

Matteo Migliorisi Progetto Discovery 2



RIEPILOGO PARTE 1:

- 1) Mi sono informato sull'azienda per scoprire la sua storia, la sua missione, cosa fa sul piano pratico per ridurre l'impatto ambientale, e i prodotti che offre.
- 2) Ho analizzato il sito per capire se sia fluido da utilizzare, ho elencato le difficoltà che si incontrano utilizzandolo, ho proposto eventuali soluzioni ad esse, e ho realizzato le sitemap.
- 3) Ho cercato aziende che offrono prodotti simili e hanno valori simili, e ho comparato i loro siti a quello di Alpro usando la Features Inventory.
- 4) Ho individuato il target dell'azienda, ho cercato le pagine social, e le recensioni online, per scoprire l'esperienza dei clienti coi prodotti.

Dal sondaggio era emerso che:

La maggior parte di persone **(39%)** ha risposto che l'aspetto che più li preoccupa nella produzione di cibo è il suo impatto ambientale.

La maggior parte di persone che acquista bevande vegetali si aspetta una buona qualità degli ingredienti **(32%)**, e tiene molto al sapore della bevanda **(28%)**.

Seppure sia tecnologica, la netta maggioranza **(72%)** acquista in negozio. Rendere i propri prodotti maggiormente reperibili, e aumentare l'assortimento aiuterebbe ad incrementare gli acquisti.

UPDATE OBIETTIVI

1) Personas

L'analisi dei dati ha permesso di suddividere il target, e di creare Personas diverse, ognuna coi propri bisogni e obiettivi.

2) User/ Customer Journey

Ogni Persona, avendo necessità diverse, genera uno User Journey differente, coi propri pain point, che potrebbero rovinare l'esperienza dell'utente.

3) User Journey Update

Ho ricostruito lo User Journey eliminando, o riducendo i pain point, ricorrendo a dei cambiamenti per migliorare l'esperienza utente.

4) Sitemap

Ho aggiornato l'Information Architecture del sito in modo da risolvere i pain point.

MATTIA

Studente Universitario

20-25 anni



“

Preferisco acquistare cibo vegetale. Mi piace sapere di star contribuendo alla salvaguardia dell'ambiente, ma allo stesso tempo non voglio spendere troppo.

BACKGROUND:

Studente di Design fuorisede.

Essendo sempre di fretta, dovendo andare da una lezione all'altra, e una volta tornato a casa studiare, e sbrigare le faccende domestiche, non ha molto tempo a disposizione per cucinare, quindi spesso preferisce acquistare prodotti già pronti.

Essendo sensibile riguardo alle tematiche ambientali, ha da poco iniziato ad acquistare più prodotti a base vegetale.

CULTURA DIGITALE:

Alta, usa spesso il computer per progetti dell'università, e usa frequentemente i Social.

CONOSCENZA DELL'AMBITO:

Bassa.

COMPORTAMENTO:

Acquista prodotti già pronti non avendo molto tempo a disposizione per cucinare.

Usa spesso lo smartphone per ordinare cibo, sempre che il prezzo non sia esagerato.

Da un po' di tempo ha iniziato ad avvicinarsi al mondo del cibo vegetariano/vegano.

NECESSITÀ:

- 1) Scoprire dei brand che rispettino l'ambiente, e i cui prodotti siano veloci da preparare.
- 2) Trovare prodotti ad un prezzo conveniente.

DIFFICOLTÀ:

- 1) I prodotti che cerca non sono facilmente reperibili in negozio, poco assortimento.
- 2) I prodotti che cerca hanno generalmente un prezzo più elevato.

ALESSIO

Coltivatore e Attivista

30-35 anni



“ Seguo la dieta vegana da anni. Penso sia importante per il pianeta, ma in primo luogo per sè stessi.

BACKGROUND:

Impegnato nella produzione di frutta e verdura, lavora assieme ad altri ragazzi in una cooperativa biologica da loro fondata.

Attivista, partecipa, e organizza, manifestazioni contro l'inquinamento, e per sensibilizzare sul tema del cambiamento climatico.

Si impegna per fare in modo che i suoi prodotti siano sempre biologici, e acquista a sua volta molti prodotti biologici.

CULTURA DIGITALE:

Bassa, non usa molto lo smartphone o il pc, se non per informarsi.

CONOSCENZA DELL'AMBITO:

Alta, e si tiene sempre aggiornato.

COMPORTAMENTO:

Acquista molti prodotti a base vegetali in negozio, ma vorrebbe iniziare ad acquistare online.

Cerca sempre di scegliere il brand che abbia meno impatto sull'ambiente, e allo stesso tempo abbia ingredienti di qualità.

Si tiene informato riguardo la produzione di prodotti vegetali, essendo lui stesso un produttore.

NECESSITÀ:

- 1) Sperimentare nuovi prodotti vegani.
- 2) Trovare un brand che presti molta attenzione all'impatto ambientale.
- 3) Iniziare ad acquistare online.

DIFFICOLTÀ:

- 1) I prodotti che cerca non sono facilmente reperibili in negozio, poco assortimento.
- 2) Ha bisogno di aiuto per acquistare online.

PAOLA

Insegnante

36-40 anni



“

Tengo molto alla qualità degli ingredienti dei prodotti che compro. Ogni volta che vado a fare la spesa li leggo attentamente prima di scegliere cosa mettere nel carrello.

BACKGROUND:

Insegna Lettere alla scuola media della sua città, è sposata, e ha un figlio di 8 anni.

Ama leggere, e ha la passione per la pasticceria, sperimenta spesso nuove ricette, sempre facendo attenzione agli ingredienti che usa.

Ha scoperto da due anni di essere intollerante al lattosio, e ha quindi dovuto cambiare la sua dieta.

CULTURA DIGITALE:

Media, controlla ogni sera i social, ordina spesso libri online, e segue varie pagine di pasticceria.

CONOSCENZA DELL'AMBITO:

Media, segue delle pagine incentrate sull'alimentazione vegetariana e vegana, ma non sa ancora molto riguardo l'impatto ambientale, e gli altri fattori legati alla produzione di cibo.

COMPORTAMENTO:

Acquista facendo particolare attenzione alla qualità degli ingredienti e a scegliere prodotti senza lattosio.

Usa le bevande vegetali per preparare dolci per sè stessa e per la famiglia.

NECESSITÀ:

- 1) Trovare alternative al latte, che abbiano un buon sapore, in modo da poterli acquistare per lei e per la famiglia.
- 2) Prodotti con ingredienti di buona qualità.
- 3) Prodotti con cui preparare dolci.

DIFFICOLTÀ:

- 1) La maggior parte di prodotti che trova in negozio spesso contengono lattosio.
- 2) Suo figlio disprezza il sapore della maggior parte di bevande vegetali che lei compra.

MATTIA

Journey Map



SCENARIO:

Mattia decide di iniziare ad acquistare caffè, e latte vegetale, online, e fa quindi una ricerca per trovare un sito che faccia al caso suo.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

- 1) Acquistare caffè e latte vegetale di una nuova marca.
- 2) Non spendere troppo per comprare le bevande di cui ha bisogno.
- 3) Non impiegare troppo tempo.

ATTIVITÀ

- 1) Cerca online “bevande vegetali” e trova il sito di Alpro.
- 2) Apre il sito e vede in evidenza nella Home il caffè.
- 3) Clicca sulla foto del caffè.

- 1) Legge la descrizione, ma non trova da nessuna parte come aggiungere al carrello, quindi decide di cliccare su “Acquista ora”.
- 2) Si ritrova nello Shop.

- 1) Non trova una barra di ricerca, quindi clicca su “Tutti i prodotti”.
- 2) Seleziona il filtro bevande.

- 1) Sfoglia tutte le pagine, ma non trova comunque il caffè.
- 2) Abbandona il sito in cerca di un altro che lo abbia.

PENSIERI

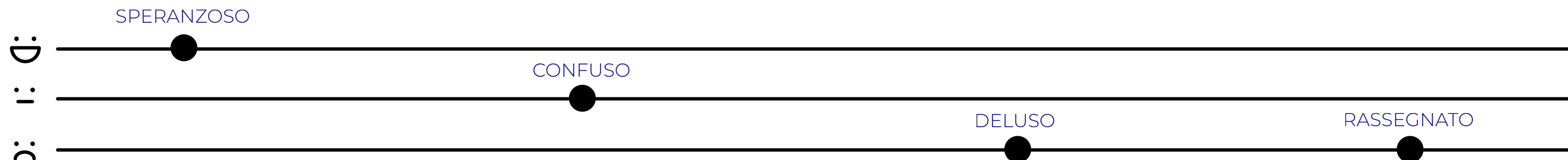
“Sembra molto interessante, vorrei proprio provarlo!”

“Perchè non hanno aggiunto un metodo per acquistarlo direttamente?”

“La barra di ricerca nella Home, e non nello Shop?”

“Forse faccio prima a cambiare sito.”

EMOZIONI



PAIN POINTS

- 1) Manca Barra di Ricerca nello Shop.
- 2) Le pagine dei prodotti nella Home non rimandano alle pagine dello Shop.

- 3) Ci sono prodotti esauriti o non trovabili nello Shop in evidenza.
- 4) I filtri nello Shop non sono dettagliati.

OPPORTUNITÀ

- 1) Aggiungere Barra di Ricerca allo Shop.
- 2) Reindirizzare alla pagina del prodotto nello Shop.

- 3) Segnalare se i prodotti in evidenza sono esauriti, o non trovabili nello Shop.
- 4) Aggiungere filtri più dettagliati.

ALESSIO

Journey Map



SCENARIO:

Un socio a lavoro gli ha consigliato di provare dei prodotti Alpro, parlandogli della visione ambientalista dell'azienda. Alessio incuriosito ha deciso di visitare il sito, e scegliere dei prodotti.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

- 1) Riuscire ad acquistare dei prodotti Alpro senza troppe difficoltà.
- 2) Provare le bevande in modo da poter poi discuterne col socio.

ATTIVITÀ

- 1) Alessio cerca su internet Alpro, clicca sul sito e si ritrova nella Home.
- 2) Vede le varie sezioni presenti sul sito e Clicca su Acquista ora.

- 1) Naviga nello Shop, e seleziona "Tutti i prodotti".
- 2) Dopo aver scrollato tanto trova del latte di soia che vorrebbe assaggiare, quindi prova ad aggiungerlo al carrello.

- 1) Il sito gli chiede di accedere per poter aggiungere un articolo al carrello, quindi seleziona l'opzione per iscriversi.
- 2) Una volta compilato i form riceve un'email per confermare l'iscrizione.
- 3) Clicca sul link per confermare.

- 1) Realizza di aver perso il prodotto che desiderava acquistare.
- 2) Trova nuovamente la bevanda e procede all'acquisto.

PENSIERI

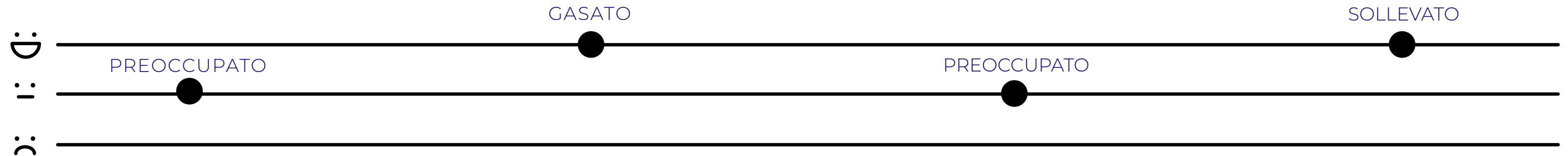
"Sarà facile riuscire ad ordinare i prodotti?"

"Questo è proprio uno dei prodotti di cui mi parlava Luca!"

"Spero di non aver perso il prodotto ora".

"Ci ho messo più tempo del previsto, ma almeno ci sono riuscito."

EMOZIONI



PAIN POINTS

- 1) Manca Live Chat nel caso qualcuno abbia bisogno di aiuto.

- 2) Manca il reindirizzamento al prodotto che si stava vedendo prima di accedere.

OPPORTUNITÀ

- 1) Aggiungere Live Chat nel caso qualcuno senta il bisogno di ricevere aiuto.

- 2) Aggiungere il reindirizzamento al prodotto che si stava vedendo prima di accedere.

PAOLA

Journey Map



SCENARIO:

Paola vede dei prodotti Alpro consigliati su una delle pagine di cucina che segue, e decide di acquistare della panna di soia per preparare dei nuovi piatti.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

1) Acquistare della panna vegetale per sperimentare in cucina.

ATTIVITÀ

1) Apre il sito.
2) Vede che nella home sono presenti numerose sezioni, tra cui delle pagine dedicate agli ingredienti, ma vuole prima dare un'occhiata allo Shop.

1) Prima di acquistare crea un account.
2) Clicca su "Tutti i Prodotti".
3) Seleziona il filtro "Alternative Vegetali Alla Panna".
4) Clicca su una panna vegetale che le interessa.

1) Prima di acquistare vuole informarsi bene sugli ingredienti, quindi li legge, e decide anche di leggere maggiori informazioni sugli ingredienti Alpro.
2) Vuole tornare alla Home per leggere la pagina riguardo gli ingredienti, ma non trova un link per tornare al sito principale.

1) Apre una nuova pagina di ricerca e cerca nuovamente Alpro.
2) Apre la sezione dedicata agli ingredienti e la legge.
3) Procede all'acquisto.

PENSIERI

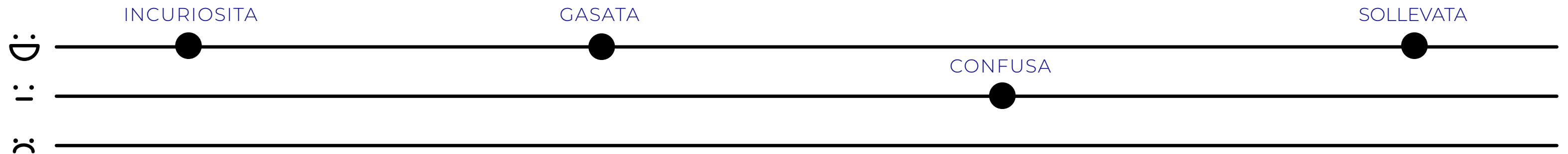
"Voglio vedere se questo sito ha prodotti che mi interessano."

"Questa panna vegetale sarebbe perfetta per preparare dei dolci."

"E per tornare alla Home?"

"Un po' confusionario, ma ce l'ho fatta."

EMOZIONI



PAIN POINTS

1) Manca link Alpro nell'Header dello Shop.

OPPORTUNITÀ

1) Aggiungere link Alpro nell'Header dello Shop.

OPPORTUNITÀ EMERSE:

- | | | |
|--|---|---|
| 1) Manca una Barra di Ricerca nello Shop. | → | AGGIUNGERE BARRA DI RICERCA ALLO SHOP. |
| 2) Le pagine dei prodotti nella Home non rimandano alle pagine dello Shop. | → | REINDIRIZZARE ALLA PAGINA DEL PRODOTTO NELLO SHOP. |
| 3) Nei prodotti in evidenza sono presenti prodotti esauriti o non presenti nello shop. | → | SEGNALARE NEI PRODOTTI IN EVIDENZA QUALI SONO ESAURITI O NON PRESENTI NELLO SHOP. |
| 4) Mancano i fitri dettagliati nello Shop. | → | AGGIUNGERE I FILTRI DETTAGLIATI COME NELL'HEADER DELLA HOME. |
| 5) Manca Live Chat. | → | AGGIUNGERE LIVE CHAT. |
| 6) Manca il reindirizzamento al prodotto che si stava vedendo prima di accedere. | → | AGGIUNGERE REINDIRIZZAMENTO AL PRODOTTO CHE SI STAVA VEDENDO PRIMA DI ACCEDERE. |
| 7) Manca link Alpro nell'Header dello Shop. | → | AGGIUNGERE LINK ALPRO NELL'HEADER DELLO SHOP. |

MATTIA

Nuova Journey Map



SCENARIO:

Mattia decide di iniziare ad acquistare caffè, e latte vegetale, online, e fa quindi una ricerca per trovare un sito che faccia al caso suo.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

- 1) Acquistare caffè e latte vegetale di una nuova marca.
- 2) Non spendere troppo per comprare le bevande di cui ha bisogno.
- 3) Non impiegare troppo tempo.

ATTIVITÀ

- 1) Cerca online “bevande vegetali” e trova il sito di Alpro.
- 2) Apre il sito e vede in evidenza nella Home il caffè, segnato esaurito, e del latte vegetale.
- 3) Clicca sulla foto del latte vegetale.

- 1) Si ritrova nella pagina dello Shop del prodotto selezionato.
- 2) Legge le informazioni e aggiunge al carrello.

- 1) Il sito gli chiede di creare un account, o accedere, quindi procede all'iscrizione e alla conferma di essa.

- 1) Una volta confermata si ritrova nella pagina del prodotto.
- 2) Procede all'acquisto.

PENSIERI

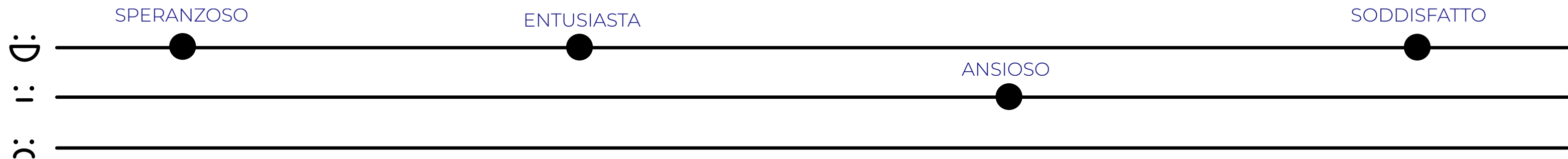
“Sembra molto interessante, vorrei proprio provarlo!”

“Non vedo l'ora di provarlo e parlarne ai miei amici.”

“È un processo noioso, ma ne varrà la pena.”

“Non ci ho messo molto tempo alla fine!”

EMOZIONI



PAIN POINTS RISOLTI

- 1) Segnalati nei prodotti in evidenza quali sono esauriti o non presenti nello Shop.
- 2) Aggiunta barra di ricerca allo Shop.
- 3) Aggiunti filtri dettagliati nello Shop, come quelli della Home.

- 4) Aggiunti i filtri dettagliati come nell'header della home.

ALESSIO

Nuova Journey Map



SCENARIO:

Un socio a lavoro gli ha consigliato di provare dei prodotti Alpro, parlandogli della visione ambientalista dell'azienda. Alessio incuriosito ha deciso di visitare il sito, e scegliere dei prodotti.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

- 1) Riuscire ad acquistare dei prodotti Alpro senza troppe difficoltà.
- 2) Provare le bevande in modo da poter poi discuterne col socio.

ATTIVITÀ

- 1) Alessio cerca su internet Alpro, clicca sul sito e si ritrova nella Home.
- 2) Vede le varie sezioni presenti sul sito e Clicca su Acquista ora.

- 1) Naviga nello Shop, e seleziona "Tutti i prodotti".
- 2) Trova del latte di soia che vorrebbe assaggiare, quindi prova ad aggiungerlo al carrello.

- 1) Il sito gli chiede di accedere per poter aggiungere un articolo al carrello, quindi seleziona l'opzione per iscriversi.
- 2) Una volta compilato i form riceve un'email per confermare l'iscrizione.
- 3) Clicca sul link per confermare.

- 1) Si ritrova sulla pagina del prodotto che desiderava acquistare.
- 2) Procede all'acquisto.

PENSIERI

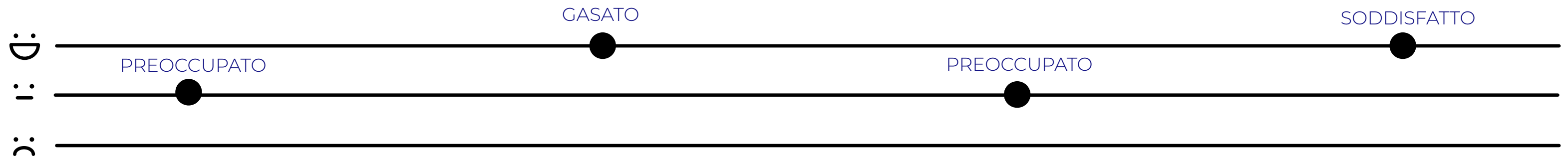
"Sarà facile riuscire a comprare qualcosa?"

"Questo è proprio uno dei prodotti di cui mi parlava Luca!"

"Spero di non aver perso il prodotto ora".

"Non è stato così difficile in fondo!"

EMOZIONI



PAIN POINTS RISOLTI

- 1) Aggiunta Live Chat.
- 2) Aggiunto reindirizzamento al prodotto che si stava vedendo prima di accedere.

PAOLA

Nuova Journey Map



SCENARIO:

Paola vede dei prodotti Alpro consigliati su una delle pagine di cucina che segue, e decide di acquistare della panna di soia per preparare dei nuovi piatti.

OBIETTIVI/ ASPETTATIVE:

1) Acquistare della panna vegetale per sperimentare in cucina.

ATTIVITÀ

- 1) Apre il sito.
- 2) Vede che nella home sono presenti numerose sezioni, tra cui delle pagine dedicate agli ingredienti, ma vuole prima dare un'occhiata allo Shop.

- 1) Prima di acquistare crea un account.
- 2) Clicca su "Tutti i Prodotti".
- 3) Seleziona il filtro "Alternative Vegetali Alla Panna".
- 4) Clicca su una panna vegetale che le interessa.

- 1) Prima di acquistare vuole informarsi bene sugli ingredienti, quindi li legge, e decide anche di leggere maggiori informazioni sugli ingredienti Alpro.
- 2) Aggiunge il prodotto al carrello.
- 2) Vuole tornare alla Home per leggere la pagina riguardo gli ingredienti, clicca sul link "Alpro".

- 1) Apre la sezione dedicata agli ingredienti e la legge.
- 2) Torna indietro e procede all'acquisto.

PENSIERI

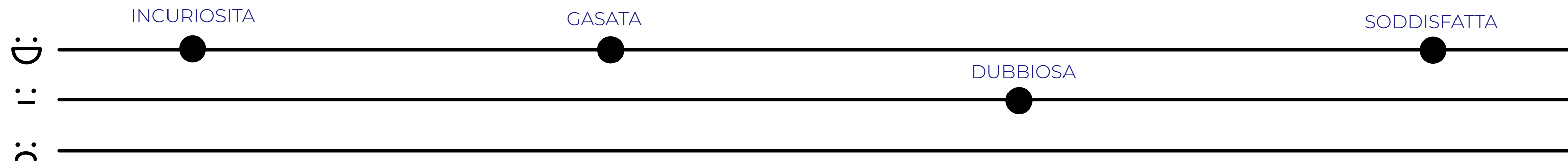
"Voglio vedere se questo sito ha prodotti che mi interessano."

"Questa panna vegetale sarebbe perfetta per preparare dei dolci."

"Prima di acquistare voglio assicurarmi che tutto sia di qualità."

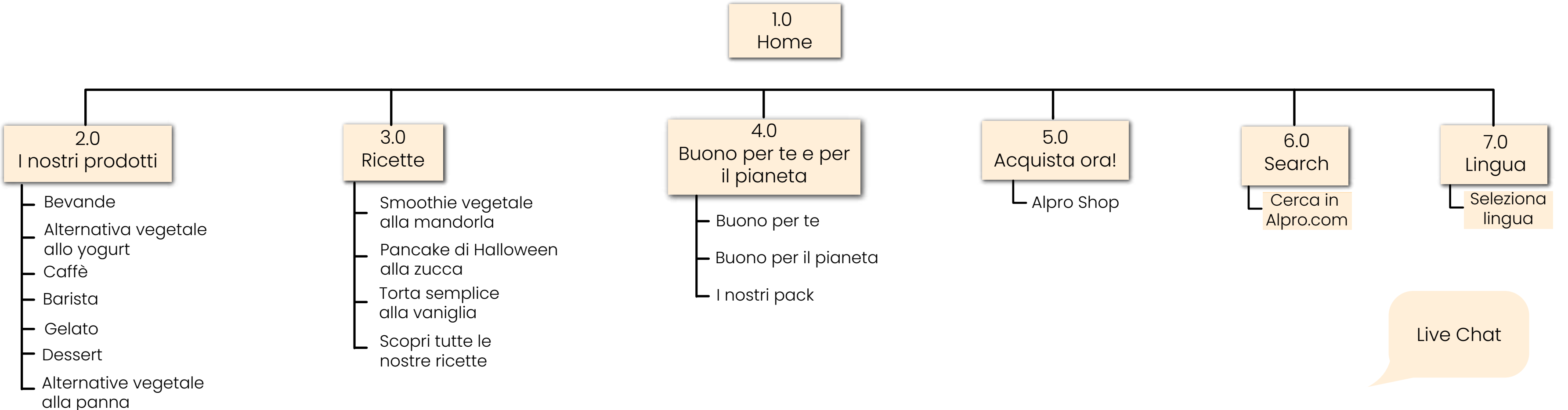
"Non vedo l'ora che arrivi l'ordine per mettermi all'opera!"

EMOZIONI



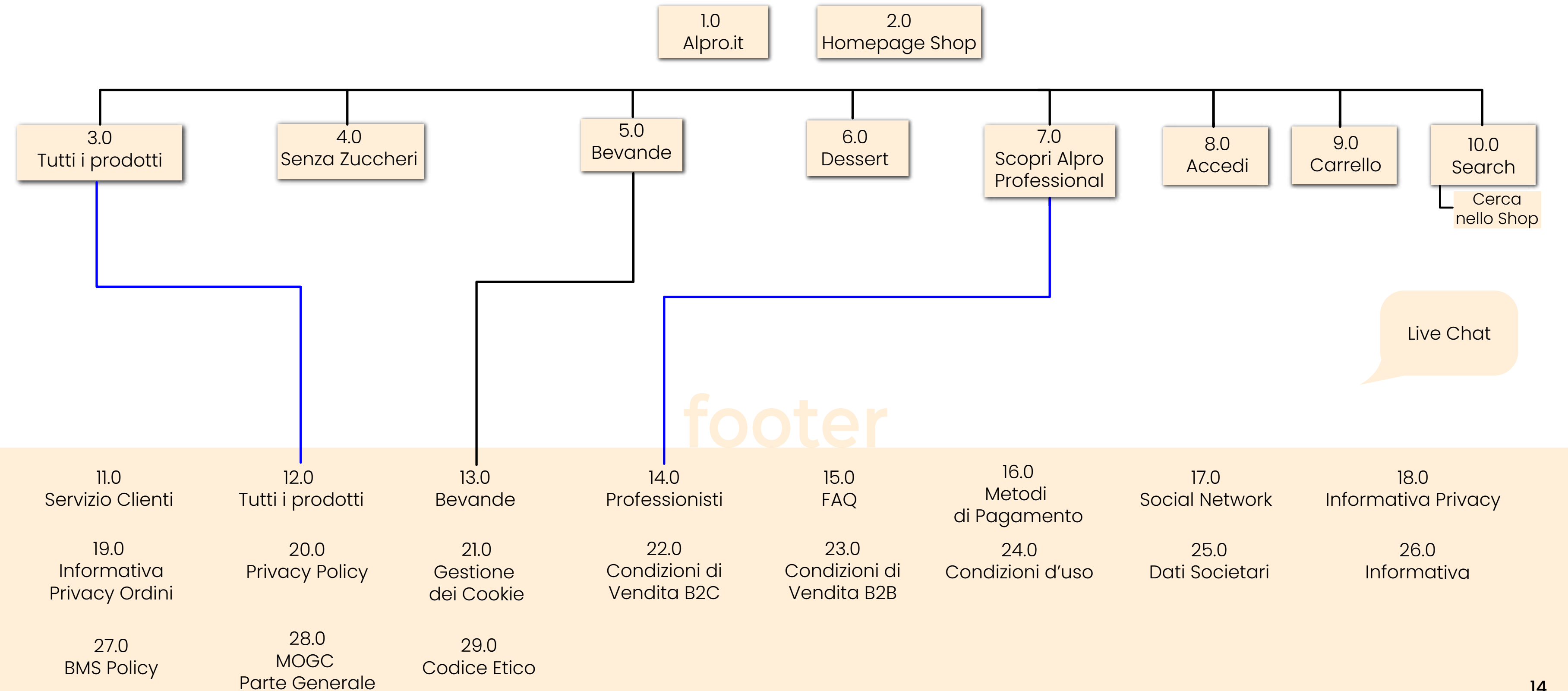
PAIN POINTS RISOLTI

- 1) Aggiunto il link per tornare alla home dallo Shop.



footer

NUOVA I.A. SHOP



PAGINE AGGIUNTE O MODIFICATE:

1.0
Alpro.it

Spostata dal Footer
dello Shop all'Header.

10.0
Search

Cerca
nello Shop

Aggiunta
allo Shop.

Live Chat

Aggiunta su Alpro.it
e nello Shop.