

Project Management Highlights

# SAVE YOUR HAIR

Your True Hair

*Giulia Cantini*

*0000843504*

*giulia.cantiniz@studio.unibo.it*

*Laura Cappelli*

*0000844166*

*laura.cappelli6@studio.unibo.it*

*Daniele Rossi*

*0000855532*

*daniele.rossi22@studio.unibo.it*

# Contenuti

- Introduzione
- Analisi etnografica
- Valutazione delle risorse esistenti
- Studio di fattibilità
- Proposta di design
- Valutazione del design proposto
- Design finale
- Conclusioni

# Introduzione

Il sistema su cui è stato effettuato lo studio di usabilità è il sito web di un centro medico specializzato per la cura di calvizie e malattie inerenti alla cute.

Nel corso dello studio del sito sono stati individuati diversi problemi legati all'usabilità e all'esperienza di navigazione da parte dell'utente, per cui si è deciso di operare come segue:

- Riprogettazione della struttura del sito e della disposizione dei contenuti in modo da rendere le informazioni più ordinate, chiare e la ricerca più veloce.
- Aggiunta di una nuova sezione contenente un catalogo di prodotti per la cura del capello quali shampoo, balsami, lozioni e simili di interesse per un preciso target di utenza che precedentemente non era raggiunto: le donne tra i 50 e i 70 anni (**subplot**).

# Analisi etnografica

- Segmentazione del target
- Individuazione del target

# Segmentazione del target

Sono state individuate le seguenti caratteristiche demografiche e psicologiche così da caratterizzare i gruppi di utenti che frequentano questa tipologia di siti:

Caratteristiche demografiche	
Fascia d'età	under 25, da 26 a 40 anni, da 41 a 55 anni, da 56 a 70 anni e over 71
Sesso	maschi e femmine
Stato civile	single, fidanzato/a, sposato/a
Gravità della calvizie	lieve, media, grave
Causa della calvizie	ereditarietà, vecchiaia, stress, cure mediche invasive
Caratteristiche psicologiche	
Conoscenza dell'argomento	approfondita, buona, scarsa, nessuna
Interesse nel cercare informazioni sull'argomento	forte, medio, scarso
Atteggiamento nei confronti delle cure	Completamente favorevole, in parte favorevole, contrario
Fiducia nella riuscita dei trattamenti	ampia, media, scarsa

# Individuazione del target

Sono state prese in considerazione le seguenti categorie di utenti:

- **Uomini dai 25 ai 40 anni:** iniziano ad avere problemi di caduta di capelli e, di conseguenza, incominciano la ricerca di informazioni sulla calvizie
- **Uomini dai 40 ai 60 anni:** hanno problemi di calvizie in peggioramento e necessitano di una visita specialistica
- **Donne dai 25 ai 50 anni:** cercano informazioni generiche sui problemi dei capelli per sé e per i loro compagni
- **Donne dai 50 ai 70 anni:** hanno problemi di calvizie legati alla vecchiaia o all'uso prolungato di trattamenti dannosi per i capelli (tinte, decoloranti, etc.).

# Valutazione delle risorse esistenti

Il sito web che è stato scelto per eseguire l'analisi dell'usabilità è [Tricomed.it](https://www.tricomed.it). E' un centro tricologico italiano con più sedi dislocate sul territorio, ciascuna delle quali offre una moltitudine di trattamenti come check-up diagnostici, trapianti e tecniche all'avanguardia per la ricrescita dei capelli.

- **Ispezione del sistema**

- **Linee guida:**

- le 10 euristiche di Nielsen e Molich
    - le 247 linee guida pubblicate da Userfocus.co.uk

- **User testing**

- **Metodo:** Discount usability testing

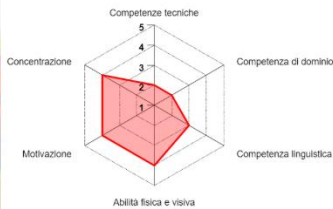
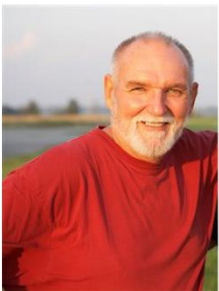
- **Lista dei task:**

- Individuare quali sono le sedi più vicine
    - Prenotare una visita tramite chiamata telefonica
    - Richiedere informazioni tramite form
    - Ricercare informazioni sulla "tricotillomania"

# Personas

## Protagonista

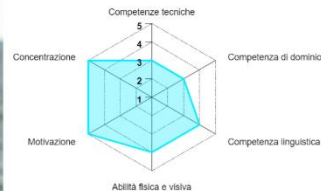
Franco



✓ <b>Lavoro:</b>	Falegname		
✓ <b>Demografia:</b>	<b>Età:</b>	55 anni	
	<b>Residenza:</b>	Montecatini Terme, Toscana	
	<b>Livello di istruzione:</b>	Licenza media	
	<b>Stato di famiglia:</b>	Sposato, due figli	
✓ <b>Profilo tecnico:</b>	Utilizza internet da 8 anni. Utilizza esclusivamente il suo computer fisso per cercare informazioni sulle ultime novità in attrezzature e macchinari da adoperare per il suo lavoro.		
✓ <b>Obiettivi:</b>	Utilizzare siti con un'interfaccia chiara, pulita e semplice. Ottenere informazioni riguardo l'alopecia, il suo problema, specialmente sui possibili rimedi, sia trattamenti che trapianti Prenotare una visita specialistica.		

## Subplot

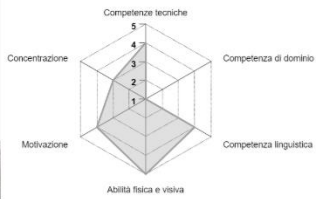
Lucia



✓ <b>Lavoro:</b>	Insegnante di scuola d'infanzia		
✓ <b>Demografia:</b>	<b>Età:</b>	60 anni	
	<b>Residenza:</b>	Qualiano, Campania	
	<b>Livello di istruzione:</b>	Diploma di Istituto pedagogico	
	<b>Stato di famiglia:</b>	Sposata, due figli	
✓ <b>Profilo tecnico:</b>	Utilizza Internet da 6 anni. Utilizza principalmente il suo portatile per inserire i dati relativi alle lezioni, lavori e presenze/assenze dei suoi bambini sul registro elettronico messo a disposizione dall'Istituto in cui lavora Ascolta musica su Internet. Naviga sui social network dal suo cellulare.		
✓ <b>Obiettivi:</b>	Utilizzare siti chiari, intuitivi, in cui è presente una completa descrizione di tutto ciò che offrono, senza tralasciare nulla, in modo tale da non compiere errori o fraintendimenti. Ottenere informazioni relative alle principali cause della caduta dei capelli e alle possibili soluzioni non invasive Prenotare una visita specialistica.		

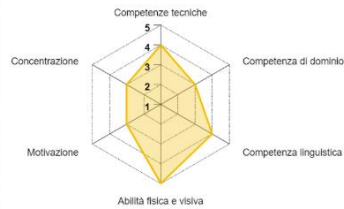
## Personaggio secondario Personaggio supplementare

Massimiliano



✓ <b>Lavoro:</b>	Rappresentante di articoli sportivi		
✓ <b>Demografia:</b>	<b>Età:</b>	30 anni	
	<b>Residenza:</b>	Milano, Lombardia	
	<b>Livello di istruzione:</b>	Diploma di Istituto tecnico commerciale	
	<b>Stato di famiglia:</b>	Single	
✓ <b>Profilo tecnico:</b>	Utilizza Internet da 10 anni. Utilizza il suo computer portatile per effettuare ricerche riguardanti l'andamento del mercato degli articoli sportivi, così da proporre ai suoi clienti quelli più in voga, mentre utilizza il suo smartphone per navigare sui social e per giocare online.		
✓ <b>Obiettivi:</b>	Utilizzare siti intuitivi, ricchi di particolari che catturano la sua attenzione. Ottenere informazioni sulle principali cause della calvizie e i relativi rimedi non invasivi in modo tale da bloccare o ridurre nel tempo il suo problema, prima che peggiori in futuro.		

Francesca



✓ <b>Lavoro:</b>	Impiegata bancaria		
✓ <b>Demografia:</b>	<b>Età:</b>	33 anni	
	<b>Residenza:</b>	Ancona, Marche	
	<b>Livello di istruzione:</b>	Laureata in Economia	
	<b>Stato di famiglia:</b>	Sposata, un figlio	
✓ <b>Profilo tecnico:</b>	Utilizza Internet da 10 anni. Utilizza il computer fisso della banca in cui è presente una piattaforma online utilizzata per portare a termine le richieste dei clienti quando è al lavoro, quando è a casa, sul suo pc fisso le piace consultare siti di e-commerce e articoli di moda. Usa il suo smartphone per navigare sui social.		
✓ <b>Obiettivi:</b>	Utilizzare siti chiari, intuitivi, che le fanno avere il pieno controllo di quello che sta facendo. Reperire informazioni per il proprio marito sui principali problemi di caduta dei capelli, cause e rimedi, sia in trattamenti, sia in soluzioni più invasive come trapianti.		

Studio di fattibilità



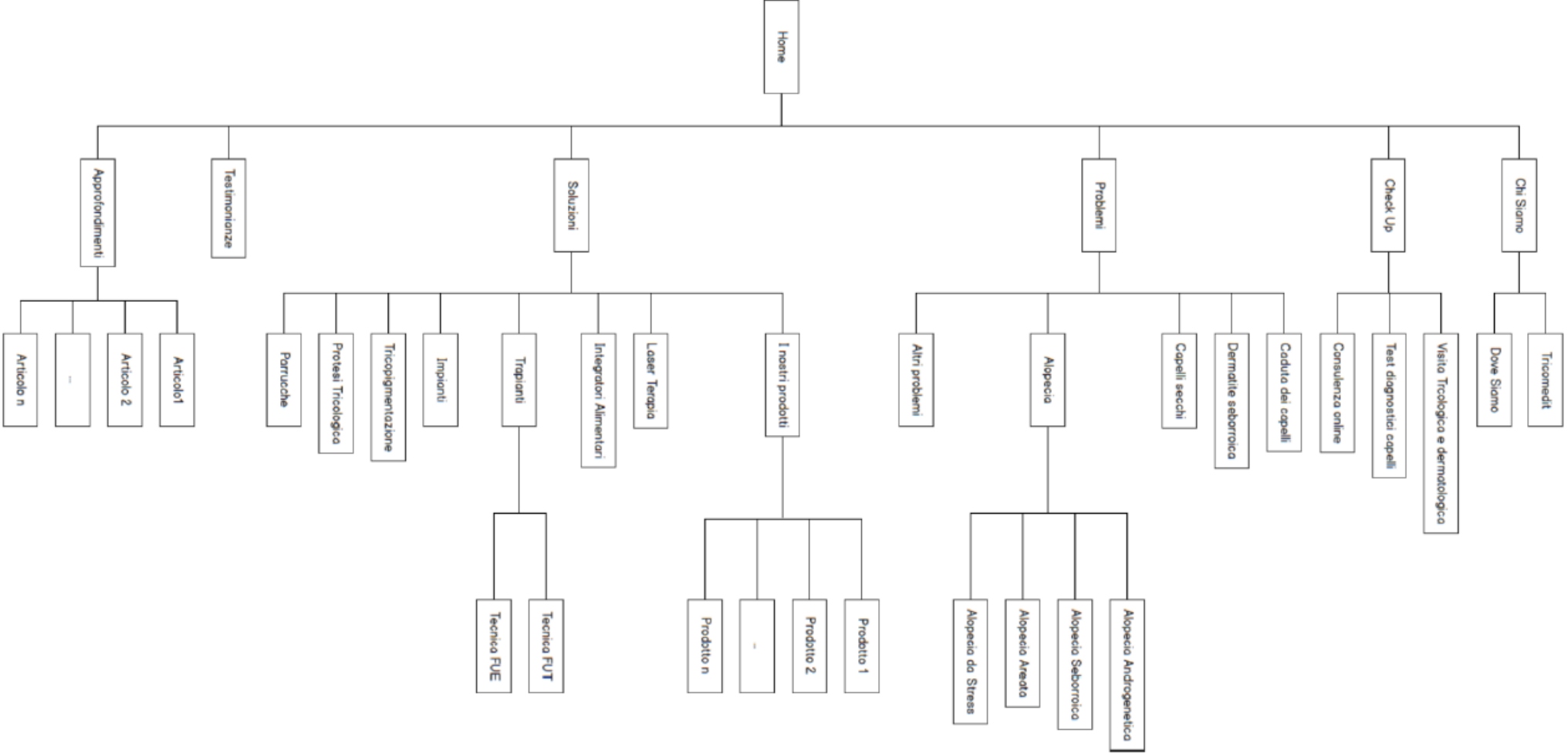
# Proposta di design

- Modello di design CAO=S
- Blueprint
- Wireframes desktop
- Wireframes mobile

# Modello di Design CAO=S

L'approccio di design che si è scelto di seguire per realizzare la proposta di progetto è il modello CAO=S, basato sulle definizioni di **concetti**, **attori**, **operazioni** e **strutture**.

- **Concetti:**
  - Problema dei capelli o della cute
  - Soluzione ad un problema
  - Salute dei capelli e della cute
  - Specialista
  - ...
- **Attori:**
  - **Attori diretti:** utenti target
    - **Attori indiretti:** manager responsabile della gestione del sito
  - **Operazioni:**
    - cercare informazioni sui problemi dei capelli (V)
- cercare informazioni sulla salute dei capelli (V)
- cercare informazioni sui prodotti (V)
- cercare informazioni sui rimedi (V)
- ...
- **Strutture:** tabella tridimensionale avente per assi i concetti, gli attori e le operazioni, dove in ogni cella si descrive come l'attore A debba poter eseguire l'operazione O sul concetto C



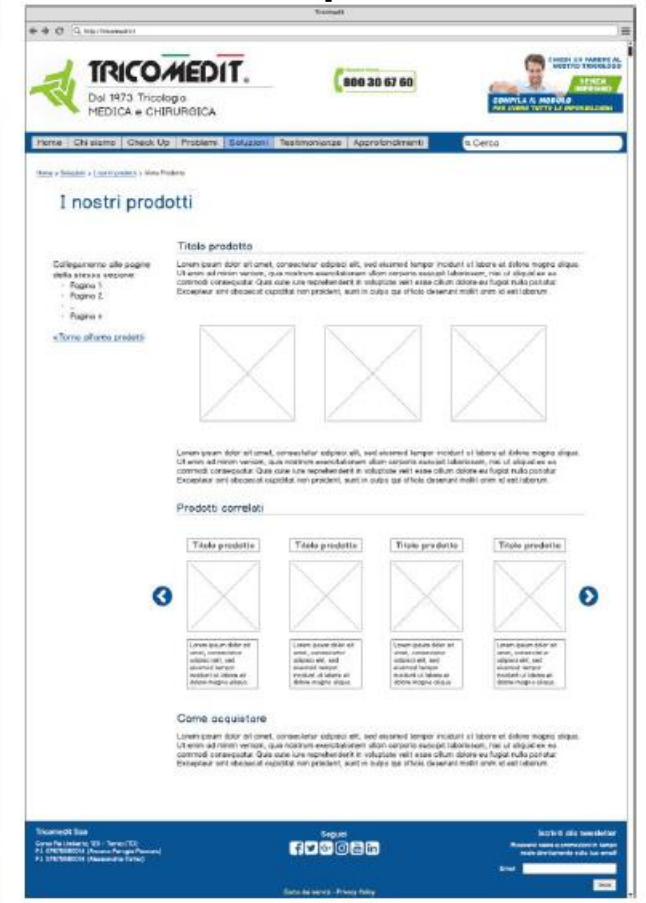
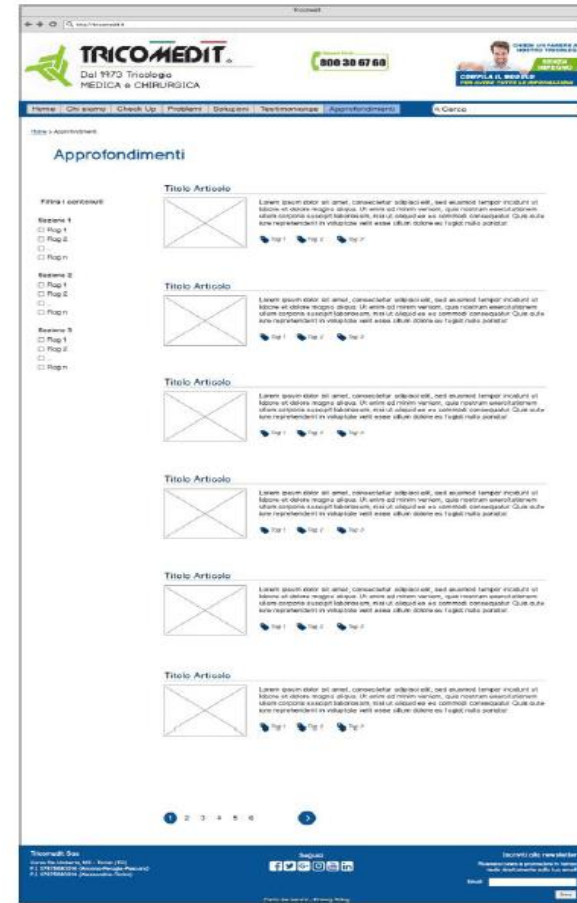
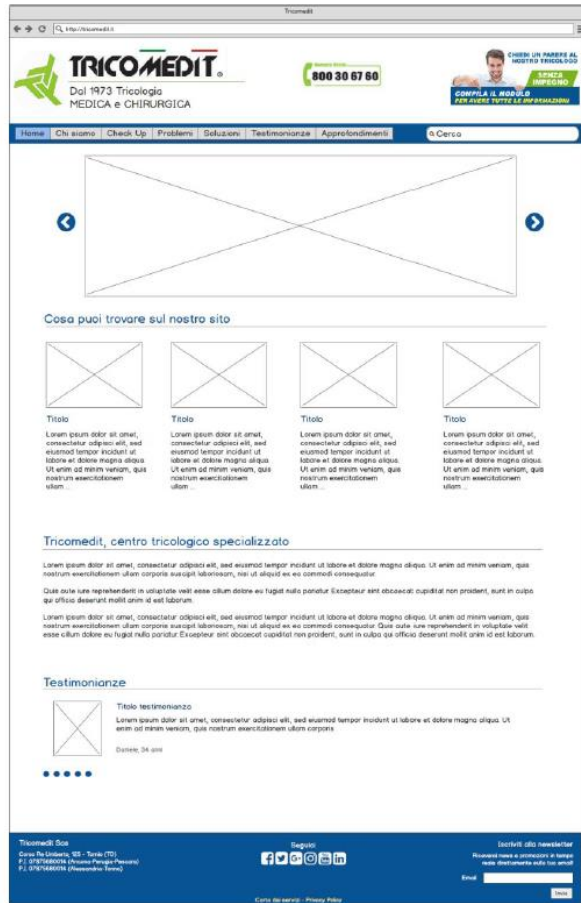
Blueprint

# Homepage

# Le nostre sedi

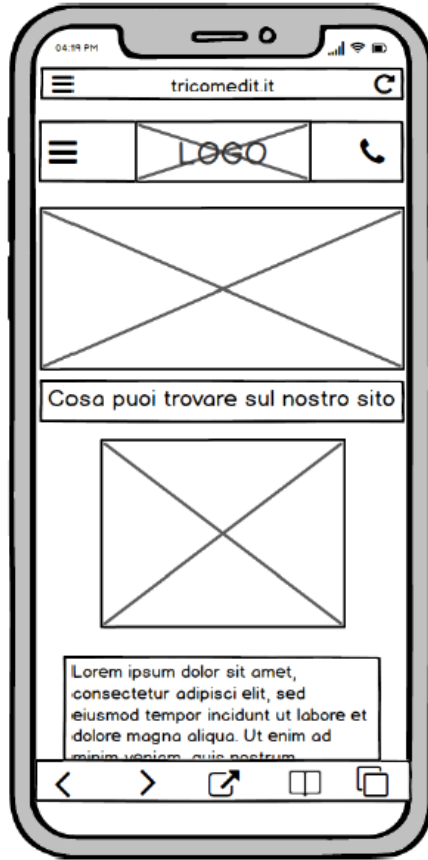
# Approfondimenti

# I nostri prodotti



# Wireframes desktop

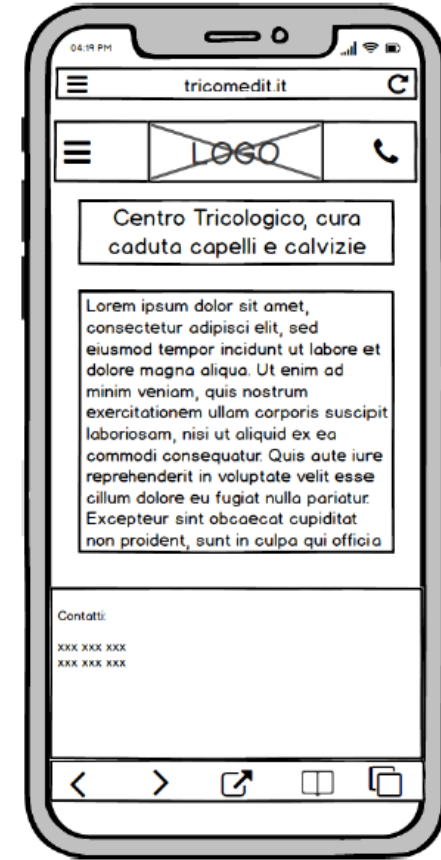
## Homepage



## Menu



## Footer



Wireframes mobile

# Valutazione del design proposto

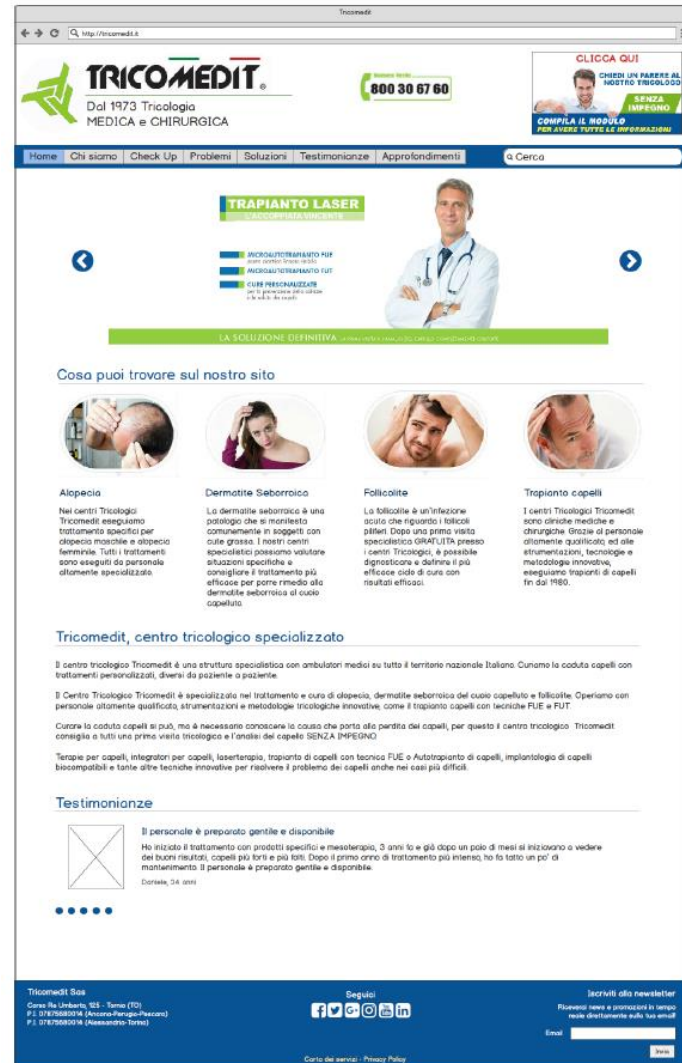
Durante la fase precedente si è effettuata una riprogettazione completa del sito web tricologico Tricomedit.it ed inoltre si è aggiunta una nuova sezione, che prima non era presente, relativa ai prodotti cosmetici quali shampoo, balsami, lozioni, oli nutrienti e integratori.

In questa fase si procederà allo studio di usabilità del sistema proposto per trovare ulteriori errori che non sono stati ancora corretti.

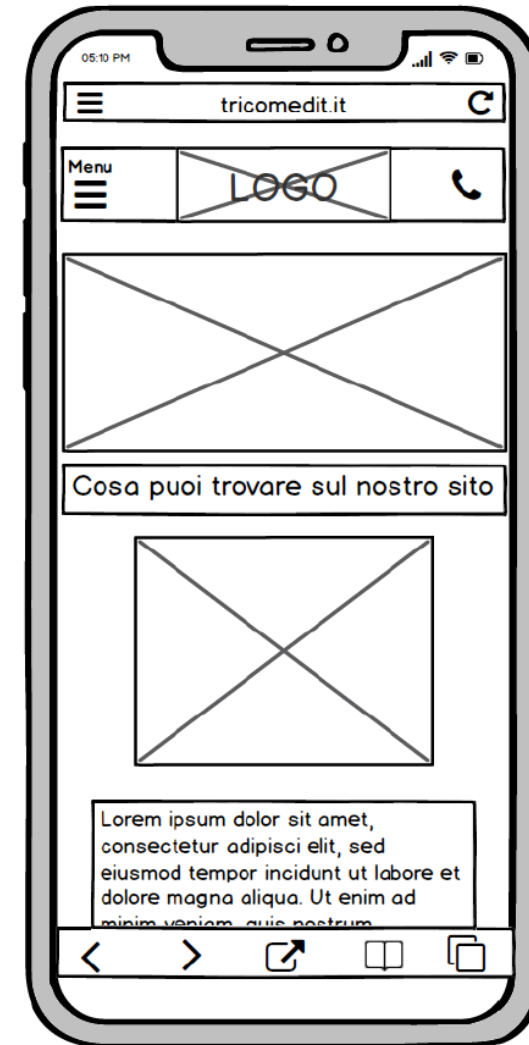
- **Ispezione del sistema**
  - **Cognitive Walkthrough**
    - **Task 1:** Contattare gli specialisti per informazioni e visite tramite form di contatto
    - **Task 2:** Cercare informazioni e soluzioni relative al problema della "alopecia"
- **User testing:**
  - **Metodo :** Discount usability testing
  - **Lista dei task:**
    - Contattare gli specialisti per informazioni e visite
    - Cercare informazioni relative ad un determinato problema («alopecia») e le relative soluzioni possibili
    - Cercare informazioni relative ai prodotti
    - Filtrare e visualizzare i prodotti per categorie

# Design finale

## Homepage desktop



## Homepage mobile



# Conclusioni

Attraverso il nuovo sistema proposto, ora gli utenti che visionano il sito web sono in grado di raggiungere con facilità tutte le sue parti, senza perdersi tra le pagine o senza dover abbandonare la ricerca a causa della troppa confusione nei contenuti e nella disposizione dei menu.

Siamo riusciti a trovare un buon compromesso di usabilità, facilità di navigazione, chiarezza dei contenuti ed esperienza utente.

Lo si può notare dai risultati del testing effettuato sul sistema proposto.

Inoltre, è presente la nuova sezione «I nostri prodotti» per soddisfare le esigenze del subplot.



Quest'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).