INDICE

[1) Analisi dei requisiti 2](#_Toc92724875)

[Obiettivo del sito 2](#_Toc92724876)

[Analisi dell’utenza 2](#_Toc92724877)

[Parole chiave per motori di ricerca 2](#_Toc92724878)

[2) Architettura delle informazioni 3](#_Toc92724879)

[Descrizione generale 3](#_Toc92724880)

[La struttura del sito 3](#_Toc92724881)

[Utente non registrato 3](#_Toc92724882)

[User 3](#_Toc92724883)

[Admin 3](#_Toc92724884)

[3) Realizzazione 3](#_Toc92724885)

[Implementazione del DataBase 3](#_Toc92724886)

[Gestione dei dati 3](#_Toc92724887)

[La scelta di HTML5 3](#_Toc92724888)

[Realizzazione della grafica 3](#_Toc92724889)

[Esperienza offerta all’utente 3](#_Toc92724890)

[Accessibilità 3](#_Toc92724891)

[4) Test 4](#_Toc92724892)

[5) Suddivisione dei ruoli 4](#_Toc92724893)

1) Analisi dei requisiti

Obiettivo del sito

|  |
| --- |
|  |

L'esperienza del lockdown, combinata all'aumento dei servizi offerti, ha portato ad un notevole incremento degli abbonamenti a piattaforme di streaming video. Con l'aumentare degli utenti è cresciuta anche l'offerta che diventa sempre più ricca, eterogenea e multicanale. Come conseguenza, i film disponibili sono sempre di più, se decidiamo di guardare un film abbiamo un ricco elenco tra cui scegliere e il rischio che si corre è di passare più tempo a cercare il film piuttosto che guardarlo.

Per questo l’obiettivo di questo progetto è realizzare un sito che aiuti l’utente, abbonato ad almeno una piattaforma, nel selezionare le informazioni veramente necessarie affinché possa scegliere velocemente il film da vedere.

Analisi dell’utenza

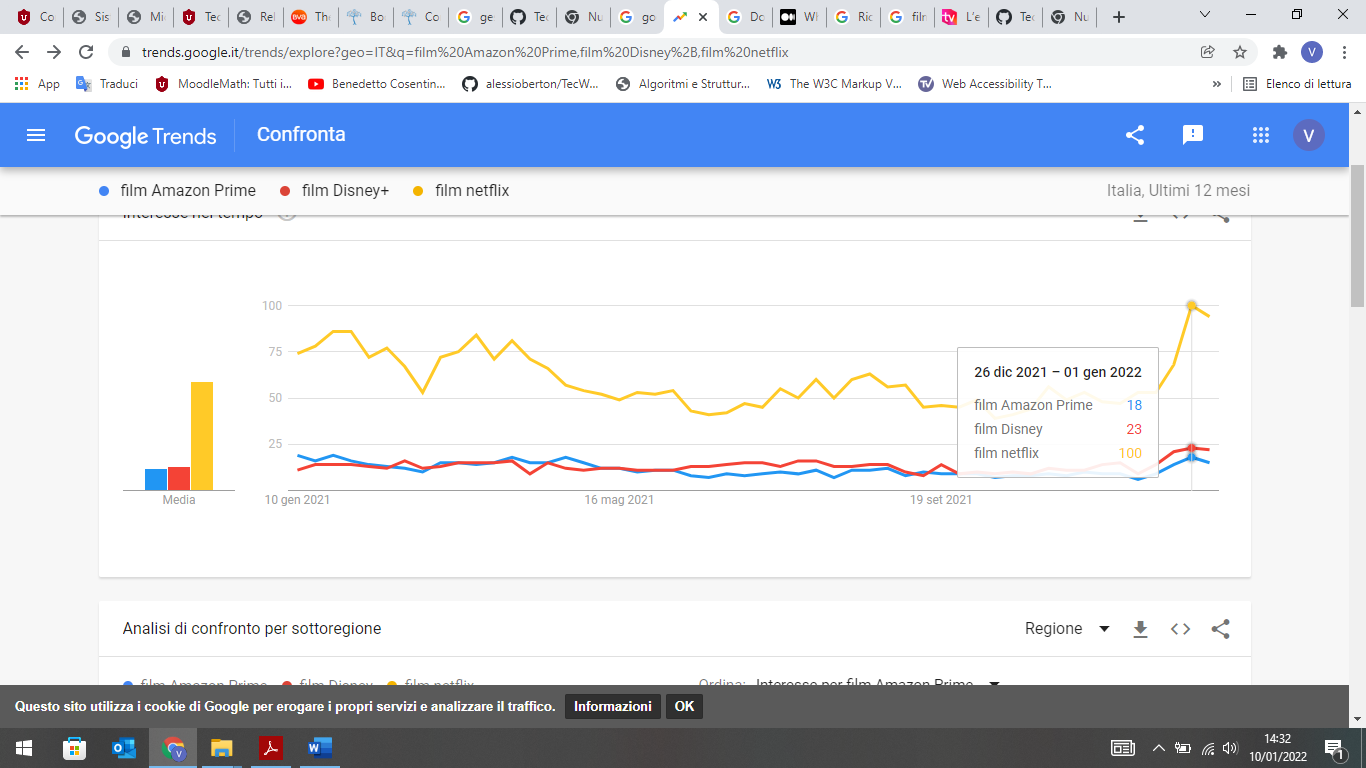
Prendendo spunto dai risultati della ricerca “The Media Challenge: tra fruizione lineare e on-demand” condotta da BVA Doxa, e dall’articolo “Boomers, Generazione X, Y e Z, qual è il tuo Target?”, pubblicato da TREEDEA, si è scelto di prediligere come target di utenti la fascia dei Millennials. Con questo termine ci riferiamo ai cosiddetti nativi digitali, ovvero alla generazione dei nati tra il 1980 e il 1994. Sono, infatti, i Millennials che prediligono i servizi offerti da piattaforme di streaming video, come dimostrato dal fatto che “gli abbonati tra i Millennials sono +17% rispetto agli abbonati tra i Baby Boomers” e sono i Millennials che, con molta più probabilità, scelgono i contenuti anche sulla base di “iniziative meno formali”, intendendo con questo le campagne e i contenuti sui social e il passaparola.

Sulla base di questi dati, quindi, ci aspettiamo di avere come utenti persone di età superiore ai 28 anni, con almeno un abbonamento ad una piattaforma di streaming video.

Parole chiave per motori di ricerca

La scelta delle parole chiave è basata sugli obiettivi del sito, sui contenuti delle pagine e sui risultati ottenuti da Google Trends[[1]](#footnote-1). In linea generale il sito dovrà rispondere a termini di ricerca come “film tv” e “film stasera”, in quanto sono le query più cercate tra quelle associate al termine di ricerca “film”, nostro contenuto principale e nettamente più ricercati rispetto a termini di ricerca come “cosa guardare in tv” o “film da vedere”.

In ordine di importanza, seguono “film Netflix”, “film Disney+” e “film Amazon Prime”, in quanto piattaforme più ricercate.



Ai fini della nostra ricerca del film abbiamo analizzato anche i diversi termini di ricerca associati ai generi e soprattutto alle emozioni suscitate dal film e abbiamo selezionato i termini: “film thriller”, “film comici”, “film horror”, “film vendetta”, “film piangere”, “film trash”, “film speranza”. Questi vengono utilizzati come parole di ricerca per la pagina relativa ai criteri di ricerca/cerca film.

2) Architettura delle informazioni

Descrizione generale

Per raggiungere il nostro obiettivo avrà importanza l'aspetto social (es. opinioni, voti) e un sistema di ricerca che non tenga conto solamente del genere del film, ma che includa anche:

- disponibilità (se l'utente può arrivare a vedere quel film, quindi se è disponibile nella piattaforma a cui è abbonato e se è accessibile a tutti-disponibile audiodescrizione e/o sottotitoli)

-"livello di impegno" ricercato (es. demenziale, leggero, medio, alto)

-"Mood": sul piano emotivo cosa ricerca l'utente [riprendere possibili studi di psicologia - es. nostro umore-possiamo ricercare elementi che sono affini o contrari al nostro umore]

La struttura del sito

* Home: funzionale e “attraente”, per questo l’idea è inserire come immagini le locandine dei film che sono tra i più amati dai Millennials (possibilmente presenti nelle piattaforme e quindi linkabili)
* Cerca Film:
* Contatti:
* Criteri di ricerca:
* Registrati:
* Accedi:

Utente non registrato

User

Admin

3) Realizzazione

Implementazione del DataBase

Gestione dei dati

La scelta di HTML5

Considerando che la fascia di utenti a cui ci rivolgiamo è abbonata ad almeno una piattaforma streaming e che i siti delle diverse piattaforme utilizzano HTML5, la nostra scelta è stata quella di realizzare il sito con lo standard HTML5.

Realizzazione della grafica

Esperienza offerta all’utente

Accessibilità

Costante per tutta la realizzazione del progetto….

4) Test

5) Suddivisione dei ruoli

1. <https://trends.google.it/trends/?geo=IT> [↑](#footnote-ref-1)