

# **UN MODELLO DI QUALITÀ PER I SITI WEB**

## **- Sintesi delle linee guida e best practice<sup>1</sup> –**

Per ogni caratteristica di qualità del modello, vengono qui elencate le principali linee guida e best practice menzionate nel libro.

Per “linee guida” intendiamo quelle indicazioni che, per generale consenso, dovrebbero essere sempre seguite nella realizzazione di siti di qualità. Nell’elenco che segue, le linee guida sono segnalate con un asterisco, per distinguerle dalle best practice. Con questo termine intendiamo, invece, quelle pratiche generalmente considerate buone, ma legate ad obiettivi specifici, e che quindi non sono necessariamente da seguire in ogni sito.

Durante il check-up di un sito, può essere utile consultare questo elenco, con le tabelle riassuntive del modello di qualità, riportate in altro allegato. Insieme, costituiscono la sintesi di tutto il libro.

Jakob Nielsen afferma, nel suo sito, di aver raccolto circa mille linee guida per l’usabilità dei siti web. Qui ce ne sono “solo” un centinaio, e non tutte legate all’usabilità. Mi sono sembrate un armamentario sufficiente e, al contempo, non troppo ingombrante per chi voglia migliorare il proprio sito. Sono convinto, infatti, che in queste cose non bisogna esagerare: indicazioni troppo dettagliate sono difficili da seguire, e rischiano di uccidere il buon design. Si tratta comunque di indicazioni di massima; vanno interpretare e adattate di caso in caso.

## **1. ARCHITETTURA**

- 1.1.\*Definire la struttura del sito in modo coerente con i suoi obiettivi (contenuti, compiti, utenti)
- 1.2.\*Definire l’apparato di navigazione in modo coerente con la struttura del sito
- 1.3.Permettere di accedere alle pagine di primo livello da qualunque pagina del sito senza che sia necessario tornare alla home page (navigazione primaria)
- 1.4.Permettere di accedere alle pagine di secondo livello del sito da qualunque pagina sorella senza che sia necessario tornare alla pagina padre
- 1.5.\*Mantenere l’apparato di navigazione il più semplice possibile, evitando duplicazioni di menu sulla stessa pagina o navigazioni trasversali complesse
- 1.6.\*In siti profondi, usare strumenti di orientamento per segnalare all’utente dove si trova (es., breadcrumb)
- 1.7.Dare sempre un titolo alle pagine
- 1.8.Differenziare visivamente fra loro le varie sezioni del sito (ad esempio, usando colori diversi)
- 1.9.\*Evitare redirezioni automatiche di link, che costringano l’utente ad imboccare “strade senza ritorno” (il tasto “Indietro” del browser dovrebbe funzionare sempre)

## **2. COMUNICAZIONE**

---

<sup>1</sup> Estratto da: R.Polillo, “Il check-up dei siti web”, Ed.Apogeo, 2004

- 2.1.\*Fare in modo che lo scopo del sito sia immediatamente comprensibile dalla home page
- 2.2.Usare slogan e frasi esplicative accanto al titolo del sito, che ne spieghino lo scopo
- 2.3.Evitare che le informazioni principali presenti nella home page siano visibili soltanto con dei rollover
- 2.4.Inserire nel sito, e in particolar modo nella home page, i tratti distintivi della brand image
- 2.5.\*Evitare tratti incoerenti con la brand image
- 2.6.\*Ottimizzare il layout delle pagine per i formati video più diffusi fra gli utenti del sito (normalmente 800x600 e 1024x768 pixel)
- 2.7.Usare layout liquidi o almeno semi-liquidi
- 2.8.\*Evitare per quanto è possibile layout che richiedano scroll orizzontali
- 2.9.\*Usare la Gestalt delle pagine per facilitarne la comprensione
- 2.10. Evitare che gli inserti pubblicitari rendano difficoltosa la comprensione delle pagine
- 2.11. Usare i colori per evidenziare la Gestalt delle pagine
- 2.12. Usare colori diversi per distinguere contenuti diversi, in modo consistente, tenendo comunque in considerazione le esigenze degli utenti affetti da daltonismo
- 2.13. Usare colori saturi e caldi per guidare l'attenzione dell'utente su specifiche aree della pagina
- 2.14. Evitare di usare troppi colori contemporaneamente
- 2.15. Non usare i colori in disaccordo con le associazioni di significato più diffuse
- 2.16. Evitare sfondi di colori saturi e caldi
- 2.17. \*Usare font che siano ben leggibili sul video, preferibilmente senza grazie
- 2.18. Permettere all'utente di controllare le dimensioni dei caratteri con gli appositi comandi del browser
- 2.19. Evitare i caratteri corsivi
- 2.20. \*Evitare il "tutto maiuscolo" in frasi lunghe
- 2.21. \*Usare pochi font diversi nella stessa pagina
- 2.22. Usare i font in modo consistente per tutto il sito
- 2.23. \*Scegliere il colore del testo e dello sfondo in modo tale da massimizzare la leggibilità
- 2.24. Evitare testi con caratteri di colori diversi, soprattutto se "lontani" nello spettro dei colori

### **3. FUNZIONALITÀ**

- 3.1.\*Nelle form di input, ridurre al minimo i campi obbligatori
- 3.2.\*Nei nomi dei campi nelle form di input, evitare termini tecnici, gergali, e abbreviazioni
- 3.3.\*Fornire all'utente le informazioni rilevanti prima dell'inizio di una transazione
- 3.4.\*Progettare le transazioni in modo da impedire, ove possibile, che l'utente faccia errori
- 3.5.\*I messaggi d'errore devono essere ben visibili, tempestivi, ed espressi in un linguaggio comprensibile all'utente

- 3.6.\*I messaggi d'errore devono indicare in modo chiaro e specifico la natura dell'errore, e le azioni da compiere per correggerlo
- 3.7. Visualizzare i messaggi di errore vicino ai campi errati, in un colore diverso e ben visibile
- 3.8.\*In caso d'errore dell'utente nel corso di una transazione, evitare che si debba ricominciare la transazione dall'inizio
- 3.9. Inserire nel sito un motore di ricerca
- 3.10. \*Nei motori di ricerca, semplificare al massimo la form per le ricerche elementari; se necessario, fornire una form per le ricerche avanzate
- 3.11. \*La pagina di presentazione dei risultati di una ricerca deve presentare i risultati più rilevanti all'inizio
- 3.12. Fornire all'utente la possibilità di comunicare con chi gestisce il sito
- 3.13. Semplificare la comunicazione via e-mail con chi gestisce il sito, mantenendo il giusto livello di informalità
- 3.14. \*Inserire nel sito la descrizione della politica adottata in relazione alla privacy, evitando testi ingombranti

#### 4. CONTENUTO

- 4.1.\*Classificare l'informazione nel modo più adeguato agli obiettivi del sito
- 4.2.\*Scegliere il labelling in modo che sia chiaro, preciso e non ambiguo, evitando le abbreviazioni
- 4.3.\*Scrivere testi brevi, che possibilmente non richiedano scroll
- 4.4.\*Organizzare i testi in paragrafi brevi, che esprimano un singolo concetto
- 4.5.\*Far risaltare le parole chiave e i concetti principali di un testo con opportuni artifici tipografici (neretto, colore, link ipertestuali)
- 4.6. Usare le sottolineature solo per distinguere i link ipertestuali
- 4.7.\*Usare frasi brevi, semplici e dirette
- 4.8.\*Evitare stereotipi, figure retoriche e ridondanze
- 4.9.\*Usare uno stile di scrittura a "piramide invertita": titoli e sottotitoli, brevi frasi che esprimono la sintesi del testo, e rimandi ad approfondimenti mediante link ipertestuali
- 4.10. \*Evitare la frase "cliccate qui" o analoghe
- 4.11. \*Evitare, se possibile, gli scroll orizzontali
- 4.12. Dare del "tu" all'utente, dosando opportunamente il grado di familiarità in funzione delle caratteristiche del sito
- 4.13. \*Le informazioni contenute nel sito devono essere sempre affidabili
- 4.14. \*Le informazioni contenute nel sito devono avere il giusto livello di aggiornamento
- 4.15. Inserire nel sito informazioni che permettano di identificare adeguatamente il titolare
- 4.16. \*La traduzione in altre lingue deve essere accurata e corretta
- 4.17. \*La localizzazione deve trattare correttamente gli elementi variabili nei singoli Paesi: alfabeto, moneta, ora, sistemi di misura, notazioni convenzionali, simbologie, modalità di scrittura degli indirizzi, ecc.)
- 4.18. Le pagine localizzate per Paesi che leggono da destra a sinistra dovrebbero presentare un layout modificato di conseguenza

## 5. GESTIONE

- 5.1.\*Ridurre per quanto è possibile i tempi d'indisponibilità del servizio, mantenendoli entro i limiti assegnati
- 5.2.\*Ridurre per quanto è possibile i tempi medi e massimi di ripristino del servizio, mantenendoli entro i limiti assegnati
- 5.3.\*In caso di temporanea indisponibilità del servizio, visualizzare un messaggio opportuno, segnalando quando, presumibilmente, il servizio verrà ripristinato
- 5.4.In caso di temporanea indisponibilità del servizio, se l'utente lo richiede, segnalargli la ripresa del servizio via e-mail
- 5.5.Elaborare periodicamente e sistematicamente il log file degli accessi al sito, per raccogliere dati sul numero degli accessi nel tempo, sul profilo degli utenti, sulle tecnologie utilizzate, sui siti di provenienza, sulle parole chiave utilizzate con i motori di ricerca, sulle pagine e i percorsi del sito più frequentemente utilizzati
- 5.6.Raccogliere periodicamente e sistematicamente informazioni statistiche sulle transazioni effettuate sul sito, mediante analisi del log file e del data base dell'applicazione
- 5.7.Raccogliere le opinioni degli utenti sul sito (gradimento, aree di interesse, aree da migliorare), attraverso appositi questionari on line
- 5.8.Riportare sempre sul sito la data di ultimo aggiornamento
- 5.9.\*Verificare periodicamente e frequentemente la presenza di link spezzati con strumenti automatici, ed effettuare le necessarie correzioni
- 5.10. Personalizzare il messaggio di "pagina non trovata", che viene emesso in presenza di un link interno spezzato, inserendo la mappa del sito e il motore di ricerca locale
- 5.11. Quando si inserisce un link a un altro sito, collegarsi sempre alla sua home page o a pagine "stabili", per evitare che, a seguito di uno spostamento o rimozione della pagina, il link venga spezzato
- 5.12. Evitare in ogni caso di inserire "pagine in costruzione" visibili all'utente
- 5.13. Rendere ben visibile sul sito il fatto che esso viene costantemente aggiornato
- 5.14. Rispondere alle e-mail dell'utente entro il giorno lavorativo successivo alla richiesta; eventualmente, inviare risposte interlocutorie in modo automatico
- 5.15. Rispondere alle e-mail dell'utente in modo cortese, pertinente e personalizzato

## 6. ACCESSIBILITÀ

- 6.1.Usare home page "leggere", evitando di superare i 100 Kbyte
- 6.2.Evitare comunque nel sito pagine "pesanti"
- 6.3.Evitare pagine con animazioni prima della home page (pagine splash)
- 6.4.Limitare l'uso di pagine di istradamento ai casi di effettiva necessità: la scelta della lingua o del paese nel caso di siti localizzati può essere effettuata direttamente nella home page
- 6.5.Monitorare regolarmente la qualità del collegamento e i tempi medi d'accesso al sito dalle località più popolate dai suoi utenti

- 6.6. Usare [www.<dominio>](#) e [<dominio>](#) come sinonimi
- 6.7. Nell'URL della home page di un sito, il nome del file dovrebbe essere implicito
- 6.8. Registrare, ove possibile, i nomi di dominio "limitrofi" a quello del sito
- 6.9. Evitare, ove possibile, nomi di dominio che contengano caratteri speciali o formati da più parole
- 6.10. Organizzare i nomi di dominio usati da una stessa organizzazione in un insieme coerente, naturale e facile da ricordare
- 6.11. Monitorare regolarmente la link popularity del sito
- 6.12. Effettuare regolarmente specifiche azioni per incrementare la link popularity
- 6.13. \*Verificare con regolarità la posizione in cui il sito viene segnalato dai più diffusi motori di ricerca
- 6.14. \*Effettuare regolarmente specifiche azioni pianificate presso i più diffusi motori di ricerca per migliorare la visibilità del sito
- 6.15. \*Verificare con regolarità che il sito sia correttamente fruibile dai principali browser usati dagli utenti del sito
- 6.16. Limitare l'uso di tecnologie non universalmente diffuse solo ai casi di effettiva necessità
- 6.17. \*Usare sempre tecnologie conformi alle raccomandazioni del W3C
- 6.18. Evitare, in ogni caso, l'uso di tecnologie troppo recenti
- 6.19. Seguire le linee guida del WAI per l'accessibilità da parte di utenti con disabilità

## 7. USABILITÀ

- 7.1 \*Effettuare test di usabilità quando si introducono modifiche rilevanti al sito
- 7.2 Nei test d'usabilità, utilizzare tecniche di think aloud
- 7.3 Effettuare registrazioni audio e video dei test d'usabilità
- 7.3 Nei test d'usabilità, raccogliere dati sulla percentuale di compiti portati a termine con successo, da confrontarsi con analoghi dati raccolti in test d'usabilità di versioni successive del sito
- 7.4 Nei test d'usabilità, raccogliere dati sul tempo medio impiegato per effettuare i compiti portati a termine con successo, da confrontarsi con analoghi dati raccolti in test d'usabilità di versioni successive del sito
- 7.5 Nei test d'usabilità, raccogliere dati sul gradimento del sito da parte degli utenti, da confrontarsi con analoghi dati raccolti in test d'usabilità di versioni successive del sito
- 7.6 Per i siti accessibili, effettuare test d'usabilità anche con utenti disabili