



Rapporto di usabilità - HDblog.it

WEB INFORMATION MANAGEMENT

Mariano Sciacco

Marzo 2019

Indice

1	Prefazione	5
2	Introduzione	6
2.1	Breve introduzione al sito in analisi	6
2.2	Elementi chiave del sito	6
2.3	Struttura della rapporto	7
3	Analisi della Homepage	9
3.1	Primo impatto e design	9
3.2	Assi informativi	11
3.2.1	Who? Chi mi trovo di fronte?	11
3.2.2	Where? Dove mi trovo?	12
3.2.3	What? Cosa posso fare?	12
3.2.4	Why? Perché dovrei stare qui?	16
3.2.5	When? Dove trovo novità?	16
3.2.6	How? Come mi muovo?	17
3.3	Conclusione	19
4	Analisi di un articolo	20
4.1	Primo impatto e layout	20
4.2	Assi informativi	22
4.2.1	Who?	22

4.2.2	Where?	22
4.2.3	What?	23
4.2.4	Why?	25
4.2.5	When?	26
4.2.6	How?	26
4.3	Conclusione	26
5	Analisi schede tecniche	27
5.1	Introduzione	27
5.2	Assi informativi	28
5.2.1	Who?	28
5.2.2	Where?	29
5.2.3	What?	29
5.2.4	Why?	32
5.2.5	When?	32
5.2.6	How?	32
5.3	Conclusione	32
6	Coerenza nella navigazione	33
6.1	Testata e piè di pagina	33
6.2	Profondità del sito	34
6.3	Reperimento dell'informazione	35

7 Pubblicità nel sito	38
7.1 Posizionamento dei banner	38
7.2 Soluzioni Anti-Adblock	40
8 Analisi della versione Mobile	43
8.1 Introduzione	43
8.2 Analisi della Homepage	44
8.2.1 Punti forti	44
8.2.2 Punti deboli	44
8.3 Analisi di un Articolo	45
8.3.1 Punti forti	45
8.3.2 Punti deboli	46
8.4 Conclusioni	46
9 Conclusione	47
9.1 Voti	47
9.1.1 Pagine analizzate	47
9.1.2 Analisi aggiuntive	47
9.2 Voto finale e commento	48
10 Sommario dei contenuti	49
11 Note integrative	55

1 Prefazione

Nel corso del tempo, i siti web sono cambiati parecchio rispetto a quando è nato il *World Wide Web*. Per la maggior parte del tempo, i Web Designer si sono focalizzati sul ricercare qualcosa che potesse mettere in gioco la **creatività** e l'**originalità** del proprio sito rispetto ad un altro concorrente.

Agli sviluppatori sono stati dati strumenti sempre più potenti, soprattutto con l'avvento di nuovi standard per i linguaggi Web. Ma se da *grandi poteri derivano grandi responsabilità*, allora il Web mette tutti alla prova, e il saper mettere mano ai giusti elementi con il giusto approccio può risultare la carta vincente.

La comunicazione trasmessa da un sito web verso un pubblico *vasto* (o al più *ristretto*) deve essere curata al dettaglio, al fine di ottenere visitatori e utenti soddisfatti della propria esperienza, motivo per cui si sviluppa la *fidelizzazione* che porta conseguentemente a *maggiore visibilità* online. Da queste premesse, nasce il **rapporto di usabilità** che si basa sull'analisi dell'informazione dal punto di vista **strutturale** e dal punto di vista **psicologico**. Nel primo caso, infatti, si analizzano tutti gli elementi del sito web, partendo dagli assi informativi principali, usati anche in ambito giornalistico, e si ricerca il miglior approccio di comunicazione e di usabilità per qualunque tipo di utente. Secondariamente, invece, si giustificano le critiche apportate, facendo fede al comportamento tipico che hanno le persone davanti a un sito web.

Lo **scopo del rapporto** è quello di migliorare le scelte implementative attuali, valutando alcune delle parti principali del sito, specialmente quelle usate per la maggior parte del tempo dagli utenti. Alla fine del rapporto è presente anche un voto circa la qualità del prodotto attuale e un commento finale da parte dell'analizzatore.

2 Introduzione

2.1 Breve introduzione al sito in analisi

L'analisi del corrente rapporto riguarda HDblog.it, blog di tecnologia, specializzato nell'ambito di telefonia, facente parte della catena di blog di *HD-network*.

Il sito è stato aperto in origine nel 2008 ed è stato gestito come semplice blog da parte di pochi amministratori. Nel corso del tempo, ha assunto molta visibilità diventando, ad oggi, una delle testate editoriali più conosciuta in ambito di tecnologia. Il successo è dovuto soprattutto alla costante presenza di news, articoli e recensioni che, anche grazie ai social network e video su YouTube, ha permesso di battere una buona fetta di concorrenza.

Analizzando le *versioni precedenti del sito*¹ si può dire che nel corso dell'ultimo decennio ci sono stati diversi cambiamenti nello stile, giungendo finalmente ad un tema e un template definitivo nel 2014, e tutt'ora in uso, nonostante piccoli aggiustamenti tecnici nel corso degli ultimi anni.

2.2 Elementi chiave del sito

Dall'introduzione al sito, si capisce che uno degli elementi vincenti, soprattutto per gli ultimi anni, è stato il **nuovo design**, completamente rifatto e riadattato anche per soddisfare le esigenze dei browser più moderni. Inoltre, il fatto che sia stato così duraturo negli ultimi 5 anni, si può ricondurre anche ad un certo livello di gradimento per gli utenti, risultando quindi un successo per la piattaforma.

Riguardo al sostenimento del sito, si può affermare che il blog, in quanto tale, punti molto sull'aspetto pubblicitario, oltre agli sponsor e alle collaborazioni. Per questo motivo, in questo rapporto si è scelto di approfondire la parte di **posizionamento delle pubblicità**, al fine di valutarne qualità e quantità, in rapporto al costo-beneficio per gli utenti.

¹Si fa riferimento agli snapshot salvati su web.archive.org

Come terzo e ultimo punto, entrando nell'era mobile, si analizzerà anche la parte implementata come sito **Mobile**, punto cardine dell'esperienza utente a 360 gradi.

2.3 Struttura della rapporto

La struttura del rapporto si basa sugli elementi chiave del sito, al fine di analizzare nel dettaglio se ci possano essere delle criticità in merito alle scelte implementative.

Di seguito si illustra per tematica l'analisi che seguirà nel rapporto:

Homepage: si eseguirà una analisi completa della homepage, la quale funge da uno dei punti principali di entrata nel sito per gli utenti. Verranno sottoposti ad analisi tutti gli elementi principali del sito e ci si concentrerà sull'usabilità, particolarmente in termini di navigazione.

Pagina di un articolo: analogamente, si eseguirà un controllo completo anche in una pagina di un articolo, confrontando magari le diverse soluzioni adottate in termini di comodità di lettura rispetto ad altre.

Pagina di schede tecniche (smartphone): dal momento che il sito è specializzato in telefonia mobile, verrà analizzata anche questo settore, dal momento che si distingue in maniera più che avanzata rispetto ad altri siti concorrenti, sia per la quantità di specifiche, che per il modo di recensione e confronto dei prodotti.

Coerenza di navigazione: una parte abbastanza importante per qualsiasi sito riguarda l'esperienza di navigazione, che deve risultare coerente nella maggior parte delle pagine, così da non dover sottoporre l'utente a sforzi inutili per comprendere sezioni troppo differenti.

Posizionamento pubblicitario: ai posteriori delle singole pagine si dedicherà una sezione di questo rapporto al modo in cui vengono posizionati i banner pubblicitari, comprendendo il possibile tasso di gradimento per un visitatore. A tal proposito, si menzionerà anche l'utilizzo di *anti-adblock*, spesso problematico in siti del genere.

Sito in versione mobile: nella parte conclusiva si tratterà brevemente della versione mobile del sito, identificando i punti vantaggiosi e svantaggiosi della corrente implementazione.

All'interno di ciascuna sezione saranno presenti delle immagini (*screenshot*) recuperate durante la fase di analisi del sito. Alla fine del rapporto è presente l'indice delle figure allegate con il relativo link, per raggiungerle, il nome del file e il riferimento nel testo.

3 Analisi della Homepage

Nella analisi della homepage si analizzeranno tutti gli elementi principali della pagina, partendo dall'esperienza di un visitatore a *primo impatto*, proseguendo quindi all'analisi di header, footer e corpo principale della pagina, in parallelo con ciascun asse informativo.

La pagina che verrà analizzata è raggiungibile al seguente link:

- <https://www.hdblog.it/>

3.1 Primo impatto e design

Collegandosi a primo impatto al sito di HDblog.it si presenta una homepage con un layout di tipo *boxed*, pertanto con un grosso riquadro centrato e con colori basati su sfumature di grigio, bianco e nero.

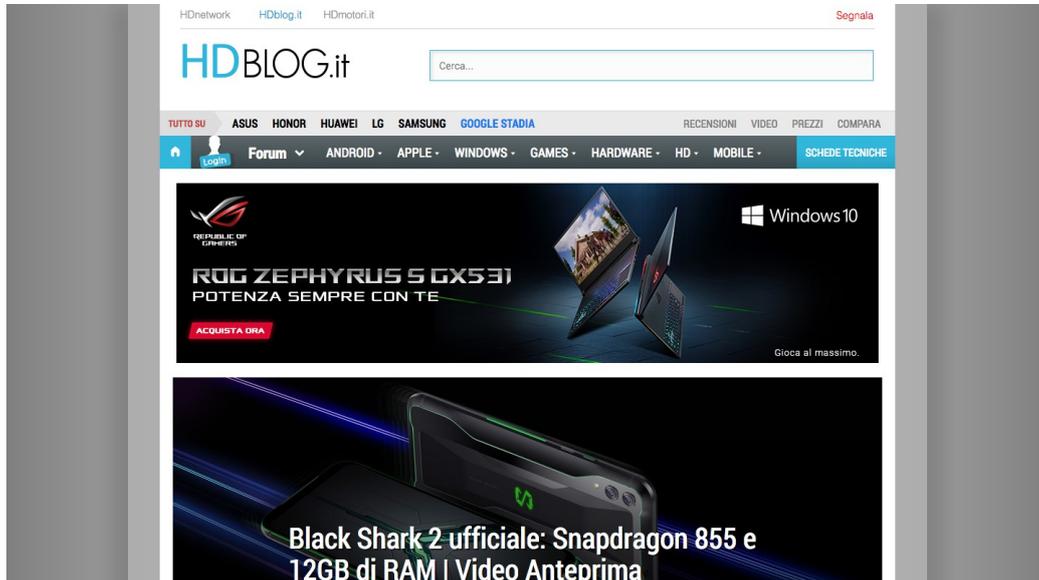


Figura 1: Homepage di HDblog, prima schermata

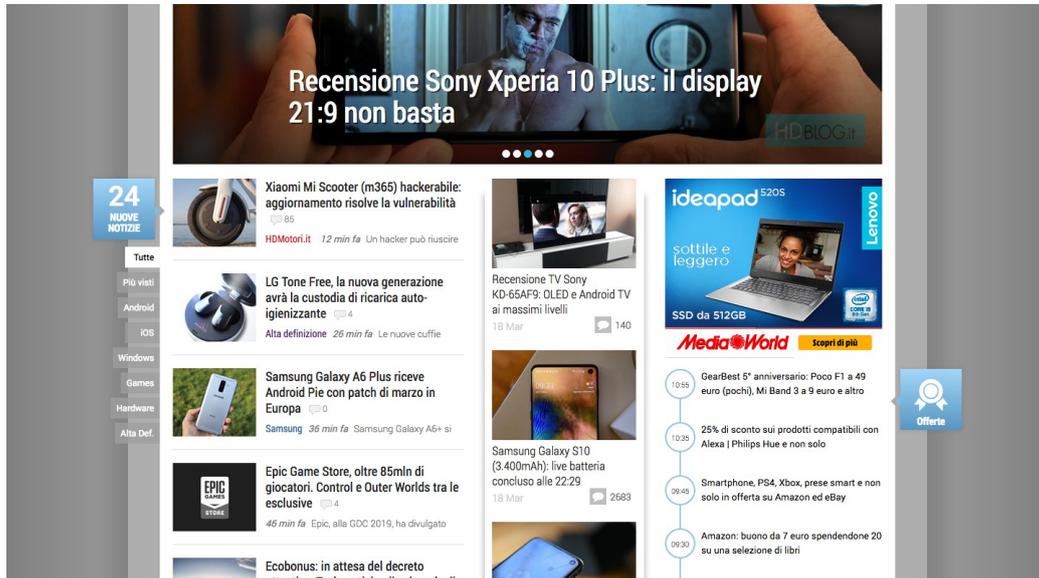


Figura 2: Homepage di HDblog, seconda schermata

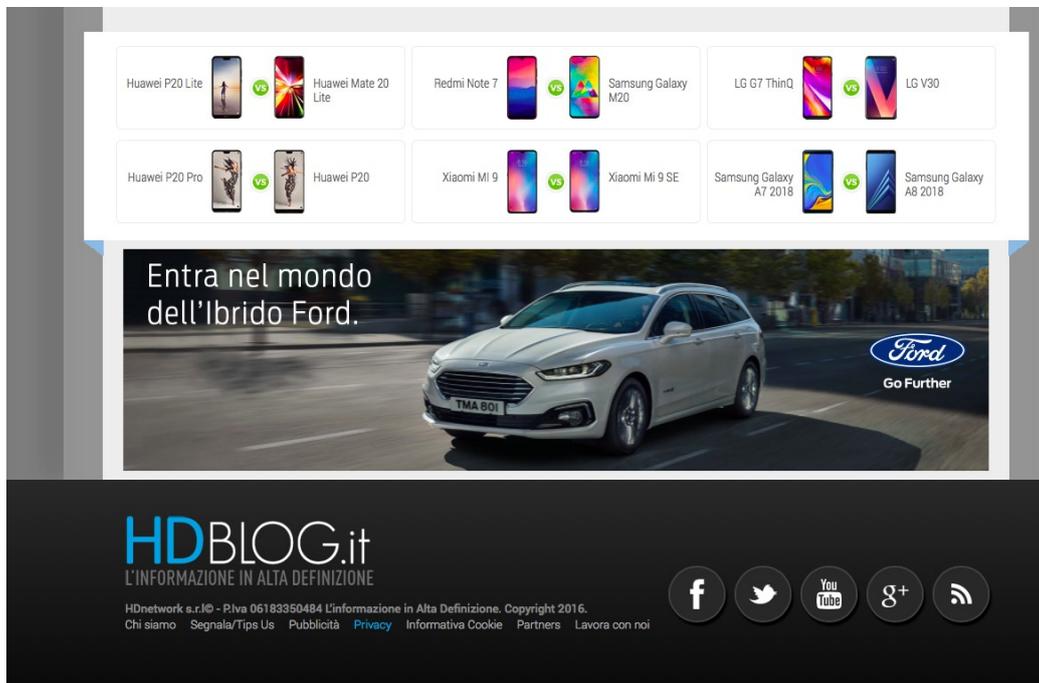


Figura 3: Homepage di HDblog, footer

Fin dal primo sguardo, risaltano sicuramente gli elementi di colore celeste che hanno un maggiore contrasto nella pagina iniziale. In particolare, nella prima schermata (figura 1) notiamo **HD** nel logo in alto a sinistra, il contorno della **barra di ricerca** in alto a destra, e nel *header* un paio di scritte e una icona.

A livello di **design**, si può dire che il sito rispecchia un canone piuttosto moderno, senza forzare troppo l'occhio e garantendo comunque un buon approccio nei colori usati.

Nel body, il design che prevale è una disposizione a tre colonne con la lista degli articoli molto compatta, visto il gran numero di contenuti presenti nel sito.

Nel footer, infine, dopo molti scroll, si trovano i link ai social e altre pagine utili del blog, con colori più scuri che permettono comunque un buon contrasto.

3.2 Assi informativi

3.2.1 Who? Chi mi trovo di fronte?

Questo asse informativo è un po' carente. Troviamo infatti il logo del sito in alto a sinistra (figura 1) dove ci si aspetta che sia, e nella parte sovrastante una barra dei link agli altri blog del network.

Diciamo che il fatto di contenere "blog" all'interno del nome del sito un po' aiuta nel comprendere che genere di sito ci si trova davanti. Oltre a quello, però, nella prima schermata non si trovano informazioni esplicite sufficienti per capire che sito sia o di cosa si tratti.

Infatti, l'utente dovrebbe intuire che il blog si occupi di tecnologia semplicemente leggendo dall'header il **TUTTO SU ASUS - HONOR - HUAWEI - LG ...** e i *nomi delle categorie*, però questo fa perdere tempo all'utente, senza contare che i caratteri sono tutti maiuscoli e questo porta ad un maggiore sforzo di lettura.

Una possibile soluzione sarebbe stata quella di inserire una **frase** (come quella presente nel titolo della scheda del browser) per spiegare di cosa tratta

il sito, visto che un visitatore qualsiasi si trova spaesato a primissimo impatto.

3.2.2 Where? Dove mi trovo?

Questo asse informativo è parecchio confusionario: nella prima schermata (figura 1) non si fa nessun riferimento di dove ci si trovi, e allo stesso modo anche la seconda schermata (figura 2) la stessa situazione si ripresenta. Si può comunque intuire che, come di consueto nelle homepage di molti altri blog, ci sia una lista di articoli e di cose da vedere, ma in ogni caso la mancanza di un **breadcrumb** è cruciale per un visitatore e pertanto la navigazione ne risente parecchio in termini di chiarezza.

3.2.3 What? Cosa posso fare?

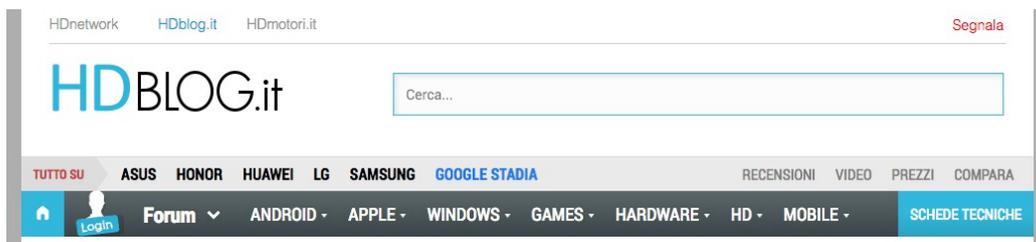


Figura 4: Header di HDblog

Per quanto riguarda a ciò che un utente può fare all'interno della homepage c'è sicuramente un miglioramento rispetto agli assi *Who e Where*. Troviamo infatti la possibilità di visualizzare la lista degli articoli in base alle macro-categorie di tecnologia, nel menù della testata (figura 4), e le sotto-categorie più rilevanti del momento.

Procedendo più sotto, però, nella seconda schermata (figura 2) troviamo tre colonne che coprono rispettivamente da sinistra verso destra:

1. Gli articoli pubblicati di recente (identificabile dal titolo **Nuove Notizie** in azzurro sulla sinistra e fuori dal layout, di cui ci ritorneremo a breve).

2. Le ultime recensioni e le ultime live (di cui è necessario leggere i titoli per intuire cosa racchiude la misteriosa colonna centrale)
3. Una lista di diversi elementi in base a quanto si scrolla la pagina:
 - (a) Un banner pubblicitario (mezzo scroll);
 - (b) le offerte principali del momento (primo scroll);
 - (c) ultimi video (che prende di colpo tutte e 3 le colonne, interrompendo il flusso di informazione);
 - (d) le ultime schede tecniche (quarto scroll);
 - (e) le notizie più lette (quinto scroll e riprende tutte e tre le colonne)
 - (f) le notizie più *hot* (sesto ed ultimo scroll).

Diciamo che come primo impatto, il fatto di *dover abituare il visitatore a scrollare così tanto è sicuramente dannoso*, visto e considerato che l'utente non ci vuole stare più di quanto necessario. Però, nonostante questo, se l'utente sa già cosa sta cercando può agevolmente adoperare i pulsanti superiori del menù o laterali rispetto alla prima colonna.

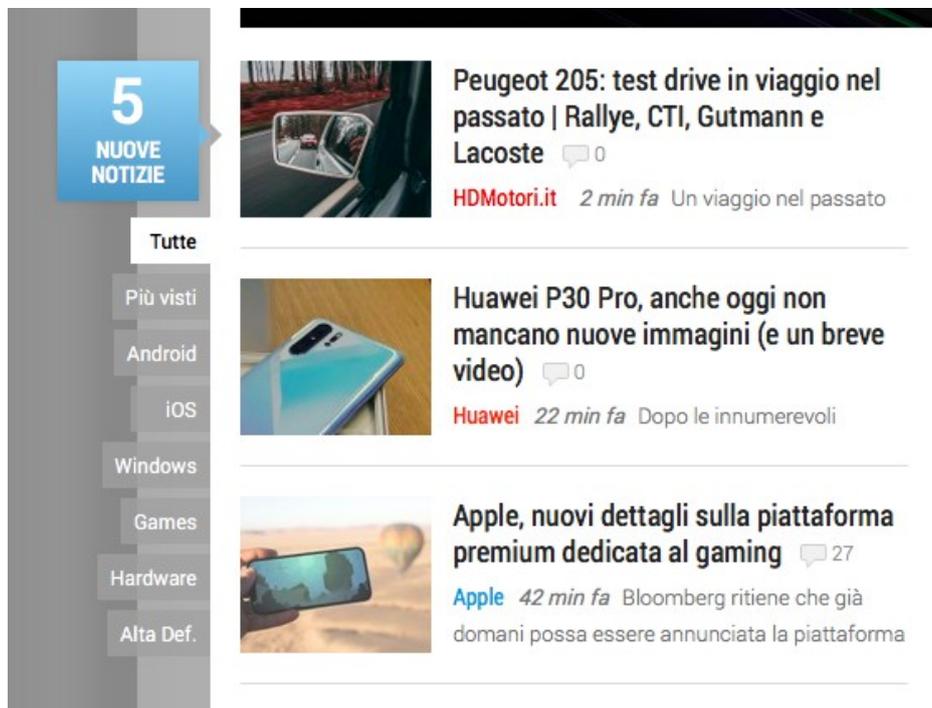


Figura 5: Homepage di HDblog, zoom prima colonna e titolo

La **seconda colonna**, invece, è usata relativamente male perché non c'è nessun descrittore esplicito per motivare l'utente a guardarla, visto che sembra raccogliere articoli senza un apparente criterio. *Solo successivamente*, leggendo ciascun titolo si capisce che si tratta di sole recensioni; totalmente anonima e male usata.

Infine, per quanto riguarda la **terza colonna**, sebbene richieda una quantità infinita di spazio e di scroll per essere percorsa interamente, è usata comunque in maniera intelligente visto che è un'area in cui l'utente si sofferma poco. Infatti, qualora ci si metta alla ricerca di una notizia nella prima colonna, la terza colonna "accompagna" con diversi elementi gli scroll dell'utente, che possono aiutare nella ricerca.

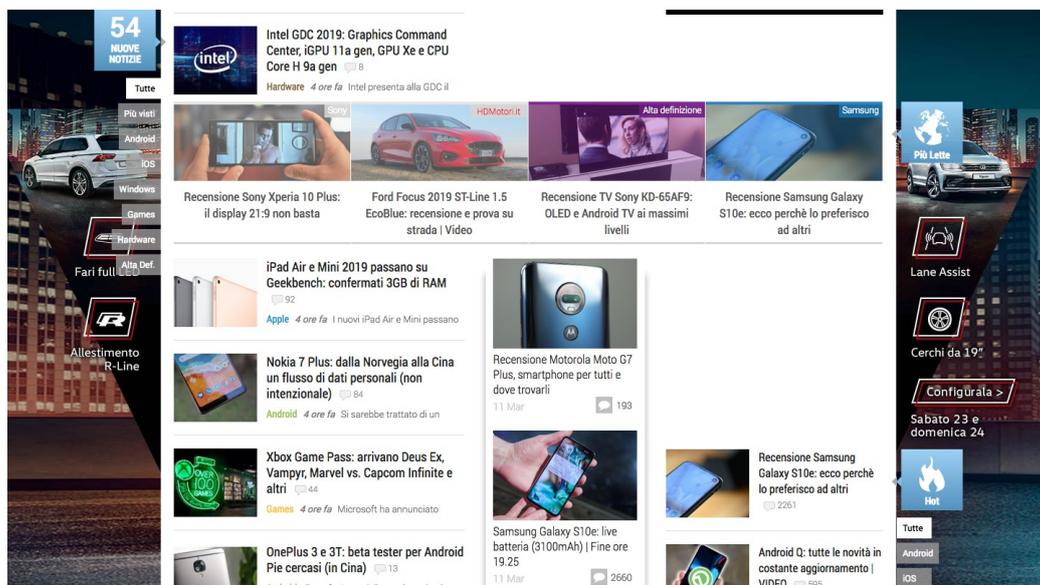


Figura 7: Homepage di HDblog (con pubblicità in sfondo), quinto scroll

Analizzando nel dettaglio la terza colonna troviamo come nota positiva la **pubblicità** (figura 2), le **schede dei telefoni** (figura 6), con un punteggio ben evidenziato che risalta subito all'occhio, e le **notizie più hot** (figura 7), che mantengono lo stesso formato della prima colonna.

Nota negativa, invece, per la parte dei **video** e delle **notizie più lette** (figura 6 e 7) che dopo un po' di scroll prendono una **riga intera** che viene percepita male dall'utente poiché piena di colori e con troppe immagini attac-

cate, dunque saltata tassativamente durante la navigazione. Analogamente, male anche per la parte delle **offerte**, subito presente al primo-secondo scroll (figura 2), senza un font adeguato e senza un risalto effettivo ai prezzi o agli sconti; poco chiaro anche il contenuto di quest'ultimo.

3.2.4 Why? Perché dovrei stare qui?

Questo asse informativo viene rispettato sufficientemente, dal momento che il sito offre moltissimi spunti al fine di informare gli utenti sulle novità in ambito tecnologico, specialmente a livello di recensioni di prodotti di telefonia. Inoltre, la homepage funge anche da spazio di notizie informativo per cui, scrollando in verticale, si accedono ad un gran numero di articoli recentemente pubblicati. E' chiaro che l'utente che cerca qualcosa di più specifico non è adatto a restare in homepage, dal momento che sarebbe opportuno seguisse una delle categorie riportate sopra nel menù in alto nel sito (figura 4).

A livello **concorrenziale**, si può affermare che solo dopo una attento uso del sito l'utente si convince di rimanere, evitando di cambiare sito. Nonostante i problemi della prima schermata (figura 1), HDblog cerca comunque di rimediare con il secondo scroll, accumulando un gran numero di informazioni, organizzate in modo compatto in tutto lo spazio a sua disposizione. Alla fine l'utente si concentrerà solo sulla prima colonna, come detto precedentemente, ma la fluidità e la chiarezza dei titoli degli articoli, talvolta, convincerà gli utenti più scettici, sebbene si possa fare ancora di meglio (rimuovendo, ad esempio, la colonna centrale, dando più spazio alla prima colonna).

3.2.5 When? Dove trovo novità?

Come detto negli altri assi informativi, HDblog vince sicuramente a livello di **quantità di informazioni**, pertanto l'utente non si troverà mai senza novità, nota positiva condizionata però dal fatto che l'utente compia almeno uno scroll ed entri nella seconda schermata (figura 2). In caso contrario, l'unica novità che si troverà di fronte sarà un banner pubblicitario di grosse

dimensioni (di cui si parlerà successivamente) e uno slideshow (figura 1) che verrà notato in piccolissima parte e da pochi utenti.

3.2.6 How? Come mi muovo?



Figura 8: Header di HDblog, zoom sul menù di navigazione

Gran parte di ciò che può fare il visitatore viene riassunto nel menù presente nell'header (figura 8) che viene organizzato con categorie e argomenti più importanti. Oltre a ciò, come già riportato approfonditamente nell'asse *What?*, troviamo lateralmente un titolo celeste con delle piccole etichette, al di fuori del box del sito, che non vengono minimamente viste dall'utente essendo al di fuori del design a box che l'utente segue durante la navigazione.

Tornando alla testata, sono presenti due righe di link ed elementi che coprono tutta la larghezza del box (figura 8)

Prima riga La prima riga contiene link agli argomenti e sottocategorie del momento ("TUTTO SU", e sulla destra link a *Recensioni*, *Video*, *Prezzi e Confronti di prodotti*).

Seconda riga Nella seconda riga, invece, sono presenti le **macrocategorie** del blog di maggiore rilevanza, insieme anche alle *schede tecniche*, il cui link è stato contrassegnato con background celeste per dargli maggior risalto, l'*icona della home* e il *forum*.

Entrambe le righe sono bene in contrasto tra loro, sebbene la lettura sia un po' più problematica, essendo tutte le lettere in maiuscolo, come già fatto notare per altri elementi nel blog. Inoltre, dettaglio di grande importanza da non sottovalutare sono le icone della freccetta rivolta verso il basso (in gergo chiamate *caret*) usate all'interno dei link per le macrocategorie (ANDROID, APPLE, ...). Queste icone sono fuorvianti, dal momento che ci si aspetta che passando sopra con il mouse o, quantomeno, a seguito di un click, si apra

un **submenù a tendina**, cosa che invece non capita, inducendo l'utente a trovarsi in confusione del perché sia presente quella icona e del perché non succede ciò che ci si aspetta.

Indagando più a fondo, si è scoperto infatti che tali icone non erano completamente messe a caso, visto che nel 2014, confrontando uno [snapshot di HDblog su web.archive.org](#), vi era effettivamente un **submenù** che si apriva per ogni categoria. Una scelta un po' immotivata di mantenere queste icone, o comunque di rimuovere il submenù che non era sicuramente male, visto e considerata la giusta grandezza degli elementi per poter fruire di una buona navigazione.

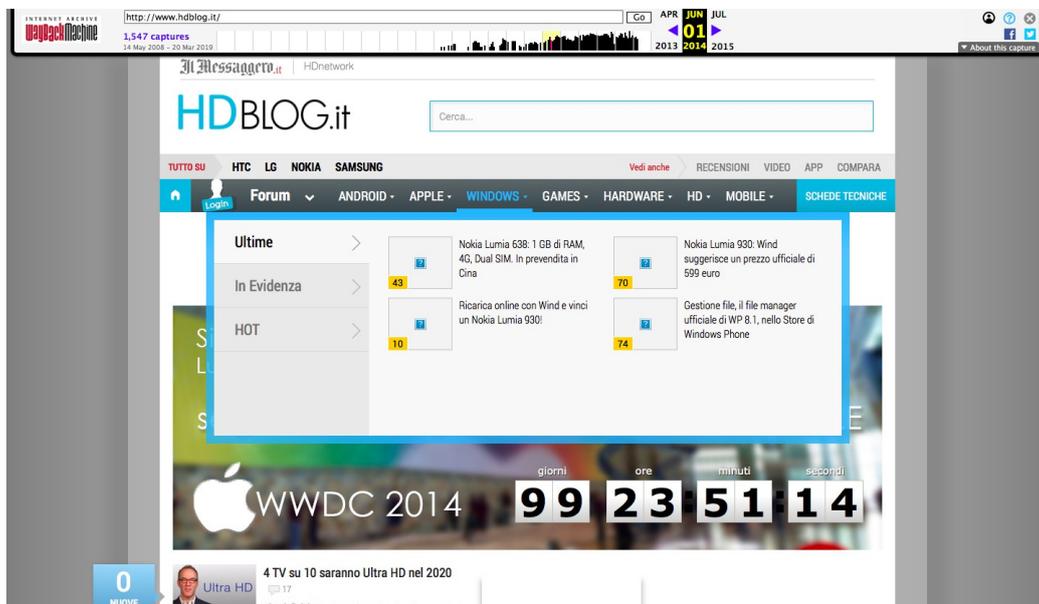


Figura 9: Snapshot del 1 giugno 2014 della homepage di HDblog, submenù aperto

Sebbene questo ultimo inconveniente, è da notare particolarmente anche la **barra di ricerca** nel header che viene messa in risalto così che l'utente possa cercare in tutta comodità e semplicità un articolo o un telefono (figura 4).

Tuttavia, anche qui sorgono diversi problemi, dal momento che:

- si possono inserire illimitati caratteri;

- ricercando un telefono, si caricano dinamicamente alcuni risultati, ma questo non funziona anche per gli articoli;
- la ricerca è per titoli e immettendo una frase lunga non si trova quasi mai ciò che si vuole trovare;
- con le keywords funziona bene, ma lo spazio usato è sicuramente più di quello necessario e quindi fuorviante per l'utente;
- non è presente un BOTTONE per avviare la ricerca e si richiede che l'utente sappia che deve premere *Invio* sulla tastiera.

Riassumendo, la barra di ricerca, che è cruciale per un sito di questo calibro, è sicuramente sbagliata a livello implementativo. L'unico aspetto positivo è il posizionamento in alto a destra, comodo da raggiungere per l'utente, ma per il resto la grandezza, i caratteri illimitati e la mancanza di un bottone sono aspetti critici.

Concludendo, un ultimo punto di buona rilevanza riguarda i **link visitati** che, così come la gran parte dei siti web, vengono del tutto ignoranti al fine di salvaguardare il design. A tal proposito, si consiglierebbe di attivarli almeno nella prima colonna degli articoli recenti, così da semplificare all'utente la navigazione (senza che debba essere lui a ricordarsi dove è stato).

3.3 Conclusione

Dalla analisi della homepage si è ricavato che gran parte dei contenuti sono organizzati sufficientemente bene a partire dalla seconda schermata nella prima colonna di sinistra, mentre viene data meno cura alla colonna centrale, alla colonna di destra e agli elementi della testata. Barra di ricerca sicuramente da re-implementare con piccoli accorgimenti, così come i titoli e le etichette laterali che rompono lo stile a box del blog e non vengono completamente visti o usati.

4 Analisi di un articolo

Per l'analisi della pagina di un articolo ci si concentrerà soprattutto sul corpo della pagina, mettendo in primo piano il modo in cui viene scritto l'articolo, le parole chiave, le immagini e la disposizione di altri elementi di contorno alla pagina.

Le pagine analizzate saranno le seguenti:

- [Articolo 1 - Categoria Apple](#)
- [Articolo 2 - Categoria Android](#)
- [Articolo 3 - Generico](#)

4.1 Primo impatto e layout

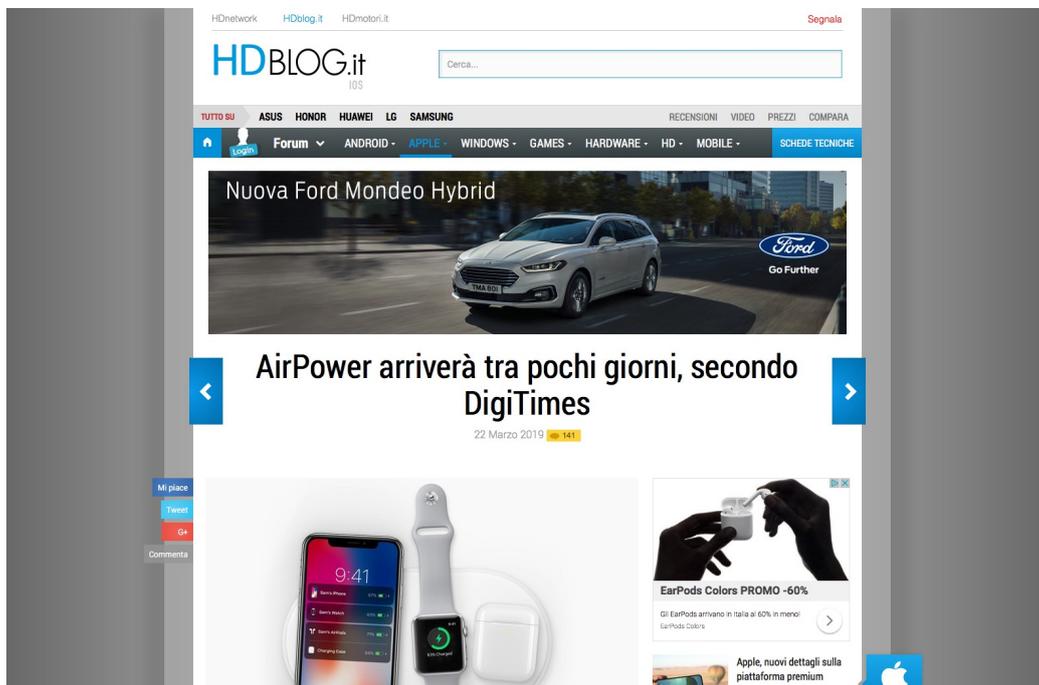


Figura 10: Esempio di articolo 1, nessuno scroll

Guardando la prima schermata (figura 10), rispetto alla homepage, HDblog utilizza un approccio abbastanza diverso in termini di layout. Troviamo difatti un layout a due colonne, in cui la prima colonna è larga il doppio rispetto alla seconda. Questa contiene il testo dell'articolo insieme a una immagine di accompagnamento.

Inoltre, si aggiungono nella parte superiore ai fianchi del titolo delle **freccie** di grandi dimensioni che dovrebbero servire ipoteticamente a muoversi tra i vari articoli, azione che viene fatta un po' alla cieca visto che la descrizione del prossimo o del precedente articolo compare solamente posizionandosi sopra col cursore del mouse, facendo perdere inutilmente del tempo all'utente per visualizzare il fumetto.



Figura 11: Esempio di articolo 1, primo scroll

Muovendosi più sotto (figura 11), si comincia finalmente a leggere l'articolo, e da qui si può notare la *vera potenza* della redazione di questo blog. Gran parte degli articoli sono perfettamente spaziati e divisi per paragrafi, garantendo meno pesantezza alla lettura ed evidenziando le parole chiave,

se non addirittura alcune frasi, facendo passare velocemente i concetti e le notizie e senza perdersi in troppi giri di parole.

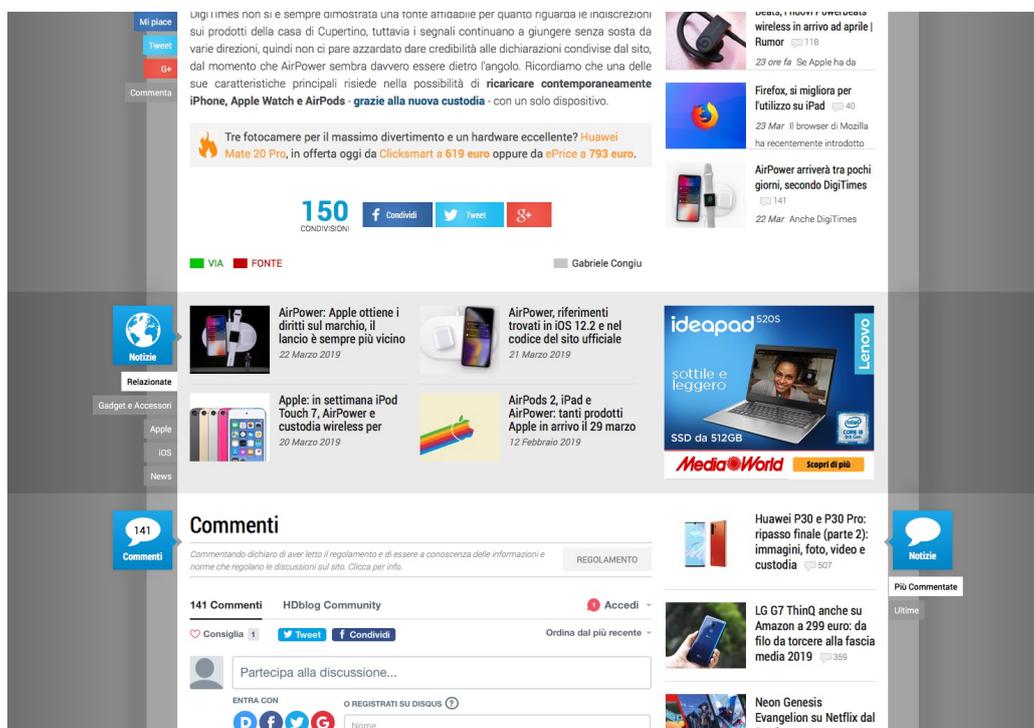


Figura 12: Esempio di articolo 1, secondo scroll

4.2 Assi informativi

4.2.1 Who?

Il sito fortunatamente riporta in modo del tutto coerente durante la navigazione l'asse del *Who?* con il logo in alto a sinistra (figura 10), permettendo quindi il riconoscimento immediato.

4.2.2 Where?

Questo asse informativo rimane agganciato alla stessa lunghezza d'onda della homepage, ma viene potenziato per un fattore chiave che sta nella testata e

che si propaga su tutto il blog.

Infatti, il logo di HDblog cambia, e al di sotto viene aggiunta una parola chiave che identifica l'argomento che si sta andando a trattare nell'articolo (evidenziato anche nel menù). Allo stesso modo, cambiano anche i **colori dei link** e dell'evidenziatura dei titoli in tutta la pagina. Il gioco di colori rende un po' *meno faticoso* capire in che ambito ci si trova, posto che comunque si sia già utilizzatori del blog e si conoscano in anticipo tutti i colori del sito. Per un visitatore qualunque, conta relativamente poco.

Molto buono anche il titolo centrale che fa capire subito che si tratta di un articolo, prendendosi molto spazio per una comoda lettura.



Figura 13: Esempio di articolo 2, con argomento "Android", dettaglio header

4.2.3 What?

Riguardo a questo asse informativo, si trova, partendo dall'alto, la possibilità di usare le frecce menzionate nell'introduzione che permettono una navigazione alla cieca in altri articoli e, a seguire, l'articolo vero e proprio (figura 11). La distribuzione in paragrafi piccoli e corti permette all'utente una lettura del tutto comoda e agevolata dell'articolo, così come l'evidenziatura tramite link e tramite grassetto di alcune parole chiave.

GOOGLE LENS E ALTRE NOVITA' MINORI

Altre novità minori sono state avvisate in **Google Lens**, che potrebbe presto consentire agli utenti di impostare una modalità di ricerca in base a delle aree geografiche, e nelle **conversazioni continue**, che ora sono supportate su Smart Display e speaker anche in UK. La v9.51 fa riferimento anche al debutto del **pulsante Google Assistant** su tanti modelli di smartphone, **come pre-annunciato dalla società al MWC 2019**.

- **Google App Beta** | **Android** | Google Play Store, **Gratis**

Oggi uno dei migliori acquisti nella fascia media? **Huawei Mate 10 Pro**, in offerta oggi da **Amazon Marketplace a 464 euro** oppure da **Amazon a 514 euro**.

10 CONDIVISIONI

VIA

Simone Garofalo

Honor View 10 Lite: in distribuzione Android 9 Pie con EMUI 9 in Italia 6

7 ora fa L'aggiornamento è

Huawei P30 Pro, anche oggi non mancano nuove immagini (e un breve video) 23

Figura 14: Esempio di articolo 2, con argomento "Android", dettaglio fine articolo

Il **layout a due colonne** permette inoltre di mettere meno in risalto la seconda colonna, evitando comunque di dover compattare troppo l'informazione e permettendo di inserire banner pubblicitari adeguatamente integrati e che non rechino troppo fastidio.

Sempre in questo ambito, anche il **box con l'icona del fuoco** che troviamo a fine (figura 14), posizionato in maniera strategica e mimetizzato, permette un ottimo compromesso per il lettore, così come, a seguire, il banner per i **social** e le **condivisioni**.

Un po' meno chiara invece l'ultima parte con le **Fonti, Via e l'autore dell'articolo**, non si comprende facilmente che quelli siano link (a parte l'autore) fintanto che non ci si passa sopra con il mouse. Inoltre, questi link aprono una nuova scheda del browser in siti esterni ad HDblog, pertanto si può affermare che il loro posizionamento è comunque accettato al fine di non dover rimandare troppo traffico altrove presso siti altri concorrenti (anche se spesso internazionali e quindi con lingua non italiana), pur citando comunque le fonti.

Fotocamera Wide per eccellenza? **LG G7 ThinQ**, in offerta oggi da **Clicksmart a 289 euro** oppure da **Yeppon a 335 euro**.

69
CONDIVISIONI

Condividi Tweet g+

VIA FONTE Stefano Bontempi

Figura 15: Esempio di articolo 3, dettaglio fine articolo

Concludendo, abbastanza adeguata anche la parte dei commenti che fa uso di *disquss*, famosa applicazione di terze parti, molto apprezzata dai bloggers e dagli utenti per l'uso a modi "social network" (unico account, più siti in cui commentare).

4.2.4 Why?

Riguardo questo asse informativo, una volta che l'utente ha scelto un articolo dalla homepage, si troverà di fronte il testo dell'articolo richiesto e potrà leggerlo tranquillamente in più modalità:

- Se è particolarmente interessato, la suddivisione a paragrafi già trattata precedentemente sarà il punto di forza per garantirne comodità e minimo sforzo di lettura.
- Se non è particolarmente interessato (e quindi ci vuole dedicare pochissimo tempo), la lettura delle parole in grassetto gli permetterà di comprendere al volo i concetti chiave e magari, se stimolato interesse verso l'argomento, l'utente sarà portato alla lettura completa dell'articolo.

Infine, menzione particolare anche per le immagini contenute nell'articolo che sono di grandi dimensioni e cliccandovi si può ottenerne uno slideshow con zoom invasivo, ma tranquillamente evasivo.

4.2.5 When?

Le nuove notizie, ovviamente, passano in secondo piano poiché vengono popolate nella **colonna di destra** in maniera compatta, facendo ugualmente uso dello stesso design che ritroviamo nella homepage. Anche qui, ovviamente, si ereditano tutti i pregi e difetti dell'ultima colonna, con i titoli fuori dal box e le relative etichette.

Tra l'articolo e la sezione commenti, però, si interseca una **riga intera di nuove notizie correlate** che, rompendo il layout, permettono comunque di prendersi buona fetta di attenzione (figura 12).

4.2.6 How?

Come detto all'inizio, l'uso delle frecce superiori per muoversi tra i vari articoli (figura 10) poteva essere fatto meglio, permettendo di capire quantomeno a che articolo si fa riferimento. A parte ciò, la possibilità di commentare, di muoversi altrove vedendo notizie simili e di accedere ad offerte correlate sono tutte ottime funzionalità di cui un utente fa uso e che permettono di avere una buona esperienza di navigazione, portando l'utente a esplorare con maggiore flessibilità il sito e tutti i contenuti che può offrire.

4.3 Conclusione

In conclusione, la pagina dell'articolo è studiata molto bene e contiene quasi tutto ciò che serve per soddisfare qualunque genere di visitatore. E' ovvio, infatti, che gran parte dei punti di accesso a questo sito verranno rappresentati, oltre che dalla homepage e dalle schede tecniche dei telefoni, soprattutto da questo genere di pagine, pertanto è bene che questa sezione sia adeguatamente progettata al fine di ottenere la migliore esperienza possibile.

Da sistemare magari in piccola parte quei punti che riguardano le frecce per gli articoli e le etichette laterali, che rimangono sempre un punto debole di tutto il blog. Attenzione da prestare anche allo scroll, diminuito in questo contesto, ma pur sempre un po' troppo lungo.

5 Analisi schede tecniche

La prossima pagina analizzata riguarda la ricerca avanzata per scheda tecnica di uno smartphone, in base ai filtri e alle caratteristiche che si preferiscono. Questa pagina è sempre in continuo aggiornamento e contiene la lista di tutti i telefoni presenti all'interno del database di HDblog e che sono stati recensiti riportando accuratamente i singoli dettagli.

Le pagine analizzate sono le seguenti:

- [Schede tecniche 1, senza filtri](#)
- [Schede tecniche 2, con filtri](#)

5.1 Introduzione

La pagina delle *schede tecniche*, il cui link è raggiungibile dal menù nell'header, si apre in modo piuttosto ricco, presentandosi con un layout a due colonne, dove la prima colonna è dedicata ai filtri di ricerca e la seconda ai risultati.

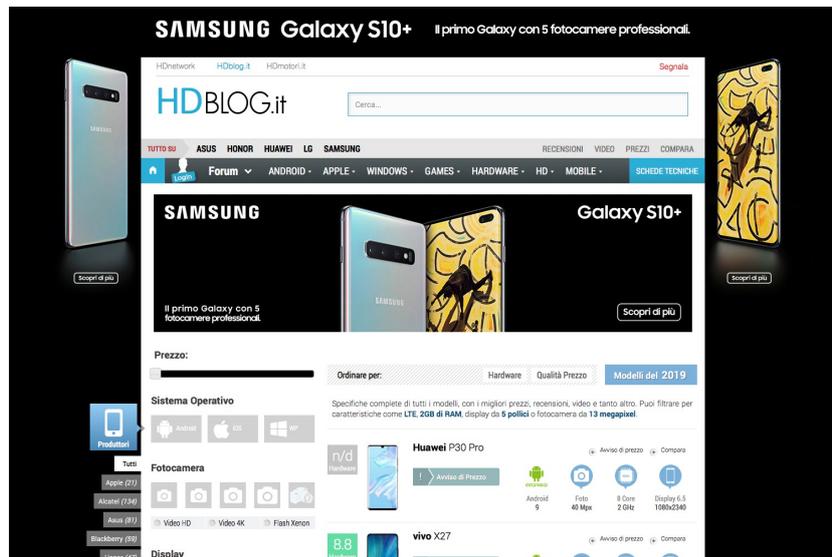


Figura 16: Pagina schede tecniche senza filtri selezionati, nessuno scroll

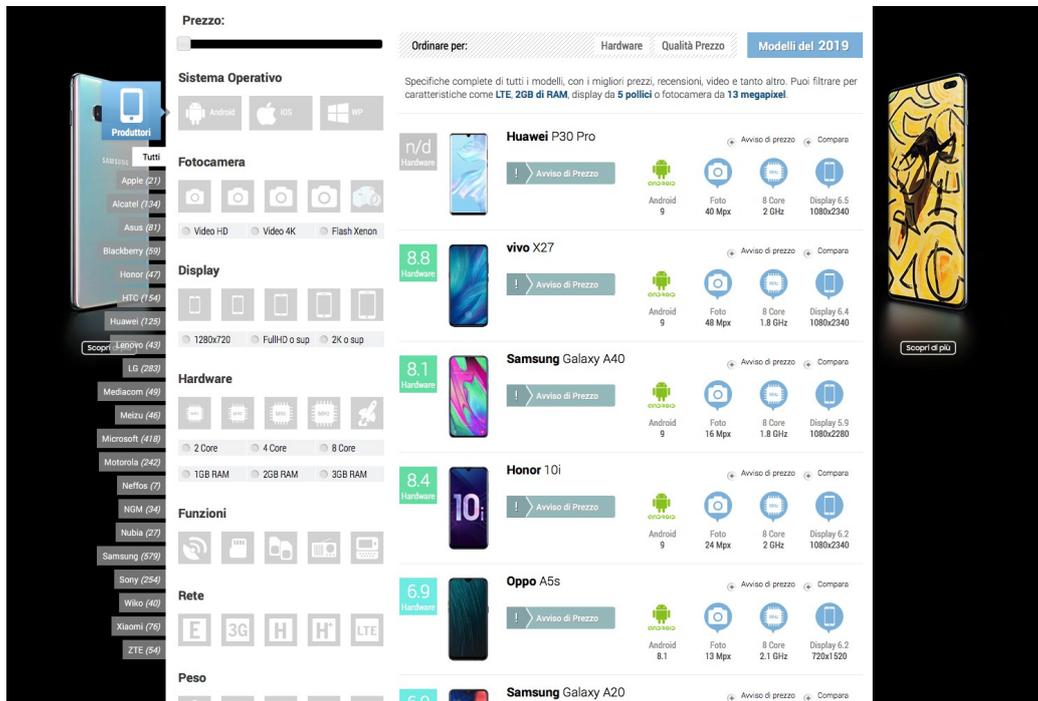


Figura 17: Pagina schede tecniche senza filtri selezionati, primo scroll

Quello che sale subito all'occhio è sicuramente è la prima colonna dei filtri disposta a sinistra, che racchiude un gran numero di opzioni, ma di cui non è facilmente intuitivo capirne il funzionamento visto che è necessario passarci sopra con mouse per leggere un fumetto che descrive esattamente il filtro. Sulla colonna di destra, che occupa due terzi dello spazio, si trovano i telefoni con accanto un voto e le specifiche più importanti.

5.2 Assi informativi

5.2.1 Who?

L'asse informativo che descrive *chi sono* rimane sempre invariato, così come nella homepage, pertanto non vi è nulla da riportare rispetto a quanto già trattato.

5.2.2 Where?

Questo asse informativo risulta completamente assente, dal momento che **non è presente un titolo** che descriva quantomeno che pagina sia. L'utente viene proiettato qui dopo aver cliccato il link *Schede tecniche* nel menù della testata, e poi si ritrova in un'area di ricerca avanzata con filtri. Ovviamente questo è contro-intuitivo e dannoso per l'utente, poiché va contro le sue aspettative, e la mancanza di un titolo esplicativo di dove si trovi, a sua volta, aggrava la situazione.

Analogamente alle altre pagine analizzate, anche qui si segnala nuovamente l'assenza di un **breadcrumb** o di qualcosa che faccia capire in che pagina ci si trova rispetto a tutto il sito.

5.2.3 What?

The screenshot displays a technical specifications page for mobile phones. On the left, there is a vertical sidebar with various filter categories: Prezzo (Price), Sistema Operativo (Operating System), Fotocamera (Camera), Display, Hardware, Funzioni (Features), Rete (Network), and Peso (Weight). Each category has several options with counts in parentheses. The main content area shows a list of phones with their prices and quality scores. The top section is for 'Qualità Prezzo di 10' and the bottom section is for 'Qualità Prezzo di 8'. The phones listed are Archos Diamond, Sony Xperia M5, LG G7 ThinQ, Nubia Z9 Max, and Meizu M6 Note. Each phone entry includes a small image, a price tag, a quality score, and a list of key specifications like camera, processor, and display.

Figura 18: Pagina schede tecniche con filtri selezionati, primo scroll

L'asse del *Cosa posso fare* risponde tranquillamente alle esigenze di un utente che vuole ricercare un telefono in base a delle specifiche tecniche di sua preferenza. Il modo in cui questo è stato fatto è abbastanza intuitivo, visto e considerato che sulla sinistra troviamo tutti i filtri disponibili con le icone che cambiano di grandezza in base alla potenza, accompagnate comunque da un fumetto istantaneo quando si passa sopra col mouse e da altre opzioni più specifiche scritte a parole (es: *Video HD*, *Video 4k*, ecc.).

Vediamo nel dettaglio la **prima colonna**, analizzando i singoli filtri disponibili:

Produttori La parte di selezione del filtro produttori è stata pensata con le etichette laterali che si trovano nella homepage e nella pagina dell'articolo, pertanto messe meno in risalto e difficilmente visibili. Questa volta però, il fatto di trovare tante etichette può aiutare l'utente a rompere il design e guardare un pochino più a sinistra, posto però di trovare comunque uno sfondo come nel caso riportato sotto analisi (figura 17). Questo posizionamento è comunque buono al fine di salvare spazio e scroll all'utente, visto che l'informazione è ben organizzata e compattata in quasi un'unica schermata. Anche la presenza dei numeri, talvolta, agevola la ricerca. L'unico aspetto negativo è il fatto di poter selezionare solamente un produttore alla volta.

Prezzo Il prezzo è stato gestito in maniera sufficiente come filtro, visto che l'utente deve spostare il quadratino per aumentare o diminuire il range di prezzo. Ovviamente questo non lo si sa fintanto che non lo si prova a fare, però la soluzione è comunque valida.

Sistema operativo Lo spazio di click è ben gestito in questo caso ed è facile ed intuitivo capire cosa si sta selezionando dal momento che vi è icona accompagnata con del testo.

Fotocamera, Display, Hardware Questi filtri sono sufficientemente chiari però non si comprende perfettamente i range fintanto che non si passa sopra con il mouse nel caso delle icone, così che compaia un fumetto istantaneo che descriva meglio il filtro. Le parti scritte a parole, invece, non hanno una pre-descrizione che segnali di cosa si tratti, che sarebbe stata specialmente utile per una persona meno esperta di specifiche telefoniche.

Funzioni, Rete, Peso Questi elementi sono paragonabili in modo simile a fotocamera, display, hardware, con la sola assenza di opzioni indicate solamente a parole.

Una nota negativa di tutta la parte di selezione filtri riguarda il fatto di **dover ricaricare la pagina per ogni singolo filtro**, obbligando l'utente a tornare in alto, perdendo la posizione della schermata precedente. Questo aggrava di gran lunga la navigazione e la comodità di selezione di più filtri, inducendo l'utente a usare solamente un paio di filtri, peggiorando la sua esperienza.

Passando alla parte di **ordinamento dei risultati** (figura 17, in alto a destra), vi è un box posto nella parte superiore e contrassegnato da un background a righe oblique che rompe il design, prestandosi a maggiori attenzioni. Gestito peggio, invece, il posizionamento dell'ordinamento attuale, che è il riquadro sulla destra in celeste (*Modelli del 2019*), che difficilmente viene visto da un utente. Sarebbe stato più opportuno metterlo a sinistra dell'ordinamento, così da dargli maggiore visibilità. Bene poi le caratteristiche selezionate riportate in forma testuale e in grassetto, anche se in questo caso un elenco puntato sarebbe stato più gradito, così da riordinare meglio l'informazione.

Concludendo, riguardo la parte dei **risultati** si può affermare che in ciascuna riga le immagini, seppur piccole, riassumono abbastanza bene il *form factor* del telefono, dando all'utente un'idea di come sia fatto. Ottima la parte dei voti a sinistra dell'immagine del telefono e la parte in arancione del prezzo, nonché delle caratteristiche sulla destra, che riprendono brevemente in forma testuale le specifiche più importanti dello smartphone, sfruttando inoltre le stesse icone dei filtri.

Le poche informazioni sono state disposte molto bene e in maniera intuitiva e coerente per l'utente, permettendogli di leggere facilmente i risultati e comprendere subito il tipo di telefono che sta ricercando. Se non fosse per la ricerca dei filtri che richiede un ricaricamento completo della pagina per ciascun filtro selezionato, si costituirebbe come un'ottima sezione, specie anche per gli strumenti di *Confronto e Avviso di prezzo* che a molti utenti fanno comodo.

5.2.4 Why?

Questo asse manca abbastanza visto che non è descritto esplicitamente di cosa si tratti e del perché un utente debba essere in questa sezione. Sarebbe stato opportuno inserire una brevissima descrizione con il titolo, così da non dover sforzare l'utente a capire intuitivamente dove si trova e cosa può fare.

5.2.5 When?

In questa sezione non si trovano notizie, se non i modelli più recenti di telefoni usciti nell'anno corrente. Ovviamente questo asse non è di necessaria importanza per questa pagina, pertanto nessuna critica da apportare.

5.2.6 How?

Gran parte di ciò che si può fare è riportato nell'asse *What*, ma una cosa che manca sicuramente alla parte dei filtri è sicuramente la ricerca testuale di un singolo nome di un telefono, sebbene possa essere fatta in ogni caso dalla barra di ricerca che ritroviamo nella testata. Anche questo, tuttavia, è controintuitivo, visto che l'utente dovrebbe sapere che quella barra di ricerca superiore ha un doppio uso. Sarebbe stato più opportuno replicare una ricerca SOLO per telefoni direttamente nella pagina o esplicitarne il funzionamento direttamente, così da semplificare l'esperienza dell'utente.

5.3 Conclusione

Tirando le somme, la parte di ricerca avanzata di un telefono per scheda tecnica è fatta molto bene nella parte dei risultati e anche nei filtri, se non fosse che un utente deve ricaricare tutta la pagina per ogni singolo filtro aggiunto, obbligandolo a perdere troppo tempo inutilmente. La mancanza del titolo o di un paragrafo che spieghi in due parole di che tipo di pagina si tratta, inoltre, porta l'utente a perdere più tempo per realizzare dove si trova. Secondariamente, attenzione anche al numero di risultati riportati che obbligano l'utente a scrollare molto lungo la pagina.

6 Coerenza nella navigazione

In questa sezione si analizza brevemente la qualità della navigazione per un utente, nello specifico header e footer, che sono gli elementi che si ripetono in tutto il sito, così come la profondità del sito al fine di reperire una certa informazione.

6.1 Testata e piè di pagina

La testata e il piè di pagina sono elementi fondamentali per un sito al fine di permettere una navigazione comoda e uniforme in tutte le pagine di cui dispone. Il fatto che questi elementi rimangano sempre ben visibili e al loro posto, garantiscono all'utente di non perdersi, così che possa sempre avere un punto di fuga.



Figura 19: Header di HDblog con evidenziazioni

HDblog adotta una soluzione più che valida dal momento che entrambi header e footer rimangono sempre coerenti durante la navigazione, garantendo una buona uniformità per i visitatori, senza timore che qualcuno si possa perdere.

Parlando della **testata** (figura 19), si riesce agevolmente a capire dove ci si trova e cosa si può fare, come già riportato nell'analisi della Homepage. Un punto a favore va sicuramente al logo, il menù e la barra di ricerca (figura 19, rettangolo verde), di cui l'utente fa spesso uso per trovare agevolmente le informazioni che sta cercando e per tornare velocemente alla homepage, punto fondamentale di salvataggio. Un po' meno favorito, invece, il fatto di avere delle icone inutili (figura 19, cerchietti in giallo in basso) che dovrebbero

far apparire un submenù a tendina e invece rimandano direttamente ad una sezione. Analogamente, anche i link sulla destra (figura 19, rettangolo rosso) sono messi largamente in secondo piano, quando potrebbero essere messi con maggiore visibilità sulla sinistra, al posto di quelli attuali (figura 19, rettangolo arancione). Infine, buono il posizionamento dei link agli altri network (figura 19, rettangolo blu in alto), che permettono agevolmente di visitare gli altri blog appartenenti alla stessa redazione.

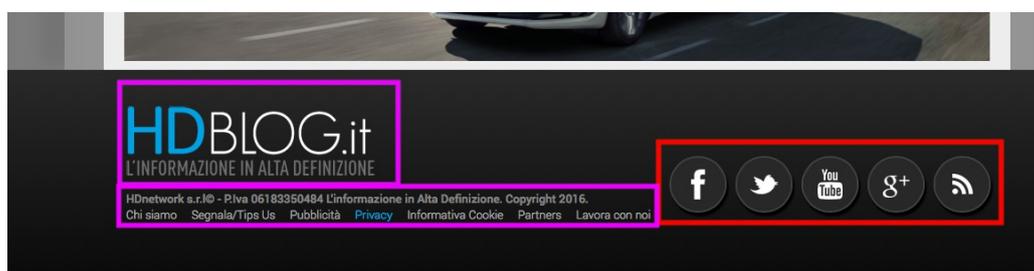


Figura 20: Footer di HDblog con evidenziazure

Parlando del **piè di pagina**, anch'esso rispecchia i canoni di semplicità e continuità, sebbene sia in genere difficilmente raggiungibile se non dopo moltissimi scroll, il che è un punto a sfavore, specialmente per poter mettersi, ad esempio, in contatto con la redazione (figura 20, rettangolo viola) o per trovare i link ai social networks (figura 20, rettangolo rosso), totalmente messi in secondo piano per tutto il sito, quando sarebbero potuti essere potenziati nell'header con un apposito submenù. Non molto comoda come esperienza di navigazione, da rivedere in questo ambito l'eventualità di fare una pagina con un menù per questo genere di contatti, visto che difficilmente un utente che vuole reperire questo genere di informazioni riesce ad arrivare alla *fine* del sito.

6.2 Profondità del sito

Il sito si costituisce con una profondità di modeste dimensioni. Infatti, la maggior parte dei link si consumano nel seguente modo:

- Home / Categoria / Articolo

- Home / Schede tecniche / Telefono
- Home / Singola pagina

In generale, dunque, si trova una **profondità pari a due click** a partire dalla homepage al fine di giungere a ciò che l'utente vuole. Questo implica un semplice reperimento delle informazioni che migliora l'esperienza di un utente generalmente esigente e alla ricerca di notizie. Tuttavia, è importante ribadire che ciò non giustifica in ogni caso l'assenza di un elemento fondamentale come il **breadcrumb**, dal momento che l'utente può perdersi in qualunque momento.

6.3 Reperimento dell'informazione



Figura 21: Prima schermata Homepage di HDblog con evidenziazure

La presenza di elementi che suggeriscono articoli correlati, recensioni e offerte, come visto nella analisi della Homepage, aiutano a sua volta a intrattenere il visitatore, sebbene il loro posizionamento non sia perfetto. Infatti, non è da trascurare il **fattore chiarezza** in favore della **compattezza**, di cui si fa largo uso soprattutto nella pagina iniziale. Con una quantità così ampia

di informazioni è necessario l'uso di un design stretto e compatto, però in questo caso sono stati tagliati fuori alcuni elementi chiave come le etichette e i titoli che portano a una maggiore difficoltà di navigazione per l'utente, visto che viene richiesto un passo induttivo al visitatore per comprendere, ad esempio, a cosa serve una colonna con determinati articoli rispetto alle altre.

Analogamente, l'implementazione dello **scroll infinito** per il caricamento dinamico delle notizie lo si ritrova spesso e volentieri nel web, specialmente nei blog, ma bisogna prestare molta attenzione a come lo si usa: *per un utente che conosce già il sito o che lo frequenta spesso è positivo*, dal momento che ci perde volentieri tempo a leggersi le ultime notizie, però *per un primo visitatore l'effetto che può risultare è completamente opposto e dunque negativo*.

L'approccio migliore sarebbe quello di **sfruttare in modo decisamente migliore la prima schermata** (soprattutto nella homepage, vedi figura 21), potenziando l'asse del *Who* e l'asse del *When*, senza obbligare l'utente a dover compier alcun tipo di scroll, magari evitando un banner pubblicitario così ampio, visto e considerato che può essere dannoso per la prima esperienza di un visitatore.

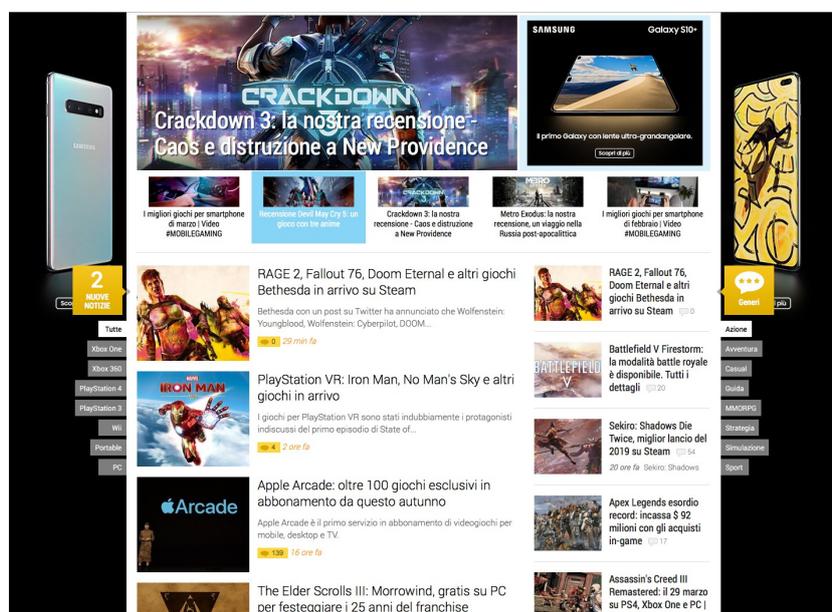


Figura 22: Sezione Games di HDBlog, seconda schermata

Una implementazione simile potrebbe essere la stessa che viene usata per visualizzare le notizie presenti sotto la categoria **Games** (figura 22) che fa uso di un design più semplice e più pulito, senza l'uso della colonna centrale che non viene minimamente vista da parte dell'utente. Questo approccio migliora anche la visibilità delle immagini e delle notizie, permettendo maggiore comodità di lettura, sebbene l'informazione sia un po' meno compatta rispetto a prima.

Concludendo, quindi, buona parte della navigazione del blog è abbastanza uniforme e la comodità si percepisce soprattutto da *utenti* che da *visitatori*. Da valutare bene quindi eventuali cambiamenti a questo design che possono potenziare di gran lunga l'esperienza di qualsiasi lettore.

7 Pubblicità nel sito

7.1 Posizionamento dei banner

Il posizionamento dei banner all'interno di un sito è di notevole importanza al fine di permettere il giusto rapporto di gradimento/visibilità per l'utente. In questo caso specifico, si può affermare che HDblog adotti un posizionamento sufficientemente adeguato, dal momento che gran parte delle pubblicità si posiziona nei punti *morti* che non danno troppo fastidio all'utente quando si mette a navigare il sito.

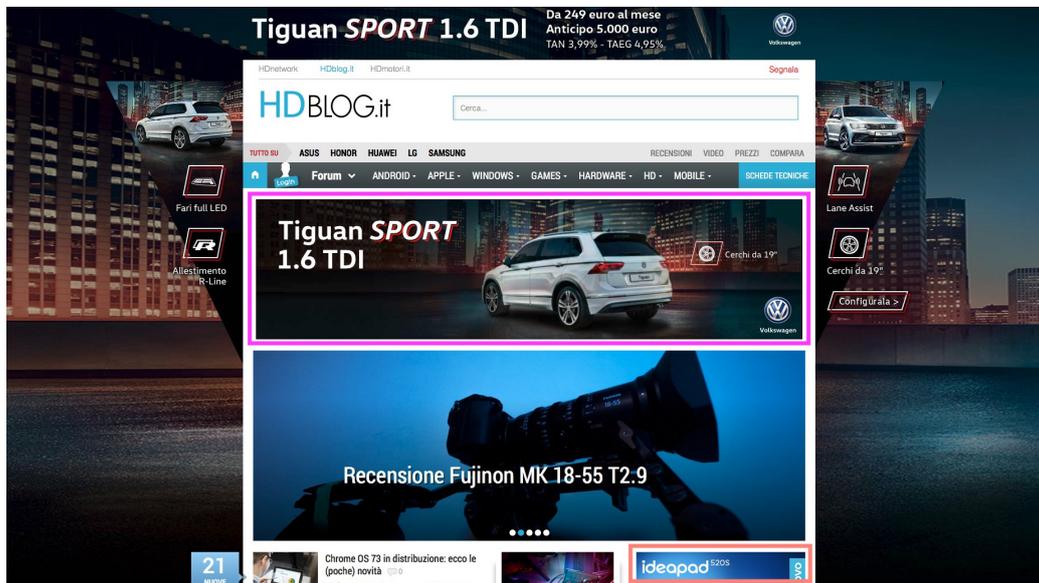


Figura 23: Homepage di HDblog, pubblicità evidenziata

Sfondo e pre-testata Il posizionamento di questa pubblicità usata come sfondo risulta intelligente e di notevole comodità e, seppur rompa il design del sito (in particolare si rompe la continuità di colori), permette comunque di non infastidire troppo l'utente visto che non sono presenti animazioni o altre elementi dannosi che un utente in genere non sopporta. Le parti prese da questa pubblicità sono quindi *attorno* al box del sito e la loro implementazione è degna di nota, visto che si mantiene una certa continuità, tanto da far interessare l'utente al prodotto e indurlo a cliccare.

Banner iniziale nella testata Il banner iniziale nella testata, per contro è implementato in maniera sbagliata, dal momento che è troppo alto e occupa almeno il 33% della prima schermata, spazio che potrebbe essere tranquillamente ridotto con un banner più piccolo che si estende in larghezza.

Box banner nelle colonne Nella maggior parte delle colonne si trova un banner fatto a modi Box inserito strategicamente la cui implementazione è giusta poiché non reca alterazioni al design del sito e si integra perfettamente nel corso della navigazione di un utente.

Banner nel footer Nel footer, infine, qualora un utente riesca a raggiungere questa parte, si fa uso di un banner di grosse dimensioni che, per il suo posizionamento è più che adeguato.



Figura 24: Articolo di esempio, pubblicità evidenziata

Non si fa uso di pubblicità nella colonna di sinistra se non in alcuni casi negli articoli (figura 24, [link](#)) o nella scheda tecnica, nelle zone inferiori. Analogamente, **non si fa uso di Popup**, punto importantissimo a favore di tutto il sito.

Un aspetto negativo riguarda la generazione della pubblicità che cambia sostanzialmente ad ogni ricaricamento della pagina, andando rendere un po' meno omogenea la navigazione e causando, talvolta, ritardi nel caricamento dello sfondo o di alcuni banner. Ciò è sfavorevole all'utente, perché gli segnala che qualcosa non stia andando.

Concludendo, si può affermare comunque che il posizionamento pubblicitario possa passare sicuramente con buoni voti, a meno del banner nella testata di dimensioni troppo onerose e del ricaricamento un po' troppo lungo.

7.2 Soluzioni Anti-Adblock

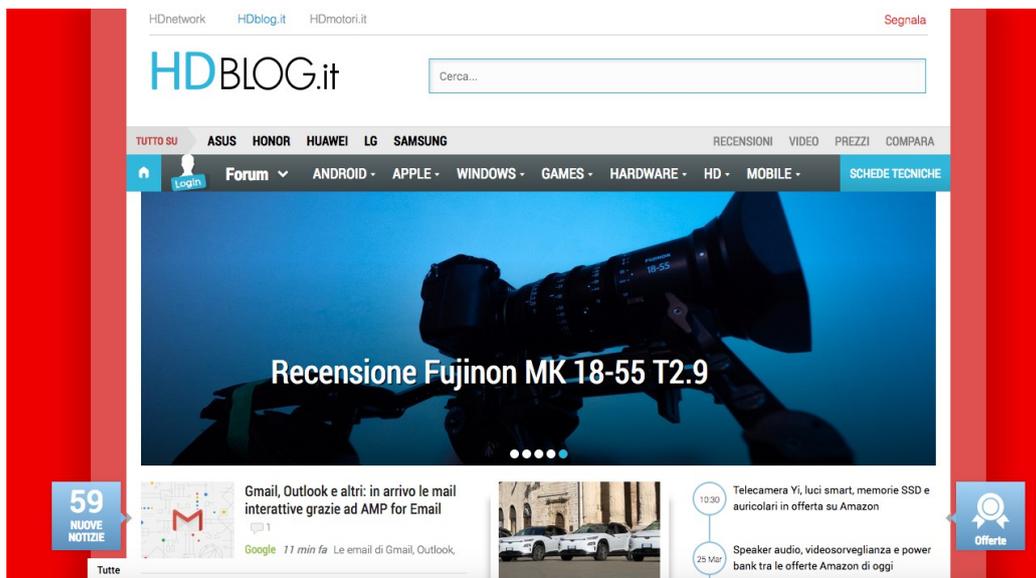


Figura 25: Homepage con Adblock attivato

Negli ultimi anni buona parte di coloro che navigano il web si sono muniti di **AdBlock**, un'estensione per i browser che permette di *nascondere la pubblicità*, così da non infastidire l'esperienza durante la navigazione.

Se da una parte questo favorisce l'utente che magari rimane più volentieri all'interno del sito, dall'altra è **altamente dannoso per i gestori di un sito**, visto che danneggia l'economia che ci sta dietro, portando a minori click sui banner pubblicitari, nonché a meno visualizzazioni.

Nella maggior parte dei siti vige un sistema che *contrasta* Adblock, in modo da capire se l'utente lo stia usufruendo o meno, e talvolta questo risulta essere un **popup** inserito dal gestore del sito che contiene un avviso di disattivazione di Adblock. Questo ovviamente danneggia più di tutto l'esperienza di un visitatore perché se di colpo mentre sta visualizzando una notizia compare un popup indesiderato che interrompe la lettura, l'azione che ne consegue dopo è quasi sempre l'abbandono del sito.



Figura 26: Articolo aperto con Adblock attivato

Nel caso di HDblog, è stato inserito di recente un sistema di **Anti-adblock** che invade solo fino ad un certo punto l'esperienza dell'utente. Infatti, qualora un utente abbia Adblock attivo, lo *sfondo del sito diventerà rosso* e la homepage rimarrà invariata (figura 25), permettendo di visualizzare gli articoli. Tuttavia, non appena si entrerà all'interno di una voce (ad esempio in un articolo, figura 26), comparirà una pagina differente che spiega le intenzioni della disattivazione di Adblock e di una immagine illustrativa di come farlo.

Questa soluzione è sicuramente migliore rispetto ad un popup dal momento che non intralcia troppo l'esperienza utente e lo mette comunque a conoscenza di questa problematica. Ovviamente sarebbe stato meglio ridurre il carico di lettura, dal momento che ci sono troppi paragrafi da leggere per

l'utente prima di capire cosa debba fare, e talvolta con questa soluzione si rischia sempre di far scappare un visitatore, visto e considerato che l'utente non ottiene quello che vuole.

8 Analisi della versione Mobile

8.1 Introduzione

In questi anni, la versione mobile di un sito web gioca un ruolo fondamentale dal momento che permette di agevolare la visualizzazione dei contenuti per la gran parte di utenza che fruisce degli smartphone per navigare nel web.

HDblog implementa una **versione mobile** più che adeguata dal momento che riassume di tutto il sito solo i nuovi articoli, tralasciando i contenuti nelle altre colonne e differenziandoli in più sezioni, adoperando un apposito menù.

In questa sezione seguiranno l'analisi della homepage e di un articolo in modalità mobile, più riassuntiva di quella desktop, con le relative differenze.

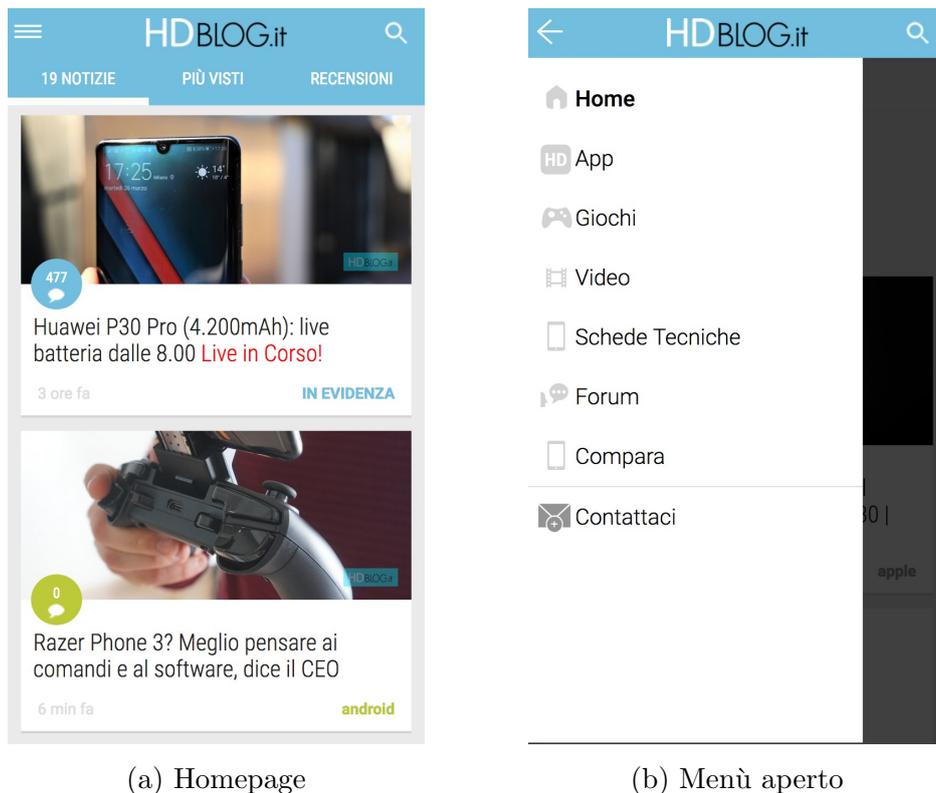


Figura 27: Homepage in versione mobile di HDblog

8.2 Analisi della Homepage

La homepage si presenta con gli articoli più recenti, dove ciascun articolo contiene una immagine e un titolo senza *snippet* del testo, il tutto seguito dalla categoria, dal numero di commenti e dalla data.

8.2.1 Punti forti

Alcuni punti a favore di questa versione mobile sono sicuramente l'ampio spazio di pressione per accedere ad un articolo e la comodità dello scroll verticale (praticamente infinito) che carica dinamicamente le notizie senza sovraccaricare troppo il dispositivo. Inoltre, il menù e la barra di ricerca si trovano nella parte superiore accanto al logo, che è messo giustamente in posizione centrale, e ciò rende facile il riconoscimento del sito e la navigazione all'interno delle pagine.

8.2.2 Punti deboli

L'header della versione mobile purtroppo non segue l'utente durante lo scroll e questo porta l'utente ad un certo punto a dover riscrollare tutto fino all'inizio della pagina aperta per potersi muovere in altre sezioni. Oltre a ciò, manca del tutto una icona o un bottone che permette di **tornare su** nella pagina, che avrebbe permesso di migliorare in parte la navigazione dell'utente.

Il menù, infine, è relativamente funzionale, visto che l'unica via di uscita risulta la freccetta in alto a sinistra (figura 27, b) e non la parte oscurata sulla destra. Stesso discorso per l'icona di ricerca in alto a destra che si trasforma in un box di testo se cliccata. Inoltre, gravissimo errore a livello implementativo nella seconda riga della testata in cui è possibile **navigare le categorie muovendo il dito in orizzontale**: assolutamente anti-intuitivo e da reimplementare.

8.3 Analisi di un Articolo

Gli articoli si presentano a loro volta molto bene al fine di avere una lettura comoda e chiara. La separazione a paragrafi viene mantenuta e anche il posizionamento dei banner pubblicitari non intralciano l'utente durante la lettura e si integrano perfettamente con il design.

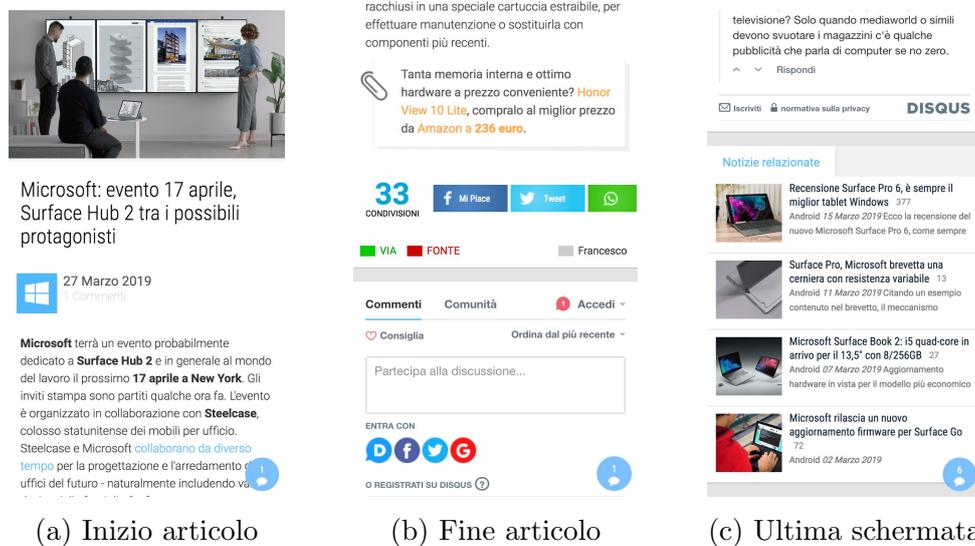


Figura 28: Esempio di Articolo in mobile

L'articolo analizzato è possibile raggiungerlo presso il seguente link:

- [Esempio di articolo mobile](#)

8.3.1 Punti forti

Il design dell'articolo viene mantenuto in modo piuttosto fedele alla versione desktop, posizionando strategicamente tutti gli elementi come il banner, il titolo e la data nel posto giusto. Buona anche l'integrazione con il **botto-ne commenti** che ci segue durante la navigazione se si vuole commentare l'articolo.

8.3.2 Punti deboli

Le *notizie correlate* vengono spostate dopo i commenti (figura 28, c), dandogli meno importanza dal momento che in base alla quantità di commenti si dovrà aumentare il numero di scroll necessari per giungere alla fine del sito.

Scompaiono le *freccie per spostarsi tra i vari articoli* che adesso sarebbero tornate abbastanza utili rispetto alla versione desktop, visto che permettevano di scorrere da una notizia all'altra con maggior velocità.

Non è presente un *link per tornare indietro* alla pagina precedente o quantomeno alla homepage, così che un utente possa tornare in un punto di salvezza. Analogamente, come per la homepage, manca sempre un bottone per tornare su nella pagina.

8.4 Conclusioni

La versione mobile risponde abbastanza bene alla richiesta del settore mobile, garantendo una buona esperienza di navigazione negli articoli principali. Lo *spazio usato per la pressione dei tasti e dei link* è preventivamente ampio e intuitivo per qualsiasi tipo di utente. Da rivedere invece la navigazione delle categorie, che richiede scroll orizzontale, e un eventuale pulsante per *tornare su* nella pagina che aumenterebbero di gran lunga la qualità del sito in questa modalità. Infine, da non tralasciare anche l'asse del *Who* e del *Where* che sono messi meno in risalto rispetto alla versione desktop.

9 Conclusione

Nella parte conclusiva di questa analisi si rilascia una serie di voti circa il rapporto di qualità in termini di usabilità del sito e si commenta in modo riassuntivo tutta la parte di analisi con eventuali punti critici da rivalutare a livello implementativo e possibili soluzioni alternative.

9.1 Voti

Per ciascuna pagina del sito analizzata viene dato un voto in scala di decimi (da 1 a 10). In aggiunta, si inseriscono anche dei voti per quanto concerne la versione mobile, il posizionamento pubblicitario e la coerenza di navigazione con una tabella distinta.

9.1.1 Pagine analizzate

Pagina	Voto
Pagina iniziale (homepage)	5.5/10
Pagina di un articolo	7.5/10
Pagina Schede tecniche	6/10
Voto parziale	6/10

9.1.2 Analisi aggiuntive

Argomento	Voto
Posizionamento pubblicitario	8/10
Coerenza di navigazione	6/10
Versione mobile del sito	7.5/10
Voto parziale	7/10

9.2 Voto finale e commento

Dopo una lunga e attenta analisi delle pagine principali del sito e degli elementi chiave per quanto concerne l'usabilità, si può affermare che HDblog nel corso del tempo ha lavorato parecchio al fine di trovare il giusto approccio per i propri utenti. Gran parte di quello che si trova è sicuramente frutto di affinamenti effettuati nel corso degli anni e condotti con il solo fine di trovare l'approccio il più adatto possibile ad un pubblico che ne mastica un minimo a livello di tecnologia. Il sito prende quindi un **target più ristretto di utenti**, ma ciò non implica che per questo motivo anche utenti meno esperti non possano interessarsi in questi ambiti.

A partire dal design, la compattezza del sito vince di gran lunga come approccio, ma l'utilizzo di parti piene di immagini, la suddivisione a colonne con titoli altamente invisibili e la complessità di comprensione di alcuni assi informativi ostacola in modo gravoso la qualità di navigazione e usabilità del sito, specialmente per utenti meno esperti. L'informazione, però, alla fine viene comunque comodamente deliberata per mezzo di un utilizzo chiaro e distinto di *paragrafi* che facilitano la lettura dell'articolo, e ancor di più l'utilizzo di **parole chiave** che agevolano di gran lunga la scansione dei contenuti della pagina per l'utente. D'altra parte, la mancanza di elementi fondamentali come **il breadcrumb e i link visitati**, elementi che appartengono sì al web vecchio, ma i cui utilizzi sono più che essenziali per una buona usabilità, aumenta il livello di sforzo computazionale dell'utente per capire dove si trova e dove è già stato, causando scontentezza.

In generale, si può dire che gran parte del successo di HDblog è dovuto soprattutto alla quantità e qualità di contenuti prodotti ogni giorno, portati avanti soprattutto anche dalla remunerazione delle pubblicità inserite nel sito che non sono troppo invasive (se non in certi punti critici come la homepage), e da un *buon utilizzo del comparto mobile*, che potrebbe essere comunque migliorato nel tempo.

Concludendo, si assegna un voto finale per quanto concerne qualità e usabilità del sito pari a **6.5/10**.

10 Sommario dei contenuti

Riferimenti figure allegate

I seguenti riferimenti sono riportati per ciascuna cartella di immagini presenti all'interno di `figures/`, allegate alla relazione.

`adverts/`

<https://www.hdblog.it/2019/03/26/gmail-outlook-amp-email-dinamiche/>

- (fig. 24) `articlead.jpg`
- (fig. 26) `articleadblock.jpg`

<https://www.hdblog.it/>

- (fig. 23) `homead.jpg`
- (fig. 25) `homeadblock.jpg`

`article/`

<https://apple.hdblog.it/2019/03/22/apple-airpower-conferme-lancio-marzo/>

- (fig. 10) `article1scroll0.jpg`
- (fig. 11) `article1scroll1.jpg`
- (fig. 12) `article1scroll2.jpg`

<https://android.hdblog.it/2019/03/24/android-google-app-9-51/>

- (fig. 13) article2header.jpg
- (fig. 14) article2zoom.jpg

<https://www.hdblog.it/2019/03/24/motorola-one-vision-render/>

- (fig. 15) article3zoom.jpg

homepage/

<https://hdblog.it/>

- (fig. 3) footer.jpg
- (fig. 4) header.jpg
- (fig. 8) headerzoom.jpg
- (fig. 1) home1scroll0.jpg
- (fig. 2) home1scroll1.jpg
- (fig. 6) home2scroll3.jpg
- (fig. 7) home2scroll5.jpg
- (fig. 5) lateraltitle.jpg

<https://web.archive.org/web/20140601033018/http://www.hdblog.it/>

- (fig. 9) oldhdblog.jpg

mobile/

<https://hdblog.it>

- (fig. 27, a) homemob.jpg
- (fig. 27, b) menumob.jpg

<https://hardware.hdblog.it/2019/03/27/microsoft-evento-17-aprile-lavoro-surface-hub-2/>

- (fig. 28, a) articlemob1scroll0.jpg
- (fig. 28, b) articlemob1scroll1.jpg
- (fig. 28, c) notiziecorrelate.jpg

navigation/

<https://games.hdblog.it>

- (fig. 22) alternative.jpg

<https://hdblog.it>

- (fig. 20) footernav.jpg
- (fig. 19) headernav.jpg
- (fig. 21) homepagenav.jpg

phones/

<https://www.hdblog.it/schede-tecniche/>

- (fig. 16) phone1scroll0.jpg
- (fig. 17) phone1scroll1.jpg

<https://www.hdblog.it/schede-tecniche/10-44-58-145-163-172/?o=2>

- (fig. 18) phone2scroll1.jpg

Elenco delle figure

Figura 1	Homepage di HDblog, prima schermata	9
Figura 2	Homepage di HDblog, seconda schermata	10
Figura 3	Homepage di HDblog, footer	10
Figura 4	Header di HDblog	12
Figura 5	Homepage di HDblog, zoom prima colonna e titolo . . .	13
Figura 6	Homepage di HDblog (con pubblicità in sfondo), terzo scroll	14
Figura 7	Homepage di HDblog (con pubblicità in sfondo), quinto scroll	15
Figura 8	Header di HDblog, zoom sul menù di navigazione . . .	17
Figura 9	Snapshot del 1 giugno 2014 della homepage di HDblog, submenù aperto	18
Figura 10	Esempio di articolo 1, nessuno scroll	20
Figura 11	Esempio di articolo 1, primo scroll	21
Figura 12	Esempio di articolo 1, secondo scroll	22
Figura 13	Esempio di articolo 2, con argomento "Android", dettaglio header	23
Figura 14	Esempio di articolo 2, con argomento "Android", dettaglio fine articolo	24
Figura 15	Esempio di articolo 3, dettaglio fine articolo	25
Figura 16	Pagina schede tecniche senza filtri selezionati, nessuno scroll	27

Figura 17	Pagina schede tecniche senza filtri selezionati, primo scroll	28
Figura 18	Pagina schede tecniche con filtri selezionati, primo scroll	29
Figura 19	Header di HDblog con evidenziazture	33
Figura 20	Footer di HDblog con evidenziazture	34
Figura 21	Prima schermata Homepage di HDblog con evidenziazture	35
Figura 22	Sezione Games di HDblog, seconda schermata	36
Figura 23	Homepage di HDblog, pubblicità evidenziata	38
Figura 24	Articolo di esempio, pubblicità evidenziata	39
Figura 25	Homepage con Adblock attivato	40
Figura 26	Articolo aperto con Adblock attivato	41
Figura 27	Homepage in versione mobile di HDblog	43
Figura 28	Esempio di Articolo in mobile	45

11 Note integrative

La destinazione primaria del documento risulta per un progetto individuale universitario per il corso di *Web Information Management*, tenuto dal *prof. Massimo Marchiori* e facente parte del piano di studi universitari per la laurea in *Informatica* presso l'*Università degli studi di Padova*.

Il corrente rapporto è stato scritto e realizzato da **Mariano Sciacco** (matr. 1142498) previo utilizzo di L^AT_EX. Tutti gli screenshots sono stati scattati utilizzando i browser **Firefox** e **Safari** nella seconda metà di marzo 2019. Il contenuto degli screenshots, quali immagini e testo, è da rifarsi ai rispettivi proprietari del sito analizzato (HDblog.it).