

Pronto chi scrive?

Si può definire la versione online del Call Center di Vodafone Italia e si chiama 190.it. Con un look in linea con l'aggressivo visual brand di Vodafone, manca però di una tagline che risponda subito alla domanda "A che serve questo sito?". La home page, che in realtà è una sezione figlia del sito Vodafone, è appesantita da una testata vistosa e ingombrante. Le modalità di navigazione proposte sono tre: una tassonomica, attraverso la barra di primo livello, una per tipo di cliente e una emozionale, attraverso due menu a tendina che risultano però praticamente invisibili. L'informazione è suddivisa

in due aree logiche speculari, dedicate ai due tipi di cliente, privato o impresa. Tale suddivisione permane nella struttura dell'albero di navigazione, ma anziché mettere ordine crea confusione: ciascuna voce della barra di primo livello, infatti, è sovraccaricata dalla scelta tra privato e impresa. Trovare ciò che si sta cercando è difficile, sia navigando sia usando la funzione di ricerca: i risultati, infatti, sono poco rilevanti e male organizzati. Utile, invece, l'area dedicata all'assistenza e alle configurazioni, anche se per queste ultime le risposte vengono date in PDF. Il sito 190.it ha un layout rigido, ottimizzato per una

visualizzazione 800x600, che presenta una buona compatibilità sui diversi browser e sistemi operativi. Il codice HTML non passa la validazione W3C e ottiene da Bobby un punteggio di accessibilità disastroso. 190.it cerca veramente di essere d'aiuto all'utente, ma deve migliorare. Alla Vodafone sanno bene che un sito più usabile significa alleggerire il Call Center di tante chiamate che potrebbero essere risolte con l'ormai proverbiale "un solo clic". - *Elisabetta Vernier*

9 Le funzionalità più importanti, come per esempio ricaricare il telefonino, sono accessibili direttamente dalla home page.

Il nostro giudizio: ●●●●●

1 È perfettamente chiaro e intuitivo il naming usato per le diverse sezioni del sito.

2 Il box di ricerca compare solo cliccando sul tasto "Ricerca qui", con un comportamento imprevedibile.

3 Al centro della pagina sono presenti due banner animati in flash, che a causa della posizione interferiscono l'uno con l'altro.

4 Il link sul logo non riporta alla home di 190 ma a quella di Vodafone. Si dovrebbe cliccare sul logo 190, ma non è intuitivo.

5 La metafora che dovrebbe associare l'esistenza di un menu a scomparsa alla presenza di una freccina è ambigua.

6 La dimensione dei caratteri, nel foglio di stile, è espressa in pixel e non è possibile modificarla dal browser.

7 Per quanto riguarda la disposizione degli elementi grafici, la pagina è suddivisa in modo chiaro e abbastanza ordinato.

8 I link di collegamento ad altre pagine interne del sito sono sottolineati e ben visibili, ma la loro codifica non è sempre coerente.

