



SPECIFICHE DEI REQUISITI

SITO: “B&B LA VECCHIA POSTA”

Autore: Daniele Di Pompeo

Versione documento: 1.0

Data emissione del documento: 31 agosto 2013

Indice

1	Generalità	1
1.1	Il Committente	1
1.2	Situazione attuale	2
1.2.1	Aspetti rilevanti del sito	2
1.2.2	Principali pregi	2
1.2.3	Principali difetti	2
1.3	Obiettivi generali del nuovo sito	4
1.4	Utenti	5
1.4.1	Profilo degli utenti	5
1.5	Scenari d'uso	6
1.6	Posizionamento competitivo	6
2	Requisiti del sito	8
2.1	Requisiti di architettura	8
2.1.1	Architettura informativa	8
2.1.2	Navigazione	9
2.2	Requisiti di comunicazione	10
2.2.1	Identità di marca, tono e stile della comunicazione . . .	10
2.2.2	Grafica e multimedialità	11
2.2.3	Lingua e localizzazione	11
2.3	Requisiti funzionali	11
2.3.1	Casi d'uso	11
2.3.2	Base di dati	12
2.3.3	Sicurezza e privacy	12
2.4	Requisiti di contenuto	12
2.5	Requisiti di gestione	13
2.5.1	Infrastruttura per l'esercizio del sito	13
2.5.2	Gestione dei sistemi	13
2.5.3	Gestione del sito	13
2.5.4	Gestione dei contenuti	13
2.5.5	Getione degli utenti	14

2.6	Requisiti di accessibilità	14
2.6.1	Prestazioni	14
2.6.2	Reperibilità	14
2.6.3	Compatibilità con i browser	15
2.6.4	Accessibilità da parte di utenti disabili	15
2.7	Requisiti di usabilità	16
2.8	Glossario	16
3	Requisiti di gestione progetto	17
3.1	Tempi e risorse	17
3.2	Gruppo di progetto	17
3.3	Responsabilità del committente	17
3.4	Documentazione prevista	17
3.5	Verifiche e convalide	18
3.6	Consegna finale e pubblicazione del sito	18
3.7	Ambiente di sviluppo	18
3.8	Altri requisiti	18
3.9	Analisi dei rischi	18
4	Appendice	19
4.1	Appendice A	19
4.2	Appendice B	23
4.3	Appendice C	25
4.4	Appendice D	29

Sommario

In questo documento verranno descritti nel dettaglio tutti i requisiti funzionali e non funzionali individuati per la realizzazione del sito web del B&B La Vecchia Posta. Per la realizzazione del nuovo sito web sono state utilizzate le informazioni sul traffico dati utilizzando “Google Analytics”. Sono stati presi in visione i siti web di altre strutture locali e nazionali per rendere la versione 2.0 del sito del B&B La Vecchia Posta utilizzando tutte le nuove tecniche del web 2.0.

Nella prima parte di questo documento si riporta una descrizione dell’attività del committente ponendo l’attenzione sui dati statici raccolti.

Nella seconda parte vengono descritti in maniera puntuale i requisiti funzionali per la realizzazione del nuovo sito web.

Come framework di sviluppo verrà utilizzato “beContent” tool sviluppato dall’università dell’Aquila, del quale il sottoscritto è uno sviluppatore.

Nella stesura di questo documento si fa presente al lettore che in alcune sezioni la figura del committente e del progettista vengono specificatamente separate mentre in altre si tende a descriverle come un’unica persona. Questo perchè in alcuni punti del documento è risultato conveniente separare le due figure nell’ipotesi di un cambiamento futuro, nel quale il progettista non è anche il committente.

Capitolo 1

Generalità

1.1 Il Committente

Il B&B La Vecchia Posta, inaugurato nell'Agosto del 2010 è situato in Via Amiternum n 6 nel comune di Cagnano Amiterno, a pochi chilometri dal centro della città di L'Aquila. Offre ai suoi clienti 6 spaziose camere tutte con bagno privato, ampio spazio verde di proprietà garantendo ai suoi clienti il massimo confort e relax. Si riporta una veduta aerea dell'area del B&B per far rendere conto al lettore la posizione geografica e la conformazione dello spazio (fig.1.1).



Figura 1.1: veduta area del B&B La Vecchia Posta

Il B&B è a conduzione familiare, il titolare, l'autore di questo documento, è coadiuvato dai genitori Emanuela e Nando incuriositi nel conoscere nuove persone e support del progetto.

1.2 Situazione attuale

Il B&B La Vecchia Posta risulta essere titolare di un dominio web dall'url `www.vecchiaposta.it`, al momento non sono stati previsti alias.

Il sito web è stato realizzato nel 2010 dalla Fermenti Grafici, web agency aquilana, che a titolo di amicizia ha realizzato il comparto grafico (logo, foto, template) ed ha fornito gratuitamente e momentaneamente l'hosting. Ad oggi il sito web risulta essere completamente gestito dal sottoscritto ed è hostato dalla web farm ARUBA.

Sin dalla sua prima versione il sito web del B&B è stato realizzato utilizzando WordPress, uno dei più famosi CMS nel mondo del web e sono stati installati alcuni plug-in per fornire al sito alcune funzionalità di cui il committente aveva bisogno.

Dall'analisi dei dati raccolti il sottoscritto si è reso conto che molta della pubblicità programmata su internet, tramite il servizio "google adword", non portava ai risultati attesi, quindi è sorta la necessità di aggiornare il sito web attuale.

1.2.1 Aspetti rilevanti del sito

Da interviste effettuate sui clienti del B&B risulta essere di gradevole impatto il sito, grazie ad una grafica curata minuziosamente. Sempre ascoltando i pareri di terzi il sito web risulta essere di gradevole navigazione offrendo informazioni dettagliate per le singole pagine.

1.2.2 Principali pregi

L'intero sito web non ha oggetti in flash, che renderebbero il sito non navigabile dai dispositivi mobile.

La home page effettua 86 HTTP Request per un peso complessivo di circa 60Kb scaricabili in circa 3 secondi con una connessione a banda larga di velocità media (4Mb)

La struttura dell'intero sito è sempre coerente fornendo uno spazio per l'immagine principale della pagina, che può anche essere uno slider, e dello spazio binario per il testo rendendo la lettura gradevole non affaticando gli occhi del lettore.

1.2.3 Principali difetti

I principali difetti sono legati dalla difficoltà nel raggiungere il collegamento per effettuare una richiesta di prenotazione, accessibile solamente tramite

la barra di navigazione o tramite il link nascosto dietro il testo dell'ultimo articolo inserito, che nel nostro caso sono le ultime news.

Questo è visibile anche dai dati statistici raccolti da Google Analytics che mostrano come l'utente navighi nel sito poco meno di 2 minuti e lo abbandona prima di inviare una richiesta di prenotazione. Evidente dal fatto che il link prenota non risulta mai essere cliccato. Dall'immagine fig.1.2 risulta



Figura 1.2: Dati statistici navigazione home page

evidente che la barra di navigazione posta sopra il logo rende difficoltosa all'utente medio comprendere quale sia il vero link alla home page. Si notano alcuni click sullo spazio negativo della barra di navigazione (più del 40% degli utenti).

Nella sezione "Appendice B" vengono riportare altre immagini e dettagli a supporto degli aspetti negativi della versione attuale del sito web.

Non permette la modifica della grandezza del font, non permettendo una facile navigazione a persone ipovedenti. Analizzando il tema del sito con il servizio offerto dal sito <http://colorfilter.wickline.org/> risulta perdere completamente l'effetto desiderato mostrandosi piatto e privo di effetti grafici.

1.3 Obiettivi generali del nuovo sito

La nuova versione del sito web dovrà eliminare queste problematiche, invogliando gli utenti ad inviare più richieste di prenotazioni inserendo nella parte “sopra la piega” un link al “form” di prenotazione di prenotazione.

Per il comparto grafico si è scelta di comprare un tema html dal sito www.themeForest.com, con le caratteristiche grafiche richieste.

Il nuovo sito inoltre, nella versione base dovrà fornire le informazioni ad oggi presenti migliorando la navigabilità spostando la barra di navigazione al di sotto del logo del B&B, aspetto grafico maggiormente utilizzato.

L’home page del sito dovrà restare leggera e non dovrà prevedere nessuna funzionalità in flash, che la renderebbe inaccessibile dai dispositivi mobile. L’intento è di fornire “*sopra la piega*” tutte le informazioni utili come:

- collegamento all’home page al click sul logo
- barra di navigazione al di sotto del logo
- slider di immagini
- form per la richiesta di disponibilità
- preview dell’offerta attiva

Inoltre il nuovo sito dovrà essere “responsive” garantendo la completa compatibilità con i maggiori device che ad oggi accedono ad internet.

In particolare:

- 1200px Desktop
- 1024px iPad landscape and netbook
- 768px 7inch tablet
- 368px mobile phone

Prendendo come risoluzione base 1200px essendo circa il 90% degli utenti ad utilizzarla ¹ ed inoltre facendo attenzione alla compatibilità fra i differenti browser (chrome, firefox, safari, explorer ed opera).

¹Fonte http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp

1.4 Utenti

Dall'analisi effettuata risultano essere stati individuati tre categorie di utenti:

- L'amministratore
- L'utente occasionale (utente che raggiunge il sito web involontariamente) (aka *Utente*)
- Il cliente (navigatore di internet che effettua una richiesta di prenotazione)

Categoria di utenti	Bisogni principali degli utenti in relazione al sito	Priorità	Obiettivi del committente	Priorità
Amministratore	mantenere aggiornate le informazioni presenti sul sito	alta	fornire all'amministratore le informazioni aggiornate da inserire nel sito web	alta
Utente	reperire le informazioni di contatto, prendere visione della struttura	alta, alta	impressionare l'utente casuale invogliando ad effettuare una prenotazione,	alta
Cliente	reperire informazioni di contatto, visionare il tariffario, effettuare una richiesta di prenotazione	alta, media, alta	mantenere ottimi rapporti con il cliente abitudinario, invogliare il "passaparola" dei clienti	alta, alta

1.4.1 Profilo degli utenti

- **Cliente:** sono i navigatori di internet che cercando una destinazione per le proprie vacanze si sono imbattuti sul sito web della struttura e hanno la volontà di inviare una richiesta di disponibilità. Rientrano in questa categoria di utenza anche i clienti "storici" del B&B avendo già soggiornato nella struttura in un'altra occasione.
- **Utente:** sono i navigatori di internet definiti come i visitatori di rimbalzo, ovvero quegli utenti di internet che non volendo sono giunti sul sito internet del B&B. Su questi utenti che il titolare vorrebbe invogliare a fare una richiesta di disponibilità.

1.5 Scenari d'uso

- **Cliente:** Michela è una gentile signora che lavora presso un'agenzia per il turismo nazionale e con la voglia di scoprire le bellezze naturalistiche e magari trovare un nuovo cliente per il suo impiego decide di prenotare una vacanza di qualche giorno in un B&B del parco nazionale del gran sasso. Navigando in internet e utilizzando i portali più famosi del settore è riuscita a navigare sul sito del B&B La Vecchia Posta. Attirata dalle foto effettua una prenotazione. Da allora Michela trascorre le sue vacanze estive nel B&B La Vecchia Posta.
- **Utente:** Antonietta ragazza di 23 anni studentessa di filosofia a Bologna non è la classica ragazza che gli amici eticheterebbero come "tecnologica". Infatti ama utilizzare il suo vecchio telefono nokia con il tastierino numerico e schermo non touch.

Navigando in internet per una ricerca universitaria inizia a seguire una serie di link pubblicitari accattivanti per prenotare le proprie vacanze a prezzi super stracciati. Non essendo un'abile navigatrice di internet non si rende facilmente conto di ciò che sta facendo, ma cliccando su un link piuttosto che su un altro finalmente la sua attenzione viene colpita dal sito del B&B La Vecchia Posta. Recupera facilmente i recapiti telefonici effettua una chiamata al B&B e prenota la sua vacanza.

1.6 Posizionamento competitivo

Particolare attenzione verrà posta nel posizionamento competitivo il sito web della struttura.

Per ottenere un risultato di pregio sono stati analizzati i siti web di altre strutture locali ma anche di strutture nazionali, delle maggiori località turistiche, per catturare quelle funzionalità che potevano sfuggire ma che risultano essere utili.

I siti web locali analizzati sono stati:

- B&B Camaga
- B&B Oasi nel Vetoio

mentre per i siti extra-regione sono stati analizzati:

- Il giglio binaco (Sorrento)

Per l'analisi dettagliata sui siti web analizzati si rimanda alla sezione "Appendice A".

Per il nuovo sito si intende migliorare l'indicizzazione sui principali motori di ricerca (google, bing, yahoo) posizionandolo nei primissimi posti seguendo le direttive imposte dai motori di ricerca.

Capitolo 2

Requisiti del sito

2.1 Requisiti di architettura

2.1.1 Architettura informativa

- Home
 - Camere
 - * Singola
 - * Doppia
 - * Tripla
 - * Quadrupla
 - Eventi
 - * Perdonanza Celistiniana
 - * Festa del Cioccolato
 - * Sagre e Feste
 - Attività
 - * Ippovia del Gran Sassi
 - * L'anello del Lago di Campotosto
 - * Da Cagnano al Gran Sasso
 - Dintorni
 - * L'Aquila
 - * Amatrice
 - * Parco Nazionale del Gran Sasso
 - * Lago di Campotosto

- * Campo Imperatore
- * Campo Felice
- Dove Siamo

2.1.2 Navigazione

Per quanto riguarda la navigazione del sito sarà necessario organizzare una barra di navigazione orizzontale che permetta all'utente di spostarsi facilmente da una sezione di primo livello ad un'altra. La barra di navigazione di primo livello si è deciso di posizionarla al di sotto del header, che contiene il logo dell'azienda e la preview dell'offerta attiva. Al di sopra del logo si pensa di sistemare i collegamenti alle pagine social, link che vengono utilizzati in minor modo. Inoltre sempre nella parte alta della pagina viene utilizzato il classico "marker" utilizzato nelle mappe come scorciatoia per mostrare la mappa velocemente, un pulsante per effettuare una richiesta di prenotazione e i bottoni per la gestione della grandezza dei font.

Per le sezioni di secondo livello si pensa di utilizzare una barra di navigazione verticale per permettere all'utente di spostarsi agevolmente nelle varie sezioni interne senza perdersi nei vari link del sito. Il menu di secondo livello verrà posizionato nella sidebar di destra, appena sotto lo slider, suddividendo lo spazio della pagina in un 70% destinato ai contenuti ed un 30% destinato al menu di secondo livello.

Si riporta uno schema della gabbia logica per l'home page del sito. Le altre pagine manterranno una struttura simile all'home page garantendo alta la coesione tra i contenuti.

Nella fig.2.1 viene riportata la struttura dell'intero sito e non solo della home page mostrando anche il posizionamento della barra di navigazione di secondo livello ove presente.

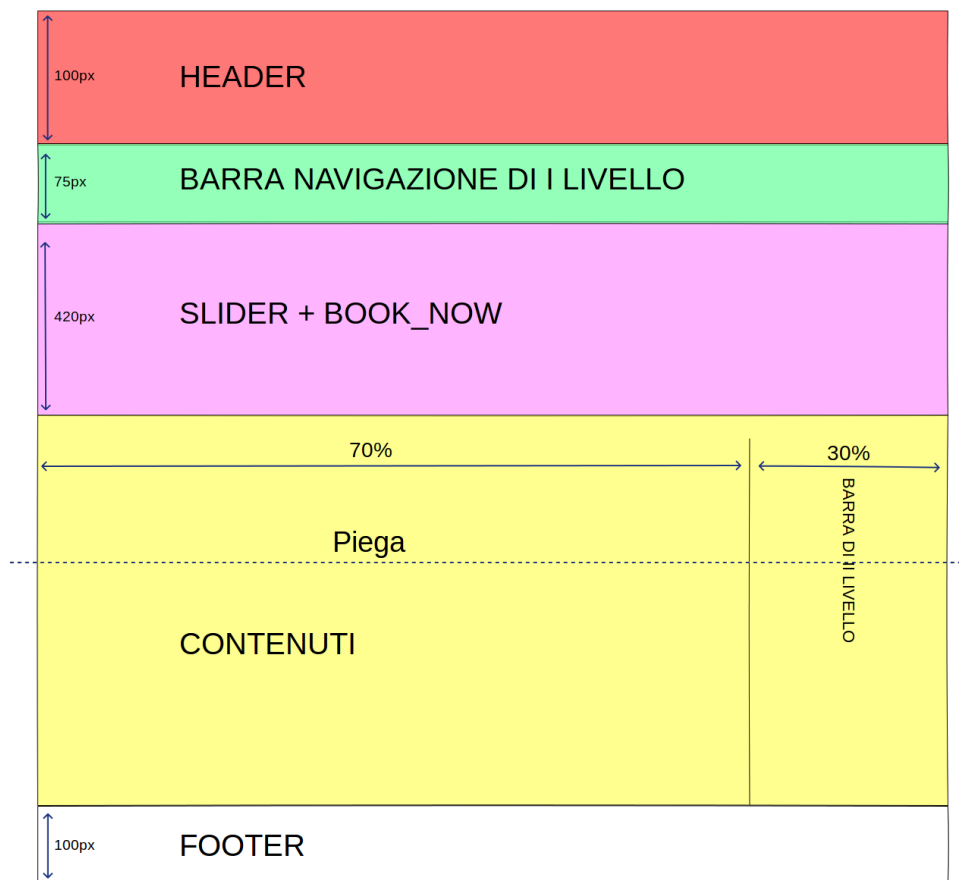


Figura 2.1: Gabbia logica

2.2 Requisiti di comunicazione

2.2.1 Identità di marca, tono e stile della comunicazione

Semplicità, eleganza e calore sono le caratteristiche che il comparto grafico del sito dovrà rispettare essendo le caratteristiche dell'azienda. Si è scelto una palette di colori che richiami il logo dell'azienda mantenendo uno stile aggraziato che richiami anche i colori della terra. I colori dominanti per il sito sono il verde e il marrone. Nella parte sopra la piega oltre al form per la richiesta di disponibilità si è deciso di inserire uno slider in modo da ottenere una home page stile vetrina, metodo che attualmente è più in voga nei siti internet delle aziende nel campo del turismo. Nella sezione sotto la piega sono stati collocati invece i contenuti multimediali che risultano essere di minore rilevanza al fine di ottenere una richiesta di prenotazione.

2.2.2 Grafica e multimedialità

Per il comparto grafico si è pensato di prendere come risoluzione base del sito i 1200px di larghezza, essendo la risoluzione di maggiore utilizzo¹. Non sono quindi previsti scroll orizzontali ma solo verticali, mantenendo *sopra la piega* tutte le informazioni principali e la barra di navigazione primaria. Per mantenere il sito al passo con i tempi si è deciso di renderlo anche responsive, prevedendone una versione per smartphone e tablet oltre che per desktop.

2.2.3 Lingua e localizzazione

Per lo sviluppo della nuova versione del sito, si è scelto di utilizzare il framework beContent, ciò ci permette in automatico la scelta della lingua preferita dall'utente, potendo eliminare i bottoni per la scelta della lingua del sito.

2.3 Requisiti funzionali

2.3.1 Casi d'uso

Per la realizzazione del nuovo sito internet sono stati individuati, in prima analisi, i seguenti casi d'uso per i singoli attori. Si fa presente che i seguenti casi d'uso verranno riportati sia in forma non dettagliata che dettagliata e che essendo i casi d'uso analizzati nella fase di indagine, potranno subire delle modifiche nelle fasi successive dello sviluppo.

- Amministratore:
 1. UC1: Inserire contenuti
 2. UC2: Aggiornare il sistema
 3. UC3: Mantenere funzionante il sistema
- Utente:
 1. UC4: Visualizzare le informazioni di contatto
- Cliente:
 1. UC5: Effettuare una richiesta di prenotazione

Si rimanda il lettore all'appendice C per la lettura dei casi d'uso in forma dettagliata.

¹Dati di www.w3schools.com

2.3.2 Base di dati

La nuova versione del sito internet, non utilizzerà la vecchia base dati, ma sarà sviluppata una nuova base di dati rispettando le esigenze del nuovo framework di sviluppo.

Nella nuova base di dati verranno memorizzati tutte le informazioni necessarie al funzionamento di beContent, come la password di amministratore e di tutti gli utenti che devono interagire con lo stesso (attualmente l'amministratore di sistema è anche il committente quindi un solo utente avrà i diritti per l'accesso nell'area di backend del framework). Verranno inoltre memorizzati i contenuti delle pagine interne (testo, link, file multimediali).

2.3.3 Sicurezza e privacy

Nella versione 1.0 del nuovo sito non è previsto il mantenimento delle informazioni dei clienti su database, ma solamente l'invio tramite email dei dati utili alla prenotazione di una camera. All'utente sarà comunque richiesto esplicitamente di accettare le condizioni sull'utilizzo dei propri dati in conformità con la normativa art. 13 del d.lgs. 196/2003.

2.4 Requisiti di contenuto

Essendo l'amministratore l'unica figura responsabile ad utilizzare il framework, sarà suo compito inserire, modificare ed eliminare i contenuti multimediali del sito.

Le sezioni in lingua straniera (inglese, spagnolo) saranno redatte dal sottoscritto coadiuvato da Antonietta, laureata in lingue straniere (inglese e spagnolo).

Le due lingue straniere scelte sono dovute dal fatto che molte delle visite al sito internet provengono oltre che dall'Italia, dagli Stati Uniti dall'Inghilterra e dal Brasile come viene mostrato dalla figura 4.5 nella sezione "Appendice B".

2.5 Requisiti di gestione

2.5.1 Infrastruttura per l'esercizio del sito

Si presuppone di hostare il nuovo sito internet su una web farm che offra anche servizio SMTP per l'invio di email. Il B&B La Vecchia Posta risulta essere titolare di un dominio internet `www.vecchiaposta.it`, non si ha la necessità di registrare alias e altri domini, almeno per il momento.

Il B&B ha inoltre una casella di posta elettronica utilizzata per la ricezione delle richieste di prenotazioni e per le risposte ai clienti. Risulta utile utilizzare i servizi di Antivirus, AntiSpamm che la web farm offre per rendere più confortevole l'utilizzo della mail, eliminando i messaggi indesiderati.

2.5.2 Gestione dei sistemi

Il sistema sarà affidato in outsourcing, ed è stato scelto come gestore esterno la compagnia Aruba, tra le web farm più in voga al momento.

Nella fase iniziale non è venuta alla luce l'esigenza di richiedere al gestore caratteristiche particolari del server, l'unica esigenza è stata avere la piattaforma su OS Linux, con tecnologia lampp. Il progettista avrà l'onere di assolvere tutte le beghe burocratiche con la web farm.

2.5.3 Gestione del sito

Il sito internet sarà gestito interamente dal sottoscritto, che assumerà il compito di webmaster del sito e si occuperà di risolvere eventuali bug e di apportare modifiche successive alla pubblicazione della nuova versione.

2.5.4 Gestione dei contenuti

I contenuti multimediali saranno inseriti sempre dal sottoscritto, essendo l'unica figura con i diritti per utilizzare il framework. Si riporta una tabella riassuntiva:

Contenuti	Chi li aggiorna	Chi ne autorizza la pubblicazione
Framework ed i suoi plugin	Amministratore	Amministratore
Immagini e contenuti multimediali	Amministratore	Titolare
Offerte e News	Amministratore	Titolare

Si fa presente che anche se la figura dell'amministratore e del titolare in questo caso risultano le stesse si è preferito differenziare i compiti nell'ipotesi che le due figure siano ricoperte da persone differenti.

2.5.5 Gestione degli utenti

Gli utenti comunicheranno con l'azienda tramite posta elettronica, o direttamente o utilizzando l'apposito form presente in tutte le pagine del sito.

Non sono previsti tempi massimi di attesa per le risposte da parte dell'azienda e sarà compito del titolare gestire le comunicazioni con i clienti della struttura.

2.6 Requisiti di accessibilità

2.6.1 Prestazioni

Non risultano esserci notevoli vincoli prestazionali, si presume di avere un caricamento dell'home page stimato in 1-2 secondi non imponendo un numero massimo di richieste HTTP. Inoltre si presuppone di utilizzare più chiamate asincrone con il server per ottenere un sito più reattivo. L'unico vincolo che si pone è sul peso delle immagini dello slider che non devono superare i 200kb, questo per ottenere un tempo di scaricamento accettabile.

2.6.2 Reperibilità

Il sito risulterà essere accessibile solamente tramite l'url `www.vecchiaposta.it`, non stati previsti alias né altri domini di primo livello (es: `.co.uk` `.com` `.es`).

Ci si è posti l'obiettivo di posizionare il sito web nelle prime posizioni dei risultati dei suoi principali portali di ricerca (google, bing, yahoo).

Per raggiungere questo obiettivo si è vincolati a rispettare le regole previste dai motori di ricerca.

Le principali azioni che verranno svolte sono quelle legate all'analisi del sito web tramite un browser testuale che ci consentirà di individuare eventuali falle nella struttura del sito. Uno dei principali browser testuali è Lynx, e molti spider dei motori di ricerca indicizzano il sito in base al risultato ottenuto che è molto simile a quello che si ottiene con l'utilizzo di Lynx.

Si avrà cura di inserire l'attributo ALT il più descrittivo possibile, aiutando così l'utente con handicap oculare.

Si inserirà un titolo esaustivo e indicativo del sito migliorando la presentazione nella preview dei risultati di ricerca.

I contenuti del sito saranno curati il più possibile facendo attenzione ad usare parole chiave che risultano essere indici per un ottimo posizionamento².

2.6.3 Compatibilità con i browser

Dal'analisi dei dati raccolti da Google Analytics si nota che i principali browser che accedono al sito web sono

- Chrome
- Internet Explorer
- Firefox
- Safari

L'elenco è stato posto in ordine decrescente. Il risultato che poteva essere immaginato anche senza i risultati di Google Analytics.

Si rimanda alla fig 4.6, nella sezione Appendice C, per avere una visione più dettagliata dei browser utilizzati.

2.6.4 Accessibilità da parte di utenti disabili

Nella nuova versione non è prevista l'acquisizione di nessuna certificazione di accessibilità, ma si intende comunque rendere il sito il più accessibile possibile anche alle persone con qualche invalidità..

Per prima cosa il sito internet sarà dotato di un controllo sulla grandezza del font, utile per le persone ipovedenti.

Per le persone che utilizzano browser vocali si farà attenzione nell'inserire descrizioni dettagliate ed esaustive nell'attributo ALT per rendere il sito usabile.

Per quanto riguarda disturbi cromatici è stato effettuato un test tramite il sito <http://colorfilter.wickline.org/> che permette di modificare la palette dei colori simulando il risultato agli occhi di un daltonico. Il risultato finale del test è risultato soddisfacente per i disturbi:

- Protanopia: disturbo più frequente legato alla difficoltà di distinguere maggiormente il rosso (4.9)

²Informazioni disponibili al sito <https://support.google.com/webmasters/answer/35769>

- Deuteranopia: disturbo più frequente legato alla difficoltà di distinguere maggiormente il verde (4.10)
- Tritanopia: disturbo nel distinguere il colore giallo e il colore blue (4.11)

mantenendo quasi inalterato il senso del contrasto voluto. Nell'Appendice D sono riportati gli screenshot dei risultati dei test³.

2.7 Requisiti di usabilità

Per quanto riguarda i requisiti di usabilità durante questa prima analisi non stati individuati particolari requisiti, quindi si rimanda a versioni successive.

L'obiettivo della nuova versione è di eliminare alcuni problemi legati all'ambiguità della vecchia versione, come ad esempio la barra del menu ed i click nella zona di spazio negativo per ritornare alla home.

Il feedback sarà costituito dai nuovi risultati che Google Analytics riporterà post pubblicazione della nuova versione.

Un altro obiettivo della nuova versione è quello di ottenere più richieste di prenotazioni inserendo in tutte le pagine una scorciatoia alla pagina di richiesta, cosa che nella vecchia versione non è presente.

2.8 Glossario

Non sono stati utilizzati particolari termini tali da giustificare la presenza di un glossario.

³dati raccolti dal'url <http://www.treccani.it/enciclopedia>

Capitolo 3

Requisiti di gestione progetto

3.1 Tempi e risorse

Essendo già presente una versione del sito internet, che consente all'azienda di essere visibile in rete non ci sono tempistiche strette da rispettare.

L'intento è di produrre una prima versione del sito con le funzionalità attualmente presenti ristrutturando la parte grafica e migliorando la navigabilità del sito, magari aumentando le richieste di prenotazioni.

3.2 Gruppo di progetto

Il gruppo è costituito dal sottoscritto che ricoprirà le figure di progettista, webmaster e capo progetto.

3.3 Responsabilità del committente

In questo caso essendo il progettista ed il committente la stessa persona risulta difficile separare le responsabilità di uno e dell'altra.

3.4 Documentazione prevista

Non risultano esserci vincoli sulla documentazione da produrre.

3.5 Verifiche e convalide

Il nuovo sito verrà sottoposto a test di usabilità in locale utilizzando amici e familiari del progettista nonché test in remoto fornendo un url privato a clienti abituarini dell'azienda. Superati i test di usabilità sul prototipo finale, descritto nel documento “piano di qualità” si procederà con la pubblicazione su un server web.

Successivamente alla pubblicazione il sito web verrà monitorato su eventuali bug riscontrati grazie a test di robustezza effettuati dal progettista e da altri utenti.

Eventuali bug o miglioramenti/carenze saranno segnalati al progettista che provvederà all'aggiornamento.

3.6 Consegna finale e pubblicazione del sito

La consegna finale del sito, nella sua prima versione, sarà realizzata e pubblicata nel più breve tempo possibile. Si auspica una conclusione dei lavori in 3 settimane.

3.7 Ambiente di sviluppo

L'intero progetto sarà sviluppato con tecnologia LAMPP, versione linux di XAMPP. Che comprende un server web apache, MySQL ed interprete di PHP per il server side. Queste scelte sono vincolate alla scelta di utilizzare beContent, come framework di sviluppo.

Per il client side verranno utilizzati: HTML+CSS, per il markup, Javascript, come linguaggio di programmazione per funzionalità complesse, in particolare verranno utilizzati plugin di jQuery per ottimizzare le funzionalità javascript.

3.8 Altri requisiti

Non sono presenti requisiti specifici.

3.9 Analisi dei rischi

Non sono presenti altri requisiti.

Capitolo 4

Appendice

4.1 Appendice A

In questa sezione verranno mostrati i pregi e i difetti dei siti concorrenti analizzati. Anche se la ricerca è stata eseguita su più siti si riportano le considerazioni solamente di due siti aziendali locali ed uno non locale che hanno colpito maggiormente il sottoscritto.

- **B&B Camaga** (fig. 4.1):
 - Pro:
 - * Home page leggera: appena 305Kb
 - * Sito provvisto di una breadcrumb¹
 - Contro:
 - * Caricamento della home page: anche se leggera ed esegue poche richieste HTTP impiega 14,5 secondi nel caricamento intero della pagina, causa principale è il caricamento dell'immagine nella home;
 - * Stile di non gradevole effetto grafico, presenta una side-bar di destra con colori non conformi allo stile, che sembra quasi una pubblicità;
 - * Nel menu utilizzate etichette forvianti come “Dove Siamo” che invece di fornire la posizione del B&B, cosa che si aspetta, fornisce indicazioni su come raggiungerlo;

¹letteralmente bricola di pane, in internet indica il percorso dell'utente <http://it.wikipedia.org/wiki/Breadcrumb>

- * Header e Menu sono presenti due menu uno laterale in verticale e l'altro appena sotto l'header con il logo/motto del B&B. Anche in questo caso forse la scelta grafica non è risultata ottimale, infatti utilizza un font serif per il logo rendendolo quasi illeggibile;
- * La cosa più sconvolgente che si riscontra navigando su questo sito è che risulta essere incompleto in molte sue parti



Figura 4.1: Screenshot sito: www.camagaaq.com

– La compagnia del viaggiatore (fig. 4.2):

- * Pro:
 - Home page curata esteticamente propone una barra di navigazione orizzontale, uno slider e scorciatoie ai servizi principali dell'azienda

- Ogni singola pagina ha al suo interno un proprio slider di immagini
 - I caratteri e il tema sono sicuramente scelte di un esperto del settore
- * Contro:
- Breadcrumb non presente
 - Regolazione del font non prevista
 - Alcuni contrasti risultano essere privi di effetto, come il verde chiaro su sfondo bianco.



Figura 4.2: Screenshot sito: <http://www.compagniadelveggiatore.it/>

– **B&B Il giglio bianco** (fig. 4.3):

- * Pro:
- Home page: contiene tutto quello che serve ad un sito vetrina. Risulta essere gradevole alla vista richiamando inoltre il nome del B&B avendo il tema sul bianco
 - home page risulta essere leggera con solamente 721Kb caricati in 22 sec, attraverso 85 HTTP Request.

- Grafica sicuramente curata da un professionista del settore mostra scelte ben curate.
 - Navigazione presenta due barre una orizzontale ed una verticale che permettono di navigare con facilità il sito.
 - il widget booking-online presente in alto a destra nell'header include una funzionalità utilissima per le richieste di prenotazioni
- * Contro:
- Le due barre di navigazione non rendono ben comprensibile quale sia la principale e quale la secondaria. A primo impatto il sottoscritto è stato reso in inganno dalla barra verticale pensando fosse una barra di secondo livello per la navigazione nelle sezioni di secondarie
 - Non è presente un breadcrumb il che rende difficoltosa la navigazione ad un utente non esperto che potrebbe non ricordare il suo percorso di navigazione

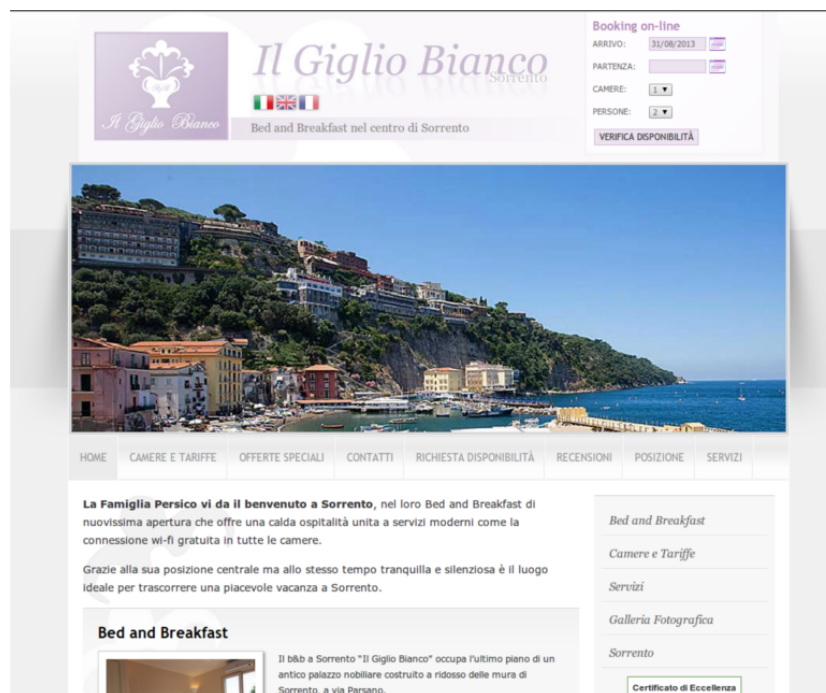


Figura 4.3: Screenshot sito: <http://www.bbgigliobiancosorrento.it/>

Riassumendo ciò che si è notato analizzando nel dettaglio i siti proposti e altri non riportati in questo documento, risulta evidente che nella maggioranza

dei siti internet non è posta l'attenzione sulla navigazione di utente con handicap. Infatti nessuno sito propone un controllo del font lasciando all'utente la sola scelta di utilizzare lo zoom del browser che ovviamente comporta un malfunzionamento dei temi grafici. Anche per quanto riguarda problemi di daltonismi in molti siti sembra esserci poca attenzione, per non parlare della non curanza nell'utilizzo di attributi ALT significativi per rendere il sito navigabile tramite browser vocali.

4.2 Appendice B

In questa sezione saranno riportate tutte le informazioni recuperate dal servizio Analytics di Google inc.²

Dalla figura 4.4 si nota come su quasi 300 accessi circa il 70% abbandoni il sito dopo la navigazione della prima pagina. Ovviamente in quel 70% una percentuale sarà costituita dai non interessati, a chi non piace la struttura ma risulta una percentuale troppo alta. Questa considerazione è avvalorata dal fatto che non viene mai preso in considerazione il link “prenota” della barra di navigazione principale (fig. 1.2), il che ci porta ad auspicarci un netto aumento delle richieste di disponibilità con l’inserimento di una scorciatoia su tutte le pagine.

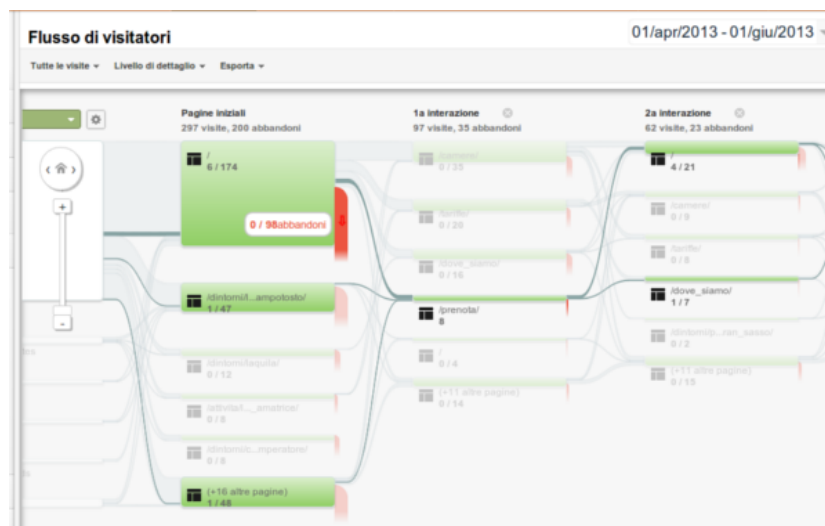


Figura 4.4: Flusso dei visitatori sul sito www.vecchiaposta.it

I due screenshot successivi (fig.4.5 e fig.4.6) mostrano i dati statici che riguardano i paesi di provenienza delle visite e dei browser maggiormente

²<https://www.google.com/analytics/>

utilizzati. Sono dati utili per lo sviluppo del nuovo sito, sia per le versioni in lingua straniera sia per verificare la completa compatibilità con i vari browser sul mercato.

Paese/zona	Visite	% Visite
1. Italy	246	<div></div> 92,83%
2. United States	6	<div></div> 2,26%
3. United Kingdom	3	<div></div> 1,13%
4. Brazil	2	<div></div> 0,75%
5. (not set)	2	<div></div> 0,75%
6. Austria	1	<div></div> 0,38%
7. Canada	1	<div></div> 0,38%
8. Germany	1	<div></div> 0,38%
9. India	1	<div></div> 0,38%
10. Japan	1	<div></div> 0,38%

[visualizza rapporto completo](#)

Figura 4.5: Provenienza degli accessi al sito internet

Browser	Visite ?	Pagine/visita ?	Durata media visita ?	% nuove visite ?	Frequenza di rimbalzo ?
	269 % del totale: 100,00% (269)	2,52 Media sito: 2,52 (0,00%)	00:02:02 Media sito: 00:02:02 (0,00%)	86,62% Media sito: 86,62% (0,00%)	59,11% Media sito: 59,11% (0,00%)
1. Chrome	79	2,61	00:03:03	77,22%	60,76%
2. Internet Explorer	66	2,27	00:01:35	92,42%	57,58%
3. Firefox	57	2,98	00:01:58	92,98%	50,88%
4. Safari	36	2,78	00:01:53	80,56%	69,44%
5. Android Browser	20	2,10	00:01:03	90,00%	40,00%
6. Mozilla Compatible Agent	5	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
7. Opera Mini	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%
8. Safari (in-app)	2	1,00	00:00:00	100,00%	100,00%

Figura 4.6: Principali browser che accedono al sito

In questa ultima immagine, fig.4.7, si porta in evidenza come sia importante rendere il sito maggiormanete usabile da *dispositivi mobile* (tablet, smartphone, padfone).

Infatti dall'analisi dei dati statistici e dalla proiezione dei dati, funzionalità offerta dal servizio di Google Analytics, si nota come sono in costante aumento le visite tramite l'utilizzo di questi dispositivi.

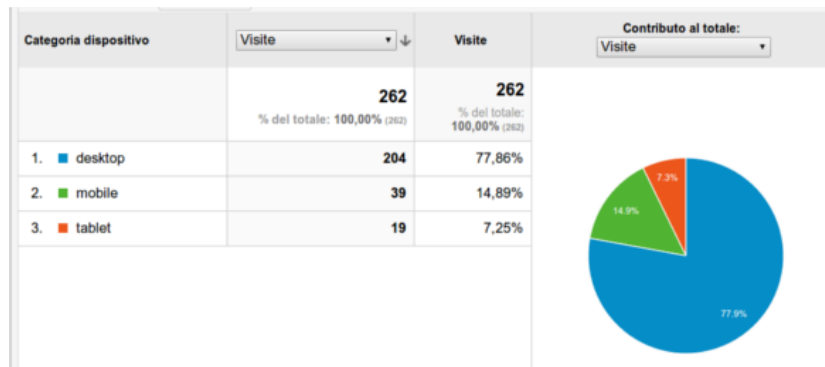


Figura 4.7: Visite per tipologia di device

4.3 Appendice C

In questa sezione del documento verranno riportati i principali casi d'uso riscontrati nella prima fase di analisi.

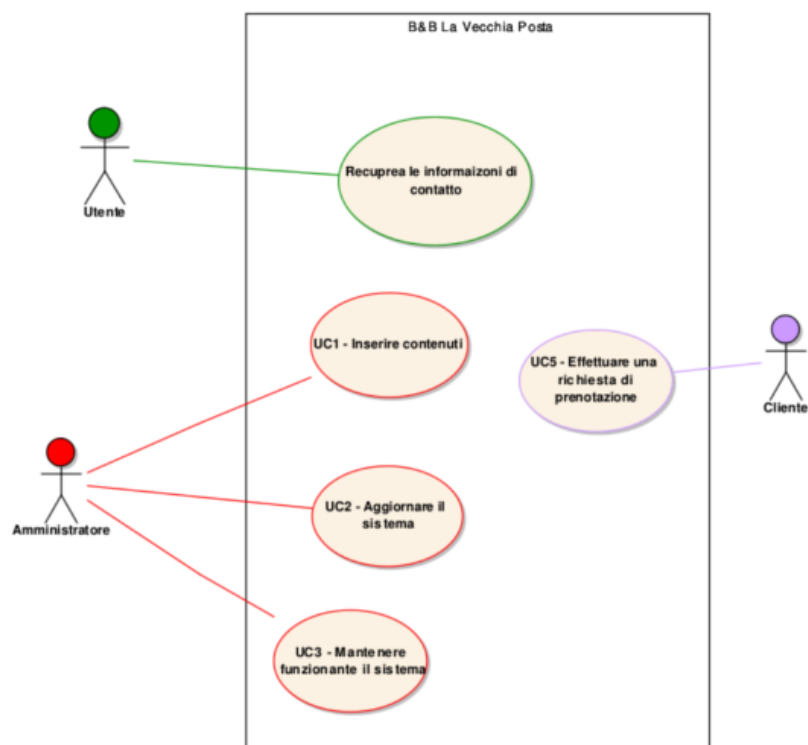


Figura 4.8: Diagramma UML dei casi d'uso

Il primo caso d'uso analizzato è quello che vede l'amministratore come utente principale ed è nella fase di dover aggiornare le informazioni presenti nel sito internet.

Caso d'uso:	UC1 - Inserire Contenuti
<i>Scopo:</i>	Utente
<i>Livello:</i>	Utente
<i>Attore primarios:</i>	Amministratore
<i>Precondizioni:</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Il sistema ha identificato correttamente l'utente • Il materiale multimediale è pronto per l'inserimento
<i>Postcondizioni:</i>	I contenuti multimediali sono stati aggiornati con successo
<i>Scenario principale di successo:</i>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. l'amministratore accede al framework 2. Il sistema mostra all'utente la pagina principale del back-end 3. l'utente individua la sezione da aggiornare 4. il sistema mostra correttamente la sezione richiesta 5. l'utente iserisce/modifica i dati 6. l'utente salva i dati 7. il sitema aggiorna i dati 8. il sistema avverte l'utente che iul salvataggio è andato a buon fine 9. l'utente lascia il sistema 	
<i>Estensioni:</i>	

4.a Sezione errata:

1. il sistema non riesce a mostrare la sezione richiesta
2. il sistema invia una email al progettista con il report del bug
3. l'utente torna al punto 2

6.a Salvataggio errato:

1. il sistema non esegue il salvataggio
2. il sistema mostra l'eventuale errore all'utente
3. il sistema invia una mail al progettista con il report del bug
4. il sistema mostra all'utente la pagina di provenienza

<i>Frequenza:</i>	alta nella fase iniziale, bassa nelle fasi successive
-------------------	---

Il secondo ed ultimo caso d'uso preso in esame è quello che vede il cliente alle prese con una richiesta di prenotazione.

Caso d'uso:	UC5 - Effettuare una richiesta di prenotazione
--------------------	---

<i>Scopo:</i>	Utente
---------------	--------

<i>Livello:</i>	Utente
-----------------	--------

<i>Attore primario:</i>	Cliente
-------------------------	---------

<i>Precondizioni:</i>	• Il sito web è navigabile
-----------------------	----------------------------

<i>Postcondizioni:</i>	La richiesta è avvenuta con successo
------------------------	--------------------------------------

Scenario principale di successo:

1. il cliente accede alla pagina web
2. Il sistema mostra all'utente la pagina home page
3. l'utente richiede la pagine per le prenotazioni
4. il sistema mostra correttamente la sezione richiesta
5. il sistema carica il *form* per l'invio dei dati
6. l'utente compila i dati del *form* mostrato
7. l'utente invia i dati
8. il sistema salva i dati
9. il sistema invia email all'utente per la corretta ricezione della richiesta
10. il sistema notifica all'amministratore la richiesta avvenuta
11. il sistema mostra all'utente la home page
12. l'utente abbandona il sito

Estensioni:

4.a Pagina richiesta non disponibile:

1. il sistema non riesce a mostrare la sezione richiesta
2. il sistema invia una email al progettista con il report del bug
3. il sistema torna al punto 2

7.a Invio errato:

1. il sistema non esegue l'invio
2. il sistema mostra l'eventuale errore all'utente
3. il sistema invia una mail al progettista con il report del bug
4. il sistema mostra all'utente la pagina di provenienza

7.b Dati inseriti errati:

1. il sistema non esegue l'invio
2. il sistema mostra l'eventuale o gli eventuali dati inseriti errati
4. l'utente corregge gli errori
5. l'utente esegue il punto 7

<i>Frequenza:</i>	media/alta nelle fasi successive
-------------------	----------------------------------

I due casi d'uso mostrati precedentemente risultano essere i casi d'uso più comuni e di maggiore rilevanza per quanto riguarda questo documento. Gli altri casi d'uso elencati precedentemente risultano essere meno significativi e più banali di quelli dettagliati.

4.4 Appendice D

Gli screenshot riportati sono stati prelevati dal risultato ottenuto dall'analisi effettuata tramite il servizio offerto dal sito <http://colorfilter.wickline.org/>.

La mancanza delle immagini è dovuta dal fatto che il servizio non è riuscito ad analizzare i file di immagine presenti nello slider. Si fa inoltre presente che è stato analizzato il template del tema e non la versione finale.

Come si può notare dagli screenshot l'effetto di contrasto è comunque mantenuto non portando gravi anomalie che renderebbero il sito non navi-

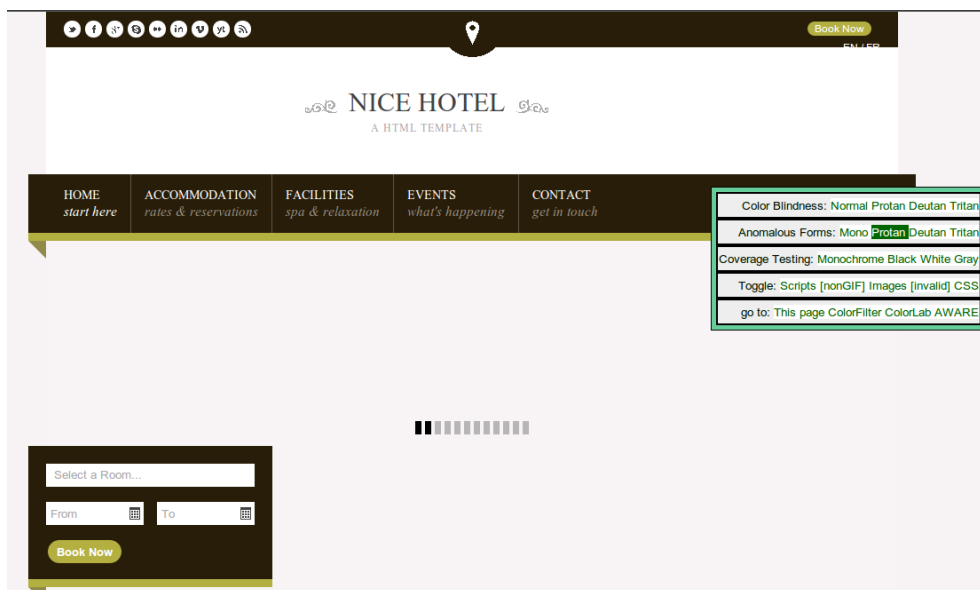


Figura 4.9: Daltonismo: protanopia

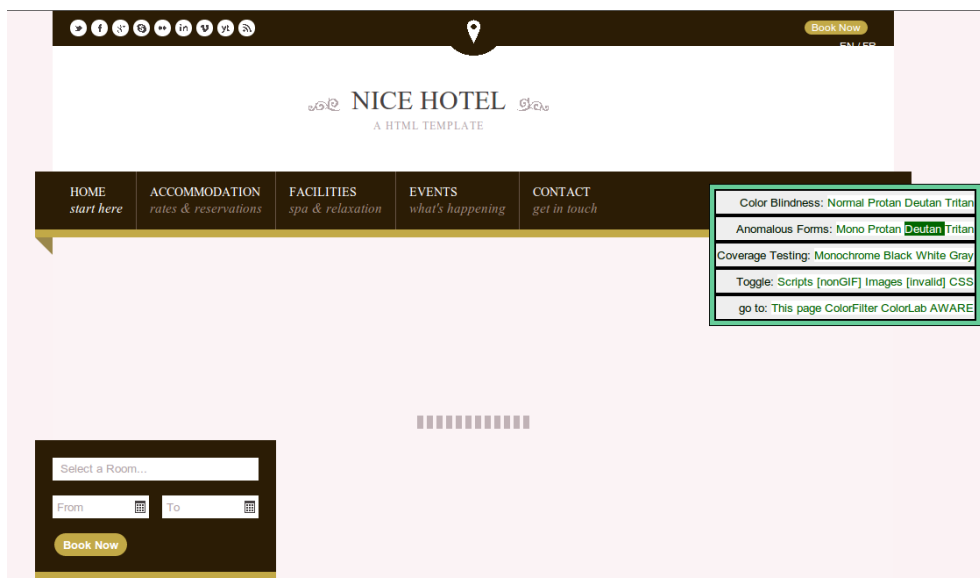


Figura 4.10: Daltonismo: deuteranopia

gabile dai daltonici.

Sono state analizzate solamente le tre più comuni forme di daltonismo e soprattutto quelle legate maggiormente ai colori scelte nel tema.

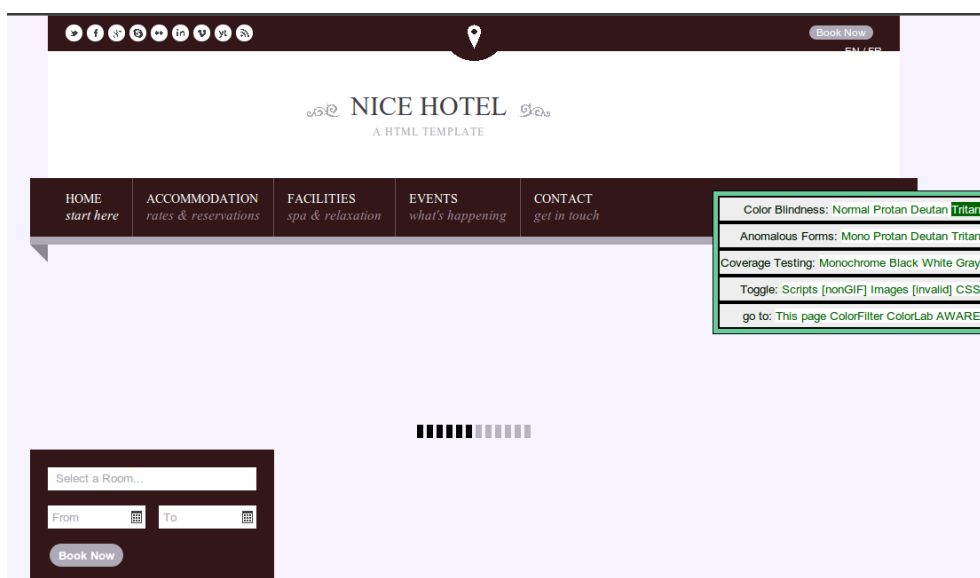


Figura 4.11: Daltonismo: tritanopia