

Antonello Tolve  
UX/UI Design

# Progetto Discovery1

JojobRT

# Sommario

3	Cosa è JojobRT?
4	Come funziona JojobRT?
5	Le 10 Euristiche di Jacob Nielsen
11	Usabilità
12	Sitemap
16	Analisi dei competitor
20	Target
21	Sondaggio
32	Riepilogo



# Cosa è JojobRT?



4.790.107

€ risparmiati



3.079.257

Kg di CO2 risparmiata

JojobRT non è solo un'app, è l'alternativa di trasporto sicura, economica e sostenibile.

Risparmio di denaro, meno stress, comodità, riduzione del traffico e un occhio di riguardo alla diffusione della cultura della mobilità sostenibile diminuendo lo smog nelle città.

# Come funziona JojobRT?



Non dovrai fare altro che scaricare l'app gratuita da **GooglePlay** o **AppleStore**, iscriverti e inserire i tuoi itinerari.

JojobRT si occuperà di trovarti le migliori proposte di **carpooling** in base alle tue abitudini, facendoti risparmiare tempo e denaro, per arrivare a lavoro in tranquillità e sicurezza.

Puoi pianificare i tuoi viaggi in anticipo o all'ultimo minuto e con la **chat integrata** potrai sempre parlare con il tuo equipaggio.

# Le 10 Euristiche di Jacob Nielsen

Per verificare se JojobRT soddisfa i requisiti di usabilità e funzionalità, lo analizzeremo attraverso le dieci Euristiche di Jacob Nielsen.

1. Visibilità dello stato del sistema.
2. Corrispondenza tra sistema e mondo reale.
3. Controllo e libertà dell'utente.
4. Coerenza e standard.
5. Prevenzione degli errori.
6. Il riconoscimento è meglio del ricordo.
7. Flessibilità ed efficienza d'uso.
8. Design estetico e minimale.
9. Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare gli errori.
10. Guida e documentazione.

# Visibilità dello stato del sistema

## Pro

- Header molto semplice dove si trovano tutte le categorie principali, accessibili facilmente anche da mobile con un Hamburger button.
- E' sempre facile da capire dove ci si trova, dal momento che la categoria, una volta selezionata, cambia colore e si trasforma da nera a verde.
- Gli stati degli elementi sono ben comunicanti e si ha sempre la percezione di cosa stia accadendo.
- Etichette degli elementi chiare.

# Corrispondenza tra sistema e mondo reale

## Pro

Linguaggio user-friendly, descrizioni accurate e buon utilizzo delle call to action.

## Contro

Animazioni eccessive in alcuni casi, che distolgono l'attenzione dell'utente dall'obiettivo principale.  
Nella versione mobile, in alcune categorie, i riquadri dei servizi vengono ristretti troppo e questo ne compromette la leggibilità.



# Controllo e libertà dell'utente

## Pro

- Non sono presenti percorsi costrittivi troppo lunghi e questo permette di muoversi liberamente tra i vari elementi, a prescindere dall'esperienza sulla piattaforma.
- Non si verificano azioni non volute, come apertura automatica di pop up, pagine ecc.

# Coerenza e standard

## Pro

- Coerenza nell'utilizzo di testi, layout e colori.
- Logo in alto a sinistra che permette di tornare alla home al suo clic.

## Contro

Si ha sempre la percezione di essere all'interno dello stesso sito, eccetto per la categoria "carpooling PSCL", che ha standard diversi dalle altre:

- button "scopri come" mai utilizzato nelle altre categorie;
- modulo di richiesta informazioni all'interno della pagina stessa (nelle altre categorie si apre in landing page separate).

# Prevenzione degli errori

## Pro

- Le richieste di informazione dei pacchetti, CTA, link esterni e interni si aprono in landing page separate, facili da chiudere se il click è avvenuto per sbaglio.
- E' sempre possibile tornare indietro.

## Contro

Una volta inviata la richiesta di maggiori informazioni non compare un alert di conferma, permettendo il suo eventuale annullamento, ma solo una frase con l'esito positivo o negativo dell'operazione.

# Il riconoscimento è meglio del ricordo

## Pro

Il sito si rende riconoscibile anche se visitato a distanza di qualche giorno dall'ultima volta.

## Contro

Le animazioni non rendono sempre nitido il riconoscimento dei contenuti multimediali.



# Flessibilità ed efficienza d'uso

## Pro

Viene data la possibilità di un uso differenziale a seconda dell'esperienza:

- le operazioni principali si possono trovare già nella homepage per i più esperti, mentre per i meno esperti, le informazioni più dettagliate sono all'interno delle categorie apposite;
- la richiesta di maggiori informazioni è presente sia all'inizio della pagina per i più esperti, sia in seguito, dopo aver messo a confronto i due pacchetti, per i meno esperti.

# Design estetico e minimale

## Pro

Il contenuto della pagina viene sempre messo in primo piano, grazie ad una buona gerarchia delle informazioni e suddivisione di testi e pulsanti.

## Contro

I contenuti vengono messi in secondo piano solo dove sono presenti animazioni, che portano a distrazione e confusione.

# Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare gli errori

## Pro

Nella compilazione di un modulo, la mancata/errata battitura di un campo viene prontamente segnalata al momento dell'invio.

## Contro

Nel campo "email" da compilare non viene fatto nessun esempio/suggerimento per facilitare l'utente (es: nome@gmail.com).

# Guida e documentazione

## Pro

- Footer corposo con tutte le informazioni necessarie.
- FAQ e live chat per qualsiasi dubbio o domanda.
- Possibilità di cambiare la lingua in inglese o spagnolo.

## Contro

Mancanza di un contatto telefonico.

# Usabilità

Apprendibilità  
Efficienza  
Memorabilità  
Errori  
Soddisfazione

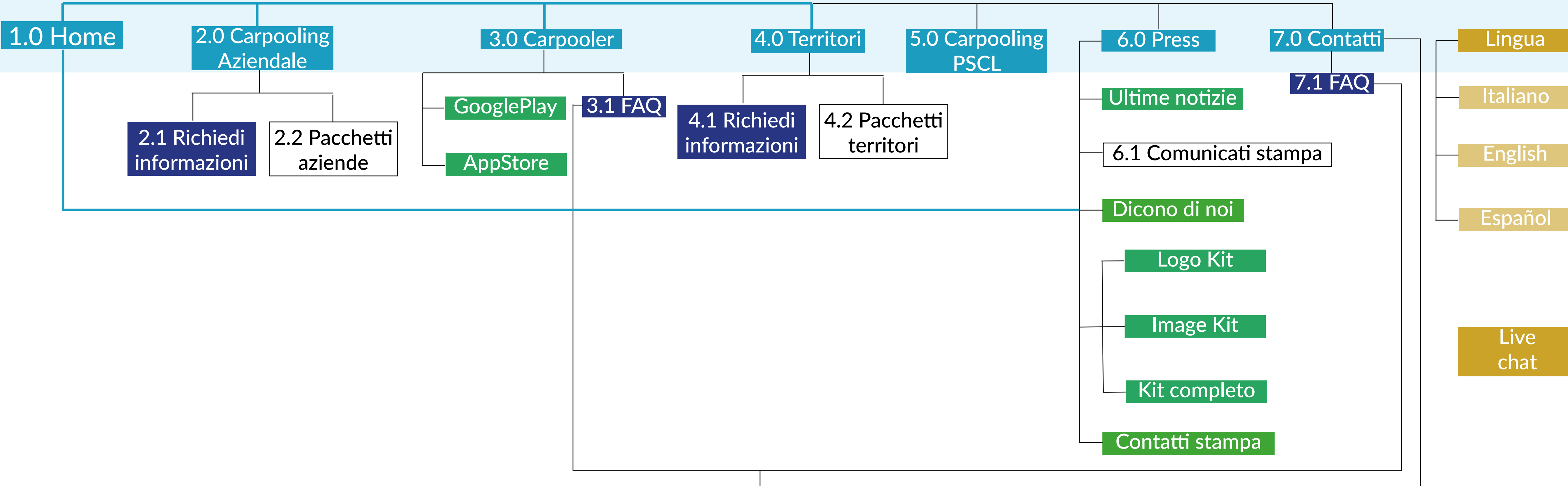
Il sito risulta **semplice e usabile**, anche se la navigazione da mobile risulta meno impeccabile di quella da desktop.

Si riescono a portare a compimento i task e il download dell'app è sempre a portata di mano (semplice e veloce). Di conseguenza il percorso di un utente per il raggiungimento del suo obiettivo è ottimale.

Piacevole da navigare, grazie alla sua struttura, e soprattutto facile da ricordare nel tempo.

L'unica pecca è un utilizzo troppo eccessivo delle animazioni in alcuni casi. Distolgono l'attenzione dell'utente dall'obiettivo principale.

# Sitemap



## Footer

[Logo B\\_Corp](#)  
[Instagram](#)  
[Twitter](#)  
[Linkedin](#)  
[YouTube](#)  
[Facebook](#)

[GooglePlay](#)  
[AppStore](#)

[8.0 La nostra storia](#)  
[9.0 Il team](#)  
[10.0 Lavora con noi](#)

[11.0 B\\_Corp e Società Benefit](#)  
[12.0 Bilancio di sostenibilità](#)  
[13.0 Codice etico](#)

[14.0 Contatti](#)  
[15.0 FAQ](#)  
[16.0 Covid-19](#)

[17.0 Termini e condizioni](#)  
[18.0 Privacy Policy](#)  
[19.0 Uso dei Cookie](#)  
[20.0 Informativa Facebook](#)

### LEGENDA

Collegamenti diretti dalla HomePage

Pagine livello 1

Pagine livello 2

Link interno

Link esterno

Funzionalità core

Footer

# Sitemap: descrizione pagine

## 1. HOME

Esordisce con un'immagine animata con all'interno lo slogan aziendale.

Proseguendo troviamo alcuni dati relativi ai risultati raggiunti nel tempo, spiegazione in breve del funzionamento dell'app e i servizi principali (carpooling aziendale e dei territori). Infine il "dicono di noi", con citazioni autorevoli a favore del servizio (es: Repubblica), e una lista con i marchi di aziende famose che adottano una mobilità sostenibile.

## 2. CARPOOLING AZIENDALE

Breve spiegazione iniziale e button che ci porta direttamente ad un modulo da compilare per la richiesta di maggiori informazioni.

Se non si è a conoscenza dei loro pacchetti, subito dopo vengono riportati e messi a paragone i due pacchetti JojobRt (business e limited).

## 3. CARPOOLER

Qui viene spiegato un po' più nel dettaglio cos'è il carpooling, come funziona l'app e tutti i suoi vantaggi (economici, ambientali e personali).



# Sitemap: descrizione pagine

## **4. TERRITORI**

Stessa struttura della pagina del carpooling aziendale, con la differenza che qui si parla di territori e non di aziende.

Alla fine vengono anche elencati i territori che adottano una mobilità sostenibile.

## **5. CARPOOLING PSCL**

Cos'è il PSCL e linee guida su come introdurre in esso il carpooling aziendale.

Allegato nel finale della pagina l'ormai noto modulo da compilare per la richiesta di maggiori informazioni.

## **6. PRESS**

In questa sezione vengono visualizzati tutti i traguardi ottenuti da JojobRT dal 2016 ad oggi, comunicati stampa e ultime notizie.

Inoltre offrono all'utente anche la possibilità di scaricare il logo kit, l'immagine kit o il kit completo.

## **7. CONTATTI**

Come dice l'etichetta stessa, qui si possono trovare i vari contatti in base alle esigenze.



# Sitemap: descrizione pagine

## LIVE CHAT

Attivabile in qualsiasi momento, la live chat scorre sempre fissa in basso a destra dello schermo.



Icona Live Chat

## LINGUA

Possibilità di scelta tra le tre lingue disponibili: Italiano, Inglese e Spagnolo

## FOOTER

Cade subito all'occhio la CTA per scaricare l'app, per poi trovare innumerevoli informazioni utili: contatti, informazioni generali e legali, collegamenti ai social network (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e YouTube) ma anche storia e dettagli del team (con tanto di codice etico) per rendere il sito web ancora più dettagliato per l'utente.

Infine la FAQ con le domande più frequenti.

# Analisi dei Competitors



Dopo un'attenta ricerca nel web, escono fuori come principali competitors di JojobRT: **BlaBlaCar** e **MOVESION**.

Entrambe piattaforme di carpooling, ma con delle differenze importanti che vedremo in seguito nella **feature inventory**.




BlaBlaCar è l'azienda più grande al mondo in quest'ambito e conta all'incirca 80 milioni di utenti in 22 Paesi diversi nel mondo.

MOVESION invece è leader in Europa del Mobility Management.

# Feature inventory

			
Sito web	SI	SI	SI
App mobile	SI	SI	SI
Responsive design	SI	SI	SI
B_Corp	SI	NO	NO
Slogan aziendale	SI	SI	SI
Iscrizione e registrazione	NO	SI	NO
Search bar	NO	SI	NO
PSCL	SI	NO	SI
Live Chat supporto	SI	NO	NO

# Feature inventory

			
Moduli richiesta info	SI	NO	NO
FAQ	SI	NO	NO
Social media	SI	SI	NO
Blog	NO	NO	SI
Contatti	SI	NO	SI
Gestione cookie	SI	SI	NO
Utilizzo anche sul web	NO	SI	NO

# Resoconto analisi Competitors

## Dove può migliorare JojobRT rispetto ai competitors?

Sicuramente nella **versione mobile**, dove le altre due piattaforme analizzate risultano più fluide e performanti.

Nella **fiducia Brand - Cliente**. Essendo ancora un fenomeno in sviluppo e dovendosi fidare di persone sconosciute, è importante che l'azienda trasmetta tranquillità agli utenti, mettendoli al sicuro dalle frodi. Rendere sicura e affidabile la piattaforma diventa un'arma a proprio favore per convertire gli utenti dubbiosi e insicuri e allo stesso tempo aumenta il "peso" del brand. Questo in BlaBlaCar viene fatto molto bene.

# Target

I dati sono stati ricavati da pagine social, commenti, recensioni e dagli articoli nel “dicono di noi”, all’interno del sito stesso.

La piattaforma viene utilizzata da coloro che hanno una visione **Green** e che sono quindi molto attenti alla riduzione di CO2 nell’ambiente.

C’è molto equilibrio tra utenti maschili e femminili nel dato generale dei **passengeri**, ma questo tende a favore della popolazione maschile per quanto riguarda i **conducenti**. La fascia di **età** di essi è quella compresa tra i 21 e i 35 anni.

Anche se il fenomeno del Carpooling in **Italia** ha raggiunto un buon livello di importanza, questo è più sviluppato nelle regioni del Nord rispetto al resto della penisola.



# Sondaggio



Dopo aver analizzato il target e quindi aver capito a quale pubblico riferirci, é stato stilato questo sondaggio per capire meglio i bisogni, i desideri e le abitudini degli utenti.

## JojobRT: sondaggio carpooling

Ciao a tutti!

Sono Antonello, uno studente UX/UI Design e chiedo pochi minuti del tuo tempo per la compilazione di questo sondaggio da inserire all'interno del progetto Discovery che sto eseguendo.

L'obiettivo è quello di raccogliere informazioni per migliorare il sito web della piattaforma di carpooling **JojobRT**.

Il **carpooling** è una modalità di trasporto che consiste nella condivisione di automobili private tra gruppi di persone, al fine di ridurre i costi e adottare una mobilità sostenibile.

Ti chiedo onestà, esattezza nella risposta alle domande e nessuna paura nel proporre qualcosa che possa realmente migliorare questa piattaforma. Il tuo punto di vista potrebbe essere di grande aiuto per me e per tutti gli altri utenti!

Grazie della disponibilità!

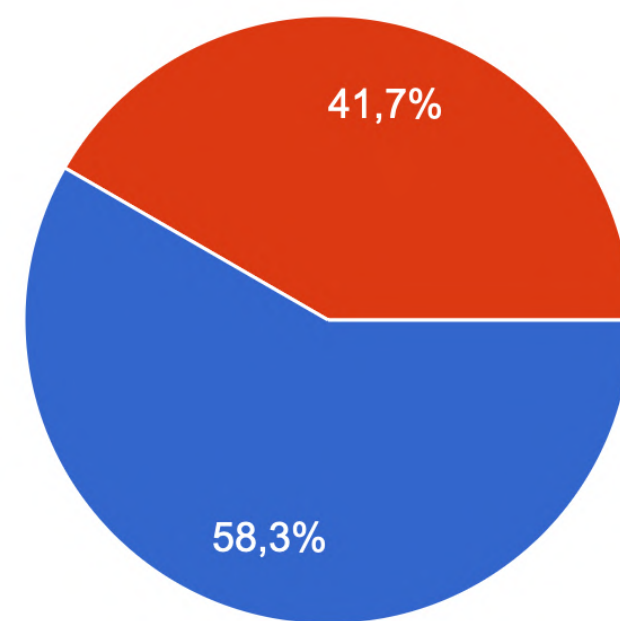
## CARATTERISTICHE

Il sondaggio è stato eseguito in forma anonima a 12 persone.

Composto da 18 domande (14 a risposta multipla e 4 a risposta aperta), di cui 14 obbligatorie e 4 facoltative.

# Statistiche sondaggio

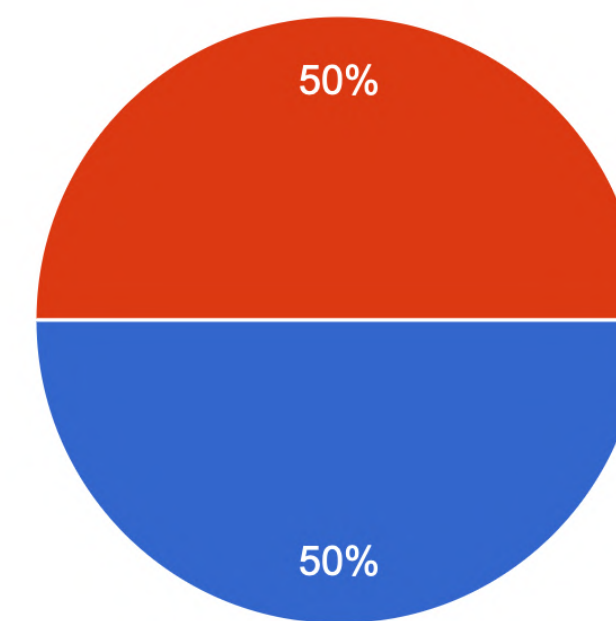
Genere?  
12 risposte



● Maschio  
● Femmina  
● Non elencato

\*Domanda obbligatoria

Fascia di età?  
12 risposte



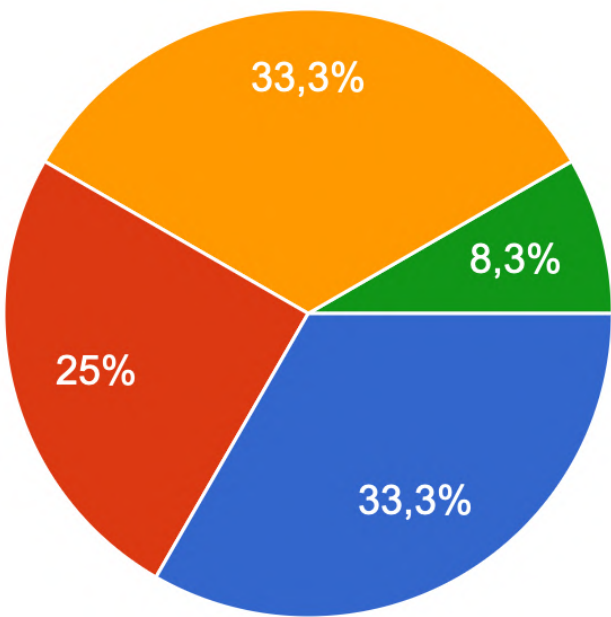
● 18-25  
● 26-35  
● 36-45  
● Over 45

\*Domanda obbligatoria

# Statistiche sondaggio

Cosa fai nella vita?

12 risposte

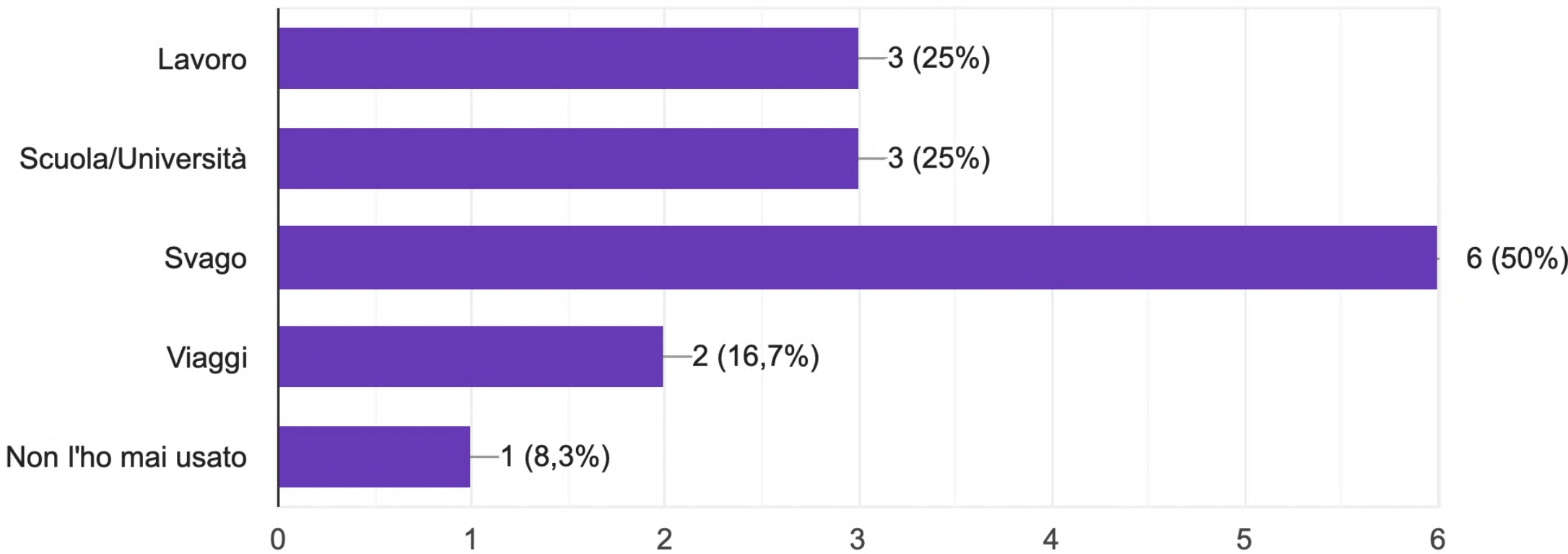


- Lavoro
- Studio
- Lavoro e studio
- Disoccupato

\*Domanda obbligatoria

Per quali spostamenti hai utilizzato servizi di mobilità sostenibile come il carpooling?

12 risposte



\*Domanda obbligatoria

# Statistiche sondaggio

Per quali motivi hai scelto di utilizzare la mobilità sostenibile?

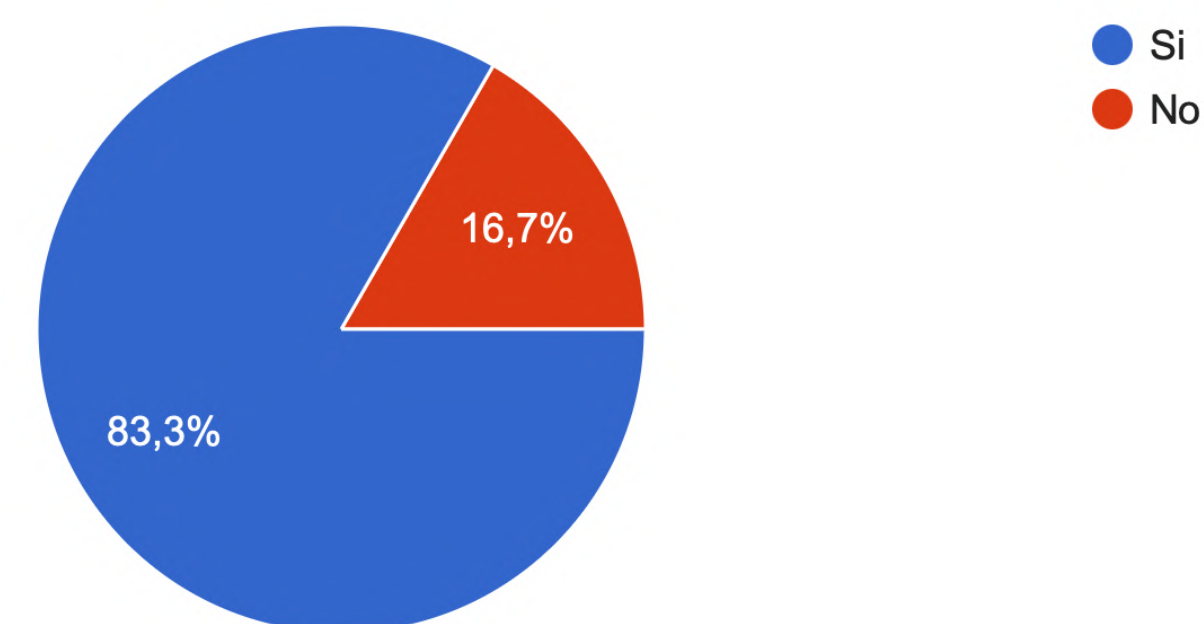
10 Risposte

- Per risparmiare denaro e ridurre l'inquinamento.
- Minor impatto ambientale e risparmio.
- Perchè i trasporti sono una delle cause maggiori che contribuiscono all'incremento di co2.
- La sera dopo l'orario di chiusura dei mezzi pubblici è comodo.
- Mi piace come idea oltre che hai la possibilità di conoscere sempre nuove persone.
- Diminuire la mia impronta ecologica e lo stress dei mezzi pubblici.
- Risparmiare dividendo i costi con altre persone.
- Riduzione dello stress, risparmio economico e impatto ambientale.
- Necessità.
- Risparmio di denaro.

Domanda facoltativa

Sei disposto/a ad utilizzare la tua auto o quella di qualcun'altro/a e dividere le spese di viaggio con più passeggeri?

12 risposte



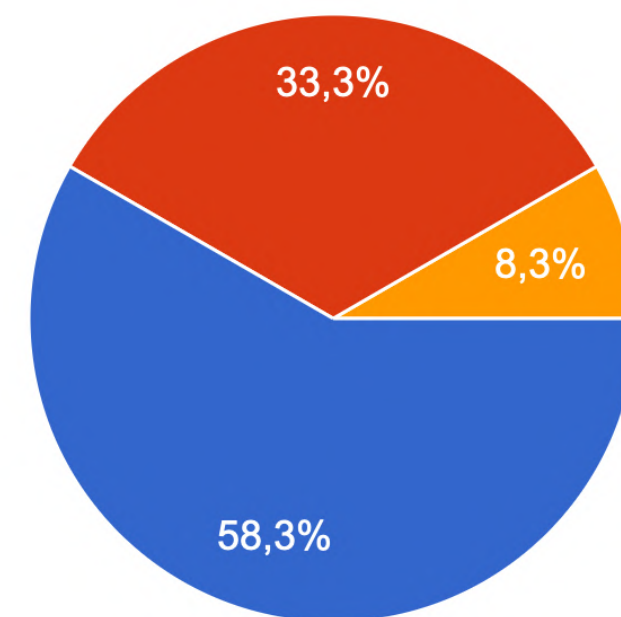
\*Domanda obbligatoria



# Statistiche sondaggio

Come vuoi tenerti in contatto con loro?

12 risposte

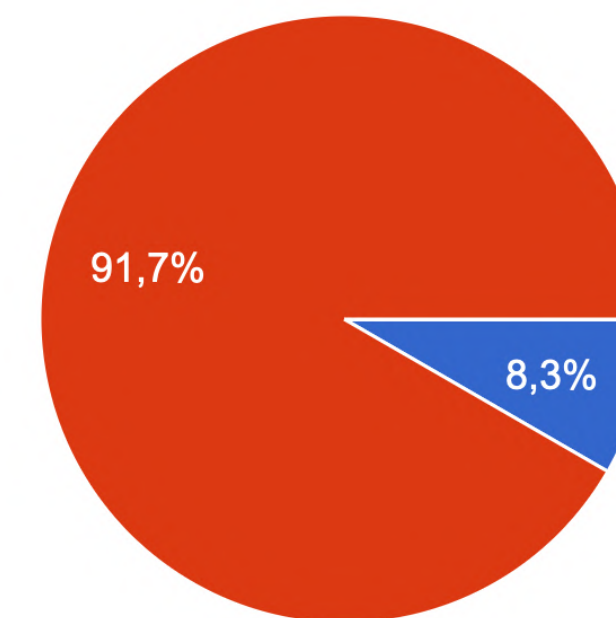


- In piattaforma stessa, senza alcun scambio di dati personali
- Whatsapp
- SMS

\*Domanda obbligatoria

Su quale Social Network vorresti ricevere più informazioni in ambito di mobilità sostenibile e carpooling?

12 risposte



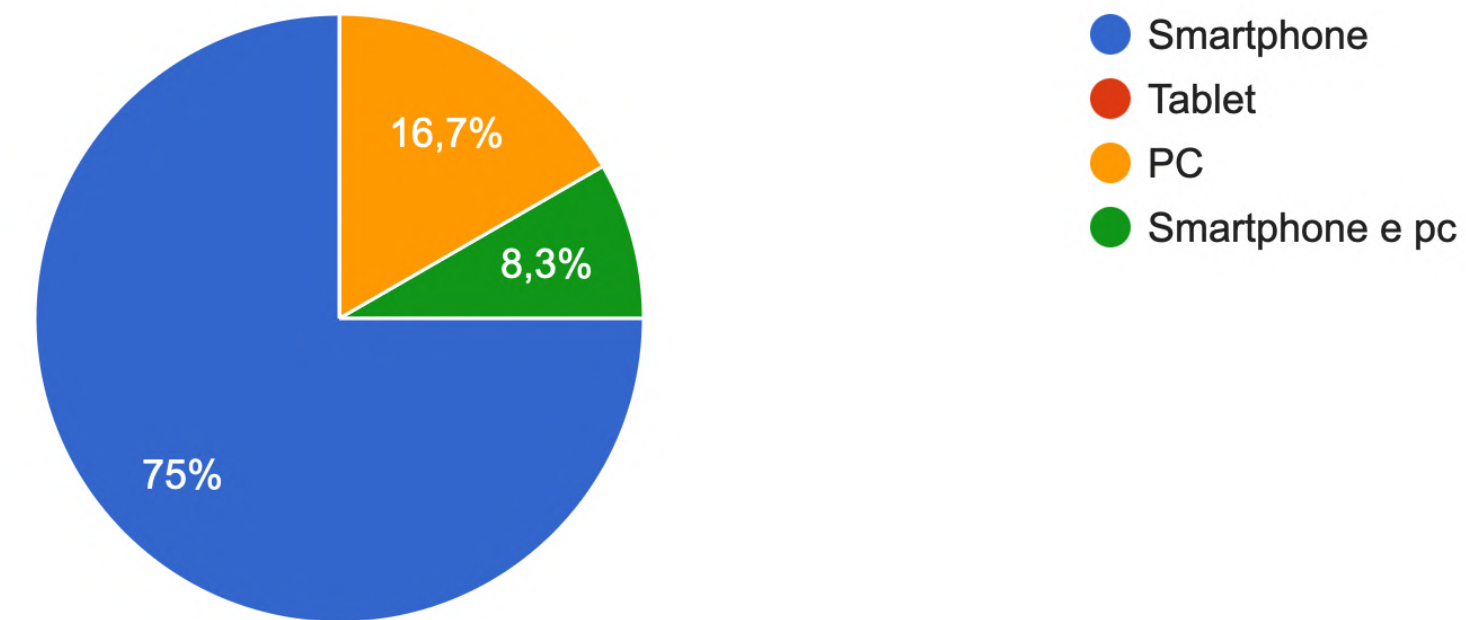
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- TikTok
- Blog

\*Domanda obbligatoria

# Statistiche sondaggio

Quale dispositivo utilizzi maggiormente per la navigazione?

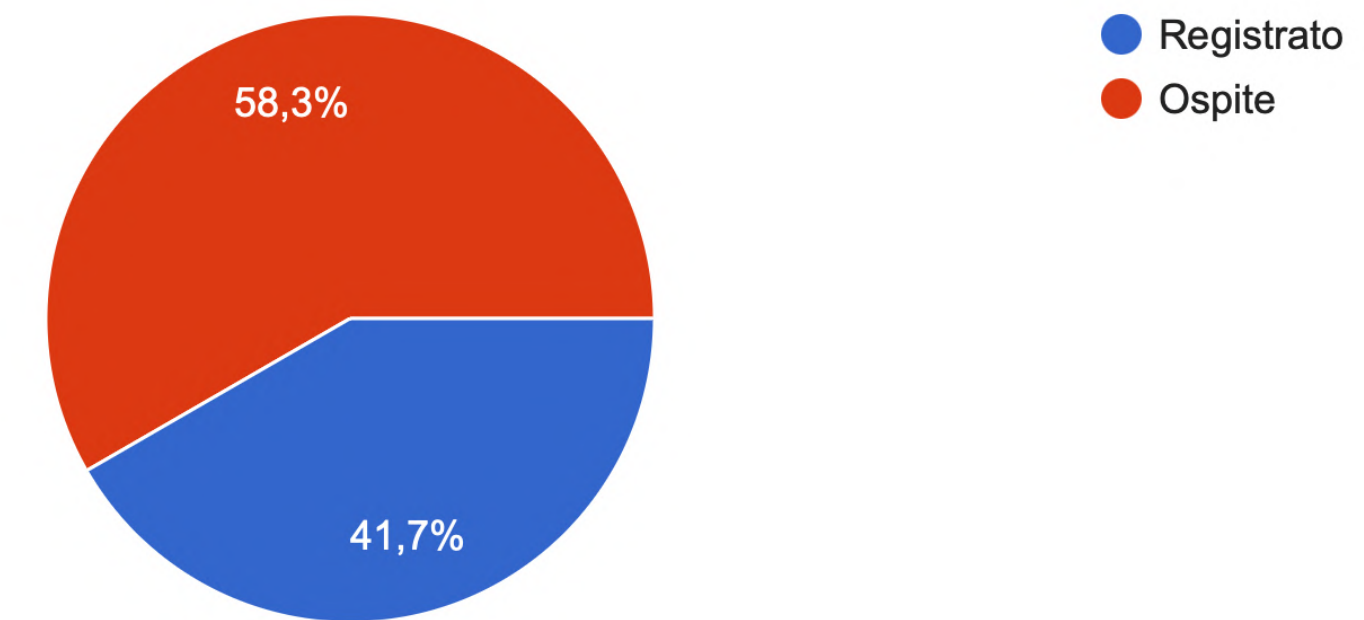
12 risposte



\*Domanda obbligatoria

In piattaforme come questa, come utilizzi il servizio solitamente?

12 risposte



\*Domanda obbligatoria



# Statistiche sondaggio

Quali sono le motivazioni che ti spingono a rimanere su un sito web?

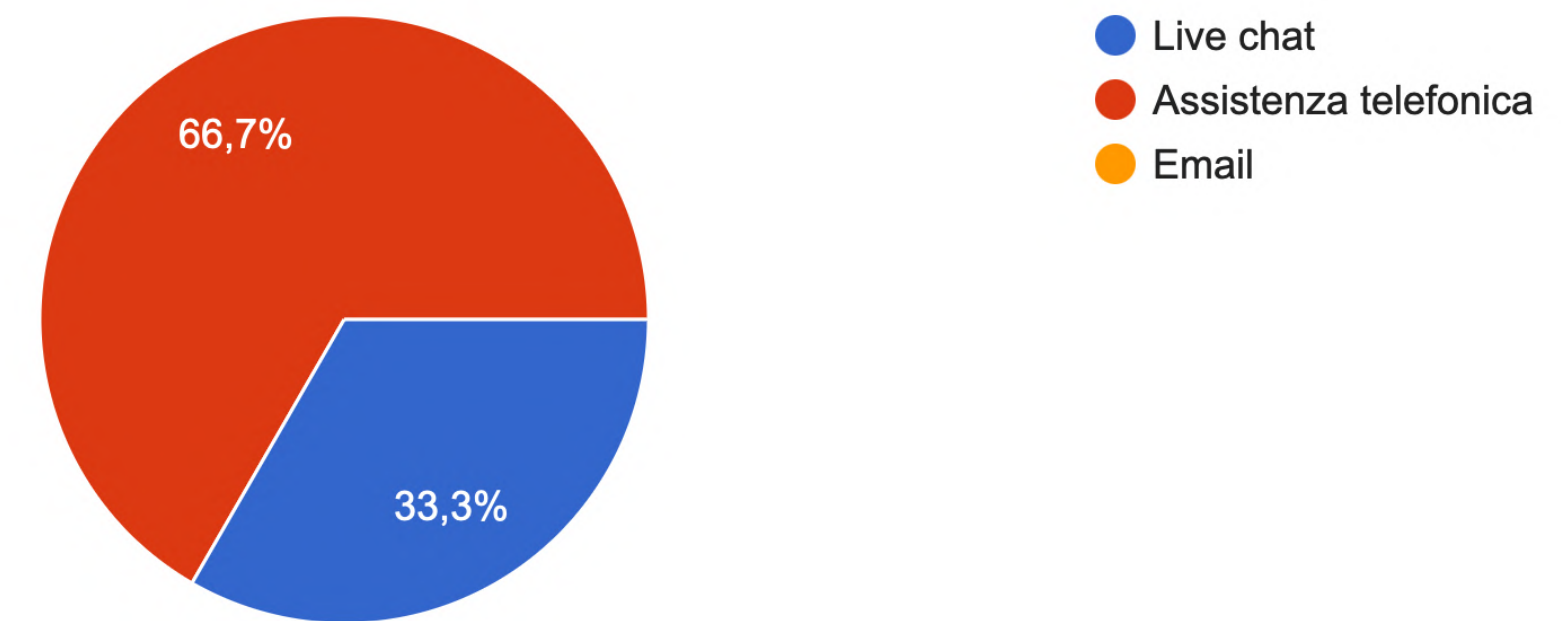
9 Risposte

- Intuibilità del sito e efficienza del servizio erogato.
- La comodità di non dover installare un app che occupi memoria.
- Facilità di utilizzo e contenuti attrattivi e ingaggianti.
- Se è veloce e capisco cosa devo fare subito.
- Chiarezza e semplicità di esposizione dei contenuti.
- Contenuto di qualità e convertibile.
- Design chiaro ed elegante. Oltre ad una buona navigabilità ovviamente.
- Assenza di pubblicità e libertà nella scelta delle azioni da eseguire, senza essere troppo influenzato.
- Sito web sintetico e funzionale.

Domanda facoltativa

Come preferisci ricevere assistenza?

12 risposte

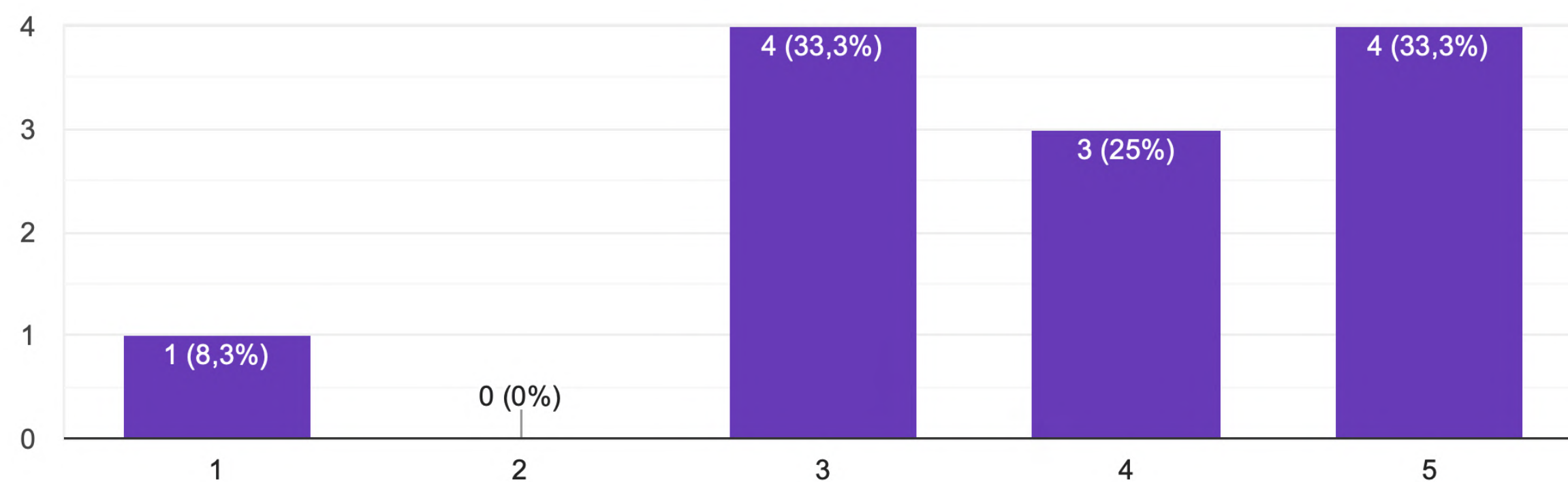


\*Domanda obbligatoria

# Statistiche sondaggio

Su una scala da 1 a 5, che impatto avrebbe sull'utilizzo del prodotto la possibilità di poterlo utilizzare direttamente dal sito web, senza dover scaricare per forza l'applicazione?

12 risposte

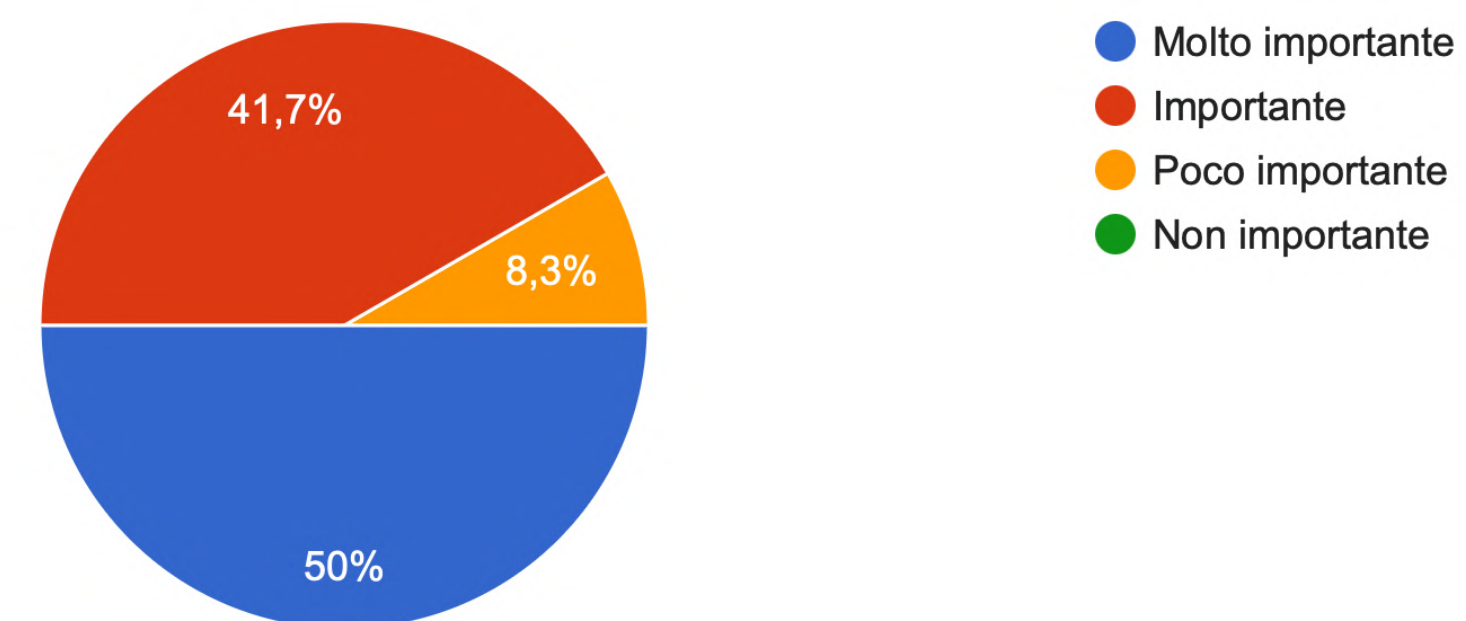


1 = Pessimo  
5 = Ottimo

\*Domanda obbligatoria

Quanto è importante gestire le preferenze relative alla privacy?

12 risposte

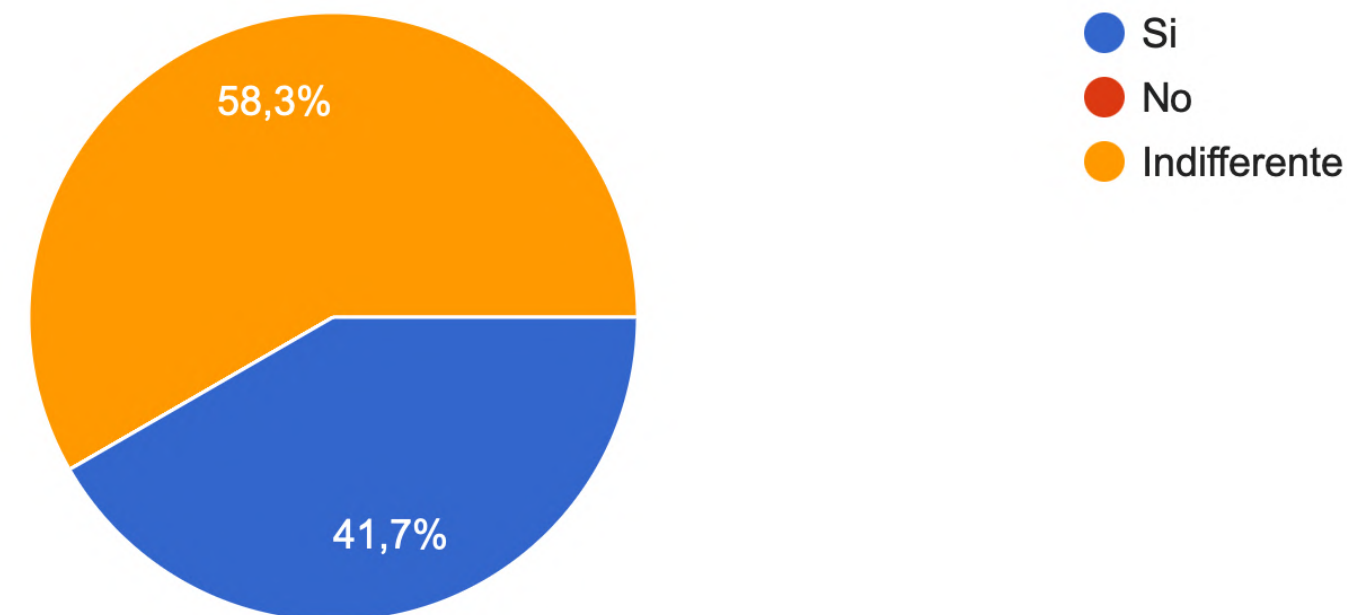


\*Domanda obbligatoria

# Statistiche sondaggio

Ritieni sia utile avere la sezione "Accessibilità" per personalizzare un sito web in base alle proprie necessità?

12 risposte



\*Domanda obbligatoria

Quali altre funzioni, oltre quelle elencate fino ad ora, reputi importanti in un sito web?

7 Risposte

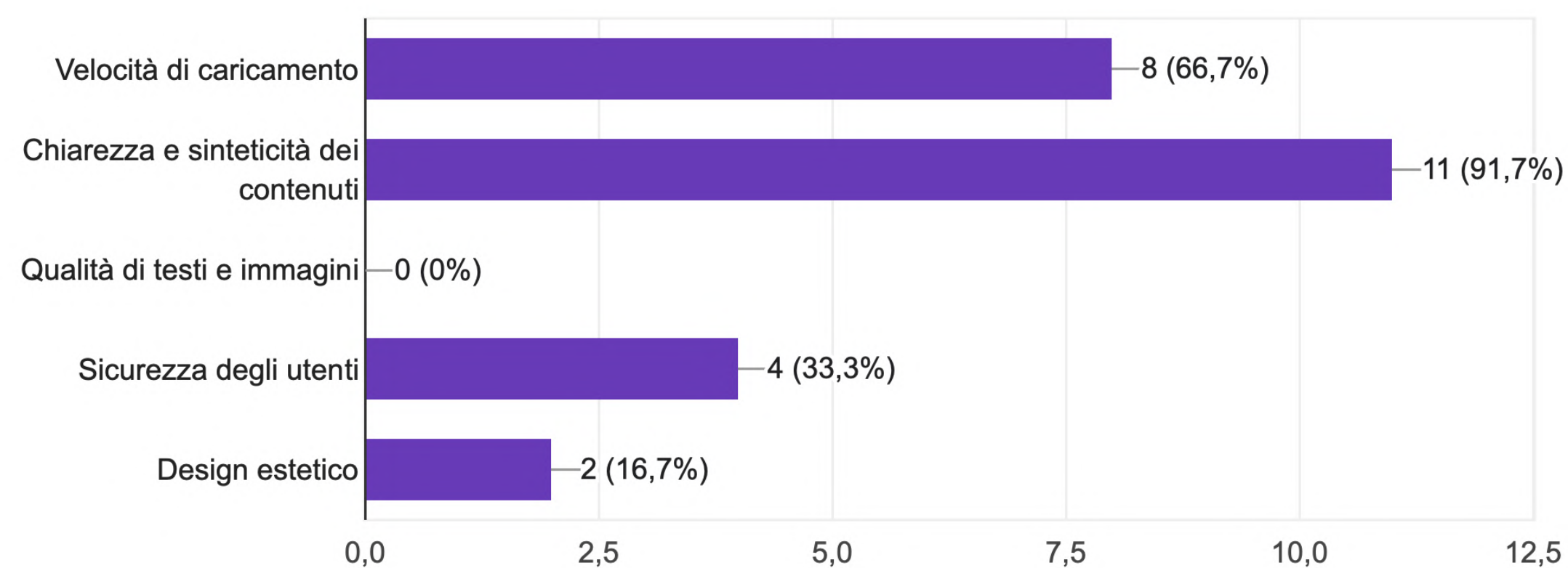
- Presenza di un assistente telematico a cui chiedere assistenza in qualsiasi momento.
- Efficienza usabilità.
- Ottimizzazione per cellulare.
- Se necessaria la registrazione la possibilità di farlo via google o facebook.
- Sezione con le recensioni degli altri utenti.
- Recensioni di altre persone.
- Recensioni.

Domanda facoltativa

# Statistiche sondaggio

Quali sono le caratteristiche più importanti di un sito web?

12 risposte



\*Domanda obbligatoria

Quali sono le difficoltà che riscontri solitamente nei siti web?

9 Risposte

- La poca intuibilità di molti siti web che impedisce di raggiungere velocemente l'obiettivo prefissato.
- Chaos gerarchia degli elementi.
- Interfaccia non adatta al device utilizzato.
- Poche.
- Navigare con i dispositivi mobili.
- Navigazione da cellulare, il più delle volte.
- Poca chiarezza nelle informazioni.
- Difficoltà nel completare le operazioni.
- Lentezza nel caricamento delle pagine.

Domanda facoltativa



# Resoconto sondaggio

## Sono stati trovati nuovi insight?

Sì, dal sondaggio sono emersi insight molto interessanti:

- Risulta abbastanza evidente che l'utilizzo del sito web da smartphone sia decisamente predominante, quindi migliorare il sito e renderlo mobile friendly porterebbe a più conversioni.
- Gli utenti vogliono sentirsi tutelati e di conseguenza preferirebbero non condividere i loro dati personali. Vorrebbero interloquire con il loro equipaggio, per organizzare i tragitti, direttamente dalla piattaforma, anziché condividere il proprio contatto telefonico.
- Quasi tutti i votanti vorrebbero ricevere più informazioni in ambito di mobilità sostenibile e carpooling da Instagram, cosa che in questo momento sulla pagina di JojobRT avviene in maniera riduttiva.
- Attualmente la piattaforma permette solo l'utilizzo da ospite, ma circa la metà dei partecipanti ha ritenuto molto utile la possibilità di iscrizione e registrazione sul sito web.
- L'utilizzo del servizio direttamente dal sito web, senza dover necessariamente scaricare l'app, è una soluzione che la maggior parte dei votanti trova utile ("risparmiare" sulla memoria del dispositivo è una delle motivazioni principali).
- Insieme alla live chat, l'assistenza telefonica è quella più apprezzata. Il contatto telefonico manca in questo momento sulla piattaforma.
- Oltre la FAQ con le domande più frequenti, è molto richiesta la sezione con le recensioni degli utenti.

# Riepilogo

## Fase 1

Analisi del sito web per comprendere visione/obiettivi aziendali e mappare punti di forza e debolezza attraverso le 10 Euristiche. Questa è stata effettuata sia da desktop che da mobile, per valutare se correttamente responsive. Infine creazione della Sitemap.

## Fase 2

Analisi dei due competitors venuti fuori dalla ricerca di mercato: BlaBlaCar e MOVESION. Punti di forza e debolezza di ognuno attraverso la feature inventory e conseguente presa di conoscenza dei possibili miglioramenti.

## Fase 3

Attraverso recensioni, ricerche online e pagine social è stato stilato il profilo del target: chi sono i nostri utenti, la loro fascia di età media, visione e posizione geografica all'interno della nazione.

## Fase 4

Creazione del sondaggio da sottoporre al target emerso nella fase precedente, per validare i dati venuti fuori e analizzare eventuali nuovi insight.





Antonello  
Tolve

Grazie per l'attenzione!