

Progetto Finale

UX/UI Design

Start2impact

Di Alessia Bianchi



STEAM®

- 01 Scelta del brand e obiettivi
- 02 Grafica
- 03 Discovery
- 04 Wireframing
- 05 Prototyping
- 06 User Testing
- 07 Conclusioni

Indice

Scelta del brand e obiettivi

01 Scelta del brand e obiettivi

Per il mio progetto finale, ho deciso di analizzare il sito di una piattaforma di distribuzione digitale di videogiochi: **STEAM**.

Ho scelto questa piattaforma perché, come consumatore, ho osservato una certa **confusione** nella struttura gerarchica e nell'**organizzazione** delle categorie, che rende difficile per l'utente raggiungere i propri obiettivi e trovare elementi specifici all'interno del sito.

L'obiettivo è **riorganizzare** le categorie, **semplificare** le pagine e ridurre la sovrabbondanza di contenuti, in modo da rendere l'esperienza utente più **intuitiva** e **piacevole**.



STEAM[®]

The background features a gradient from dark blue on the left to light purple on the right. Several large, organic, rounded shapes in shades of purple and magenta are scattered across the frame. A large, central, rounded shape contains the word 'Grafica' in white text.

Grafica

02 Grafica

Logo

Logo modificato

Logo originale



02 Grafica

Logo

Per il logo, ho deciso di stilizzare una **ventola per computer**, in quanto il tema centrale riguarda il mondo dei videogiochi e dell'hardware e software.

Ho utilizzato la stessa palette di colori che ho associato al sito, aggiungendo il **nero** per creare un contrasto visivo e richiamare il tema scuro che caratterizza l'intero sito.



STEAM

02 Grafica

Palette

L'abbinamento di **arancione**, **blu** e **viola** evoca una combinazione di emozioni contrastanti ma complementari.

L'arancione trasmette energia, **entusiasmo** e calore, mentre il blu ispira **calma**, serenità e fiducia. Il viola può aggiungere un tocco di **creatività**, mistero e sofisticatezza.

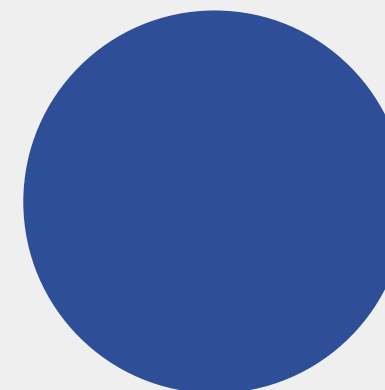
Insieme, questi colori possono suscitare una sensazione di dinamismo equilibrato con un tocco di raffinatezza, creando un'atmosfera **stimolante** ma allo stesso tempo **rilassante**. Spero possano anche comunicare innovazione e modernità.

Tutto ciò riflette il messaggio che desidero trasmettere attraverso la palette: un luogo che è allo stesso tempo **rilassante**, **creativo** ed **energico** quando necessario.

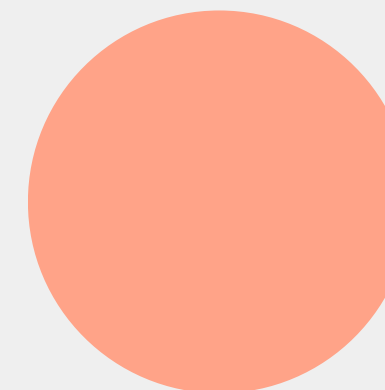


STEAM

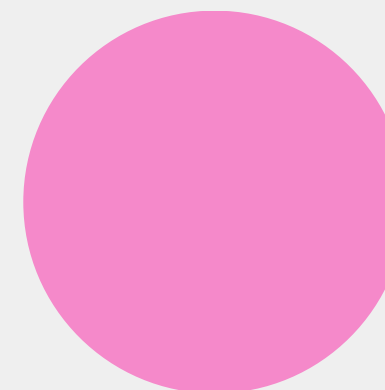
#2E4E97



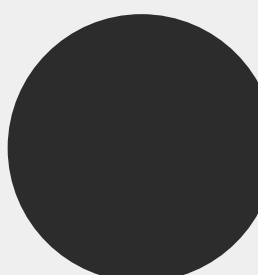
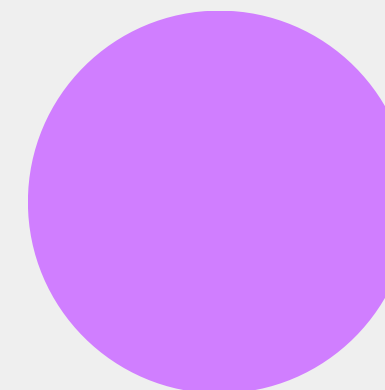
#FFA388



#F589CA



#D07EFF



#2C2C2C



#ffffff

02 Grafica

Font



Font principale
per logo e pulsanti principali: **Rubik**

Rubik Regular Rubik Light **Rubik Bold**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Font secondario
per descrizioni e sottotitoli: **Montserrat**

Montserrat Montserrat **Montserrat**
Regular Light **Bold**

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx
Yy Zz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



02 Grafica

Icone



Carrello



I tuoi giochi



Profilo



Notifiche



Negozio

Ho creato 5 **icone** per le principali categorie su cui mi focalizzerò per migliorare l'esperienza utente

Ho definito i **bottoni** principali e secondari e tutte le loro varianti per l'intero sito.

Bottoni

Primary Secondary

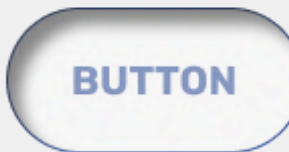
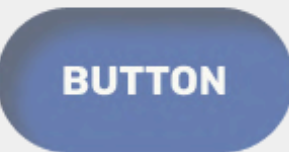
Active



Hover



Click



Disabled





Discovery

03 Discovery

Steam è una piattaforma usata per gestire e distribuire una vasta gamma di **giochi** e il loro relativo supporto. Sulla piattaforma si possono **acquistare** digitalmente videogiochi. Inoltre, offre la possibilità di acquistare **software** e **hardware**, di entrare a far parte di una comunità di oltre 100 milioni di utenti con cui chattare, organizzare e pianificare partite online, sia da computer che da smartphone.

Per prima cosa **analizziamo** il sito desktop e mobile secondo le **10 regole euristiche di Nielsen**

Norman: andremo a stabilire se soddisfa i requisiti di usabilità, importanti per la funzionalità di un sistema.



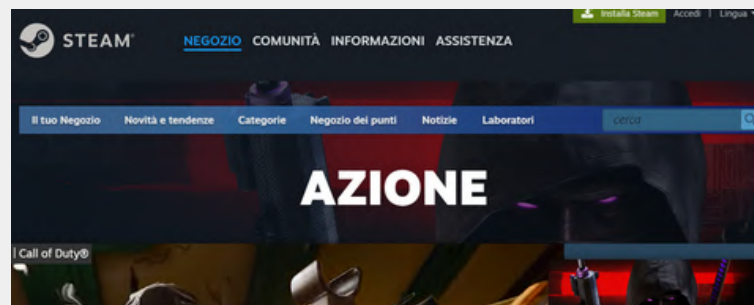
03 Discovery

Visibility of system status

Pro

Desktop/mobile

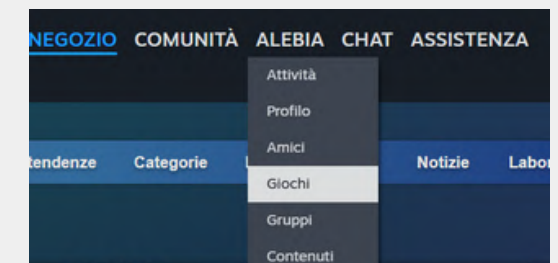
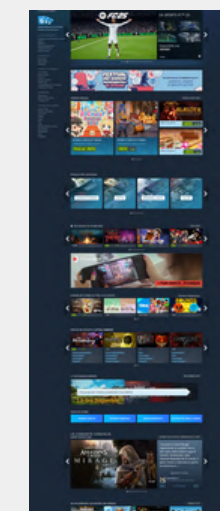
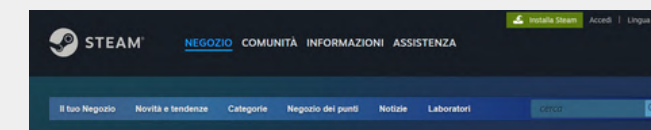
- Il mood scuro della pagina rispecchia il tema dell'azienda e dei prodotti.
- Vengono subito mostrati i contenuti in evidenza e consigliati.
- Quando si clicca sulla pagina di una categoria di gioco la categoria in questione viene mostrata in grande all'inizio della pagina, prima di presentare i giochi.



Contro

Desktop/mobile

- Design troppo caotico: ci sono due header con categorie che confondono l'utente perché simili tra loro.
- La homepage ha le categorie in risalto tutte diverse tra loro.
- Si fa fatica a raggiungere la pagina dei giochi che si possiedono, perché presente in una macro categoria non intuitiva, quindi sono difficili da trovare istantaneamente.



03 Discovery

Match between system and the real world

Pro

Desktop/mobile

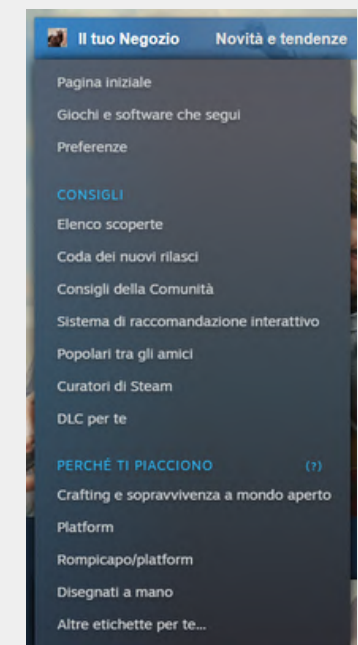
- Il tasto “cerca” è presente e ben visibile.
- Linguaggio semplice e adatto a tutti.



Contro

Desktop/mobile

- La categoria “il tuo negozio” è caotica, ci sono molte sottocategorie che spesso hanno un titolo poco chiaro e comprensibile.
- Il tasto “cerca” funziona solo per i giochi presenti nel negozio e non per tutto ciò che c’è sul sito.



03 Discovery

User control and freedom

Pro

Desktop/mobile

- Il logo permette di ritornare alla Home.
- Nella pagina del profilo personale si crea un percorso in alto in modo da poter ritornare facilmente alla pagina precedente.

Consistency and standards

Pro

Desktop/mobile

- L'header viene mantenuto in tutte le pagine.

Contro

Desktop/mobile

- Non in tutte le pagine si crea il percorso fatto dall'utente.
- Esiste la possibilità di filtrare la ricerca nella lista dei giochi (prezzo, recensioni...), ma è inserita al fondo della pagina di ogni categoria, quindi l'utente dovrebbe prima scegliere la categoria, poi scrollare in giù per molto tempo e poi trovare i filtri.

Contro

Desktop/mobile

- Assenza di icone su tutto il sito.

03 Discovery

Error prevention

Pro

Desktop/mobile

- I link sono ben segnalati.

Aesthetic and minimalis design

Pro

Desktop/mobile

- Colori e immagini coerenti e di alta qualità.

Contro

Desktop/mobile

- Quando si clicca su "rimuovi" un elemento dal carrello, non viene mostrato un pop-up che chiede conferma dell'azione.

Contro

Desktop/mobile

- Tutte le pagine presentano troppe informazioni all'interno.

03 Discovery

Obiettivi

Dopo aver eseguito una prima analisi sull'usabilità del sito ho evidenziato i punti di forza e portato a galla i punti di **debolezza** da migliorare.

Mi concentrerò quindi sull'**organizzazione della gerarchia** degli elementi, in modo che il sito abbia un ordine più **intuitivo** e faciliti l'esperienza dell'utente in tutte le sue fasi, dall'arrivo sul sito all'acquisto di un prodotto.

Inoltre, attraverso il sondaggio, cercherò di capire quali sono le **features** più importanti per l'utente per poterle migliorare nello specifico e per poterne aggiungere di **nuove** nel momento in cui c'è una lacuna sulla piattaforma. (Supporto rapido con chat, preferenze nel profilo e filtri all'inizio della pagine per la ricerca dei giochi.)

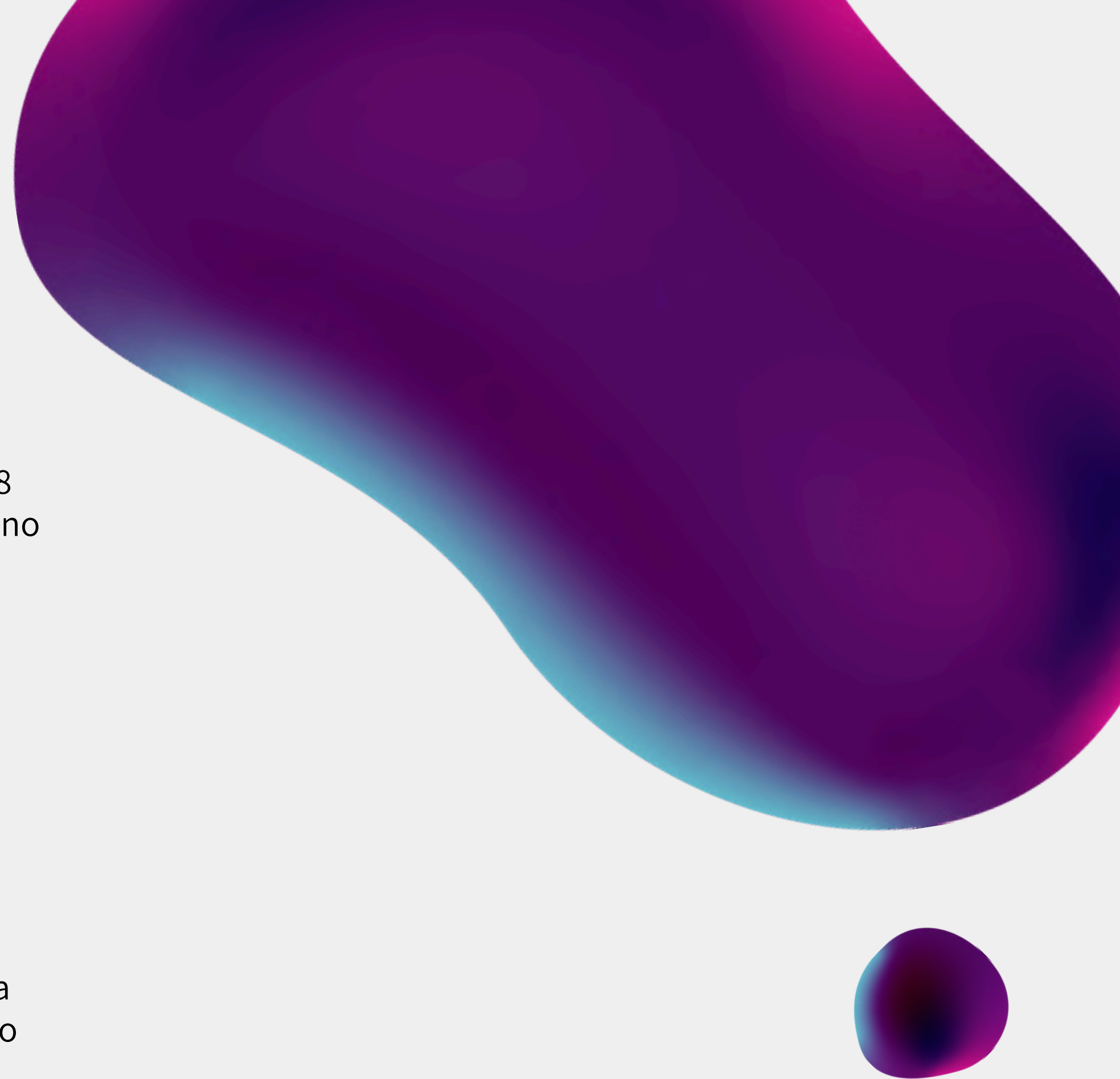
03 Discovery

Target

Sebbene Steam attragga anche adolescenti, il suo target principale è composto da **giovani adulti** e **adulti**, spesso dai 18 ai 35 anni, che sono appassionati di videogiochi e spesso giocano anche in modalità multiplayer online o in giochi competitivi. Quindi l'utente tipo della piattaforma è uno studente o un giovane adulto lavoratore che **ama i videogiochi** e la **tecnologia**.

La piattaforma offre giochi per tutti i tipi di utente. Si possono trovare giochi più **semplici** e accessibili per chi gioca occasionalmente, ma anche titoli più **complessi** e impegnativi per i giocatori hardcore.

Cosa molto importante da tenere presente è che la piattaforma parla ad un pubblico da abbastanza abile a molto **abile** nell'uso della **tecnologia**.



03 Discovery

Sondaggio

Attraverso il sondaggio da me creato riuscirò ad individuare i **bisogni** e i **gusti** del target.

Il sondaggio è formato da **11 domande**. I partecipanti sono stati reclutati tramite social e le risposte sono state **15**.

Oltre alle domande generali sui dati **demografici**, sono state incluse domande specifiche sull'uso delle piattaforme di videogiochi, riguardanti le **aspettative** degli utenti e gli elementi che ritengono più importanti.

Obiettivi del sondaggio

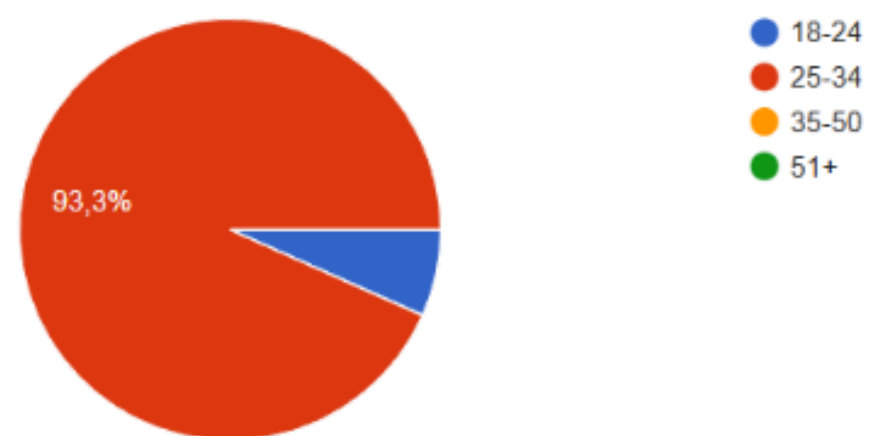
- Comprendere l'**uso principale** della piattaforma da parte dell'utente.
- Capire quanto è importante l'**ordine visivo** e **gerarchico** degli elementi per l'utente.
- Identificare l'utilità e l'importanza di alcune **funzionalità** che potrebbero essere implementate e migliorate, come il supporto rapido tramite chat o la gestione delle preferenze di giochi nel profilo.

03 Discovery

Sondaggio e insights

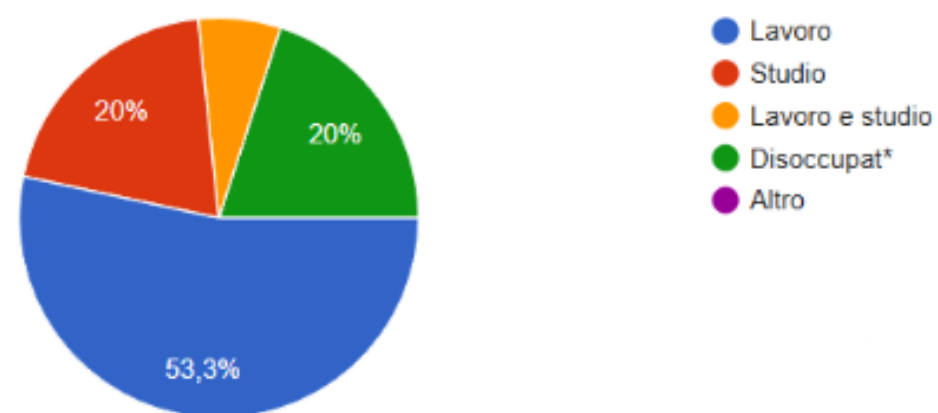
Quanti anni hai?

15 risposte



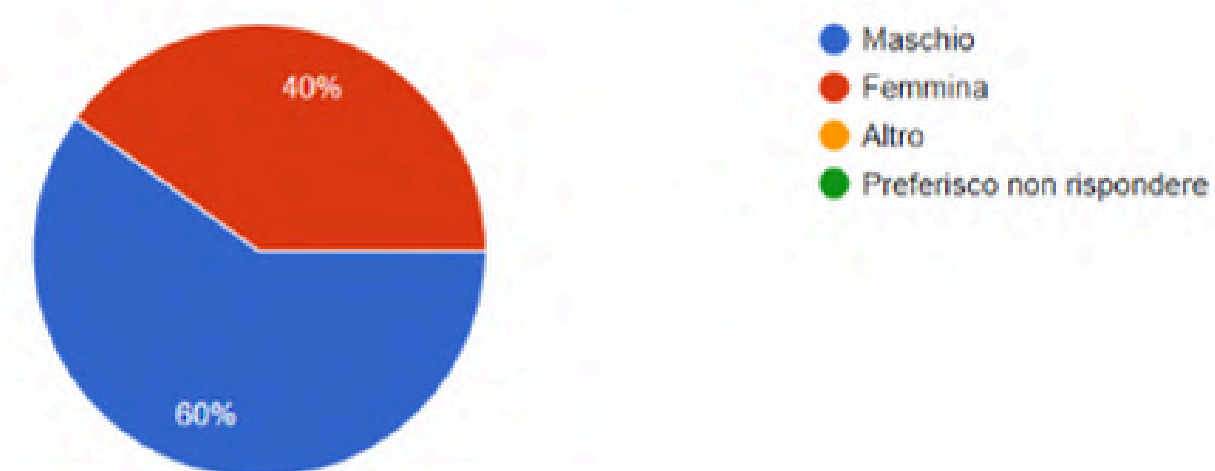
Cosa fai nella vita?

15 risposte



In che genere ti identifichi?

15 risposte

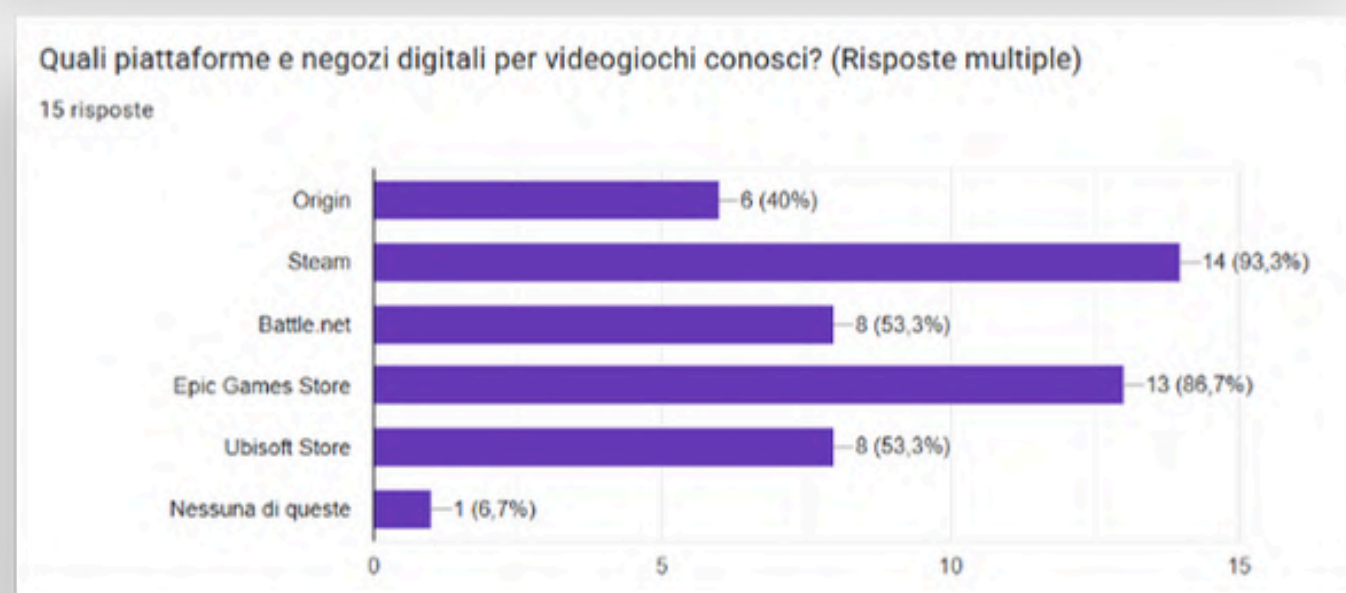
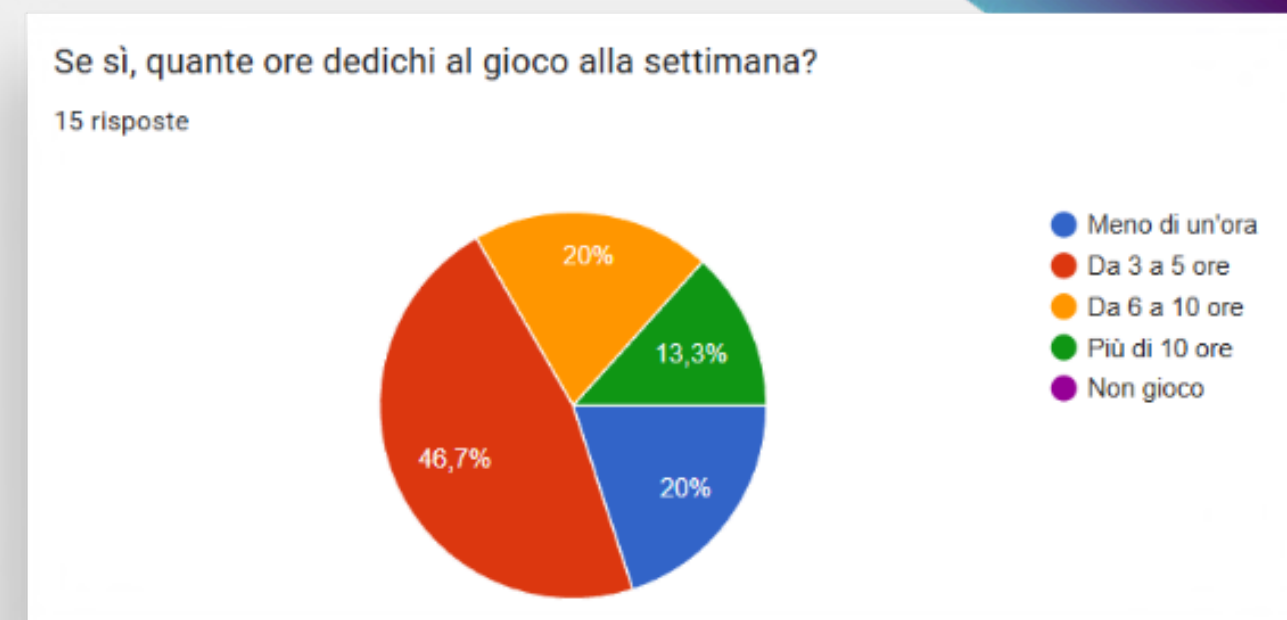
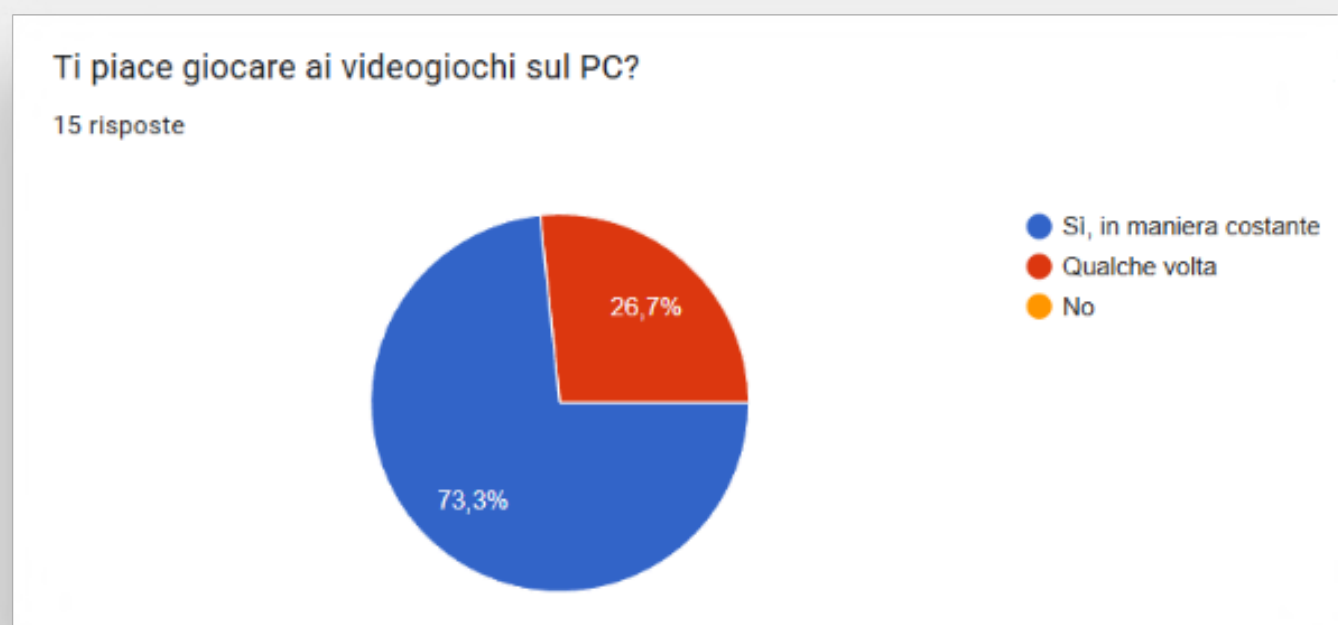


Le prime tre domande riguardano i dati **personali** dell'utente.

Come possiamo notare il 93,3% dei partecipanti è tra i **25-34** anni di età, il 60% è di genere **maschile** e il 53,3% è un **lavoratore**.

03 Discovery

Sondaggio e insights

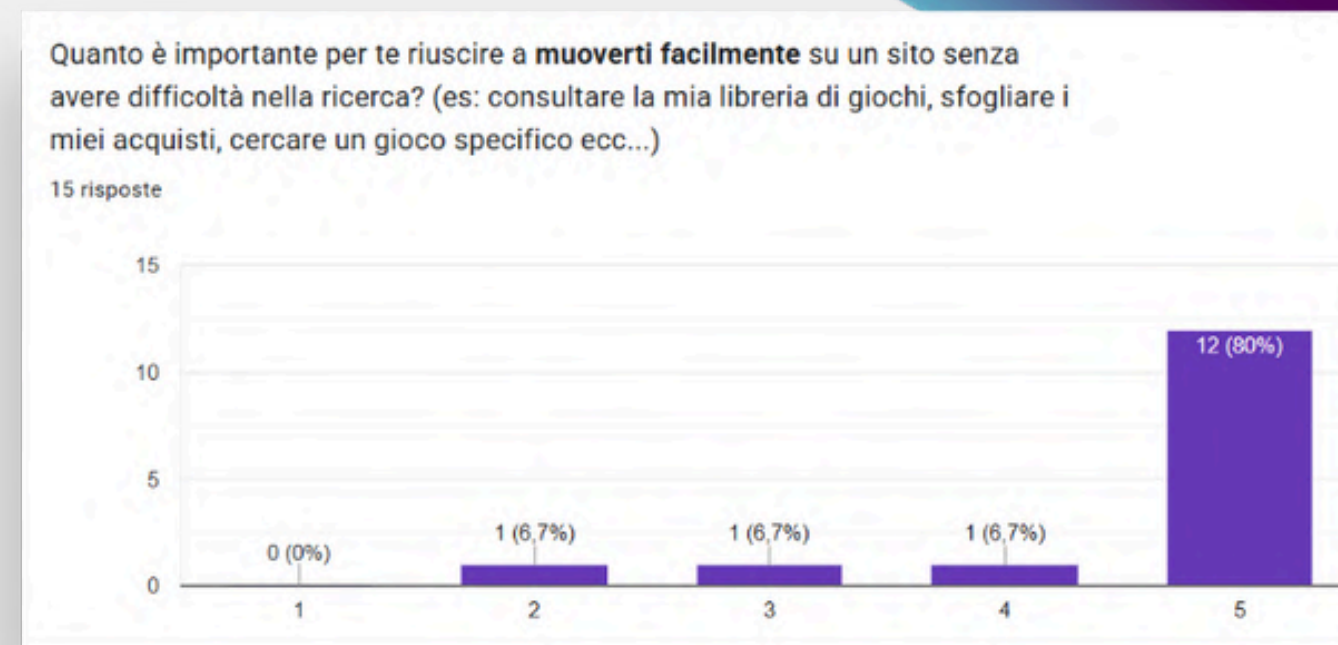
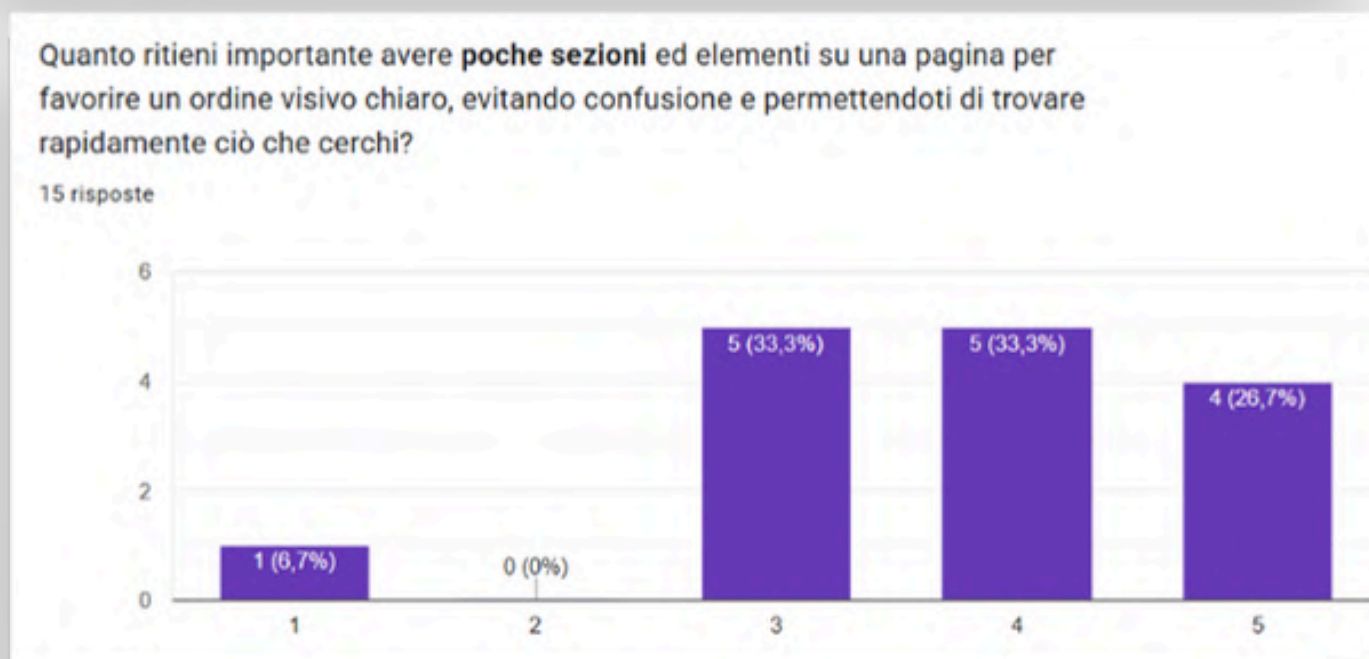
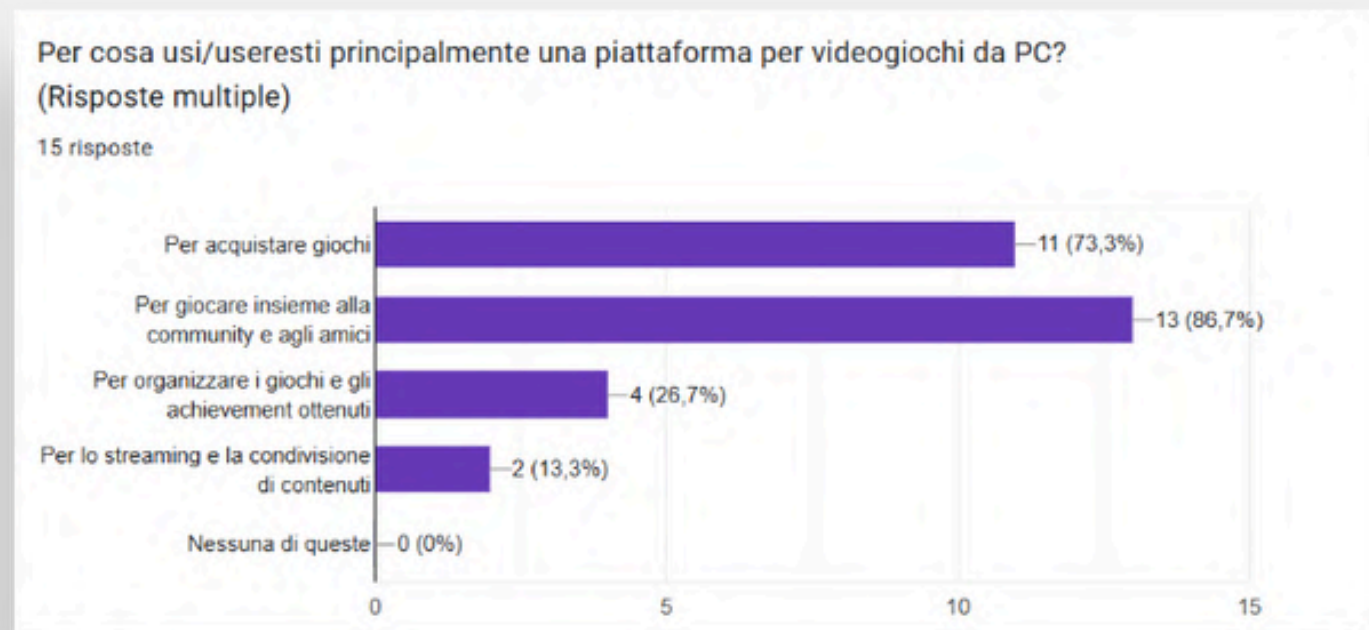


Con queste domande iniziamo ad apprendere le abitudini dei nostri partecipanti, infatti possiamo notare che il 73,3% di loro gioca in **maniera costante**. Questo rappresenta una solida base di partenza, poiché sappiamo che otterremo risposte utili provenienti da utenti reali.

Inoltre vediamo che la maggior parte dei partecipanti utilizza i videogiochi da **3 a 5 ore** alla settimana e che la piattaforma più conosciuta è Steam, seguita da Epic.

03 Discovery

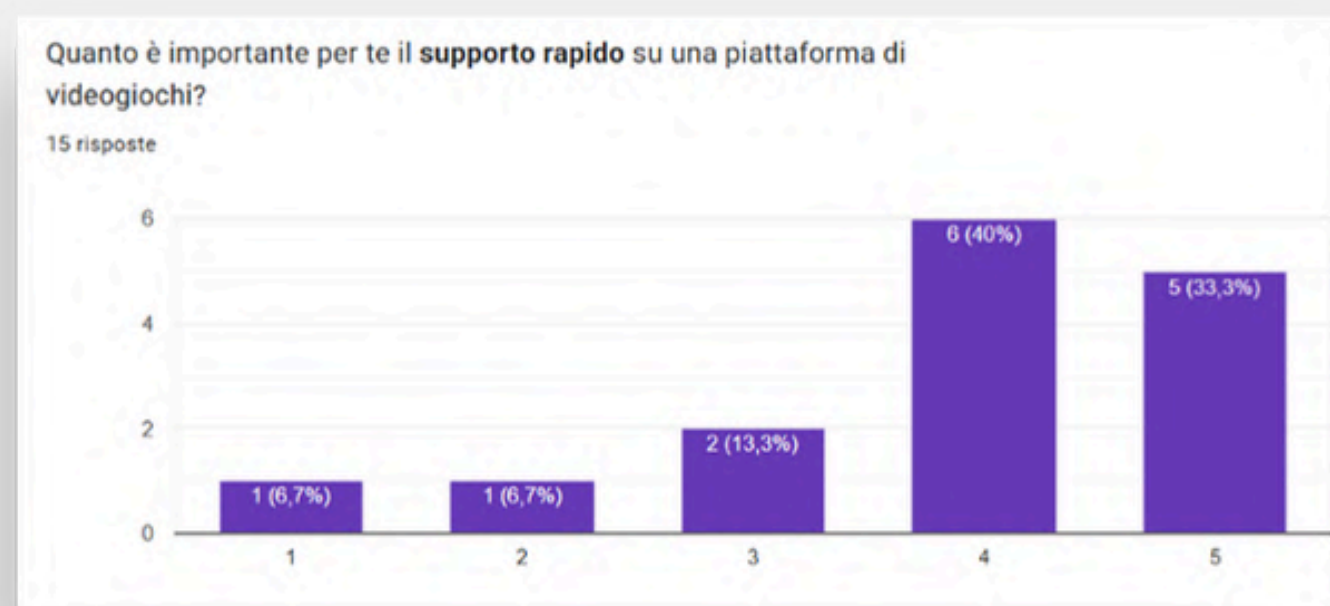
Sondaggio e insights



Qui iniziamo ad entrare più nello specifico. Mi è molto utile sapere per cosa l'utente userà principalmente la piattaforma. Infatti mi concentrerò molto sull'esperienza utente dell'**acquisto** e della **community**. Inoltre, essendo molto importante per l'utente **muoversi facilmente** e avere **poche sezioni** nel sito, mi dedicherò a migliorare l'ordine e la gerarchia degli elementi.

03 Discovery

Sondaggio e insights

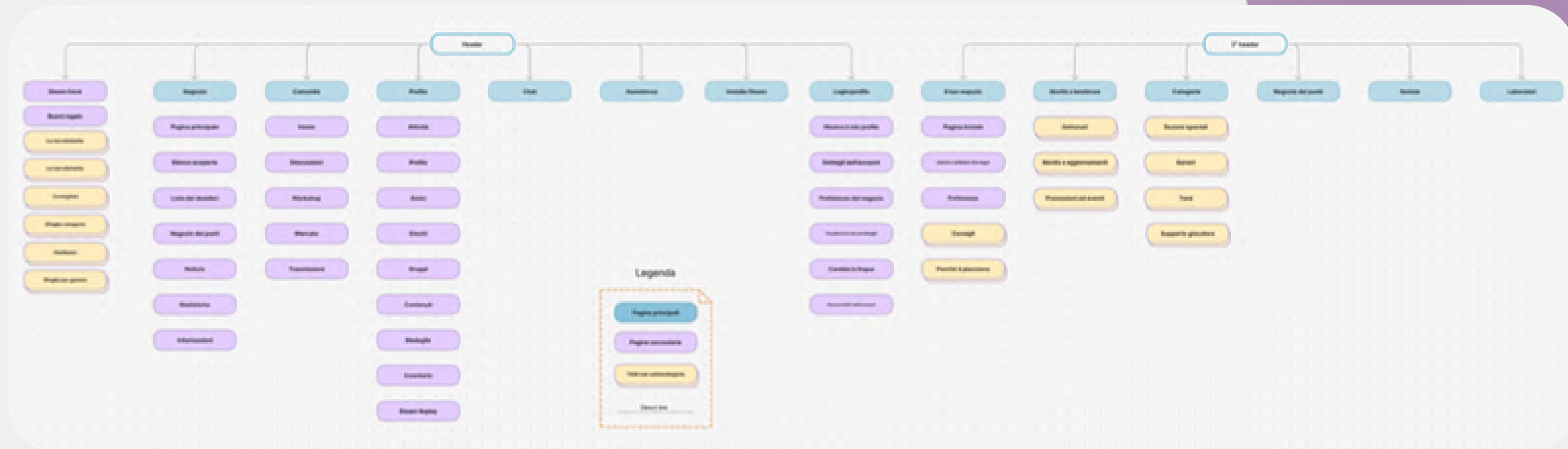


Anche il **supporto rapido** e la scelta delle **preferenze** sembra essere fondamentale per l'utente.
Sicuramente altri due punti su cui mi focalizzerò e migliorerò.

03 Discovery

Sitemap as is

Link alla Sitemap



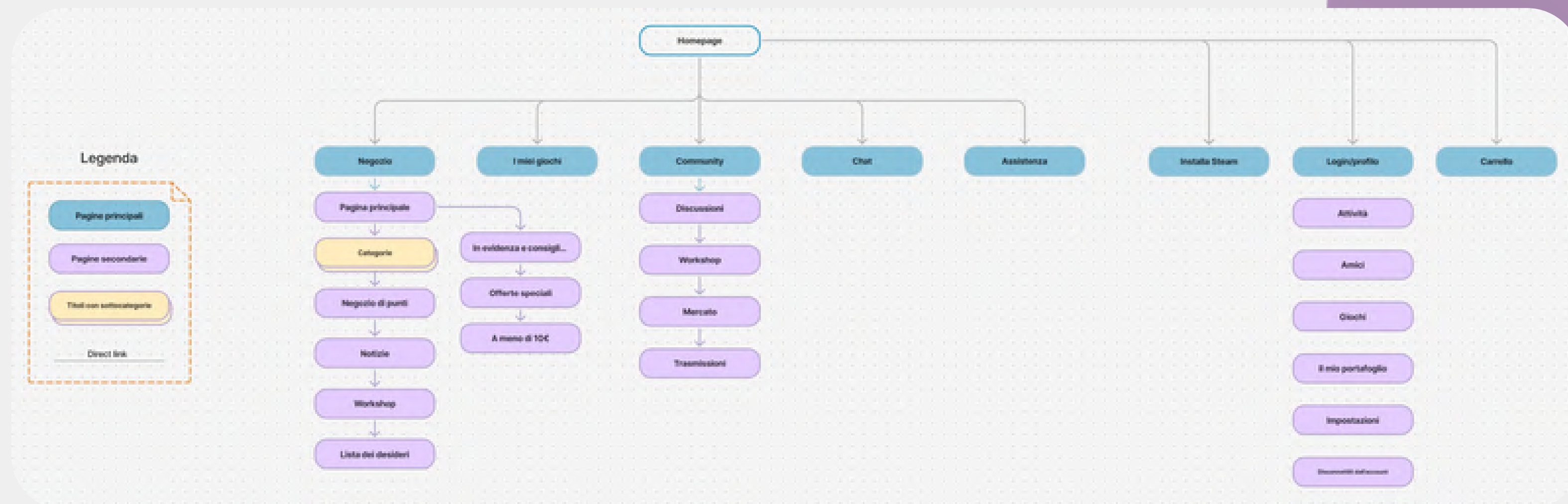
Come si può notare dalla sitemap attuale molte pagine vengono **ripetute** creando confusione.

Il profilo, per esempio, è nell'header due volte, con sottocategorie diverse.

03 Discovery

Sitemap to be

[Link alla Sitemap to be](#)



La sitemap TO BE è molto più semplice. Le categorie non vengono ripetute e abbiamo una homepage che **riassume** tutti i contenuti del sito, per aiutare l'utente (esperto o no) a scoprire tutte le funzionalità della piattaforma.

Le pagine principali saranno tutte **cliccabili** e porteranno alla pagina generale della categoria, ma al passaggio del mouse verrà aperto un menù a tendina per mostrare i contenuti **principali** di quella categoria. L'utente quindi potrà scegliere se cliccare sulla categoria generale o, se è già esperto e sta cercando scorciatoie, potrà andare nella categoria più specifica grazie alle sottocategorie.

03 Discovery

Personas



Silvia

28 anni, Roma.
Sviluppatrice
Reddito medio/alto

Biografia

Silvia è una ragazza timida e introversa. Dopo lavoro le piace tornare a casa per **rilassarsi** davanti ad un videogioco sul divano.

Tecnologia

Alte competenze tecnologiche

Dispositivo preferito:

Computer

Obiettivi

Il suo obiettivo è usare una piattaforma per videogiochi che permetta di cercare giochi **specifici** e ricevere consigli personalizzati in base alle proprie **preferenze** e gusti.

Frustrazioni

Silvia si sente frustrata quando la piattaforma che sta visitando per la prima volta non ha consigli mirati per lei.
Vorrebbe poter **salvare** le sue **preferenze** e i suoi gusti nel suo profilo, per avere la sezione “consigliati per te” più mirata e personalizzabile.

03 Discovery Personas



Paolo

32 anni, Milano.
Commerciale
Reddito medio/alto

Biografia

Paolo è una persona **meticolosa** e **precisa** nel suo lavoro. Essendo anche una persona molto socievole, ama trascorrere il suo tempo libero in compagnia: gli piace rilassarsi con i suoi **amici**, spesso trascorrendo serate divertenti a giocare ai videogiochi online.

Tecnologia

Buone competenze tecnologiche

Dispositivo preferito:

Computer

Obiettivi

Il suo obiettivo è trovare una piattaforma per videogiochi che gli permetta di **giocare insieme** ai suoi amici e soprattutto di trovare giochi in cooperativa.

Frustrazioni

Paolo si sente frustrato quando, nella ricerca di nuovi giochi, non riesce a restringere i risultati in modo efficace, poiché gli viene mostrata l'intera categoria senza alcun criterio. Lui vorrebbe invece poter **filtrare** i giochi non solo in base alla modalità cooperativa, ma anche in base al prezzo, per trovare opzioni più economiche.

03 Discovery Personas



Nadia
22 anni, Torino.
Studentessa
Reddito basso

Biografia

Nadia è una studentessa di psicologia. Nel tempo libero ama giocare ai videogiochi sia con gli amici che da sola. Le piace **esplorare** diverse modalità di gioco ed è famosa tra i suoi amici per aver provato molti giochi in circolazione!

Tecnologia

Buone competenze tecnologiche

Dispositivo preferito:
Computer

Obiettivi

Il suo obiettivo è di provare sempre più giochi possibili. Per questo una delle sue features preferite è la possibilità di **condividere** e usufruire di giochi acquistati con alcuni amici ristretti e scelti.

Frustrazioni

Nadia si sente frustrata perché vorrebbe entrare a far parte della “famiglia” di un suo amico nella piattaforma, ma non riesce a trovare la sezione giusta nel sito. Vorrebbe chiedere **supporto**, ma attraverso la pagina assistenza non riesce a trovare subito ciò che cerca. Vorrebbe che il supporto fosse più immediato e semplice.

03 Discovery

User journey



AS IS



Silvia
28 anni, Roma.
Sviluppatrice
Reddito medio/alto

Scenario
Silvia decide di passare la serata a giocare ai videogiochi e apre la sua piattaforma di fiducia Steam.

Obiettivo
Vorrebbe farsi consigliare dalla piattaforma perché non ha ancora bene in mente che tipo di gioco vuole comprare e vorrebbe qualcosa di diverso dal solito.

	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di trovare il gioco giusto in tempi brevi, senza dover cercare tra troppi titoli nello store.	Vorrebbe trovare qualcosa secondo i suoi gusti e preferenze nella categoria "consigliati per te"	Nota che il catalogo è molto ampio, quindi spera di trovare ciò che cerca.	Spera di trovare il gioco perfetto per acquistarlo.
Azioni	Silvia apre il sito di Steam e controlla subito lo store.	Clicca sulla categoria "consigliati per te" ma nota che i filtri che si possono inserire sono solo due, quindi non abbastanza da ridurre la ricerca a pochi titoli.	Ci sta mettendo troppo tempo e non sta trovando il gioco perfetto per le sue esigenze.	Frustrata decide di non comprare niente e chiudere la piattaforma.
Pensieri	"Tra le piattaforme più famose Steam ha decisamente molti più contenuti, quindi troverò sicuramente qualcosa che fa al caso mio."	"Ci sono troppi titoli nella categoria, ci vorrà un bel po' prima di trovare quello giusto per me."	"Ho passato troppo tempo su questa categoria senza trovare niente che facesse al caso mio, anche perché i consigli sono sulla base dei miei giochi precedenti e io vorrei qualcosa di diverso dal solito."	"Ho deciso di fare altro per questa serata"
Emozioni				
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		Ci sarebbe bisogno di un'opzione di preferenze all'interno del profilo cambiabili all'occorrenza.	Anche i suggeriti in base ai miei acquisti precedenti non rispecchiano sempre quello che l'utente cerca in uno specifico momento.	Bisognerebbe poter sia filtrare tra i titoli, sia poter impostare le proprie preferenze che possono variare da periodo a periodo.

03 Discovery

User journey






TO BE



Silvia
28 anni, Roma.
Sviluppatrice
Reddito medio/alto

Scenario
Silvia decide di passare la serata a giocare ai videogiochi e apre la sua piattaforma di fiducia Steam.

Obiettivo
Vorrebbe farsi consigliare dalla piattaforma perché non ha ancora bene in mente che tipo di gioco vuole comprare e vorrebbe qualcosa di diverso dal solito.

	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di trovare il gioco giusto in tempi brevi, senza dover cercare tra troppi titoli nello store.	Vorrebbe trovare qualcosa secondo i suoi gusti e preferenze nella categoria "consigliati per te"	Nota che il catalogo è molto ampio, quindi spera di trovare ciò che cerca.	Spera di trovare il gioco perfetto per acquistarlo.
Azioni	Silvia apre il sito di Steam e controlla subito lo store, cliccando su negozio.	Clicca sulla categoria "consigliati per te" e nota che all'inizio della pagina c'è un'opzione di filtraggio e un tasto con "salva queste preferenze nel profilo"	Dopo aver salvato i giusti filtri il sito le ha proposto alcuni titoli con le sue preferenze, che funzioneranno anche in futuro.	Trovato il gioco perfetto in poco tempo decide di acquistarlo e di iniziare subito a giocare!
Pensieri	"Tra le piattaforme più famose Steam ha decisamente molti più contenuti, quindi troverò sicuramente qualcosa che fa al caso mio."	"Ci sono troppi titoli nella categoria, ma posso inserire le mie preferenze e salvarle o modificarle dal mio profilo in futuro!"	"Questi titoli sono proprio quello che cercavo! Ora scegliamo quello perfetto per me."	"Ora posso godermi questo gioco per tutta la serata!"
Emozioni	 Speranzosa →  Ottimista →  Soddisfatta →  Soddisfatta			
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		L'opzione di preferenze e filtraggio è proprio quello che fa la differenza in questo caso.	Si risparmia tantissimo tempo con i filtri.	L'utente è invogliato a comprare perché ha trovato il prodotto perfetto per lui e non ha dubbi.

03 Discovery

User journey



AS IS



Paolo
32 anni, Milano.
Commerciale
Reddito medio/alto

Scenario
Paolo decide di passare la serata a giocare ai videogiochi online con i suoi amici e apre il sito Steam.

Obiettivo
Vorrebbe trovare nello store un gioco multigiocatore, che costi meno di 10 euro e che abbia buone recensioni.

	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di trovare il gioco giusto in tempi brevi, senza dover cercare tra troppi titoli nello store.	Vorrebbe cercare un gioco con delle caratteristiche specifiche.	Nota che il catalogo è molto ampio, quindi spera di trovare ciò che cerca.	Spera di trovare il gioco perfetto per acquistarlo.
Azioni	Paolo apre il sito di Steam e controlla subito lo store.	Clicca sul genere che gli interessa, ma nota che non ha l'opzione di filtri, quindi dovrebbe scrollare tra tutti i titoli proposti.	Ci sta mettendo troppo tempo e non sta trovando il gioco perfetto per le sue esigenze.	Frustrato decide di non comprare niente e chiudere la piattaforma.
Pensieri	"Tra le piattaforme più famose Steam ha decisamente molti più contenuti, quindi troverò sicuramente qualcosa che fa al caso mio."	"Ci sono troppi titoli nella categoria multigiocatore, ci vorrà un bel po' prima di trovare quello giusto per me e i miei amici."	"Ho passato troppo tempo su questa categoria senza trovare niente che facesse al caso mio..."	"Ho deciso di fare altro per questa serata"
Emozioni				
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		Ci sarebbe bisogno di un'opzione di filtraggio tra i titoli all'inizio della pagina, in modo da essere visibile subito dall'utente.	Anche i suggeriti in base ai miei acquisti precedenti non rispecchiano sempre quello che l'utente cerca in uno specifico momento.	Bisognerebbe poter sia filtrare tra i titoli, sia poter impostare le proprie preferenze che possono variare da periodo a periodo.

03 Discovery

User journey

TO BE








Silvia
28 anni, Roma.
Sviluppatrice
Reddito medio/alto

Scenario
Paolo decide di passare la serata a giocare ai videogiochi online con i suoi amici e apre il sito Steam.

Obiettivo
Vorrebbe trovare nello store un gioco multigiocatore, che costi meno di 10 euro e che abbia buone recensioni.



	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di trovare il gioco giusto in tempi brevi, senza dover cercare tra troppi titoli nello store.	Vorrebbe cercare un gioco con delle caratteristiche specifiche.	Nota che il catalogo è molto ampio, quindi spera di trovare ciò che cerca.	Spera di trovare il gioco perfetto per acquistarlo.
Azioni	Paolo apre il sito di Steam e controlla subito lo store, cliccando su negozio.	Clicca sul genere che gli interessa e nota che c'è l'opzione di aggiungere filtri alla sua ricerca.	Dopo aver messo i giusti filtri il sito le ha proposto alcuni titoli con le sue preferenze.	Trovato il gioco perfetto in poco tempo decide di acquistarlo e di iniziare subito a giocare!
Pensieri	"Tra le piattaforme più famose Steam ha decisamente molti più contenuti, quindi troverò sicuramente qualcosa che fa al caso mio."	"Ci sono troppi titoli nella categoria multigiocatore, ma posso filtrare per prezzo, recensioni e altro."	"Questi titoli sono proprio quello che cercavamo! Ora scegliamo quello perfetto per me e i miei amici."	"Ora posso godermi questa serata con i miei amici!"
Emozioni	 Speranzoso  Ottimista  Soddisfatto  Soddisfatto			
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		L'opzione di filtraggio è proprio quello che fa la differenza in questo caso.	Si risparmia tantissimo tempo con i filtri.	L'utente è invogliato a comprare perché ha trovato il prodotto perfetto per lui e non ha dubbi.

03 Discovery

User journey



AS IS



Nadia
Nadia 22 anni, Torino.
Studentessa
Reddito basso

Scenario
Nadia decide di provare un nuovo gioco presente negli acquisti di un membro della “famiglia” di Steam.

Obiettivo
Vorrebbe provare un nuovo gioco scegliendolo tra la lista dei giochi dei suoi amici presenti nella “famiglia” di Steam.

	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di provare un nuovo gioco senza dover spendere altri soldi.	Vorrebbe scegliere tra la lista di giochi dei suoi amici presenti nello stesso gruppo, in modo da non doverlo comprare.	Nadia vorrebbe trovare la sezione in cui sono presenti i giochi del gruppo “famiglia” facilmente.	Spera di trovare il gioco perfetto per provarlo.
Azioni	Nadia apre il sito di Steam e cerca nell’header dove potrebbe essere la sezione che sta cercando.	Clicca sul profilo, su giochi e altre sezioni, ma non riesce a trovare quella giusta.	Non riesce a trovare il gruppo “famiglia”, così clicca su assistenza, ma anche qui non riesce a trovare le risposte che cerca.	Frustrata decide di cercare sullo store un nuovo gioco, spendendo soldi che avrebbe potuto risparmiare.
Pensieri	“Con la funzionalità della famiglia Steam è perfetto per provare nuovi giochi acquistati dagli amici senza dover spendere soldi.”	“Non riesco proprio a trovare la sezione famiglia...”	“Anche nella sezione assistenza non riesco a trovare le risposte che cerco, vorrei poter chiedere direttamente a qualcuno in chat.”	“Ho deciso di comprare un gioco nuovo spendendo altri soldi.”
Emozioni				
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		Ci sarebbe bisogno di una sezione dedicata al gruppo famiglia, accessibile dal profilo.	L’assistenza potrebbe essere migliorata implementando una chat, molto più facile e veloce per qualsiasi dubbio.	L’opzione famiglia è un punto forte della piattaforma, bisognerebbe dargli più visibilità e importanza.

03 Discovery

User journey



TO BE



Nadia
Nadia 22 anni, Torino.
Studentessa
Reddito basso

Scenario
Nadia decide di provare un nuovo gioco presente negli acquisti di un membro della “famiglia” di Steam.

Obiettivo
Vorrebbe provare un nuovo gioco scegliendolo tra la lista dei giochi dei suoi amici presenti nella “famiglia” di Steam.

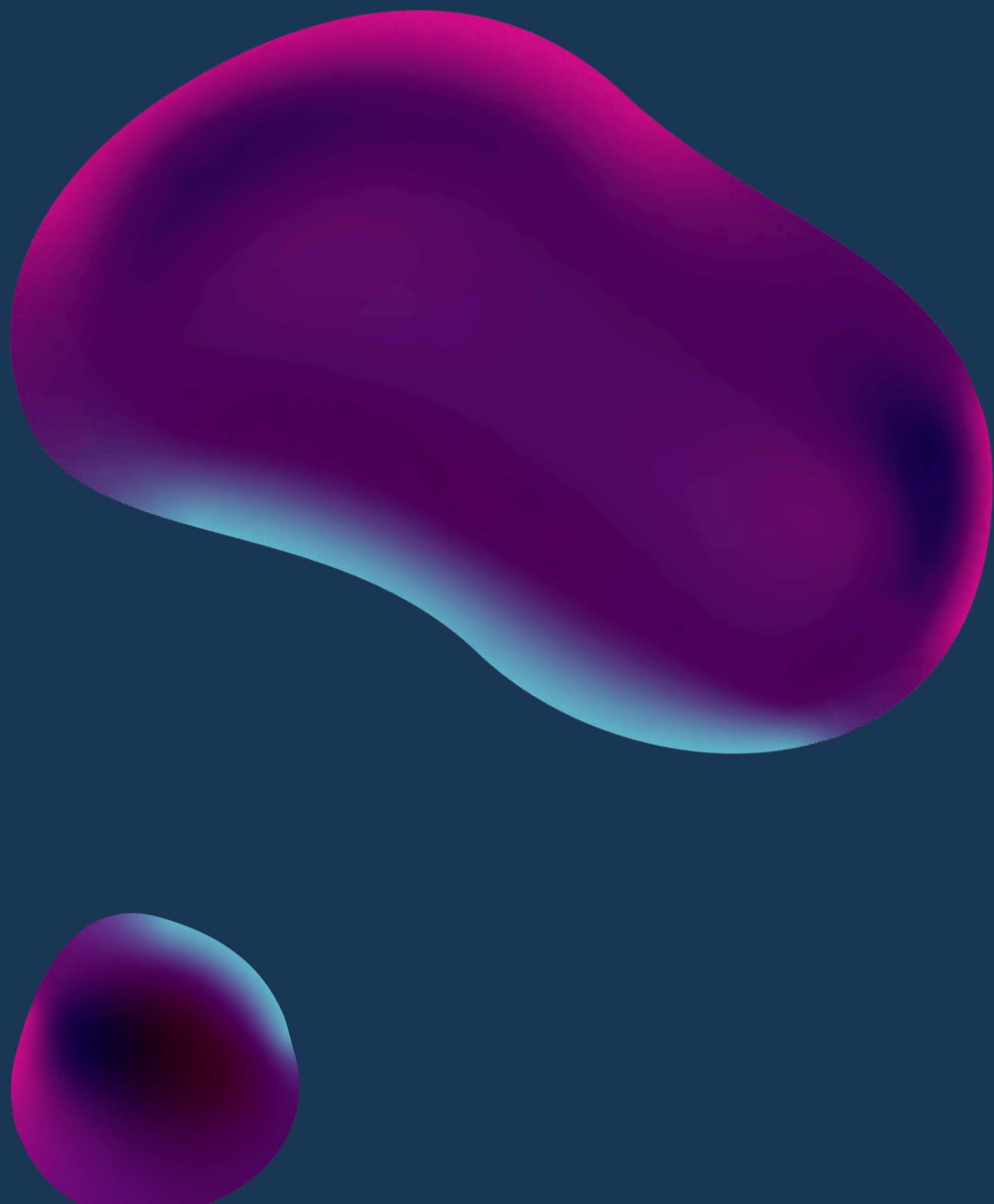
	Discovery	Navigazione	Scelta	Acquisto/ utilizzo app
Aspettative	Spera di provare un nuovo gioco senza dover spendere altri soldi.	Vorrebbe scegliere tra la lista di giochi dei suoi amici presenti nello stesso gruppo, in modo da non doverlo comprare.	Nadia vorrebbe trovare la sezione in cui sono presenti i giochi del gruppo “famiglia” facilmente.	Spera di trovare il gioco perfetto per provarlo.
Azioni	Nadia apre il sito di Steam e cerca nell’header dove potrebbe essere la sezione che sta cercando.	Clicca sul suo profilo e va nella sezione “famiglia”.	Dopo aver visitato la sezione ha ancora qualche dubbio sulla funzionalità, quindi decide di usare la chat di supporto per chiedere informazioni.	Ora che Nadia non ha più dubbi è pronta a giocare ad un nuovo gioco, contenta di aver risparmiato dei soldi!
Pensieri	“Con la funzionalità della famiglia Steam è perfetto per provare nuovi giochi acquistati dagli amici senza dover spendere soldi.”	“Ho trovato la sezione “famiglia” ma non so bene come funziona questa nuova feature.”	“Per fortuna c’è la chat di supporto che potrà rispondere ai miei dubbi velocemente.”	“Ora posso godermi questa serata con un nuovo gioco!”
Emozioni				
Touchpoints	Google	Steam - Sito web	Steam - Sito web	Steam - Sito web
Pain points e opportunità		La sezione ben visibile sul profilo ha risparmiato tempo e frustrazione all’utente.	Anche la chat è stata d’aiuto per la sua facilità d’uso e velocità nel rispondere.	L’utente è invogliato a usare la piattaforma perché è riuscito a trovare tutto ciò che cercava e per ogni dubbio è stato subito assistito.

03 Discovery

Riepilogo

Al termine di questa fase di discovery, ho acquisito una chiara comprensione delle aree su cui sarà necessario intervenire per migliorare:

- Impostazioni delle **preferenze** di giochi, prezzo, recensioni ecc... direttamente sul profilo, cambiabile ad ogni nuova necessità.
- Possibilità di **filtrare** i contenuti a inizio pagina dello store.
- Più **ordine** e chiarezza nelle categorie.
- Implementazione di una **chat** per il supporto tecnico nella sezione assistenza.



Wireframing

04 Wireframing Homepage

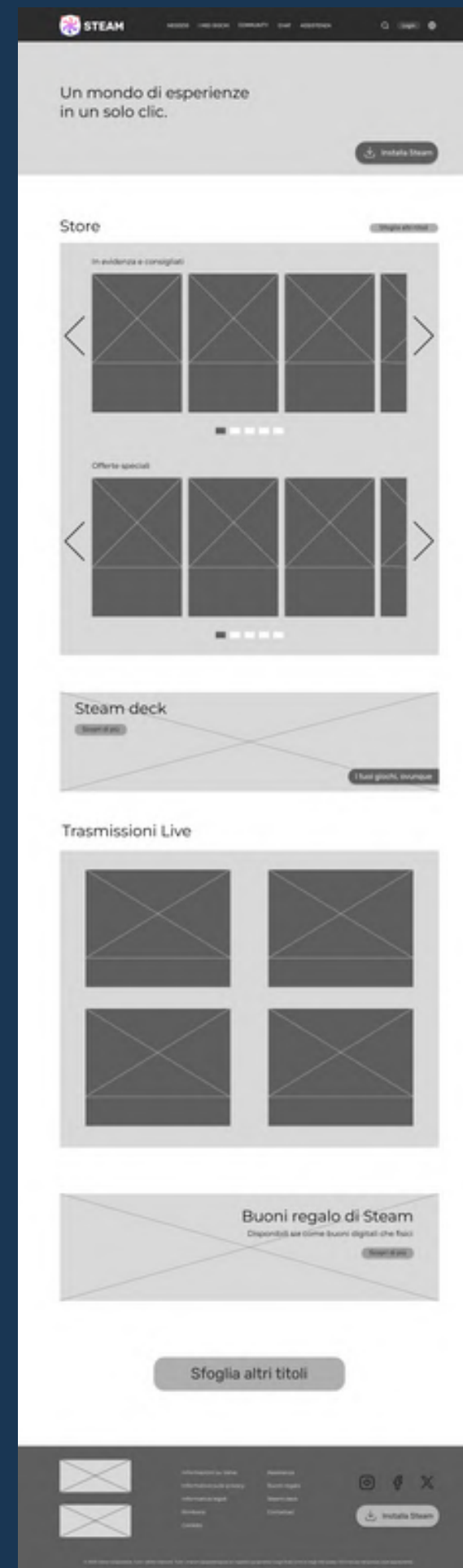
Nella Homepage ho inserito un quadro generale del contenuto del sito. Sopra tutto c'è una **CTA** per installare l'applicazione desktop.

Subito dopo si trova lo **store** che è la parte importante di tutto il sito, l'obiettivo principale dell'utente che apre il sito.

Scrollando in giù vengono proposti altri contenuti per mostrare all'utente altre cose **utili** e di possibile interesse.

[Link al Wireframe Desktop](#)

[Link al Wireframe Mobile](#)

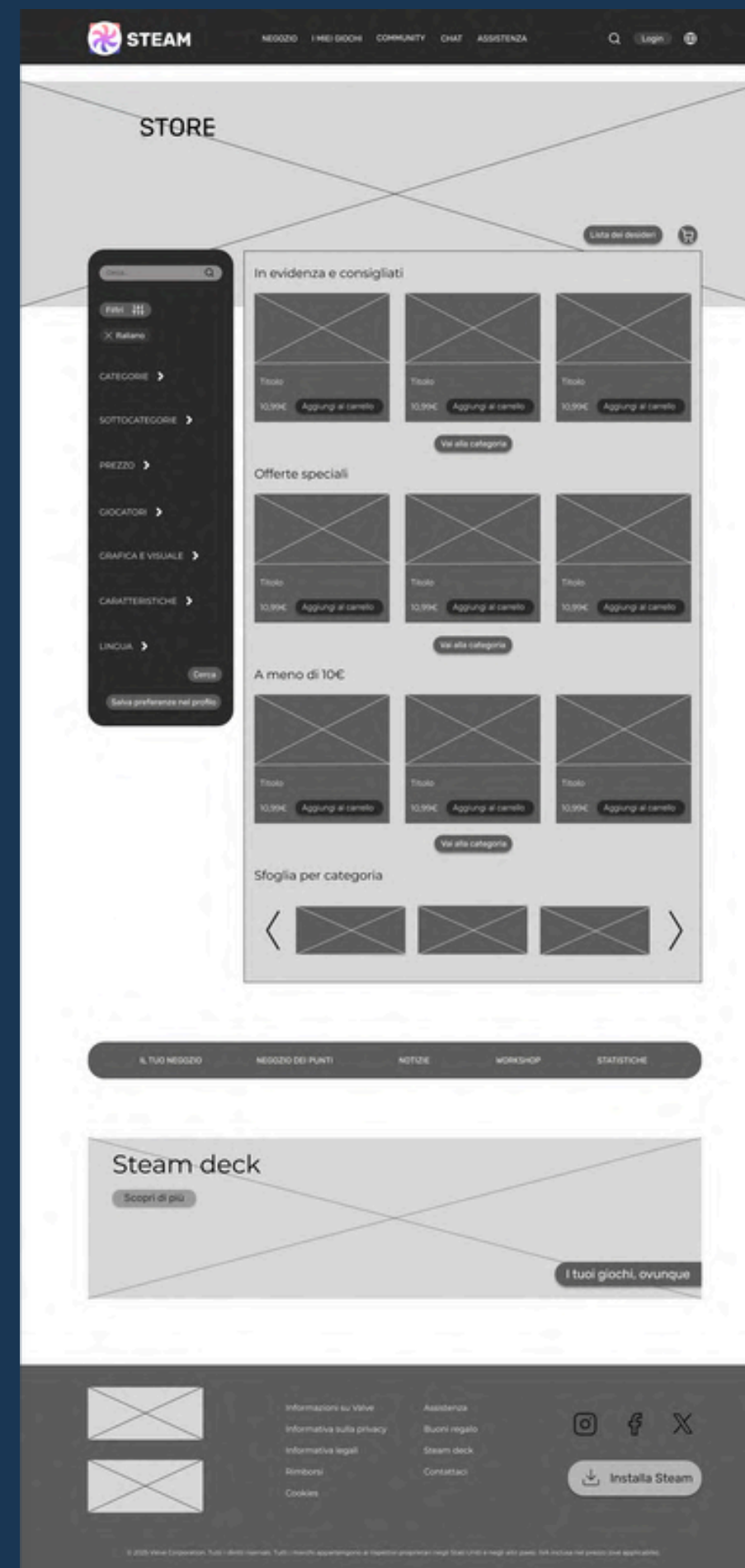


04 Wireframing Store

Ho aggiunto sulla sinistra la barra di ricerca nello store e i filtri, per **facilitare** e **velocizzare** l'esplorazione dei contenuti.

[Link al Wireframe Desktop](#)

[Link al Wireframe Mobile](#)



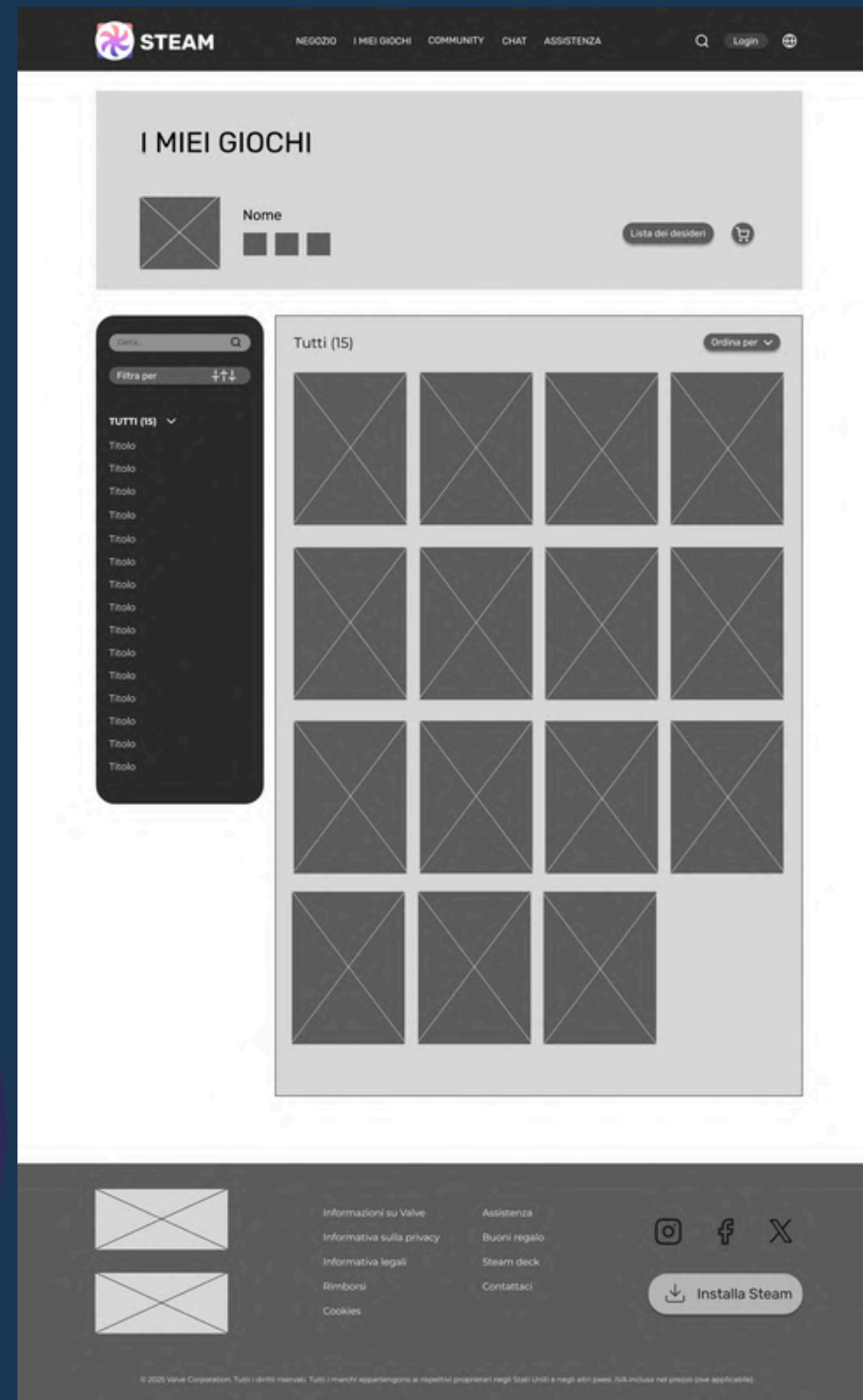
04 Wireframing

I miei giochi

La pagina “i miei giochi” presente nell’header per un facile raggiungimento, mostra in primo piano le **info** del profilo e subito dopo **l’elenco** dei giochi disponibili, con alla sinistra i **filtri** per poter cercare tra i propri giochi alcuni con determinate specifiche.

[Link al Wireframe Desktop](#)

[Link al Wireframe Mobile](#)



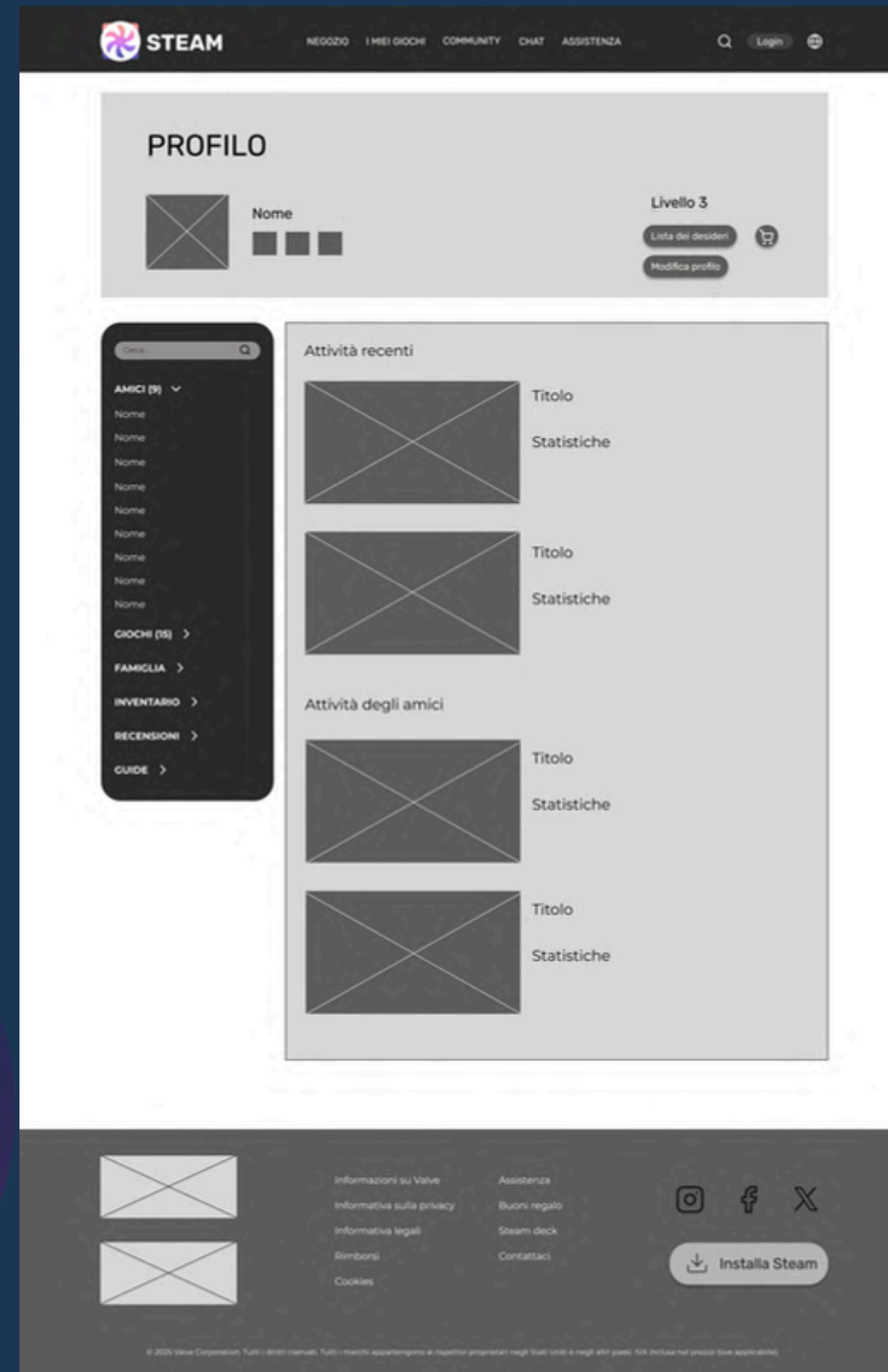
04 Wireframing

Profilo

Il profilo mostra prima di tutto le attività recenti dell'utente e quelle degli amici, essendo la community parte molto importante del sito. Di fianco a sinistra sono presenti le diverse categorie che fanno parte della pagine, facilmente visibili e navigabili.

[Link al Wireframe Desktop](#)

[Link al Wireframe Mobile](#)



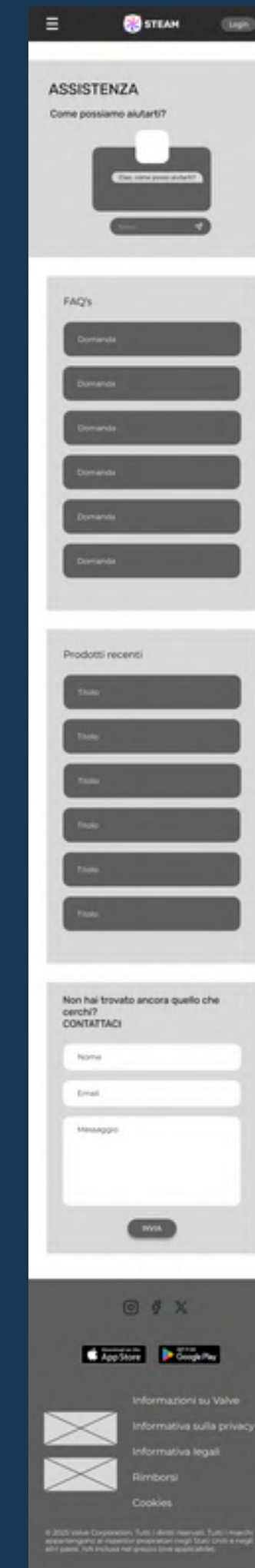
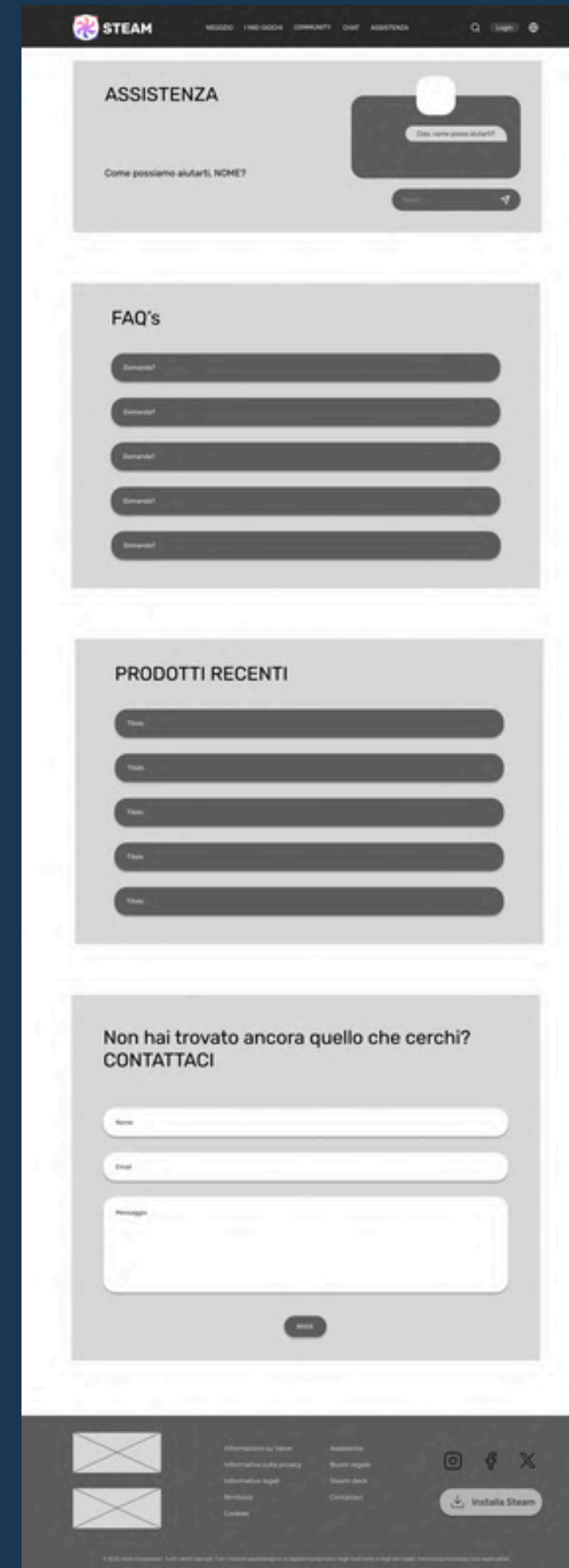
04 Wireframing

Assistenza

Nella pagina assistenza troviamo subito una **chat**. Subito dopo le **FAQ's** e i prodotti recenti per essere più specifici nei problemi che potremmo riscontrare. Non manca la possibilità di contattare via **email** l'assistenza, nel caso le soluzioni precedenti non siano state esaustive.

[Link al Wireframe Desktop](#)

[Link al Wireframe Mobile](#)

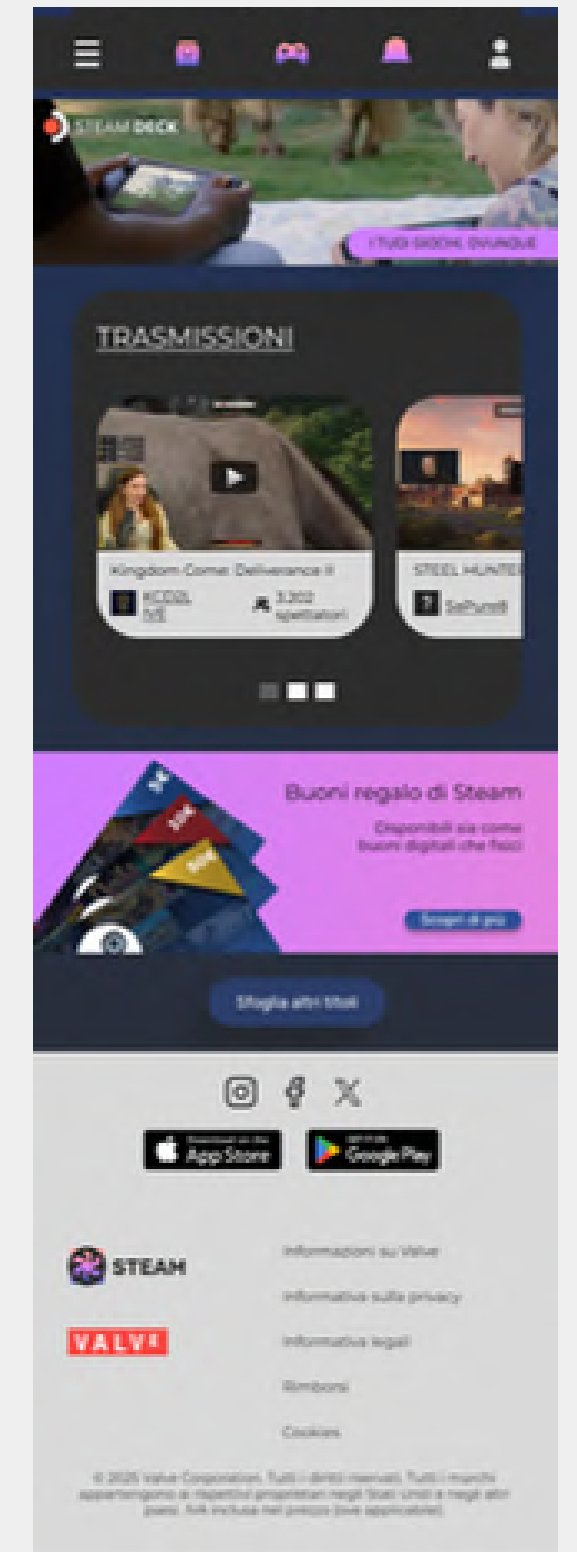
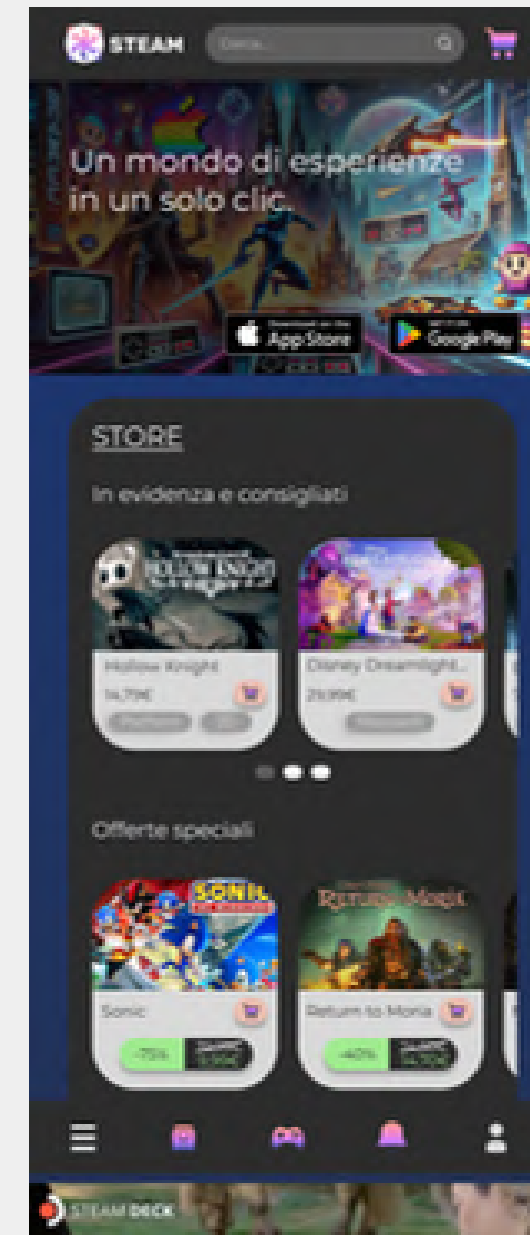
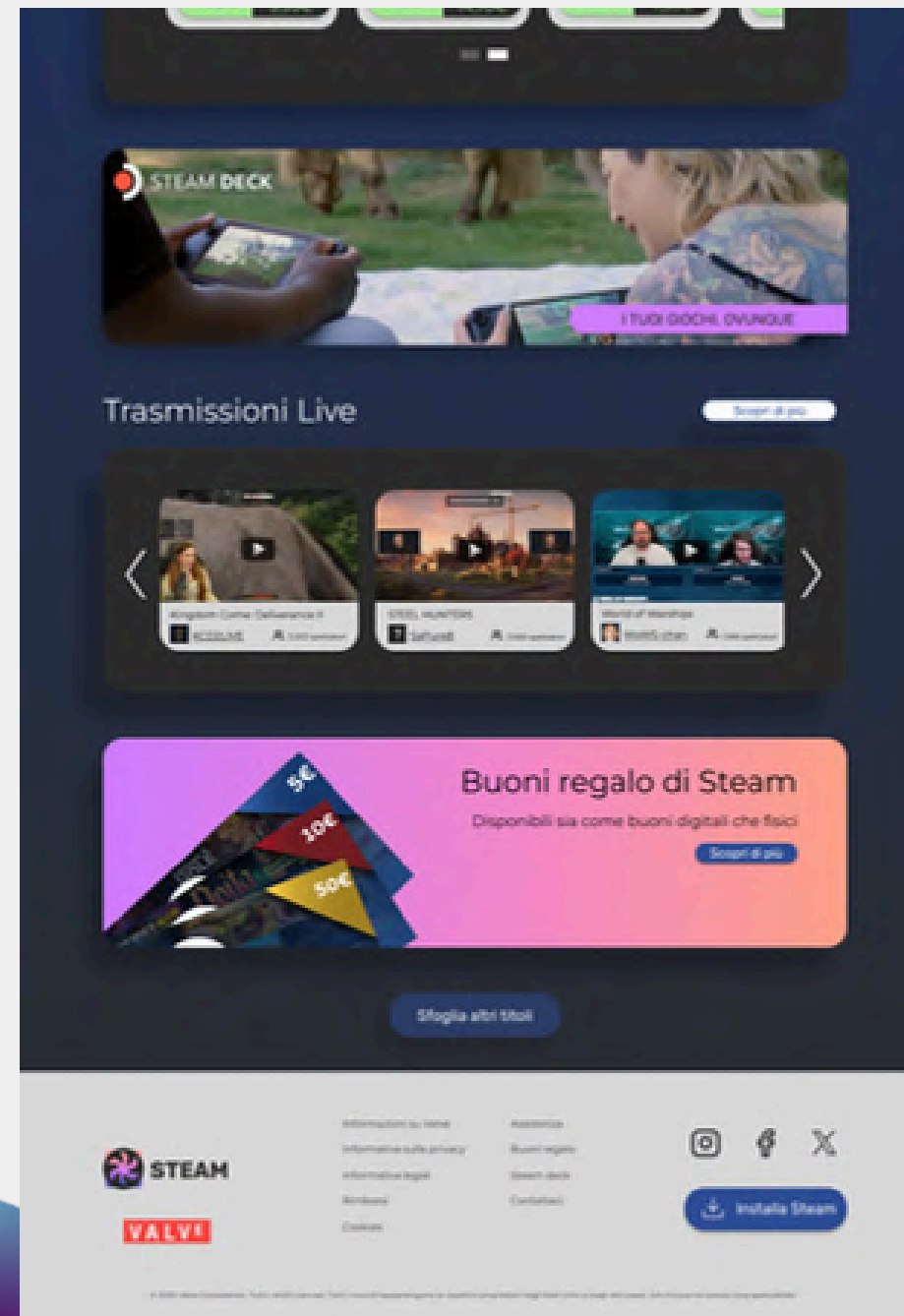
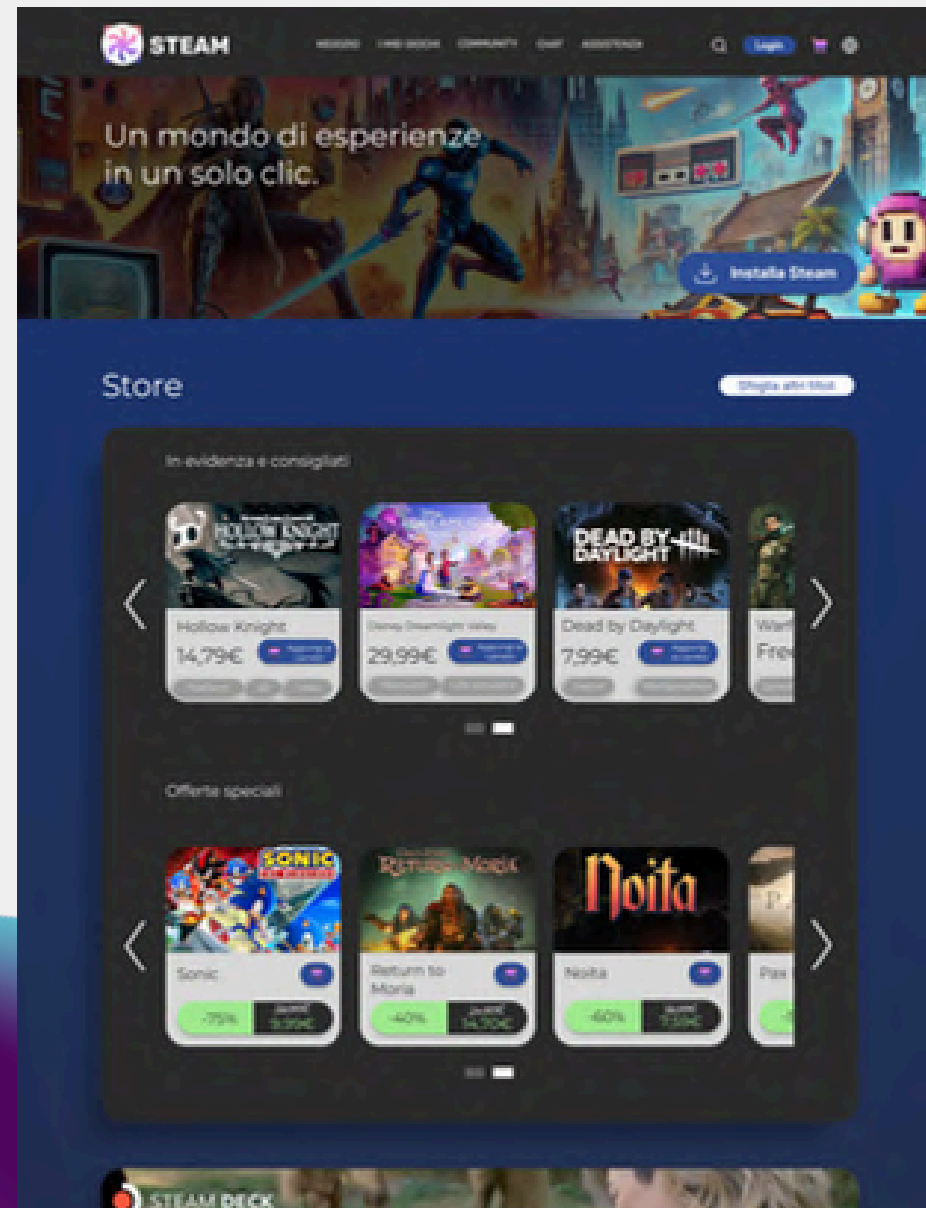


Prototyping

05 Prototyping Homepage

[Link al Prototipo Desktop](#)

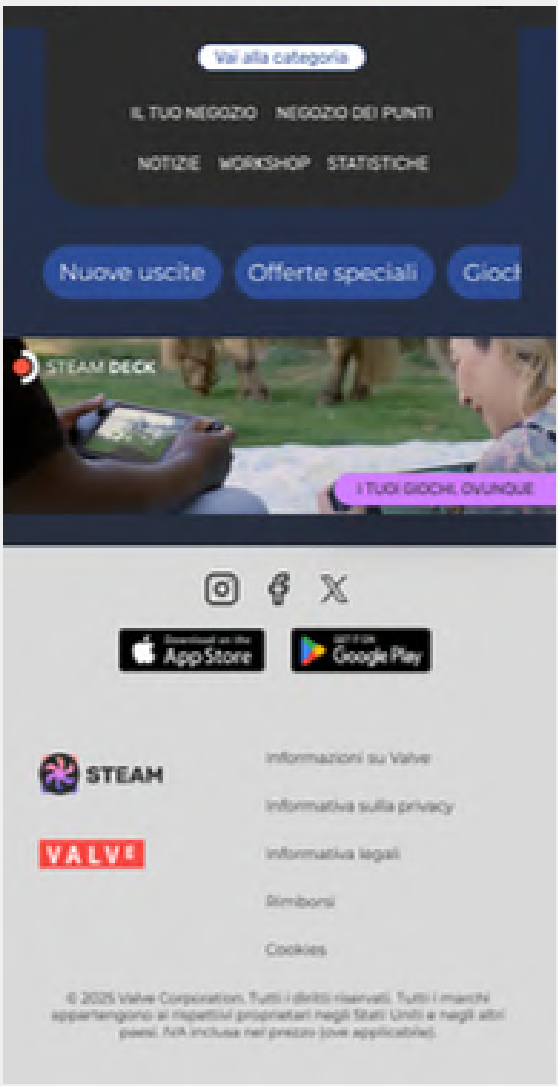
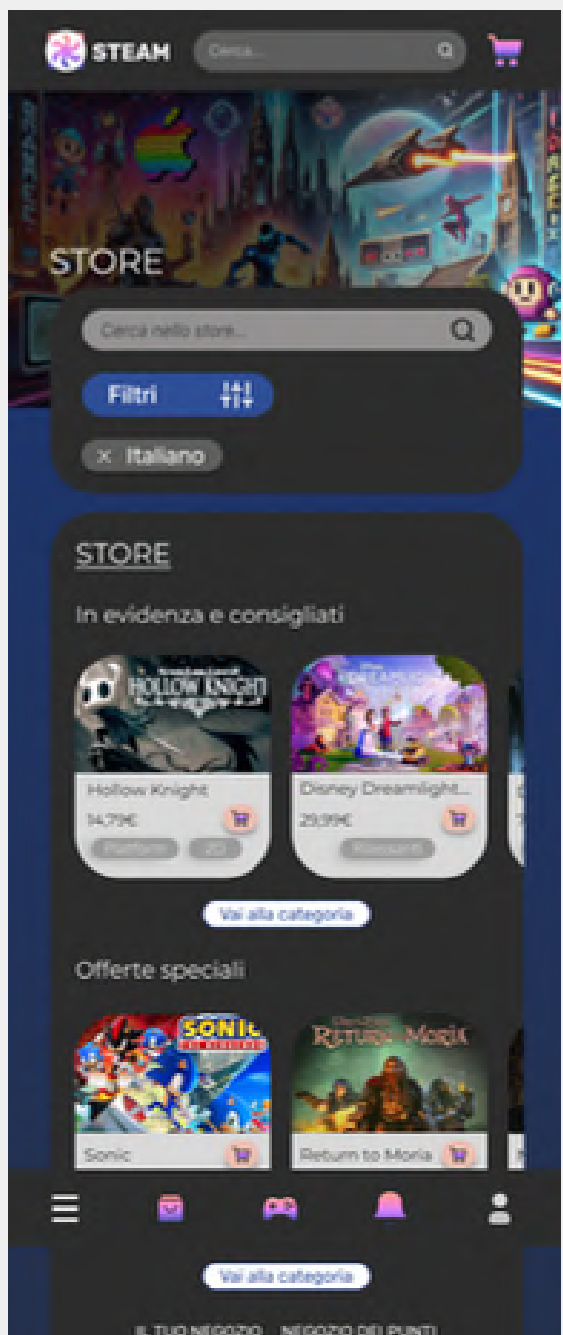
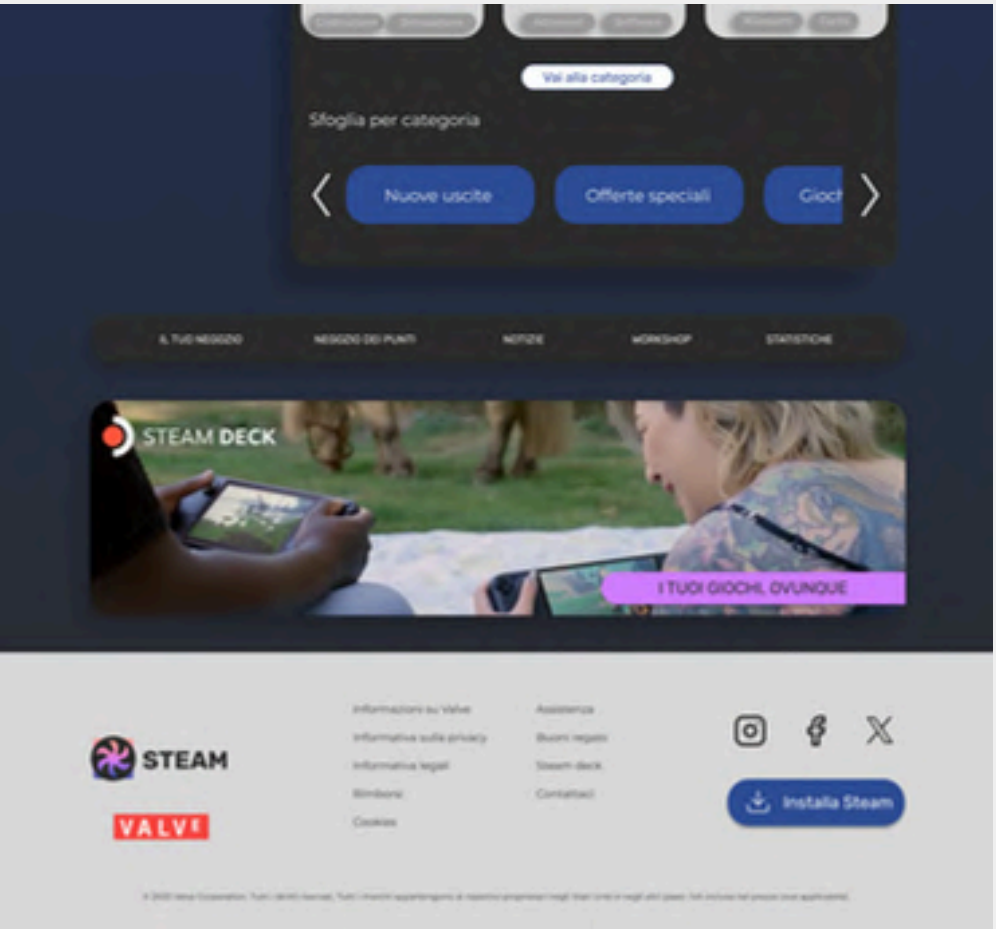
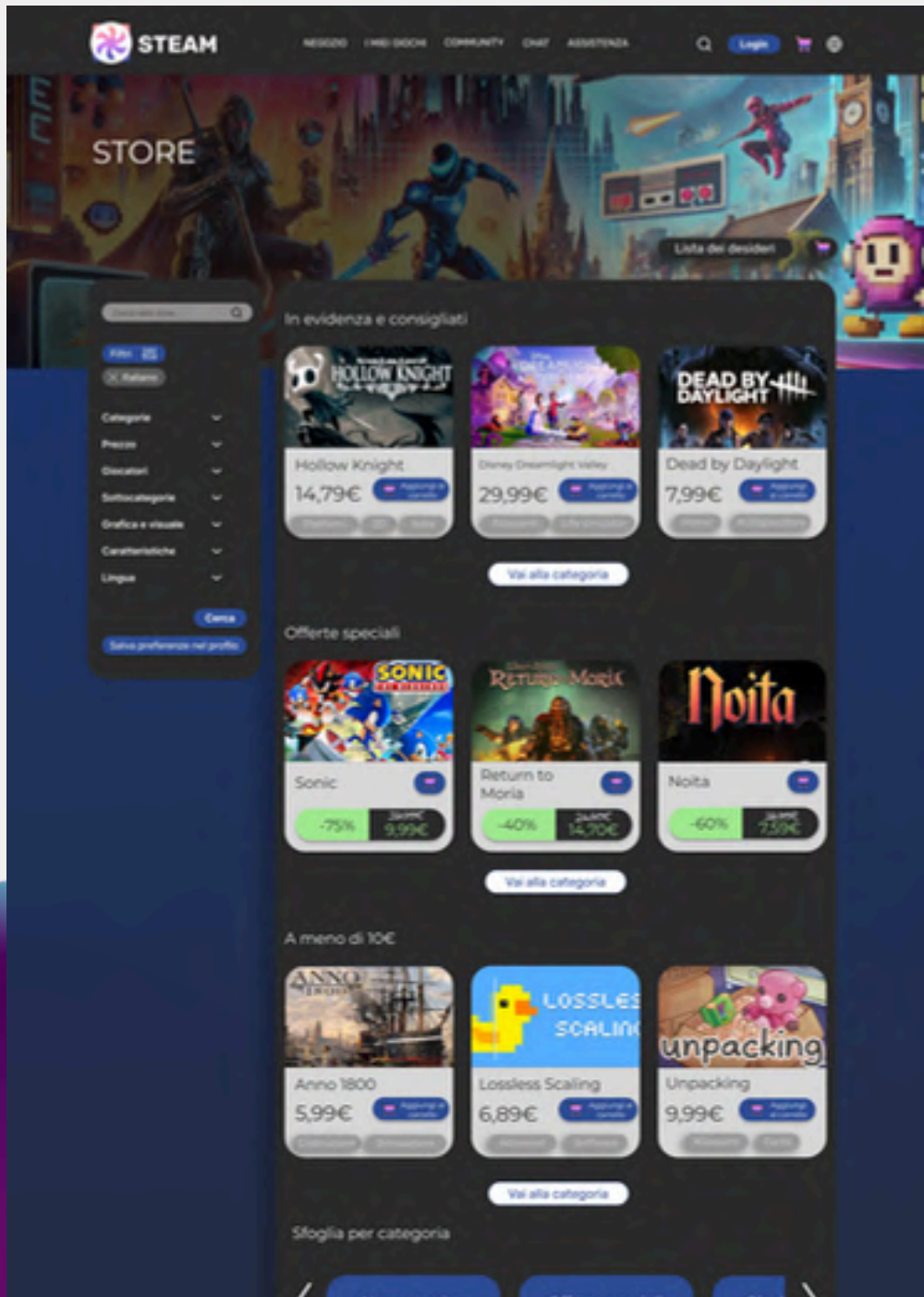
[Link al Prototipo Mobile](#)



05 Prototyping Store

[Link al Prototipo Desktop](#)

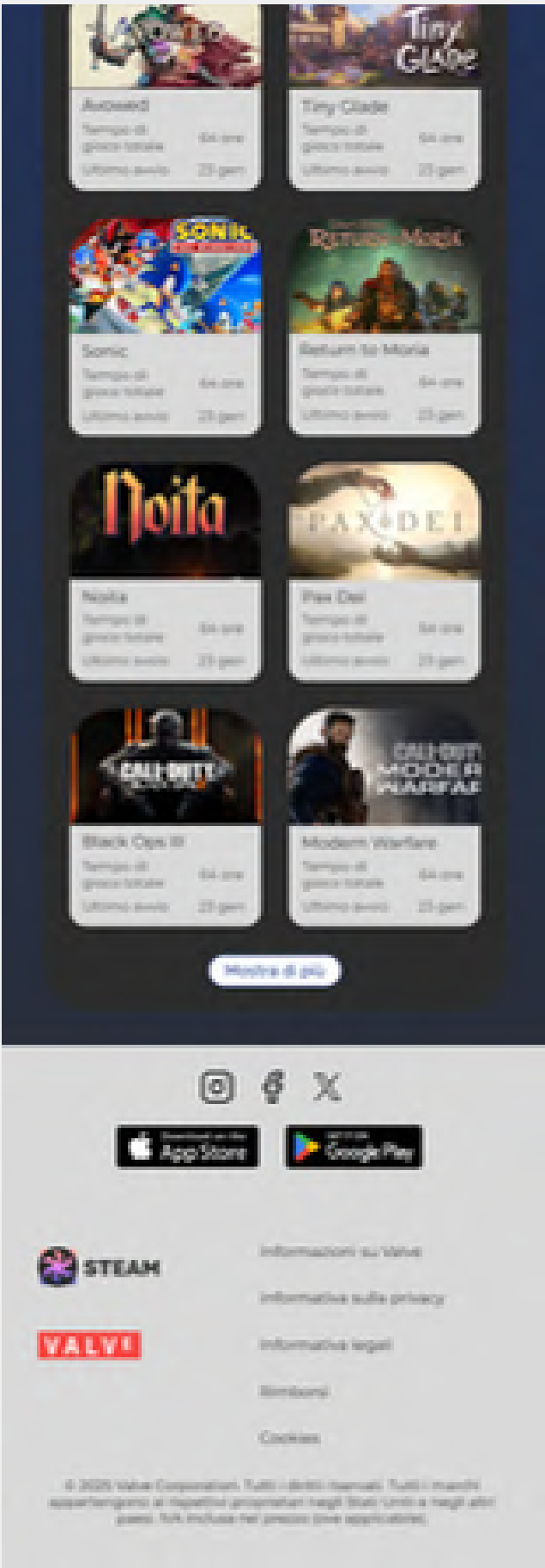
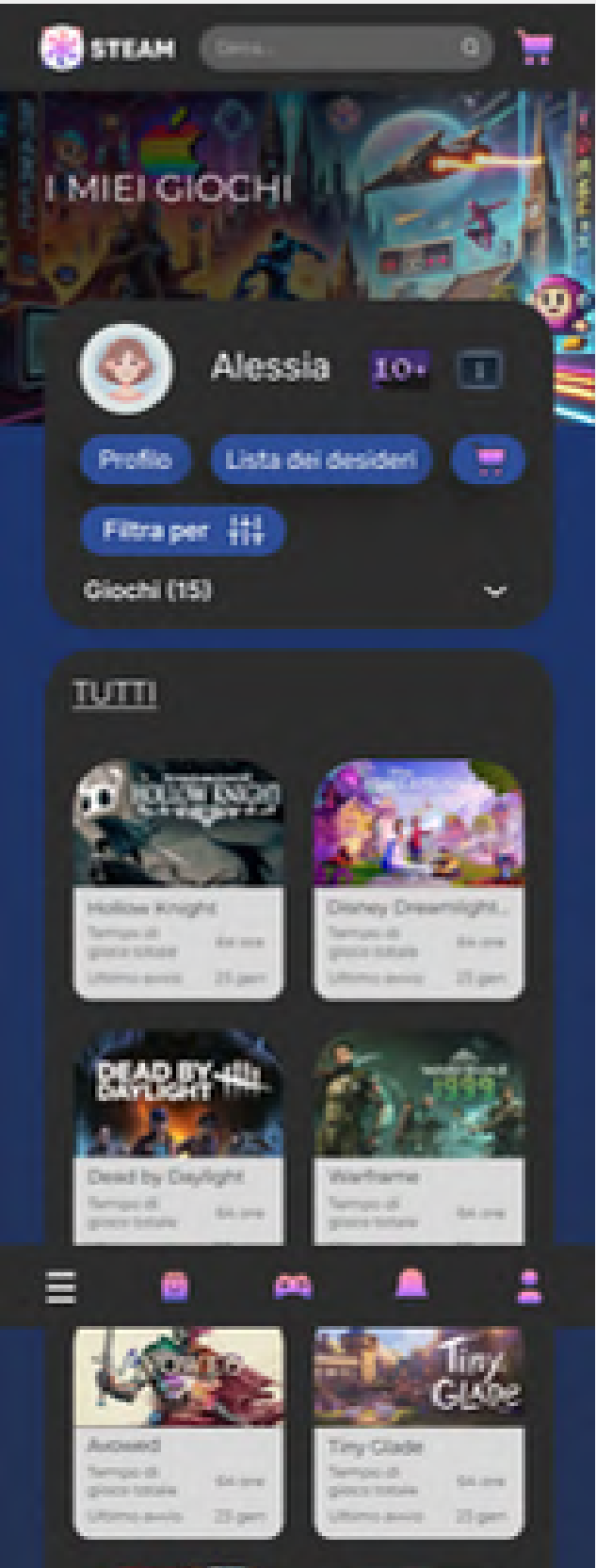
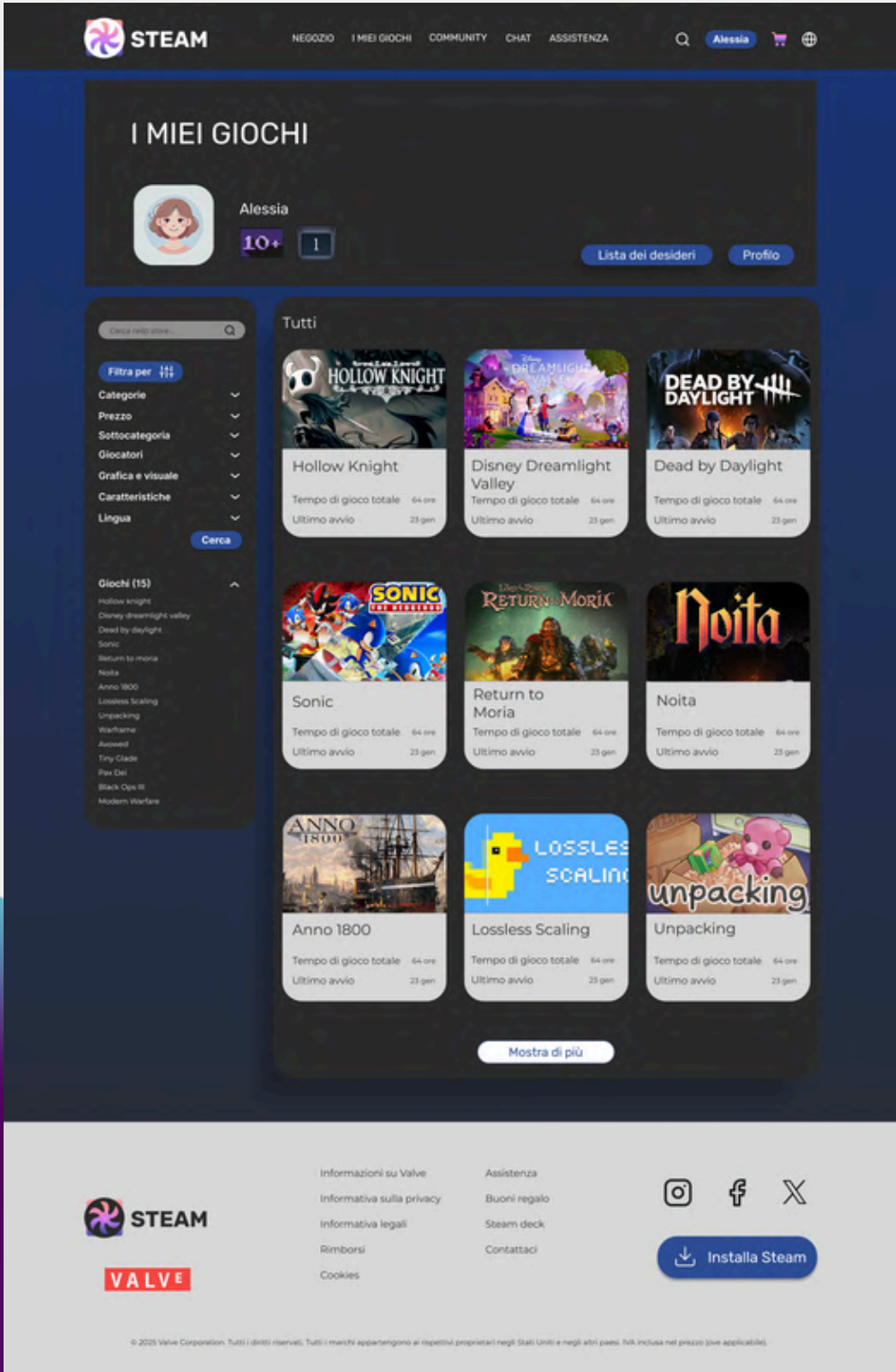
[Link al Prototipo Mobile](#)



05 Prototyping I miei giochi

Link al Prototipo Desktop

Link al Prototipo Mobile

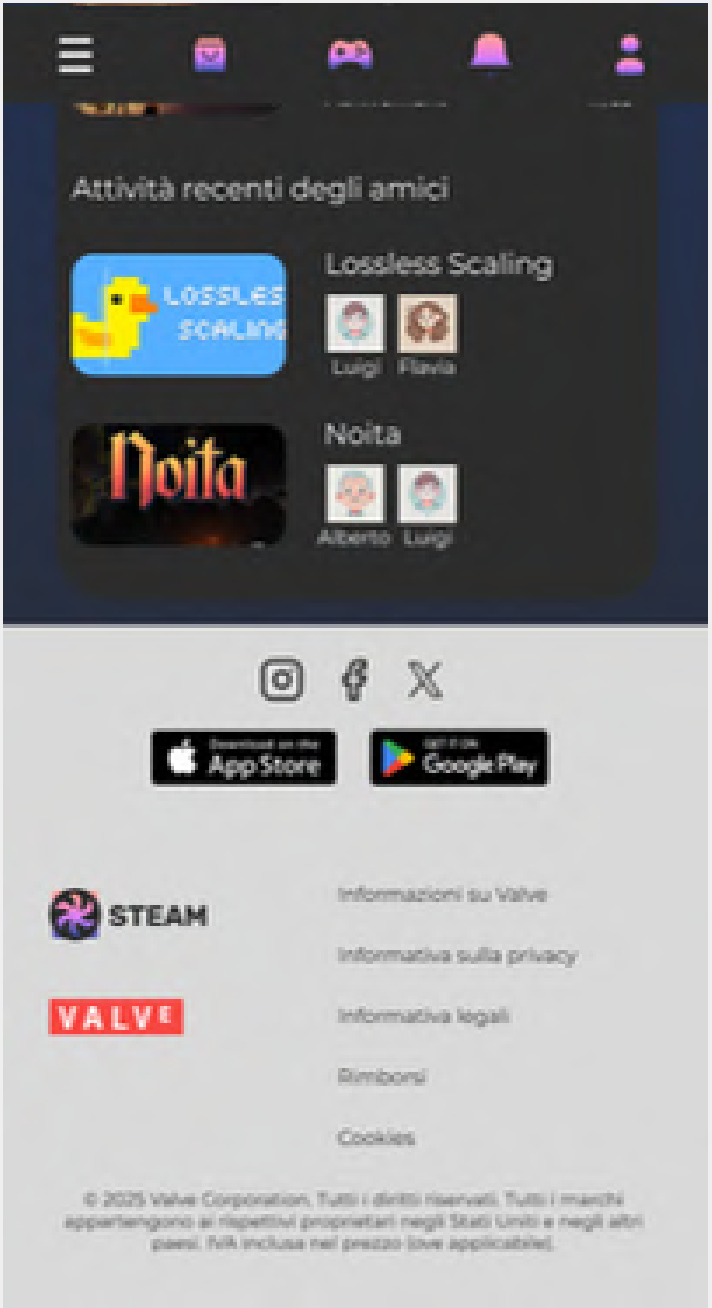
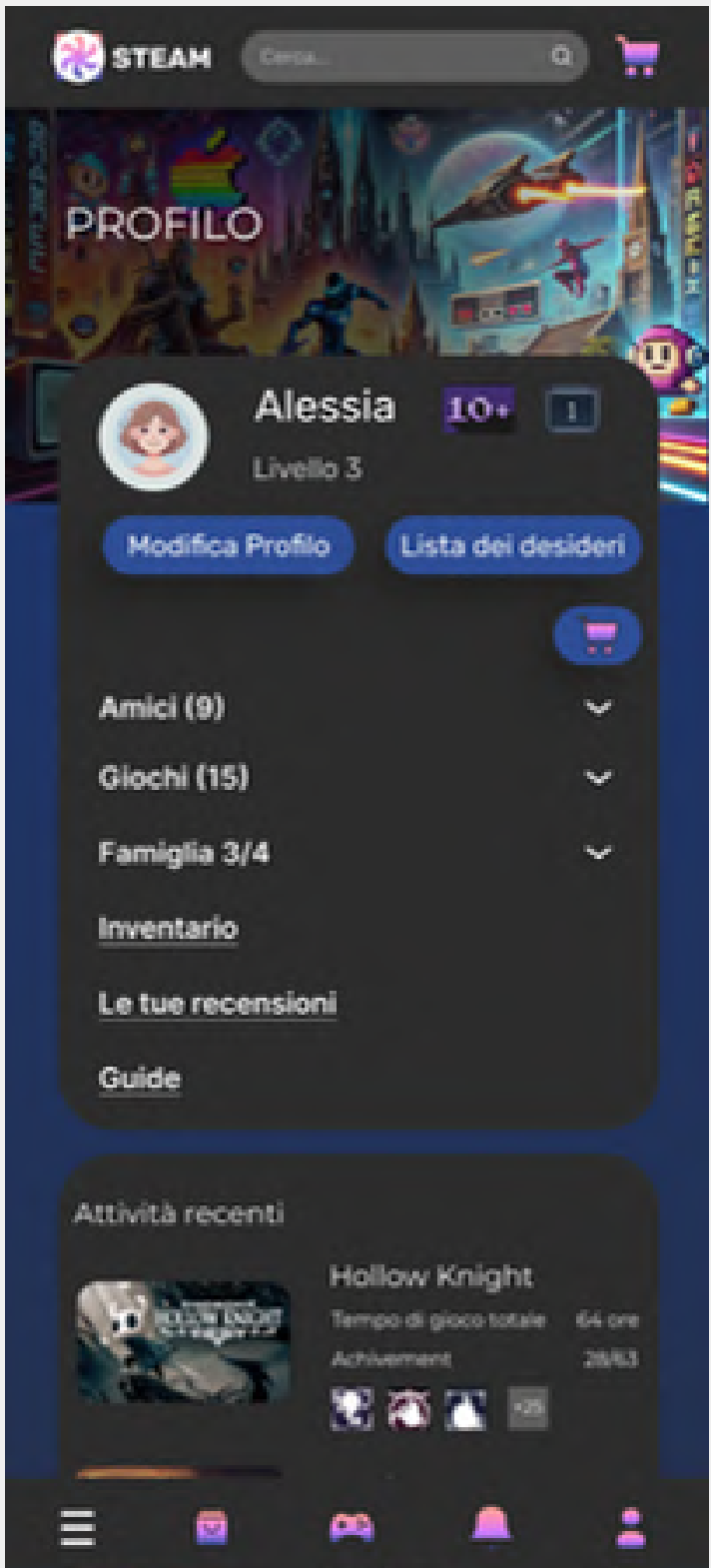
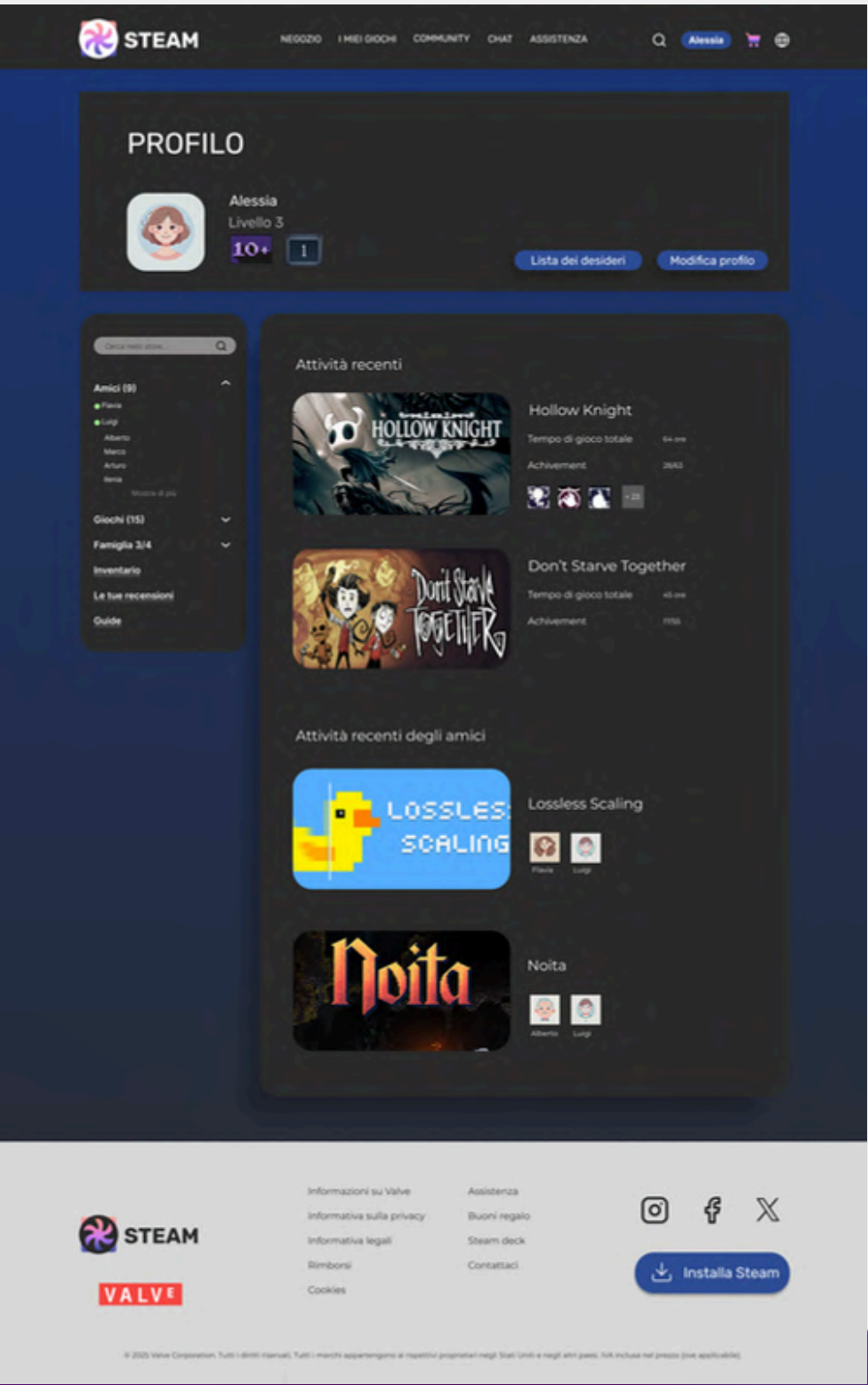


05 Prototyping

Profilo

[Link al Prototipo Desktop](#)

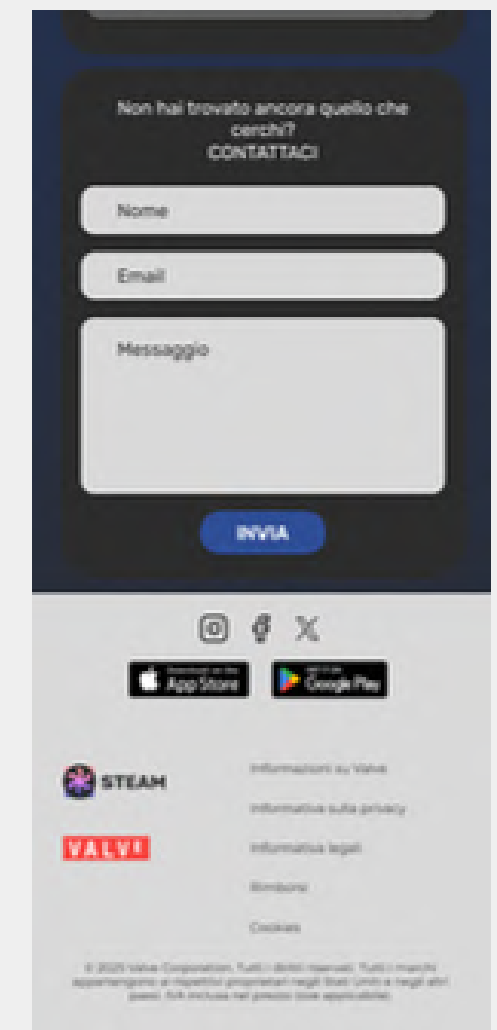
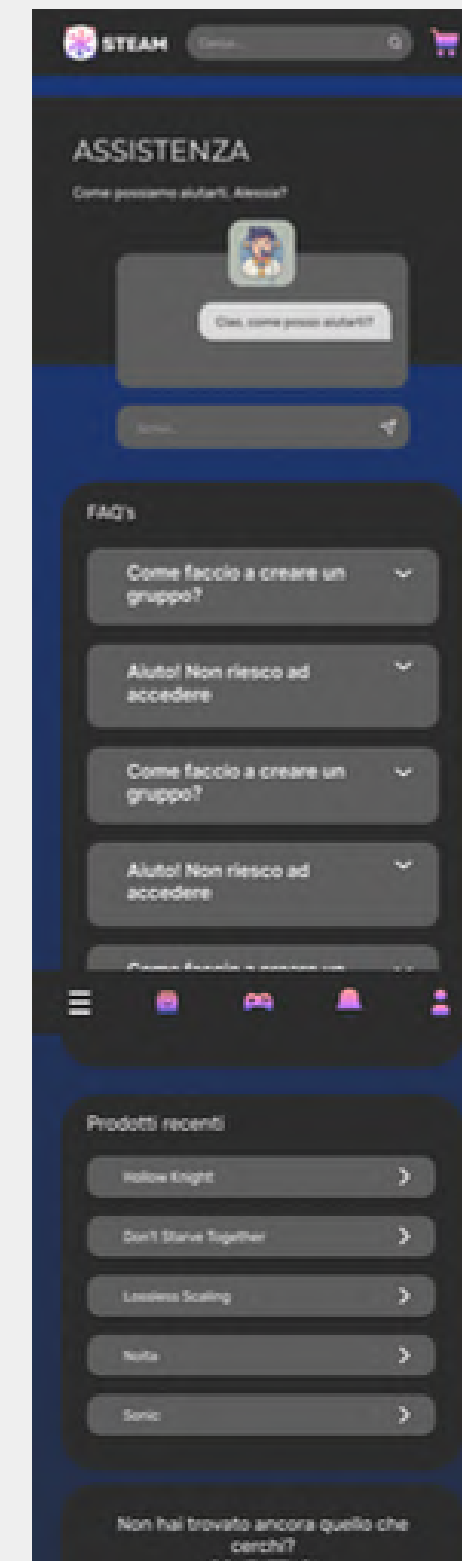
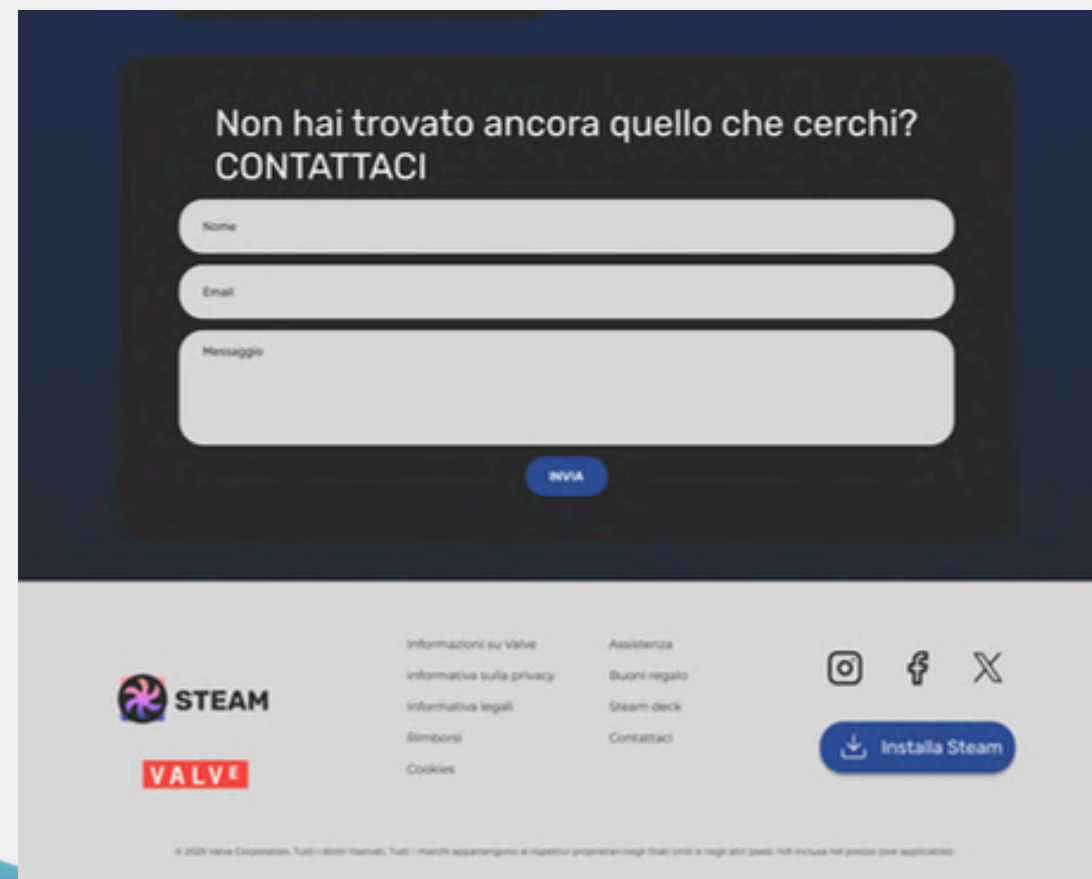
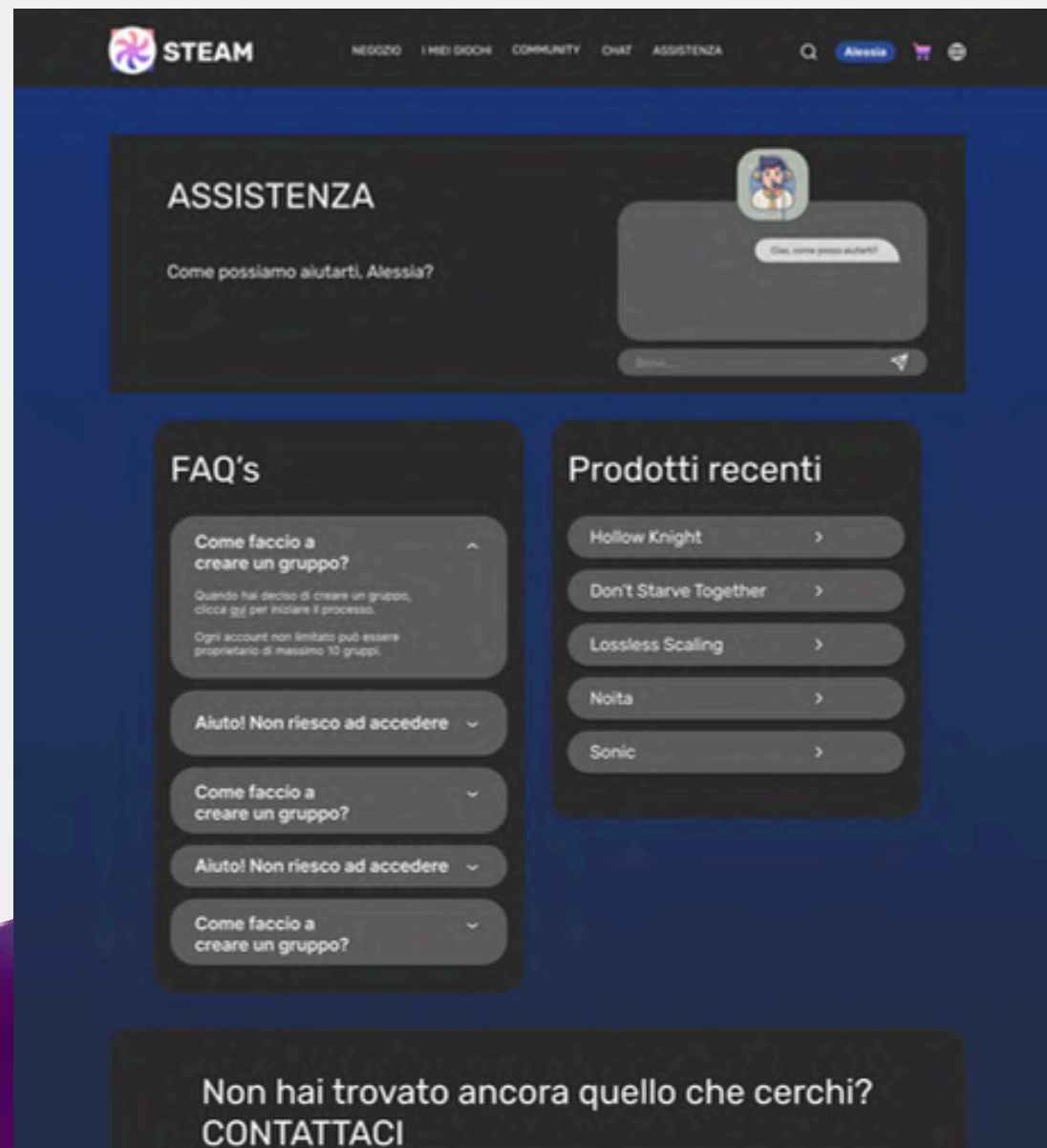
[Link al Prototipo Mobile](#)



05 Prototyping Assistenza

[Link al Prototipo Desktop](#)

[Link al Prototipo Mobile](#)



User Testing

06 User Testing

Obiettivi e tipologia di test

Per questo progetto ho deciso di sviluppare il test **Simple Ease Question** (SEQ) in cui viene chiesto all'utente di eseguire un compito.

Cosa testare:

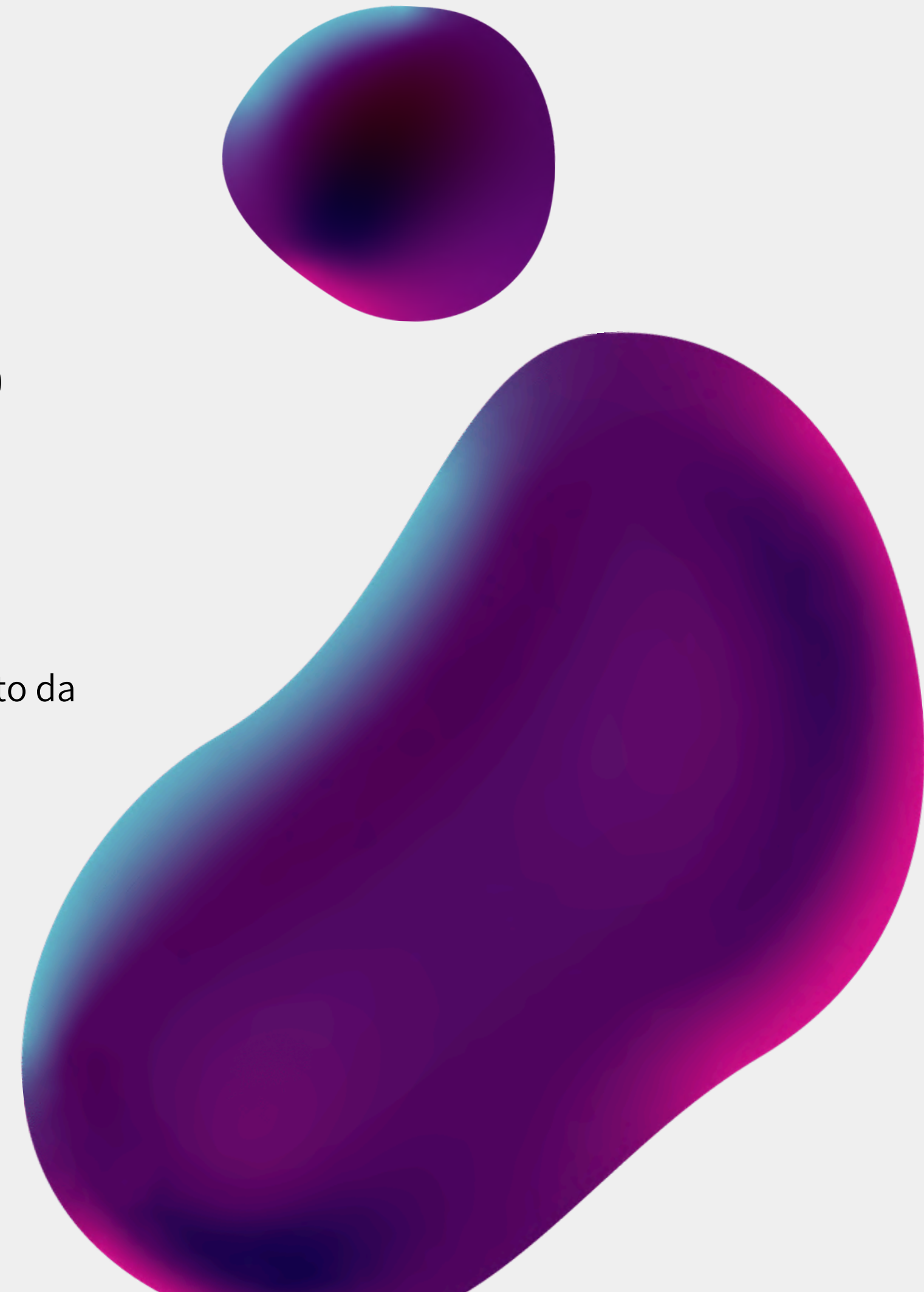
- **Navigabilità**
- **Intuitività**
- **Ricerca di informazioni**

Tipologia di test:

Simple Ease Question: test non moderato da remoto con il tool Maze.

Dati e metodi di valutazione:

- Compito portato a termine **sì/no**
- **Heatmaps**
- **Votazione** da parte dell'utente sulla difficoltà del compito
- **Tempo** impiegato



06 User Testing

Obiettivi e tipologia di test

Il mio **obiettivo** è quello di certificare che il sito sia stato migliorato dal punto di vista della **navigazione** e **intuitività**, infatti uno dei problemi principali iniziali era la difficoltà nel cercare determinati giochi attraverso i filtri inesistenti.

Queste nuove modifiche dovrebbero facilitare l'utente e questo test mi aiuterà a capire **se** il nuovo layout facilita effettivamente il task (compito portato a termine sì/no), **quanto** lo facilita (votazione e tempo impiegato) e quanto è facile **trovare** le informazione presenti sul sito (heatmaps).

TASK:

SFOGLIA il negozio e metti nel CARRELLO un gioco Platform da 1 giocatore.

Caratteristiche:

Platform
1 giocatore

Metti nel **carrello** un gioco.

06 User Testing

Risultati

Su 10 persone testate, 9 sono riuscite a **completare** l'obiettivo.

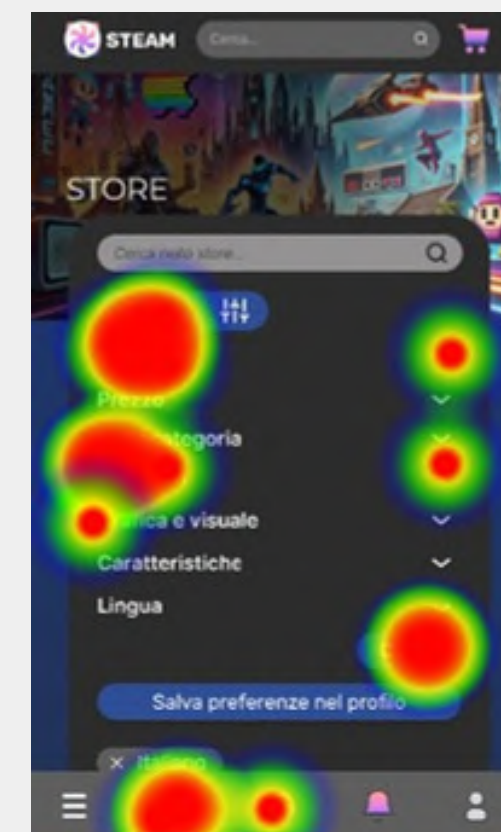
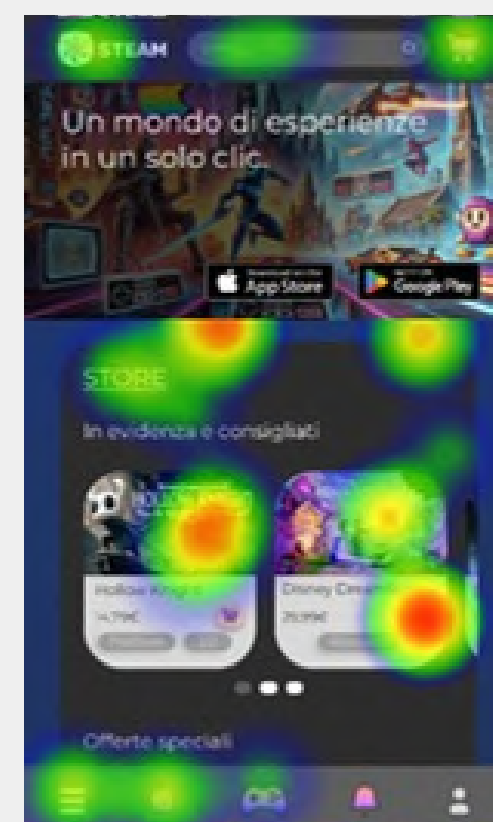
Le heatmaps evidenziano che l'utente ha generalmente seguito il path **giusto**, con qualche misclick iniziale sull'header della home.

La votazione sulla facilità del compito sono positive, con una media di **4/5** (abbastanza facile).

Di media l'utente ha impiegato meno di **60 secondi** per completare il path.

Grazie ai risultati del test sono riuscita a individuare i punti di forza e i punti deboli della nuova organizzazione del sito.

Sicuramente adesso il flusso dell'utente è più **fluid** e **veloce**, riesce ad arrivare all'obiettivo in poco tempo perché le informazioni (negozi e filtri) sono presenti **all'inizio** delle pagine.



07 Conclusioni

Il miglioramento dell'esperienza utente per il sito Steam ha seguito un processo strutturato e orientato alle **esigenze reali** degli utenti, garantendo un approccio efficace e mirato.

Attraverso la fase di **discovery**, ho identificato i punti critici e le opportunità di miglioramento. Successivamente, con il **wireframing** e il **prototyping**, ho sviluppato soluzioni intuitive e visivamente coerenti con l'identità del brand.

Il **testing** con gli utenti ha poi permesso di validare le scelte progettuali e affinare ulteriormente l'interfaccia per garantire una navigazione fluida e soddisfacente.

Grazie a un design funzionale e centrato sull'utente, il sito è ora più accessibile, coinvolgente ed efficace nel raggiungere i suoi obiettivi.

Grazie per l'attenzione!

Start2impact
Alessia Bianchi



STEAM®



STEAM