

# Usabilità e DMOs

Andrea Marin

Università Ca' Foscari Venezia  
SVILUPPO INTERCULTURALE DEI SISTEMI TURISTICI  
SISTEMI INFORMATIVI PER IL TURISMO

a.a. 2013/2014

# Section 1

## Usabilità ed Accessibilità



## Usabilità ed accessibilità dei siti web

- ▶ **Accessibilità**: è la facilità con la quale un qualunque utente può usufruire del sito
  - ▶ Inclusi utenti con limitate capacità visive o motorie
- ▶ **Usabilità**: è la misura della bontà dell'esperienza degli utenti
  - ▶ Quanto è soddisfatto l'utente del servizio offerto?
  - ▶ Quanto è efficiente il sito nell'aiutare l'utente a raggiungere il suo fine?



# Accessibilità

- ▶ In Italia l'accessibilità dei siti web è regolata dalla legge Stanca (Legge n. 4, 09/01/04)
- ▶ Altre norme (non obbligatorie) non definite da comitati internazionali
  - ▶ Norme del W3C  $\Rightarrow$  validatori
  - ▶ Norme dell'ISO



## Usabilità: Regole di Nielsen /1

1. Tenere aggiornato ogni utente su cosa sta succedendo. Tempi di risposta ragionevoli
2. Le risposte del sistema devono essere comprensibili a tutti (non tecnicismi informatici)
3. Ogni azione deve essere annullabile per evitare disorientamento nella navigazione
4. Linguaggio scelto in funzione del contenuto
5. In caso di errori/rischi, l'utente deve essere preventivamente avvertito



## Usabilità: Regole di Nielsen /2

1. Ogni interfaccia deve essere auto-esplicativa
2. Ottimizzare interazione tra utente e servizio offerto (e.g. personalizzare l'interfaccia)
3. Le informazioni presentate devono essere essenziali per capire ciò di cui si parla
4. Nel caso di errori spiegare cos'è accaduto all'utente in modo comprensibile. Spiegare cosa fare
5. Fornire aiuti contestuali sulle interfacce



# Regole di Krug

1. *Don't make me think*
2. Ogni click deve essere una scelta non ambigua che non richiede impegno
3. Sbarazzati di metà delle parole di una pagina, e poi sbarazzati della metà di quello che resta



## Section 2

### DMO



# Destination Management Organizations (DMO)

## Definition (DMO)

È l'organizzazione responsabile per il management e il marketing della destinazione e generalmente rientra in una delle seguenti categorie:

- ▶ Autorità/organizzazioni nazionali per il turismo, responsabili per la gestione e la promozione del turismo a livello nazionale
- ▶ DMO di livello regionale o provinciale
- ▶ DMO locale

(World Tourism Organisation 2004)



## In pratica...

### DMO

- ▶ può nascere da un progetto di marketing territoriale o di destination management, che definisce un sistema di servizi e di risorse coinvolte nello sviluppo e nel governo dell'offerta turistica integrata, in un contesto territoriale specifico, esaltandone le caratteristiche identitarie e di differenza competitiva
- ▶ è spesso una società pubblico-privata, che si occupa di promuovere, commercializzare e gestire i flussi turistici di una destinazione coinvolgendo gli attori operanti sul territorio (aziende anche non turistiche, istituzioni, associazioni, persone)



## Alcuni siti DMO /1

- ▶ (1,A) Francia: [uk.franceguide.com](http://uk.franceguide.com)
- ▶ (2,B) Spagna: [www.spain.info](http://www.spain.info)
- ▶ (3,C) Italia: [www.italiantourism.com](http://www.italiantourism.com)
- ▶ (4,D) Uk: [www.visitbritain.com](http://www.visitbritain.com)
- ▶ (5,E) Germania: [www.germany-tourism.de](http://www.germany-tourism.de)
- ▶ (6,F) Austria: [www.austria.info](http://www.austria.info)
- ▶ (7,G) Fed. Russa: [www.visitrussia.org.uk](http://www.visitrussia.org.uk)
- ▶ (8,H) Turchia: [www.goturkey.com](http://www.goturkey.com)
- ▶ (9,I) Ucraina: [www.traveltoukraine.org](http://www.traveltoukraine.org)
- ▶ (10,L) Grecia: [www.visitgreece.rg](http://www.visitgreece.rg)
- ▶ (11,M) Polonia: [www.poland.travel/eg-gb/](http://www.poland.travel/eg-gb/)
- ▶ (12,N) Portogallo: [www.visitportugal.com](http://www.visitportugal.com)



## Alcuni siti DMO /2

- ▶ (13,O) Olanda: [www.holland.com/global](http://www.holland.com/global)
- ▶ (14,P) Ungheria: [www.hungarytourism.hu](http://www.hungarytourism.hu)
- ▶ (15,Q) Croazia: [www.croatia.hr](http://www.croatia.hr)
- ▶ (16,R) Svizzera: [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)
- ▶ (17,S) Irlanda: [www.discoverireland.com](http://www.discoverireland.com)
- ▶ (18,T) Belgio: [www.visitbelgium.com](http://www.visitbelgium.com)
- ▶ (19,U) Rep. Ceca: [www.czechtourism.com](http://www.czechtourism.com)
- ▶ (20,V) Bulgaria: [www.bulgariatravel.org](http://www.bulgariatravel.org)
- ▶ (0,Z) Norvegia: [www.visitnorway.com](http://www.visitnorway.com)



## Scopo esercitazione

- ▶ Valutare la conformità di almeno due DMO ai principi di Nielsen e di Krug
- ▶ Quali siti scegliere?
  - ▶ Primo sito: calcola il resto della divisione tra il numero di matricola e 21. Il numero ottenuto è quello del sito da scegliere.
  - ▶ Secondo sito: scegliere il sito al quale è abbinata l'iniziale del cognome
  - ▶ Se il secondo sito è uguale al primo, prendere la seconda lettera del cognome



# Riferimenti

- ▶ Libro di testo. Ch. 4, par. 4.5

