

Linee Guida di Usabilità per redattori di contenuti web

Ottobre 2012

A cura di: UXlab-CINECA

Sommario

LINEE GUIDA DI USABILITÀ	3
INTRODUZIONE	3
IL CONTESTO IN CUI SONO NATE LE LINEE GUIDA DI USABILITÀ UXLAB-CINECA PER REDATTORI	4
1. ORGANIZZAZIONE DEI CONTENUTI	5
2. LAYOUT DELLA PAGINA / PRESENTARE I CONTENUTI.....	5
3. CHIAREZZA ARCHITETTONICA E VISUALE, INTESTAZIONI, TITOLI, ETICHETTE	7
4. LINK IPERTESTUALI.....	8
5. ASPETTO DEL TESTO	9
6. LISTE	10
7. FORM	10
8. GRAFICA, IMMAGINI, MULTIMEDIA.....	12
9. LINGUAGGIO E CONTENUTO - WRITING WEB CONTENT	13

Linee guida di USABILITÀ

Introduzione

Le linee guida sono convenzioni, che in parte derivano da standard e leggi, in parte dalla pratica. Nel campo della progettazione web, le linee guida comprendono anche “best practices”, soluzioni positive consolidate derivate da osservazioni empiriche che abbiano dimostrato ampia validità in passato.

Le linee guida di usabilità riguardano diverse aree della interfaccia web, ad esempio la navigazione, il layout, l’aspetto e il posizionamento di testo e oggetti, la grafica e alcuni particolari elementi quali link, form, home page, liste, ecc.

Le linee guida hanno carattere fattuale, concreto e di solito immediatamente applicabile o verificabile. Il loro uso infatti è duplice: possono essere usate sia in fase di progettazione sia in fase di analisi e valutazione ex-post.

In fase di valutazione, la verifica secondo linee guida è utile, perché controlla l’aderenza delle soluzioni realizzate a queste convenzioni e consente di identificare precocemente aree critiche dell’interfaccia ad un costo che è il più basso possibile.

In fase di progettazione, le linee guida si usano come pratiche progettuali di usabilità preventiva di carattere generale, e sono molto utili per evitare che un progetto nasca con grandi problemi.

Adottare le linee guida non garantisce però di avere riscontri reali sull’esperienza degli utenti con il sito, pertanto è buona prassi accompagnare i processi di progettazione e verifica con test di usabilità con gli utenti.

Si sottolinea che le linee guida per l’usabilità non sono definite tramite una apposita normativa, al contrario di quanto previsto per l’accessibilità dove i requisiti sono elencati nel [Decreto Ministeriale 8 luglio 2005](#) e nel [Regolamento di attuazione della legge “Stanca” 4/2004 sull’accessibilità](#), che per l’usabilità affrontano il tema della verifica soggettiva definendone i principi generali e i metodi.

Inoltre le linee guida di accessibilità fanno riferimento ad aspetti tecnici dell’interfaccia web, mentre i principi e i criteri di usabilità si riferiscono all’esperienza d’uso dell’utente, pertanto occorre adattarli sulla base degli obiettivi dello specifico sito che viene utilizzato in un particolare contesto da specifiche tipologie di utenza.

Si sottolinea infine che le linee guida per l’usabilità non sono regole prescrittive, da applicare in ogni contesto e situazione, ma l’usabilità cambia a seconda degli obiettivi del sito e del tipo di utente, quindi è possibile che per un determinato problema esistano diverse soluzioni valide.

Il contesto in cui sono nate le linee guida di usabilità UXlab-CINECA per redattori

Nella realizzazione dei portali, UXlab-CINECA segue fin dalla fase di progettazione le indicazioni in materia di usabilità e accessibilità fornite dalla normativa italiana e dal consorzio [W3C](#).

UXlab-CINECA focalizza l'attenzione sul tema dell'usabilità e dell'accessibilità già a partire dal 2001, anche grazie alla normativa che a partire da quell'anno viene emanata per assicurare l'accessibilità dei siti web e delle applicazioni della pubblica amministrazione.

In questo documento, il gruppo di lavoro UXlab-CINECA propone una serie di **linee guida di usabilità specifiche per l'attività di redazione di contenuti web**. Il manuale si concentra quindi sugli aspetti più strettamente connessi con l'attività del redattore, quali l'organizzazione e la presentazione dei contenuti, l'aspetto del testo, l'organizzazione e l'appropriato utilizzo di link, immagini ed elementi multimediali. La versione integrale del presente manuale è scaricabile gratuitamente dal sito <http://www.cineca.it/it/content/uxlab>.

Le linee guida sviluppate da Uxlab-CINECA nascono dall'esperienza acquisita sul campo e da un'attenta selezione di linee guida estratte da fonti autorevoli in materia di usabilità. In particolare:

- Usability.gov, un ricco insieme di linee-guida sui diversi aspetti della progettazione dei siti web derivate dal Web Design and Usability Branch del National Cancer Institute Rockville, Maryland (USA). <http://www.usability.gov/pdfs/guidelines.html>
- Linee guida di Jakob Nielsen <http://www.useit.com>
- Linee guida di Don Norman <http://www.jnd.org/>
- Linee guida relative al Web Writing scaricabili gratis dal sito *Comuniconline.it - per una nuova cultura della comunicazione* <http://www.comuniconline.it/pagina.asp?ct=6>.
- *Welie.com - Patterns in Interaction Design* <http://www.welie.com/>
- “Catalogo dei pattern” a cura di Mario Di Domenicantonio (Dipartimento per l'Innovazione e le Tecnologie), estratto dal “Manuale per la qualità dei siti Web pubblici culturali” <http://www.minervaeurope.org/publications/qualitycriteria-i/indice0512/catalogopattern.html>
- Linee guida per verificare l'usabilità di un sito web, tratto dal sito del Massachusetts Institute of technology <http://ist.mit.edu/web/reference/requirements/usability>
- Web Style Guide, 3rd Edition <http://www.webstyleguide.com/>

Le linee guida sono suddivise per argomenti, ciascuna linea guida riporta un titolo ed una breve descrizione.

1. Organizzazione dei contenuti

Linea guida	Descrizione
Struttura del sito	Organizzare le informazioni in ogni livello del sito web, al fine di ottenere una struttura chiara e logica. I contenuti sono raggruppati in aree che contengono informazioni concettualmente omogenee tra loro. La descrizione del contenuto va dal generale al particolare.
Aggregare informazioni rilevanti	Raggruppare tutte le informazioni e le funzioni relazionate tra loro, al fine di ridurre il tempo impiegato per fare ricerche e scanning delle fonti. I contenuti sono organizzati in modo tale che sono chiaramente distinguibili le informazioni principali da quelle secondarie o di supporto. Le informazioni rilevanti si trovano all'inizio, immediatamente visibili.
Nome significativo	Dare un titolo significativo e pertinente alla pagina (page title). Il titolo della pagina aiuta l'utente nella navigazione perché viene indicato dal browser nell'elenco delle pagine visitate (Bottone Indietro).
Titoli significativi	Nelle pagine utilizzare titoli significativi. I titoli sono importanti perché sono il primo livello di lettura incontrato dall'utente.
Informazioni necessarie	Assicurarsi che tutte le informazioni necessarie siano presenti e disponibili all'interno della pagina, nella posizione e nel momento opportuno.
Limitare il numero di click per pagina	Ridurre al minimo il numero di click per pagina, affinché gli utenti siano in grado di trovare agevolmente ciò che stanno cercando. Progettare il sito web in modo tale che le funzioni vengano svolte con il minimo numero di click possibile.

2. Layout della pagina / presentare i contenuti

Linea guida	Descrizione
Posizione dei contenuti	Collocare i contenuti più importanti nella parte alta e centrale della pagina, affinché gli utenti siano facilitati nel reperimento delle informazioni.
Evitare l'eccesso di informazioni	Creare pagine che non siano considerate troppo ingombre dagli utenti. Spesso l'eccesso di contenuti e informazione genera confusione nell'utente e riduce la facilità a rintracciare l'informazione desiderata.

Facilitare la lettura	Quando è presentata molta informazione in formato tabulare (righe e colonne), come ad esempio nelle risposte ad una ricerca o per la presentazione di record di base di dati, è bene usare accorgimenti grafici, ad esempio alternare i colori di sfondo delle righe, usare bordi, ecc.
Facilitare le comparazioni	Nelle pagine con contenuti dove è necessario effettuare comparazioni (es. dati tabulari), il layout della pagina deve permettere di analizzare e comparare. Progettare i layout delle pagine in modo che sia agevole per l'utente compiere eventuali comparazioni, confronti ed analisi sui dati d'interesse.
Allineamento degli elementi	Scegliere un unico allineamento degli elementi all'interno delle pagine, orizzontale oppure verticale.
Evitare lo "scroll stoppers"	Assicurarsi che il posizionamento delle intestazioni e degli altri elementi della pagina non diano mai all'utente l'impressione di trovarsi in testa o in fondo alla pagina, se non si trovano effettivamente in queste posizioni.
Lunghezza della pagina	In generale, usare pagine brevi per la home page, per le pagine di navigazione e per le pagine che devono essere velocemente sfogliate o lette on line. Usare pagine lunghe solo nei seguenti casi: (1) facilitare una lettura senza interruzioni, specialmente nelle pagine con contenuti testuali, (2) confrontare la struttura della pagina web con una pagina cartacea, (3) strutturare le pagine per facilitarne stampa e download.
Spazi bianchi	Limitare l'utilizzo di spazi bianchi (aree prive di testo, spazi grafici ecc...) nelle pagine utilizzate per ricerche e scanning. Nel caso di pagine dove è necessario lo "scanning and searching" (ad esempio una pagina di presentazione dei risultati), limitare lo spazio bianco.
Ridimensionamento della finestra	Verificare che al ridimensionamento della finestra il contenuto rimanga leggibile e comprensibile.
Ridimensionamento dei caratteri	Verificare che al ridimensionamento dei caratteri il contenuto rimanga leggibile e comprensibile.
Barra orizzontale	Verificare che non compaia mai la barra orizzontale per fare lo scroll della pagina.
Scomporre le informazioni	Se gli utenti cercano informazioni specifiche, scomporre le informazioni in piccole porzioni. Ad esempio un documento suddiviso in capitoli e paragrafi, dove ogni capitolo punta ad una diversa pagina.
Redazionale	In genere, ogni area del sito contiene un redazionale, non troppo lungo, orientativamente di massimo 100 parole.

Pagine lunghe	Progettare pagine lunghe e scrollabili, fornendo all'utente l'intera informazione in un'unica schermata, quando è necessario per la comprensione.
Paginazione	Se la pagina contiene una gran quantità di informazione, è bene suddividere in più pagine l'informazione da presentare ed indicare sia il numero complessivo delle pagine, che la posizione della pagina corrente all'interno dell'insieme ottenuto. Queste indicazioni vanno inserite all'inizio e alla fine della pagina. Ad esempio: pagina 4 di 5 < precedente 1 2 3 4 5 successiva >
Versione stampabile	Prevedere una versione ad hoc del documento per la stampa. La versione stampabile è una nuova pagina unica con un layout che normalmente contiene solo l'intestazione, il testo ed ha caratteristiche di dimensioni e di font tali da adattarsi facilmente al formato previsto dalla stampante.

3. Chiarezza architettonica e visuale, Intestazioni, Titoli, Etichette

Linea guida	Descrizione
Etichette	Assicurarsi che le etichette (label) siano sempre chiaramente descrittive rispetto alla funzione che svolgono e alla loro destinazione. Utilizzare il più possibile metafore della vita per descrivere gli elementi dei Sistemi di navigazione. Un collegamento del tipo "Pagare le tasse" è probabilmente più significativo di "Ufficio Tributi".
Etichette delle Categorie	Assicurarsi che le etichette delle categorie, inclusi i link, riflettano chiaramente le informazioni e gli argomenti contenuti nella categoria. Usare per i link delle etichette concetti significativi, comprensibili e facilmente identificabili sia per gli utenti che per i designer stessi.
Intestazioni	Utilizzare intestazioni identificabili univocamente e che siano concettualmente e logicamente relazionate con il testo che descrivono.
Evidenziare i dati rilevanti	Distinguere visivamente gli elementi più importanti della pagina che richiedono l'attenzione dell'utente. Evidenziare gli elementi più rilevanti, per facilitare uno scrolling veloce.
Intestazioni di tabelle	Assicurarsi che le tabelle di dati abbiano chiare e coincise intestazioni di righe e colonne.
Ordine delle intestazioni nel codice html	Rispettare l'ordine gerarchico delle intestazioni nel codice html.

4. Link ipertestuali

Linea guida	Descrizione
I colori dei link	I colori usati per i link visitati e non visitati devono essere immediatamente distinguibili e comprensibili per l'utente.
Coerenza	Ci deve essere coerenza nel rappresentare i link, in tutte le aree del sito.
Riconoscimento degli elementi linkabili	Differenziare in maniera sostanziale gli elementi linkabili da quelli non linkabili, in modo da non generare confusione o incertezza nell'utente.
Testo dei link	Il testo dei link deve essere chiaramente comprensibile, ma al contempo non troppo lungo: utilizzare testi significativi, concisi, espressivi per i link. Non usare il "clicca qui".
Link al titolo di pagina	Il link deve riflettere il titolo della pagina a cui si riferisce.
Link a contenuti correlati	Fornire sempre i link verso le pagine del sito che trattano argomenti connessi e relazionati.
Link testuali	Preferire link testuali alle immagini cliccabili.
Attributo "title"	Quando necessario mostrare una breve descrizione degli scopi del collegamento e della sua destinazione. L'informazione supplementare si presenta in forma di piccola finestra che appare al passaggio del mouse sul collegamento (link title). <i>Annotazioni:</i> è fondamentale avvertire l'utente della apertura o meno del collegamento in una nuova finestra, soprattutto quando il collegamento è ad un documento che si trova in un altro sito. Egli infatti troverà, normalmente, un ambiente diverso da quello attuale e potrebbe trovarsi spaesato.
Mappa cliccabile	In una mappa cliccabile, rendere evidente graficamente quali parti dell'immagine sono cliccabili, senza dover ricorrere all'uso del mouse.
Link ad approfondimenti	In caso di termini gergali o tecnici, prevedere un link ad approfondimenti (glossario, dizionario, ecc.).

5. Aspetto del testo

Linea guida	Descrizione
Contrasto del testo	Nel caso in cui vengano presentati contenuti testuali, agevolare la lettura degli utenti, utilizzando il colore nero su sfondo bianco (o comunque fortemente contrastato) e non decorato.
Coerenza degli elementi comuni	Assicurarsi che l'aspetto degli elementi comuni sia coerente da una pagina all'altra. Le scelte di formattazione dovrebbero sempre essere familiari agli utenti. Per esempio, i numeri telefonici dovrebbero sempre mostrare una coerenza a livello di presentazione (es. 800-555-1212) così come l'orario (HH:MM:SS).
Coerenza visuale del sito web	Garantire una coerenza visuale del sito web, all'interno di una pagina e tra le diverse pagine. Due studi condotti sull'argomento testimoniano che in presenza di incoerenza grafica il numero degli errori degli utenti è nettamente più alto. Il concetto di coerenza grafica include la dimensione e la spaziatura tra i caratteri; il colore utilizzato per le label, per il font ed il background ed il posizionamento di label, testo ed immagini.
Caratteristiche del font	Usare il testo in grassetto solo quando è necessario attirare l'attenzione dell'utente su una specifica parte dell'informazione. Modificare le caratteristiche del font esclusivamente per enfatizzare l'importanza di una parola o di una breve frase. Tra le caratteristiche importanti dei font ricordiamo: il grassetto, il corsivo ed l'uso di maiuscole e minuscole.
Attirare l'attenzione	Utilizzare degli accorgimenti grafici solo dove strettamente necessario per attirare l'attenzione dell'utente. Portare l'attenzione dell'utente su specifiche parti del testo, utilizzando in maniera appropriata (<i>ma limitata</i>) oggetti animati o in movimento, immagini, elementi con colori accesi, differenze nella grandezza o nelle caratteristiche del font.
Tipi di font	Al fine di rendere la lettura il più rapida ed agevole possibile, utilizzare un font comune e noto.
Legenda	Quando si utilizza un codice cromatico all'interno del sito web, assicurarsi che lo schema di codifica possa essere facilmente e velocemente compreso (ad esempio fornendo una legenda che spiega a cosa si riferiscono i diversi colori utilizzati).
Evidenziare la stessa informazione	Utilizzare un solo modo per evidenziare la stessa informazione all'interno di una pagina.

6. Liste

Linea guida	Descrizione
Liste e comandi in maniera logica	Agevolare la navigazione dell'utente organizzando liste e comandi in maniera logica. Determinare se esiste un ordine di presentazione degli elementi che possa facilitare l'utilizzo del sito web da parte dell'utente. Se tale ordinamento viene identificato, assicurarsi che l'intero sito web lo supporti e rispetti. Per esempio, accertarsi che le liste, i gruppi di link e l'elenco dei tab seguano un ordinamento logico. Qualora non sia possibile stabilire un ordinamento, organizzare le voci delle liste in ordine alfabetico o numerico.
Elementi più importanti	Mettere gli elementi più importanti di una lista all'inizio, ad esempio nei menù o nelle liste di scelta.
Facilitare la lettura	Creare liste facili da comprendere e da leggere/esaminare (scan). L'utilizzo di label significative, di colori efficaci per il background, di bordi e appropriati spazi bianchi permetterà all'utente di identificare facilmente gli elementi nella pagina e le liste.
Lista verticale	In presenza di una serie di elementi correlati tra loro, preferire sempre l'organizzazione del contenuto in una lista verticale piuttosto che come testo continuo.
Intestazione di lista	Fornire sempre un'intestazione introduttiva (per es. una parola o una frase) in testa ad ogni lista.
Tipi di lista	Utilizzare liste puntate per presentare elementi dotati del medesimo livello di importanza e liste numerate quando esiste invece una gerarchia d'importanza tra gli elementi presentati.
Iniziale di voce	L'iniziale di ogni voce di lista e di ogni label (check box, radio button...) deve sempre essere scritta in maiuscolo.

7. Form

Linea guida	Descrizione
Etichette chiare	Le etichette devono essere chiare, concise e descrittive. Esse cioè definiscono chiaramente, sinteticamente e senza ambiguità i dati richiesti. Utilizzare termini comuni (come maschio, femmina) piuttosto che termini arbitrari (ad es. gruppo 1, gruppo 2). Se il significato di un'etichetta proposta è dubbio, condurre dei test di usabilità con appropriati campioni di utenti.

Coerenza etichette	<p>I titoli, le azioni e gli elementi di controllo sono coerenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • è coerente il linguaggio utilizzato (non vengono utilizzati termini diversi per esprimere il medesimo concetto e al tempo stesso non viene utilizzato lo stesso termine per esprimere concetti diversi) • è coerente la disposizione degli elementi: gli elementi sono presentati sempre nelle medesime posizioni. <p>È rispettata la regola “medesimo nome per le medesime cose nella medesima posizione”.</p>
Pulsante e relativa azione	<p>L’etichetta di un pulsante dovrebbe indicare chiaramente l’azione che verrà eseguita quando il pulsante verrà premuto. Le etichette più comuni dei pulsanti contengono: ‘Aggiorna’, ‘Vai’, ‘Submit’, ‘Cancel’, ‘Enter’, ‘Home’, ‘Successivo’, and ‘Precedente’.</p>
Termini coerenti delle etichette	<p>Assicurarsi che le etichette utilizzino termini coerenti in modo che allo stesso dato sia dato lo stesso nome se appare in diverse pagine. Impiegare, se possibile, convenzioni coerenti nell’etichettatura. Per esempio, non usare singole parole o brevi espressioni in alcune etichette e intere frasi per altre, oppure verbi per alcune e nomi per altre.</p>
Inserimento di informazioni	<p>Non richiedere agli utenti di inserire più volte le stesse informazioni.</p>
Radio button (controllo grafico che consente all'utente di effettuare una scelta nell'ambito di un set predefinito di opzioni)	<p>Utilizzate dei radio button quando gli utenti hanno bisogno di scegliere un’opzione da una lista di scelte mutuamente escludenti. I Radio button dovrebbero essere utilizzati quando c’è la necessità di scegliere tra elementi che si escludono a vicenda. Gli utenti dovrebbero poter scegliere cliccando sul bottone o sulla sua etichetta per fare la loro selezione. Assegnate uno dei radio button alla scelta di default quando è il caso. Uno studio riporta che per fare selezioni che si escludono a vicenda i radio button suscitano una prestazione migliore degli utenti rispetto a quella prodotta dai menu a tendina.</p> <p>Non utilizzare mai un solo radio button.</p>
Sotto sezioni	<p>Dividere in sezioni più brevi un lungo inserimento di dati serve a migliorare la procedura e a visualizzarla meglio.</p> <p>La divisione in sotto sezioni di grandi insiemi di dati può aiutare l’utente ad individuare meglio gli errori, e a compierne meno. Per esempio è più facile inserire e verificare un numero di telefono a 10 cifre in 3 gruppi di cifre, NNN-NNN-NNNN. Per la stessa ragione il codice postale e i numeri di utilità sociale vengono divisi in parti.</p>
Selezione di uno o più elementi da una lista	<p>Attivate un controllo sulle check box che permetta agli utenti di selezionare uno o più elementi da una lista di possibili scelte. Ogni check box dovrebbe poter essere selezionata indipendentemente dalle altre. Uno studio ha mostrato che per fare selezioni multiple da una lista di elementi che non si escludono a vicenda le check box suscitano la performance più veloce negli utenti, e sono preferite ad altri tipi di interfacce.</p>

8. Grafica, Immagini, Multimedia

Linea guida	Descrizione
Immagini cliccabili	Garantire che tutte le immagini cliccabili siano etichettate con un testo immediatamente vicino all'immagine. Fornire anche la descrizione alternativa (attributo "ALT").
Tempo di scaricamento	Assicurarsi che le immagini non siano lente da scaricare. Adottare misure per assicurare che le immagini sul sito Web non rallentino inutilmente i tempi di download della pagina.
Evitare video, animazione, audio inutili	Utilizzare video, animazione, audio, solo quando essi contribuiscono a veicolare, o supportano, il messaggio o altro contenuto del sito Web.
Somiglianza con banner pubblicitari	Le immagini importanti non devono assomigliare a banner pubblicitari o a decorazioni superflue.
Immagini di grandi dimensioni	Limitare le immagini di grandi dimensioni nella prima parte della videata (sopra il bordo inferiore della videata). Non riempire l'intera schermata con un'immagine se ci sono righe di testo sotto il bordo (in modo da poi dover ricorrere allo scrolling per leggerle).
Veicolare il messaggio agli utilizzatori	Assicuratevi che le immagini del sito veicolino il messaggio destinato agli utilizzatori del sito.
Uso delle immagini	Limitare l'uso delle immagini, usare le immagini solo quando aggiungono valore al sito e aumentano la chiarezza dell'informazione del sito. Alcune immagini possono rendere il sito web più interessante per l'utente, che quindi è disposto ad aspettare per il tempo di caricamento dell'immagine. L'utente tende ad essere molto frustrato quando aspetta per un'immagine che non aggiunge alcun valore al sito. Alcune immagini decorative sono accettabili se non distraggono l'utente.
Valori effettivi nei grafici	Nei grafici indicare i valori effettivi dei dati solo quando è necessaria una lettura puntuale di tali dati.
Monitorare informazioni	Utilizzare un formato grafico per visualizzare i dati quando gli utenti devono controllare la modifica di dati o monitorare informazioni.
Introduzione di animazioni	Se sono presenti animazioni, fornite una spiegazione introduttiva all'animazione prima che questa venga visualizzata.
Thumbnail	Quando è possibile, per le immagini grandi, usare le anteprime di immagini in formato ridotto (Thumbnail).

Uso delle immagini per l'apprendimento	Per facilitare l'apprendimento usare le immagini quanto più è possibile invece del testo.
Colori	Se i colori veicolano un significato è presente una legenda.

9. Linguaggio e contenuto - Writing Web Content¹

Linea guida	Descrizione
Evitare il gergo	Non utilizzare parole che gli utenti non possono comprendere. Il linguaggio deve essere semplice, senza termini gergali.
Usare termini familiari	Utilizzare parole che sono frequentemente lette ed udite.
Abbreviazioni	Quando possibile, visualizzare le parole complete piuttosto che le abbreviazioni. Se necessarie, non utilizzare sui siti web acronimi e abbreviazioni non familiari, provvedere a definirli chiaramente.
Caratteri maiuscoli e minuscoli	Limitare l'uso di caratteri MAIUSCOLI. Usare in modo appropriato il carattere minuscolo e maiuscolo, per garantire la massima velocità di lettura.
Limitare il numero di parole e frasi	Per ottimizzare la comprensione nella lettura, ridurre al minimo il numero delle parole nelle frasi, e il numero di frasi nei paragrafi. Fare paragrafi brevi.
testo sulle pagine di navigazione	Non mettere molto testo nelle pagine di navigazione.
Utilizzare forma attiva	Comporre frasi utilizzando forme attive dei verbi piuttosto che passive.
Scrivere le istruzioni in forma affermativa	Come regola generale, scrivere le istruzioni in proposizioni affermativo piuttosto che negative.
Prima frase del paragrafo	Includete l'argomento principale di un paragrafo e l'ambito di cui tratta nella prima frase del paragrafo stesso.
Chiarire le sequenze di azioni	Quando si descrive un'azione o compito che ha un ordine naturale o una sequenza (istruzioni per il montaggio, la risoluzione dei problemi, ecc.), bisogna strutturare il contenuto in modo che la sequenza sia chiara e coerente.
Numeri superiori al migliaio	I numeri superiori al migliaio vanno delimitati con l'apposito spaziatore.
Numeri di valuta	I numeri di valuta vanno giustificati a destra e affiancati dal simbolo di valuta.

¹ Per approfondimenti si veda anche "Linee Guida di web writing"