Sito da analizzare: <http://www.cochlear.com/wps/wcm/connect/it/home>

Introduzione

Cochlear è una multinazionale leader mondiale nelle soluzioni impiantabili e innovative per l’udito fondata nel 1981.

L’applicativo web di questa azienda mira a fornire servizi sia per il professionista, ovvero il service, sia per il cliente finale in cerca di soluzioni ai propri problemi uditivi.

Questa compagnia vuole, in un certo senso, espandere il target di utenza includendo anche i parenti di quelle persone con disabilità uditive che non vogliono farsi riconoscere.

Inoltre si vuole strutturare meglio la richiesta di assistenza semplificandone l’usabilità e semplificandone il processo stesso.

Convincere i parenti è un passaggio aggiuntivo, che però può ripagare in quanto essi hanno probabilmente una maggiore influenza/confidenza sui diretti interessati.

Il test dell’audio che spesso viene proposto dai vari siti web, deve essere un-digitalized in modo che possa essere effettuato anche sotto forma di “gioco” agli ipoudenti. Questo in modo da nascondere l’interessamento dei parenti/conoscenti.

Una volta confermato il problema è necessario riuscire a portare il soggetto verso le soluzioni che propone l’azienda, inviando, per esempio, un esperto a domicilio.

Analisi Etnografica

Segmentazione del target di utenza

-Services ed esperti

-Pazienti (non vi è una fascia di età in quanto questi problemi posso essere presenti sia negli adulti che nei bambini, di solito gli anziani sono un po' più “cocciuti”)

-Parenti/amici (anche per questa categoria non vi è un range d’età)

User Research

Ricerche di mercato

<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs300/en/> Precentuali riguardanti problemi acustici

Vincoli tecnici

Il sito web deve essere reso disponibile utilizzando un qualunque dispositivo ed utilizzando un qualunque browser.

Può inoltre reso utilizzabile in modalità offline implementando la relativa app.

Vincoli ambientali

Nessun vincolo ambientale, è chiaramente consigliata la visitazione del sito web in un ambiente che consenta di concentrarsi. Deve essere però supportata anche la lettura in ambienti rumorosi, quindi è importante facilitarla utilizzando immagini significative ed evidenziando le parole chiave.

Necessità e obiettivi degli utenti

Service/Esperti

- informazioni tecniche, confronti facilitati

- Richiesta campioni, percorsi di formazione/informazione

- Eventuali agevolazioni

- Disponibilità immediata, tempi di attesa

Clienti finali

- Effetto finale, risultati garantiti

- Prove gratuite

- Test dell’udito

- Recensioni di altri clienti

- Soluzioni commisurate al budget

Parenti/Conoscenti

- Informazioni per confermare i problemi di udito dei parenti

- Consigli su come approcciarsi

Analisi dei Task

Service/Esperti

- Possibilità di contatto diretto con esperti

- Iscrizione a training/meeting

- Modulo ritiro prodotto difettoso/garanzia online

Clienti finali

- Richiesta di assistenza facilitata, numero per contattare l’assistenza, chat online

-

Parenti/Conoscenti

- Registrazione per poi essere ricontattati da esperti/psicologi del settore, servizio di psicologia online

- Iscrizione di parenti/conoscenti a percorsi di comprensione del problema

Persona

Lucio – Service manager

Lucio ha 42 anni, è una persona molto sportiva ed energica.

Ha una bellissima moglie ed una figlia di nome Sara.

Ha una laurea triennale in Markeing and Management. Ha lavorato per diverse aziende prima di aprire questo service verso l’età di 35 anni. Ora è capo e proprietario di questo store di 5 dipendenti.

Tutto sommato si ritiene soddisfatto della sua vita.

Lucia

Ragazzina di 15 anni, con sin da piccola problemi di udito.

E’ figlia di una famiglia benestante, con nessun problema economico.

I problemi di udito la hanno portata a rimanere un po’ indietro a livello di crescita cognitiva rispetto ad un suo coetaneo. E’ infatti stata accompagnata da una maestra di sostegno per tutta la durata delle scuole elementari e medie. Ora che si trova al primo anno di superiori deve iniziare a cavarsela da sola.

E’ però una ragazza molto determinata supportata a pieno dai suo genitori ed il suo più grande sogno è diventare una designer di moda di successo.

Attualmente è iscritta all’accademia di danza della sua città, all’interno della quale frequenta tre allenamenti a settimana ed ha una competizione al mese.

Arturo

E’ un noto avvocato 55-enne, che esercita il suo lavoro da più di 27 anni.

Arturo è una persona molto fiera di se stessa, che crede molto nel suo essere e nelle sue abilità.

Infatti, a causa del suo carattere molto forte (Arturo con il cazzo duro), è divorziato dalla moglie Maria ormai da 5 anni ed ha 2 figli rispettivamente Marco e Diana di 18 e 15 anni.

Nel tempo libero frequenta assiduamente il circolo tennis con un paio di suoi amici coetanei.

Ama viaggiare e dedicarsi allo svago (mignotte).

Arturo, a detta dei suoi amici e giocatori di tennis, da qualche tempo ha iniziato ad accusare qualche problema uditivo, ma, chiaramente, non è sua intenzione ammetterlo. La sua situazione, però, peggiora di giorno in giorno e questo problema si ritorce anche contro i clienti andando ad influenzare il suo lavoro, elemento fondamentale della sua vita.

Luca

Probabilmente il miglior amico di Arturo. Ha 56 anni.

Di professione fa il rappresentante farmaceutico per una multinazionale farmaceutica.

Non è sposato e non ha figli, ma convive con la sua compagna Svetlana di origine Ucraina, anni 40.

E’ molto preoccupato per la situazione del suo amico e si vuole informare per convincerlo a cercare soluzioni al suo problema.

Scenari

* Lucio, Iscriversi ad un meeting che si terrà probabilmente in un paese straniero.
* Lucia, inizia a diventare grande ed a valutare anche la parte estetica dei suoi apparecchi uditivi. Senza farlo sapere a suoi genitori perché si vergona, vuole informarsi riguardo a dispositivi meno visibili.
* Luca, Vuole informarsi riguardo ai problemi del suo amico Arturo e convincerlo ad effettuare un test uditivo e successivamente a provare uno di quegli apparecchi.
* Arturo, Verrà convinto da Luca ad acquistare e provare un apparecchio. Il miglioramento sarà da lui notato nel giro di poco. Lo utilizzerà tutti i giorni perché risulterà molto comodo. Ad un certo punto però l’usura costringe Arturo ad inviare il suo apparecchio in assistenza. Sappiamo però che la sua pazienza è molto limitata.

Analisi sito

* Sito indirizzato più ai servirce.
* Aree difficili da trovare e meccanismi di contato non “One-Click”
* Store inutilizzabile se non registrati, no consultazione
* Creazione account molto macchinosa in quanto richiede numeri di pratica
* Tante informazioni in una pagina. Per ottenere ciò che si cerca sembra bisogni sempre inviare una email
* Doppi link da cliccare <http://www.cochlear.com/wps/wcm/connect/it/for-professionals/about-site-for-professionals> -> Modulo di Registrazione

Assessment of existing resource

Guidelines

1. Semplicità

Aggiungere elementi di design non necessari (ad esempio elementi che non hanno scopi funzionali) sulla applicazione in questione renderà più difficile per i visitatori realizzare ciò che stanno cercando di realizzare.

1. Gerarchia visiva - Gli elementi più importanti prima.

L'obiettivo è portare i visitatori a completare un'azione desiderata, ma in un modo che risulti naturale e piacevole. Regolando la posizione, il colore o la dimensione di determinati elementi, puoi strutturare il tuo sito in modo tale che i visitatori siano attratti da tali elementi per primi.

1. Navigabilità

Avere una navigazione intuitiva all’interno dell’applicativo è fondamentale per garantire che i visitatori possano trovare ciò che stanno cercando. Idealmente, un visitatore dovrebbe essere in grado di raggiungere il servizio in questione senza dover pensare troppo a quale potrebbe essere il percorso (la sequenza di click) corretto per trovarlo. Il passaggio dal punto A al punto B dovrebbe essere il più possibile indolore per l’utente.

Ecco alcuni suggerimenti per ottimizzare la navigazione del tuo sito:

* Mantenere la struttura della tua navigazione principale semplice (e vicino alla parte superiore della pagina).
* Includere la navigazione nel piè di pagina dell’applicativo web.
* Utilizzare le Breadcrumbs in ogni pagina (ad eccezione della homepage) in modo che le persone siano a conoscenza del loro percorso di navigazione.
* Includere una casella di ricerca nella parte superiore dell’applicativo in modo che i visitatori possano effettuare ricerche per parole chiave.
* Non offrire troppe opzioni di navigazione su una pagina.
* Non scavare troppo in profondità. Nella maggior parte dei casi, è meglio mantenere la navigazione a non più di tre livelli.

1. Consistenza

Oltre a mantenere la navigazione dell’applicativo coerente, l'aspetto generale dovrebbe essere coerente in tutte le pagine. Sfondi, combinazioni di colori, caratteri tipografici e persino il tono della scrittura sono tutte aree in cui la coerenza può avere un impatto positivo sull'usabilità e sulla UX.

Ciò non significa, tuttavia, che ogni pagina debba avere lo stesso layout esatto. Invece, si dovrebbe creare layout diversi per tipi specifici di pagine (ad esempio, un layout per pagine di destinazione, un layout per pagine informative, ecc.). Utilizzando questi layout in modo coerente, renderà più facile per i visitatori capire quale tipo di informazioni che è probabile trovare in una determinata pagina.

1. Accessibilità

Ad alto livello, questo significa investire in una struttura di un sito web che è altamente flessibile, come la progettazione responsive. Con un sito responsive, il contenuto viene automaticamente ridimensionato e rimescolato per adattarsi alle dimensioni di qualsiasi dispositivo che un visitatore stia utilizzando.

1. Convenzionalità

Ci sono alcune convenzioni sul web design che, nel corso degli anni, gli utenti di Internet hanno acquisito con sempre maggior familiarità. Tali convenzioni includono:

* Avere la navigazione principale essere in alto (o sul lato sinistro) di una pagina
* Avere un logo in alto a sinistra (o al centro) di una pagina
* Avere quel logo essere cliccabile in modo da riportare sempre un visitatore alla homepage
* Avere collegamenti cambia colore / aspetto quando si passa sopra di loro
* Etc..

1. Credibilità

In definitiva, l'utilizzo di convenzioni di web design - elementi di design e strategie con cui i visitatori hanno già familiarità - può contribuire a dare maggiore credibilità ad un sito. E se ti stai sforzando di costruire un sito che offra la migliore esperienza utente possibile, la credibilità può fare molto.

Uno dei modi migliori per migliorare la credibilità di un sito Web è essere chiari e onesti riguardo al prodotto / servizio che si sta offrendo. Non bisogna fare in modo che i visitatori debbano scavare attraverso dozzine di pagine per scoprire cosa il sito fa effettivamente.

1. Centralità dell'utente

Utente al centro del sistema. Tutto deve essere progettato nell’ottica che egli possa utilizzare il minor sforzo possibile per raggiungere il proprio obiettivo.

ANALISI CONCORRENZA

L’analisi della concorrenza è una componente essenziale della strategia aziendale, ma troppo spesso la maggior parte delle imprese non conduce questo tipo di analisi, accontentandosi di un’interpretazione “ad occhio” della situazione. Di conseguenza, la mancata scansione continua del mercato pone molte attività in una situazione di cecità o di miopia.

In questo caso si è scelto come competitor una delle migliori aziende produttrici di hardware al mondo: la Simens. In particolare prediamo in considerazione una sua sottomarca che produce appunto apparecchi acustici per ipoudenti, la Signia.

<https://www.signia.it/>

* Prima pagina pulita e con poche informazioni superflue
* Test dell’udito online e ricerca di un centro assistenza/professionista ben in evidenza
* Menù semplice, non troppo nidificato ed intuitivo.
* Scendendo la pagina iniziale si nota subito una serie di domande, nelle quali un cliente potrebbe ritrovarsi.
* A seguire vengono mostrati gli apparecchi top di gamma
* Possibilità di interfacciamento con app
  + Monitoraggio dei progressi personali e comunicazione immediata con il vostro Audioprotesista tramite chiamate, messaggi e video chiamate.
  + L’applicazione vi permette di personalizzare e di modificare le impostazioni degli apparecchi in base alle vostre esigenze.
* Menù a piè di pagina con evidenziati i link più importanti
* Test dell’udito molto semplice da eseguire, è disponibile anche sull’app
* Catalogo prodotti inserito nel menù, scelta discutibile
* Pagina prodotto molto semplice ed esaustiva
* Manca la possibilità di effettuare un confronto tra i dispositivi
* Assenza di possibilità di acquisto diretto
* Sezione ben identificata per comprendere meglio i problemi legati all’udito
* Possibilità di vedere video-tutorial online
* Molte funzionalità del sito sono disponibili anche sull’app in modalità offline

Prima esplorazione

* Colori non rilassanti
* Tantissime informazioni/link nella home page compattati
* Navigazione poco intuitiva
* Logo molto piccolo rispetto alle dimensioni delle scritte
* Funzioni inutili tipo “Dimensioni carattere” e “Stampa”
* Impossibile accedere allo store/catalogo prodotti se non si è registrati
* Non si capisce a primo impatto di cosa tratti il sito
* Tutto molto forviante

Visione singola (utente finale)

* Percorso pagina home forviante <http://www.cochlear.com/wps/wcm/connect/it/home>
* Home page attraverso un menù a cascata viene offerto all’utente di ricevere assistenza (anche se non attraverso passaggi troppo macchinosi), scoprire maggiori informazioni riguardati la sua disabilità ed infine acquistare prodotti direttamente online (non è ben chiaro come acquistare)
* Utilizzando invece il menù a più di pagine un utente può effettuare le stesse operazioni del menù a cascata principale più quelle mostrate nel menù in altro a destra, ovvero fondamentalmente ottenere maggiori informazioni riguardanti l’azione in questione ed eventualmente contattarli.

Visione Professionistica (Service)

- Sezione per il service in altro a destra, non molto in evidenza rispetto ai vari contenuti del sito in generale

- Una volta entrati in questa sezione, l’unica cosa immediatamente visibile è la possibilità di effettuare un login. Non vi sono informazioni a come iniziare una partnership.

- Cercando mendo e cliccando sul pulsante di login è possibile inoltre entrare nella sezione di registrazione come service.

- Per diventare professionisti è necessario però prima contattare l’ufficio di referenza telefonicamente o via email. Non sono stimati tempi di attesa.

- Per ottenere il materiale da consultare è necessario contattare la ditta.

- Non vi sono servizi online se non quelli di consultazione/informazione generale.