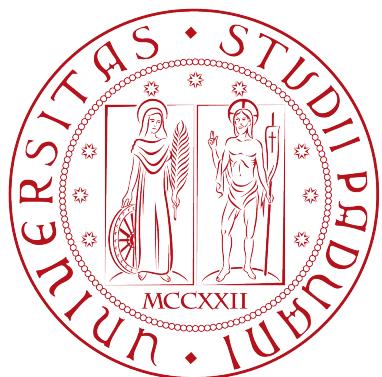


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA



DIPARTIMENTO
MATEMATICA
DIPARTIMENTO DI MATEMATICA "TULLIO LEVI-CIVITA"

SCUOLA DI SCIENZE

CORSO DI LAUREA IN INFORMATICA

PROGETTO DI WEB INFORMATION MANAGEMENT

Analisi di usabilità di un sito web

Autore: Michele Tagliabue

Matricola: 1206966

Sito analizzato: <https://www.myprotein.it/>

Periodo di analisi: Marzo - Aprile 2019



Indice

1 Analisi Preliminare	2
1.1 Dominio	2
2 Homepage	3
2.1 6 Assi informativi	3
2.2 I timer	5
3 Il contenuto	7
3.1 Intestazione	7
3.2 Ricerca	7
3.3 Visualizzazione risultati	8
3.4 Dettaglio prodotto	11
3.5 Cassa	14
3.6 Errore 404	15
3.7 Menù e breadcrumb	15
4 Considerazioni finali e conclusioni	17
5 Lista delle figure	18



1 Analisi Preliminare

MyProtein è un brand specializzato in prodotti alimentari e abbigliamento per sportivi. Il marchio, con sede a Manchester, è attivo dal 2004 su scala globale. Per commercializzare i propri prodotti, MyProtein si affida alla vendita online, sia su Amazon che, soprattutto, sul portale myprotein.it (oggetto di questa analisi). Il brand e di conseguenza anche il sito hanno subito un importante restyling al termine del 2018.

1.1 Dominio

Il dominio scelto è myprotein.it, che è il nome del brand. L'utilizzo del *top-level domain* ".it" è dettato dall'esigenza di internazionalizzazione: esiste anche il sito myprotein.com, scritto in inglese con prezzi in sterline, rivolto al mercato del Regno Unito.

Per quanto riguarda il nome del brand, esso è facilmente memorizzabile in quanto associa due parole di uso comune ("my" e "protein"). A mio avviso, quando si parla di integrazione alimentare sportiva, il primo prodotto che viene in mente sono le proteine in polvere ("protein" in inglese), pertanto, pur non essendo un nome particolarmente corto, è comunque molto facilmente memorizzabile per un pubblico di sportivi, che è il target di utenza al quale si rivolge.



2 Homepage

Volendo fare un paragone con il mondo fisico, possiamo considerare un sito web come l'alter-ego virtuale di un negozio (e, nel caso di un e-commerce come MyProtein, direi che non c'è metafora più azzeccata). L'amo del negozio fisico è la vetrina, che possiamo far corrispondere alla homepage: il suo compito è quello di catturare l'utente, far sì che prosegua la navigazione (ovvero entri nel negozio) e magari acquisti anche qualcosa.

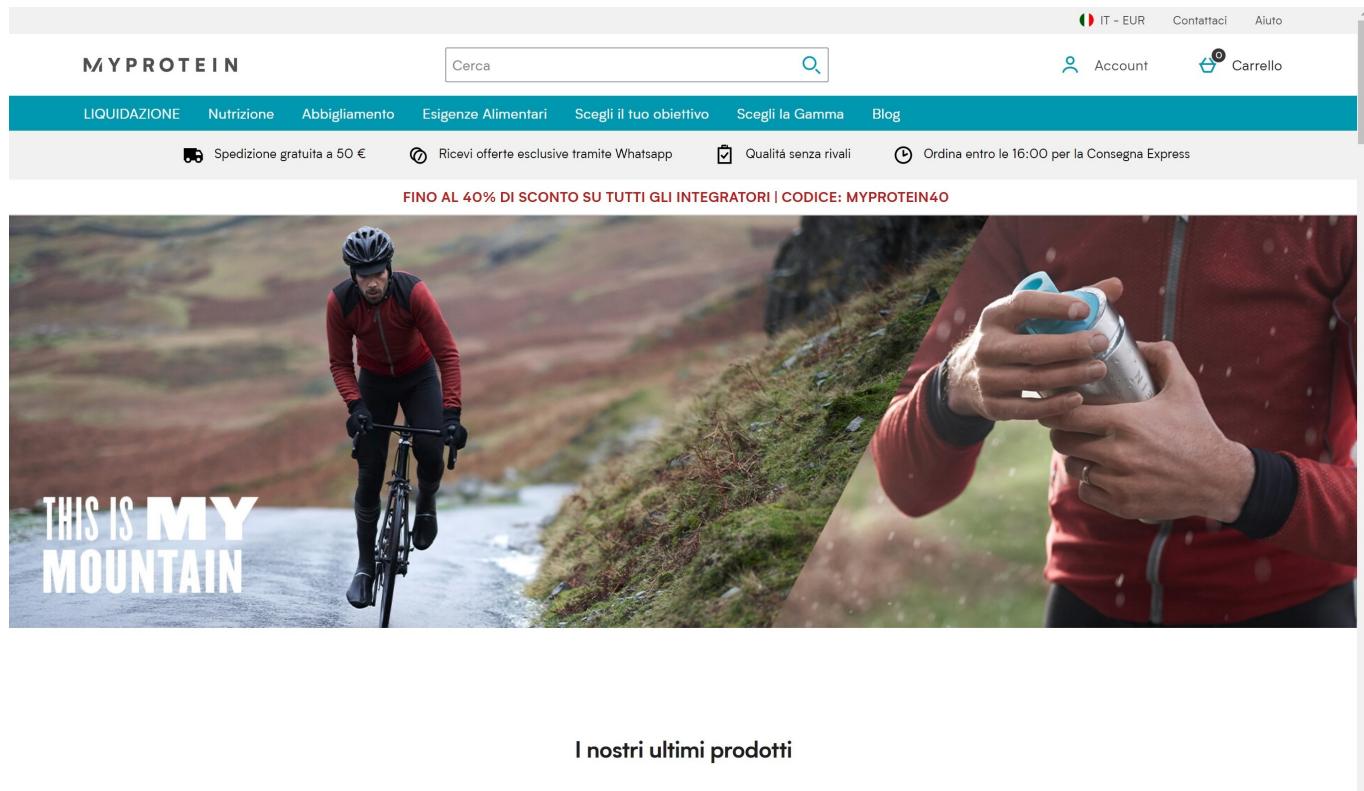


Figura 1: Porzione visibile della homepage di MyProtein. Ho lasciato apposta visibile la scrollbar a destra per far capire quanto "alta" sia la pagina.

2.1 6 Assi informativi

La homepage è il luogo dove l'internauta cerca informazioni, che essa deve rendere disponibili nel modo migliore possibile. Fortunatamente questo problema trova un omologo nel giornalismo, in cui un articolo, pur avendo una quantità limitata di parole a disposizione (dette dalle esigenze di impaginazione), deve poter fornire una descrizione completa dell'argomento affrontato, rispondendo a delle domande, le cosiddette 6W: *Where, Who, Why, What, When, How*. Esse possono essere reinterpretate in ambito web con le modalità che analizzerò nei paragrafi sottostanti.

Where - A che tipo di sito sono arrivato? Le parole "Carrello" e "Spedizione gratuita a 50 €" suggeriscono sito di e-commerce. Nome e menù suggeriscono che sono arrivato ad un sito che vende integratori proteici (vedi nome MyProtein) e anche abbigliamento (vedi voce di menù "Abbigliamento").



Who - Chi c'è dietro al sito? Tutte le pagine del sito, quindi anche la Homepage, riportano nella parte alta (a sinistra o in centro, dipende dalle dimensioni dello schermo) il logo "MyProtein". Un problema è che al logo è associato il link alla homepage, e il collegamento alla pagina "Chi Siamo", contenente le informazioni sull'azienda dietro il marchio MyProtein, si trova nel footer del sito, a circa 4 o 5 scroll di distanza. Questo comporta, per l'utente, a capire istantaneamente di essere sul sito del brand MyProtein ma, se non conosce tale brand, potrebbe avere delle difficoltà nel capire chi è/cos'è MyProtein. Proporrei quindi uno slogan (magari sotto il logo), riassunto del seguente paragrafo di presentazione all'interno della pagina "Chi Siamo":

In quanto marchio leader nella nutrizione sportiva, forniamo una vasta gamma di prodotti di qualità tra cui proteine in polvere, vitamine, minerali, cibi proteici, alternative sane per la merenda e indumenti sportivi.

Why - Perché dovrei dare la mia fiducia? Che benefici mi dà? MyProtein è un marchio molto famoso tra gli sportivi e gode di una fama molto positiva. In ogni caso, nella parte alta della homepage (sotto il menù), sono riportati i vantaggi che si ottengono comprando direttamente nel sito (si veda figura 2):

- Spedizione gratuita per ordini di importo uguale o superiore a 50 €;
- Qualità dei prodotti, approfondita nella pagina target del link "Qualità senza rivali";
- Possibilità di vedersi recapitare l'ordine il giorno successivo al pagamento (consegna express).

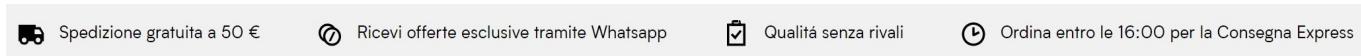


Figura 2: Vantaggi di MyProtein, presenti in homepage

What - Che cosa offre il sito? Ancora una volta, il nome "MyProtein" suggerisce che i prodotti presenti nel sito abbiano qualcosa a che fare con gli integratori proteici. In ogni caso, le tipologie di prodotti offerti sono raggruppate in due categorie, "Nutrizione" e "Abbigliamento", che sono anche due delle voci del menù presente nella parte alta del sito. Inoltre, come specificherò meglio nel paragrafo successivo, nella homepage sono presenti alcuni prodotti in "esposizione", sebbene sia necessario quantomeno uno scroll per raggiungerli. Infine MyProtein possiede anche un blog (dove, tra l'altro, sono presenti numerose ricette "fit"), come si può evincere dall'ultima voce di menù.

When - Quali sono le ultime novità? Nella homepage sono due i punti principali in cui si possono vedere le ultime novità, in termini di prodotti/linee di prodotto o servizi:

1. L'immagine larga nella parte centrale della prima porzione visibile (quella con la scritta "THIS IS MY MOUNTAIN" in bianco) indica generalmente l'ultima linea di prodotti inserita;
2. Dopo una scroll è presente una sorta di vetrina delle novità in termini di prodotti (che, con fantasia, si intitola "I nostri ultimi prodotti"), riportata in figura 2.

La soluzione adottata, a mio parere, è buona ma migliorabile: bisognerebbe ridurre l'enorme quanto inutile spazio verticale tra l'immagine di testata e la scritta "I nostri ultimi prodotti", che porterebbe la vetrina ad essere visibile (almeno parzialmente) senza dover scrollare.



I nostri ultimi prodotti

Cookie Proteico con Ripieno
Cookie con gocce di cioccolato ed delizioso ripieno al caramello, con alto contenuto di proteine e basso contenuto di zuccheri.

Barretta 6 Strati
Vuoi uno spuntino delizioso senza sensi di colpa? Prova la nostra barretta con 6 strati con una consistenza unica ed un alto contenuto di proteine e basso contenuto di zuccheri.

CACCIA ALL' UOVO
1. Segui gli Indizi
2. Trova le 3 uova nascoste sul sito
3. Scopri la sorpresa
Indizio: Allenarsi è divertente, ma se lo fai con un amico, lo è ancora di più! Perché non "Inviti un Amico"?
Un consiglio: La fedeltà viene sempre premiata

Figura 3: Vetrina dei nuovi prodotti, presente in homepage

How - Come faccio a fare le cose? A mio avviso, la navigazione all'interno del sito è abbastanza ben strutturata. Il menù di navigazione è diviso in sezioni: "LIQUIDAZIONE", "Nutrizione", "Abbigliamento", "Esigenze Alimentari", "Scegli il tuo obiettivo", "Scegli la gamma" e "Blog". Cliccando o mettendo il mouse sopra una delle voci di menù, esclusa la prima e l'ultima, si accede ad un sottomenù a sua volta organizzato per argomenti. Prendendo l'esempio di "Nutrizione" (visibile in figura 4), se a prima vista può sembrare un po' caotico, in realtà è molto ben organizzato e guida l'utente alla scoperta della gamma di prodotti, i quali adottano una catalogazione avanzata e "multi criterio", aiutando l'utente a trovare il prodotto giusto in base alle sue esigenze (come se fosse una ricerca guidata): prendendo l'esempio del prodotto "Impact Whey Isolate", esso appartiene sia alla categoria "proteine Whey" che a quella "Post Workout". Inoltre, nel caso si volesse trovare un prodotto specifico, è presente una barra di ricerca con tanto di anteprime e suggerimenti in tempo reale. L'unica nota negativa che ho trovato è la presenza di un altro menù nel footer del sito, in parte pure ridondante.

2.2 I timer

Il tempo che ci mette un utente a trovare un'informazione è molto importante. Considerando che un visitatore dedica in media dai 31 ai 14 secondi alla sua ricerca, rendere i contenuti facilmente reperibili e interpretabili risulta cruciale nel determinare il successo o il fallimento di un sito web.

In homepage l'utente si aspetta di trovare risposte a tutte le 6W, quantomeno se è alla prima visita. In tal caso è disposto a dedicare mediamente 31 secondi, che corrispondono alle abilità di lettura di circa 91 parole, ma che possono scendere ulteriormente se si considera il tempo di "rendering mentale" del layout. In ogni caso, nella porzione visibile, che, come spiegato nei paragrafi precedenti, consente di rispondere alle 6W, sono presenti circa una 50ina di parole, sufficienti a rispettare i timer del visitatore.

Nel caso di ritorno, il tempo medio scende fino a 14 secondi (circa 40 parole), ma all'utente non serve più l'informazione degli assi who, where e why. Anche in questo caso l'utente mediamente riuscirà a trovare le informazioni che li servono nel tempo prestabilito, essendo la homepage molto ben organizzata.



MY PROTEIN

Account

0 Carrello

[LIQUIDAZIONE](#) [Nutrizione](#) [Abbigliamento](#) [Esigenze Alimentari](#) [Scegli il tuo obiettivo](#) [Scegli la Gamma](#) [Blog](#)

I Più Venduti

Proteine

Aminoacidi

Creatina

Controllo del Peso

Pre, Intra & Post Workout

Novità

Whey Protein

BCAA Integratori

Creatina Monoidrato

Weight Gainers

Pre Workout

Campioni

Latte & Caseina

Glutamina Integratori

Integratori per la Perdita di Peso

Intra Workout

Pacchetti

Proteine Vegane

L-Carnitina Integratori

Diet Shakes

Post Workout

Outlet

Formule Proteiche

Vitamine & Minerali

Alimenti & Snacks

Carboidei

Fibre & Grassi Essenziali

Accessori

Integratori Multivitaminici

Barrette Proteiche

Integratori Energetici

Integratori di Fibra

Shaker & Bottiglie

Integratori di Vitamine

Burro di Mandorle

Barrette Energetiche

Integratori a Base d'Erbe e Piante

Scoops & Barattoli

Integratori di Minerali

Aromi & Dolcificanti

Gel Energetici

Omega 3 & Olio di Pesce

Accessori Fitness

Drink Proteici

Pasti Sostitutivi

Drink Energetici

Containitori Meal Prep & Alimenti

Alimenti Proteici

Snack Proteici



3 Il contenuto

Dopo aver esaminato nel dettaglio la homepage, qua di seguito verranno analizzate le pagine interne più significative e alcuni aspetti comuni in esse, come breadcrumb e ricerca.

3.1 Intestazione

Ogni pagina del sito, sia homepage che interna, ha la stessa intestazione, che consta del logo, del menu e soprattutto della barra di ricerca.

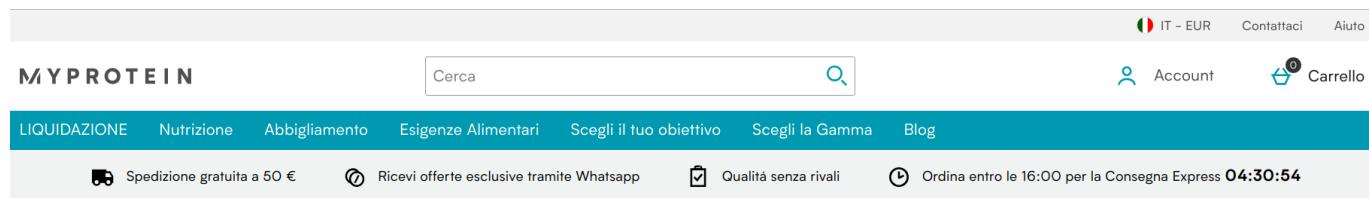


Figura 5:
Intestazione del sito, comune a tutte le pagine.

A mio parere è stata fatta una scelta corretta, considerando che molti utenti (grazie soprattutto ai motori di ricerca) entreranno direttamente in una pagina interna, senza passare per la homepage: questo fenomeno è conosciuto con il nome di *deep-linking*.

La sezione di intestazione ripetuta in tutte le pagine contiene informazioni preziose, ovvero le risposte alle domande:

- **Who:** è presente il logo "MyProtein" in alto a sinistra;
- **Why:** sotto il menu (si veda figura 2) sono presentati i punti di forza del brand (spedizione gratuita oltre i 50 euro, qualità e consegna express);
- **What:** le voci di menu suggeriscono che il sito tratti integratori e abbigliamento;
- **How:** menu e barra di ricerca permettono all'utente di capire facilmente come muoversi efficacemente all'interno del sito.

In ogni caso, siccome questi aspetti li ho già ampiamente analizzati precedentemente, rimando alla sezione 2.1.

3.2 Ricerca

MyProtein offre centinaia di prodotti di eterogenee caratteristiche, che vanno dagli integratori ai capi di abbigliamento. E' quindi fondamentale la funzionalità di *ricerca interna* che il sito offre. Essa è presente nella parte alta di tutte le pagine, ed è implementata con:

- Un campo di testo, nel quale ci stanno circa 38 caratteri;
- Un tasto che scatena la ricerca, contenente l'icona della lente.



Le dimensioni del box di ricerca sono adeguate, considerando che la capienza minima consigliata è di circa 30 caratteri. Il tasto che scatena la ricerca, invece, ha solo l'icona della lente, senza testo. Anche se è stato dimostrato che gli utenti si trovano più a loro agio con la scritta "search" o "cerca", l'icona della lente è ormai una convenzione nel web. Quando poi si scrive, il tasto si "evidenzia" colorandosi di bianco su sfondo blu, evidenziando il fatto che sia cliccabile, come visibile in figura 6. Inoltre, la ricerca può essere lanciata anche con il tasto "invio" della tastiera.

Sempre in figura 6 sono visibili i suggerimenti di ricerca, calcolati in tempo reale mentre l'utente scrive sul campo di ricerca, divisi in due tipologie:

- completamento della query in base alle ricerche frequenti, nella parte superiore;
- prodotti più comuni suggeriti in base alla query scritta, nella parte inferiore.

Per selezionare un suggerimento si può usare il mouse (clicandoci sopra) o la tastiera (tramite le frecce direzionali e il tasto invio). Il menù a tendina in cui sono contenuti tali suggerimenti, inoltre, è fault tolerant, in quanto non si chiude se ci si sposta al di fuori di esso con il puntatore del mouse.

Personalmente trovo i prodotti più comuni nei suggerimenti di ricerca molto utili e, grazie ad essi, non vi è quasi mai il bisogno di utilizzare la pagina che mostra i risultati completi (che descriverò nella sezione successiva). La rappresentazione dei prodotti è scarsa ma molto efficace: è presente il nome, una piccola immagine di anteprima (inutile ma graficamente piacevole), la valutazione media e, soprattutto, un'indicazione di prezzo.

3.3 Visualizzazione risultati

In figura 7 è rappresentata la pagina che mostra i risultati di una ricerca. Essa si compone di tre elementi fondamentali:

1. prodotti risultato della ricerca;
2. filtri avanzati;
3. ordinamento e navigazione.

Prodotti I risultati di ricerca sono disposti in una griglia di tre colonne, raggruppati in pagine, ciascuna contenente 30 elementi. Per ogni prodotto è presente la foto, il nome, il rating medio (in stelle, da 0 a 5), eventuali promozioni attive/codici sconto collegati (ad esempio, in figura, "SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA | CODICE: MYPALDI") e, soprattutto, il prezzo. Esso, seppur in caso di prodotti venduti in più varianti (ad esempio, confezione da 1kg e confezione da 2.5kg) si riferisca a quella più economica, non è un prezzo esca, ed è addirittura al lordo degli sconti che si possono applicare con gli eventuali codici sconto reperiti dal sito o dai partner: MyProtein infatti adotta la strategia dell'*affiliate marketing*, sponsorizzando degli atleti e distribuendo loro dei codici sconto da dare ai loro seguaci validi 365 giorni l'anno. Il prezzo non comprende la spedizione ma, come specificato nell'intestazione di tutte le pagine, essa è gratuita per ordini superiori ai 50 euro.

Ritengo che la rappresentazione dei risultati di ricerca sia stata fatta in maniera molto positiva, ad eccezione di una cosa: per entrare nel dettaglio del prodotto (e quindi aggiungerlo al carrello), si può cliccare solo sopra l'immagine dello stesso. A mio avviso sarebbe stato meglio mettere anche un tasto "Visualizza



The screenshot shows a search interface with a teal header bar containing a magnifying glass icon and a close button. Below the header, the word "proteine" is typed into a search input field. A list of suggestions follows:

- proteine
- proteine del
- proteine di
- proteine del siero
- proteine del siero di

Below the suggestions, a section titled "Prodotti" displays five product cards:

- Proteine di Collagene**
★ ★ ★ ★ ★
da 17.99€
- Proteine Isolate del Pisello**
★ ★ ★ ★ ★
da 12.99€
- Impact Whey Protein Elite**
★ ★ ★ ★ ★
da 38.79€
- Proteine Isolate di Soia**
★ ★ ★ ★ ★
da 13.99€
- Impact Whey Protein**
★ ★ ★ ★ ★
da 6.39€

Figura 6:
Suggerimenti di ricerca.

dettagli", o per lo meno rendere anche il nome del prodotto cliccabile, magari apponendoli lo stile di un link (testo sottolineato e di un colore diverso).



The screenshot shows the My Protein website's search results page for the query "proteine". The search bar at the top contains "proteine". Below it, there are several filters on the left: Prezzo (Price), Risparmi (Savings), Categorie Nutrizione (Nutrition Categories), Tipologia nutrizione (Nutrition Type), and Tipologia di prodotto per nutrizione (Nutrition Product Type). The main area displays 258 results for "proteine", ordered by Relevance. Each result card includes a product image, the product name, a "Buy Now" button, a price (e.g., 38.79€, 7.99€, 17.99€), a savings amount (e.g., Risparmio: 9.70€, Risparmio: 18.50€), and a star rating. At the bottom right, there are navigation arrows for the search results.

Figura 7:
Risultati di ricerca con query "proteine".

Filtri avanzati A lato pagina sono presenti dei filtri avanzati che consentono di specializzare la ricerca in maniera molto fine. Essi implementano il principio della ricerca vincolata dinamica ma in modo progressivo: non è necessario per forza specificare un valore per tutti i filtri, ma al cambiamento anche di uno solo di essi, i risultati vengono aggiornati.

A mio parere, questa funzione è realizzata in modo molto semplice, intuitivo ed efficace.

Ordinamento dei risultati e navigazione tra le pagine Nella parte alta, sopra la prima riga di prodotti, sono presenti i comandi che consentono di cambiare l'ordine in cui i risultati sono visualizzati, ma anche di muoversi tra le pagine di ricerca. Poder ordinare i prodotti per prezzo (crescente o decrescente), per rilevanza, per popolarità ecc.. è cosa gradita. Inoltre, il fatto che i pulsanti di navigazione tra una pagina dei risultati e l'altra siano ripetuti anche nella parte alta dello schermo li rende sempre prontamente raggiungibili.

In caso non ci siano prodotti che soddisfino i criteri di ricerca dell'utente, il fatto li viene comunicato tramite una pagina che fornisce anche una carrellata di prodotti più venduti, ai quali è statisticamente più facile che l'internauta sia interessato.



The screenshot shows a search results page for "colomba pasquale" on the Myprotein website. At the top, there's a navigation bar with links for Liquidaione, Nutrizione, Abbigliamento, Esigenze Alimentari, Scegli il tuo obiettivo, Scegli la Gamma, and Blog. There are also links for IT - EUR, Contattaci, and Aiuto, along with Account and Carrello buttons. A search bar contains the query "colomba pasquale". Below the search bar, there are promotional banners for "Spedizione gratuita a 50 €", "Ricevi offerte esclusive tramite Whatsapp", "Qualità senza rivali", and a delivery deadline of "Ordina entro le 16:00 per la Consegna Express 01:22:56". A red banner at the bottom of the page says "SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA I CODICE: MYPALDI". The main content area displays a message: "Ci Dispiace. Non Siamo Riusciti A Trovare Nessun Risultato Con 'Colomba Pasquale'". Below this, there are suggestions for spelling ("Controlla il tuo spelling"), alternative words ("Usa una o due parole chiave"), and a link to search for a different term ("Prova a cercare un termine diverso"). A note states: "Siamo spiacenti, questo prodotto potrebbe non essere più disponibile". A search bar with the placeholder "Riprova" and a magnifying glass icon is shown. Below the search bar, a section titled "I più venduti" is displayed, featuring three products: "I Più Venduti" (a bag of BCAA and a bottle of CCA), "Aminoacidi" (a bag of Essential BCAA 2:1:1), and "Snack & Alimenti" (a bag of Protein Cookie). Each item has a "Acquista" button below it. At the bottom of the page, there are three small thumbnail images.

Figura 8:
Pagina di ricerca senza esito.

3.4 Dettaglio prodotto

Questa pagina presenta un prodotto nel dettaglio. Contiene il suo nome, il prezzo, le varianti acquistabili (in gusto e dimensione, ad esempio), la descrizione dettagliata, le foto, i commenti/recensioni e un set di prodotti correlati suggeriti (non presenti nello screenshot).

L'articolo è rappresentato graficamente in 2D tramite delle foto che lo ritraggono con diverse angolature; tali foto possono essere anche zoomate/visualizzate a tutto schermo. Trovo positivo che non sia stata adottata una soluzione 3D, che avrebbe inutilmente causato del sovraccarico cognitivo anche perché onestamente ritengo inutile poter vedere più di un paio di angolazini di un sacchetto di integratori (l'importante non è la grafica del sacchetto, ma il contenuto!!).

Il prezzo del prodotto è rappresentato per singola unità, al lordo degli sconti e al netto della spedizione. Cambiando variante (ad esempio selezionando un gusto diverso o, quando disponibile, una dimensione diversa) esso si aggiorna automaticamente. Qualche riga sotto di esso è presente anche la disponibilità, che da un'idea del tempo necessario all'evasione dell'ordine.

La parte centrale della pagina è occupata dalla descrizione delle caratteristiche dell'articolo, quali ingredienti, usi consigliati, informazioni nutrizionali (molto importanti in prodotti del genere). Sebbene esse siano contenute in un menu a fisarmonica, quindi obblighino di fatto l'utente ad un click in più per accedere all'informazione desiderata, questa scelta permette di mantenere la pagina molto ordinata e, di conseguenza, diminuire lo sforzo computazionale necessario all'utente per trovare l'informazione desiderata.

Nella parte inferiore della pagina sono presenti le recensioni effettuate da altri clienti, che possono aiutare



The screenshot shows a product page for 'Impact Whey Protein Elite' on the Myprotein website. At the top, there's a navigation bar with links like 'LIQUIDAZIONE', 'Nutrizione', 'Abbigliamento', 'Esigenze Alimentari', 'Scegli il tuo obiettivo', 'Scegli la Gamma', and 'Blog'. Below the navigation is a search bar and user account information. A banner at the top right says 'SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA | CODICE: MYPICALDI'. The main content area features a large image of the product bag, which is white with blue accents and the text 'IMPACT WHEY PROTEIN'. To the left of the main image are smaller thumbnail images of the product. To the right of the main image, there's a detailed product description, including a summary, a rating section (4.5 stars from 4 reviews), a price of 38.79€, and a savings of 9.70€. Below this, there are dropdown menus for 'Gusto' (Chocolate) and 'Dimensione' (2.5 kg). An 'Acquista' (Buy) button is located next to the quantity selector (set to 1). At the bottom of the main content area, there's a note about delivery times and a promotional code. Below the main content, there's a section titled 'Recensioni dei clienti' (Customer reviews) with a star rating chart showing 4.5 stars from 4 reviews. The chart shows the distribution of reviews across five star levels: 5★ (3 reviews), 4★ (0 reviews), 3★ (1 review), 2★ (0 reviews), and 1★ (0 reviews). There's also a link to 'Scrivere una recensione' (Write a review).

Figura 9:

Dettaglio di un prodotto. N.b.: l'area catturata nell'immagine è più della porzione visibile.

nel valutare l'efficacia di un prodotto (anche se, soprattutto per gli alimenti/integratori, andrebbero prese con le pinze) e i prodotti correlati, utili se non si ha un'idea ben precisa delle proprie necessità. Infine, ultimo ma non ultimo, nella parte alta della pagina si trova il pulsante "Acquista". Alla pressione, esso rivela una finestra di dialogo (si veda figura 10) che riepiloga il prodotto che si è appena inserito nel carrello (prezzo x quantità) e il totale parziale dello stesso. Dentro la finestra sono presenti anche altri due pulsanti, "Cassa" (che permette di concludere l'ordine e pagare) e "Continua ad acquistare", che chiude la



finestra modale. La criticità maggiore che ho individuato è l'assenza di via di fuga, a meno della pressione del tasto "Continua ad acquistare" o della "X" posta in alto a destra per chiudere la finestra di dialogo. Infatti, il click al di fuori dell'area della modal non la chiude, e la pressione del tasto "Indietro" del browser fa uscire dalla pagina del prodotto. Personalmente, per quanto comoda, eviterei l'uso di una finestra modale, o quantomeno implementerei una via di fuga, come la chiusura se viene premuta un'area al di fuori della finestra.

The screenshot shows a modal window titled "Hai aggiunto" (You've added) in bold black font. Inside the modal, there is a product image of a white bag of "IMPACT WHEY PROTEIN" from Myprotein. To the right of the image, the product name "Impact Whey Protein Elite - 2.5kg - Cioccolato" is displayed, along with its price "38.79€". Below this, the quantity "Quantità: 3" is shown, followed by the total partial amount "Totale parziale: 232.74€" and the message "(6 prodotti aggiunti al carrello)". At the bottom of the modal are two buttons: a blue "Cassa" button and a white "Continua ad acquistare" button with blue text. The background of the page is visible through the semi-transparent modal, showing the product details and a sidebar with shopping-related information.

I clienti che hanno acquistato questo prodotto, hanno acquistato anche:

Creatina Monoidrato Elite	Shaker	Creatina Monoidrato	Creatina monoidrato
(3)	(184)	(269)	(28)
14.99€ Risparmia: 4.50€	3.49€	da 3.99€ Risparmia: 21.84€	11.99€ Risparmia: 7.50€

Figura 10:
Finestra modale che compare dopo la pressione del tasto "Acquista".



3.5 Cassa

The screenshot shows the Myprotein website's shopping cart page. At the top, there's a navigation bar with links like LIQUIDAZIONE, Nutrizione, Abbigliamento, Esigenze Alimentari, Scegli il tuo obiettivo, Scegli la Gamma, and Blog. Promotional banners include "Spedizione gratuita a 50 €", "Ricevi offerte esclusive tramite Whatsapp", "Qualità senza rivali", and a timer "Ordina entro le 16:00 per la Consegna Express 00:03:58". A red banner at the bottom of the header says "SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA I CODICE: MYPALDI". The main content area is titled "Il tuo carrello acquisti" and lists a single item: "Cookie Proteico con ripieno - 12 x 75g - Double Chocolate and Caramel" with a price of "30.99€". Below the item, it says "Totale Carrello: 30.99€". There are buttons for "Inserire Punti" and "Usa le Ricompense Myprotein", as well as "Usa il codice sconto" and "Usa Codice". Payment methods shown are Scopai, PayPal, and "Acquista ora in sicurezza". A "Continua gli acquisti" button is also visible.

I clienti che hanno acquistato questo prodotto, hanno acquistato anche:

Figura 11:
Cassa.

Questa pagina, accessibile anche senza aver effettuato alcun tipo di registrazione/login, offre il riepilogo degli articoli inseriti nel carrello e contiene i collegamenti necessari a confermare l'ordine e quindi pagare. La critica che muovo a questa pagina è l'assenza dei costi di spedizione calcolati nel totale. Ho scelto apposta un prodotto di importo inferiore ai 50 €(30.99), e comunque nel totale non compaiono le spese di spedizione. Questa "negligenza" è mitigata dal fatto che, nella parte alta della pagina, compare un messaggio con scritto "Spendi 19.00€in più per la spedizione gratuita!", anche se suggerirei di menzionare in ogni caso l'importo della spedizione (anche solo stimato) allo stato attuale del carrello.



3.6 Errore 404

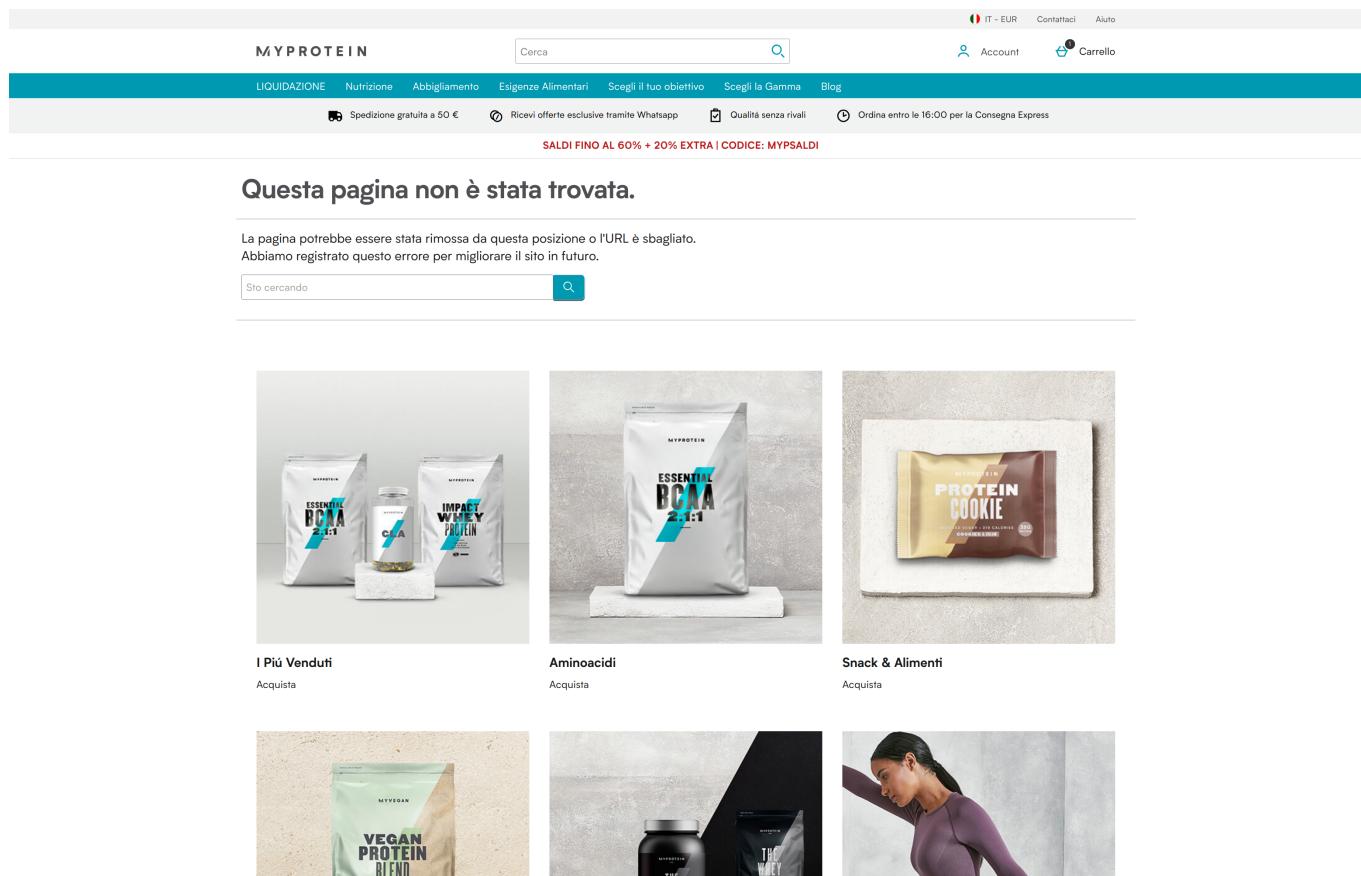


Figura 12:
Pagina di errore 404.

La pagina in figura 12 rappresenta quella che si ottiene in caso di errore 404. L'implementazione adottata secondo me è molto buona: l'utente viene informato sull'errore, rassicurato ("Abbiamo registrato questo errore per migliorare il sito in futuro") e si trova davanti una barra di ricerca (utile anche se ridondante) e l'elenco dei prodotti di maggior successo. L'esperienza dell'utente è nel complesso buona e personalmente non ho miglioramenti da suggerire.

3.7 Menù e breadcrumb

Il menù del sito, in termini di usabilità, lo definirei "amore ed odio", e adesso cercherò di spiegare il perché. Iniziando subito con gli aspetti negativi, nel sito in realtà ci sono due menù: uno all'inizio (visibile in figura 4, che chiamerò "Menu A") e uno alla fine di ogni pagina (riportato in figura 13, che chiamerò "Menu B"). Sebbene molti siti adottino un analogo sdoppiamento, rendendolo quasi uno standard *de-facto*, ritengo disorientante avere due menù che, di primo acchitto possono sembrare simili, ma in realtà presentano numerose differenze sia in termini contenutistici che di interazione. Per portare un esempio, la sezione "chi siamo" è contenuta solo nel "bottom menù", mentre quella "Prodotti" sia nell'header che nel footer. Tuttavia, se nel menù in figura 4 ogni categoria di prodotto ha un sottomenù ordinato e organizzato per sezioni, in quello della figura 13 tale funzionalità si perde. Ciò comporta che, se voglio ad esempio selezionare il prodotto "BCAA Integratori":



- Nel "Menù A" è sufficiente posizionare il mouse sopra la voce "Nutrizione", recarsi nella colonna "Amminoacidi" e cliccare su "BCAA Integratori" (totale click realizzati: 1);
- Nel "Menù B", se si clicca sulla voce "Nutrizione", si viene reindirizzati alla pagina "Proteine", che non contiene in alcun modo la categoria di prodotto "BCAA Integratori". Bisognerà pertanto o usare la funzionalità del cerca o usare il "Menù A" come descritto nel punto precedente. Onestamente, questa cosa la trovo assurda.

Proporrei pertanto o di eliminare completamente il "Menu B" o quantomeno di rendere le voci ridondanti effettivamente ridondanti, ovvero rendendole capaci di raggiungere le stesse pagine.

Aiuto & Informazioni	Prodotti	Chi Siamo	Fedelta' & Premi
 Servizio Clienti	Nutrizione	Su di Noi	Codici Sconto
 Contattaci	Abbigliamento & Accessori	Qualita'	Invita un Amico
 Aiuto	Esigenze Alimentari	Privacy	Servizio Whatsapp
 Politiche di Reso	I Tuoi Obiettivi	Termini & Condizioni	
 Spedizioni	Scegli la Gamma	Collaborazioni	
 Spedizioni Internazionali	Nuovo Cliente ?	Rivenditori	
	Articoli & Suggerimenti	Lavora con noi	

Figura 13:
Menù nel footer di ogni pagina.

Aspetti positivi del menù (quantomeno del "Menù A") sono invece l'organizzazione delle voci/sottovoci e fault tolerance, di cui ho già parlato in sezione 2.1.

Un altro elemento presente nel sito è la breadcrumb di tipo "*location*", che definirei un'occasione mancata. Il problema sta nel fatto che è implementata solo in due tipologie di pagine del sito (risultati di ricerca e dettaglio prodotto), e presenta un'incongruenza nel comportamento. Poniamo che dal menù "Nutrizione" clicchi sulla voce "Proteine -> Latte e Caseina": vengo portato ad una pagina, simile in tutto e per tutto a quella dei risultati di ricerca riportata in figura 7. La breadcrumb riporta correttamente il percorso "pagina principale > Nutrizione > Proteine > Proteine del latte e caseina". Se però clicco sul primo risultato di ricerca ("Caseina a rilascio prolungato"), la breadcrumb riporterà "pagina principale > Caseina a rilascio prolungato", perdendo informazioni preziose sul contesto. Per evitare questo, secondo me sarebbe stato meglio implementare una breadcrumb di tipo "*path*".



4 Considerazioni finali e conclusioni

Vorrei concludere questa analisi esprimendo alcune considerazioni, divise per argomento.

Design Trovo molto piacevole il design del sito. Gli abbinamenti cromatici sono azzeccati, non sono presenti sezioni troppo colorate o fastidiose, l'aspetto generale è abbastanza pulito (non c'è bloated-design) e permette all'utente di focalizzarsi sul contenuto piuttosto che sull'aspetto (non c'è il fenomeno del lorem-ipsum). Una cosa che non ho menzionato, è che il design del sito è responsivo e si adatta abbastanza bene a tutte le tipologie di schermi, dallo smartphone fino al pc.

Pubblicità assente.

Testo Il testo presente nelle pagine è generalmente composto di frasi molto semplici, corte e in generale non è molto complicato. Inoltre, è assente lo scroll orizzontale.

Login/registrazione Tutto il sito è accessibile senza la necessità di dover avere un account, che è necessario invece per completare un ordine. Trovo questa scelta molto sensata, in quanto sarebbe quasi masochismo precludere l'accesso a dei visitatori solo perché non hanno un account.

In ogni caso, il modulo di registrazione è abbastanza breve: email, conferma email, password, conferma password, nome, per un totale di 5 campi di testo. Segnalo inoltre che, in fase di registrazione, è possibile utilizzare il proprio account Facebook, velocizzando così la procedura.

Popup e back-button Nel sito non sono presenti pop-up, e il comportamento del pulsante indietro è quasi sempre quello atteso. Quando viene aperta una finestra modale, come quella visualizzata in figura 10, un utente poco esperto potrebbe essere tentato a premere sul tasto indietro del browser per chiuderla. Come già detto in precedenza, io la eliminerei.

E per finire:

Conclusioni Nonostante alcune defaillance, ritengo MyProtein un sito ben realizzato, in grado di regalare all'utente un'esperienza mediamente più che positiva, ma che ha ancora del potenziale di miglioramento.

Voto: 7.5



5 Lista delle figure

Figura	File	URL
Figura 1	figura1.jpg	https://www.myprotein.it/
Figura 2	figura2.jpg	https://www.myprotein.it/
Figura 3	figura3.jpg	https://www.myprotein.it/
Figura 4	figura4.png	https://www.myprotein.it/
Figura 5	figura5.png	https://www.myprotein.it/
Figura 6	figura6.png	https://www.myprotein.it/
Figura 7	figura7.png	https://www.myprotein.it/elysium.search?search=proteine
Figura 8	figura8.png	https://www.myprotein.it/elysium.search?search=colomba+pasquale
Figura 9	figura9.png	https://www.myprotein.it/elysium.search?search=colomba+pasquale
Figura 10	figura10.png	https://www.myprotein.it/nutrizione-sportiva/impact-whey-protein-elite
Figura 11	figura11.png	https://www.myprotein.it/my.basket
Figura 12	figura12.png	https://www.myprotein.it/dummy
Figura 13	figura13.png	https://www.myprotein.it/