

Relazione di sintesi

sulle statistiche e il motore di Internos

Indice generale

Quando cercano gli utenti su Internos.....	2
Cosa cercano gli utenti su Internos.....	3
Perchè le persone cercano INTEGRA?.....	4
Consigli.....	4
Quando le persone cercano POSTA cosa cercano?.....	5
Consigli.....	5
Le persone cercano PROTOCOLLO.....	6
Consigli.....	6
MODULISTICA, il primo grosso problema.....	6
Consigli.....	7
Le persone cercano INTERROGAZIONI.....	7
Le persone e la fatica.....	7
Consigli.....	8
Le persone cercano in Lavorare in Regione.....	8
In sintesi come dovrebbe cambiare Internos.....	10
Se le persone non trovano, migliora il motore.....	10
Nel frattempo.....	12
Se le persone non trovano, sistema la Home page.....	12

Siamo partiti dal risultato dei focus group, dove gli utenti hanno sostanzialmente lamentato il fatto di non trovare quello che cercano. Sebbene il dato non dipenda solo dall'efficacia del motore, il motore è risultato uno dei principali incriminati.

Quando l'organizzazione della home non aiuta l'utente ad orientarsi, quando l'architettura del sito e le etichette non aiutano l'utente a navigare, il motore è l'ultima (ma anche la prima) risorsa a cui gli utenti possono attingere.

Quando cercano gli utenti su Internos

Ad oggi non è purtroppo possibile un'analisi approfondita dei risultati del motore, perchè Piwik è in grado di esportare solo le prime 100 voci cercate. Non riusciamo ad avere il quadro completo, ma nonostante questo abbiamo analizzato alcuni dati.

La prima domanda che ci si deve porre è: quando cercano gli utenti?

Riepiloghiamo quando gli utenti cercano:

- non sanno cosa cercare (non conoscono esattamente le parole o l'ambito in cui inquadrare quel che cercano)
- non trovano ciò che cercano nella home page
- non trovano nella divisione dei menù o nelle sue etichette ciò che cercano
- usare il motore è più semplice che navigare il sito
- sanno che usando il motore si fa prima ad arrivare alla pagina che cercano, magari per ricerche precedenti

Gli utenti che usano il motore possono quindi essere divisi in 2 gruppi:

- quelli che usano il motore perchè **non sanno**
- quelli che usano il motore perchè **sanno**

Capire dalle parole chiave elencate nelle statistiche, quando si tratta di un tipo di utente e quando di un altro non è semplice, forse è quasi impossibile, perchè le ricerche possono essere le medesime.

Si può provare solo ad aggregare certi tipi di ricerche, per scoprire che certi termini non portano a nulla, e che quindi non sono quelli usati da chi conosce ciò che cerca. In quei casi si può già operare qualche correttivo.

In certi casi la frequenza delle ricerche porta a suggerire di mettere in evidenza le 5-6 cose che le persone cercano più spesso: rendendole più evidenti gli si facilita il compito.

In altri casi l'offrire troppo (nei risultati della ricerca, nella home page, nei menù,...) potrebbe essere controproducente, e essere la causa del senso di smarrimento che gli utenti hanno lamentato.

Cosa cercano gli utenti su Internos

Le 19 cose più cercate sono

Termine	Ambito/sinonimo
integra	<i>integra</i>
large mail	<i>posta elettronica</i>
telelavoro	
protocollo	<i>e-grammata</i>
modulistica	
e-grammata	<i>e-grammata</i>
interrogazioni	
posta elettronica	<i>posta elettronica</i>
R31	
aree riservate	
cral	
posta	
buoni pasto	
largemail	<i>posta elettronica</i>
e grammata	<i>e-grammata</i>
antivirus	
navetta	<i>orari navetta</i>
permessi	

E la prima in assoluto è Integra. Di queste parole, ben 2 sono ripetute, ciascuna 3 volte ma in modo diverso:

- la posta elettronica (l'accesso? La richiesta? Large mail?)
- il protocollo (anche chiamato e-grammata o e grammata)

Già da queste due semplici osservazioni nascono alcune considerazioni.

Perchè le persone cercano INTEGRA?

Le persone cercano **Integra**, perchè fanno prima a cercarlo rispetto a trovarlo nelle pagine, e poi conoscono il nome "Integra". Integra è nel loro vocabolario lavorativo, Integra è lo strumento per consultare il PdA.

Il perchè lo cerchino quando la sigla Integra nel primo menù c'è, dipende dal fatto che è **nascosta (dentro al menù) ed è poco visibile**.

Un test: Dove si vede meglio a colpo d'occhio la parola "Integra"

Organigrammi, funzioni e responsabilità Persone Strutture Programmi di attività (Integra) Numeri utili Referenti regionali	Organigrammi, funzioni e responsabilità Persone Strutture Integra - Programmi di attività Numeri utili Referenti regionali
---	---

Questo primo fatto sottolinea che **Internos deve usare lo stesso linguaggio delle persone che lo usano**. Se sui siti pubblici, certi modi di dire e certi termini non si usano perchè ci si rivolge al cittadino, su Internos si possono usare, perchè ci si rivolge a "tecnici" in un qualche modo.

Un altro motivo per cui le persone non lo trovano è anche che *Persone e strutture*, non è necessariamente l'unico posto in cui lo si potrebbe voler cercare. Infatti Integra è anche un'applicazione, è un *servizio online* proprio come tanti altri.

Questo apre un ulteriore nuovo problema: **non è chiara la definizione di servizio online**, e Internos non aiuta a chiarirla. Esistono servizi online che non sono altro che motore di ricerca + elenco risultati. Basta pensare alle biblioteche che sono un servizio online tanto quanto la consultazione di Integra.

Un'ulteriore parentesi di usabilità andrebbe aperta per il menù *Persone e strutture* che a *Persone* vede associato un motore di ricerca – che cerca anche Strutture – e al menù *Strutture*, vede associato un'apertura di menù in ennemila voci, ed è privo del motore di ricerca delle strutture.

Consigli

Cambiare l'etichetta nel menù e valutare queste azioni:

1. Rendere il link più visibile direttamente in home
2. Valutare l'uniformità del menù *Servizi online* rispetto agli altri menù
3. Ripensare all'architettura in generale

Quando le persone cercano POSTA cosa cercano?

La ricerca di *posta* apre una certa gamma di possibilità. Cercano la posta elettronica? Cercano *large mail*? Cercano come spedire una lettera di carta? Cercano la posta interna?

Poichè la prima ricerca è *large mail*, si può desumere che una certa e abbondante parte delle ricerche affini a *posta*, siano in realtà per la *large mail*.

Large mail è un'altra voce nei *Servizi online*, ma avendo un'etichetta così chiara e breve, fa pensare che siano diversi i motivi che spingano gli utenti a cercare.

Innanzitutto è probabile che se anziché esserci scritto *Largemail* nel menù ci fosse *Large mail*, le persone lo vedrebbero meglio. Poi è noto che se le voci fossero meno, *Large mail*, sarebbe più visibile. E poi come prima, potrebbe esserci un problema ad identificare un servizio online.

Nell'immaginario *Large mail*, in fondo è una finestra con un nuovo messaggio, un pezzo di Outlook insomma.

E ancora una volta è certo che nella home page *large mail* non c'è, e quindi le persone lo cercano.

Consigli

- Cambiare l'etichetta in *Large mail*
- ridurre a 9 massimo, il numero di voci del menù servizi online
- rendere il link più visibile in home
- riconsiderare la definizione di servizio online e applicazione e la validità di questa voce come voce di menù principale

Le persone cercano **PROTOCOLLO**

E hanno ragione, perchè il protocollo è nascosto nel menù *Servizi online*, alla voce *Accesso alle applicazioni*. Al di là degli ostacolo dell'essere in un menù, la cui etichetta generale confonde come si è visto, questo link è in una voce sbagliata.

Accesso alle applicazioni dà l'idea di un luogo in cui **richiedere l'accesso** alle applicazioni, perchè l'oggetto link stesso quando lo clicchi, ti fa accedere. L'etichetta più corretta dovrebbe essere *Applicazioni*, o *Applicazioni specifiche*, o *Applicazioni riservate*.

In ogni caso le domande sorgono spontanee: perchè questo link è nascosto in una pagina, mentre *Accesso ai locali* è subito visibile? Perchè *Protocollo*, *posta* e *Integra* che sono i più cercati, non compaiono tutti nel menù o nei *link suggeriti*? Perchè nei *link suggeriti* compaiono link assolutamente poco navigati come *Sistema24 PA*?

Consigli

- Portare in evidenza il *Protocollo* sia in home che nei *Servizi online*

MODULISTICA, il primo grosso problema

Le persone cercano *modulistica*: usano il motore per cercare per tipo di contenuto e non solo per bisogno o funzione. Se stanno cercando un modulo per richiesta assenze ad esempio, o cercano *richiesta assenze* o cercano *modulistica*, o entrambi.

Queste le chiavi di ricerca che seguono *moduli*:

MODULI, moduli, moduli assenza, moduli assenze, moduli beneficiari, moduli flessibilità, moduli malattia, modulistica, MODULISTICA, modulistica assemblea, modulistica assenza, ,modulistica assenze, MODULISTICA BENEFICIARI, modulistica beneficiari, modulistica consiglieri, modulistica ferie, modulistica ferie giunta, modulistica flessibilità, modulistica giunta, modulistica legge 104, modulistica malattia, modulistica permessi, moduli telelavoro, modulo, Modulo ANF/2012, modulo ASS01, modulo assenze, modulo autocertificazione, modulo beneficiari, modulo c01, modulo cambio residenza, modulo

cancelleria, modulo delega buoni pasto, MODULO FERIE, modulo ferie, modulo flessibilità, modulo flessibilità oraria, modulo fuori sede, modulo malattia, modulo missioni, modulo orario differenziato, modulo permesso, modulo rettifica, modulo rimborso assicurazione.

Il tutto per circa 660 ricerche, e ricordiamo che la parola più cercata, INTEGRA, è stata cercata 650 volte. Quindi le persone cercano un'area moduli, ma non la trovano perchè c'è ed è nascosta nei *Servizi online*, anche se non ne avrebbe le caratteristiche, e in più ci sono moduli sparsi ovunque, specialmente nelle *Strutture*. Cosa ancora più grave, l'Assemblea duplica molti moduli già presenti per la giunta, e li propone in una sua pagina (molto più efficace di quella della Giunta).

Le pagine delle strutture quindi, come vedremo che avverrà per le notizie, sporcano i risultati.

Consigli

- Eliminare pagine di struttura che duplicano contenuti più generali
- Verificare che esista la modulistica cercata ed eventualmente utilizzare gli stessi termini degli utenti per ri-etichettarla
- Aggregare la modulistica in un unico luogo, eventualmente suddividendole in cartelle tematiche, e collegare queste cartelle dai tematismi (es. Saluter/ Sociale)
- Mostrare la modulistica in home page

Le persone cercano INTERROGAZIONI

Vale lo stesso discorso fatto per la parola *e-grammata*. Questa è una conferma che non teme smentita: le difficoltà a capire cosa sia un servizio online, i problemi di chiarezza di "*Accesso alle applicazioni*" la home affollata di cose meno utili, sono le cause di ricerche del genere:

La risposta è "cerco xxxxx perchè sono sicuro di trovarla"

Le persone e la fatica

Le persone tendenzialmente risparmiano energie, e cercano dei percorsi brevi, che costino poca energia. Un esempio classico sono i *Sentieri dei desideri* ovvero quei percorsi di erba consumata accanto a strade di sassi o

di cemento. Se una persona può andare da A a C senza passare da B, ci andrà.



Fa pensare il fatto che cliccare nel motore, staccare la mano dal mouse per digitare una parola, lunga, per poi scorrere una lista di risultati, sia per tanti utenti, il modo più economico e veloce di navigare il sito e i suoi menù. Lo sforzo di non sapere dove cliccare, di doversi orientare tra troppi link e contenuti è maggiore di quello di una ricerca. Il tempo stesso, che è un fatto decisivo per alcune scelte, viene sacrificato in virtù di maggiori certezze.

Consigli

Gli stessi suggeriti per il protocollo

- Portare in evidenza *Interrogazioni* sia in home che nei servizi online

Le persone cercano in Lavorare in Regione

Nei primi 50 termini ricercati, oltre al 60% è relativo a contenuti della sezione *Lavorare in Regione*, il 20% è nei *Servizi online*. Questo significa che le persone non trovano nei menù quel che cercano, e che col motore lo trovano meglio. Le persone vanno su Internos tendenzialmente per cercare informazioni sul proprio lavoro o per i link alle applicazioni che usano per il proprio lavoro.

Abbiamo provato ad analizzare anche le visite, ma ci siamo resi conto che una parte di dati si perdono: gli utenti una volta trovato un link ad un'applicazione, vengono persi e non più tracciati. Se comunque prendiamo per buono il dato delle visite, notiamo che solo **1 utente su 5, approfondiscono le notizie**, ovvero che il 50% e oltre dello spazio della home page è occupato da contenuti usati dal 20% degli utenti. *Persone e*

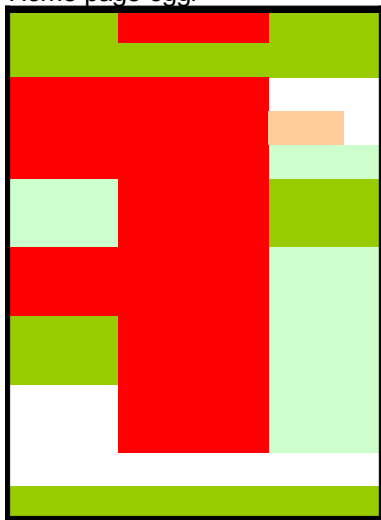
strutture e *Lavorare in Regione* sono rispettivamente al 35% e 30% delle visite.

Abbiamo provato a rappresentare l'attuale home page, come dovrebbe essere rispetto all'uso (escluse le applicazioni) e come dovrebbe essere rispetto alle ricerche. Abbiamo semplicemente messo il peso delle varie aree. E' evidente che le persone non cercano le news, perchè le vedono, quindi non si potrà reimpaginare la home page eliminando le notizie, ma è altrettanto evidente che **se un link è molto cercato, vada messo in risalto in un qualche modo.**

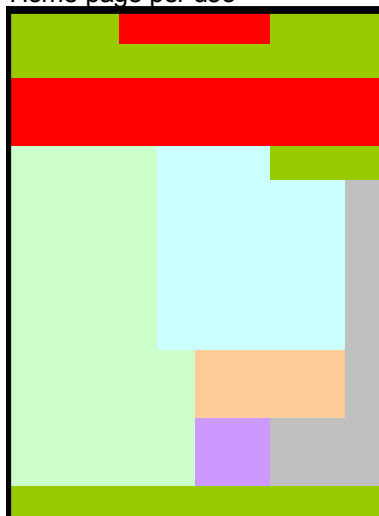
Quindi se un'area come *Lavorare in Regione*, è molto navigata e i suoi contenuti anche molto cercati, il menù da solo, fatto di tante voci che si aprono e chiudono, non basta come sistema di navigazione.

Forse l'intera area potrebbe essere messa più in evidenza.

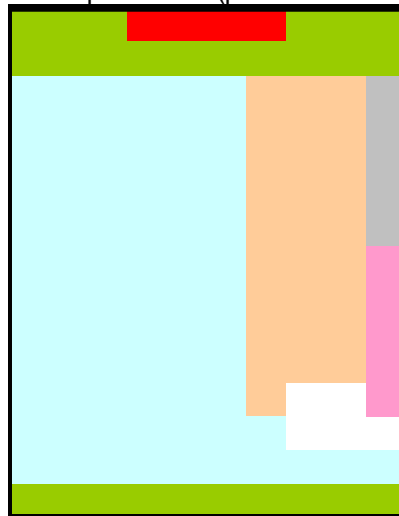
Home page oggi



Home page per uso



Home per ricerca (primi 50 risultati)



P Persone e strutture
Se Servizi online
L Lavorare in regione
A Atti e leggi
Sf Sapere e fare
N News ed eventi

P Persone e strutture
Se Servizi online
L Lavorare in regione
A Atti e leggi
Sf Sapere e fare
N News ed eventi

P Persone e strutture
Se Servizi online
L Lavorare in regione
A Atti e leggi
Sf Sapere e fare
N News ed eventi

Funzioni del sito

Funzioni del sito

Funzioni del sito

Tutti questi ragionamenti portano a delle conclusioni, ovvero alla sintesi dei consigli che abbiamo dato fin'ora.

In sintesi come dovrebbe cambiare Internos

Occorrerà fare un doppio lavoro, uno più impegnativo, nella riorganizzazione dei contenuti e riaggregazione delle voci, un altro sulla home page, più semplice ed immediato.

Ricordiamoci che il problema maggiore di Internos è che l'utente non trova, ma questo avviene per tanti motivi e ha quindi tanti punti in cui approntare dei correttivi.

Se le persone non trovano, migliora il motore

Gli utenti dicono che il motore non funziona, però lo usano per cercare con efficacia quello che non trovano (in home o nei menù). Il motore funziona, almeno per i primi 50 termini. Funziona male solo quando i risultati migliori sono soffocati da news vecchie o contenuti delle strutture (spesso ridondanti).

Abbiamo provato a cercare i primi 40 risultati, e abbiamo comparato come cambierebbero i risultati se non fosse mostrata per prima la linguetta *TUTTI* ma *Pagine* (aggiungendovi anche le Portlet page)

Etichetta	TUTTI	PAGINE	Delta
integra	2	1	1
large mail	1	1	0
telelavoro	1	1	0
protocollo modulistica	24	5	19
e-grammata	18	1	17
interrogazioni	1	1	0
posta elettronica	7	4	3
R31	6	1	5
aree riservate			
cral	9		9
posta	45	19	26
buoni pasto	7	1	6
largemail	1	1	0
e grammata	17	1	16
antivirus			0
navetta	19	1	18
permessi	13	1	12
malattia	3	1	2
orari navetta	6	1	5
part time	6	1	5
produttività	1	1	0
protocollo informatico	7	2	5
circolari	1		1
assicurazione	10	1	9
badge	1	1	0
orario di lavoro	4	1	3
c01	19	1	18
assegni familiari	8	1	7
cicrer			0
assicurazione sanitaria	3	1	2
mobilità	3	1	2
centro stampa	1	1	0
concorsi	1	3	-2
assicurazioni generali	11	1	10
privacy	4	1	3
prenotazione sale	1	1	0
rassegna stampa	1	1	0

Si avrebbe un miglioramento medio di 5 posizioni, il che non è però significativo. Fondamentale intanto è capire se peggiorerebbero, e non peggiorano: se una pagine è prima per un termine, resta prima.

Per i primi 40 risultati, tranne in un paio di casi, il contenuto giusto, se si sposta all'inizio la linguetta *Pagine*, arriva per primo.

Tutto porterebbe quindi a dire di cambiare la visualizzazione dei risultati, mettendo per primo il tab *Pagine*, inserendovi anche i risultati delle portlet page. La redazione in questa situazione, dovrebbe solo fare una pagina per ogni termine utile (es. un servizio online) dove manca, ma i casi in cui manca sono davvero pochi. Spesso questa pagina potrebbe già esistere in Sapere e Fare.

L'unico motivo per cui si possa volere per prima la linguetta *Tutti* è che *Pagine* mostri pochi risultati e l'utente potrebbe non capire le altre linguette (*file* ad esempio non è chiaro a priori cosa significhi).

Un'altra aggregazione di tipologie di contenuti è stata tentata nel Groupware, dove i tab di ricerca sono *contenuti* (pagine, file) *novità* (news, eventi,..) *contributi* (commenti, blog, quesiti, ecc.).

In ogni caso quando i risultati sono pochi, l'utente è spinto ad esplorare meglio l'interfaccia, quando sono tanti, la "pappa è pronta" e si scorre la lista...

Nel frattempo

Al di là di operare questo cambiamento sulla visualizzazione del motore, **una cosa va fatta immediatamente**. I contenuti *News* in cartelle private vanno resi privati, perchè tuttora compaiono sporcando i risultati.

Da oggi in avanti, chi crea *News* **deve definire sempre e dare una scadenza alla validità**, perchè far trovare news vecchie è un vero e proprio disservizio nei confronti dell'utente.

Se le persone non trovano, sistema la Home page

Abbiamo visto i diversi pesi dei contenuti cercati e navigati, e abbiamo comunque sentito che le persone apprezzano e vedono le notizie. Non sempre le approfondiscono, ma le vedono.

Internos oltre ad essere un mezzo di comunicazione ai dipendenti, è anche uno strumento di lavoro, che serve sia a Sapere, che a Fare. Sapere (informazioni) e Fare (servizi online ecc.), sono però troppo sacrificati, sono relegati a menù che l'utente fatica a capire a priori cosa contengano, e che sono anche eccessivamente lunghi.

Se gli utenti cercano sempre le stesse cose, come abbiamo detto compiendo un certo sforzo, si dovrebbe semplificare loro la vita e portarli il meno possibile al motore.

Bisogna costruirgli dei *Sentieri dei desideri*

Le persone quando guardano *Internos* si trovano un menù troppo ricco, una home troppo piena, ed entrambe le cose lo spingono a non usare la vista e

cercare tra le opzioni.

Ridurre il numero di scelte, ridurre il rumore, è il primo passo da compiere per fargli trovare la strada a ciò che cerca.

Il secondo passo, e metterglielo davanti in un modo che può identificare una prima volta e riconoscere poi in seguito. Un link di testo in mezzo ad altri non è il modo migliore, il migliore è quello che si usa da anni e sempre di più negli ultimi anni: testo e icone.

Basta trovare uno spazio in cui mettere i collegamenti alle cose che le persone usano e cercano più spesso.

I link devono essere pochi, non dovranno mai essere più di 9. Le etichette devono contenere possibilmente tutti i termini con cui un link è cercato o è noto.

Le righe di icone non necessariamente devono essere coerenti tra loro, perchè l'occhio parte dal centro, poi va in alto a sinistra e poi scorre, oppure parte da in alto a sinistra, quindi la disposizione deve più o meno seguire la frequenza delle ricerche o l'utilità.

Un menù del genere va inserito in una pagina molto più sgombra, questo è un miglioramento necessario, altrimenti ciò che è fitto, si infittirebbe ancor di più, rendendo questa scelta inutile.



Segue una proposta che riassume tutte le indicazioni evidenziate, tranne l'ultimo passo necessario al miglioramento della reperibilità dei contenuti: la riorganizzazione delle voci di menù in voci principali chiare e univoche.



benvenuta/o
Jacopo Deyla

La tua bacheca

- Cerca un collaboratore
- Prenota una sala

Bookmark personali

- ✗ Applicazioni informatiche e siti web
- ✗ Prenotazione sale riunioni
- + Bookmark esterno



Sicurezza bene comune

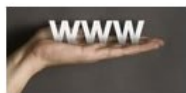
Inaugura la "Settimana sulla sicurezza": l'intervento dell'assessore Bortolazzi.



Sicurezza e salute in Rer

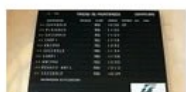
Dal 21 al 25 ottobre "Settimana della sicurezza" con convegno e seminari formativi. E si prenota una visita cardiovascolare.

Sportello self-service	Large mail posta elettronica	Passaparola
Integra Programma attività	Cerca persone e strutture	E-grammata Protocollo
Informazioni personali	Moduli e richieste	



Su Internos la sezione Anticorruzione

Online la documentazione sugli obblighi di legge per chi lavora nella PA.



Abbonamenti Trenitalia. Giovedì pomeriggio applicativo indisponibile

Per via di un aggiornamento tecnico. Tornerà a funzionare venerdì, a un nuovo indirizzo.

Tutte le notizie

Servizi e informazioni

Ferie, permessi e buoni pasto

Include recuperi, malattia, maternità e aspettativa

Agevolazioni e abbonamenti

Include navetta, assicurazione, treno, bus e prestiti

Aree riservate e strutture

Include CRAL, bacheca sindacale, biblioteca, centro stampa e Filonido

Supporto informatico

Include telefonia, PEC, posta, firma digitale

Orario e telelavoro

Include badge, part-time, trasferte e missioni

Formazione, produttività e mobilità

Include progressioni, concorsi, posizioni organizzative, specifiche responsabilità

Banche dati e applicazioni

Include atti, circolari, prenotazione sale, telefonia

Dalle strutture

- DG Reti, in distribuzione il libro-agenda "Brenda"
- Si avvicina la chiusura del cartellino
- Spazza via le complicazioni
- Smog, pubblicato l'ultimo rapporto dell'Agenzia europea per l'ambiente

Altro...

I più recenti

- Versione interattiva - Brenda "Città civili dell'Emilia-Romagna" - 2013
- Brenda "Città civili dell'Emilia-Romagna" - 2013
- Le pensioni
- programmazione per la prossima newsletter

Altro...

Spedisci Stampa Bookmark