

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.

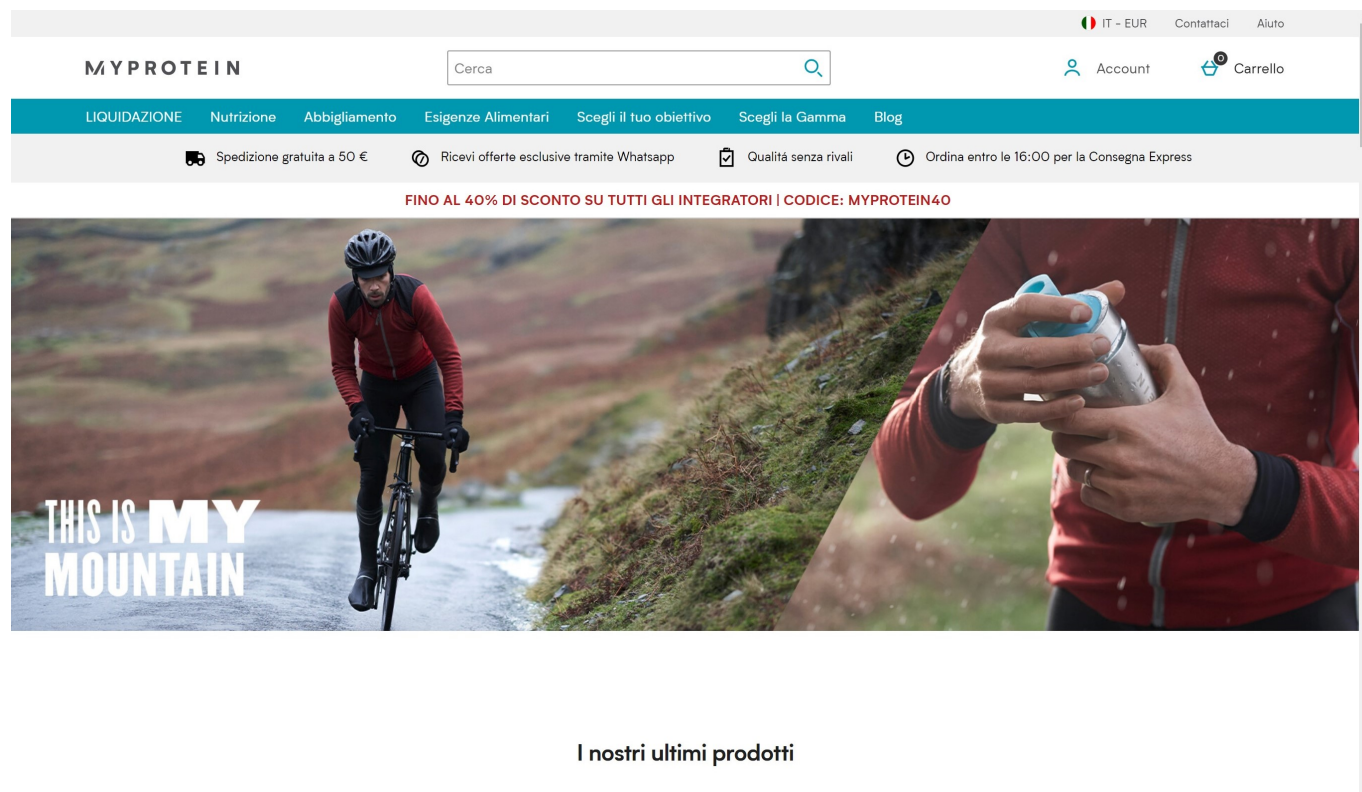


Figura 1: Porzione visibile della homepage di MyProtein. Ho lasciato apposta visibile la scrollbar a destra per far capire quanto "alta" sia la pagina.

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 (dettate 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 menù 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).

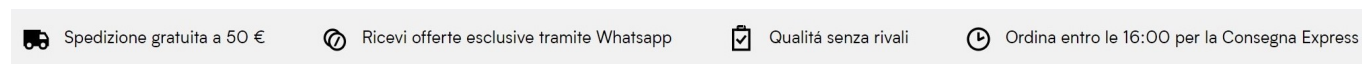


Figura 2: Vantaggi di MyProtein, presenti in homepage


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




BISCOTTO PROTEICO RIPIENO
GUSTO SENZA SENSI DI COLPA

20G DI PROTEINE 11G DI ZUCCHERI

ACQUISTA

Cookie Proteico con Ripieno

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




GUSTO SENZA SENSI DI COLPA
6 STRATI DI PIACERE

21G DI PROTEINE <3.5G DI ZUCCHERI

ACQUISTA

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.



MYPROTEIN

Cerca

Account

Carrello

LIQUIDAZIONE

Nutrizione

Abbigliamento

Esigenze Alimentari

Scegli il tuo obiettivo

Scegli la Gamma

Blog

I Più Venduti

Novità

Campioni

Pacchetti

Outlet

Proteine

Whey Protein

Latte & Caseina

Proteine Vegane

Formule Proteiche

Aminoacidi

BCAA Integratori

Glutamina Integratori

L-Carnitina Integratori

Creatina

Creatina Monoidrato

Controllo del Peso

Weight Gainers

Integratori per la Perdita di Peso

Diet Shakes

Pre, Intra & Post Workout

Pre Workout

Intra Workout

Post Workout

Vitamine & Minerali

Integratori Multivitaminici

Integratori di Vitamine

Integratori di Minerali

Alimenti & Snacks

Barrette Proteiche

Burro di Mandorle

Aromi & Dolcificanti

Drink Proteici

Pasti Sostitutivi

Alimenti Proteici

Snack Proteici

Carboidrati

Integratori Energetici

Barrette Energetiche

Gel Energetici

Drink Energetici

Fibre & Grassi Essenziali

Integratori di Fibra

Integratori a Base d'Erbe e Piante

Omega 3 & Olio di Pesce

Accessori

Shaker & Bottiglie

Scoops & Barattoli

Accessori Fitness

Contenitori Meal Prep & Alimenti

Figura 4: Menù di navigazione e barra di ricerca

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 menù e soprattutto della barra di ricerca.

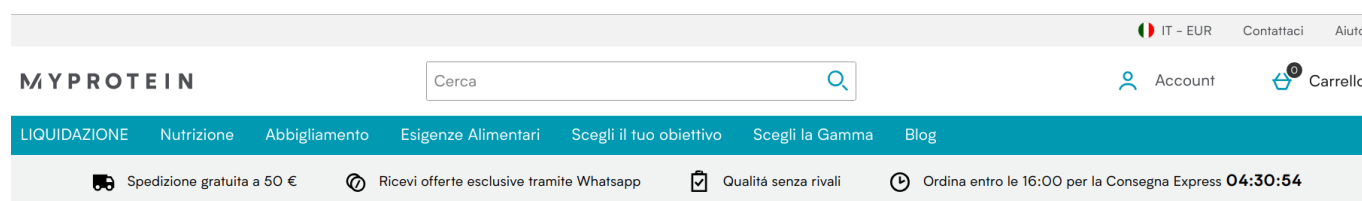


Figura 5:
Intestazione del sito, comune a tutte le pagine.

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. Finchè 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 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.

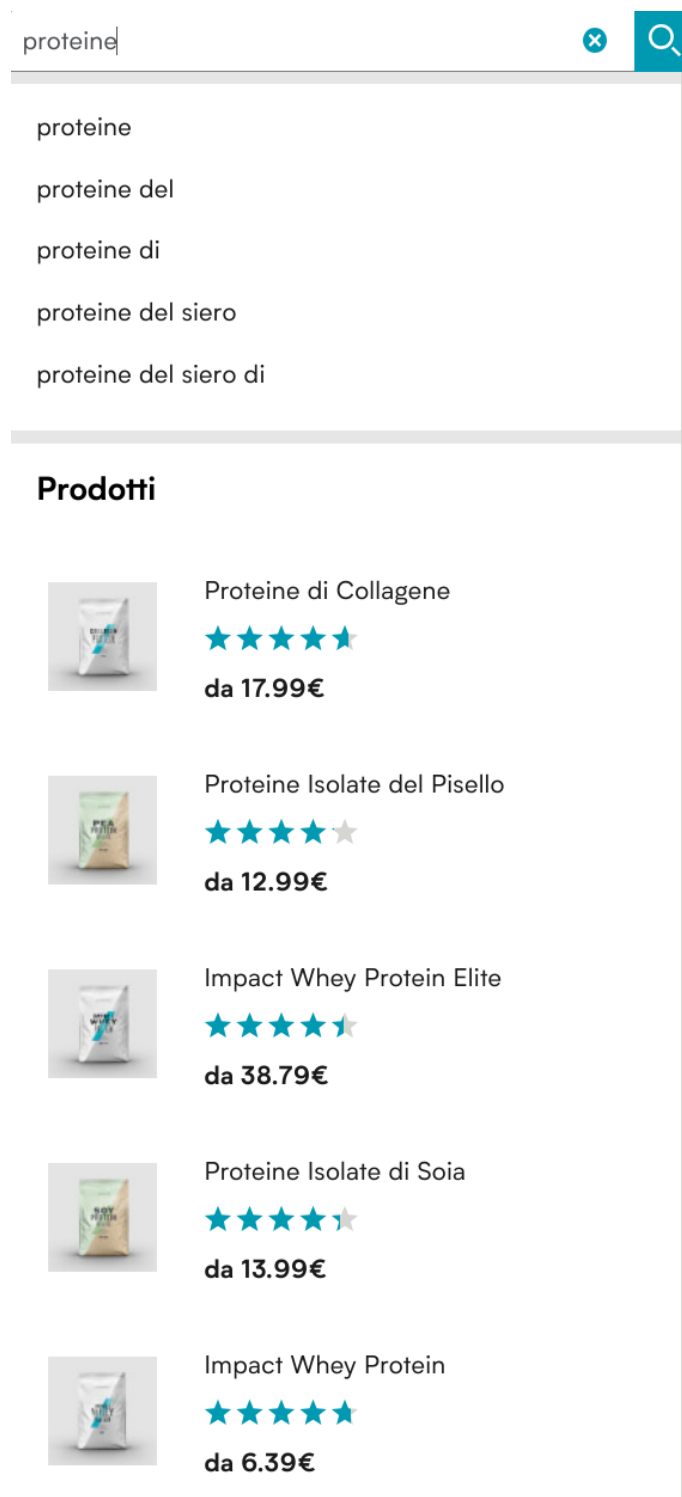


Figura 6:
Suggerimenti di ricerca.

3.3 Visualizzazione risultati

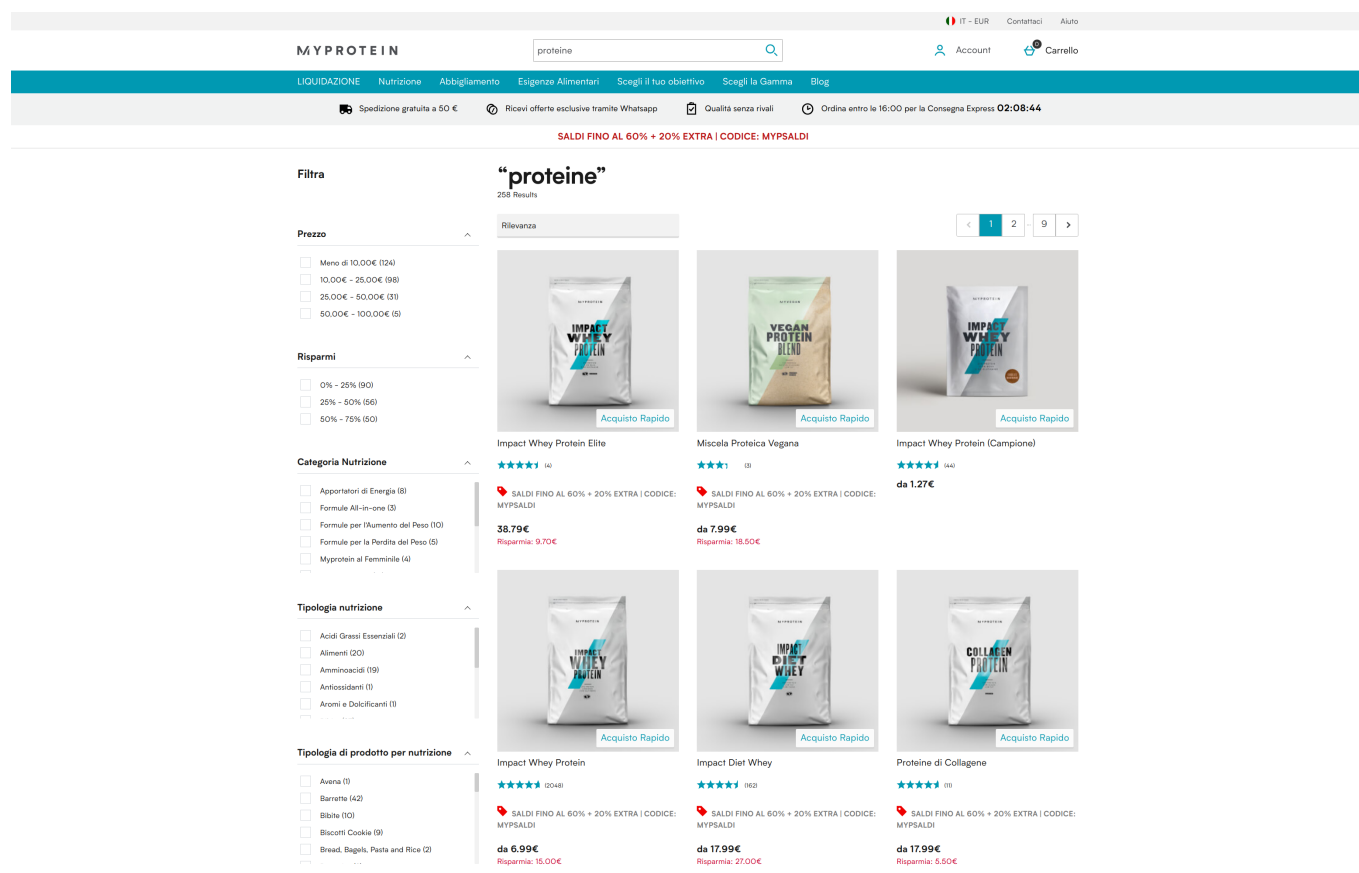


Figura 7:
Risultati di ricerca con query "proteine".

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: 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 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.



4 Menù



5 Ricerca



6 Mobile



7 Conclusioni