

Home Page

- L' Home Page dovrebbe accogliere al suo interno (II)
 - Registrazione
 - Mostrarmi cosa sto cercando
 - ...e cosa non sto cercando
 - Mostrami da dove cominciare
 - ...
 - Stabilire credibilità e fiducia

Home Page

- Domande che si pone l' utente
 - Cos'è?
 - Cosa hanno qui?
 - Cosa posso fare?
 - Perché dovrei essere qui e non altrove?
 - Da dove comincio?
 - Dovrei subito capire
 - Dove fare una ricerca
 - Dove cominciare per fare un giro
 - Dove trovare le cose migliori

Home Page

- Come far arrivare il messaggio
 - Tagline → frase stringata che caratterizza l'intera iniziativa, riassumendone significati e pregi



Strategies to enhance the user experience

[Home](#) [People](#) [Services](#) [Publications](#) [Events](#) [About NN/g](#)

People

The members of Nielsen Norman Group are user experience **pioneers**...they advocated user-centered design and usability before it became popular to do so.

- [Jakob Nielsen](#), Ph.D.
"The Guru of Web Page Usability" (New York Times)
- [Donald A. Norman](#), Ph.D.
"The Guru of Workable Technology" (Newsweek)
- [Bruce "Toq" Tognazzini](#)
"Leading Authority on Software Design" (HotWired)

[Nielsen Norman Group Members >](#)

Events

[Usability Week 2005 conference](#)

Home Page

- Come far arrivare il messaggio
 - Welcome blurb → concisa descrizione del sito

[useit.com](#) → Alertbox

Alertbox: Current Issues in Web Usability

Bi-weekly column by Dr. [Jakob Nielsen](#), principal, [Nielsen Norman Group](#)

Current Column

- ♦ [Low-Literacy Users](#) (March 14, 2005)

Email Newsletter

Get a short newsletter by email when a new Alertbox goes online:
Your email address:

Privacy policy: Email addresses are never sold or given out to *anybody*.
This is an announcements-only list with very low volume: one short mess
Unsubscribe instructions are listed at the bottom of every email.

Home Page

- Come far arrivare il messaggio giusto
 - Usare tutto lo spazio necessario
 - ... ma senza esagerare
 - Non usare gergo aziendale nel Welcome Blurb
 - Testarla!

Home Page

- L'home page è unica...
 - Da evitare intro e pagine copertina che fanno perdere tempo all'utente
 - Può essere diversa dalle altre
 - Descrizione delle sezioni
 - Diverso orientamento del testo e dei menu
 - Maggior spazio per l'indentità

Home Page

- Attenzione a ...
 - Rollover
 - Mettere banner che non siano necessari
 - Promuovere tutto
 - Permettere che gli affari influenzino il progetto della Home Page

Home Page

- Attenzione ai ...
 - Rollover (<http://www.sciform.unito.it/>)
 - Bisogna scovarli
 - Si vedono solo una volta
 - Vanno a scatti
 - Sono efficaci solo se compaiono vicino al puntatore