

User Experience: Quello che i Web Designer non devono perdere di vista.

In ambito tecnologico, la **User Experience** - abbreviata in **UX** - è uno dei settori che viene studiato con sempre maggiore attenzione e cura. Il web design è l'aspetto grafico della tecnologia del mondo informatico e anche in questo campo l'UX riveste un'importanza fondamentale.

Prima di iniziare a darvi qualche consiglio per ottimizzare l'User Experience dei vostri utenti e prima di raccontarvi alcune delle case history più interessanti, dobbiamo però essere certi di sapere di cosa stiamo parlando.

Considerando la definizione di [Wikipedia](#), possiamo affermare che : *“Per **esperienza d’uso** (più nota come **User Experience** o **UX**) si intende ciò che una persona prova quando utilizza un prodotto, un sistema o un servizio.”*

Per comprendere meglio cosa sia un'esperienza d'uso, facciamo qualche esempio:

Quando usiamo il cellulare, tutte le caratteristiche di quell'oggetto vengono percepite attraverso i nostri sensi, dalla vista fino al tatto. L'insieme di questa serie di percezioni costituisce la nostra esperienza (in qualità di utente) del prodotto in questione.

Non si tratta però di un qualcosa da tenere in considerazione solamente con prodotti fisici e tangibili: bisogna tener conto dell'User Experience anche quando si lavora, ad esempio, su di un sistema operativo installato in un pc o su uno smartphone. A tal proposito possiamo citare l'upgrade a Windows 8 o ad iOS 7, che rappresentano cambiamenti di grafica e funzionalità dei due sistemi operativi più utilizzati dal grande pubblico, che vanno a modificare logicamente anche la UX.

Parlando di UX connessa al Web Design, si possono trovare in rete splendidi esempi di User Experience, in cui si è riusciti a creare un perfetto **connubio tra caratteristiche visive e funzionalità**, in grado di regalare all'utente un'esperienza perfetta.

Amazon: perfetto caso di UX

Per i suoi utenti, la multinazionale americana è riuscita a creare un'esperienza perfettamente lineare all'interno della propria piattaforma e, sebbene i prodotti venduti siano milioni, il team di Amazon ha reso **l'attività di ricerca e di acquisto** un qualcosa di semplicissimo da effettuare, **un'attività che chiunque può svolgere** senza alcun problema o difficoltà.

Se ti interessa il caso Amazon, ecco una serie di slide (in inglese) che parla proprio della UX applicata al famoso e-commerce.

Quando si analizza un sito dal punto di vista dell'UX, però, talvolta si commette un grande errore: si prende in considerazione soltanto la home page.

Sì, quest'ultima ha sicuramente un'importanza fondamentale, perché è la pagina che presenta agli utenti il prodotto e/o il servizio venduto e sponsorizzato in quel particolare sito web.

Eppure non bisogna dimenticare che a contribuire alla creazione di un'ottima UX non è solo la prima pagina visualizzata dagli utenti: **l'intero processo di navigazione ed esplorazione delle pagine è fondamentale** per l'esperienza che l'utente avrà del sito web in questione.

Sarebbe come giudicare e analizzare un negozio qualsiasi e con esso le sensazioni che i clienti possono provare al suo interno, osservando solamente la sua vetrina.

Sarebbe una cosa stupida da fare, non è vero? L'esperienza di un cliente in un negozio è infatti caratterizzata anche dal modo in cui sono esposti i prodotti, dall'assistenza fornita dai commessi, dal servizio ecc..

Prendiamo dunque nuovamente in considerazione il caso Amazon: la homepage è importante, ma ancora più importante è riuscire ad accompagnare l'utente fino a quando l'acquisto non sarà ultimato.

Ovviamente questo è un concetto che dovrebbe essere applicato a tutti gli e-commerce e più generalmente a qualsiasi servizio web.

Your Inspiration Web

Web Design, Community, ispirazione, tutorial, guide e risorse gratuite
<http://www.yourinspirationweb.com>

Consideriamo un esempio di ricerca: nell'immagine possiamo notare come ci sia il risultato della ricerca (1) e la sidebar (2). Quest'ultima non solo ci fa rendere conto della mole di prodotti che il sito ci può offrire, ma ha anche un aspetto funzionale in quanto, tramite un semplice menù di selezione, ci dà la possibilità di restringere il numero dei risultati per trovare ciò che stiamo cercando..

Andiamo ora a vedere nel dettaglio ogni prodotto: nella parte sinistra (3) sono presenti le informazioni basilari, come il titolo, l'immagine e il prezzo. Mentre più in basso (5) ci sono le informazioni aggiuntive come la disponibilità del prodotto e le diverse offerte.

A destra (4) infine, possiamo leggere anche le recensioni, in modo da avere feedback di utenti che ci infondono una maggiore fiducia nell'affidabilità del sito e del prodotto, rendendoci quindi più propensi all'acquisto.

UX: vuol dire semplicità

Nel precedente paragrafo abbiamo osservato la piattaforma di Amazon prendendo in considerazione alcuni punti chiave e cercando di capire la loro funzionalità in termini di esperienza utente.

Se hai acquistato almeno una volta da questo sito, probabilmente avrai notato quanto sia semplice e veloce farlo.

E a questo punto arriviamo ad un nuovo importante concetto : **la semplicità**.

Ormai, infatti, miliardi di persone sono connesse ad Internet e il business dell'e-commerce è davvero diventato un qualcosa di impressionante.

Logicamente **non è stato sempre così**: nella fase iniziale di sviluppo delle piattaforme di vendita online vi era molto scetticismo nei confronti dell'acquisto sul web, poiché prima di acquistare un prodotto, il pubblico era abituato a vedere dal vivo cosa stava comprando e chi lo stava vendendo.

Oggi, invece, questi siti hanno come clienti un ampio raggio di utenti, dal nerd che passa 20 ore al giorno al PC, fino al contadino che per la prima volta accede ad un sito che non sia Google.

In questi casi l'obiettivo del web designer è quello di riuscire a **permettere a chiunque visiti il sito un'esperienza degna di nota**, guidando l'utente nelle diverse fasi e rendendogli ogni tappa del percorso chiaramente accessibile.

Vedi ad esempio la celebre funzione di Amazon, *Compralo con un click*, che permette di velocizzare la fase di acquisto e di evitare dunque la seccatura di aggiungere ogni volta i dati della carta di credito, l'indirizzo dell'utente, l'indirizzo di fatturazione, ecc..

UX: il migliore tra i tanti

Lasciando da parte l'esempio di Amazon, prendiamo in considerazione un altro dato: ormai sono tanti i servizi web che permettono di fare una stessa cosa.

Uno degli esempi che possiamo fare a tal proposito è quello dei feed: da quando Google Reader è stato chiuso, decine di siti si sono promossi come i "migliori" per la lettura dei feed.

I feed sono però sempre gli stessi e le funzionalità ad esse associate sono abbastanza limitate. Dunque, **come emergere dalla massa?**

Si tratta di un qualcosa a cui accedono molte persone, un servizio utilizzato molto spesso dagli utenti. La risposta allora è semplice: **la differenza la fa la user experience.**

Facendo sì che l'utente si trovi bene con il nostro servizio, che possa aggiungere facilmente un nuovo feed, che possa trovare subito la categoria che gli interessa, che possa leggere diversi titoli degli articoli contemporaneamente ecc.. allora potremmo avere una buona possibilità di **vincere sulla concorrenza.**

In questo caso ho preso in considerazione i feed, ma logicamente tale teoria è applicabile in molti altri settori.

Negli articoli futuri, cercherò di spiegare quelli che sono le tecniche e le strategie che possono essere adoperate in questo settore.

Per concludere questo articolo, **ti chiedo di scrivere nei commenti** il sito in cui secondo te, l'utente può godere di una migliore esperienza.