

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI MILANO BICOCCA  
Facoltà di Scienze Matematiche, Fisiche e Naturali  
Corso di Laurea in Informatica

**ESAME DI INTERAZIONE UOMO-MACCHINA**  
**Docente: Roberto Polillo**

**VALUTAZIONE DELLA QUALITÀ DEL SITO WEB:**



[www.bottegaverde.it](http://www.bottegaverde.it)

Murante Martina..... [bimbicina@tiscali.it](mailto:bimbicina@tiscali.it)

## **1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE**

L'obiettivo dell'azienda è di vendere prodotti naturali per la cura e la bellezza del corpo. Ha poi esteso il suo campo anche ad accessori ed oggetti sia per il corpo che per la casa.

Bottega Verde è un'azienda operante in tutta Italia con la classica vendita per corrispondenza da diversi anni e oggi vanta anche 140 punti vendita in franchising ed un sito internet, per poter così estendere il suo raggio di vendita a tutte le fasce d'età ed in ogni angolo della penisola, poiché il suo sito è esclusivamente in italiano.

Ora sta cercando di estendere il proprio mercato anche all'estero con la ricerca di personale che è disposta ad aprire un negozio, sempre in franchising, fuori dalla nostra penisola.

### **Home page**

L'home page è strutturata con immagini nella parte centrale e dei menù:

- uno a lato, per gli utenti registrati
- uno in alto, per poter sfogliare il catalogo
- uno sia in alto che in basso, che racchiude le informazioni dell'azienda

Di seguito presentiamo l'immagine della home page come appare quando ci si connette al sito e l'immagine della home page come appare agli utenti registrati:

Home page per tutti

Menu prodotti

Menù azienda

Bottega Verde  
Naturale Bellezza di Internet

Per un sorriso a punta di Penna!

Home | Chi siamo | Dove Siamo | Franchising | Aiuto | Contat

Lista dei desideri Carrello Trova

Viso | Make-up | Corpo | Capelli | Solari | Bagno | Integratori | Casa | Accessori | Altre linee

Bottega Verde & Harmony: scopri che profumo sei!

**Entra nella mia Bottega**

Registrati.....un regalo ti aspetta

hai perso la password?

**I Miei Vantaggi**

Omaggi  
Sconti fino a -80%  
Idee regalo  
Superofferte a 1 €  
Principi Attivi  
Vota l'omaggio  
Offerta Integratori  
Abbatti il prezzo !!!

**Per i Registrati**

I Test di BV  
Calendario 2004  
Concorsi BV  
Lista dei desideri  
Consigli cosmetici  
Biblioteca verde  
Newsletter  
Sfondo PC

**E in più**

Cataloghi BV  
Area stampa  
Dicono di BV

**Per saperne di più**

Acquistare on-line  
Sicurezza  
Privacy  
Garanzia totale  
Scienza e natura  
Euro trasparenza  
Export

**BV ti consiglia**

Modafil  
Palazzo Massaini

Publicità dei loro prodotti

Nella "Mia bottega"...

**Dettagli** - Parla il linguaggio del corpo  
**Consiglio cosmetico** - Pelle bella con gli antiossidanti  
**Solo per te...** - Pelle idratata e fisico scolpito

**Abbatti il prezzo:** Energizza il tuo corpo col The Verde

Menu registrati

Home | Chi siamo | Dove Siamo | Franchising | Aiuto | Contattaci  
Segnala il sito | Invia questa pagina

Bottega Verde  
All Right Reserv

Richiami ad alcune sezioni dal menu registrati

Menù azienda

Home page  
per i registrati

Home | Chi siamo | Dove Siamo | Franchising | Aiuto | Cont...

apremite da bagno  
- Menta / Yuzu  
- Fragola / Arancio  
- Papaya / Melone

Lista dei desideri Carrello Trova

Viso Make-up Corpo Capelli Solari Bagno Integratori Casa Accessori Altre linee

Bottega Verde & Harmony: scopri 'Che profumo sei!'

**Ciao martina!**

**La mia Bottega**

Dati personali  
Aiuto / Logout

**I Miei Vantaggi**

Omaggi  
Sconti fino a -80%  
Idee regalo  
Superofferte a 1 €  
Principi Attivi  
Vota l'omaggio  
Offerta Integratori  
Abbatti il prezzo !!!

**Per i Registrati**

I Test di BV  
Calendario 2004  
Concorsi BV  
Lista dei desideri  
Consigli cosmetici  
Biblioteca verde  
Newsletter  
Sfondo PC

**E in più**

Cataloghi BV  
Area stampa  
Dicono di BV

**Per saperne di più**

Acquistare on-line  
Sicurezza  
Privacy  
Garanzia totale  
Scienza e natura  
Euro trasparenza  
Export

**BV ti consiglia**

Modafil  
Palazzo Massaini

**Link alle sezioni dedicate agli utenti registrati, vengono messe in rilievo le ultime novità**

Home | Chi siamo | Dove Siamo | Franchising | Aiuto | Contattaci  
Segnala il sito | Invia questa pagina

Bottega Verde  
All Right Rese

## Requisiti generali del sito

Il sito si propone di far conoscere l'azienda ad un pubblico sempre maggiore e magari anche più giovane dei clienti che la ditta già aveva con la classica vendita per corrispondenza.

Gli utenti del sito sono particolarmente donne e ragazze attente alla propria persona, che fanno uso di make up e/o creme per il corpo e che desiderano utilizzare prodotti naturali, attualmente è stata aperta anche una sezione

dedicata alla cura della persona maschile, in modo da estendere l'utilizzo dei prodotti anche al pubblico dell'altro sesso.

### **Obiettivi della valutazione**

Verrà fatto un check up generale del sito con particolare attenzione agli aspetti della vendita on line e della registrazione di nuovi utenti, ma non verrà presa in considerazione l'uso del sito da parte di utenti disabili, tra l'altro parte non contemplata dagli sviluppatori del sito.

## **2. METODOLOGIA USATA**

Nella valutazione del sito sono stati utilizzati strumenti messi a disposizione nel web che qui elenchiamo:

- [watson.addy.com](http://watson.addy.com)
- [www.anybrowser.com](http://www.anybrowser.com)
- [colorfilter.wickline.org](http://colorfilter.wickline.org)
- [bobby.watchfire.com](http://bobby.watchfire.com)
- Syntethiser Access Manager, SAM
- [www.freeonline.org](http://www.freeonline.org)
- [http://www.gifforyou.com/adry/link\\_popularity.htm](http://www.gifforyou.com/adry/link_popularity.htm)
- Visualroute

E' stato stabilito di utilizzare un paio d'ore per ogni parte relativa al test del check-up, i voti sono stati dati in base ai punti di debolezza presenti in ogni sezione ed in base alla relativa importanza che tali punti hanno.

Le raccomandazioni finali sono state fatte prendendo in considerazione gli aspetti negativi riscontrati con gli utenti ed in secondo luogo considerando il check-up eseguito, in modo da portare dei miglioramenti.

### 3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

#### 3.1. ARCHITETTURA

##### **Valutazione:** 2

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

##### **Analisi:**

Diagramma: vedi allegato.

La suddivisione del sito è coerente con gli obiettivi infatti possiede un menù che attira subito l'attenzione dei visitatori, il menù dei loro prodotti, ed un menù per gli utenti registrati che vogliono usufruire di vari servizi.

Il menù dei prodotti è situato in testa alla pagina, subito sotto il brand ed è strutturato come uno schedario:



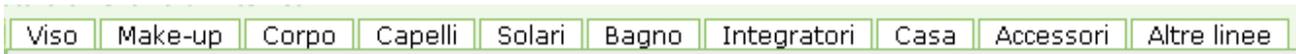
il menù per gli utenti registrati invece è alla sinistra della pagina:



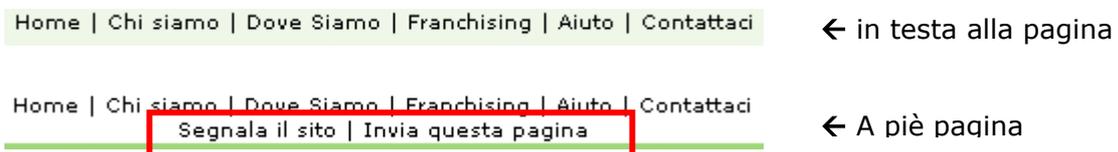
Entrambi i menù sono presenti in tutte le pagine in modo da facilitare la navigazione trasversale.

**BV ti consiglia**  
 Modafil  
 Palazzo Massaini

La struttura del menù principale dei prodotti è di facile comprensione anche per utenti poco esperti, anche se potrebbe creare problemi l'ultima voce relativa ad "altre linee" che contiene la linea uomo, la linea bimbi e la linea profumi.



L'ulteriore menù riguardante l'azienda e i suoi dati "anagrafici" è situato sia a inizio che a fondo pagina.



Possiamo notare che nonostante abbiano le stesse voci, quello a piè di pagina ha due voci in più rispetto all'altro: Segnala il sito ed Invia questa pagina. Inoltre se clicchiamo su entrambe le due voci in più non possiamo continuare se non siamo utenti registrati:



### Invia la pagina

Se una pagina del sito BV ti piace in maniera particolare... consigliala a chi vuole compilando la scheda qui sotto.



Stai per inviare la seguente pagina:  
<http://www.bottogaverde.it/index.jsp>

#### COMPILA LA SCHEDA SEGUENTE

tua E-mail:   
Password:

E-mail destinatario:

**Invia la pagina** ➡

#### RICORDATI!

Per farlo devi essere registrata!  
Se vuoi registrarti adesso clicca qui.

### I Miei Vantaggi

- Omaggi
- Sconti fino a -80%
- Idee regalo
- Superofferte a 1 €
- Principi Attivi
- Vota l'omaggio
- Offerta Integratori
- Abbatti il prezzo !!!



### Per i Registrati

- I Test di BV
- Calendario 2004
- Concorsi BV
- Lista dei desideri
- Consigli cosmetici
- Biblioteca verde
- Newsletter
- Sfondo PC



### E in più

- Cataloghi BV
- Area stampa
- Dicono di BV

### Per saperne di più

- Acquistare on-line
- Sicurezza
- Privacy
- Garanzia totale
- Scienza e natura
- Euro trasparenza
- Export



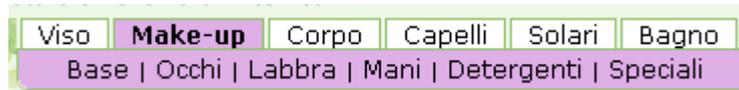
### BV ti consiglia

- Modafil
- Palazzo Massaini

Il menù per i registrati invece offre sia una parte di facile comprensione sia una parte ambigua, infatti ci sono delle voci che richiedono l'esplorazione per poterne capire il significato: biblioteca verde, principi attivi, abbatti il prezzo...

Siccome la parte del sito rivolta ai registrati è strutturata a modo di portale non esiste una mappa del sito e purtroppo non esiste neanche per la parte dei prodotti venduti, comunque è possibile una navigazione primaria ed una locale che risultano fluide.

A differenza del menù del catalogo, che possiede un orientamento molto forte grazie all'uso di un menù di tipo schedario:

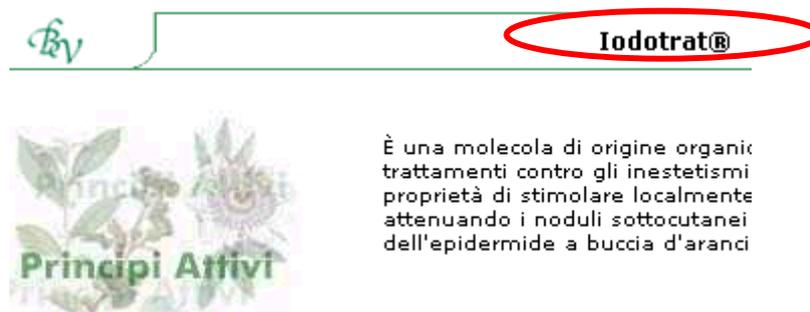


il menù per i registrati non sempre riesce a far recepire all'utente la propria posizione, infatti utilizza un titolo in alto, ma non molto visibile. Due esempi sono riportati qui sotto:

- nella sezione Idee Regalo – Makeup rimane il percorso in alto, come si vede dalla figura, oltre al simbolo scelto per classificare la sezione, sempre presente in ogni pagina:



- in Principi Attivi invece appare il simbolo scelto per la sezione ed il nome del principio attivo, in questo caso abbiamo seguito Principi Attivi → I → Iodotrat:



## Sintesi:

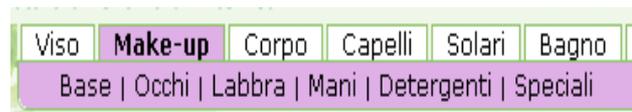
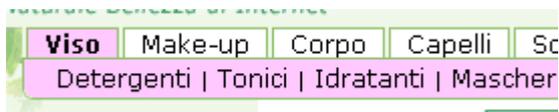
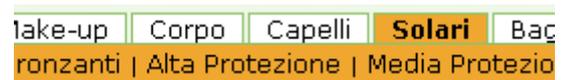
### Punti di forza:

- il menù per i prodotti del catalogo è ben fatto, utilizza il metodo a schedario ed il grassetto per indicare all'utente in che categoria si trova, cambiando colore della riga del menù per le diverse categorie

- I menù sono presenti in ogni pagina e consentono all'utente di poter avere una navigazione fluida e trasversale infatti è possibile visionare le pagine desiderate senza dover passare ogni volta dalla home page

Punti di debolezza:

- i colori utilizzati nei sottomenù, per orientare l'utente, sono molto simili se non addirittura ripetuti. Per esempio l'arancio viene usato sia per i solari che per il corpo, mentre viso e make up, vicini nel menù principale, utilizzano colori simili:



- nel menù sono utilizzati dei termini che risultano di non chiara comprensione, come evidenziato nella screen shot precedente

## 3.2. COMUNICAZIONE

### Valutazione: 3

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

### Analisi:

La home page comunica chiaramente gli obiettivi dell'azienda, vendere prodotti naturali per la bellezza, presente anche nella brand del sito "La naturale bellezza di Internet"



e viene rafforzata anche nelle schede di ogni prodotto, dove viene indicato chiaramente che sono stati utilizzati solo prodotti naturali:



Natural Lift crema viso con Argireline®  
(50ml)

~~€ 34,90 (L. 67.576)~~

€ 17,45 (L. 33.788)

-50%

[Compra](#)

[Lista Desideri](#)

Correggere le rughe d'espressione oggi si può. Grazie ad un principio attivo ad azione levigante come l'**Argireline®**, contenuto in **Natural Lift** una crema dalla texture morbida e delicata, che penetra facilmente nutrendo a fondo l'epidermide, adatta a tutti i tipi di pelle e indicata sia da giorno che da notte. Con in più un **principio attivo** elasticizzante ottenuto dalla frazione insaponificabile dell'**Olio di Oliva** che contribuisce a prevenire la disidratazione cutanea e ne favorisce l'elasticità mentre l'**Olio di Jojoba** svolge una profonda azione **emolliente**. Un profumo destressante, dalla fragranza agrumata e fiorita, potenzia l'effetto della crema, sintonizzandoci ad ogni applicazione su onde piacevolmente rilassanti. Per tratti che appaiono così più distesi, un contorno come ridefinito, una **pelle tonica** e pronta a rispondere al meglio al trascorrere del tempo.

**Pelle:** tutti i tipi

**Azioni:** antirughe, nutriente, emolliente

**Zona d'applicazione:** viso

**Principi Attivi:** olio di Jojoba

**Caratteristiche:** favorisce l'elasticità della pelle svolgendo una profonda azione emolliente

**Modo d'uso:** utilizzare mattino e sera su viso e collo, dopo un'accurata pulizia, per regalarsi un massaggio distensivo

**A chi si consiglia:**

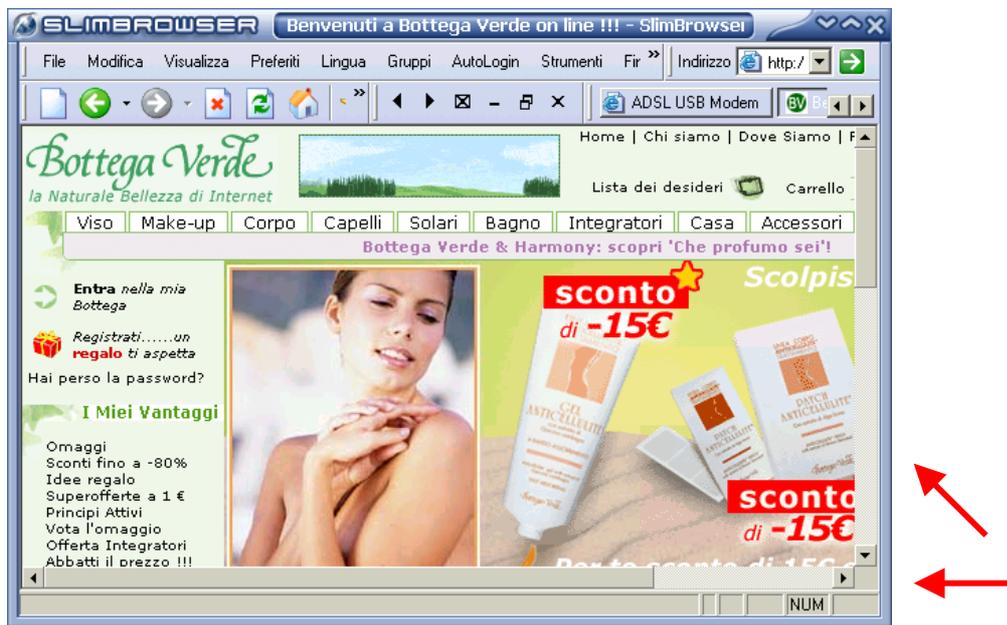
**Consistenza:** crema

**Contenitore:** vaso - 50ml

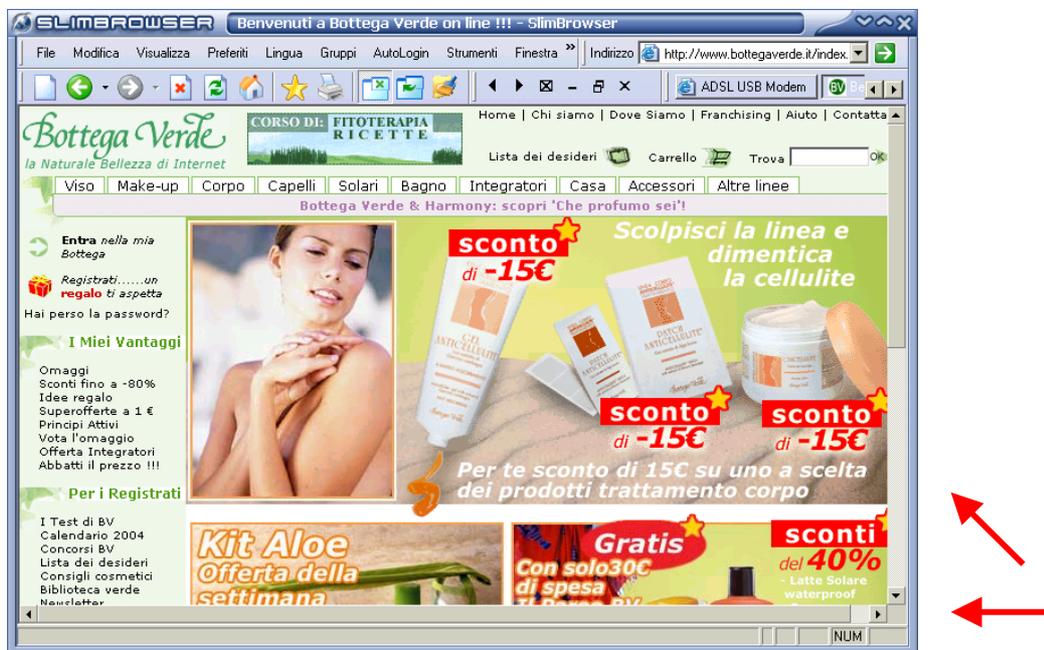
Principi attivi : Jojoba , Argireline, Insaponificabile da olio olivo

E' stato eseguito un test che permette di visionare il sito in diverse risoluzioni video, semplicemente cambiando le impostazioni del monitor:

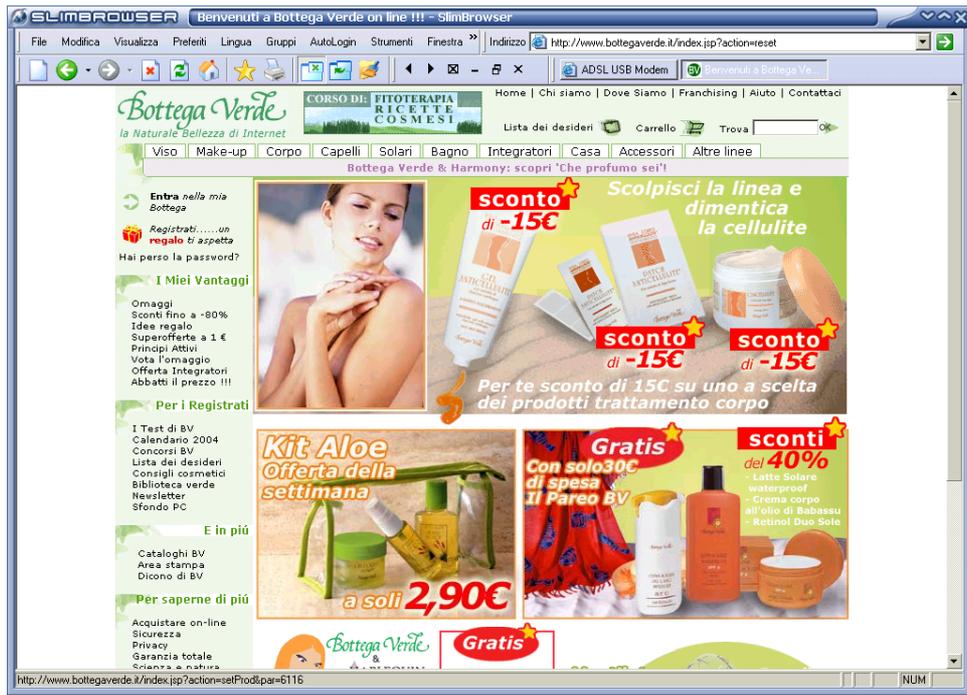
- 640x480 la visualizzazione del sito diventa pessima infatti metà della pagina risulta visibile solo scorrendo sia orizzontalmente che verticalmente:



- 800x600 la visualizzazione risulta abbastanza buona: la pagina è visualizzata quasi completamente: ha uno scorrimento orizzontale non molto rilevante ai fini della comprensione della pagina:



- 1024x768 la visualizzazione è ottima: il sito si sposta automaticamente al centro dello schermo consentendo una buona navigazione con la sola barra verticale, neanche tanto lunga. E' possibile pensare che il sito sia stato progettato utilizzando questa risoluzione video:



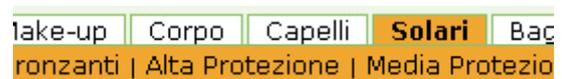
La comprensione dei contenuti è strutturata abbastanza bene: un menù in alto per il catalogo, un menù laterale per i servizi in più e un menù a parte per i dati dell'azienda.

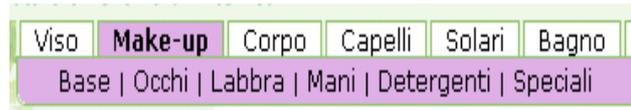
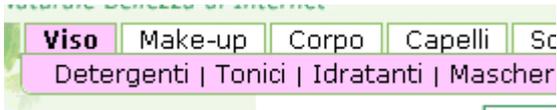
I colori sono utilizzati in modo appropriato: si ha uno sfondo bianco nella parte centrale, dove vengono passate le informazioni che vengono richieste dall'utente, mentre la parte laterale sinistra e la parte alta hanno uno sfondo verde chiaro, che non dà fastidio, utilizzando ovunque il carattere di colore nero, ad eccezione dei vari titoli delle sezioni e del collegamento ipertestuale:



La scelta dei due sfondi laterali sui toni del verde è stata presa poiché il verde è il colore associato all'azienda, per esempio il rosso richiama il sito della coca cola o della vodafone.

Per quanto riguarda invece i colori delle varie etichette del menù prodotti, sono stati utilizzati colori senza senso logico, a mio avviso, come dimostrato anche sopra:





Inoltre che sono stati utilizzati l'arancio e il verde per ogni prodotto: l'arancio apre una pagina che descrive il prodotto scelto, mentre il verde consente di mettere il prodotto direttamente nel carrello spesa:



PRODOTTO	Prezzo	Sconto	Qta	Importo	Rimuovi
Totale Carrello: € 0,00 (L.0)					
OMAGGIO			Qta	Contributo	Rimuovi
GRATIS PER TE Shampooccia Doposport con estratto di Equiseto e Cedro (30ml) cod. 592020		Gratis	1	-	
IN ESCLUSIVA PER TE il ventilatore Twister con un contributo di Euro 9,90 cod. 557532		In Esclusiva per te!	1	€ 9,90	

Spese di Spedizione: € 4,50 (L. 8.713)



Lo **stile anni '50** torna alla ribalta, con le sue cromature ed i suoi riflessi argentei: **Twister** associa il **design retrò** ad un **silenziosissimo motore** oscillante, che dirige l'aria in tutto l'ambiente e rende più vivibili e gradevoli i pomeriggi e le notti di grande calore estivo. Ideale da tenere in casa, in ufficio o in camera da letto per rinfrescare e muovere l'aria all'interno degli ambienti.

**Caratteristiche:** **movimento oscillante** per rinfrescare l' ambiente, il **pratico snodo** consente di posizionare la griglia con la giusta inclinazione, il **sistema di bloccaggio** forma l'oscillazione nell' esatto punto in cui desideri avere il getto d'aria, l'interruttore con **selezione di velocità** ha **tre diverse posizioni** per dosare il flusso d'aria a seconda della necessità.

I pulsanti verdi possono avere due diciture diverse a seconda che si tratti di prodotti in vendita o di omaggi dell'azienda, ma ciò non ne compromette la comprensione, infatti portano entrambi al carrello:

**Omaggio**

**Scheda Scegli**

**IN ESCLUSIVA PER TE!** la TV portatile Dolphin con un contributo di Euro 9,99

**Scheda Compra**

**Prodotto**

€ 9,99 (L.19.343)

CREMA CORPO AI SALI DEL MAR MORTO (150ml)

Inoltre viene usato il rosso, per segnalare eventuali sconti e relativi prezzi scontati, e l'azzurro, soltanto dalla pagina della scheda del prodotto, che consente di mettere l'oggetto selezionato in una "lista dei desideri", servizio offerto agli utenti registrati.

€ 64,99 (L.125.645)

**€ 24,99** (L.48.387)

**-61%**

**Scheda Compra**

OFFERTA RUGHE PROFONDE: ULTRA RETINOL IDRA (50ml)+ ULTRA RETINOL AGE (50ml)

Dalla pagina Prodotti

OFFERTA RUGHE PROFONDE: ULTRA RETINOL IDRA (50ml)+ ULTRA RETINOL AGE (50ml)

€ 64,99 (L.125.645)

**€ 24,99** (L.48.387)

**-61%**

**Compra**

**Lista Desideri**

Dalla scheda del prodotto

La lista dei desideri è una lista della spesa "futura" nel senso che consente di selezionare i prodotti che gli utenti vorrebbero acquistare, ma che per vari fattori non gli è permesso, magari anche solo perché il costo viene reputato troppo alto. Si può sempre aggiornarla eliminando i prodotti che non vogliamo più, arricchendola coi nostri commenti...

CREMA CORPO AI SALI DEL MAR MORTO (150ml)

€ 9,99 (L. 19.343)

**Compra**

**Lista Desideri**

**I MIEI COMMENTI:**

**Aggiungi alla Lista**

**?** Cos'e' e come funziona la LISTA DEI DESIDERI? [Clicca qui per saperne di piu'](#)

**LISTA DEI DESIDERI**

**Ecco i prodotti che hai inserito nella Lista dei Desideri:**

	<b>€ 9,99</b> (L.19.343)	CREMA CORPO AI SALI DEL MAR MORTO (150ml)	<a href="#">Scheda</a> <a href="#">Compra</a> <a href="#">Elimina</a>
---	-----------------------------	---	---

**INSERITO IL:** 24/06/2004

**NOTE E COMMENTI:** buon prodotto

Modifica la Lista dei desideri a tuo piacimento e tienila sempre aggiornata, per tenere "a mente" i tuoi prodotti preferiti. Aggiungi i prodotti inserendoli direttamente dalla scheda e corredali con i tuoi commenti, da utilizzare come promemoria. Per togliere i prodotti, invece, opera direttamente dalla pagina riepilogativa della Lista, eliminando il prodotto che non ti interessa piu'.

**ATTENZIONE:** inserendo i prodotti nella Lista non si blocca il prezzo. I prezzi si aggiornano in base alle offerte promozionali in corso sul sito.

**REGISTRATI!**  
Clicca qui...e crea la tua personalissima Lista dei Desideri

Ovviamente può accedere alla lista solo chi è registrato.

Infatti chi non lo fosse e volesse accedere a tale servizio viene mandato alla pagina di spiegazioni dove è presente il rimando alla registrazione:

**Lista dei desideri**

Quando trovi un cosmetico che ti piace ma non e' il momento giusto per comperarlo, non preoccuparti. Da oggi hai un aiuto in piu'... Inserisci i prodotti che ti interessano nell'archivio personale, collegato al tuo profilo di registrata, e tienili sott'occhio.

**Cos'e' la Lista?**

E' la lista dei cosmetici che ti piacerebbe comperare. E' un aiuto per la tua spesa: raccoglie i tuoi prodotti preferiti, che metti da parte per acquistare nel momento in cui desideri e puoi arricchire con commenti personali che ti servano come promemoria.

**Per crearla...**

Usa il pulsante "Inserisci nella Lista dei Desideri" che trovi in ogni scheda di dettaglio prodotto. Un click e la tua Lista e' creata!

**REGISTRATI!**  
Clicca qui...e crea la tua personalissima Lista dei Desideri

Nel caso in cui non fossero presenti i pulsanti "scheda prodotto", arancione, e "compra" o "scegli", verde, è presente un pulsante violetto che apre la pagina della descrizione del prodotto permettendo di scegliere determinate caratteristiche: colore prodotto, taglia, gusto e aroma... Dopo aver preso queste decisioni è possibile acquistare il prodotto con le caratteristiche scelte.

CANDELA FRUTTA GEL  
€ 4,50 (L. 8.713)

**Scegli**

CANDELA FRUTTA GEL

Originali candele di frutta per profumare il bagno e gli altri ambienti della casa. Da regalare e regalarsi.

€ 4,50 (L. 8.713) **Compra** Cedro

€ 4,50 (L. 8.713) **Compra** Pompelmo

€ 4,50 (L. 8.713) **Compra** Pesca

I testi sono stati scritti tutti con lo stesso font, senza grazie, ed utilizzano in prevalenza testi scritti in nero. Vengono inoltre utilizzati testi in verde solo per i titoli delle varie sezioni del menù per i registrati, in modo da distinguerlo dalle varie sottocategorie.

Per quanto riguarda l'uso di caratteri solo maiuscoli possiamo dire che sono stati utilizzati solo in parte limitata: sono presenti infatti per i titoli di alcuni testi e per alcuni nomi di prodotti:

CANDELA FRUTTA GEL  
€ 4,50 (L. 8.713)

**BV TI CONSIGLIA...**

**INVENTA IL TUO FASCINO**  
Colori e fantasia per un Make-up sempre diverso!

La grafica sembra fatta abbastanza bene: il testo risulta ben disposto e non viene fatto uso di animazioni pesanti che possono rendere lungo lo scaricamento della pagina o dare fastidio all'utente.

Era presente, alla stesura dell'analisi, una barra di scorrimento sotto il menù dei prodotti, che dava delle notizie alquanto inutili. Questa barra è stata sostituita con una barra statica:

Capelli Solari Bagno Integratori Casa Accessori

**Bottega Verde & Harmony: scopri 'Che profumo sei!'**

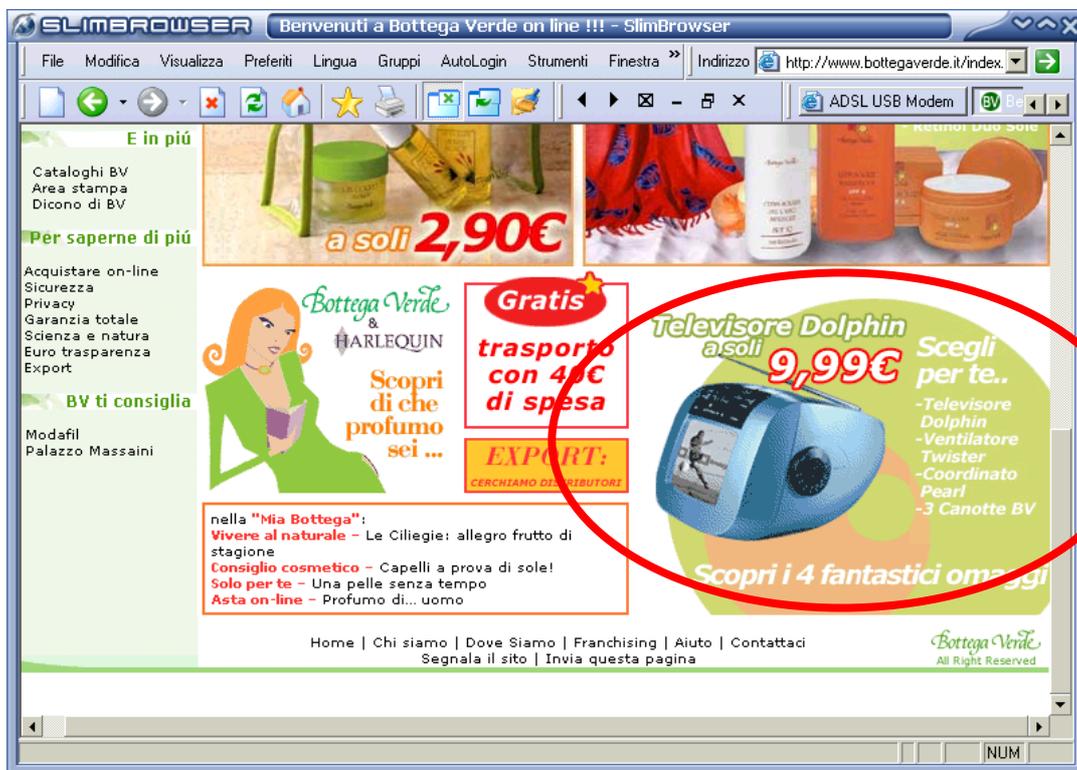
Inoltre sono presenti un'animazione pubblicitaria dei loro omaggi e un banner che sponsorizza i loro prodotti o servizi:



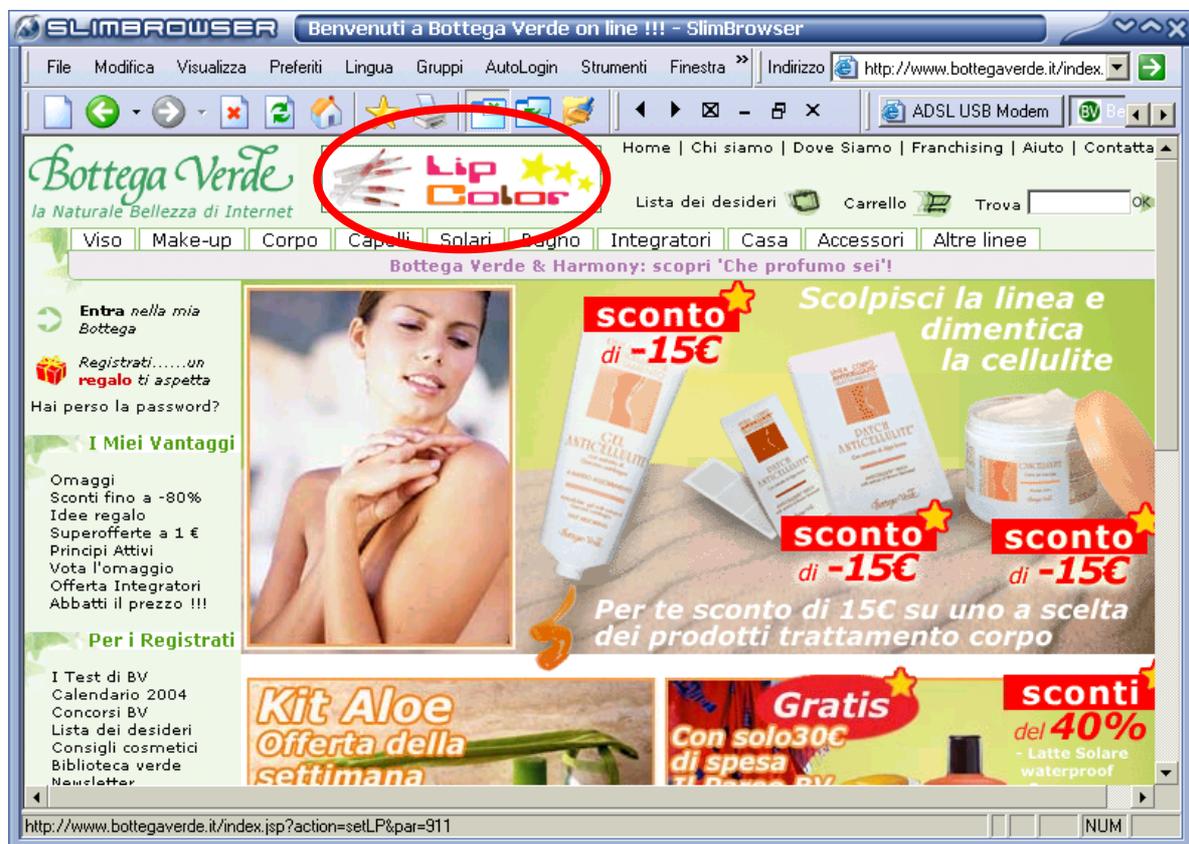
Le varie animazioni degli omaggi



Quest'animazione è presente nella home page in basso a destra:



invece alcuni banner, presenti in alto a sinistra di fianco al brand della ditta, sono riportati di seguito:



Durante la navigazione potrebbe risultare difficile la lettura in quanto i caratteri risultano abbastanza piccoli: se tramite il browser proviamo ad ingrandirli notiamo che ciò non è possibile:



L'unico testo che viene modificato è il prezzo in lire, ancora presente per tutti i loro prodotti, però ciò non accade sempre, come si è potuto verificare nella scheda di uno dei loro prodotti:



## Sintesi:

### Punti di forza:

- I colori dei pulsanti "Scheda" "Compra" "Scegli" "Lista dei Desideri" sono utilizzati in modo chiaro e coerente in modo da richiamare alla memoria la funzione associata
- La gestalt rende ben visibili i vari menù e quindi le parti che interessano di più all'utente

Punti di debolezza:

- Non viene permesso all'utente di modificare la grandezza del carattere dal browser: se viene fatto cambia soltanto il prezzo in lire dei vari prodotti, e non ovunque

### 3.3. FUNZIONALITÀ

#### Valutazione: 2

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

#### Analisi:

Le transazioni vengono effettuate in modo semplice e abbastanza chiaro, inoltre non rubano molto tempo all'utente. Vengono fornite in modo chiaro tutte le spiegazioni prima di procedere con le varie transazioni: sia nella registrazione che nell'acquisto on line.

Per esempio, se clicchiamo su "registrati adesso" del menù principale, passiamo ad una pagina che dà tutte le informazioni necessarie sui vantaggi della registrazione e su ciò che viene offerto:

Entra nella mia Bottega

Registrati.....un regalo ti aspetta

Hai perso la password?

registrati!

3 VANTAGGI...  
e molto di più!

**La Mia Bottega** è la tua rivista on-line! La registrazione servirà a rendere ogni tua visita più divertente, più personale, facile e soprattutto più vantaggiosa. A partire da subito... scopri i tuoi Vantaggi di Benvenuto e ricevi in regalo **Bagliori Ombretto in crema con estratto di Ginseng e The verde in colori assortiti**

**registrati adesso!**

#### 1° VANTAGGIO: GRATIS Bagliori Ombretto in crema con estratto di Ginseng e The verde in colori assortiti!

Direttamente al tuo domicilio il **tuò regalo di Benvenuto** senza obbligo di acquisto: è il nostro grazie per la tua registrazione!

#### 2° VANTAGGIO: LA MAILING LIST

Per ricevere gratuitamente **via e-mail le nostre newsletter** ed avere tutti gli aggiornamenti sulle ultime novità in campo cosmetico! E in qualsiasi momento potrai aggiornare e modificare i dati del tuo profilo.

### 3° VANTAGGIO: sconti, news e divertimento nelle aree riservate!

Innanzitutto gli sconti: la tua spesa sarà **più conveniente** su La Mia bottega, perchè ogni settimana potrai acquistare prodotti diversi super-scontati. E poi, la nostra area riservata è **una vera e propria rivista on line**, dove troverai tantissime attività, informazioni e notizie interessanti e stimolanti! Ecceci alcune delle rubriche dedicate a te!

#### ACQUISTI ON-LINE

- Offerte **"Solo per te"** riservate ai registrati
- La tua personalissima **"Lista dei Desideri"**
- Le **Newsletter** che ti evidenziano gli sconti
- I favolosi **Concorsi** per chi acquista

#### DA SAPERE

- I **Consigli cosmetici** settimanali
- I **Libri** da scaricare
- Il corso **"Consigli di trucco"** on-line
- Le puntate di **"Vivere al naturale"**
- I **Principi attivi** da conoscere
- Le **FAQ** di bellezza

#### DIVERTIMENTO

- L'**Oroscopo** settimanale
- I **Test** di bellezza
- I **Concorsi** "La Mia Bottega"
- I **Calendari** BV da scaricare
- La **Chat** (a breve)

#### "La Mia Bottega" COME PIACE A TE

- I tuoi **dati** personali
- La **Rassegna Stampa**
- I **Questionari**

• ...e all'interno molto altro ancora!

**registrati adesso!**

Andando avanti con la transazione viene aperta la pagina relativa alla registrazione vera e propria, dove bisogna immettere i propri dati:

 **Registrazione**

ata

#### BENVENUTA!

Compila il modulo con i tuoi dati ed entra nel meraviglioso mondo di La Mia Bottega! La tua registrazione ti permetterà di accedere ad un'area riservata dove troverai news, informazioni e divertimento... nonchè le offerte speciali "Solo per te" riservate agli iscritti.

#### NOTE PER LA REGISTRAZIONE

- I tuoi dati verranno crittografati attraverso un server sicuro certificato da Verisign: saremo così in grado di riconoscerti quando ti colleghi al nostro sito.
- gli omaggi della registrazione ti verranno recapitati a domicilio: ricordati di compilare i campi relativi al tuo indirizzo.
- Il numero di telefono è facoltativo, ma ci permetterà di contattarti rapidamente per eventuali comunicazioni sulla consegna.

**RICORDA:** l'indirizzo e-mail e la password sono fondamentali per accedere ai nostri servizi.

I Campi contrassegnati da \* sono obbligatori.

### DATI REGISTRAZIONE

Questi dati sono necessari per usufruire degli speciali vantaggi presenti sul sito

E-mail\*

Password\*  inventa una qualsiasi parola Segreta

Password\*  Ridigitala per sicurezza

### DATI INDIRIZZO

Questi dati sono necessari per conoscere l'indirizzo in cui recapitare i nostri prodotti

Nome\*

Cognome\*

Signora/Signorina  Signor

Indirizzo  Inserisci indirizzo e numero civico

Localita'

CAP

Provincia

Stato

Data nascita gg  mm  aaaa

Telefono fisso  /

Telefono cell  /

Cognome campanello  Inserisci il cognome del campanello solo se diverso dal tuo cognome

Sei già cliente BV  Si  No

Dove hai conosciuto il sito BV?

Publicita' nei negozi Bottega verde  
Cataloghi indirizzati a suo nome  
Cataloghi in buca senza indirizzo  
Riviste

Se ci hai conosciuto tramite riviste, indicaci quali:

20 anni  
Airone  
Amica  
Anna  
Astra

>>Procedi

#### Consenso della legge sulla riservatezza dei dati

Ho letto l'informativa D.Lgs. 30.06.2003 n. 196 ed acconsento che i miei dati personali siano comunicati alle aziende di cui all'informativa

si  no

possiamo notare che si cerca di ridurre al minimo l'errore da parte dell'utente utilizzando campi obbligatori, segnalati da un asterisco

E-mail\*

Password\*

Password\*

**ATI INDIRIZZO**

Questi dati sono necessari per conoscere i prodotti

Nome\*

Cognome\*

e per il formato della data di nascita, non viene lasciata ambiguità:

Data nascita gg  mm  aaaa

Per quanto riguarda i messaggi di errore visualizzati, questi vengono evidenziati con colore rosso vicino ai campi che hanno generato l'errore, anche con più di un errore contemporaneamente:

**DATI REGISTRAZIONE**

Questi dati sono necessari per usufruire

E-mail\*

Password\*

Password\*  **Conferma password errata** ←

**DATI INDIRIZZO**

Questi dati sono necessari per conoscere i prodotti

Nome\*

Cognome\*  **Inserisci il tuo cognome** ←

Si può osservare che i dati già inseriti restano in memoria, permettendo all'utente di impiegare meno tempo nella transazione, poiché non deve reinserire tutto da capo.

Per la legge sulla privacy è stato messo un link apposito nel menù, accessibile da chiunque, dove viene spiegato l'uso che si farà dei propri dati:

**Per saperne di più**

- Acquistare on-line
- Sicurezza
- Privacy ←
- Garanzia totale
- Scienza e natura
- Euro trasparenza
- Export

## BV a tutela dei tuoi diritti



BV raccoglie **dati personali** in diverse fasi di navigazione. Alcuni dati sono obbligatori per dare la possibilità di acquistare on-line e ricevere offerte commerciali da BV. Le informazioni sono trattate nel rispetto della **Legge 675**.

**REGISTRAZIONE:** BV richiede **nome, cognome, indirizzo e-mail e password** (parola o codice personale per accedere al sito). I dati possono sempre essere modificati e cancellati.

**ACQUISTO:** BV richiede **indirizzo** di spedizione e, per pagamento con carta di credito, tipo, numero, scadenza e intestatario. Il telefono e' utile per comunicazioni di consegna.

**RICHIESTA CATALOGO:** tutti possono richiederli. Se sei **registrato** e riconosciuto, il modulo è pre-compilato. Se **non sei registrato**, compila il modulo con Nome, Cognome, Indirizzo, Cap, Localita' E Provincia. Per le **tue amiche** inserisci i dati per la spedizione: Nome, Cognome, Indirizzo, Cap, Localita', Provincia.

**RICHIESTA FRANCHISING:** nel modulo di richiesta ci sono campi facoltative e obbligatori, indispensabili per essere contattati. I dati sono utilizzati a scopo informativo.

**NAVIGAZIONE:** le pagine web possono contenere immagini elettroniche che tracciano visite e conteggiano gli utenti. BV li utilizza nelle pagine del sito e nei messaggi HTML per:

- conteggiare il numero di utenti
- riconoscere i registrati sul sito
- conteggiare gli utenti che aprono e-mail in HTML
- misurare efficacia di attività di marketing e pubblicitarie

### Regolamento OPERAZIONI a PREMI: OMAGGI

La partecipazione e' automatica, gratuita e regolata dalle condizioni di piano tecnico. Raggiunto il valore minimo previsto di spesa, in automatico, sono inseriti nel pacco gli omaggi della promozione in corso. Gli omaggi rimangono al cliente anche se restituisce la merce, chiedendo rimborso o sostituzione.

### Legge 675:

i dati personali sono trattati con criteri definiti per fini commerciali, di vendita diretta, promozionali, gestionali, statistiche. Sono facoltativi e possono essere comunicati a società' con stesse finalità.

### Diritti:

- conferma esistenza dati
- comunicazione dati
- informazioni criteri di trattamento, annullo, trasformazione e blocco dati per violazione legge
- aggiornamento, rettifica o integrazione dati
- informazione modifiche
- accesso gratis registro (art.31, comma 1, lett.a legge 31.12.1996 n.675)
- diritto di opporsi gratis al trattamento dati

### Immagini elettroniche:

single-pixel GIF o Web beacons sono tracciatori di pagine viste. Ogni immagine può funzionare così.

Se non vuoi che i tuoi dati personali siano utilizzati per ricerche di mercato, scrivici.

Inoltre è sempre presente, nelle pagine necessarie, l'informativa al trattamento dei dati personali, in questo esempio è sulla pagina di registrazione:

Data nascita gg  mm  aaa

Telefono fisso  /

Telefono cell  /

Cognome campanello  Inserisci il cognome del campanello solo se diverso dal tuo cognome

[>>Procedi](#)

**Consenso della legge sulla riservatezza dei dati**

Ho letto l'informativa D.Lgs. 30.06.2003 n. 196 ed acconsento che i miei dati personali siano comunicati alle aziende di cui all'informativa

si  no

**INFORMATIVA D.Lgs. 30.06.2003 n. 196**

"Ai sensi dell'art. 13 del decreto legislativo 30.06.2003 n. 196 ("codice in materia di protezione dei dati personali") si informa che i dati personali forniti verranno trattati per finalità commerciali, di vendita diretta, marketing e informazione commerciale, promozionali, statistiche, mediante elaborazione con criteri sostituiti;

- che alcuni dati sono obbligatori ai fini dell'evasione dell'ordine ed il rifiuto di fornirli impedisce di ricevere la merce ordinata;
- altri dati (es. n. telefono, età) sono facoltativi e permettono alla società di migliorare il servizio al cliente;
- che i dati non verranno diffusi;
- che con il consenso del cliente i dati potranno essere comunicati a società aventi le medesime finalità dei settori: ... Arredamento casa & ufficio, tessile, abbigliamento, cosmesi & benessere, floricoltura, editoria, hobbistica, generalistica.
- che i dati potranno venire a conoscenza di soggetti specificatamente incaricati quali dipendenti o altri collaboratori per i trattamenti necessari o connessi all'invio di materiale pubblicitario ed all'evasione dell'ordine e di terzi che svolgono o forniscono specifici servizi strettamente funzionali all'esecuzione del rapporto contrattuale, quali:
  - società di data entry, personalizzazione imbustamento di messaggi, call center;
  - Poste Italiane S.p.a.
  - società che forniscono servizi di pagamento.
- che il cliente ha diritto di ottenere senza ritardo:
  - a) la conferma dell'esistenza di dati personali che lo riguardano, anche se non ancora registrati, e la comunicazione in forma intelligibile dei medesimi dati e della loro origine, delle finalità e modalità del trattamento, nonché nella logica su cui si basa il trattamento;
  - b) gli estremi identificativi del titolare e del responsabile;
  - c) la cancellazione, la trasformazione in forma anonima o il blocco dei dati trattati in violazione della legge;
  - d) l'aggiornamento e la rettificazione ovvero qualora vi abbia interesse, l'integrazione dei dati;
  - e) l'attestazione che le operazioni di cui ai punti c) e d) sono state portate a conoscenza di coloro ai quali sono stati comunicati salvo che ciò si riveli impossibile o comporti un impiego di mezzi manifestamente sproporzionato rispetto al diritto tutelato;
  - f) di conoscere mediante accesso gratuito al registro di cui all'art. 37 D.Lgs. 196/2003 l'esistenza di trattamenti di dati che lo riguardano;
  - g) di opporsi gratuitamente al trattamento di dati personali per fini di invio di materiale pubblicitario e di vendita diretta.

Questi diritti potranno essere esercitati scrivendo al responsabile del trattamento New Cosma Srl, Via XXV Aprile, 10 13836 Cossato (BI).



inoltre viene evidenziato l'uso di prodotti per la crittografia dei dati.

Esiste un motore di ricerca interna al sito, sempre presente in alto a destra, che consente di ricercare i prodotti in base a vari criteri, criteri non visibili però per il primo utilizzo.

Home | Chi siamo | Dove siamo | Franchising | Aiuto | Contattaci

Lista dei desideri Carrello Trova

Integratori | Casa | Accessori | Altre linee

Questi criteri vengono visualizzati solo dopo aver fatto la prima ricerca e in una posizione alquanto discutibile: sopra i risultati, rendendo non visibili i risultati stessi con un monitor 800x600 poiché finiscono nella parte nascosta dello schermo, visibile sono scorrendo in verticale.

Alla ricerca di "linea uomo" appare infatti la seguente pagina:

The screenshot shows a search results page for 'linea uomo'. At the top left is the 'bv' logo. The main header is 'Risultati della Ricerca'. Below this are three filter boxes: 'Non hai trovato quello che cercavi?' with options 'estendi la tua ricerca' and 'aiuto'; 'Ordina i tuoi risultati in base' with options 'al prezzo', 'alle novita'', and 'alle offerte'; and 'Cerca per prezzo:' with price ranges from 'inferiori a 3 €' to 'oltre 16 €'. Below the filters, a search bar shows 'Hai cercato "linea uomo" La ricerca ha trovato 15 prodotti.' and a pagination bar shows 'Pagina: - 1 - 2 -' and a 'Successiva' button. The product list includes three items: 'UOMO Crema viso antirughe (50 ml)' for € 19,99 (L.38.706), 'Uomo Crema gel contorno occhi antirughe (15ml)' for € 19,99 (L.38.706), and 'Uomo Emulsione Spray per il corpo (150ml)' for € 9,99 (L.19.343). Each item has 'Scheda' and 'Compra' buttons. Annotations with red arrows point to 'Criteri' (pointing to the filter boxes), 'Ricerca' (pointing to the search bar), and 'Risultati' (pointing to the first product).

Durante la fase di check-up tale motore continuava a dare i seguenti errori

Si e' verificato un errore tecnico nel sito.  
[Clicca qui](#) per ricominciare a navigare.

Si e' verificato un errore tecnico nel sito.  
[Clicca qui](#) per ricominciare a navigare.

non si è potuto quindi verificare l'esatto funzionamento della ricerca interna. Ovviamente si può notare che non viene fornita nessuna spiegazione sul tipo di errore e sul motivo, ma si può continuare a navigare ed acquistare liberamente.

Si è riusciti ad osservare, comunque, che la ricerca utilizza dei parametri molto rigidi, infatti se viene inserito, per esempio, "uomo gel doccia" si ottiene il seguente risultato:

Hai cercato **"Uomo gel doccia"**  
La ricerca ha trovato **1** prodotti.

**NOTE E SUGGERIMENTI:**

- La ricerca non ha individuato alcun articolo con il nome che hai digitato. Il sistema cercherà la parola in tutte le schede-prodotto.

Pagina: - 1 -



€ 9,99  
(L.19.343)

[Scheda](#) [Compra](#)

GEL CORPO ALL'ALOE  
(200ml)

Per maggiori informazioni scrivi a [infoprod@bottegaverde.it](mailto:infoprod@bottegaverde.it)

ovviamente viene segnalato che non è stato trovato nessun prodotto, ma ne viene proposto uno errato. Se invece immettiamo "uomo gel doccia-shampo" troviamo ciò che cercavamo:

Hai cercato **"uomo gel doccia-shampo"**  
La ricerca ha trovato **1** prodotti.

Pagina: - 1 -



€ 5,99  
(L.11.598)

[Scheda](#) [Compra](#)

UOMO Gel doccia-shampo  
(200ml)

Per quanto riguarda la comunicazione con i gestori del sito viene dedicata una pagina ai loro indirizzi e-mail, in modo da indirizzare la propria e-mail alla persona appropriata in base alle esigenze. Non viene però evidenziato in modo opportuno il collegamento, o l'indirizzo e-mail, che bisogna utilizzare, inoltre non si può comunicare con il webmaster.

Non vengono utilizzati form prestabiliti, ma viene utilizzato il programma di gestione della posta elettronica presente sul proprio pc.

Da entrambi i menù dell'azienda, è possibile arrivare alla pagina dei contatti:

[Home](#) | [Chi siamo](#) | [Dove Siamo](#) | [Franchising](#) | [Aiuto](#) | [Contattaci](#)

[Home](#) | [Chi siamo](#) | [Dove Siamo](#) | [Franchising](#) | [Aiuto](#) | [Contattaci](#)  
[Segnala il sito](#) | [Invia questa pagina](#)

contattaci

Bottega  
Verde



**Bottega Verde**  
**Podere S. Luigi - Palazzo Massaini**  
**53026 Pienza (Siena)**  
**Tel. 0578741100**  
**Fax. 0578741106**

Manda una e-mail a...

- per commenti o suggerimenti: [suggerimenti@bottegaverde.it](mailto:suggerimenti@bottegaverde.it)
- per scrivere alla Redazione Bottega Verde: [latuaredazione@bottegaverde.it](mailto:latuaredazione@bottegaverde.it)
- per informazioni sugli ordini on-line: [servizioclienti@bottegaverde.it](mailto:servizioclienti@bottegaverde.it) oppure telefona allo 0578-741100
- per aprire un negozio BV: compila il modulo Franchising oppure scrivi a Bottega Verde, Ufficio Franchising, via Garibaldi 57 - 13836 Cossato, oppure telefona allo 015-9843486 o via fax. 015-9843416
- per diventare commessa invia il tuo curriculum a: [jobs@bottegaverde.it](mailto:jobs@bottegaverde.it)

Il sito internet e' nato e si sviluppa con la collaborazione dei clienti che ci scrivono come vorrebbero BV on-line.

Aiutaci anche tu a costruire internet... come piu' ti piace: inviaci commenti, consigli, suggerimenti e richieste.

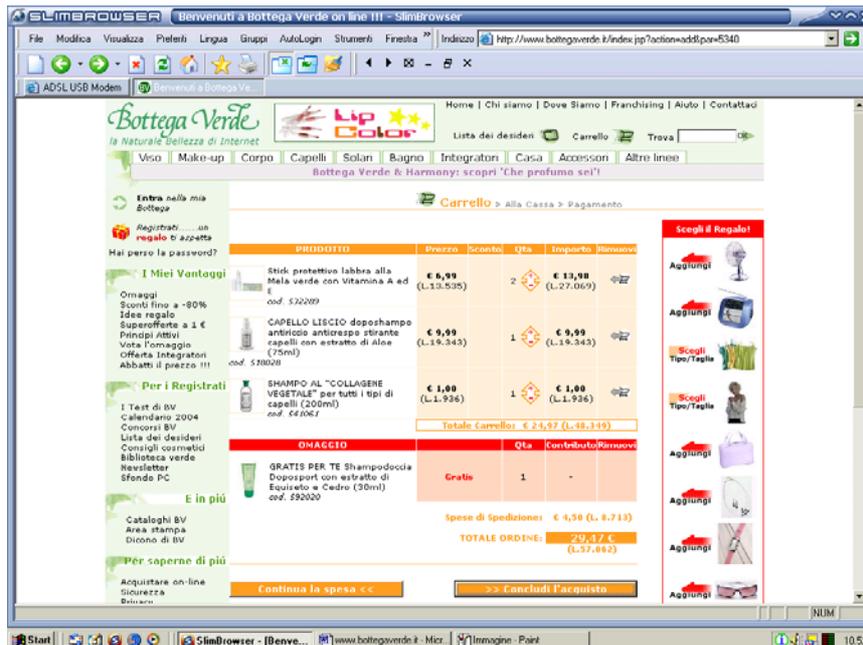
Ne trarremo spunto per migliorare il sito e ti risponderemo... prestissimo!

Come si può notare i collegamenti ipertestuali non sono visibili se non passandoci sopra col mouse, che diventano di colore verde. Sembra una scelta aziendale in quanto tutto il sito è strutturato in questo modo, ovviamente si perde in visibilità da parte di utenti poco esperti a vantaggio di un testo più leggibile grazie all'uso di un solo colore.

Analizzando invece la transazione di acquisto possiamo notare che le istruzioni per il funzionamento del carrello sono sotto la lista spesa, non visibili né con un monitor 800x600 né con un 1024x768:

PRODOTTO	Prezzo	Sconto	Qta	Importo	Rimuovi
Stick protettivo labbra alla Mela verde con Vitamina A ed E cod. 532289	€ 6,99 (L.13.535)		2	€ 13,98 (L.27.069)	
CAPELLO LISCIO doposhampo anticriccio antirespo stivante capelli con estratto di Aloe (75ml) cod. 518028	€ 9,99 (L.19.343)		1	€ 9,99 (L.19.343)	
SHAMPO AL "COLLAGENE VEGETALE" per tutti i tipi di capelli (200ml) cod. 541061	€ 1,00 (L.1.936)		1	€ 1,00 (L.1.936)	
<b>Totale Carrello:</b>				<b>€ 24,97 (L.48.349)</b>	

800x600



1024x768

Pagina del carrello con relative istruzioni

Carrello > Alla Cassa > Pagamento

PRODOTTO	Prezzo	Sconto	Qta	Importo	Rimuovi
 Stick protettivo labbra alla Mela verde con Vitamina A ed E cod. 532289	€ 6,99 (L.13.535)		2	€ 13,98 (L.27.069)	
 CAPELLO LISCIO doposhampo anticriccio anticrespo stricante capelli con estratto di Aloe (75ml) cod. 518028	€ 9,99 (L.19.343)		1	€ 9,99 (L.19.343)	
 SHAMPO AL "COLLAGENE VEGETALE" per tutti i tipi di capelli (200ml) cod. 541061	€ 1,00 (L.1.936)		1	€ 1,00 (L.1.936)	
<b>Totale Carrello: € 24,97 (L.48.349)</b>					
OMAGGIO			Qta	Contributo	Rimuovi
 GRATIS PER TE Shampodoccia Doposport con estratto di Equiseto e Cedro (30ml) cod. 592020	Gratis		1	-	
<b>Spese di Spedizione: € 4,50 (L. 8.713)</b>					
<b>TOTALE ORDINE: 29,47 € (L.57.062)</b>					
<a href="#">Continua la spesa &lt;&lt;</a>			<a href="#">&gt;&gt; Concludi l'acquisto</a>		

**IN ESCLUSIVA PER TE il pareo con un carrello di Euro 30,00**

**Comprare on-line è facile e veloce!**

- Prima di confermare l'ordine ricorda che:
- l'Ordine minimo è di 15 euro (di totale carrello)
- puoi SCEGLIERE il tuo regalo semplicemente cliccandoci sopra
- puoi variare la quantità dei prodotti con le frecce nella colonna quantità
- puoi eliminare un prodotto cliccando su "Rimuovi"

**ATTENZIONE:** gli omaggi associati alle offerte promozionali internet sono esclusivamente quelli presentati sul sito, in questa pagina riepilogativa del carrello. Non coincidono necessariamente con quelli presentati sui cataloghi.

Andando avanti con l'ordine è possibile notare che anche se abbiamo già inserito i dati di autenticazione, questi vengono richiesti:

Mi aveva già riconosciuto

Ciao martina!

La mia Bottega

Dati personali  
Aiuto / Logout

I Miei Vantaggi

Omaggi  
Sconti fino a -80%  
Idee regalo  
Superofferte a 1 €  
Principi Attivi  
Vota l'omaggio  
Offerta Integratori  
Abbatti il prezzo !!!

Per i Registrati

I Test di BV  
Calendario 2004  
Concorsi BV  
Lista dei desideri

Carrello > **Registrazione** > Pagamento > Conferma

Per effettuare i tuoi acquisti su Bottega Verde -la Naturale Bellezza di Internet- ti bastano semplici passaggi: se hai già acquistato o se hai già effettuato la registrazione alla Mia Bottega basta inserire la tua e-mail e la tua password per farti riconoscere, se è la prima volta che acquisti dovrai scegliere la nuova registrazione. In seguito ci sarà da compilare l'indirizzo di modalità di pagamento che desideri e confermare il tuo ordine. Facile, no? Il tutto è sicuro e certificato da Verisign, che farà in modo che tutte le informazioni riguardanti i tuoi acquisti siano crittografate dal tuo computer a [www.bottegaverde.it](http://www.bottegaverde.it).

**Per prima cosa devi Farti Riconoscere:**

Me lo chiede ancora

#### UTENTE GIÀ REGISTRATO

Se sei già cliente di Bottega Verde -La Naturale Bellezza di Internet- o se hai già effettuato la registrazione alla Mia Bottega fatti riconoscere inserendo la tua e-mail e la tua password.

E-mail

Inserisci l'e-mail con cui ti sei registrato

Password

**Hai Dimenticato la Password?**  
Clicca qui e la riceverai in e-mail

Inserendo nuovamente i dati, viene aperta ancora la pagina di registrazione, ma stavolta molti più campi sono obbligatori, infatti bisogna sapere dove recapitare la merce, quindi oltre ai campi precedenti sono diventati obbligatori anche l'indirizzo, la località, il cap, ecc...:

Carrello > **Registrazione** > Pagamento > Conferma

Per effettuare i tuoi acquisti su Bottega Verde -la Naturale Bellezza di Internet- ti basterà compilare questi passaggi:

**Ora dobbiamo conoscere il tuo indirizzo**

I Campi contrassegnati da \* sono obbligatori.

#### DATI REGISTRAZIONE

Questi dati sono necessari per usufruire degli speciali vantaggi presenti sul sito

E-mail\*

Password\*  inventa una qualsiasi parola Segreta

Password\*  Ridigitala per sicurezza

#### DATI INDIRIZZO

Questi dati sono necessari per conoscere l'indirizzo in cui recapitare i nostri prodotti

Nome\*

Cognome\*

Signora/Signorina  Signor

Indirizzo\*  Inserisci indirizzo e numero civico

Località\*

CAP\*

Provincia\*

Stato\*

Data nascita gg  mm  aaa

Telefono fisso  /

Telefono cell  /

Cognome  Inserisci il cognome del campanello solo se diverso dal tuo cognome

[>>Procedi](#)

ovviamente anche in questo caso tiene memoria dei dati inseriti in precedenza, in tal modo, se l'utente aveva già fatto acquisti, o comunque aveva già inserito i suoi dati, può procedere senza dover inserire nulla.

A questo punto viene chiesto all'utente di scegliere il tipo di pagamento preferito e poi di confermare. Possiamo notare che non è necessario avere una carta di credito in quanto l'azienda permette anche la modalità contrassegno, in questo modo anche gli utenti più scettici a fare acquisti su internet potrebbero venire invogliati.

Carrello > Registrazione >  **Pagamento** > Conferma

In Bottega Verde -La Naturale Bellezza di Internet- hai la libertà di effettuare il pagamento utilizzando le modalità che tu preferisci. Infatti puoi scegliere di pagare in contrassegno quando ricevi i nostri articoli oppure di utilizzare una carta di credito. Ti ricordiamo che le informazioni relative alle carte di credito viaggeranno crittografate dal tuo computer ai nostri server utilizzando lo standard industriale SSL certificato da Verisign.

**Scegli la modalità di pagamento:**

**CONTRASSEGNO**

(+ € 1,5 (L. 2.904) spese contrassegno)

[>>Procedi](#)

**CARTA DI CREDITO**

Tipo Carta

Intestatario

Numero

Data di scadenza  /

[>>Procedi](#)

è inoltre possibile effettuare pagamenti con quattro tipi diversi di carte di credito:

**CARTA DI CREDITO**

Tipo Carta	Visa
Intestatario	Visa
Numero	Mastercard
Data di scadenza	Carta Si
	Eurocard

### **Sintesi:**

#### Punti di forza:

- La registrazione avviene con poche domande e non rubano più di tre minuti, anche per utenti poco esperti
- Viene consentito il pagamento in modalità contrassegno oppure con 4 tipi diversi di carta di credito
- Modalità di segnalazione errore nella registrazione

#### Punti di debolezza:

- Una volta fatta la spesa on line bisogna inserire user id e password anche se si è già identificati. Viene inoltre richiesta la conferma dei dati inseriti in fase di registrazione, evidentemente per inviare il pacco al recapito giusto
- Ricerca interna troppo pignola

### 3.4. CONTENUTO

#### Valutazione: 1

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

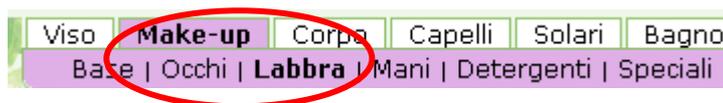
#### Analisi:

L'informazione viene raggruppata in base ai contenuti, cioè in base alle tipologie di prodotti venduti, e poi in base ai servizi offerti ai clienti registrati.

Il labeling delle varie voci appare chiaro tranne per alcuni punti:

#### ❖ Menù prodotti

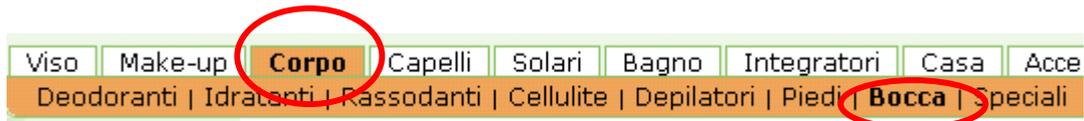
- in make up si ha una voce chiamata labbra e in corpo si ha una voce chiamata bocca, viene spontaneo chiedersi quale sia la differenza e una volta entrati in entrambi i menù si può notare che per labbra si intendono i rossetti e i vari trucchi per la bocca, mentre nel menù bocca si intendono i vari prodotti per l'igiene della bocca e dei denti.



 **Make-up Labbra**



**UNA BOCCA DA BACIARE**  
Giorno o sera. Al lavoro o per una serata importante. In **ogni occasione**, l'occorrente **per labbra "da baciare"**. **Rossetti, gloss e lucidalabbra** indelebili ad alta fedeltà. A lunga durata, azione emolliente, idratante e protettiva. **Matite e matitoni** per un make-up speciale e per quel tocco di professionalità. Valorizza il tuo fascino e **scegli** in una vasta gamma di colori, i **tuopreferiti!**



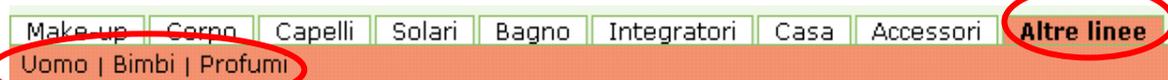
**Corpo-Bocca**



**W LA FRESCHEZZA!**

**Sorriso fresco e alito profumato:** prodotti a base di estratti vegetali, che **proteggono in modo naturale** denti e gengive. Dentifrici, spray, colluttori e confetti profuma alito per **una bocca sempre fresca**  
 ... e se sei fuori casa, c'è il pratico Kit Sorriso!

- la voce "altre linee" non permette l'identificazione del proprio significato se non aprendo il relativo link



**BV TI CONSIGLIA...**



**Un po' uomini, un po' bambini: giochi di coccole e seduzione!**

Bottega Verde è **bellezza a 360°**: prodotti per la donna ma anche per **uomo** e per **i più piccoli**. Per te e per loro, **franzese speciali** firmate Bottega Verde: profumi nuovi e moderni, note inedite di stagione e aromi che sanno di seduzione. Scopri in questa sezione il **ricco assortimento** e fai scorta di **cosmetici per tutta la tua famiglia**.

Per scoprire tutti i nostri prodotti naviga le categorie Uomo, Bimbi e Profumi.

❖ Menù laterale, quello per gli utenti iscritti al sito

- Nei "miei vantaggi" è presente la voce "principi attivi": cosa vuol dire principi attivi? A mio avviso è stata collocata in una sezione non idonea poiché non fa parte dei vantaggi di un utente. In questo sottomenù vengono spiegati i vari principi utilizzati nei loro prodotti mentre nella sezione dei vantaggi vengono resi noti i prodotti scontati, le superofferte...

**I Miei Vantaggi**

- Omaggi
- Sconti fino a -80%
- Idee regalo
- Superofferte a 1 €
- Principi Attivi
- Vota l'omaggio
- Offerta Integratori
- Abbatti il prezzo !!!



Nei cosmetici Bottega Verde vengono impiegate più di 3000 sostanze di origine naturale da cui si estraggono lipidi, oli essenziali, proteine, zuccheri, e numerose altre sostanze. Navigando per principio attivo potrai consultare i benefici che il regno vegetale ci offre, trovando una fonte d'informazione unica e sempre aggiornata che accompagnerà la cura della tua bellezza giorno dopo giorno, di stagione in stagione.

Cerca il principio attivo che piu' ti interessa cliccando sulla sua iniziale :

A | B | C | E | F | G | H | I | J | K | L | M | N | O | P | Q | R | S | T | U | V | Y | Z



**Offerta Integratori**

Aiuta la tua bellezza... dall'interno, con gli integratori BV. Scopri nel ricco assortimento tre favolosi integratori a prezzi davvero scontatissimi. Un'occasione unica da non lasciarsi sfuggire!



GINSENG, GUARANA', GINKGO BILOBA Compresse energetiche a base di estratti vegetali di Ginseng, Guaranà e Ginkgo biloba (30 compresse da 0,75g)

~~6,9,99~~  
~~(L. 19,743)~~  
Sconto **-60%**  
a soli € 3,99  
(L. 7.726)

[Compra](#) [Scheda](#)



LAXILAT Integratore dietetico di fibre e Vitamine con Lattulosio (150ml)

~~6,9,99~~  
~~(L. 19,743)~~  
Sconto **-60%**  
a soli € 3,99  
(L. 7.726)

[Compra](#) [Scheda](#)

- E' poi presente anche la voce "abbatti il prezzo", cosa significa? Solo entrando e leggendo le spiegazioni si capisce che è un'asta virtuale su dei prodotti da loro scelti. Per poter partecipare all'asta, è comunque necessario essere registrati e accedervi solo in determinate fasce orarie.

**I Miei Vantaggi**

- Omaggi
- Sconti fino a -80%
- Idee regalo
- Superofferte a 1 €
- Principi Attivi
- Vota l'omaggio
- Offerta Integratori
- Abbatti il prezzo !!!

## Abbatti il Prezzo!

Le regole sono poche e il divertimento è assicurato!



**Abbatti il prezzo** è una specie di asta collettiva, un "gioco" al ribasso per accaparrarsi uno **speciale assortimento** di prodotti che **NON** troverai in altre parti del sito a questo **PREZZO** davvero **UNICO!**

Ad ogni asta... un'**OFFERTA DIVERSA** e davvero **irresistibile**, a prezzi speciali!

L'**asta è aperta a tutti**: basta essere registrati BV e "contribuire"... abbassando il prezzo.

Come funziona?

1. **Accedi** alla stanza virtuale dell'asta e, automaticamente, **abbassi** il prezzo
2. **accetti** il prezzo corrente e premi il pulsante "Compra": i prodotti vengono inseriti nel carrello
3. oppure, **aspetti** che l'asta raggiunga il prezzo desiderato continuando a navigare
4. **ritorni** di tanto in tanto a verificare il prezzo raggiunto dall'asta...
5. **compri**, quando il prezzo dell'offerta è quello giusto per te..

Ricorda: durante l'asta puoi accedervi ogni volta che desideri per controllare il costo, ma abbasserai il prezzo solo al 1° ingresso.

**Attenzione!** in questo momento non è attiva nessuna "asta collettiva". La prossima volta che potrai partecipare al gioco sarà: **26 Giugno 2004 - ore 16:00**

### I PRODOTTI IN OFFERTA SPECIALE:

**Crema per capelli** all'olio di semi di Lino ad azione rivitalizzante (150ml): per il trattamento dei capelli deboli, sfibrati e danneggiati da tinture e permanenti. Le proprietà dell'olio di semi di Lino rendono i capelli più consistenti e facilmente pettinabili. Contiene anche Pantenolo, ad azione idratante.

**Fluido per capelli** all'olio di semi di Lino ad azione rivitalizzante (50 ml): protegge e lucida i capelli lasciandoli morbidi e più facili da pettinare. Formulato con olio di semi di Lino, emolliente e nutriente, questo fluido è ideale per restituire bellezza ai capelli trattati o deboli e per contrastare la formazione delle doppie punte perché ristrutturata il fusto ad ogni applicazione.

**Shampo all'olio di semi di Lino** per capelli secchi (200ml): prodotto specifico per capelli aridi e sfibrati e per lavaggi frequenti. Deterge delicatamente rendendo il capello lucido, morbido e facilmente pettinabile.

**Phytokrin Integratore di aminoacidi solforati**, vitamine e minerali (40cps): per nutrire i capelli... Le cause non genetiche che portano i capelli ad essere deboli, opachi, privi di vita o maltrattati sono molteplici: dalla cattiva alimentazione, all'esposizione ad agenti atmosferici, all'uso di detergenti aggressivi. Ecco perché nutrire i capelli con elementi naturali utile al loro benessere è importante per contribuire a prevenirne e contrastarne l'invecchiamento e la caduta. Phytokrin contiene due aminoacidi solforati (L-Cisteina e L-Metionina) ed un complesso di vitamine e minerali utili per la vita dei capelli.



**DATA INZIO: 26 Giugno 2004 - ore 16:00**

**DATA FINE: 26 Giugno 2004 - ore 18:00**

**PREZZO INIZIALE: 19,99 Euro**

**PREZZO FINALE: 8,99 Euro**

Per quando concerne lo stile del testo possiamo notare che non vengono quasi mai messi in evidenza i possibili link presenti nelle varie pagine, ad eccezione di quando si utilizzano i pulsanti, segnale esplicito che sono cliccabili, e di un altro paio di pagine, come ad esempio la pagina rivolta al "Chi siamo". Negli altri casi è possibile scoprirlo solo passandoci sopra col mouse, il link si colora di verde ed il puntatore assume forma di manina, oppure leggendo il testo vengono trovate scritte del tipo "clicca qui".



### L'azienda

Bottega Verde nasce nel **1972** a **Pienza**, nel cuore della Toscana: è una piccola erboristeria che ricerca e utilizza piante officinali.

Ancora oggi BV investe nella ricerca cosmetica con un obiettivo: arricchire i cosmetici per ottenere qualità e standard elevati, su **formule** a base di **principi attivi** di origine naturale.

Negli anni il marchio BV è diventato sinonimo di bellezza, moda e attualità... con un semplice segreto di successo:

- **attenzione** per il cliente
- **alta qualità** di prodotto
- **servizio** impeccabile
- **prezzi** accessibili

### Il sito Internet

Entra nel favoloso mondo di BV, utilizzando computer e mouse.

Sul sito trovi **tutto** per la **bellezza**: prodotti, novità, idee regalo, omaggi. In più... Principi attivi, Consigli Cosmetici, FAQ di Bellezza, Rassegna Stampa, Concorsi, Corsi on-line, Libri, Test.

BV è anche altri canali...

### I negozi

Sono circa 110, in tutta d'Italia. Scopri il più vicino a casa tua.

E per il tuo futuro...

BV è anche Franchising...

Un lavoro da commessa? Invia il curriculum a [jobs@bottegaverde.it](mailto:jobs@bottegaverde.it)

### I Cataloghi

Ogni sei mesi un nuovo Catalogo generale con prodotti e novità: da sfogliare per scegliere i tuoi cosmetici preferiti.

In più, edizioni speciali.

Richiedili ora.

Bottega Verde è una delle principali aziende italiane produttrici di **cosmetici**.

I **numeri** di BV...

- **4 milioni** di clienti
- **140** punti vendita
- **500** dipendenti
- **1000** prodotti

BV **Internet**:

- prodotti
- omaggi
- offerte speciali
- acquisti on-line
- assistenza professionale
- aiuto on-line
- motore di ricerca
- informazioni

Registrati e... con un clic BV ti apparirà nella meravigliosa naturalezza.

### I nostri Partners

Clicca qui e scopri i nostri partners

In questo caso viene sia utilizzata la sottolineatura che "clicca qui"

**Bottega Verde s.r.l.**  
**Podere San Luigi - Palazzo Massaini**  
**53026 Pienza (SI)**  
**Tel. 0578741100;**  
**Fax. 0578741106**

**Codice fiscale: 00410200026**

**Iscritta al Registro Imprese c/o C.C.I.A.A di Siena al n. 00410200026**  
**Registrazione testata giornalistica cartacea e web presso il Tribunale di Montepulciano: autorizzazione n. 249**

La struttura del testo utilizza la piramide invertita e i testi risultano abbastanza chiari e concisi, inoltre il linguaggio è appropriato alla categoria di utenti a cui si rivolge.

L'informazione del sito risulta affidabile e pertinente, inoltre nella sezione "chi siamo" possiamo trovare tutti i dati necessari riguardanti l'azienda:

**Bottega Verde s.r.l.**  
**Podere San Luigi - Palazzo Massaini**  
**53026 Pienza (SI)**  
**Tel. 0578741100;**  
**Fax. 0578741106**

**Codice fiscale: 00410200026**  
**Iscritta al Registro Imprese c/o C.C.I.A.A di Siena al n. 00410200026**  
**Registrazione testata giornalistica cartacea e web presso il Tribunale di**  
**Montepulciano: autorizzazione n. 249**

non è però prevista una voce che indichi la data di ultimo aggiornamento.

Per quanto concerne la localizzazione del sito, questo preso in esame non prevede l'utilizzo da parte di utenti che non conoscono l'italiano. L'unica pagina in inglese è la pagina "Export" che ricerca persone disposte ad aprire un negozio fuori Italia. Il link però è nascosto nel menù laterale, questo comporta la non lettura da utenti di passaggio.

The image shows a screenshot of the Bottega Verde website. At the top, there is a green box with the heading "Per saperne di più" (To know more). Below this heading is a list of menu items: "Acquistare on-line", "Sicurezza", "Privacy", "Garanzia totale", "Scienza e natura", "Euro trasparenza", and "Export". A red arrow points from the "Export" item in the menu down to a button labeled "Export" which is circled in red. Below the button, there is a question: "Are you interested in **importing** and **distributing** our products **in your country**?" followed by "If yes, please **contact**:". Contact information for Mrs Elide Tozzo is provided: "tel +39/015/9881296" and "e-mail: export@bottegaverde.com". At the bottom, it states: "Bottega Verde is looking for reliable **distributors** and **master franchisees** outside Italy. If you need more **information**, pls **contact us**."

Sintesi:

Punti di forza:

- Informazioni raggruppate abbastanza bene tranne che per piccole eccezioni
- Dati dell'azienda

Punti di debolezza:

- Labeling non sempre chiaro
- Link ipertestuali non visibili
- Non utilizzabile da utenti non italiani, forse dovuto al fatto che si tratta di un'azienda italiana che si sta sviluppando negli ultimi anni

### 3.5. GESTIONE

#### Valutazione: 3

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

#### Analisi:

Il sito risulta sempre disponibile, tranne appunto per l'asta che non è possibile farla fuori dagli orari prefissati. Si era rilevato un malfunzionamento nel momento in cui è stata provata la funzione di ricerca, ma non è stato possibile risalire al motivo. Inoltre la navigazione nelle altre pagine era consentita, ciò permetteva all'utente di poter continuare a navigare. Non è stato possibile avere dei riscontri da parte di tools gratuiti su web per quanto riguarda la disponibilità del sito, poiché non sono stata in grado di trovarli.

Non è stato possibile rilevare se sono presenti dei file di log analiser, ma è possibile notare che non vengono raccolte informazioni sui gradimenti da parte degli utenti che si connettono al sito attraverso dei questionari, a parte un paio di domande durante la registrazione, non obbligatorie:

Sei già cliente BV  Sì  No

Dove hai conosciuto il sito BV?

- Publicità nei negozi Bottega verde
- Cataloghi indirizzati a suo nome
- Cataloghi in buca senza indirizzo
- Riviste

Se ci hai conosciuto tramite riviste, indicaci quali:

- 20 anni
- Airone
- Amica
- Anna
- Astra

inoltre è stata mandata una mail di richiesta riguardante queste informazioni, ma a distanza di una settimana non ho ancora avuto una risposta.

Il sito risulta aggiornato: sono presenti riferimenti temporali alle riviste femminili più recenti, ma è possibile accorgersi dell'aggiornamento solo entrando nella sezione apposita:



## Area Stampa

Sei giornalista oppure ti interessa essere sempre informata sui nuovi progetti BV e sul lancio dei prodotti novità?

Allora visita periodicamente questa sezione del sito BV, troverai:

- Informazioni istituzionali e aziendali
- Novità del sito internet
- Elenco aggiornato dei negozi e informazioni sui franchising
- Novità di prodotti
- Comunicati stampa
- Rassegna stampa in pdf
- Immagini di prodotti BV in alta definizione

Clicca **qui** per scoprire le favolose opportunità della tessera sconto BV.

### Informazioni Istituzionali

In questa sezione troverai le informazioni istituzionali sull'azienda Bottega Verde. Si tratta di documenti in file pdf che puoi scaricare direttamente sul tuo PC. Clicca sul titolo per aprire il documento.

Se non possiedi Acrobat Reader clicca sull'icona **Acrobat Reader** in fondo alla pagina per scaricarlo.

- **Speciale Cosmoprof**
- **La Storia di Bottega verde**
- **I Numeri BV**
- **Il Sito Internet**
- **Franchising**
- **Natura&Benessere**
- **Elenco Negozi**
- **I Prodotti BV**

### Comunicati Stampa

Clicca **qui** per accedere alla sezione del sito BV dove sono raccolti tutti i comunicati stampa emessi dall'ufficio stampa di BV. Sono raccolti in un elenco ordinato dal più recente a quello più datato. Clicca sui titolo e aprirai un documento in pdf che potrai agevolmente scaricare sul tuo PC

### Rassegna Stampa

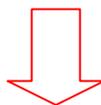
Guarda cosa scrivono le riviste femminili di BV!

Clicca **qui** per accedere all'area del sito in cui sono raccolti gli articoli pubblicati nel corso dell'anno. Troverai un elenco ordinato dal più recente a quello più datato, da cui potrai accedere al singolo articolo scansionato e trasformato in file pdf

### Immagini Prodotti BV

Per tutte le giornaliste che necessitano di immagini di prodotti BV in alta definizione abbiamo creato questa area del sito. Clicca **qui** per accedere e cerca il prodotto che ti interessa; potrai scaricare l'immagine direttamente on-line

Per contattare l'ufficio stampa di BV scrivi una e-mail a [ufficiostampa@bottegaverde.it](mailto:ufficiostampa@bottegaverde.it), oppure telefona a Federica Ugliengo 0159881259; fax. 0159881253



Inserisci come **parola chiave** il nome di una **testata**, il **titolo** oppure una **data** per trovare l'articolo più velocemente:

(Premi INVIO per trovare il successivo.)

- L'India è di casa - Gioia - 22 giugno 2004
- Ai sapori di frutta - Chi - 16 giugno 2004
- L'oro sulla pelle: 30anni - Confidenze - 16 giugno 2004
- Ecco le fortunate - Confidenze - 16 giugno 2004
- In viaggio - Anna - 15 giugno 2004
- Make-up d'estate - Bella - 15 giugno 2004
- A tutta freschezza - Bella - 15 giugno 2004
- Seno al top? Così! - Intimità - 10 giugno 2004
- Un pieno di acqua - Chi - 9 giugno 2004
- Presto, cambia beauty - Confidenze - 9 giugno 2004
- Effetto fresco e stimolante - Oggi - 9 giugno 2004
- Ricci e biondi - Bella - 8 giugno 2004
- Le specialità consigliate da noi - Bella - 8 giugno 2004
- Aloe è benessere - Grazia - 8 giugno 2004
- Operazione pancia piatta - Tu - 7 giugno 2004
- Se sei giù di tono - Viversani & belli - 4 giugno 2004

Abbiamo seguito il path: area stampa → rassegna stampa

non è però presente la data dell'ultimo aggiornamento in nessuna pagina del sito.

Non sono presenti pagine in costruzione ed attraverso l'utilizzo di www.dead-links.com è stato possibile rilevare che, per la home page, non ci sono broken link:

### Crawling Internal Links

→ <http://www.bottegaverde.it> ()

### Checking External Links

0 links out.  
Maximum: 150

Report della home page

End

### Report:

0 not valid links.

è stato scaricato un ulteriore programma dalla rete, Xenu, che controlla in tutto il sito l'eventuale presenza di broken links. Questo programma fornisce anche il livello a cui è situata la pagina ed il nome del server che la ospita. Notiamo che arriviamo ad un massimo di 10 livelli, a partire dalla home page, e che il server che ospita il sito è sempre lo stesso:

Level	Links Out	Links In	Server
8		1	
9	232	1	WebLogic 5.1.0 Service Pack 6 09/20/2000 21:03:19 #84511
9	153	2	WebLogic 5.1.0 Service Pack 6 09/20/2000 21:03:19 #84511
9	153	2	WebLogic 5.1.0 Service Pack 6 09/20/2000 21:03:19 #84511
9	2	2	WebLogic 5.1.0 Service Pack 6 09/20/2000 21:03:19 #84511
9		1	
9		1	

Address	Status	Type	Size	Title	Date	Level
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=log...	ok	text/html	27998	TBODY		3
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=ne...	ok	text/html	32065	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=ne...	ok	text/html	32082	TBODY		6
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=se...	ok	text/html	28326	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=se...	ok	text/html	28339	TBODY		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	30030	TBODY		6
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	35627	TBODY		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	26204	TBODY		6
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	29119	TBODY		6
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	30042	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	36352	TBODY		6
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	29678	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	29675	Integratori		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	29133	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	32295	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	33684	<span class=...		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=set...	ok	text/html	25452	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	36019	TBODY		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	32580	TBODY		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	32592	Biblioteca ve...		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	28053	TBODY		3
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	28264	TBODY		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	27153	TBODY		3
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	33542	Acquisto		4
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=sw...	ok	text/html	28229	TBODY		3
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=tell...	ok	text/html	27738	TBODY		5
http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=ne...	cancelled / timeout	text/html		<IMG hspac...		5
http://www.bottegaverde.it/	ok		215			0
http://www.bottegaverde.it/images/spacer.gif	ok	image/gif	67		23.08...	2

possiamo osservare che non esistono link che non portano da nessuna parte, ma alcuni, come quello in figura sopra, hanno avuto un timeout per cui non è stato possibile verificare che fossero funzionanti. Notiamo comunque che non sono a livelli alti, bensì, come questo che è al 5° livello, ai livelli più profondi del sito.

Viene mandata una mail tempestiva all'utente una volta effettuata la registrazione e/o un acquisto, ma non si ottiene una risposta per quanto riguarda domande poste all'azienda, o altri argomenti, utilizzando gli indirizzi mail presenti nella sezione dei contatti. E' inoltre presente una mailing list alla quale ci si iscrive in automatico durante la registrazione al sito:



## Newsletter BV

Sono **200.000** le persone che ricevono periodicamente la Newsletter BV! Si trovano in ogni parte d'Italia e sono persone informatissime di tutto quello che succede nel naturalissimo mondo di internet di Bottega Verde: offerte speciali sul web e dai negozi, sconti e tanti tanti regali. Insomma, imperdibili occasioni per fare spesa on-line!

### Offerte e Vantaggi on-line

Ogni volta che sul sito vengono aggiornate le offerte promozionali e viene modificata l'home page, Bv ti avverte inviandoti una e-mail.

Scegli il formato che preferisci (HTML o solo testo) e scopri gli specialissimi vantaggi d'acquisto riservati solo ai registrati BV...

**Approfittane!**



### ISCRIVITI!

e...  
approfitta  
delle ricche offerte  
promozionali

## Sintesi:

### Punti di forza:

- Disponibilità sito
- Assenza di broken link
- Aggiornamenti presenti

### Punti di debolezza:

- Problemi con la ricerca
- Mancanza di visualizzazione dell'ultimo aggiornamento
- Mancanza di comunicazione via mail con l'utente

## 3.6. ACCESSIBILITÀ

**Valutazione:** 1

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

### Analisi:

Attraverso l'uso di [watson.addy.com](http://watson.addy.com) è stato possibile rilevare i tempi di accesso alla home. Come possiamo notare dalla seguente tabella i tempi sono abbastanza lunghi, questo è dovuto al fatto che si ha una dimensione in bytes superiore ai 100,000. Salvando la pagina ed analizzando la cartella che viene creata è possibile notare una quantità enorme di immagini: 41 immagini che in totale superano i 100 kb. Questo perché non viene fatto uso solo di immagini gif, formato leggero, ma vengono utilizzati anche altri formati, per le immagini più "importanti" del sito, quali le ultime offerte e gli ultimi regali. Inoltre è presente un'animazione flash, che cambia l'immagine ad una di queste offerte presenti nella pagina, e una linea dinamica di scorrimento orizzontale che visualizza delle informazioni relative alle novità sui servizi offerti agli utenti registrati.

Response code from <http://www.bottegaverde.it/index.jsp>  
OK (code 200)

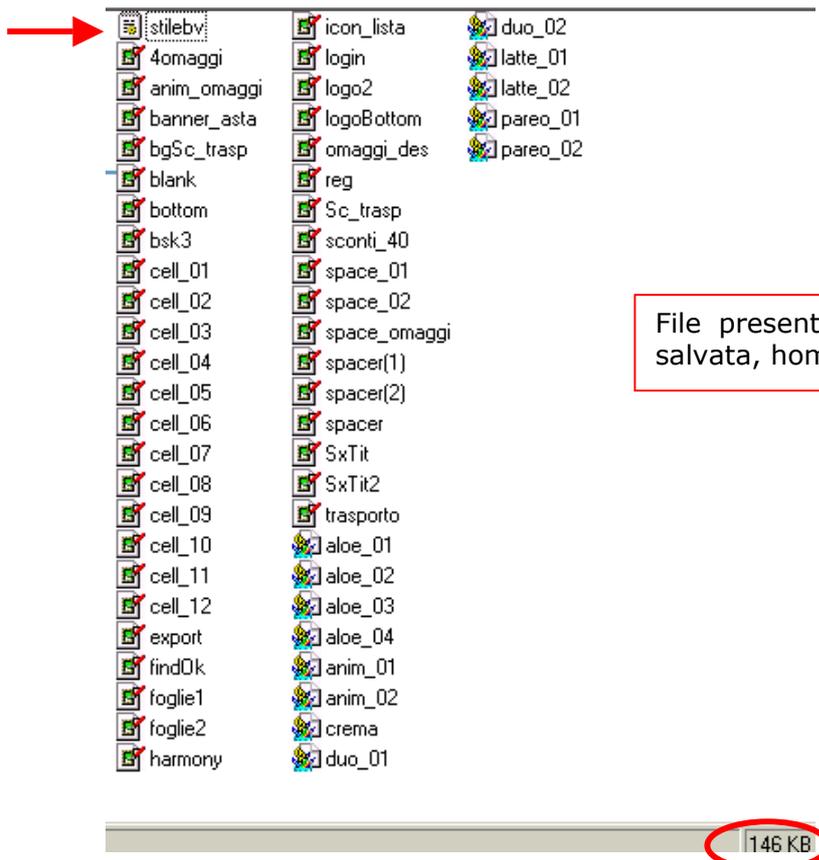
Analyzing HTML ...  
Computing download speeds ...

#### Estimated download speed

These download times are estimates and should only be used as a general guideline. Many such as your modem, quality of connection, ISP load, server responsiveness, and Internet router greatly impact the actual download times experienced by your visitors.

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	33456	24.40	13.38	11.15	9.56	4.18	1.67
Images	48	130269	101.58	55.71	46.42	39.79	17.41	6.96
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>172725</b>	<b>25.98</b>	<b>69.09</b>	<b>57.58</b>	<b>49.35</b>	<b>21.59</b>	<b>8.64</b>





File presenti nella cartella salvata, home page

Provando a prendere in considerazione un'altra pagina, ad esempio la pagina del menù "Viso", possiamo osservare che i tempi di accesso iniziano ad essere un po' più accessibili anche per utenti con un modem 56K. Il problema è dato sempre dalla gran quantità di immagini presenti.

**Server response**

Response code from <http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=setLP&par=1&session=QN6wUFo9iP3fe87357dL71tPz1PyeR2E18ntmVFG>  
 OK (code 200)

Analyzing HTML ...  
 Computing download speeds ...

**Estimated download speed**

These download times are estimates and should only be used as a general guideline. Mar such as your modem, quality of connection, ISP load, server responsiveness, and Internet r greatly impact the actual download times experienced by your visitors.

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	30011	21.89	12.00	10.00	8.57	3.75	1.50
Images	19	16513	12.04	6.61	5.50	4.72	2.06	0.83
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>46524</b>	<b>31.93</b>	<b>18.61</b>	<b>15.51</b>	<b>13.29</b>	<b>5.82</b>	<b>2.33</b>



Purtroppo anche in una terza pagine con solo i testi scritti e poche immagini i tempi di accesso non sono ancora così bassi da consentire una navigazione veloce (pagina "dicono di noi"):

Response code from <http://www.bottegaverde.it/index.jsp?action=switchTo&par=lettereClienti>  
OK (code 200)

Analyzing HTML ...  
Computing download speeds ...

### Estimated download speed

These download times are estimates and should only be used as a general guideline. Many factors such as your modem, quality of connection, ISP load, server responsiveness, and Internet congestion greatly impact the actual download times experienced by your visitors.

Object type	Number	Size in bytes	Estimated download times (seconds)					
			14.4	28.8	33.6	56k	128K	T1
HTML	1	38047	27.75	15.22	12.68	10.87	4.76	1.90
Images	20	31957	23.31	12.78	10.65	9.13	3.99	1.60
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>70004</b>	<b>51.06</b>	<b>28.00</b>	<b>23.33</b>	<b>20.00</b>	<b>8.75</b>	<b>3.50</b>



I tempi d'accesso non sono influenzati da percorsi troppo lunghi, infatti si può vedere grazie a Visualroute che il percorso è relativamente breve:

Hop	%Persi	Indirizzo IP	Nome nodo	Localazione	F.Ora	ms	Grafico	Rete
0		217.133.190.32	ppp-217-133-190-32.c...	*			0	Tiscali SpA
1		10.0.0.2	-	...		0		(uso privato)
2		213.205.24.14	c72g1.mic-atm1.net.tiscali	(Italy)	+01:00	60		Tiscali SpA
3		195.130.236.115	-	(Italy)	+01:00	55		Tiscali SpA
4		213.200.82.29	so-6-0-0.mil10.ip.tiscali	-		55		Tiscali Internation:
5		213.200.68.166	-	(Germany)	+01:00	56		Tiscali Internation:
6		151.99.98.141	r-mi257-gw-mix-a.opb.i	Milan, Italy	+01:00	55		RIPE Network Coc
7		81.116.48.193	host193-48.pool81116.	-		60		Telecom Italia SP/
8		217.222.7.130	rg-to002-mi3d.dtc.interk	-		58		Telecom Italia SP/
9		217.222.4.77	r-to6d-vl7.dtc.interbusin	-		58		Telecom Italia SP/
10								
11								
12		<b>81.114.125.3</b>	www.bottegaverde.it	-		68		81.114.125.3

Tempo andata ritorno per www.bottegaverde.it, medio = 68ms, min = 55ms, max = 83ms -- 28-giu-04 11.28.17

compare infatti, nella screen shot sopra, un nodo in Germania, ma analizzando la mappa possiamo notare che non si "esce" dall'Italia, anzi si rimane proprio a Milano:



Il nome del sito è facilmente ricordabile. Di seguito viene riportata una tabella con le possibili combinazioni dei due nomi facenti parte della URL, bottega e verde, e i relativi siti a cui rimandano:

www.bottega .it	Inesistente
www.bottega.com	Società di geometri. Sito in costruzione
[www].bottega.it	Inesistente
[www].bottega.com	Sito dei geometri, come sopra
www.verde.it	Marco Rinaldi Design Studio
www.verde.com	Verde Garment Manufacturer
[www].verde.it	Marco Rinaldi Design Studio
[www].verde.com	Verde Garment Manufacturer
www.verdebottega.it	Inesistente
www.verdebottega.com	Inesistente
[www].verdebottega.it	Inesistente
[www].verdebottega.com	Inesistente
www.bottegaverde.it	Sito in esame
www.bottegaverde.com	Sito in esame
[www].bottegaverde.it	Sito in esame
[www].bottegaverde.com	Sito in esame

E' stata fatta la seguente ricerca sulle prime 10 pagine dei motori di ricerca più conosciuti per verificare la facilità di rintracciare il sito in esame, si può notare che non è molto reperibile:

		ARIANNA	
bellezza Pienza	Pag 1	Pag 4	Pag 3
Bellezza Toscana	No	No	No
Donne bellezza Toscana	No	No	No
Donne Pienza	No	No	No
Trucco Pienza	Pag 4	Pag 1 e 2	Pag 1
Trucco ragazze Toscana	No	No	No
Sconti creme	No	No	Pag 7
Offerte speciali bellezza	No	No	No
Cosmesi	No	Pag 1	No
Cosmesi Pienza	Pag 1	Pag 1	Pag 1
Make up Pienza	Pag 2	Pag 5	Pag 3

infatti solo poche delle pagine segnate mandano direttamente al sito, le altre mandano a delle pagine che parlano di Bottega verde.

Sempre grazie a watson.addy.com, abbiamo potuto osservare che ci viene di ritorno la seguente stringa, per quanto riguarda la popolarità:

Checking site link count with Altavista ...

## Site link popularity

According to Altavista, about **102** pages have links to <http://www.bottegaverde.it>

ovviamente non un ottimo risultato. Ripetendo la ricerca con altri due siti che offrono questo servizio otteniamo:

### www.bottegaverde.it

[http://www.gifforyou.com/a-dry/link\\_popularity.htm](http://www.gifforyou.com/a-dry/link_popularity.htm)

- Google/ AOL: **18**
- AltaVista: **2**
- MSN: **74**
- HotBot: **84**
- Alltheweb: **2**

Total: **180**

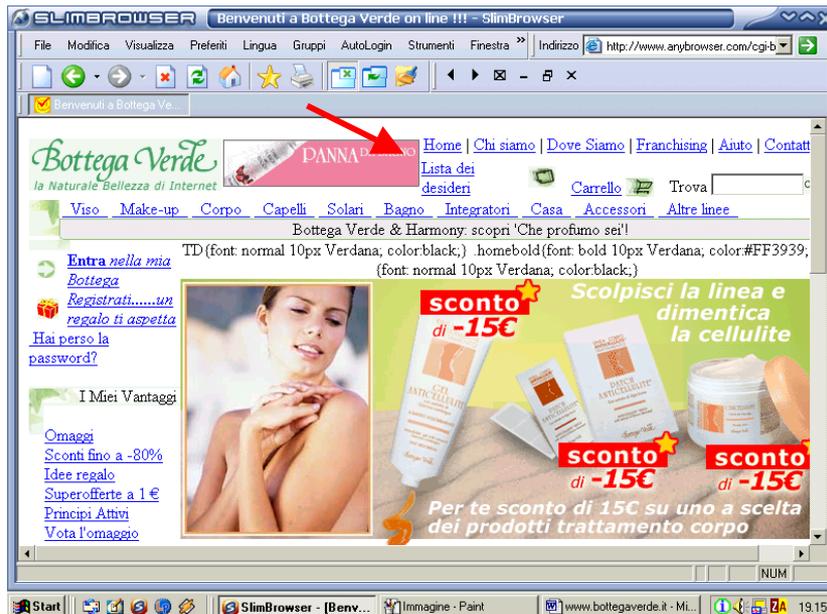
### Risultati della ricerca

[www.freeonline.org](http://www.freeonline.org)

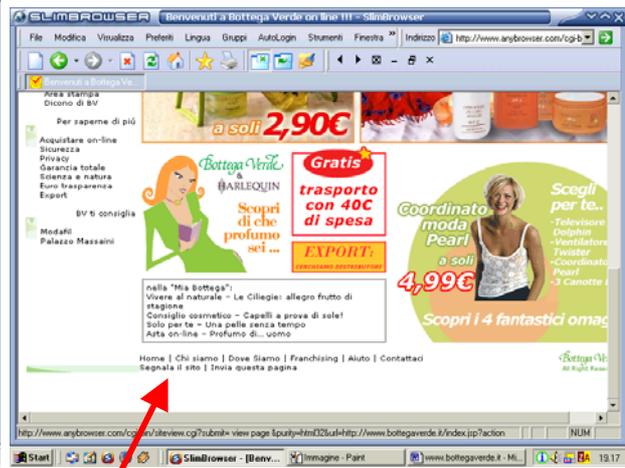
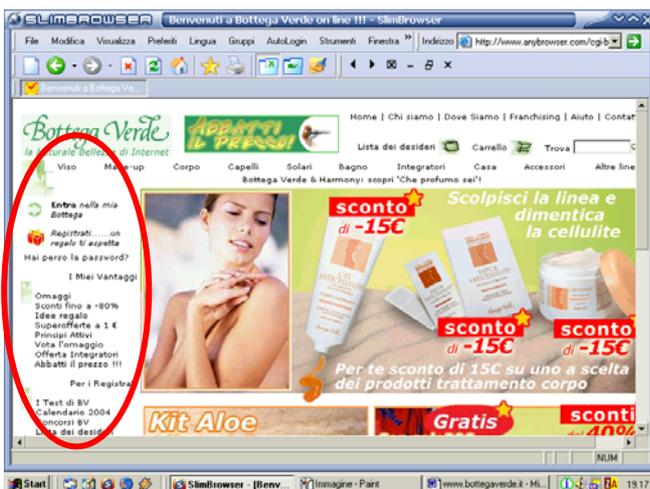
Url	Alltheweb	Altavista	Yahoo	Lycos	Msn	Totale
<a href="http://www.bottegaverde.it">www.bottegaverde.it</a>	0	0	0	0	74	<b>74</b>

Grazie a [www.anybrowser.com](http://www.anybrowser.com) è stato possibile visualizzare la home page con differenti browser e si è potuto notare che:

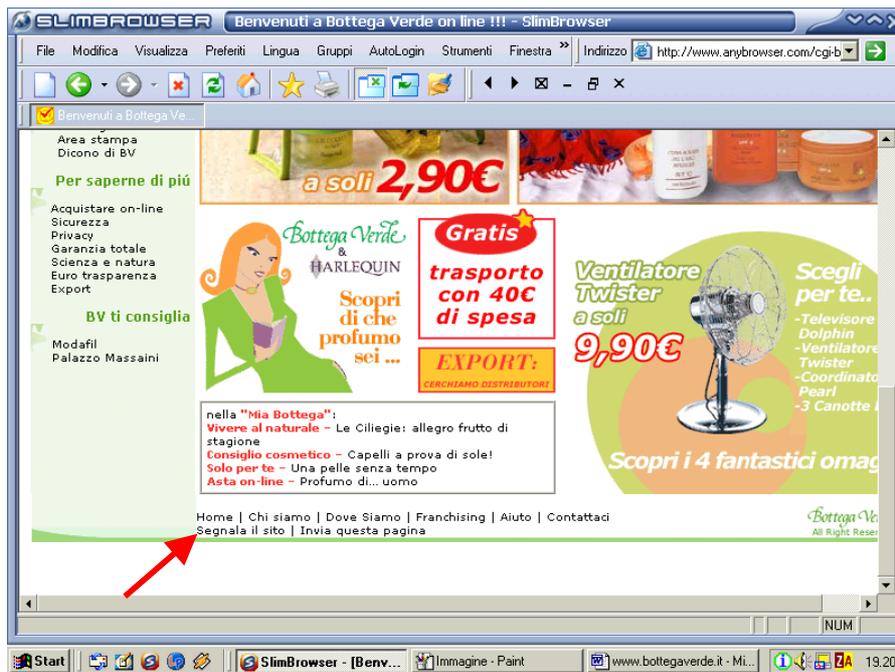
- con webtv 1.1 i testi dei menù risultano scritti con caratteri diversi e con dimensioni più grosse rendendo così inutile il lavoro di impaginazione degli autori. Inoltre vengono spostati degli elementi del menù in alto e non è presente lo sfondo verde, peraltro assente anche nel menù laterale:



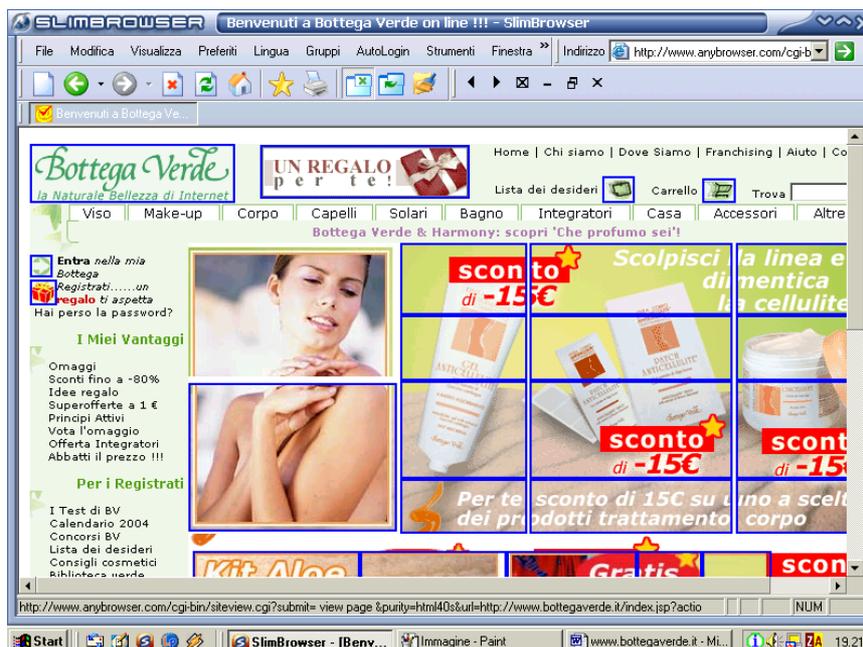
- Netscape ed Explorer 3.X non fanno visualizzare il colore verde dello sfondo del menù laterale e non centrano il menù presente in basso a fondo pagina.



- Netscape ed Explorer 4.X transitional visualizzano il sito in modo ottimale, tranne per il menù in basso che non è centrato, ma non influisce sulla corretta visione del sito.

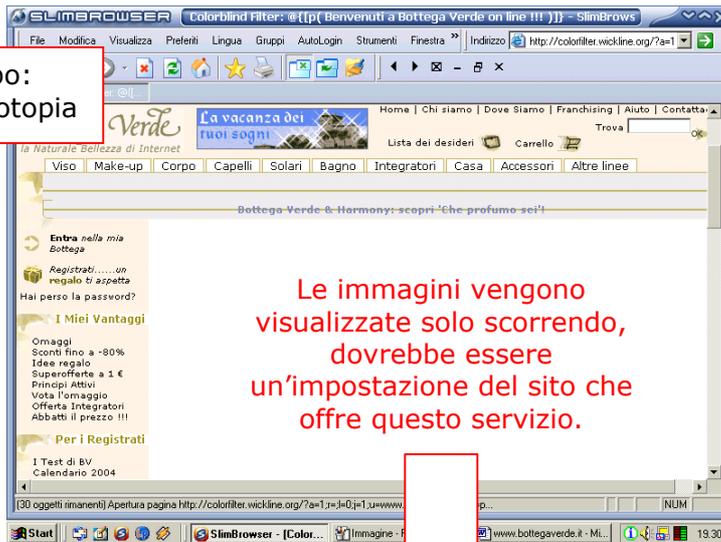


- Netscape ed Explorer 4.X Strict visualizzano le immagini con le relative tabelle ed i bordi di queste tabelle sono di un tratto molto spesso di colore azzurro.



Grazie al sito colorfilter.wickline.org è stato possibile prendere visione di come apparirebbe la home page ad un utente con problemi visivi:

Disturbo:  
protanopia

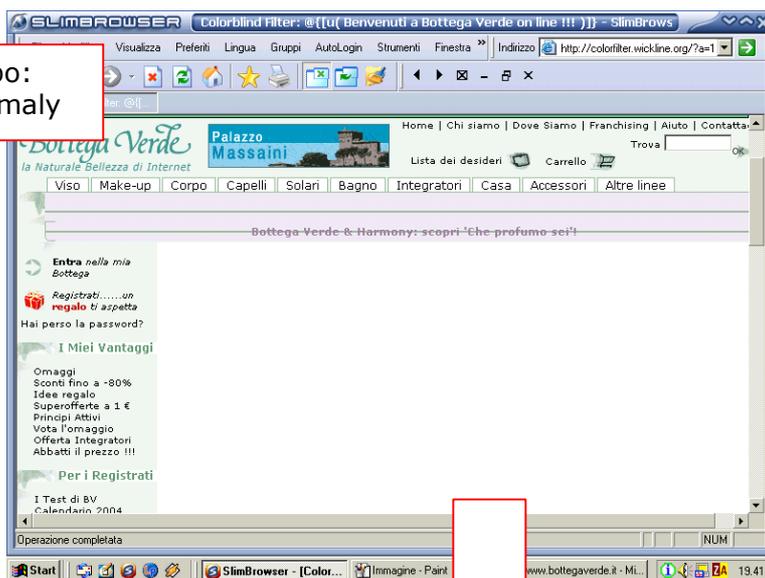


Le immagini vengono visualizzate solo scorrendo, dovrebbe essere un'impostazione del sito che offre questo servizio.

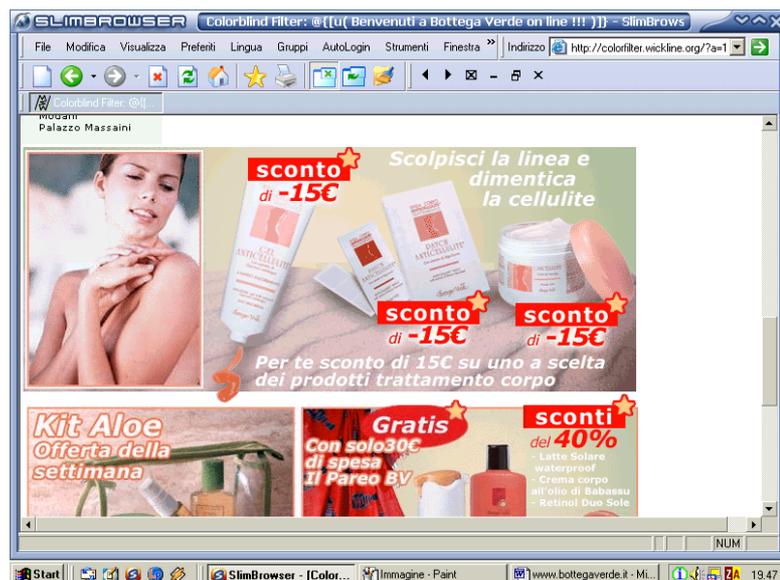
Si può notare che i colori non risultano affatto quelli originali



Disturbo:  
tritanomaly



Il colore dei menù arriva quasi al colore originale, così anche per le immagini.



Il sito non è conforme alle linee WAI in quanto, solo prendendo in considerazione la home page:

- Non vengono visualizzati testi alternativi in assenza di immagini
- Non è possibile modificare la grandezza dei caratteri
- Alla riduzione della finestra vengono coinvolti gli scorrimenti sia orizzontali che verticali
- Non è possibile utilizzare solo la tastiera per spostarsi sui vari link

Riguardo all'accessibilità del sito si è potuto osservare, grazie a bobby.watchfire.com, che il sito non rispetta nessuna delle priorità per quanto riguarda l'uso da parte di utenti disabili:

## About this report



This page does not yet meet the requirements for Bobby AAA Approved status. To be Bobby AAA Approved, a page must pass all of the Priority 1,2 and 3 accessibility checkpoints established in W3C Web Content Accessibility Guidelines 1.0. For more information on the report, please read "[How to Read the Bobby Report](#)".

Questo è l'inizio della home vista dal report del sito bobby.watchfire.com. Si può notare l'enorme quantità di materiale non riconosciuto.



C'è la necessità di mettere una scritta adeguata per ogni immagine del sito e per i bottoni, bisogna identificare bene le colonne e le righe di ogni tabella, ecc.

Inoltre attraverso il browser testuale Syntethiser Access Manager è stato possibile verificare la lettura elettronica della home page: come ci si poteva aspettare non è delle migliori e solo alcuni collegamenti ipertestuali sono impostati per una lettura tramite questi sintetizzatori vocali.

### **Sintesi:**

#### Punti di forza:

- Il nome del sito è facilmente ricordabile

#### Punti di debolezza:

- Il sito non è ben piazzato nei motori di ricerca
- Non possiede una forte popolarità tra i motori di ricerca
- I tempi di accesso sono troppo lunghi
- La visualizzazione con diversi browser modifica in modo evidente le pagine del sito, compromettendone la comprensione
- Non è conforme alle linee WAI, ampiamente dimostrato anche se non si è eseguito un test approfondito

### 3.7. USABILITÀ

**Valutazione:** 2

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

**Analisi:**

I compiti portati a termine dai singoli utenti sono maggiori rispetto a quelli a cui si aspirava: sono utenti che non hanno mai fatto transazioni commerciali via web, quindi con una certa insicurezza a dare determinate informazioni tramite un computer connesso in rete.

Purtroppo ogni utente ha svolto i compiti assegnati con diversi tempi, questo dovuto anche al fatto che appartengono a categorie differenti, infatti si è potuto osservare che utenti che utilizzano il pc tutti i giorni e per svariati motivi, per lo più personali e non per lavoro, hanno portato a termine i compiti in tempi relativamente brevi.

I parametri di efficacia, efficienza e soddisfazione hanno portato i seguenti risultati:

**Efficacia** = 18/20 = **90%**  
**Efficienza** = 66 minuti/18 = **3,7 minuti** pari a circa 220 secondi  
**Soddisfazione** = 42/18 = **2.3**

Di seguito riporto la tabella utilizzata per prendere nota dei vari compiti terminati e della valutazione assegnata:

Compito	Registrazione			Selezione prodotti			Eliminazione prodotto			Scelta del regalo			Avanzamento ordine		
	Ok	Min	Voto	Ok	Min	Voto	Ok	Min	Voto	Ok	Min	Voto	Ok	Min	Voto
Utente 1	Errore server			Si	6	2	Si	2	2	Si	1	2	interruzione		
Utente 2	Si	7	2	Si	15	1	Si	1	3	Si	2	2	Si	2	3
Utente 3	Si	7	2	Si	4	3	Si	1	3	Si	1	2	Si	4	3
Utente 4	Si	4	3	Si	6	2	Si	1	2	Si	1	2	Si	1	3
<b>Tot / Media</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>2.3</b>	<b>4</b>	<b>6.2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1.25</b>	<b>2.5</b>	<b>4</b>	<b>1.25</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2.3</b>	<b>3</b>

Legenda dei voti assegnati per ciascun compito:

1 = effettuato con grandi difficoltà

2 = effettuato in modo buono

3 = effettuato in modo ottimo, senza problemi

La seguente tabella elenca i problemi riscontrati dagli utenti con il numero delle relative persone che si sono imbattuti nel problema specifico ed il livello di priorità di tale problema (livelli A – B – C ):

<b>Problema</b>	<b>Priorità</b>	<b>Utenti</b>
Non viene trovato subito il link della registrazione	A	3
Problemi col server e mancanza di spiegazioni del problema	A	1
Nel caso di un errore del server i dati vanno reinseriti tutti nuovamente	A	1
Non viene notato il sottomenù dei prodotti del sito e una volta trovato non viene notata la presenza di più pagine	A	3
Non viene trovato subito il motore di ricerca interna al sito, poiché in una posizione poco visibile e che non salta all'occhio	A	1
L'utilizzo del motore di ricerca è troppo selettivo: i parametri passati devono corrispondere esattamente con i nomi dei vari articoli venduti	A	1
La visualizzazione dei prodotti trovati grazie alla ricerca avviene sotto ulteriori scelte di ricerca, facendo credere che non è stato trovato alcun risultato	A	1
Sono stati riscontrati dei problemi nella classificazione di alcuni prodotti	A	3
Difficoltà nella lettura del testo presente a causa della presenza della barra di scorrimento orizzontale	A	1
Riscontrato un problema che impedisce la continuazione del test a causa di una mancanza di tenuta in memoria dei prodotti selezionati per l'acquisto	A	1
Non si capisce il perché compare una seconda pagina prima di procedere alla registrazione effettiva	B	2
Non è molto visibile il link "procedi" al termine dell'inserimento dei dati di registrazione: viene cercato in fondo alla pagina	B	2
La scelta del regalo risulta complicata perché non è ben chiara la differenza tra omaggio e regalo.	B	4
In fase di conclusione dell'acquisto viene scambiato il procedi per l'identificazione con il procedi del nuovo utente.	B	1
Difficile visualizzazione dei vari regali a causa di una mancanza di spiegazione che affermi che cliccando sull'immagine essa viene ingrandita	C	4
Non viene capito il significato della sigla "BV", è l'abbreviazione di Bottega Verde	C	1

### 3.8. SINTESI

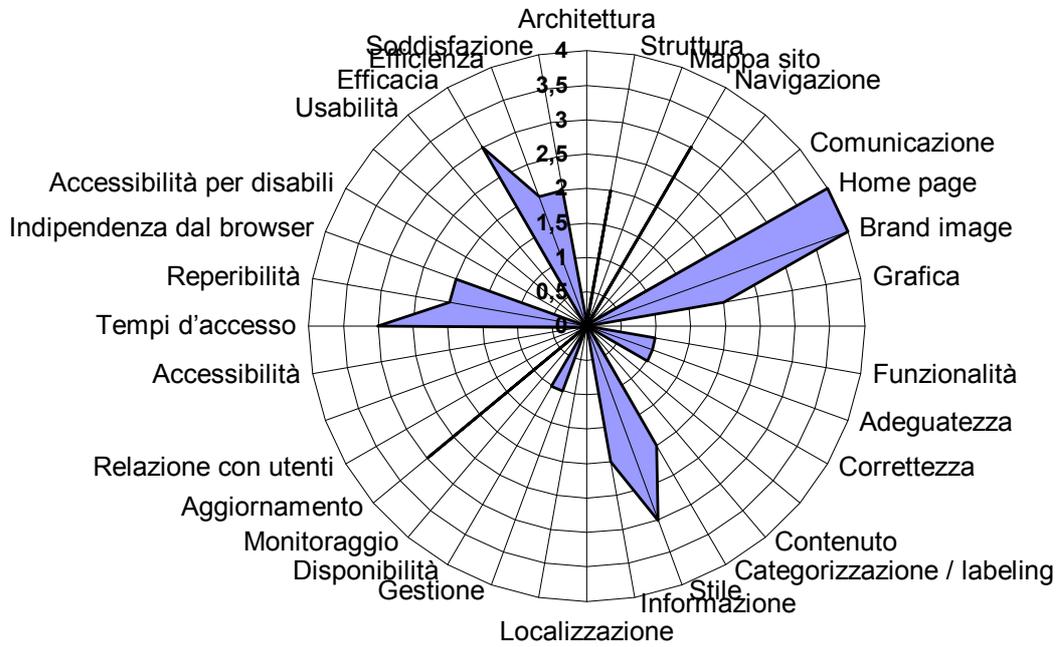
Legenda voto: 0 pessimo; 1 insufficiente, 2 sufficiente, 3 buono, 4 ottimo

Di seguito riporto la tabella con i voti relativi ad ogni sezione analizzata ed alle relative sottocaratteristiche:

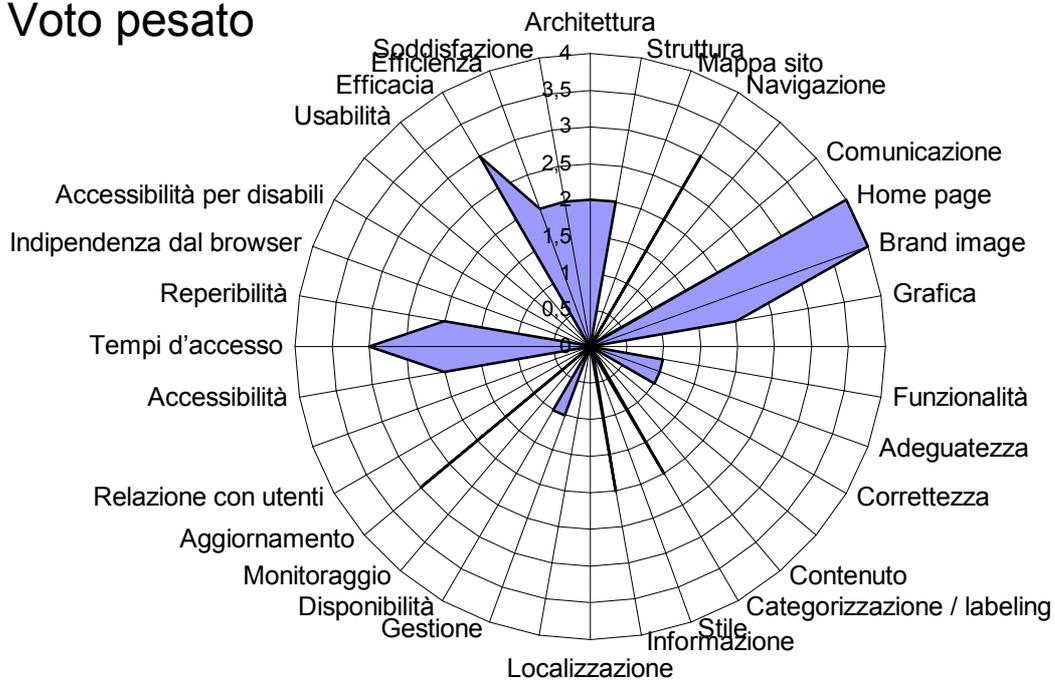
<b>caratteristica</b>	<b>Voto</b>	<b>Peso</b>	<b>Voto pesato</b>
<b>Architettura</b>	1.6	2.5	2
Struttura	2	1	2
Mappa sito	0	0.5	0
Navigazione	3	1	3
<b>Comunicazione</b>	3.3	3	3.3
Home page	4	1	4
Brand image	4	1	4
Grafica	2	1	2
<b>Funzionalità</b>	1	2	1
Adeguatezza	1	1	1
Correttezza	1	1	1
<b>Contenuto</b>	1.75	2.75	2.3
Categorizzazione / labeling	2	1	2
Stile	3	0.75	2.25
Informazione	2	1	2
Localizzazione	0	0	0
<b>Gestione</b>	1	4	1
Disponibilità	1	1	1
Monitoraggio	0	1	0
Aggiornamento	3	1	3
Relazione con utenti	0	1	0
<b>Accessibilità</b>	1.75	3.25	2
Tempi d'accesso	3	1	3
Reperibilità	2	1	2
Indipendenza dal browser	2	0.75	1.5
Accessibilità per disabili	0	0.5	0
<b>Usabilità</b>	2.3	3	2.3
Efficacia	3	1	3
Efficienza	2	1	2

Soddisfazione	2	1	2
---------------	---	---	---

## Voto



## Voto pesato



## 4. RACCOMANDAZIONI FINALI

### Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

- Diverso posizionamento del link registrati e del form di ricerca
- All'apertura di una voce del menù prodotti il sottomenù che si apre potrebbe venire visualizzato in un modo più visibile, magari nella pagina centrale oppure con caratteri più grandi
- Gestione degli errori in modo più chiaro e spiegazioni sulla causa dell'errore
- Possibilità di ingrandire il carattere e non solo l'importo in lire
- Alleggerimento delle diverse pagine in modo da consentire una navigazione veloce anche i possessori di modem 56k
- Suddivisione dei vari prodotti in modo appropriato per ogni menù e relativo sottomenù, esempio illustrato del gel levasmalto alla fragola e mela verde.
- Possibilità di visionare il sito con diversi browser presenti sul mercato
- Il pulsante "procedi" della registrazione andrebbe posizionato dopo l'informativa sulla riservatezza dei dati, a fine pagina
- Maggiore popolarità tra i motori di ricerca

### Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

- Scelta del regalo da aggiungere al carrello in modo più chiaro e fluido, magari in un'ulteriore pagina
- Eliminazione del secondo riconoscimento, quando si procede con l'acquisto, ruba solo del tempo all'utente
- Sistemazione dei colori relativi alle varie sottocategorie
- Possibilità di poter utilizzare il motore di ricerca interno con meno precisione e suo posizionamento in modo più visibile da parte degli utenti
- Eliminazione della pagina precedente all'inserimento dei dati dove vengono esposti tutti i vantaggi della registrazione: sarebbe opportuna esporli sulla stessa pagina
- Visualizzazione dei risultati della ricerca all'inizio della pagina e non dopo i diversi criteri applicabili
- Suddivisione delle varie categorie in modo più appropriato ("principi attivi" in "vantaggi"?)
- Possibilità di utilizzare diverse risoluzioni video senza la presenza della barra orizzontale

### Priorità 3: Interventi auspicati

- conformità alle linee WAI
- gestione delle mail inviate dagli utenti con risposta tempestiva
- aggiunta di un segnalatore di aggiornamento sito

Note alla conclusione della relazione si è potuto osservare che il sito ha cambiato la home page ed ha eliminato alcuni prodotti dal catalogo on line, esempio il massaggiatore manuale, degli smalti, e ne ha inseriti altri. Ovviamente non è stata riscontrata nessuna dicitura riguardo

all'aggiornamento avvenuto. Inoltre la barra scorrevole posta sotto il menù prodotti è passata da dinamica a statica.

## **ALLEGATO: DESCRIZIONE DEL TEST DI USABILITÀ**

### **a. OBIETTIVI DEL TEST**

Al test hanno partecipato 4 utenti con diversi livelli d'esperienza: c'è stato l'utente che utilizza internet per giocare, quello che non utilizza mai internet ma usa il pc per lavoro, l'utente che usa il web per motivi di studio e quello che lo usa per conoscere nuove persone. Nessuno degli utenti che ha partecipato al test ha mai acquistato tramite internet. Hanno trovato quindi una certa riluttanza nello svolgimento del test quando tra i compiti da svolgere hanno visto l'acquisto di prodotti.

I compiti assegnati erano 5 tutti legati logicamente tra loro:

- ❖ Registrazione al sito con i propri dati anagrafici
- ❖ Ricerca dei seguenti prodotti:
  - Gel levasmalto al profumo di Mela verde (50 ml)
  - UOMO Gel doccia-shampoo (200ml)
  - Borsa da spiaggia
- ❖ Rimozione del prodotto Gel Levasmalto dal carrello
- ❖ Scelta del regalo da aggiungere all'ordine
- ❖ Avanzamento dell'ordine con interruzione della transazione alla finestra di "Scelta del tipo di pagamento" in modo da non confermare l'ordine.

### **b. METODOLOGIA USATA**

Il test è stato condotto con l'utente davanti al computer e io affianco a lui. Ho spiegato brevemente in cosa consisteva il test e i vari compiti che doveva eseguire. Non ho dato limiti di tempo per ogni singolo compito, per poter meglio analizzare il livello di pazienza di ogni singolo utente nello svolgimento degli stessi. Nel caso non fosse riuscito ad arrivare a termine, veniva chiesto all'utente se volesse fermarsi senza sentirsi inadeguato. Nonostante tutto i test si sono svolti tutti con un tempo inferiore ai 45 minuti.

Tutti gli utenti parlavano a voce alta esprimendo così i loro pensieri e permettendomi quindi di prendere nota delle varie difficoltà e delle varie perplessità incontrate nello svolgimento dei compiti.

A volte l'utente, preso dallo sconforto, chiedeva aiuto, ma una volta saputo che gli veniva concesso solo nel caso in cui rinunciasse a portare a termine il compito, decideva di non volerlo più, riuscendo a risolvere da solo i problemi incontrati.

Alla fine del test è stato posto un questionario agli utenti e si è parlato dei vari aspetti del sito, cosa gli è sembrato facile e cosa meno, cosa gli è piaciuto e cosa invece avrebbe eliminato, per un 10-15 minuti, in modo da avere un'idea generale delle loro impressioni e di cosa gli ha creato maggiori problemi nello svolgimento del test.

### **c. RISULTATI DEL TEST**

Tutti gli utenti, specie i poco esperti, hanno avuto problemi con la registrazione. Oltre ad un link poco visibile e "non in posizione strategica", come ha detto il terzo utente, sono stati rilevati dei problemi una volta entrati nel link: viene aperta una pagina che spiega i vantaggi della registrazione e gli utenti non capivano il significato, "in fondo ho già detto che voglio registrarmi, perché non mi chiede i dati necessari?".

Tutti hanno avuto problemi per la prima ricerca del prodotto, ma una volta capito come funzionava il meccanismo sono riusciti nella ricerca degli altri oggetti senza troppi problemi. Soltanto uno ha cercato la funzionalità del motore di ricerca all'interno del sito, osservando che è poco visibile e troppo "pignolo": infatti una ricerca solo con alcuni dettagli del prodotto cercato porta ad un risultato negativo. Solo inserendo il nome corretto, cioè il nome con cui è stato memorizzato l'oggetto da parte del gestore del sito, questo viene trovato ed è così possibile inserirlo nel carrello spesa. Inoltre i risultati vengono visualizzati a fondo pagina, dopo aver mostrato un "aiuto in linea" e dei nuovi criteri per la ricerca, facendo credere all'utente che non è stata trovata alcuna voce, anche se ciò non fosse vero, problema enfatizzato dal fatto che il test è stato eseguito su un monitor 800x600 e veniva visualizzata una barra verticale, nascondendo così i possibili risultati nella parte non visibile dello schermo.

La prima utente ha effettuato la registrazione, dopo aver impiegato un po' di tempo per capire come si procedeva, ed alla fine ha rilevato un errore del server che non gli consentiva di procedere. Quest'errore non veniva spiegato in nessun modo, così l'utente è tornata indietro e ci ha riprovato: ha dovuto reinserire tutti i dati ed alla fine ha rilevato lo stesso errore, arrabbiandosi. Ha continuato il test con l'user id e la password di un'altra registrazione effettuata in precedenza. La stessa utente ha poi trovato ulteriori problemi nella fase di conclusione dell'ordine poiché nonostante lei avesse selezionato i prodotti giusti, tra l'altro trovati con difficoltà, il server le permetteva di inserire soltanto un prodotto nel carrello, cancellando quelli inseriti in precedenza. Di conseguenza il test è stato dovuto interrompere. Probabilmente erano in corso lavori sul server che facevano rilevare dei problemi all'utente che accedeva al sito dell'azienda.

Un altro errore comune agli utenti è il non accorgersi di un sottomenù dei prodotti: una volta aperto il menù, per esempio, del make-up, non si accorgono che questo apre un sottomenù contenente vari argomenti tipo viso, mani... Questo ha fatto sì che non riuscissero a trovare i prodotti cercati. Solo dopo aver letto quello che veniva proposto nelle diverse pagine si accorgevano che veniva consigliato di visionare i prodotti delle varie sottocategorie. Se tale scritta fosse stata messa all'inizio del testo, e non alla fine, e più evidente, forse sarebbe stato più facile per gli utenti trovare ciò che desideravano.

Viso **Make-up** Corpo Capelli Solari Bagno Integratori Casa Accessori Altre linee

Base | Occhi | Labbra | Mani | Detergenti | Speciali

**BV TI CONSIGLIA...**

**INVENTA IL TUO FASCINO**  
**Colore e fantasia, per un Make-up sempre diverso!**

Catturare la **luce**, mescolarla ai **colori**, esaltare i pregi e nascondere le imperfezioni. Il Make-up è un gioco di prestigio, una camaleontica trasformazione che ci rende ora **donne fatali**, ora ragazze **acqua e sapone**. Il trucco c'è: fidato **complice ed alleato**, nell'eterno gioco della seduzione. Scopri le nuove proposte Bottega Verde e **inventa il tuo fascino** con un make-up sempre diverso.

Per scoprire tutti i nostri prodotti naviga le sottocategorie di Make-up.

Inoltre in alcuni test, dopo aver aperto la categoria interessata, non veniva notata subito una seconda pagina di prodotti.

Viso **Make-up** Corpo Capelli Solari Bagno Integratori Casa Accessori Altre linee

Base | **Occhi** | Labbra | Mani | Detergenti | Speciali

**Make-up Occhi**

**IL TUO SGUARDO A COLORI**

Matite, matitoni, eye liner, mascara e ombretti, dedicati in **tutti i colori della tavolozza**. Per un make-up giovane e allegro, elegante e sofisticato. Regala intensità e volume allo sguardo seguendo le più recenti evoluzioni della moda. E gli **occhi si accendono di luce**, riflessi luminosi, iridescenze, nuances audaci ed insolite. Per una **bellezza pensata per sedurre e stupire a prova di sguardo!**

Pagina: - 1 - 2 - 3

Successiva

Gli utenti che non hanno utilizzato il motore di ricerca hanno avuto difficoltà nel trovare i prodotti a causa di una suddivisione errata. Il prodotto che ha dato maggior problemi è stato il gel levasmalto alla mela verde: una volta entrati in make-up, associazione giusta e si può notare che sono andati tutti in quella sezione, non veniva visualizzato il prodotto nell'area mani, nel quale però era presente un gel levasmalto alla fragola. Tre utenti su quattro hanno iniziato a dubitare che il prodotto non fosse presente nel catalogo. Quando poi andavano nella sezione detergenti riuscivano a trovarlo, ma non capivano il motivo per cui in una categoria ci fosse un prodotto e in un'altra ci fosse un prodotto simile con soltanto il "profumo" diverso!

Lo stesso problema è stato riscontrato per lo shampoo dedicato all'uomo: non è presente nella sezione shampoo, ma si può trovare solo nella sezione uomo, "in fondo uno shampoo è uno shampoo!".



**A TUTTO COLORE**

Le tue mani **parlano di te**: esprimono la tua **personalità** e la tua **voglia di seduzione**.

Le **unghie** sono belle, curate e, soprattutto, **coloratissime** secondo le ultime **tendenze moda** e **di stagione** ...

Da Fatti consigliare da BV e scegli i cosmetici per fare più belle le tue mani.

**Gioca** con colori e sfumature, **sperimenta** e **osa** una bellezza speciale, da sfoggiare in ogni occasione.



€ 5,99  
(L.11.598)

Scheda **Compra**

Gel rimuoivicicole con olio di Mandorle dolci (12 ml)



€ 7,99  
(L.15.471)

Scheda **Compra**

Olio rigenerante per unghie



~~€ 9,99~~  
~~(L.19.343)~~  
**€ 6,99**  
(L.13.535)  
**-30%**

Scegli

FRENCH MANICURE Kit per unghie



€ 4,99  
(L.9.662)

Scheda **Compra**

Smalto trasparente rinforzante con estratto di Quercia marina e Girasole



€ 4,99  
(L.9.662)

Scheda **Compra**

Gel levasmalto al profumo di Fragola (50ml)



€ 2,49  
(L.4.821)

Scegli

MINI SMALTI AL PHYCOCORAIL



€ 4,99  
(L.9.662)

Scheda **Compra**

Gel emolliente rimuovi cuticole alla Pesca e al profumo di Violetta



€ 4,99  
(L.9.662)

Scegli

Smalto per unghie IPOALLERGENICO al phycocorail



€ 5,99  
(L.11.598)

Scheda **Compra**

Correttore smalto al profumo di Fragola



**COCCOLA LA TUA PELLE**

In gel, crema e salviette. Ecco lo **Struccante**, il cosmetico irrinunciabile per la donna moderna.

Un **prodotto completo** perché **associa** l'azione di **deterzione** alla **protezione**.

Ricco, morbido, cremoso, **con un solo gesto elimina trucco** e tracce di make-up e lascia la pelle pulita e vellutata.

Scegli quello che risponde al meglio alle tue esigenze.



**€ 5,99**  
(L.11.598)

**Scheda**   **Compra**

Gel levasmalto al profumo di Mela verde (50 ml)



**€ 6,99**  
(L.13.535)

**Scheda**   **Compra**

Struccante per cosmetici "No-transfer" con estratto glicolico di Achillea e Melissa (150 ml)



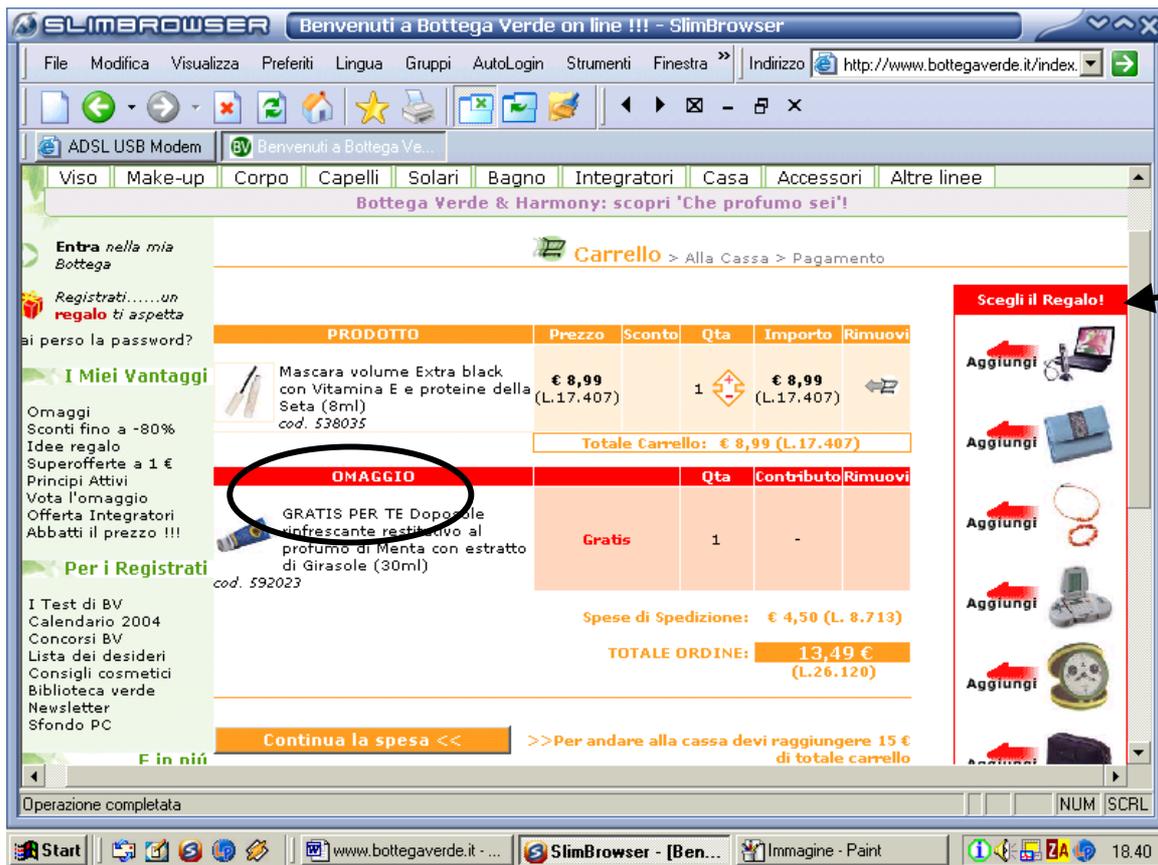
~~€ 11,99~~  
~~(L.23.216)~~  
**€ 6,99**  
(L.13.535)  
**-41%**

**Scheda**   **Compra**

Gel struccante per viso e occhi all'estratto di Quillaia (250ml)

I due utenti meno esperti hanno avuto dei problemi nell'inserimento dei prodotti nel carrello: veniva infatti domandato se il tasto "compra" portasse a mettere la merce nel carrello, a fine test hanno detto che pensavano che cliccando su tale tasto veniva eseguita una transazione per ogni prodotto, cioè che non si potesse fare un unico "scontrino".

Al momento di dover inserire il regalo nell'ordine d'acquisto gli utenti non riuscivano a capire il significato del compito da svolgere, poiché viene messo in automatico un omaggio nel carrello, quindi mi domandavano che senso aveva quella voce nel test. Soltanto dopo aver specificato che Bottega Verde consentiva ai clienti di scegliere un regalo e in più dava in omaggio un prodotto da provare, veniva cercata una sezione regali. Per poter scegliere tale regalo è stato necessario, per due utenti, leggere le etichette del mouse che appaiono quando staziona per un certo periodo su un determinato punto. Infatti le immagini non consentivano una visione buona dei regali e non veniva detto da nessuna parte che cliccando sulla figura veniva aperta un'ulteriore finestra che ne descriveva le caratteristiche e lo mostrava ingrandito. Soltanto l'utente un po' più esperto, provando, è riuscito a vedere i regali in modo ottimale. Un utente ne ha addirittura scelto uno a caso poiché non riusciva a capire bene cosa fossero. Se fosse stata presente una procedura più fluida forse sarebbe stato facile scegliere il regalo voluto, per esempio una volta terminata la spesa, prima di chiedere i dati del destinatario, lo si potrebbe far scegliere ai clienti in una nuova pagina, magari specificando che possono vederlo meglio con il link delle immagini.



Un'ulteriore riscontro negativo è avvenuto in fase di conclusione dell'ordine: viene richiesta nuovamente la user id e la password nonostante si sia già identificati. Gli utenti comunque non hanno avuto problemi nel reinserirla e portare a termine i compiti effettuati.

Note In formato cartaceo sono presenti i dati relativi agli utenti test, i relativi questionari compilati a fine test e le impressioni rilevate dall'osservatore mentre venivano svolti i compiti assegnati.