

# PROGETTO DISCOVERY 1

Alessia Trifiletti

**ecodream**  
Sustainable  
fashion  
brand

# LA NOSTRA STORIA D'IMPRESA

---

Ecodream **nasce come progetto di impresa nel 2014**, si costituisce ufficialmente come azienda nel 2016. E' una realtà giovane, che con il tempo è stata in grado di crescere e farsi notare nel panorama italiano di riferimento.

Questo percorso è stato intrapreso con il supporto di alcune istituzioni del territorio fiorentino. Nel 2015 siamo stati selezionati tra i partecipanti di "**IMPRESA CAMPUS UniFi**", percorso per l'avvio di progetti di impresa universitaria, promosso dall'Incubatore Universitario Fiorentino (IUF), arrivando primi al contest dedicato, come miglior progetto d'impresa.

Nel 2018 abbiamo vinto il bando, e il corrispettivo premio in denaro, di "**START-UP SUCCESS**", percorso di accelerazione per start-up nel settore manifatturiero, promosso da FEDERMANAGER TOSCANA, associazione di categoria dei manager toscani, con il supporto dell'Incubatore Universitario Fiorentino.

Dal 2019, dopo un duolavoro e non pochi sacrifici, abbiamo cominciato ad avere i primi seri e incoraggianti riscontri da parte dei media nazionali. Siamo stati infatti inseriti *tra i migliori brand sostenibili del panorama italiano* da *Marie Claire*, *I-D* (gruppo *VICE*), *Focus*, *La Rivista*, *PourFemme*, *Tecnica Calzaturiera*, *Ohga*, *Vesti la natura*, *Sustainable Gate*, *Innovation Hero*, *TIMgate* (portale mobile di *TIM*), *Lottozero*, *I-Dome*, *Impactscool*, *Snapitaly* ecc.



# L'UNICITÀ DEL PRODOTTO



Ogni nostro prodotto è realizzato utilizzando diverse tipologie di materiali e colori. Essendo **materiali di recupero/riciclati** sono spesso disponibili in quantità limitate, spesso sufficienti per un solo pezzo. L'unicità di molti dei nostri prodotti è la caratteristica che ci contraddistingue. Una produzione industriale su alta scala garantisce un prodotto standardizzato, replicato in migliaia di esemplari. La nostra produzione si caratterizza invece per *l'unicità di ogni singolo pezzo* e per *l'accurato studio dei materiali/colori utilizzati*, volta per volta.

Ogni prodotto è una piccola opera d'arte, il frutto di un'espressione creativa, di un'intuizione e di una sperimentazione stilistica.

È per noi molto importante lo studio dei materiali/colori che viene fatto prima di realizzare un nuovo prodotto. Perché ci troviamo in mano un materiale grezzo, spesso con vistosi difetti, polvere accumulata negli anni e caratteristiche che fanno passar la voglia di utilizzarlo. **La nostra abilità è quella di coglierne il potenziale**, immaginarlo sul prodotto finito e saper abilmente selezionare le parti migliori.

Lavorare con materiali di recupero/riciclo non è facile, ogni materiale ha caratteristiche anche molto diverse tra loro: una differente consistenza, un diverso spessore, una diversa reazione alle varie fasi di lavorazione. Una sfida è saper interpretare il materiale da utilizzare, prevedendo, e scongiurando, eventuali reazioni avverse. In modo da avere un risultato estetico finale soddisfacente ed armonioso.

**La realizzazione di pezzi spesso unici, prodotti in volumi limitati, ci permette di minimizzare gli sprechi**, limitando la proliferazione di scarti e rimanenze, ed evitando una sovrapproduzione che rischia di generare merce invenduta. Realizzare piccole produzioni ci permette inoltre di testare la risposta del mercato, potendo adattare l'offerta ai gusti dei clienti, evitando così di realizzare prodotti che poi non vengono acquistati.

Nell'ottica della minimizzazione delle scorte di magazzino e di limitare scarti e rimanenze, offriamo la **possibilità di ordinare prodotti personalizzati** da realizzare ad hoc, in base alle preferenze del cliente, o richiedere prodotti in *pre-order*, che verranno realizzati solo successivamente al completamento dell'ordine. Queste modalità di vendita permettono di realizzare solo i prodotti effettivamente scelti dal cliente, evitando di eccedere con il magazzino e con l'assortimento di colori/materiali, che potrebbero generare invenduto.

# ANALISI EURISTICA

---

Per stabilire se ecodream rispetta i requisiti di usabilità e funzionalità, nella sua versione desktop e mobile, è stato analizzato secondo le **10 euristiche di Jackob Nielsen**.

## #1: VISIBILITÀ DELLO STATO DI SISTEMA

### PRO

#### *Desktop*

**Design chiaro:** L'interfaccia è ordinata e professionale.

**Feedback visivo:** La navigazione tra sezioni è fluida e intuitiva.

**Informazioni accessibili:** Contenuti organizzati con titoli e descrizioni.

#### *Mobile*

**Responsive design:** Il layout si adatta bene agli schermi piccoli, garantendo leggibilità.

**Navigazione semplice:** I menu sono accessibili e facili da utilizzare con il tocco.

**Velocità accettabile:** Il caricamento è relativamente rapido.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Mancanza di feedback immediato:** Non ci sono indicatori dinamici per azioni (es. clic su link o caricamenti).

**Carico informativo alto:** Molti testi rendono meno evidenti le informazioni principali.

**Scarsa interattività:** Pochi elementi interattivi per migliorare l'esperienza.

#### *Mobile*

**Scroll lungo:** La quantità di testo e immagini richiede uno scorrimento prolungato, che può risultare scomodo.

**Assenza di indicatori di stato:** Non si evidenziano progressi o azioni in corso.

**Mancanza di organizzazione nel menù:** le sezioni appaiono poco distinte visivamente, il che può disorientare l'utente. La mancanza di separatori chiari o di un'organizzazione più intuitiva rende difficile navigare rapidamente tra le opzioni.

# ANALISI EURISTICA

---

## #2: CORRISPONDENZA TRA IL SISTEMA E IL MONDO REALE

### PRO

#### *Desktop*

**Lingua chiara e familiare:** Il sito utilizza un linguaggio semplice e immediato, adatto al target interessato alla moda ecosostenibile.

**Immagini rilevanti:** Fotografie dei prodotti ben curate, coerenti con il tema "green".

**Terminologia appropriata:** Parole come "sostenibile", "riciclato", e "Made in Italy" sono in linea con i valori del marchio.

**Organizzazione naturale:** Categorie come "Shop", "Materiali" e "Modelli" riflettono i termini che un utente potrebbe aspettarsi.

#### *Mobile*

**Linguaggio familiare:** Usa termini comprensibili anche su dispositivi mobili.

**Contenuti visuali ottimizzati:** Immagini e grafica leggibili anche su schermi piccoli.

**Interfaccia intuitiva:** Gli elementi principali sono facili da trovare grazie a una struttura verticale semplice.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Menu poco intuitivo:** La categorizzazione non sempre segue una logica chiara per un utente generico.

**Mancanza di contestualizzazione:** Alcune descrizioni di materiali e processi non vengono spiegate in modo accessibile.

#### *Mobile*

**Menu poco visibile:** L'icona "hamburger" non è immediatamente evidente per tutti gli utenti.

**Scroll eccessivo:** Alcune informazioni non sono subito accessibili, creando difficoltà di navigazione.

# ANALISI EURISTICA

---

## #3: FORNIRE ALL'UTENTE CONTROLLO DEL SISTEMA E LIBERTÀ D'AZIONE

### PRO

#### Desktop

**Navigazione chiara:** Permette di accedere facilmente a diverse sezioni tramite il menu principale visibile.

**Ritorno alla homepage:** Ogni pagina ha un percorso chiaro per tornare alla pagina iniziale.

**Controllo durante il checkout:** L'utente può verificare o modificare articoli nel carrello prima di completare l'acquisto.

#### Mobile

**Navigazione semplice:** Il layout consente di tornare facilmente alla homepage o navigare tra le sezioni senza complicazioni.

**Assenza di vincoli rigidi:** Non obbliga l'utente a completare azioni prima di accedere ad altre sezioni (es. nessuna registrazione obbligatoria).

**Possibilità di correggere errori:** Il sistema non impone restrizioni eccessive, consentendo correzioni semplici.

### CONTRO

#### Desktop

**Undo limitato:** Mancano funzioni per annullare azioni senza ricominciare da capo.

**Limitazioni sui filtri di ricerca:** Mancano opzioni avanzate per restringere rapidamente i risultati.

#### Mobile

**Poca personalizzazione:** Mancano opzioni per personalizzare l'esperienza di navigazione.

**Limitata visibilità delle scorciatoie:** Alcuni passaggi potrebbero essere semplificati, ma non vengono offerte alternative rapide.

# ANALISI EURISTICA

---

## #4: COERENZA E ADATTAMENTO AGLI STANDARD

### PRO

#### *Desktop*

**Struttura coerente:** Il sito presenta un layout organizzato, con menu ben strutturato e una chiara gerarchia delle pagine.

**Stile grafico consistente:** I colori, font e immagini mantengono un'estetica uniforme e professionale.

#### *Mobile*

**Design responsivo:** Il sito si adatta bene agli schermi mobili, con un layout leggibile e ben organizzato.

**Elementi visivi coerenti:** I colori, i font e le immagini mantengono uno stile uniforme anche in versione mobile.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Navigazione inconsistente:** Alcuni collegamenti (es. "Scopri di più") non sono immediatamente chiari nei loro effetti.

**Standard parzialmente rispettati:** La barra di navigazione non rimane fissa durante lo scroll, riducendo l'accessibilità.

#### *Mobile*

**Mancanza di sticky navbar:** L'assenza di una barra di navigazione fissa rende meno intuitivo il ritorno al menu.

# ANALISI EURISTICA

---

## #5: PREVENZIONE DEGLI ERRORI

### PRO

#### *Desktop*

**Facilità nella selezione delle opzioni:** I menu a tendina limitano la possibilità di errori selettivi.

**Chiarezza nei contenuti:** Le descrizioni e i titoli sono ben strutturati, riducendo il rischio di fraintendimenti.

#### *Mobile*

**Layout semplificato:** Le opzioni sono ben disposte e limitano azioni involontarie.

**Buona leggibilità:** Il testo e i pulsanti sono ben dimensionati, prevenendo errori di selezione.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Mancanza di conferme:** Non sempre c'è un feedback immediato quando un'azione viene completata (es. pulsanti "Scopri di più").

**Errori di navigazione:** Alcuni collegamenti sono ambigui e potrebbero portare a pagine non rilevanti, creando confusione.

#### *Mobile*

**Pulsanti ravvicinati:** In alcune sezioni, i pulsanti sono troppo vicini e potrebbero causare clic accidentali.

**Feedback insufficiente:** Come per la versione desktop, non sempre è chiaro se un'azione è stata eseguita correttamente.

# ANALISI EURISTICA

---

## #6: IL RICONOSCIMENTO È PIÙ EFFICACE DELLA MEMORIA

### PRO

#### *Desktop*

**Etichette descrittive:** I menu e le sezioni hanno nomi chiari e intuitivi che aiutano a riconoscere i contenuti senza sforzo di memoria.

#### *Mobile*

**Menu a tendina chiaro:** Le opzioni principali sono facilmente riconoscibili e non richiedono sforzo mnemonico.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Mancanza di suggerimenti visibili:** Non ci sono indicazioni immediate per completare azioni complesse, come finalizzare un acquisto.

**Assenza di breadcrumb:** Mancano percorsi di navigazione che aiuterebbero a orientarsi nelle sottosezioni.

**Pagine non standardizzate:** L'organizzazione di alcune sezioni non è coerente, aumentando il carico cognitivo.

#### *Mobile*

**Difficoltà di riconoscimento dei percorsi:** La navigazione gerarchica non è visibile, e l'utente potrebbe dimenticare dove si trova nel sito.

**Scarsa visibilità delle opzioni secondarie:** Alcune funzionalità o opzioni potrebbero essere nascoste dietro menu o pulsanti senza indicazioni visive che ne anticipano la presenza.

# ANALISI EURISTICA

---

## #7: FLESSIBILITÀ ED EFFICIENZA NELL'UTILIZZO

### PRO

#### *Desktop*

**Design semplice:** Il sito è utilizzabile da utenti principianti senza particolari difficoltà.

**Accesso rapido:** Il menu e le sezioni principali sono facili da raggiungere, agevolando l'esperienza per utenti esperti.

#### *Mobile*

**Layout ottimizzato:** La semplicità del design rende il sito accessibile anche a chi ha poca esperienza con dispositivi mobili.

**Navigazione intuitiva:** La struttura dei menu a tendina facilita l'uso rapido.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Personalizzazione limitata:** Non ci sono opzioni avanzate o scorciatoie per utenti esperti.

**Mancanza di ricerca avanzata:** La barra di ricerca è semplice e potrebbe non essere sufficiente per utenti con necessità specifiche.

#### *Mobile*

**Assenza di scorciatoie:** Gli utenti esperti non trovano funzionalità avanzate per velocizzare azioni ripetitive.

**Poca ottimizzazione per multitasking:** Non ci sono strumenti per gestire velocemente più azioni o contenuti.

# ANALISI EURISTICA

---

## #8: ESTETICA E DESIGN MINIMALISTICI

### PRO

#### Desktop

**Design pulito:** Il sito ha un layout semplice e visivamente piacevole, con un uso efficace di spazi bianchi che migliora la leggibilità.

**Colori armoniosi:** La paletta cromatica è coerente e trasmette professionalità.

#### Mobile

**Semplicità visiva:** Il design minimalista riduce distrazioni e migliora l'esperienza utente, con un focus su contenuti essenziali.

### CONTRO

#### Desktop

**Elementi decorativi limitati:** La semplicità potrebbe risultare troppo estrema, mancando di attrattiva per alcuni utenti.

**Informazioni concentrate:** Alcune pagine possono sembrare scarne, riducendo la percezione di contenuti dettagliati.

#### Mobile

**Elementi ridotti all'essenziale:** La semplicità visiva potrebbe risultare limitante per chi cerca informazioni più dettagliate immediatamente.

## #9: AIUTARE GLI UTENTI A RICONOSCERE GLI ERRORI E A PORVI RIMEDIO

### PRO

#### Desktop

**Navigazione semplice:** La struttura intuitiva riduce il rischio di errori, facilitando la correzione di eventuali problemi.

#### Mobile

**Chiarezza nei messaggi di errore:** I form di contatto o pagamento offrono messaggi di errore utili per correggere dati mancanti o sbagliati.

### CONTRO

#### Desktop

**Mancanza di strumenti di correzione:** Non sono presenti opzioni per tornare facilmente indietro o annullare errori, ad esempio durante un acquisto.

#### Mobile

**Assenza di undo:** Non ci sono opzioni evidenti per annullare azioni errate o tornare a uno stato precedente.

# ANALISI EURISTICA

---

## #10: AIUTO E DOCUMENTAZIONE

### PRO

#### *Desktop*

**Chiarezza nelle sezioni informative:** Le informazioni di contatto e le descrizioni dei prodotti sono presenti e accessibili.

**Modulo di contatto:** L'utente può facilmente contattare il supporto in caso di necessità.

#### *Mobile*

**Accesso al modulo di contatto:** Anche su mobile è facile trovare il modulo per richiedere assistenza.

**Design intuitivo:** La semplicità del layout aiuta l'utente a individuare le informazioni base senza difficoltà.

### CONTRO

#### *Desktop*

**Mancanza di FAQ o guida dettagliata:** Non ci sono sezioni dedicate a rispondere a domande frequenti o a spiegare le funzionalità principali del sito.

**Supporto non immediatamente visibile:** Non è presente un sistema di aiuto interattivo o una chat per l'assistenza in tempo reale.

#### *Mobile*

**Assenza di assistenza contestuale:** Non ci sono suggerimenti o tooltips che guidino l'utente durante le azioni più complesse.

**Supporto limitato:** Manca una funzione di chat o FAQ facilmente accessibili per risolvere dubbi in tempo reale.

# NEL COMPLESSO IL SITO È USABILE

---

## LEARNABILITY

Il sito è semplice da apprendere grazie a una struttura lineare e a un design chiaro. Utenti inesperti possono navigare facilmente.

## EFFICIENCY

La navigazione è fluida, ma la mancanza di scorciatoie o strumenti avanzati potrebbe rallentare utenti esperti.

## MEMORABILITY

L'organizzazione visiva coerente aiuta gli utenti a ricordare come muoversi all'interno del sito, ma l'assenza di breadcrumb può ostacolare la ripresa dopo una lunga pausa.

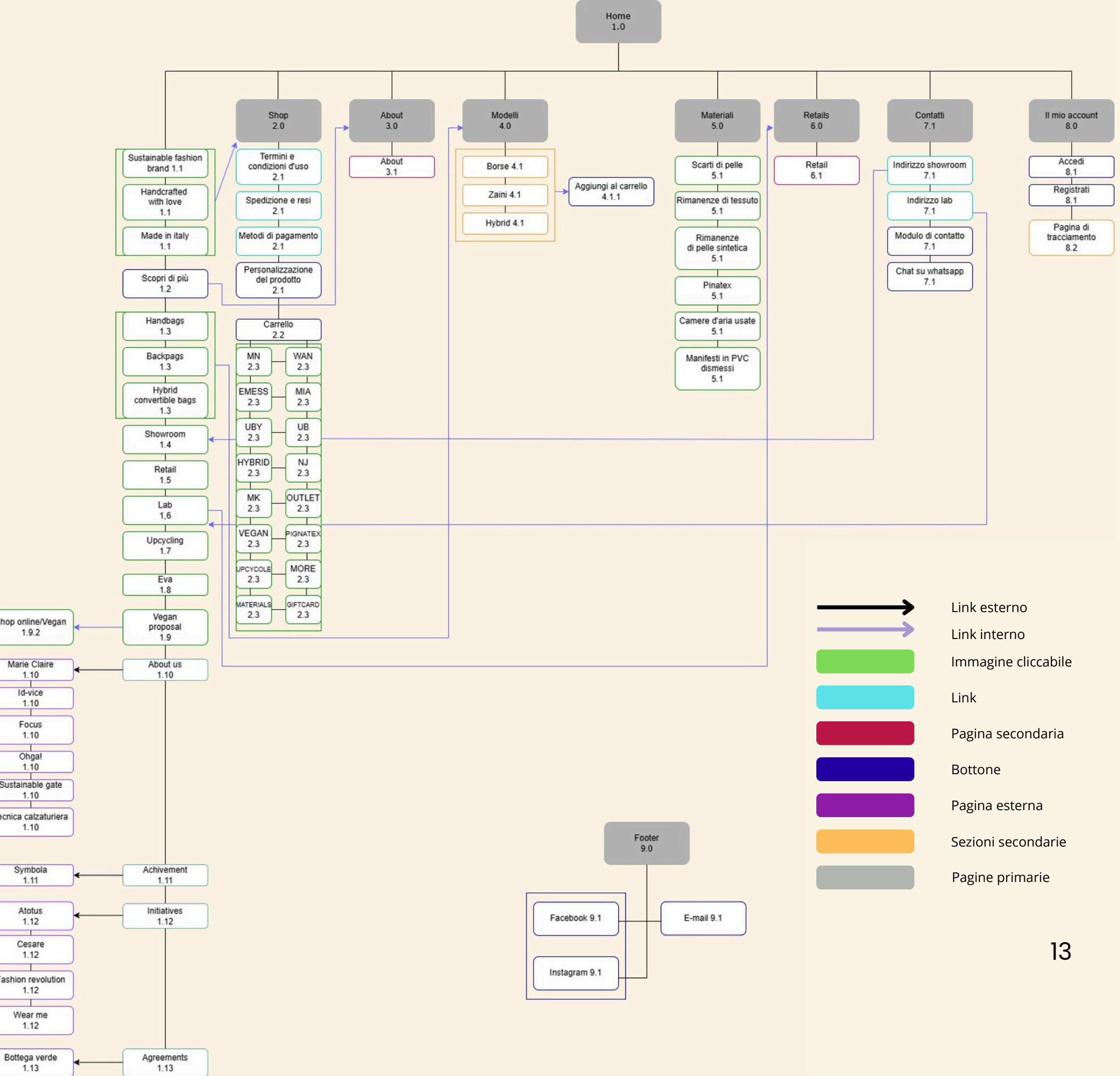
## ERRORS:

Gli errori sono gestiti in modo limitato; mancano strumenti per prevenzione e rimedio rapidi.

## SATISFACTION

Il design pulito e professionale è apprezzabile, ma potrebbe risultare troppo essenziale per alcuni utenti.

# L'INFORMATION ARCHITECTURE



# LE PAGINE

---

## 1.0 Home

Pagina principale che introduce l'azienda e i suoi servizi, presentando le ultime novità e progetti realizzati.

## 2.0 Shop

Pagina dedicata all'esposizione delle foto dei prodotti. Sono presenti inoltre sezioni riguardanti informazioni per termini e condizioni d'uso, resi, metodi di pagamento e personalizzazione del prodotto.

## 3.0 About

Pagina che descrive il marchio, la sua storia, la sua missione. Descrive l'uso dei materiali riciclati e la promozione di pratiche di upcycling.

## 4.0 Modelli

Pagina che presenta una gamma di borse e accessori sostenibili realizzati artigianalmente in Italia con materiali riciclati.

## 5.0 Materiali

Pagina che descrive l'uso di materiali sostenibili e riciclati, come tessuti recuperati e scarti di produzione, per creare prodotti di alta qualità e rispettosi dell'ambiente.

## 6.0 Retail

Pagina che elenca i negozi fisici in Italia e Svizzera dove è possibile acquistare i suoi prodotti.

## 7.0 Contatti

Pagina che fornisce diverse modalità per mettersi in comunicazione con l'azienda.

## 8.0 Il mio account

Pagina che permette agli utenti di gestire le proprie informazioni personali, visualizzare gli ordini precedenti e modificare le preferenze.

# I COMPETITOR

I competitor di EcoDreamDesign sono brand orientati alla moda sostenibile e al design eco-friendly, con un forte focus su artigianato, innovazione nei materiali e responsabilità ambientale.

In generale, questi competitor si rivolgono a un pubblico consapevole, attento sia alla qualità del prodotto che al suo impatto ambientale, e cercano di bilanciare valori etici con uno stile contemporaneo e accattivante.

## Corkor

Offrono borse e accessori in sughero vegano, cruelty-free e durevoli.

corkor

## Freitag

Producono borse e zaini unici con teloni di camion riciclati, combinando sostenibilità e design urbano.



## Papero Bags

Producono borse in carta riciclata resistente e impermeabile.



## Matt & Nat

Specializzati in borse e accessori vegani, realizzati con materiali riciclati come nylon e gomma.

MATT & NAT

## Elvis & Kresse

Accessori di lusso eco-friendly realizzati con materiali riciclati, come tubi antincendio e scarti industriali.

ELVIS & KRESSE

# ANALISI COMPETITOR – RAPPORTO

	ecodream	corkor	F	PAPERD	MATT & NAT	ELVIS & KRESSE
<b>Responsive design</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Menù principale chiaro</b>	✓	✓	✗	✓	✓	✓
<b>Registrazione / Login</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Recensioni dei clienti</b>	✗	✓	✗	✓	✗	✗
<b>"Aggiungi al carrello" ben visibile</b>	✗	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Barra di ricerca</b>	✗	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Offerte speciali / sconti</b>	✗	✗	✗	✓	✓	✗

# ANALISI COMPETITOR – RAPPORTO

	ecodream	corkor	F	PAPERD	MATT & NAT	ELVIS & KRESSE
<b>Filtri di ricerca</b>	X	✓	X	✓	X	✓
<b>Breadcrumbs</b>	X	✓	✓	✓	X	✓
<b>Programma fedeltà</b>	X	X	X	✓	✓	✓
<b>Ordina per</b>	✓	✓	X	X	X	X
<b>Articoli correlati</b>	✓	X	✓	✓	✓	✓
<b>Account clienti</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Live chat</b>	X	✓	X	✓	X	X

# ANALISI COMPETITOR – RAPPORTO

	ecodream	corkor			MATT & NAT	ELVIS & KRESSE
<b>FAQ</b>	X	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Politica di reso</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Più metodi di pagamento</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Multilingue</b>	X	X	✓	✓	X	X
<b>Novità</b>	X	X	X	✓	✓	X
<b>Linea vegan</b>	✓	✓	X	✓	✓	X
<b>Segnala un problema</b>	X	X	X	✓	✓	✓

# TARGET

---

## CHI SONO I NOSTRI UTENTI

**Consumatori attenti alla sostenibilità:** Persone che prediligono prodotti eco-friendly e sono sensibili alle tematiche ambientali.

**Appassionati di moda etica:** Individui che scelgono brand con pratiche etiche e produzione artigianale Made in Italy.

## QUAL È LA LORO ETÀ

Secondo un sondaggio internazionale del 2017, l'interesse per la moda sostenibile coinvolge persone tra i **18 e i 60 anni**.

Tuttavia, studi più recenti indicano che la **Generazione Z** (nati tra il 1997 e il 2012) mostra un crescente interesse verso la moda sostenibile.

## A QUALE FASCIA ECONOMICA APPARTENGONO?

I prodotti si collocano in una fascia di prezzo medio-alta, pertanto, il target comprende consumatori con un **reddito medio-alto** che sono disposti a investire in prodotti di qualità e sostenibili.

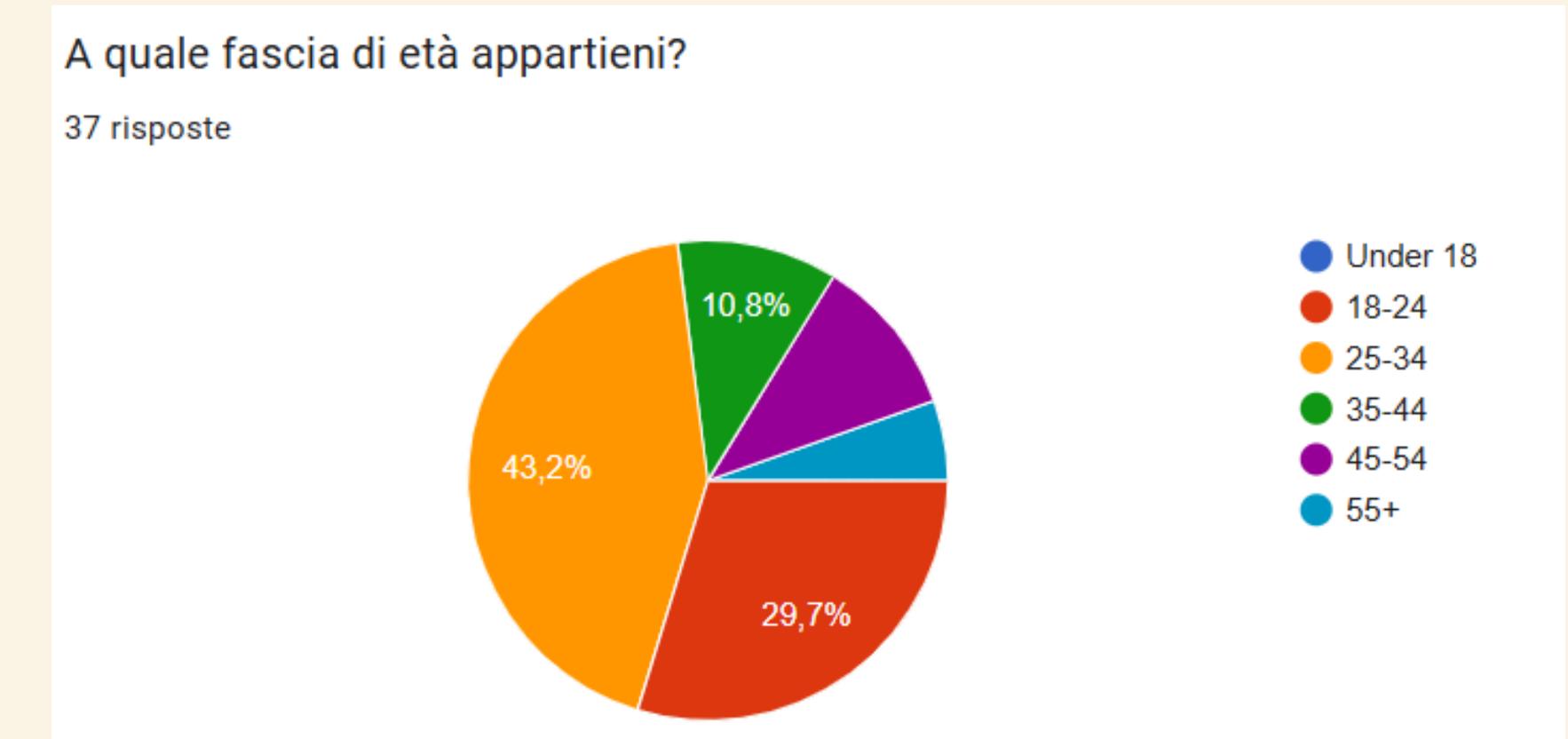
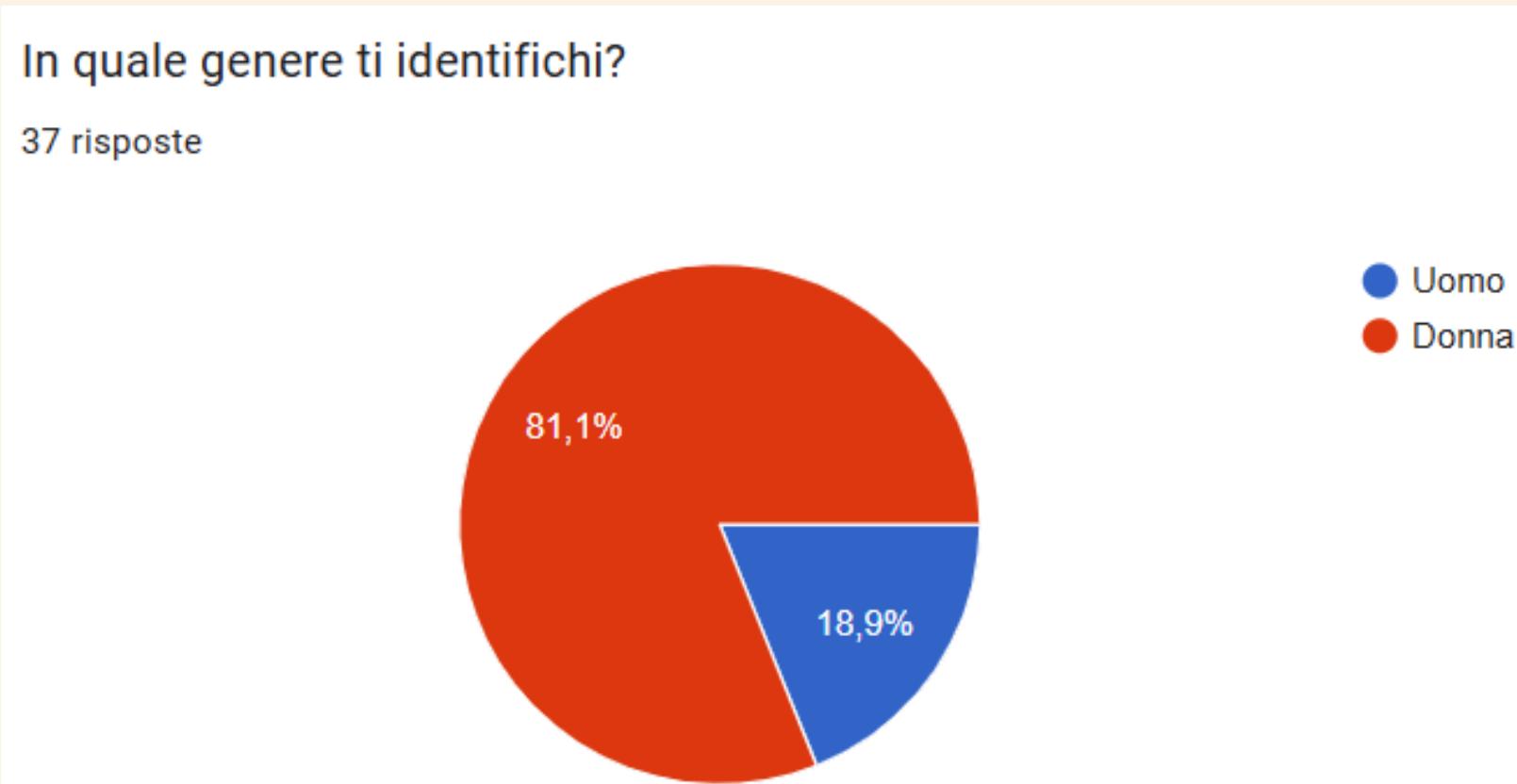
## HANNO FAMILIARITÀ CON LA TECNOLOGIA?

Il target ha una buona familiarità con la tecnologia.

Inoltre, l'interesse per la moda sostenibile è spesso associato a individui che utilizzano internet per informarsi e fare acquisti consapevoli.



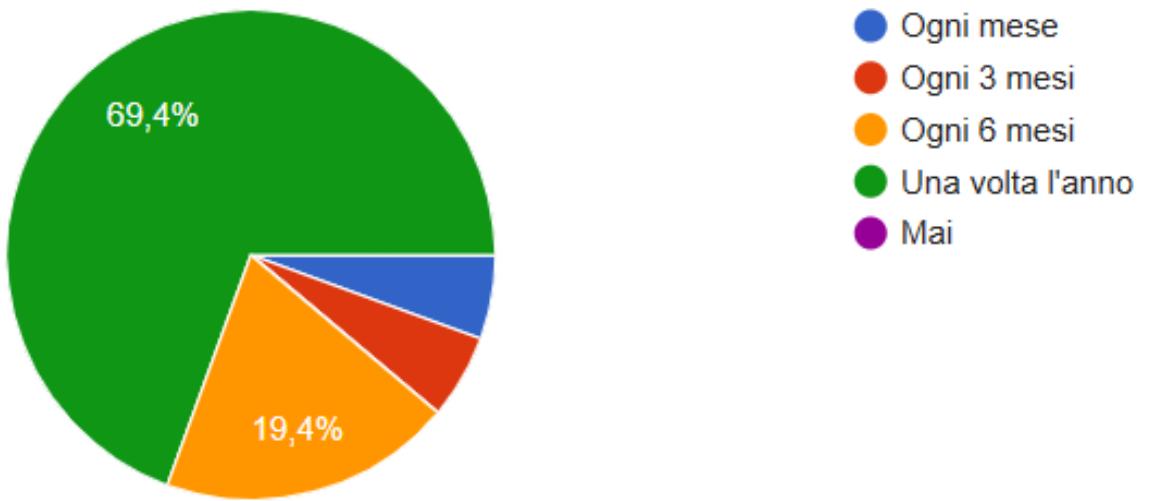
## TARGET - SONDAGGIO



# TARGET - SONDAGGIO

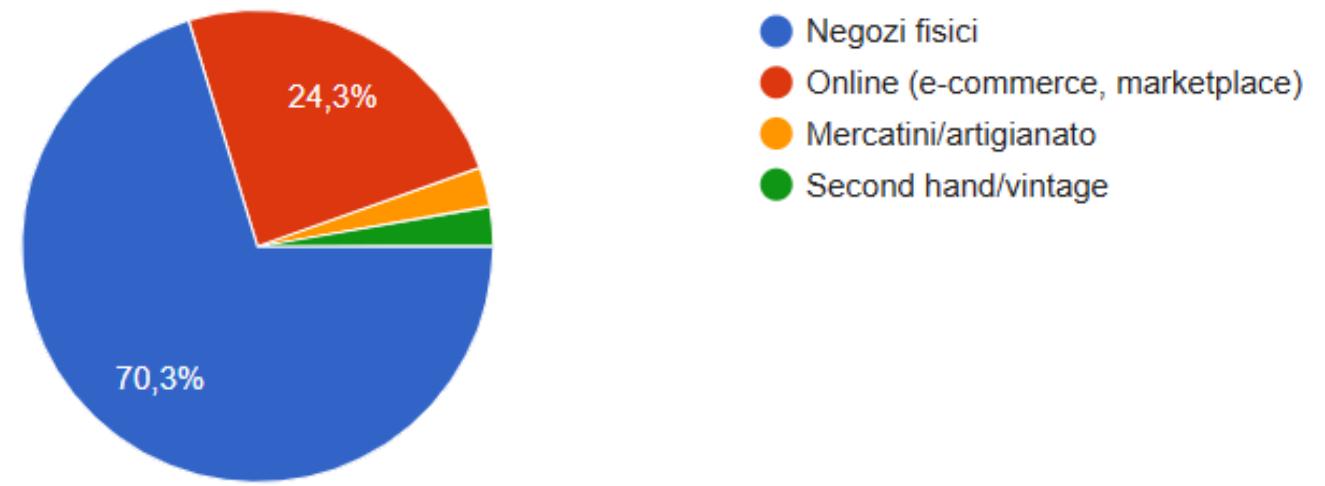
Quanto spesso acquisti borse o accessori?

36 risposte



Dove acquisti di solito le tue borse?

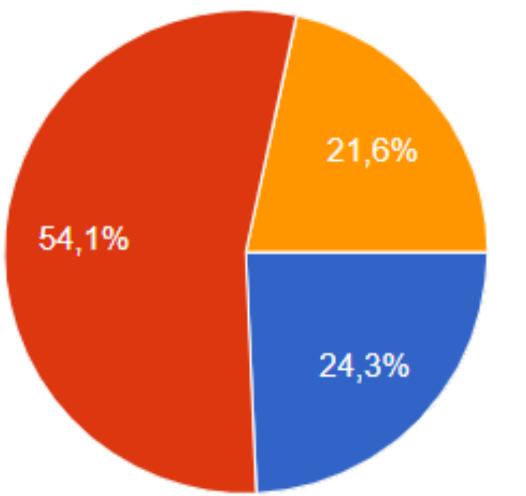
37 risposte



# TARGET - SONDAGGIO

Quanto ti senti a tuo agio con la tecnologia?

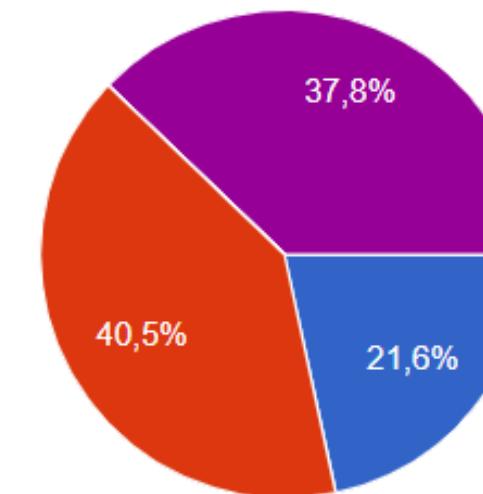
37 risposte



- Molto a mio agio, uso dispositivi e software avanzati
- Abbastanza a mio agio, uso regolarmente smartphone e PC
- Poco a mio agio, uso solo funzioni base
- Per niente a mio agio, evito la tecnologia quando posso

Quale fattore influenza maggiormente il tuo acquisto di una borsa?

37 risposte

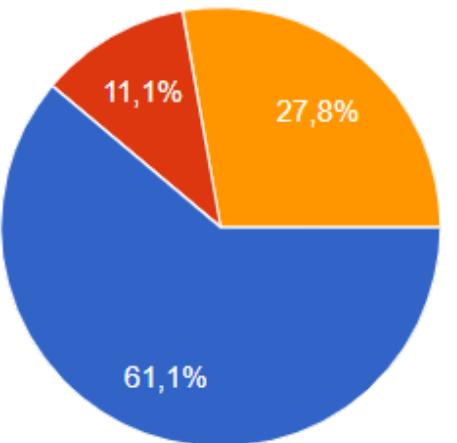


- Prezzo
- Design e stile
- Materiali ecosostenibili
- Brand e reputazione
- Funzionalità e praticità

# TARGET - SONDAGGIO

Quando acquisti da un brand sostenibile, quale fattore è per te più importante?

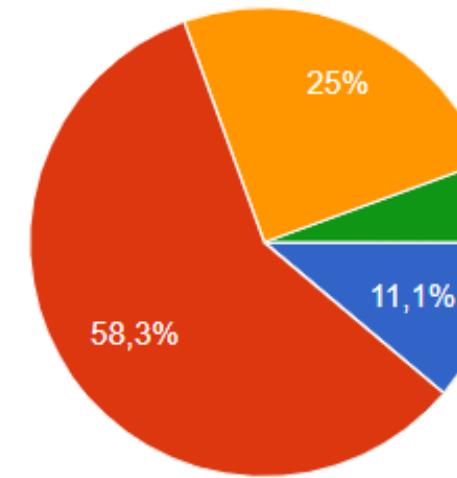
36 risposte



- Qualità dei prodotti
- Trasparenza delle pratiche aziendali
- Impegno per l'ambiente

Quanto è importante per te conoscere la storia e la mission di un brand?

36 risposte

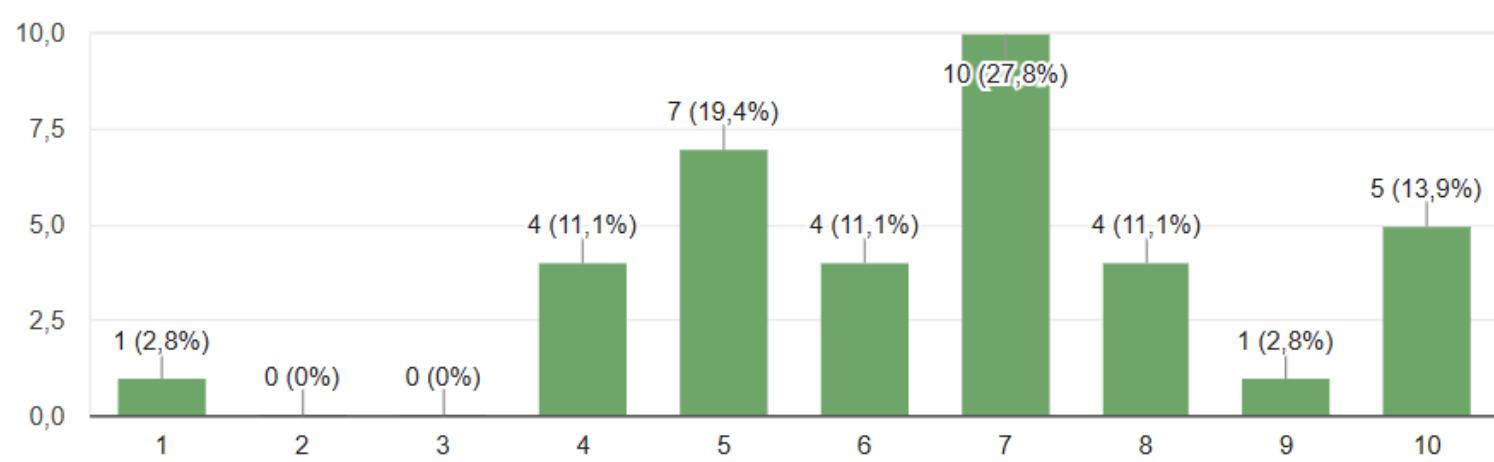


- Molto importante
- Abbastanza importante
- Poco importante
- Per nulla importante

# TARGET - SONDAGGIO

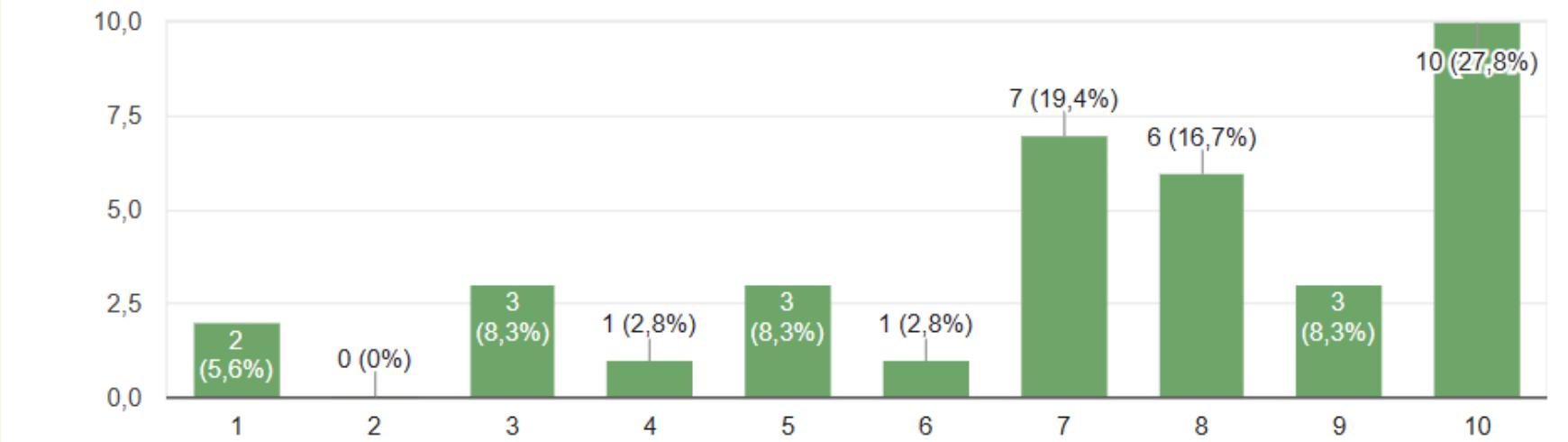
Su una scala da 1 a 10 quanto influisce la sostenibilità del brand sulla tua decisione di acquisto?

36 risposte

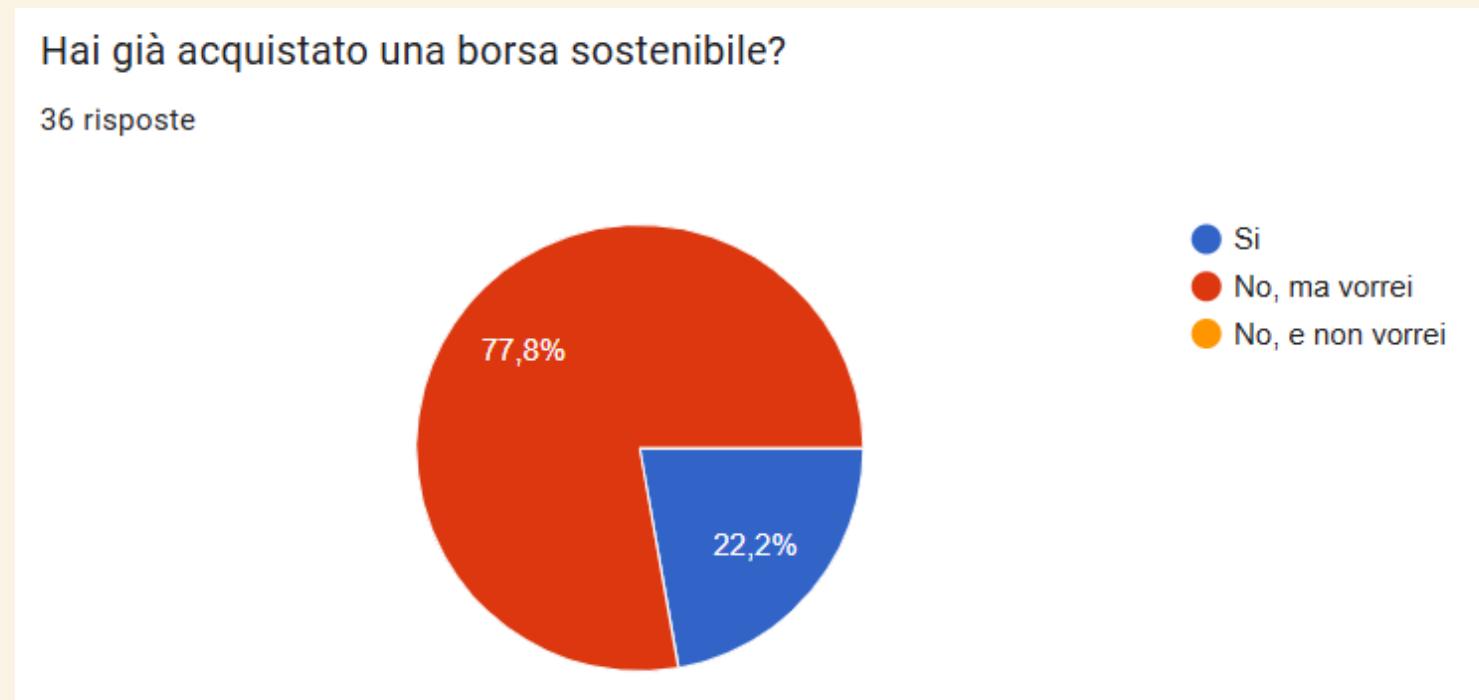
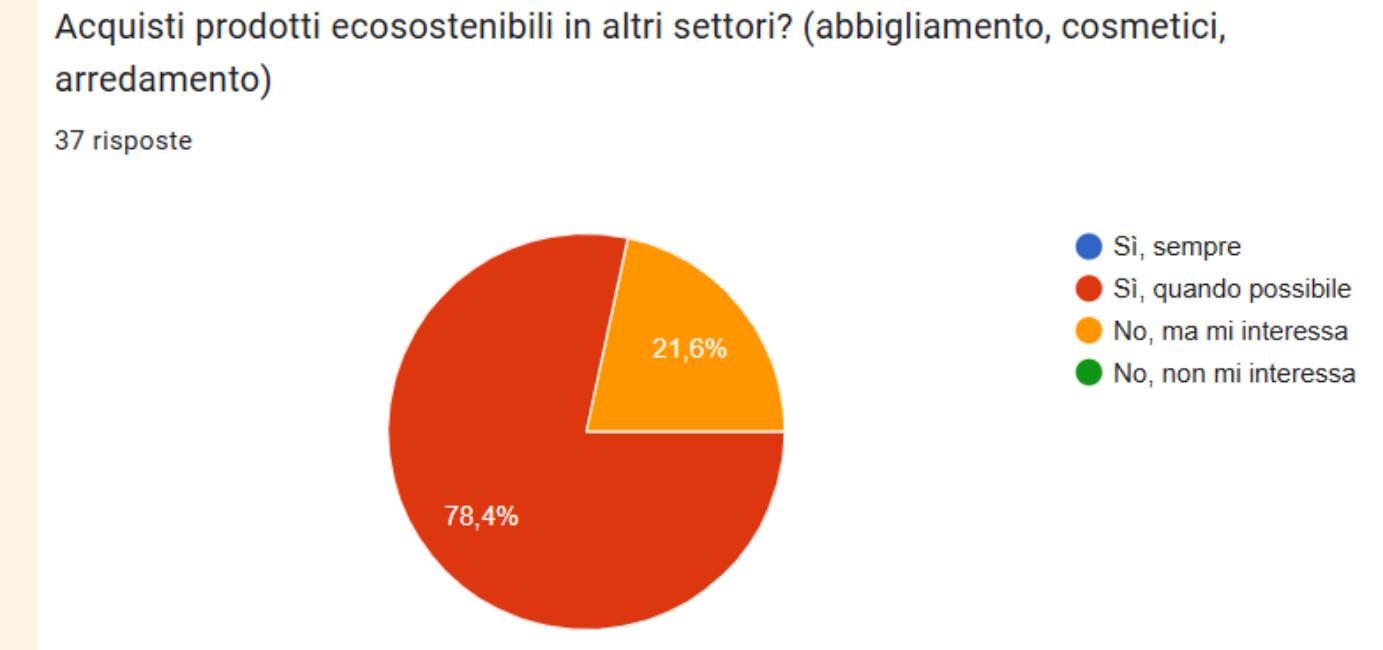


Quanto è importante per te che un prodotto sia "Made in Italy" ?

36 risposte



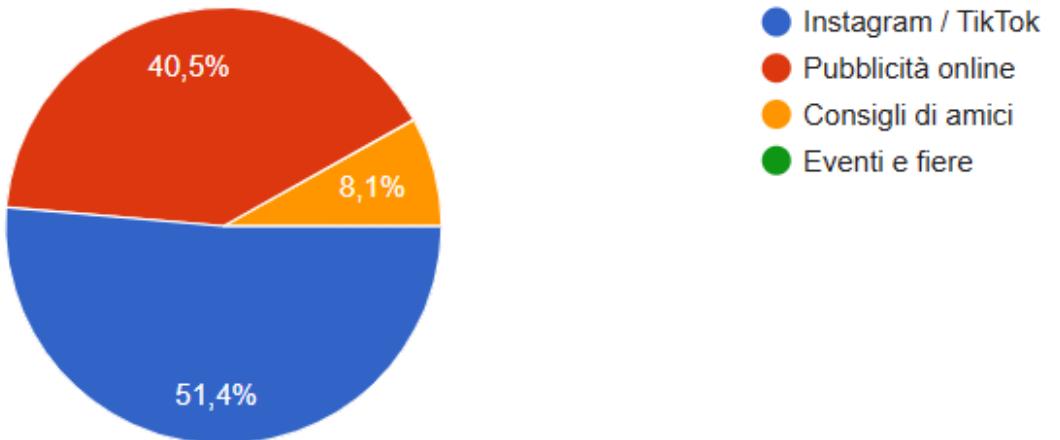
# TARGET - SONDAGGIO



# TARGET - SONDAGGIO

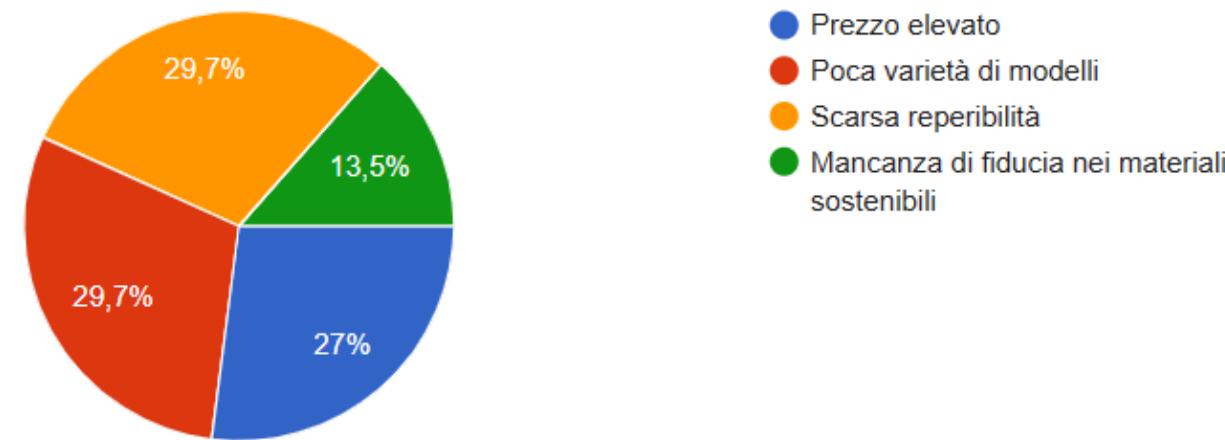
Quali canali usi per conoscere nuovi brand di moda?

37 risposte



Qual è il tuo principale ostacolo nell'acquisto di borse sostenibili?

37 risposte



Se potessi migliorare un aspetto delle borse green, quale sarebbe?

21 risposte

Le risposte evidenziano la necessità di rendere le borse green più accessibili sia in termini di prezzo che di reperibilità. Si richiede un miglioramento della durata e resistenza dei materiali, spesso percepiti come inferiori rispetto a quelli tradizionali. È importante puntare su design più curato, praticità e colori neutri per un uso quotidiano. Inoltre, aumentare la varietà dei modelli e promuovere i benefici ambientali attraverso una maggiore informazione e pubblicità potrebbe incentivare l'acquisto.

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

57

58

59

60

61

62

63

64

65

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

83

84

85

86

87

88

89

90

91

92

93

94

95

96

97

98

99

100

101

102

103

104

105

106

107

108

109

110

111

112

113

114

115

116

117

118

119

120

121

122

123

124

125

126

127

128

129

130

131

132

133

134

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146

147

148

149

150

151

152

153

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

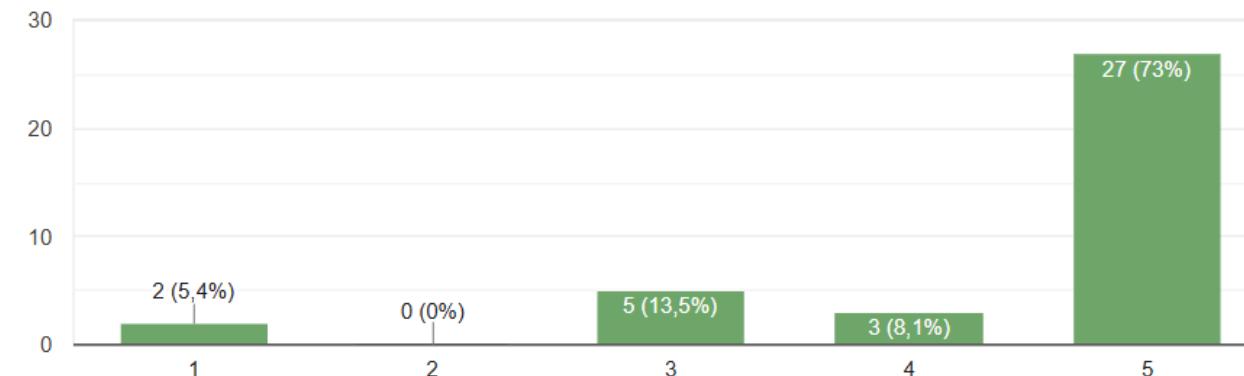
183</

# TARGET - SONDAGGIO

**Quanto sono importanti per te le seguenti funzionalità in un sito di e-commerce?**

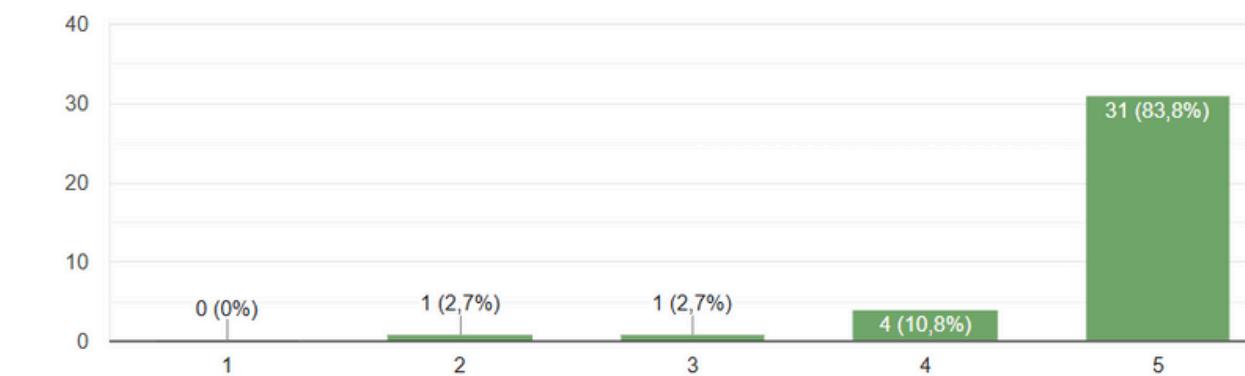
Barra di ricerca

37 risposte



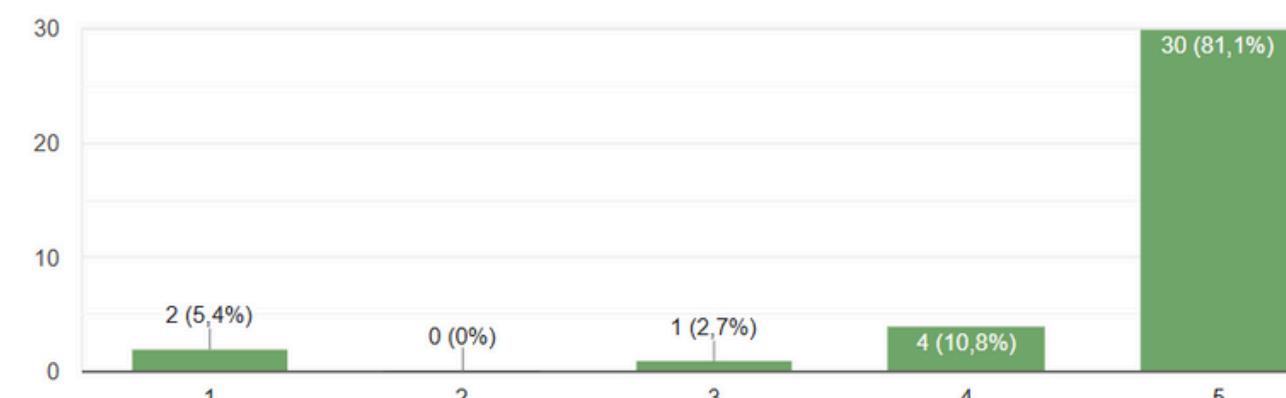
Menù di navigazione chiaro e ben strutturato

37 risposte



Poter vedere le recensioni di altri clienti

37 risposte



# SONDAGGIO - ANALISI FINALE

## Frequenza e luogo di acquisto:

Il 69,4% comprano borse o accessori una volta l'anno.

La maggior parte preferisce acquistare in negozi fisici (70,3%).

## Comfort con la tecnologia:

La maggioranza sembra essere abbastanza a proprio agio con l'uso di dispositivi tecnologici (54,1%).

## Fattori di acquisto:

Prezzo (40,5%) e funzionalità/praticità (37,8%) sono i fattori più influenti nella scelta di una borsa.

## Sostenibilità:

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%).

## Informazione sui brand e prodotti:

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).

## Funzionalità dei siti di e-commerce:

La possibilità di vedere recensioni di altri clienti e un menù di navigazione chiaro sono considerate caratteristiche fondamentali di un e-commerce.

## Acquisti ecosostenibili in altri settori:

Molti partecipanti sono interessati o già acquistano prodotti ecosostenibili in altri settori (abbigliamento, cosmetici, arredamento).



# RIEPILOGO E RISULTATI

## 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.