

POLITECNICO
MILANO 1863

Fondamenti di Human-Computer Interaction
Report correzione prototipo

Gruppo: HCIpicchia

Report delle correzioni effettuate al prototipo
in seguito ai problemi segnalati dal gruppo valutatore Figma Mates.

Indice

1	Metodo di correzione	1
2	Problemi e Soluzioni	2
Problema 1. - H4	2	
Problema 2. - H4	2	
Problema 3. - H8	3	
Problema 4. - H2, H4	3	
Problema 5. - H3	4	
Problema 6. - H4, H8	4	
Problema 7. - H4	5	
Problema 8. - H1, H2	5	
Problema 9. - H1, H5	6	
Problema 10. - H7	6	
Problema 11. - H1, H3, H5	7	
Problema 12. - H6	7	
Problema 13. - H3	8	
Problema 14. - H4	8	
Problema 15. - H4	9	
Problema 16. - H7	9	
Problema 17. - H2, H7	10	
Problema 18. - H8	10	
Problema 19. - H5	11	
Problema 20. - H3, H5	11	
Problema 21. - H8, H4	12	
Problema 22. - H2	12	
Problema 23. - H6, H8	13	
Problema 24. - H2	13	
Problema 25. - H8	14	
Problema 26. - H7	14	

1 Metodo di correzione

Abbiamo individuato e corretto i problemi di base emersi durante la valutazione da parte del gruppo (FigmaMates), garantendo una maggiore solidità al prototipo. Successivamente, ci siamo confrontati per discutere le criticità più rilevanti e definire le soluzioni più efficaci. Questo approccio ci ha permesso di migliorare significativamente il progetto e renderlo più funzionale.

2 Problemi e Soluzioni

Problema 1. - H4 (Consistency and Standards)

Dove: Generico, riguarda l'intera applicazione.

Cosa: L'icona del profilo variava leggermente in posizione tra le diverse sezioni, causando incoerenza visiva. Sebbene questa discrepanza non compromettesse la visibilità dell'icona, risultava visivamente disorientante e poco coerente dal punto di vista estetico e funzionale, influendo negativamente sulla percezione di stabilità e cura del design dell'interfaccia.

Soluzione: L'icona del profilo è stata spostata nella barra di navigazione in basso e allineata correttamente, garantendo consistenza visiva tra tutte le sezioni.



Problema 2. - H4 (Consistency and Standards)

Dove: Bottombar.

Cosa: L'icona "annunci" era nera mentre le altre erano bianche. Tale inconsistenza visiva poteva creare confusione e sembrava un errore di design.

Soluzione: Gli annunci sono stati spostati dalla barra di navigazione (sostituiti dall'icona del profilo), eliminando così l'incoerenza visiva.



Problema 3. - H8 (Aesthetic and Minimalist Design)

Dove: Landing Page.

Cosa: La pagina presentava un sovraccarico di informazioni e una mancanza di gerarchia visiva. In particolare, si notava una ripetizione del brand (nel titolo, nella value proposition e nel logo). Inoltre, non era chiaro dove concentrarsi, specialmente sui pulsanti “Accedi” e “Registrati”.

Soluzione: Il pulsante ”Accedi” è stato reso verde per evidenziarlo come azione principale, mentre ”Registrati” è stato reso bianco. La landing page è stata semplificata per eliminare il sovraccarico di informazioni, concentrandosi sugli obiettivi principali.

**Problema 4. - H2, H4 (Match Between System and the Real World, Consistency and Standards)**

Dove: Landing Page.

Cosa: La pagina era scrollabile nonostante tutte le informazioni fossero visibili a schermo. Questo poteva essere interpretato come un problema di visualizzazione dei contenuti.

Soluzione: La landing page è stata corretta, rendendola non scrollabile e garantendo una migliore esperienza visiva.

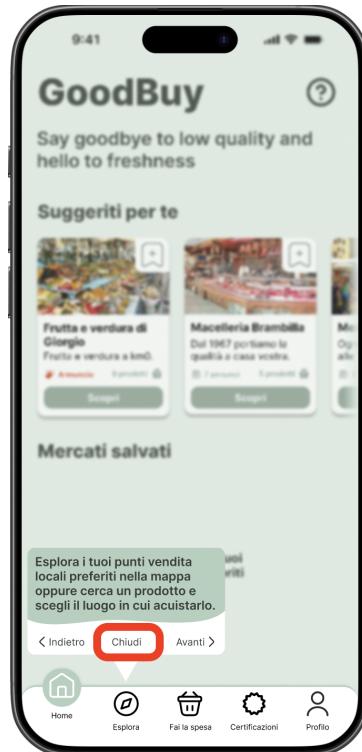


Problema 5. - H3 (User Control and Freedom)

Dove: Home - Durante il tutorial.

Cosa: Non era possibile uscire dal tutorial senza completarlo. Questo limitava la libertà dell'utente di abbandonarlo rapidamente, causando frustrazione.

Soluzione: È stato aggiunto un tasto “chiudi” che consente di terminare il tutorial in qualsiasi momento, migliorando l'esperienza utente e garantendo il controllo sull'interazione.



Problema 6. - H4, H8 (Consistency and Standards, Aesthetic and Minimalist Design)

Dove: Pagina Home.

Cosa: La scritta che faceva riferimento alla sezione delle certificazioni nella home era un errore di battitura, in quanto si sarebbe dovuta riferire ai mercati o venditori salvati.

Soluzione: La scritta è stata corretta per fare riferimento esplicitamente ai mercati o venditori salvati, eliminando ogni ambiguità.

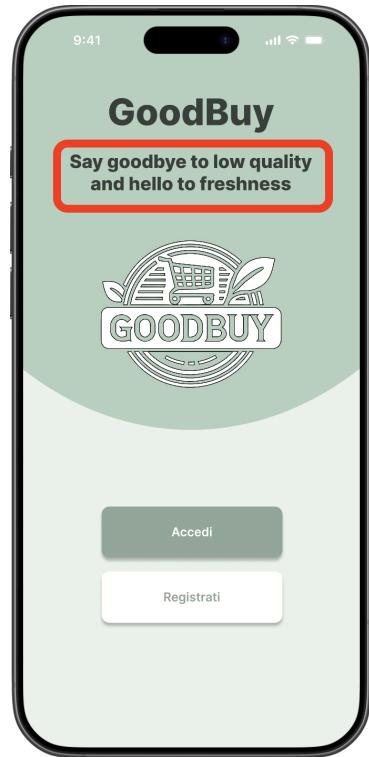


Problema 7. - H4 (Consistency and Standards)

Dove: Pagina Home.

Cosa: La value proposition era diversa tra la landing page e la home. Abbiamo supposto che si trattasse di un errore di battitura.

Soluzione: La value proposition è stata corretta, unificandola tra la landing page e la home per garantire coerenza e chiarezza.



Problema 8. - H1, H2 (Visibility of System Status, Match Between System and the Real World)

Dove: Pagina Certificazioni.

Cosa: Non era chiaro se la barra di ricerca servisse per cercare una nuova certificazione o una certificazione tra quelle salvate. La mancanza di chiarezza poteva disorientare l'utente.

Soluzione: Il placeholder della barra di ricerca è stato aggiornato in "Cerca una certificazione". Questo chiarisce che la barra può essere utilizzata per cercare certificazioni indipendentemente dal loro stato di salvataggio.



Problema 9. - H1, H5 (Visibility of System Status, Error Prevention)

Dove: Aggiunta ai preferiti di mercati e certificazioni.

Cosa: Il pulsante per salvare un mercato o una certificazione non distingueva chiaramente lo stato selezionato (aggiunto ai preferiti) da quello non selezionato, a causa della poca differenza di colori tra i due stati.

Soluzione: Il pulsante è stato ingrandito e la transizione tra gli stati "salvato" e "non salvato" è stata resa più evidente, migliorando l'esperienza visiva e la comprensione da parte degli utenti.



Problema 10. - H7 (Flexibility and Efficiency of Use)

Dove: Pagina Certificazioni.

Cosa: Non era previsto un modo per cercare tra le certificazioni salvate, rendendo difficile trovare una specifica certificazione preferita.

Soluzione: È stata implementata la possibilità di cercare tra le certificazioni salvate utilizzando la barra di ricerca, migliorando la flessibilità e l'efficienza d'uso.



Problema 11. - H1, H3, H5 (Visibility of System Status, User Control and Freedom, Error Prevention)

Dove: Pagina Certificazioni.

Cosa: Quando un utente rimuoveva una certificazione dai preferiti, questa non spariva immediatamente dalla schermata. Tuttavia, cambiando pagina e tornando indietro, la certificazione non era più visibile, causando confusione.

Soluzione: È stata corretta la gestione delle variabili per fare in modo che le certificazioni rimosse dai preferiti scompaiano immediatamente dalla lista, accompagnate da un messaggio di conferma dell'eliminazione.

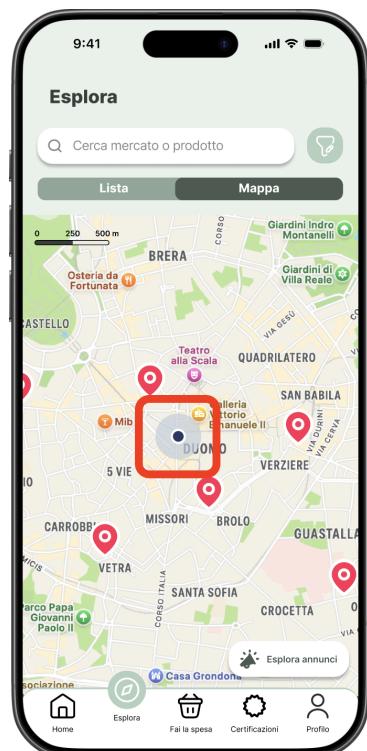


Problema 12. - H6 (Recognition Rather Than Recall)

Dove: Pagina Esplora, sezione Mappa.

Cosa: La mappa non mostrava chiaramente la posizione dell'utente, rendendo difficile orientarsi e valutare la vicinanza dei negozi.

Soluzione: È stato aggiunto un pin che indica la posizione dell'utente sulla mappa, migliorando l'orientamento spaziale e l'usabilità.

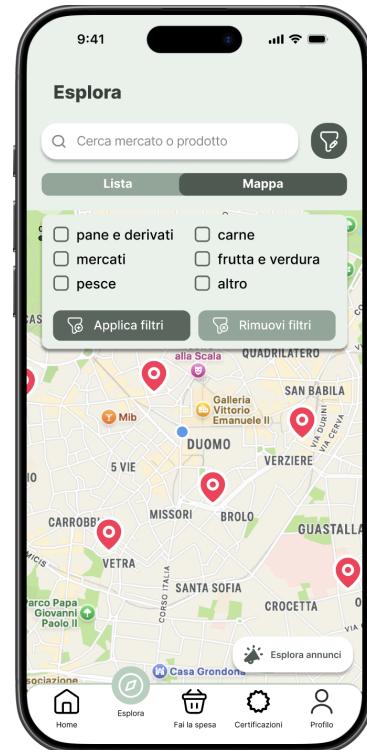


Problema 13. - H3 (User Control and Freedom)

Dove: Pagina Esplora - Mappa.

Cosa: I filtri di ricerca non erano intuitivi e non c'era un modo chiaro per deselezionarli rapidamente. Inoltre, la finestra dei filtri poteva essere chiusa solo cliccando sull'icona stessa.

Soluzione: Sono stati aggiunti i pulsanti “Applica filtro” e “Rimuovi filtro” per facilitare l'uso. Inoltre, ora è possibile chiudere la finestra cliccando in un'area vuota dello schermo.



Problema 14. - H4 (Consistency and Standards)

Dove: Pagina Esplora - Mappa.

Cosa: Quando un utente selezionava un checkpoint, il popup rimaneva aperto anche se la mappa veniva spostata o se veniva selezionato un altro checkpoint. Questo comportamento creava sovrapposizione di informazioni e disordine visivo.

Soluzione: È stata implementata la chiusura automatica del popup di un checkpoint quando si seleziona un altro checkpoint o si sposta la mappa. Questo migliora la leggibilità e l'ordine visivo.



Problema 15. - H4 (Consistency and Standards)

Dove: Esplora - Filtri nella lista e nella mappa.

Cosa: I filtri utilizzati nella lista e nella mappa non erano sincronizzati, costringendo l'utente a ripetere le azioni nelle due sezioni.

Soluzione: I filtri sono stati sincronizzati tra le due sezioni, trasformandoli in un unico componente condiviso. Questo migliora la coerenza e riduce la ripetizione delle operazioni.



Problema 16. - H7 (Flexibility and Efficiency of Use)

Dove: Fai la spesa - Certificazioni.

Cosa: Non era possibile consultare il significato di una certificazione senza uscire dalla pagina di acquisto, interrompendo il flusso di navigazione.

Soluzione: È stata aggiunta la possibilità di consultare direttamente le certificazioni nei risultati della scansione del prodotto, senza abbandonare la schermata di acquisto.

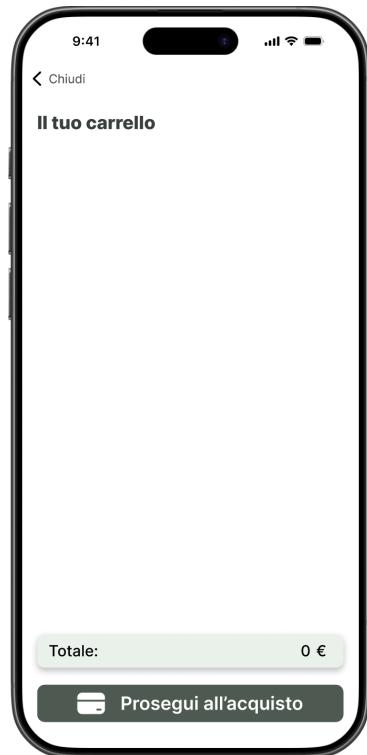


Problema 17. - H2, H7 (Match Between System and the Real World, Flexibility and Efficiency of Use)

Dove: Fai la spesa - Carrello.

Cosa: Quando si cercava di scalare un prodotto dal carrello, il prezzo totale veniva continuamente ridotto, ma il prodotto non veniva rimosso correttamente. Questo poteva causare discrepanze nei valori e mostrare prezzi negativi.

Soluzione: È stato corretto l'algoritmo di gestione dei prodotti nel carrello. Inoltre, è stata aggiunta un'icona "cestino" per rimuovere i prodotti, migliorando la chiarezza e la facilità d'uso.



Problema 18. - H8 (Aesthetic and Minimalist Design)

Dove: Nella sezione "Fai la spesa" al momento dell'aggiunta di prodotti.

Cosa: I pulsanti "+" e "-" per modificare la quantità dei prodotti erano troppo piccoli e poco visibili, creando difficoltà nell'interazione.

Soluzione: Sono state aggiunte linee per delimitare meglio la parte cliccabile dei pulsanti. Inoltre, il font dei simboli "+" e "-" è stato ingrandito, migliorandone la visibilità.

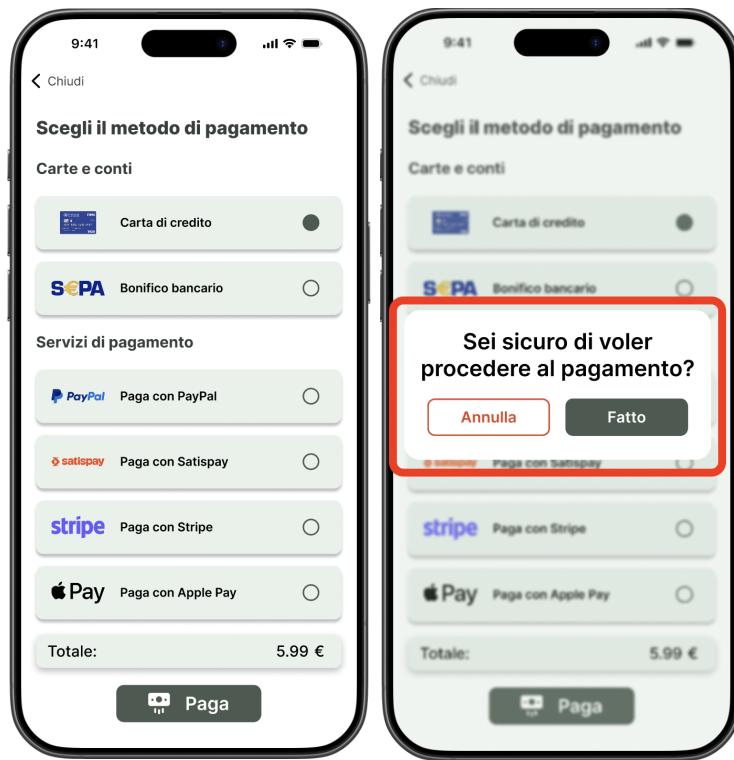


Problema 19. - H5 (Error Prevention)

Dove: Fai la spesa - Checkout.

Cosa: Il processo di pagamento mancava di controlli essenziali, come una finestra di conferma prima di completare la transazione. Questo poteva portare l'utente a pagare per errore spese incomplete o indesiderate.

Soluzione: Il processo di pagamento è stato riprogettato con l'aggiunta di una selezione del metodo di pagamento, un banner di conferma, e un QR code per completare l'uscita dal supermercato in modo chiaro e sicuro.



Problema 20. - H3, H5 (User Control and Freedom, Error Prevention)

Dove: Nella pagina Fai la spesa.

Cosa: L'app mostrava un avviso ogni volta che l'utente cercava di uscire dalla sezione del negozio, anche se il carrello era vuoto. Questo comportamento poteva confondere l'utente.

Soluzione: L'avviso è ora mostrato solo se il carrello contiene almeno un articolo, migliorando l'esperienza di navigazione.



Problema 21. - H8, H4 (Aesthetic and Minimalist Design, Consistency and Standards)

Dove: Fai la Spesa - Scannerizzazione prodotto – Risultati.

Cosa: I prodotti alternativi consigliati non erano valorizzati graficamente e risultavano poco rilevanti, perdendo così efficacia come suggerimenti per l'utente.

Soluzione: I prodotti suggeriti sono stati spostati in un tasto flottante posizionato in basso a destra, in modo che siano sempre visibili e facilmente accessibili all'utente.



Problema 22. - H2 (Match Between System and the Real World)

Dove: Pagina del profilo utente e venditore.

Cosa: Il profilo venditore non era valorizzato rispetto al profilo utente. Inoltre, mancava uno switch comodo per passare da una modalità all'altra.

Soluzione: Le schermate del profilo utente e venditore sono state ridisegnate per essere di pari importanza. È stato introdotto uno switch che consente di passare facilmente da una modalità all'altra.



Problema 23. - H6, H8 (Recognition Rather Than Recall, Aesthetic and Minimalist Design)

Dove: Profilo - Profilo venditore - Catalogo dei prodotti.

Cosa: La struttura del catalogo dei prodotti non permetteva una visione di insieme, rendendo difficoltoso l'accesso alle informazioni per gli utenti e causando potenzialmente uno sbilanciamento delle vendite verso i primi prodotti visibili.

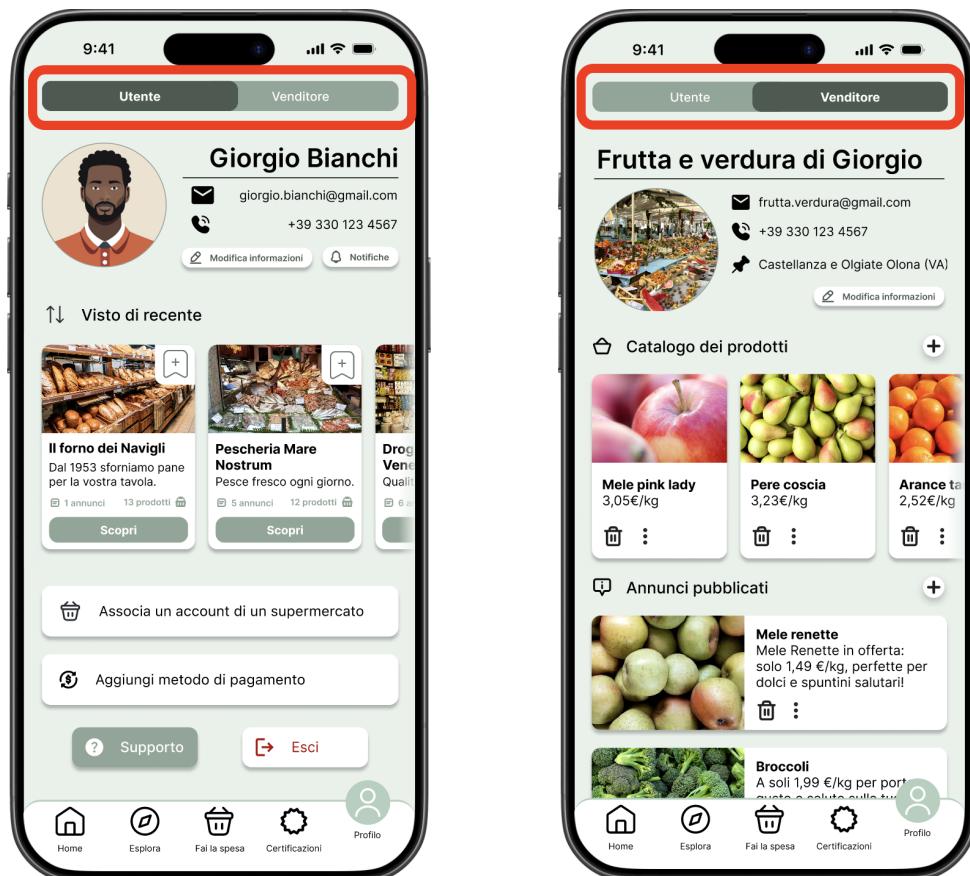
Soluzione: Non sono state apportate modifiche, poiché il target dell'app comprende principalmente piccoli commercianti con cataloghi già selezionati e ben categorizzati.

Problema 24. - H2 (Match Between System and the Real World)

Dove: Pagina del profilo venditore.

Cosa: Il pulsante "indietro" era posizionato a destra, contrariamente alle convenzioni delle applicazioni tradizionali in cui si trova a sinistra. Questo poteva generare confusione nell'utente.

Soluzione: Nel redesign della pagina del profilo venditore il pulsante "indietro" è stato rimosso, semplificando l'interfaccia e eliminando la necessità del tasto.

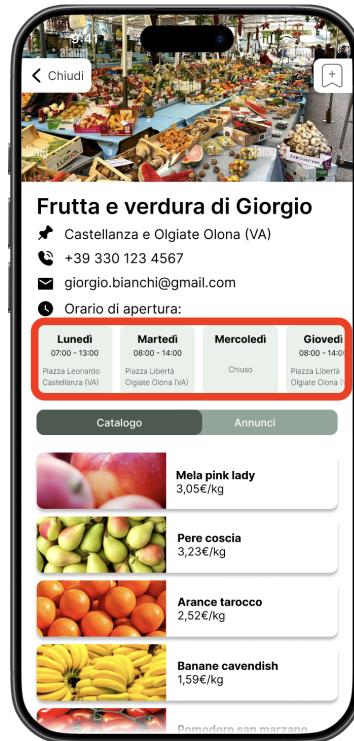


Problema 25. - H8 (Aesthetic and Minimalist Design)

Dove: Pagina Info Negozio - Orari di apertura.

Cosa: La via del negozio era ripetuta inutilmente accanto agli orari, con un font poco leggibile. Questo poteva risultare confusionario e indurre erroneamente l'utente a pensare che il negozio cambiasse posizione in base al giorno.

Soluzione: Le vie sono state modificate per evidenziare il fatto che il venditore può essere situato in mercati diversi in base al giorno.



Problema 26. - H7 (Flexibility and Efficiency of Use)

Dove: Pagina Info Negozio.

Cosa: Non esisteva un'opzione per ordinare i prodotti per categoria. Questa disposizione risultava dispersiva e poco chiara per l'utente, disincentivandolo dall'utilizzare la funzionalità.

Soluzione: Non sono state apportate modifiche, poiché il target dei piccoli commercianti già offre una selezione limitata e categorizzata di prodotti.