

Matteo Migliorisi Progetto Discovery



ALPRO

“Abbiamo visto il futuro ed è vegetale”

Alpro produce bevande e dolci vegetali con l'intento di ridurre l'impatto ambientale causato dall'industria del cibo.

L'avventura dell'impresa inizia nel 1980 in Belgio rendendo l'azienda una vera e propria pionera del vegetale, con la realizzazione di una bevanda alla soia, e nel tempo sempre più prodotti, utilizzando anche mandorle e nocciole per incrementare la gamma di sapori.

IMPATTO AMBIENTALE

Alpro si impegna ad avere un ridotto impatto ambientale:

- 1) Usando materia prima di qualità;
- 2) Rispettando le norme sull'inquinamento;
- 3) Impegnandosi ad usare meno acqua possibile;
- 4) Non usando prodotti OGM;
- 5) Coltivando per la maggior parte in Europa.

Ha inoltre realizzato un piano riguardante gli imballaggi che consiste nel:

- 1) Ridurre la quantità totale di imballaggi prodotti;
- 2) Realizzare una confezione 100% riciclabile entro il 2025;
- 3) Creare imbalaggi con materiali vegetali, come la plastica derivante da canna da zucchero.

I loro imballaggi comportano la produzione di CO2 di almeno il 18% inferiore rispetto a una confezione realizzata senza materiali biobased. E, una volta che gli imballaggi saranno 100% biobased, le emissioni di CO2 saranno del 40% inferiori rispetto a una confezione realizzata senza materiali biobased.

ANALISI EURISTICA

Per assicurarmi che il sito, sia la versione Desktop, che smartphone, soddisfi le norme di usabilità, mi sono basato sui 10 principi di Euristica di Nielsen.

1) Visibilità dello stato del sistema

PRO

- 1) Le **categorie** di prodotti presenti sul sito sono **indicate in modo chiaro e semplice**, e **trovabili facilmente nella Header** della Home.
- 2) Nello Shop **viene mostrato** in alto **il numero di prodotti presenti** a seconda della categoria scelta.

CONTRO

- 1) **Non è presente un'icona che permetta** all'utente **di accedere, se non sul sito dello Shop**, o provando ad aggiungere un prodotto al carrello/ acquistarlo.
- 2) **La sezione Aiuto è raggiungibile solo navigando molto per il sito**, e non è raggiungibile neanche tramite l'icona Cerca.
- 3) Per raggiungere le **sezioni di Contatto e Faq** bisogna scrollare fino al **fondo della pagina**.
- 4) Una volta entrati nella sezione Acquista ora (AlproShop) **non esiste un'icona per tornare alla home**.

- 5) Nella versione Desktop lo **scroll laterale** dei prodotti consigliati è **poco intuitivo** da usare.

- 6) All'interno dello Shop **non sono presenti etichette per gelati, caffè e latte vegetale**, a differenza di come possiamo vedere nell' Header della Home.

2) Corrispondenza tra il sistema ed il mondo reale

PRO

- 1) **Linguaggio semplice, accogliente, diretto**. I nomi delle pagine ne descrivono bene il contenuto.
- 2) **Non vengono usati codici**.

CONTRO

- 1) **I prodotti non hanno etichette appropriate nello Shop**, a differenza della pagina principale.

3) Dare all'utenza controllo e libertà

PRO

- 1) La finestra **si adatta automaticamente** alla dimensione dello schermo, sito responsive.
- 2) E' presente un'icona per scegliere la lingua.
- 3) **E' possibile selezionare la propria dieta** nello Shop e il sito mostrerà i prodotti adatti.

CONTRO

- 1) **Non esistono opzioni** per aggiustamenti di **Accessibilità**.
- 2) Una volta entrati nello Shop **non è presente un'icona per tornare alla Home**.
- 3) Una volta entrati nello Shop **non è presente l'icona di ricerca**.

4) Consistenza e standard

PRO

- 1) Quasi ogni pagina del sito è **coerente esteticamente**, e presenta le stesse tipologie di font.
- 2) **Ogni pagina riporta il logo**.

CONTRO

- 1) Le pagine **Cookie Statement, Disclaimer, Privacy Policy, e Marketing Responsabile** presentano un'estetica molto più **minimale** rispetto a quella delle altre pagine.

- 2) Nel Footer della sezione Shop troviamo **link diversi** rispetto a quelli che troviamo nella sezione principale, e **alcuni sono mancanti**.

5) Prevenzione dall'errore

PRO

- 1) Le **etichette** sono **semplici e chiare**, descrivono in modo diretto quello che si troverà cliccandole.
- 2) **Se** compilando un campo **si commette un errore il sistema lo fa notare e lo spiega**.

CONTRO

- 1) Come già detto, una volta entrati nella sezione Shop è **impossibile tornare alla Home, se non abbandonando il sito**.
- 2) Sono presenti **varie icone e link** che **sembrano solo immagini, o testi descrittivi**.

6) Riconoscimento più che ricordo

PRO

- 1) I **link** sono **descritti chiaramente**, non c'è bisogno di ricordare a cosa servono.

CONTRO

- 1) **Sarebbe stato meglio accompagnare il testo a delle icone**, per rendere il processo di riconoscimento ancora più immediato.

7) Flessibilità ed Efficienza

PRO

- 1) Si possono vedere le **informazioni nutrizionali** e gli **ingredienti** dei prodotti **cliccando sul box apposito**.
- 2) Presenza di un **carrello** in cui si trovano, e possiamo aggiungere, tutti i prodotti che desideriamo acquistare.
- 3) **Le pagine** (lo Shop ad esempio) **possono essere raggiunte** direttamente **dal web**.

CONTRO

- 1) **Non tutte le pagine si possono trovare** usando la barra di ricerca del sito, ad esempio la sezione di Aiuto.

8) Estetica e progettazione minimalista

PRO

- 1) I **link** nell'Header sono **raggruppati** e hanno **stesso font e grandezza** a seconda del gruppo a cui appartengono.

CONTRO

- 1) Sono presenti **immagini eccessivamente grandi**, che seppur danno colore, creano confusione, e fanno perdere la gerarchia.
- 2) I **link presenti nella pagina hanno troppi formati diversi**. Alcuni sono sottolineati, altri no, certi non sembrano neanche link.

9) Aiuta gli utenti a riconoscere, diagnosticare ed uscire dalle situazioni di errore

PRO

- 1) Compilando campi come quello d'iscrizione al sito, **se vengono riscontrati errori, il sito lo segnala, e spiega** a cosa servano determinate informazioni, ad esempio l'email.

CONTRO

- 1) Una volta **entrati in certe pagine non si potrà tornare indietro** se non uscendo dal sito e rientrando nella home.

10) Aiuto e Documentazione

PRO

- 1) Nel Footer sono contenuti i **Contatti** e le **FAQ**, che potremo usare per compilare un modulo in cui esprimiamo le nostre perplessità, e verremo ricontatti entro 48 ore, e nell FAQ potremo trovare risposta alle domande espresse frequentemente.

CONTRO

- 1) **Per raggiungere la pagina di Aiuto bisogna navigare molto nel sito**, e non è raggiungibile tramite la barra di ricerca.
- 2) **Non è presente una live chat**.

**Nel complesso ho trovato il sito USABILE, ma
effettuerei dei cambiamenti.**

Learnability:

Il sito mi è risultato semplice da usare fin da subito, non ci sono azioni complesse, è piuttosto intuitivo.
Il sito fa sentire accompagnati nel processo di acquisto.
Certe icone e immagini all'inizio però non sembrano link, bisognerebbe semplificarle, o rendere più evidente che lo siano, in modo da rendere tutto ancora più intuitivo.

Memorability:

L'utente riesce a ricordare come usare il sito dopo un certo lasso di tempo, essendo i link descritti in modo semplice e chiaro.
Accompagnare i link a delle icone aiuterebbe ulteriormente il processo di riconoscimento.

Satisfaction:

Ho trovato il sito piacevole da usare, ma esteticamente un po' confusionario, alle prime visite mi ha fatto sentire sopraffatto.
Aiuterebbe ridurre la grandezza delle immagini, e ridurre la quantità di format impiegati per i link.
Ho apprezzato il fatto che il sito presenti una serie di ricette, e metta la possibilità di scegliere i prodotti a secondo del proprio tipo di dieta.

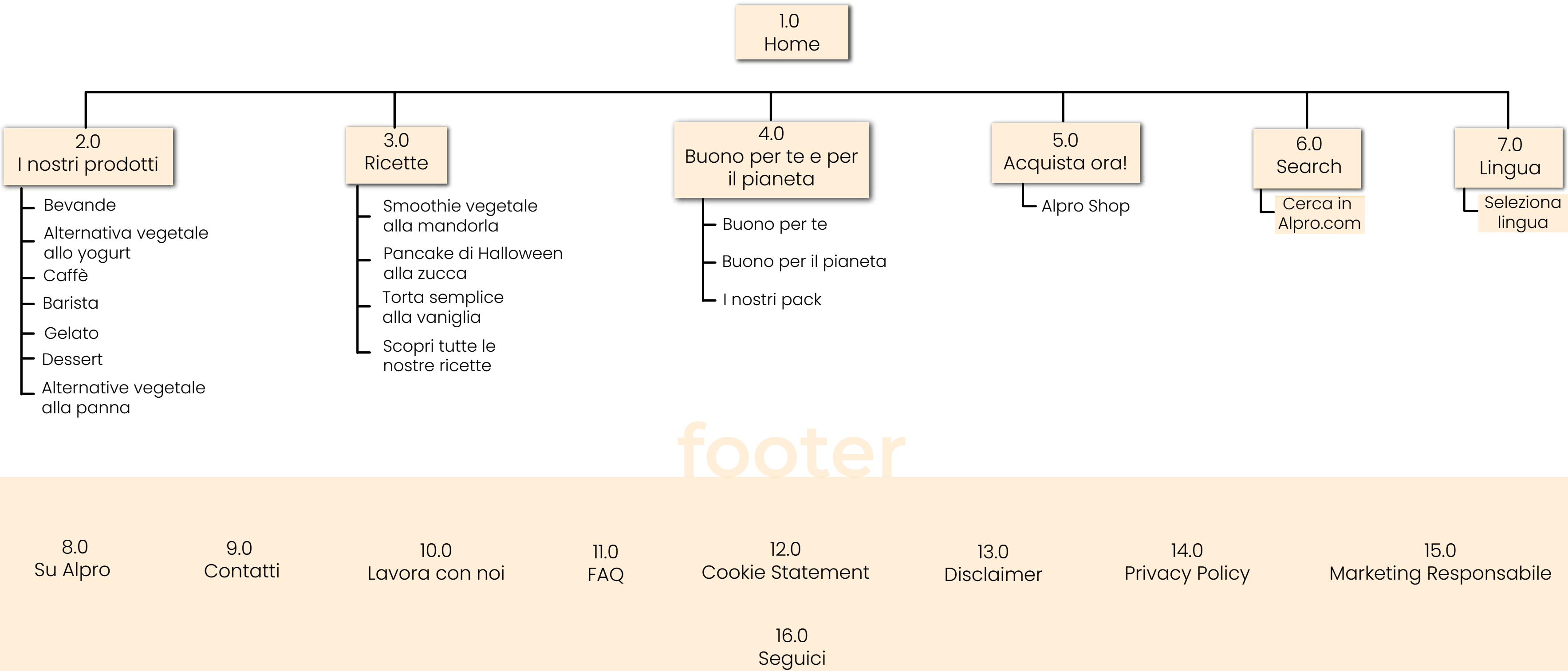
Efficiency:

Ho trovato il sito in linea generale fluido, l'utente può compiere azioni in modo veloce e semplice.
Avrei però aggiunto etichette più specifiche nello Shop per rendere il processo di scelta dei prodotti più rapido.

Errors:

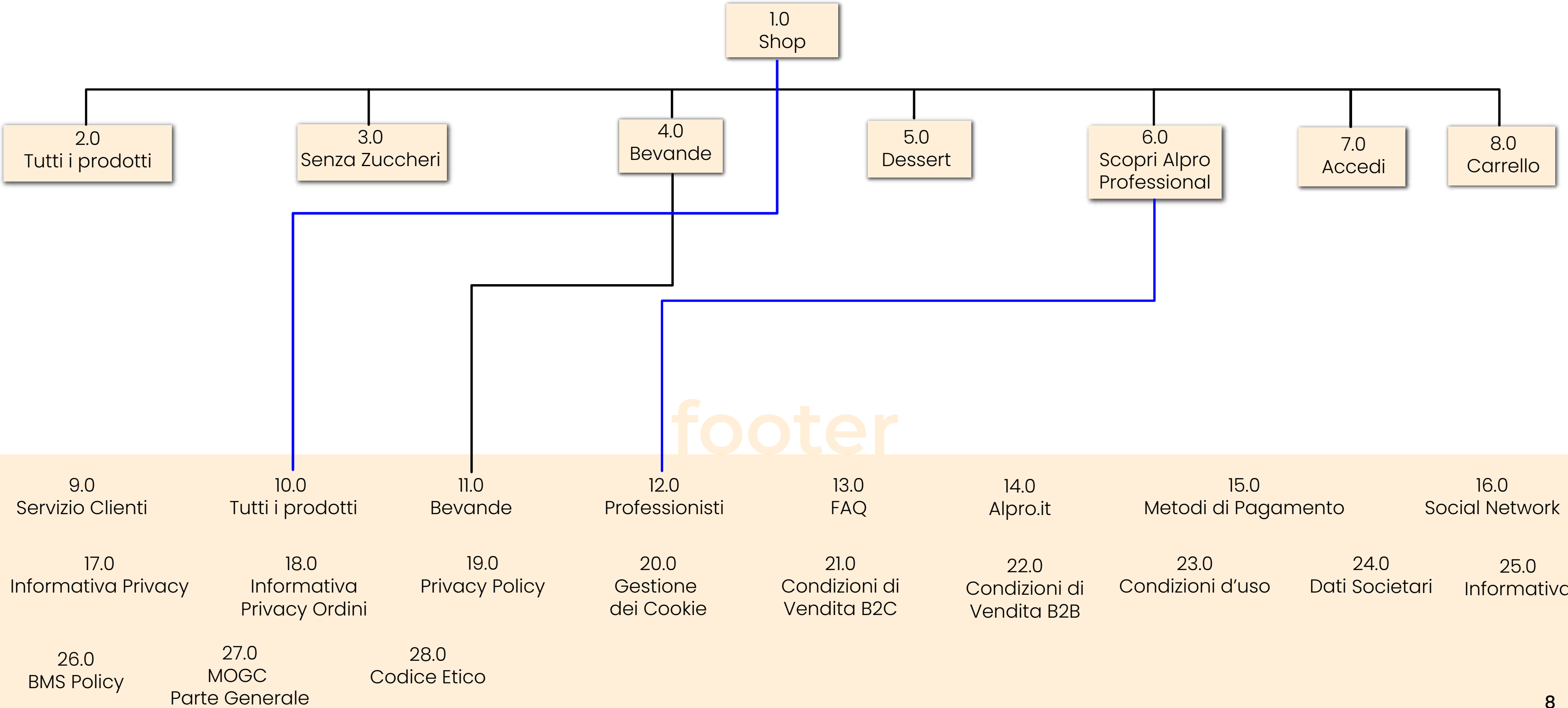
Nel caso in cui l'utente sbaglia a compilare una form, il sito spiega il motivo.
Inoltre, offre dei breadcrumb, in modo che se per sbaglio abbia cliccato un link che lo porti su un'altra pagina può facilmente tornare indietro.
Non trovo accettabile il fatto che una volta cliccato sul link per lo Shop il modo più semplice per tornare alla Home sia abbandonare il sito e cercarlo nuovamente.

INFORMATION ARCHITECTURE



footer

INFORMATION ARCHITECTURE SHOP



LE PAGINE

1.0 Alpro

La Home, una presentazione dei prodotti acquistabili sul sito, informazioni sulla missione di Alpro, piatti realizzati da clienti usando prodotti Alpro.

2.0 I nostri prodotti

Prodotti in vendita sul sito, divisi per categorie.

3.0 Ricette

Presentazione di ricette realizzabili coi prodotti Alpro.

4.0 Buono per te e per il pianeta

La missione di Alpro, l'impegno ambientale, e l'uso di prodotti di qualità.

5.0 Acquista ora!

Tutti i prodotti disponibili sul sito divisi per categorie.

6.0 Search

Barra di ricerca.

7.0 Lingua

Seleziona la lingua.

8.0 Su Alpro

La missione di Alpro, la storia dalla sua fondazione ad oggi.

9.0 Contatti

Compilazione di un modulo per effettuare delle domande o segnalare problemi che hai riscontrato.

10.0 Lavora con noi

Carriere da intraprendere con l'agenzia.

11.0 FAQ

Le domande chieste frequentemente, include barra di ricerca.

12.0 Cookie Statement

Informative sui cookie.

13.0 Disclaimer

Termini e condizioni d'uso.

14.0 Privacy Policy

Principi della privacy del sito.

15.0 Marketing Responsabile

Le pratiche di Marketing Responsabile della Danone.

16.0 Seguici

Link ai Social.

LE PAGINE DELLO SHOP

<div>1.0</div> <div>Shop</div> <div>Presentazione di prodotti e servizi presenti sul sito.</div>	<div>2.0</div> <div>Tutti i prodotti</div> <div>Prodotti in vendita sul sito, divisi per categorie.</div>	<div>3.0</div> <div>Senza Zuccheri</div> <div>Esposizione dei prodotti senza zucchero, divisi per categorie.</div>	<div>4.0</div> <div>Bevande</div> <div>Elenco bevande, divise per categorie.</div>	<div>5.0</div> <div>Dessert</div> <div>Elenco dessert, divisi per categorie.</div>	<div>6.0</div> <div>Scopri Alpro professional</div> <div>Linea di prodotti consigliata ai baristi, informazioni sull’offerta, FAQ.</div>
<div>7.0</div> <div>Accedi</div> <div>Login al proprio account, iscrizione.</div>	<div>8.0</div> <div>Carrello</div> <div>Lista di prodotti salvati.</div>	<div>9.0</div> <div>Servizio Clienti</div> <div>Contatti, compilazione di modulo da inviare con le perplessità sul proprio ordine.</div>	<div>10.0</div> <div>Tutti i prodotti</div> <div>Prodotti in vendita sul sito, divisi per categorie.</div>	<div>11.0</div> <div>Bevande</div> <div>Elenco bevande, divise per categorie.</div>	<div>12.0</div> <div>Professionisti</div> <div>Linea di prodotti consigliata ai baristi, informazioni sull’offerta, FAQ.</div>
<div>13.0</div> <div>FAQ</div> <div>Le domande chieste frequentemente riguardo gli ordini e le spedizioni.</div>	<div>14.0</div> <div>Alpro.it</div> <div>Home Alpro, una presentazione dei prodotti acquistabili sul sito, informazioni sulla missione di Alpro, piatti realizzati da clienti usando prodotti Alpro.</div>	<div>15.0</div> <div>Metodi di Pagamento</div> <div>Lista di metodi con cui pagare i prodotti, link ai vari siti.</div>	<div>16.0</div> <div>Social Network</div> <div>Link ai Social.</div>	<div>17.0</div> <div>Informativa Privacy</div> <div>Documento informativo riguardo i dati raccolti.</div>	<div>18.0</div> <div>Informativa Privacy Ordini</div> <div>Documento informativo riguardo i dati raccolti in merito alle spedizioni.</div>
<div>19.0</div> <div>Privacy Policy</div> <div>Spiegazione di come Danone gestisce i dati raccolti.</div>	<div>20.0</div> <div>Gestione dei Cookie</div> <div>Spiegazione di come Danone utilizza i Cookie.</div>	<div>21.0</div> <div>Condizioni di Vendita B2C</div> <div>Documento contenente le condizioni generali di vendita.</div>	<div>22.0</div> <div>Condizioni di Vendita B2B</div> <div>Documento contenente le condizioni generali di vendita.</div>	<div>23.0</div> <div>Condizioni d’uso</div> <div>Documento contenente le condizioni d’uso del sito.</div>	<div>24.0</div> <div>Dati Societari</div> <div>Informazioni sulla società.</div>
<div>25.0</div> <div>Informativa</div> <div>Informativa per il trattamento dei dati personali.</div>	<div>26.0</div> <div>BMS Policy</div> <div>Politica di Danone per la commercializzazione dei sostituti del latte materno.</div>	<div>27.0</div> <div>MOGC Parte Generale</div> <div>Documento del Modello di organizzazione, gestione, e controllo.</div>	<div>28.0</div> <div>Codice Etico</div> <div>Appendice alle norme di condotta aziendale del gruppo Danone.</div>		

I COMPETITOR

Per trovare i competitor di Alpro mi sono basato sulla pagina Wikipedia riguardante le aziende vegetariane/ vegane, e ho poi controllato quali fossero effettivamente quelle più simili ad Alpro.

Oltre alla produzione di bevande vegetali, le caratteristiche che più ho trovato simili sono state:

- 1) Impegno a ridurre sempre più il loro impatto ambientale.
- 2) Impegno ad usare materiali di qualità.
- 3) Presenza attiva sui social.

Ecomil (Spagna)

“A Ecomil, contribuiamo alla protezione delle api e del pianeta.”

Soylent (California)

“Ci sforziamo a rendere una completa, e sostenibile nutrizione, appetibile e accessibile per tutti.”

Innocent Drinks (Spagna)

“Abbiamo fondato Innocent con un sogno: aiutare le persone a vivere meglio, e a lungo.”

LA FEATURES INVENTORY

	Alpro	Ecomil	Soylent	Innocent Drinks
Login	Solo entrando nello Shop		✓	
Search Bar	Solo nella Home	✓		
Responsive Design	✓	✓	✓	✓
Live Chat		✓		
Social Media	✓	✓	✓	✓
Shop Online	✓		✓	
Carrello	✓		✓	
Prodotti Simili		✓		✓

	Alpro	Ecomil	Soylent	Innocent Drinks
FAQ	✓	✓	✓	✓
Numero Prodotti	✓			
Filtri	✓	✓	✓	
Nuovi	✓			
Più Acquistati			Tramite Filtro	
Nascondi Esauriti	✓			
Breadcrumbs	✓		Non in tutte le pagine	
Opzione per recensire i prodotti sul sito			✓	

TARGET

Alpro punta soprattutto a persone che hanno intrapreso una dieta vegetariana, vegana, ma anche ai celiaci.

Punta inoltre ad una fascia interessata all'ambiente, alla propria salute, e che usa Internet (punto molto importante, in quanto i prodotti sono reperibili difficilmente in negozio) e i social.

Le recensioni, trovate su Opinioni.it, oltre che sui profili social, sono generalmente positive, i clienti pensano che Alpro sia un'ottima scoperta, e sono soddisfatti dei prodotti, trovandoli una buona alternativa alla loro controparte non vegetale.

Ciò che delude è il prezzo elevato, l'assortimento ridotto dei prodotti, e il fatto che siano molto difficili da reperire in negozio.

SONDAGGIO

Ho creato una survey online diretta soprattutto a chi acquista in particolare bevande vegetali, per sapere cosa si aspettano dal prodotto, le loro preoccupazioni riguardo la produzione, e cosa migliorerebbero, selezionando 100 persone tra i 20 e i 40 anni.

1) Quale aspetto ti preoccupa di più riguardo la produzione di cibo?

- 1) Impatto ambientale **39%**
- 2) Maltrattamento degli animali **34%**
- 3) Uso di sostanze OGM **26%**

2) Cosa consideri più importante acquistando latte vegetale?

- 1) Sapore **28%**
- 2) Impatto ambientale **24%**
- 3) Prezzo **16%**
- 4) Qualità degli ingredienti **32%**

3) Con quanta frequenza acquisti latte vegetale?

- 1) Ogni settimana **26%**
- 2) Ogni mese **33%**
- 3) Qualche volta all'anno **29%**
- 4) Mai **12%**

4) Dove acquisti solitamente bevande vegetali?

- 1) Online **28%**
- 2) Al negozio **72%**

6) Cosa cambieresti nelle bevande vegetali per migliorarle?

Domanda a risposta aperta

Di chi ha risposto, la maggior parte ha detto che migliorerebbe il sapore, e che ne aumenterebbe l'assortimento.

5) Cosa pensi delle bevande vegetali?

Domanda a risposta aperta

La maggior parte ha detto che le trova una buona soluzione per chi è vegetariano, o vegano, e che ne apprezza il sapore.

7) Usi i social?

- 1) Sì **86%**
- 2) No **14%**

8) Che dispositivo stai usando per rispondere a questo sondaggio?

- 1) Smartphone **93%**
- 2) Computer **7%**

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.

RIEPILOGO

- 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 la sitemap del sito.
- 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.

GRAZIE PER L'ATTENZIONE :D