrazione dei dati degli utenti, dei test e dei compiti da svolgere.
- b. Rolla Elisa si è occupata dell'annotazione delle reazioni e delle considerazioni degli utenti durante i test;
- c. Matteo Strazzullo si è occupato della parte tecnica della realizzazione dei test (computer, software e telecamera) e durante i test ha svolto la funzione di facilitatore.

La fase di test per ogni singolo utente ha richiesto un tempo massimo di 20-25 minuti, più circa 10 minuti nella fase post-test (in totale massimo 40 minuti), per rispondere alle domande finali e scambiarsi alcune opinioni sul sito.

Complessivamente l'esecuzione dei 5 test ha richiesto circa 4/5 ore di lavoro, tenendo conto anche della fase di preparazione dei computer, della telecamera, dei software di registrazione e della modulistica per la registrazione dei dati (dell'utente e del test).

La fase di test ha poi richiesto una successiva analisi di tutti i dati raccolti: oltre agli appunti trascritti durante l'esecuzione del test, si sono analizzati i video realizzati (si è tentato di montare i filmati cercando di sincronizzare il volto dell'utente con il desktop, ma questo tentativo non ha portato a risultati soddisfacenti, in quanto i due video non si sincronizzavano) per trarre conclusioni più precise ed analizzare più dettagliatamente i comportamenti e le reazioni degli utenti. I risultati cartacei sono stati organizzati in tabelle per avere una visione d'insieme migliore.

La fase di discussione vera e propria dei risultati, ha richiesto circa 3/4 ore, in modo tale da capire quali fossero i reali problemi presenti nel sito e quali le possibili soluzioni, pesando accuratamente i pareri espressi dagli utenti "cavia".

c. Risultati del test

	Compito1 (30'')		Compito2 (10'')		Compito3 (1')		Compito4 (3')		Compito5 (5')		Compito6 (4')		Compito7 (40'')	
	OK?	Sec	OK?	Sec	OK?	Sec	OK?	Sec	OK?	Sec	OK?	Sec	OK?	Sec
Giancarlo	Si	15	In parte	20	Si	60	In parte	75	Si	300	Si	75	No	-
Gianfranco	Si	15	Si	5	No	-	In parte	40	In parte	250	Si	210	Si	14
Paolo	Si	15	Si	5	Si	30	Si	12	Si	300	Si	100	Si	7
Davide	Si	20	Si	8	Si	60	In parte	50	Si	280	No	-	Si	35
Maurizio	Si	10	Si	5	Si	30	Si	30	Si	210	Si	35	Si	5
Tot/media	5	15	4,5	9,6	4	45	3,5	59	4,5	298	4	105	4	15

Riportiamo di seguito i risultati dei test di usabilità svolti sui 5 utenti:

1°UTENTE (Giancarlo)

L'utente si connette al sito www.nomatica.com, nota che il sito è in francese allora vede le bandierine e cerca l'italiano. Non vedendo benissimo, seleziona la bandierina dell'irlanda come lingua, poi si accorge subito e va su quella corretta.

Per cercare com'è strutturato il sito e ricevere informazioni sull'azienda clicca sulla mappa ma non trova quello che si aspetta quindi esce.

Va nell'home page e seleziona come pagare dalla sezione Info si accontenta e non cerca i tempi di consegna.

Per comprare la macchina fotografica va su Fotografia seleziona per marche e sceglie la sua marca preferita e ne seleziona una. Guarda la scheda tecnica di un prodotto ma non trova quella dettagliata, scelto il prodotto trova subito come acquistarlo.

Non ordina subito, crede che l'ordine sia già stato eseguito cliccando sul carrello, poi guardando un po' per la pagina si accorge che deve cliccare sul tasto ordino.

Compila il form (non si accorge dei campi non obbligatori).

Trova subito chiavi USB selezionando memorie, scorre tutta la pagina e trova l'unica chiave di marca Fujifilm aggiungendola poi al carrello.

Si è notato inoltre, che l'utente usa molto i tasti Indietro ed Avanti per spostarsi tra le pagine del sito.

Quando deve eliminare un prodotto dal carrello sbaglia e annulla l'ordine.

2° UTENTE (Gianfranco)

Si connette al sito senza problemi, nota che è un sito francese e trova subito la lingua italiana. Cerca le informazioni relative all'azienda Nomatica selezionando la sezione servizi posta sullo schedario. Non trovando nulla di utile per il suo fine, cerca maggiori informazioni cliccando sul link contatti, ma si accorge che quest'ultimo serve per contattare l'azienda e rinuncia.

Passa al compito successivo e seleziona informazioni clienti nel manù fisso in alto per cercare nozioni sui tipi di pagamento e i tempi di consegna. Scorre i link e sceglie come pagare e inizia a leggere tutta la pagina per vedere se al suo interno può avere anche informazioni sui tempi. Non trovando nulla a riguardo seleziona indietro e scorre i link selezionando l'unico che pensa sia giusto dall'ordine alla consegna ma niente allora rinuncia.

In seguito passa all'ordinazione della macchina fotografica digitale e seleziona fotografia nel menù di primo livello e prodotti nel secondo livello poi pensa che la ricerca migliore, nel suo caso, sia per disponibilità.

Scorre le pagine dei risultati, ma non clicca sui vari prodotti per i dettagli tecnici.

Poi si decide e clicca sul link scheda tecnica e dettagliata e accessori; ne scruta le offerte principali, guarda le caratteristiche tecniche scorrendo la pagina più volte vedendo così anche gli accessori; nota che è possibile scaricare un file pdf e acquista il prodotto.

Controlla i dati del carrello, prima di ordinare per vedere se sono corretti e procede con l'ordine. Compila tutti i campi della form che gli viene presentata, non capendo quali siano gli obbligatori. Legge il report che gli viene presentato poi per sbaglio clicca su annulla l'ordine.

Inizia la ricerca della chiave USB, clicca sulla ricerca da fotografia (la ricerca è multicriterio), ma in poco tempo capisce che questa ricerca non si riferisce alla sezione in cui può trovare le memorie così torna alla home page cliccando sulle linguette dello schedario.

Li usa la ricerca rapida con le seguenti parole:

chiavi usb e non trova niente;

usb fujifilm e trova una macchina fotografica e si stupisce di tale risultato

usb e trova troppi risultati che non gli sono per niente utili

Non si scoraggia e seleziona la linguetta memorie, trova il link chiavi USB, scorre i prodotti e trova l'unica della Fujifilm. Clicca sull'immagine credendo di trovare la scheda tecnica invece vede solo la chiave scelta ingrandita. Chiude la finestra e seleziona il carrello aggiungendo il prodotto al suo spesa.

Ora gli sorge un dubbio perché non capisce se il prodotto è stato aggiunto realmente o no; torna indietro riscorre la lista delle chiavi USB, si rifugia sulla barra fissa in alto cliccando sul link "la mia spesa", capisce che il prodotto è stato aggiunto al carrello ma non viene visualizzata l'immagine ed è questo che lo ha tratto in inganno.

Rimuove la chiave USB attraverso il tasto togl.

3° UTENTE (Paolo)

Si collega al sito e nota subito che è in Francese, così seleziona tramite la bandierina l'italiano. La navigazione libera la trascorre commentando l'home page e le sezioni poi seleziona la mappa del sito e oltre a notare che è un elenco di prodotti trova anche dei link utili per il suo scopo: seleziona prima chi siamo poi non soddisfatti clicca il nostro impegno e callcenter costruttori.

Passa poi ad informarsi sui modi di pagamento tornando all'home page e cliccando su come pagare dal box info e trova il necessario poi torna indietro e seleziona come viene spedita la merce dove trova i tempi delle consegne.

Per cercare la macchina fotografica digitale clicca fotografia dal menù di primo livello poi esegue una ricerca in base alla qualità di sensore e sceglie il link sottostante più di 3 Megapixel.

Scorre le pagine dei prodotti, ne sceglie uno e seleziona la scheda tecnica dettagliata; non la scorre interamente né legge la scheda tecnica del prodotto anzi decide di tornare indietro e ne ordina una diversa, senza accorgersi che la prescelta viene dichiarata in riapprovvigionamento. Seleziona ordina dopo aver letto l'intera pagina e compila tutti i campi della form senza accorgersi dei campi non obbligatori.

Per ricercare la chiave USB usa la ricerca rapida dell'home page, inserendo chiavi USB, ma non ha nessun risultato quindi cambia strada e seleziona memorie dal menù fissi vede il link chiavi USB e gli appare una schermata lunghissima di prodotti.

Prima cerca di scorrerla poi torna all'inizio e nota l'elenco di marche cliccabili; seleziona Fujifilm e l'aggiunge al carrello.

Per eliminare un prodotto dal carrello trova subito togl e conferma.

4° UTENTE (Davide)

Si collega senza problemi.

Si accorge che è un sito in francese, nota le bandierine e capisce di dover cliccare sulla bandierina italiana.

Per avere informazioni sull'azienda legge tutti i link possibili e seleziona informazioni clienti.

Si accorge di non aver trovato quello che cerca, rilegge le etichette e nota servizi. Clicca quest'ultimo e trova le nozioni richieste.

Nella navigazione libera torna all'home page con la linguetta del menù fisso e viene attirato da un'immagine di un prodotto così seleziona per avere maggiori informazioni.

Al termine dei 3 minuti lo invitiamo a passare al compito successivo, torna all'home page legge il banner grande (si chiede se è una pubblicità non inerente al sito o no e non rischia a cliccare) poi ripiega sul link servizi nel box Info.

Li si sofferma a leggere ma non trova alcuna informazione a lui utile allora si ricorda il link Informazioni clienti e li trova il link come pagare dopo aver letto tutti i precedenti.

Accede alla pagina dei tipi di pagamento ma non ha informazioni sui tempi di spedizione allora clicca su indietro e rilegge i link nella sezione. Nessuno di essi lo convince commettendo il link giusto con un concetto sbagliato e rinuncia.

Inizia poi a cercare la macchina fotografica digitale e va su fotografia seleziona il criterio per tipo e rimane in attesa non sapendo che deve cliccare sul link sottostante, apparecchi professionali, poi non vedendo nessun'altra possibilità clicca su di esso. Gli appare una lunga scelta di prodotti, seleziona la prima immagine credendo che ci sia poca scelta.

Arrivato sulla pagina scorre fino alla scheda tecnica dettagliata ma non va oltre.

Non si sofferma a leggere e clicca sul carrello.

Non trova subito il link ordina poi lo clicca e gli appare la form dove inserisce tutti i campi richiesti anche i non obbligatori e conferma l'acquisto.

La chiave USB della Fujifilm, la cerca a partire dall'home page e usa la ricerca rapida immettendo "chiavi USB Fujifilm" ma non trovando nulla usa la ricerca Avanzata ed ha un unico risultato.

Clicca su scheda tecnica del prodotto trovato e gli appare un lunghissimo elenco di chiavi USB con le descrizioni tutte in inglese cosa che non lo aiuta.

Quindi pensando che siano tutte Fujifilm, aggiunge al carrello la prima dell'elenco sbagliando (perché non era della marca corretta).

Pur essendo già sullo stato del carrello per eliminare un acquisto clicca La mia spesa, si accorge di essere sempre nella stessa pagina e dopo aver letto la pagina nota toglie e conferma.

5° UTENTE (Maurizio)

Si collega in fretta al sito e nota che è in francese.

Non ha problemi nel selezionare la lingua corretta.

Capisce subito che è un sito di e-commerce, naviga per le sezioni del sito e poi cerca informazioni sull'azienda. Trova subito le nozioni che gli interessano, facendo mappa del sito, commentandola non positivamente e selezionando il link "Chi siamo?".

Li trova tutto e di più sull'azienda ma non si sofferma a leggerlo interamente.

Per vedere i tipi di pagamento possibili clicca "informazioni clienti" legge velocemente i link possibili e sceglie "come pagare", così raggiunge la prima parte dell'obiettivo.

Poi torna indietro e clicca "dall'ordine alla consegna" per trovare i tempi di consegna. Da un'occhiata veloce ma non trova nulla così indietro, da ancora un'occhiata ai link, e l'unico che reputa possibile è "Come viene spedita la merce" e qui trova i tempi di spedizione.

Per cercare la macchina fotografica digitale va su fotografia seleziona "Ricerca" ed inserisce le caratteristiche richieste dalla ricerca multicriterio; sceglie quella che le interessa di più in base al prezzo, clicca per avere informazioni dettagliate sul prodotto valuta le offerte (si accorge che sono buone) ma per attenersi alle richieste compra solo la macchina e scorre la scheda tecnica. Seleziona il carrello, legge l'intera pagina o va su ordina.

Compila solo i campi obbligatori della form presentatagli, ci dice che intuisce che siano quelli con l'asterisco gli indispensabili e invia l'ordine.

La ricerca delle chiavi USB la inizia dal link memorie dallo schedario e seleziona chiavi USB dalla navigazione contestuale.

La pagina dei risultati è lunga da scorrere così trova nella parte in alto il riassunto delle marche e clicca su Fujifilm. Nota che ce ne è una sola e la aggiunge al carrello. Essendo già nello stato del carrello decide di eliminare un prodotto e trova subito l'indicazione togli.