

## Modulo 5

### Usabilità dei siti Web

**Il progettista Web che ha appena finito la costruzione di un sito, se non si è preoccupato di verificare l'Usabilità durante tutte le fasi dello sviluppo, rischia di dover rifare il lavoro daccapo.**

Queste parole un po'allarmanti servono per mettere in guardia contro l'ingenuità di pensare che un sito che funziona per il progettista, funziona anche per l'utente che vi arriva per la prima volta.

Le verifiche sull'usabilità di un sito determineranno la differenza sostanziale fra un sito accettabile e uno non accettabile (quindi con nessuna caratteristica di fidelizzazione dell'utente).

Sul tema Usabilità si trova molto in rete, dai siti in inglese a quelli in italiano.

Il "guru" dell'Usabilità viene considerato Jakob Nielsen, ma a volte viene giudicato troppo dogmatico. Però ha messo giù delle regole per evitare di fare degli errori comuni che comunque deteriorerebbero le qualità di Usabilità del sito.

Come sempre si può derogare dalle leggi dei "maestri", ma occorre essere sicuri di quello che si fa e a ragion veduta.

Vediamo innanzitutto alcuni principi enunciati da <http://www.system-concepts.com/articles/tenwebtips.html>

Da studi effettuati su diversi siti, risulta che tutti avevano un aspetto visuale (grafico) accattivante, ma tutti avevano anche parecchi problemi seri di Usabilità.

Il design visuale di un sito porta solo a un 15% di differenza nell'usabilità. Il grande guadagno in usabilità derivano dalla **coerenza** (consistency) e dallo **svolgimento delle azioni** (task focus).

- 1. Indicare chiaramente nella Home-Page il valore propositivo del sito**  
Alcuni siti partono dal presupposto che per tutti gli utenti è risaputo quello che il sito propone.
- 2. Includere dei contenuti attraenti (interessanti)**  
Non fare del sito una versione on-line di una brochure stampata, ma dare informazioni coerenti.
- 3. Rendere i links ben visibili**  
Gli elementi testuali o grafici che sono anche links devono essere facilmente riconoscibili come tali. Evitare di usare immagini fotografiche che possano sembrare delle decorazioni o dei riempitivi. Fare in modo che le parole ipertestuali appaiano sempre sottolineate. Questo aiuta anche alla leggibilità (scansione) del testo. Fare che si distingua fra link visitato e non.
- 4. Ridurre al minimo i links sulla barra di navigazione (max 5-7)**  
Non cercare di arrivare a tutte le pagine da tutte le pagine. Questo toglie spazio vitale alla pagina.
- 5. Utilizzare una terminologia coerente e significativa per le parole ipertestuali**  
La parola linkata deve spiegare il meglio possibile a cosa si va incontro. Non usare parole che possano creare fraintesi. Errori nella navigazione porta a un senso di sfiducia.
- 6. Rileggere i testi in cerca di errori tipografici**  
Un sito che mostra errori non crea una buona impressione.
- 7. Lasciare spazi vuoti nella pagina**  
Spesso il layout della pagina viene creato da un'agenzia web esterna ed il cliente inserisce i testi. Si ha la tendenza di riempire la pagina completamente. Difficoltà di scorrimento durante la lettura.
- 8. Discutere con la clientela per conoscere le funzionalità richieste dal sito**  
C'è spesso la presupposizione di sapere cosa vuole il cliente oppure che il cliente sappia già cosa viene offerto.
- 9. Assicurarci che il sito possa essere visitato anche da portatori di handicap**  
Ipo-vedenti: tutte le immagini devono avere dei tags "Alt" che descrivono l'immagine.  
Daltonici: usare colori distinguibili anche dai daltonici.
- 10. Test di Usabilità**  
Non aspettare di aver finito il sito per fare i test. Fare dei test anche al di fuori di quelli eseguiti da chi ha progettato il sito.

> **Bruce Tognazzini** – altro guretto

<http://www.asktog.com/basics/firstPrinciples.html>

Una interfaccia è efficace quando è ben visualizzabile e dà una sensazione di controllo all'utente. Egli vede velocemente l'ampiezza delle sue opzioni, intuisce come arrivare all'obiettivo e svolge il suo compito.

1. **Anticipazione**

L'interfaccia dovrebbe anticipare i desideri e le necessità dell'utente.

2. **Autonomia**

Limitare le opzioni ma dare anche un po' di spazio per muoversi autonomamente.

Utilizzare meccanismi di stato (clessidra, ecc) per indicare e informare su cosa sta succedendo.

3. **Difficoltà nella distinzione dei colori**

Il 10% degli uomini ha difficoltà in tale senso (meno per le donne).

Deuteranopia: non distinzione del verde

Protanopia: non distinzione del rosso

Tritanopia: non distinzione del blu

I primi due (a volte anche assieme) sono i più frequenti.

Attenzione anche alle scale di grigio.

4. **Coerenza nel linguaggio (anche grafico)**

Fare in modo che uno schema di comportamento venga ripreso in ugual misura in tutte le pagine.

Incoerenza (voluta): fare in modo che oggetti che si comportano diversamente appaiano differenti.

Fare dei test per conoscere l'aspettativa di coerenza da parte dell'utente.

5. **Defaults (parametri preassegnati)**

Se in una casella (es. di una lista di opzioni) c'è un valore di default, deve essere già selezionato per cancellarlo direttamente con l'immissione della nuova voce.

Non usare la parola "default" ma mettere il valore preassegnato, es. "Standard", o "Valore preassegnato", ecc.

6. **Efficienza dell'utente**

Dato che il tempo dell'utente costa più di quello di un'attrezzatura, offrire le opzioni più facili da eseguire manualmente. Es. è più veloce digitare "111" che "110".

Esprimersi in modo che l'utente capisca prima possibile cosa sta/deve fare.

7. **Interfacce esplorabili**

Dare all'utente i percorsi e i punti riferimento e lasciarlo libero di correre.

Per i novizi occorre essere più direttivi.

Offrire all'utente spunti percettivi stabili per dargli sicurezza e farlo sentire "a casa".

Permettere la reversibilità di un'azione – a volte si va avanti per vedere cosa succede.

Permettere sempre un "annulla".

Dare sempre all'utente una via d'uscita.

Far in modo che la barra del menu del browser possa essere nascosto e il sito rimanga nonostante ciò facilmente navigabile.

8. **La legge di Fitt**

"Il tempo necessario per arrivare all'obiettivo è funzione della distanza e della dimensione dell'obiettivo".

I punti più facilmente accessibili nello schermo sono i quattro angoli.

Utilizzare oggetti grandi per funzioni importanti.

Utilizzare i bordi laterali, superiore, inferiore e gli angoli per creare links.

9. **Oggetti Interfaccia – Uomo**

Gli oggetti interfaccia-uomo possono essere visti, sentiti, toccati o altrimenti percepiti.

Essi interagiscono in maniera consueta (standard), hanno dei comportamenti consueti.

Devono essere comprensibili, auto-determinanti e stabili.

10. **Riduzione delle latenze**

Quando è possibile, far uso di multi-thread (pluri-operazione) per spingere la latenza (attività invisibile) verso lo sfondo.

Confermare ogni click su un tasto con un segnale visivo o un feedback sonoro entro 50 millisecondi.

Mostrare una clessidra se un'azione impiega da 1/2 a 2 secondi.

La clessidra deve essere animata per mostrare che il sistema non è bloccato.

Mostrare un messaggio di durata prevista per ogni operazione che impiega più di 2 secondi.

Comunicare la durata attuale per mezzo di un indicatore animato progressivo.

Offrire messaggi attraenti per intrattenere l'utente durante un'attesa lunga.

Segnalare con un bip la fine di un'operazione (>10 secondi), per indicare che si può tornare ad usare il sistema.

Bloccare pressioni multiple (errate) sullo stesso tasto. Data la lentezza di Internet, a volte si preme parecchie volte sullo stesso tasto, facendo diventare l'operazione ancora più lenta.

11. **Apprendimento**

Ogni programma, ogni servizio richiede una curva di apprendimento. Facilitare la cosa.

12. **Uso delle metafore**

Scegliere bene le metafore, facilitando l'utente a capire i dettagli più piccoli del modello concettuale. Buone metafore sono i piani ("stories"), che creano immagini visibili nella mente. Richiamare i sensi dell'utente, percezione-visione, suono, tatto e anche i ricordi.

13. **Protezione del lavoro dell'utente**

Assicurarsi che l'utente non perda il lavoro (operazione) fatto fino ad allora, per un errore suo, una disfunzione di Internet o altra ragione inevitabile (abbassamento di corrente).

14. **Leggibilità**

Un testo che deve essere letto deve avere un contrasto alto: optate per testo nero su sfondo bianco o giallo. Evitare gli sfondi grigi.

Utilizzare dimensioni di carattere che possono essere letti su qualsiasi tipo di monitor.

Per parole standard di etichette o istruzioni possono essere più piccole.

I numeri devono essere ben visibili.

Tenere in considerazione i più anziani, con problemi di presbiopia (minor possibilità di messa a fuoco e riduzione della trasmissione di luce nell'occhio).

15. **Rintracciamento di stato**

Dato che i browser permettono di visitare i siti senza limiti di stato, è nostra responsabilità recuperare i dati di stato richiesti. Occorre sapere:

- Se è la prima che l'utente è nel sistema
- Dove è l'utente
- Dove sta andando l'utente
- Dove è stato l'utente durante la sessione
- Dove era l'utente quando ha lasciato la sessione .... E tanti altri dettagli.

Possiamo fare buon uso di queste informazioni

16. **Navigazione visibile**

Evitare navigazioni invisibili. Molti utenti non possono e non vogliono costruire elaborate mappe mentali per ricordarsi cosa fanno e si perdono facilmente.

In effetti il WWW, nonostante le belle pagine visitate, è in realtà un grande spazio di navigazione invisibile.

Una volta che l'utente arriva sul nostro sito dobbiamo fare in modo che la navigazione si riduca al minimo e fare della navigazione rimanente chiara e naturale. Dare l'illusione che l'utente è sempre nello stesso luogo con le pagine portate a lui.