

PROGETTO DISCOVERY

Buddhify



Alessio Nava



Riepilogo parte 1

STEP 1

Raccolta delle informazioni sull'azienda, direttamente dai suoi principali canali di comunicazione, per indentificarne vision, values, USP, SBU (Strategic Business Unit), utilizzo delle tecnologie, implementazione dei propri servizi e, in generale, il modello di business.

STEP 2

Revisione del sito web in versione desktop e mobile per la valutazione della UX in termini di engagement, estetica e usabilità. Segue la creazione di sitemap (per comprendere la gerarchia delle informazioni), e panoramica descrittiva dei contenuti di ciascuna specifica sezione.

STEP 3

Analisi dei principali competitor del brand, accomunati da core values, touchpoints, attenzione agli utenti e servizi/funzionalità offerte.

(Comparativa effettuata attraverso l'analisi SWOT).

STEP 4

Studio del target principale tramite analisi dei social media del brand, reviews online, recensioni sul sito e valutazioni sugli store da cui è possibile scaricare l'app (iOS e Android).

Dai dati ottenuti è stato poi stilato un questionario di 17 domande (a risposta chiusa e multipla).

Riepilogo parte 1

DAL SONDAGGIO È EMERESO CHE:

- L'analisi ha visto coinvolta una maggioranza di donne (67%) rispetto agli uomini (33%), dove il 60% dei partecipanti è di età compresa tra i 18 e i 30 anni e appartiene alla categoria dei lavoratori (60%).
- Il **73%** si trova ad utilizzare (o ad aver già utilizzato) un'app di meditazione, con Calm (**46%**) e Headspace (**27%**) che costituiscono la fetta più ampia tra quelle scaricate dai partecipanti.
- La preferenza è schiacciante: l'80% infatti è solito meditare sul proprio smartphone.
- Analizzando il contesto in cui gli utenti preferiscono meditare, il sondaggio ha riportato che più della metà (53%) medita con più frequenza in casa, rafforzando il valore intimo che riveste questa pratica, allo scopo soprattutto di migliorare la qualità del sonno, diminuire l'ansia e aumentare il benessere personale; i momenti ideali sono la sera (40%) e appena svegli (33%).

- E' importante notare come l'80% dei partecipanti reputa importante che l'app utilizzata per meditare abbia anche un proprio website di riferimento: ciò conferma come oggigiorno sia fondamentale avere un proprio spazio sul web, utile sia per presentare e descrivere i servizi offerti sia a livello proprio di immagine e di *Branding* (74%), nonché per dare supporto all'utente in caso dovesse incontrare delle difficoltà nell'utilizzare un servizio (per inciso, il 47% preferisce un contatto email per comunicare un problema o un bisogno). Considerando anche la preferenza dello smartphone rispetto ad altri device, è consigliata una progettazione "Mobile first".
- Oggi online si combatte e si investono ingenti risorse per accaparrarsi una recensione positiva; ciò conferma anche il risultato del nostro sondaggio: per il 67% degli intervistati, infatti, scegliere un servizio piuttosto che un altro sulla base delle recensioni degli altri utenti è imperativo.
- I segreti di un buon sito web? Sulla base delle preferenze derivanti dall'analisi, un blog di qualità (di carattere informativo e ispirazionale), tutorial sulle funzioni più importanti di un'app o servizio (il 60% predilige il formato video) e una newsletter efficace e utile per l'utente (il 60% si definisce propenso ad iscriversi ad una newsletter che tenga traccia dei loro progressi nella meditazione).
- Infine, il 47% degli utenti è disposto a pagare un abbonamento di 10-12 Euro al mese per un'app di meditazione di qualità.

Update obiettivi

PERSONAS

1

L'analisi dei dati emersi dalla *survey* ha permesso di capire in quanti gruppi è possibile suddividere il target e come questi possono interagire con il website.

Questo conduce proprio alla creazione di 3 **Personas**, ognuna con *background*, *bisogni*, *aspettative* e *obiettivi* differenti.

Ogni *Persona* target è mossa da diverse motivazioni: si genera così uno **User Journey** personalizzato per ciascun gruppo.

3 profili differenti, 3 percorsi differenti: per ciascuno, si cerca di comprendere i possibili *Pain Points* che potrebbero influenzare in modo negativo l'esperienza del *viaggio*.

USER JOURNEY CUSTOMER JOURNEY



Update obiettivi

JOURNEY UPDATE

3

Come "approcciare" un *Pain Point*? Andrebbe eliminato del tutto? Andrebbe ridotto?

Sono entrambe valide possibilità, volte a migliorare la qualità della UX.

In questa fase si cerca di risolvere i *Pain Points*

In questa fase si cerca di risolvere i *Pain Points* individuati in ciascun *Journey*, proponendo delle **Features** che migliorino l'esperienza dell'utente durante l'interazione con il websitse.

Si ricostruisce poi, per ogni *Persona*, lo stesso scenario e *viaggio* con le opportunità emerse.

I pain points conducono alla necessità di aggiungere delle funzionalità; ecco che, a questo punto, si procede ad una prima modifica della IA originale (e delle varie pagine che la compongono).

4

SITEMAP

SERVICE
BLUEPRINT
(facoltativo)

Ora che la struttura è più chiara, si procede alla **Mappatura del servizio**, in modo tale da avere uno sguardo di insieme sul servizio offerto, nonché su tutte le attività *front* e *back* necessarie a renderlo operativo.

Questo confermerà (o meno) nell'utente la coerenza tra le sue aspettative di utilizzo del website e l'effettiva interazione con esso.

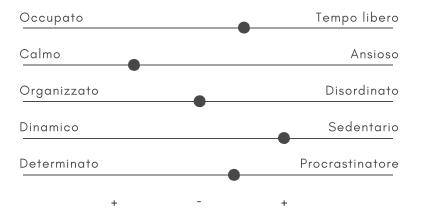


ANALISI EURISTICA, USER JOURNEY, FEATURES E SERVICE BLUEPRINT porteranno a nuove modifiche, anche alla stessa struttura interna del website Buddhify

ABOUT

Sedentario a causa di tante ore di studio, insieme ai videogame nel tempo libero; ha deciso così di iniziare a meditare. Dato che tende a rimandare le cose e ad abbandonarle se non nota riscontri, predilige tutti quei servizi che offrono un periodo di prova gratuito.

PERSONALITÀ



BISOGNI

- Periodo di prova.
- Servizio che offre la possibilità di un abbonamento mensile.
- Sezione video dedicata a tutorial di varie pratiche.

Pietro



"Voglio iniziare a meditare per non stare tutto il giorno seduto, ma non so di preciso che cosa dovrei provare, come mi dovrei sentire, qual è l'approccio corretto e come può aiutarmi a sentirmi meglio"

AGE 21

STATUS Impegnato

JOB TITLE Studente universitario

LOCATION Italia

NERD DIVERTENTE
PIGRO DISTRTATTO

GOALS

- Imparare a meditare.
- Coltivare una nuova abitudine.
- Migliorare il suo stile di vita.

APP PIU' USATE













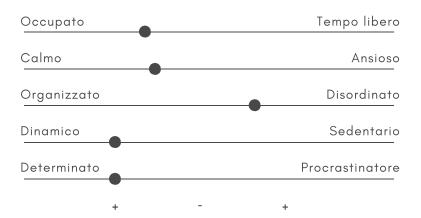
PAIN POINTS

- Non è consapevole dei benefici della meditazione.
- Vede la meditazione come un obbligo.
- Ligio allo studio, potrebbe non trovare la giusta costanza nel praticare.

ABOUT

E' per lei fondamentale essere sempre al top della forma: ecco perché considera necessaria anche un'ottima preparazione mentale. Vuole poter aggiornare periodicamente l'intensità delle meditazioni, andando sempre di pari passo con il suo livello.

PERSONALITÀ



BISOGNI

- Newsletter contenente i progressi fatti e le meditazioni consigliate per il suo livello.
- Pratiche suddivise in gradi di difficoltà.
- Accessibilità sotto la luce del sole.
- Modalità offline.

USER PERSONA



"Ho una forte etica del lavoro e adoro prendermi cura di me stessa, ma sono anche molto disordinata: voglio un'app che adatti la meditazione ai miei obiettivi professionali e personali, tenendomi aggiornata e organizzata sui progressi"

AGE 28

STATUS Single

JOB TITLE Kitesurfer professionista

LOCATION Australia

RESILIENTE EMPATICA

FORTE CONSAPEVOLE

GOALS

- Migliorare la performance.
- Avere una scheda per il suo "workout mentale", aggiornabile costantemente.
- Benessere ed equilibrio.

APP PIU' USATE





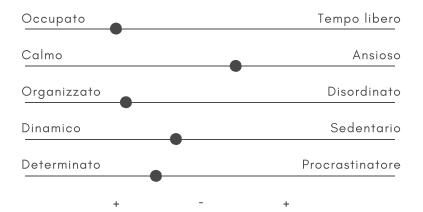


PAIN POINTS

- A volte diventa scostante nel praticare perché non trova meditazioni "alla sua altezza".
- Spesso si paga l'estetica dell'app e non la sostanza delle varie pratiche.

Imprenditrice di successo, si trova a gestire molte responsabilità sul lavoro. E' consapevole di **non avere molti momenti liberi** nella sua quotidianità e per questo cerca di ritagliare ogni giorno del tempo al proprio benessere. Appassionata di crescita personale, cerca **informazioni** su scopi e benefici della meditazione.

PERSONALITÀ



BISOGNI

- Blog post e guide dettagliate.
- Newsletter con approfondimenti, tips e articoli extra.

USER PERSONA

Elisabet



"Cerco di essere ogni giorno una persona migliore: per questo adoro informarmi online su tutto ciò che può aumentare il mio benessere interiore. Prediligo un servizio che mi permette di meditare, assieme ad un blog tematico di approfondimento"

AGE 45

STATUS Sposata

JOB TITLE Imprenditrice energie rinnovabili

LOCATION USA

RIGIDA

PERFEZIONISTA

LUNGIMIRANTE

COSTANTE

GOALS

- Riuscire a meditare con costanza, anche pochi minuti al giorno.
- Approfondire alcuni temi sul mondo della meditazione.
- Ridurre lo stress.

APP PIU' USATE









PAIN POINTS

- Difficoltà nello stabilire l'attendibilità delle fonti di un blog post.
- A volte acquisti "in-blind" un'app, senza conoscere l'effettiva durata delle singole meditazioni.

Pietro



SCENARIO

Pietro è in piena sessione d'esame ma, non sa come, si sente sempre stanco e irritabile. Gli viene fatto notare che il suo essere così sedentario e sempre sui libri è, in realtà, controproducente: cerca quindi in rete come meditare per la prima volta, per capire se possa fare per lui e se è davvero in grado di diminuire lo stress. Vorrebbe anche vedere qualche tutorial di meditazione.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Periodo di prova.
- Piano di pagamento mensile.
- Provare la meditazione attraverso qualche pratica di prova.

STAGE

AZIONI

Discovery

Ricerca online mirata

- 1. Cerca sul browser "app di meditazione economiche".
- 2. Clicca sull'articolo in cima ai risultati di ricerca, dal titolo "10 app più economiche per meditare da casa".
- **3.**Buddhify è una delle migliori nella classifica: decide quindi di cercarla e visitarne il sito.



Trovare un'app per imparare a **ASPETTATIVE** meditare per la prima volta

EMOZIONI

TOUCHPOINT



cerca il sito dopo averne letto info in un articolo online

ELETTRIZZATO



Website navigation

Guarda i servizi disponibili e cerca il prezzo dell'abbonamento

- 1. Accede al sito e va diretto alla sezione membership.
- 2.Ben presto si accorge che, oltre a non essere disponibile un abbonamento mensile, ma solo un piano annuale, non è neanche prevista la prova gratuita.

"E se dopo un mese mi annoio o mi accorgo che meditare non fa per me cosa faccio, butto 11 mesi!?"

A Poter scegliere un piano mensile in alternativa ad un abbonamento annuale

CONFUSO

Feedback

Ricerca di risposte precise

- 1. Apre una nuova pagina del browser per avere conferma che non è prevista una prova gratuita dell'app: attraverso una ricerca mirata "Has Buddhify free trial?", il risultato è uno sconsolante "No".
- 2. Torna sul sito, ritrovando la stessa risposta anche nella sezione FAQ in "membership".

"Questo significa che devo pagare da subito, senza poterla provare?"

Sapere se l'app prevede un periodo di prova gratuito

Refine

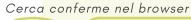
Analizza il sito per trovare qualche pratica, anche breve

- 1. Trova un paio di video (nella homepage e in *membership*), ma vedendo che non gli sono utili, nello stato emotivo in cui si trova ora, li chiude dopo pochi secondi.
- 2. Consapevole che l'app non gli può offrire quello che cerca, abbandona il sito.

"Nemmeno qualche breve pratica!?"

A Praticare subito qualche meditazione

SCOCCIATO









PAIN POINTS

OPPORTUNITÀ

X MANCA un piano mensile; solo annuale.

Q FORNIRE OPZIONE DI ABBONAMENTO

MENSILE.

X NO free trial.

Q IMPLEMENTARE UNA PROVA GRATUITA DI 7 GIORNI.

X NO pratiche freemium.

Q AGGIUNGERE ALCUNE BREVI PRATICHE GRATUITE.

Aloy



SCENARIO

Aloy è a ridosso della sua prossima competizione nel world tour. I suoi allenamenti continuano costantemente e si sente pronta fisicamente, ma vuole integrare alcune sessioni di meditazione alla sua normale routine. Ha già meditato in passato ed è determinata ad essere costante nel praticare; vorrebbe tenere traccia dei progressi, valutando di giorno in giorno sessioni sempre più efficaci.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Possibilità di scegliere le pratiche in base al suo livello.
- Monitorare e gestire i progressi.

STAGE

AZIONI

Discovery

Ricerca mirata online e Social discovery

- 1. Trascorre un po' di tempo su Instagram al termine dell'allenamento quotidiano.
- 2. Avendo cercato giorni prima alcune informazioni sui benefici della meditazione, le compare nel feed un post sponsorizzato di Buddhify.

"Instagram mi legge nel pensiero! Chiedo agli altri se hanno mai usato Buddhify"

Cercare un'app di meditazione da affiancare ai workout quotidiani



Sharing & Feedback

Condivide la scoperta con altri atleti

- Parla con altri partecipanti al world tour: alcuni di loro l'hanno provata e gli è stata utile.
- 2. Decide a questo punto di visitare il sito.

"Le premesse sono positive. Voglio dare un'occhiata!"

Ricevere consensi e consigli positivi



Website navigation

Cerca se è possibile monitorare le statistiche

- **1.** Accede al website e in fondo alla homepage trova un piccolo form per registrarsi alla newsletter.
- 2. Non trova info sul suo contenuto, deducendo che sia una semplice newsletter su informazioni, tips e "news" legate al mondo della meditazione.
- **3.**Inizia a guardare un po' per tutto il sito, anche in *FAQ*, ma nulla a riguardo del monitoraggio delle statistiche.

"Non mi vengono comunicati i progressi che faccio?"

Possibilità di tenere sott'occhio i suoi progressi attraverso delle statistiche

Research & Download

Analizza i diversi tipi di meditazione e procede a scaricare l'app dallo Store

- **1.** Nota sia nella sezione "the app" che dalle immagini della wheel un buon numero di pratiche, divise per categorie.
- **2.** Dal sito non riesce a capire se può sceglierle in base al suo livello e ai progressi che farà.
- **3.**Decide comunque di procedere al download per provarla, anche se non è pienamente convinta.

"Boh, proviamola, ma non so se più avanti potrò fare meditazioni più impegnative"

Scegliere pratiche che si adattano sempre al suo livello

EMOZIONI

ASPETTATIVE

PENSIERI

TOUCHPOINT



Dopo spons. Instagram, cerca consensi; poi visita il sito





CTA per App store

11011 0011111111

download app











PAIN POINTS

OPPORTUNITÀ

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

Q CREARE REPORT CON STATISTICHE.

X Pratiche NON RAGGRUPPATE per livello di difficoltà.

Q SUDDIVIDERE LE PRATICHE IN GRUPPI.

Elisabet



SCENARIO

Elisabet si sveglia prima al mattino per avere a disposizione un po' di tempo da dedicare a se stessa. Ha bisogno di praticare uno/due meditazioni, per iniziare col piede giusto la giornata, per poi riservare qualche minuto alla lettura, soprattutto di articoli legati ai benefici di yoga e meditazione. Ha già visitato Buddhify quando non era ancora imprenditrice, trovandosi abbastanza bene, quindi valuta di iscriversi nuovamente.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Meditazioni brevi.
- Approfondimenti e articoli sulla meditazione.

STAGE

AZIONI

PENSIERI

ASPETTATIVE

EMOZIONI

Research

Controlla il sito a distanza di tempo

1. Entra sul sito dal laptop aziendale: accedendo alla sezione Why we're different si ricorda come Buddhify è pensata per le persone che hanno poco tempo libero.

"Magnifico, così la mattina posso fare anche più di una pratica"

Poter praticare meditazioni brevi

accesso al sito da laptop tramite ricerca diretta

COMPIACIUTA

Refine

Utilizza il menù a tendina per filtrare i blog post

- 1. Accede alla sezione blog e trova davvero molti articoli.
- 2. Entusiasta, filtra gli articoli dal menù a tendina, anche per vedere da quali categorie è composto.
- **3.** Apre qualche articolo per esaminarne la struttura: le informazioni sono generalmente interessanti.

"Contenuti gradevoli; forse mi aspettavo più articoli di carattere scientifico"

Consultare articoli e guide di approfondimento

Contact Customer Service

Chiede informazioni sui blog post e sul contenuto della newsletter

- 1. Nota che non c'è una pratica sezione dedicata specificatamente ai contatti.
- 2. Prova ad entrare nella sezione support e lì trova un indirizzo mail, ma non è stato immediato per lei raggiungerlo.
- 3. E' un po' esitante perché ha visto diversi indirizzi mail da quando è nel sito.
- 4. Copiato l'indirizzo sulla sua posta elettronica, richiede info su blog post e sul contenuto della newsletter.

"Avrò scelto l'indirizzo email corretto?"

🛎 Avere risposta ai suoi dubbi in tempi brevi

Answers & Download

Clicca la CTA che la reindirizza allo Store.

- 1. Il servizio clienti è stato trasparente, chiarendo di non essere dei ricercatori scientifici e di non volere improvvisarsi tali perché hanno a cuore i problemi degli utenti.
- **2.** Ha anche confermato che la newsletter comprende blog post e tips extra riguardanti la meditazione.
- **3.**Ha apprezzato i valori e i servizi offerti: decide dunque di scaricare l'app.

"Ouindi con la newsletter ho dei contenuti extra! Mi iscrivo"

Scaricare l'app velocemente

DUBBIOSA

richiesta di info sulla newsletter tramite email



risposta dal customer service











download app

PAIN POINTS

TOUCHPOINT

OPPORTUNITÀ

X MANCA una sezione Contatti chiara.

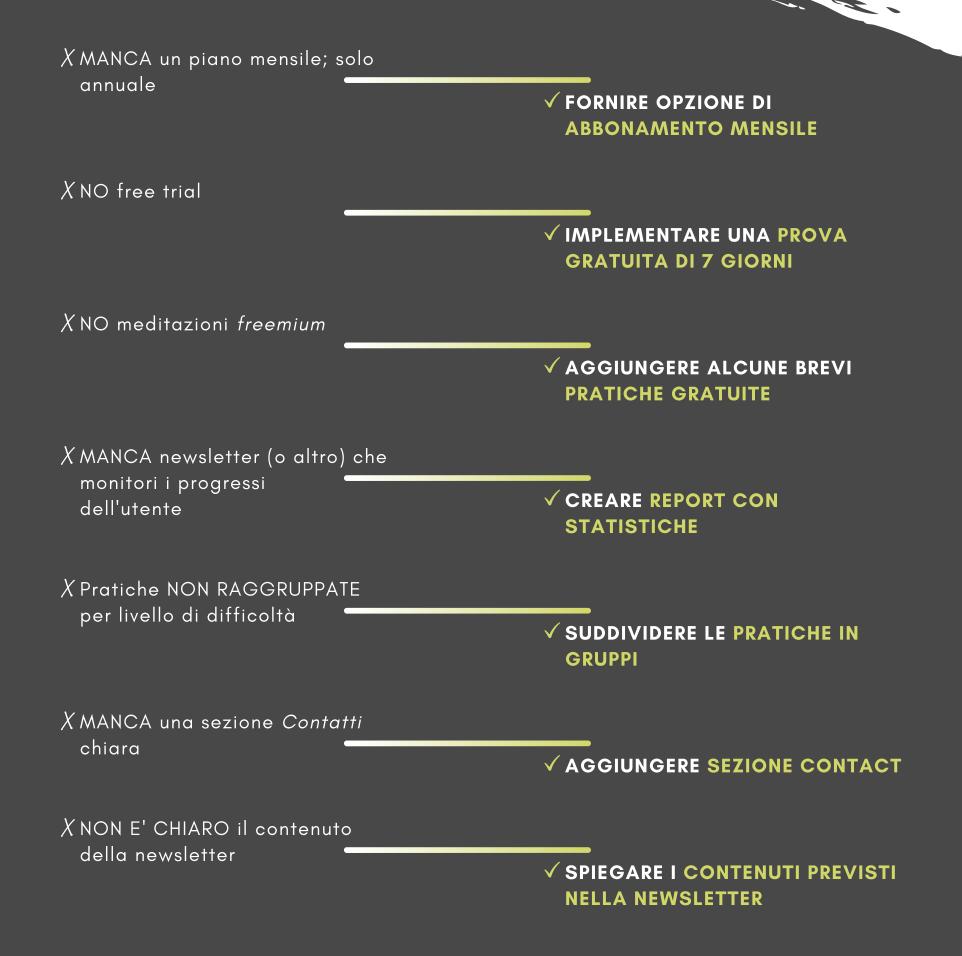
Q AGGIUNGERE SEZIONE CONTACT ALLA NAVBAR.

X NON E' CHIARO il contenuto della newsletter.

Q SPIEGARE I CONTENUTI COMPRESI NELLA NEWSLETTER.

Opportunità emerse

Analizzando le Journey map delle 4 Personas sono emersi diversi PAIN POINT: dai qui è possibile ricavarne le OPPORTUNITA' necessarie a migliorare la UX.





Pietro



SCENARIO

Pietro è in piena sessione d'esame ma, non sa come, si sente sempre stanco e irritabile. Gli viene fatto notare che il suo essere così sedentario e sempre sui libri è, in realtà, controproducente: cerca quindi in rete come meditare per la prima volta, per capire se possa fare per lui e se è davvero in grado di diminuire lo stress. Vorrebbe anche vedere qualche tutorial di meditazione.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Periodo di prova.
- Piano di pagamento mensile.
- Provare la meditazione attraverso qualche pratica di prova.

STAGE

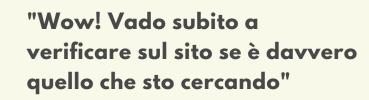
AZIONI

PENSIERI

Discovery

Ricerca online mirata

- 1. Cerca sul browser "app di meditazione economiche".
- 2. Clicca sull'articolo in cima ai risultati di ricerca, dal titolo "10 app più economiche per meditare da casa".
- 3. Buddhify è una delle migliori nella classifica: decide quindi di cercarla e visitarne il sito.



Trovare un'app per imparare a meditare per la prima volta



Website navigation

Guarda i servizi disponibili e cerca il prezzo dell'abbonamento

- 1. Accede al sito e va diretto alla sezione Pricina.
- 2. Tra le varie opzioni, c'è la possibilità sia di utilizzare il servizio con un abbonamento mensile oppure con pagamento annuale.

"Perfetto! Così se scopro che meditare non fa per me, almeno non sono vincolato da un piano annuale"

A Poter scegliere un piano mensile in alternativa ad un abbonamento annuale

SOLLEVATO /

Feedback

Ricerca di risposte precise

- 1. Continuando a navigare in *Pricina*, scopre che è disponibile un periodo di prova gratuita dell'app per 7 giorni.
- 2. Trova conferme anche nella sezione FAQ sottostante.

"Almeno posso provare l'app prima di valutarne l'acquisto"

Sapere se l'app prevede un periodo di prova gratuito

CARICO KT

Refine & Download

Analizza il sito per trovare qualche pratica, anche breve

- 1. Accede alla sezione Meditation: è felice di trovare una raccolta di pratiche freemium da fare subito sul sito.
- 2. Una volta provata e terminata la sua prima pratica, è impaziente di scaricare l'app.
- 3. Preme la CTA e viene indirizzato allo Store.

"Posso già fare qualche pratica qui sul sito!?"

A Praticare subito qualche meditazione



EMOZIONI

ASPETTATIVE

TOUCHPOINT



cerca il sito dopo averne letto info in un articolo online







download app



PAIN POINTS RISOLTI

- ✓ E' presente l'opzione di un abbonamento mensile.
- ✓ E' previsto un periodo di prova gratuita di 7 giorni.
- ✓ Disponibili alcune meditazioni freemium da praticare.



SCENARIO

Aloy è a ridosso della sua prossima competizione nel world tour. I suoi allenamenti continuano costantemente e si sente pronta fisicamente, ma vuole integrare alcune sessioni di meditazione alla sua normale routine. Ha già meditato in passato ed è determinata ad essere costante nel praticare; vorrebbe tenere traccia dei progressi, valutando di giorno in giorno sessioni sempre più efficaci.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Possibilità di scegliere le pratiche in base al suo livello.
- Monitorare e gestire i progressi.

STAGE

AZIONI

PENSIERI

Discovery

Ricerca mirata online e Social discovery

- 1. Trascorre un po' di tempo su Instagram al termine dell'allenamento quotidiano.
- 2. Avendo cercato giorni prima alcune informazioni sui benefici della meditazione, le compare nel feed un post sponsorizzato di Buddhify.

"Instagram mi legge nel pensiero! Chiedo agli altri se hanno mai usato Buddhify"

Cercare un'app di meditazione da affiancare ai workout quotidiani

Condivide la scoperta con altri atleti

Sharing & Feedback

1. Parla con altri partecipanti al world

- tour: alcuni di loro l'hanno provata e gli è stata utile.
- 2. Decide a questo punto di visitare il sito.

"Le premesse sono positive. Voglio dare un'occhiata!"

Ricevere consensi e consigli positivi

Website navigation

Cerca se è possibile monitorare le statistiche

- 1. Accede al website e in fondo alla homepage trova il form dedicato alla newsletter. Un campo permette di scegliere l'opzione "statistiche e aggiornamenti".
- 2. Scopre di più leggendo nella sezione The app: con cadenza settimanale, questa funzione riporta le meditazioni fatte, consigliandone altre in base a livello e obiettivi che vuoi raggiungere.

"Finalmente posso tenere sott'occhio anche i progressi che faccio nella meditazione"

A Possibilità di tenere sott'occhio i suoi progressi attraverso delle statistiche

GASATA

Research & Download

Analizza i diversi tipi di meditazione e procede a scaricare l'app dallo Store

- 1. Nota che nella sezione *Meditation* è presente l'elenco delle meditazioni disponibili, di cui alcune freemium.
- 2. Prova i filtri a disposizione e visualizza le pratiche suddivise per tipologia, difficoltà e durata.
- 3. Decide di procedere soddisfatta al download dell'app.

"Perfetta la sezione Meditation per consultare tutte le meditazioni disponibili"

Scegliere pratiche che si adattano sempre al suo livello



EMOZIONI

ASPETTATIVE

TOUCHPOINT





Dopo spons. Instagram, cerca consensi; poi visita il sito

SPERANZOSA











PAIN POINTS RISOLTI

- ✓ E' possibile registrarsi alla newsletter, scegliendo come opzione "statistiche e aggiornamenti".
- ✓ Elenco delle meditazioni nella sezione Meditation, suddivise in base al grado di difficoltà,

Elisabet



SCENARIO

Elisabet si sveglia prima al mattino per avere a disposizione un po' di tempo da dedicare a se stessa. Ha bisogno di praticare uno/due meditazioni, per iniziare col piede giusto la giornata, per poi riservare qualche minuto alla lettura, soprattutto di articoli legati ai benefici di yoga e meditazione. Ha già visitato Buddhify quando non era ancora imprenditrice, trovandosi abbastanza bene, quindi valuta di iscriversi nuovamente.

OBIETTIVI / ASPETTATIVE

- Meditazioni brevi.
- Approfondimenti e articoli sulla meditazione.

STAGE

AZIONI

Controlla il sito a distanza di tempo

Research

1. Entra sul sito dal laptop aziendale: accedendo alla sezione Why we're different si ricorda come Buddhify è pensata per le persone che hanno poco tempo libero.

"Magnifico, così la mattina posso fare anche più di una pratica"

* Poter praticare meditazioni brevi

COMPIACIUTA

Refine

Utilizza il menù a tendina per filtrare i blog post

- **1.** Accede alla sezione *blog* e trova davvero molti articoli.
- **2.** Entusiasta, filtra gli articoli dal menù a tendina, anche per vedere da quali categorie è composto.
- **3.** Apre qualche articolo per esaminarne la struttura: le informazioni sono generalmente interessanti.

"Contenuti gradevoli; forse mi aspettavo più articoli di carattere scientifico"

Consultare articoli e guide di approfondimento

SPIAZZATA

Contact Customer Service

Chiede informazioni sui blog post e sul contenuto della newsletter

- 1. In fondo alla *homepage* trova il form dedicato alla newsletter. Un campo permette di scegliere l'opzione "contenuti extra".
- **2.** Vuole maggiori chiarimenti su questa funzionalità.
- **3.**Entra in *Contact us* dalla navbar.
- **4.**E' presente un indirizzo email: lo copia nella sua posta elettronica e invia il messaggio.

"Quando mi risponderanno?"

Avere risposta ai suoi dubbi in tempi brevi

Answers & Download

Clicca la CTA che la reindirizza allo Store.

- 1. Il servizio clienti è stato trasparente, chiarendo di non essere dei ricercatori scientifici e di non volere improvvisarsi tali perché hanno a cuore i problemi degli utenti.
- **2.**Ha comunque chiarito i dubbi sulla newsletter, indicandole anche dove trovare altre info: nella pagina *The app*.
- **3.**Ha apprezzato i valori e i servizi offerti: decide dunque di scaricare l'app.

"Quindi con la newsletter ho dei contenuti extra! Mi iscrivo"

Scaricare l'app velocemente

SERENA

NA 😴

EMOZIONI

ASPETTATIVE

PENSIERI

TOUCHPOINT



accesso al sito da laptop tramite ricerca diretta



richiesta di info sulla newsletter tramite email



risposta dal customer service











download app

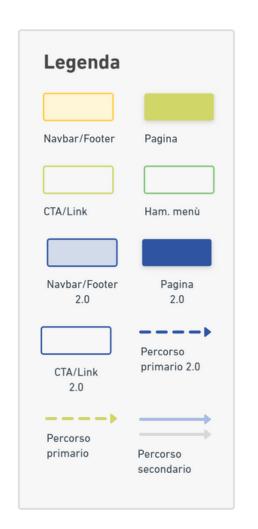
PAIN POINTS RISOLTI

✓ Nella *navbar* è disponibile una sezione contatti dedicata.

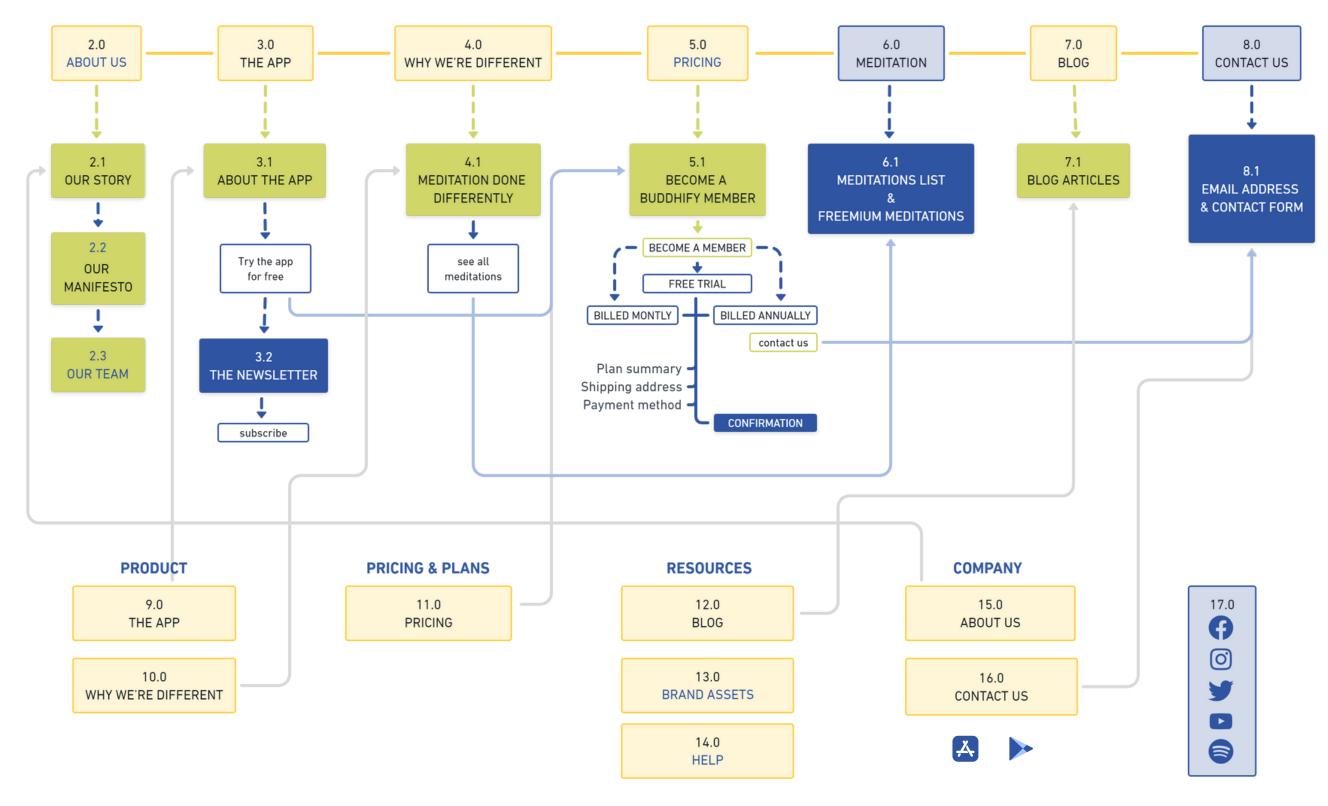
✓ E' possibile registrarsi alla newsletter, scegliendo come opzione "contenuti extra".

INFORMATION ARCHITECTURE

1.0 HOME



FOOTER





18.0 19.0

(c) 2022 Mindfulness Everywhere Ltd, All Rights Reserved PRIVACY TERM OF SERVICE

PAGINE MODIFICATE

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 sezioine 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 PRICING

Ex Membership (4.0), implementa una prova gratuita del servizio per 7 giorni, con l'aggiunta di un piano di abbonamento mensile. 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

(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

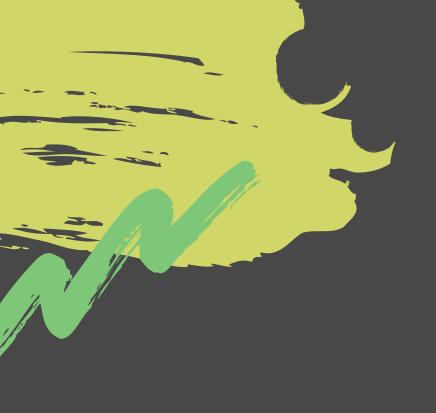
Alle icone già presenti è stato aggiunto un link a Spotify, dato che il brand possiede audio e podcast sulla piattaforma.

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*



PROGETTO DISCOVERY

Grazie per l'attenzione



Alessio Nava