Cosa Guardi Stasera?

Indirizzo Web del sito

Credenziali di accesso

**Utente**

Username: user

Password: user

**Amministratore**

Username: admin

Password: admin

Componenti del gruppo:

Berton Alessio #matricola

Caputo Valentina 1224456

Corradin Loris #matricola

Volpe Andrea #matricola

Referente del gruppo:

indirizzo email:

INDICE

[1) Analisi dei requisiti 3](#_Toc94427293)

[Obiettivo del sito 3](#_Toc94427294)

[Analisi dell’utenza 3](#_Toc94427295)

[2) Architettura delle informazioni 3](#_Toc94427296)

[Descrizione generale 3](#_Toc94427297)

[La struttura del sito 4](#_Toc94427298)

[Esperienza dei diversi tipi di utente 4](#_Toc94427299)

[Utente non registrato 4](#_Toc94427300)

[Utente registrato 4](#_Toc94427301)

[Amministratore 5](#_Toc94427302)

[3) Realizzazione 5](#_Toc94427303)

[Implementazione del DataBase 5](#_Toc94427304)

[Gestione dei dati 5](#_Toc94427305)

[La scelta di HTML5 5](#_Toc94427306)

[Parole chiave per motori di ricerca 5](#_Toc94427307)

[Realizzazione della grafica 5](#_Toc94427308)

[Accessibilità 5](#_Toc94427309)

[4) Test 5](#_Toc94427310)

[5) Suddivisione dei ruoli 5](#_Toc94427311)

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 è diventata 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 del nostro 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 ci aspettiamo di avere come utenti persone di età superiore ai 28 anni, con almeno un abbonamento ad una piattaforma di streaming video e che utilizzano il web per avere suggerimenti riguardo alla scelta del film da vedere.

2) Architettura delle informazioni

Descrizione generale

Per raggiungere l’obiettivo del nostro progetto il sito si compone di due parti ritenute centrali: il modo in cui viene implementata la ricerca del film e l’aspetto sociale, inteso come la possibilità di interagire all’interno del sito.

**Ricerca del film**

Per quanto riguarda la ricerca del film, siamo partiti dai criteri di selezione proposti dalle diverse piattaforme e dai siti dei nostri possibili competitors. In linea generale l’utente può cercare il film utilizzando la barra di ricerca, e quindi conoscendo già il titolo del film o l’attore o il regista, oppure può cercare il film sulla base di determinati criteri come:

* Genere
* Nazione
* Anno di produzione
* Premi ricevuti
* Voto degli utenti
* Disponibilità, intesa come la piattaforma streaming dove poter trovare il film

Su questa base abbiamo impostato il nostro sistema di ricerca ed abbiamo aggiunto due ulteriori elementi per noi di forte impatto sulla selezione: il tipo di emozione richiesta dal film e il livello di impegno.

L’idea nasce dall’insoddisfazione spesso provata nel trovare il film da vedere, nonostante ci siano già sul web siti che si propongono di aiutare l’utente nella scelta e nonostante gli strumenti di ricerca messi a disposizione dalle piattaforme streaming. Da qua abbiamo iniziato a chiederci come poter fare meglio ed abbiamo preso spunto da alcuni studi di psicologia. Quando le persone prendono decisioni, soprattutto quelle di minor importanza, come può essere appunto il film da vedere, agiscono in maniera irrazionale e impulsiva. Scegliamo un film perché sentiamo il desiderio di svagarci e guardare qualcosa di leggero oppure possiamo avere voglia di qualcosa di impegnativo, che riesca anche a trasmetterci qualcosa (che sia una conoscenza o una emozione). Allo stesso modo possiamo sentire la voglia di guardare un film che ci faccia ridere o piangere o spaventare. In questo senso le emozioni possono avere un ruolo importante nel processo decisionale, indirizzandoci verso un genere di film piuttosto che un altro. Le emozioni si distinguono secondo due dimensioni: il loro tipo e la loro intensità. Per quanto riguarda il tipo si fa riferimento alle sei emozioni primarie identificate da Paul Ekman e sono: gioia, tristezza, paura, rabbia, disgusto e sorpresa, mentre quando si parla di intensità si fa riferimento al grado di attivazione fisiologica associata all’emozione. Il genere richiama il tipo di emozione ma spesso la ricerca risulta ambigua e un film può essere categorizzato con due generi in apparante contrapposizione tra loro. Per questo abbiamo deciso di rendere la selezione della nostra categoria emozione in maniera univoca.

**Aspetto sociale**

L’aspetto sociale viene curato tramite la registrazione e la possibilità di leggere e/o scrivere commenti in merito ai film. Come visto nell’indagine sopra riportata, soprattutto i Millennials scelgono i contenuti da vedere sulla base dei commenti sui social e sul passaparola, per questo abbiamo ritenuto importante mantenere e sottolineare questo aspetto all’interno del nostro sito.

La struttura del sito

Dall’analisi fatta in precedenza abbiamo definito la struttura del sito, individuando cinque voci nel menù principale:

* *Home*: Lo scopo della homepage è introdurre e spiegare all’utente che accede per la prima volta cosa il sito ha da offrire per lui. Il focus è posto sul cercare di catturare l’attenzione dell’utente, cogliere il suo senso di frustrazione legato al non trovare qualcosa da vedere, per poi proporgli la nostra soluzione.
* *Cerca Film*: Questa pagina è costruita sottoforma di ricerca avanzata e contiene tutti i criteri di ricerca discussi nel paragrafo precedente. Lo scopo è quello di dare la possibilità all’utente di restringere il numero di film tra cui scegliere in maniera più mirata possibile. ~~Questa pagina avrà almeno tre livelli di profondità: risultati della ricerca, il dettaglio del film e il link ai commenti sul film.~~
* *Criteri di ricerca*: avendo introdotto dei criteri di ricerca particolari e poco utilizzati si è ritenuto importante dare la possibilità all’utente di approfondire questi criteri, in modo da apprezzarli meglio e utilizzarli di più nelle sue ricerche
* *Registrati*: Essendo per noi importante l’aspetto social, vogliamo dare la possibilità a tutti di accedere al sito, rendendo la registrazione più facile e veloce possibile. Per questo abbiamo ridotto i dati richiesti per l’accesso a nome utente e password, indispensabili al login~~. Eventuali controlli sul testo pubblicato dagli utenti sarà fatto dall’amministratore, il quale avrà la possibilità di cancellare il commento o bannare l’utente.~~
* *Accedi*: Tramite l’accesso la persona può salvare i film che vuole vedere, può lasciare un commento ai film visti e può tenere il segno di tutti i film che ha già visto.

Esperienza dei diversi tipi di utente

Utente non registrato

L’utente non registrato può accedere a tutti i servizi minimi che il sito offre, avendo la possibilità di ricercare e accedere a tutte le informazioni relative ai film, commenti compresi. La loro esperienza risulta però limitata, in quanto non potranno salvare i film da vedere, lasciare un commento o crearsi una lista con i film già visti. Questi privilegi sono riservati agli utenti registrati e agli amministratori.

Utente registrato

L’utente registrato potrà:

* segnare i film visti e consultarli nella lista dei film visti nel profilo personale,
* salvare i film che vuole vedere e andarli a ritrovare nel profilo personale, da dove potrà poi spostarli nella lista dei film visti,
* lasciare un commento al film visto e andarlo poi a rivedere accedendo all’elenco dei film valutati tramite profilo personale. ~~[commenti🡪impo nota dove chiediamo commenti politically correct – controllo fatto da amministratori che dovrebbero avere il potere di cancellare]~~

~~Per motivare l’utente e migliorare l’esperienza si è deciso di dare un livello agli utenti sulla base del numero di film visti/commentati, richiamando sempre film che hanno presa sugli utenti.~~

Amministratore

L’amministratore ha tutti i benefici dell’utente registrato, con l’aggiunta che si occupa della gestione dei contenuti. In particolare solo l’utente amministratore può inserire un film o un attore.

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.

Parole chiave per motori di ricerca

Realizzazione della grafica

Accessibilità

4) Test

5) Suddivisione dei ruoli