

Valutazione euristica

FigmaMates

Gruppo valutatore: Figma Mates

Membri del gruppo: Andrea Allegretti, Stefan Calugaru, Lorenzo Carafa, Federico Cocchi, Daniele Crippa, Elisa Garsetti e Luca Papiro

Gruppo valutato: HClpicchia

Progetto: Goodbuy

Breve descrizione del progetto

Il gruppo HClpicchia propone un'app innovativa che mette in contatto i clienti con i negozianti della zona, ottimizzando il processo di acquisto attraverso strumenti pensati per favorire decisioni sostenibili e ben informate.

Elenco condiviso delle violazioni

Partendo dai **risultati della valutazione individuale**, abbiamo **integrato le violazioni identificate in un unico elenco condiviso, concordando la gravità di ciascuna.**

L'analisi di gruppo è stata condotta seguendo questa metodologia

1) **Identificazione individuale:**

Ogni membro del gruppo ha analizzato autonomamente i task, individuando le violazioni principali. Nonostante il focus sia ricaduto maggiormente sui task, si è comunque considerato ogni aspetto rilevante.

2) **Raccolta e unificazione:**

Le problematiche identificate sono state raccolte in un file comune, includendo anche eventuali duplicati.

3) **Discussione collettiva:**

- Ogni violazione è stata discussa dal gruppo.
- Quelle non condivise dalla maggioranza sono state eliminate.
- I problemi identificati da più persone sono stati unificati per rappresentare il punto di vista collettivo.
- Alcune violazioni sono state unite in quanto si riferiscono ai medesi oggetti

4) **Valutazione della gravità:**

- Per ogni violazione, è stato assegnato da ciascuna persona un voto di gravità (da 0 a 4), seguendo la scala di Nielsen:
- Anche chi inizialmente non aveva individuato una violazione ha contribuito con un voto.
- Durante le discussioni, alcuni membri hanno rivalutato i propri voti.

5) Calcolo delle medie:

- La gravità media è stata calcolata per ciascuna violazione, arrotondando i risultati per eccesso.
- Sono riportati, sotto ciascuna violazione, sia i voti individuali, sia la media effettiva e quella arrotondata.

La metodologia adottata garantisce un'analisi strutturata e collaborativa, rispettando sia le opinioni individuali che la sintesi collettiva.

Nota: siamo consapevoli che una valutazione basata su una media può essere poco rappresentativa, per cui **abbiamo lasciato anche i voti dei singoli**, così che il gruppo da noi analizzato possa trarre conclusioni basate anche dai voti ricevuti da ogni partecipante.

Per chiarezza, quando il voto di un valutatore è "X", significa che la violazione non è stata considerata un problema. Nel calcolo della media, la "X" è stata conteggiata come 0. Inoltre, come già accennato, le violazioni con più di 3 voti "X" sono state escluse dall'analisi e eliminate.

Questa è la tabella di riferimento utilizzata

0	Non c'è problema	Non credo che questo sia un problema di usabilità
1	Solo problema cosmetico	Potrebbe non essere risolto, a meno che non sia disponibile tempo supplementare per il progetto
2	Problema di usabilità minore	Risolvere questo problema ha una bassa priorità
3	Grave problema di usabilità	Importante da risolvere, dovrebbe ricevere la massima priorità
4	Catastrofe dell'usabilità	È necessario risolvere questo problema prima che il prodotto possa essere rilasciato

Nota: per motivi di riservatezza, i nomi dei valutatori non sono stati utilizzati. Ogni membro è stato identificato con un numero progressivo, abbreviato per semplicità come V1, V2, V3 e così via, fino a V7.

Ordine: Generali, Landing page, Home, Certificazioni, Esplora, Fai la spesa, Profilo, Info negozio

Problema 1: H4 - Consistency and standards

Individuato da: V1, V3, V4, V5, V6, V7

Dove: Generico, riguarda l'intera applicazione

Cosa: L'icona del profilo varia leggermente in posizione tra le diverse sezioni, causando incoerenza visiva.



Perché: Sebbene questa discrepanza non comprometta la visibilità dell'icona, risulta vivamente disorientante e poco coerente dal punto di vista estetico e funzionale, influenzando negativamente sulla percezione di stabilità e cura del design dell'interfaccia.

Possibile soluzione: Sarebbe meglio uniformare la posizione dell'icona e dei riferimenti visivi in tutte le schermate.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	1	1	2	1	2	1

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,29

Problema 2: H4 - Consistency and standards

Individuato da: V3

Dove: Bottombar

Cosa: L'icona "annunci" è nera mentre le altre sono bianche.



Perché: Tale inconsistenza visiva può creare confusione e sembra un errore di design.

Possibile soluzione: scegliere un'icona che non sia nera

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
2	1	3	1	2	2	1

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,71

Problema 3: H8 - Aesthetic and minimalist design

Individuato da: V1, V2, V6



Dove: Landing Page

Cosa: La pagina presenta un sovraccarico di informazioni e una mancanza di gerarchia visiva. In particolare, si nota una **ripetizione del brand**, che appare addirittura tre volte: nel titolo, nella value proposition e nel logo. Inoltre, non è ben chiaro dove deve essere concentrata l'attenzione dell'utente, ovvero sui pulsanti "Accedi" e "Registrati".

Perché: La ridondanza di informazioni è in contrasto con i principi di minimalità ed efficacia, fondamentali per un design semplice e intuitivo. Un eccesso di dettagli rischia di appesantire l'interfaccia e distrarre l'utente dall'obiettivo principale.

Possibile soluzione: Per rendere la landing page più efficace, è consigliabile ridurre la ridondanza mantenendo il brand visibile in modo discreto ma chiaro una sola volta, ad esempio attraverso il logo che evidenzia il nome dell'app. È importante focalizzarsi sugli obiettivi principali, come facilitare la registrazione e promuovere l'uso dell'app, dando risalto ai pulsanti "Accedi" e "Registrati". Inoltre, è essenziale uniformare la palette cromatica per garantire coerenza visiva e un'esperienza utente armoniosa.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	1	1	0	1	1	1

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 0,86

Problema 4: H2 - Match between system and the real world, H4 - Consistency and standards

Individuato da: V1, V2

Dove: Landing Page

Cosa: La pagina non dovrebbe essere "scrollable" essendo tutte le informazioni già visibili a schermo.

Perché: Può essere inteso dall'utente, come un problema di visualizzazione dei contenuti della pagina, poiché non ci sono informazioni aggiuntive da inserire in questa pagina senza rischiare di appesantirla e compromettere l'esperienza dell'utente.

Possibile soluzione: Rendere non “scrollable” la pagina

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
2	2	1	2	1	1	0



Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,29

Problema 5: H3 - User control and freedom

Individuato da: V2, V3, V6

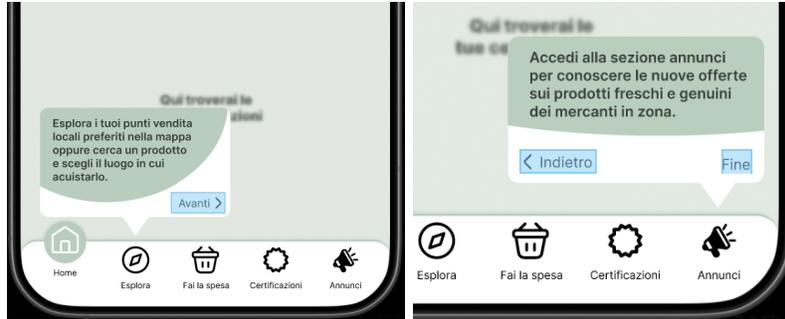
Dove: Home - Durante il tutorial.

Cosa: Non è possibile uscire dal tutorial senza completarlo. Gli utenti dovrebbero avere la libertà di abbandonare il tutorial velocemente una volta che hanno trovato l'informazione cercata o se lo avviano per errore.

Perché: Gli utenti dovrebbero poter raggiungere facilmente il loro obiettivo, e il fatto che così non sia può causare frustrazione, che può portare all'abbandono dell'app. Per questo motivo il tutorial andrebbe corretto, rendendolo più velocemente fruibile e, soprattutto, più facile da terminare.

Possibile soluzione: Aggiungere un pulsante di chiusura del tutorial, in maniera da facilitare, in qualsiasi momento, l'uscita da quest'ultimo.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
0	2	3	3	2	2	1



Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,86

Problema 6: H4 - Consistency and standards, H8 - Aesthetic and minimalist design

Individuato da: V5

Dove: Pagina Home

Cosa: La sezione delle certificazioni scompare quando si salvano i mercati. Inoltre, la presenza delle certificazioni sia nella Home che in una sezione dedicata risulta ridondante.

Perché: La ridondanza viola il principio di minimalità causando inutili duplicazioni nell'app e aumentando il sovraccarico cognitivo per l'utente, mentre la scomparsa della sezione delle certificazioni genera inconsistenza.

Possibile soluzione: Sarebbe preferibile collocare le certificazioni unicamente nella loro sezione dedicata, eliminandole dalla home page. In questo modo, si potrebbe valorizzare maggiormente i mercati, attualmente visibili solo nella home page.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	X	X	X	3	3	3

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,43

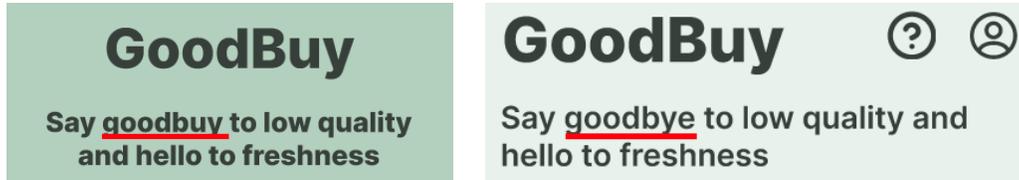


Problema 7: H4 - Consistency and standards

Individuato da: V1, V2, V4, V5, V6

Dove: Pagina Home

Cosa: La value proposition è diversa tra la landing page e la home. Abbiamo supposto che sia un errore di battitura.



Perché: Non c'è coerenza tra le due schermate dell'applicazione.

Possibile soluzione: Sistemare la value proposition, unificando le due pagine.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	1	3	1	1	X	1

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,14

Problema 8: H1 - Visibility of system status, H2 - Match between system and the real world

Individuato da: V1, V5, V7

Dove: Pagina Certificazioni

Cosa: Non è chiaro se si stia cercando una nuova certificazione o una certificazione tra quelle salvate

Perché: la mancanza di chiarezza nel funzionamento del tasto di ricerca impedisce all'utente di comprendere a pieno come utilizzare la sezione in modo efficace. A causa della scelta di design della pagina, l'utente potrebbe non comprendere chiaramente lo scopo della funzione di ricerca, disorientandosi.



Possibile soluzione: modificare l'etichetta in "Certificazioni salvate" e aggiornare il placeholder della barra di ricerca con "Cerca una nuova certificazione". Organizzare graficamente la barra di ricerca e l'elenco delle certificazioni salvate in modo chiaro, evitando ambiguità sulla funzione della barra di ricerca, ad esempio separandoli visivamente o utilizzando un layout che evidenzia la distinzione tra le due sezioni.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	2	2	3	3	3

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 2,71

Problema 9: H1 - Visibility of system status, H5 - Error prevention**Individuato da:** V1, V2, V3, V4, V5, V6, V7**Dove:** Nell'aggiungere mercati e certificazioni ai preferiti.**Cosa:** Il pulsante destinato a salvare un mercato o una certificazione non permette una corretta distinzione tra lo stato selezionato (aggiunto ai preferiti) e non selezionato (non aggiunto ai preferiti) del pulsante, a causa della poca differenza di colori tra le due flag.**Perché:** Può portare confusione sullo stato dell'app, rendendo l'esperienza utente difficile, non comprendendo immediatamente se l'azione è stata completata correttamente o meno.**Possibile soluzione:** Rendere più evidente la differenza tra accent e colore standard e/o ingrandire le icone.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	3	3	3	3	2

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 2,85

Problema 10: H7 - Flexibility and efficiency of use**Individuato da:** V5**Dove:** Nella pagina Certificazioni**Cosa:** Non è stato previsto nessun modo per dare la possibilità di cercare tra le certificazioni salvate.**Perché:** Questo rende difficile la ricerca di specifiche certificazioni salvate, nel caso in cui l'utente non inserisca solo una certificazione tra i preferiti.**Possibile soluzione:** Aggiungere un modo, come una barra di ricerca e/o dei filtri, per cercare tra le certificazioni salvate.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	2	X	2	2	1	1

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,29

Problema 11: H1 – Visibility of system status; H3 – User control and freedom; H5 – Error prevention

Individuato da: V1, V2, V5

Dove: Nella pagina Certificazioni

Cosa: Quando l'utente rimuove una certificazione dai preferiti, questa non scompare immediatamente dalla schermata. Tuttavia, se l'utente cambia pagina e successivamente torna alla sezione delle certificazioni, la certificazione non è più visibile, evidenziando un processo di eliminazione dalla logica ma non dalla grafica dell'app.



Perché: Questo comportamento genera confusione nell'utente, inducendolo a commettere errori, in quanto può pensare di non aver rimosso una certificazione pur avendolo fatto. Oltre a ciò, in vista di un'implementazione concreta, esso potrebbe essere fonte di veri problemi e crash dell'applicazione, a causa di accessi a informazioni ormai non più presenti nella logica dell'app.

Possibile soluzione: La certificazione dovrebbe scomparire immediatamente dalla lista, accompagnata da un messaggio che conferma l'eliminazione avvenuta. Il messaggio potrebbe includere un'opzione "Annulla modifica" per consentire il ripristino immediato in caso di errore.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	2	3	3	3	3

Severity:

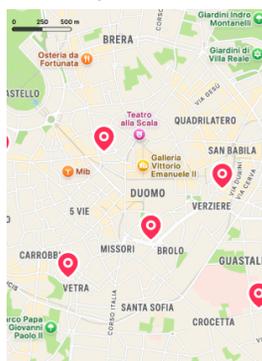
- Media: 3
- Media non arrotondata: 2,86

Problema 12: H6 - Recognition rather than recall

Individuato da: V2, V4

Dove: Pagina Esplora, sezione Mappa

Cosa: La mappa non mostra chiaramente la posizione dell'utente.



Perché: L'assenza della propria posizione sulla mappa rende difficile all'utente orientarsi nello spazio, non permettendo di comprendere la vicinanza dei mercati/negozi. Questo può portare a errori sgradevoli come la sottovalutazione della distanza dell'utente da un negozio, disincentivando così l'utilizzo dell'applicazione.

Possibile soluzione: Aggiungere la posizione dell'utente nella mappa.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	3	3	3	3	1

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 2,71

Problema 13: H3 - User control and freedom

Individuato da: V1, V2, V5

Dove: Pagina Esplora - Mappa

Cosa: I filtri di ricerca non sono intuitivi da usare e non c'è un modo chiaro per deselectionarli. Inoltre, la finestra dei filtri può essere chiusa solo cliccando sull'icona stessa.



Perché: Deselezionare una categoria alla volta è scomodo e poco pratico, soprattutto quando si desidera filtrare rapidamente utilizzando una sola categoria. La chiusura solo tramite pulsante apposito è un problema minoritario che causa però una minore efficienza d'uso da parte dell'utente.

Possibile soluzione: Sarebbe più efficace introdurre i tasti **“Applica filtro”** e **“Rimuovi filtro”**, permettendo di selezionare quelli di interesse anziché deselectionare quelli di disinteresse. Inoltre, consentire la chiusura della finestra con un tap in un'area vuota dello schermo semplificherebbe l'esperienza utente, aumentando la flessibilità.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	2	1	X	2	2	0

Severity:

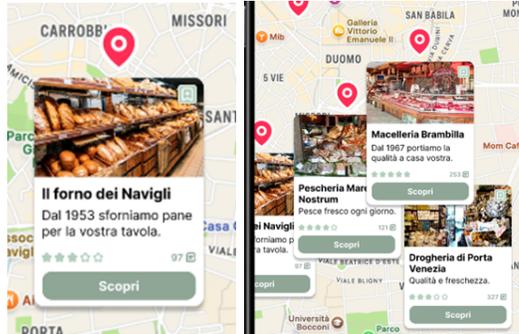
- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,14

Problema 14: H4 - Consistency and standards

Individuato da: V1, V3, V5, V7

Dove: Pagina Esplora - Mappa

Cosa: Quando un utente seleziona un checkpoint, questo rimane selezionato anche se la mappa viene spostata o se viene selezionato un altro checkpoint.



Perché: Questo comportamento crea una sovrapposizione di informazioni sulla mappa, rendendo la schermata visivamente caotica e difficile da interpretare. L'utente si trova infatti con una serie di dati disordinati che compromettono la leggibilità. In alcuni casi, potrebbe verificarsi la situazione in cui non è possibile chiudere le informazioni relative a un pin, perché queste vengono coperte da quelle di un altro pin selezionato successivamente. Inoltre, può essere anche causa di errori da parte dell'utente, come il perdere la referencia a un negozio di interesse.

Possibile soluzione: Aggiungere la chiusura in automatico dei pop up dei negozi aperti in precedenza quando si seleziona un altro pin o si tocca la mappa per spostare la posizione.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
4	3	4	3	3	3	4

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 3,42

Problema 15: H4 - Consistency and standards

Individuato da: V2, V3, V6

Dove: Esplora: Filtri nella lista e nella mappa.

Cosa: I filtri sono gli stessi ma non sono sincronizzati tra loro.



Perché: La mancanza di sincronizzazione crea incongruenze, portando l'utente a dover ripetere azioni già svolte. Ciò può causare frustrazione se l'azione viene ripetuta per un alto numero di ricerche, portando a una riduzione dell'uso dell'app.

Possibile soluzione: rendere sincronizzati i filtri tra le due tab, magari rendendole anche lo stesso componente.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	3	3	3	3	2

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 2,85

Problema 16: H7 - Flexibility and efficiency of use

Individuato da: V1, V2, V3, V5

Dove: Fai la spesa - Certificazioni

Cosa: Non è possibile consultare il significato di una certificazione senza uscire dalla pagina di acquisto, interrompendo il flusso di acquisto.

Perché: Non c'è un collegamento tra due parti base dell'applicazione. Per consultare le certificazioni, è necessario tornare indietro, interrompendo la spesa e ricominciando da capo. Questo processo risulta poco pratico e frustrante per l'utente.

Possibile soluzione: Sarebbe meglio permettere di visualizzare informazioni sulle certificazioni in un overlay o pop-up senza abbandonare la schermata attuale.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
4	4	4	4	4	4	4

Severity:

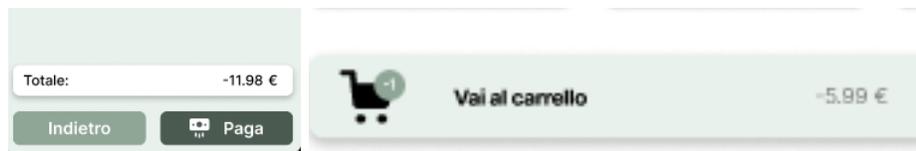
- Media: 4
- Media non arrotondata: 4

Problema 17: H2 - Match between the system and the real world, H7 - Flexibility and efficiency of use

Individuato da: V2, V5

Dove: Fai la spesa - Carrello

Cosa: Quando si cerca di scalare un prodotto dal carrello, il prezzo totale viene continuamente ridotto, ma il prodotto non viene rimosso correttamente. Questo comportamento genera discrepanze tra il prezzo totale visualizzato e il valore effettivo dei prodotti presenti nel carrello, con il rischio di mostrare valori negativi.



Perché: Il prezzo dei prodotti presenti nel carrello non corrisponde al prezzo reale da pagare, un errore che risulta evidentemente molto grave. Inoltre, se si vuole rimuovere un prodotto con una quantità elevata, si è costretti a premere il tasto - fino a che si arriva a 0.

Possibile soluzione: Sarebbe necessario correggere l'algoritmo per la gestione dei prodotti nel carrello e aggiungere un'icona cestino per rimuovere prodotti, al fine di rendere la schermata più chiara da usare ed evitare errori da parte degli utenti.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
3	3	X	4	4	3	4

Severity:

- Media: 3
- Media non arrotondata: 3

Problema 18: H8 - Aesthetic and minimalist design

Individuato da: V2, V5

Dove: Nella sezione "Fai la spesa", nel momento in cui aggiungi al carrello un prodotto.

Cosa: I pulsanti "+" e "-" per aggiungere o rimuovere quantità di prodotti sono troppo piccoli e poco visibili.



Perché: Nella pagina complessiva è difficile identificare tali bottoni, risultando in un'esperienza utente poco fluida e facendo, erroneamente, pensare all'utente che si possa aggiungere un solo articolo nel carrello. Allo stesso modo, può creare frustrazione all'utente perché lo obbliga a premere più volte sui tasti per avere effettivamente l'effetto sperato.

Possibile soluzione: Rendere i due bottoni più facilmente identificabili.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
0	1	2	1	1	1	0

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 0,86

Problema 19: H5 - Error prevention

Individuato da: V3, V4, V6, V7

Dove: Fai la spesa - Checkout

Cosa: Il processo di pagamento manca di un qualsiasi controllo e di una finestra di conferma prima di completare la transazione. Per verificare ciò, è possibile pagare spese senza elementi.



Perché: Ciò può portare l'utente a pagare per errore una spesa incompleta o con prodotti che non voleva comprare. Ciò può essere fonte di errori che possono portare l'utente all'abbandono dell'app.

Possibile soluzione: Aggiungere una finestra che verifica se l'utente vuole veramente procedere al checkout.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
X	X	X	3	3	3	3

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,74

Problema 20: H3 – User control and freedom; H5 – Error prevention

Individuato da: V1, V5

Dove: Nella pagina Fai la spesa

Cosa: L'app mostra un avviso ogni volta che l'utente cerca di uscire dalla sezione del negozio, anche se il carrello è vuoto.



Perché: L'utente potrebbe interpretare l'avviso come un errore o un problema da risolvere, quando in realtà non è così. Questo comportamento interrompe l'esperienza di navigazione.

Possibile soluzione: Per migliorare la funzionalità, sarebbe utile rendere l'avviso contestuale e aggiungere un controllo sullo stato del carrello, così da attivarlo solo se il carrello contiene effettivamente dei prodotti.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
4	2	2	3	2	2	2

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 2,43

Problema 21: H8 - Aesthetic and minimalist design, H4 - Consistency and standards

Individuato da: V2

Dove: Fai la Spesa - Scannerizzazione prodotto – Risultati

Cosa: I prodotti alternativi consigliati non sono valorizzati graficamente e sembrano poco rilevanti.



Perché: Il design scelto non supporta l'idea iniziale di proporre prodotti alternativi all'utente, poiché, graficamente, essi risultano secondari e poco evidenti.

Possibile soluzione: Per rendere più visibili le soluzioni alternative, si potrebbe includerle in una box con un colore accentuato o posizzarle prima delle informazioni del prodotto.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	2	1	1	0	2	1

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,14

Problema 22: H2 - Match between system and the real world

Individuato da: V1, V6, V7

Dove: Pagina del profilo venditore.

Cosa: Il profilo venditore non è valorizzato.

Perché: Il profilo del venditore è una parte importante dell'applicazione, ma nell'applicazione sembra quasi secondario. Un venditore dovrebbe avere una pagina profilo separata nell'app, rispetto a quella da utente.

Possibile soluzione: Introdurre una nuova pagina, rappresentante il profilo venditore dell'utente, da dove esso può aggiungere, rimuovere e, più in generale, gestire, i prodotti da esso venduti e le offerte pubblicate..

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
2	2	2	0	2	2	0

Severity:

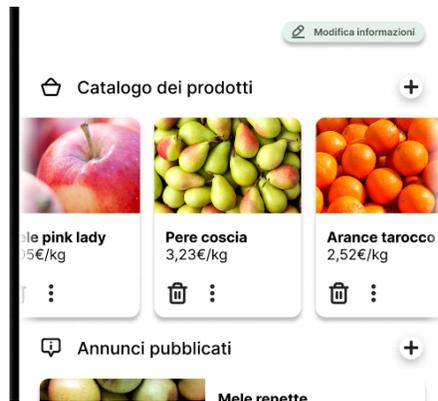
- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,43

Problema 23: H6 - Recognition rather than recall, H8 - Aesthetic and minimalist design

Individuato da: V1, V4

Dove: Profilo - profilo venditore - catalogo dei prodotti

Cosa: Non permette una visione di insieme dei prodotti del catalogo. Ciò significa che, se il negozio on-line dovesse avere molti prodotti, nel caso peggiore sarebbe necessario scorrerli tutti per raggiungere le informazioni che l'utente cerca.



Perché: Ciò non permette di raggiungere facilmente le informazioni cercate dall'utente. Inoltre, questa problematica può causare una vendita di prodotti sbilanciata, con una prevalenza di vendite per quelli prima visibili dall'utente, e quindi più visibili.

Possibile soluzione: Sugeriamo di aggiungere un'opzione di visualizzazione a griglia in riquadri più minimalisti possibili, in maniera da poter vedere più prodotti contemporaneamente. Magari, anche raggruppare i prodotti in base alla tipologia.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	0	3	3	1	2	1

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,57

Problema 24: H2 - Match between system and the real world

Individuato da: V3, V6

Dove: Pagina del profilo venditore.

Cosa: Il pulsante "indietro" è posizionato a destra. Nelle applicazioni tradizionali, esso si trova a sinistra.



Perché: Inizialmente, l'utente, potrebbe confondersi e ricercare il bottone a sinistra, portandolo in uno stato di confusione e frustrazione.

Possibile soluzione: spostare il pulsante a sinistra.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
2	2	2	2	2	2	0

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,71

Problema 25: H8 - Aesthetic and minimalist design

Individuato da: V2, V4

Dove: Pagina Info Negozio - Orari di apertura

Cosa: La via del negozio è ripetuta inutilmente accanto agli orari, in un font poco leggibile.

Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì
08:00 - 19:00	08:00 - 19:00	08:00 - 19:00	08:00 - 19:00
Via roma 11 Olgiate Olona (VA)			

Perché: La presenza di ridondanze inutili nella grafica può risultare confusionaria. Inoltre, in modo marginale, potrebbe indurre l'utente a credere che il negozio cambi location in base al giorno.

Possibile soluzione: Rimuovere la via e la città dall'orario, posizionandoli una sola volta in un'altra sezione della pagina, per evitare ridondanze e semplificare la visualizzazione.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
1	1	1	3	1	2	4

Severity:

- Media: 2
- Media non arrotondata: 1,86

Problema 26: H7 - Flexibility and efficiency of use

Individuato da: V1, V2

Dove: Pagina Info Negozio

Cosa: Non esiste un'opzione per ordinare i prodotti per categoria.

Catalogo	Annunci
	Mela pink lady 3,05€/kg
	Pere coscia 3,23€/kg
	Arance tarocco 2,52€/kg
	Banane cavendish 1,50€/kg

Perché: Questa disposizione del catalogo è dispersiva e non tanto chiara per l'utente. Il fatto di non poter cercare o filtrare i prodotti a cui si è interessati ma essere costretti a sfogliare l'intera lista proposta dal mercato/negozio può risultare snervante per l'utente e disincentivarlo dall'utilizzo di questa opzione.

Possibile soluzione: Mettere un'opzione di ordinamento dei prodotti, aggiungendo dei filtri o una ricerca.

Val. 1	Val. 2	Val. 3	Val. 4	Val. 5	Val. 6	Val. 7
2	1	1	1	X	1	3

Severity:

- Media: 1
- Media non arrotondata: 1,28

Parte III: Sintesi e raccomandazioni condivise

Euristica	# viol. (rating: 0)	# viol. (rating: 1)	# viol. (rating: 2)	# viol. (rating: 3)	# viol. (rating: 4)
H1: Visibility of system status				3	
H2: Match between the system and the real world		2	1	2	
H3: User control and freedom		2	1	1	
H4: Consistency and standards		5	1	2	
H5: Error prevention			2	2	
H6: Recognition rather than recall			1	1	
H7: Flexibility and efficiency of use		2			1
H8: Aesthetic and minimalist design		4	2		
H9: Help users recognize, diagnose, and recover from errors					
H10: Help and documentation					
NE: Altri problemi - non direttamente riconducibili alle euristiche di Nielsen					

L'applicazione analizzata è sembrata a tutto il gruppo una buona base di partenza, pur essendo limitata dell'espressività offerta da Figma e dal tempo ristretto dedicato alla creazione del prototipo. Gli errori riscontrati sono principalmente di natura grafica e, in alcuni casi, attribuibili probabilmente a distrazioni.

Nel complesso, l'applicazione svolge bene i task prefissati e offre una navigazione intuitiva.

Le violazioni rilevate compromettono in alcuni casi la fluidità, la coerenza e la semplicità dell'esperienza utente. La maggior parte di queste problematiche può essere risolta rapidamente ma riteniamo sia importante focalizzare l'attenzione su due aspetti principali:

- **La sezione delle certificazioni:** la sezione delle certificazioni è risultata fonte di confusione e problemi durante l'analisi. L'idea di una libreria statica integrata nell'app riteniamo non sia funzionale né logica. Per questo motivo, suggeriamo vivamente di ripensare questa sezione, conferendole maggiore dinamismo e utilità. In particolare, sarebbe fondamentale permettere agli utenti di consultarla direttamente mentre effettuano la spesa, rendendola così più pratica e integrata nel flusso delle attività principali.

- Un altro elemento cruciale da correggere con priorità è **il carrello**. Probabilmente, si è verificato un problema nella gestione delle variabili in Figma, ma è essenziale che questa funzionalità funzioni correttamente. Essendo strettamente collegato alla gestione delle spese dell'utente, il carrello deve garantire precisione e affidabilità.

Nel complesso, l'applicazione mostra un ottimo potenziale, grazie anche all'ampio target di utenti a cui si rivolge. È particolarmente apprezzabile l'opportunità offerta non solo agli utenti finali, ma anche ai negozianti, creando un ecosistema vantaggioso per entrambe le parti.

Tra i tre task analizzati, il task complesso emerge come il punto di forza principale. Proprio per questo, suggeriamo di dedicare maggiore effort e attenzione allo sviluppo e all'ottimizzazione di questa funzionalità in futuro, poiché rappresenta un elemento chiave per il successo dell'applicazione.