

FabrikaItaliaDesign

Analisi di usabilità

UNIVERSITÀ DI PADOVA

Data Redazione	2017-06-29
Nome Cognome	Dario Luca
Matricola	1097935
Link	www.fabrikaitaliadesign.it

Indice

1	Introduzione	1
1.1	Sito in esame	1
1.2	Motivazione scelta	1
2	Analisi pagine	2
2.1	Homepage	2
2.1.1	Assi fondamentali	2
2.1.1.1	Where	2
2.1.1.2	Who	2
2.1.1.3	Why	2
2.1.1.4	What	2
2.1.1.5	When	3
2.1.1.6	How	3
2.1.2	Altri fattori	3
2.2	Pagine interne in generale	3
2.2.1	Assi obbligatori	3
2.2.1.1	Where	3
2.2.1.2	Why	3
2.2.1.3	When	3
2.2.1.4	How	3
2.2.2	Assi opzionali	3
2.2.2.1	How	3
2.2.2.2	What	3
2.3	Altre considerazioni	4
2.4	Pagina We Are	5
2.5	Pagina Details	7
2.6	Pagina News	10
3	Considerazioni	12
3.1	Nome del sito	12
3.2	Considerazioni generali	12
3.2.1	Testo	12
3.2.2	Design	12
3.2.3	Menu	12
3.2.4	Apertura finestre	12
3.2.5	Link	12
3.2.6	Ricerca	13
3.2.7	Back-button	13
3.2.8	Pagina 404	13
4	Conclusione	14

Elenco delle figure

1	Homepage - home.png - (http://www.fabrikaitaliadesign.it/ (2017/07/29))	2
2	Pagina We Are - WeAre.png - (http://www.fabrikaitaliadesign.it/fabrika_italia_design_storia.html (2017/06/29))	5
3	Pagina Details - details.png - (http://www.fabrikaitaliadesign.it/piani.html (2017/06/29))	7
4	Pagina News - News.png - (http://www.fabrikaitaliadesign.it/news.html (2017/06/29))	10

1 Introduzione

1.1 Sito in esame

www.fabrikaitaliadesign.it è il sito "Vetrina" di una azienda di Cittadella(PD) che si occupa di creare soluzioni di arredamento completamente su misura.

FabrikaItaliaDesign essendo un'azienda d'artigianato che crea arredamenti con un uso massiccio di manodopera umana punta molto sulla possibilità di trasformare e personalizzare lo spazio con la massima libertà. Poi un altro punto cui spinge molto il sito è la qualità dei componenti e materiali che *FabrikaItaliaDesign* usa. Essendo un azienda che non vende a privati ma solo ad intermediari che poi venderanno ai clienti finali, ad esempio studio di architetti, il sito punta molto sulla possibilità di personalizzare i suoi prodotti e di creare qualcosa di unico, a differenza di industrie che hanno come caratteristica un margine di cambiamento molto più basso a causa dell'automatizzazione della lavorazione. www.fabrikaitaliadesign.it quindi rende disponibile contatti, esempi di prodotti con immagini reali e un breve storia dell'azienda.

1.2 Motivazione scelta

La scelta è stato motivata soprattutto dall'interesse che nutro per l'arredamento e soprattutto per la conoscenza del titolare di *FabrikaItaliaDesign* e quindi spero che questa analisi non sia solo fine al esame ma anche fonte di consiglio per per lui.

2 Analisi pagine

2.1 Homepage

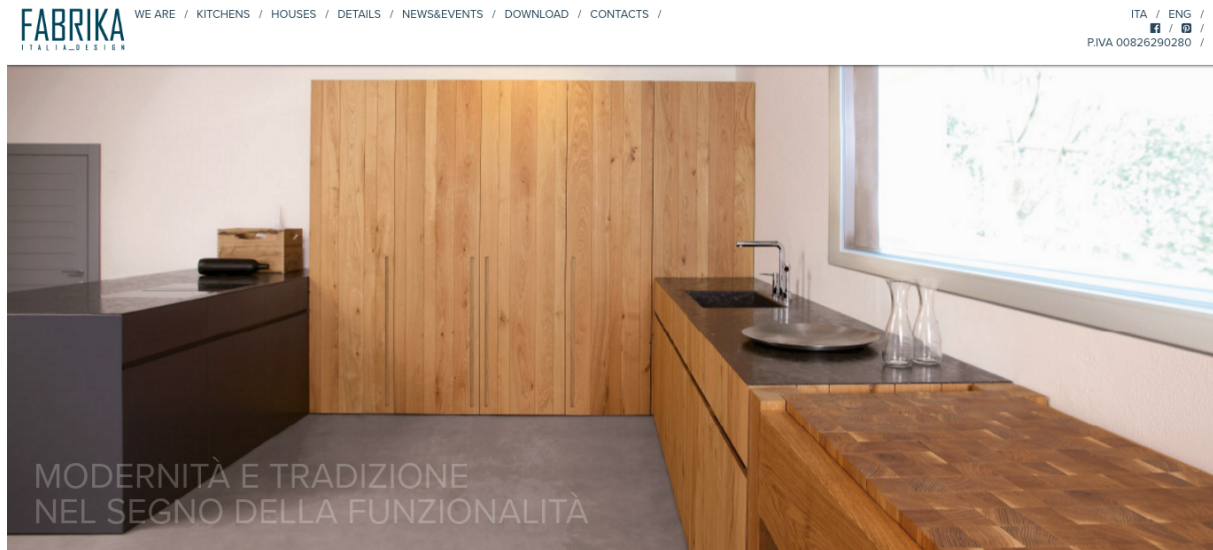


Figura 1: Homepage - home.png - (<http://www.fabrikaitaliadesign.it/>(2017/07/29))

2.1.1 Assi fondamentali

2.1.1.1 Where Di primo acchitto non è chiara la tipologia di prodotti che vende a causa dello slider che copre tutta la pagina con foto di case con dei loro prodotti, purtroppo non si capisce subito se l'azienda vende interni, pavimenti o per l'appunto arredi.

2.1.1.2 Who E' presente in alto a sinistra il logo dell'azienda che lo gestisce, un punto focale di considerevole importanza per l'utente. Purtroppo però alla sua pressione il sito riporta solo alla home page e per avere più informazioni riguardo all'azienda bisogna premere sulla sezione "We Are" che solo a tentativi è possibile scoprire che è la sezione riguardo alla storia dell'azienda. I contatti quali pt.Iva e contati social sono nel posto sbagliato, dovrebbero essere sotto e non in alto a destra.

2.1.1.3 Why Il perchè scegliere questo sito non è molto chiaro dalla home, si intuisce solo ed esclusivamente dalla frase allegata ad ogni foto nello slider, questo non è una buona mossa per far capire all'utente il motivo per cui deve scegliere *FabrikaItaliaDesign* e non altri. Il "Why" lo si capisce solo visitando le sezioni "We Are", "Kitchen", "houses".

2.1.1.4 What Di primo acchitto non è subito comprensibile cosa propone. Lo si capisce successivamente a metà grazie dallo slider che mostra una serie di foto di ambienti con arredo con una frase significativa, quasi sempre una frase "filosofica" sul proprio lavoro. Lo si capisce completamente andando nella sezione "We Are" che spiega che fanno ma questo porta via tempo al visitatore. Sicuramente non bastano 31 secondi per capirlo.

2.1.1.5 When E' presente una sezione solo ed esclusivamente con le notizie dell'azienda e del mondo dell'arredamento complete di date e link alla notizia.

2.1.1.6 How L'indice delle informazioni che propone il sito è chiara ma è dubbia la differenza tra le sezioni "kitchen" e "Houses" perché sembrano molto simili ad uno primo sguardo. Purtroppo l'uso dell'inglese per i menù anche con lingua italiana inserita è molto malvista dagli utenti e questo può creare molto disorientamento. La barra di ricerca non è presente anche se per un sito vetrina di queste dimensioni non servirebbe a molto.

2.1.2 Altri fattori

Le sezioni non sono ben divise perché la sezione "Kitchen" che mostra foto di cucine da loro prodotte non è poi così diversa dalla sezione "Houses" che mostra prodotti in tutto lo spazio di una casa. I punti del menù sono in inglese anche se l'utente sceglie la lingua italiana e questo può portar sia nervosismo sia, nei peggiori casi, disorientamento per l'utente che non sa bene la lingua inglese. Lo slider prende tutta la pagina e soprattutto non da molte informazioni occupando tutto lo spazio di maggior attenzione da parte del visitatore.

2.2 Pagine interne in generale

2.2.1 Assi obbligatori

2.2.1.1 Where E' un asse opzionale ma è consigliatissimo poiché se assente obbliga l'utente a navigare senza sapere con precisione dove si trova, inoltre con il fenomeno del deep linking, dai motori di ricerca, serve un riferimento. In questo caso il sito non offre nessun breadcrumb nel sito, l'unica informazione lo dà l'url della pagina.

2.2.1.2 Why Molto presente nelle sezioni interne ma non esattamente nel punto di massima attenzione da parte di un utente.

2.2.1.3 When E' sempre possibile risalire alla pagina delle novità attraverso il menu.

2.2.1.4 How Rimane inalterato il layout a schede già presente nella homepage.

2.2.2 Assi opzionali

2.2.2.1 How Continua ad essere presente il logo in alto ma persistono le problematiche relative all'assenza di una descrizione riguardante l'azienda che sono rimandate in alto a destra per pochi contatti oppure in un'altra sezione per la storia dell'azienda

2.2.2.2 What L'asse è maggiormente espresso dalla lista delle sezioni del sito.

2.3 Altre considerazioni

In ogni sezione(escusa l'Home) si ha in codice dell' elemento scelto in caratteri cubitali e in carattere nettamente più piccolo la descrizione, questa scelta può portare sia disorientamento sia perdita di informazioni.

Foto molto grandi ma capibile visto il ruolo del sito, cioè dimostrare i propri prodotti. Bene le foto cliccabili e la sezione News ben organizzata.

2.4 Pagina We Are

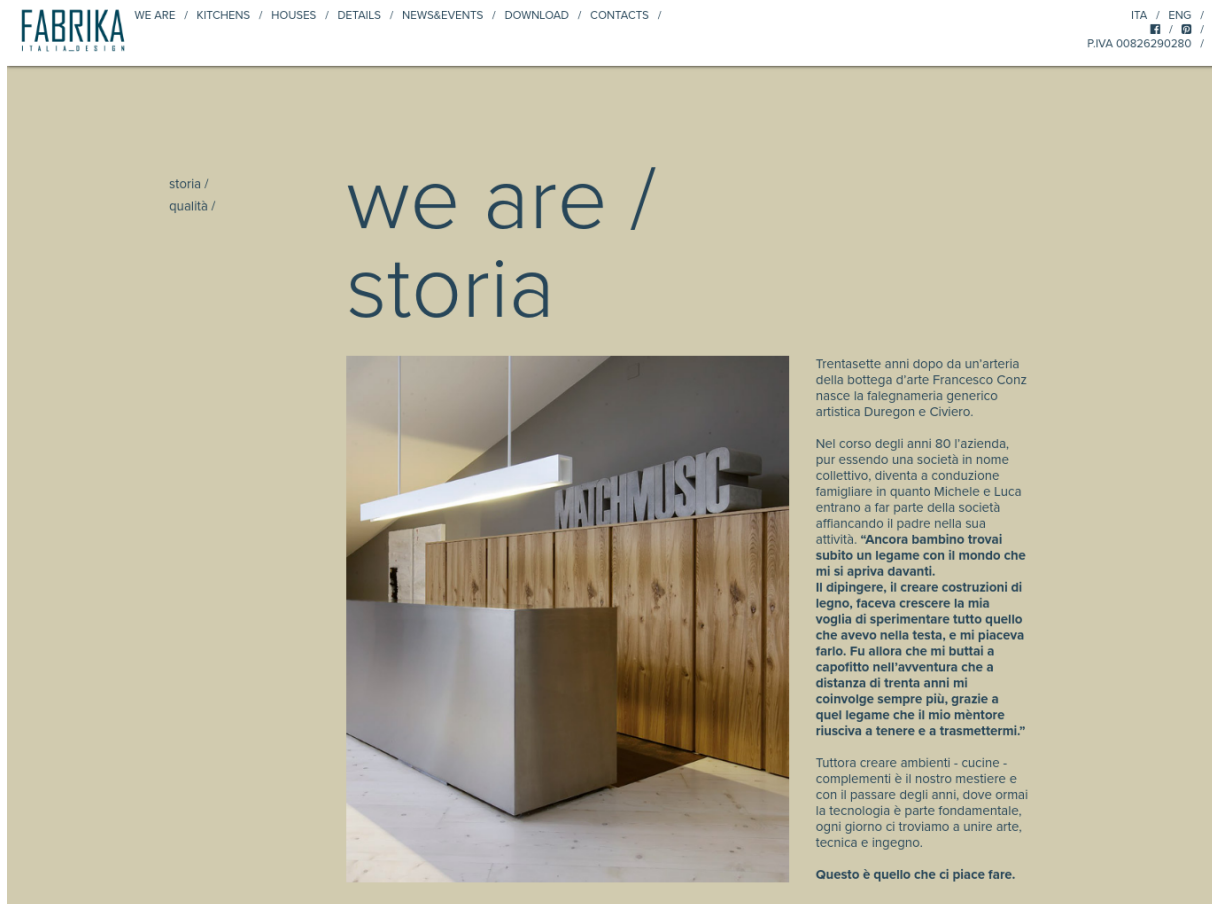


Figura 2: Pagina We Are - WeAre.png - (http://www.fabrikaitaliadesign.it/fabrika_italia_design_storia.html(2017/06/29))

La scritta we are / storia, come detto in precedenza, è troppo grande e fa perdere molto spazio per informazioni più utili infatti per visualizzare tutta la pagina servono quasi 2 scroll. L'immagine è troppo grande e fa perdere spazio ad una pagina dove le informazioni sono più importanti delle foto. Metà delle informazioni presenti in questa pagina sono di tipo "politichese", buona solo l'ultima parte che danno l'informativa del "Why" ma solo una piccolissima percentuale degli utenti arrivano a leggere fino a lì. Male l'url che essendo troppo lungo in mobile può essere tagliato eliminando l'unità informazione dell'asse where.

2.5 Pagina Details

FABRIKA
ITALIA-DESIGN

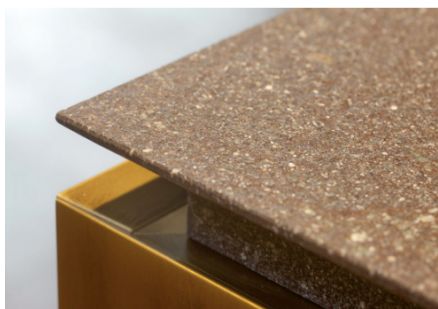
WE ARE / KITCHENS / HOUSES / DETAILS / NEWS&EVENTS / DOWNLOAD / CONTACTS /

ITA / ENG /
P.IVA 00826290280 /

maniglie /
piani /
tavoli /
finiture /

details / piani

Top in Porfido viola. Particolare della gola.



Top in acciaio inox vintage. Particolare della gola.



Top Pietra Naturale.




Top Corian glacier white con unione, saldato con fianco.




TORNA A DETAILS /


Tutto troppo grande infatti senza usar nessuno scroll non si riesce ad avere nessuna informazione aggiuntiva riguardo all'azienda, va bene che il sito è un sito copertina e deve mostrare anche molte foto ma qui non si riesce a capire il perchè quei siano dettagli di nota importanza. Bene le immagini cliccabili ma purtroppo non è possibile lo zoom. Breadcamp inesistente e l'url non rispecchia totalmente la posizione della pagina. Bene a fondo pagina(sarebbe stata meglio ad inizio) la possibilità di tornare alla root della pagina.

2.6 Pagina News


WE ARE / KITCHENS / HOUSES / DETAILS / NEWS&EVENTS / DOWNLOAD / CONTACTS /

ITA / ENG /
 /  /
P.IVA 00826290280 /

05 news& events/




NEWS
GENNAIO 2017
Bonus Mobili ed Elettrodomestici

Anche per il 2017 è possibile ottenere il bonus mobili ed elettrodomestici per le ristrutturazioni edilizie.
> INFO SUL BONUS MOBILI RISTRUTTURAZIONE




NEWS
MARZO 2016
Bonus Mobili

Per il 2016 è possibile ottenere il bonus mobili per le ristrutturazioni edilizie e per le coppie under 35.
> INFO SUL BONUS MOBILI RISTRUTTURAZIONE
> INFO SUL BONUS MOBILI COPPIE UNDER 35



NEWS
SETTEMBRE 2015
La tecnica funzionale sposa la forma perfetta

Abbiamo introdotto un nuovo sistema cassetti, sempre marchio G*GRASS, mod. Vionaro. In questo particolare tipo di cassetti, le guide sono nascoste, i lati interni ed esterni sono esattamente a 90°. Il sistema è realizzato garantendo spondine sottili della larghezza di soli 13 mm.



EVENTS
ABITARE IL TEMPO 2010
Fabrika espone a Verona


Anche per l'edizione 2010 di Abitare il Tempo la nostra azienda espone le ultime creazioni puntando sulla qualità delle finiture e la modularità.




EVENTS
ABITARE IL TEMPO 2009
Fabrika espone a Verona

Ad Abitare il Tempo 2009 lanciamo la nuova finitura "taglio di sega".

press/






Solito problema dell'inspiegabile titolo della pagina enorme che invade tutta la zona di maggior rilevanza e attenzione da parte dell'utente infatti in un singolo scroll è possibile visualizzare solo una notizia.

Bene la data per ogni notizia anche se troppo imprecisa, sarebbe stato meglio inserire anche il giorno. Ottima e concisa la descrizione per ogni notizia.

Decisamente troppo spazio vuoto sprecato infatti in 3.7 scroll si ha pochissime informazioni rispetto allo spazio occupato.

3 Considerazioni

3.1 Nome del sito

Solitamente il nome di un sito internet incide in media tra il 10 ed il 20 per cento nella sua qualità e impatto sull'utente. L'utente potrebbe trovarlo troppo lungo e di difficile memorizzazione soprattutto perchè storpia la parola italiana "Fabbrica" "in Fabrika". Nonostante ciò bisogna ricordare che *FabrikaItaliaDesign* è un'azienda nata molto prima dell'avvento di internet e quindi mettere un altro nome al sito oppure addirittura cambiar solo nome per questo motivo il risultato sarebbe molto più drammatico. Ha anche dei punti positivi il nome *FabrikaItaliaDesign* cioè nel ricordare che è un made in Italy nel nome.

3.2 Considerazioni generali

3.2.1 Testo

Bisogna far 2 divisioni: i titoli e il resto del testo.

- **Titoli:** la maggior parte delle volte troppo grandi, non danno informazioni aggiuntive o riassuntive ed essendo posti in luoghi in cui l'utente dà una maggior attenzione tolgono spazio alle reali informazioni.
- **Resto del testo:** In generale di dimensione adatta ma non fa uso di keyword in grassetto per dare una informazione sommaria in pochissimo tempo, cosa molto amata dagli utenti.

3.2.2 Design

Grafica molto pulita e leggera con colori molto contrastanti con nessuna parte poco visibile. Il sito in generale ha foto abbastanza pesanti ma giustificate dal fatto che è un sito vetrina ma complessivamente veloce da caricare.

3.2.3 Menu

Il menu come impostazione e posizione non ha nulla da segnalare però ha un fastidioso problema nella lingua, cioè le sezioni sono in lingua inglese anche dopo aver impostato la lingua italiana. Successivamente ho trovato poco comprensibile la differenza tra le sezioni "kitchen", "details" e "houses", sarebbero state da dividere meglio.

3.2.4 Apertura finestre

Il sito apre sempre le immagini nella scheda in cui è stata cliccata l'immagine e in generale non vengono mai aperte nuove finestre. L'unico posto in cui il sito apre nuove schede è quando si clicca in una news nella sezione "News", ma questo è lecito visto che la notizia è sempre sviluppata in un PDF esterno.

3.2.5 Link

I link sono raramente presenti in questo sito, gli unici link sono quelli nella pagina contatti e news che non hanno la standardizzazione del carattere e la sottolineatura.

3.2.6 Ricerca

La ricerca non è presente ma non è un grosso problema visto che la quantità di informazioni presenti in questo sito è molto ridotta.

3.2.7 Back-button

E' perfettamente funzionante, si può sempre tornare ad una pagina precedente senza che vengano aperte nuove finestre o schede.

3.2.8 Pagina 404

Se si prova ad andare su una pagina non prevista o non esistente, si viene correttamente indirizzati ad una pagina d'errore 404, in questa pagina è presenta un collegamento per tornare alla pagina home ma non è presente un aiuto alla ricerca.

4 Conclusione

Generalmente la navigazione l'ho trovata positiva ma ha molti problemi da sistemare come la bassa quantità di informazioni testuali che da all'utente, bisogna però considerare che non è un sito informativo con vendita diretta di prodotti ma è un sito vetrina di un'azienda che lavora con rappresentanti in tutta Italia.

Voto: 7