

Metodi e Tecniche di Analisi e Progettazione

Sintesi elaborata per il corso "Progettazione e costruzione del sito scolastico"

Ciclo di vita di un sito Web

Un sito web non dovrebbe mai finire, è come un giardino che va mantenuto, curato, rinnovato, modificato, esteso, adeguato alle nuove esigenze e ai gusti di coloro che ci passeranno, alle nuove piante, fiori ed incroci che si scopriranno.

Ma bisogna pur cominciare da qualche parte e indicare almeno la fine di una prima "versione"!

Si comincia dall'ANALISI.

Si prosegue con la PROGETTAZIONE.

Si comincia a vedere qualcosa con la PROTOTIPIZZAZIONE.

Si concretizza il tutto con la IMPLEMENTAZIONE.

Si mette a punto con il TEST.

Si incrociano le dita e si mette il sito in ESERCIZIO.

Si cura la "creatura" con la MANUTENZIONE.

E si ricomincia tutto daccapo!

Non appena arrivano nuove esigenze, gli utenti cambiano, si rende disponibile una nuova tecnologia, nuove competenze, etc., si ripete tutto dall'ANALISI sino alla MANUTENZIONE in un ciclo senza fine come senza fine appunto dovrebbe essere un buon sito.

In questa unità didattica mi soffermo sulle prime due fasi, le più importanti in assoluto nell'intero ciclo di vita, le più cruciali. Gli errori che si commettono in queste fasi sono quelli che costano di più, specie se vengono scoperti in fase di TEST o addirittura in ESERCIZIO. Se infatti è relativamente semplice correggere errori di implementazione (buchi vari, inevitabili) è praticamente un disastro scoprire che si è realizzato una cosa che non si voleva. Le fasi di ANALISI e PROGETTAZIONE infatti servono proprio a stabilire, specificare in modo quasi formale COSA si vuole fare e COME.

Un esempio di errore di analisi: ho realizzato una pizzeria ma il mio cliente voleva una pasticceria! OPS! :)

Ho creato un modulo registrazione utenti ma non ho previsto la richiesta del codice fiscale, ahia! Errore di analisi in alcuni casi un po' più semplice da recuperare.

Cominciamo quindi a capire meglio cosa si intende per ANALISI, come si conduce questa fase e quali sono i risultati attesi.

ANALISI: chi, perché, cosa (who, why, what: www)

Caliamoci in uno scenario concreto. Ci viene chiesto di fare un sito.

La prima cosa da fare è parlare con chi ce lo chiede e, come un bravo psicanalista, cercare di capire le ragioni e i motivi profondi di questa richiesta:

1. Chi sei?
2. Perché hai deciso di fare questo sito?
3. Cosa ci vuoi mettere o far fare in questo sito?
4. Da chi deve essere usato questo sito?
5. Perché i tuoi utenti dovrebbero trovare utile usarlo?
6. Cosa vorrebbero trovarci e fare i tuoi utenti nel sito?
7. Perché stai chiedendo a me di farlo?
8. I tuoi concorrenti hanno un sito? Com'è? Che risultati hanno ottenuto?
9. Esiste già un sito precedente? Possiamo vederlo? Dov'è che non funziona per chiedermi di rifarlo?
10. Quanti soldi hai da spendere per questa cosa?
11. In quanto tempo lo vorresti realizzato?
12. Quante persone abbiamo a disposizione?
13. Quanti e quali mezzi?
14. Sei disposto a spendere soldi per il mantenimento?

Queste le domande fondamentali a cui trovare chiara e completa risposta.

Seguono poi domande di dettaglio:

1. contenuti: quali? Esistono in altra forma o devono essere prodotti?
2. Servizi: quali?

Non fidatevi troppo del "committente". Molto spesso non ha neanche lui/lei le idee chiare e, davvero come dallo psicanalista, potrebbe scoprire in quel preciso momento a cosa realmente stava pensando come sito. In questa fase di analisi siate interattivi, propositivi, ponetevi cioè in modalità "brainstorming", non bloccate le idee e qualunque cosa vi viene in mente provate ad esplorarla ed a capire se è così balzana o può fornire significato al sito che si sta analizzando.

Ad esempio, per il sito di un supermercato potrebbe venirmi in mente di proporre delle stanze di chat o forum che consentano ai clienti di confrontarsi sui prodotti acquistati, di scambiarsi ricette o curiosità, etc...

Difficilmente al titolare di un supermercato potrebbe venire spontaneamente in mente questo servizio del sito, egli sarà più concentrato sui contenuti classici: catalogo prodotti, informazioni sulle offerte promozionali, etc...

Tocca a noi essere creativi e, sempre restando coerenti con gli obiettivi strategici del sito e compatibili con le risorse (economiche e tecnologiche) messe a disposizione, pensare a qualcosa che sfrutti meglio le potenzialità del web.

Il lavoro dell'analista, quindi, non è quello di un cuoco o del cameriere di un ristorante che raccoglie l'ordine del cliente e lo esegue. L'analista del web si deve porre piuttosto come consulente, confidente (il committente DEVE aver fiducia in me), e oltre a raccogliere le richieste del committente deve proporre idee.

Molto importante in questa fase non è solo il contributo del committente, ma anche quello dell'utente finale a cui il sito sarà rivolto.

Il sito NON deve piacere a chi lo commissiona! Il sito deve piacere a chi lo USA, innanzitutto. Se poi piace anche al committente tanto meglio.

Sarà quindi necessario effettuare una continua integrazione tra il "perché" e il "cosa" dichiarati dal committente e i "perché" e i "cosa" degli utenti finali.

Ma mentre con il committente è più facile dialogare per svolgere l'analisi dei requisiti del sito, è più complicato fare la stessa cosa anche con gli utenti.

Molto spesso gli utenti sono delle "categorie" di persone (giovani, pensionati, studenti

universitari, donne, uomini d'affari, TUTTI, quelli che usano il telefonino, i genitori degli alunni della mia scuola, i docenti di una scuola, etc...) e spesso queste categorie si intrecciano o si sommano. Come fare dunque?!?

Serve formulare un "modello" medio dell'utente e di questi "stimare" bisogni e utilità che potrà ricavare dal sito.

(...)

Se devo realizzare il sito di una scuola, farei girare un piccolo questionario tra i docenti, genitori e alunni, chiedendo:

1. usi internet?
2. hai un email?
3. che informazioni vorresti trovare nel sito della tua scuola?
4. che servizi ti piacerebbe utilizzare nel sito? (forum, chat, scambio materiali, etc..)
5. quante volte alla settimana consulti il web e l'email?

Etc...etc...

Il questionario ovviamente dovrà essere variato e adeguato per i genitori, per i docenti e per gli alunni.

Le indicazioni di contenuto e servizi ricavabili dai questionari dovranno essere integrati e incontrati con le indicazioni di contenuto e servizi dichiarati dal committente. Maggior peso deve però essere dato alle indicazioni fornite dall'utente finale a cui il sito è destinato!

Tutto il processo di ANALISI e di PROGETTAZIONE deve essere ORIENTATO ALL'UTENTE. È lui/lei al centro della nostra attenzione, ed anche il committente deve essere consapevole di ciò e farci girotondo con noi, anche se spesso questo suscita in lui uno scandalo copernicano! ;)

(...)

Questo è compito della PROGETTAZIONE.

In ANALISI stabiliamo COSA, nella PROGETTAZIONE stabiliamo COME.

Progettazione: come?

Il compito della PROGETTAZIONE è decidere COME i contenuti e i servizi analizzati devono essere realizzati, interfacciati, organizzati, strutturati nel sito.

(...)

Quando progettate un sito non lasciatevi condizionare da ciò che voi in prima persona siete capaci di fare, a meno che la fase di IMPLEMENTAZIONE per vincoli economici ed organizzativi dovrà comunque essere condotta da voi. Ma anche in questo caso potete cercare di recuperare pezzi del sistema da voi analizzato e progettato che potrete in qualche modo adattare per essere usati nel vostro sito per assolvere ad una specifica da voi indicata.

Vediamo dunque quali sono le domande della PROGETTAZIONE, che decisioni si devono prendere e cosa si deve progettare:

- l'interfaccia del sito (lo stile grafico e comunicativo, l'approccio e la metafora di presentazione e accesso ai contenuti e servizi);
- il layout (aspetto e struttura) della home page;
- il layout delle pagine interne;
- la struttura e l'organizzazione del sito (individuazione delle sezioni del sito, aree di aggregazione di pagine dal contenuto comune, etc.);
- la modalità di rappresentazione dei contenuti (testo, immagine, audio/video);
- i servizi interattivi (comunicazione, forum, chat, etc..).

(...)

In analisi e progettazione non si fa altro che "pensare", ragionare in modo creativo, ascoltare utenti e committenti, esplorare tecnologie e soluzioni, accettare compromessi con in vincoli di usabilità senza rinunciare all'originalità e all'immaginazione, elaborare modelli di soluzioni dei problemi esposti in analisi.

Con questo lavoro si riesce a "disegnare" il sito che sarà e con maggiore entusiasmo, chiarezza di idee e di obiettivi si è pronti allo sviluppo del prototipo e alla implementazione definitiva del sito.

E comunque ricordatevi che il sito web è come un giardino, mentre cresce può completamente trasformarsi da come era all'inizio, ma lo farà secondo la cura del giardiniere, che avrà predisposto aree di espansione, aiuole per nuovi fiori, e che potrà i rami secchi e farà prendere nuova forma ai virgulti più promettenti.

Buon lavoro e buoni siti!