

PROGETTO DISCOVERY 2

Alessia Trifiletti

ecodream

sustainable
fashion
brand

RIEPILOGO

PARTE 1

Fase 1

Ho analizzato il sito di ecodream e raccolto informazioni sull'azienda per capire: la sua storia d'impresa, la loro mission, il processo creativo.

Fase 2

Tramite le 10 euristiche ho analizzato la struttura del sito, i pro e i contro, sia dalla versione desk che nella versione mobile e un riepilogo finale in base ai dati raccolti.

Fase 3

Ho realizzato la mappa del sito, includendo tutti i collegamenti interni ed esterni. Inoltre, ho individuato alcuni dei principali competitor di ecodream e li ho confrontati.

Fase 4

Ho studiato il target e creato il questionario, per poi andare ad analizzare i risultati emersi.

DAL SONDAGGIO ERA EMERSO CHE

- Il 69,4% comprano borse o accessori una volta l'anno. La maggior parte preferisce acquistare in negozi fisici (70,3%).
- La maggioranza sembra essere abbastanza a proprio agio con l'uso di dispositivi tecnologici (54,1%).
- Prezzo (40,5%) e funzionalità/praticità (37,8%) sono i fattori più influenti nella scelta di una borsa.
- Gli aspetti più apprezzati dei brand sostenibili sono la qualità dei prodotti (61,1%) e l'impegno verso l'ambiente (27,8%).
- La sostenibilità del brand influenza moderatamente le decisioni di acquisto (valutazioni medie intorno al 5-7 su 10).
- Il principale ostacolo all'acquisto di borse sostenibili è la poca varietà di modelli (29,7%) seguito dalla scarsa reperibilità (29,7%) e il prezzo elevato (27%).
- Instagram e TikTok sono i canali più utilizzati per scoprire nuovi brand (51,4%).
- Il 51,4% ritiene abbastanza importante sapere come vengono realizzati i prodotti (materiali, processo, etica).
- La possibilità di vedere recensioni di altri clienti e un menù di navigazione chiaro sono considerate caratteristiche fondamentali di un e-commerce.
- Molti partecipanti sono interessati o già acquistano prodotti ecosostenibili in altri settori (abbigliamento, cosmetici, arredamento).

UPDATE OBIETTIVI

1. Personas

Dai dati emersi dall'analisi è stato possibile suddividere il target, creando 3 personas che rappresentano fasce di età, obiettivi e necessità specifici.

2. User/customer journey

Ogni personas, con i suoi bisogni e le proprie motivazioni, dà vita ad una journey diversa. Ho quindi cercato di individuare i possibili "pain point", ossia le difficoltà, i punti che si incontrano lungo il percorso che dovranno andare ad essere migliorati.

3. User journey update

Dopo aver individuato i pain point, ho iniziato il processo di miglioramento del percorso utente, basandomi su dati reali.

4. Sitemap

Dopo aver analizzato le problematiche emerse dall'user journey, ho creato una nuova sitemap per migliorare la navigazione e l'esperienza utente.

RAFFAELLA



Età: 35 anni

Professione: Fisioterapista

Residenza: Genova

BIO

Raffaella è appassionata al suo lavoro e si dedica con attenzione e cura a ogni paziente. È molto interessata ai prodotti eco-friendly e design innovativi, che combinano estetica, funzionalità e sostenibilità.

OBIETTIVI

Benessere: Raffaella cerca soluzioni che migliorino il suo benessere psicofisico e siano in linea con i suoi valori ecologici.

Design funzionale e sostenibile: È alla ricerca di arredamento e accessori che siano estetici, pratici e rispettosi dell'ambiente, ideali per il suo stile urbano.

Educazione e informazione: È interessata a brand che comunichino chiaramente i loro valori sostenibili e offrano trasparenza sui materiali utilizzati.

ABITUDINI

Predilige uno stile di vita sostenibile, con un focus sull'alimentazione biologica e locale. Crede nel rispetto per l'ambiente e cerca di fare scelte consapevoli riguardo ai suoi acquisti e alle sue abitudini quotidiane.

FRUSTRAZIONI

Difficoltà nel reperire prodotti ecofriendly.

Difficoltà nel trovare prodotti che sappiano conciliare estetica e sostenibilità.

Non avendo molto tempo a disposizione a causa del lavoro, trova frustrante imbattersi in siti che le occupano troppo tempo per cercare ciò che vuole, quindi con mancanza di un menù chiaro di navigazione.

VINCENZO



Età: 27 anni

Professione: Fotografo

Residenza: Catania

BIO

Vincenzo è un fotografo freelance particolarmente appassionato di fotografia paesaggistica e di street photography, che ama esplorare durante il tempo libero. Vincenzo è una persona dinamica e creativa, che adora viaggiare e scoprire nuovi luoghi da immortalare con la sua macchina fotografica, rispettando sempre ogni ambiente che visita.

OBIETTIVI

Sostenibilità: Cerca di integrare nelle sue scelte professionali e nei suoi viaggi il concetto di sostenibilità, scegliendo prodotti che non solo siano utili ma anche belli esteticamente.

Ricerca di nuovi prodotti: È molto attento a recensioni e opinioni online prima di acquistare nuovi prodotti.

Trovare giusto equilibrio tra qualità e prezzo: i prodotti sostenibili hanno tutti prezzi abbastanza elevati.

ABITUDINI

Porta sempre con sé uno zaino ecologico, con tutto il necessario (attrezzatura fotografica, acqua, snack) per la giornata.

Acquista cibi freschi al mercato locale e porta con sé uno snack ecologico durante le giornate di lavoro.

FRUSTRAZIONI

Vincenzo non si fida dei siti in cui non sono presenti le recensioni di altri clienti.

Trova inoltre difficile trovare prodotti che soddisfino le sue aspettative di praticità ad un prezzo accessibile.

AMALIA



Età: 19 anni

Professione: Studentessa

Residenza: Torino

BIO

Amalia è una ragazza curiosa, ambiziosa e molto attenta al futuro. La sostenibilità è una parte importante della sua vita quotidiana: evita l'uso della plastica, predilige prodotti eco-friendly e cerca di fare acquisti consapevoli.

OBIETTIVI

Ridurre al minimo l'impatto ambientale introducendo nella sua routine abitudini ecologiche.

Vivere in modo sostenibile e promuovere la consapevolezza ambientale tra i suoi amici e colleghi.

Rinnovare le sue borse e i suoi zaini, prediligendo prodotti di design alla moda e allo stesso tempo realizzati con materiali sostenibili.

ABITUDINI

Amalia utilizza bicicletta o mezzi pubblici per spostarsi, acquista abbigliamento da marchi eco-sostenibili e segue tendenze di moda etica.

FRUSTRAZIONI

Difficoltà nel trovare prodotti eco-sostenibili accessibili. Amalia cerca di essere sostenibile, ma il più delle volte i prodotti eco-friendly sono costosi o difficili da trovare.



RAFFAELLA USER JOURNEY – AS IS

Scenario: Raffaella vuole comprarsi delle borse nuove poichè quelle nel suo armadio sono ormai usurate e passate di moda.

Expectation/goals: Trovare borse che siano alla moda e allo stesso tempo sostenibili. Trovare delle promozioni.

	Discovery	Navigation 1	Navigation 2	Check-out
Attività	Cerca “borse sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage alla ricerca della sezione delle promozioni.	Entra nella sezione “Shop” e trova il suo modello di borsa ideale.	Clicca su "Procedi al checkout".
Pensieri	<i>“Chissà se riesco a trovare delle promozioni”.</i>	<i>“Non trovo la sezione delle promozioni, possibile che non c’è?”</i>	<i>“Questa è proprio il tipo di borsa che cercavo!”</i>	<i>“Fantastico, posso pagare anche con paypal!”</i>
Aspettative	*Trovare il tipo di borsa ideale per lei in promozione.	*Trovare la sezione delle promozioni.	*Trovare modelli che siano alla moda e di qualità.	*Pagare in modo sicuro.”
Emozioni	Incuriosita 🤔	Infastidita 😞	Meravigliata 🥰	Entusiasta 😄
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">• Google• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Shop	<ul style="list-style-type: none">• Check-out
Painpoints		Sezione delle promozioni assente.		
Opportunità		Aggiungere promozioni.		



VINCENZO USER JOURNEY – AS IS

Scenario: Vincenzo vuole acquistare uno zaino sostenibile per i suoi viaggi. Vorrebbe trovare una combinazione tra praticità ed eleganza.

Expectation/goals: Trovare zaini alla moda e sostenibili con ottime recensioni.

	Discovery	Navigation 1	Sharing	Check-out
Attività	Cerca “zaini sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage ed entra nella sezione degli zaini.	Condivide il link dello zaino che gli piace con i suoi amici.	Clicca su "Procedi al checkout".
Pensieri	<i>“Vediamo come sono gli zaini in questo sito”.</i>	<i>“Belli questi zaini, ma comè possibile che non ci sono le recensioni?”.</i>	<i>“Prima di acquistare vorrei sentire il parere di qualcuno”.</i>	<i>“La procedura di acquisto è semplice ed intuitiva”</i>
Aspettative	*Trovare zaini sostenibili.	*Trovare recensioni di altri clienti.	*Trovare consensi.	*Finalizzare l’acquisto senza impedimenti.
Emozioni	Incuriosito 🤔	Infastidito 😞	Fiducioso 😊	Compiaciuto 😄
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">• Google• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Modelli• Zaini	<ul style="list-style-type: none">• Whatsapp	<ul style="list-style-type: none">• Check-out
Painpoints		Recensioni di altri clienti assenti.		
Opportunità		Aggiungere recensioni di altri clienti.		



AMALIA USER JOURNEY – AS IS

Scenario: Amalia cerca delle borse o dei zainetti comodi da portare all'università o per le uscite con le sue amiche, ad un prezzo accessibile.

Expectation/goals: Trovare zaini o borse sostenibili per le quali siano state applicate pratiche etiche nel loro processo produttivo e i cui prezzi non siano troppo alti.

	Discovery	Navigation 1	Navigation 2	Sharing
Attività	Cerca “borse sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage ed entra nella sezione “hybrid”.	Clicca su "Materiali".	Condivide il link del modello che le piace alla sua mamma.
Pensieri	<i>“Vediamo come sono gli zaini ie le borse di questo sito”.</i>	<i>“Queste borse diventano zaini! Ma i prezzi sono alti per le mie tasche”.</i>	<i>“Sono contenta che adotta pratiche etiche nel suo processo produttivo.”</i>	<i>“Tra poco è il mio compleanno, quindi posso farmi fare questo regalo”.</i>
Aspettative	*Trovare zaini o borse sostenibili a buon prezzo.	*Trovare prezzi più accessibili.	*Trovare informazioni sulle pratiche etiche aziendali”.	*Farsi aiutare per il prezzo troppo alto.
Emozioni	Incuriosita 🤔	Sconfortata 😓	Compiaciuto 🥰	Speranzosa 😊
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">• Google• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Modelli• Hybrid	<ul style="list-style-type: none">• Materiali	<ul style="list-style-type: none">• Whatsapp
Painpoints		Prezzi alti.		
Opportunità		Cercare di mettere prezzi più accessibili.		

OPPORTUNITÀ EMERSE

Dalle user journey sono emersi dei painpoints che hanno dato vita a delle opportunità di miglioramento.

PROMOZIONI

Aggiungere una sezione per le promozioni così i clienti possono trovare facilmente le offerte senza dover cercare tra i prodotti.

RECENSIONI

Le opinioni di altri acquirenti rassicurano i nuovi utenti e li incoraggiano all'acquisto.

PREZZI ACCESSIBILI

Mettere dei prezzi più bassi permetterebbe ad un pubblico più ampio di aver accesso a prodotti di questa importanza.



RAFFAELLA USER JOURNEY – NEW

Scenario: Raffaella vuole comprarsi delle borse nuove poichè quelle nel suo armadio sono ormai usurate e passate di moda.

Expectation/goals: Trovare borse che siano alla moda e allo stesso tempo sostenibili. Trovare delle promozioni.

	Discovery	Navigation 1	Navigation 2	Check-out
Attività	Cerca “borse sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage ed entra nella sezione delle promozioni.	Trova il suo modello di borsa ideale.	Clicca su "Procedi al checkout".
Pensieri	<i>“Chissà se riesco a trovare delle promozioni”.</i>	<i>“Sono contenta ci siano delle promozioni su questo sito”.</i>	<i>“Questa è proprio il tipo di borsa che cercavo!”</i>	<i>“Fantastico, posso pagare anche con paypal!”</i>
Aspettative	*Trovare il tipo di borsa ideale per lei in promozione.	*Trovare la sezione delle promozioni.	*Trovare modelli che siano alla moda e di qualità.	*Pagare in modo sicuro.”
Emozioni	Incuriosita 🤔	Contenta 😊	Meravigliata 🥰	Entusiasta 😄
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">• Google• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Homepage• Shop• Special price	<ul style="list-style-type: none">• Special price	<ul style="list-style-type: none">• Check-out
Painpoints				
Opportunità				



VINCENZO USER JOURNEY – NEW

Scenario: Vincenzo vuole acquistare uno zaino sostenibile per i suoi viaggi. Vorrebbe trovare una combinazione tra praticità ed eleganza.

Expectation/goals: Trovare zaini alla moda e sostenibili con ottime recensioni.

	Discovery	Navigation 1	Sharing	Check-out
Attività	Cerca “zaini sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage ed entra nella sezione degli zaini.	Condivide il link dello zaino che gli piace con i suoi amici.	Clicca su "Procedi al checkout".
Pensieri	<i>“Vediamo come sono gli zaini in questo sito”.</i>	<i>“Sono molto belli questi zaini, vediamo cosa dicono le recensioni”.</i>	<i>“Prima di acquistare vorrei sentire il parere dei miei amici”.</i>	<i>“La procedura di acquisto è semplice ed intuitiva”.</i>
Aspettative	*Trovare zaini sostenibili.	*Trovare una sezione creata appositamente per le recensioni.	*Trovare consensi.	*Finalizzare l’acquisto senza impedimenti.
Emozioni	Interessato 🤔	Incuriosito 🤔	Fiducioso 😊	Compiaciuto 😊
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">• Google• Homepage	<ul style="list-style-type: none">• Modelli• Zaini• Dicono di noi	<ul style="list-style-type: none">• Whatsapp	<ul style="list-style-type: none">• Check-out
Painpoints				
Opportunità				



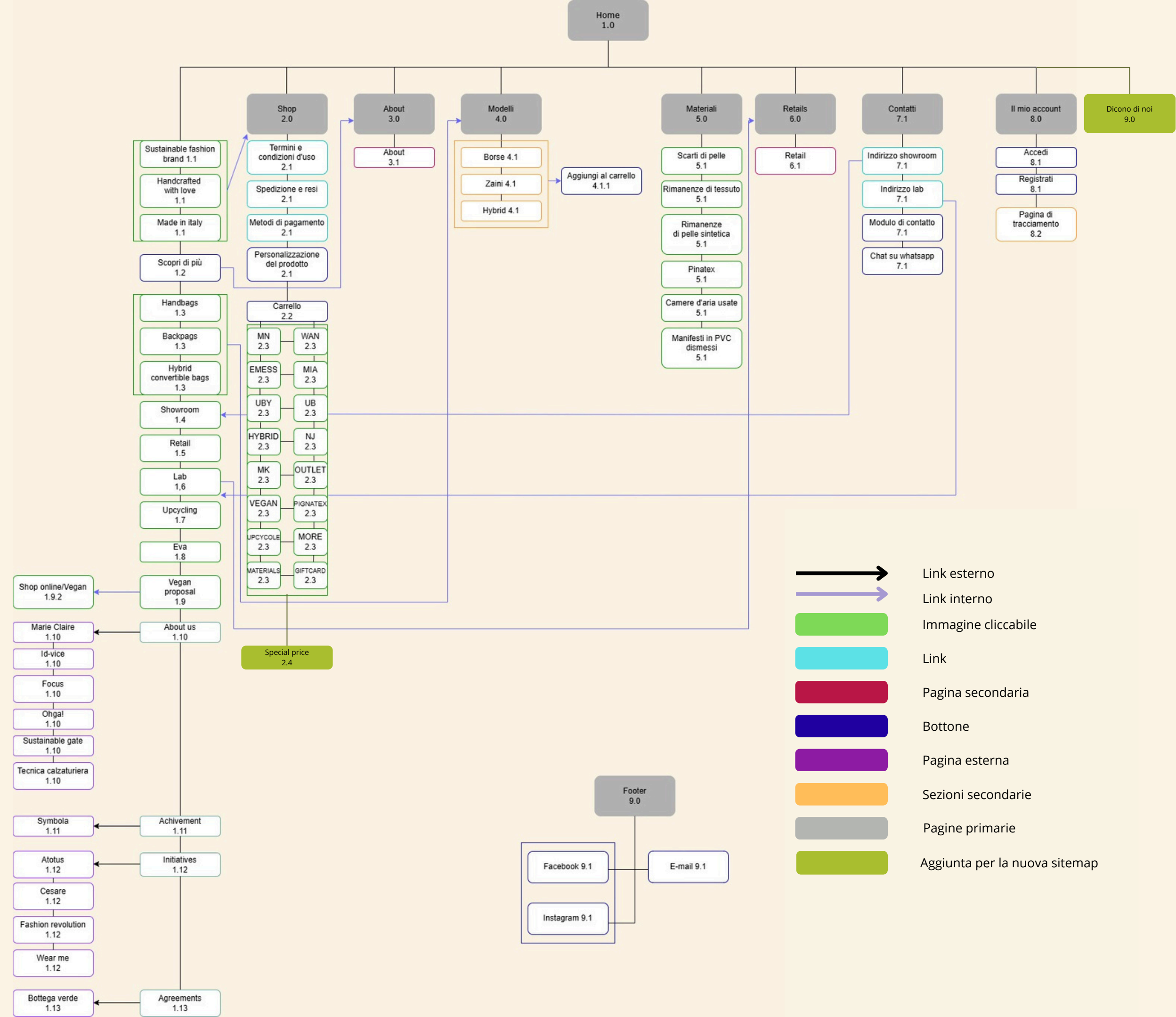
AMALIA USER JOURNEY – NEW

Scenario: Amalia cerca delle borse o dei zainetti comodi da portare all'università o per le uscite con le sue amiche, ad un prezzo accessibile.

Expectation/goals: Trovare zaini o borse sostenibili per le quali siano state applicate pratiche etiche nel loro processo produttivo e i cuoi prezzi non siano troppo alti.

	Discovery	Navigation 1	Navigation 2	Check-out
Attività	Cerca “borse sostenibili” ed entra nel sito di ecodremdesign.	Naviga nella homepage ed entra nella sezione “hybrid”.	Clicca su "Materiali".	Clicca su "Procedi al checkout".
Pensieri	<i>“Vediamo come sono gli zaini ie le borse di questo sito”.</i>	<i>“Queste borse diventano zaini! E sono anche ad un buon prezzo”.</i>	<i>“Sono contenta che adotta pratiche etiche nel suo processo produttivo.”</i>	<i>“Vedo che si possono anche aggiungere delle personalizzazioni!”</i>
Aspettative	*Trovare zaini o borse sostenibili a buon prezzo.	*Trovare prezzi più accessibili.	*Trovare informazioni sulle pratiche etiche aziendali”.	*Aggiungere delle personalizzazioni.
Emozioni	Incuriosita 🤔	Contenta 😊	Compiaciuto 🥰	Entusiasta 😄
Touchpoint	<ul style="list-style-type: none">GoogleHomepage	<ul style="list-style-type: none">ModelliHybrid	<ul style="list-style-type: none">Check-out	<ul style="list-style-type: none">Check-out
Painpoints				
Opportunità				

LA NUOVA SITEMAP



LE PAGINE AGGIUNTE

2.4 Special price

Sezione contenente tutte le promozioni disponibili sul sito.

9.0 Dicono di noi

Sezione dedicata alle recensioni di altri clienti che hanno acquistato in precedenza su ecodreamdesign.