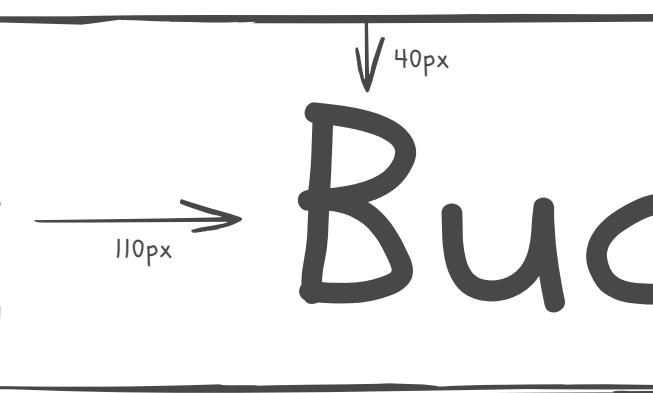




36px

PROGETTO

WIREFRAMING



Alessio Nava



p.3

ESERCIZIO PRELIMINARE
LIFESUM



p.10

PROGETTO
BUDDHIFY



ESERCIZIO PRELIMINARE

Lifesum



Visualizza qui i
wireframe completi

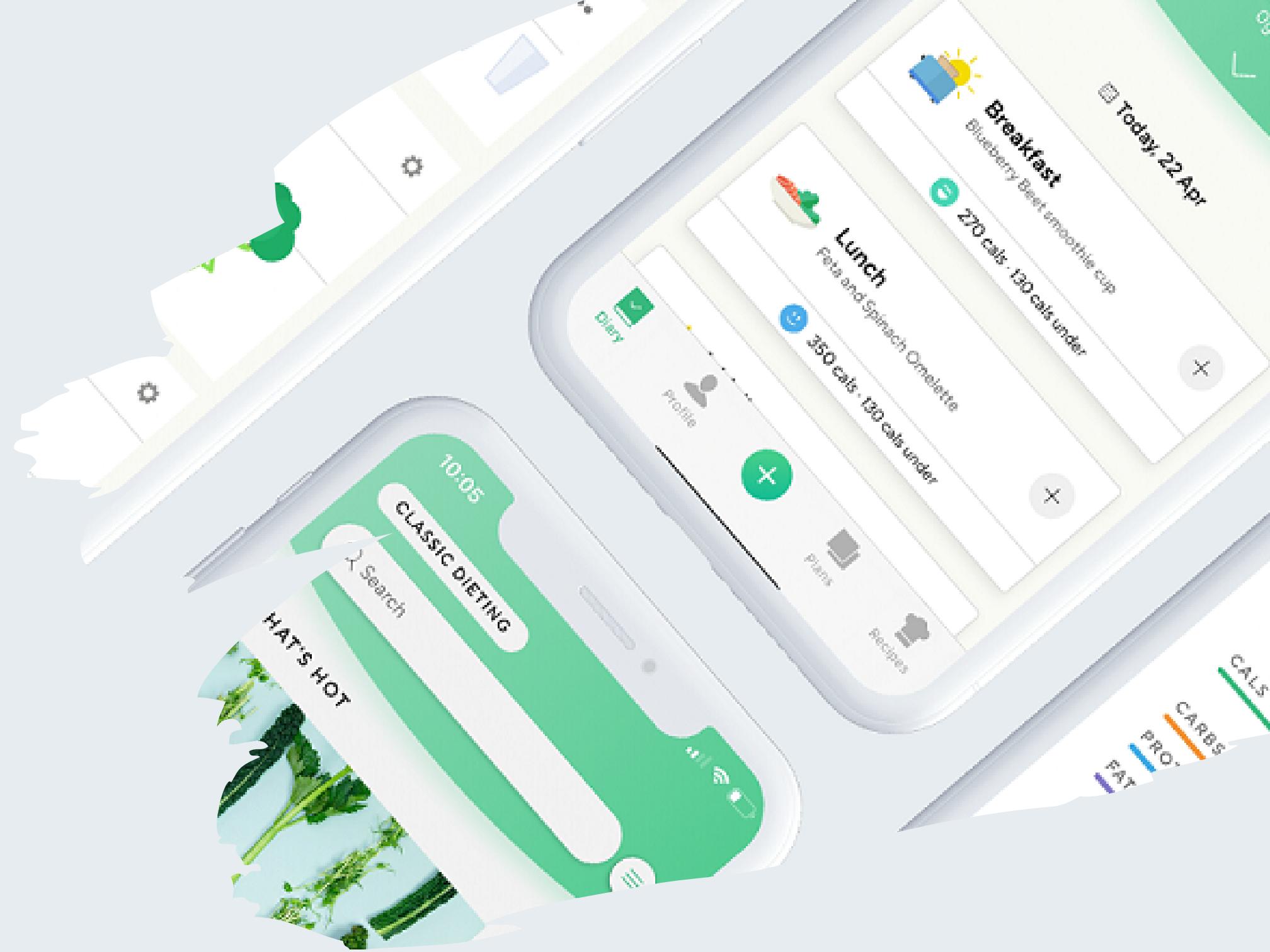
Lifesum

Per l'esercizio preliminare, il brand analizzato è **Lifesum**, un'applicazione mobile per rimodellare la propria dieta, indipendentemente dalle restrizioni dietetiche.

Il sito consiste in una **panoramica di descrizione e approfondimento dell'app**, spiegandone funzioni, benefici e *core values*.

La struttura generale risulta molto **ariosa e coerente** alla vista, grazie a:

- **Gestione efficiente degli spazi** tra tutti gli elementi;
- Soluzioni di **grafica e di UI in linea con i trend** più moderni;
- **Stile *minimal*** dei contenuti.

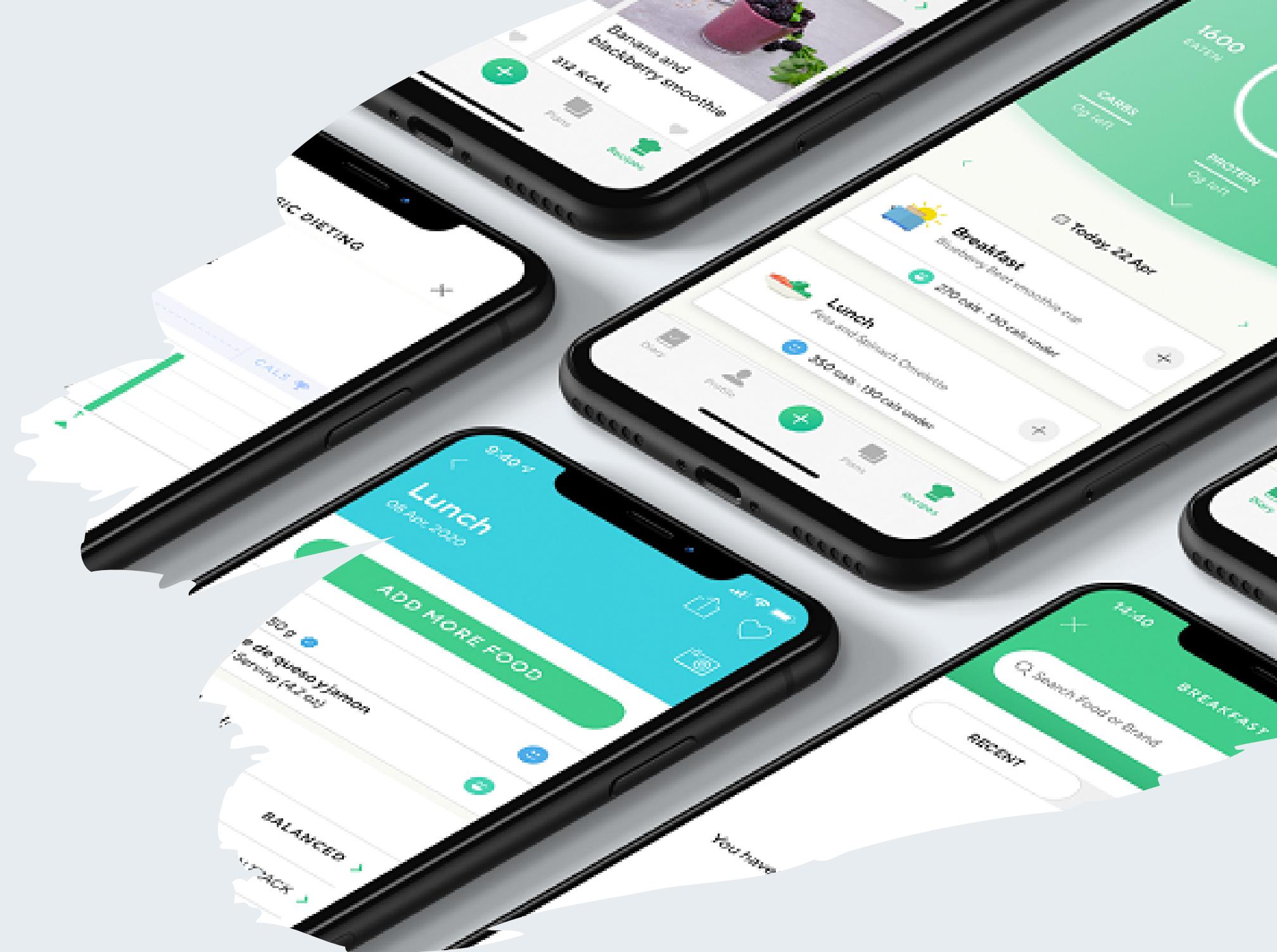


Lifesum

La navigazione è accompagnata da un **Tone of Voice "simpatico" e "informale"**, che avvicina molto l'azienda all'utente finale, facendolo sentire a suo agio.

Anche quando spinto all'azione, l'utente è sempre al primo posto. Un esempio evidente è la **CTA primaria "Registrati"** (rispetto magari ad una "Abbonati "): non viene data priorità ad un abbonamento da vendere, ma alla salute di chi usufruisce del servizio.

Non è una spesa ("Abbonati "), ma un investimento su se stessi ("Registrati").



Lifesum

L'applicazione è il vero cuore pulsante del servizio: questo è molto chiaro già nella *Hero section*, con un **video di presentazione contenuto all'interno della cornice di uno smartphone** (nonostante la navigazione sia da desktop); è la prima cosa che cattura l'attenzione atterrando sulla *Homepage*.

Questo elemento trasmette all'utente **un focus di utilizzo orientato al mobile first**, il che è ottimo per **monitorare con facilità, costanza e flessibilità** le calorie e concentrarsi sui cambiamenti che si desidera apportare.

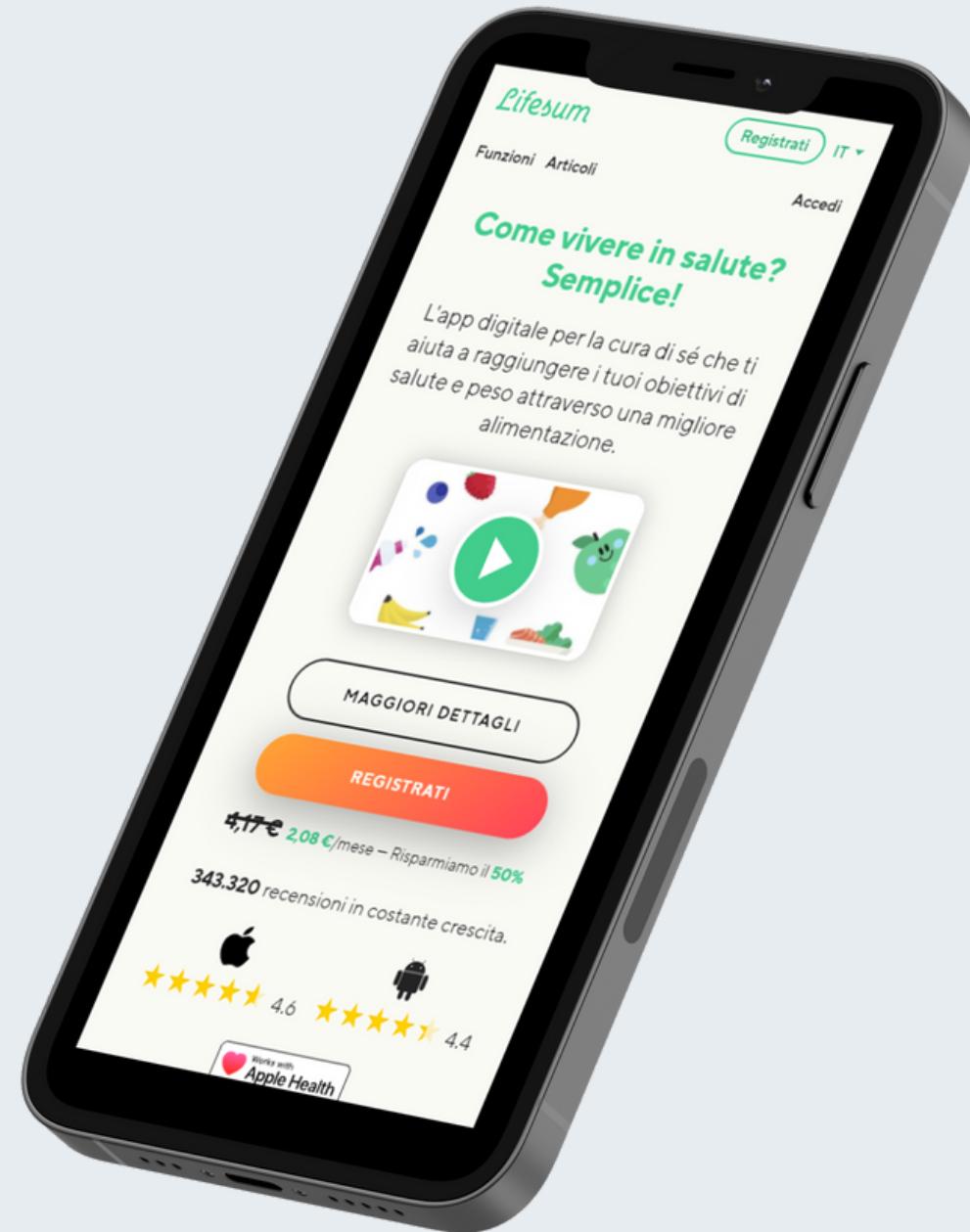


Lifesum

Lo scopo principale è utilizzare il sito web per creare sufficiente valore per l'utente, in modo da **convincerlo a scaricare l'app.**

Questo avviene utilizzando alcuni dei **principi di Cialdini**, in particolare:

- **Autorevolezza (o Autorità):** attraverso il **Badge Apple Health**, che attesta l'app come un valido strumento da integrare per il miglioramento della salute personale.
- **Riprova sociale:** una parte molto consistente di contenuti della *Homepage* è infatti costituita da **riconoscimenti, reviews** di utenti, **giudizi** di brand, **ratings** sui principali Store, nonché dal **numero di download** (343.320, ben evidenziato nella *Hero*).



Lifesum desktop

Lifesum ARTICOLI FUNZIONI IT ▾ ACCEDI Registrati

Come vivere in salute? Semplice!

L'app digitale per la cura di sé che ti aiuta a raggiungere i tuoi obiettivi di salute e peso attraverso una migliore alimentazione.

343.320 recensioni in costante crescita.

4.6 (App Store)
4.4 (Google Play)

MAGGIORI DETTAGLI REGISTRATI Da 4,99 € 2,08 €/mese

VEDI ANCHE SU TC VOGUE yahoo! Forbes Men's Health

Cos'è Lifesum?

- Trova la dieta perfetta
- Avvia un programma alimentare semplificato
- Goditi centinaia di ricette gustose e nutrienti

Trova una dieta nutriente che si adatti al tuo stile di vita e alle tue preferenze alimentari. Prendi in mano la tua vita con una delle tante diete in corso, come quella per Mangiare pulito e quella Ricca di proteine.

Segui un Programma alimentare di durata da 7 a 21 giorni e ricevi quattro ricette programmate al giorno. In base ai tuoi obiettivi di salute, ci sono vari programmi alimentari tra cui scegliere come Keto Burn e Vegana per una settimana.

Goditi centinaia di ricette facili da cucinare e ricche di cibi nutrienti e gustosi. Tutte le ricette includono informazioni sui valori nutrizionali in modo da poter registrare l'apporto energetico giornaliero.



WIREFRAME

Lifesum FUNZIONI ARTICOLI IT ▾ ACCEDI Registrati

Come vivere in salute? Semplice!

L'app digitale per la cura di sé che ti aiuta a raggiungere i tuoi obiettivi di salute e peso attraverso una migliore alimentazione.

343.320 recensioni in costante crescita.

4.6 (App Store)
4.4 (Google Play)

MAGGIORI DETTAGLI REGISTRATI Da 4,99 € 2,08 €/mese

VEDI ANCHE SU TC VOGUE yahoo! Forbes Men's Health

Cos'è Lifesum?

- Trova la dieta perfetta
- Avvia un programma alimentare semplificato
- Goditi centinaia di ricette gustose e nutrienti

Trova una dieta nutriente che si adatti al tuo stile di vita e alle tue preferenze alimentari. Prendi in mano la tua vita con una delle tante diete in corso, come quella per Mangiare pulito e quella Ricca di proteine.

Segui un Programma alimentare di durata da 7 a 21 giorni e ricevi quattro ricette programmate al giorno. In base ai tuoi obiettivi di salute, ci sono vari programmi alimentari tra cui scegliere come Keto Burn e Vegana per una settimana.

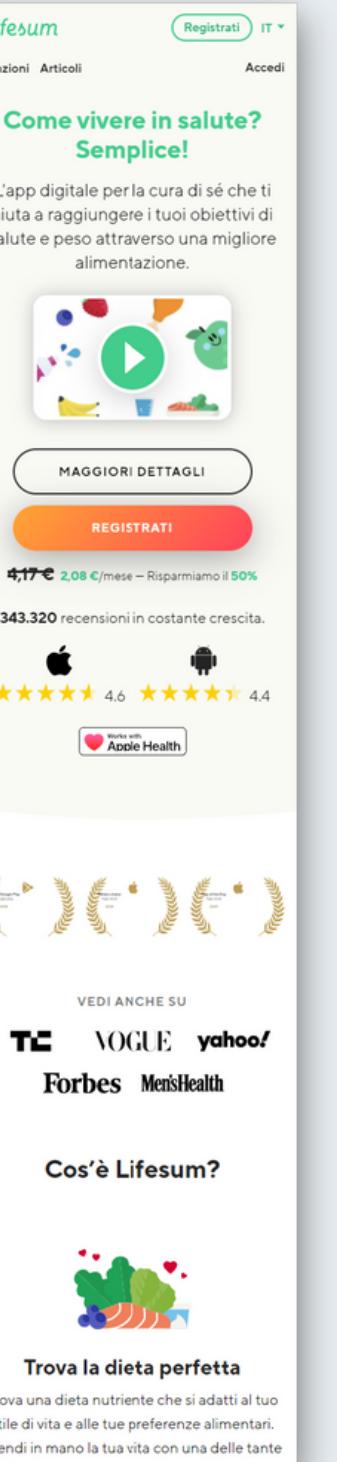
Goditi centinaia di ricette facili da cucinare e ricche di cibi nutrienti e gustosi. Tutte le ricette includono informazioni sui valori nutrizionali in modo da poter registrare l'apporto energetico giornaliero.

SCREENSHOT

Lifesum mobile



WIREFRAME



SCREENTHOT

PROGETTO

Buddhify



Visualizza qui i
wireframe completi

Opportunità emerse

Analizzando le Journey map delle 3 Personas sono emersi diversi PAIN POINT: dai qui è possibile ricavarne le opportunità necessarie a migliorare la UX.

X MANCA un piano mensile; solo annuale

✓ FORNIRE OPZIONE DI ABBONAMENTO MENSILE

X NO free trial

✓ IMPLEMENTARE UNA PROVA GRATUITA DI 7 GIORNI

X NO meditazioni freemium

✓ AGGIUNGERE ALCUNE BREVI PRATICHE GRATUITE

X MANCA newsletter (o altro) che monitori i progressi dell'utente

✓ CREARE REPORT CON STATISTICHE

X Pratiche NON RAGGRUPPATE per livello di difficoltà

✓ SUDDIVIDERE LE PRATICHE IN GRUPPI

X MANCA una sezione Contatti chiara

✓ AGGIUNGERE SEZIONE CONTACT

X NON E' CHIARO il contenuto della newsletter

✓ SPIEGARE I CONTENUTI PREVISTI NELLA NEWSLETTER

Scala tipografica

Primary font

be vietnam pro

H1 49

H2 39

H3 31

H4 25

H5 20

p 16

label 13

small text 10

Secondary font

yantramanav

H1 49

H2 39

H3 31

H4 25

H5 20

p 16

label 13

small text 10



H1 Wireframe

H2 Wireframe

H3 Wireframe

H4 Wireframe

H5 Wireframe

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sagittis tempus, habitasse tortor non. Dictumst diam est, lobortis iaculis venenatis id sed consectetur. Faucibus felis, amet, eleifend amet a pharetra est enim ornare. Aliquet aliquam accumsan est dui fringilla egestas tincidunt duis.

label Wireframe

small Wireframe

Primary button

H1 Wireframe

H2 Wireframe

H3 Wireframe

H4 Wireframe

H5 Wireframe

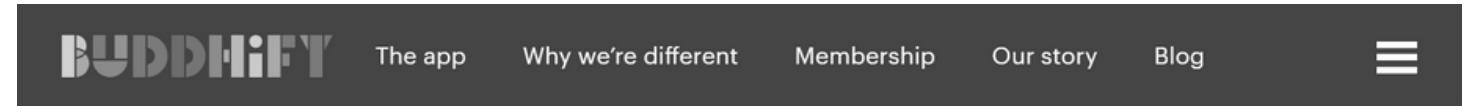
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Leo, egestas at morbi elementum. Duis condimentum malesuada leo amet feugiat gravida. Nulla quis ornare id et interdum diam scelerisque tortor porttitor. Pellentesque dolor erat sagittis porta.

label Wireframe

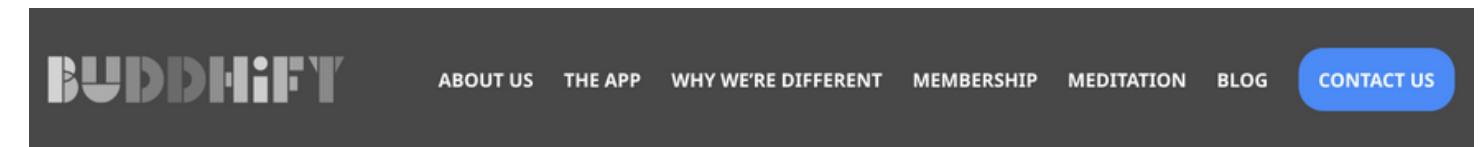
small Wireframe

Secondary button

Navbar e Footer 2.0 (desktop wireframe)

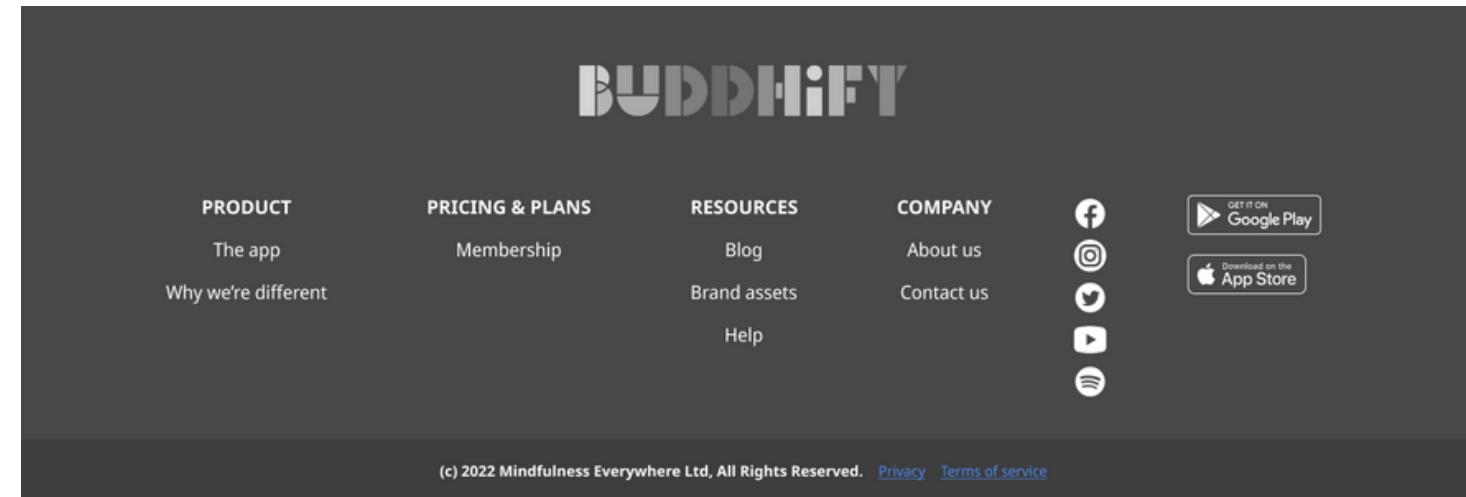
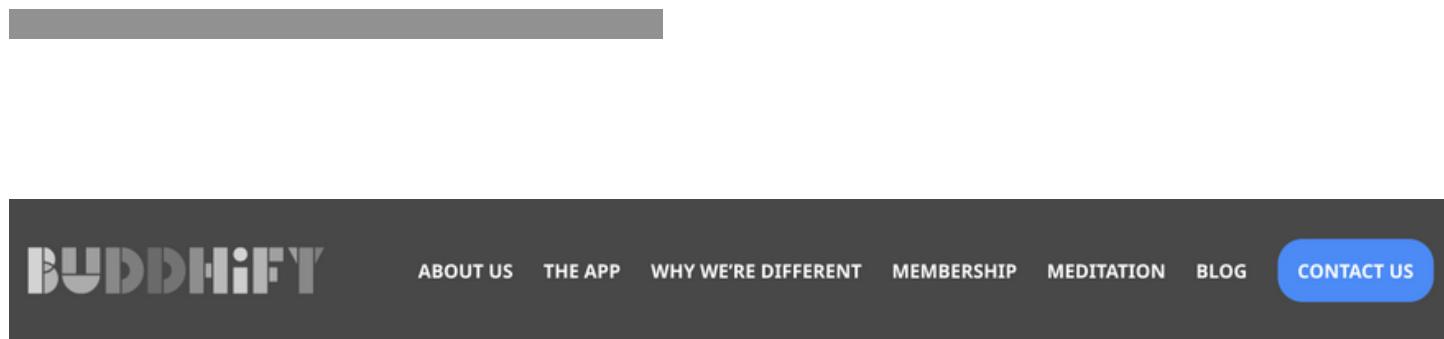


PRIMA



DOPO

Navbar e Footer 2.0 (desktop wireframe)



❶ Our story (prima nella *navbar*) e Our manifesto (prima nel *footer*) sono ora accorpate in un'unica nuova pagina **About us**.

❷ Aggiunta della nuova pagina **Meditation**.

❸ Aggiunta della nuova pagina **Contact us** (sotto forma di bottone).

❶ L'orientamento dei **social** è passato da verticale a orizzontale, con maggior margine tra le varie icone per aumentarne l'ariosità.

❷ Le struttura generale è ora più "snella" e immediata, grazie alla **suddivisione delle pagine per categorie** (evidenziate dalle etichette).

❸ **Privacy** e **Terms of service** sono diventati link (ex. pagine), spostati accanto alla didascalia del copyright, snellendo ulteriormente la struttura del footer.

CONTACT US (desktop wireframe)

- ❖ E' stato aggiunto un po' di "calore" e "colore" alla pagina attraverso una **foto del Team**, anche per ricordare all'utente che ci sono delle persone dietro a una pagina di contatti.
- ❖ Si è creato un blocco con **due CTA** (*Check our Help* e *Browse our kit*) con cui reindirizzare l'utente alle pagine *Help* e *Brand Assets*, attuando un percorso di *self-care* che alleggerisce la mole di mail in arrivo tramite *contact form* e per spronare lo stesso utente a trovare autonomamente alcune risposte, senza tempi d'attesa dal *Customer Service*.
- ❖ E' stato piazzato un **contact form** in fondo alla pagina, per richieste specifiche o per quelle risposte che l'utente non ha reperito in autonomia nel suo percorso di *self-care*.



Visualizza qui i
wireframe completi

MEDITATION (desktop wireframe)

- ❖ Sono stati implementati i **filtri a lato della pagina**, divisi in gruppi, con cui poter scegliere e orientarsi tra le numerose meditazioni.
- ❖ La **CTA "Play"** distingue le meditazioni *Freemium* da quelle che prevedono la *Membership* (**CTA "Become a Member"**), permettendo così di praticarle subito.
- ❖ E' stata creata la **pagination** in fondo alla pagina.



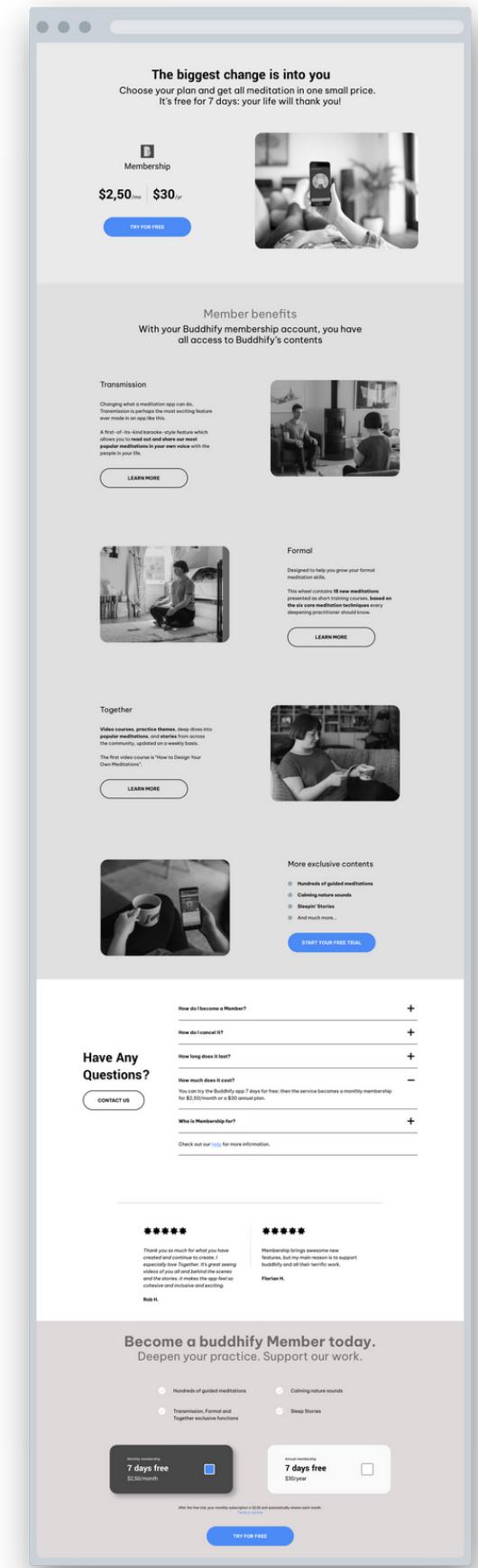
The wireframe shows a clean, organized layout for a meditation platform. It includes a sidebar with filtering options for different categories like 'Meditations', 'Activity', and 'Difficulty'. Each meditation card displays a preview image, the name of the session, its duration, and its level of difficulty. Buttons for 'Play' and 'BECOME A MEMBER' are placed next to specific cards. A navigation bar at the bottom allows users to switch between pages.

MEMBERSHIP (desktop wireframe)

- ❖ E' stata posta attenzione (sia nella *Hero* che nell'ultimo blocco prima del *Footer*), attraverso una chiara **distinzione di prezzo**, al fatto che l'abbonamento può essere mensile o annuale.
- ❖ Le **CTA primarie "Try for free"** permettono di sottoscrivere l'abbonamento.
- ❖ Si è dedicato un blocco (**Member benefits**) alla descrizione delle funzioni principali e dei vantaggi del servizio in abbonamento (con le **CTA secondarie "Learn more"** che **rimandano ai vari approfondimenti**).
- ❖ E' stato aggiunto un piccolo blocco **FAQ**, con anche un **link help** che indirizza all'omonima pagina.



Visualizza qui i
wireframe completi



BUDDHIFY NEWSLETTER

(desktop wireframe)

- ❖ La sezione si troverà posizionata **in fondo alla pagina *About us***.
- ❖ Sono stati creati **due blocchi verticali differenti** (testo e immagine), in modo da analizzare le due diverse opzioni che offre l'iscrizione alla newsletter.
- ❖ Le **CTA "Join our newsletter"** conducono direttamente l'utente al form della newsletter per l'iscrizione.



The wireframe shows a landing page for a newsletter. At the top, there's a header section with the text "A newsletter for your growth" and "Two basic components to your successful meditation". Below this is a "Stats and Progress" section with a list of items:

- Weekly report
- Suggested meditations on your level
- Goals updates
- Meditations stats

A blue "JOIN OUR NEWSLETTER" button is located below the stats section. To the right of the stats section is a small image of a hand holding a smartphone displaying a circular meditation timer. Further down the page is another image showing a person's hands holding a smartphone. On the right side, there's a "Buddhify extra" section with a list of items:

- Exclusive content
- New guided meditation every week
- Latest news about the world of Meditation
- Special blog posts
- Libraries of nature sounds
- Sleepin' stories

A second blue "JOIN OUR NEWSLETTER" button is at the bottom of this section.



Visualizza qui i
wireframe completi

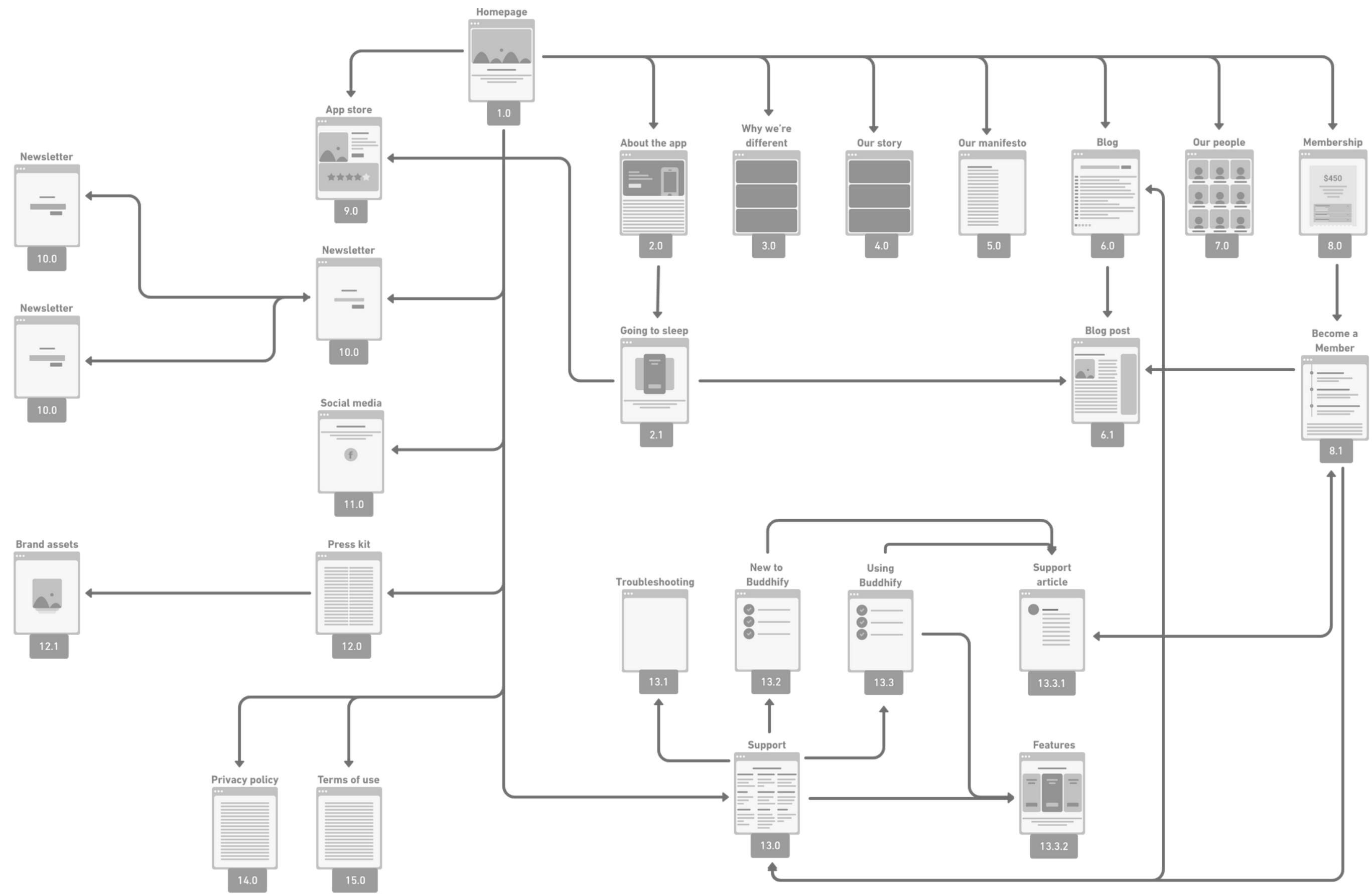
NEWSLETTER FORM (desktop wireframe)

- ❖ Il form si troverà posizionato **in fondo alla homepage**.
- ❖ E' stata implementata una **checklist** con cui l'utente può scegliere (una sola opzione oppure entrambe) quali contenuti vorrebbe ricevere nella sua newsletter, sulla base dei propri bisogni e obiettivi.
- ❖ E' presente la **checkbox** della *Privacy policy*.
- ❖ La CTA primaria "**Subscribe**" permette all'utente di iscriversi alla newsletter.
- ❖ La CTA secondaria "**Learn more**" conduce alla pagina *About us* per approfondire nel dettaglio i contenuti della newsletter.

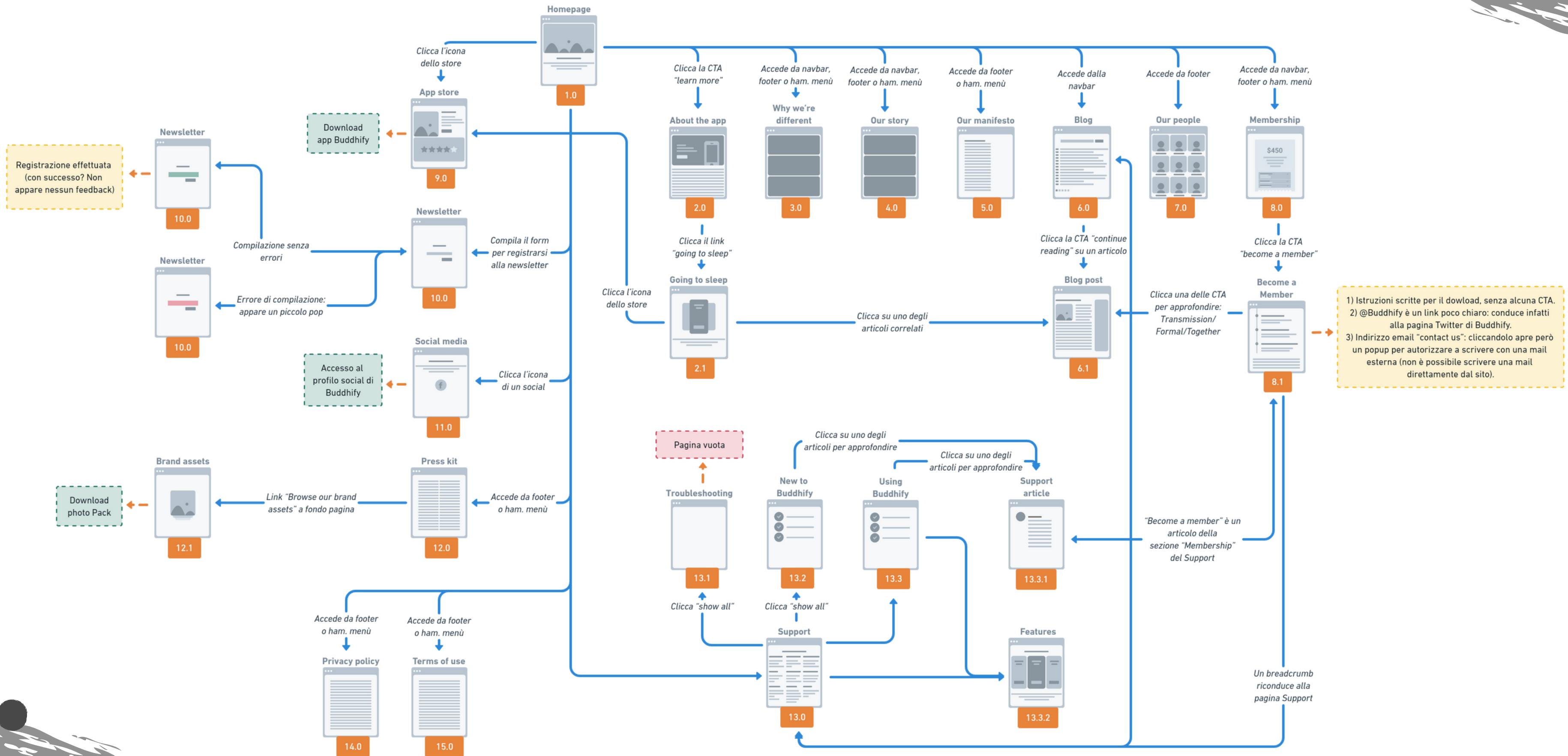


Visualizza qui i
wireframe completi

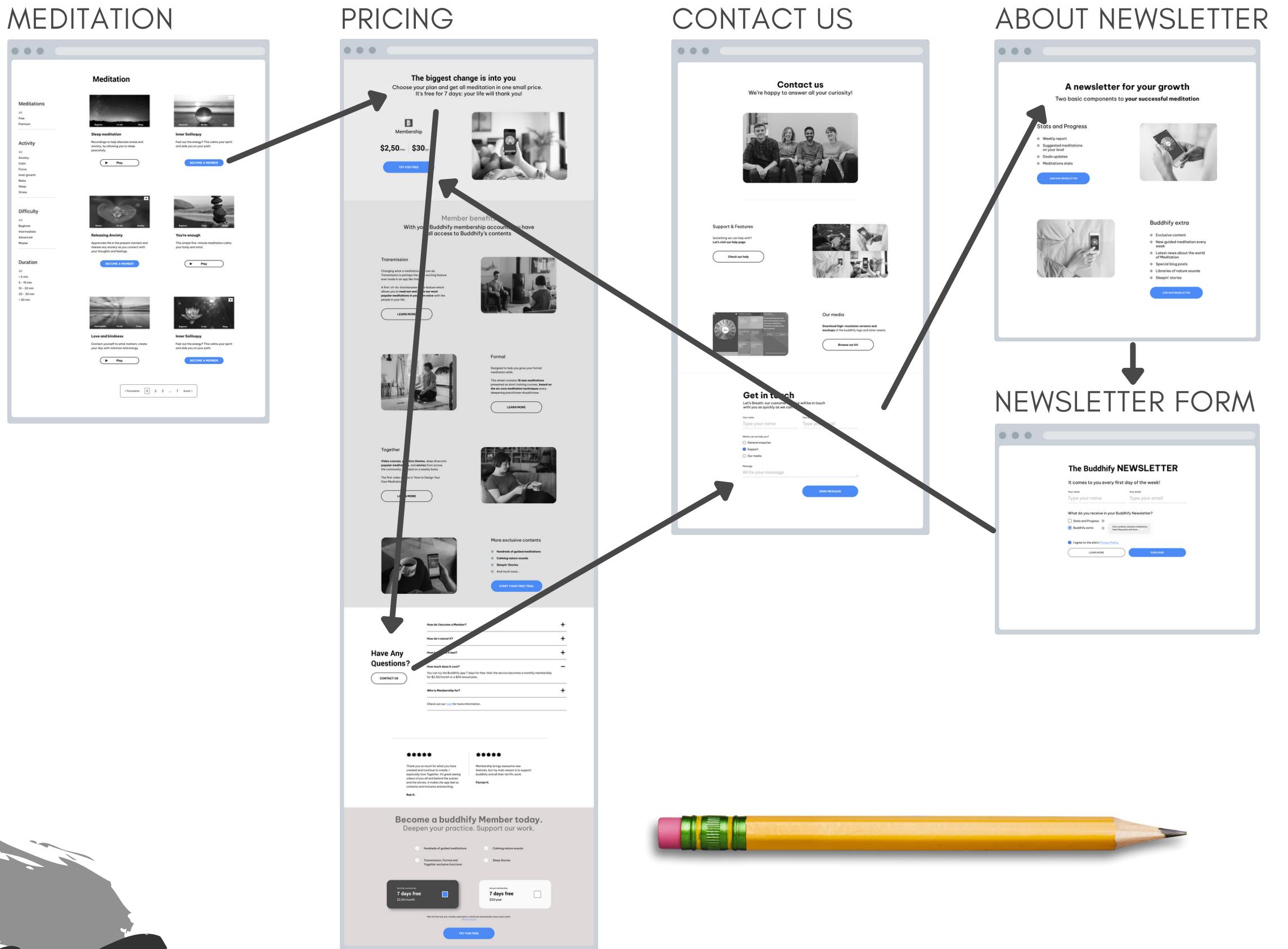
USER FLOW



USER FLOW



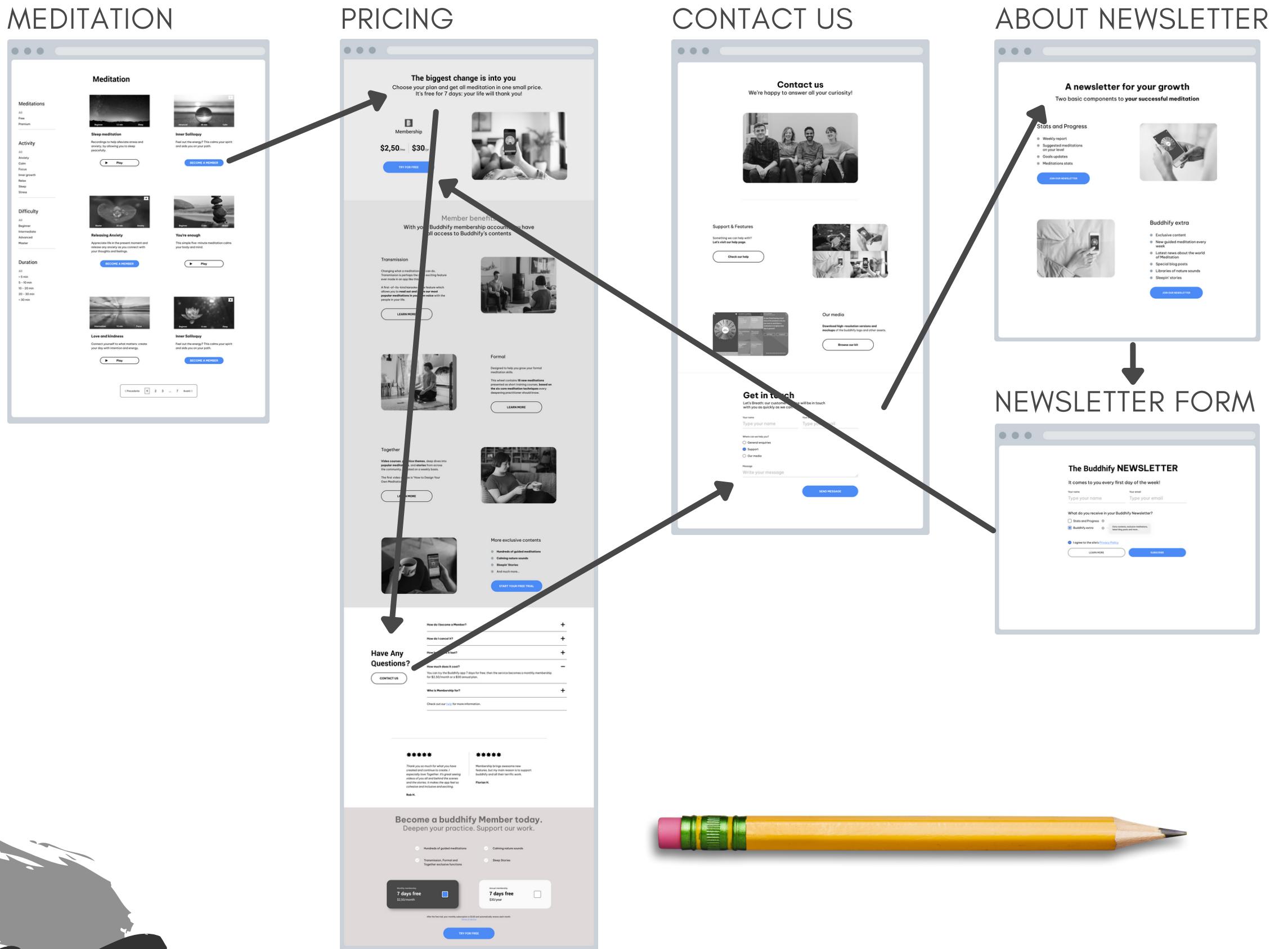
WIREFLOW



L'utente vuole registrarsi ad un'app di meditazione:

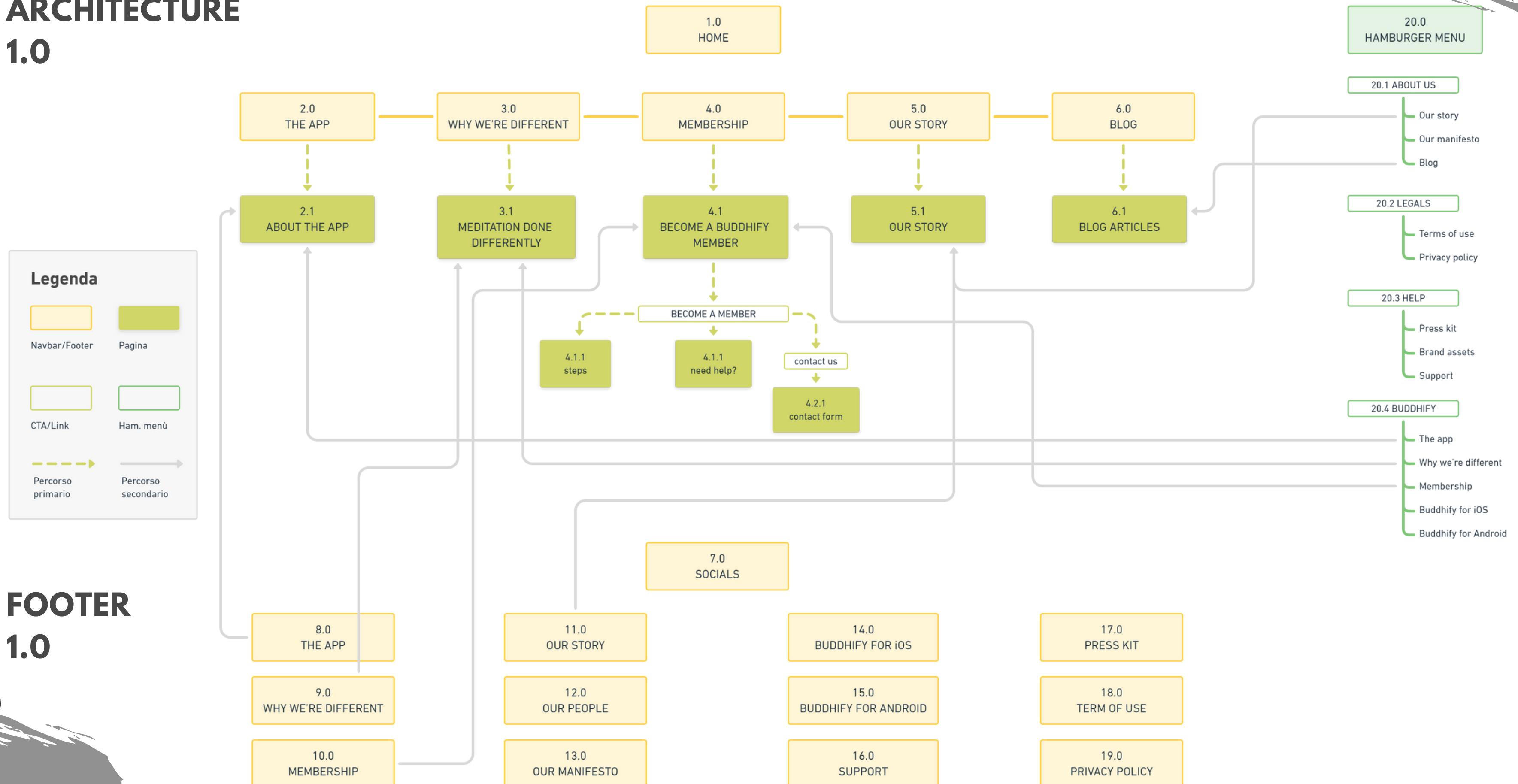
- Tramite Ad su Instagram ("Start your meditation now!") accede alla pagina **Meditation**.
- Dopo un paio di meditazioni *freemium* decide di iscriversi al servizio, verificando prima il costo.
- Tramite la CTA *Become a member* atterra nella pagina **Membership**.
- Dopo averla analizzata nel dettaglio, vorrebbe capire se l'app offre il monitoraggio dei progressi.
- Tramite la CTA *Contact us* atterra nella pagina **Contact us**.
- Invia i suoi dubbi all'azienda tramite **contact form**.

WIREFLOW



- Il customer service gli spiega che attraverso la newsletter è possibile tenere traccia delle statistiche.
- Decide quindi di seguire il consiglio e di approfondire i **contenuti della newsletter** (nella pagina *About us*).
- L'opzione **Stats and Progress** è esattamente quello che cercava per monitorare con costanza i propri progressi nella meditazione.
- Si è convinto e finalmente **decide di registrarsi al servizio Premium** tramite abbonamento mensile.
- Torna alla pagina *Membership*, stavolta **cliccando sulla CTA Try for free** e completando la registrazione verso il *Payment form*.
- ...

INFORMATION ARCHITECTURE 1.0



FOOTER 1.0

INFORMATION ARCHITECTURE 1.0

1.0 HOME

In blocchi: header con CTA del download dell'app per iOS e Android, anteprima della meditation wheel, video promozionale, recensioni, "dicono di noi", ancora CTA (stesse della header), sintesi su alcune sezioni del sito, newsletter, socials.

2.0 THE APP

Panoramica generale sulle funzioni dell'app: tipi diversi di meditazione, personalizzazioni, timer interno, modalità di condivisione, sezione dedicata ai bambini (Buddhify Kids) e altre funzionalità varie.

3.0 WHY WE'RE DIFFERENT

USP e punti di forza.

4.0 MEMBERSHIP

Vantaggi e funzionalità esclusive sul "diventare member", tra cui le funzioni Transmission, Formal e Together. E' presente anche un piccolo blocco che, tramite dropdown, mostra i prezzi della membership in diverse valute.
In fondo alla pagina abbiamo una sezione FAQs con le risposte alle domande più comuni relative alla membership, seguita da un link "Get in touch".

5.0 OUR STORY

Storia di Buddhify e di come è stata concepita dal fondatore.

6.0 BLOG

Numerosi blog post suddivisi in categorie, selezionabili tramite un dropdown menù.

FOOTER

1.0

7.0 SOCIALS

Link a pagina Instagram, Facebook, Twitter e YouTube.

8.0 THE APP

Stessi contenuti della sezione 2.0.

9.0 WHY WE'RE DIFFERENT

Stessi contenuti della sezione 3.0.

10.0 MEMBERSHIP

Stessi contenuti della sezione 4.0.

11.0 OUR STORY

Stessi contenuti della sezione 5.0.

12.0 OUR PEOPLE

Persone che compongono i vari team di Buddhify (i team sono suddivisi in: core team, wider team e teachers).

13.0 OUR MANIFESTO

SDC (Sistema Di Credenze) e Vision di Buddhify.

14.0 BUDDHIFY FOR iOS

Link all'App Store.

15.0 BUDDHIFY FOR ANDROID

Link al Play Store.

16.0 SUPPORT

Sezione dedicata al supporto degli utenti e alla spiegazione delle principali funzionalità dell'app.

17.0 PRESS KIT

Sezione con brevissime descrizioni sull'app e alcuni indirizzi email di contatto (è presente anche un link che rimanda alla sezione Brand assets).

18.0 TERM OF USE

Termini e condizioni legali che regolano il rapporto tra cliente e brand.

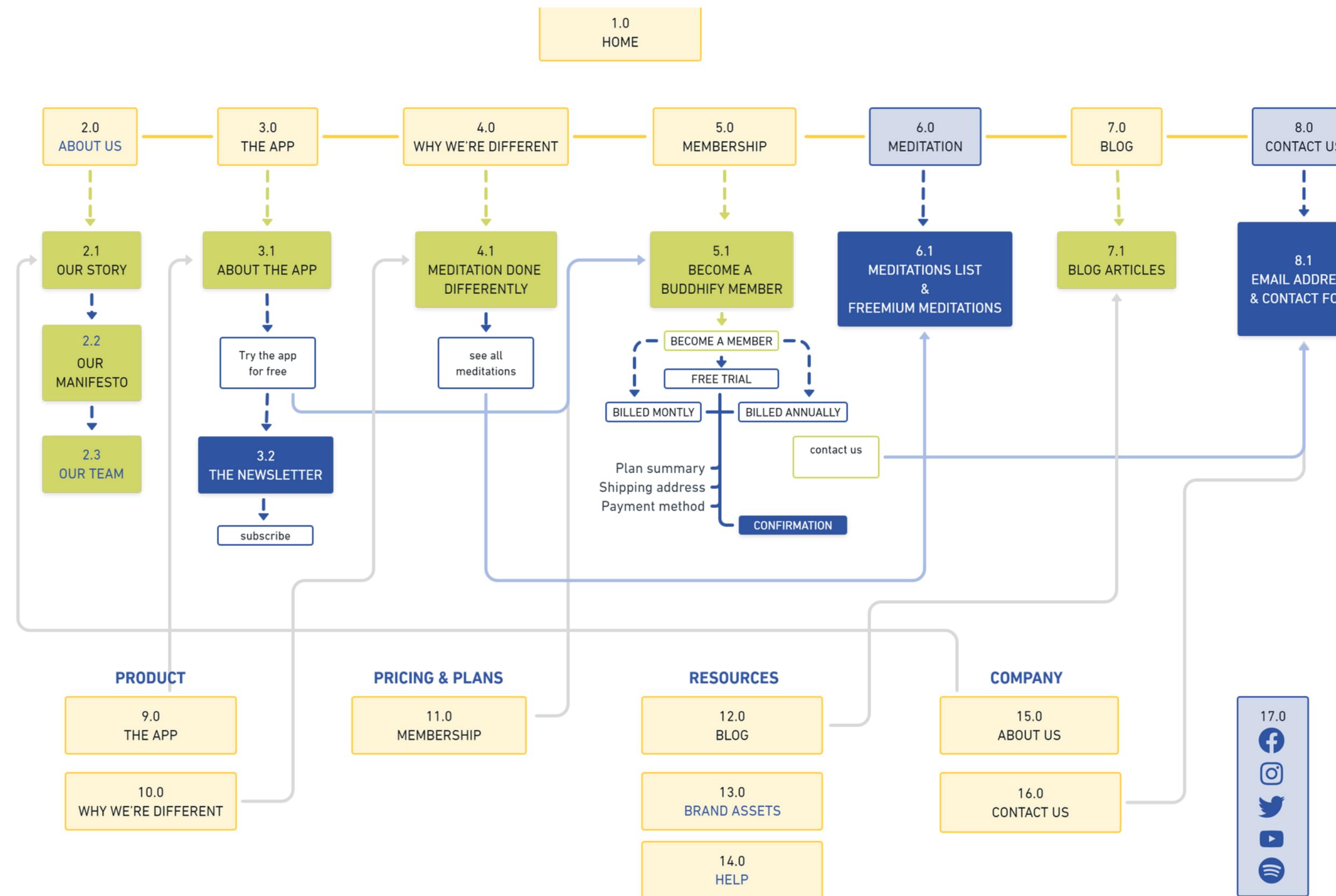
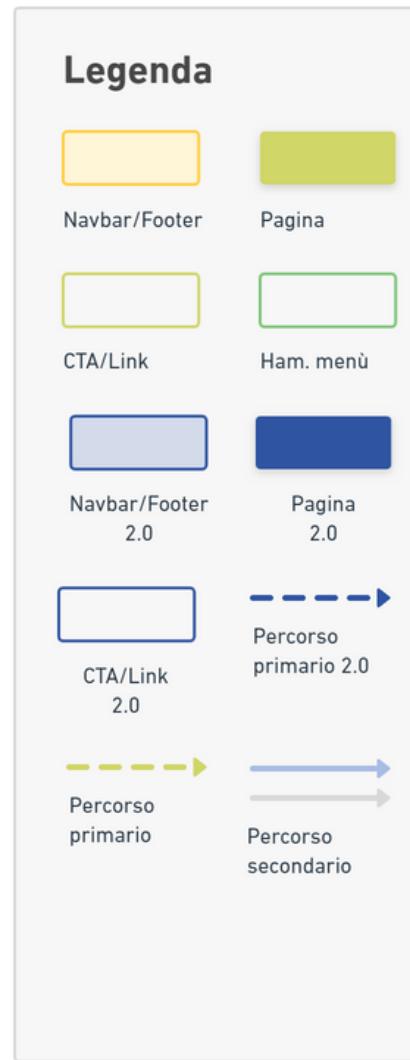
19.0 PRIVACY POLICY

Documento che informa l'utente sul trattamento dei suoi dati personali.

20.0 HAMBURGER MENU

Comprende le macro-sezioni del sito: About Us, legals, help e Buddhify. (Da notare che la voce "Brand assets" è consultabile solamente dall'hamburger menù e comprende la possibilità di scaricare vari mock-ups, icone, loghi e foto).

INFORMATION ARCHITECTURE 2.0



FOOTER 2.0

INFORMATION ARCHITECTURE 2.0

2.0 ABOUT US

I tre blocchi *Our Story* (ex 5.1 e 11.0), *Our Manifesto* (ex 13.0) e *Our Team* (ex *Our People* 12.0), ora sono riuniti in una sezione comune sull'azienda e sui suoi valori (sotto lo stesso stile visuale).

3.0 THE APP

Ex 2.0, presenta in fondo alla pagina una CTA che rimanda a *Pricing* (ex *Membership*) per il free trial. Viene anche spiegato il contenuto della newsletter, con possibilità di iscrizione diretta.

4.0 WHY WE'RE DIFFERENT

Ex 3.0, presenta in fondo alla pagina una CTA che rimanda alla nuova sezione *Meditation*.

5.0 MEMBERSHIP

Ex 4.0, implementa una prova gratuita del servizio per 7 giorni, con l'aggiunta di un piano mensile di abbonamento. Ora è anche possibile pagare direttamente all'interno del sito.

6.0 MEDITATION

Nuova sezione del sito che comprende un elenco di tutte le meditazioni. Sono ora raggruppabili tramite filtro. Alcune meditazioni sono freemium, praticabili subito senza abbonamento.

8.0 CONTACT US

Nuova sezione che raggruppa in modo chiaro, ordinato e immediato tutti i vari indirizzi email. E' ora presente anche un contact form.

FOOTER 2.0

(E' cambiata la disposizione generale delle pagine, suddivise ora tramite etichette).

(Le CTA testuali sono state sostituite da icone dei relativi Store, più chiare e individuabili).

(Dato l'eccessivo scrolling durante la navigazione, è stato implementato un bottone TOP per tornare rapidamente in cima alla pagina)

13.0 BRAND ASSETS

Incorpora la precedente sezione *Press kit* (ex 17.0). E' ora facilmente raggiungibile.

14.0 HELP

Nuova sezione che raggruppa, assieme alla precedente sezione *Support* (ex 16.0), anche un blocco FAQ generale.

17.0 SOCIALS

Alle icone già presenti è stato aggiunto un link a *Spotify*, dato che il brand possiede audio e podcast sulla piattaforma.

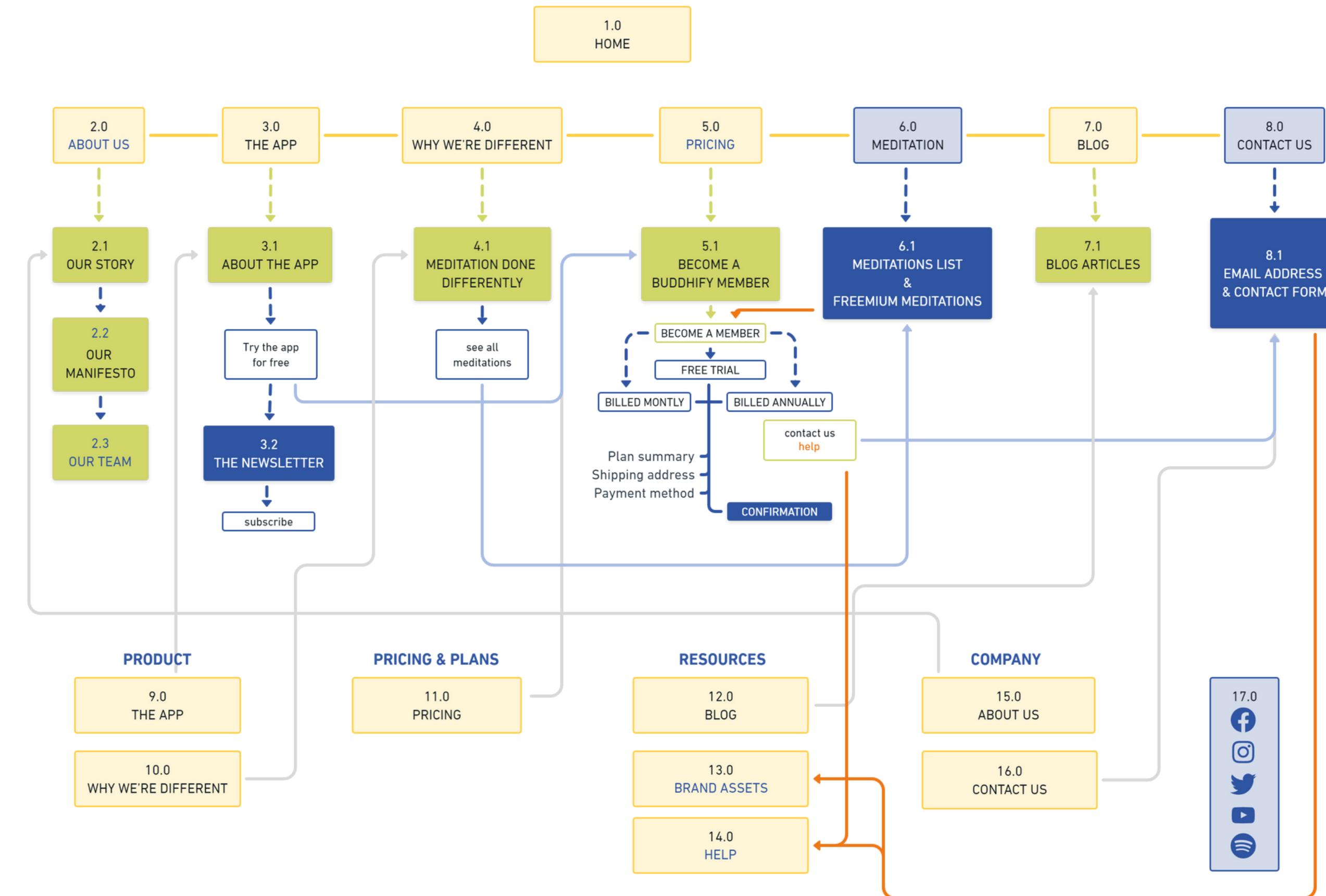
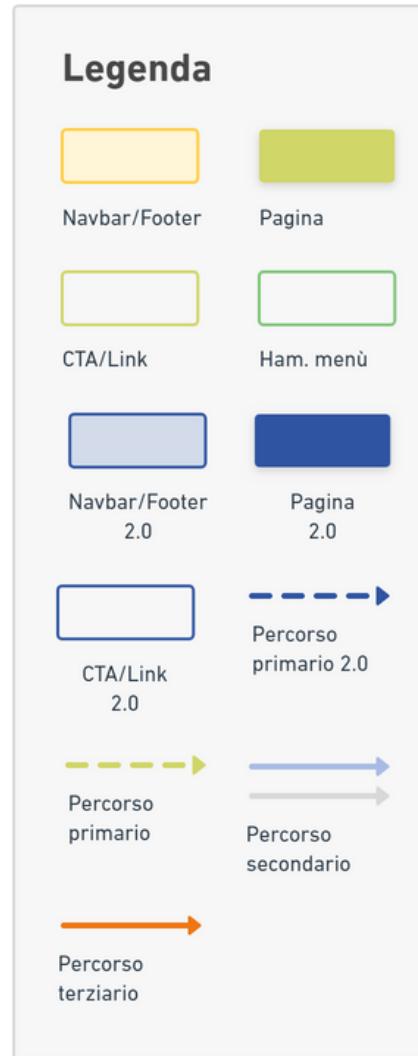
18.0 PRIVACY

Ex 19.0, ora è posto accanto al copyright del sito, assieme a *Term of Service*.

19.0 TERM OF SERVICE

Ex 18.0, ora è posto accanto al copyright del sito, assieme a *Privacy*.

INFORMATION ARCHITECTURE 3.0



FOOTER 3.0

INFORMATION ARCHITECTURE 3.0

Non sono stati apportati particolari stravolgimenti alla versione 2.0 del sito.

Alcune pagine hanno però integrato nuove CTA e link, creando così nuove connessioni nell'IA (nell'alberatura sono rappresentate in arancione).

HELP (*Membership*)

Oltre alla CTA che porta alla sezione *Contact us*, è presente ora anche un link "Help" che indirizza verso il blocco FAQ generale della sezione *Help*.

BECOME A MEMBER (*Meditation*)

Presente per tutte quelle pratiche che richiedono l'abbonamento a Buddhify. La CTA indirizza direttamente al *payment form*.

CTA (*Contact us*)

La CTA *Check our Help* conduce all'omonima pagina del sito. La CTA *Browse our kit* conduce alla pagina *Brand assets*.

Parte 1

WIREFRAMING DESKTOP
DEL SITO WEB BUDDHIFY



Visualizza qui i
wireframe completi

Parte 2

WIREFRAMING MOBILE
DEL SITO WEB BUDDHIFY

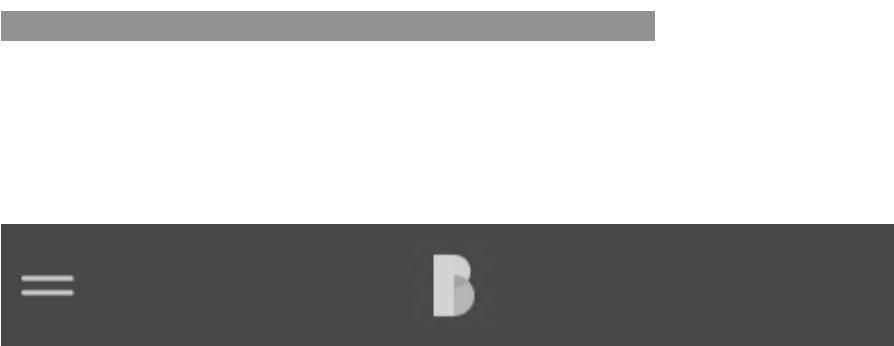


Visualizza qui i
wireframe completi

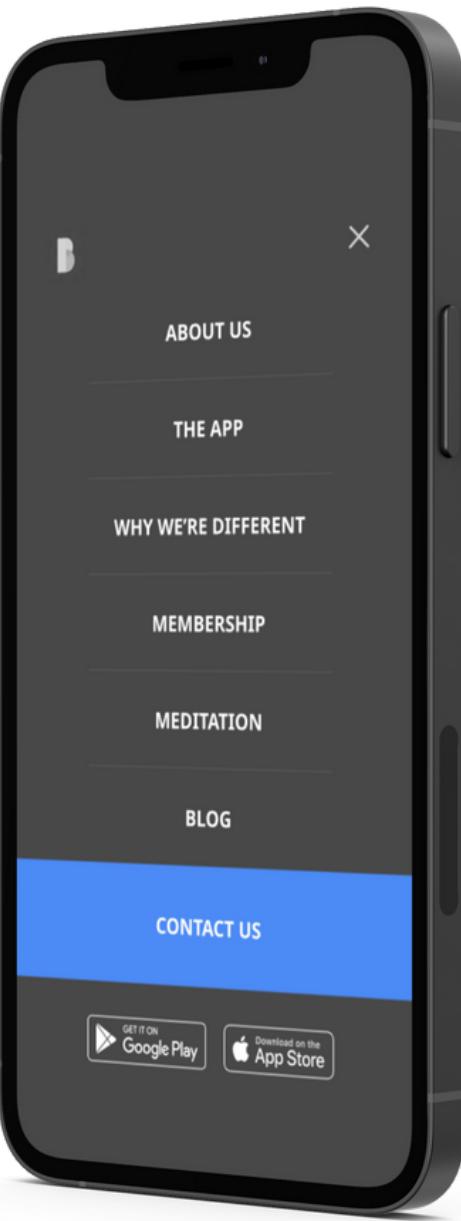
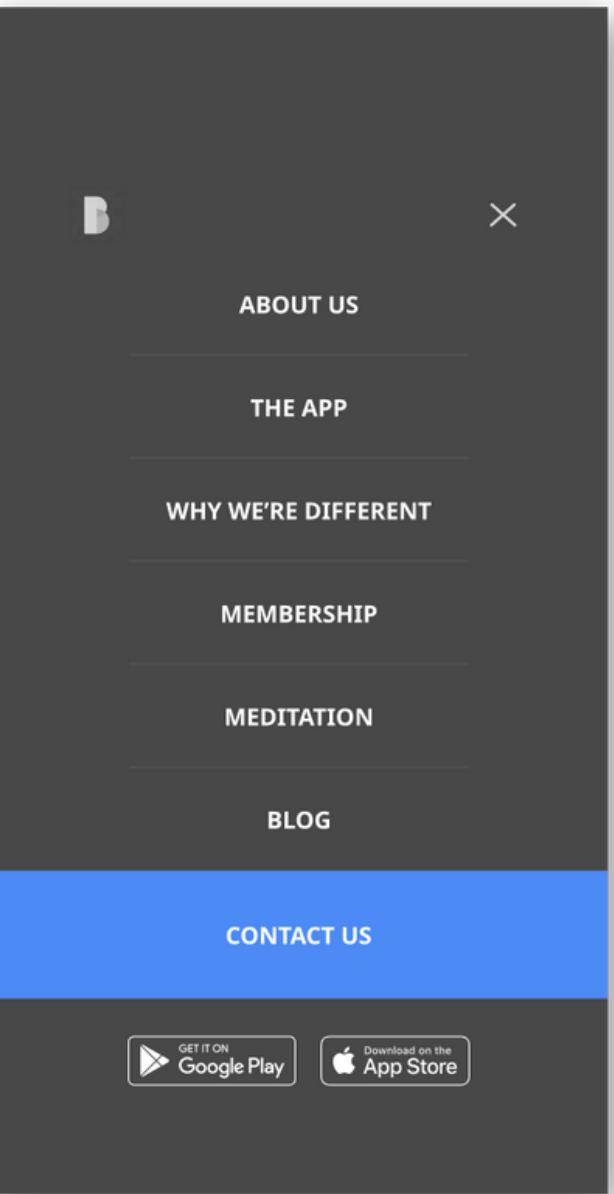


NAVBAR 2.0

(mobile wireframe)

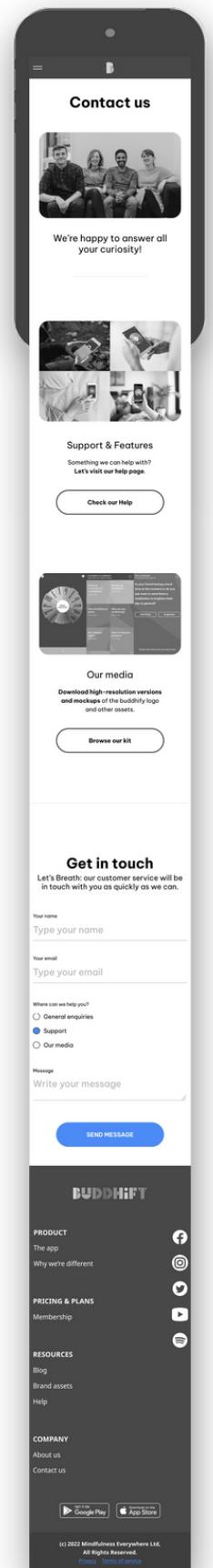


- ❖ La navbar ha uno stile molto *minimal*, con la sola presenza del **logo Buddify**, per tornare alla *homepage* da qualsiasi punto del sito, e di un **alt-burger menù**.
- ❖ L'**alt-burger menù aperto** occupa l'intera superficie dello schermo del device mobile; al suo interno contiene tutte le voci (a larghezza *full-width*) della navbar desktop, oltre alle due CTA (Google play e App store) per il download dell'app.



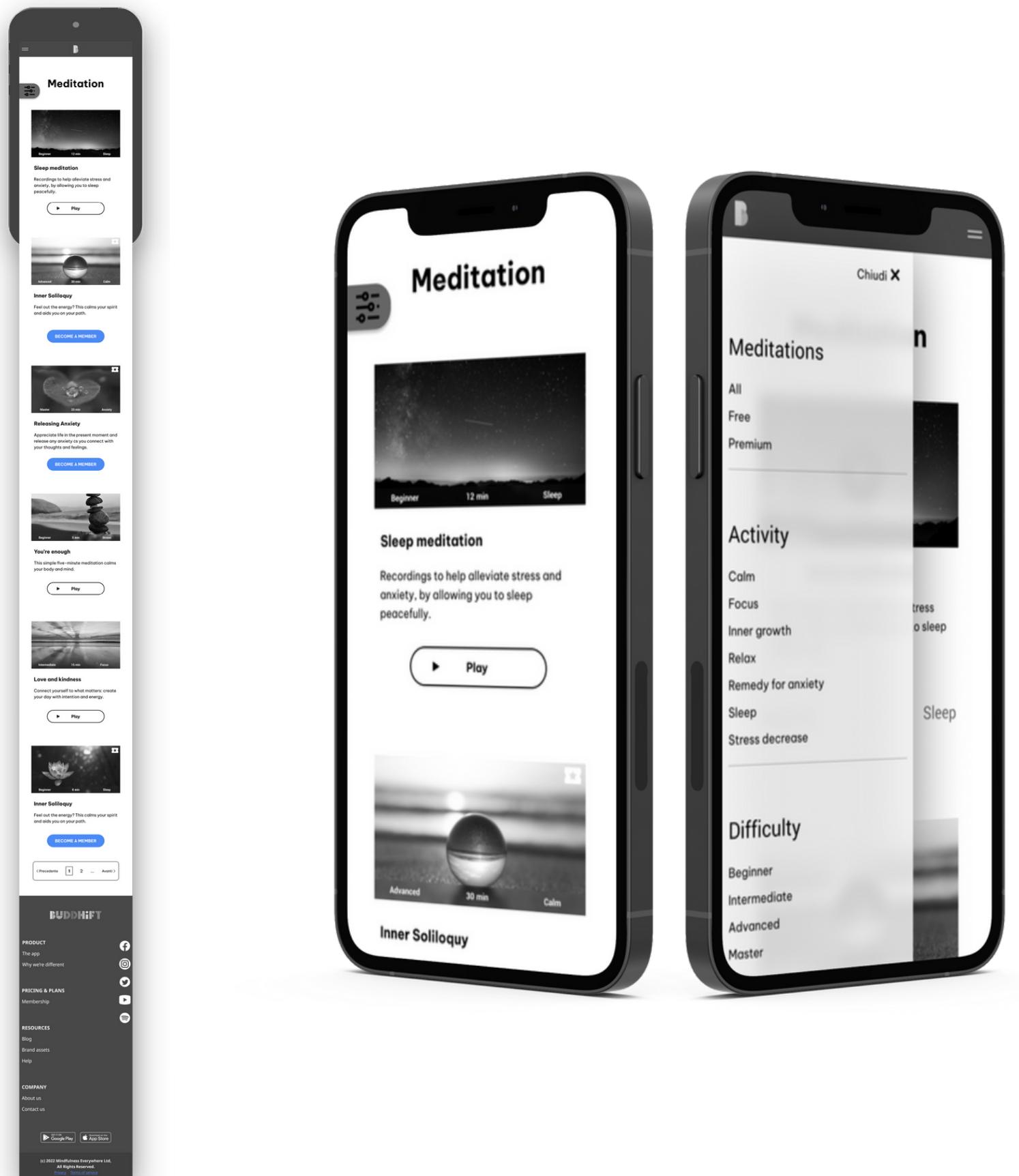
CONTACT US (mobile wireframe)

- ❖ Il percorso "**self-care**" dell'utente è ora un unico blocco verticale, con i contenuti allineati al centro.
- ❖ Il **contact form** si trova in fondo alla pagina, subito dopo il blocco "**self-care**".
- ❖ Le **CTA** sono state allineate al centro.



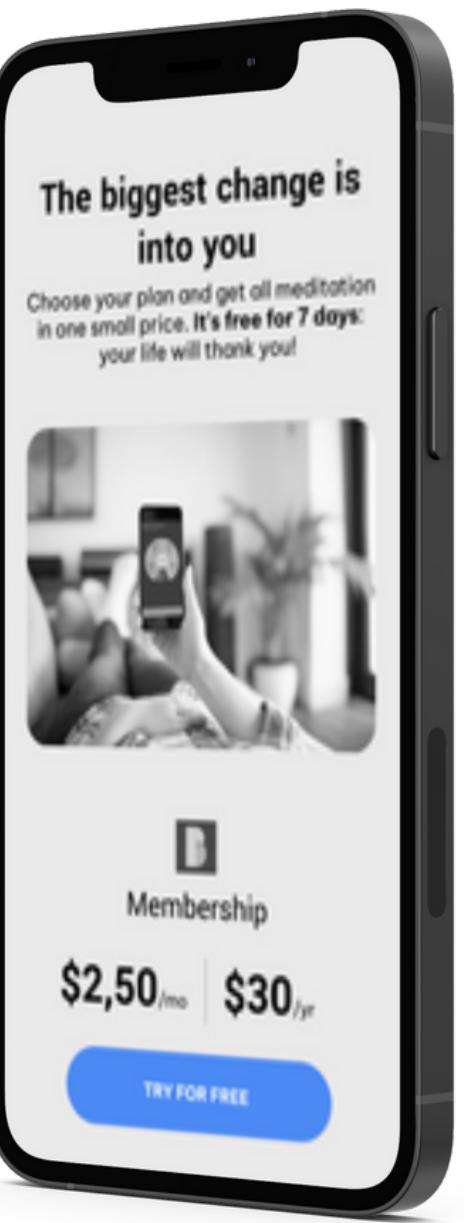
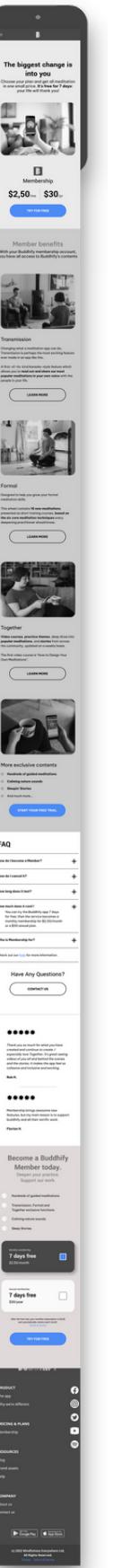
MEDITATION (mobile wireframe)

- ❖ La **struttura delle anteprime** delle varie meditazioni è stata aggiornata, passando da un'impostazione a griglia (desktop) ad una flexbox (*flex-direction: column*).
- ❖ E' stato implementato un **filter menù** (rappresentato da un'icona *slider*) con cui l'utente, tramite *tap* o *slide-right*, può rivelare i diversi gruppi di filtri.



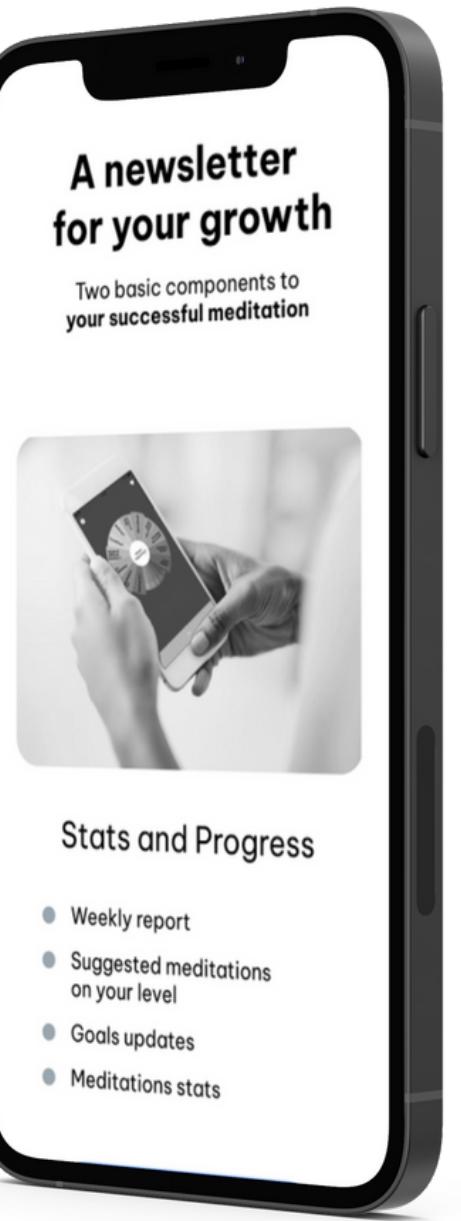
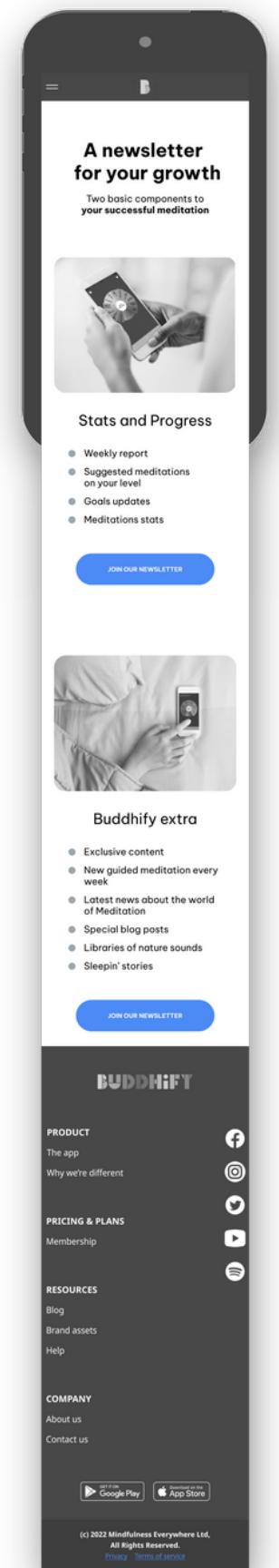
MEMBERSHIP (mobile wireframe)

- ❖ Il primo blocco "**Become a Member**" ("the biggest change is into you") è stato impostato a 100vh.
- ❖ E' stata aggiornata la *flex-direction* del blocco **Member benefits**, da *row* (desktop) a *column*.
- ❖ E' stata aggiornata la *flex-direction* del blocco **Reviews**, da *row* (desktop) a *column*.
- ❖ L'ultimo blocco "**Become a Buddhify member today**" è ora un'unica flexbox verticale (rispetto alla struttura a griglia della versione desktop).
- ❖ Tutte le **CTA** sono state allineate al centro.



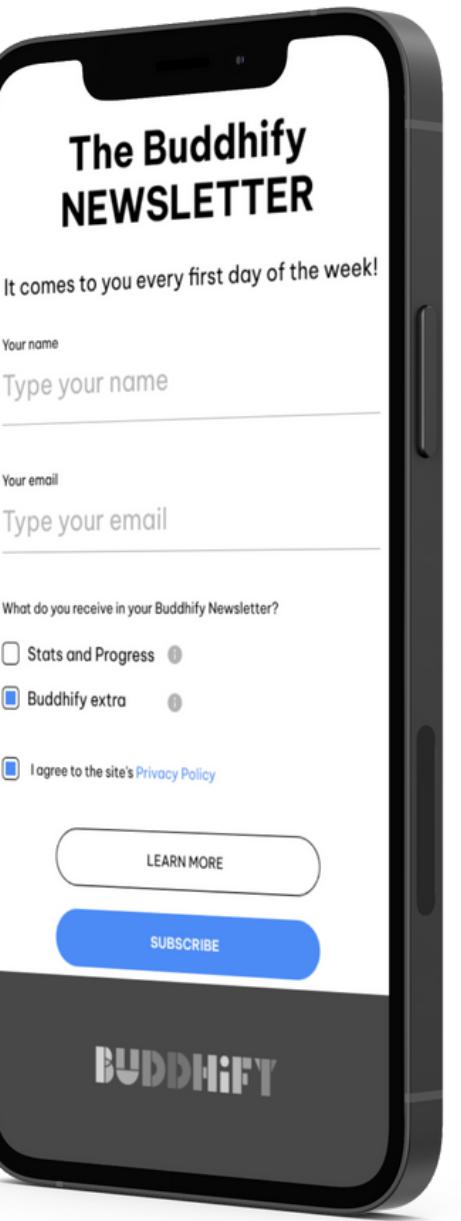
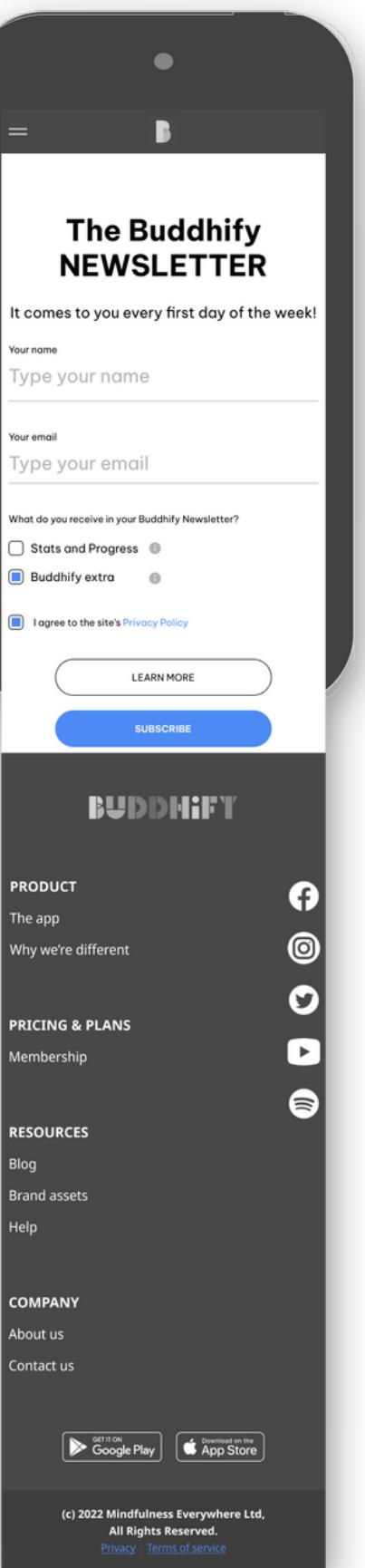
BUDDHIFY NEWSLETTER (mobile wireframe)

 L'intera sezione prevede i contenuti verticalmente in sequenza (*flex-direction: column*) e allineati al centro.



NEWSLETTER FORM (desktop wireframe)

- ❖ L'intera sezione prevede i contenuti verticalmente in sequenza (*flex-direction: column*) e allineati al centro.
- ❖ Le due CTA sono sovrapposte (rispetto alla versione desktop dove sono invece affiancate).





36px

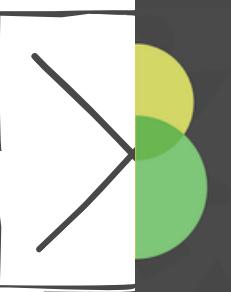
PROGETTO

WIREFRAMING

Grazie per
l'attenzione

→ 77px

↓ 40px



Alessio Nava