

Relazione sul Test di usabilità finale del sito www.triple.it

Il test di usabilità per il sito www.triple.it è stato svolto su un campione abbastanza eterogeneo di 10 persone, classificate in base all'età, al sesso, alla professione e al grado di familiarità con il web.

Il 30% degli intervistati ha meno di 25 anni, il 40% ha un'età compresa tra 25 e 35 anni, il 20% tra 34 e 45 e il 10% ha più di 45 anni.

Il 60% degli intervistati sono di sesso maschile.

Il 40% sono studenti (equamente suddivisi tra maschi e femmine), il restante 60% lavora.

Per quanto riguarda la familiarità col web il 30% dichiara di avere una conoscenza bassa del web, il 40% media, il 20% alta e solo il 10% nulla.

Agli intervistati è stato chiesto di eseguire 10 compiti che rappresentano le principali funzionalità del sito. In particolare è stato chiesto di:

1. Cercare informazioni sulla storia della birra
2. Cercare l'indirizzo di Triple s.r.l.
3. Contattare Triple s.r.l. per chiedere informazioni
4. Cercare le caratteristiche tecniche della birra "La chouffe"
5. Cercare quanto costa il trasporto
6. Registrarsi
7. Prenotare: 1 birra belga, 1 birra rossa e 1 con gradazione alcolica media (tra 5 e 8 gradi alc.)
8. Verificare se ci sono prodotti in offerta
9. Controllare se ci sono prenotazioni confermate
10. Modificare se esistente altrimenti inserire il proprio numero di telefono cellulare.

Il 40% degli intervistati (di cui il 50% con conoscenza media del web, il 10% alta e il 10% nulla) ha portato a termine tutti i compiti richiesti con una media di circa 4 errori ciascuno, il 50% (di cui il 40% con conoscenza del web media, il 40% bassa e il 20% alta) ha concluso il 90% dei compiti con quasi 5 errori a testa in media e solo il 10% (con conoscenza bassa del web) è riuscito ad eseguire l'80% delle richieste con 9 errori.

Tra coloro che hanno dichiarato di avere una conoscenza alta del web il 50% ha portato a termine tutti i compiti richiesti e il 50% il 90% dei compiti. Il tempo medio in cui hanno portato a termine i compiti è 7 minuti.

Gli intervistati con conoscenza media del web sono equamente suddivisi tra il 100% e il 90% di richieste soddisfatte per le quali hanno impiegato anch'essi in media 7 minuti.

Un terzo del campione con bassa conoscenza del web ha portato a termine l'80% dei compiti, i restanti il 90% in poco meno di 10 minuti.

Chi ha dichiarato di avere una conoscenza nulla del web ha soddisfatto tutte le richieste, ma impiegando un tempo notevolmente maggiore rispetto agli altri (circa un quarto d'ora).

Si può quindi affermare che i compiti assegnati sono stati generalmente portati a termine con successo con la sola eccezione della ricerca del costo del trasporto. In effetti il sito non mette maggiormente in risalto questa informazione con particolari tecniche grafiche come icone o animazioni (come in quasi tutti i siti web di e-commerce). Generalmente gli altri siti web per evidenziare questa informazione utilizzano un'apposita sezione che in

www.triple.it non è presente. In una futura release del sito, a discrezione del committente, dovrebbe essere prevista una pagina dedicata alle informazioni sul trasporto.

Dai test è stato rilevato che il 30% degli utenti, anche se con media o alta conoscenza del web, per cercare un prodotto non utilizza l'apposita form presente nel menù laterale, ma esegue una ricerca in ordine alfabetico dal listino dei prodotti. In una futura release del sito si potrebbe quindi provvedere a rendere più evidente l'area di ricerca.

Un solo utente non è riuscito a modificare il proprio numero di telefono.

Tutti gli altri compiti previsti dal test sono stati portati a termine con successo dalla totalità degli utenti compresi quelli con una bassa familiarità col web.

Coloro che non hanno mai utilizzato internet hanno però riscontrato delle difficoltà nelle funzioni di registrazione e in tutti i meccanismi di prenotazione e del carrello.

L'impressione generale del sito è prevalentemente buona, soprattutto per la semplicità di utilizzo.

Gli aspetti che sono piaciuti maggiormente sono la grafica, anche se da alcuni è considerata un po' scarna, gli accostamenti cromatici, la chiarezza del listino, l'home page che fa capire subito lo scopo del sito, l'impostazione generale del sito e le informazioni sulla storia della birra e le curiosità.

Invece generalmente non è piaciuto il posizionamento delle informazioni sul trasporto per cui gli intervistati gradirebbero una pagina dedicata che, come detto in precedenza, dovrebbe essere prevista in una seconda release. In un caso è stata notata la mancanza del contratto sottoscritto all'atto della registrazione, che dovrà essere presente nella seconda release, e l'utente con conoscenza nulla del web ha trovato un po' troppo lunghi i testi e difficoltosa la registrazione. In un solo caso non è piaciuto il fatto che il carrello dell'utente, se non si prenota la merce, tenga in memoria i prodotti selezionati anche dopo il "logout", altri invece hanno apprezzato questa funzione in quanto permette di recuperare il carrello nel caso di scadenza della sessione per inattività.

Nessuno ha trovato delle funzionalità del sito che ritiene superflue e sono tutti mediamente soddisfatti della struttura del sito, solo l'utente con conoscenza del web nulla ha trovato dispersiva la presenza dei due menù (alto e laterale).

Il 50% degli intervistati non hanno fornito indicazioni su come migliorare il sito, gli altri hanno suggerito di rendere maggiormente visibili i prodotti in offerta, aggiungere alcune immagini e un link al listino nella pagina dei prodotti. Questi aspetti verranno presi in considerazione per la prossima release del sito.

Alla maggioranza degli intervistati la navigazione nel sito è sembrata facile e non apporterebbe modifiche, solo alcuni preferirebbero dei testi più sintetici o con alcune parti evidenziate per facilitare il reperimento di informazioni. Anche questa esigenza dovrà essere considerata durante la realizzazione della seconda release.

I termini usati sono stati unanimemente considerati di facile comprensione e la maggior parte degli intervistati ha trovato adeguato lo stile utilizzato per i testi e ben leggibili i caratteri.

A tutti gli intervistati il sito è sembrato coerente con l'immagine che vuole dare.

In generale è sembrato piuttosto facile reperire informazioni nel sito, che è stato quindi considerato semplice da utilizzare.

Nessun intervistato ha dichiarato di conoscere altri siti per la vendita di birra on-line, ma alcuni hanno trovato www.triple.it abbastanza buono e semplice rispetto ad altri siti di e-commerce.

In generale si può concludere che gli utenti sono mediamente soddisfatti del sito, considerato abbastanza chiaro e semplice da utilizzare, tranne che per alcuni aspetti per i quali è previsto un miglioramento nella futura release.