

Il Defensive Design che aiuta il Marketing sul web

Ti sarà capitato di navigare in siti internet dalla grafica splendida, in altri mediocri, creati da designer improvvisati, e in altri che urgono di un restyling, perchè decennali, ma ancora in rete nonostante tutto.

La grafica è una componente da non sottovalutare in un sito web, specie di ultima generazione: è stato constatato infatti, a livello statistico, che si apprezza di più un sito dalla grafica piacevole e conciso nei contenuti rispetto ad uno scarno, nei contenuti o, ancora peggio, "arlecchino" nell'aspetto, caratterizzato da mille informazioni tediose.

Nella navigazione sui siti dei quali usufruiamo, i servizi, belli o brutti che possano sembrarci, devono agevolarci nella navigazione.

Purtroppo una simile esigenza non è sempre soddisfatta e, per il sito realizzato in questo modo, o per il brand che lo stesso dovrebbe rappresentare, possono sussistere perdite di accessi, o addirittura di acquisti, per non parlare delle mancate richieste di informazioni sul prodotto visitato.

Quando progettiamo un sito web, una buona grafica da noi realizzata accompagna l'utente nella navigazione, rendendola a lui gradevole, ma la domanda che dobbiamo porci è: abbiamo creato un prodotto funzionale?

Controllo

Dietro una buona architettura nel creare un sito internet, o un portale di grandi dimensioni, ci dev'essere un design "difensivo", pronto agli urti.

Quali sono questi urti? Ne snocciolerò alcuni:

- Errori nei form
- Aiuti impercettibili sugli errori di compilazione form
- Pagina non trovata (errore 404)
- Errori del Server
- Schermate di ricerca incomprensibili
- Articoli obsoleti, che non portano a nulla
- Immagini non caricate correttamente
- Files corrotti
- FAQ inesistente

Cosa capita quando l'utente si trova uno dei suddetti punti critici d'urto?

1. il navigatore, possibile cliente, abbandona il sito

2. il navigatore si sente disperso, ma conclude comunque l'acquisto, perdendoci più tempo del previsto e rimanendo insoddisfatto della facilità d'uso: il rischio è che la prossima volta scelga un altro sito per fare lo stesso tipo di acquisto
3. il navigatore, se aiutato a risolvere il problema riscontrato, si ricorderà di esser stato "guidato" a dovere e, uscendone soddisfatto, lo interpellerà per altri acquisti

Cosa comporta in termini di Marketing?

- registrazioni dei navigatori fallite e dunque meno contatti per newsletter e quant'altro
- aumento delle richieste di aiuto del navigatore al sito o in email, con conseguente perdita di tempo
- frustrazione del navigatore/cliente e brand reputation declassata
- abbandono del navigatore/cliente nei riguardi del sito

Vediamo alcune schermate di esempio, per rendere l'idea di come il navigatore possa perdersi nei meandri di una semplice compilazione form.

Poniamo il caso che io desideri acquistare un biglietto per un volo che, da Torino Caselle, mi porterà a Roma Fiumicino.

Cerco su Google i migliori siti sui quali comprare voli aerei e clicco dapprima su edreams.it. Vediamo come si comporta il form:

Andata e ritorno Andata

Da: Torino Partenza 28/01/2012 Ora La + economica Adulti 1 Bambini 0 Neonati 0

A: Roma Ritorno 29/02/2012 Ora La + economica Solo voli diretti Solo aeroporti principali **NUOVA RICERCA**

Scegli le tue preferenze

Compagnie
 Includi Low Cost

Massimo di scali
 Tratta diretta
 1 Scalo
 2 Scali

Durata dello scalo
 E' indifferente
 Meno di 4h
 Meno di 8h

Selezione il tuo volo

180 Risultati trovati 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Successiva

Devi scegliere un volo di andata e uno di ritorno all'interno dello stesso riquadro.

83,80 €
per passeggero
[Dettaglio](#)

ANDATA	09:20	Torino (Caselle)	10:35	Roma (Fiumicino)	I9	1h15'	0	i
RITORNO	<input type="radio"/> 08:00	Roma (Fiumicino)	09:05	Torino (Caselle)	Low Cost	1h05'	0	i
	<input type="radio"/> 16:00	Roma (Fiumicino)	17:15	Torino (Caselle)	Low Cost	1h15'	0	i

1 Passeggero. Prezzo per passeggero tariffa + tasse. Calcola il prezzo finale nel box a sinistra prima di proseguire.

SELEZIONA →

La ricerca viene correttamente caricata e mostra 2 opzioni del volo di ritorno, che io volutamente NON scelgo.

L'esito del sito è la restituzione di un alert, ben evidenziato in rosso, che mi ricorda di scegliere un

volo di andata e di ritorno (come opzione già decisa all'inizio della ricerca) all'interno dei pallini a fianco degli orari.

A mio avviso, *il sistema potrebbe essere ulteriormente ottimizzato*, inserendo un riquadro rosso attorno ai voli di ritorno anziché evidenziare in giallo il volo corretto già scelto da me per l'andata. Questo è un **buon esempio** di aiuto al navigatore sui dati che può aver omesso.

Qui di seguito, una volta scelto correttamente anche il volo di ritorno, ho inserito la schermata dentro cui ho trascritto i miei dati per l'acquisto del biglietto aereo.

Una piccola pecca: gli errori segnalati per i campi obbligatori non compilati correttamente sono appena visibili e non sottolineano opportunamente ove si è dimenticato, nel caso, di compilarli, rendendo il tutto di difficile comprensione.


Altro esempio di form è quello del portale lastminute.com che illustro di seguito.

Allo stesso volo cerco le opzioni da me preferite e proseguo con l'acquisto del biglietto.

La schermata di seguito è la restituzione della mia query di scelta e il prezzo con le varie voci. Il colore, tipico del logo della scritta lastminute, mi identifica d'impatto il prezzo del volo.

Al fondo della stessa schermata del prezzo e dei dettagli, sono presenti delle opzioni di scelta sul volo: assicurazione, annullamento assicurazione e bagaglio in stiva. Non scelgo nulla di tutto ciò e proseguo la lettura.

Al fondo noto l'accettazione, riquadrata in rosa, dei termini e condizioni di vendita e regole del volo. Ovviamente la spunta sulla checkbox dev'essere obbligatoria. Ma non si comprende. La clicco.

 a questa opzione verranno applicate le spese per il bagaglio in stiva


come riserò il mio biglietto? [biglietto elettronico](#)

1 adulto	83,79 €
tasse	46,17 €
spese di agenzia	8,00 €
spese carta credito	10,00 €

prezzo totale 147,96 €

[modifica volo](#) [mostra dettagli volo](#)

scegli un'opzione e aggiungi al carrello

 **aggiungi l'assicurazione all'ordine** proteggi il tuo volo! perchè rischiare?

lastminute.com insieme a mondial assistance – leader mondiale nell'assistenza e nell'assicurazione viaggio. milioni di persone ogni anno contano su mondial per proteggere il proprio viaggio

assicurazione all-inclusive - 1 adulto **totale assicurazione: 13,32 €**

- rinuncia al viaggio fino al costo totale
- spese mediche e assistenza 24h fino a € 150.000
- bagaglio fino a € 1.000 per persona

[all inclusive informazioni sul prodotto, termini e condizioni, diritto di recesso](#)
[assicurazione all-inclusive](#)

[aggiungi al carrello](#)


annullamento - 1 adulto **totale assicurazione: 8,14 €**

- rinuncia al viaggio fino al costo totale

[annullamento informazioni sul prodotto, termini e condizioni, diritto di recesso](#)
[annullamento](#)

[aggiungi al carrello](#)

no grazie, non desidero proteggere il mio viaggio

 **bagaglio in stiva**

la compagnia low cost che hai selezionato applica per ogni bagaglio da imbarcare in stiva un costo aggiuntivo. puoi risparmiare tempo e denaro pagando la quota in anticipo. il costo applicato per il bagaglio da

passaggero 1 adulto:

totale bagaglio: 0,00 €

[aggiungi al carrello](#)

importante

rivedi le informazioni sul volo

- verifica le [regole del volo](#)
- la conferma delle richieste particolari di pasto, assistenza, attrezzature particolari, assegnazione del posto è a discrezione della compagnia. contatta il nostro servizio clienti per ulteriori informazioni
- l'imbarco per i minorenni è regolato da specifiche norme a seconda della compagnia aerea. contatta il nostro servizio clienti per ulteriori informazioni
- le richieste di assistenza speciale, passi o posti speciali e crediti frequent flyer, verranno comunicati alla compagnia aerea. ricorda che la richiesta di tali servizi non garantisce l'erogazione da parte della compagnia aerea. la compagnia può non offrire il servizio sul volo selezionato o, per motivi operativi, può non essere in grado di soddisfare la richiesta.
- in caso di trasporto di equipaggiamento ingombrante (sci, snowboard, mazze da golf etc.) o bagaglio in eccesso su un volo, contatta il servizio clienti per verificare i costi addizionali prima di completare la prenotazione
- se è stata effettuata la prenotazione su un vettore low cost, il prezzo comprende la nostra fee di servizio e non include gli addebiti relativi al check-in del bagaglio e del passeggero. tali addebiti sono aggiuntivi e devono essere pagati direttamente alla compagnia aerea.
- assicurati di essere in possesso dei documenti di identità, visti e requisiti sanitari validi e necessari per entrare nei paesi che visiterai. lastminute.com declina ogni responsabilità per inadempienze relative ai documenti personali di viaggio

ho letto ed accettato i [termini & condizioni di vendita e le regole del volo](#)

[continua](#)

non siete sicuri?

- [modifica o rilancia una nuova ricerca](#)
- [contatta il nostro servizio clienti](#)



articolari, assegnazione del posto è a discrezione della
a compagnia aerea. contatta il nostro servizio clienti per
flyer, verranno comunicati alla compagnia aerea. ricorda
compagnia aerea. la compagnia può non offrire il servizio sul
sfare la richiesta.
azze da golf etc.) o bagaglio in eccesso su un volo, contatta
renotazione
prende la nostra fee di servizio e non include gli addebiti
untivi e devono essere pagati direttamente alla compagnia
sanitari validi e necessari per entrare nei paesi che visiterai.
documenti personali di viaggio

o i **termini & condizioni di vendita e le regole del volo**

continua

attenzione, il tuo viaggio non è protetto!

- per favore seleziona un'assicurazione sopra
- se non si desidera procedere con la copertura assicurativa selezionare "non desidero proteggere il mio viaggio"


Spuntando il checkbox dei termini&condizioni di vendita e cliccando su "continua" mi appare un riquadro a fumetto dentro cui mi si ricorda che non ho scelto la copertura assicurativa.


Essendo un riquadro nero, e non rosso, di errore, mi lascia interdetta e con una domanda: e ora cosa devo fare? Riclicco il bottone "continua", ma dove devo cliccare?

Cerco la dicitura suggeritami dal fumetto ma è inframezzata tra l'annullamento assicurazione e il bagaglio in stiva, poco visibile e non riquadrata.

■ bagaglio fino a € 1.000 per persona
all inclusive informazioni sul prodotto, termini e condizioni, diritto di recesso
[assicurazione all-inclusive](#)

annullamento - 1 adulto totale assicurazione: **8,14 €**
■ rinuncia al viaggio fino al costo totale
annullamento informazioni sul prodotto, termini e condizioni, diritto di recesso
[annullamento](#) **aggiungi al carrello**

no grazie, non desidero proteggere il mio viaggio 

 **bagaglio in stiva**
la compagnia low cost che hai selezionato applica per ogni bagaglio da imbarcare in stiva un costo aggiuntivo. puoi risparmiare tempo e denaro pagando la quota in anticipo. il costo applicato per il bagaglio da
passeggero 1 adulto:

totale bagaglio: **0,00 €**
aggiungi al carrello

importante

Una manciata di secondi nel capire dove si deve cliccare per proseguire, potrebbe far perdere decine di clienti impazienti...

Altro esempio di form è quello del portale booking.com dentro cui decido di acquistare un soggiorno nella città di Firenze.

La grafica appare, a mio parere, più pulita, caratteri più leggibili e molto intuitiva. Il pulsante "trova" lo apprezzo per la visibilità non "inquinante" nel contesto.



BOOKING.COM
prenotazioni alberghiere online

[home](#) > [hotel in italia](#)
19248 hotel

Cerca hotel in Italia

Destinazione/nome dell'hotel:
🔍 Per es. città o nome dell'hotel

Data di arrivo: sab 28 gennaio '12

Data di partenza: ven 3 febbraio '12

Non ho ancora deciso le date del mio soggiorno

Camere
Adulti

Trova

La scelta dell'hotel è stata da me attentamente selezionata, per una serie di dati che risultano, all'interno della schermata, ben visibili nella colonna di sinistra e di colore verde.

Con l'applicazione del filtro, il portale mi evidenzia l'hotel che mostra quante camere sono ancora disponibili, in rosso perchè ultime rimaste (associamo ormai al rosso il significato di attenzione o errore), e di che tipologia si tratta. In verde la scritta sui servizi inclusi nel prezzo.

Map data ©2012 Tele Atlas

1 Hotel trovato a Centro Storico, Firenze , 1 disponibile

[Visualizza mappa](#)

Promemoria: Al momento non hai nessun albergo nel tuo promemoria.

Ordina per: **Consigliati** ▼ Stelle Prezzo Punteggio degli ospiti



Hotel Ginori Al Duomo

★★★★ 

Duomo, Firenze • [Visualizza mappa](#)

Situato in posizione centrale e tranquilla, a soli 5 minuti a piedi dalla stazione di Santa Maria Novella, l'Hotel Ginori Al Duomo occupa un edificio rinascimentale del XVI secolo a 150 metri dal... [Maggiori informazioni](#)

Ultima prenotazione: 5 ore fa

Punteggio ottenuto da 163 giudizi degli ospiti

Buono, 7.9

[Prenota ora](#)

Prezzo per 6 notti

<input type="checkbox"/> Camera Singola	Ultima camera!	<input type="checkbox"/>	Ultima occasione! 1 camera rimasta	€ 715
<input type="checkbox"/> Colazione inclusa		<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/> Camera Economy Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli		<input type="checkbox"/>	Solo 2 camere rimaste	€ 720
<input type="checkbox"/> Camera Tripla	Ultima camera!	<input type="checkbox"/> Colazione inclusa	Ultima occasione! 1 camera rimasta	€ 930

▶ altre 3 tipologie di camera

+ Promemoria

Filtra per:

- ▼ Prezzo (a notte)
 - € 0 - € 49
 - € 50 - € 99
 - € 100 - € 149
 - € 150 - € 199
 - Da € 200
- ▼ Categoria
 - 3 stelle attivo
- ▼ Tipo di alloggio
 - Albergo 1 hotel
- ▼ Servizi
 - Wi-Fi attivo
 - parcheggio attivo
 - connessione internet 1 hotel
 - camere non fumatori 1 hotel
 - animali ammessi 1 hotel
 - ristorante attivo
 - camere/strutture per ospiti disabili 1 hotel
- ▼ Tema dell'hotel
 - Conveniente attivo
 - Città 1 hotel
 - Shopping 1 hotel
- ▼ Quartieri
 - Centro Storico attivo

Alla scelta della camera compilo il form che, allo sbaglio della digitazione della email, mi restituisce un messaggio d'errore, caratterizzato da una grafica altamente intuitiva, essendo il sito in blu, e da un alert contornato in rosa. Il messaggio d'errore, ben chiaro sotto le "briciole di pane", mi fa sentire "guidata".

1. La tua camera

2. I tuoi dati

3. Il tuo indirizzo

4. Prenotato!



Per continuare, controlla i seguenti dati:

- Conferma indirizzo e-mail

La tua prenotazione



Hotel Ginori Al Duomo

Ubicazione: Firenze
Check-In: sabato 28 gennaio 2012
Check-Out: venerdì 3 febbraio 2012
Per: 6 notti, 1 camera, 2 persone

Camera € 654,55

IVA (10%) inclusa € 65,45

Importo totale : € 720

Tassa di soggiorno non inclusa

[Condizioni di prenotazione](#)



Miglior Prezzo Garantito

I tuoi dati personali

[Clicca qui per accedere \(facoltativo\)](#)

Nome

Prova

Cognome

Prova

Indirizzo e-mail *Riceverai un'e-mail di conferma*

prova@gmail.com

**Assicurati che i campi "Indirizzo e-mail" e "Conferma indirizzo e-mail" contengano lo stesso indirizzo
Conferma l'indirizzo e-mail**

prova@prova.it

Camera: Camera Economy Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli - Condizioni Speciali

Nome completo

Prova Prova

Clienti

2

Fumatori

Solo non-fumatori



Letto supplementare

6 x € 45 = € 270

Tutti i bambini di età superiore o gli adulti pagano 45 EUR per persona a notte (pernotando nel letto supplementare).

Richieste Speciali

Continua

Nessun costo di prenotazione!

Alla compilazione del form di richiesta dei dati per la prenotazione, e, successivamente, della carta di credito con cui pagare, ho volutamente omesso TUTTI i dati.

La stessa schermata di errore viene riportata allo stesso punto, sotto le briciole di pane, e con colorazione del testo rosso contornato in rosa. Si tratta di un'omogeneità di visualizzazione dell'errore che mi dimostra l'affidabilità del sito e della volontà di aiutarmi nell'acquisto. Inoltre le scritte rosse sopra ciascun riquadro, dentro le quali avrei dovuto inserire i dati corretti, richiamano la mia attenzione su cosa andasse realmente scritto all'interno.

Trovo che ben pochi siti abbiano considerato la possibilità di creare una rappresentazione grafica e immediata come questa alla spiegazione del codice CVC della carta di credito.

Si stima che oltre il 40% dei navigatori abbandoni l'acquisto online proprio per la poca chiarezza nella spiegazione sui dati richiesti e nella soluzione al riguardo.

- 1. La tua camera
- 2. I tuoi dati
- 3. Il tuo indirizzo**
- 4. Prenotato!

! Per continuare, controlla i seguenti dati:

- Indirizzo
- Città
- telefono
- Tipo carta di credito
- Numero carta di credito
- Nome del titolare della carta
- Data di scadenza
- Codice CVC

La tua prenotazione



Hotel Ginori Al Duomo
Ubicazione: Firenze
Check-In: sabato 28 gennaio 2012
Check-Out: venerdì 3 febbraio 2012
Per: 6 notti, 1 camera, 2 persone

Camera: € 854,55
IVA (10%) inclusa: € 85,45
Importo totale : € 720
Tassa di soggiorno non inclusa

[Condizioni di prenotazione](#)

✓ Miglior Prezzo Garantito

I tuoi recapiti

Nome: Prova Prova
E-mail: prova@gmail.com

Inserisci il tuo indirizzo
Indirizzo:
Inserisci la tua città
Città:
Codice postale:
Paese:

Inserisci il tuo numero di telefono
telefono: *Affinché l'hotel possa contattarti*

i Zero costi aggiuntivi! La carta di credito serve solo per **garantire la prenotazione.**

Seleziona il tipo di carta di credito
Tipo carta di credito:

Inserisci un numero di carta di credito valido
Numero carta di credito:

Inserisci il nome del titolare della carta di credito

Inserisci una data di scadenza successiva al periodo di soggiorno
Inserisci il codice CVC della carta di credito (3 o 4 cifre, a seconda del tipo di carta di credito)

Nome del titolare della carta:
Data di scadenza: /
Codice CVC:

Puoi ricevere offerte strepitose direttamente sulla tua e-mail: non fartele scappare!

Sì, inviatemi le Offerte Lampo e i consigli sugli hotel

Accetto [le condizioni di prenotazione](#) e [le condizioni generali](#) effettuando la prenotazione.

Prenota

Nessun costo di prenotazione!

Codice CVC



Il codice CVC corrisponde alle ultime 3 cifre riportate sul retro della carta di credito, nello spazio dedicato alla firma.



Possiedi una American Express? Il codice CVC si trova sulla parte anteriore della carta di credito. Sono le 4 cifre situate sopra il numero della carta di credito.

Quest'ultimo esempio è un **ottimo risultato di Defensive Design** che aiuta il navigatore nella scelta e nell'acquisto di servizi sul web.

Quando i navigatori/clienti vedono il modo in cui è gestito un messaggio di errore, si aspettano una gestione simile per i messaggi futuri. Per questo motivo, indicare nello stesso stile errori o alert è di fondamentale importanza.

I navigatori, apprezzando l'uniformità delle risposte e delle pagine, guadagneranno energie e tempo, ripagandovi con un marketing di passaparola e acquisti successivi.

Un cliente che sceglie il sito dentro cui acquistare un prodotto, constatando la facilità d'uso dello strumento di transazione, proverà fiducia e apprezzamento per quel brand, con il quale sarà portato a compiere un'associazione di idee senz'altro ottima per un futuro acquisto.

Navigando in rete, hai mai cliccato su siti anonimi che ti hanno fatto sentire abbandonato e disperso? Come hai reagito? Quali aiuti vorresti trovare in un sito di acquisti on line?