

# Maddalena JOURNEY MAP



Essendo sempre impegnata tra il lavoro e lo studio, vorrebbe fare la spesa online, organizzare i suoi pasti trovando qualche offerta e fare scorta di prodotti vegetali

SCENARIO

EXPECTATION

Trovare una buona alternativa alla carne e a formaggi.

STAGE	Research	Discovery	Discovery	Leaving the website
ACTIVITIES	1. Cerca online "offerte cibo vegano". 2. Apre il sito iVegan nella categoria "Offerte".	1. E' incuriosita dai burger vegani in offerta e li aggiunge tra i preferiti. 2. Esplora e rimane incuriosita anche dai prodotti nella categoria "Vegmaggio". 3. Nota che deve arrivare ad una spesa minima di 30 euro e decide esplorare anche la categoria "I monti".	1. Nella categoria "I Monti" trova tanti prodotti di seitan. 2. Rimane incuriosita, ma non sapendo che cos'è il seitan, rimane un po' dubbiosa.	1. Non arriva alla spesa minima di 30 euro e dopo un po' di tempo sul sito, decide di esplorare anche altri e-commerce per poi tornare eventualmente su iVegan.
GOALS	Trovare delle offerte di carne e formaggi vegetali.	Scegliere vari articoli per poter avere una scorta già per un po' di giorni.	Valutare altri prodotti di alternative alla carne, essendo anche nuova al mondo veg.	Tenere le opzioni a cui è interessata tra i preferiti ed esplorare altre opzioni sul web.
EMOTIONS				
PAIN POINTS			Non c'è una spiegazione sui prodotti in vendita.	
OPPORTUNITIES			Una descrizione di cosa sia il seitan, aiuterebbe a creare interesse e fiducia tra il brand e i consumatori.	

Progetto iVegán

Emanuel

JOURNEY MAP




Finalmente ha un po' più di tempo libero e sua figlia le ha chiesto di cucinare una lasagna con ragù alla bolognese.

SCENARIO

EXPECTATION

Trovare una buona alternativa al macinato di carne

STAGE	Research	Discovery	Discovery	Leaving the website
ACTIVITIES	1. Dopo essere passato al supermercato vanamente, decide di esplorare online. 2. Si incuriosisce di iVegan.	1. Apre la categoria "novità" e vuole cercare solo prodotti alternative alla carne, ma non ci sono filtri di ricerca.	1. Scrive nella barra di ricerca "macinato". 2. Trova alternative al macinato di carne e li aggiunge al carrello. 3. Capisce che deve fare una spesa minima di 30euro e vorrebbe sapere se può mettere il macinato di seitan in congelatore, una volta consegnatoli.	1. Invia un messaggio nella finestra in basso a destra. 2. In attesa di una risposta salva i prodotti a cui è interessato tra i preferiti e controllare altri e-commerce, per poi eventualmente ritornare su iVegan.
GOALS	Trovare alternative alla carne, non come piatti semi-pronti, ma da utilizzare come ingredienti per cucinare.	Alla vista di numerosi articoli, spera di trovare facilmente quello che cerca, ovvero il macinato.	Avere più informazioni sui prodotti a cui è interessato.	Ricevere un riscontro al suo messaggio il prima possibile.
EMOTIONS				
PAIN POINTS		L'assenza di filtri di ricerca rallenta il consumatore nell'ottenere risposte.	Il consumatore ha dubbi su come conservare specifici prodotti.	
OPPORTUNITIES		I filtri di cerca semplificherebbero le azioni dei consumatori.	Informazioni dettagliate sulla conservazione dei prodotti sarebbe di aiuto ai consumatori.	





La prossima settimana è il compleanno di sua figlia che organizzerà una piccola cena tra amici e parenti stretti. Vorrebbe portare un tiramisù vegano.

SCENARIO

EXPECTATION

Trovare del mascarpone vegetale.

STAGE	Research and awareness	Discovery	Discovery	Leaving the website
ACTIVITIES	1. Chiede alle sue colleghe se conoscono qualche negozio dove comprare ingredienti per dolci vegani. 2. Le viene consigliato di provare anche e-commerce come iVegan.	1. Va nella categoria dolci e snack, ma non trova quello che cerca, ovvero prodotti come mascarpone, ricotta, burro vegani. 2. Ritenta nella sezione Vegmaggio e trova quello cerca.	1. Aggiunge due articoli di mascarpone al carrello e procede al checkout. 2. Le viene comunicato che deve effettuare un ordine minimo di 30 euro. 3. Torna indietro e comincia ad esplorare il sito.	1. Ha un po' di confusione tra le varie e numerose categorie. 2. Alla fine nell'indecisione decide di lasciar perdere ed esplorare altri siti sul web.
GOALS	Trovare vari prodotti vegetali da provare, tra cui carne, pesce e formaggi vegetali	Vuole innanzitutto trovare formaggi veg per la preparazione di dolci.	Esplorare tra i vari prodotti e vedere se rova qualcosa di interessante	Riempire il carrello di vari prodotti veg che vorrebbe provare in famiglia.
EMOTIONS				
PAIN POINTS			Il consumatore non sapeva dall'inizio che era richiesta un spesa minima di 30euro.	L'organizzazione delle categorie crea confusione.
OPPORTUNITIES			Informare subito i visitatori che è richiesta una spesa minima di 30euro, trasmetterebbe più trasparenza e fiducia.	Diminuire e organizzare le categorie, aiuterebbe ad una ricerca migliore per i visitatori.