



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.

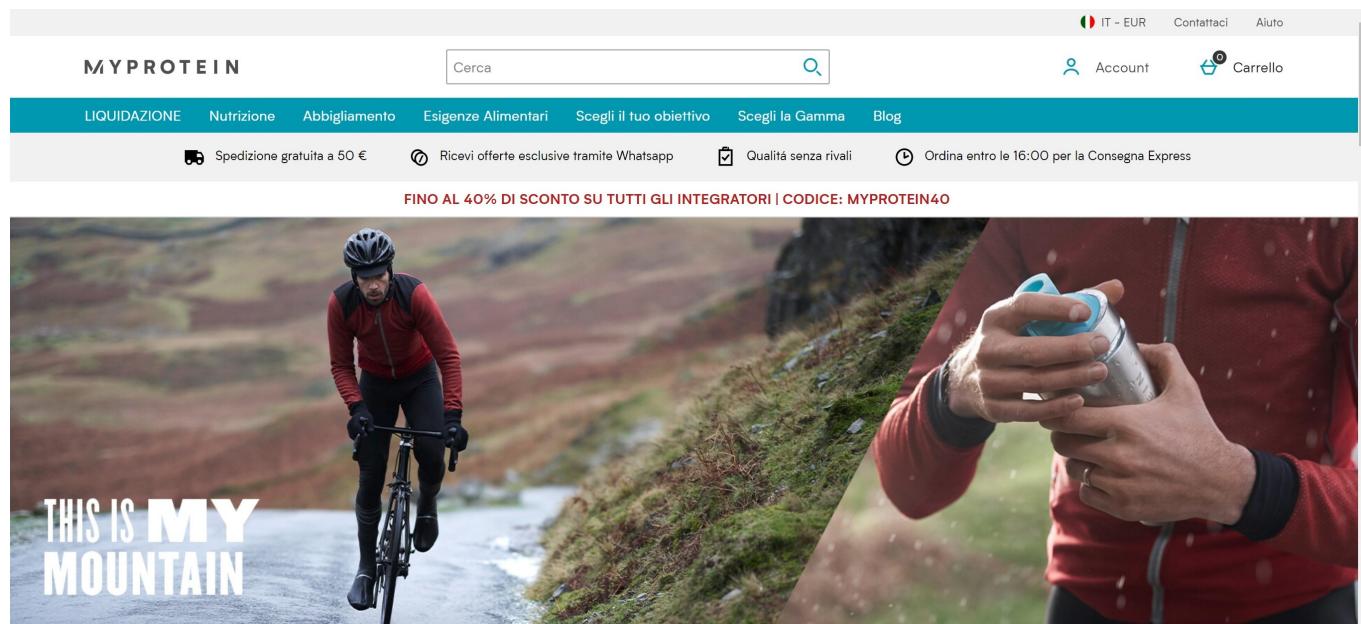


Figura 1: Porzione visibile della homepage di MyProtein. Ho lasciato apposta visibile la scrollbar a destra per far capire quanto "alta" sia la pagina.

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 sopra i 50 €" suggeriscono sito di e-commerce. Nome e menu suggeriscono che sono arrivato ad un sito che vende integratori proteici (prettamente) e anche abbigliamento (menu).



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;
- Possibilità di vedersi recapitare l'ordine il giorno successivo al pagamento (consegna express).

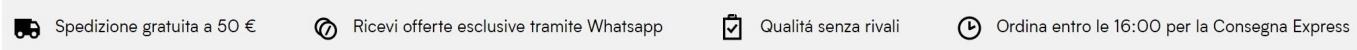


Figura 2: Vantaggi di MyProtein, presenti in homepage

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 zucchero.



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 zucchero.



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. Se si considera che un visitatore dedica in media dai 31 ai 14 secondi alla sua ricerca: questo aspetto risulta molto importante 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 a cui, per altro, dedica in media più tempo, ovvero 31 secondi. In questo tempo è in grado di leggere circa 91 parole, ma anche meno se si considera il tempo di rendering 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.



MY PROTEIN

<



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.

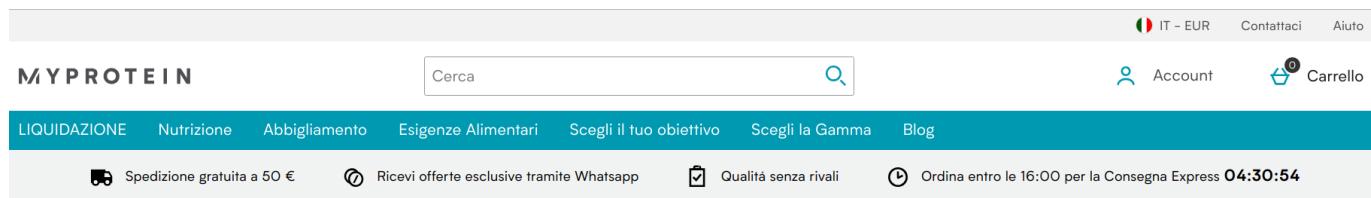


Figura 5:
Intestazione del sito, comune a tutte le pagine.

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. Finché 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 menu 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 scarna 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.

The screenshot shows a search interface with the query 'proteine' entered. Below the search bar, a list of suggestions is displayed: 'proteine', 'proteine del', 'proteine di', 'proteine del siero', and 'proteine del siero di'. The main content area is titled 'Prodotti' and lists five protein products with their names, average ratings, and prices:

- 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.



3.3 Visualizzazione risultati

The screenshot shows the MyProtein website's search results page for the query "proteine". The top navigation bar includes links for Liquidaione, Nutrizione, Abbigliamento, Esigenze Alimentari, Scegli il tuo obiettivo, Scegli la Gamma, and Blog. Promotional banners at the top mention "Spedizione gratuita a 50 €", "Ricevi offerte esclusive tramite WhatsApp", "Qualità senza rivali", and "Ordina entro le 16:00 per la Consegna Express 02:08:44". A red banner at the top also says "SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA | CODICE: MYPSALDI". The search results are titled "proteine" and show 258 results. On the left, there are several advanced filtering options: Prezzo (Price), Risparmi (Savings), Categoría Nutrición (Nutrition Category), Tipología nutrición (Nutrition Type), and Tipología di prodotto per nutrizione (Product Type for Nutrition). The main content area displays a grid of products in three columns. Each product card includes an image, the name, a rating (e.g., ★★★★☆), the price (e.g., 38.79€), the savings amount (e.g., Risparmia: 9.70€), and a "Acquisto Rapido" button. For example, the first product is "Impact Whey Protein Elite" at 38.79€, saving 9.70€.

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

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: MYPSALDI") 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 riferisce 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 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).

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.

MY PROTEIN

colomba pasquale

IT - EUR Contattaci Aiuto

Account Carrello

LIQUIDAZIONE Nutrizione Abbigliamento Esigenze Alimentari Scegli il tuo obiettivo Scegli la Gamma Blog

Spedizione gratuita a 50 € Ricevi offerte esclusive tramite Whatsapp Qualità senza rivali Ordina entro le 16:00 per la Consegna Express 01:22:56

SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA | CODICE: MYPALDI

Ci Dispiace. Non Siamo Riusciti A Trovare Nessun Risultato Con "Colomba Pasquale"

Utilizza i nostri suggerimenti per la ricerca e riprova.

Controlla il tuo spelling
Usa una o due parole chiave
Prova a cercare un termine diverso

Siamo spiacenti, questo prodotto potrebbe non essere più disponibile

Riprova

I più venduti

I Più Venduti Acquista

Aminoacidi Acquista

Snack & Alimenti Acquista

Figura 8:
Pagina di ricerca senza esito.



In caso non ci siano prodotti che soddisfino i criteri di ricerca dell'utente, il fatto 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.

3.4 Dettaglio prodotto

The screenshot shows a product detail page for 'Impact Whey Protein Elite'. 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. Promotional banners for free shipping, WhatsApp offers, quality, and express delivery are visible. A banner at the bottom of the header 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 is a smaller thumbnail of the same product. To the right, there's a detailed description of the product, including its name, a brief description, a rating section (4.5 stars from 4 reviews), price (38.79€), and a discount offer. Below this, there are dropdown menus for flavor ('Cioccolato') and size ('2.5 kg'). An 'Acquista' (Buy) button is located next to the quantity selector (set to 1). A note indicates the order is normally processed within 24 hours.

On the left side, there's a sidebar with expandable sections for 'Descrizione del Prodotto', 'Vantaggi Principali', 'Perchè sceglierlo?', 'Uso Consigliato', 'Ingredienti', 'Informazioni Nutrizionali', and 'Dettagli'.

Below the main product details, there's a section titled 'Recensioni dei clienti' (Customer reviews) showing a 5-star rating of 4.5 based on 4 reviews. It includes a star rating chart and a link to write a review. A section titled 'Le recensioni migliori' (The best reviews) shows a single review snippet from a user named 'Regazzo a caso' dated 12/04/19, with options to like or dislike it and a link to report abuse.

Figura 9:

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



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 menù 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 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.



Spedizione gratuita a 50 €

Hai aggiunto

Impact Whey Protein Elite - 2.5kg - Cioccolato

38.79€

Quantità: 3

Totale parziale: 232.74€
(6 prodotti aggiunti al carrello)

Cassa

Continua ad acquistare

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

<p>Creatina Monoidrato Elite ★★★★★ (3) 14.99€ Risparmia: 4.50€</p>	<p>Shaker ★★★★★ (184) 3.49€</p>	<p>Creatina Monoidrato ★★★★★ (269) da 3.99€ Risparmia: 21.84€</p>	<p>Creatina monoidrato ★★★★★ (28) 11.99€ Risparmia: 7.50€</p>
--	---	---	---

Acquista

cessato nelle 24 ore

XTRA | CODICE:

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

3.5 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 di ogni riferimento alle spese di spedizione: se, nella pagina dei prodotti era plausibile/accettabile l'assenza di tale informazione (considerando la presenza della scritta "Spedizione gratuita a 50€"), in questa pagina i costi di spedizione devono essere menzionati, anche informalmente. Invece, come si evince dalla figura 11, nella quale è visibile una pagina "Cassa" con un carrello di "soli" 30.99€(quindi al di sotto della soglia di spedizione gratuita), non vi è menzione. Tra l'altro, nella vecchia versione del sito, in una situazione del genere sarebbe comparso un alert affermando "Ti mancano ancora 19.01€per la spedizione gratuita". In ogni caso, almeno un riferimento alle opzioni di



The screenshot shows a shopping cart page from 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 Spedizione gratuita a 50€, Ricevi offerte esclusive tramite WhatsApp, Qualità senza rivali, and Ordina entro le 16:00 per la Consegna Express 00:03:58. A promotional banner at the top says "SALDI FINO AL 60% + 20% EXTRA I CODICE: MYPALDI". Below the banner, the heading "Il tuo carrello acquisti" is displayed, followed by a note: "Spendi €19.00 in più per ottenere la spedizione gratuita!". The main table lists the product: "Cookie Proteico con ripieno - 12 x 75g - Double Chocolate and Caramel" with a quantity of 1 and a price of 30.99€. Buttons for "-", "+", and "X" are shown next to the quantity. At the bottom of the table, it says "Totale Carrello: 30.99€". Below the table, there's a note about points: "Hai 59 Punti Ricompensa da usare qui:" with buttons for "Inserire Punti" and "Usa le Ricompense Myprotein". Further down are buttons for "Scopri" and "PayPal", and a large blue button labeled "Acquista ora in sicurezza". At the very bottom right, there's a link "Continua gli acquisti".

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

Figura 11:
Cassa.

spedizione selezionabili (e relativi costi, anche solo stimati) dovrebbe essere presente.



3.6 Errore 404

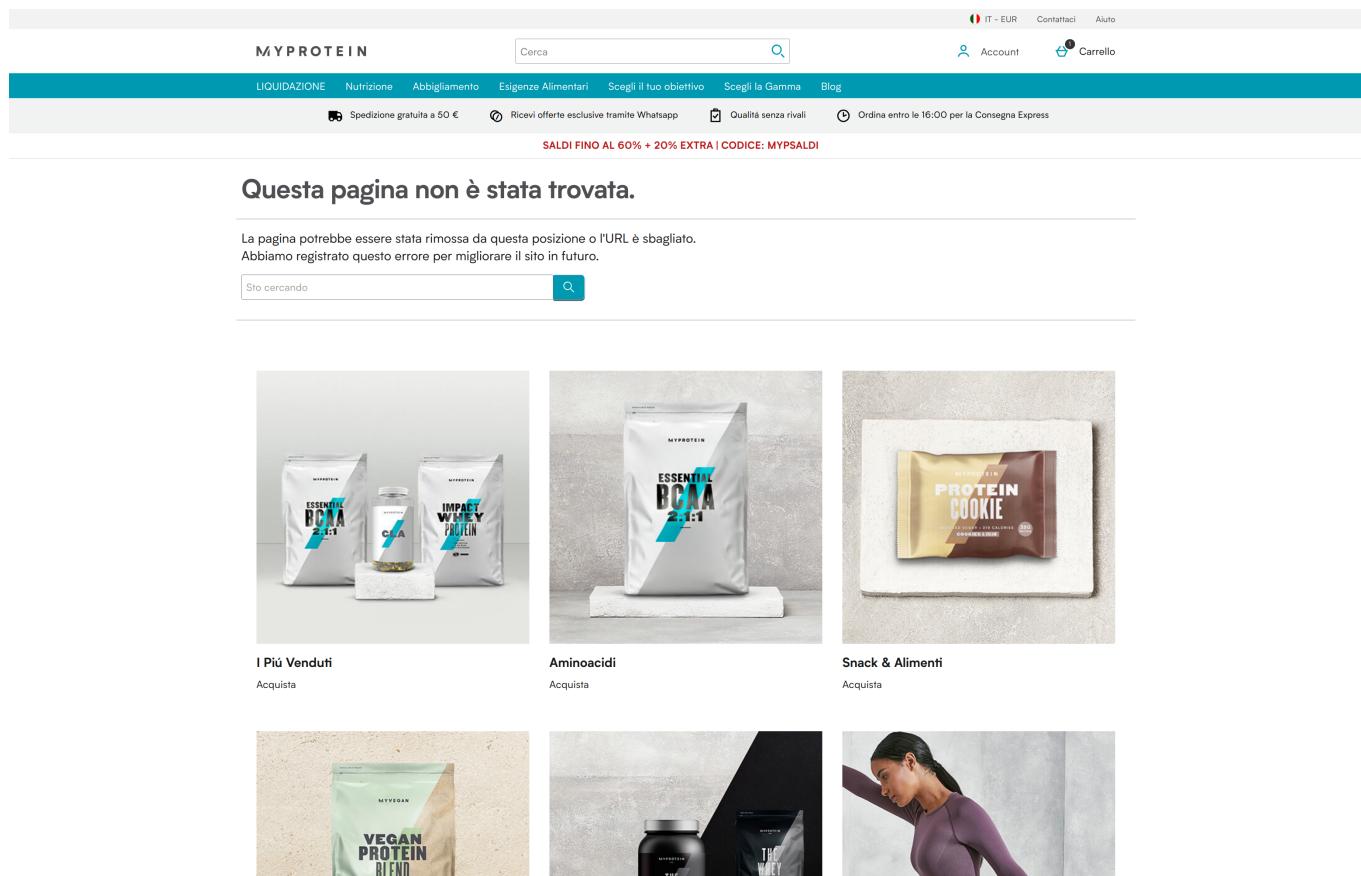


Figura 12:
Pagina di errore 404.

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") uno alla fine di ogni pagina (riportato in figura 13, che chiamerò "Menu B"). Sebbene molti siti adottino uno sdoppiamento simile, rendendolo quasi uno standard *de-facto*, ritengo disorientante avere due menù simili 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.

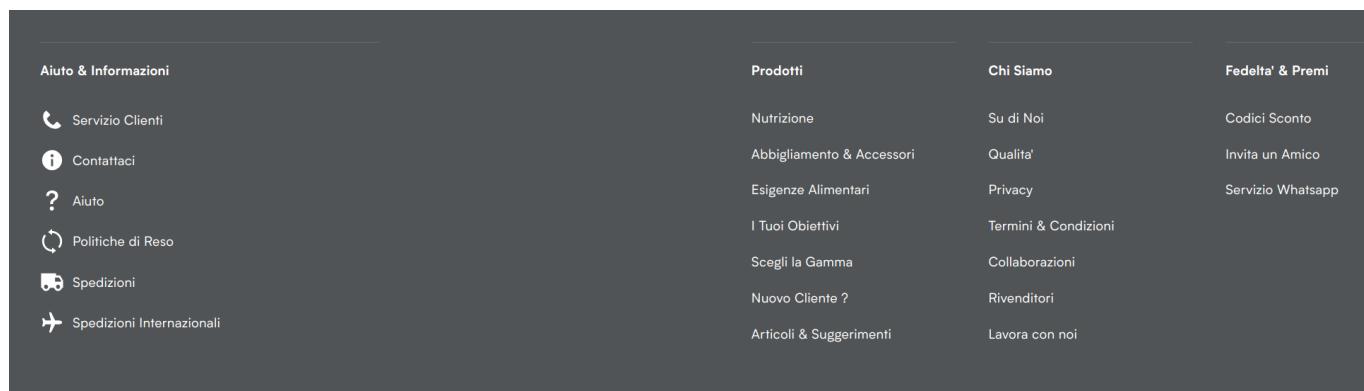


Figura 13:
Menù nel footer di ogni pagina.

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 Conclusioni