



Progetto Interazione Uomo Macchina 2022/2023

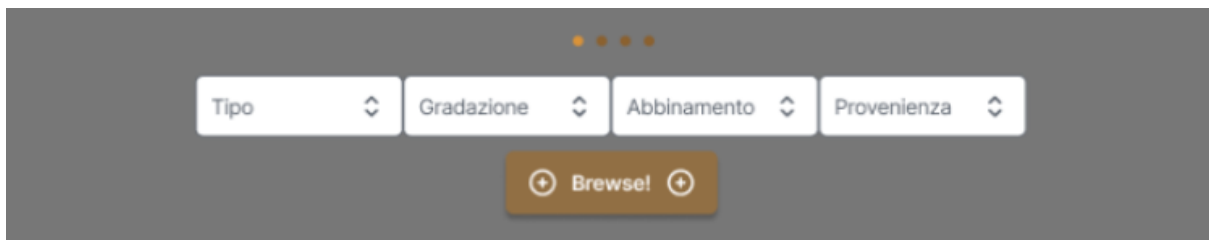
Gruppo Amideo-Conforti-Savino



Brewser

• Design Patterns

Tag Filtering



<https://ui-patterns.com/patterns/Tag>

Gli articoli sono divisi per tag, a seconda delle loro proprietà. Questo è utile per filtrare tali articoli in base alle necessità dell'utente, ad esempio per generare raccomandazioni mediante il tool di ricerca, o dalla schermata di ricerca classica.

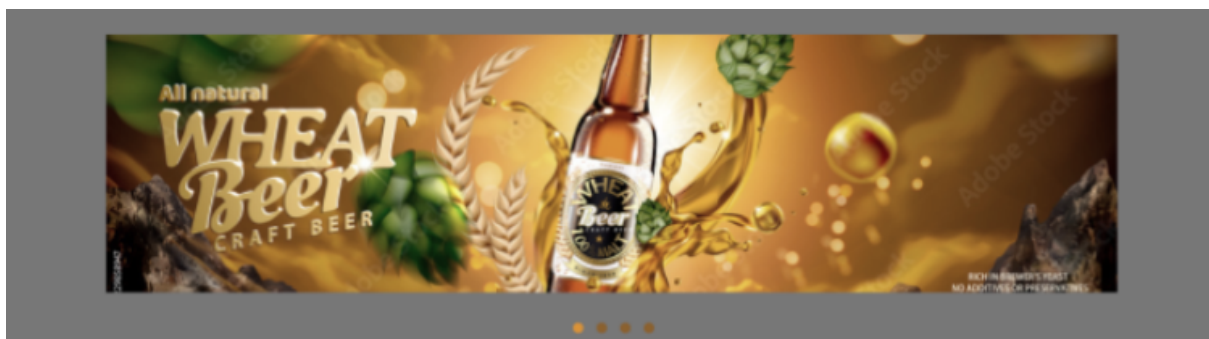
Featured Recommendations



<https://www.nngroup.com/articles/recommendation-guidelines/>

Nella homepage sono visibili degli articoli raccomandati sotto forma di image grid, ovvero immagini contenute in box che possono essere cliccate per andare immediatamente alla pagina della birra in questione. Questo permette di proporre i trend all'utente anche prima che esso effettui una ricerca.

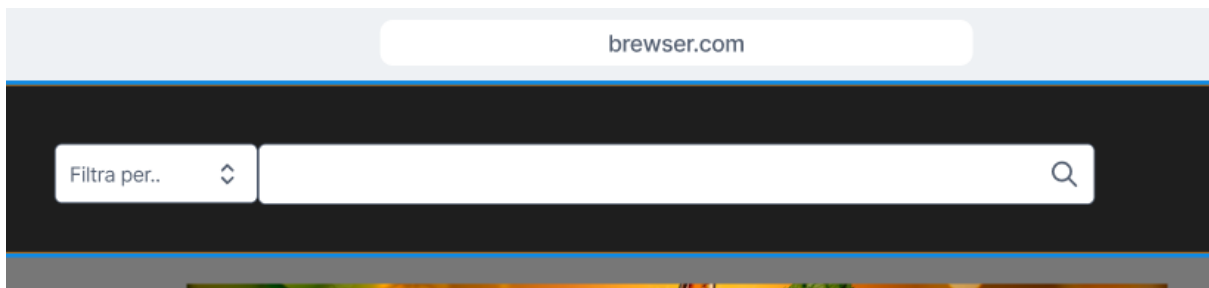
Carousel



<https://ui-patterns.com/patterns/Carousel>

Appena sotto l'header è visibile un banner rotante con informazioni riguardanti eventi, pubblicità, o semplicemente comunicazioni che risulta utile avere in primissimo piano. Sotto tale banner c'è un numero di simboli, di cui uno è illuminato, che mostrano il numero di slide.

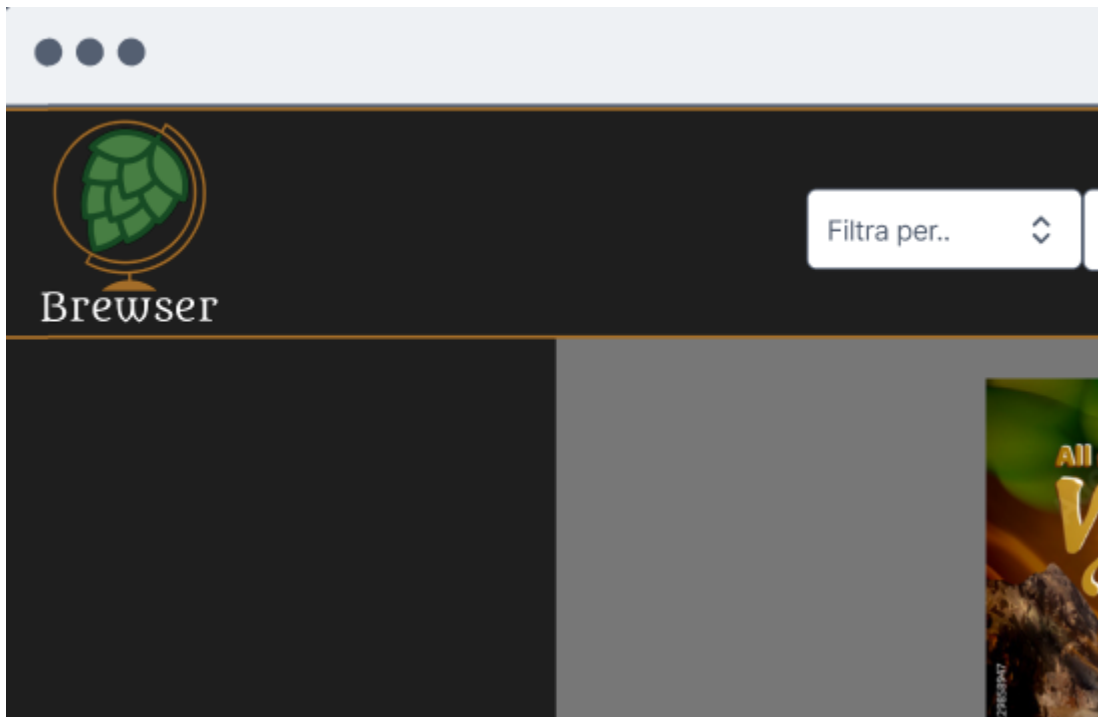
Searchbar



<https://uxbooth.com/articles/best-practices-for-search/>

L'header della pagina è sempre visibile in cima alle diverse sezioni del sito, e contiene sempre la barretta di ricerca testuale con un filtro per categoria (Birra, Birrificio, Birreria). Questo assicura che il loop dell'utente sia sempre accompagnato da un'opzione per una ricerca veloce, senza la necessità di tornare alla homepage.

Home Button



<https://ui-patterns.com/patterns/HomeLink>

Se invece l'utente volesse tornare nella homepage, troverà disponibile in alto a sinistra in ogni pagina il logo di Brewser, che una volta cliccato li porterà proprio alla homepage. Questo rappresenta un'opzione "go back to a safe space", indispensabile in un sito che offre parte delle sue funzionalità proprio nella homepage.

Link al Papersketch su Figma:

<https://www.figma.com/file/MnVZjHsWoyLIDezqWY2qAH/Papersketch?type=design&mode=design&t=TOE38EXwudvF6oX4-1>

● Mago di Oz

Operazione preliminare: scelta dei candidati

Una volta realizzate diverse versioni delle interfacce del sito in versione papersketch, è stato deciso di determinare quali fossero le migliori iterazioni mediante le tecniche del Mago di Oz e Think Aloud.

La metodologia scelta è stata quella di interviste singole, condotte in momenti diversi della giornata e a diversi target di utenza.

I candidati sono stati 3, per diversificare gli approcci all'interfaccia:

-**Clara**, 27 anni, studentessa, molto familiare con tecnologia e siti moderni, abituata a bere solo in ambienti sociali

-**Feliciano**, 63 anni, Medico, bevitore occasionale, meno familiare con i siti più moderni ma comunque abituato a usare diversi tipi di programmi per PC

-**Gianluigi**, 22 anni, studente, frequente utilizzatore di vari social media, siti di informazione e programmi per computer, discreto conoscitore di birre anche artigianali

Task 1: Ricerca a partire dal nome

Il primo task è quello di ricercare una particolare birra a partire dal suo nome. Tutti i candidati hanno svolto senza problema questa operazione, formando ragionamenti logici a partire da conoscenze preesistenti create da siti con funzionalità simili.

Task 2: Ricerca disponibilità di una birra a partire dal nome

Questo task condivide il percorso del task 1, ma coinvolge la mappa della disponibilità. Questa è presente sia in versione ridotta vicino a ogni risultato, sia nella scheda vera e propria della birra.

Il task non ha creato problemi negli utenti, ma essi hanno preferito il design con un maggiore spazio riservato alla mappa, che è stato quindi scelto per l'implementazione.

Task 3: Ricerca dati su un produttore a partire dal nome

Questo task coinvolge l'utilizzo della pagina dei birrifici e del catalogo degli stessi. Essendo raggiunta mediante la barra di ricerca, non ci sono stati problemi per l'utenza. Il design con i suggerimenti nel basso della pagina è risultato più gradevole e comprensibile per l'utenza, oltre che più consistente con la homepage.

Task 4: Ricerca catalogo di una birreria

Strutturalmente identico al task 3, anche questa ricerca è stata effettuata senza problemi. Avendo in comune il design della pagina per i birrifici, gli utenti hanno mostrato la medesima preferenza nella struttura della pagina del task precedente.

Task 5: Ottenere una raccomandazione mediante il tool

Questo task ha portato alcune difficoltà nell'esecuzione, principalmente collegate alle varie versioni del layout della homepage. Alcune di esse hanno portato gli utenti a credere che i filtri del tool di raccomandazione avessero effetto anche sulla barra di ricerca, pertanto abbiamo convenuto di riferirci ai design nei quali la distanza fra essi era maggiore. Dopo aver intervistato gli utenti, la versione più affidabile e diretta è risultata essere quella dotata di un banner rotante, frapposto fra la barra di ricerca e i vari filtri del tool. Oltre a eliminare la connessione fra questi due elementi, questa versione sembra la più intuitiva per tutti gli utenti.

Task 6: Ottenere suggerimenti tra i trend del momento

Questo task è risultato essere il più spontaneo di quelli proposti agli utenti, in quanto esso è svolto quasi passivamente nel momento in cui vengono utilizzate altre funzioni. La connotazione fra gli articoli mostrati senza un prompt diretto e raccomandazioni è risultata chiara nella maggioranza dei casi, specialmente negli utenti abituati a utilizzare piattaforme di e-commerce.

● Conclusioni e Scelte di Design

Di seguito ci sono le conclusioni tratte da questo esperimento, insieme alla nostra analisi delle varie componenti del sito in stile Cognitive Walkthrough, oltre che alle scelte da noi fatte in merito al design delle stesse.

Task 1: Ricerca a partire dal nome

La nostra analisi porta a pensare che la posizione attuale della searchbar sia sufficientemente intuitiva, anche per merito della grande maggioranza dei siti web che la piazzano in maniera simile.

-Gli utenti vedranno la taskbar immediatamente?

Sì, anche per abitudine con altri siti web.

-Gli utenti avranno un modo per iniziare una nuova ricerca in ogni momento?

Sì, data la natura dell'header del sito web.

Task 2: Ricerca disponibilità di una birra a partire dal nome

In aggiunta al task precedente, gli utenti dovranno consultare la pagina della birra. Di nuovo, la struttura che abbiamo progettato per quest'ultima risulta chiara e senza elementi in eccesso che potrebbero distrarre dai dati vitali.

-Gli utenti avranno una visione chiara delle disponibilità della birra?

Sì, la mappa è un mezzo che la maggioranza dell'utenza sa consultare.

-Gli utenti avranno la possibilità di esplorare nuove birrerie da qui?

Sì, gli utenti saranno portati a sperimentare di più.

Task 3: Ricerca dati su un produttore a partire dal nome

A differenza dai task che riguardano di consultare le schede relative alle birre, quelli che hanno a che fare con birrerie e birrifici hanno strutture diverse della pagina. Nonostante i componenti delle stesse siano simili, come mappe e descrizioni, consultare il catalogo del produttore richiede una sezione diversa, condivisa dai menù delle birrerie.

-Gli utenti sapranno consultare il catalogo?

Sì, la struttura è simile a un "menù" di un ristorante, un formato comune.

-Sarà possibile approfondire su singoli articoli e birre?

Sì, cliccare la birra in questione porterà alla scheda della stessa.

Task 4: Ricerca catalogo di una birreria

Nessuna differenza con il task 3 in termini di interazione con il sito.

-Gli utenti potrebbero confondersi tra le pagine di birrerie e birrifici?

No, dato che l'accesso alle pagine è effettuato in contesti diversi.

Task 5: Ottenere suggerimenti dal tool

Questo task richiede di familiarizzare con lo strumento per elaborare suggerimenti, ma il funzionamento avviene mediante componenti comuni dei siti web moderni che non dovrebbero creare problemi con l'utenza.

-La funzione del tool sarà chiara a prima vista?

Per assicurarci che sia immediatamente intuibile, aggiungeremo una breve descrizione al di sopra del tool.

-Gli utenti avranno problemi a ottenere raccomandazioni accurate?

No, le opzioni sono comprensibili anche per utenti inesperti in birra.

Task 6: Ottenere suggerimenti tra i trend del momento

L'esecuzione di questo task risulta particolarmente semplice in quanto la posizione dei suggerimenti non è intrusiva rispetto al resto della pagina, tuttavia creando nell'utente la consapevolezza della funzione.

-Gli utenti faranno uso dei suggerimenti?

Sì, dato che le immagini cattureranno l'attenzione di chi è indeciso.

-Gli utenti ricorderanno questa funzionalità?

Sì, la presenza delle foto porterà a ricordare di questa funzione in seguito.

● Modifiche all'interfaccia

In seguito alle analisi dell'esperienza degli utenti, abbiamo determinato che fosse necessaria una modifica al Tool interattivo per le raccomandazioni. Specificamente, per rendere univoca la differenza tra barra di ricerca e tool di ricerca, e per rendere immediatamente chiara la funzionalità di quest'ultimo, abbiamo deciso di aggiungere una breve descrizione al di sopra dello stesso.

● Link al Prototipo Interattivo

<https://www.figma.com/file/mzxx65ZXgWaz9kRAG3C5za/Untitled?type=design&node-id=0%3A1&mode=design&t=GjLsPeEbwXsnlggq-1>

● Partecipazione del Team

	Sergio Savino	Nicola Conforti	Amideo Francesco
--	---------------	-----------------	------------------

Design Patterns	33,3%	33,3%	33,3%
Mago di Oz	33,3%	33,3%	33,3%
Conclusioni e Scelte di Design	33,3%	33,3%	33,3%