

Metodologie Informatiche Applicate al Turismo

13. Aspetti di Usabilità dei Siti Web

Paolo Milazzo

Dipartimento di Informatica, Università di Pisa

<http://www.di.unipi.it/~milazzo>

milazzo@di.unipi.it

Corso di Laurea in Scienze del Turismo

A.A. 2012/2013

L'usabilità dei Siti Web

- L'usabilità è l'“efficacia, efficienza e grado di soddisfazione con cui uno specifico insieme di utenti possono svolgere un insieme di compiti in un certo contesto”.
- Nel contesto del Web l'usabilità riguarda l'esperienza degli utenti con un sito
- Progettare per l'usabilità vuol dire progettare siti Web che sono semplici, funzionali e facili da usare
 - ▶ La prima legge dell'usabilità (dal punto di vista dell'utente) è: *Don't make me think!*
- Aspetti come **coerenza**, **navigabilità** e **concisione** sono visti come modi per raggiungere questo obiettivo

Gli utenti

- Per raggiungere buoni risultati di usabilità gli utenti devono essere coinvolti dall'inizio della progettazione e in tutte le fasi di sviluppo del sito
- Gli obiettivi del committente del sito devono essere bilanciati con le esigenze degli utenti
- Domande da porsi:
 - ▶ Chi sono gli utenti del sito e quali sono i loro obiettivi?
 - ▶ Quali sono le informazioni e le funzioni di cui gli utenti hanno bisogno? in quale forma?
 - ▶ Come gli utenti pensano che il sito dovrebbe funzionare e qual'è la loro esperienza d'uso del Web?
 - ▶ Che hardware e software possiede la maggioranza degli utenti per accedere al sito?

Ottenere l'attenzione dell'utente

- Gli utenti del Web sono in gran parte utenti occasionali, non esperti
- “In Internet la concorrenza è solo a un click di distanza”
 - ▶ E' talmente facile navigare e la scelta è così ampia che se gli utenti sono confusi o frustrati se ne vanno a navigare da un'altra parte
- Una delle risorse più preziose nell'economia di Internet è l'**attenzione dell'utente**
- Il pulsante più usato è...
 - ▶ il pulsante BACK del browser!

Obiettivi di usabilità

- Per massimizzare l'usabilità di un sito bisogna quindi perseguire i seguenti obiettivi:
 - ▶ **Efficacia:** il successo dell'utente nel trovare informazioni e nello svolgere compiti attraverso il sito
 - ▶ **Efficienza:** velocità dell'utente nel raggiungere i suoi obiettivi
 - ▶ **Grado di soddisfazione:** appagamento dell'utente al termine dell'utilizzo del sito
- Tali obiettivi sono misurabili tramite interviste e questionari da sottoporre agli utenti (anche tramite il sito stesso)

Aspetti di coerenza

- La coerenza è un principio cardine dell'usabilità (dai tempi dei primi computer Mac..)
- Uno stesso comando, una stessa icona, una stessa voce di menu ha sempre la stessa funzione in tutti i contesti
 - ▶ Si impara una volta e si usa ovunque
- Quando si impara a guidare **una** macchina si impara a guidare **ogni** macchina
- Un vantaggio per l'utente, ma anche per il progettista che può fare affidamento a soluzioni collaudate (barre di scorrimento, bottoni standard, ecc..)
 - ▶ Consente di concentrarsi sugli aspetti più creativi e sui contenuti

Coerenza interna ed esterna

- Il mondo dell'editoria ha regole molto solide
- Il Web è giovane ma ha già un suo “contesto”
- **Coerenza esterna:** le aspettative che l'utente deriva dalla sua conoscenza del Web (es. i link sono blu e sottolineati)
- **Coerenza interna:** consistenza nella grafica e nella navigazione del sito

Coerenza esterna (1)

- Bisogna trovare un compromesso
 - ▶ Se i vari elementi presenti nel sito (link, form, ecc...) hanno un aspetto e un significato “standard” l’utente sarà immediatamente in grado di utilizzarli
 - ▶ Se l’aspetto di un sito è molto “standard” probabilmente sarà anche poco accattivante
- Esempi di elementi “standard”:
 - ▶ Stile dei collegamenti
 - ★ di solito prevedono testo in azzurro sottolineato
 - ★ viola o rossastro per i link visitati
 - ★ il colore può essere cambiato
 - ★ la sottolineatura può essere tolta (con i CSS)
 - ★ Importante: non sottolineare testo che non è un link
 - ▶ Uso di frecce per la navigazione
 - ★ freccia a destra: “continua”, “successivo”, “avanti”
 - ★ freccia a sinistra: “indietro”
 - ★ freccia in alto: “sopra” (nella stessa pagina o in una gerarchia di pagine)
 - ▶ Metafore comunemente usate: il carrello nel commercio elettronico

Coerenza esterna (2)

- Il sito ha successo se si adegua al **modello mentale** dell'utente
- Il modello mentale può essere esteso (l'utente può imparare e adattarsi), ma con cautela
- Rompere le convenzioni disorienta e demolisce la fiducia: bisogna avere un buon motivo per farlo

Coerenza interna (1)

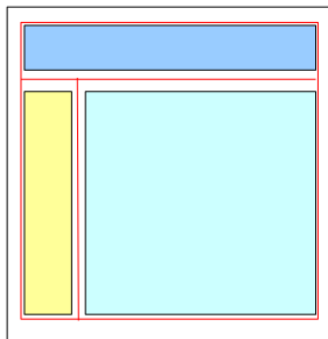
- La coerenza interna del sito ha a che fare prevalentemente con la consistenza nella grafica e nella navigazione
- Il sito deve avere una grafica uniforme
 - ▶ E' bene che le pagine abbiano un'aspetto simile tra loro
- Se esistono sezioni del sito tematicamente differenti tra loro
 - ▶ possono avere un aspetto differente, ma omogeneo a livello di sezione
 - ▶ è bene che abbiano qualche particolare grafico che faccia capire che sono tutte sezioni dello stesso sito (es.: un logo comune)

Coerenza interna (2)

- Per quanto riguarda la consistenza nella navigazione in ogni pagina del sito l'utente dovrebbe essere in grado di rispondere alle seguenti domande:
 - ▶ Dove sono? : possibilità di localizzazione anche quando si è entrati da “porte secondarie” (link diretto a una pagina del sito da una pagina di un sito esterno)
 - ▶ Che cosa c'è qui? : comprensione (rapida) del contenuto
 - ▶ Dove posso andare? : capire la struttura di navigazione

Coerenza interna (3)

- La struttura a tre pannelli può aiutare a rispondere rapidamente alle tre domande
 - ▶ Dove sono? → titolo del sito nel pannello in alto
 - ▶ Cosa c'è qui? → pannello principale in basso a destra
 - ▶ Dove posso andare? → pannello laterale a sinistra



Coerenza interna (4)

- I percorsi di argomenti (percorsi di bricole) sono strumenti di navigazione molto efficaci per siti con una strutturazione gerarchica degli argomenti
- Esempi:
 - ▶ Elettronica > Foto > Macchine compatte
 - ▶ Ristoranti > Etnici > Cinesi > Cantonesi

I contenuti del sito (1)

- La cosa più importante del sito sono i suoi contenuti
 - ▶ no allo spazio sprecato
 - ▶ no alle cose inutili
 - ▶ no ad un utilizzo non ottimale della finestra del browser
 - ▶ I primi 1024x768 pixel pagina sono preziosi... normalmente si vedono immediatamente senza dover usare barre di scorrimento

I contenuti del sito (2)

- Lo stile dei titoli, dei testi e dei link è importante
- Può servire capire come la gente usa il web

WHAT WE DESIGN FOR... **THE REALITY...**

Read

Read

Read

Read

[Pause for reflection]

Finally, click on a carefully chosen link

Look around feverishly for anything that

a) is interesting, or vaguely resembles what you're looking for, and

b) is clickable.

As soon as you find a halfway-decent match, click.

If it doesn't pan out, click the Back button and try again.

I contenuti del sito (3)

- Bisogna essere estremamente succinti e diretti (nel testo, un paragrafo = un'idea)
- Esempio, testo prima della cura....

Siete pregati di fornirci informazioni che ci aiuteranno a migliorare il sito e a renderlo piu' rispondente alle nostre esigenze.

Per favore, selezionate le vostre risposte dai menu' a discesa o spuntando le apposite caselle mostrate sotto. Saranno necessari solo 2-3 minuti per completare il questionario.

In fondo al modulo potete scegliere di lasciare il vostro nome, indirizzo e numero di telefono. Se lasciate il vostro nome e numero potrete essere contattati in futuro per partecipare a un sondaggio per aiutarci a migliorare il sito.

Se avete commenti o dubbi che richiedono una risposta per favore contattate il servizio clienti.

.... e dopo la cura

Per favore, aiutaci a migliorare il sito rispondendo a queste domande. Bastano 2-3 minuti per completare il questionario.

Se hai commenti o dubbi che richiedono una risposta, per favore contatta il servizio clienti.

Strumenti di navigazione (1)

- Le persone tendono ad essere cieche rispetto agli strumenti di navigazione (menu, percorsi di briciole, ecc...)
- I progetti di sviluppo Web impiegano molte risorse nel progetto di strumenti di navigazione che spesso vengono ignorati
- Gli utenti sono molto concentrati sulla loro missione (ricerca di una particolare informazione) e navigano seguendo i link che appaiono promettenti...
- ... o premendo il bottone “back” del browser se non ne trovano (comportamento click-link-or-hit-back-button)

Strumenti di navigazione (2)

- Spesso una buona strategia è limitare la navigazione a pochi elementi di base (menù molto semplici) e lasciare che gli utenti tornino alla home
- Strategia per il comportamento click-link-or-hit-back-button:
 - ▶ Identificare gli obiettivi dell'utente in ogni pagina
 - ▶ De-enfatizzare o rimuovere tutti gli elementi che distraggono o non aiutano a raggiungere l'obiettivo
 - ▶ Enfatizzare (o inserire) quei link, form, o altri elementi che portano l'utente più vicino al suo obiettivo o glielo fanno raggiungere

Accessibilità di un sito

- L'**accessibilità** di un sito web è la misura di quanto esso è accessibile (fruibile) da **OGNI** categoria di utenti
- E' un concetto fortemente connesso all'usabilità, ma in particolare ci si riferisce alla possibilità che hanno gli utenti disabili o gli utenti con strumenti tecnologici obsoleti di accedere ai siti web
- Esistono delle vere e proprie regole ed indicazioni da seguire per favorire l'accessibilità dei siti web
- In Italia, la legge Stanca del 2004 impone delle direttive per l'accessibilità dei siti della pubblica amministrazione

Accessibilità e disabilità

- Alcuni soggetti possono avere delle particolari disabilità che ostacolano l'accesso al web:
 - ▶ soggetti non vedenti, ipovedenti o con difficoltà motorie
- I soggetti non vedenti possono accedere la web tramite sintetizzatori vocali in grado di “leggere” la pagina web
- I soggetti ipovedenti utilizzano spesso schermi e risoluzioni video apposite per favorire la visione del web
- I soggetti con difficoltà motorie possono essere limitati nell'uso del mouse e possono utilizzare tastiere particolari

Accessibilità e tecnologie

- Alcuni soggetti possono invece avere degli ostacoli alla fruizione dei siti web dovuti all'utilizzo di tecnologie hardware e software "inferiori" agli standard
 - ▶ Alcuni utenti possono avere connessioni "lente" e quindi hanno difficoltà a caricare contenuti "pesanti"
 - ▶ Alcuni utenti possono avere hardware e software obsoleti e non ideali a visualizzare contenuti di nuova generazione
 - ▶ Alcuni utenti possono utilizzare dispositivi che per loro natura non hanno le stesse funzionalità di un normale PC (es. smartphones) e che hanno difficoltà nella visualizzazione di elementi complessi

Suggerimenti per l'accessibilità

- Utilizzare sempre il testo alternativo per immagini ed altri elementi grafici
 - ▶ utili sia per i sintetizzatori vocali che per chi ha difficoltà di download
- I link e le informazioni principali devono essere inseriti il prima possibile nel codice HTML
 - ▶ Per anticiparne la lettura o per apparire subito nei dispositivi mobili
- Evitare l'inserimento di elementi audio che possano sovrapporsi alla lettura della pagina
 - ▶ no musica di sottofondo