

The image is a collage. The top portion shows five glasses of clear liquid, likely vodka, on a white reflective surface. The glasses contain different garnishes: an orange slice, a lime wedge, a red berry, and another lime wedge. The bottom right corner features a futuristic scene with a hand holding a glowing, multi-colored orb against a green background with light trails.

абсолютной водки
Дополненная
реальность

Corso di Interazione Persona-Computer

Anno Accademico 2010-2011

абсолютной водки - Дополненная реальность

VODKA ASSOLUTA - AUGMENTED REALITY

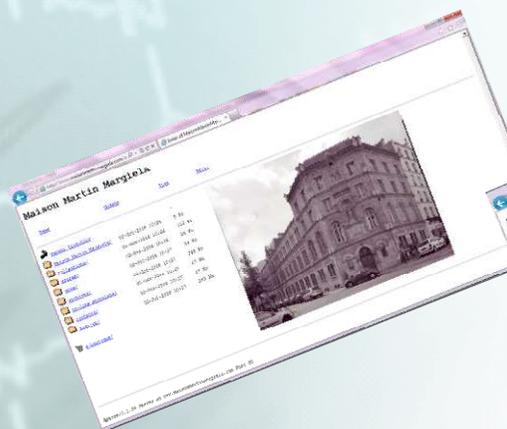
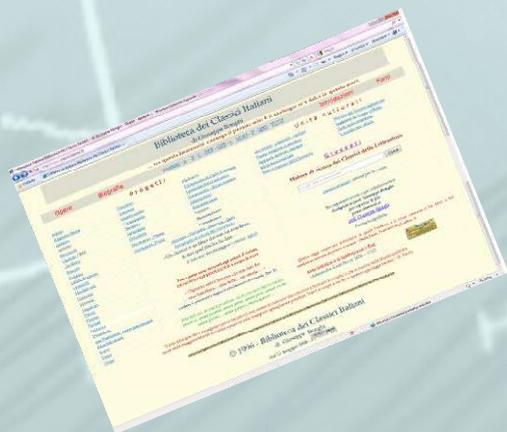
- ✘ Andrea Febbo
- ✘ Eralda Agolli
- ✘ Marilena Mordenti

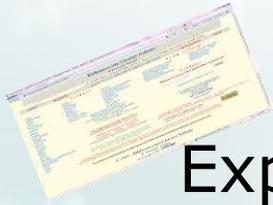
(Gruppo 1)

Corso di Interazione Persona-Computer

Anno Accademico 2010-2011

- ❖ Expert usability review - www.classicitaliani.it
- ❖ Expert usability review - www.maisonmartinmargiela.com
- ❖ Riprogettazione - www.maisonmartinmargiela.com

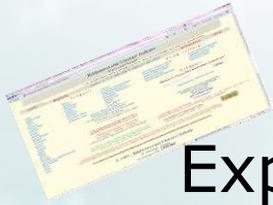




Expert usability review: www.classicitaliani.it

Esplorazione del sistema

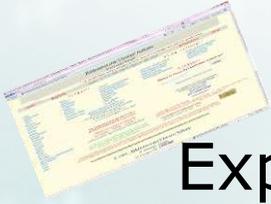
- ❖ La Biblioteca Dei Classici Italiani è un archivio digitale on line gratuito nato da un progetto del Prof. Giuseppe Bonghi.
- ❖ Il sito si pone l'obiettivo di rendere disponibili on-line opere, biografie e scritti vari di autori classici italiani e una piccola parte di classici stranieri.
- ❖ Si rivolge ad utenti di età estremamente variabile, infatti possono essere:
 - ❖ uno studente per consultare opere del suo programma scolastico
 - ❖ un utente più maturo che per curiosità o cultura personale è interessato alla lettura on-line di opere di famosi scrittori/poeti classici.



Expert usability review: www.classicitaliani.it

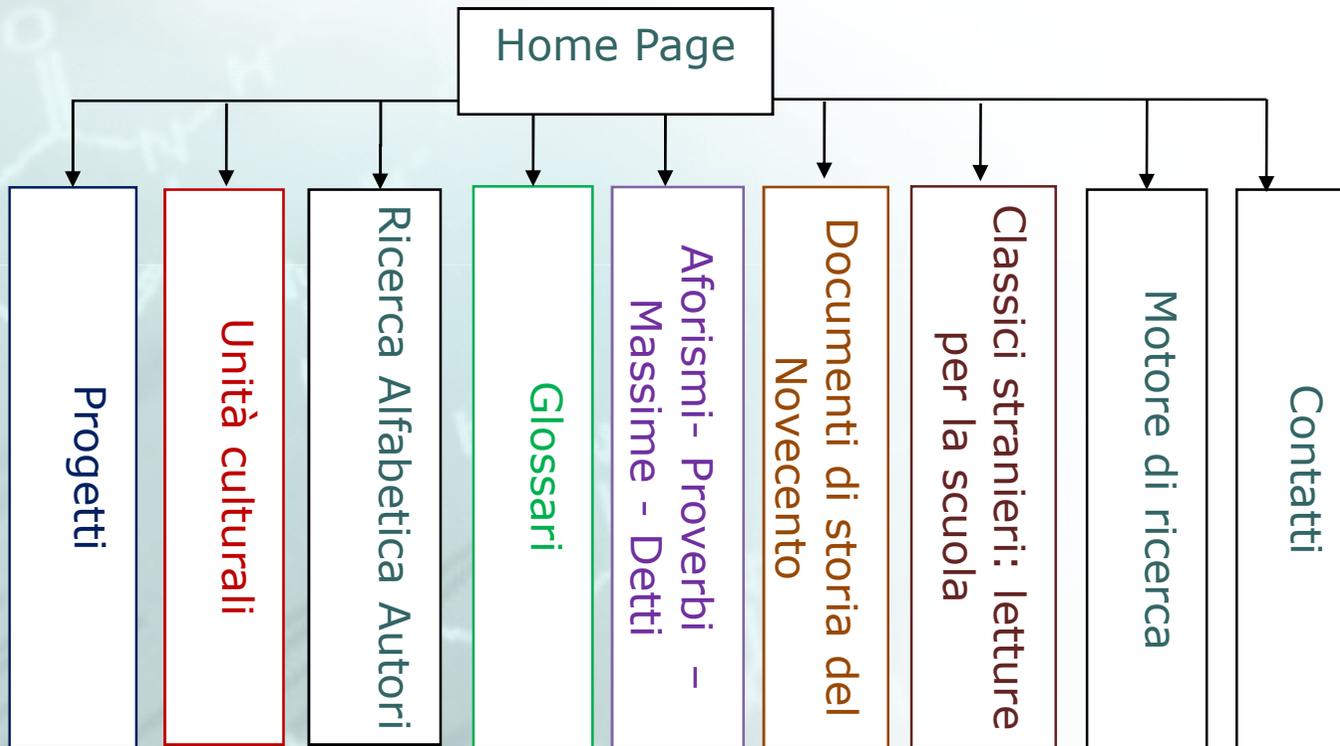
Esplorazione del sistema. Problematiche

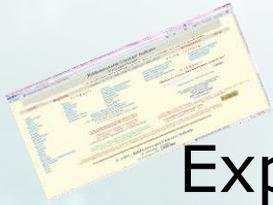
- ❌ Non indicata la posizione all'interno del sito
- ❌ Mappa del sito non presente
- ❌ Nessun sommario e via d'uscita scomoda
- ❌ Nessuna documentazione
- ❌ Fake link
- ❌ Pagine con contenuti confusi
- ❌ Menu poco chiari
- ❌ Scrolling verticali continui
- ❌ Errori non gestiti
- ❌ Grafica incoerente
- ❌ Errori evidenti nel linguaggio di Markup
- ❌ Non superato test di accessibilità



Expert usability review: www.classicitaliani.it

Architettura di sistema





Expert usability review: www.classicitaliani.it

Linee guida

- ❑ Navigazione e chiarezza strutturale
- ❑ Organizzazione della home page
- ❑ Lessico comprensibile
- ❑ Forgiveness
- ❑ Coerenza esterna
- ❑ Coerenza interna
- ❑ Coerenza input ed output
- ❑ Prevenzione e correzione degli errori
- ❑ Concisione
- ❑ Ottimizzazione
- ❑ Design Emozionale



User testing: www.classicalitaliani.it

- ❑ Metodologia di test adottata: Thinking Aloud
- ❑ Gli elementi fondamentali rilevati dai nostri tester:
 - ❑ Difficoltà nel reperire le opere di interesse
 - ❑ Difficoltà nel capire l'organizzazione dei contenuti
 - ❑ Difficoltà nel tornare da dove si è partiti
 - ❑ Scarso apprezzamento del lato estetico del sito
 - ❑ Sito da non frequentare o consigliare agli amici

Sostanziale corrispondenza tra le difficoltà incontrate dai nostri tester e i problemi da noi rilevati.



Expert usability review: www.martinmargiela.com

Esplorazione del sistema

- ❖ La casa di moda francese “Maison Martin Margiela” espone i suoi prodotti: vestiti, accessori, profumi, etc ...
- ❖ Gestisce un e-commerce cercando di vendere i suoi prodotti, sponsorizza anche i suoi negozi
- ❖ Cerca di promuovere la sua storica attività con notizie, contenuti multimediali e informazioni sulle iniziative e gli eventi legati al suo marchio
- ❖ Il bacino di utenza è presumibilmente composto da persone tra i 15 e i 65 anni.



Expert usability review: www.martinmargiela.com

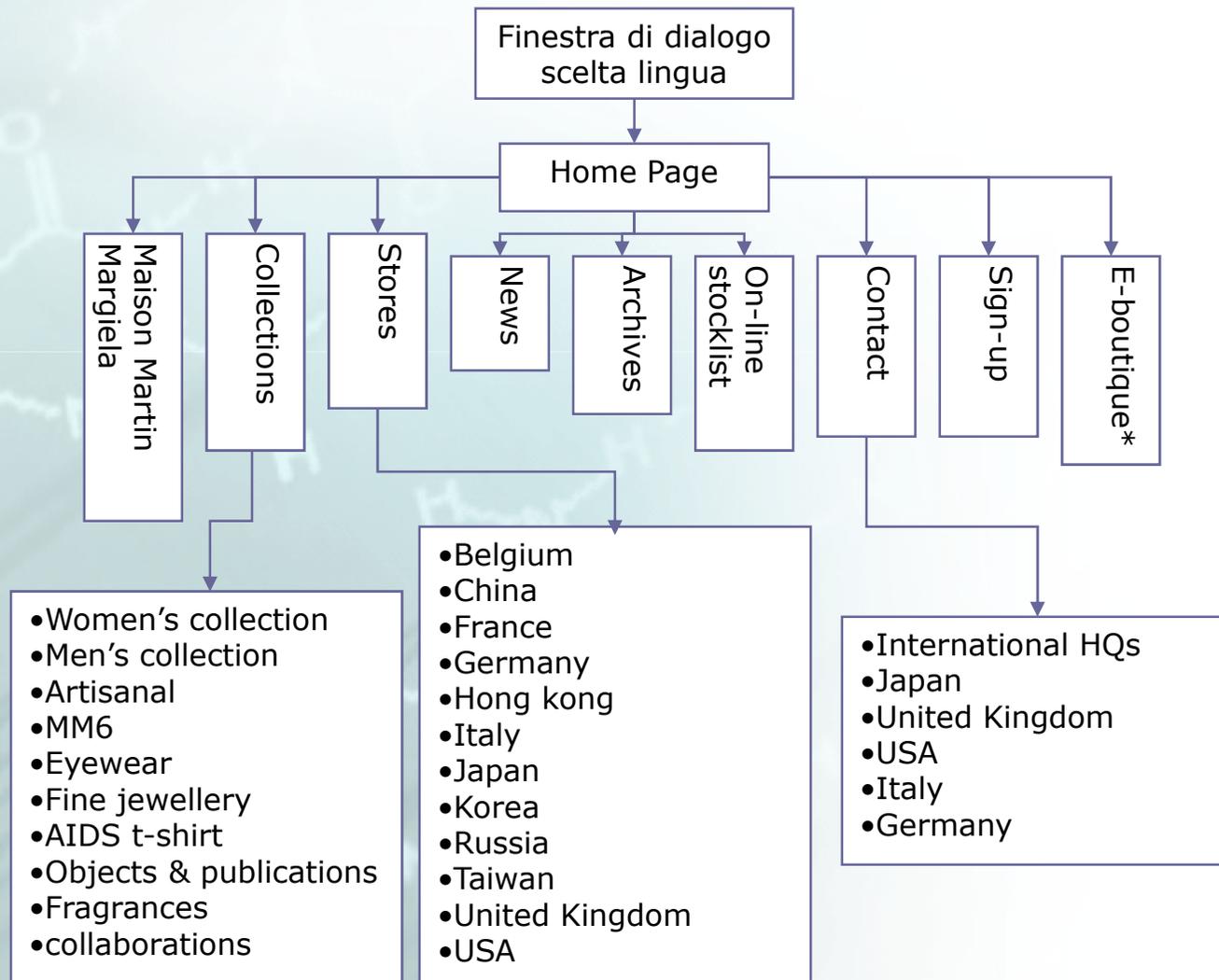
Esplorazione del sistema. Problematiche

- ❌ Mancata deduzione della lingua
- ❌ Fake link
- ❌ Video fastidiosi
- ❌ Pessima gestione dello scrolling
- ❌ Sezione fragrances totalmente incoerente e non usabile
- ❌ Utilizzo di lingue potenzialmente incomprensibili
- ❌ Mappa cliccabile di scarsa usabilità
- ❌ Niente contenuti alternativi
- ❌ Nessun collegamento diretto tra il sito e la e-boutique
- ❌ Sezione uomo poco visibile
- ❌ Niente logo nelle pagine
- ❌ Filtro per ricerche poco usabile
- ❌ Scarsa navigabilità dal negozio al sito
- ❌ Nessuna scalabilità del sito
- ❌ Domande fastidiose
- ❌ Sito non usabile con browser diversi da internet explorer



Expert usability review: www.martinmargiela.com

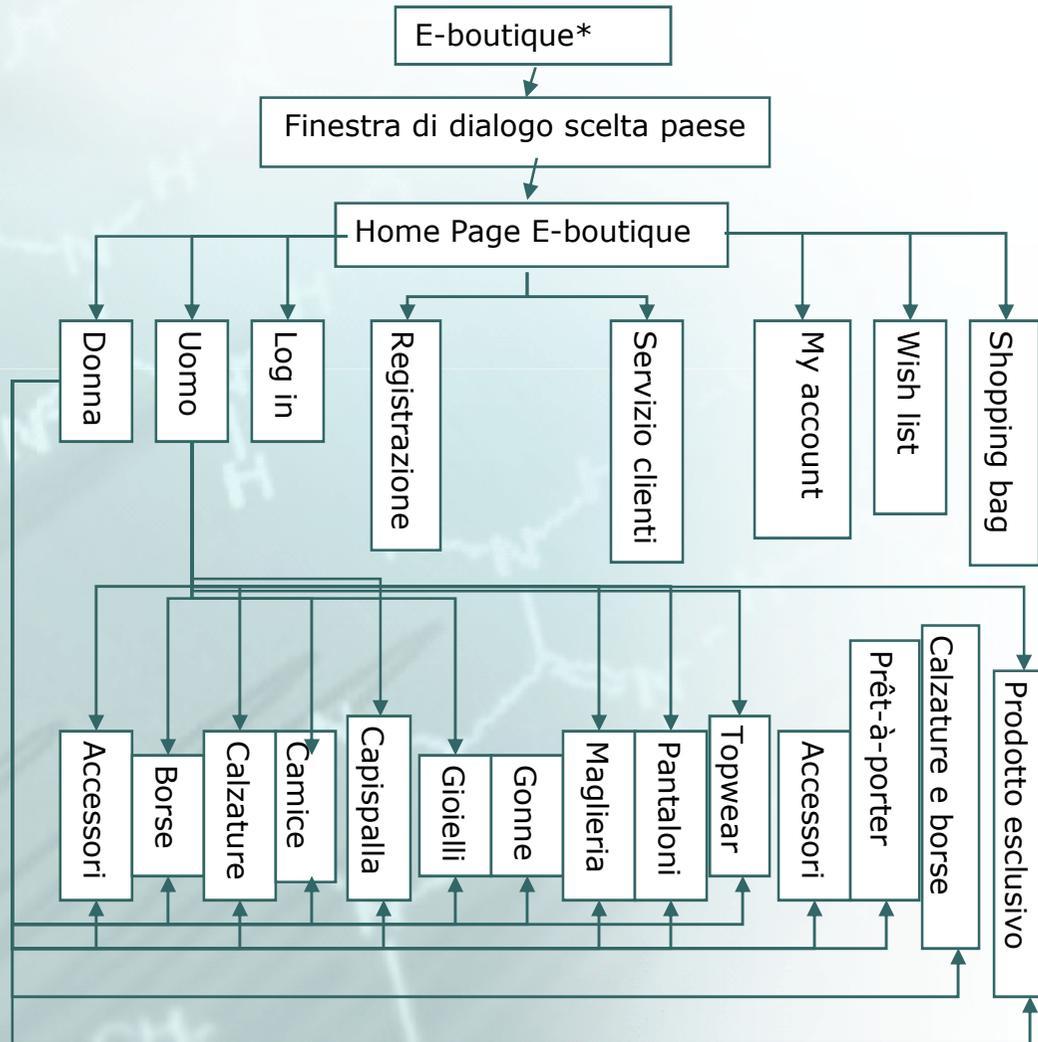
Architettura di sistema





Expert usability review: www.martinmargiela.com

Architettura di sistema





Expert usability review: www.martinmargiela.com

Linee guida

- ❑ Navigazione e chiarezza strutturale
- ❑ Organizzazione della home page
- ❑ Lessico comprensibile
- ❑ Forgiveness
- ❑ Memoria
- ❑ Coerenza esterna
- ❑ Coerenza interna
- ❑ Coerenza input ed output
- ❑ Prevenzione e correzione degli errori
- ❑ Concisione
- ❑ Reversibilità e controllo
- ❑ Feedback
- ❑ Ottimizzazione
- ❑ Design Emozionale

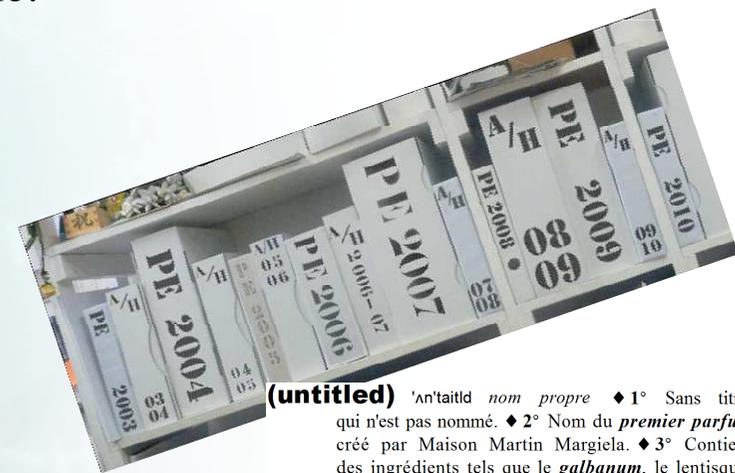


Expert usability review: www.martinmargiela.com

Linee guida violate

Le problematiche sono principalmente relative a:

- ❑ Presenza di video, domande fastidiose, mappe cliccabili di scarsa utilità e mancata deduzione della lingua
- ❑ Inoltre rilevante è l'assenza di collegamento diretto tra il sito e la e-boutique, per altro poco navigabile.



(untitled) 'an'taitld nom propre ♦1° Sans titre, qui n'est pas nommé. ♦2° Nom du *premier parfum* créé par Maison Martin Margiela. ♦3° Contient des ingrédients tels que le *galbanum*, le lentisque, la fleur d'oranger, l'encens. ♦4° Flacon inspiré des fioles d'apothicaire utilisées autrefois. ♦5° Se situe en accord avec les codes de la Maison : *peinture blanche*, détournement et éléments bruts. ♦6° Est disponible en trois formats : 30ml, 50ml et 75ml. ♦7° Introduit la nouvelle *Ligne 3 - Fragrances*. ♦8° Rejoindre la communauté **Maison Martin Margiela Parfums et jouer** (entrez ici votre code unique).



User testing: www.martinmargiela.com

❖ Metodologia di test adottata: Thinking Aloud.

Il campione di utenti scelto abbastanza eterogeneo: ipotesi che persone di qualunque età, sesso, livello d'istruzione, professione ed esperienza sul web potessero essere interessati al prodotto moda

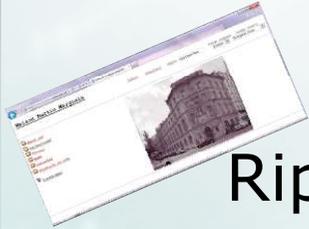
❖ Le problematiche fondamentali rilevate dai nostri tester:

- ❖ Difficoltà nel vedere una qualunque sfilata delle ultime collezioni moda
- ❖ Difficoltà nel capire la sezione fragrances
- ❖ Video e domande pop-up molto fastidiosi
- ❖ Grosse difficoltà nel trovare nella e-boutique il capo di interesse visto nella collezione
- ❖ Assenza di vie di ritorno tra la e-boutique e il sito principale
- ❖ Soluzione grafica non chiara in particolare in merito alle mappe cliccabili



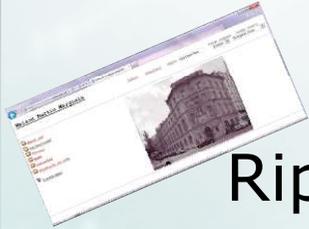
User testing: www.martinmargiela.com

- ❑ Gli errori presenti in questo sito sono innumerevoli:
 - ❑ causano la perdita di potenziali clienti
 - ❑ danneggiano l'immagine alla maison
- ❑ La soluzione migliore è senz'altro quella di occuparsi di ognuno di questi errori poiché:
 - ❑ sono molti
 - ❑ sono tutti collegati fra loro
- ❑ L'ideale sarebbe restaurare totalmente il sito perché nelle condizioni attuali dà l'idea di essere, per citare un tester:
“fatto da truffatori poco bravi e che cercano di avere il numero della carta di credito”.



Riprogettazione: www.martinmargiela.com

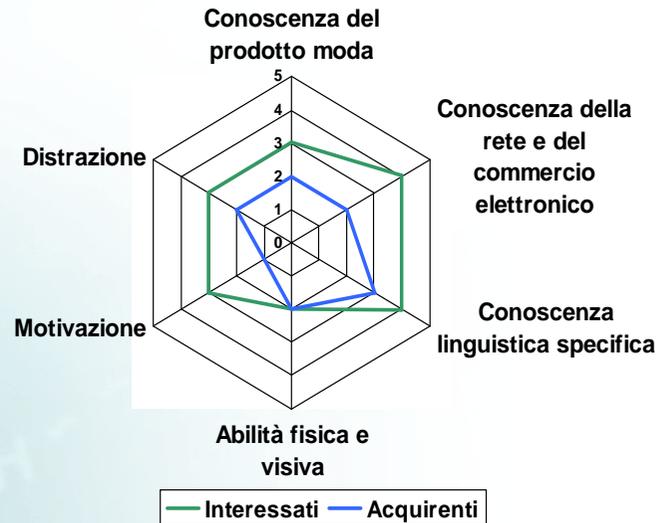
- ❖ Modello di design: CAO'S (concetti, attori , operazioni, strutture)
- ❖ Abbiamo dedotto i requisiti pensando a quali sono gli interessi degli stakeholder, cercando di operare come un manager responsabile
- ❖ Gli interessi primari di una maison di moda in riferimento al proprio sito saranno:
 - ❖ rispecchiare il proprio prestigio e contribuire ad esso
 - ❖ offrire all'utente un'esperienza di navigazione piacevole in modo che associ dentro di sè queste caratteristiche alla maison
 - ❖ creare un effetto di viral marketing attraverso passaparola positivo
 - ❖ massimizzare i prodotti venduti sia nella e-boutique, sia nei negozi tradizionali.



Riprogettazione: www.martinmargiela.com

❖ Strategia

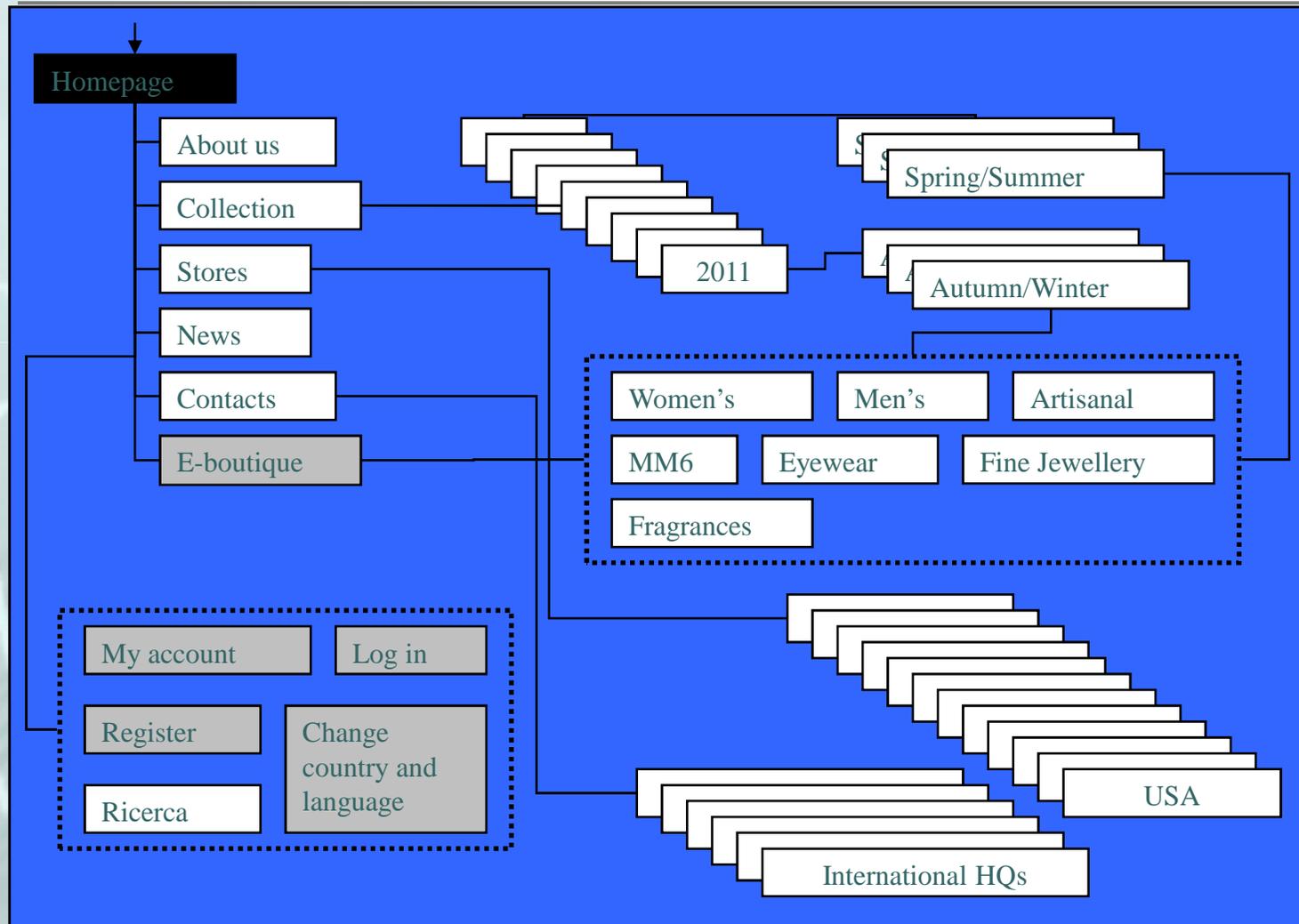
❖ I personaggi:





ARCHITETTURA DEL SISTEMA

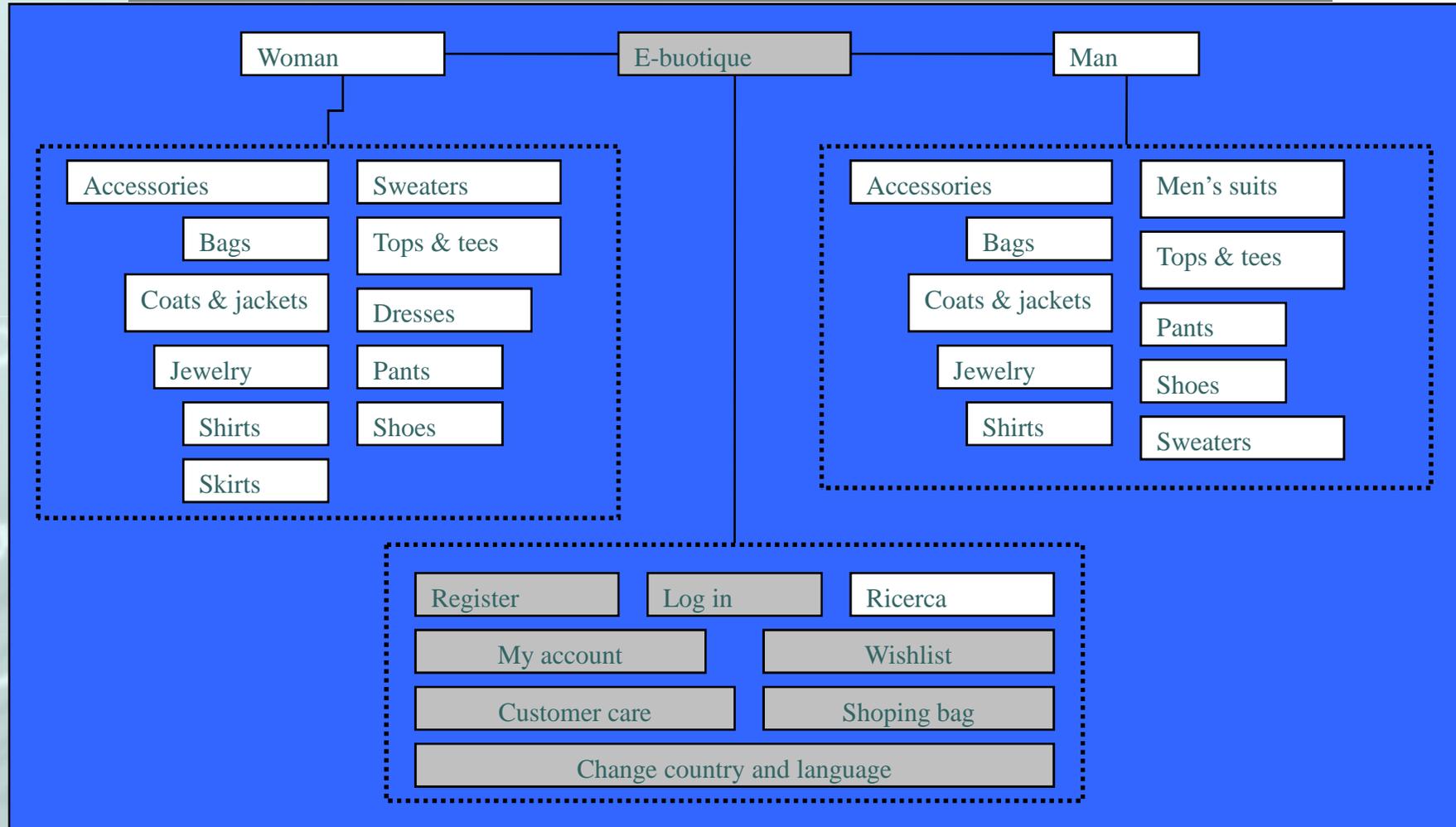
NUOVA BLUEPRINT PRINCIPALE

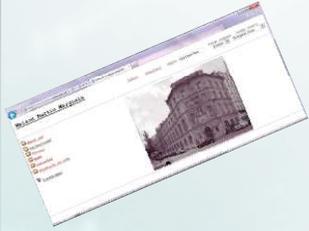




ARCHITETTURA DEL SISTEMA

BLUEPRINT DELLA E-BOUTIQUE



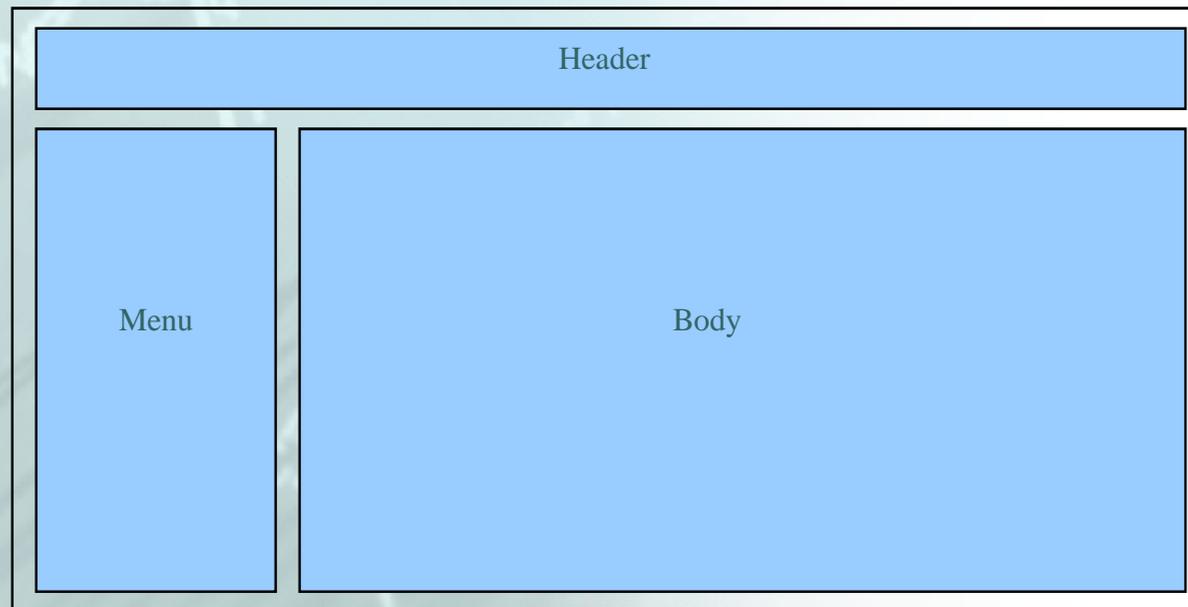


ARCHITETTURA DEL SISTEMA

WIREFRAME

❖ Collocazione spaziale degli elementi mostrati nelle blueprint:

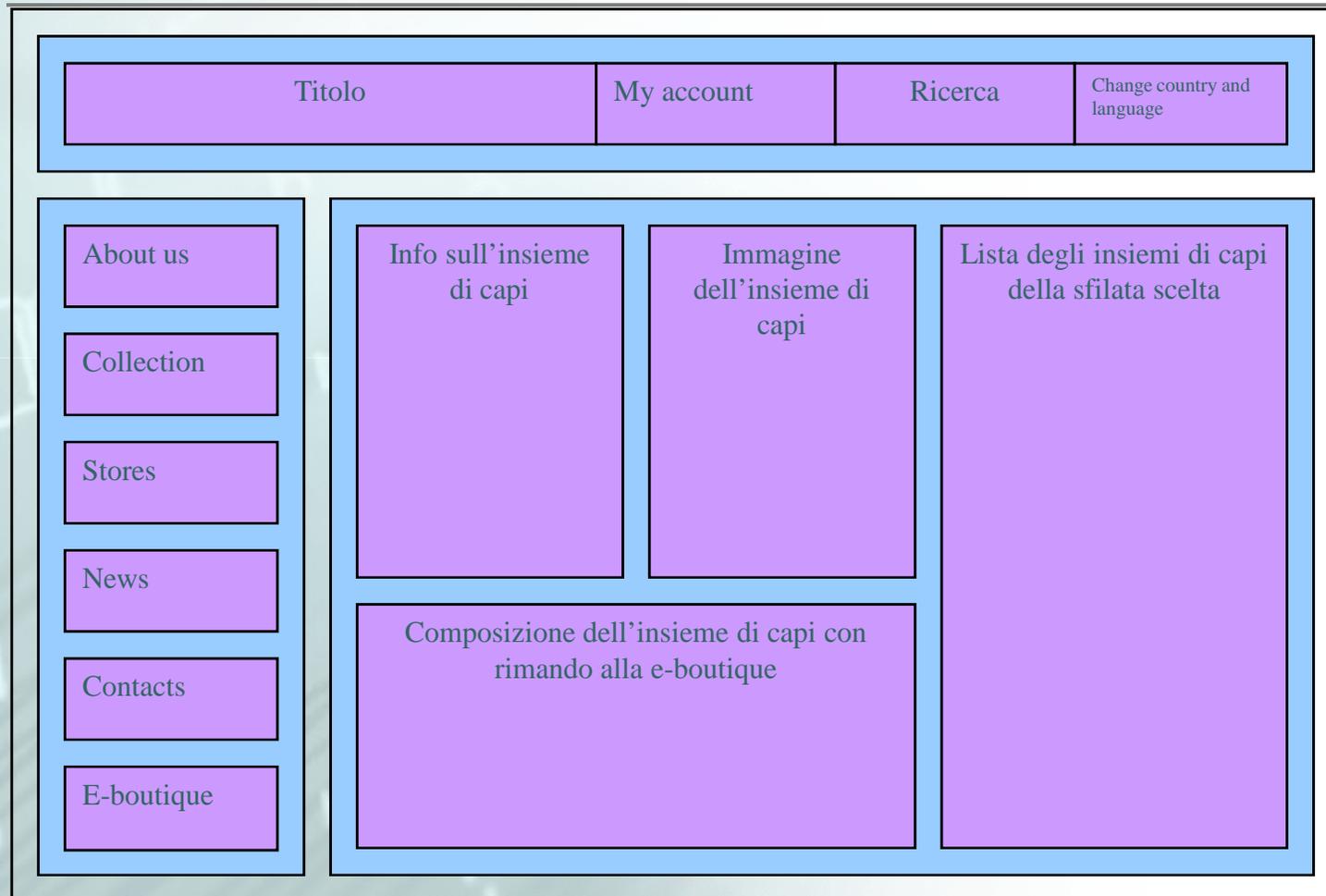
Circa gli aspetti estetici abbiamo cercato di modificare il meno possibile quelle che sono state le scelte della maison, in quanto il nostro compito è quello di rendere il sistema usabile, non quello di criticarne le scelte grafiche e artistiche





ARCHITETTURA DEL SISTEMA

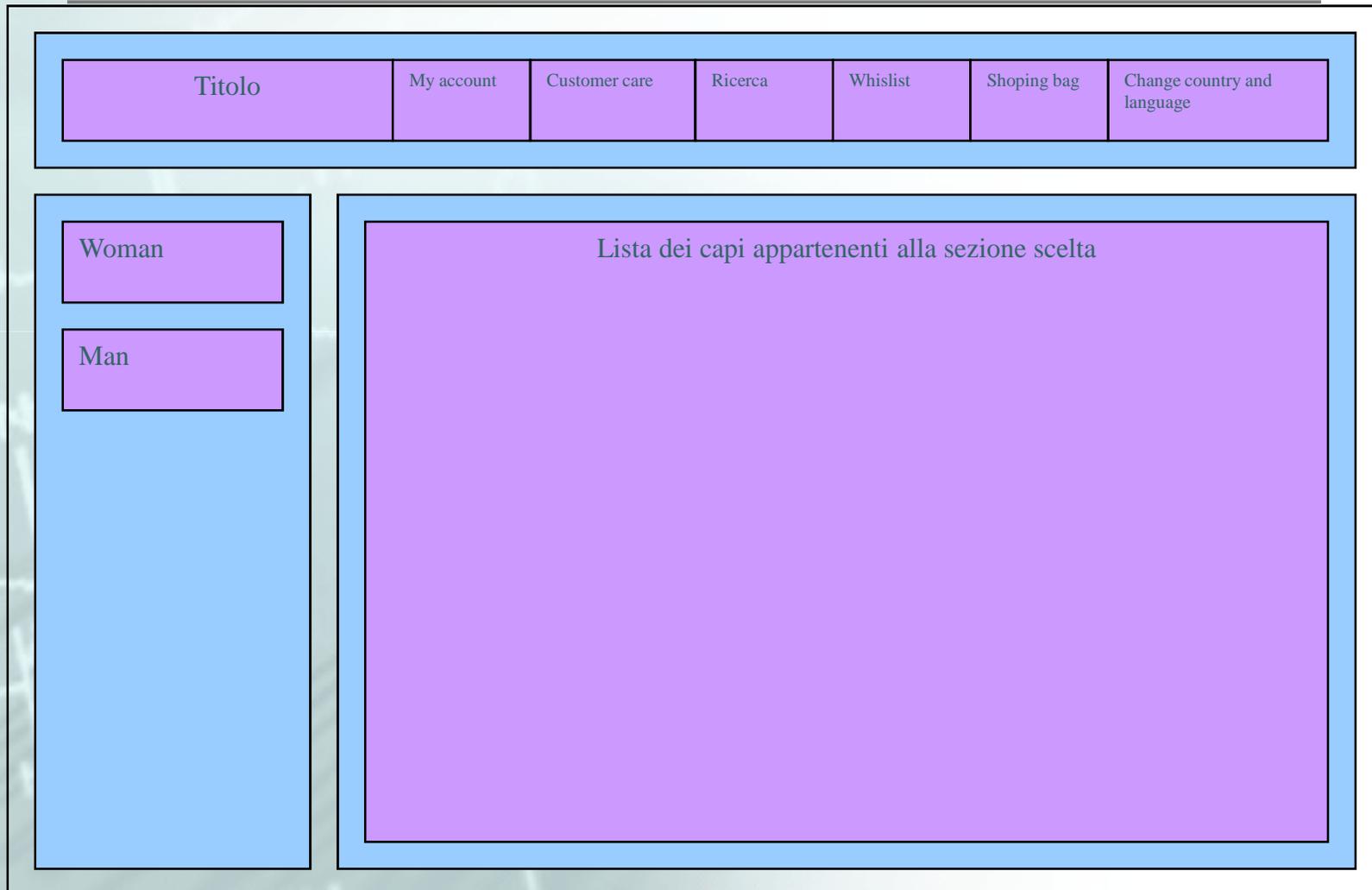
WIREFRAME COLLECTION





ARCHITETTURA DEL SISTEMA

WIREFRAME E-BOUTIQUE





RIPROGETTAZIONE

COLLECTION Spring/Summer 2001

Maison Martin Margiela

[Login/](#)

[Register/](#)

SEARCH

Change language
English ▾

Change country
European Union ▾

- About us/
- Collections/
 - Year 2011/
 - Spring-Summer/
 - Women's
 - Men's
 - Artisanal
 - MM6
 - Eyewear
 - Fine Jewellery
 - Fragrances
 - Year 2010/
 - Year 2009/
 - Year 2008/
 - Year 2007/
 - Year 2006/
 - Year 2005/
 - Stores/
 - News/
 - Contacts/
 - Stockists on-line/
 - E-boutique/

[HOME](#) > [Collections](#) > [Spring-Summer 2011](#) > Women's

 [Watch the défilé video](#)



1 of 34 

Flat back shirt in cotton poplin worn with a jersey bodysuit, a Perspex and gold 'chevalière' display-ring, a clutch in Perspex and patent leather sandals.

Buy in our e-Boutique:

[Long sleeve shirt - BUY IT](#)



Masculine shirt in stretch cotton poplin: the back is a flat rigid part which hide the body shape
Poplin
Stretch
Hidden buttons
Pleated detailing
Composition: 72% Cotton, 23% Polyamid, 5% Elastane

[Sandals - BUY IT](#)

Bovine leather pump based on suspension theme that creates an optical effect: the foot





RIPROGETTAZIONE

FRAGRANCES

Maison Martin Margiela

[Login/](#)

[Register/](#)

SEARCH

Change language

English ▾

Change country

European Union ▾

- [About us/](#)
- [Collections/](#)
 - [Year 2011/](#)
 - [Spring-Summer/](#)
 - [Women's](#)
 - [Men's](#)
 - [Artisanal](#)
 - [MM6](#)
 - [Eyewear](#)
 - [Fine Jewellery](#)
 - [Fragrances](#)
 - [Year 2010/](#)
 - [Year 2009/](#)
 - [Year 2008/](#)
 - [Year 2007/](#)
 - [Year 2006/](#)
 - [Year 2005/](#)
- [Stores/](#)
- [News/](#)
- [Contacts/](#)
- [Stockists on-line/](#)
- [E-boutique/](#)

[HOME](#) > [Collections](#) > [Spring-Summer 2011/](#) > [Fragrances](#)



1. Our parfurm is called 'Untitled'
2. This is the first fragrance created by Maison Martin Margiela. [See the video](#)
3. Top note: galbanum essence; middle note mastic; jasmine; galbanum; base notes: moss, cedar and incense: [See the video](#)
4. The bottle is inspired by those which were formerly used by pharmacists. [See the video](#)
5. This product is consistent with the principles of the maison: white paint, no logo, essential, avant gardist. [See the video](#)
6. It is available in three sizes: 30ml, 50ml and 75ml. [See the video](#)
7. The fragrance introduces the new Line 3.
8. Join the Maison Martin Margiela perfume community and play: [Enter](#)



RIPROGETTAZIONE E-BOUTIQUE

Maison Martin Margiela e-boutique [Login/](#) [Register/](#) SEARCH [Change language](#)
 English [Change country](#)
 European Union

[BACK TO HOME MARTIN MARGIELA](#) [Customer Care/](#) [My Account/](#) [Wish List/](#) [Shopping Bag](#)

Woman/
 [Accessories/](#)
 [Bags/](#)
 [Coats and jackets/](#)
 [Jewelry/](#)
 [Shirts/](#)
 [Skirts/](#)
 [Sweaters/](#)
 [Tops & tees/](#)
 [Dresses/](#)
 [Pants/](#)
 [Shoes/](#)

Man/

Sandals



22 A collection of shoes for women & men

Description Details

Bovine leather pump based on suspension theme that creates an optical effect: the foot seems to sink inside the shoe. The heel is 10,5 cm high with 1 cm of plateau.
Leather sole
Covered heel

Choose colour

Choose size [\(info\)](#)
 3 4 5 6 7

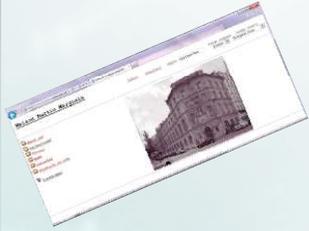
Selected combination Brown

£ 535.00

[Add to Shopping Bag](#) [Add to Wish List](#)

Share

Wear it with  



RIPROGETTAZIONE

RISULTATI

- ❏ Navigazione e chiarezza strutturale
- ❏ Organizzazione della home page
- ❏ Eliminazione di tutti gli elementi inutili e fastidiosi
- ❏ Intuizione del paese/lingua automatica
- ❏ Struttura del sito resa più comprensibile
- ❏ Creato collegamento fra i prodotti della e-boutique e quelli mostrati nel sito.
- ❏ Totale ristrutturazione della sezione fragrances
- ❏ Creati link intuitivi alle home page
- ❏ Adattabilità ad ogni browser e conformità al W3C



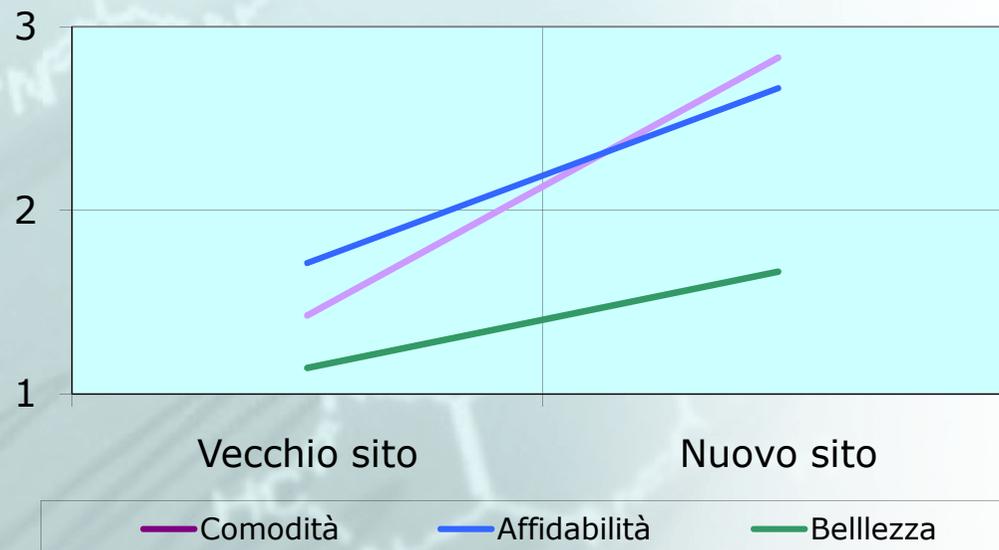
USER TESTING SITO RIPROGETTATO

RISULTATI

- ❖ Svolgimento dei singoli task risultato semplice e intuitivo
- ❖ Riscontrati miglioramenti in comodità, affidabilità e bellezza:

Valutazione media degli utenti:

- 1 = Scarsa
- 2 = Media
- 3 = Buona





USER TESTING SITO RIPROGETTATO

CONSIDERAZIONI

Questa riprogettazione del sito, se adottata, porterà senz'altro ad un miglioramento dell'immagine della maison sul web e ad un incremento delle vendite, facendo cessare la perdita di clienti causata dalla scarsa usabilità della versione precedente.

***GRAZIE PER
L'ATTENZIONE***



04:00:04