

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:

<http://www.190.it>

11/07/2004

Studenti:

Ferraris Marzia, kisciolina@libero.it

Frontini Alessandro, crotalodiamantino79@virgilio.it

Hoxha Erisa, erisa.hoxha@libero.it

1. OBIETTIVI DELLA VALUTAZIONE

Nome del sito

190.it

Home page



Requisiti generali del sito

Il sito 190.it si propone come un supporto al sito ufficiale della Vodafone e sostanzialmente svolge molte funzioni di un comune call-center (ricarica telefonica, assistenza clienti, etc...) oltre a fornire diversi servizi extra quali offrire particolari abbonamenti e promuovere gli acquisti on-line.

La home del sito e' ad accesso diretto e sostanzialmente e' divisa in due parti, una dedicata all'utente privato e l'altra alle aziende, in modo tale da creare un vasto ventaglio di potenziali clienti per un contesto d'uso che può variare dalla semplice curiosità dell'utente occasionale fino all'interesse commerciale da parte di un'azienda interessata, per esempio, a rifornire i propri fattorini di un cellulare, sfruttando eventuali contratti particolarmente convenienti.

Obiettivi della valutazione

Con questa relazione ci proponiamo di effettuare un check-up del sito in modo da valutarne le funzionalità generali, la solidità delle transizioni e il contatto coi clienti, oltre a segnalare eventuali mancanze o lacune particolarmente rilevanti.

Data la vastità del sito e la mole di informazioni contenute ci siamo dovuti obbligatoriamente concentrare solo su alcune sezioni e operazioni specifiche che verranno debitamente segnalate ogni qualvolta sarà necessario.

2. METODOLOGIA USATA

Insieme abbiamo valutato il sito cercando di mettere in risalto tutte le caratteristiche principali e i difetti riscontrati.

Non c'è stata una vera e propria suddivisione dei compiti poiché abbiamo preferito cooperare assieme in maniera tale da ottenere un lavoro più omogeneo possibile.

Ovviamente la stesura del testo è stata realizzata da un'unica persona, da Frontini per la precisione, ma sempre con l'aiuto e gli interventi delle due colleghe Ferraris e Hoxha.

Il test di usabilità è stato condotto su cinque utenti nel laboratorio dell'Università dotato di una rete internet ad alta velocità. L'intervista iniziale per raccogliere le informazioni base sugli utenti è stata portata a termine dalla studentessa Erisa Hoxa, lo svolgimento dei compiti è stato monitorato da Frontini mentre il compito di intervistare gli utenti alla fine degli esercizi è stato condotto da Ferraris Marzia.

Sia per valutare i criteri con cui veniva esaminato il sito sia per stendere la sintesi finale ci siamo attenuti a quanto imparato durante le lezioni del corso e a quanto appreso tramite lo studio del libro di testo adottato dal Professor Polillo.

3. RISULTATI DELLA VALUTAZIONE

3.1. ARCHITETTURA

Valutazione: 1/4

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

Analisi:

La struttura del sito è particolarmente complessa e una buona mappa sarebbe la soluzione ideale per semplificare al massimo la navigazione all'interno delle pagine che compongono il sito.

Mappa

Mappa del sito

- Chi siamo
- Vision
- I valori
- La storia
- Vodafone Business Principles
- L'organizzazione
- La nostra immagine
- La tecnologia
- Gruppo Vodafone
- Il business
- Lavora con noi
- Lavora con noi
- Area personale
- Selezione
- Stage & Master
- Curriculum
- I nostri manager
- Per la Stampa
- Comunicati Stampa 2004
- I dati
- Schede tecniche
- I manager
- Archivio fotografico
- Vodafone Business Principles
- L'organizzazione
- La nostra immagine
- La tecnologia
- Gruppo Vodafone
- Il business
- Lavora con noi
- Lavora con noi
- Area personale
- Selezione
- Stage & Master
- Curriculum
- I nostri manager
- Per la Stampa
- Comunicati Stampa 2004
- I dati
- Schede tecniche
- I manager
- Archivio fotografico
- Le iniziative
- Corporate Social Responsibility
- Servizi per i cittadini
- Arte e tecnologia
- Shop
- Ricarica qui
- Telericarica Piu'
- Sim Vodafone
- Cellulari e accessori
- Acquisti e Sicurezza

Mappa

Mappa Privati

Clicca sulle voci che trovi di seguito per visualizzare la mappa di ciascuna sezione.

- Fai da te
- I tuoi dati personali
- La tua SIM
- Piano Telefonico, Servizi e Promozioni
- Dettagli Chiamate, Traffico Disponibile e Conto Telefonico
- Ricarica online
- Personalizza
- Loghi, Suonerie & Giochi
- Vodafone One
- Comunica con...
- Servizi di pagamento
- My Gallery
- Piani, Tariffe e Promozioni
- Promozioni e Novita'
- Carte Ricaricabili
- Abbonamenti
- Opzioni Tariffarie
- SIM Vodafone
- Scegli il tuo piano telefonico
- Costo dei servizi
- Mobile Number Portability
- Servizi
- Gestione Chiamate
- SMS
- MMS
- Videochiamata
- Vodafone live!
- Servizi di pagamento
- Vodafone Mail
- GPRS, Internet Mobile e Wap
- UMTS
- Video
- Sport
- Giochi
- Loghi & Suonerie
- Tempo Libero
- Community
- News e Finanza
- In giro
- My Gallery
- Assistenza Telefoni
- All'Estero
- Comunicare all'estero
- Copertura
- Tariffe
- Servizi all'estero
- Foreign Users
- Vodafone nel mondo
- Sport
- Giochi
- Loghi & Suonerie
- Tempo Libero
- Community
- News e Finanza
- In giro
- My Gallery
- Assistenza Telefoni
- All'Estero
- Comunicare all'estero
- Copertura
- Tariffe
- Servizi all'estero
- Foreign Users
- Vodafone nel mondo
- Shop
- Ricarica qui
- Telericarica Piu'
- Sim Vodafone
- Cellulari e accessori

Mappa

Mappa Aziende

Clicca sulle voci che trovi di seguito per visualizzare la mappa di ciascuna sezione.

- Fai da te
- I tuoi dati
- Gestione servizi Aziendali
- Gestione SIM e Assistenza Telefoni
- Configurazione Servizi personali
- Multimessenger
- Comunica con...
- Rubrica Mobile
- Query SMS
- My Gallery
- Download
- Servizi di pagamento
- Area Partner
- Piani, Tariffe e Promozioni
- Promozioni e Novita'
- Piani Telefonici
- SIM Vodafone
- Telefoni e Accessori
- Costo dei servizi
- Mobile Number Portability
- Servizi
- Controllo Costi
- Gestione Chiamate
- Videochiamata
- Soluzioni di Messaggistica
- Corporate Mobile Solutions
- Vodafone Mobile Connect Card
- Wireless Lan
- BlackBerry
- Vodafone PDA
- SMS
- MMS
- Vodafone Mail
- News e Tempo Libero
- UMTS
- GPRS, Internet Mobile e Wap
- Servizi di pagamento
- Assistenza Sim e Telefoni
- All'Estero
- Comunicare all'estero
- Copertura
- Tariffe
- Servizi all'estero
- Foreign Users
- Vodafone nel mondo
- Shop
- Ricarica qui
- Telericarica Piu'
- Sim Vodafone
- Cellulari e accessori
- Acquisti e Sicurezza

Alla mappa del sito si accede tramite un link situato nel menù alto della home-page, che rimane visibile in qualunque zona del sito ci si trovi cosicché risulta particolarmente comodo consultarla ogni qualvolta se ne abbia la necessità.

Purtroppo la mappa, realizzata tramite dei menu a tendina, che permettono l'accesso diretto alle varie pagine del sito, si rivela certamente semplice da utilizzare ma anche parecchio confusa nell'organizzazione.

Questo innanzitutto perché è strutturata su tre pagine (istituzionale, aziende e privati) quando invece il suo obiettivo sarebbe quello di dare una sensazione di unità e chiarezza, ma soprattutto diverse voci appaiono a livelli differenti nella gerarchia del sito senza che venga fornita la possibilità di capire se si riferiscano alla stessa pagina oppure a sezioni differenti

Mappa

Mappa Privati

Clicca sulle voci che trovi di seguito per visualizzare la mappa di ciascuna sezione.

Fai da te

[I tuoi dati personali](#)

[La tua SIM](#)

[Piano Telefonico, Servizi e Promozioni](#)

[Dettaglio Chiamate, Traffico Disponibile e Conto Telefonico](#)

[Ricarica online](#)

[Personalizza](#)

[Loghi, Suonerie & Giochi](#)

[Vodafone One](#)

[Comunica con noi](#)

[Servizi di pagamento](#)

[My Gallery](#)

[Piani, Tariffe e Promozioni](#)

[Promozioni e Novità](#)

[Carte Ricaricabili](#)

[Abbonamenti](#)

[Opzioni Tariffarie](#)

[SIM Vodafone](#)

[Scegli il tuo piano telefonico](#)

[Costo dei servizi](#)

[Mobile Number Portability](#)

[Giochi](#)

[Loghi & Suonerie](#)

[Tempo Libero](#)

[Community](#)

[News e Finanza](#)

[In giro](#)

[My Gallery](#)

[Assistenza Telefoni](#)

[All'Estero](#)

[Comunicare all'estero](#)

[Copertura](#)

[Tariffe](#)

[Servizi all'estero](#)

[Foreign Users](#)

[Vodafone nel mondo](#)

[Shop](#)

[Ricarica qui](#)

[Telericarica Più'](#)

[Sim Vodafone](#)

[Cellulari e accessori](#)

[Acquisti e Sicurezza](#)

[Vodafone One](#)

[Revisione e Rebole punti](#)

[Saldo Punti](#)

[Premi](#)

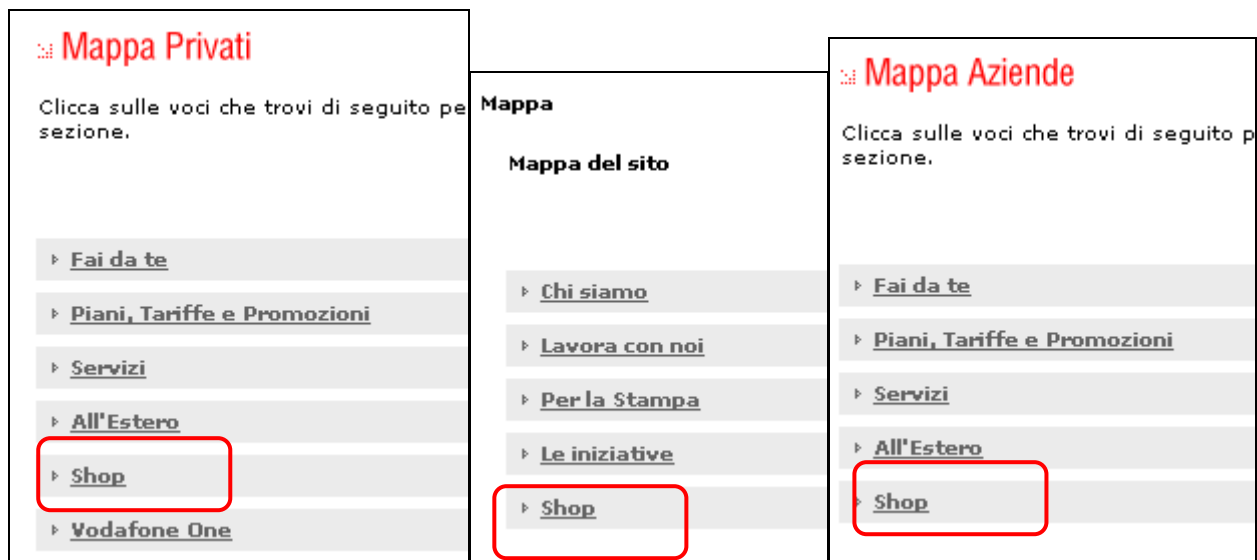
[Vantaggi e Punti extra](#)

[Il mio profilo](#)

[Neqozi Vodafone One](#)

Nel menu privati la voce Vodafone One compare sia come sottomenu di "Fai da te" che come sezione propria.

Ad aggravare il tutto si presentano numerose ripetizioni (come nel caso della voce Shop che compare in tutte e tre le sezioni della mappa) le quali creano ulteriore confusione anche negli utenti esperti.



In definitiva se ci limitassimo ad analizzarne la meccanica, la mappa di per se non sarebbe complicata da consultare, ma e' organizzata male, crea confusione con label non sempre chiare e con ripetizioni inutili. Oltretutto quando si entra in una sezione della mappa, una volta che se ne esce i menu a tendina della mappa sono chiusi obbligando l'utente a riaprirli ogni qualvolta voglia entrare in altre pagine.

Navigare nel sito e' complicato soprattutto a dalla grande complessità del sito che si dirama in un'infinità di pagine dando l'impressione di trovarsi quasi in un labirinto, proprio per questo sarebbe utile un efficace sistema di navigazione chiaro e semplice in ogni suo aspetto.

La barra di navigazione principale, posizionata orizzontalmente e in alto, raccoglie le voci comuni alle sezioni Privati e Aziende dando la possibilità, un volta passato il cursore su una delle voci, di scegliere quale delle due categorie selezionare.

Purtroppo a causa di alcune disattenzioni questa soluzione si rivela meno adeguata del previsto.

Innanzitutto il cursore si trasforma in "manina" anche sulle label non cliccabili, la divisione visiva della home in due sezioni distinte porta a credere che tutto il sito sia organizzato in due parti separate mentre come abbiamo visto la barra di navigazione attua una strategia addirittura opposta e ciò può disorientare l'utente.

Le pagine del sito sono strutturate in modo da presentare la navigazione principale in alto tramite la barra del menu principale (1) sovrastata da una barra più piccola (2) dove sono contenuti link ad argomenti più generali.

Al di sotto si trova un'ulteriore barra di navigazione (3) che conduce ai servizi più comuni del sito: SMS, Mail, ricerca etc..

Sulla sinistra compare un menu verticale (4) che rappresenta l'accesso alle pagine di secondo livello.

Al centro si apre una sezione con i contenuti della pagina selezionata (5) mentre sulla destra si stende una serie di banner pubblicitari (6) piuttosto appariscenti.



Una volta entrati in una di queste pagine la barra di navigazione secondaria a sinistra risulta incompleta e spesso contiene label poco chiare e confuse.

Inoltre i relativi sottomenu non sono segnalati da nessuna parte e le breadcrumb si fermano solo al secondo livello di profondità.

Sebbene rimanga evidenziata la sezione in cui si è entrati risulta difficoltoso orientarsi nelle centinaia di link che sono presenti nelle sezioni più profonde del sito soprattutto se non si è abituati a navigare in rete.

La pagina delle Opzioni Tariffarie è particolarmente confusa: il menu a sinistra non riporta tutte le opzioni presenti ma si limita ad elencare quelle relative alle opzioni You&Me e Night Time stravolgendo così la gerarchia dei link della pagina.

Infatti le due proposte non sono allo stesso livello di profondità e oltretutto nella pagina risultano organizzate con un ordine differente da quello esposto nel menu.

www.190.it

Home 190 > Piani, Tariffe e Promozioni Privati

Opzioni Tariffarie

Piani, Tariffe e Promozioni

▶ **Promozioni e Novità**

▶ **Carte Ricaricabili**

▶ **Abbonamenti**

▼ **Opzioni Tariffarie**

▶ You&Me New

▶ Euro You & Me

▶ You & Me 95

▶ You & Me Al Secondo

▶ Opzione Night Time

▶ **SIM Vodafone**

▶ **Scegli il tuo piano telefonico**

▶ **Costo dei servizi**

▶ **Mobile Number Portability**

Vodafone arricchisce l'offerta con Opzioni Tariffarie che rendono più conveniente chiamare altri numeri Vodafone.
Scopri l'opzione che fa per te!



Opzione You for Me

You for Me è l'opzione che ti consente di sostenere automaticamente il costo delle chiamate che ricevi da uno o più clienti Vodafone Italia a tua scelta.

▶ [per saperne di più](#)



Opzioni You&Me

Scopri l'opzione adatta al tuo piano tariffario:

You&Me new
Euro You&Me
Euro You&Me Al Secondo
You&Me 95



Opzione Night Time

Con l'opzione Night Time puoi parlare per tutta la notte grazie ad uno **sconto speciale!!!**

▶ [per saperne di più](#)



Weekend Card

Scopri come rinnovare la tua **Weekend Card** per continuare a parlare gratis e inviare SMS gratis ogni sabato e domenica per tutto il 2004!

▶ [per saperne di più](#)

Si nota una forte discrepanza nell'organizzazione dei contenuti fra il menu a sinistra e la pagina esaminata.

Un altro esempio illuminante è rappresentato dalla sezione Sport contenuta all'interno di Servizi Privati.

Servizi

- ▶ Gestione Chiamate
- ▶ SMS
- ▶ MMS
- ▶ Videochiamata
- ▶ Vodafone live!
- ▶ Servizi di pagamento
- ▶ Vodafone Mail
- ▶ GPRS, Internet Mobile e Wap
- ▶ UMTS
- ▶ Video
- ▼ **Sport**
 - ▶ **Calcio**
 - ▶ Basket
 - ▶ Formula 1
 - ▶ Ciclismo
 - ▶ Motomondiale
- ▶ Giochi
- ▶ Loghi&Suonerie
- ▶ Tempo Libero
- ▶ Community
- ▶ News e Finanza
- ▶ In giro
- ▶ My Gallery
- ▶ Assistenza Telefoni

Calcio

Naviga nel mondo dei nuovissimi servizi legati al mondo del Calcio con Vodafone live!

Acquista un cellulare Vodafone live! per te, in regalo, l'accesso a Goal live! per tutta la durata del campionato!

[Scopri la promozione Goal live!](#)

Goal live!

Con **Goal Live** puoi seguire le partite di calcio minuto per minuto.

▶ [per saperne di più](#)

Tutti i Goal via SMS

In tempo reale, goal e fatti salienti delle singole partite di Serie A e B o della tua squadra del cuore impegnata nelle coppe europee. In diretta anche le fasi salienti della Coppa Italia dai quarti di finale in poi.

▶ [per saperne di più](#)

Video Sintesi

Guarda sul tuo Nokia **le Video Sintesi** con le immagini più belle da tutti i campi delle squadre Vodafone. Ovunque tu sia potrai seguire le partite **come se fossi allo stadio** utilizzando il cellulare Vodafone!

▶ [per saperne di più](#)

Questi link e le relative pagine, contenenti altri link, non sono segnalati da nessuna parte

Entrando in quest'area e cliccando su Calcio si accede ad una nuova pagina sulla quale si affacciano nuovi svincoli non segnalati da nessuna barra di navigazione, ne tanto meno dalla mappa, i quali conducono ad ulteriori link che a loro volta rimandano ad altre sezioni del sito (riservate all'acquisto on-line di telefoni o abbonamenti), dalle quali non e' possibile tornare indietro utilizzando appositi link.

Inoltre se ci basassimo sulla mappa analizzata in precedenza ci aspetteremmo che nella home, cliccando su Area Privati si apra una pagina con le sei voci corrispondenti (Fai da te, Piani, Tariffe e Promozioni, Servizi, All'Estero, Shop, Vodafone One) mentre invece compare un menu a tendina dove ne vengono segnalate soltanto tre.



Sono presenti inoltre moltissimi link per una navigazione trasversale che potrebbero agevolare gli spostamenti all'interno del sito ma sono disposti in modo confuso lungo tutta la pagina ed inoltre la loro grafica non è univoca e in alcuni casi addirittura poco chiara.



Sintesi:

Punti di forza:

Home page divisa in due sezioni: privati e aziende

Punti di debolezza:

Link eccessivi e confusi

Organizzazione della struttura confusionaria

Disomogeneità nell'uso della grafica dei link

3.2. COMUNICAZIONE

Valutazione: 3/4

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

Analisi:

Appena si apre la home page e' subito evidente che siamo nel sito 190.it: Il simbolo in alto a sinistra non lascia alcun dubbio, ma soprattutto i colori-simbolo dell'azienda, rosso e bianco, sono utilizzati in modo da far capire immediatamente che ci troviamo all'interno di un sito Vodafone.

E' impossibile, una volta entrati, non immaginarsi tutto ciò che riguarda la telefonia mobile e il mondo che vi ruota attorno anche grazie a diverse immagini della promoter per eccellenza dell'azienda, la modella australiana Megane Gale che appare in diversi banner della sezione Privati all'interno della home page.

Il layout del sito e' fisso e le pagine sono posizionate nella parte alta e centrale del video. La risoluzione principale non e' indicata ma dalle prove effettuate sembra essere 1152x864, un formato non proprio comune fra gli utenti di internet. Oltretutto provando a cambiare risoluzione l'immagine non si adatta al nuovo formato, si sgrana generando un fastidioso "effetto sega".

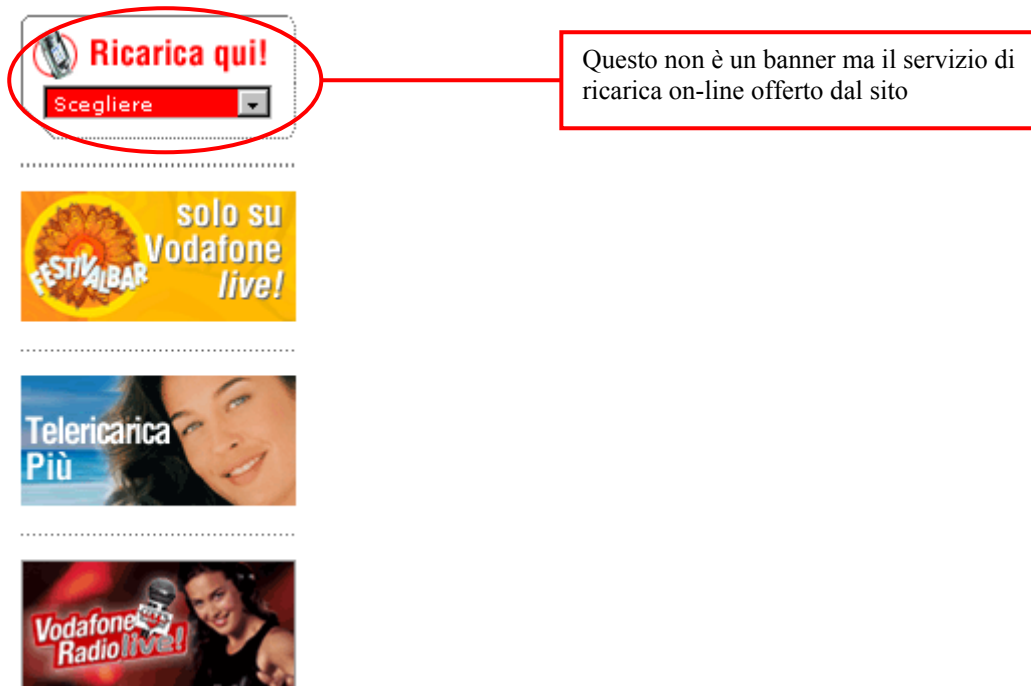
L'obbiettivo del sito, come detto nell'introduzione, e' quello di fornire molti servizi di un comune call-center, far conoscere le promozioni più recenti e fornire servizi utili quali mms, sms ed e-mail gratuite.

La gestalt non è particolarmente efficace poiché le varie sezioni non sono differenziate tramite colori o accostamenti particolari e le poche immagini utilizzate spesso non hanno alcun riferimento al testo in cui sono inserite

Si salvano solo una serie di icone che evidenziano alcune delle funzioni principali del sito e i banner pubblicitari cui spetta il compito di promuovere le promozioni in corso.



Appare invece discutibile l'accostamento, in quasi tutte le pagine del sito, di alcuni servizi (come la ricarica on-line delle schede sim) con i banner pubblicitari in quanto la loro grafica e' molto simile ed e' piuttosto facile confonderli vicendevolmente



L'uso del colore e' interamente al servizio dell'immagine dell'azienda con una netta prevalenza di rosso, bianco e grigio. Le varie sezioni del sito non sono perciò evidenziate in base a questa caratteristica ma ciò non costituisce un particolare problema perché sono ugualmente ben distinguibili tramite altri accorgimenti grafici.

Per quanto riguarda i font utilizzati spicca l'uso del **Verdana** privo di grazie, uno dei caratteri più diffusi nel web, e quindi facilmente riconoscibile, anche se la grandezza dei caratteri, fissata a 7 e non modificabile, può risultare sgradevole a chi ha problemi di vista.

Sono assenti intere frasi "tutto maiuscolo" e il colore principale e' nero su sfondo bianco tranne quando viene usato il bianco su sfondo rosso per le barre di navigazione

Nel complesso il testo risulta molto gradevole e se solo fosse stato possibile modificare la grandezza dei font avremmo avuto un risultato perfetto.

Sintesi:

Punti di forza:

Brand famoso e riconoscibile

Font chiari e comprensibili

Uso moderato e riposante del colore

Punti di debolezza:

Layout rigido

Gestalt poco chiara

Grandezza dei font non modificabile

3.3. FUNZIONALITÀ

Valutazione: 1/4

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

Analisi:

Poiché alcuni dei servizi più interessanti del sito, come le ricariche on-line o la possibilità di modificare il proprio profilo telefonico, diventano accessibili esclusivamente solo dopo essersi registrati risulta naturale che la prima transizione da prendere in analisi sia proprio la registrazione al sito.

Purtroppo dobbiamo constatare che questa operazione, articolata in tre fasi, e' lunga e molto macchinosa.

Nella prima sezione viene ovviamente richiesto il numero di telefono del proprio cellulare ma nel caso non lo si possieda è presente anche un apposito link che rimanda ad una sezione specifica in cui ci si può registrare ugualmente.

Nella seconda fase vengono richiesti i dati personali tra i quali anche il codice fiscale con la possibilità di accedere ad una funzione grazie alla quale può essere calcolato automaticamente. L'avviso riguardante gli aspetti legali e' relegato in una finestrella, scomoda da consultare e faticosa da leggere a causa dello spazio ristretto in cui è inserita, con il risultato che spesso questo passaggio viene saltato senza neanche essere visionato.

The image shows a registration form with several input fields. A red oval highlights a small popup window containing legal text. Another red oval highlights the 'Codice Fiscale' field. A red line connects the popup window to a separate text box on the right.

Informativa ai sensi del D. Lgs. n. 196/2003 (Codice in materia di protezione dei dati personali)

Ai sensi dell'art. 13 del D.Lgs. n. 196/2003 (ex art. 10 della legge n. 675/96), ti informiamo che i dati personali da te

Nome

Cognome

Codice Fiscale

Calcola Codice Fiscale

Username

E-mail

Per registrarti a Vodafone Mail, la nuova casella di posta di Vodafone che ti permette di accedere a tutte le tue e-mail anche dal telefono cellulare, clicca qui.

Password

Conferma Password

Numero di telefono

Manifestazione di consenso

La finestra dedicate all'informazione sugli aspetti legali è piccola e scomoda da consultare

Particolarmente irritante risulta l'opzione riguardante la manifestazione di consenso al trattamento dei dati personali. Infatti la possibilità di dare il proprio assenso farebbe presupporre il libero accesso al sito indipendentemente dalla scelta operata ma in realtà questo non è possibile, come viene infatti specificato subito dopo.

Non sono rari i casi in cui alcuni siti impediscano l'accesso se non si acconsente al trattamento dei propri dati, ma perlomeno non lasciano dubbi sulla questione non fornendo altre possibilità.

Nel nostro caso invece la scelta fra "Accetto" e "Non accetto" risulta ingannevole poiché da l'impressione di poter continuare normalmente la registrazione nonostante l'eventuale decisione negativa.

Manifestazione di consenso

Preso atto dell'Informativa fornita da Vodafone: do il consenso al trattamento dei dati personali, compresi i dati di traffico e fatturazione, per le finalità funzionali alla vostra attività quali ricerche di mercato, analisi economiche e statistiche, commercializzazione anche dei prodotti e servizi della sezione shop del sito www.190.it, invio di materiale pubblicitario/informativo/promozionale e di aggiornamenti su iniziative ed offerte volte a premiare i Clienti. Tali attività potranno riguardare prodotti e servizi della vostra Società nonché di società del Gruppo Vodafone o di loro Partners commerciali e potranno essere eseguite anche attraverso un sistema automatizzato di chiamata, senza l'intervento di un operatore, posta anche elettronica, telefax e messaggi di tipo MMS (Multimedia Message Service) e SMS (Short Message Service) che potrà ricevere sull'utenza che sto registrando al sito.

AUTORIZZO **NON AUTORIZZO**

Prendo atto che proseguendo con la registrazione consento il trattamento dei miei dati personali per le finalità strettamente necessarie alla fruizione dei servizi richiesti (di cui al punto 1 dell'informativa), consapevole che in mancanza di tale consenso non potrò registrarmi ed usufruire dei relativi servizi e che l'eventuale ordine di acquisto all'interno della sezione Shop del sito www.190.it non potrà essere eseguito.

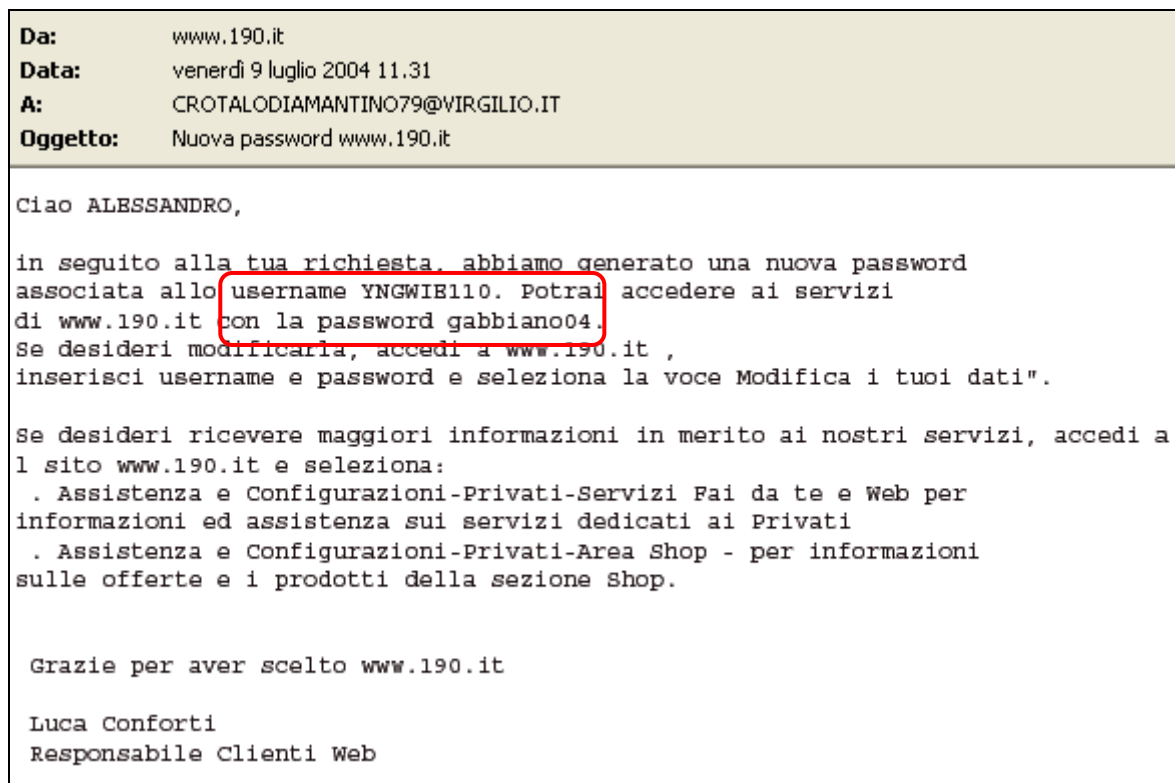
<< INDISTRO **>> AVANTI**

Non ha senso la possibilità di scegliere "Non accetto" se poi viene impedita la registrazione

I passi successivi della registrazione richiedono nuovamente dati già inseriti poco prima, quali nome il codice fiscale e altro, generando malumore nell'utente che non trova certo divertente passare il proprio tempo continuando a compilare moduli inutili e per giunta ripetitivi.

Un'ulteriore complicazione è data dal sistema ideato per fornire al nuovo abbonato la password e lo username: la prima è inviata tramite un e-mail e il secondo per mezzo di un sms.

Questo meccanismo complicato e dispersivo potrebbe essere accettato in un'ottica tesa a tutelare la privacy dell'utente, ma allora che senso ha ribadire lo username nella mail in cui viene allegata la password ?



Alla fine della registrazione vengono presentate, sotto forma di banner altri due servizi a cui abbonarsi. Logica vorrebbe che, essendo sezioni differenti dalla precedente, prima di poterle attivare sia possibile accedere ad una pagina contenente le relative informazioni sul tipo di servizio fornito.

Sorprendentemente invece, appena si clicca sul banner (nel caso di chi scrive era Vodafone One), si risulta automaticamente iscritti senza che venga data alcuna possibilità di scelta.

Questo è un aspetto particolarmente irritante perché può essere percepito come una mancanza di rispetto nei confronti dell'utente e allontana altri possibili clienti che non vogliono correre il rischio di trovarsi iscritti a promozioni che non desiderano.

Una volta registrati è possibile accedere a tutti i servizi forniti dal sito e noi abbiamo deciso di visionare due fra quelli che riteniamo essere i più utilizzati in assoluto: la ricarica on-line e la scelta del profilo telefonico personalizzato.

La prima operazione è accessibile da ogni pagina del sito, a conferma del suo utilizzo frequente, e come prima cosa chiede l'inserimento del numero di telefono che si desidera ricaricare e una successiva conferma.

In seguito vengono chiesti una serie di dati personali tra i quali molti erano già stati inseriti durante la registrazione e nonostante l'avviso che non saranno più richiesti, il tutto appare come un inutile perdita di tempo in quanto le informazioni già inserite potrebbero essere riutilizzate permettendo di procedere più rapidamente e minimizzando gli errori dell'utente.

Sono disponibili tre forme di pagamento: carta di credito, via web e bonifico bancario. Abbiamo provato a pagare con la carta di credito e, oltre a dover reinserire per l'ennesima volta i propri dati personali, siamo rimasti davvero delusi nel constatare che, nonostante tutte le operazioni siano andate a buon fine, sul telefono utilizzato non era avvenuta nessuna ricarica. Alla fine ci siamo rivolti al servizio di assistenza telefonica dove ci è stato assicurato che il problema sarebbe stato risolto al più presto. Nonostante la gentilezza dell'operatore rimane un forte scontento e la delusione per aver sprecato molto tempo su un servizio che se solo avesse funzionato correttamente sarebbe risultato davvero un aiuto prezioso dato che avrebbe evitato lunghe attese al telefono e le quasi sempre inevitabili discussioni col centralinista di turno.

Nello scegliere il profilo telefonico personalizzato si deve affrontare un iter lungo e noioso in cui vengono richieste la media delle telefonate e la percentuale secondo cui queste sono distribuite nell'arco delle 24 ore, tutto ciò risulta faticoso e difficile poiché nessun utente, escludendo casi specifici, saprebbe fornire questo tipo di dati.

Nell'ultima pagina viene richiesto di scegliere la frequenza con cui si chiama una data tipologia di telefono, eppure il menu a tendina adibito alla scelta è vuoto, cosicché viene visualizzato un messaggio di errore e non si può più proseguire.

Ci sono dei numeri che chiami piu' spesso?

Sì
 No

Se sì, quali sono?

Primo Numero	Cellulare Vodafone
Frequenze chiamate effettuate	scegli...
Secondo Numero	are
Frequenze chiamate effettuate	
Terzo Numero	rete Fissa
Frequenze chiamate effettuate	scegli...

3 di 3

Com'è possibile inserire il dato richiesto se la finestra coi dati risulta vuota?

Nell'ambito generale in caso di mancato inserimento di un dato o di errori nell'inserimento dello stesso viene visualizzata una finestrella che specifica lo sbaglio commesso direttamente sulla pagina in uso, in modo da inserire tutti i dati prima di proseguire o di modificare esclusivamente il campo errato senza ricominciare tutto daccapo.

Non si sono verificate cadute di sistema durante il periodo di visione però è stata frequentemente riscontrata una non specificata scadenza della sessione di lavoro che impedisce di proseguire l'esplorazione del sito a meno che non si ritorni alla home page.

È presente un motore di ricerca strutturato in maniera molto semplice in quanto consiste in una sola barra in cui inserire la parola desiderata. La pagina dei risultati presenta i link relativi alla ricerca tramite una percentuale di rilevanza di cui non è dato sapere il criterio secondo il quale è organizzata in quanto digitando, ad esempio, la parola "tariffe" (intendendo l'elenco dei prezzi degli abbonamenti) viene visualizzato al primo posto un link che rimanda a una pagina dedicata ad una promozione in concomitanza con una società di polizze assicurative..

Testo ricercato: tariffe

Risultati ottenuti: 65

Pagina Indietro 1 2 3 4 5 Pagina Avanti

1. Vodafone One - privati : Genialloyd Le tue polizze da oggi vincono punti (rilevanza: 100%, ultima modifica: 02/27/04 12:51:49)
2. Piani, Tariffe e Promozioni - privati : tour data (rilevanza: 100%, ultima modifica: 07/10/03 10:48:18)
3. Servizi - aziende : Video&Audio Fun&Music (rilevanza: 100%, ultima modifica: 05/24/04 17:17:52)
4. Esteri - privati : hp tariffe Ricaricabile (rilevanza: 100%, ultima modifica: 01/27/04 12:06:35)
5. Servizi - aziende : Audio & Video (rilevanza: 100%, ultima modifica: 05/24/04 17:16:30)
6. Piani, Tariffe e Promozioni - aziende : Vodafone RAM Fissa (rilevanza: 100%, ultima modifica: 04/23/04 19:48:05)
7. Esteri - aziende : Abbonamenti Tariffe All'estero (rilevanza: 100%, ultima modifica: 06/18/04 18:07:39)

Esiste la possibilità di comunicare col sito ma anch'essa come gli altri servizi e' molto complessa e dispersiva.

Non esiste un link ad un indirizzo specifico di posta, bensì bisogna accedere alla sezione Assistenza e Configurazioni e da lì selezionare se si vuole entrare come privati o come azienda. Fatto ciò bisogna scegliere ulteriormente che categoria di servizio si desidera (ad esempio Servizi Voce) e ancora decidere tramite un menu a tendina l'argomento che più ci interessa. Dopo questo penoso e lungo iter finalmente si apre una schermata in cui digitare il proprio messaggio.

Le altre categorie presentano più o meno una struttura simile e richiedono comunque due o tre pagine di navigazione prima di accedere alla pagina dedicata alla comunicazione diretta col sito.

Inutile sottolineare come tutto questo macchinoso sistema, oltre a complicare inutilmente la navigazione, scoraggi e innervosisca l'utente inducendolo a commettere errori e allontanandolo dal suo obiettivo principale: comunicare direttamente col sito.

Sintesi:

Punti di forza:

Buona gestione degli errori

Punti di debolezza:

Pessima gestione dei dati inseriti

Pessima presentazione delle informazioni legali

La gestione dei servizi forniti e' complicata, dispersiva e di difficile assimilazione

Alcuni servizi non funzionano in maniera adeguata

Motore di ricerca superficiale e dispersivo

3.4. CONTENUTO

Valutazione: 2/4

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

Analisi:

Appare subito chiaro dalla home page che l'informazione è organizzata secondo categorie di utenti, una scelta particolarmente indovinata soprattutto considerata la vastità del sito e la grande quantità di informazioni in esso contenute: in questo modo si può, sin dal primo accesso, scartare una grande parte di notizie e contenuti che non interessano permettendo così un notevole risparmio di tempo.

In ognuna delle due sezioni in cui la home è divisa (Aziendale e Privati) si nota un ulteriore livello di riorganizzazione che segue un criterio che potremmo definire "emozionale" ossia vengono presentati i link e le informazioni che si ritiene possano risultare più interessanti per gli utenti.

Purtroppo molti link che all'apparenza sembrerebbero fornire servizi e informazioni riguardanti argomenti che esulano dal campo della telefonia mobile (il Festivalbar o il tour di Vasco Rossi) in realtà conducono a sezioni tramite le quali attivare servizi che informano sugli argomenti trattati ma solo tramite sms o mms.

In pratica sono tutte sezioni create per promuovere ulteriori servizi ma che non forniscono alcuna notizia effettiva sugli argomenti annunciati.


Concorso "Sul palco con Vasco"

Diventa protagonista dei suoi concerti insieme a lui e vinci pass per il back stage e telefoni Vodafone live!

Invia i tuoi MMS e SMS a Vasco: i messaggi più belli saranno pubblicati sul nostro sito e visualizzati sui maxischermi durante i concerti del Tour!

Clicca qui per guardare i messaggi più belli inviati finora!


E se sei Cliente Vodafone scopri inoltre come vincere 5 pass per 2 persone per il back stage e 50 telefoni Vodafone live!



MMS VASCO

Con MMS VASCO potrai seguire il tour di Vasco per tutta l'estate e ricevere in esclusiva le migliori immagini dopo ogni concerto.

▶ [per saperne di più](#)



Avvisi Video

Scegli di ricevere gli avvisi via SMS per non perdere il meglio dei Video di VASCO in Tour.

▶ [Attiva il servizio](#)

In questa sezione non ci sono informazioni relative a Vasco Rossi ma solo promozioni per nuovi servizi

Data l'immensa quantità di informazioni contenuta nel sito è lecito aspettarsi un'organizzazione precisa e chiara di queste ultime ed in parte è proprio ciò che avviene: tutte le notizie sono raccolte in microsezioni appositamente dedicate con informazioni brevi e sintetiche anche se non sempre molto chiare.

Peccato che questa particolare gestione dell'informazione che per alcuni aspetti può essere il punto di forza del sito, sotto altri punti di vista rappresenta un grosso ostacolo per la buona consultazione delle informazioni desiderate.

Infatti tutto il sito e' afflitto da un'eccessiva frammentazione delle notizie più specifiche ad ognuna delle quali e' dedicata una pagina apposita creando così un immenso labirinto di link e pagine che confondono e distraggono l'utente dai suoi obiettivi e dalle quali risulta molto difficile districarsi. Tale situazione è ulteriormente penalizzata anche da diverse lacune dell'architettura già elencate nella sezione ad essa dedicata: la mappa non e' completa e il breadcrumb sono quasi del tutto inutili.

Servizi

▼ **Gestione Chiamate**

- ▶ Servizi base
- ▶ Servizi Vodafone
- ▶ SMS
- ▶ MMS
- ▶ Videochiamata
- ▶ Vodafone live!
- ▶ Servizi di pagamento
- ▶ Vodafone Mail
- ▶ GPRS, Internet Mobile e Wap
- ▶ UMTS
- ▶ Video
- ▶ Sport
- ▶ Giochi
- ▶ Loghi&Suonerie

Gestione Chiamate

Scopri i servizi pensati per te per renderti autonomo nella gestione delle tue chiamate: attiva, modifica o disattiva alcune funzioni relative alle chiamate effettuate col tuo cellulare.

Servizi Base

Servizi Vodafone

- [Avviso di chiamata](#)
- [Chiamata in attesa](#)
- [Segreteria Telefonica](#)
- [Messaggio di cambio numero](#)
- [Chiamate Internazionali via Internet](#)
- [Conference Call](#)
- [Trasferimento delle chiamate](#)
- [Infoconto per Abbonamenti](#)
- [Dettaglio Chiamate per Abbonamenti](#)
- [Visualizzazione del numero chiamante](#)
- [Visualizzazione del proprio numero](#)
- [Esclusione delle chiamate](#)
- [Dettaglio Chiamate per Ricaricabili](#)
- [Traffico Disponibile per Ricaricabili](#)
- [Recall su spento o non raggiungibile](#)
- [Recall su occupato](#)
- [Multiparty](#)
- [Chiamami](#)
- [*111* for me](#)
- [Dieci Più](#)

Tutti questi link non essendo segnalati nel menu a sinistra creano molta dispersione e confondono l'utente

Il labelling delle varie sezioni risulta molto spesso inadeguato, specialmente per le sezioni che esulano dal campo della telefonia mobile, come ad esempio Sport o Tempo libero. Queste aree infatti sono adibite alla promozione di servizi telefonici riguardanti l'argomento trattato (tipo l'invio di sms riguardanti i risultati delle partite di calcio) eppure questa particolarità non è segnata da nessuna parte e ciò lascia credere che queste pagine informino effettivamente sul calcio o diano consigli su come passare il proprio tempo libero.

The screenshot shows the Vodafone website interface. At the top, there is a red navigation bar with the Vodafone logo and links for HOME 190, MAPPA, FAQ, ASSISTENZA E CONFIGURAZIONI, and WWW.VODAFONE.IT. Below this is a secondary menu with categories like 'Fai da te', 'Piani, Tariffe e Promozioni', 'Servizi', 'All'Estero', 'Shop', and 'Vodafone One'. A search bar and login fields are also present.

The main content area is titled 'Home 190 > Servizi Privati'. On the left, there is a sidebar menu with categories: Servizi, Video, Sport, Giochi, Loghi & Suonerie, Tempo Libero, Community, News e Finanza, In giro, My Gallery, and Assistenza Telefoni. The 'Sport' category is highlighted with a red box. The main content area features several sport-related sections: 'Sport' (with a mobile phone icon), 'Ciclismo', 'Calcio', 'Formula 1', 'Motomondiale', and 'Basket'. Each section includes a brief description of the service and a link to 'Scopri tutti i Servizi!'. On the right side, there are promotional banners for 'Ricarica qui!', 'SMS Card Più', 'Con Telericarica Più', 'Entra in mVillage', and '50 Punti extra con...'. At the bottom, there is a footer with 'Privacy Policy' and 'Copyright 2002 © Vodafone Omnitel N.V.'.

Alcune label poco chiare: qual è il vero contenuto di queste pagine ?

Nonostante le difficoltà generate dall'abuso di link e dalla mancanza di chiarezza di molti label, una volta raggiunta la sezione desiderata si nota con piacere che le notizie fornite sono nel complesso pertinenti e affidabili oltre ad essere espresse in un linguaggio breve e conciso anche se un po' troppo sensazionalistico.

In definitiva ci troviamo di fronte a una situazione che poteva, e doveva, essere uno dei punti di forza del sito e che invece rimane penalizzata dalla pessima gestione che rende i contenuti difficili da raggiungere soprattutto a causa della cattiva realizzazione degli strumenti di navigazione.

Tutto il sito è completamente in italiano e, benché esistano diverse versioni in varie lingue del sito principale Vodafone.com, mancano del tutto adattamenti alternativi per eventuali utenti di altre nazionalità.

Sintesi:

Punti di forza:

Stile chiaro e immediato

Contenuti completi e chiari

Punti di debolezza:

Eccessiva frammentazione dell'informazione

Il labelling risulta spesso poco chiaro

Link eccessivi e ridondanti

Il sito è esclusivamente in italiano

3.5. GESTIONE

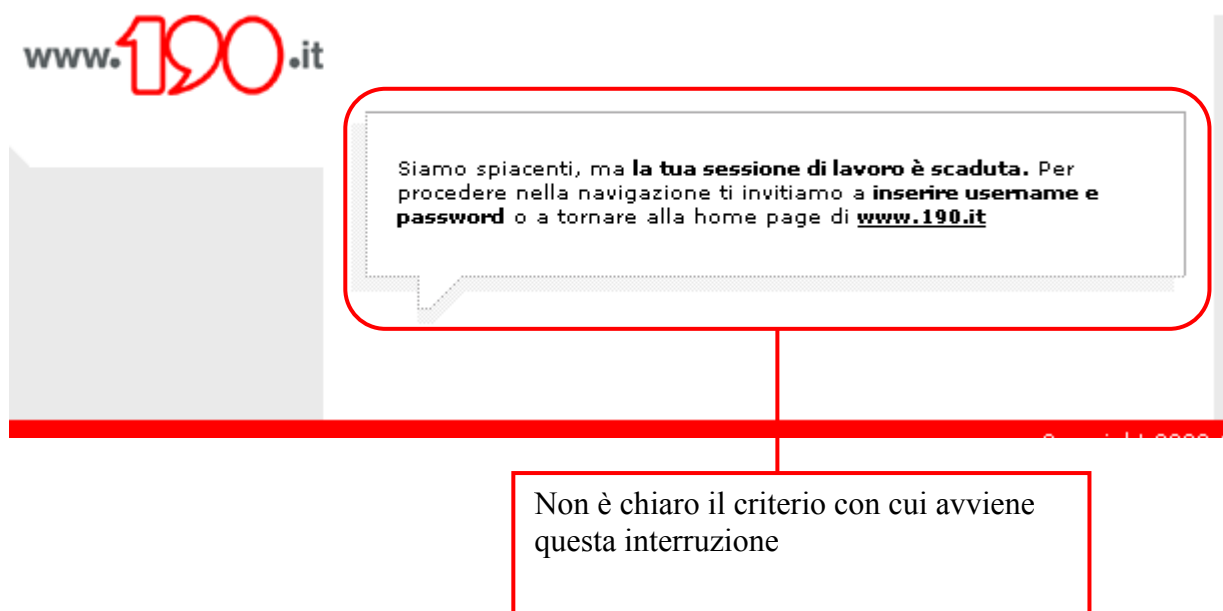
Valutazione: 3/4

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

Analisi:

Durante il periodo di analisi non si sono mai verificati crolli nel sistema, il sito e' sempre rimasto attivo ed efficiente senza mai mostrare pagine interrotte o in costruzione.

L'unico inconveniente registrato durante lo svolgimento del check-up e' stato la scadenza della sessione di lavoro che avviene senza un apparente logica o senza un periodo di tempo costante: in questo caso e' obbligatorio effettuare nuovamente la log-in e tornare alla home page.



Nonostante le complicazioni che si incontrano nel tentativo di comunicare coi gestori del sito in esame, descritte nella parte dedicata alla funzionalità, una volta inviata la propria richiesta la risposta e' veloce (a noi e' arrivata il giorno dopo l'invio della domanda) ed esauriente. Inoltre si rivolge all'utente in maniera gentile ed educata, senza essere troppo fredda e formale. Tutto ciò e' indice di una volontà da parte di chi gestisce il sito tesa a istaurare il miglior rapporto possibile con gli utenti basandolo sulla cortesia ed il rispetto.

Specifica meglio le tue richieste con un commento

Argomento selezionato: Informazioni Piani telefonici

Tipologia servizi scelti: Abbonamenti

Servizio scelto: Italy New

Spazio per il commento * (max 255 caratteri)

Vorrei avere informazioni sul servizio Italy New

Da: <190.servizioclienti@mail.vodafone.it>
Inviato: Giovedì 8/07/2004 10:28:28
A: <CROTALODIAMANTINO79@VIRGILIO.IT>
Cc:
Oggetto: Re: Informazioni Piani telefonici - 11:32:47 07/07/2004

La risposta del gestore e' rapida

**** 190 - SERVIZIO CLIENTI VODAFONE ****

Gentile Cliente,
 di seguito trovera' le informazioni da lei espressamente richieste relative al piano telefonico Italy New .

Italy New e' il nuovo piano Ricaricabile di Vodafone Omnitel che le consente di effettuare chiamate nazionali, tutti i giorni, 24 ore su 24, al costo di 10 cent al minuto (IVA inclusa), verso tutti i numeri nazionali di rete fissa, i Clienti Vodafone Omnitel, i trasferimenti di chiamata verso i Clienti Vodafone Omnitel e i numeri di rete fissa.

Tutte le altre chiamate nazionali hanno un costo di 40 cent al minuto (IVA inclusa).
 Le chiamate internazionali dall'Italia verso Europa, USA, Canada costano 50 cent al minuto (IVA inclusa).

Le chiamate per l'ascolto della Segreteria telefonica (42020) hanno un costo di 15 cent al minuto (IVA inclusa).

Tutte le chiamate sono tariffate sugli effettivi secondi di conversazione arrotondando le frazioni per eccesso al secondo intero successivo.

Per ogni telefonata effettuata vengono addebitati 15 cent alla risposta (IVA inclusa).

Il costo per l'invio dall'Italia di Brevi Messaggi di Testo (SMS) e' di 15 cent (IVA inclusa) per ogni

Il contenuto e' preciso ed esauriente

Non viene indicata da nessuna parte la frequenza con cui viene aggiornato il sito ma in base ad un'osservazione approfondita si può intuire che ciò accada piuttosto frequentemente in quanto i piani tariffari proposti sono fra i più recenti e i link riportati nella home fanno riferimento a eventi attuali quali, ad esempio, gli sconti sui cellulari o il tour di Vasco Rossi.

Per quanto riguarda la quantità degli accessi siamo costretti a fare un discorso analogo all'aggiornamento: non è possibile determinare direttamente la frequenza perché non è presente un contatore e l'unico dato che possiamo segnalare è puramente indicativo: essendo Vodafone un marchio famoso e leader nell'ambito della telefonia si suppone che il numero degli iscritti e di chi vi accede giornalmente sia molto elevato.

Sintesi:Punti di forza:

Il sito non ha cadute di sistema

Non sono presenti pagine “under construction”

Risposte ai messaggi degli utenti rapide e complete

Punti di debolezza:

Scadenza senza logica della sessione di lavoro

Non e' possibile determinare con esattezza il periodo di aggiornamento del sito

Non e' possibile determinare con esattezza la frequenza e il numero degli accessi

3.6. ACCESSIBILITÀ

Valutazione: 2/4

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

Analisi:

I tempi d'accesso risultano buoni su una linea veloce, ad esempio Fastweb, ma aumentano drasticamente passando a un adsl, per diventare eccessivi su un modem a 56 kbps.

Particolarmente lunghi, anche sulle linee veloci, si sono rivelati i tempi di caricamento delle pagine del motore di ricerca le quali richiedono in media un tempo superiore ai 20 sec.

Tipo di collegamento	1 – 10 sec	10 - 20 sec	Oltre 20 sec
Modem a 56 Kbps			X
ADSL (640 Kbps)		X	
ADSL (1200 Kbps)	X		

Per quanto riguarda l'accessibilità' abbiamo provato a cercare il sito con le parole “190.it Vodafone” sui seguenti motori di ricerca: “Google”, “Virgilio”, “SuperEva”, “Yahoo!”.



Web Immagini Gruppi Directory News Novità

190.it Vodafone

Cerca

Ricerca Preferenze

Cerca nel Web Cerca solo le pagine in Italiano

Web

Vodafone - www.190.it

Aiuto, Registrati qui, Ricerca qui. www.190.it, Vodafone Mail SMS MMS Scegli.

www.190.it, ...

www.190.it/190/trilogy/jsp/homePage.do?tabName=HOME+190&ty_skip_md=true - 62k - [Copia cache](#) - [Copia cache](#)

Vodafone - www.190.it

www.190.it/190/lsch/regu/ty_l_reguREMINDER.jsp - 2k - [Copia cache](#) - [Copia cache](#) - [Copia cache](#)

[[Altri risultati in www.190.it](#)]

Omnipay

... in totale sicurezza e comodità sulla sezione Shop www.190.it e sui siti ... creato dall'Istituto Centrale delle Banche Popolari in collaborazione con **Vodafone**. ...

www.omnipay.190.it/ - 13k - [Copia cache](#) - [Copia cache](#) - [Copia cache](#)

Vodafone

... Con **Vodafone** Mail potrai accedere alla propria casella di posta direttamente da www.190.it, dove avrai a disposizione anche una utile Agenda ed una Rubrica ...

lavori.vodafone.it/courtesy_standard_imb.html - 4k - [Copia cache](#) - [Copia cache](#) - [Copia cache](#)

190.it Mail - 190.it



cosa

190.it Vodafone

Trova

Opzioni

- Protezione fam
- Virgilio Toolba

Cerca nel Web Cerca solo nelle pagine in Italiano

cerca in

Siti

Aziende

Prodotti

Persone

Ne

Trovati 39.304 risultati per 190.it Vodafone in Siti.

- [TELEFONINO.NET - Il 190 di Vodafone Italia per la 'Fabbrica del ...](#) [apri in una nuova finestra]

Notizie, Il 190 di Vodafone Italia per la 'Fabbrica del Sorriso'. 8
Ottobre 2003. Lodevole iniziativa da parte di Vodafone Italia, che ...
<http://www.telefonino.net/cgi-bin/news.asp?n=9457>

Vodafone - www.190.it [apri in una nuova finestra]

Aiuto, Registrati qui, Ricerca qui. www.190.it, Vodafone Mail SMS MMS Scegli.

www.190.it, ...

http://www.190.it/190/trilogy/jsp/homePage.do?tabName=HOME+190&ty_skip_md=true

- [Vodafone - \[www.190.it\]\(http://www.190.it\)](#) [apri in una nuova finestra]

http://www.190.it/190/lsch/regu/ty_l_reguREMINDER.jsp



Ricerca

Sei qui: [superEva](#) > [Search](#) > Risultati ricerca

Siti Immagini Video Audio Download

Cerca nella Directory in Italia nel Mondo

RISULTATI DELLA RICERCA per "190.it Vodafone" in Italia. Risultati 1-10 di circa 1800.

- Vodafone - [www.190.it](#)**
... Aiuto, Registrati qui, Ricerca qui. [www.190.it](#), **Vodafone** Mail SMS MMS Scegli.
[www.190.it](#), ...
[www.190.it/190/trilogy/jsp/homePage.do?tabName=HOME+190&ty_skip_md=tr...](#)
[[Aggiungi ai tuoi link](#)]
- Vodafone - [www.190.it](#)**
[www.190.it/190/sch/regufty_j_reguREMINDER.jsp](#)
[[Aggiungi ai tuoi link](#)]
- Omnipay**
... in totale sicurezza e comodità sulla sezione Shop [www.190.it](#) e sui siti ... creato dall'Istituto Centrale delle Banche Popolari in collaborazione con **Vodafone**. ...
[www.omnipay.190.it/](#)
[[Aggiungi ai tuoi link](#)]

YAHOO! search Yahoo! Se

[Test drive our beta design](#)

Web [Images](#) [Directory](#) [Yellow Pages](#) [News](#) [Products](#)

TOP 20 WEB RESULTS out of about 20,800 Search took 0.189 seconds. ([What's this?](#))

- Vodafone - [www.190.it](#)** - Translate this page
Promozioni e Novita' Carte Ricaricabili. Abbonamenti. Opzioni Tariffarie. SIM **Vodafone**. Scegli il t dei servizi. Home **190** > Piani, Tariffe e Promozioni Privati ... mese intero! Con **Vodafone** Free Ro: operatori partner **Vodafone** con il ...
[www.makeashorterlink.com/?U27F25715 - 60k - Cached](#)
- omnitel** - Translate this page
[www.190.it/ - 207 - Cached - More pages from this site](#)
- Vodafone - [www.190.it](#)** - Translate this page
... MMS. Videochiamata. **Vodafone** live! MMS&mail ... Home **190** > Servizi Privati. **Vodafone** live colori ... nell'area Fun&music di **Vodafone** live! e scopri tutto ...
[www.areaprivati.190.it/190/trilogy/jsp/channelView.do?pageTypeId=9609&ty_key=pri_serv_vlive&tk:](#)
More pages from this site
- Vodafone - [www.190.it](#)** - Translate this page
Controllo Costi. Gestione Chiamate. Videochiamata. Soluzioni di Messaggistica. MultiMessenger. SMS. Corporate Mobile Solutions. **Vodafone** Mobile Connect Card. Wireless Lan. BlackBerry. **Vc**

Per tutti e quattro i motori di ricerca abbiamo ottenuto risultati soddisfacenti riscontrando che il link al sito si colloca sempre al primo o al secondo posto a conferma della grande fama che riscontra il marchio Vodafone.

Unica particolarità da segnalare riguarda Yahoo! che pur ponendo il sito al secondo posto nell'elenco della pagina non è chiaro il perché lo segnali con la voce Omnitel anziché con le parole usate per la ricerca le quali, invece sono evidenti nella prima posizione la quale però si riferisce ad un altro sito.

La netta prevalenza del colore rosso può essere d'ostacolo a eventuali utenti daltonici soprattutto se si associa questo fatto ai font troppo piccoli e non particolarmente evidenziati rispetto allo sfondo. Il vero problema rimane comunque l'architettura: è troppo complessa e intricata per chiunque abbia difficoltà visive o qualche handicap mentale.

I moduli da riempire sono lunghi e difficili da gestire e un utente anziano potrebbe facilmente confondersi e sentirsi presto scoraggiato e deluso.

Sintesi:

Punti di forza:

Ottima reperibilità

Punti di debolezza:

Il sito risulta lento da caricare, in special modo le pagine del motore di ricerca, anche con linee ad alta frequenza.

Non è utilizzabile da persone disabili.

3.7. USABILITÀ

Valutazione: 1/4

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

Analisi:

Basandoci sui risultati ottenuti dal test atto a valutare l'usabilità del sito 190.it di Vodafone (descritto in dettaglio nella sezione apposita) siamo giunti a conclusioni poco confortanti: il successo delle transizioni è fortemente compromesso dalla complessità con cui queste sono implementate, esse appaiono difficoltose, complicate e difficili da gestire.

Fintanto che ci si limita ad una semplice ricerca di qualche informazione i tempi di svolgimento delle operazioni sono ancora accettabili (anche se parzialmente compromessi dai numerosi e poco chiari link sparsi dappertutto) e gli utenti si rivelano tutto sommato soddisfatti poiché la qualità delle informazioni compensa il tempo perso a cercarle.

I grossi difetti si riscontrano quando si effettuano transizioni più complesse quali la registrazione, contro la quale molti utenti si trovano spiazzati e atterriti, la creazione del proprio piano telefonico personalizzato e, in generale, in tutte quelle operazioni che richiedono l'inserimento di dati personali.

I tempi impiegati aumentano considerevolmente mentre il tasso di successo e, conseguentemente, la soddisfazione dell'utente calano molto rapidamente.

Sintesi:Punti di forza:

La ricerca delle pagine risulta appena sufficiente

Punti di debolezza:

Pessima gestione dei dati immessi

Transizioni complesse e lunghe

3.8. SINTESI

I seguenti grafici riassumono sinteticamente le caratteristiche principali e le sottocaratteristiche prese in esame durante la valutazione del sito 190.it

Risulta chiaro che la caratteristica migliore del sito si rivela essere la Comunicazione grazie soprattutto a un'ottima Brand Image.

Purtroppo sono molto penalizzate l'architettura e l'usabilità che si rivelano inadatte alla gestione di un sito complesso e ricco di notizie come quello analizzato.

Valutazione delle macrocaratteristiche

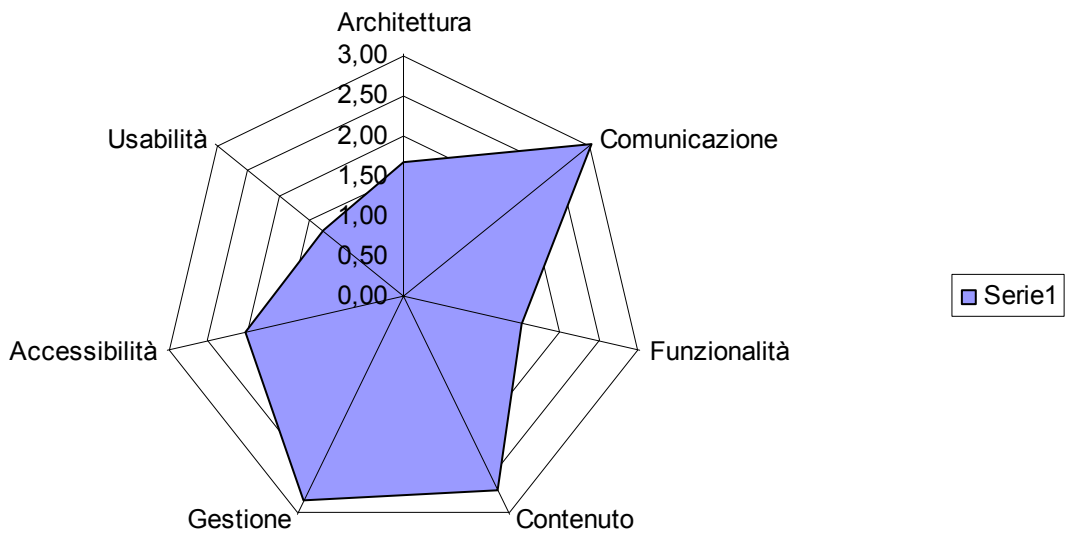
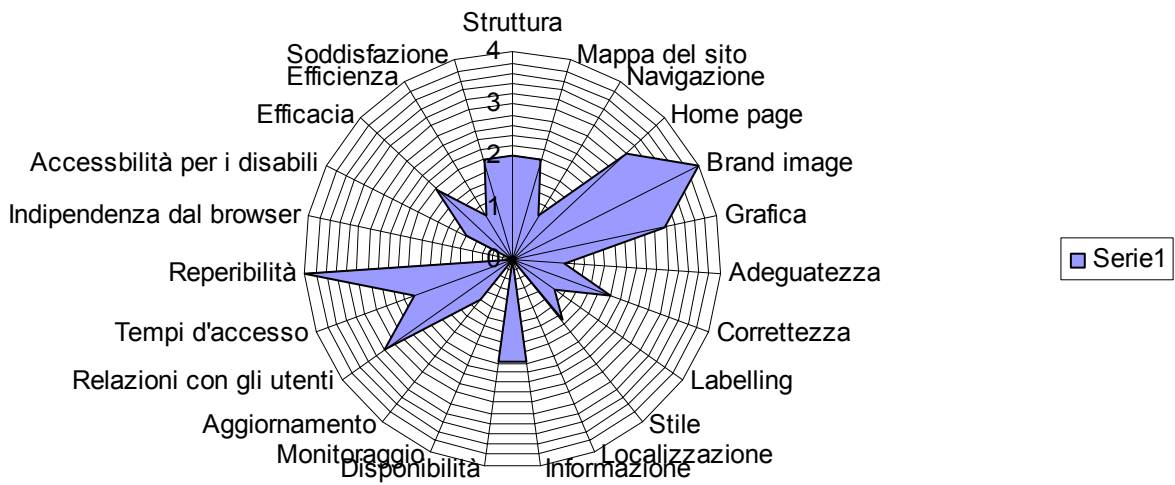


Grafico delle sottogatteristiche



Punti di forza:

Molto buoni i contenuti
Grande comunicatività
Reperibilità elevata
Brand image perfetta

Punti di debolezza:

Usabilità e architettura pessime
Impossibile da usare per gli utenti disabili

4. RACCOMANDAZIONI FINALI

Priorità 1: Interventi indispensabili e urgenti

- Semplificare e riordinare la struttura del sito
- Semplificare i moduli delle transizioni
- Gestire in maniera più intelligente i dati forniti dagli utenti in maniera tale di doverli reinserire
- Migliorare la barra di navigazione secondaria

Priorità 2: Interventi consigliati ma meno urgente

- Migliorare il motore di ricerca rendendolo più veloce e selettivo
- Eliminare tutti i link inutili
- Completare e migliorare la mappa del sito

Priorità 3: Interventi auspicati

- Aumentare le dimensioni delle font
- Adottare uno stile di comunicazione più conciso

ALLEGATO: DESCRIZIONE DEL TEST DI USABILITÀ

a. OBIETTIVI DEL TEST

Al test di usabilità hanno preso parte cinque utenti di età compresa fra i 20 e i 24 anni. Tutti hanno dichiarato di avere una buona conoscenza del web e dei suoi meccanismi e, ad eccezione di un unico partecipante, gli altri hanno affermato di aver già avuto esperienze con siti simili e in ogni caso tutti conoscevano e avevano già interagito con quello preso in esame. I compiti svolti dalle persone che hanno partecipato al test miravano a riprodurre un contesto d'uso familiare a un utente privato che, possedendo un cellulare, desidera effettuare le transizioni più comuni comodamente dal proprio pc evitando così di dover chiamare il call-center dell'azienda col rischio di andare in contro agli snervati tempi d'attesa e alle frequenti discussioni con il centralinista di turno.

Inizialmente erano previste cinque prove che rispettassero il più fedelmente possibile le transizioni abituali di un utente di telefonia mobile:

- Registrazione (obbligatoria per accedere a molti servizi)
- Verifica del proprio saldo telefonico
- Creare il proprio piano telefonico
- Cercare le informazioni riguardanti una particolare tariffa telefonica (nel nostro caso era "You for Me")
- Cercare le informazioni riguardanti uno specifico modello di telefonino (il Motorola V525)

Durante lo svolgimento del test ci siamo accorti che molti candidati erano già iscritti al sito, mentre alcuni preferivano rinunciare alla registrazione piuttosto che affrontare l'iter richiesto per completare l'iscrizione.

Per questi motivi abbiamo deciso di aggiungere due prove in più in modo da sopperire la mancata registrazione:

- Cercare le informazioni attinenti al servizio dedicato al calcio. Questo compito mirava a verificare la chiarezza delle label, ovvero se fornivano tutte le informazioni necessarie alla ricerca e alla comprensione dei contenuti di una data pagina. Per questo prima di iniziare veniva richiesto all'utente cosa si aspettasse di trovare nella sezione in esame e, successivamente, se i contenuti trovati fossero pertinenti alle aspettative.
- Quanto costa chiamare in un paese extraeuropeo (ad esempio la Thailandia)

b. METODOLOGIA USATA

Per quanto possibile si è cercato di mettere gli utenti a proprio agio specificando che le difficoltà che avrebbero eventualmente incontrato sarebbero state da attribuirsi esclusivamente a problemi inerenti il sito così come i risultati non avrebbero dato indicazioni sulle capacità dell'utente ma solo sui vari aspetti analizzati in questa relazione.

E' stata condotta una breve intervista prima di ogni test al fine di raccogliere le generalità degli utenti, la loro dimestichezza col web ed eventualmente la loro conoscenza del sito analizzato .

In un solo caso l'utente non aveva mai visto il sito così gli è stato permesso di visionarlo nella più completa libertà, per circa un minuto, in modo da permettergli di ottenere un minimo di confidenza al fine di simulare con più realismo una situazione quotidiana.

Infatti chi visita per la prima volta un sito di commercio elettronico difficilmente attuerà subito delle transizioni ma guarderà ed esplorerà brevemente le sue pagine per verificarne i contenuti e la complessità.

Proprio per simulare questo primo giro d'ispezione abbiamo lasciato completa libertà a chi non avesse mai visto il sito 190.it

In seguito è stato chiesto agli utenti di svolgere i compiti, di cui abbiamo già parlato, esprimendo le proprie idee e gli eventuali commenti ad alta voce cosicché fosse possibile prenderne nota, oltre a registrare i tempi d'esecuzione, allo scopo di formulare un'idea più completa delle impressioni riportate dell'utente in esame

Infine dopo aver portato a termine i compiti è stata condotta un'intervista per raccogliere nel modo più completo possibile le idee, i suggerimenti e le lamentele dei singoli partecipanti in modo da aiutarli a chiarire meglio le impressioni riscontrate poiché durante le prove spesso si dimenticavano di parlare a causa della concentrazione o dello stress che, per quanto minimo, inevitabilmente si genera durante un esame.

In media ogni utente ha richiesto un lasso di tempo compreso fra i trenta e i quaranta minuti per un periodo complessivo di circa due ore e quarantacinque minuti.

c. RISULTATI DEL TEST

Le impressioni comuni agli utenti che hanno partecipato al test di usabilità si sono dimostrate concordi a quanto già discusso finora: il sito appare confuso, con una struttura complicata e poco accessibile e alcune label, come quelle della barra di navigazione principale, risultano realizzate male e poco chiare.

Solo due utenti hanno usufruito del motore di ricerca quando i compiti richiesti ne ammettevano l'uso ed entrambi lo hanno trovato lento e poco chiaro nell'organizzare i risultati.

Come già accennato in precedenza la prima operazione, ovvero l'iscrizione al sito, è risultata essere la più complicata e lunga da eseguire a causa dei numerosi campi da riempire e dai frequenti errori che si verificavano durante la transizione.

Su cinque volontari solo due hanno dovuto eseguire la registrazione ed entrambi per prima cosa hanno evitato immediatamente di leggere le norme legali perché ritenute noiose e scomode da consultare.

L'impressioni che ne hanno ricavate sono molto simili fra loro infatti entrambi hanno affermato che il procedimento è lungo, noioso e spesso richiede informazioni inutili.

Il primo utente non possedeva una scheda sim della Vodafone ma poiché il sito prevede la registrazione anche per chi non ne è in possesso gli abbiamo chiesto di provare ugualmente ad iscriversi tramite l'apposito modulo. Il soggetto ha trovato difficoltà già nel cercare il link per accedere alla specifica sessione poiché è situato dopo una lunga trafila di avvisi sulla privacy che istintivamente era portato ad evitare col risultato di non vedere neanche il link utile alla transizione richiesta. Alla fine dopo circa sei minuti, sfiduciato e stanco, ha deciso di rinunciare all'iscrizione.

Il secondo utente è incappato in un paio di errori nel momento in cui ha dovuto inserire i dati di residenza tramite un menù a tendina per calcolare il codice fiscale, infatti poiché questa opzione è contenuta in una pagina differente da quella principale in cui si inseriscono le proprie informazioni, richiede nuovamente dati già immessi facilitando così la confusione e disorientandolo.

Alla fine il soggetto ha espresso un forte disappunto per la lunghezza dell'operazione, per l'obbligo di inserire più e più volte gli stessi dati e dopo circa dieci minuti ha preferito interrompere la registrazione.

Il secondo compito, la verifica del proprio saldo, si è rivelata essere la più semplice di tutte poiché le informazioni necessarie a raggiungere la pagina specifica si sono rivelate chiare e precise infatti cliccando dalla barra principale il link “Fai da te-privati” si accede ad una nuova pagina in cui sulla barra di navigazione secondaria e segnata chiaramente l’opzione per controllare il proprio credito.



www.190.it

Fai da Te
SELEZIONA LA TUA SIM
3473174359

- ▶ I tuoi dati personali
- ▶ La tua SIM
- ▶ Piano Telefonico, Servizi e Promozioni
- ▶ **Dettaglio Chiamate, Traffico Disponibile e Conto Telefonico**
- ▶ Dettaglio Chiamate
- ▶ Traffico Disponibile
- ▶ Traffico Utile con autoricarica
- ▶ Traffico utile a soglia
- ▶ Ricarica online

Home 190 > Fai da te Privati

Dettaglio Chiamate, Traffico Disponibile e Conto Telefonico

Dettaglio chiamate (es. Voce, SMS, GPRS, dati e fax)

Per controllare esattamente il Conto Telefonico, grazie ad un elenco completo e dettagliato di tutte le chiamate effettuate.

Dettaglio servizi (es. loghi, suonerie, giochi, MMS)

Per visualizzare online le informazioni relative ai servizi a pagamento che hai acquistato o utilizzato.

Traffico Disponibile

Puoi conoscere in ogni momento il traffico disponibile sulla tua carta Vodafone Ricaricabile.

Traffico Utile con Autoricarica

Ti permette di visualizzare il Traffico Utile accumulato e il valore del Traffico Omaggio su di esso calcolato.

Traffico Utile a Soglia

Ti permette di visualizzare il traffico promozionale da te maturato (effettuato o ricevuto) prima e/o dopo il raggiungimento di una soglia di traffico prevista.

Mediamente è stato necessario un lasso di tempo fra i 5 e i 10 secondi per eseguire l’operazione con l’eccezione di un unico caso in cui il quarto utente dopo un disorientamento iniziale (era entrato nella sezione “Piani, tariffe e promozioni”) è riuscito facilmente ad completare la transizione perdendo solo pochi secondi rispetto ai colleghi.

Creare il proprio profilo telefonico è apparso come il compito più complicato dopo la registrazione al sito.

Le difficoltà principali si sono manifestate, come accennato nella sezione relativa alla funzionalità, al momento della compilazione dei moduli che, oltre a richiedere dati già inseriti nella registrazione, necessitano della compilazione dei propri campi attraverso l’inserimento di dati sottoforma di percentuali che rappresentano le fasce in cui l’utente usa più o meno il cellulare.

Tutti gli utenti hanno espresso all’unanimità il proprio disappunto per quella che ritengono essere una procedura noiosa, complicata, inutile e snervante.

Fai da Te
SELEZIONA LA TUA SIM
3473174359

- I tuoi dati personali
- La tua SIM
- Piano Telefonico, Servizi e Promozioni
 - Piano telefonico
 - Scegli il tuo piano telefonico
 - Visualizza Servizi e Promozioni sulla tua SIM
 - Attiva Servizi e Promozioni
- Dettaglio Chiamate, Traffico Disponibile e Conto Telefonico
- Ricarica online
- Personalizza
- Loghi, Suonerie & Giochi
- Vodafone One
- Comunica con...
- Servizi di pagamento
- My Gallery

Scegli il tuo piano telefonico

Indica come si distribuiscono percentualmente le chiamate che effettui nel corso della giornata.

8.00-14.00	25%
14.00-18.00	25%
18.00-22.00	25%
22.00-8.00	25%
Totale %	100%

Utilizzi il cellulare anche nei Week End o nei festivi? In che percentuale sul traffico settimanale?

30%

Chi Chiami? Esprimi la ripartizione (in percentuale) delle tue chiamate.

Cellulari Vodafone	25%
Altri cellulari	25%
Rete Fissa	25%
Verso l'estero	25%
Totale %	

Dropdown menu for percentage selection:

- 0%
- 5%
- 10%
- 15%
- 20%
- 25%
- 30%
- 35%
- 40%
- 45%
- 50%
- 55%
- 60%
- 65%
- 70%
- 75%
- 80%
- 85%
- 90%
- 95%
- 100%

<< INDIETRO

PROSEGUI >>

Powered by .it

Copyright 2002 © Vodafone

Per l'utente l'inserimento dei dati sottoforma di percentuale risulta complicato e difficile da gestire

Sono state particolarmente interessanti le osservazioni del secondo utente che ha fatto notare l'illogicità del poter andare oltre il cento per cento nella compilazione di moduli (sarebbe come avere giornate di 25 o 26 ore !) e quelle del terzo utente il quale ha messo in rilievo come, complice la difficoltà dell'operazione e la lunghezza delle schede, spesso i dati possano venire falsati per terminare in fretta la trafila della compilazione con lo sgradevole risultato di avere un profilo telefonico sbagliato e spesso incompleto.

Mediamente il tempo impiegato per questa operazione è stato attorno ai 6-7 minuti.

La ricerca delle informazioni riguardanti la tariffa telefonica "You for Me", in cui consisteva il quarto compito proposto agli utenti, ha dato risultati concordanti con quanto affermato nella sezione dedicata all'architettura: tutti gli utenti hanno riscontrato grosse difficoltà nel trovare la pagina all'interno del sito perché si orientavano nella navigazione tramite la barra secondaria nella quale però non era segnata la tariffa richiesta.



Sorprendente si è rivelato il fatto che alcuni utenti, affidandosi completamente alla barra laterale, non guardassero nemmeno la pagina in cui erano giunti convinti giustamente che tutte le informazioni necessarie fossero contenute nella barra sinistra.

Il risultato di questa fiducia disattesa è stato che, pur arrivando nella pagina giusta, almeno tre persone non hanno notato le notizie riguardanti la tariffa cercata.

Il tempo medio d'accesso a questa zona del sito è stato di circa due minuti ma per il secondo utente i tempi si sono notevolmente dilatati poiché non trovando la pagina tramite la barra di navigazione principale si è rivolto prima al motore di ricerca e poi alla mappa del sito, ma entrambi i sistemi di ricerca hanno frustrato i suoi tentativi inducendolo, infine, a rinunciare alla ricerca.

Il quinto esercizio, pur essendo molto simile al precedente, si è rivelato più agevole da eseguire e consisteva nella ricerca di un cellulare modello Motorola v525.

Tutti i partecipanti hanno facilmente trovato la pagina di vendita dei telefonini, impiegando in media dai 6 ai 15 secondi, anche se con metodologie differenti: un paio vi sono arrivati dalla barra principale cliccando su Shop, altri due hanno notato nella finestrella della sezione Privati il link "Cellulari a -30" e hanno pensato che il modello richiesto potesse trovarsi fra questi. Un unico utente ha usato il motore di ricerca che però, per l'ennesima volta, ha tradito le sue aspettative costringendolo a ripiegare sullo stesso link usato dai suoi due colleghi.

A questo punto è bene fermare l'attenzione su alcuni particolari che evidenziano, se ce ne fosse ancora bisogno, la pessima organizzazione del sito:

- Entrando dal link “Shop” si accede ad una pagina in cui, come è stato fatto notare da un utente, contrariamente ad ogni logica i cellulari non sono raccolti tramite una logica plausibile (ad esempio per modello, tecnologia oppure generazione del software gestionale) ma per mezzo di un criterio di cui onestamente non ci è chiara la logica.

The screenshot shows a website navigation bar with 'I tuoi ordini' and 'Carrello'. Below is a promotional banner for 'Cellulari e Accessori' with a -30 euro discount. The main content area is divided into four sections: 'Cellulari Vodafone live!', 'Offerta Facile', 'Telefoni One', and 'Accessori'. A red box highlights these four sections, and a separate red box contains the text 'Sarebbe preferibile organizzazione più chiara e semplice' with a line pointing to the highlighted area.

- noi abbiamo ricercato il cellulare in questione accedendo alla sezione “Shop” e lo abbiamo scelto a caso dall’elenco che è comparso davanti ai nostri occhi dove non era affatto segnalato che fosse incluso nei cellulari in offerta.
- Tramite il link “Cellulari a -30” si trova effettivamente il modello richiesto ma si scopre anche che esistono altre varianti dello stesso tipo!

Il penultimo esercizio, il sesto, era indirizzato principalmente a verificare la soddisfazione degli utenti in relazione alle informazioni fornite.

Abbiamo chiesto di cercare le informazioni relative al calcio facendoci spiegare quale tipo di notizie si sarebbero aspettati di trovare e, a esercizio svolto, abbiamo chiesto in che misura le loro aspettative fossero state soddisfatte.

La ricerca della pagina è stata rapida e nessuno dei soggetti ha riscontrato particolari difficoltà.

Al contrario di quanto immaginato quattro dei cinque partecipanti hanno affermato di aspettarsi proposte commerciali atte a promuovere l’invio di sms o mms sul proprio cellulare e, poiché questo era proprio il contenuto della pagina, ovviamente si sono dichiarati soddisfatti del contenuto.

Solo il primo utente si aspettava, come noi, di trovare notizie aggiornate riguardanti il calcio direttamente sul sito infatti i link non specificano il tipo di informazione fornita dalla sezione Sport e solo l’aver usufruito in precedenza di servizi simili ha permesso agli altri utenti di indovinarne il vero contenuto.

L'ultimo compito consisteva nel cercare le tariffe applicate verso le chiamate in Thailandia. Questo è stato l'unico caso in cui il secondo utente ha trovato una parziale soddisfazione nell'uso del motore di ricerca il quale ha effettivamente fornito il risultato cercato ma ha riconfermato l'exasperante lentezza nel caricare le pagine: pur usufruendo di una linea ADSL ci impiegavano quasi 30 secondi per completarsi.

Il terzo soggetto dopo una serie di percorsi sbagliati a causa delle troppe label riguardanti servizi e tariffe estere si è risolto a usare il motore di ricerca che però stavolta si è rivelato inutile poiché le parole inserite non erano le stesse usate dal utente che lo ha preceduto. Dopo oltre quattro minuti spesi inutilmente, stanco di vagare a caso ha rinunciato alla ricerca.

Gli utenti rimasti non hanno riscontrato particolari difficoltà e in circa 10 secondi hanno trovato le notizie cercate.

Qui di seguito alleghiamo l'intervista condotta sui singoli utenti dopo lo svolgimento dei compiti proposti. Le risposte sono il frutto di un riassunto di quelle fornite dai partecipanti al test ma ci siamo comunque preoccupati di annotare debitamente quando queste discordavano in maniera molto marcata fra di loro.

1. Quale impressione generale ti ha fatto il sito ?

Il sito è completo e offre molti servizi utili però si rivela disordinato e confuso.

2. Quali aspetti ti sono piaciuti di più ?

La ricchezza di informazioni e le molte funzioni interattive che permettono di svolgere gli stessi servizi forniti da un call-center

3. Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto ?

L'abuso di link e di menu , la confusione generale e l'eccessivo annidamento delle pagine con le notizie utili.

Solo un utente si è lamentato della gestalt della home-page sostenendo che lascia troppo spazio inutilizzato. Un altro è rimasto infastidito dai menu a tendina della home-page che coprono quelli sottostanti e dal fatto che il motore di ricerca non è direttamente nella home.

4. Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utile aggiungere al sito ?

Nessuna

5. Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare ?

Due utenti hanno suggerito di eliminare tutto ciò che concerne i loghi, le suonerie ed i giochi mentre un terzo sostiene che ci sia topa pubblicità.

6. La struttura de sito ti è sembrata adeguata ?

No, è articolata male e presenta troppi menu

7. Come si potrebbe migliorare ?

Snellendola, eliminando i link in eccesso e chiarendo il significato delle label

8. Ti è sembrato facile navigare nel sito ?

Si, abbastanza

9. Hai dei miglioramenti da suggerire ?

Semplificare la home page e creare una barra per la navigazione secondaria più dettagliata e coerente contenuti delle pagine

10. I termini utilizzati sono di facile comprensione ?

In generale gli utenti si sono lamentati delle label poco chiare. Solo un soggetto si è dichiarato completamente soddisfatto.

11. A tuo parere la home fa capire chiaramente lo scopo del sito ?

Tre utenti hanno risposto di sì senza indugi mentre i due rimanenti sostenevano che molte funzioni del sito rimanevano nascoste.

12. Hai dei miglioramenti da suggerire ?

Sono stati proposti interventi già discussi: alleggerire la home-page e migliorare i menu.

13. Il sito ti sembra coerente con l'immagine dell'azienda ?

Sì

14. Ti piace la grafica del sito ?

In generale sì. Un utente non l'ha trovata attraente perché troppo lineare e monotona.

15. Trovi che i caratteri siano ben leggibili ?

E'buona la scelta del font ma i caratteri sono troppo piccoli e si fa fatica a leggerli specialmente quando sono su uno sfondo rosso.

16. Trovi che le immagini siano ben scelte ?

Due utenti hanno risposto di sì. Gli altri tre erano di parere totalmente opposto affermando che immagini e testo avevano poco in comune e che sarebbe stato meglio mettere direttamente nella home immagini di cellulari.

17. Lo stile utilizzato per i test ti sembra giusto ?

Sì, anche se sarebbe auspicabile uno stile più conciso e meno sensazionalistico.

18. Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito ?

Tutti gli utenti hanno manifestato imbarazzo affermando che non era molto facile scovare le notizie richieste.

19. Le informazioni ti sono sembrate sempre complete, corrette e pertinenti ?

Sì, quando si riescono a trovare...

Un unico utente le ha trovate incomplete perché nella sezione delle tariffe non mettevano il costo degli sms.

20. Ti sembra che il sito sia stato aggiornato di recente ?

Non è indicato ma si intuisce che è aggiornato dalla presenza delle ultime tariffe in circolazione e dai nuovi modelli di cellulari proposti.

21. I tempi di accesso alle pagine ti sono sembrati adeguati ?

Sì, ma il motore di ricerca si dimostra in una lentezza esasperante.

22. Il sito ti è sembrato, nel complesso, facile da utilizzare ?

Sì, anche se sarebbe meglio riorganizzarlo in modo più chiaro.

23. Come giudichi questo sito in rapporto a siti simili che già conosci (specificare quali) ?

Più completo e ordinato rispetto al sito della Tim.

Più ordinato ma meno completo rispetto a quello della Wind.

24. Userai ancora questo sito ?

Purtroppo si dato che sono un utente Vodafone.

25. Consiglierai questo sito hai tuoi amici ?

Si, se avranno bisogno di servizi relativi alla Vodafone.