

Usabilità dei servizi web



Questo materiale didattico è stato realizzato da Formez PA nel *Progetto PerformancePA*, Ambito A Linea 1, in convenzione con il Dipartimento della Funzione Pubblica, organismo intermedio del Programma Operativo Nazionale Governance e Azioni di Sistema (PON GAS), Asse E Capacità istituzionale. Il PON GAS è cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo ed è a titolarità del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

L'opera è distribuita con Licenza [Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Autore: Maurizio Boscarol, Alessandra Cornero, Elvira Zollerano

Creatore: Formez PA

Diritti: Dipartimento della Funzione Pubblica

Data: Ottobre 2015

Usabilità dei servizi web

In questa videolezione illustreremo cos'è l'usabilità e alcuni principi e caratteristiche di servizi web usabili. L'usabilità è il “grado in cui un prodotto è utilizzabile da specifici utenti per raggiungere specifici obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in un particolare contesto d'uso.” Questo ci dice la ISO 9241-210. Applicata ai siti, ai software, alle app e in generale ai servizi web determina il grado della loro adeguatezza alle esigenze degli utenti.

Se avete provato a programmare un videoregistratore ma non capivate come fare, o se avete provato a cercare informazioni su un sito ma non siete riusciti a trovarle, o ancora se avete provato una procedura d'acquisto online ma non sapevate come concluderla, allora vi siete trovati di fronte a un problema di usabilità. Benché l'usabilità sia valutabile appieno solo attraverso i cosiddetti test di usabilità, quindi osservando gli utenti e chiedendo loro valutazioni mentre eseguono specifici compiti, o dopo che li hanno eseguiti, ciò nondimeno dall'osservazione e dalla ricerca sono emersi principi che possono guidare sia la progettazione che la valutazione, per far emergere problemi di usabilità a prescindere dai test. Questi principi sono chiamati appunto “euristici”, dal greco *eurisko*, cioè scoperta: ovvero principi che guidano verso la scoperta. Per capire meglio di cosa stiamo parlando, può essere utile partire dai 12 principi euristici presenti nelle *Linee guida per i siti web delle PA 2011*, li trovate nel Cap. 4 e nell'allegato B del DM 8/7/2005. Andando a vederli nel dettaglio capiremo anche come utilizzarli in fase di progettazione o di revisione di un servizio web.

Il primo principio si riferisce alla percezione e ci dice che le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione dell'attività devono essere sempre disponibili e percettibili. Questo significa che gli oggetti (ad esempio pulsanti, link, menu, ecc.) e le funzionalità del sito utili per portare a termine un compito devono essere facilmente riconoscibili. Questi devono essere sempre visibili e adeguati all'attività che l'utente sta svolgendo. Per fare alcuni esempi, pensiamo a un testo che indica un link che non è sufficientemente distinto dal resto del testo perché non è sottolineato o non è scritto in un colore diverso. L'utente non ha la possibilità di riconoscerlo come cliccabile. Oppure, pensiamo a un link che una volta cliccato non cambia colore, non dando così la possibilità all'utente di capire se l'ha già cliccato o meno. L'utente quindi ci riclicca non rendendosi conto di tornare in una pagina che aveva già visitato.

Il secondo principio si riferisce alla comprensibilità e ci dice che le informazioni e i comandi necessari per l'esecuzione delle attività devono essere facili da capire e da usare. Il sito, e il servizio web, deve utilizzare un linguaggio familiare e chiaro e le informazioni devono essere

visualizzate secondo un ordine naturale e logico. Anche qui, cerchiamo di semplificare con qualche esempio. Se si usano termini tecnici e un linguaggio poco comune per etichettare i menu e i bottoni, l'utente sarà in difficoltà nel capire su quale cliccare o sbaglierà la scelta. Mettiamo invece che l'ordine di esecuzione delle procedure non segue il comune verso dall'alto al basso e da destra a sinistra. Ad esempio, un bottone che attiva un form è disposto a lato o a sinistra, invece che in basso a destra. L'utente non troverà il pulsante o cliccherà quello sbagliato. Oppure può capitare che a un certo punto di una procedura di invio di dati personali per una registrazione, vengono chiesti dati incomprensibili per l'utente, che quindi si blocca. O ancora che le istruzioni per eseguire una determinata procedura (una registrazione, un pagamento o una richiesta di attivazione di un servizio) sono scritte con un linguaggio contorto. L'utente proverà a leggere più volte ma non essendo sicuro di ciò che capisce decide alla fine di rivolgersi a un contatto diretto.

Passiamo al terzo principio, si parla di operabilità e ci dice che le informazioni e i comandi devono consentire una scelta immediata delle azioni necessarie al raggiungimento dell'obiettivo voluto. Quindi che gli oggetti, le azioni e le funzionalità che permettono agli utenti di portare a termine un compito devono essere ben evidenti. Le informazioni poco rilevanti devono essere eliminate in modo da ridurre il rischio per l'utente di perdersi durante lo svolgimento di un compito. Ad esempio, se la tendina di un menu si richiude non appena il cursore si sposta dalla voce che l'ha attivata, l'utente non potrà più cliccare sulle sottovoci. Un altro esempio lo possiamo vedere quando alcuni comandi di un form sono troppo piccoli e l'utente deve cliccare più volte per poterli selezionare oppure le istruzioni fornite sono lontane dai campi del form e l'utente non riesce a compilarlo.

Il quarto principio si riferisce alla coerenza e ci suggerisce di usare simboli, messaggi e azioni che hanno lo stesso significato all'interno di tutto il sito. Le pagine del sito devono quindi essere strutturate in modo uniforme. Comandi, pulsanti, link che hanno la stessa funzione devono essere visualizzati sempre nella stessa collocazione e nello stesso ordine. Ad esempio, se in alcune pagine il tasto della ricerca è presente e in altre no, l'utente sarà disorientato, dato che l'aveva visto su alcune pagine e aveva intenzione di usarlo, ma non può farlo dalla pagina in cui si trova. Oppure, la pagina di destinazione ha un titolo non coerente con il link che l'utente aveva cliccato per arrivarci, ingenerando incertezza sul senso del link o sulla correttezza della pagina.

Secondo il quinto principio invece, il sito deve possedere caratteristiche idonee a salvaguardare il benessere psicofisico dell'utente. Deve cioè evitare effetti di lampeggiamento

o movimento eccessivi o combinazioni di colore che possono disturbare l'utente durante la navigazione, come un testo che scorre troppo velocemente perché l'utente possa leggerlo o la presenza di un banner pubblicitario sul lato destro della pagina web che lampeggia a una frequenza che disturba o genera malore all'utente.

Secondo il sesto principio, il sito o servizio web deve possedere caratteristiche idonee a permettere transazioni e dati affidabili, gestiti con adeguati livelli di sicurezza. Deve dunque fornire all'utente consigli e suggerimenti per aiutarlo a esplorare il sito in totale sicurezza e senza minacce per la sua privacy, cosa che può succedere se il sistema non avverte l'utente che sta abbandonando la sessione senza aver effettuato il logout, ad esempio, o se non offre suggerimenti utili alla creazione di una password sicura, mettendo l'utente in condizione di non registrarsi o di farlo con dati poco sicuri, ad esempio un numero di caratteri troppo basso, un'insufficiente varietà di lettere, numeri e caratteri speciali e così via.

Il settimo principio si riferisce alla trasparenza e ci dice che è necessario comunicare all'utente lo stato, gli effetti delle azioni compiute e le informazioni necessarie per la corretta valutazione delle modifiche effettuate sul servizio o sul sito stesso. Le pagine di riferimento deve cioè informare l'utente su ciò che sta accadendo, dove si trova, quali azioni può compiere e come queste possono essere eseguite. Ad esempio: ci troviamo su una pagina che non riporta la data di aggiornamento o revisione, l'utente non sarà in grado di capire se l'informazione è valida, aggiornata o ormai datata. Allo stesso modo, possiamo non aver ricevuto conferma sull'esito della compilazione di un form online, questo non permette di capire se i dati inseriti sono stati correttamente raccolti.

Il principio che ci parla di facilità di apprendimento si riferisce invece alle caratteristiche che aiutano l'utente ad apprendere in modo agevole l'utilizzo del sito o servizio web, di operare rapidamente e di acquisire le competenze necessarie a svolgere tutte le azioni senza grande sforzo. Ad esempio, le voci di menu usano un linguaggio che non consente all'utente di capire cosa può fare con quel particolare servizio web. Di conseguenza, molte delle funzioni progettate non vengono utilizzate. Oppure, le procedure complesse, come quelle dei servizi online, non vengono spiegate adeguatamente da testi introduttivi o istruzioni passo passo, e l'utente ha bisogno di assistenza per utilizzarli. O ancora, al momento di compiere una certa azione l'utente non riesce a effettuarla perché non trova l'oggetto interattivo, che può essere il bottone, la voce del menu o semplicemente un link, che glielo permette.

Le funzionalità di aiuto, come l'*help* on line e la documentazione sul funzionamento del sito o

del servizio web devono essere di facile reperimento e collegate alle azioni svolte dall'utente. L'utente deve cioè essere in grado di trovare rapidamente le funzionalità di aiuto e le informazioni fornite devono essere focalizzate sull'azione che l'utente sta svolgendo, essere concise e specificare i passi concreti da eseguire per uscire dalla situazione di difficoltà. Questo succede quando l'icona di aiuto non è presente e l'utente non riesce a capire il funzionamento del sito o di una sua procedura; oppure quando accanto ai campi del form non sono presenti suggerimenti per la compilazione.

Il sito e le procedure relative ai servizi web devono essere configurati in modo da prevenire gli errori e nel caso in cui, comunque, questi si manifestino, occorre segnalarli chiaramente e indicare le azioni necessarie per porvi rimedio. Per errori si intende la caduta del sito o l'impossibilità di raggiungere le pagine di erogazione di un servizio web. Inoltre, nel caso in cui è l'utente a commettere un errore, il sistema dovrebbe fornire un messaggio semplice e senza codici, che indichi il problema con chiarezza e precisione, e suggerisca la soluzione nel modo più semplice possibile.

Il penultimo principio fa leva sugli aspetti legati alla gradevolezza di un sito, suggerendo che le pagine web devono avere uno stile semplice ma, allo stesso tempo, intuitivo e accattivante, per mantenere vivo l'interesse dell'utente durante la navigazione. Sono dunque da evitare situazioni in cui ci sono troppi colori nella pagina, questo offre all'utente un'immagine sciatta e poco professionale; o non sono curati gli allineamenti dei componenti di un form, che risulta così disordinato e più difficile da leggere e compilare; oppure trova elementi con dimensioni o font difformi che causano disordine visivo. Altro esempio, esistono troppi elementi nella pagina che competono per l'attenzione, con il risultato che gli elementi più importanti vengono ignorati dall'utente.

Siamo arrivati infine all'ultimo dei dodici principi euristici, in cui si parla di flessibilità. Secondo questo principio, il sito o il servizio web deve tener conto delle preferenze individuali e dei contesti, ad esempio, una schermata che disponga il proprio contenuto in base alle esigenze e agli interessi dell'utente. Deve permettere cioè all'utente di poter svolgere liberamente un compito senza necessariamente seguire una sequenza predefinita o di sospendere la navigazione quando lo desidera, per riprenderla successivamente e poterla inoltre modificare per adattarla alle proprie necessità e capacità. Ad esempio può succedere che l'utente voglia selezionare la data da un calendario, ma il sito gli permette solo di inserire la data nel campo di testo; o vorrebbe ridimensionare il testo, ma non ci riesce. Sono questi i casi anche in cui la pagina non si adatta senza disallineamenti o sovrapposizioni al ridimensionamento della

finestra o alla fruizione da dispositivi mobili, rendendolo più difficile o addirittura impossibile da usare, ad esempio nel caso in cui alcune funzioni diventino irraggiungibili perché altre parti della pagina vi si sovrappongono.