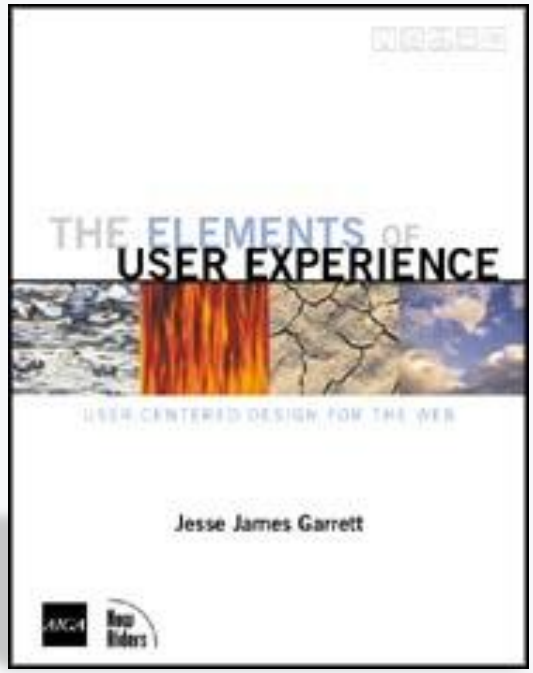
WEB DESIGN

User Experience (UX) - 4

Prof. ssa Romina Eramo
Dipartimento di Scienze della Comunicazione
Università degli Studi di Teramo
reramo@unite.it

Riferimenti

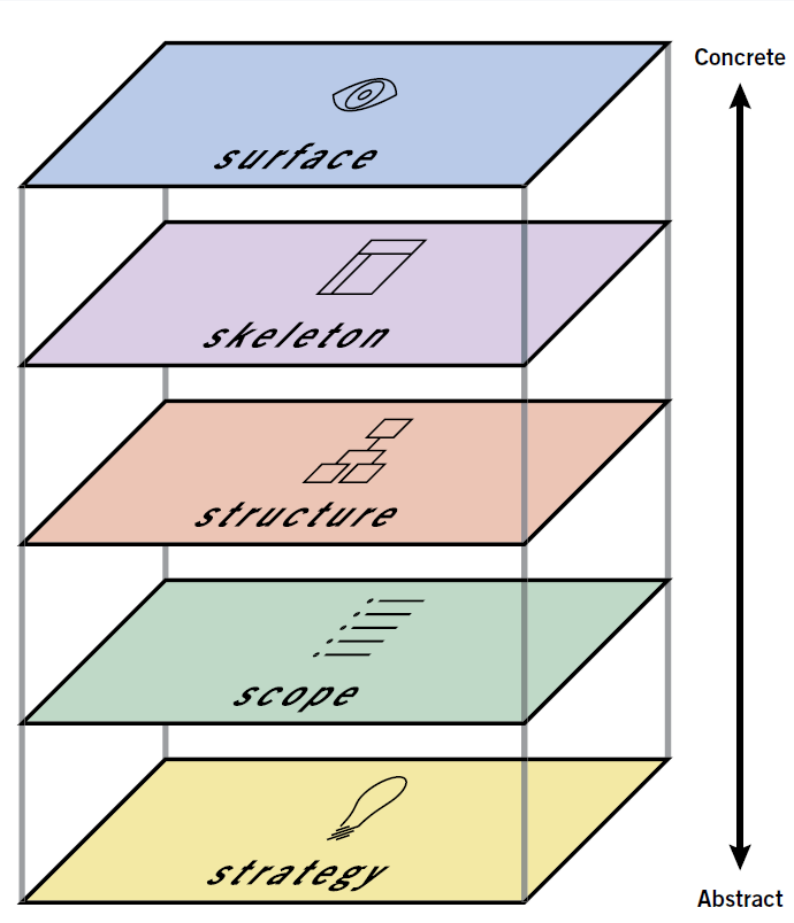


http://jjg.net/ia/visvocab

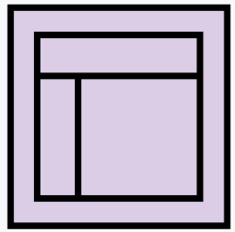
User Experience 5 piani (livelli)

design

concept

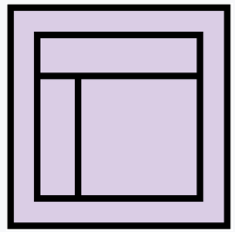


Skeleton



- Dopo **Struttura** → arriva lo **Skeleton**
  - Struttura = *come* il prodotto funziona
  - Skeleton = *che forma* prende questa funzionalità
- Focus sul **dettaglio**:
  - singoli componenti
  - relazioni tra componenti nella pagina

Skeleton



- Progettare il modo in cui le informazioni vengono presentate per facilitarne la comprensione

1. **Interface Design** → come fare le cose
   (bottoni, form, controlli)
2. **Navigation Design** → come l'utente si sposta tra le viste
   (menu, link, sistemi di navigazione)
3. **Information Design** → come organizzare e raggruppare informazioni + orientamento
   (testi, gruppi, etichette)

- I tre elementi sono **molto intrecciati**:
  - Un buon sistema di navigazione non può compensare un cattivo information design
  - Serve coerenza tra tutti e tre

Interface Design: principi base

- Obiettivo: far sì che l'utente:
  - veda subito ciò che è **importante**,
  - non sia distratto da ciò che è **irrilevante**.
- Non tutti i casi hanno lo stesso peso:
  - progettare per la **maggioranza degli utenti** e dei task più frequenti
  - gli edge cases vanno gestiti, ma **non devono dominare l'interfaccia**
- Strumenti:
  - priorità visiva (layout, ordine, enfasi)
  - **default intelligenti** (scelte pre-selezionate)
  - memorizzazione delle preferenze (quando possibile)

Interface Design: elementi standard

- Elementi comuni (desktop / web / mobile):
  - **Checkbox** → selezioni indipendenti
  - **Radio button** → scelta esclusiva tra opzioni
  - **Text field** → inserire testo
  - **Dropdown** → molte opzioni, minor spazio (ma opzioni nascoste)
  - **List box** → lista scorrevole, spesso multi-selezione
  - **Button** → eseguire un'azione (Invia, Salva, Cerca…)
- Trade-off:
  - spazio vs visibilità
  - comodità per la macchina vs comodità per l'utente

Navigation Design: tre obiettivi

Ogni sistema di navigazione deve:

- Permettere di **andare da A a B**
  - collegare in modo pratico le parti del sito/app
- Comunicare le **relazioni tra le voci**
  - cosa è più importante? cosa è correlato? cosa è diverso?
- Comunicare la relazione con la **pagina corrente**
  - “Dove sono?”
  - “Cosa c’entra questa pagina con il resto?”

Navigation Design: Tipi di Navigazione

- **Global navigation**
  - accesso alle grandi sezioni del sito
  - spesso presente (quasi) ovunque
- **Local navigation**
  - accesso a ciò che è “vicino” nella struttura (parent/sibling/child)
- **Supplementary navigation**
  - scorciatoie verso contenuti correlati, view alternative
- **Contextual navigation**
  - link nel testo o nel contenuto, utili proprio “in quel punto”
- **Courtesy navigation**
  - info di servizio: contatti, privacy, condizioni d’uso…

Information Design

- Si occupa di:
  - **come disporre e presentare** le informazioni per renderle comprensibili e utilizzabili
- Esempi:
  - scelta tra grafico a torta vs barre
  - ordine logico dei campi in un form
  - raggruppare i dati in blocchi significativi (dati personali, indirizzo, contatti…)
- È alla base di:
  - messaggi di errore chiari
  - istruzioni leggibili (testi brevi, precisi, contestuali)
  - etichette ben scritte

Wayfinding (orientamento)

- Wayfinding = aiutare le persone a:
  - capire **dove sono**
  - sapere **dove possono andare**
- Strumenti (skeleton level):
  - evidenziare sezione corrente (colore, label, breadcrumb…)
  - usare icone, colori, titoli coerenti
  - dare feedback di posizione: “Sei in /Prodotti/Abbonamenti”
- Navigation + Information Design lavorano insieme per costruire:
  - una buona “mappa mentale” del sito in testa all’utente

Wireframe: lo scheletro di pagina

- Il **wireframe** è:
  - una rappresentazione schematica della pagina
  - senza grafica finale, ma con tutti i **blocchi funzionali**
- Serve a:
  - decidere la **posizione** di:
    - navigazione
    - contenuti
    - controlli (form, bottoni, filtri…)
- integrare insieme:
  - interface design
  - navigation design
  - information design

Wireframe: uso e collaborazione

- Il wireframe:
  - è punto di riferimento per **UX**, **visual design**, **sviluppo**, **stakeholder**
- collega:
  - ciò che è stato deciso a livello di **strategia / struttura**
  - a ciò che si farà a livello di **superficie visiva**
- Dettaglio variabile:
  - da semplici schizzi a mano con post-it
  - a documenti formali dettagliati
- Chiave del successo:
  - **collaborazione** tra UX designer e visual designer
  - il wireframe non è “gabbia”, ma **strumento di confronto**

Mappa del sito → Wireframe LO -FI

- Un wireframe LO-FI è costruito sulla mappa del sito e si concentra su
  - Il LAYOUT delle viste
  - Interazione con gli elementi all'interno delle viste
- Low fidelity per prevenire la confusione dei concetti di progettazione visiva con i concetti di progettazione delle informazioni

Mappa del sito → Wireframe LO -FI

- Pagina della mappa del sito → visualizzazione wireframe + interazioni
- Transizione della mappa del sito → collegamento con icona gestuale

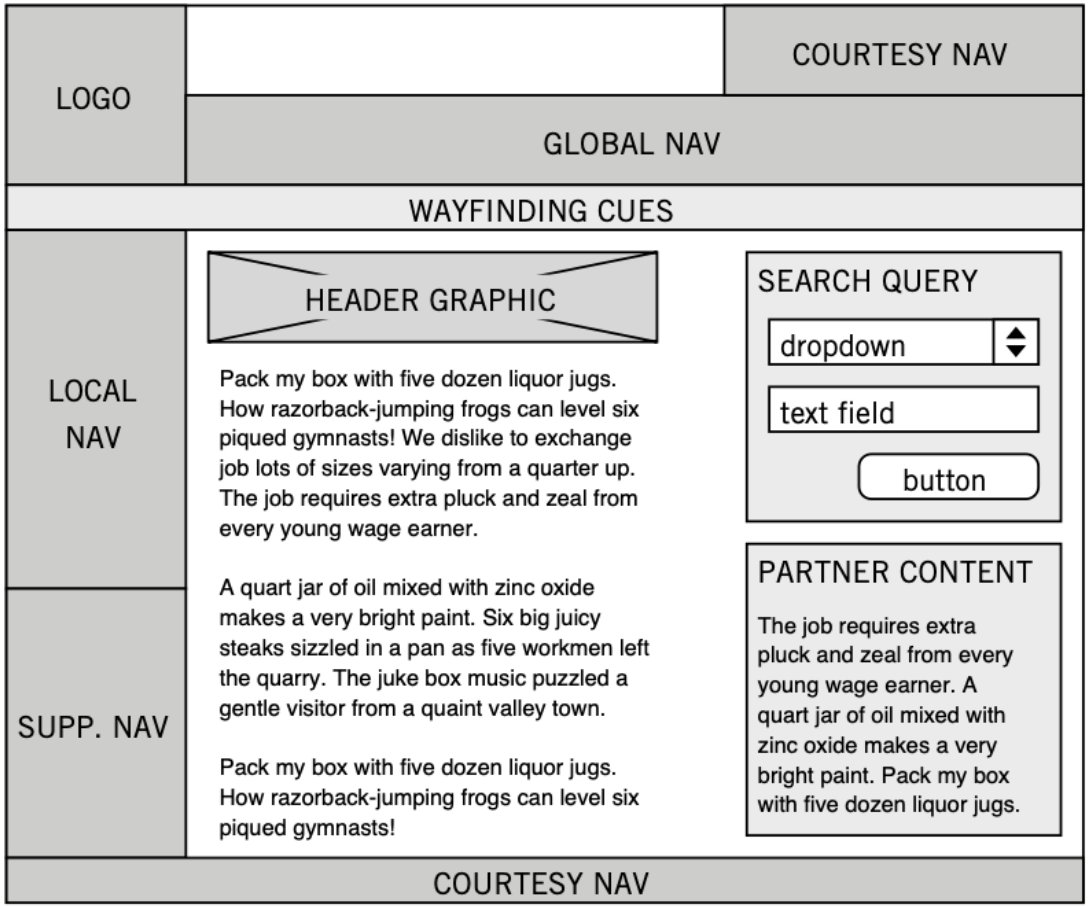


- Meglio farlo manualmente su un foglio A3
- Quindi traducilo utilizzando un kit di wireframing

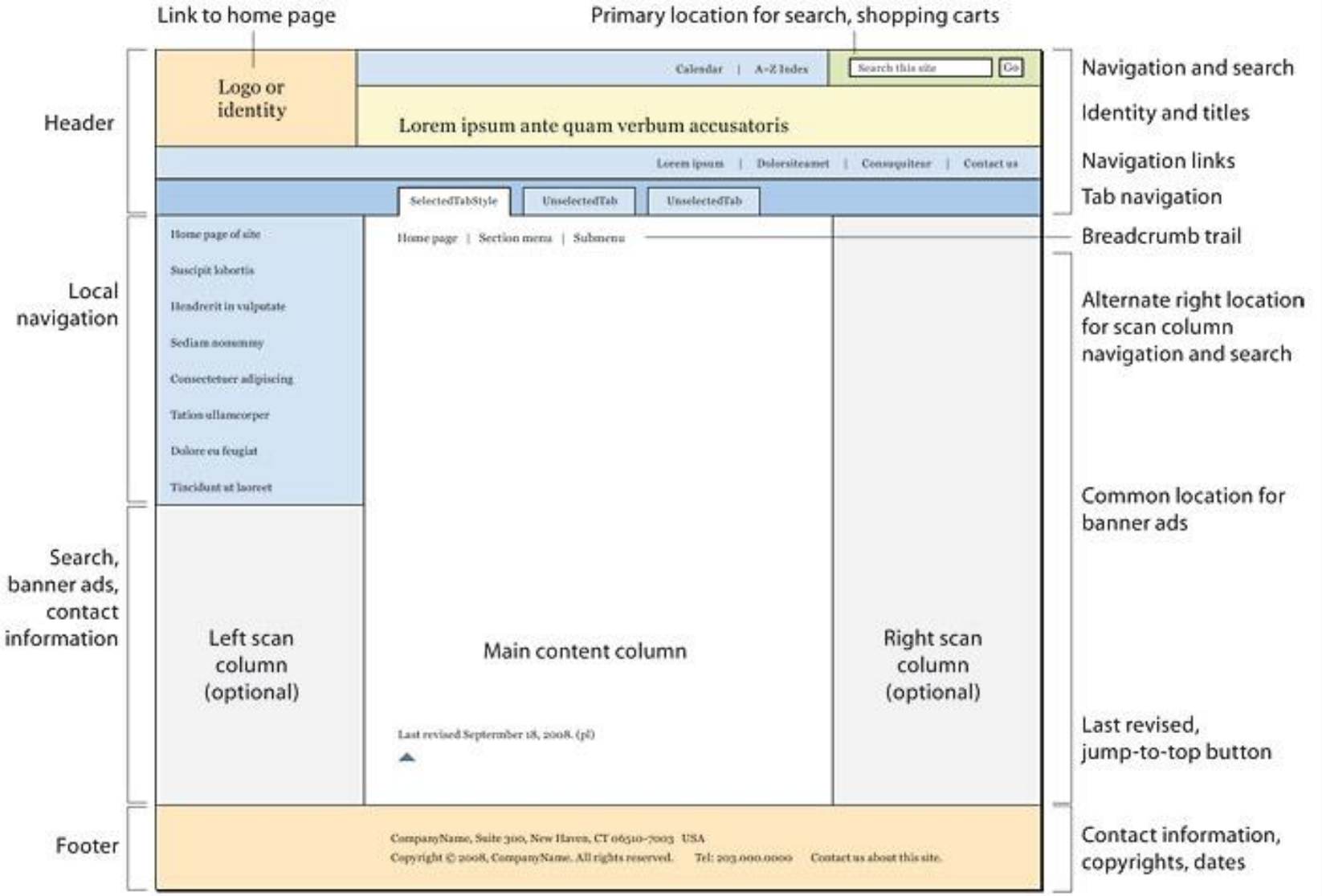
Mappa del sito → Wireframe LO -FI

- Visualizzazioni + interazione utente + navigazione
  - Navigation model esteso/perfezionato

Wireframes capture all the skeleton decisions in a single document that serves as a reference for visual design work and site implementation. Wireframes can contain varying levels of detail—this one is pretty light.

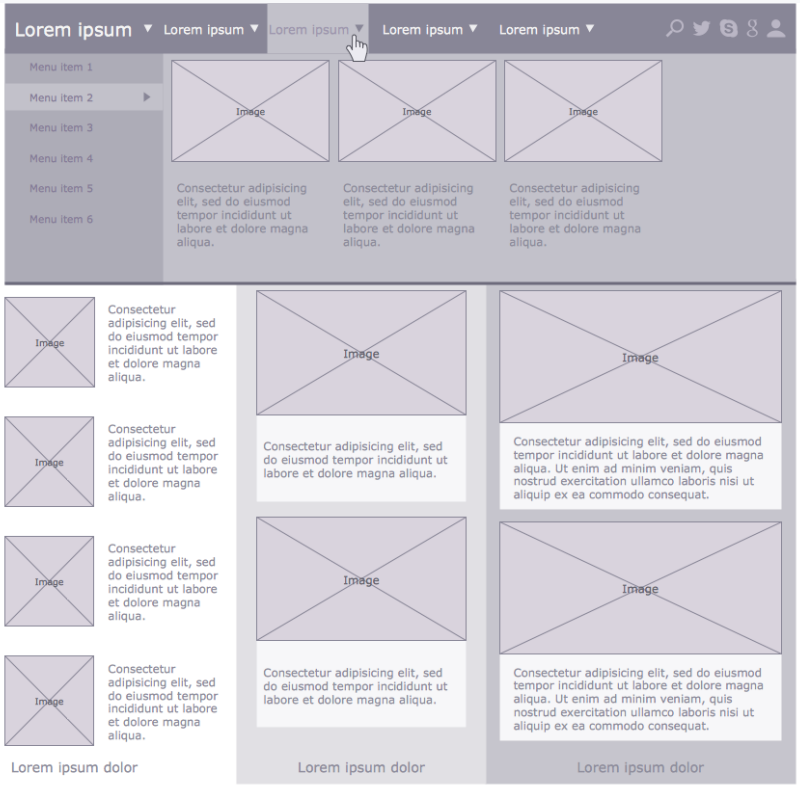


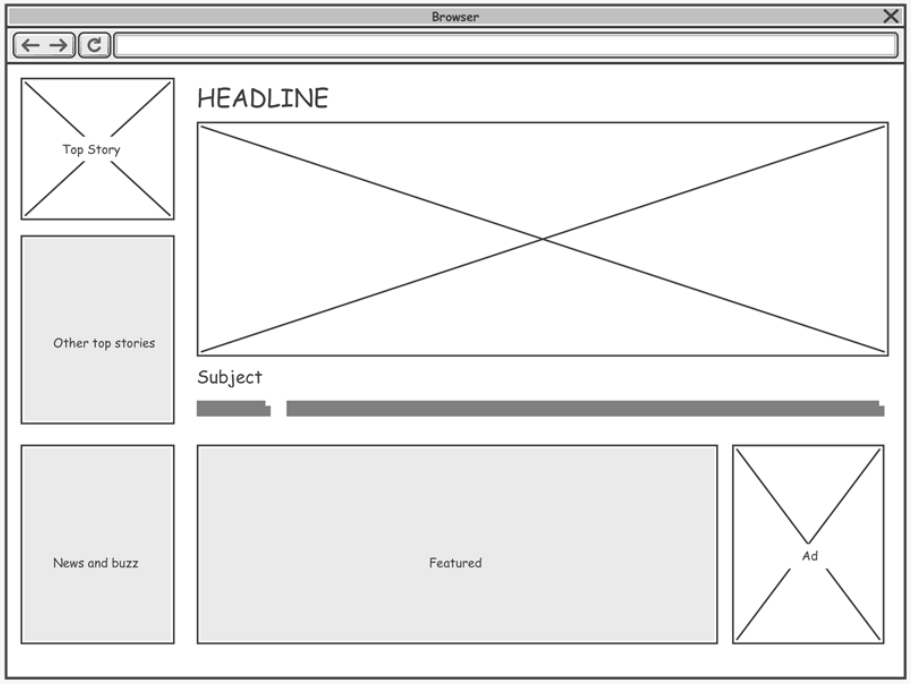
Esempi


Link to home page
Primary location for search, shopping carts
Header
Logo or identity
Calendar | A-Z Index
Search this site
Go
Lorem ipsum ante quam verbum accusatoris
Loremipsum | Dolorsiteamet | Consquiteur | Contact us
SelectedTabStyle
UnselectedTab
UnselectedTab
Local navigation
Home page of site
Suscipit lobortis
Hendrerit in vulputate
Sediam nonummy
Consectetuer adipiscing
Tation ullamcorper
Dolore eu feugiat
Tincidunt ut laoreet
Home page | Section menu | Submenu
Search, banner ads, contact information
Left scan column (optional)
Main content column
Right scan column (optional)
Last revised September 18, 2008. (pl)
Footer
CompanyName, Suite 300, New Haven, CT 06510-7003 USA
Copyright © 2008, CompanyName. All rights reserved. Tel: 203.000.0000 Contact us about this site.
Navigation and search
Identity and titles
Navigation links
Tab navigation
Breadcrumb trail
Alternate right location for scan column navigation and search
Common location for banner ads
Last revised, jump-to-top button
Contact information, copyrights, dates

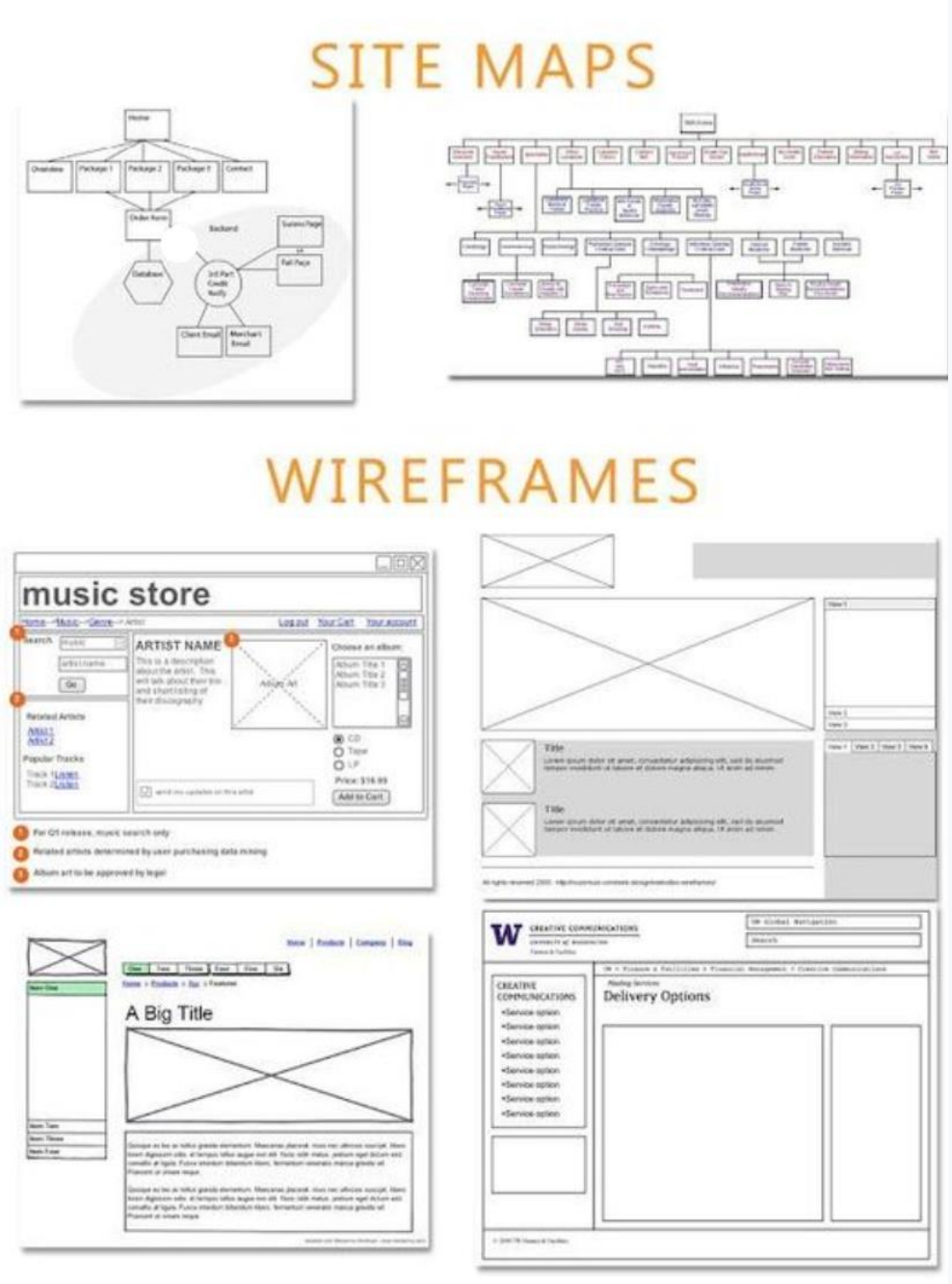
Esempi

- https://www.edrawsoft.com/website-wirefram-examples.html
- https://www.lucidchart.com/pages/wireframe

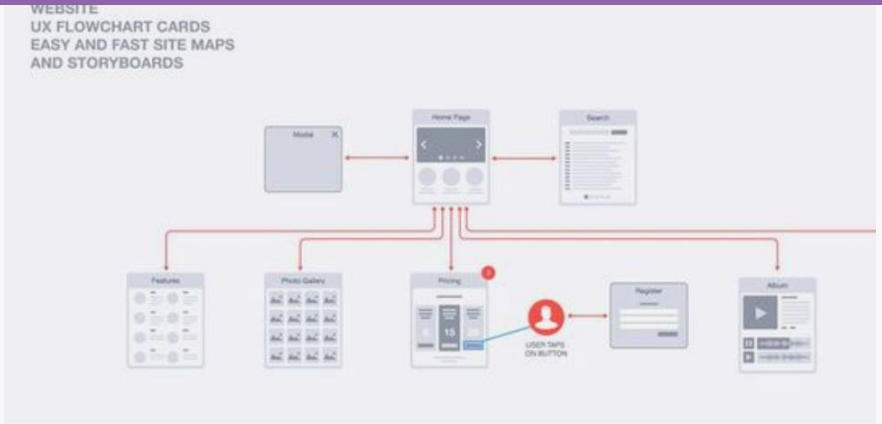


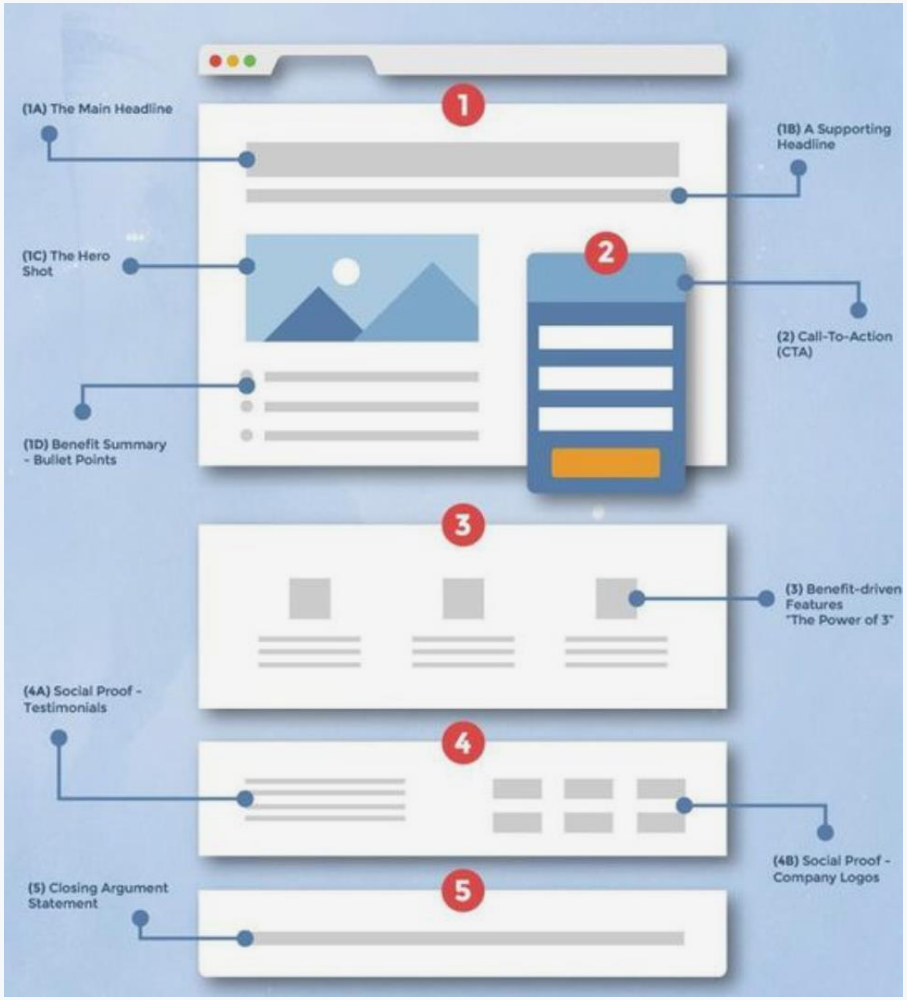


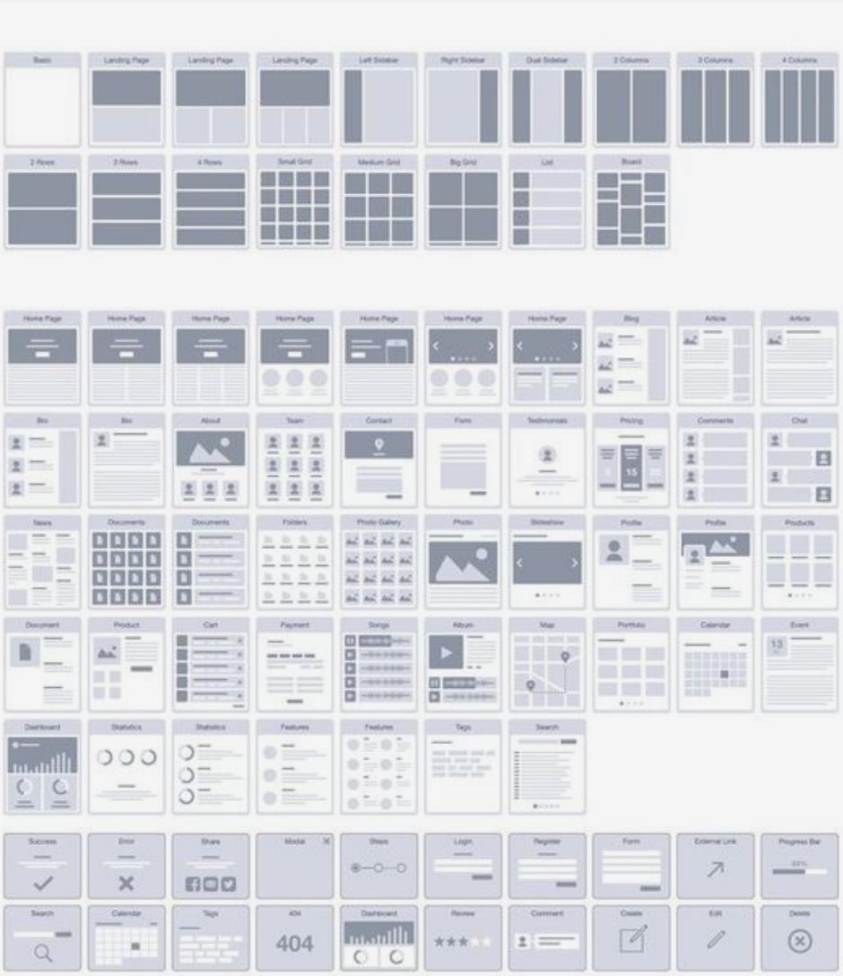
Esempi


SITE MAPS
WIREFRAMES
music store
ARTIST NAME
A Big Title
Delivery Options

Esempi


WEBSITE
UX FLOWCHART CARDS
EASY AND FAST SITE MAPS
AND STORYBOARDS

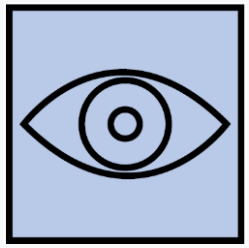

(1A) The Main Headline
(1B) A Supporting Headline
(1C) The Hero Shot
(2) Call-To-Action (CTA)
(1D) Benefit Summary - Bullet Points
(3) Benefit-driven Features "The Power of 3"
(4A) Social Proof - Testimonials
(4B) Social Proof - Company Logos
(5) Closing Argument Statement


404

Strumenti per wireframe LO-FI

- https://www.figma.com/
- https://www.draw.io
- https://www.justinmind.com/
- https://balsamiq.com/
- https://dzone.com/articles/27-open-source-web-ui-mockup-tools

Surface



- Il **look and feel** del prodotto
- Tipografia, palette colori , allineamento, texture, ecc.
- Design comps e style guides
- Prototipi

Il ruolo del Visual Design

- Visual design ≠ solo “bello / brutto”
- Domanda chiave:
  - *Quanto bene il design visivo supporta gli obiettivi strategici e strutturali?*
- Alcuni esempi:
  - rende chiara o confusa la struttura di navigazione?
  - evidenzia o nasconde le azioni principali?
  - comunica correttamente la **brand identity** (es. serio vs giocoso, tecnico vs creativo)?

Follow the Eye: dove guarda l’utente?

- Domanda per valutare un layout:
  - *Dove cade l’occhio per primo? E poi?*
- Se il design funziona:
  - lo sguardo segue un **flusso fluido**, non “rimbalza” caoticamente
  - l’attenzione va su elementi **importanti** (call to action, messaggi chiave)
- Tecnica veloce:
  - schermata vista da lontano / a occhi socchiusi → cosa emerge per primo?

Due qualità di un buon flusso visivo

- **Scorrevolezza**
  - niente sovraccarico di elementi in competizione
  - niente layout “affollato” e stressante
- **Guida implicita**
  - l’utente riceve una sorta di “tour guidato” delle possibilità
  - nessuna distrazione dalle azioni rilevanti per il suo compito

Contrasto: far emergere ciò che conta

- Il **contrasto** è lo strumento principale per:
  - attirare l'attenzione
  - distinguere elementi diversi
  - mettere in evidenza errori, avvisi, call to action
- Senza contrasto:
  - la pagina appare come una massa grigia
  - l'occhio non sa dove fermarsi
- Esempi:
  - messaggio di errore in rosso o con box evidente
  - bottone principale più evidente degli altri

Uniformità: dare ordine e chiarezza

- **Uniformità** aiuta:
  - a comunicare coerenza
  - a ridurre il carico cognitivo
  - a riusare i componenti in contesti diversi
- Ambiti di uniformità:
  - dimensioni (bottoni, card, icone)
  - margini e spaziatura
  - stile e uso dei colori
- Uniformità ≠ rigidità:
  - usare **griglie di layout** come guida, non come gabbia

Griglie e layout

- **Grid-based layout**:
  - definisce colonne, righe, allineamenti
  - permette molte varianti con un ordine visivo comune
- Vantaggi:
  - facilita il riuso dei pattern
  - rende coerenti pagine diverse
- Attenzione:
  - se il prodotto evolve, la griglia può diventare limitante
  - va periodicamente **rivista e aggiornata** se non funziona più

Coerenza interna ed esterna

- **Coerenza interna**:
  - Stesse regole visive tra pagine, sezioni, componenti della *stessa* interfaccia
- **Coerenza esterna**:
  - stile del prodotto allineato al resto della comunicazione del brand
  - sito, app, brochure, social → stessa identità visiva
- Senza coerenza:
  - il prodotto sembra un collage di pezzi
  - il brand appare confuso e poco professionale

Palette di colori

- Alcuni brand sono legati a un colore (es. rosso, giallo, marrone…)
- Una buona **palette**:
  - ha **colori primari** del brand
  - include toni per sfondo, testi, accenti, stati (success, error, warning…)
- Principi:
  - usare colori brillanti per elementi in primo piano
  - usare colori neutri per sfondi e elementi secondari
  - evitare colori “quasi uguali” usati in modo ambiguo

Palette di colori

- https://www.canva.com/colors/
- https://colorhunt.co/
- https://colorlisa.com/
- https://colinkeany.com/blend/
- https://www.materialpalette.com/

Tipografia

- La scelta dei **font** fa parte dell'identità visiva:
  - alcuni brand usano font custom
- Linee guida:
  - per testi lunghi → font semplici, leggibili
  - per titoli, label, bottoni → si può osare di più, ma con moderazione
- Non servono 10 font:
  - pochi stili ben usati > molti stili confusi
  - differenze tipografiche devono **comunicare differenze di contenuto**

Tipografia

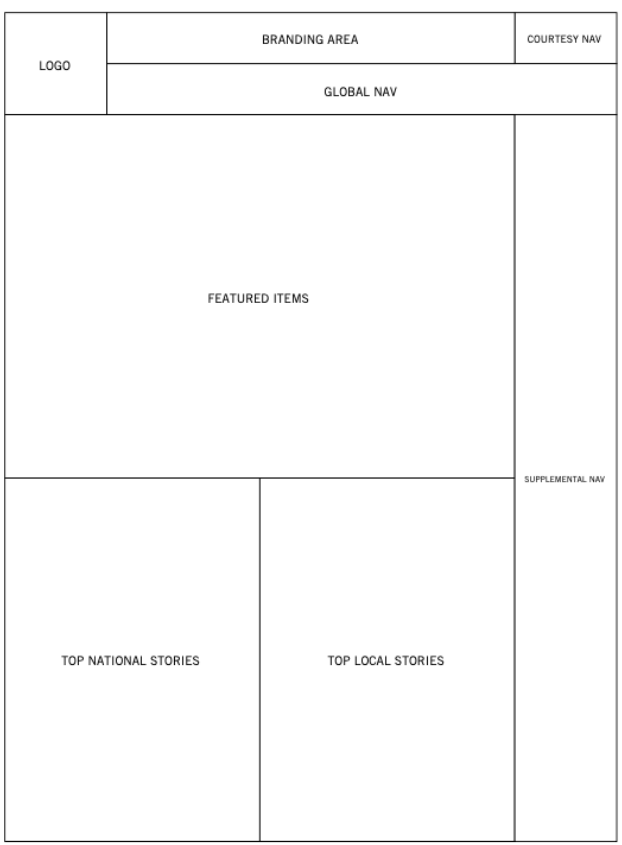
- Scaricare font
  - https://fonts.google.com/
  - https://www.dafont.com/it/
  - https://www.fontshare.com/
  - https://open-foundry.com/
  - https://www.freefaces.gallery/
  - https://velvetyne.fr/
  - https://www.tunera.xyz/
- Riconoscere font
  - https://www.myfonts.com/pages/whatthefont
  - https://www.whatfontis.com/
- Creare font
  - https://fontstruct.com/
  - https://www.calligraphr.com/en/

Design comps

- L'analogo più diretto del wireframe per il regno del design visivo è il mock-up visivo o il design comp
- *Comp* è l'abbreviazione di composito, ovvero:
  - una visualizzazione del prodotto finito costruito a partire dai componenti scelti
- La composizione mostra come tutti i pezzi lavorano insieme per formare un insieme coeso
  - o, in caso contrario, mostra dove si verifica la rottura e dimostra i vincoli di cui qualsiasi soluzione dovrà tenere conto
- Dovresti essere in grado di vedere una semplice correlazione uno a uno tra i componenti del wireframe e i componenti del comp di progettazione

Design comps

- Il design visivo non deve corrispondere esattamente al wireframe, deve solo tenere conto dell'importanza relativa e del raggruppamento degli elementi presentati nel wireframe



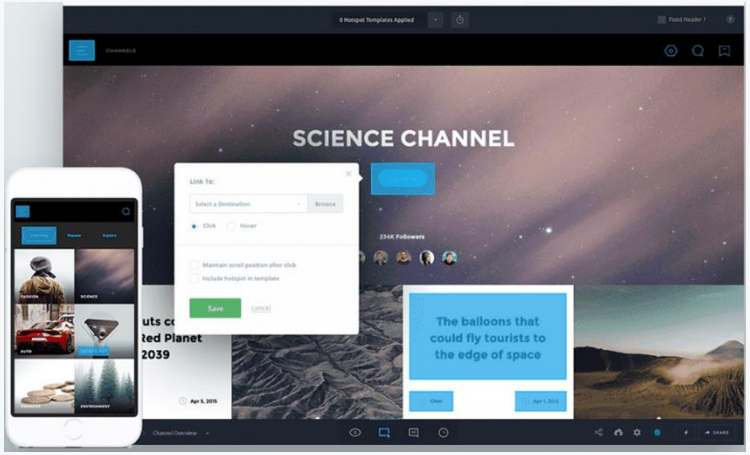


Style guide

- La documentazione definitiva delle decisioni progettuali è la guida di stile.
  - Questo compendio definisce ogni aspetto del design visivo, dalla scala più grande a quella più piccola.
  - Gli standard globali che riguardano ogni parte del prodotto, come griglie di progettazione, palette di colori, standard tipografici o linee guida per il trattamento del logo, sono solitamente i primi elementi da includere in una guida di stile.
  - La guida di stile includerà anche standard specifici per una particolare sezione o funzione di un prodotto. In alcuni casi, gli standard documentati nella guida di stile arriveranno fino al livello di singoli elementi di interfaccia e navigazione.
- L'obiettivo generale della guida di stile è fornire dettagli sufficienti per aiutare le persone a prendere decisioni intelligenti in futuro, perché la maggior parte del lavoro è già stata fatta per loro.

Prototypes

- Il prototipo è il modello originale o il primo esempio di un manufatto, confrontato con una sequenza di creazioni successive uguali o simili.
- Diverso tipi di prototipo
  - Paper prototype
  - Context prototype
  - HTML prototype





Mockup, Wireframe, Prototipazione UI

Wireframe HI-FI

- Un wireframe HI-FI è un perfezionamento di un wireframe LO-FI con un focus su
  - Come apparirà ogni vista in dettaglio
  - Sensazioni sensoriali dell'utente
- Tipografia
- Palette di colori
  - https://color.adobe.com/
- Texture + tutto ciò che riguarda

  l'aspetto e la sensazione



www.justinmind.com
www.figma.com

Siti web di design da consultare

- https://www.awwwards.com/
- https://www.behance.net/
- https://dribbble.com/
  - https://dribbble.com/tags/logoinspirations (logo)
- https://www.designspiration.com/
- https://www.pinterest.com/
- https://muz.li/
- https://collectui.com/
- https://www.youworkforthem.com/ (fonts + graphics)
- https://www.freepik.com/icons (icons)

Summary

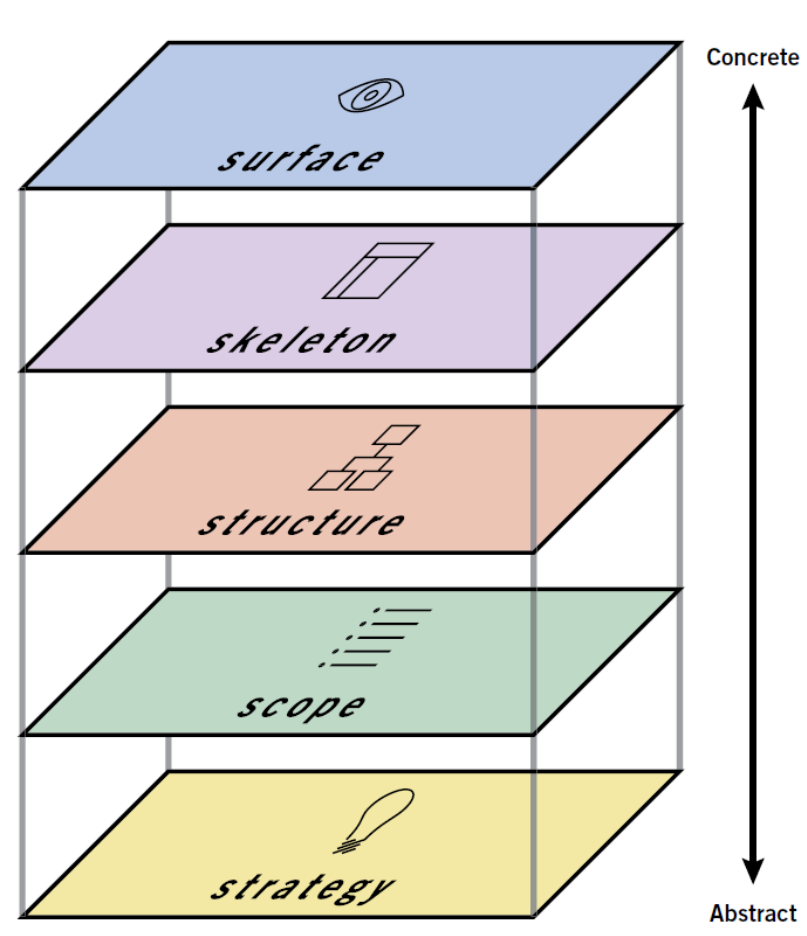
Hi-fi wireframes + prototypes (if needed)

Lo-fi wireframes + wayfinding info

Navigation model + data model

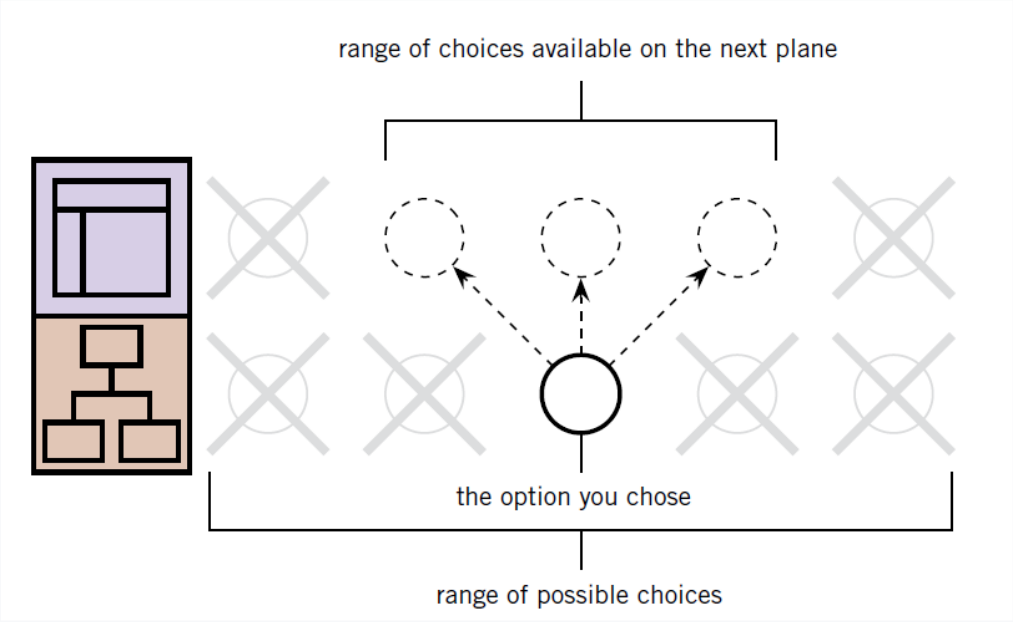
Scenarios (with ctx) + functionalities

Product overview + objectives
+ Personas + competitors



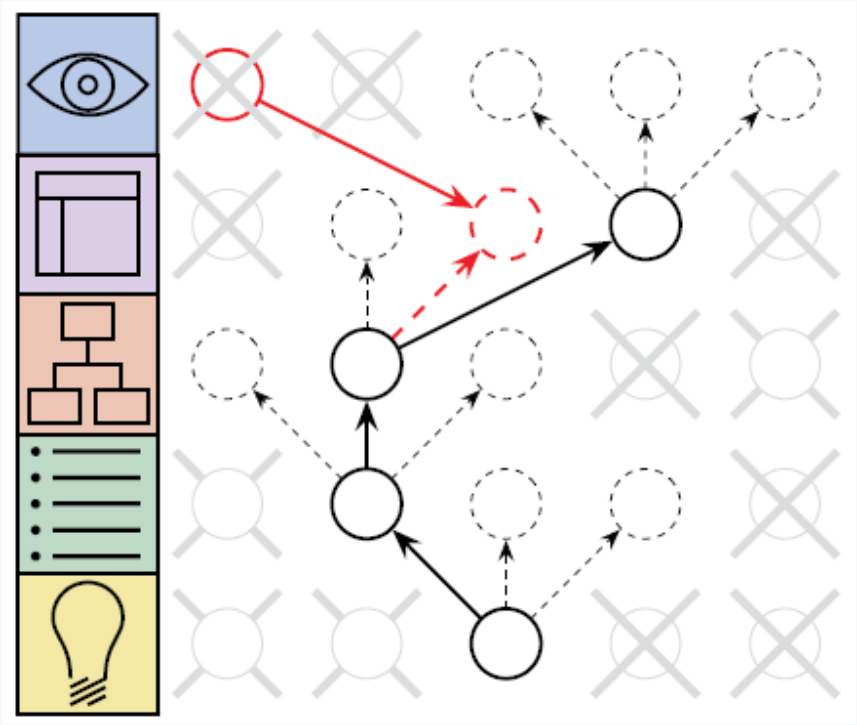
Planes dependencies (1)

- Le scelte che fai su ogni piano influenzano le scelte a tua disposizione sul piano superiore.

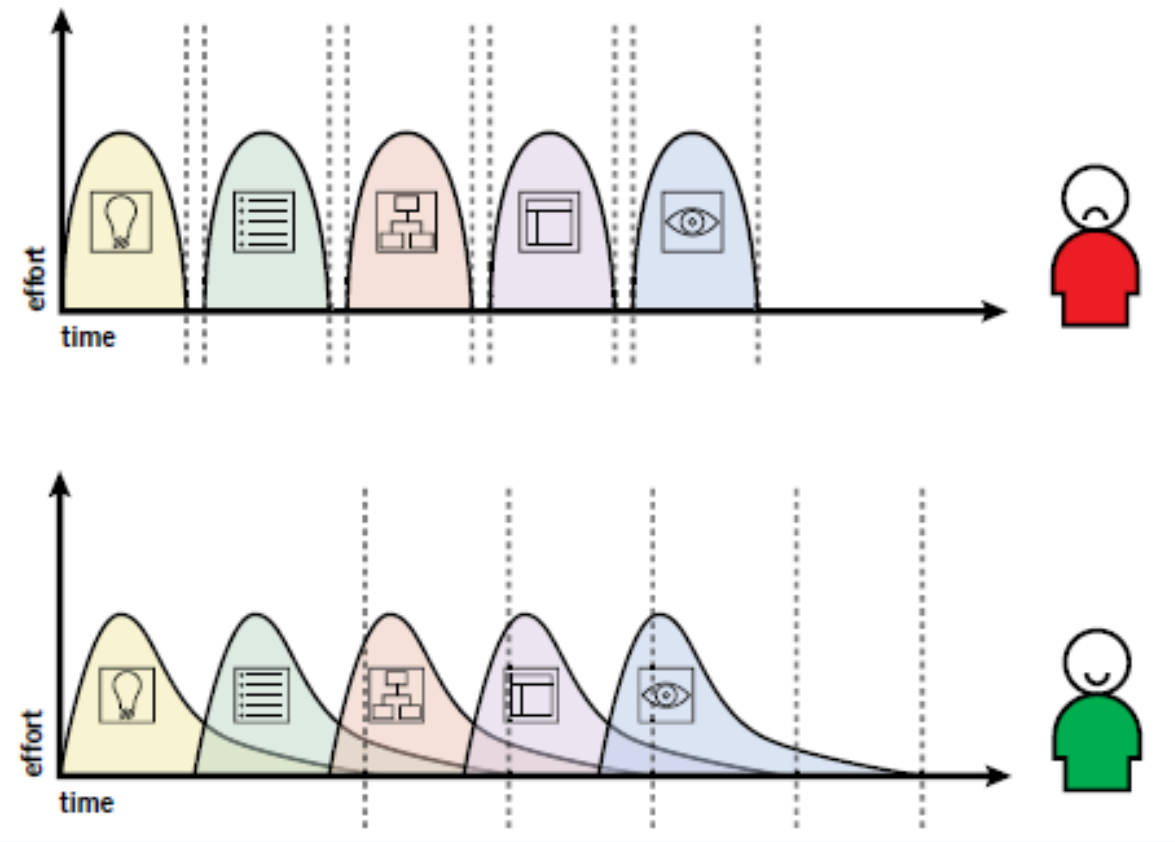


Planes dependencies (2)

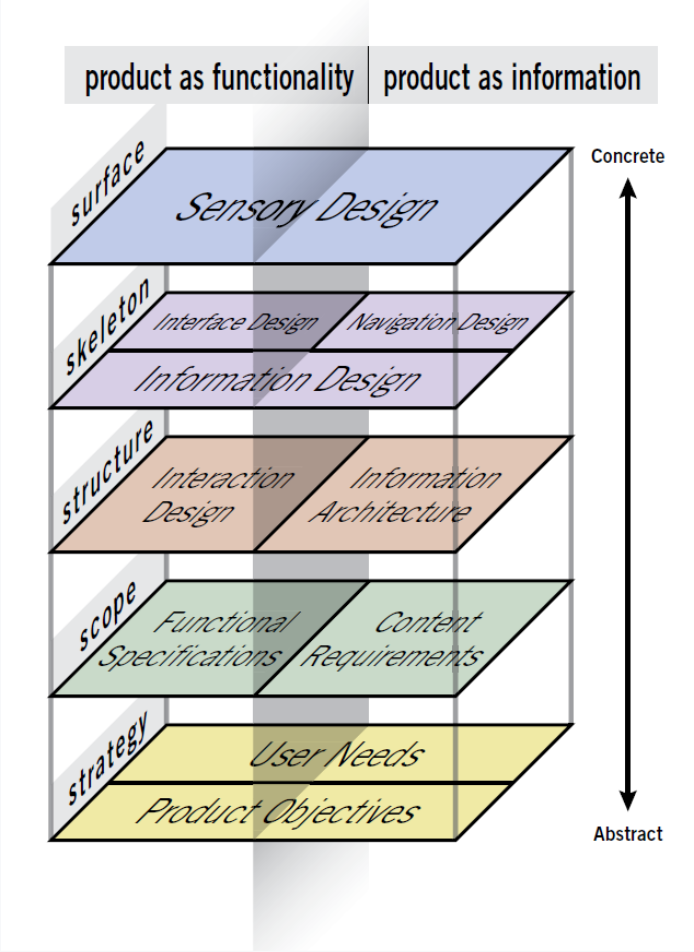
- **Effetto domino** : se scegli un'opzione fuori dai limiti, devi riconsiderare le opzioni inferiori



Sii flessibile…



Base duale


product as functionality
product as information
surface
Sensory Design
skeleton
Interface Design
Navigation Design
Information Design
structure
Interaction Design
Information Architecture
scope
Functional Specifications
Content Requirements
strategy
User Needs
Product Objectives
Concrete
Abstract

Nel tuo progetto

Hi-fi wireframes + prototypes (if needed)

Lo-fi wireframes + wayfinding info

Navigation model + data model

Scenarios (with ctx) + functionalities

Product overview + objectives
+ Personas + competitors

