

# La rete da comprare

**P**ochi fronzoli, un'interfaccia pulita e intuitiva, un brand sempre riconoscibile, un sistema di acquisto facile e ben spiegato, un vasto catalogo organizzato in modo da riflettere la logica degli utenti: questi sono i punti di forza che fanno di CHL un ottimo esempio di negozio on-line, dedicato soprattutto a prodotti hi-tech e di informatica. Ricco di spunti intelligenti per supportare la scelta e l'acquisto (per esempio le voci CLASSIFICHE, SCELTI PER TE e così via), CHL ospita anche un'ampia area di community, dove i navigatori possono esprimere un giu-

dizio sui prodotti, fare domande a utenti più esperti e partecipare alle discussioni del forum, sempre molto frequentato. Decisamente curate la sezione di HELP, con tanto di glossario per le parole difficili, e quella che illustra le modalità di acquisto, pagamento e spedizione dei prodotti in vendita sul sito. La scheda relativa ai singoli articoli messi in vendita propone diversi livelli di dettaglio, una foto con possibilità di zoom, il voto medio e i commenti rilasciati dagli utenti (sempre molto letti e tenuti in considerazione, soprattutto da chi sta per fare un acquisto).

Per quanto riguarda la parte tecnica del sito, il codice HTML, purtroppo, non rispetta le linee guida W3C né quelle WAI, e non esiste un foglio stile CSS esterno: la formattazione degli elementi è fatta direttamente in pagina. Il sito nasce per una risoluzione minima di 800x600 e sui browser più comuni si comporta molto bene, sia su Windows che su Mac e Linux.

Insomma, a parte qualche piccolo inconveniente tecnico, se tutti i negozi on-line fossero efficienti e intuitivi come CHL, altro che crisi della New Economy! - *Elisabetta Vernier*

Il nostro giudizio: ●●●●●○

**9** I link hanno una codifica sempre coerente (blu sottolineati) e sono ben posizionati sulle parole chiave

**1** Lo spazio in home page è suddiviso in modo ordinato e ciascun box ha un titolo chiaro

**2** È presente un solo banner, collocato in posizione classica in testata, animato ma poco invasivo

**3** La forma e la posizione dei pulsanti CARRELLO, WISH LIST, MIOCHL e HELP sono abbastanza infelici: perché sono finiti nella testata, in alto a destra, e non si "accendono"?

**4** La navigazione tra le sezioni, basata sulla metafora delle linguette, è fluida e lineare e offre sempre all'utente saldi punti di riferimento

**5** La funzionalità di ricerca è sempre bene in vista e i risultati sono organizzati in modo chiaro

**6** Alcune funzionalità hanno il nome in inglese (per esempio WISH LIST): sarebbe stato meglio, per uniformità, usare sempre l'italiano



**7** La dimensione dei caratteri è modificabile dal browser, ma non su tutta la pagina: le voci dei menu, infatti, hanno grandezza fissa

**8** Le icone relative alle funzioni di servizio sono essenziali ma chiare e pulite, facilmente comprensibili da chiunque approdi sul sito, anche per la prima volta