

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.volendo.com

15 Settembre 2004

Studente:
Gabriele Franco
attilaflagdidio@aliceposta.it

1. Obiettivi della valutazione

URL del sito.

www.volendo.com

Home page.

Requisiti generali del sito.

“Volendo.com” è un sito che sfrutta internet come mezzo di servizio e comodità, un sito di e-commerce che permette di fare la spesa on-line.

Nasce con l’idea di servire tutti coloro che vivono in città e che per vari motivi hanno difficoltà e/o poco tempo disponibile per recarsi al supermercato, recapitando direttamente a casa del cliente la spesa facendogli risparmiare tempo e fatica nel recarsi al supermercato. Ideale anche per persone che hanno difficoltà fisiche di movimento, come per esempio anziani o disabili.

Inoltre il sito punta anche a soddisfare i capricci di quelle famiglie che vogliono provare questa nuova frontiera dell’e-commerce.

Volendo.com è attivo in alcune città del nord Italia (Milano, Monza, Torino, Brescia, Bergamo, Como, Lecco) e in alcuni paesi ad esse limitrofi.

Obiettivi della valutazione.

Il sito verrà valutato generalmente in modo non troppo approfondito. Data la natura del sito, verrà però posta maggiore attenzione agli aspetti riguardanti le funzionalità di acquisto, e l’accessibilità per utenti disabili.

2. Metodologia utilizzata

Il gruppo di valutazione è composto da una sola persona. Il lavoro è stato organizzato nel modo seguente. All'inizio, dopo aver navigato nel sito per comprenderne la struttura generale, ho valutato le caratteristiche secondo le modalità descritte nel libro "Il check-up dei siti web" di Roberto Polillo, valutando: *architettura, funzionalità, contenuto, comunicazione, gestione e accessibilità*.

Dopo questa prima analisi ho riguardato tutto quanto, approfondendo di più gli aspetti più difficili da valutare, soprattutto le funzionalità, i contenuti, e l'accessibilità.

In base a questo primo lavoro ho pianificato il *test di usabilità*, scegliendo tipologie di utenti e compiti da svolgere. Dopodiché è stato effettuato il test vero e proprio che mi ha permesso di scrivere la *valutazione sull'usabilità* generale del sito. Ho inoltre allegato la descrizione dettagliata dello svolgimento del test.

La valutazione di alcune caratteristiche ha richiesto più tempo, in particolare gli aspetti di architettura, comunicazione, funzionalità e accessibilità hanno richiesto un lavoro maggiore. A ciascuna caratteristica ho poi assegnato un voto da 0 a 4 in base a considerazioni qualitative sui punti di forza e di debolezza rilevati.

Per la formulazione delle *raccomandazioni finali*, ho considerato i punti deboli di ciascuna delle caratteristiche. Tra gli *interventi urgenti* ho elencato problemi che secondo me invalidano l'efficacia del sito. Tra gli *interventi consigliati* ho elencato voci che potrebbero migliorare l'efficienza del sito e ridurre lo stress di chi lo utilizza. Infine gli *interventi auspicati* sono quelli che permetterebbero una usabilità migliore in alcuni casi particolari.

3. Risultati della valutazione

3.1. Architettura

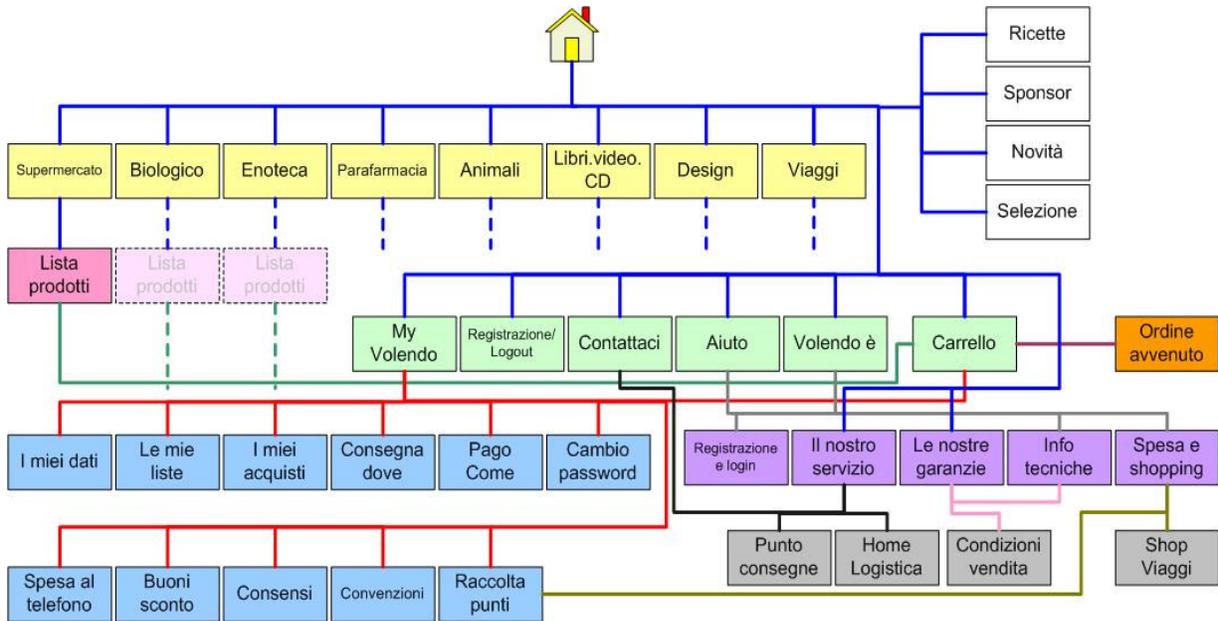
Valutazione: 1

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

Analisi:

3.1.1. La struttura del sito è adeguata?

Struttura del sito:



Il sito è strutturato sostanzialmente su 3 livelli. Nel primo livello è diviso in due parti principali: il negozio virtuale e la sezione di assistenza e gestione del sito da parte del cliente, distinte da due file diverse di pulsanti (vedi sotto). Suddivisione perfetta rispetto agli obiettivi del sito. Un po' più macchinosa la suddivisione nel livello più profondo, con sezioni che si accavallano e si ripetono tra un livello e l'altro.

My Volendo ■ Logout ■ Contattaci ■ Aiuto ■ Volendo è ■ Carrello

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

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

Non esiste nessuna mappa del sito purtroppo.

3.1.3. La navigazione del sito è adeguata?

La navigazione è abbastanza buona.

Da qualunque pagina del sito si può accedere alle pagine del primo livello senza passare dalla Home page, escluse però le pagine "Ricette", "Sponsor", "Selezione", "Novità" che sono delle "shortcut".

Da qualsiasi parte ci si possa trovare, questa sezione è sempre presente.....

My Volendo ■ Logout ■ Contattaci ■ Aiuto ■ Volendo è ■ Carrello



.....tranne nella sezione “Viaggi in cui inspiegabilmente manca tutto il menu presente nella parte superiore.



Mentre per quanto riguarda il secondo livello, la navigazione diventa un po' più confusa. Infatti, mentre sulle sezioni del negozio virtuale si capisce sempre dove ci si trova grazie alla lista delle categorie di prodotti presenti sulla sinistra, e si può in questo modo saltare da una categoria all'altra; nelle sezioni di assistenza al cliente, per accedere alle pagine “sorelle”, bisogna sempre tornare indietro col pulsante “indietro” del browser alla pagina superiore e accedere da lì alle “sorelle”.

Ecco com'è strutturata ogni pagina del negozio.

My Volendo ■ Logout ■ Contattaci ■ Aiuto ■ Volendo è ■ Carrello

Enoteca **Vole**
Lo speci...

Enoteca Supermercato Bio Parafarmacia Libri.video.cd Animali Design Viaggi

Bianchi italiani
Rossi italiani
Piemonte, Liguria
Lombardia
Veneto
Sicilia
Trentino
Alto Adige
Friuli Venezia Giulia
Emilia Romagna
Toscana
Marche, Lazio
Umbria
Campania
Puglia, Basilicata
Abruzzo
Sardegna
Bianchi dall'estero
Rossi dall'estero
Spumanti
Champagne
Dessert, meditazione
Distillati
Parola al Sommelier
Promozioni

Calici colmi di Punti Voglio!
■ 4 proposte per te:

Punti 54	Punti 32	Punti 50	Punti 40
Cajo Rosso dell'Umbria IGT	Golfo del Tigullio bianco DOC	Verduzzo bianco D.O.C.	Tocai bianco del Piave DOC
€ 9,03	€ 5,36	€ 8,30	€ 6,60

Viaggi Novità Shop Viaggi **iocucino Sandwich al granchio** **Enoteca Le proposte del sommelier**

Raggiungi 100 € di spesa... la consegna è Gratuita!

Ed ecco com'è organizzata una pagina dell'assistenza

✓ Il nostro servizio

Prezzi competitivi

L'impegno di Volendo è mantenere alto il proprio livello di competitività. Ciò si traduce nell'allineamento con il livello di prezzo medio applicato dai supermercati tradizionali.

Per rispettare questo impegno abbiamo deciso di adottare un sistema scientifico di controllo permanente del livello di competitività.

Il progetto "Analisi prezzi Volendo verso i principali concorrenti" è stato commissionato a Panel International (la filiale di Ac Nielsen specializzata nelle indagini per il settore della distribuzione moderna) a garanzia dell'affidabilità e dell'imparzialità dei risultati dell'analisi.

La rilevazione prezzi avrà cadenza mensile per un monitoraggio efficace del nostro livello di competitività e per l'eventuale riallineamento dei prezzi Volendo alla media del mercato.

Quanto costa?

Il minimo di spesa è di 25,00 euro, indipendentemente dal numero di shop nei quali desideri acquistare.

Il costo della consegna è di 4,90 euro, indipendentemente dal numero di shop nei quali si è acquistato.

La consegna è gratuita per spese uguali o maggiori di 100 € di importo.

Volendo non pone al tuo ordine alcun vincolo di peso o di ingombro: le uniche limitazioni riguardano le bottiglie di acqua da 1 e 1,5 litri, in quanto non ci è possibile consegnarne oltre 18 per ordine e la sabbia per lettiera dei gatti, in quanto non ci è possibile consegnarne oltre 30 chilogrammi per ordine.

Se scegli di ritirare i tuoi acquisti in uno dei nostri punti di consegna il servizio è gratuito.

La preparazione del tuo ordine

Volendo ti garantisce che nel processo di preparazione del tuo ordine sono state osservate tutte le norme igieniche e sanitarie previste.

Le modalità di pagamento

Volendo puoi pagare

- **online** con carta di credito Visa, Mastercard, American Express e Diners

I dati della tua carta di credito, criptati, vengono trasmessi direttamente a Banca Sella, che provvede ad autorizzare il pagamento in tempo reale.

Come si può notare, manca qualsiasi indicazione per tornare indietro al menu principale della sezione che possiamo vedere qua sotto

✓ Come possiamo aiutarti?

Registrazione e Login

[Perché registrarsi](#)
[I tuoi dati personali](#)
[My Volendo](#)
[Ho dimenticato il nome utente e/o la password](#)

Il nostro servizio

[Quanto costa?](#)
[Preparazione dell'ordine](#)
[Modalità di pagamento](#)
[Consegna](#)
[I nostri punti di consegna](#)
[Il servizio clienti](#)
[Tracking dell'ordine](#)

Informazioni tecniche

[Configurazione ottimale](#)
[Sicurezza](#)
[Logout](#)
[Creazione del sito](#)

Spesa e shopping

[Fare shopping in euro](#)
[Quanto costa?](#)
[Come comprare con Volendo](#)
[Trovare i prodotti](#)
[La tua lista](#)
[Il tuo carrello](#)
[Le promozioni](#)
[Raccolta PunTI VOGLIO](#)
[Shop Viaggi](#)

Le nostre garanzie

[Condizioni di vendita](#)
[Privacy e sicurezza](#)
[Pagamenti sicuri](#)
[Garanzia soddisfatti o rimborsati](#)
[Qualità dei prodotti](#)
[Prodotti a peso variabile](#)

E questo è un problema aggravato dal fatto che se si accede a una sezione del negozio, non si può tornare indietro nella home page cliccando il pulsante “indietro” del browser. Si può accedere a ogni sezione del negozio del primo livello da qualsiasi pagina tramite la barra orizzontale sempre presente, e si può sempre accedere alla home cliccando il logo del sito (quindi le funzionalità del sito sono intatte), però è abbastanza seccante non potere tornare alla home cliccando su “indietro” nel negozio, come si fa di solito per abitudine, abitudine richiesta durante la navigazione delle sezioni di assistenza.

Può quindi capitare che l'utente, pensando che il pulsante “indietro” non funzioni proprio, poi quando va a infilarsi nelle sezioni di assistenza finisce per cercare altri modi alternativi per uscirne, invece del semplice clic su “indietro”.

In compenso nel sito ci si orienta abbastanza bene, dato che ogni sezione del primo livello è adeguatamente titolata e distinta dalle altre con colori diversi, quindi si ha sempre la percezione di dove ci si trova.

La parte di menu riguardante il negozio è organizzata in modo tale da evidenziare e mettere al primo posto della lista la categoria selezionata. Sarebbe stato meglio lasciare le varie categorie nello stesso ordine, ed evidenziare solamente la scelta: molto più rassicurante per l'utente.

Un'altra anomalia in questi menu concerne le sezioni “supermercato” e “biologico”. Si tratta in realtà della stessa sezione “Supermercato”, solo che in caso di richiesta di cibi biologici viene presentata la directory di prodotti biologici del supermercato.

Ecco qua cosa succede cliccando su “Bio”

The screenshot shows the Volendo.com website interface. At the top, there is a navigation bar with links: My Volendo, Registrazione, Contattaci, Aiuto, Volendo è, Carrello. Below this is the 'Supermercato' header with a sub-menu including Bio, Parafarmacia, Libri.video.cd, Enoteca, Animali, Design, Viaggi. The main content area is titled 'Supermercato' and features a 'Bio' filter. A list of products is displayed, each with a price, unit weight, and options to add to the cart or list. On the right, there is a search bar and a registration/login form.

Prodotto	Prezzo	Unità	Opzioni
Albicocche biologiche (categ. 2)	€ 6,49/Kg	L. 12.566/Kg	1 pz. Carrello Lista
Borgosole Misto di Frutta biologica (categ. 2)	€ 3,99/kg	L. 7.726/kg	0.6 kg. Carrello Lista
Limoni biologici (categ. 2)	€ 1,99	L. 3.853	1 pz. Carrello Lista
Fragole biologiche (categ. 2)	€ 7,99/Kg	L. 15.471/Kg	1 pz. Carrello Lista
Ciliegie biologiche (categ. 2)	€ 7,99/Kg	L. 15.471/Kg	1 pz. Carrello Lista

La lista dei prodotti al secondo livello è invece organizzata per directory ricalcando lo schema ad albero della gestione risorse di windows.

Novita'
Frutta, verdura fresca
Salumi, formaggi
Carne
Pesce
Uova, burro, margarina,
lievito
Latte, panna,
besciamella
Yogurt, dessert,
merende fresche
Pasta, sughi, piatti
pronti freschi
Pane, Pasticceria
Surgelati, gelati
Dispensa alimenti
Biologico
Frutta
Fresca
Secca
Verdura
Freschi
Latte
Pane
Alimenti
Bevande
Prima infanzia
Kosher, Cucina etnica
Acqua, bevande, succhi
Birra, vino, liquori
Prima infanzia
Cura della persona
Cura della casa
Casalinghi
Cartoleria, ufficio
Telefonia
Qualita' e convenienza
Promozioni

Sintesi:

Punti di forza:

- Suddivisione del sito coerente con gli obiettivi

Punti di debolezza:

- mappa del sito assente
- struttura complicata nei livelli più profondi
- scarsa uniformità nella navigazione delle pagine

3.2. Comunicazione

Valutazione: 3

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

Analisi:

3.2.1. La home page comunica chiaramente gli obiettivi del sito?

My Volendo | Logout | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi

con sconti del **30, 40, 50%**

ORTOFRUTTA Pomodori da insalata € 2,99 € 1,49	CARAPELLI Delizia Olio extra vergine di oliva € 4,60 € 3,01	ORTOFRUTTA Albicocche € 3,10 € 1,99	NOSTROMO Tonno all'olio di oliva € 2,94 € 1,97

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Shop Viaggi

Cerca

In Tutti gli shop

Ok

Benvenuto!

Grazie
di esserti registrato
Non lasciarti sfuggire
l'offerta promozionale
e le iniziative
speciali della settimana
...buon shopping!

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

ricette
Ricette per le serate davanti al calcio in TV

sponsor
Pampers: fai scorta!

novità
Vinci biglietti per il Jungle Raider Park

selezione
Tempo di pensare all'abbronzatura

iocucino

Pampers -15%

Jungle Raider Park

Solari

COPYRIGHT 2000 VOLENDO S.p.A - P.IVA 03178970236 - Tutti i diritti riservati -

La home page comunica molto chiaramente gli obiettivi del sito. Infatti il logo pur non essendo troppo ingombrante, attira subito l'attenzione.....



.....e, come si può notare, viene subito specificato, con poche parole, lo scopo del sito, immediatamente comprensibile.

E questo è molto importante dato che Volendo.com non è un marchio popolare, e chi entra nel sito ha spesso bisogno di capire di cosa si tratta.

3.2.2. Il sito è coerente con la brand image?

Volendo.com è un marchio recente, nato col web, e quindi non ha una propria brand image, facilmente identificabile dalla gente. Comunque si nota un tentativo di crearsi la propria brand image costruendo tutto il sito e la livrea dei furgoni che trasportano la merce coi colori blu/verde chiaro e l'uso della "v" di Volendo sopra un quadrato in varie parti del sito, quasi a rappresentare una casellina "spuntata" tipica di un form.

3.2.3. La grafica del sito è adeguata?

3.2.3.1. Il layout delle pagine è adeguato ai vari formati video?

Risoluzione: 1280x1024

My Volendo » Registrazione » Contattaci » Aiuto » Volendo è » Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Un'estate con gusto

ORTOFRUTTA Pesche Nettarine C 3,99 C 1,99	SANSON Ringo il gelato snack C 3,78 C 2,08	FLORA Riso Parboiled Bell'italiana C 2,59 C 1,79	SAN BENEDETTO Acqua minerale naturale C 0,59 C 0,31
-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------

CONSEGNA GRATIS per clienti ANZIANI e DISABILI

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni servizi

Ricette | **Sponsor** | **Novità** | **Selezione**

©1998-2000 VOLENDO S.p.A. - P. IVA 0317970236 - Tutti i diritti riservati

Risoluzione: 1024x768

My Volendo » Registrazione » Contattaci » Aiuto » Volendo è » Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Un'estate con gusto

ORTOFRUTTA Pesche Nettarine C 3,99 C 1,99	SANSON Ringo il gelato snack C 3,78 C 2,08	FLORA Riso Parboiled Bell'italiana C 2,59 C 1,79	SAN BENEDETTO Acqua minerale naturale C 0,59 C 0,31
-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni servizi

Ricette | **Sponsor** | **Novità** | **Selezione**

©1998-2000 VOLENDO S.p.A. - P. IVA 0317970236 - Tutti i diritti riservati

Risoluzione: 800x600

My Volendo » Registrazione » Contattaci » Aiuto » Volendo è » Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Un'estate con gusto

ORTOFRUTTA Pesche Nettarine C 3,99 C 1,99	SANSON Ringo il gelato snack C 3,78 C 2,08	FLORA Riso Parboiled Bell'italiana C 2,59 C 1,79	SAN BENEDETTO Acqua minerale naturale C 0,59 C 0,31
-----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora

Ricette | **Sponsor** | **Novità** | **Selezione**

©1998-2000 VOLENDO S.p.A. - P. IVA 0317970236 - Tutti i diritti riservati

Volendo.com è un sito a layout fisso centrale, con la parte più importante della home page situata in alto al centro. Il sito è visibile nella sua interezza con una risoluzione molto alta, 1280x1024, ed è comunque molto ben visibile anche con una risoluzione minore, di 1024x768.

Con schermi a bassa risoluzione, 800x600, invece la navigazione risulta un po' più difficoltosa quando c'è da scorrere l'elenco dei prodotti e delle categorie (vedi sotto), pur rimanendo comunque visibili tutti i menu e le funzioni principali del sito, senza bisogno di barre di scorrimento orizzontali per mostrarle. Con risoluzioni minori, che non mi è stato possibile verificare, credo che la navigazione sarebbe parecchio più difficoltosa.

Ecco qua un elenco di prodotti in 800x600

The screenshot shows the Volendo.com website interface. At the top, there is a navigation bar with links: My Volendo, Registrazione, Contattaci, Aiuto, Posta, and Carrello. Below this is the main header with the 'Supermercato' logo and the 'volendo.com' logo, along with the tagline 'Lo specialista online della spesa!'. A secondary navigation bar lists categories: Supermercato, Bio, Parafarmacia, Libri.video.cd, Enoteca, Animali, Design, and Viaggi.

On the left side, there is a vertical menu with categories: Novità, Frutta, verdura fresca, Salumi, formaggi, Carne, Pesce, Uova, burro, margarina, lievito, Latte, panna, besciamella, Yogurt, dessert, merende fresche, Pasta, sughi, piatti pronti freschi, Pasta, sughi, Gnocchi, Tortellini, Ravioli, fagottini, cappelletti, Altri formati, Basi di pasta, Sugh, salse, Piatti pronti, Pane, Pasticceria, Surgelati, gelati, Dispensa alimenti, Biologico, Kosher, Cucina etnica, Acqua, bevande, succhi, Birra, vino, liquori, Prima infanzia, Cura della persona, Cura della casa, Casalinghi, Cartoleria, ufficio, and Telefonia.

The main content area displays a list of pasta products with details such as 'Biorigin Pesto alla Genovese fresco biologico', 'Buitoni Fresco salsa ai funghi', 'Buitoni Fresco salsa ai 4 formaggi', and 'Buitoni Fresco pesto alla genovese'. Each product entry includes a price, quantity, and options for 'Carrello' and 'Lista'.

On the right side, there is a registration form with fields for 'Nome' and 'Password', and buttons for 'Registrati' and 'Non ricordo la password'.

In conclusione, si può dire che il sito è progettato per una risoluzione minima di 800x600 e si vede nella sua interezza con una risoluzione di 1280x1024.

3.2.3.2. Il layout delle pagine facilita la comprensione dei contenuti?

Il layout delle pagine è complessivamente ben organizzato. La Gestalt è buona. La barra orizzontale superiore di navigazione è ben distinta. Il resto della homepage è discreto. Si distingue l'elenco dei reparti del negozio sulla sinistra

- Supermercato
- Biologico
- Enoteca
- Parafarmacia
- Animali
- Libri.video.cd
- Design
- Viaggi

e la parte riservata ai clienti a destra, in verde

Cerca

In

Qok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

[Non ricordo la password](#)

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri



con la parte centrale che presenta offerte e vantaggi abbastanza ben organizzata

Un' estate con gusto

ORTOFRUTTA Pesche Nettarine gialle	SANSON Ringo il gelato snack	FLORA Riso Parboiled Bell'Insalata	SAN BENEDETTO Acqua minerale naturale
€ 3,99 € 1,99	€ 3,78 € 2,08	€ 2,59 € 1,79	€ 0,59 € 0,31

CONSEGNA GRATIS PER CLIENTI ANZIANI E DISABILI

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti



e la parte inferiore che presenta ulteriori spazi, anch'essa disposta in modo razionale

✓ ricette	✓ sponsor	✓ novità	✓ selezione
<p>☐ Ricette</p> 	<p>☐ Novità Johnson's Baby</p> 	<p>☐ Spremuta fresca "Latte Milano"</p> 	<p>☐ Tempo di pensare all'abbronzatura</p> 

Per quanto riguarda le pagine interne, ovvero i vari reparti del negozio, la gestalt è la medesima:

- elenco di categorie e sottocategorie a sinistra
- elenco dei prodotti al centro
- parte riservata al cliente con lista della spesa o carrello a destra



Complessivamente la disposizione è abbastanza buona, anche se sarebbe auspicabile una maggior distinzione grafica dell'elenco dei reparti del negozio nella home page (ecco un esempio)



3.2.3.3. Il colore è utilizzato in modo adeguato?

Il sito è cromaticamente migliorabile. Infatti la home page è basata tutta sui colori verde/blu scuro del marchio, con la parte riservata alla login a sfondo verde e caratteri blu e il resto con caratteri blu e sfondo bianco. Quindi quasi tutti i pulsanti sono in blu, senza distinzione tra le varie sezioni del sito.

Passando col mouse sui links ai vari reparti del supermercato si può però notare che la voce viene evidenziata nel colore in cui poi sarà rappresentata nel menu (qui sotto si vede "animali" in marrone, per esempio), mentre sullo stesso menu posto in orizzontale la voce viene evidenziata sempre in verde, creando così una disomogeneità cromatica che può generare confusione.

My Volendo » Registrazione » Contattaci » Aiuto » Volendo è » Carrello

Volendo.com

Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | **Animali** | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi

Un'estate con gusto

ORTOFRUTTA Pesche Nettarine gialle	SANSON Ringo il gelato snack	FLORA Riso Parboiled Bell'Insalata	SAN BENEDETTO Acqua minerale naturale
€ 3,99 € 1,99	€ 3,78 € 2,08	€ 2,59 € 1,79	€ 0,59 € 0,31

CONSEGNA GRATIS PER CLIENTI ANZIANI E DISABILI

Novità

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Garanzie:

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

Registrati

Cerca _____
In Tutti gli shop
ok
Sei un cliente registrato?
Nome _____
Password _____
ok
Non ricordo la password

Ricette
Ricette

io cucino

sponsor
Novità Johnson's Baby

novità
Spremuta fresca "Latte Milano"

selezione
Tempo di pensare all'abbronzatura

Solari

COPYRIGHT 2000 VOLENDO S.p.A - P.IVA 03178970236 - Tutti i diritti riservati -

Si può anche notare che nelle sezioni del negozio virtuale i menu sono invece cromaticamente evidenziati col colore della sezione selezionata, con una notevole incoerenza con la home page..(vedi sotto)

Anche i colori nelle sezioni di assistenza sono usati male. Mentre nel negozio virtuale ogni sezione è cromaticamente ben contraddistinta dalle altre.....

My Volendo » Logout » Contattaci » Aiuto » Volendo è » Carrello

Enoteca

Enoteca | Supermercato | Bio | Parafarmacia | Libri.video.cd | **Animali** | Design | Viaggi



..... nelle sezioni di assistenza abbiamo “My Volendo” e “Aiuto” colorati di blu, e “Carrello” e “Volendo è” colorati di verde. Ciò può innervosire l’utente costretto a dover leggere il titolo per ricordarsi dove si trova.



In conclusione, non è stata posta molta attenzione all'uso del colore tranne che per quanto riguarda l'aderenza del sito ai colori blu/verde del marchio. Tutto il resto non aiuta molto il visitatore nella comprensione del sito, anzi, genera facilmente confusione.

3.2.3.4. I caratteri utilizzati rendono il testo ben leggibile?

Il font usato nel sito è sempre il medesimo, verdina, ma viene cambiata la sua visualizzazione in concordanza di certi scopi: viene usato il corsivo minuscolo nell'indicare l'azione di inserimento dati nella login e nella ricerca (**immagine 1**), viene usato il grassetto nei titoli e nei titolini rilevanti e il carattere normale viene usato per le descrizioni dei prodotti (**immagine 2**).

Molto interessante è l'uso del font nella lista delle categorie della merce; quando si entra in un reparto si ha sulla sinistra la lista di tutti i prodotti divisi per categoria ed entrando gerarchicamente nelle sottocategorie il font della lista della merce cambia, dapprima si usa il grassetto, poi il normale (**immagine 3**).



In conclusione, è stato usato un font ben leggibile, ed è stato usato molto bene.

3.2.3.5. La grafica è attraente?

La grafica del sito è attraente. E' stata usata un'impostazione grafica attuale e gradevole all'occhio.

Sintesi:

Punti di forza:

- Home page ben strutturata

- Grafica attraente
- Gestalt ben realizzata
- Caratteri molto ben leggibili e coerenti
- Layout adeguato

Punti di debolezza:

- Potenzialità espressive del colore poco sfruttate.

3.3. Funzionalità

Valutazione:2

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

Analisi:

3.3.1. Le funzioni del sito sono adeguate?

3.3.1.1. Le funzioni per effettuare le transazioni sono adeguate?



Le funzioni per l'effettuazione delle transazioni sono abbastanza complete e ben fatte. Si comincia con questo form sulla home page che include tutti gli strumenti necessari per identificarsi e iniziare una transazione. Vi è il pulsante per la registrazione (da evidenziare maggiormente, è troppo uniformato allo stile della pagina e quindi potrebbe non essere

riconoscibile al primo colpo con facilità) vi sono i campi di inserimento nome e password e un link che porta al recupero della password.

Trovo comunque poco chiara la domanda “Sei un cliente registrato?”, che dovrebbe sottintendere un campo di risposta affermativa o negativa, non presente. E’ un dettaglio importante per un neofita, meno per chi è già abituato a siti di questo tipo, che va a cercare subito il pulsante per la registrazione.

Per chi possiede già una password, basta inserire nome e password e la parte riservata della home page cambia così:



Da evidenziare l’assenza in questo form di un pulsante di logout, che bisogna andarselo a cercare nella barra dei collegamenti superiore. Questo è molto fastidioso perché in caso di spese multiple da parte di più utenti sulla stessa macchina, può capitare che l’utente, non vedendo subito il pulsante di logout, potrebbe chiudere e riaprire il browser, con fastidio e anche qualche rischio per quanto riguarda la sicurezza.



Ora vediamo come funziona la registrazione.

Inizialmente c’è questa schermata, molto rassicurante per l’utente. E’ composta solo da tre pagine, è facile orientarsi (grazie allo schemino a fianco) ed è molto chiara. Molto

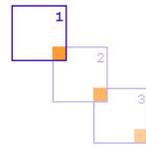
importante per esempio lo sdoppiamento in “privato” e “azienda”, che evita di generare menu con campi inutili per l’uno o per l’altro.



Benvenuto su Volendo! Registrati per scoprire ciò che Volendo.com ha pensato per permetterti di avere più tempo!

- spesa e shopping online e al telefono
- consegna a casa o in ufficio, dove vuoi
- potrai scegliere il giorno e l'orario di consegna che preferisci
- potrai ricevere la spesa in giornata

Registrarsi è semplicissimo e veloce: soltanto tre clic!



Desideri iscriverti come privato o come azienda?
Se hai bisogno di aiuto clicca .
I campi contrassegnati da sono obbligatori.

Privato Azienda

Questo è il form di registrazione per i “privati”, molto chiaro, con campi obbligatori ridotti al minimo indispensabile per eseguire una transazione, e dove serve, la spiegazione del campo tramite un pulsante che fa aprire un’apposita popup.



Per poter offrire anche a te i servizi di Volendo, ti chiediamo di inserire le informazioni in questi campi.

Se hai bisogno di aiuto clicca .
I campi contrassegnati da sono obbligatori.

Nome

Cognome

Indirizzo

Codice Postale

Città

Provincia

Nazione

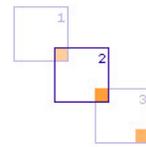
E-mail

Telefono

Altro telefono

Password servizio telefonico

Data di nascita / /



Questo sotto invece è il form di registrazione per le aziende. Stesso giudizio espresso sopra.

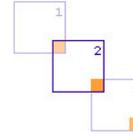
Per poter offrire alla tua azienda i servizi di Volendo, ti chiediamo inserire le informazioni in questi campi.

Se hai bisogno di aiuto clicca .
I campi contrassegnati da  sono obbligatori.

	Ragione sociale	<input type="text"/>
	Partita Iva	<input type="text"/>
	Nome	<input type="text"/>
	Cognome	<input type="text"/>
	Indirizzo	<input type="text"/>
		<input type="text"/>
	Codice Postale	<input type="text"/>
	Città	<input type="text"/>
	Provincia	<input type="text"/>
	Nazione	Italia 
	E-mail	<input type="text"/>
	Telefono	<input type="text"/>
	Altro telefono	<input type="text"/>
	Password servizio telefonico	<input type="password"/>
	Data di nascita	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>

 Indietro Avanti 

 Fine



Nella pagina sotto si può vedere la terza schermata di registrazione. E' una schermata a mio giudizio troppo piena (con una risoluzione di 1280x1024 occupa più di una pagina), che rischia di disorientare l'utente. Sono presenti

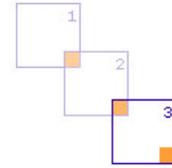
-campo di scelta userID e password. Questi sono case sensitive....più sicuro avendo più caratteri a disposizione, ma dalla tipologia di sito secondo me è più il fastidio che questa cosa crea ad un utente distratto che la reale necessità di sicurezza, non essendovi nessun controllo dei dati inseriti.

-consensi trattamento dati personali. Vi sono esposti per intero tutti i testi ma all'inizio vi è un riassunto per non far perdere troppo tempo all'utente, aspetto molto positivo.

-autocertificazioni di invalidità o di età avanzata per usufruire di spedizione gratuita.

Sarebbe stato meglio mettere scelta ID e password su una pagina a se assieme ai consensi, che servono a tutti, e le autocertificazioni su un'altra pagina, di modo che se a uno non importasse autocertificarsi, eviterebbe la lettura di campi inutili.

Volendo rispetta la tua privacy: i tuoi dati verranno trattati in conformità alle vigenti normative italiane ed europee.



Se hai bisogno di aiuto clicca ?

I campi contrassegnati da ? sono obbligatori.

Volendo ha pensato per te un servizio personalizzato: per accedere a questa zona, che si chiama "My Volendo" e che custodirà i tuoi dati personali e la tua storia di cliente di Volendo, ti chiediamo di scegliere

?	Nome utente (almeno 5 caratteri)	<input type="text"/>
?	Password (almeno 6 caratteri)	<input type="text"/>
?	Riscrivi password	<input type="text"/>

Il primo consenso e' necessario perche' Volendo possa fornirti i propri servizi: ad esempio per inviarti la conferma dell'ordine, per effettuare la consegna o emettere la fattura.

Informativa ai sensi del D. Lgs. 196/2003

Il trattamento di tutti i dati personali che ci fornirai nel corso del nostro rapporto sarà improntato in primo luogo alla massima riservatezza possibile, nel rispetto della fiducia che hai voluto accordarci.

Do a Volendo il mio consenso si no

Il secondo consenso e' facoltativo: ci consente di inviarti la newsletter di Volendo o informazioni riguardo le nostre promozioni e le nostre iniziative.

2) Trattamento degli altri dati personali da me forniti (conferimento facoltativo). A tale proposito confermo il mio interesse a ricevere notizie in merito a promozioni ed offerte riguardanti beni e servizi proposti dal Vostro sito Internet.

Do a Volendo il mio consenso si no

Per usufruire della consegna gratuita riservata alle persone disabili e' sufficiente indicare SI alla richiesta di autocertificazione e, alla prima consegna della spesa, mostrare al corriere il certificato dello stato di invalidita'.

Autocertifico di essere disabile e di avere quindi diritto alla consegna gratuita. Mostrero' al corriere, quando ricevero' la prima spesa, il certificato dello stato di invalidita'.

Autocertifico si no

Per usufruire della consegna gratuita riservata alle persone di eta' pari o superiore a 65 anni e' sufficiente indicare SI alla richiesta di autocertificazione e, alla prima consegna della spesa, dare al corriere fotocopia del documento di identita'.

Autocertifico di avere un'eta' pari o superiore a 65 e di avere quindi diritto alla consegna gratuita. Consegnero' al corriere, quando ricevero' la prima spesa, fotocopia del documento d'identita'.

Autocertifico si no

Segue poi una schermata riepilogativa dei dati inseriti, e se confermati, la registrazione manda direttamente alla pagina “My Volendo”, la parte del sito riservata al cliente in cui si può personalizzare tutto ciò che si desidera, modificare i dati, guardare la lista della spesa, ecc....

Le pagine di aiuto forniscono in modo esauriente tutte le informazioni necessarie all’acquisto dei prodotti (costi, pagamenti, ecc...).

Ora vediamo come funziona l’acquisto di un prodotto.

Si va nel negozio virtuale, e si scelgono dei prodotti.

Si ha questa schermata.

The screenshot shows the Volendo.com website interface. At the top, there is a navigation bar with links: My Volendo, Logout, Contattaci, Aiuto, Volendo è, and Carrello. Below this is the main header with the logo 'Supermercato' and 'volendo.com' with the tagline 'Lo specialista online della spesa!'. A search bar is located on the right side of the header.

The main content area is divided into two columns. The left column contains a list of product categories, including 'Novità', 'Frutta, verdura fresca', 'Frutta fresca', 'Verdura fresca', 'Salumi, formaggi', 'Carne', 'Pesce', 'Uova, burro, margarina, lievito', 'Latte, panna, besciamella', 'Yogurt, dessert, merende fresche', 'Pasta, sughi, piatti pronti freschi', 'Pane, Pasticceria', 'Surgelati, gelati', 'Dispensa alimenti', 'Biologico', 'Kosher, Cucina etnica', 'Acqua, bevande, succhi', 'Birra, vino, liquori', 'Prima infanzia', 'Cura della persona', 'Cura della casa', 'Casalinghi', 'Cartoleria, ufficio', 'Telefonia', 'Qualità e convenienza', and 'Promozioni'. The right column displays a list of products with their prices and weights, and a shopping cart summary on the right side.

The product list includes:

- Banane biologiche (categ. 2): € 2,99/kg L. 5.789/kg, 0.5 kg, Carrello, Lista
- Banane Chiquita (categ. 1): € 1,99/kg L. 3.853/kg, 0.8 kg, Carrello, Lista
- Banane (categ. 1): € 1,49/kg L. 2.885/kg, 0.8 kg, In arrivo, Lista
- Kiwi biologico (categ. 2): € 3,99/kg L. 7.726/kg, 0.4 kg, Carrello, Lista
- Kiwi Gold (categ. 1): (price not fully visible)

The shopping cart summary on the right shows:

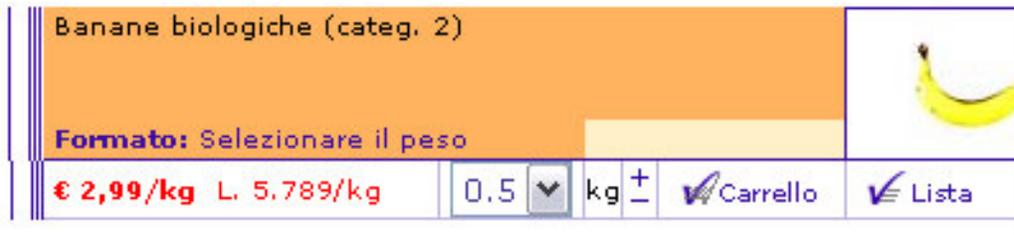
- Totale: € -
- Omaggio: € -
- Sub Totale: € -
- PuntiVoglio: € -

A sinistra ci sono i prodotti divisi per categorie. Si possono notare il disordine nell’elenco delle categorie (sia nei caratteri, alcune scritte con iniziali maiuscole, altre no, sia nell’ordine, che sarebbe stato meglio alfabetico) e la scarsa visibilità di novità e promozioni (sarebbe stato auspicabile aumentare almeno la dimensione del carattere).

A destra c’è il riepilogo del carrello, o della lista, assieme al campo di ricerca. Tutto fatto bene, però il browser taglia le frasi “Ho inser...” e “Ho sc...”, pur avanzando un’ampio margine bianco alla visualizzazione della pagina (ris: 1280 x 1024).

A centro pagina invece c'è l'elenco dei prodotti della categoria scelta, organizzata in questo modo:

Si seleziona il peso (o la quantità a seconda del prodotto) e si decide se metterla nel carrello o aggiungerla alla lista.



Aggiungiamo al carrello e vediamo.

Ecco **sotto** il carrello. Sono 3 pagine. Si può notare tutto quello che serve, scegliere tempi e modi di consegna...insomma, è tutto ben fatto e comprensibile. Da qua si capisce anche a che serve la lista: è un riepilogo di tutto quello che si è scelto, e da lì si decide cosa inserire nel carrello o meno, facendo una "scrematura" di quello che si è scelto senza tornare al supermercato in caso di errore.

Dato che rimane comunque tutto memorizzato, la trovo una cosa tutto sommato inutile.



Comunque andiamo avanti.....e scopriamo solo ora che per proseguire è necessaria una spesa di almeno 25 Euro (**vedi sotto**). Direi che è una cosa molto grave e che può spazientire l'utente. Si certo, è tutto scritto nell'Aiuto, ma un breve promemoria al momento dell'acquisto sarebbe opportuno.

1 2 3

*** necessaria una spesa di almeno € 25,00**

Banane biologiche (categ. 2)		Prezzo unitario	Q.tà	Disponibile	Selezione
Formato: Selezionare il peso		€ 2,99/kg L. 5.789/kg	0,5 kg	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		€ 1,50 L. 2.895			
Opuntia Porta CD sovrapponibile color blu		Prezzo unitario	Q.tà	Disponibile	Selezione
Formato: Scatola		€ 12,96 L. 25.094	1 pz	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		€ 12,96 L. 25.094			
Totale		€ 14,46 L. 27.989			<input type="checkbox"/>

Hai messo tutto nella lista? Lista Cancella Aggiorna

Hai totalizzato: 42 punti spesa
 0 punti extra
 Totale punti dell'ordine 42

**Raggiungi 100€ di spesa...
 La consegna è **Gratuita!****

Indica qui l'indirizzo, la data e l'orario di consegna, oppure scegli uno dei [punti di consegna](#).

Consegna dove: Pick-up Point Bonomelli: Piazza Bonomelli Cambio

Dico quando: Lunedì 26/07/2004 dalle 14:30 alle 15:30 Cambio

Hai controllato tutto? Clicca Avanti

Va beh arriviamo a 25 euro e proseguiamo...

E troviamo **quest'altra** pagina, uguale a sopra nella parte superiore e sotto invece è così. Mi sembra tutto abbastanza chiaro.....proseguendo poi si arriva a confermare l'ordine e l'acquisto è fatto.

Ufficio Sedia da Ufficio rossa 

Prezzo unitario	Q.tà	Disponibile
€ 51,70 L. 100.105	1 pz	<input checked="" type="checkbox"/>
€ 51,70 L. 100.105		

Spese di consegna **€ 0,00 L. 0**

Totale € 66,16 L. 128.094

Hai scelto questo indirizzo, data ed orario di consegna: clicca [qui](#) se vuoi modificarli.

Consegna dove: Pick-up Point Cologno: Pick-up Point Cologno

Dico quando: Lunedì 26/07/2004 dalle 14:30 alle 15:30

Adesso scegli la modalità di pagamento: carta di credito online oppure pagamento alla consegna con carta di credito, bancomat, assegno o contanti.

Pago come: online alla consegna

Volendo puoi usare questo spazio per eventuali note per la consegna.

Desidero la spesa nelle scatole di cartone

Inserisci i dati della tua carta di credito, oppure seleziona quella che hai già utilizzato.
Attenzione: non devi inserire spazi tra le cifre del numero della tua carta di credito.

Nuova carta di credito Gabriele Franco

Numero di carta di credito

Data di scadenza

In conclusione, la procedura di acquisto è semplice e abbastanza chiara, tranne piccoli aspetti migliorabili.

3.3.1.2. Il trattamento degli errori dell'utente è adeguato?

Il trattamento degli errori è adeguato, tranne nel caso esposto sopra del quantitativo minimo di merce acquistabile. Se si sbaglia l'inserimento dei dati nei form di registrazione, gli errori vengono evidenziati in rosso e non vengono persi i dati già inseriti.

Per poter offrire anche a te i servizi di Volendo, ti chiediamo di inserire le informazioni in questi campi.

Se hai bisogno di aiuto clicca ?.
I campi contrassegnati da ? sono obbligatori.

<input type="checkbox"/>	Nome	<input type="text" value="gabriele"/>
<input type="checkbox"/>	Cognome	<input type="text"/> Manca il cognome
<input type="checkbox"/> ?	Indirizzo	<input type="text"/> Manca l'indirizzo
<input type="checkbox"/> ?	Codice Postale	<input type="text"/> Manca il codice postale
<input type="checkbox"/> ?	Città	<input type="text"/> Manca la città
<input type="checkbox"/> ?	Provincia	<input type="text"/> Manca la provincia
<input type="checkbox"/> ?	Nazione	<input type="text" value="Italia"/>
<input type="checkbox"/> ?	E-mail	<input type="text"/> E-mail non valido
<input type="checkbox"/> ?	Telefono	<input type="text"/> Manca il recapito telefonico o e' invalido
<input type="checkbox"/> ?	Altro telefono	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ?	Password servizio telefonico	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> ?	Data di nascita	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>

Stesso ricordo per tutti gli altri form. Viene specificato in rosso con tono cortese e in posizione ben visibile ogni errore commesso, ed è molto facile porvi rimedio.

3.3.1.3. Gli strumenti di ricerca delle informazioni sono adeguati?

Per quanto riguarda le ricerche, è tutto ben fatto in rapporto alle necessità. Ovviamente basta un campo di ricerca semplice, dato che trattandosi di un supermercato tutto ciò che è presente si può trovare con una o due parole, e campi di ricerca complessi sarebbero inutilmente complicati per gli utenti di un sito del genere.

Comunque quello che c'è è ben fatto. Si ha, sempre nella stessa posizione nelle varie pagine del supermercato in cui è presente, il campo di ricerca con sotto un menu a tendina di scelta del reparto in cui si vuole fare una ricerca.



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

Vi è una pagina apposita e ben raggiungibile in cui vi sono tutte le modalità di contatto con la gestione del sito. Hanno un numero verde e un indirizzo email per i contatti con la clientela, e un'indirizzo per l'ufficio stampa. Tutto molto chiaro e ben organizzato.

My Volendo ■ Registrazione ■ Contattaci ■ Aiuto ■ Volendo è ■ Carrello

My Volendo *Lo specialista online della spesa!*

Supermercato | Bio | Parafarmacia | Libri, video, cd | Enoteca | Animali | Design | Viaggi

Servizio clienti

Per qualsiasi informazione, segnalazione o problema puoi chiamare il nostro numero verde: gli operatori sono a tua completa disposizione **7 giorni su 7** dalle 8 alle 23, per chiamate provenienti da numeri di rete fissa e cellulari.

Numero Verde
800-18.90.18

Oppure scrivi a vorrei@volendo.com: saremo a tua disposizione per qualsiasi necessità!

Ufficio stampa

Gli **uffici stampa**, **P.R.** e i **giornalisti** sono pregati di contattare:

Simonetta Flores
simonetta.flores@volendo.com

Tel.: : 02.25395111 Fax: 02.25395119

3.3.2. Le funzioni del sito sono corrette?

Dopo aver provato il sito a fondo nel check-up, non è stata trovata nessuna anomalia nell'utilizzo del sito.

Sintesi:

Punti di forza:

- Transazioni complessivamente chiare e comprensibili
- Strumenti di ricerca adeguati
- Comunicazione adeguata coi gestori
- Trattamento degli errori adeguato

Punti di debolezza:

- Disordine nell'elenco dei prodotti del supermercato
- Alcune pagine nel form di registrazione troppo piene di contenuti
- Alcuni elementi ridondanti nelle funzioni d'acquisto

3.4. Contenuto

Valutazione: 3

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

Analisi:

3.4.1. L'informazione è classificata in modo adeguato?

L'informazione è generalmente ben classificata anche se vi sono delle incongruenze.

Nel primo livello sono presenti delle forti ambiguità nella denominazione e nell'utilizzo dei pulsanti "Aiuto" e "Volendo è", che si riferiscono sostanzialmente agli stessi contenuti organizzati però in modo diverso. Il pulsante "Aiuto" indirizza verso un help molto chiaro e ben organizzato, mentre il pulsante "Volendo è" presenta le caratteristiche del servizio organizzando in modo diverso e un po' meno chiaro le stesse pagine usate più chiaramente nella sezione "Aiuto".

Qui sotto sono evidenziate alcune di queste ambiguità.

The image shows a screenshot of the Volendo.com website. At the top, there is a navigation bar with links: My Volendo, Logout, Contattaci, Aiuto, Volendo è, and Carrello. Below this is a banner for "Aiuto" (Help) with the text "Lo specialista online della spesa!". The main content area is titled "Come possiamo aiutarti?" and is divided into several sections:

- Registrazione e Login**
 - [Perché registrarsi](#)
 - [I tuoi dati personali](#)
 - [My Volendo](#)
 - [Ho dimenticato il nome utente e/o la password](#)
- Spesa e shopping**
 - [Fare shopping in euro](#)
 - [Quanto costa?](#)
 - [Come comprare con Volendo](#)
 - [Trovare i prodotti](#)
 - [La tua lista](#)
 - [Il tuo carrello](#)
 - [Le promozioni](#)
 - [Raccolta Punti VOGLIO](#)
 - [Shop Viaggi](#)
- Il nostro servizio**
 - [Quanto costa?](#)
 - [Preparazione dell'ordine](#)
 - [Modalità di pagamento](#)
 - [Consegna](#)
 - [I nostri punti di consegna](#)
 - [Il servizio clienti](#)
 - [Tracking dell'ordine](#)
- Le nostre garanzie**
 - [Condizioni di vendita](#)
 - [Privacy e sicurezza](#)
 - [Pagamenti sicuri](#)
 - [Garanzia soddisfatti o rimborsati](#)
 - [Qualità dei prodotti](#)
 - [Prodotti a peso variabile](#)
- Informazioni tecniche**
 - [Configurazione ottimale](#)
 - [Sicurezza](#)
 - [Logout](#)
 - [Creazione del sito](#)

There are three arrows pointing to specific links: a red arrow points to "Consegna", a green arrow points to "Preparazione dell'ordine", and a blue arrow points to "Garanzia soddisfatti o rimborsati".

Benvenuto nel mondo di Volendo: desideriamo presentarci e presentarti il nostro servizio, i nostri [Partner](#) ed i nostri [Amici](#).

✓ Il nostro servizio

Volendo è qualità del servizio:

- [shopping 24 ore su 24, 7 giorni su 7](#)
- [consegna in poche ore dove e quando vuoi tu](#)
- [pagamento on-line o alla consegna](#)
- [prezzi competitivi](#)
- [qualità dei prodotti](#)
- [garanzia soddisfatti o rimborsati](#)
- [privacy e sicurezza garantite](#)
- [servizio clienti](#)
- [requalamento raccolta punti](#)

✓ Noi

Volendo.com nasce come soluzione innovativa per le esigenze di tutti coloro che vivono in una realtà urbana: è un sito di e-commerce pensato e costruito per effettuare acquisti attraverso internet e ricevere i prodotti acquistati dove e quando si preferisce.

Il nostro obiettivo è garantire la massima qualità nelle diverse fasi del processo, dalla semplicità e funzionalità del sito all'organizzazione logistica e delle consegne. Oggi siamo attivi a Milano, Monza, Torino, Bergamo, Brescia e molti comuni limitrofi: presto saremo presenti anche nelle altre principali città italiane.

[Vuoi avere più informazioni su Volendo?](#)

✓ I nostri partner

[inizio](#) ↑

Gruppo Lombardini

Le origini del Gruppo Lombardini risalgono al 1929, quando il fondatore Emilio Lombardini diede vita ad un'attività di commercio all'ingrosso. Il dinamismo ed una sfida costante per l'innovazione commerciale sono gli elementi con i quali il Gruppo Lombardini ha caratterizzato la sua crescita, diversificando tempestivamente le attività distributive e cercando continuamente formule innovative in grado di servire al meglio il cliente. Oggi il Gruppo opera con una forte penetrazione commerciale nel Nord Italia attraverso cinque diversi canali: cash and carry, ipermercati, supermercati, discount e specialty stores, per un totale di oltre 500 punti vendita con 45 milioni di passaggi annui alle casse, 5 centri di distribuzione



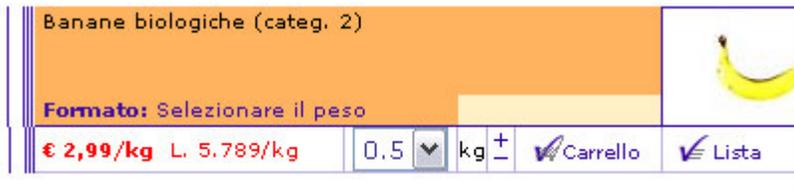
Nel form di registrazione il campo "password servizio telefonico" non è molto chiaro a cosa serva, ed è necessario leggere l'help, in cui è tutto spiegato in modo soddisfacente e comunque non si tratta di un campo obbligatorio.

Se hai bisogno di aiuto clicca [?](#).
I campi contrassegnati da sono obbligatori.

	Nome	<input type="text"/>
	Cognome	<input type="text"/>
?	Indirizzo	<input type="text"/>
		<input type="text"/>
?	Codice Postale	<input type="text"/>
?	Città	<input type="text"/>
?	Provincia	<input type="text"/>
?	Nazione	<input type="text" value="Italia"/>
?	E-mail	<input type="text"/>
?	Telefono	<input type="text"/>
	Altro telefono	<input type="text"/>
?	Password servizio telefonico	<input type="text"/>
	Data di nascita	<input type="text"/> / <input type="text"/> / <input type="text"/>



Non si capisce immediatamente quale sia la differenza tra lista e carrello. quando si fa la spesa.



In questo menu a tendina trovo che sia un po' fuori luogo la scritta "Tutti gli shop". Dato che il negozio è uno solo, sarebbe più corretto parlare di Reparti.



In "My Volendo" ci sono alcuni campi poco chiari, in "Convenzioni" e "Consegna dove"

My Volendo [Logout](#) [Contattaci](#) [Aiuto](#) [Volendo è](#) [Carrello](#)

My Volendo [Supermercato](#) [Bio](#) [Parafarmacia](#) [Libri.video.cd](#) [Enoteca](#) [Animali](#) [Design](#) [Viaggi](#) **volendo.com**
Lo specialista online della spesa!

<input type="checkbox"/> I miei dati	My Volendo
<input type="checkbox"/> Le mie liste	
<input type="checkbox"/> I miei acquisti	
<input type="checkbox"/> Consegna dove	
<input type="checkbox"/> Pago come	
<input type="checkbox"/> Cambio password	
<input type="checkbox"/> Spesa al telefono	
<input type="checkbox"/> Buoni sconto	
<input type="checkbox"/> Consensi	
<input type="checkbox"/> Convenzioni	
<input type="checkbox"/> Raccolta Punti	

I miei dati	Le mie liste
Qui puoi modificare ed aggiornare i tuoi dati personali.	Qui puoi inserire, modificare e scegliere le tue liste della spesa. Quando farai la spesa aggiungi la lista prescelta al carrello: in un attimo avrai terminato.
I miei acquisti	Buoni sconto
Qui puoi vedere tutti i tuoi acquisti, presenti e passati!	Qui puoi vedere quanti buoni sconto hai, il loro periodo di validità e quando li hai utilizzati.
Consensi	Carrello
Qui puoi trovare le informazioni sul consenso dato a Volendo per fornirti i propri servizi e il consenso, a ricevere la Newsletter, che puoi modificare in qualsiasi momento.	Qui metti i prodotti che vuoi acquistare. Puoi aggiungere o togliere i prodotti, modificarne le quantità e inserirli in una delle tue liste della spesa.
Consegna dove	Pago come
Qui inserisci, scegli e modifichi l'indirizzo di consegna.	Qui puoi vedere i riferimenti delle tue carte di credito e cancellarli se vuoi.
Cambio password	Spesa al telefono
Qui puoi cambiare la tua password.	Qui puoi cambiare o modificare i dati per la spesa al telefono.
Convenzioni	Raccolta Punti VOGLIO
Qui puoi inserire il tuo codice personale di accesso e usufruire della convenzione a cui aderisci	Qui puoi vedere quanti Punti VOGLIO hai accumulato e scoprire tutti i vantaggi e gli incredibili premi della raccolta.

In "Consegna dove" non si capisce cosa vogliono dire "al solito" e "qui", e che effetto abbiano sulla consegna della merce.

- I miei dati
- Le mie liste
- I miei acquisti
- Consegna dove
- Pago come
- Cambio password
- Spesa al telefono
- Buoni sconto
- Consensi
- Convenzioni
- Raccolta Punti

Consegna dove

Qui puoi vedere gli indirizzi di consegna che hai inserito e modificarli o cancellarli; oppure puoi aggiungere un nuovo indirizzo.

Se vuoi **ritirare i tuoi acquisti senza pagare le spese di consegna**, puoi scegliere uno dei nostri pick-up point: puoi ritirare la tua spesa **dal lunedì al venerdì** in qualsiasi momento dalle **15.30 alle 19.00**. [Clicca qui](#) per saperne di più.

Nome	Indirizzo	Elimina	Al solito	Qui!
Banco alimentare	Banco alimentare	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pick-up Point Cologno	Pick-up Point Cologno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pick-up Point Bonomelli	Piazza Bonomelli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[aggiorna](#) [nuovo indirizzo](#)

E cliccando “qui per saperne di più” non spiega nulla di ciò che vorrei sapere ma manda a questa schermata.

Punto di consegna

Volendo puoi ritirare i tuoi acquisti senza pagare le spese di consegna!

Dove:

- A **Milano: Piazza Bonomelli, 10** - c/o Mail Boxes Etc.
Attenzione: a questo pick-up point non è possibile pagare alla consegna
- A **Cologno Monzese: Viale Liguria, 73** - c/o GrosMarket

Quando:

Puoi ordinare quando vuoi e ritirare i tuoi acquisti **dal lunedì al venerdì**:

- Se ordini entro le 24.00 potrai ritirare i tuoi acquisti in qualsiasi momento **dalle 15.30 alle 19.00 del giorno successivo**

Come:

- nella pagina [consegna dove](#) dicci sul pick-up point che preferisci
- nella pagina [Dico quando](#) seleziona la fascia oraria 14.30-15.30 dal Lunedì al Venerdì

Il campo “Convenzioni” non si capisce a cosa si riferisca, cliccandoci sopra manda a questa pagina, in cui non c’è alcun riferimento a come/dove ottenere questo fantomatico codice da inserire.

- I miei dati
- Le mie liste
- I miei acquisti
- Consegna dove
- Pago come
- Cambio password
- Spesa al telefono
- Buoni sconto

Convenzioni

Nome	Validità	Vantaggi
------	----------	----------

Inserisci il tuo codice personale:

A parte queste piccole sviste, l'informazione è comunque ben classificata e il tutto è abbastanza facilmente comprensibile. Vedremo se ci sono altri problemi nei test di usabilità.

3.4.2. Lo stile del testo è adeguato al web?

I concetti sono espressi in modo conciso, breve e chiaro. L'unico appunto che si può muovere sullo stile è nelle pagine di help. Ve ne sono alcune troppo lunghe ("il nostro servizio", "Home-logistica", "quanto costa?", "Spesa e shopping", "Condizioni di vendita"), così come nelle informative sulla privacy. Anche la presentazione dei partner nella pagina "Volendo è" è troppo lunga, anche con un monitor ad alta risoluzione è necessario scorrere la pagina per leggere tutto.

Anche in pagine lunghe comunque il testo è suddiviso in paragrafi brevi e di veloce lettura. I titoli sono ben esplicativi e danno quasi sempre idea di ciò che c'è scritto sotto (i difetti nel linguaggio comunque li ho descritti sopra). I links sono sempre ben individuabili quando servono e non presentano, così come i testi, inutili artifici retorici. E le pagine lunghe comunque sono organizzate col metodo "top-down", e tramite links appositi si apre automaticamente la pagina col paragrafo desiderato all'inizio.

Per il resto nulla da segnalare, anche i form sono mai troppo lunghi e richiedono lo stretto necessario. In conclusione. Ritengo comunque buona l'impostazione dello stile del testo, soprattutto mettendola in relazione con la qualità media dei siti web esistenti.

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

L'informazione è sempre aggiornata, il sito è vivo, ogni settimana viene aggiornato con nuove offerte, promozioni, prodotti.

I prodotti sono sempre ben presentati, con foto sull'elenco dei prodotti. Cliccando sulla foto si accede ad una scheda del prodotto in cui vi è una descrizione delle caratteristiche salienti.

Non vi è però modo di sapere molto sulla proprietà e sullo stato della società, c'è solo una breve presentazione nella sezione "Volendo è" e l'indirizzo e-mail a cui rivolgersi se uno vuole saperne di più, e un breve trafiletto sul fondo della home page scritto in caratteri microscopici in cui sta scritta la partita iva, eccolo

COPYRIGHT 2000 VOLENDO S.p.A - P.IVA 03178970236 - Tutti i diritti riservati -

...è talmente ben visibile che l'ho scoperta casualmente cercando informazioni sull'aggiornamento del sito.

Il sito quindi non soddisfa i requisiti specificati nel documento e-QM 2001 dell'ISEC.

3.4.4. Il sito è correttamente localizzato?

Il sito è ben localizzato. E' in lingua italiana e va bene così, dato che si rivolge solo al mercato italiano (anzi, vende solo in alcune zone specifiche dell'Italia).

Sintesi:

Punti di forza:

- Stile del testo molto chiaro
- Aggiornamenti frequenti
- Ottima localizzazione

Punti di debolezza:

- Informazione non sempre ben organizzata, alcune ambiguità presenti.
- Nessuna informazione sulla proprietà

3.5. Gestione

Valutazione: 2

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

Analisi:

3.5.1. Il sito è sempre attivo e disponibile?

Nei vari tentativi di accesso effettuati non si sono verificate interruzioni del servizio. Ho provato a cercare maggiori informazioni sul web in riguardo ma non c'è nessun sito che mette a disposizione attività di monitoraggio per Volendo.com.

3.5.2. L'utilizzo del sito è adeguatamente monitorato?

Nel sito non è presente alcun meccanismo adeguato a raccogliere dati di interesse sugli accessi.

3.5.3. Il sito viene costantemente aggiornato e migliorato?

Il sito è aggiornato solo per quanto riguarda i contenuti (altrimenti, per sua stessa natura, sarebbe totalmente inutile). Miglioramenti non se ne vedono da parecchio tempo. Conosco il sito da almeno un anno, e non ho mai notato cambiamenti sostanziali nell'impostazione strutturale.

Non è tra l'altro presente alcun dato sull'aggiornamento del sito.

Comunque proviamo a verificare, tramite un programmino links-checker disponibile gratuitamente su web (Xenu's links sleuth), la presenza di broken links.

Questo è l'output del programma

All pages, by result type:

ok	1852 URLs	50.20%
skip type	1831 URLs	49.63%
not found	6 URLs	0.16%
Total	3689 URLs	100.00%

Il risultato direi che è ottimo, con solo lo 0.16% di links spezzati, risultato fisiologico.

La presenza di molti links "Skip type" è data dal massiccio uso dei javascript.

Il sito quindi, pur non essendo aggiornato a livello strutturale, è comunque sempre aggiornato per quanto riguarda i contenuti.

3.5.4. Le relazioni con gli utenti sono adeguatamente presidiate?

Il sito mette a disposizione un numero verde e un unico indirizzo e-mail per segnalazioni di ogni tipo.

Ho testato il numero verde alle ore 11.45 di venerdì 23/07/2004 e dopo un paio di minuti di attesa ho ricevuto risposta.

Ho testato la mail, e il giudizio è positivo. La risposta è arrivata in giornata, cortese e pertinente alla richiesta, anche se 4 ore non sono proprio sintomo di tempestività.

Mail inviata: 23-07-04 11.45	<i>Salve, volevo sapere se il servizio verrà esteso in un breve futuro anche al comune di Seregno, in provincia di Milano. Grazie Gabriele.</i>
Mail ricevuta: 23-07-04 15.45	<i>Gentile Signor Gabriele, innanzitutto desideriamo ringraziarLa dell'interesse dimostrato. Al momento non effettuiamo consegne a Seregno, non è tra i nostri piani di sviluppo a breve termine, ma sarà nostra cura informarLa qualora, in un prossimo futuro, i nostri progetti di espansione comprendano anche il Suo comune. Cogliamo l'occasione per inviarLe i nostri più cordiali saluti. Elena Vona Customer Relations n° verde : 800 18 90 18</i>

Il giudizio è positivo, pur con qualche riserva.

Sintesi:

Punti di forza:

- Ottima disponibilità del sito
- Relazioni con gli utenti adeguatamente presidiate
- Contenuti sempre aggiornati

Punti di debolezza:

- Assenza di monitorizzazioni sull'uso del sito
- Struttura del sito da troppo tempo non aggiornata e mancanza di indicazioni sull'ultimo aggiornamento

3.6. Accessibilità

Valutazione: 1

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

Analisi:

3.6.1. I tempi di accesso sono adeguati?

Vediamo con la “Barra dell’accessibilità” dimensioni e tempi di caricamento della Home Page.



I tempi di caricamento della home page sono abbastanza lunghi con un modem 56k, e ciò è dovuto essenzialmente alla pesantezza delle immagini. Però se uno ha fretta e già conosce il sito, dato che gli elementi principali compaiono per primi nella visualizzazione della pagina, può cliccarvi sopra subito senza attendere il completo caricamento, e abbreviare di molto i tempi.

Con VisualRoute analizziamo il percorso di routing, che ci permette di vedere se il server è ben dislocato in relazione ai potenziali utenti del sito o meno.

Si può vedere qui sotto l'output del programma, che ci dice che il server è situato in Milano, e dalla provincia di Milano (dove mi trovo) si ha un tempo medio di accesso di 69ms. Quindi il server è situato in una posizione corretta rispetto alle necessità della clientela (ricordiamo che Volendo.com è attivo nel nord Italia).

Report per www.volendo.com [62.207.133.75]							
Analisi: www.volendo.com raggiunto in 13 hop. Si tratta di un server HTTP (running Stronghold/3.0 Apache/1.3.19 RedHat/3014 (Unix) mod_jk_mod_ssl/2.8.1 OpenSSL/0.9.6).							
Hop	%Persi	Indirizzo IP	Nome nodo	Localazione	F.Ora	ms	Rete
0		82.50.66.229	atl1atdd	*			177
1		192.168.100.1	-	-		83	Telecom Italia Net (uso privato)
2		80.20.5.8	r-mi225-v14.opb.interbusiness.it	Milan, Italy	+01:00	107	Telecom Italia SPA
3		80.17.211.93	r-mi258-mi225.opb.interbusiness.it	Milan, Italy	+01:00	85	Telecom Italia SPA
4		151.99.75.213	r-mi224-v14.opb.interbusiness.it	Milan, Italy	+01:00	75	RIPE Network Coordination Centre RIPE-ERX
5		151.99.98.226	-	Amsterdam, Netherlands	+01:00	71	RIPE Network Coordination Centre RIPE-ERX
6		217.29.66.48	blixer.mia-it.net	(Italy)	+01:00	71	Milan Internet Exchange
7		213.88.60.54	-	Milan, Italy	+01:00	93	BLIXER NET SERVICES
8		213.145.0.37	gw1-blx-b4.bliver.it	Milan, Italy	+01:00	93	BLIXER NET SERVICES (uso privato)
9		10.15.2.5	-	-		78	
10		10.15.2.5	-	-		86	(uso privato)
11		62.207.133.75	-	(Italy)	+01:00	68	IT-BLIXER-20001129
12		62.207.133.75	-	(Italy)	+01:00	94	IT-BLIXER-20001129
13		62.207.133.75	www.volendo.com	(Italy)	+01:00	69	IT-BLIXER-20001129

Tempo andata ritorno per www.volendo.com, medio = 69ms, min = 46ms, max = 125ms -- 24-lug-04 14.28.56

[Clicca su un elemento nella tabella per informazioni](#)



3.6.2. Il sito è facile da trovare?

3.6.2.1. Il nome del sito si ricorda facilmente?

Volendo.com, pur non essendo un marchio conosciuto ai più, è un nome facile da ricordare, essendo uguale all'URL principale col quale vi si accede. E in caso di dimenticanza o di errore, il browser aprirà la pagina del sito anche se digitiamo www.volendo.it e www.volendo.net. (risultati trovati usando www.netcraft.com)

Il sito è anche raggiungibile con l'URL www.spesaclit.it, che porta sempre alla home page di "Volendo.com".

3.6.2.2. Il sito è facilmente reperibile tramite i più diffusi motori di ricerca?

Sono stati sottoposti al test 6 dei più famosi motori, italiani e stranieri, e si è effettuata una ricerca tramite diverse parole chiave, scelte tra le più significative che uno potrebbe utilizzare alla ricerca di un servizio dello stesso tipo di quello offerto da "Volendo.com". Il risultato della ricerca è il seguente, nelle celle vengono riportate la posizione in cui compare Volendo, il trattino significa che il sito non viene visualizzato nelle prime 10 posizioni.

	Volendo.com	volendo	v	spesaclic	Spesa online	alimentari	Shopping + alimenti	Prodotti + online	comprare	supermercato
Altavista	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Arianna	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Excite	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Google	1	1	-	1	9	-	-	-	-	-
Lycos	1	1	-	1	-	-	-	-	-	-
Virgilio	1	1	-	1	6	-	-	-	-	-

Il risultato della ricerca non è molto soddisfacente, le parole che l'utente maggiormente userebbe per cercare un sito per la spesa on-line non mostrano "Volendo.com" tra i primi della ricerca e fanno risaltare nelle prime posizioni altri servizi di spesa che potrebbero rovinare l'immagine di Volendo.

Il sito viene trovato immediatamente con le parole "volendo.com", "volendo" e "spesaclic", ma c'è poca probabilità che un utente faccia una ricerca se le conosce già; magari proverebbe a comporre l'indirizzo e data la grande accessibilità dell'URL accederebbe facilmente al sito.

Di seguito vengono riportati gli screenshot dei risultati delle ricerche nei vari motori con la parola chiave "volendo.com").

The screenshot shows a Google search for "www.volendo.com". The search bar contains the text "www.volendo.com" and a "Cerca" button. Below the search bar, there are options for "Cerca nel Web" (selected) and "Cerca solo le pagine in Italiano". The search results section is titled "Web" and shows a single result: "Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo ...". Below the result, there is a list of links: "My Volendo, Registrazione, Contattaci, Aiuto, Volendo è, Carrello, TUBORG Birra Original Quality Premium, GAROFALO Penne Ziti Rigate, SAN ...". A section titled "Google può visualizzare le seguenti informazioni relative all'URL:" contains a list of links: "Visualizza la copia cache di www.volendo.com", "Trova pagine simili a www.volendo.com", "Trova pagine che contengano un collegamento a www.volendo.com", and "Trova pagine che contengano il termine 'www.volendo.com'".

The screenshot shows an Altavista search for "volendo.com". The search bar contains the text "volendo.com" and a "TROVA" button. Below the search bar, there are options for "RICERCA:" (set to "Tutto il mondo") and "RISULTATO:" (set to "Tutte le lingue"). The search results section is titled "AltaVista ha trovato 9 risultati" and shows a single result: "Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco". Below the result, there is a list of links: "Volendo.com e' il sito per lo shopping quotidiano, pensato e costruito per effettuare acquisti attraverso internet e ricevere i prodotti dove e quando si preferisce, evitando gli inconvenienti ...", "www.volendo.com", and "Ulteriori pagine in volendo.com".

Pagina dei risultati: 1

Accesso Internet | Mail | AAA Relazioni | Newsgroup | News | Finanza | Meteo | Uroscopo

excite Cerca Web Cerca
Altre ri...



volendo.com tutto il Web

WEB | IMMAGINI | VIDEO | NEWS | MP3 | PRODOTTI

risultati per **volendo.com**

1. [Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco](#)

Volendo.com e' il sito per lo shopping quotidiano, pensato e costruito per effettuare acquisti attraverso internet e ricevere i prodotti dove e quando si

<http://www.volendo.com/>  **Anteprima**

precedente pagina 1 di 1

Home | Accesso Internet | Mail | **Ricerca** | Community

 **LIBERO**
RICERCA

Web | Immagini | Video | Gruppi | Mp3 | Directory | News Novità

volendo.com

con Arianna con Google > Ricerca avanzata

Web

Risultati nel web. [raggruppa per sito]

Volendo.com
Il centro commerciale tra le mura di casa: supermercati, farmacia, fiori, cinema, enoteca e animali.
Categoria: [Tempo Libero/shopping](#)
<http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/city.servlet.ICWebPage>

volendo@com
<http://www.volendo.com/>
[\[Altri risultati su www.volendo.com\]](#)

[Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como L...](#)
My Volendo Registrazione Contattaci Aiuto Volendo è Carrello Errore: Pagina richiesta non trovata!
<http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/city.servlet.ICWebPage>
[\[Altri risultati su www.volendo.com\]](#)

LYCOS Web [Advanced Search](#) [Submit Your Site](#)

Find "volendo.com" in: [News](#) | [Shopping](#) [New! Get Sidesearch](#)

WEB RESULTS: Showing Results **1 thru 1** of 1 ([info](#))

1. [Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como...](#)

Volendo.com e' il sito per lo shopping quotidiano, pensato e costruito per effettuare acquisti attraverso internet e ricevere i prodotti dove e quando si preferisce, evitando gli inconvenienti ...

www.volendo.com June 20, 2004 - 55 KB

volendo.com Web Search within these results

Homepage News Soldi Tutti i siti TuttoCittà Mail Tin.it

virgilio
Ricerca

Entra nel mondo dei *Piccolini*

cosa
volendo.com

cerca nel Web cerca solo nelle pagine in Italiano

Opzioni
 • Protezione familiare
 • Virgilio Toolbar

Le ricerche di oggi
 • festival estivi
 • concorsi
 • firenze
 • trasporti
 • toolbar
 • karaoke

cerca in **Siti** Aziende Prodotti Persone News Immagini Music Box

Trovati 72.662 risultati per **volendo.com** in Siti. [► Sponsorizza il tuo sito](#)

- [Volendo.com \[apri in una nuova finestra\]](#)
 Vendita online di prodotti alimentari, vini, cibi e accessori per animali domestici. Sono presenti anche una sezione dedicata a fiori e piante ed una ai regali, con consegna a domicilio o in ufficio in giornata. Il sito è arricchito con una serie di servizi e curiosità.
 > [Siti aziendali](#) > [Alimentazione](#) > [Supermercati](#)
<http://www.volendo.com/>
- [i-dome.com - Volendo.com: il supermercato online e non solo - par \[apri in una nuova finestra\]](#)
 ... L'intervista di oggi in esclusiva su i-dome.com alla D.ssa Bosio, Direttore Marketing di **Volendo.com**, ci dimostrerà che una iniziativa di vendita sulla rete ...
http://www.i-dome.com/docs/pagina.phtml?id_articolo=2293
- [i-dome.com - Volendo.com: il supermercato online e non solo - par \[apri in una nuova finestra\]](#)
 ... Si conclude con oggi l'intervista in esclusiva alla Dott.ssa Bosio, Direttore Marketing di **Volendo.com** sull'esperienza e le scelte che accompagnano un ...
http://www.i-dome.com/docs/pagina.phtml?id_articolo=2296

3.6.2.3. Il sito è adeguatamente referenziato dagli altri siti?

Tramite ricerche effettuate nel web con alcuni strumenti di “Links popularity check” ho ottenuto i seguenti risultati:

www.volendo.com	
Google	39
MSN Search	135
HotBot	139
Altavista	273
Totale	586

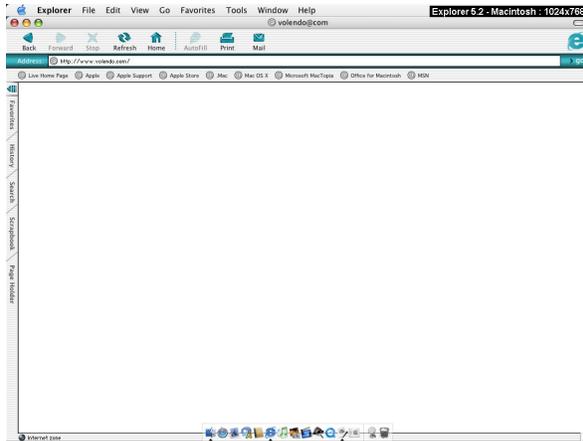
Come si può vedere, il sito non è molto popolare nel web, ed è una pecca grave per un'azienda che è presente solo sul web.

3.6.3. Il sito è accessibile con ogni browser?

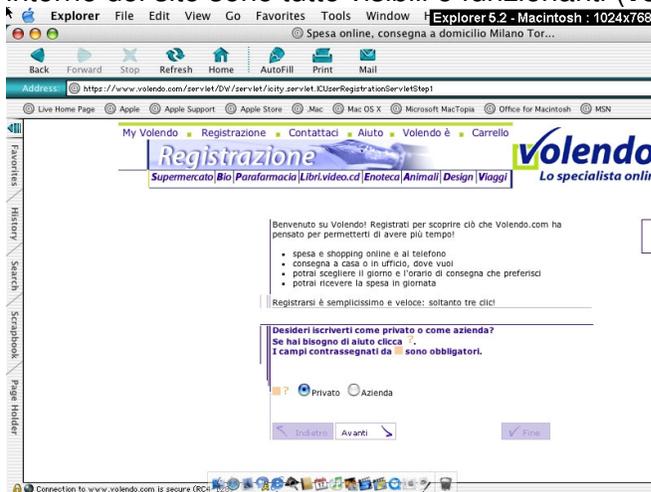
Dopo averlo provato coi browser più diffusi, devo dire che il sito è accessibile quasi con tutto.

Ho trovato un problema solo (ma abbastanza grave) utilizzando Internet Explorer 5.2 su Macintosh.

In pratica cliccando sulla home page, da una pagina completamente bianca, vedi **sotto**.



E ciò pregiudica tutto, anche perché, testando e provando, ho scoperto che le pagine interne del sito sono tutte visibili e funzionanti (**vedi sotto**).



Per il resto nessun problema, ne nelle home pages ne nelle pagine interne più importanti. Riporto **sotto** le schermate della home page nei vari browser

Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco - Mozilla

Mozilla 1.6 - Win XP : 1024x768

File Edit View Go Bookmarks Tools Window Help

http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato

Biologico

Enoteca

Parafarmacia

Animali

Libri.video.cd

Design

Viaggi

Che Estate!

			
-50%	-41%	-41%	-40%
TUBORG Birra Original Quality Premium	GAROFALO Penne Ziti Rigate	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante	SPLENDID Caffè Classico
€ 1,28 € 0,64	€ 0,79 € 0,47	€ 0,46 € 0,27	€ 2,09 € 1,25

CONSEGNA GRATIS PER CLIENTI ANZIANI E DISABILI

Novità

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni servizi

Cerca

In

ok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

VeriSign Secure Site
click to verify

start

Spesa online, consegn...

Netscape 7.1 - Win XP : 1024x768

File Edit View Go Bookmarks Tools Window Help

http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato

Biologico

Enoteca

Parafarmacia

Animali

Libri.video.cd

Design

Viaggi

Che Estate!

			
-50%	-41%	-41%	-40%
TUBORG Birra Original Quality Premium	GAROFALO Penne Ziti Rigate	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante	SPLENDID Caffè Classico
€ 1,28 € 0,64	€ 0,79 € 0,47	€ 0,46 € 0,27	€ 2,09 € 1,25

La SPESA al TELEFONO

Shop Viaggi

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna

Cerca

In

ok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

VeriSign Secure Site
click to verify

Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco - Netscape

Netscape 7.0 - Linux : 1024x768

File Edit View Go Bookmarks Tools Window Help

http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage

Spesa online, consegna a domicilio ...

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato

Biologico

Enoteca

Parafarmacia

Animali

Libri.video.cd

Design

Viaggi

Che Estate!

50% **41%** **41%** **40%**

TUBORG Birra Original Quality Premium	GAROFALO Penne Ziti Rigate	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante	SPLENDID Caffè Classico
€ 1,28 € 0,64	€ 0,79 € 0,47	€ 0,46 € 0,27	€ 2,09 € 1,25

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora

Shop

Cerca

In

ok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

02:43

Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco - Netscape

Netscape 7.0 - Macintosh : 1024x768

File Edit View Go Bookmarks Tools Window Help

http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage

Spesa online, consegna a domicili...

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato

Biologico

Enoteca

Parafarmacia

Animali

Libri.video.cd

Design

Viaggi

Che Estate!

50% **41%** **41%** **40%**

TUBORG Birra Original Quality Premium	GAROFALO Penne Ziti Rigate	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante	SPLENDID Caffè Classico
€ 1,28 € 0,64	€ 0,79 € 0,47	€ 0,46 € 0,27	€ 2,09 € 1,25

CONSEGNA GRATIS PER CLIENTI ANZIANI E DISABILI

al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Shop

Viaggi

Cerca

In

ok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

Click to verify

Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco - Opera Opera 7 - Win XP : 1024x768

File Edit View Navigation Bookmarks Mail Window Help

Opera Opera Community OperaMail Super search Price Comparison search Amazon.com search

Spesa online, consegn...

http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi

Che Estate!

TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € **0,64** (50%)
 GAROFALO Penne Ziti Rigate € 0,79 € **0,47** (41%)
 SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,46 € **0,27** (41%)
 SPLENDID Caffè Classico € 2,09 € **1,25** (40%)

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio
 ■ Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
 ■ 10 fasce di consegna di solo 1 ora

Cerca
 In Tutti gli shop

 Nome
 Password
 Non ricordo la password

 Garanzie
 ■ Qualità prodotti
 ■ Consegna
 ■ Soddisfatti o rimborsati
 ■ Prezzi competitivi
 ■ Tracking
 ■ Pagamenti sicuri

Address: http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/volendo.servlet.ICProductDetail?id=140708&catalog_id=57678&store_id=5

start C:\WINDOWS\Syste... Spesa online, consegn... 2:07 AM

Spesa online, consegna a domicilio Milano Torino Brescia Bergamo Como Lecco - Mozilla Mozilla 1.6 - Linux : 1024x768

File Edit View Go Bookmarks Tools Window Help

Back Forward Reload Stop http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage Search Print

Home Bookmarks

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi

Che Estate!

TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € **0,64** (50%)
 GAROFALO Penne Ziti Rigate € 0,79 € **0,47** (41%)
 SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,46 € **0,27** (41%)
 SPLENDID Caffè Classico € 2,09 € **1,25** (40%)

La SPESA al TELEFONO

al Vostro servizio
 ■ Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
 ■ 10 fasce di consegna di solo 1 ora
 ■ Pagamento online o alla consegna
 ■ 48 comuni serviti

Shop Viaggi

Cerca
 In Tutti gli shop

 Sei un cliente registrato?
 Nome
 Password
 Non ricordo la password

 Garanzie
 ■ Qualità prodotti
 ■ Consegna
 ■ Soddisfatti o rimborsati
 ■ Prezzi competitivi
 ■ Tracking
 ■ Pagamenti sicuri

Spesa online, consegna a domici... 02:02



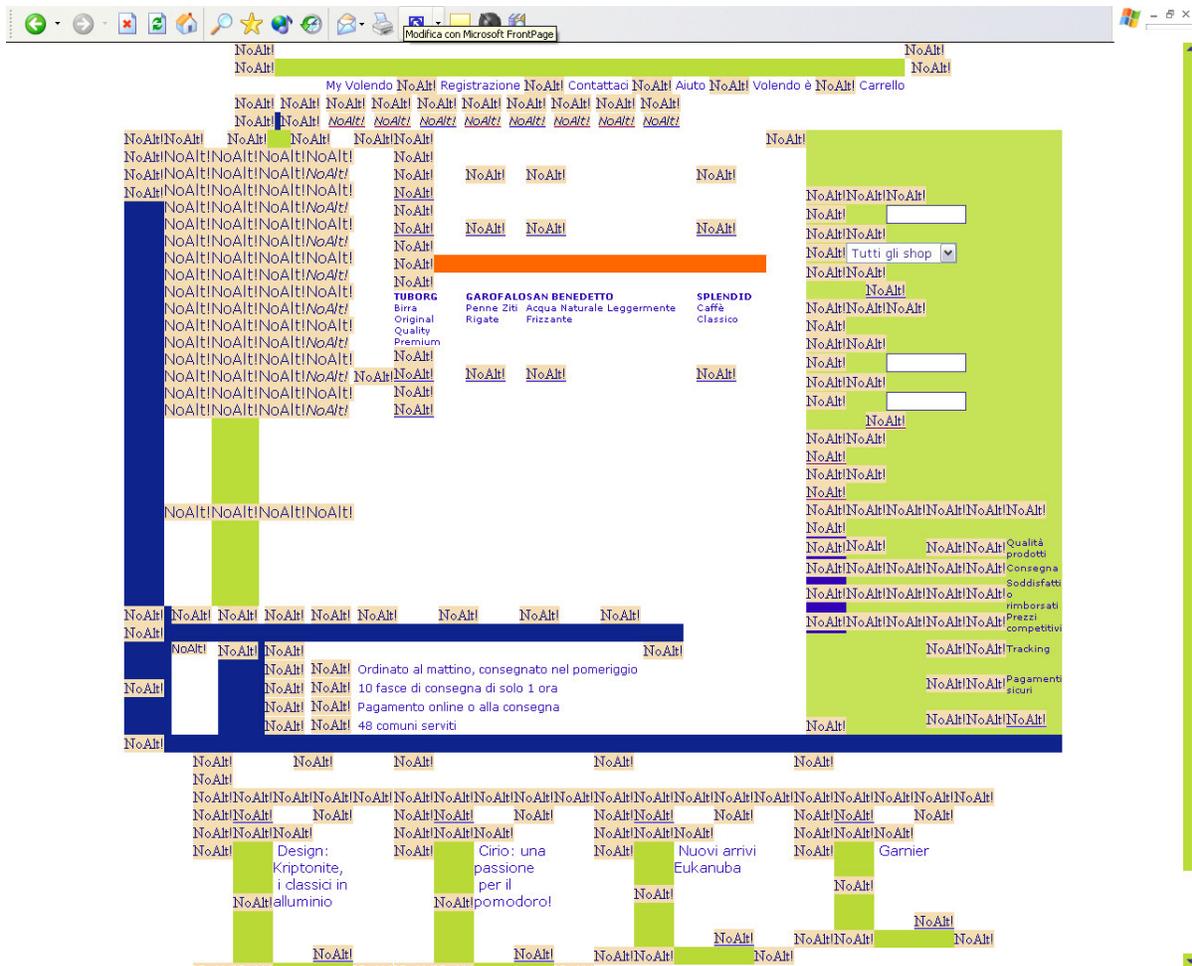
3.6.4. Il sito è utilizzabile da utenti disabili?

Per verificare l'accessibilità del sito per utenti disabili, proviamo a vedere come viene visualizzato il sito in modo da poter soddisfare le esigenze degli utenti disabili.

Questo è un aspetto molto importante, dato che "Volendo.com" si rivolge dichiaratamente ad una fascia di utenti disabili e anziani, impossibilitati a muoversi da casa per fare la spesa, con servizi e agevolazioni appositi.

Come vedremo però, il sito è implementato senza tenere minimamente conto dei problemi di accessibilità degli utenti disabili.

Infatti, se eliminiamo le immagini dal sito vediamo che non sono presenti testi alternativi appropriati. Ho fotografato solo la home page, non sto nemmeno a considerare le pagine interne del sito dato che la home page visualizzata senza immagini è totalmente incomprensibile e non si riesce ad accedere a nulla.



Modificando le dimensioni dei caratteri col browser non avviene alcun cambiamento effettivo della loro dimensione all'interno della pagina, che rimane sempre identica a se stessa.

Modificando la risoluzione video, non è necessario effettuare scorrimenti orizzontali se si scende fino a una risoluzione di 800x600. Scendendo oltre invece purtroppo serve utilizzare anche lo scorrimento orizzontale per visualizzare tutta la pagina.

Ecco **qui** la home in risoluzione 800x600



Ecco qui la home in risoluzione 640x480



Ora proviamo a visualizzare la home in scala di grigi, e vediamo se il contrasto rimane adeguato.

Come si può notare sotto, la home page si vede abbastanza bene e si riesce a cogliere bene il contrasto tra il blu scuro e il verde del marchio. Si riesce anche a vedere abbastanza bene il cambio di colore dei pulsanti quando ci si passa sopra col mouse, anche se sarebbe auspicabile in questo caso un maggior contrasto.

Nel supermercato invece c'è da aggiungere a quanto detto sopra la indistinguibilità di "novità" e "promozioni" dal resto dell'elenco, già comunque poco visibili in una visualizzazione a colori.

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi



TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € 0,64	GAROFALO Panne 20g Rigate € 0,79 € 0,47	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,48 € 0,27	SPLENDID Caffè Classico € 2,09 € 1,25
----------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------

La SPESA al TELEFONO

Cerca

In

Qok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri



al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti



selezione

- Design: Kryptonite, i classici in alluminio



sponsor

- Cirio: una passione per il pomodoro!



novità

- Nuovi arrivi Eukanuba



promo

- Garnier



COPYRIGHT 2000 VOLENDO S.p.A - P.IVA 03178970236 - Tutti i diritti riservati

Novità*
Frutta, verdura fresca
Salumi, formaggi
Carne
Pesce
Uova, burro, margarina,
lievito
Latte, panna,
besciamella
Yogurt, dessert,
merende fresche
Pasta, sughi, piatti
pronti freschi
Pane, Pasticceria
Surgelati, gelati
Dispensa alimenti
Biologico
Kosher, Cucina etnica
Acqua, bevande, succhi
Birra, vino, liquori
Prima infanzia
Cura della persona
Cura della casa
Casalinghi
Cartoleria, ufficio
Telefonia
Qualità e convenienza
Promozioni



TUTTO Pannocarta € 2,21 € 1,23	ATAX Sgrassatore Universale € 1,99 € 1,14	NEUTRO ROBERTS Sapone liquido € 2,32 € 1,35	PAMPERS Premiums Morbido Abbraccio 4-9 kg € 9,46 € 6,20
-------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------



Raggiungi 100 € di spesa... la consegna è **Gratuita!**



Cerca

In

Qok

Sei un cliente registrato?

Nome

Password

ok

Non ricordo la password

Registrati

Senza utilizzare il mouse, il sito rimane pressoché inutilizzabile. I links, i pulsanti e i vari campi della pagina sono tutti raggiungibili a tastiera ma sono evidenziati da un lieve

riquadro tratteggiato quasi invisibile ad una prima occhiata. Inoltre non c'è un'ordine prestabilito di raggiungimento, ma è tutto abbastanza casuale, così si perde il filo praticamente subito.

- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Esaminando un sito con un browser vocale (ho usato IBM Home Page Reader) si può notare che il sito non è assolutamente pensato per essere usato da non vedenti.

Copio qua sotto quello che il browser vocale legge all'utente.

My Volendo

Registrazione

Contattaci

Aiuto

Volendo è

Carrello

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[tracker.tradedoubler.com/click.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[servlet/volendo.servlet.ICShop.]

[tracker.tradedoubler.com/click.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

TUBORG

Birra

Original Quality

Premium

GAROFALO

Penne Ziti

Rigate

SAN BENEDETTO

Acqua Naturale Leggermente Frizzante

SPLENDID

Caffè Classico

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductDetail.]

[icity.servlet.ICWebPage/anziani.]

[catalog/Category.jhtml.]

Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio

10 fasce di consegna di solo 1 ora

Pagamento online o alla consegna

48 comuni serviti

(Inizio del modulo 1.)

[Testo.]

(Inizio del menu di selezione con 7 voci.)

Tutti gli shop[Selezionato.]

(Fine del menu di selezione.)

[rightFrame/ok.gif.]

(Fine del modulo 1.)

(Inizio del modulo 2.)

[Testo.]

[Password.]

[imgs_v2/ok.gif.]

(Fine del modulo 2.)

[servlet/icity.servlet.ICUserPasswordReminderServlet.]

[servlet/icity.servlet.ICUserRegistrationServlet.]

Qualità prodotti

Consegna

Soddisfatti o rimborsati

Prezzi competitivi

Tracking

Pagamenti sicuri

[imgs_v2/newLogo_verisign.gif.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

Design: Kryptonite,

i classici in alluminio

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

[servlet/IN.]

Cirio: una passione

per il pomodoro!

[servlet/IN.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

Nuovi arrivi Eukanuba

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

Garnier

[servlet/volendo.servlet.ICProductList.]

Come si può notare, le informazioni sono presentate in modo totalmente incomprensibile e insensato, e c'entrano solo in piccola parte con quelle presentate da ogni browser grafico.

Ora proviamo a controllare il sito con due programmi di valutazione dell'accessibilità.

Il primo è Bobby, un sito web che da una valutazione generale dell'accessibilità del sito, valutandola in confronto alle specifiche del W3C, dicendo dove sono i problemi e come risolverli per far rientrare il sito nelle specifiche di priorità 1, 2 e 3..

Copio qua sotto il risultato.



URL tested: <http://www.volendo.com>, July 26, 2004 4:02:48 AM CDT
Watchfire Bobby Core v4.0.1, [WAI Content Accessibility Guidelines 1999/05/05, Support Level: AAA](#)

Note: To ensure that the marked up report is readable, all stylesheets and scripts are removed. The page may not appear as expected.

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](#)".

Follow the links in guideline titles for detailed information about the error.

Priority 1 Accessibility

Priority 1 User Checks

User checks are triggered by something specific on the page; however, you need to determine manually whether they apply and, if applicable, whether your page meets the requirements. Bobby A Approval requires that all user checks pass. Even if your page does conform to these guidelines they appear in the report. Please review these 1 item(s):

1. [If you can't make a page accessible, construct an alternate accessible version.](#)

The following 2 item(s) are not triggered by any specific feature on your page, but are still important for accessibility and are required for Bobby A Approved status.

2. [Identify any changes in the document's language.](#)

3. [Use the simplest and most straightforward language that is possible.](#)

Priority 2 Accessibility

This page does not meet the requirements for Bobby AA Approved status. Below is a list of 2 Priority 2 accessibility error(s) found:

1. [Do not cause a page to refresh automatically.](#) (1 instance)
Line 8
2. [Use a public text identifier in a DOCTYPE statement.](#) (1 instance)
Line 1

Priority 2 User Checks

User checks are triggered by something specific on the page; however, you need to determine manually whether they apply and, if applicable, whether your page meets the requirements. Bobby AA Approval requires that all user checks pass. Even if your page does conform to these guidelines they appear in the report. Please review these 2 item(s):

1. [Use style sheets to control layout and presentation wherever possible.](#)
2. [Check that the foreground and background colors contrast sufficiently with each other.](#) (1 instance)
Line 10

The following 7 item(s) are not triggered by any specific feature on your page, but are still important for accessibility and are required for Bobby AA Approved status.

3. [Make sure that all link phrases make sense when read out of context.](#)
4. [Is there a site map or table of contents, a description of the general layout of the site, the access features used, and how to use them?](#)
5. [Make sure your document validates to formal published grammars.](#)
6. [Group related elements when possible.](#)
7. [Is there a clear, consistent navigation structure?](#)
8. [Use the latest technology specification available whenever possible.](#)
9. [Where it's possible to mark up content \(for example mathematical equations\) instead of using images, use a markup language \(such as MathML\).](#)

Priority 3 Accessibility

This page does not meet the requirements for Bobby AAA Approved status. Below is a list of 1 Priority 3 accessibility error(s) found:

1. [Identify the language of the text.](#) (1 instance)
Line 1

Priority 3 User Checks

User checks are triggered by something specific on the page; however, you need to determine manually whether they apply and, if applicable, whether your page meets the requirements. Bobby AAA Approval requires that all user checks pass. Even if your page does conform to these

guidelines they appear in the report. Please review these **3** item(s):

1. [If this document is part of a collection, provide metadata that identifies this document's location in the collection.](#)
2. [Use the ABBR and ACRONYM elements to denote and expand any abbreviations and acronyms that are present.](#)
3. [Where appropriate, use icons or graphics \(with accessible alternatives\) to facilitate comprehension of the page.](#)

The following **5** item(s) are not triggered by any specific feature on your page, but are still important for accessibility and are required for Bobby AAA Approved status.

4. [Is there distinguishing information at the beginning of headings, paragraphs, lists, etc.?](#)
5. [If there is a search feature, are there different types of searches for different skill levels and preferences?](#)
6. [Are there navigation bars for easy access to the navigation structure?](#)
7. [Do you allow users to customize their experience of the web page?](#)
8. [Is there a consistent style of presentation between pages?](#)

Copyright © 2002 Watchfire Corporation. All rights reserved. Use of this software is subject to the Bobby Software License Agreement.

Come si può vedere, Bobby segnala parecchi problemi al nostro sito, e ciò non fa a che confermare ciò che, nell'analisi precedente, si era intuito: il sito è stato progettato senza tenere minimamente conto dell'accessibilità.

Ora proviamo ad analizzare il sito con la "Barra dell'accessibilità" AIS, Accessibile Information Solutions, disponibile in http://www.nils.org.au/web_access.htm

Validiamo l'HTML col validatore HTML del W3C.

Sotto si può notare che non riconosce l'HTML usato, e nella pagina c'è un lungo elenco (non l'ho copiato) di campi scorretti che il validatore ha trovato con un parser SGML.

W3C[™] **QUALITY Assurance** MARKUP VALIDATION SERVICE v0.6.7

HOME ABOUT... NEWS DOCS HELP & FAQ FEEDBACK LINK CHECKER

Address: Jump To:

Encoding: (detect automatically) ▾

Doctype: (detect automatically) ▾

Errors: 446

REVALIDATE WITH OPTIONS

Show Source Outline Parse Tree ...no attributes Validate error pages Verbose Output

No DOCTYPE FOUND! FALLING BACK TO HTML 4.01 TRANSITIONAL

A DOCTYPE Declaration is mandatory for most current markup languages and without one it is impossible to reliably validate this document. I am falling back to "HTML 4.01 Transitional" and will attempt to validate the document anyway, but this is very likely to produce spurious error messages for most non-trivial documents.

So what should I do? [Tell me more...](#)

DOCTYPE FALLBACK IN EFFECT!

The DOCTYPE Declaration in your document was not recognized. This probably means that the Formal Public Identifier contains a spelling error, or that the Declaration is not using correct syntax. Validation has been performed using a default "fallback" Document Type Definition that closely resembles HTML 4.01 Transitional, but the document will not be Valid until you have corrected the problem with the DOCTYPE Declaration.

THIS PAGE IS NOT VALID HTML 4.01 TRANSITIONAL!

Below are the results of attempting to parse this document with an SGML parser.

- Line 1, column 0: no document type declaration; implying "<!DOCTYPE HTML SYSTEM>"

Ora validiamo i CSS...e vediamo che non riesce a validare nemmeno questo.....

Validator Error

Target: <http://www.volendo.com/servlet/DW/servlet/icity.servlet.ICWebPage>

Please, validate your XML document first!

Line 14

Column 3

The element type "meta" must be terminated by the matching end-tag "".

Vi sono altri validatori HTML ma credo che sia abbastanza chiaro da quanto visto sopra che "Volendo.com" non rispetta alcun canone di accessibilità raccomandato, e credo quindi che sia inutile procedere dato che il nostro scopo è trovare i problemi, non risolverli..

Vi sono dei link checkers, dei tools di ridimensionamento, visualizzazione con o senza immagini, cambio contrasto, ma ne abbiamo già parlato sopra e in altre sezioni.

Proviamo ora a disattivare i CSS....

[My Volendo](#) - [Registrazione](#) - [Contattaci](#) - [Aiuto](#) - [Volendo è](#) - [Carrello](#)

Volendo.com
 Lo specialista online della spesa!

[Supermercato](#) | [Bio](#) | [Enoteca](#) | [Parafarmacia](#) | [Animali](#) | [Libri.video.cd](#) | [Design](#) | [Viaggi](#)

Supermercato
 Biologico
 Enoteca
 Parafarmacia
 Animali
 Libri.video.cd
 Design
 Viaggi

Che Estate!

 -50%
 -41%
 -41%
 -40%

TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € 0,64	GAROFALO Penne Ziti Rigate € 0,79 € 0,47	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,46 € 0,27	SPLENDID Caffè Classico € 2,09 € 1,25
----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------

La SPESA al TELEFONO

Novità
al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Cerca
 In Tutti gli shop

 Sei un cliente registrato?
 Nome
 Password
 ok
 Non ricordo la password
Registrati
 Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

selezione | **sponsor** | **novità** | **promo**

Design Kryptonite, i classici in alluminio


Cirio: una passione per il pomodoro!
 -25%

Nuovi arrivi Eukanuba


Garnier
 -37%

COPYRIGHT 2000 VOLENDO S.p.A. - P.IVA 03178970236 - Tutti i diritti riservati -

....proviamo a ingrandire i caratteri....come per magia ora non tutte le scritte, ma alcune si ingrandiscono. Il problema che prima ci impediva di ingrandire i caratteri è quindi il CSS.

[My Volendo](#) - [Registrazione](#) - [Contattaci](#) - [Aiuto](#) - [Volendo è](#) - [Carrello](#)

Volendo.com
 Lo specialista online della spesa!

[Supermercato](#) | [Bio](#) | [Enoteca](#) | [Parafarmacia](#) | [Animali](#) | [Libri.video.cd](#) | [Design](#) | [Viaggi](#)

Supermercato
 Biologico
 Enoteca
 Parafarmacia
 Animali
 Libri.video.cd
 Design
 Viaggi

Che Estate!

 -50%
 -41%
 -41%
 -40%

TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € 0,64	GAROFALO Penne Ziti Rigate € 0,79 € 0,47	SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,46 € 0,27	SPLENDID Caffè Classico € 2,09 € 1,25
----------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------

La SPESA al TELEFONO

Novità
al Vostro servizio

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Cerca
 In Tutti gli shop

 Sei un cliente registrato?
 Nome
 Password
 ok
 Non ricordo la password
Registrati
 Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

selezione | **sponsor** | **novità** | **promo**

Design Kryptonite, i classici in
[i classici in](#)

Cirio: una passione
[per il pomodoro!](#)

Nuovi arrivi
[Eukanuba](#)

Garnier

Questo invece è l'elenco dei colori utilizzati nella Home Page...si nota una predominanza di verde e blu.

- #badd3a
- #0F238C
- #0f238c
- #ff6600
- #c6e357
- #3e388e
- #3E388E
- #3202b8
- #b9d936
- #330099
- #000000
- #cc0033
- #999900
- #ff0000
- #4011a0
- #666666
- #cc3499
- #b51e48
- #94ef04
- #7087c0
- #7f777f
- #ffffff

Questo è il risultato dell'analisi del contrasto.

Si può leggere che il contrasto è sufficiente, e ciò conferma le mie valutazioni in merito espresse sopra.

Results

The difference in brightness between the two colours is sufficient. The threshold is 125, and the result of the foreground and background colours is 255.

The difference in colour between the two colours is sufficient. The threshold is 500, and the result of the foreground and background colours is 765.

Sotto vediamo la struttura delle tabelle della pagina. Si nota che è abbastanza ordinata e si vede bene la Gestalt.

My Volendo | Registrazione | Contattaci | Aiuto | Volendo è | Carrello

Volendo.com
Lo specialista online della spesa!

Supermercato | Bio | Enoteca | Parafarmacia | Animali | Libri.video.cd | Design | Viaggi

Supermercato
Biologico
Enoteca
Parafarmacia
Animali
Libri.video.cd
Design
Viaggi

Che Estate!

TUBORG Birra Original Quality Premium € 1,28 € **0,64** -50%

GAROFALO Penne Ziti Rigate € 0,79 € **0,47** -41%

SAN BENEDETTO Acqua Naturale Leggermente Frizzante € 0,46 € **0,27** -41%

SPLENDID Caffè Classico € **0,27** -40%

CONSEGNA GRATIS PER CLIENTI ANZIANI E DISABILI

Shop Viaggi

- Ordinato al mattino, consegnato nel pomeriggio
- 10 fasce di consegna di solo 1 ora
- Pagamento online o alla consegna
- 48 comuni serviti

Garanzie

- Qualità prodotti
- Consegna
- Soddisfatti o rimborsati
- Prezzi competitivi
- Tracking
- Pagamenti sicuri

selezione

Design: Kryptonite, i classici in alluminio

KRYPTONITE

sponsor

Cirio: una passione per il pomodoro!

novità

Nuovi arrivi Eukanuba

promo

Garnier

GARNIER

L'ESSENZA DELLA BELLEZZA -37%

Vi sono poi moltissimi altri validatori e strumenti che evidenziano in diversi modi la struttura, comunque i risultati sono sempre quelli visti sopra.

Pur non avendo eseguito un test di conformità completo, si è potuto facilmente constatare che “Volendo.com”, pur rivolgendosi ad un’utenza disabile, nella progettazione del sito non tiene minimamente conto delle raccomandazioni del W3C per l’accessibilità. E ciò è un fatto molto grave, che pregiudica seriamente l’accessibilità del sito per i disabili, e fa perdere una fetta importante di potenziali clienti all’azienda.

Non sto a sintetizzare i problemi incontrati perché non ho trovato nulla che andasse bene...comunque, sia provando empiricamente modificando le impostazioni del browser per visualizzare la pagina in vari modi, sia utilizzando strumenti di controllo/validazione dell’accessibilità, sono emersi tutti i limiti del sito. Consiglio quindi un completo rifacimento

del sito tenendo conto di tutti i difetti di questo sito o, in alternativa, la costruzione di una versione accessibile del sito da affiancare a quella che già conosciamo.

Sintesi:

Punti di forza:

- Ottimi tempi di accesso
- Buona compatibilità con i vari browser

Punti di debolezza:

- Scarsa reperibilità con i motori di ricerca più diffusi
- Scarsa referenziazione in altri siti
- Nessuna conformità a nessuna specifica di accessibilità per i disabili (**MOLTO GRAVE!**).

3.7. Usabilità

Valutazione: 1

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

Analisi:

3.7.1. Efficacia: L'utente raggiunge il risultato voluto in modo accurato e completo?

Ho effettuato un test per verificare l'usabilità reale del sito "Volendo.com". I dettagli del test sono descritti in allegato. Il test è stato eseguito su cinque utenti. Ciascuno di essi ha dovuto eseguire sei compiti.

Il tasso di successo è stato dell'80%.

Non tutti i compiti quindi sono stati portati a termine, con notevoli problemi riscontrati durante l'acquisto (più specificatamente, nel dover togliere un prodotto dal carrello), e nel logout. L'uso della parola "Logout" per disconnettersi dal sito è quindi un po' fuori luogo per un sito rivolto non necessariamente a gente esperta nell'uso del pc. Sarebbe auspicabile l'uso di un diverso termine sul pulsante necessario a effettuare la disconnessione dal servizio.

Solo un utente ha portato a termine tutti i compiti senza il minimo problema.

3.7.2. Efficienza: Lo sforzo richiesto all'utente per ottenere il risultato voluto è accettabile?

Il tempo medio di effettuazione dei compiti assegnati è, a prima vista, ottimo.

Il problema è che non sono stato conteggiato il tempo (notevole) perso nei compiti che gli utenti non sono stati in grado di portare a termine (più specificatamente nelle funzioni di acquisto, operazioni che richiedono la maggior parte del tempo nel test). Comunque, l'unica persona che ha portato a termine autonomamente i compiti assegnati, ha impiegato circa 10 minuti a fare tutto, ed è un tempo accettabile.

Oltre al togliere la merce e al logout, altri campi che han fatto perdere tempo agli utenti sono stati:

- campi di registrazioni non sempre chiari
- disordine nell'elenco delle categorie del supermercato
- confusione nelle operazioni di consegna

3.7.3. Soddisfazione dell'utente: Il sito è confortevole e ben accetto all'utente?

Gli utenti hanno espresso generalmente soddisfazione nei compiti che sono riusciti a portare a termine, trovando tutto molto chiaro e comprensibile. Sono rimasti totalmente insoddisfatti invece delle funzionalità di acquisto e logout che gli han causato parecchi problemi.

Sintesi:

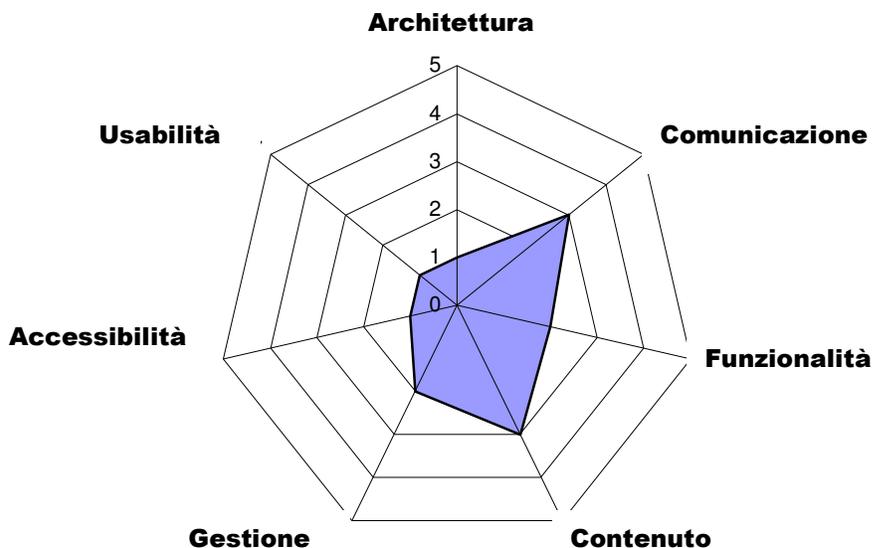
Punti di forza:

- Buoni risultati nella registrazione
- Buoni risultati nella consegna
- Buoni risultati nella ricerca di informazioni all'interno del sito

Punti di debolezza:

- Difficoltà degli utenti nel togliere la merce dal carrello e nel logout, che hanno determinato l'impossibilità di completare le azioni richieste autonomamente.

3.8. Sintesi



Dal grafico qui sopra possiamo riassumere i voti che ho assegnato alle sette categorie valutate. E come si può vedere, i voti sono parecchio bassi.

Architettura, usabilità e accessibilità sono del tutto insufficienti se paragonate agli obiettivi del sito. Funzionalità e gestione sono appena sufficienti, mentre sono buone comunicazione e contenuto.

Insomma, c'è molto da lavorare per fare di questo sito un ottimo sito, però l'idea di fondo è comunque buona e ci sono alcune cose buone da mantenere.

Punti di forza:

- Buona grafica
- Contenuti ben realizzati

Punti di debolezza:

- Accessibilità per i disabili nemmeno lontanamente considerata.
- Usabilità scarsa per le funzioni di acquisto (le più importanti)
- Architettura abbastanza lacunosa.

4. Raccomandazioni finali.

Priorità 1: intervento indispensabile ed urgente

- Sistemare la struttura del sito, organizzandola in modo più chiaro.
- Ordinare i prodotti nelle categorie del supermercato in qualche modo.
- Aggiornare l'aspetto del sito, da troppo tempo immutato.
- Migliorare la reperibilità nei motori di ricerca
- Migliorare la referenziazione negli altri siti
- Rendere il sito accessibile per gli utenti disabili.
- Tradurre il termine "Logout" in italiano
- Sistemare le funzioni che consentono di togliere i prodotti dal carrello

Priorità 2: Intervento consigliato ma meno urgente

- Creare la mappa del sito
- Aumentare l'uso del colore per rendere più chiaro e immediato il sito.
- Snellire le funzioni di acquisto.

Priorità 3: Intervento auspicato

- Dividere su più pagine le clausole sulla privacy e autocertificazione nelle pagine di registrazione.
- Aggiungere qualche informazione in più sulla proprietà
- Aggiungere monitorizzazioni sull'uso del sito.

Allegato: Descrizione del test di usabilità

a. OBIETTIVI DEL TEST

Il test di usabilità ha come obiettivo di verificare come gli utenti si comportano realmente nell'utilizzo del sito. Perché il test sia valido, le persone scelte devono appartenere a *classi di utenti differenti* per esperienza, competenza ecc... Durante il test inoltre si deve verificare che gli utenti siano in grado di svolgere alcuni compiti, selezionati in base agli scenari d'uso più comuni.

Durante il test di usabilità, chi esegue l'analisi verifica il comportamento degli utenti "sul campo".

Il comportamento dell'osservatore è passivo.

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza computer	Conoscenza internet	Associatività con il target
Giovane	20	Femmina	Impiegata	Buona	Buona	70%
Adulto	27	Femmina	Impiegata	Sufficiente	Sufficiente	75%
Adulto	49	Maschio	Operaio	Buona	Buona	70%
Adulto	50	Femmina	Casalunga	Sufficiente	Scarsa	100%
Anziano	65	Maschio	Pensionato	Sufficiente	Sufficiente	80%

b. METODOLOGIA USATA

Il test è stato eseguito scegliendo alcune persone in base alla loro esperienza di utilizzo del web.

Per ciascuna persona è stata completata una scheda riassuntiva dei suoi dati:

1. Dati personali

- Nome:
- Età:
- Titolo di studio:
- Professione:

2. Livello di conoscenza di Internet

- Giudichi di avere una esperienza d'uso del Web:
scarsa media buona ottima
- In media quante ore alla settimana usi il Web?
Meno di 1 tra 1 e 5 più di 5 più di 10
- Hai mai partecipato a un forum o una chat su Internet?
Si No

3. Livello di conoscenza del sito

- Hai già utilizzato il sito in esame?
No Si, meno di 3 volte Si, più di tre volte Si, più di 10 volte
- Se si, quali operazioni hai effettuato?
- Hai mai utilizzato siti simili?
No Si, qualche volta Si, spesso
- Se si, quali?

Alla persona è stato poi spiegato come si sarebbe svolto a grandi linee il test. Dopodiché ha avuto qualche minuto per familiarizzare con il sito.

Il test consisteva nel eseguire questi passaggi:

1. Collegarsi all'indirizzo www.volendo.com
2. Verificare che è il servizio sia attivo nella propria città
3. Registrarsi
4. Acquistare
 - a. 1 marmellata alle fragole
 - b. 3 kg di mele
 - c. 1 dentifricio
 - d. 1 vino pregiato italiano
 - i. non comprarlo, leggere la sua descrizione
 - ii. comprarne uno diverso
 - e. 2 scatole di pasta farfalle
 - f. Leggere a quanto ammonta la spesa finora
 - g. 2 sabbie per gatti
 - i. comprarne 2
 - ii. toglierne 1
 - h. 1 libreria
 - i. Togliere dal carrello il dentifricio
5. Ordinare la spesa fatta specificando il luogo e l'orario di consegna specificando inoltre il pagamento alla consegna.
6. Scollegarsi
7. Commenti

Questi task riproducono a mio parere gli scenari tipici di utilizzo di un sito di commercio elettronico.

L'utente poi iniziava ad eseguire ciascuno dei task, mentre io osservavo i comportamenti dell'utente e sui suoi pensieri "ad alta voce", e registravo sull'hard disk tutto ciò che succedeva sul desktop e il viso e la voce dell'utente (ripresi con una semplice webcam + microfono), in modo da valutare con calma successivamente il tutto.

Al termine dell'esecuzione dei compiti, ho fatto alcune domande generali secondo un questionario di questo tipo:

1. Quale impressione generale ti ha fatto il sito?
2. Quali aspetti ti sono piaciuti di più?
3. Quali aspetti non ti sono piaciuti affatto?
4. Quali parti o funzioni secondo te sarebbe utili aggiungere al sito?
5. Quali parti o funzioni secondo te si potrebbero eliminare?

6. La struttura del sito ti sembra adeguata?
7. Come si potrebbe migliorare?
8. Ti è sembrato facile navigare nel sito?
9. Hai dei miglioramenti da suggerire?
10. I termini utilizzati sono di facile comprensione?
11. A tuo parere la home page fa capire subito lo scopo del sito?
12. Hai dei miglioramenti da suggerire?
13. Il sito ti sembra coerente con l'immagine dell'azienda?
14. Ti piace la grafica del sito?
15. Trovi che i caratteri siano ben leggibili?
16. Trovi che le immagini siano ben scelte?
17. Lo stile utilizzato per i testi ti sembra giusto?
18. Ti sembra che sia facile trovare le informazioni nel sito?
19. Le informazioni sono sembrate sempre complete, corrette?
20. Ti sembra che il sito sia stato aggiornato di recente?
21. I tempi di accesso alle pagine ti sono sembrati adeguati?
22. Il sito, nel complesso, ti è sembrato facile da utilizzare?
23. Come giudichi questo sito in rapporto a siti analoghi che già conosci?
(specificare quali)
24. Userai ancora questo sito?
25. Consiglierei questo sito ai tuoi amici?

c. RISULTATI DEL TEST

Utente 1

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza informatica	Associatività con il target	Tempo azione	Tempo commenti
Giovane	20	Femmina	Impiegata	2	70%	10m	5m

- Nella prima scheda di registrazione non capisce il significato dei tre riquadri sulla destra, il problema si risolve nella seconda scheda quando realizza che è un elemento grafico che serve per far vedere a che punto ci si trova della registrazione.



- Nella scheda di registrazione non capisce la presenza di un doppio campo per l'indirizzo.



- Ci ha messo molto tempo per trovare la categoria pasta.
- Per quanto riguarda il vino si dirige direttamente nel reparto enoteca ignorando l'esistenza della categoria "vino" del supermercato, legge le note di un vino e con alcune esitazioni torna indietro con il comando del browser e ne acquista uno diverso.
- Per quanto riguarda la sabbia per il gatto, l'operazione si svolge senza problemi fino al punto che si richiede di togliere una quantità dopo che se ne sono acquistate due. Dopo trenta secondi prova a cliccare su carrello e appone le necessarie modifiche.
- Anche per la libreria non ci sono problemi, acquista quella in promozione nella pagina principale del design.
- Per ordinare la merce entra nel carrello e compone le necessarie richieste sul luogo e l'orario di consegna.
- Si scollega, ma con fatica in quanto non sa cosa significa logout.

Questo utente ha trovato che questo sito sia chiaro, facile da navigare e utilizzare e con una struttura adeguata. Non ha apprezzato invece la grafica, che ha definito "povera". Pensa che sia abbastanza facile trovare le informazioni cercate. Ha svolto il test senza troppi problemi.

Utente 2

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza informatica	Associatività con il target	Tempo azione	Tempo commenti
Adulto	27	Femmina	Impiegato	2	75%	16m	8m

- L'utente non riesce subito a trovare il tasto "dove" per esaminare la lista dei comuni serviti.

- L'utente pensa che la registrazione avvenga soltanto attraverso l'immissione del nome utente e di una password, perciò tenta di immetterli nell'area di login della home page, poi si accorge del link alla zona di registrazione.
- Per acquistare 3 kg di mele clicca tre volte su carrello, non usa e non capisce immediatamente i bottoni vicini per aumentare le quantità.
- L'acquisto del vino allunga il tempo del test, ci vogliono più di 2 minuti per eseguire l'intera operazione. La persona non trova un modo per uscire dalle note di un vino, cambia accidentalmente il reparto e si disorienta.
- La barra dei reparti non è usata propriamente, e l'utente ricerca la sabbia per gatti nel supermercato, alla fine acquista 2 scatole ma richiede aiuto per toglierne una.
- Problemi si riscontrano nella scelta del luogo e dell'ora, l'utente si disorienta all'apertura di nuove diverse pagine e non capisce il motivo della richiesta del luogo di consegna.
- Il secondo aiuto viene utilizzato per la ricerca del modo di scollegarsi, in quanto ignora la parola logout.

L'utente si lamenta dei troppi reparti, desidererebbe che ce ne fosse uno unico, e richiede una soluzione semplice e veloce per gestire le quantità di merce nel carrello. La sua scarsa esperienza emerge nel parecchio tempo impiegato a svolgere i compiti assegnati.

Utente 3

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza informatica	Associatività con il target	Tempo azione	Tempo commenti
Adulto	49	Maschio	Operaio	3	70%	10m	4m

Questo utente è abituato all'uso di internet ed i risultati del test sono molto buoni, peccato che non sia un utente target.

- Come un altro utente non vede "dove" ma accede ugualmente ad una pagina con la lista dei comuni.
- Impiega alcuni attimi prima di notare la barra dei reparti.
- L'utente ha una buona padronanza delle liste dei reparti.
- Alcuni attimi sono spesi per realizzare che il vino pregiato non si trova nel supermercato ma su enoteca.
- Anche per questo utente un aiuto per modificare le quantità di sabbie per il gatto è necessario.
- Nell'ordine della merce quando clicca su "pagamento alla consegna" non capisce perché si aggiorna la pagina.

L'utente ha trovato il sito gradevole e di semplice funzionamento, ma è rimasto infastidito dall'assenza di note per l'aiuto per alcune piccole banalità. Vorrebbe un piccolo menù di help a vista aggiornabile al contesto della pagina e preferirebbe avere un unico reparto.

Utente 4

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza informatica	Associatività con il target	Tempo azione	Tempo commenti
Adulto	50	Femmina	Casalinga	2	100%	22m	12m

Questo è l'unico utente target perfetto per il servizio ma sfortunatamente impacciato data la sua scarsa attitudine al mondo informatico.

- Vede “dove” ma tenta di accederci cliccando sul quadratino a fianco, quindi tenta altri modi per visionare l’elenco dei comuni. Non trovando altri modi ritorna su “dove” e questa volta accede regolarmente.



- La ricerca del dentifricio è stranamente lunga e laboriosa.
- La categoria enoteca viene subito visitata ma non riesce a leggere immediatamente le note del vino.
- Non riesce immediatamente ad uscire dalle note del vino.
- Classico aiuto per modificare le quantità di sabbie per gatti dal carrello.
- L'utente si disorienta nella compilazione del luogo di consegna, non clicca su “ok” per accettare la creazione di un nuovo luogo di consegna e si perde nelle pagine del sito. Necessita di un aiuto per sistemare le cose.
- L'ultimo aiuto viene chiesto per scollegarsi.

L'utente perde molto tempo a scorrere la lista del supermercato, lamentandosi della mancanza di un ordinamento gerarchico dei prodotti. Trova poco chiare le richieste del luogo e dell'ora della consegna. Per il resto, trova il sito parecchio gradevole e utile.

Utente 5

Utente	Età	Sesso	Occupazione	Conoscenza informatica	Associatività con il target	Tempo azione	Tempo commenti
Anziano	65	Maschio	Pensionato	3	80%	13m	7m

L'utente è stimolato dal servizio e svolge sufficientemente il suo compito, necessita di aiuti solo nei punti più difficili.

- Non vede immediatamente “dove” ma dopo qualche attimo lo trova.
- Nella seconda scheda di registrazione non capisce il significato del doppio campo dell'indirizzo e cerca di ragionarci perdendo tempo.

- Svolge tutte le funzioni in modo perfetto tranne quella per togliere una scatola di sabbia per gatti dal carrello, per questa necessita un aiuto.
- “logout” non viene premuto e un piccolo aiuto serve per scollegarsi.

L'utente trova la lista dei prodotti del supermercato poco intuitiva, fa perdere troppo tempo nella ricerca. Sicuramente necessaria una modifica al frame del carrello o un qualsiasi altro sistema per modificare velocemente la quantità delle merci nel carrello.

Tabella di sintesi.

	Compito 1			Compito 2			Compito 3			Compito 4			Compito 5			Compito 6		
	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto	Ok?	Sec	Voto
Utente 1	Si	10	5	Si	60	5	Si	80	3	Si	330	5	Si	110	5	Si	30	3
Utente 2	Si	10	5	Si	170	4	Si	105	2	In parte			Si	200	3	No		
Utente 3	Si	10	5	Si	120	3	Si	90	3	In parte			Si	150	4	Si	10	5
Utente 4	Si	10	5	Si	180	2	Si	100	5	In parte			In Parte			No		
Utente 5	Si	10	5	Si	100	4	Si	120	4	In parte			Si	180	5	No		
Tot/Media	5	10	5	5	126	3,6	5	99	3,4	2,5	330	3	4,5	160	4,2	2	20	4

Statistiche:

Efficacia: 80%

Efficienza: 95”

Soddisfazione: 4,1