

Web Information Management

Analisi di usabilità di:

www.campinggoasi.com

Federico Ballarin

Matricola: 1123718

Marzo 2020

Introduzione

Il Camping Oasi è uno splendido villaggio di vacanze a Sottomarina, alle porte di Chioggia, sulla costa veneta. Il moderno campeggio è affacciato sul mare Adriatico ed immerso in una lussureggiante vegetazione.

La relazione qui esposta contiene l'analisi di usabilità del sito del Camping Oasi: www.campingoasi.com.

Il sito ha come principale obiettivo quello di pubblicizzare il campeggio e di dare tutte le informazioni che lo riguardano offrendo anche altre funzionalità come prenotare la propria vacanza online o fare un tour virtuale all'interno dello stesso.

Nome del dominio

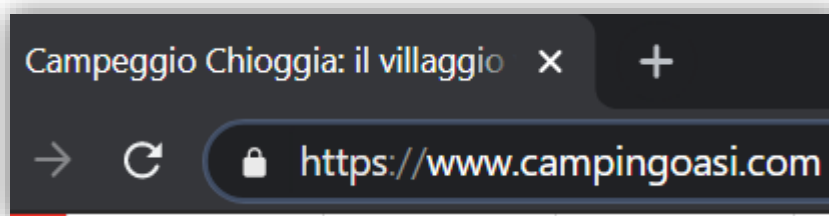


Figura 1: URL e titolo del sito

Il nome del dominio è un fattore molto importante, incide molto sull'usabilità e sulla qualità della pagina. In questo caso il nome "campingoasi" risulta una scelta ottima, il nome effettivo del campeggio è "oasi" è rispetta la maggior parte delle linee guida:

- corto;
- unico;
- facile da scrivere e ricordare;
- seguito dal dominio ".com";
- non è inventato, ha significato reale;

Il nome è preceduto dalla parola "camping" e questo, nonostante complichino leggermente il nome, fa capire subito che si tratta del sito di un camping e allo stesso momento disambigua dal classico significato di oasi evitando di confondere gli utenti.

La parola "camping" nonostante sia nella lingua inglese è ormai di uso comune e compresa a livello mondiale. Considerando che si tratta di un villaggio turistico dove gli utenti possono essere potenzialmente di varie nazionalità risulta la scelta più efficace.

Il testo nel tag "title" presenta un breve riassunto del contenuto della pagina ma viene ovviamente tagliato a causa del poco spazio disponibile rendendolo nella maggior parte dei casi inefficace.

Homepage 6W

Una homepage di qualità deve dare all'utente, che la vede per la prima volta, tutte le informazioni necessarie, per misurare l'impatto sul visitatore del sito andiamo ad analizzare le cosiddette "Six Ws":

Where?

Dove mi trovo?

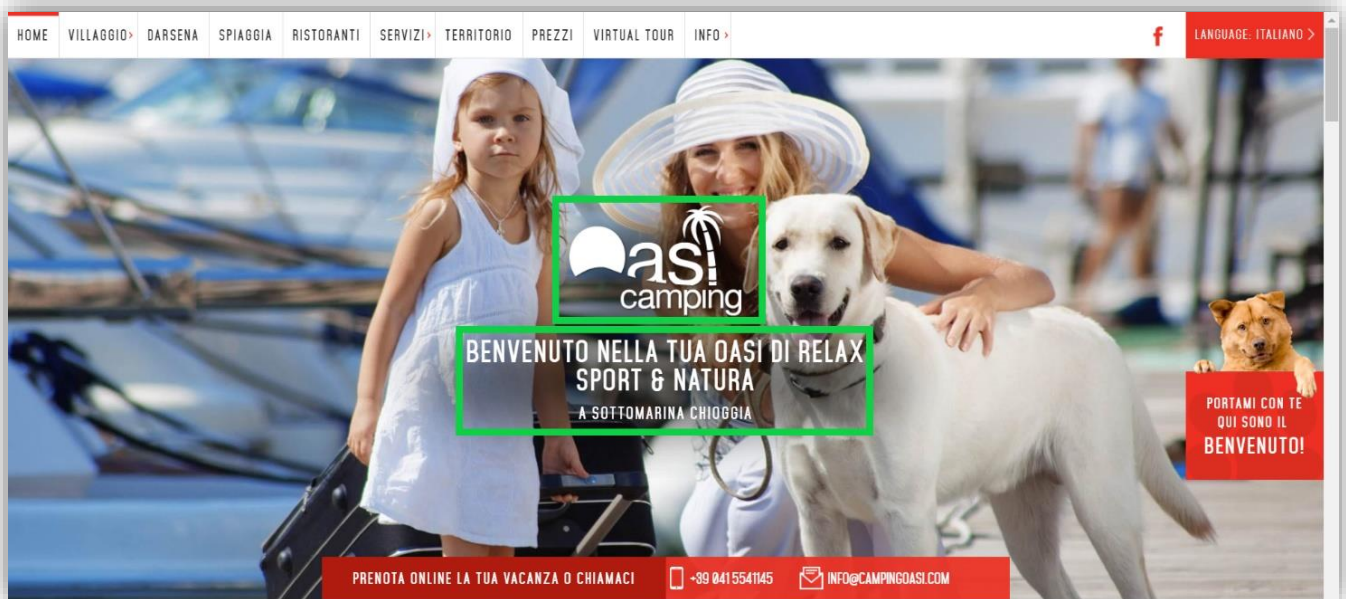


Figura 2: Header del sito (where)

Immaginiamo di essere un utente qualsiasi che si trova casualmente su questo sito.

Il primo posto in cui cerchiamo di trarre informazioni è sicuramente l'header; dopo aver visto il logo "Oasi Camping" e lo slogan "Benvenuto nella tua oasi di relax sport & natura. A Sottomarina Chioggia." l'utente non dovrebbe avere dubbi su che tipo di sito sta visitando, è chiaro che si tratta della pagina di un campeggio a Sottomarina Chioggia, anche le foto nello sfondo fanno intuire lo scopo turistico del sito.

Per smentire ogni dubbio è presente, scendendo nella pagina, una descrizione più dettagliata del campeggio.

Who?

Chi rappresenta il sito?

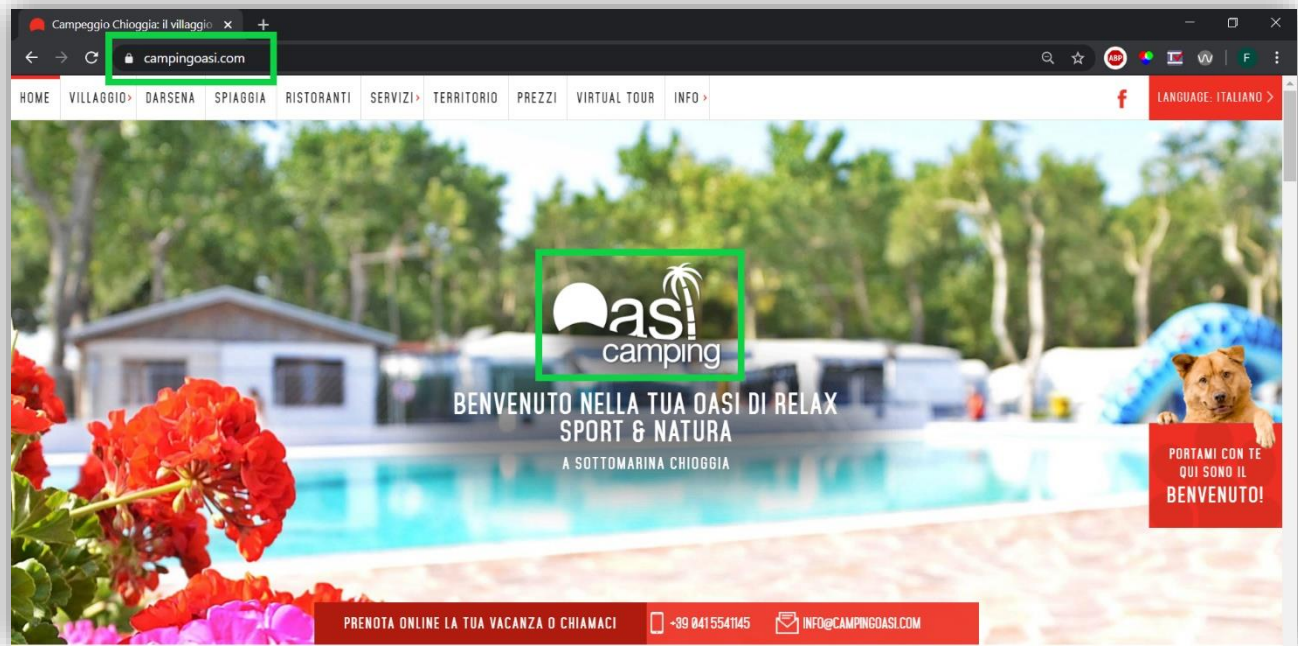


Figura 3: Header del sito (who)

È presente il logo dell'azienda al centro dell'header quindi subito visibile accedendo al sito, per maggiori informazioni sull'azienda bisogna scendere nel footer dove sono riportate le informazioni di base come indirizzo, e-mail, telefono e P.iva.

Il nome del dominio coincide con il nome del campeggio e dell'azienda, altro indicatore di chi c'è dietro a questa pagina.



Figura 4: Footer del sito

Why?

Quali benefici mi porta?

Essendo il sito di un villaggio turistico il servizio principale è quello di pubblicizzare e dare tutte le informazioni riguardati il villaggio oltre a fornire il servizio di prenotazione online. Questo non viene spiegato in modo esplicito nella homepage ma è ciò che ci si aspetta da un sito di questo tipo.

Lo sfondo dell'header mostra delle immagini del villaggio e leggendo le voci della barra di navigazione si intuisce lo scopo della pagina.

Essendo la pagina personale di CampingOasi non ha bisogno di imporsi su altri siti, è l'unica che offre i servizi precedentemente elencati riguardanti questo specifico campeggio.

Interessa poco ai fini dell'analisi dell'usabilità del sito andare a motivare il PERCHÉ scegliere questo campeggio rispetto ad un altro.

What?

cosa offre?



Figura 5: Barra prenotazione

Nella parte inferiore dell'header il box rosso con la scritta "Prenota online la tua vacanza o chiamaci" seguita da numero di telefono e mail del villaggio fa capire che l'offerta principale è quella di permettere e favorire la prenotazione, che sia online o per vie tradizionali. Per vedere però nel dettaglio la scelte concrete offerte dal campeggio è necessario andare nelle sezioni apposite.

Dalla homepage è possibile vedere la mappa e la brochure del camping, scendendo è presente uno slideshow che mostra i servizi principali offerti dal villaggio.

When?

Ultime novità?



Figura 6: Offerte

Tutte le novità e le varie offerte sono visibili a patto di scorrere sotto l'header, dove è presente una vetrina sotto il nome di "Offerte". Al momento sono presenti 4 tipologie di offerte ed un link riguardante le news 2020.

Le varie notizie o offerte si alternano regolarmente e se cliccate vengono mostrate nello specifico, è inoltre presente in alto a destra un link "Vedi tutto" che porta ad una pagina dove le news sono esposte in maniera più chiara. Le offerte in questo caso vengono considerate come novità in quanto sono temporanee e quindi valide solo in un determinato periodo.

How?

Come arrivo alle sezioni principali del sito?

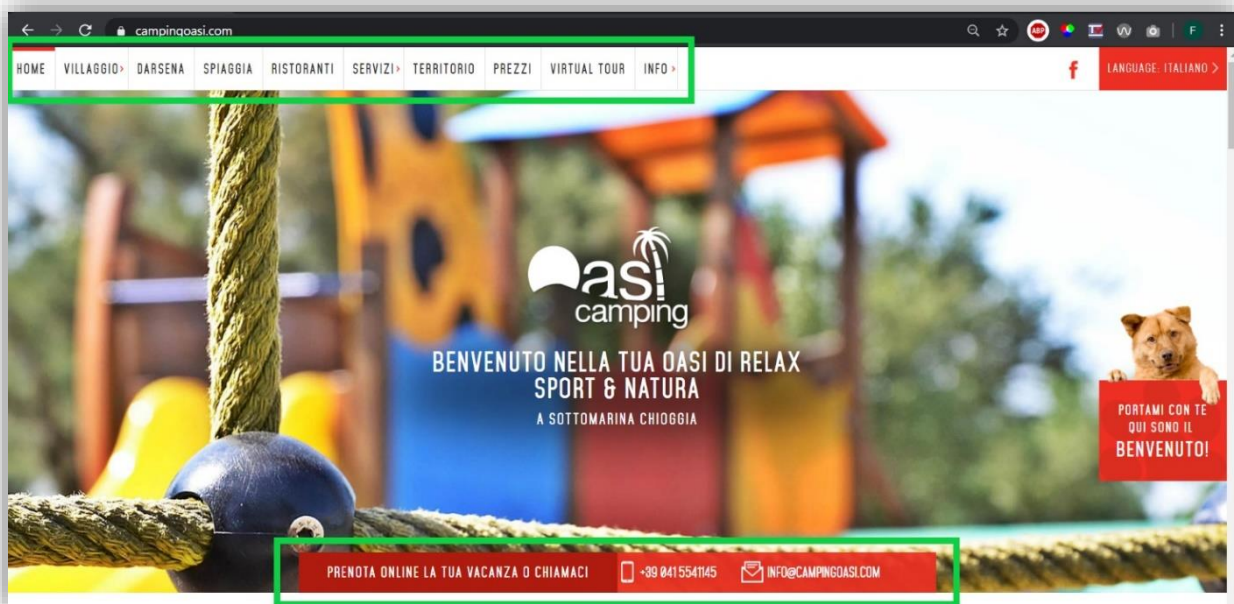


Figura 7: Header del sito (how)

Lo strumento principale a questo scopo è sicuramente la barra di navigazione, che riporta quasi tutte le sezioni principali presenti all'interno del sito. Anche l'header contiene il link per accedere alla sezione per la prenotazione online, che non compare nella barra di ricerca. Scrollando la pagina in verticale anche la barra di navigazione scorre, permettendo di cambiare pagina in qualsiasi momento.

Struttura

Iniziamo con una critica per quanto riguarda la struttura delle pagine, sia homepage che pagine interne hanno un header ed un footer essenzialmente uguali tra di loro, cambia solamente il contenuto informativo che sta tra queste due sezioni.

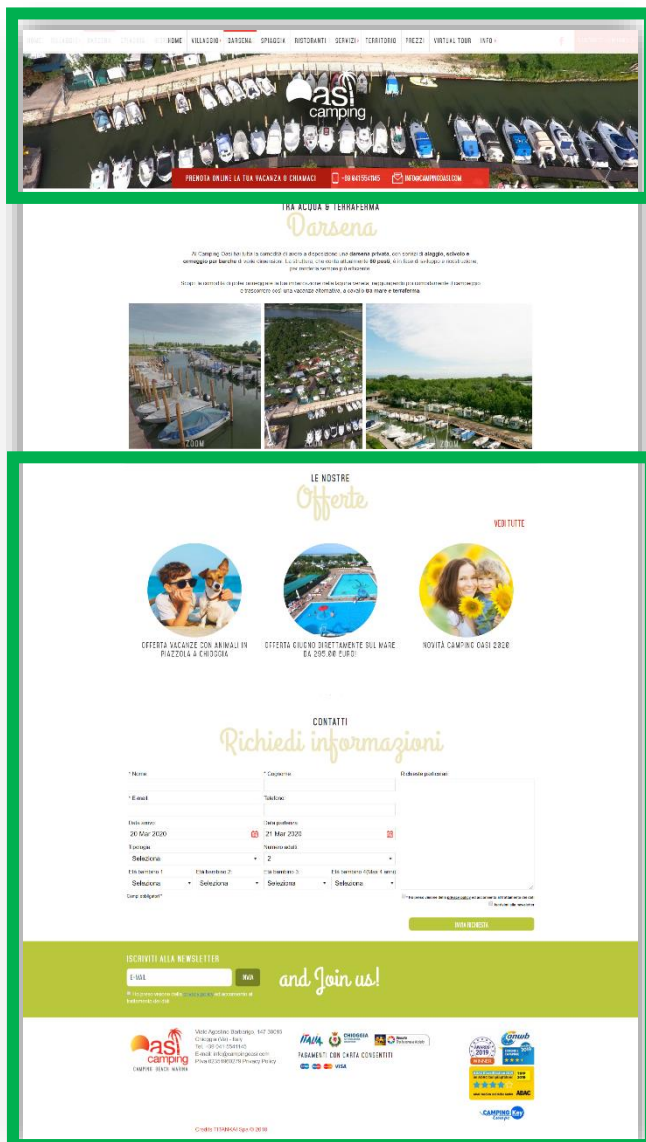


Figura 8: Darsena

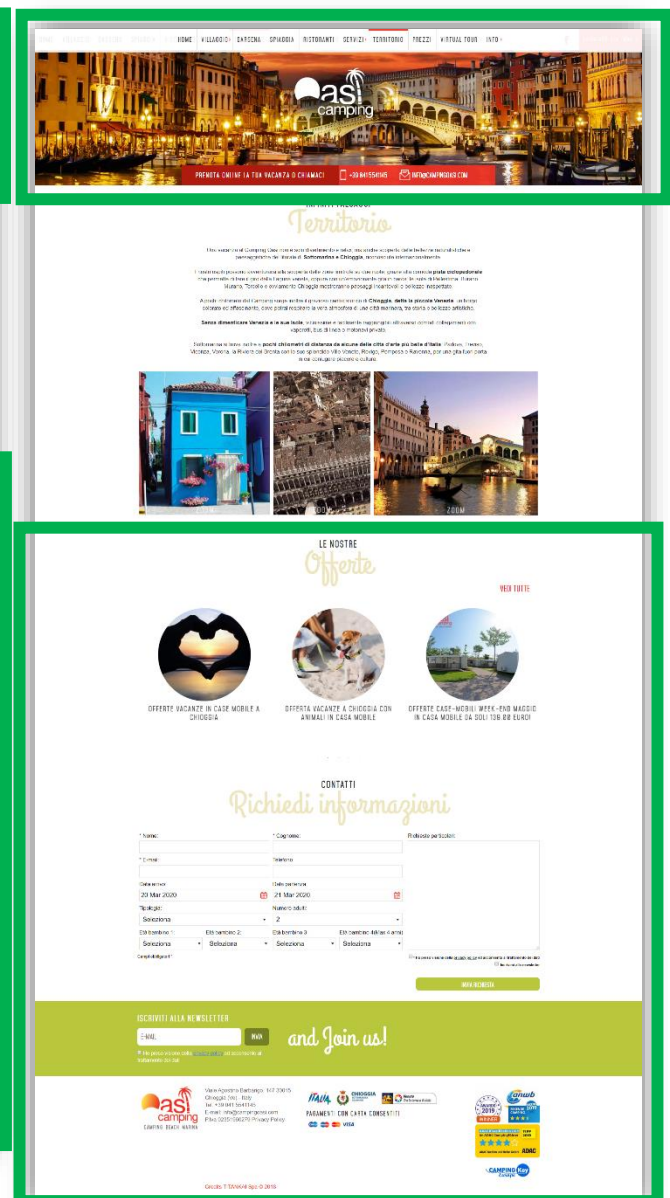


Figura 9: Territorio

Il problema in questo caso è che il footer comprende davvero troppi elementi: la sezione "Offerte" (tranne nella homepage dove viene inserita sotto l'header), una sezione "Contatti" composta da un form di compilazione per richiedere informazioni, una barra per l'iscrizione alla newsletter e il footer vero e proprio, con le informazioni della ditta, riconoscimenti ed altro.

Questo rende le pagine davvero troppo lunghe, l'utente è costretto a scrollare di una schermata per saltare l'header che ha molto probabilmente visto nella homepage, anche se per il deep linking questo potrebbe essere giustificato. Ingiustificabile è però la lunghezza del footer, per scorrere, dalla fine del contenuto relativo alla specifica pagina, alla vera fine fisica l'utente è costretto a scrollare per circa tre schermate, con l'illusione di trovare qualche altra informazione utile che non abbia già visto su tutte le altre pagine. Questa scelta porta ad un appesantimento di tutte le pagine con informazioni non pertinenti alla specifica sezione del sito, sarebbe stato meglio raccoglierle in una pagina dedicata.

Prova di ciò è la pagina INFO/CONTATTI accessibile dalla barra di navigazione, essa presenta una pagina priva di contenuto, composta solamente da header e footer che sono effettivamente più che sufficienti per dare tutte le informazioni a riguardo, dimostrando così i problemi strutturali.

La struttura complessiva del sito è però abbastanza semplice, con un solo click a partire dalla homepage è possibile raggiungere tutte le pagine del sito rendendo così confortevole il passaggio tra le varie pagine.

Analisi Homepage

Segue un'analisi in dettaglio della homepage del sito, andando a valutare sotto il punto di vista dell'usabilità i vari elementi che la compongono.



Figura 10: Barra di navigazione

L'angolo superiore sinistro, importante perché è il punto di entrata dello sguardo nella pagina, non è sfruttato a dovere perché non contiene informazioni utili all'utente che accede magari per la prima volta nel sito.

Il primo elemento della pagina partendo dalla parte superiore è la barra di navigazione, essa è composta da 10 voci, 3 delle quali non sono cliccabili ma se ci si passa sopra con il mouse rivelano con un menù a tendina dei link che sono sottocategorie di quella principale.

Questo porta nel complesso il numero di link cliccabili nella barra di navigazione a 14, probabilmente troppi considerando che alla stessa altezza sulla destra, terminata la barra di navigazione, sono presenti anche un link alla

pagina Facebook del villaggio ed una ulteriore tendina per la selezione della lingua della pagina.

Il menu è nel complesso ben realizzato, è fault tolerant, è sempre presente nella parte superiore permettendo così il cambio pagina in qualunque momento e offre anche una funzionalità simile a quella del breadcrumb, differenziando con un bordo superiore rosso la voce del menù corrispondente alla pagina che si sta visitando aiutando l'utente a capire dove si trova.

Presenta però anche alcuni difetti:

Tutto il testo è scritto in maiusc rendendolo più scomodo e lento da leggere; I link già visitati non cambiano colore quindi l'onere di ricordare le pagine già visitate spetta all'utente aumentando così lo sforzo computazionale necessario per visitare il sito;

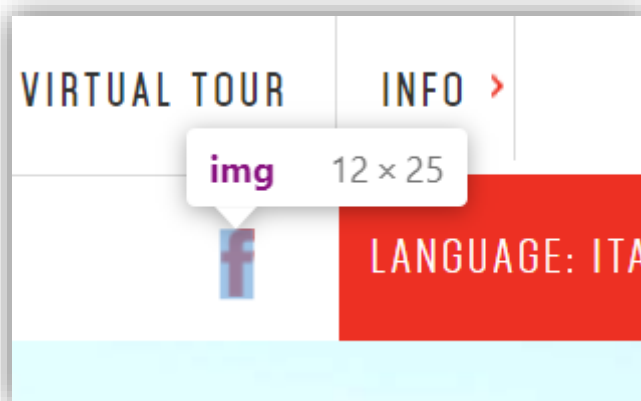


Figura 11: Link Facebook

Il link facebook ha un area cliccabile minima 12x25 con 0 padding davvero difficile da cliccare, fortunatamente nella versione mobile il link non è presente altrimenti sarebbe stato davvero problematico accedervi (fat finger).



Figura 12: Header

Sotto la barra è presente l'header composto da:

- Logo, nome e slogan del villaggio al centro;
- Un riquadro che informa l'utente della possibilità di portare cani all'interno del campeggio, sulla destra;
- Una barra con link alla pagina di prenotazione, numero di telefono e mail, posizionata nella parte finale.

Anche in questo caso tutto il testo è in maiusc, logo e slogan sono di colore bianco e considerando la luminosità e chiarezza delle immagini che scorrono sullo sfondo risulta spesso difficile riuscire a leggere il testo a causa del poco contrasto.

Il logo se cliccato riporta alla home causando in questo caso un refresh essenzialmente inutile della pagina che potrebbe confondere gli utenti.

Il link "dog friendly" sulla destra risulta essere davvero mal realizzato: viene tradita una metafora visiva, l'utente si aspetta di poter cliccare in qualunque punto del riquadro rosso ma in realtà solo il testo è cliccabile.

Se la pagina viene rimpicciolita sotto una certa soglia il link risulta addirittura inaccessibile perché coperto da qualche altro elemento della pagina dando l'impressione che il sito non funzioni.

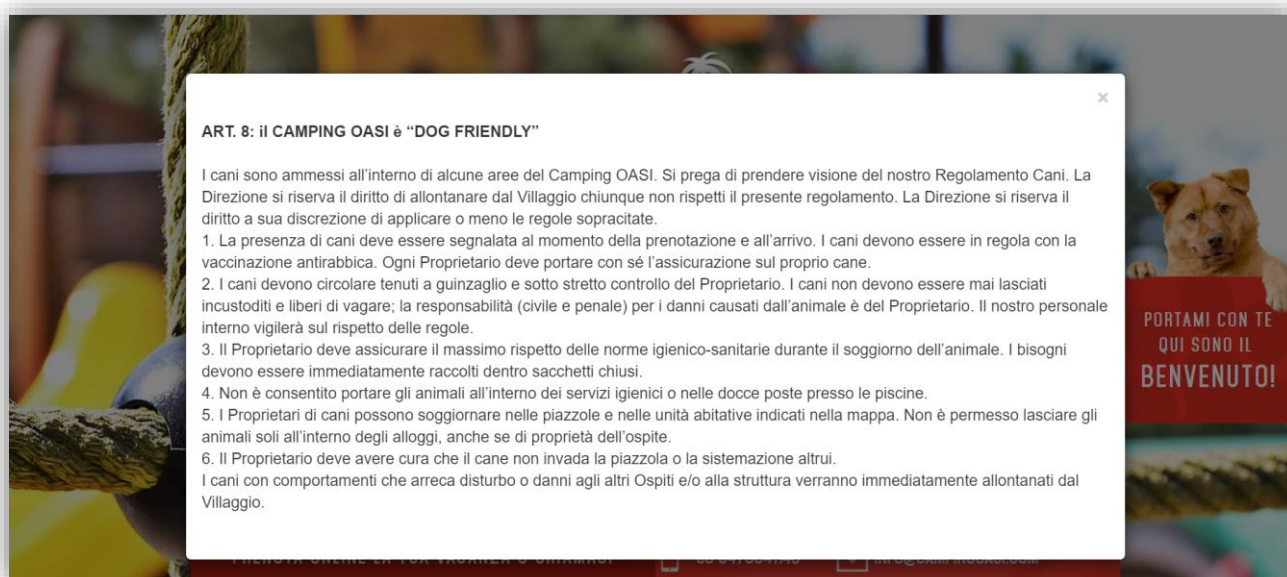


Figura 13: Pop-up dog friendly

Nel caso si riesca a cliccare il link spunta un pop-up con le regole da rispettare in caso si portassero animali.

In genere i pop-up risultano invasivi agli utenti ma se proprio si vuole utilizzare questa modalità di visualizzare informazioni bisogna almeno garantire una via d'uscita chiara e rapida.

In questo caso è presente una X nella parte superiore destra che permette di chiudere il pop-up ma risulta quasi invisibile a causa del contrasto minimo con lo sfondo e le dimensioni ridottissime che la rendono difficile da cliccare anche una volta individuata. Viene però fornita la possibilità di chiudere il pop-up cliccando ovunque al di fuori di esso offrendo una via di fuga molto più rapida anche se meno esplicita rispetto alla X.

La barra rossa alla fine dell'header presenta il numero di telefono del camping che non è cliccabile ma è comunque possibile selezionare e copiare anche se il colore con il quale viene segnalato il testo selezionato è lo stesso dello sfondo della barra complicando così la selezione; la mail se cliccata sposta la schermata all'altezza del form per la richiesta di informazioni.



Figura 6: Offerte

Dopo l'header è presente la sezione "Offerte" che compare, così come nelle altre pagine, solamente se la pagina è in lingua italiana, scelta probabilmente voluta a fini economici ma comunque poco corretta e fonte di possibile confusione. Le varie offerte scorrono ad intervalli regolari ed è presente un link "Vedi tutte" che porta ad una pagina specifica per le offerte.

A primo impatto non sembra sia possibile interagire con lo slideshow se non cliccando su una delle news, ma è possibile, utilizzando il drag and drop, mostrare la news successiva o precedente.

Questa possibilità di interazione non è segnalata in nessun modo, poteva essere data per scontata in ambito mobile ma nella versione desktop doveva essere esplicitata magari con delle frecce ai due lati rendendole magari pure cliccabili evitando così all'utente di utilizzare il drag and drop che richiede uno sforzo maggiore.

Si noti che per quanto si trascini la vetrina prima di rilasciare il mouse è comunque possibile scorrere di al massimo una news per volta, quindi per interagire bisogna essenzialmente simulare una gesture di swipe laterale, cosa davvero scomoda su la versione desktop di una pagina.

Ciò fa pensare che gli sviluppatori del sito abbiano utilizzato un approccio mobile first andando poi ad adattare la pagina per la versione desktop.

OSPITALITÀ ED ACCOGLIENZA IN UN'OASI TRA MARE E NATURA

Affacciato sul mare Adriatico ed immerso in una lussureggiante vegetazione, sorge il **Camping Oasi**, splendido **villaggio vacanze a Sottomarina**, alle porte di Chioggia, sulla costa veneta.

In questo moderno campeggio potrai vivere la tua **vacanza all'aria aperta**, in totale libertà e relax, scegliendo se affittare una delle nostre attrezzate case mobili o sistemarti con tenda e roulotte nelle nostre piazzole, sempre con la certezza di essere seguito e coccolato dal nostro personale, attento e disponibile ad ogni tua richiesta.

CLICCA QUI PER VEDERE LA MAPPA DEL CAMPING!



CLICCA QUI PER VEDERE LA BROCHURE



Figura 14: Corpo homepage

La sezione successiva comprende una breve descrizione del campeggio e di ciò che offre seguita da due link per visionare e scaricare la mappa e la brochure del camping.

Nella descrizione viene utilizzato del testo in bold per risaltare alcune parole ma l'utilizzo del grassetto mischiato a testo normale è in genere sgradevole all'utente.

I link per la mappa e la brochure hanno un nome del tipo: "clicca qui per vedere...", ma è ovvio che un link vada cliccato, questo rende solamente il nome del link inutilmente lungo senza dare alcuna informazione utile.

Se si cliccano i link viene aperta una nuova scheda con il pdf desiderato, levandoci così la possibilità all'utente di usare il tanto amato tasto back per tornare indietro, se vengono cliccate invece le immagini esse vengono mostrate ingrandite ed è possibile tornare indietro cliccando ovunque nello schermo.

Offrire delle funzionalità per visionare le immagini è molto importante perché nella maggior parte dei casi gli utenti tendono a cliccare su di esse.



Figura 15: Slides servizi

La sezione "servizi" presenta uno slideshow realizzato allo stesso modo di quello della sezione "offerte" che abbiamo quindi già analizzato in precedenza, unica differenza è che i vari servizi non sono in questo caso cliccabili ed alcuni hanno delle informazioni aggiuntive indicate con una freccia nera che esce dall'icona del relativo servizio.



Figura 16: Servizi



Segue una sezione di testo che parla delle attività che è possibile svolgere nel caso si decidesse di soggiornare nel campeggio, nello stesso formato di quelle già analizzate, seguita da 3 immagini con il quale è possibile interagire per visualizzarle di dimensioni maggiori.

CONTATTI

Richiedi informazioni

* Nome: * Cognome: Richieste particolari:

* E-mail: Telefono:

Data arrivo:  Data partenza: 

Tipologia: Numero adulti:

Età bambino 1: Età bambino 2: Età bambino 3: Età bambino 4(Max 4 anni):

Campi obbligatori * ☐ Ho preso visione della [privacy policy](#) ed acconsento al trattamento dei dati ☐ Iscrivimi alla newsletter

INVIA RICHIESTA

Figura 17: Richiedi informazioni

Sotto la sezione servizi compare la sezione composta dal form per la richiesta di informazioni.

Il form risulta nel complesso ben realizzato anche se le informazioni richieste sono probabilmente troppe, 13 campi, scoraggiando così l'utente a compilarlo a causa del tempo che perderebbe nel farlo, basterebbe ad esempio prima chiedere se sono presenti dei bambini e solo in caso positivo mostrare i campi dedicati ad essi; Il tempo è tra i fattori più importanti da tenere in considerazione quando si realizza una pagina.

Nell'ultimo campo, "richieste particolari", viene permessa la modifica della dimensione dell'area di inserimento del testo rischiando così di compromettere il layout originale della pagina e portando spesso al deformarsi della text-area in maniera poco prevedibile.

La sezione successiva permette di vedere un video del campeggio, al centro della sezione è presente il simbolo di "Play" seguito dalla scritta "guarda il video" che risulta però illeggibile, anche in questo caso, a causa del contrasto quasi nullo con l'immagine di sfondo.

Cliccando ovunque all'interno della sezione è possibile vedere il video che non viene però visualizzato all'interno della sezione ma su un riquadro che compare dopo il click, il riquadro comprende tutte le funzionalità riguardanti il video ma risulta di dimensione ridotta nonostante sia possibile passare alla modalità schermo intero.

Il video è breve, poco più di un minuto, e ciò lo rende gradevole da vedere senza far perdere molto tempo a chi lo visita.

Se il riquadro viene chiuso mentre il video è in riproduzione il video non viene interrotto ma continua a riprodursi in sottofondo, questo potrebbe essere causa di non poca confusione per l'utente che una volta chiuso il riquadro continua a sentire l'audio in sottofondo senza avere a schermo alcuna possibilità di interromperlo.

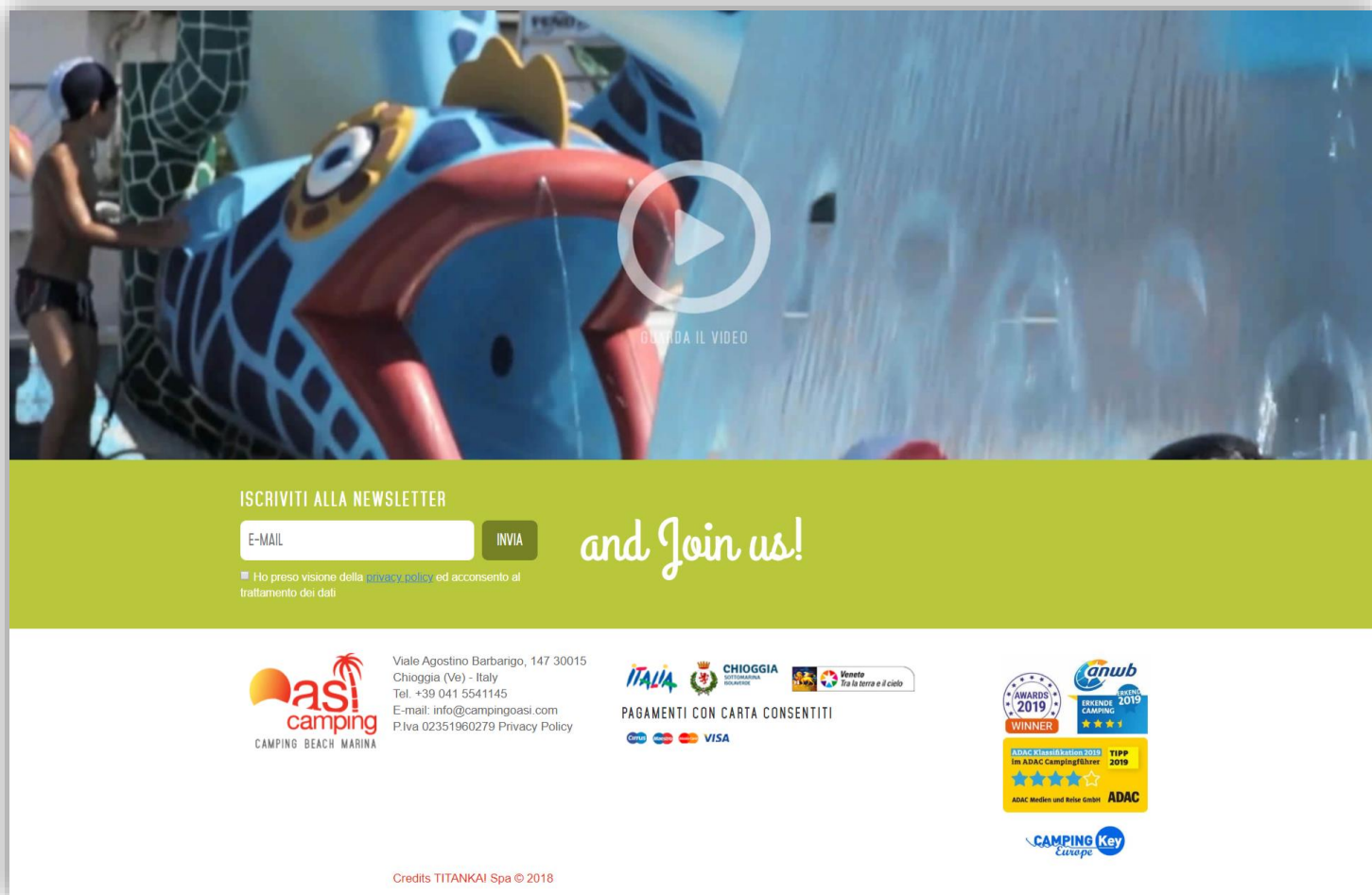


Figura 18: Video e footer

Infine sono presenti la sezione per iscriversi alla newsletter ed il footer con le informazioni dell'azienda e vari banner e riconoscimenti.

Pagine interne

Le pagine interne del sito sono strutturate in maniera molto simile alla homepage andando a riutilizzare molti degli elementi che abbiamo già analizzato in precedenza.

Fanno eccezione le pagine: Prenota, Prezzi e Virtual tour; Che introducono degli elementi non ancora analizzati.

Segue quindi una breve analisi di queste 3 pagine, evitando gli elementi già visti ed evitando inoltre di analizzarne le 6 W's, perché avendo la stessa struttura le pagine rispondono alle 6W's nella stessa maniera vista nella homepage, nonostante si tratti di pagine interne.

• Prenota

La pagina "Prenota" garantisce il servizio di prenotazione online appoggiandosi ad un sito esterno: premium.secureholiday.net; Che viene però visualizzato all'interno del sito campingoasi.com in un riquadro al centro della pagina.

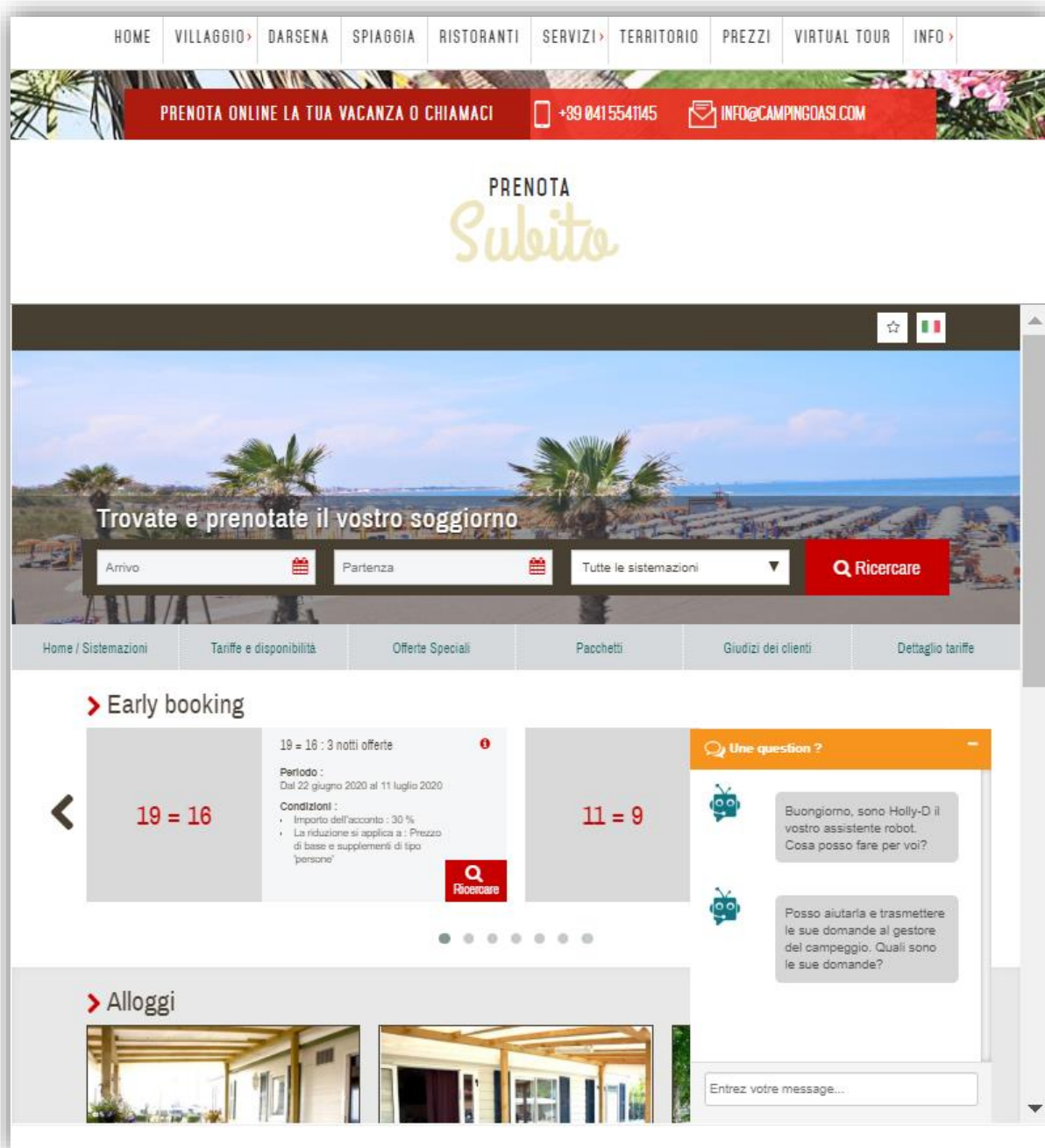


Figura 19: Prenota

Questo rende l'interazione dell'utente esponenzialmente più complessa, sono presenti due barre di navigazione, due sezioni per il cambio della lingua della pagina, scroll multipli sia per il sito interno che per quello esterno, che sono tra l'altro necessari perché la pagina interna non sta tutta su una schermata, rendendo così la navigazione davvero frustrante.

Sarebbe stato sufficiente inserire il link al sito che permette la prenotazione senza bisogno di incastrare in questo modo le due pagine, ancora meglio sarebbe stato realizzare la prenotazione online in proprio all'interno del sito, senza appoggiarsi a siti esterni.

• Prezzi

In questa pagina vengono mostrati i prezzi dei vari servizi che offre il villaggio, delle varie case mobili e delle piazzole del campeggio. Tutti questi prezzi vengono mostrati in forma tabellare.

VACANZE SU MISURA

Listino prezzi

LISTINO PREZZI CAMPEGGIO 2020

	27/03 - 06/06	06/06 - 11/07	11/07 - 27/08	27/08 - 27/09
ADULTO	6,20	8,70	9,60	6,20
BAMBINO FINO A 1 ANNO(*)	GRATIS	GRATIS	GRATIS	GRATIS
BAMBINO FINO A 6 ANNI (*)	3,20	4,70	5,20	3,20
CANE	4,10	5,10	6,30	4,10
PIAZZOLA	10,20	16,70	20,80	10,20
PIAZZOLA VUOTA	22,60	34,10	40,00	22,60

(*) non compiuti

OFFERTE SPECIALI:
4=3 dal 27/03 al 26/06
7=6 dal 26/06 al 11/07
4=3 dal 27/08 al 27/09

EXTRA:
Tassa di soggiorno: (obbligatoria) € 0,70 per persona al giorno (dai 6 ai 75 anni salvo nuove disposizioni di legge).
Servizio spiaggia riservata a pagamento da € 5,50 a € 7,00 per ombrellone o per lettino al giorno.

SERVIZI EXTRA SU RICHIESTA
- Bagno privato € 5,50 al giorno (non in piazzola / numero limitato)
- Frigobox € 2,10 al giorno (non in piazzola / celle frigorifero)
- Frigorifero € 3,10 al giorno (in piazzola / numero limitato)
- Posto barca € 12,00 al giorno
- Auto extra € 4,00 al giorno
- Moto extra € 3,00 al giorno
- Biciclette € 5,00 al giorno - € 25,00 alla settimana
- Tennis € 10,00 x ora con propria attrezzatura gratis se organizzato dall'animazione
- Calcio € 20,00 x ora con propria attrezzatura gratis se organizzato dall'animazione
- Wifi a pagamento

ARRIVO: dalle ore 12:00 alle ore 22:00
PARTENZA: entro le ore 11:00

CAUZIONE: € 100,00 in contanti o carta di credito da depositare all'arrivo
Pagamento del soggiorno: alla partenza

Figura 20: Prenota 1/2

Nonostante sia una scelta corretta, dato il grande numero di prezzi mostrati, le due tabelle presentano dei problemi, soprattutto quella nominata "listino prezzi case mobili 2020".

Prima cosa che si nota vedendo la tabella è che circa metà delle caselle della tabella risultano vuote, senza nessun apparente motivo, questo può solo confondere l'utente e fa sembrare la tabella più grande e complessa di quanto lo sia realmente.

LISTINO PREZZI CASE MOBILI 2020							
	27/03 - 09/06	09/06 - 16/06	16/06 - 30/06	30/06 - 07/07	07/07 - 21/07	21/07 - 11/08	11/08 - 18/08
	08/09 - 27/09	01/09 - 08/09			25/08 - 01/09	18/08 - 25/08	
MAUI - COMFORT							
2 persone	41,00						
3 persone	47,00						
4 persone	52,00	63,00	88,00	106,00	113,00	130,00	142,00
supplemento 5 persona, 6 solo baby sotto i 4 anni	5,00	6,50	6,50	8,50	8,50	11,00	11,00
BORABORA - SUPERIOR							
2 persone	46,00						
3 persone	51,00						
4 persone	56,00	67,00	92,00	114,00	122,50	138,00	151,00
supplemento 5 persona, 6 solo baby sotto i 4 anni	5,00	6,50	8,50	8,50	8,50	11,00	11,00
TAHITI - SUPERIOR							
2 persone	51,00						
3 persone	56,00						
4 persone	61,00	73,00	97,00	120,00	127,50	143,00	156,00
5 solo baby sotto i 4 anni	5,00	6,50	6,50	8,50	8,50	11,00	11,00
HONOLULU - LUXURY							
6 persone	87,00	104,00	114,00	139,00	152,00	170,00	190,00
supplemento 7 persona	5,00	6,50	6,50	8,50	8,50	11,00	11,00
SPACE							
4 persone	67,00	80,00	102,00	123,00	131,50	150,00	160,00
5 solo baby sotto i 4 anni	5,00	6,50	6,50	8,50	8,50	11,00	11,00

Figura 21: Prenota 2/2

La tabella non rientra all'interno di una sola schermata e questo incide molto sull'usabilità della stessa perché l'intestazione non è più visibile una volta che si scrolla verso il basso, forzando quindi l'utente a tornare su per vedere a che periodo di tempo i prezzi si riferiscono e poi riscendere per continuare. L'intestazione è sviluppata in due righe quindi più periodi temporali possono avere gli stessi prezzi rendendola così impossibile da memorizzare per l'utente. Sarebbe bastato ripetere l'intestazione per ogni sotto-tabella sfruttando le righe che risultano vuote.

• Virtual Tour

La pagina permette agli utenti di fare un vero tour virtuale all'interno del villaggio, grazie a StreetView di Google sono state mappate tutte le aree più importanti del villaggio e sono rese disponibili all'interno di questa pagina. L'idea di base di permettere all'utente di muoversi liberamente e di vedere in prima persona l'intero villaggio è davvero ottima come lo è anche la realizzazione, effettivamente è davvero possibile vedere quasi tutto il villaggio sfruttando bene tutti gli strumenti offerti da streetview.



Figura 22: Virtual Tour

Questi tipi di tecnologie hanno però un serio problema proprio dal punto di vista dell'usabilità, per l'utente medio riuscire a utilizzare bene la navigazione in streetview risulta davvero difficile.

Le ragioni di questo sono da attribuire principalmente all'interfaccia, al numero e alla complessità delle interazioni che è possibile eseguire: sulla sinistra è presente un menù verticale che permette di spostarsi tra le aree principali elencate, il menù risulta comunque accessibile anche se le varie voci potevano facilmente essere rese più leggibili.

Il vero problema sono invece le interazioni possibili in streetview di cui non è presente alcuna indicazione o guida su come usarle.

L'utente deve quindi provare ad interagire scoprendo da sé il funzionamento dello strumento. A complicare il tutto è il fatto che anche in questo caso lo streetview si trova all'interno di una sezione della pagina, difficoltà al quadrato. Ad esempio se l'utente cerca di scrollare, se il puntatore si trova nello streetview viene fatto uno zoom, se invece è all'esterno scrolla la pagina. Non ci prolunghiamo con l'analisi di StreetView in quanto servizio esterno offerto dal sito ma ci limitiamo a dire che il 2d risulta più efficace del 3d all'interno di una pagina web perché molto più diretto e semplice.

Sarebbe stato utile affiancare al virtual tour una bella galleria di foto della varie zone del villaggio permettendo agli utenti di farsi un'idea sul campeggio in maniera più rapida e meno dispendiosa.

Pagina 404

Provando ad accedere ad una pagina inesistente o rimossa viene mostrata una pagina con la stessa struttura di tutte le altre dove nel corpo centrale è presente un avviso che informa l'utente che la pagina è inesistente o è stata rimossa.

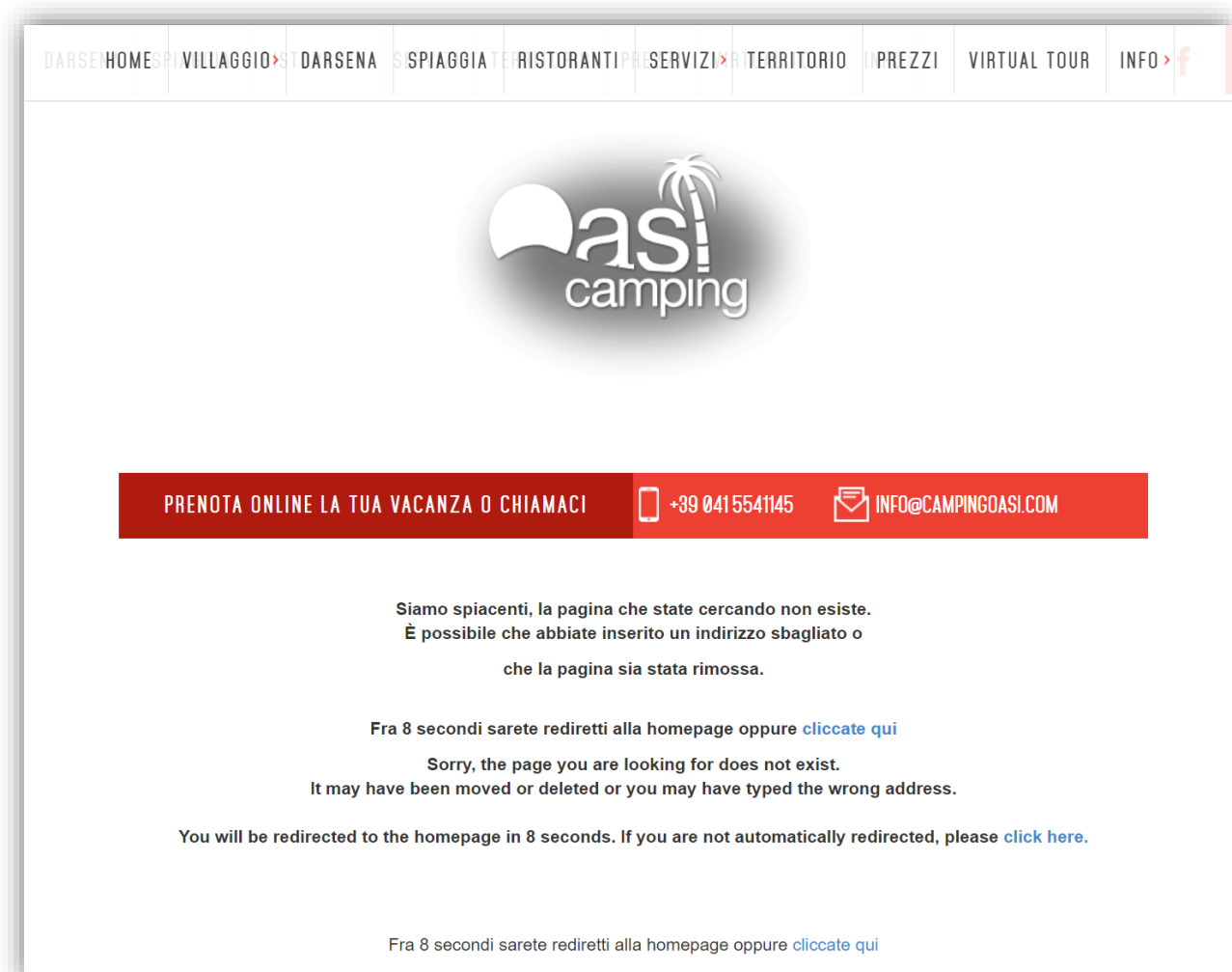


Figura 23: Pagina 404

Viene giustamente fornito un link per tornare alla home del sito anche se viene effettuato un reindirizzamento automatico dopo circa 10 secondi e proprio per questo motivo non ha alcun senso che la pagina 404 abbia la stessa struttura di tutte le altre.

In 10 secondi è appena possibile leggere il messaggio di errore non ha senso inserire tutti gli altri elementi non avendo il tempo per interagire con essi.

Sarebbe stata una soluzione migliore mostrare solamente il messaggio di errore presente nel corpo della pagina.

L'header della pagina non ha alcuna immagine di background andando a mostrare il logo del villaggio su uno sfondo dello stesso colore rendendo il logo appena visibile solo grazie all'effetto di ombreggiatura, dimostrando così la poca attenzione dedicata a questa pagina.

Pubblicità

Essendo un sito che promuove il proprio prodotto, non è presente alcuna pubblicità. L'unico elemento che potrebbe essere confuso con pubblicità è la vetrina delle news, probabilmente a causa delle foto raffiguranti persone felici e sorridenti che è un classico degli annunci pubblicitari.

Ricerca

Nella pagina non è presente alcun tool di ricerca ma questo non risulta essere un problema, il sito è composto da un numero limitato di pagine nella maggior parte dei casi dal contenuto informativo relativamente basso.

L'utente può accedere a tutte le informazioni ad un click dalla homepage rendendo così un ipotetico box di ricerca controproducente.

Valutazione

Voto: 7

Nonostante l'analisi sia stata molto critica, andando ad evidenziare quelli che sono i difetti, fornendo dove possibile una soluzione, il sito è nel complesso ben realizzato, il design è accattivante e l'idea di sfruttare tecnologie moderne per cercare di dare vita al villaggio all'interno della pagina è sicuramente da apprezzare andando a raggiungere così lo scopo che il sito si propone.

Il contenuto informativo del sito non è molto ma permette comunque di rispondere a quasi tutte le domande che un utente possa porre e offre tutti i mezzi per contattare direttamente il campeggio per risolvere ogni dubbio o perplessità.

Molti dei problemi riscontrati sono facilmente risolvibili, peccato solo per la poca attenzione che è stata dedicata a certi dettagli. Traspare l'impegno nella realizzazione dell'estetica del sito, un po' meno quella dedicata all'usabilità.

Lista delle figure

Figura	File	URL
1	Oasi1_URL.png	campingoasi.com
2	Oasi2_header_where.png	campingoasi.com
3	Oasi3_header_who.png	campingoasi.com
4	Oasi4_footer_who.png	campingoasi.com
5	Oasi5_barra_prenotazione.png	campingoasi.com
6	Oasi6_offerte.png	campingoasi.com
7	Oasi7_header_how.png	campingoasi.com
8	Oasi8_darsena.png	campingoasi.com/it/darsena-camping-oasi.php
9	Oasi9_territorio.png	campingoasi.com/it/territorio-camping-oasi.php
10	Oasi10_navbar.png	campingoasi.com
11	Oasi11_link_facebook.png	campingoasi.com
12	Oasi12_header.png	campingoasi.com
13	Oasi13_pop-up_dog.png	campingoasi.com
14	Oasi14_corpo_homepage.png	campingoasi.com
15	Oasi15_slides_servizi.png	campingoasi.com
16	Oasi16_servizi.png	campingoasi.com
17	Oasi17_richiedi_informazioni.png	campingoasi.com
18	Oasi18_video_e_footer.png	campingoasi.com
19	Oasi19_prenota.png	campingoasi.com/it/prenota-camping-oasi.php
20	Oasi20_prezzi1.png	campingoasi.com/it/prezzi-camping-oasi.php
21	Oasi21_prezzi2.png	campingoasi.com/it/prezzi-camping-oasi.php
22	Oasi22_virtualtour.png	campingoasi.com/it/virtual-tour-camping-oasi.php
23	Oasi23_404.png	-