

JOJOB

Real Time Carpooling

Progetto Discovery 2 di Gabriel Ziaj

Indice

1. Riepilogo parte 1 e obiettivi..... 1
2. Personas..... 2-4
3. Journey Map..... 5-7
4. Nuova information Architecture..... 8
5. Pagine aggiunte o modificate..... 9
6. Journey Map aggiornate..... 10-12

Riepilogo parte 1

1

Analisi as is

È stata realizzata un'analisi as is del sito di JoJob, nella quale sono stati evidenziati punti di forza e debolezza del sito attuale.

2

Competitor

In seguito sono stati analizzati i competitor e comparabile dell'azienda, per comprendere le necessità nel mercato del carpooling.

3

Target

Comprese le carenze, i punti di forza e richieste del mercato il focus si è spostato sull'analisi di riferimento del target di JoJob tramite i siti ufficiali dell'azienda.

4

Sondaggio

Dai sondaggi emerge che Jojob è apprezzata per la navigazione e il design, ma deve risolvere problemi tecnici, aggiungere funzioni per soddisfare gli utenti.

Obiettivi parte 2

1

Personas

Grazie ai risultati del sondaggio verranno realizzate 3 personas che rappresentino necessità e aspetti specifici del target di riferimento di JoJob.

2

Scenari e user journey

Con la realizzazione delle personas sarà possibile creare dei scenari e user journey che possano permettere di individuare nuove opportunità.

3

Nuova alberatura

L'uso delle user journey faciliterà l'analisi di criticità e occasioni emerse dal sondaggio, che permetteranno di migliorare l'alberatura del sito attuale.

4

Nuove user journey

La riorganizzazione dell'alberatura del sito consente di aggiornare le user journey, così da comprendere l'interazione tra personas e miglioramenti del sito.

Personas

Marco Bianchi

Impiego

Impiegato amministrativo in una grande azienda

Età

32 anni

Breve Bio

Marco lavora come impiegato amministrativo in una grande azienda tecnologica a Milano. È appassionato di sostenibilità e cerca attivamente modi per ridurre la sua impronta di impatto negativo nell'ambiente. Nel tempo libero, Marco ama andare in bicicletta e partecipare a eventi locali di sensibilizzazione ambientale.

Behaviour

- Utilizza Jojob per trovare opzioni di carpooling per il tragitto casa-lavoro.
- Visita il sito web durante la pausa pranzo per pianificare i viaggi della settimana.
- Apprezza le recensioni degli utenti per scegliere con chi condividere il viaggio.

Goals

- Ridurre le spese di trasporto quotidiano.
- Contribuire alla riduzione delle emissioni di CO₂.
- Trovare compagni di viaggio affidabili e puntuali.

Frustrazioni

- Difficoltà nel trovare corrispondenze di carpooling che coincidano con i suoi orari di lavoro.
- Problemi tecnici occasionali durante la prenotazione dei viaggi.
- Non trova testimonianze sul sito.



Personas

Giulia Conti

Impiego

Studente Universitaria e tirocinante part-time

Età

22 anni

Breve Bio

Giulia è una studentessa universitaria a Torino che sta completando il suo ultimo anno di studi in Economia. Lavora part-time come tirocinante in una società di consulenza.

Giulia è attivamente coinvolta in iniziative studentesche di sostenibilità e utilizza spesso servizi di carpooling per ridurre i costi di trasporto.

Behaviour

- Utilizza Jojob principalmente per viaggiare tra casa, università e lavoro.
- Consulta il sito web di Jojob tramite il suo smartphone mentre si sposta in città.
- Legge regolarmente le testimonianze di altri utenti per ottenere feedback sui viaggi.

Goals

- Risparmiare sui costi di trasporto quotidiani.
- Sfruttare il tempo di viaggio per studiare o socializzare.
- Trovare facilmente opzioni di carpooling compatibili con il suo orario flessibile.

Frustrazioni

- Esperienza utente non ottimale sul sito mobile.
- FAQ non in primo piano.
- Difficoltà a navigare la sezione "Territori" per trovare viaggi specifici.



Personas

Luca Ferrari

Impiego

Dirigente in una media impresa

Età

40 anni

Breve Bio

Luca è un dirigente di una media impresa a Bologna. Ha due figli e cerca sempre di ottimizzare il suo tempo tra lavoro e famiglia. È molto attento alla sostenibilità e promuove iniziative green all'interno della sua azienda.

Behaviour

- Utilizza Jojob per promuovere e gestire il carpooling aziendale.
- Verifica settimanalmente il sito per monitorare l'uso del carpooling da parte dei dipendenti.
- Preferisce usare il sito durante le ore di lavoro per gestire le iscrizioni dei dipendenti.

Goals

- Implementare politiche di sostenibilità aziendale.
- Ridurre i costi aziendali legati ai trasporti.
- Aumentare la consapevolezza e l'uso del carpooling tra i dipendenti.

Frustrazioni

- Report aziendali poco dettagliati e difficili da personalizzare.
- Problemi occasionali con la funzione di login.
- Difficoltà nell'integrare Jojob con altri strumenti di gestione aziendale.



Journey Map di Marco



Scenario: Marco ha deciso di riorganizzare il suo modo di andare al lavoro per risparmiare sui costi di trasporto e contribuire a ridurre l'inquinamento ambientale. Vive in una città con traffico intenso e ha sentito parlare del servizio di carpooling offerto da Jojob. È curioso di esplorare questa opzione per condividere il viaggio con altri colleghi che lavorano nella stessa zona e alleviare lo stress del tragitto quotidiano.

Aspettative:

- Trovare colleghi con cui condividere il viaggio con orari simili ai suoi.
- Ridurre i costi di trasporto rispetto all'uso della propria auto.
- Registrarsi e prenotare rapidamente e senza complicazioni.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Abbandono
Azioni	Marco lavora in un'azienda e ogni giorno affronta un lungo tragitto in auto per recarsi in ufficio. Un giorno, sente parlare di Jojob da un collega. Intrigato dall'idea del risparmio e dalla sostenibilità, decide di provare.	Incuriosito, visita il sito web, per capire come funziona la piattaforma, quali sono le opzioni disponibili e se esistono carpooler compatibili con i suoi orari e la sua zona. Naviga tra le varie sezioni per ottenere le informazioni.	Deciso a provare il servizio, crea un account su Jojob. Esplorando le opzioni disponibili, cerca utenti che condividono percorsi e orari simili ai suoi. Tuttavia, il processo di registrazione richiede molti dettagli, e le opzioni non sono subito visibili.	Completata la registrazione e trovato un carpooler, Marco decide di prenotare il suo primo viaggio. Durante il processo, tuttavia, incontra difficoltà tecniche che rallentano la prenotazione.	Dopo aver affrontato una generale difficoltà nell'utilizzare la piattaforma, non incentivato da premi, abbandona il servizio. Non è soddisfatto dell'esperienza e, parlandone con i suoi amici, ne consiglia l'uso.
Emozioni					
Pensieri	"Potrei davvero ridurre le mie spese di viaggio e fare qualcosa di positivo per l'ambiente. Ma come funziona esattamente?"	"Voglio capire se questo servizio è veramente affidabile. Sarà facile trovare persone con cui condividere il viaggio?"	"Ci sono opzioni interessanti, ma trovare quella giusta è più difficile del previsto. Il processo dovrebbe essere più semplice veloce."	"La piattaforma sembra gradevole, ma questi problemi tecnici rendono tutto complicato. Spero valga lo sforzo."	"Questo servizio potrebbe essere valido, ma è troppo complicato e presenta troppi problemi tecnici. Non vale la pena."
Touchpoint	La conversazione con il collega, passaparola interno all'azienda, menzioni del servizio sui social media.	Sito web di Jojob, portatile per la navigazione.	Modulo di registrazione, funzionalità di ricerca, pagina opzioni di carpooling.	Sistema di prenotazione sul sito.	Sito web, computer.
Pain points	Marco si rende conto che, pur avendo sentito parlare del servizio, conosce solo pochi dettagli. Il passaparola non fornisce molte informazioni.	Marco trova difficile reperire informazioni dettagliate sul funzionamento del servizio, in particolare sull'abbinamento dei carpooler.	Il processo di registrazione è percepito come lungo e complicato, e la ricerca di carpooler compatibili non è intuitiva.	Problemi tecnici occasionali durante la prenotazione, come momentanei blocchi della schermata, che potrebbero scoraggiare l'utente dal continuare ad utilizzare il servizio.	Mancanza di incentivi o programmi di fedeltà visibili che potrebbero aver incoraggiato Marco a dare un'altra possibilità al servizio.
Opportunità	Jojob può aumentare la propria visibilità tramite campagne pubblicitarie mirate, magari all'interno delle aziende stesse, per fornire informazioni sul servizio.	Creare una FAQ dettagliata e accessibile, che mostri passo passo come usare il servizio, rassicurando gli utenti su protocolli di sicurezza e affidabilità abbinamenti.	Semplificare processo di registrazione, riducendo numero di passaggi o inserendo registrazione social rapida.	Ottimizzare stabilità e prestazioni del sito, assicurando che il processo di prenotazione sia fluido e senza intoppi, implementando una FAQ per risolvere i soliti problemi tecnici.	Implementare sistema di premi per utenti molto partecipativi, che offre vantaggi a chi usa spesso il servizio e migliorare il customer support per risolvere i problemi degli utenti.

Journey Map di Giulia



Scenario: Giulia è una studentessa universitaria che vive lontano dal campus e deve affrontare lunghi spostamenti ogni giorno per frequentare le lezioni. Con un budget limitato e un interesse per la sostenibilità, Giulia cerca un modo per ridurre le sue spese di trasporto e le sue emissioni di CO2. Durante un evento ambientale svolto nella sua università scopre Jojob, decisa a saperne di più esplora il servizio.

Aspettative:

- Completare registrazione e prenotazione primo viaggio in fretta.
- Leggere testimonianze di utenti per capire se il servizio sia affidabile.
- Vivere un'esperienza fluida, con un supporto in caso di difficoltà.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Abbandono
Azioni	Giulia è una studentessa universitaria che cerca modi per risparmiare tempo e denaro nei suoi spostamenti verso il campus. Durante un evento organizzato dalla sua università, nota un poster di carpooling di Jojob.	Giulia trova il sito di Jojob inserendo direttamente l'indirizzo web visto sul poster. Naviga nella homepage, esplorando le sezioni per capire meglio il servizio. Cerca testimonianze di altri utenti, sperando riscontri positivi.	Anche se incerta, Giulia vuole creare un account per esplorare le opzioni di carpooling disponibili. Durante la registrazione, però, il sito si blocca, facendole perdere i progressi fatti. Ricarica la pagina e s'iscrive. Cerca tragitti compatibili.	Nonostante le difficoltà, cerca di prenotare il suo primo viaggio, durante la prenotazione, il sito mostra nuovamente problemi tecnici e non riesce a completare la transazione. Senza un supporto clienti immediato, rinuncia.	Giulia abbandona Jojob dopo l'esperienza frustrante. Delusa, condivide la sua esperienza negativa sui social media, sconsigliando la piattaforma e invitando a cercare altre soluzioni per il carpool più valide.
Emozioni					
Pensieri	"Se funziona, potrei gestire meglio i miei spostamenti e risparmiare. Ma devo capire se è veramente utile e facile da usare."	"Mi piacerebbe sapere cosa ne pensano gli altri utenti. Posso fidarmi di questa piattaforma per organizzare i miei viaggi?"	"Ci sono molte opzioni, ma se il sito continua a bloccarsi, come farò a utilizzarlo? Mi servirebbe supporto per sapere cosa fare."	"Questo servizio non sembra funzionare bene, e non so come risolvere questi problemi. Forse è meglio non rischiare."	"Ho provato a usare questo servizio, ma è stata una perdita di tempo. Devo avvisare gli altri di non commettere lo stesso errore."
Touchpoint	Evento universitario, poster, menzioni sui social media legati all'università.	Sito mobile di Jojob, social media per recensioni e opinioni.	Modulo di registrazione, funzionalità di ricerca sul sito, utilizzo del telefono per accedere al servizio.	Sistema di prenotazione online, smartphone per completare la prenotazione.	Abbandono del sito mobile, condivisione delle sue esperienze sui social media.
Pain points	Giulia cerca maggiori dettagli su Jojob tramite il motore di ricerca, ma il sito non appare tra i primi risultati, ciò la fa dubitare della credibilità del servizio.	Sul sito, Giulia non trova una sezione dedicata alle testimonianze degli utenti. La mancanza di feedback e recensioni la lascia insicura sulla qualità del servizio.	L'assenza di supporto per risolvere problemi tecnici e per navigare nel processo di registrazione e ricerca la rende irritata e incerta sul continuare ad usare Jojob.	La mancanza di una soluzione immediata per i problemi tecnici incontrati durante la prenotazione la porta a perdere fiducia nel servizio.	L'assenza di un feedback continuo e di un supporto post-utilizzo la spinge a condividere il suo malcontento con altri.
Opportunità	Migliorare l'ottimizzazione SEO del sito per assicurare che Jojob sia facilmente reperibile tramite ricerche online, specialmente da parte di studenti e tirocinanti.	Creare una sezione sul sito dedicata alle testimonianze degli utenti, includendo storie di successo e recensioni autentiche per rassicurare nuovi utenti.	Fornire una FAQ dettagliata nel sito per assistere gli utenti durante la registrazione e per risolvere i problemi tecnici più comuni in modo immediato e semplice.	Inserire una sezione dettagliata nelle FAQ che affronti i problemi più comuni e fornisca soluzioni rapide e chiare per garantire che gli utenti non abbandonino il sito.	Offrire un servizio clienti più reattivo che possa supportare gli utenti prima che abbondonino il servizio, fornendo soluzioni rapide e efficaci per risolvere eventuali difficoltà.

Journey Map di Luca



Scenario: Luca è il dirigente in un'impresa. Durante una conferenza sulla sostenibilità aziendale, Luca viene a conoscenza di Jojob, una piattaforma di carpooling progettata anche per aziende che vogliono ridurre le emissioni di CO2 e migliorare la mobilità dei dipendenti. Intrigato da Jojob, Luca esplora ulteriormente il servizio per capire se può essere integrato nei programmi di sostenibilità della sua azienda.

Aspettative:

- Essere facilmente integrato con i sistemi aziendali già esistenti.
- Leggere testimonianze di altre aziende per valutare l'affidabilità.
- Avere accesso a strumenti di monitoraggio per i suoi dipendenti.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Abbandono
Azioni	Luca, dirigente in un'impresa, partecipa a una conferenza sulla sostenibilità aziendale, nel quale sente citare Jojob, un servizio di carpooling che potrebbe essere adottato in azienda per ridurre le emissioni.	Luca visita il sito web per esplorare le offerte aziendali. Esamina la sezione per le imprese e pensa a come potrebbe integrarsi nella sua azienda. Cerca testimonianze di altre imprese per valutare i benefici sull'investimento ma non le trova.	Informatosi, registra la sua azienda al programma aziendale. Nella creazione dell'account, scopre che la procedura è più dura del previsto. Contatta il supporto clienti per risolvere, ma la risposta non arriva, irritandolo.	Nonostante le difficoltà, Luca incoraggia i suoi dipendenti a usare Jojob. Vuole verificare i risultati attraverso i report di utilizzo ma scopre che non vi è la possibilità, ciò lo irrita e non sente più motivazione a usare il servizio.	Con il fallimento dei suoi sforzi, Luca decide di disiscrivere l'azienda dal servizio, ritenendo che non sia adatto alle esigenze della sua azienda, interrompe l'uso del servizio, lasciando un feedback negativo.
Emozioni					
Pensieri	"Questo potrebbe davvero aiutare la nostra azienda a raggiungere i suoi obiettivi di sostenibilità."	"Si integrerà bene con i nostri sistemi esistenti? Perché non vi sono testimonianze di altre aziende?"	"Il processo di configurazione è difficile e il supporto clienti non è per niente reattivo."	"Perché non posso monitorare i miei dipendenti? Forse questo servizio non è adatto alla nostra azienda"	"Questo servizio mi ha deluso, lascerò un pessimo feedback per invitare altre aziende a non commettere lo stesso errore."
Touchpoint	Conferenza sulla sostenibilità, discussioni con altri professionisti del settore, rete professionale.	Sito web di Jojob, social media per recensioni e opinioni.	Modulo di registrazione, configurazione dell'account aziendale, supporto clienti.	Account, sito web.	Abbandono del sito web, feedback negativo su piattaforme professionali.
Pain points	Scarsa presenza del marchio nei network professionali, rendendo difficile trovare informazioni specifiche sull'applicazione aziendale del servizio.	Sul sito, Luca non trova una sezione dedicata alle testimonianze delle aziende ed è costretto a cercare su altre pagine, tuttavia non demorde e continua a usare il servizio.	L'assenza di supporto da parte del servizio clienti e il processo di registrazione complesso non scoraggiano Luca, determinato a trovare una soluzione sostenibile.	L'impossibilità di monitorare i propri dipendenti porta Luca a perdere fiducia nel servizio.	L'assenza del monitoraggio dipendenti e uno scarso supporto lo spingono a condividere il suo malcontento con altre persone tramite piattaforme professionali.
Opportunità	Migliorare la propria presenza sui network professionali, collaborando con piattaforme del settore rendendo il brand più riconoscibile e accessibile.	Creare una sezione dedicata alle testimonianze aziendali sul sito, con dimostrazioni che mostrino i benefici del servizio, rendendo più facile valutare l'efficacia di Jojob.	Semplificare registrazione riducendo passaggi e integrando FAQ a supporto dell'utente e migliorando supporto clienti con risposte rapide e uso di livechat.	Inserire una sezione che permetta alle aziende di monitorare i propri dipendenti.	Offrire un servizio clienti più reattivo che possa supportare gli utenti in ogni fase, e implementare un sistema di monitoraggio dipendenti.

Nuova Information Architecture



1. Home

2. Carpooling

3. Testimonianze

4. Incentivi

5. Press

6. FAQ

Selettore Lingua

Individuale 2.1

- Informazioni [2.1.1]
- Pacchetti [2.1.2]
- FAQ [2.1.3]

Aziendale 2.2

- Informazioni [2.2.1]
- Pacchetti [2.2.2]
- Monitoraggio dipendenti [2.1.3]

Bilancio di Sostenibilità [3.1]

Informazioni [4.1]

- Premi utente [4.2]
- Premi aziende [4.3]
- Premi dipendenti [4.4]

Ultime notizie

- Comunicati [5.1]
- Dicono di noi
- I nostri materiali

Logo kit

- Image kit
- Media kit completo

Contatti

- FAQ [2.1.3]

Footer

7. Chi siamo

8. Area Green

9. Contatti

10. Legale

11. Download

Live Chat

- La nostra storia [7.1]
- Il team [7.2]
- Lavora con noi

- B Corp e Società Benefit
- Bilancio di Sostenibilità [3.1]
- Osservatorio Nazionale [8.2]

- Social media
- Contatti telefonici [9.1]

- Termini e condizioni [10.1]
- Privacy policy [10.2]
- Uso dei cookie
- Informativa facebook [10.3]

- Google Play
- App Store

Legenda:

- Pagine di 1° livello
- Pagine di 2° livello
- Pagine di 3° livello
- Link esterni / Link interni
- Funzioni Core
- Nuove Pagine

Pagine aggiunte o modificate

2. Carpooling

La sezione è stata divisa in due parti: "Individuale" e "Aziendale". Questa scelta riflette una maggiore personalizzazione dell'offerta, distinguendo chiaramente tra utenti singoli e aziende. Inoltre, la sottosezione "Monitoraggio dipendenti" è stata inclusa nella parte aziendale per migliorare la gestione interna da parte delle aziende che utilizzano Jojob.

3. Testimonianze

Questa sezione è stata suddivisa in "Testimonianze utenti" e "Testimonianze aziende", per fornire prove sociali e feedback positivi direttamente da coloro che hanno già utilizzato Jojob. Questo aiuta a convincere nuovi utenti e aziende ad adottare la piattaforma.

4. Incentivi

Questa nuova sezione è stata creata per evidenziare i premi offerti da Jojob. Si articola in quattro sottopagine: "Informazioni", "Premi utenti" e "Premi aziende/dipendenti". Lo scopo è di accrescere la credibilità del servizio e migliorare la percezione del brand, mostrando concretamente gli incentivi che Jojob può offrire.

6. FAQ

La sezione FAQ risalta nella nuova alberatura per il ruolo fondamentale che gioca, poiché in caso di dubbi, l'utente cerca una sezione informativa. Le sottosezioni rimandano alla pagina interna dei contatti, a supporto in caso di mancate risposte all'utente, e domande frequenti.

9. Contatti

È stata arricchita con un link esterno ai "Social media", che permette di osservare l'operato del servizio sui social, incrementando possibili interazioni e migliorando la presenza di Jojob sulle piattaforme digitali, e con una pagina interna di contatti telefonici operativi h24 per l'utente.

Live Chat

Fornendo un canale di comunicazione diretto, la Live Chat migliora l'interazione con il servizio, aumentando la soddisfazione degli utenti e la probabilità che completino l'azione desiderata (es. registrazione, prenotazione, ecc.).

Conclusione

La nuova architettura dell'informazione di Jojob è stata riorganizzata per ottimizzare l'usabilità del sito, rispondendo in modo più efficace alle esigenze degli utenti e migliorando la comunicazione dei valori e dei servizi offerti. Le modifiche apportate non solo facilitano la navigazione, ma potenziano anche la capacità del sito di guidare gli utenti verso informazioni cruciali, promuovendo al contempo l'engagement e la fidelizzazione.

Inoltre, l'introduzione di nuove sezioni come "Testimonianze" e "Premi" risponde alla necessità di consolidare la fiducia degli utenti nel servizio, fornendo prove tangibili del valore che Jojob può offrire. Le testimonianze di utenti soddisfatti e i riconoscimenti ottenuti, ben evidenziati in queste nuove pagine, rappresentano potenti strumenti di persuasione che aiutano a convincere potenziali clienti della validità del servizio. La riorganizzazione delle informazioni in queste aree contribuisce a rafforzare la credibilità del brand, rendendo più evidente l'impatto positivo che Jojob ha già avuto su aziende e individui.

In conclusione, la riorganizzazione della struttura del sito di Jojob risponde a una doppia esigenza: migliorare l'accessibilità delle informazioni per l'utente e rafforzare la percezione del brand. Con queste modifiche, il sito non solo diventa più facile da navigare, ma anche più efficace nel comunicare i valori e i vantaggi del servizio, sostenendo la crescita della base utenti e promuovendo la fedeltà a lungo termine.

Journey Map di Marco



Scenario: Marco ha deciso di riorganizzare il suo modo di andare al lavoro per risparmiare sui costi di trasporto e contribuire a ridurre l'inquinamento ambientale. Vive in una città con traffico intenso e ha sentito parlare del servizio di carpooling offerto da Jojob. È curioso di esplorare questa opzione per condividere il viaggio con altri colleghi che lavorano nella stessa zona e alleviare lo stress del tragitto quotidiano.

Aspettative:

- Trovare colleghi con cui condividere il viaggio con orari simili ai suoi.
- Ridurre i costi di trasporto rispetto all'uso della propria auto.
- Registrarsi e prenotare rapidamente e senza complicazioni.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Fedeltà
Azioni	Marco lavora in un'azienda e ogni giorno affronta un lungo tragitto in auto per recarsi in ufficio. Un giorno, sente parlare di Jojob da un collega. Intrigato dall'idea del risparmio e dalla sostenibilità, decide di provare.	Visita il sito web, notando la presenza di FAQ dettagliate. Naviga facilmente tra le pagine, trovando informazioni chiare su come usare il servizio, sulla sicurezza e sugli abbinamenti.	Marco crea il suo account in pochi minuti, grazie al processo di registrazione semplificato. Utilizza la funzione di ricerca migliorata per trovare carpooler con viaggi e orari simili. La piattaforma gli mostra subito diverse opzioni.	Marco prenota il suo primo viaggio in pochi clic, grazie all'interfaccia ottimizzata del sito. Il viaggio si svolge senza intoppi, e Marco si sente a suo agio con i nuovi compagni di viaggio.	Dopo un periodo di utilizzo, Marco diventa un utente fedele di Jojob. Riceve aggiornamenti via email, ed è invitato a partecipare a un programma di fedeltà che premia gli utenti più attivi. Inoltre, Marco raccomanda Jojob ai suoi amici e colleghi.
Emozioni					
Pensieri	"Potrei davvero ridurre le mie spese di viaggio e fare qualcosa di positivo per l'ambiente. Ma come funziona esattamente?"	"La piattaforma sembra ben organizzata e sicura. Posso facilmente trovare ciò di cui ho bisogno. Vale la pena provare."	"Il processo è stato davvero semplice. Ho trovato diverse opzioni adatte a me. Sono pronto per il mio primo viaggio."	"Il processo è stato piacevole. Ho risparmiato, contribuito all'ambiente e conosciuto nuove persone. Farò sicuramente altre prenotazioni."	"È fantastico essere ricompensato per qualcosa che già mi piace fare. Jojob ha superato le mie aspettative, lo consiglio volentieri a tutti i miei contatti."
Touchpoint	La conversazione con il collega, passaparola interno all'azienda, menzioni del servizio sui social media.	Sito web di Jojob, FAQ, testimonianze, computer.	Modulo di registrazione, funzionalità di ricerca migliorata, pagina opzioni di carpooling.	Sistema di prenotazione ottimizzato.	Programma di fedeltà, aggiornamenti via email, raccomandazioni a amici e colleghi.
Pain Points Solved	Limitata conoscenza del servizio tramite passaparola e social media. Miglioramento della visibilità attraverso campagne pubblicitarie mirate e un incremento dell'uso dei social media, rendendo Jojob facilmente reperibile.	Difficoltà nel trovare informazioni sul funzionamento del servizio. Sezione FAQ dettagliata e accessibile sul sito, che spiega chiaramente come funziona il servizio e come usarlo.	Processo di registrazione percepito come lungo e complicato. Il processo di registrazione è stato semplificato e velocizzato, rendendolo più intuitivo e meno dispendioso in termini di tempo.	Problemi tecnici occasionali durante la prenotazione. Ottimizzazione della stabilità e delle prestazioni del sito, garantendo un'esperienza di prenotazione fluida e senza interruzioni.	Mancanza di incentivi o programmi di fedeltà visibili. Implementazione di un sistema di premi per utenti fedeli e molto partecipativi, incentivando l'uso continuo del servizio e la soddisfazione degli utenti.

Journey Map di Marco



Scenario: Giulia è una studentessa universitaria che vive lontano dal campus e deve affrontare lunghi spostamenti ogni giorno per frequentare le lezioni. Con un budget limitato e un interesse per la sostenibilità, Giulia cerca un modo per ridurre le sue spese di trasporto e le sue emissioni di CO2. Durante un evento ambientale svolto nella sua università scopre Jojob, decisa a saperne di più esplora il servizio.

Aspettative:

- Completare registrazione e prenotazione primo viaggio in fretta.
- Leggere testimonianze di utenti per capire se il servizio sia affidabile.
- Vivere un'esperienza fluida, con un supporto in caso di difficoltà.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Fedeltà
Azioni	Giulia è una studentessa universitaria che cerca modi per risparmiare tempo e denaro nei suoi spostamenti verso il campus. Durante un evento organizzato dalla sua università, nota un poster di carpooling tramite Jojob.	Giulia visita il sito dal suo smartphone, legge le testimonianze degli utenti, dove vi sono esperienze positive di altri studenti che hanno utilizzato il servizio. Questo le dà fiducia nella sicurezza e nell'affidabilità di Jojob.	Decisa a provare il servizio, Giulia procede con la registrazione. Il processo è semplice e intuitivo, con le FAQ che la aiutano in ogni fase. Appena registrata, cerca viaggi e orari compatibili. In poco tempo, trova la soluzione adatta.	Giulia prenota il suo primo viaggio in carpool facilmente. L'interfaccia del sistema di prenotazione è veloce e intuitiva. Il viaggio si svolge senza problemi, con Giulia che condivide l'esperienza con altri studenti conosciuti tramite il servizio.	Dopo diverso tempo di utilizzo, Giulia diventa un'utente fedele di Jojob. Partecipa al programma di fedeltà, che le offre vantaggi grazie ai suoi spostamenti frequenti. Giulia promuove Jojob tra i suoi amici, condividendo la sua esperienza positiva.
Emozioni					
Pensieri	"Se funziona, potrei gestire meglio i miei spostamenti e risparmiare. Ma devo capire se è veramente utile e facile da usare."	"Le esperienze degli altri studenti mi rasserenano. Questo servizio sembra adatto alle mie esigenze. Ora voglio utilizzarlo al meglio."	"Il processo di registrazione è stato facile e veloce. Ho già trovato diverse opzioni adatte ai miei orari. Sono pronta il mio primo viaggio."	"Tutto ha funzionato alla perfezione. Il viaggio è stato comodo e senza stress. Continuerò a utilizzare Jojob per i miei spostamenti quotidiani."	"Amo questo tipo di esperienze. Consiglierò Jojob a chiunque cerchi un modo sostenibile ed economico per viaggiare."
Touchpoint	Evento universitario, poster, menzioni sui social media legati all'università.	Sito mobile di Jojob, sezione testimonianze, FAQ, recensioni degli utenti.	Modulo di registrazione online, FAQ, funzionalità di ricerca dei carpooler.	Sistema di prenotazione.	Programma di fedeltà, passaparola, raccomandazioni a amici e colleghi.
Pain Points Solved	Difficoltà nel trovare il sito attraverso i motori di ricerca. Il miglioramento della SEO del sito rende Jojob facilmente reperibile online.	Assenza di testimonianze degli utenti. Ora il sito include una sezione dedicata alle testimonianze e recensioni, dando a Giulia fiducia nel servizio.	Problemi tecnici e assenza di supporto durante la registrazione e la ricerca di carpooler. Il processo è stato semplificato e una livechat è stata integrata, facilitando la registrazione e la ricerca di opzioni compatibili.	Problemi tecnici durante la prenotazione e mancanza di supporto immediato. Il sistema di prenotazione è stato ottimizzato per garantire un'esperienza fluida.	Mancanza di feedback continuo e supporto post-utilizzo. Jojob ha implementato un programma di fedeltà e un servizio clienti proattivo, che rafforza il legame con gli utenti e li incoraggia a rimanere fedeli al servizio.

Journey Map di Luca



Scenario: Luca è il dirigente in un'impresa. Durante una conferenza sulla sostenibilità aziendale, Luca viene a conoscenza di Jojob, una piattaforma di carpooling progettata per aziende che vogliono ridurre le emissioni di CO2 e migliorare la mobilità dei dipendenti. Intrigato da Jojob, Luca esplora ulteriormente il servizio per capire se può essere integrato nei programmi di sostenibilità della sua azienda.

Aspettative:

- Essere facilmente integrato con i sistemi aziendali già esistenti.
- Leggere testimonianze di altre aziende per valutare l'affidabilità.
- Avere accesso a strumenti di monitoraggio per i suoi dipendenti.

Fase	Fase 1 Consapevolezza	Fase 2 Considerazione	Fase 3 Decisione	Fase 4 Utilizzo	Fase 5 Fedeltà
Azioni	Luca, durante una conferenza sulla sostenibilità aziendale, scopre Jojob. È impressionato dai risultati che altre aziende hanno ottenuto utilizzando il servizio. Tornato in ufficio, Luca decide di visitare il sito di Jojob per saperne di più.	Luca visita il sito e naviga facilmente nella sezione delle soluzioni aziendali. Qui trova informazioni su come il servizio può integrarsi con i sistemi aziendali. Legge anche testimonianze di altre aziende che dimostrano i benefici.	Convinto dalle informazioni raccolte, Luca decide di registrare la sua azienda su Jojob. Il processo di registrazione è semplice e fluido, grazie alle FAQ integrate nel sito. Quando Luca ha un dubbio, usa la livechat.	Dopo l'iscrizione della sua azienda, Luca incoraggia i dipendenti a utilizzare il servizio. Monitora l'adozione tramite la sezione aziendale che mostra i report sull'uso e l'impatto ambientale.	Luca continua a promuovere l'uso di Jojob tra i dipendenti. Grazie ai dati sul risparmio delle emissioni, presenta i risultati durante i meeting aziendali, evidenziando l'impatto positivo. Continua l'uso di Jojob, integrando il servizio in modo permanente.
Emozioni					
Pensieri	"Questo potrebbe essere il giusto strumento per migliorare i nostri sforzi di sostenibilità aziendale."	"Sembra che altre aziende simili alla nostra abbiano ottenuto ottimi risultati con Jojob. Forse è la soluzione di cui necessitiamo."	"Il processo di registrazione è stato facile e il livechat è stato molto utile nel sciogliere ogni mio dubbio, mi sento molto soddisfatto."	"I dipendenti si stanno adattando bene con Jojob, e possiamo vedere chiaramente l'impatto positivo che Jojob ha sull'azienda."	"Jojob ha migliorato in modo significativo il nostro impegno verso la sostenibilità. Lo useremo a lungo termine."
Touchpoint	Conferenza, rete professionale, sito web di Jojob.	Sito web di Jojob, pagina delle soluzioni aziendali, testimonianze.	Modulo di registrazione, FAQ, chat live del supporto clienti.	Account aziendale, report di utilizzo.	Report di sostenibilità, meeting aziendali, comunicazioni interne.
Pain Points Solved	Visibilità migliorata. Jojob ha migliorato la propria visibilità partecipando attivamente a conferenze e collaborando con piattaforme come LinkedIn, facilitando il passaparola tra i professionisti del settore.	Testimonianze aziendali evidenziate. Jojob ha creato una sezione dedicata a testimonianze aziendali, permettendo agli utenti come Luca di valutare con sicurezza l'efficacia del servizio.	Processo di registrazione aziendale semplificato e livechat. Jojob ha semplificato il processo di registrazione e migliorato l'assistenza clienti, permettendo agli utenti di completare la registrazione senza intoppi.	Monitoraggio dell'impegno dei dipendenti. Il nuovo dashboard aziendale permette a Luca di monitorare facilmente l'adozione del servizio, ottenendo dati chiari e utili.	Mancanza di strumenti di monitoraggio. Jojob ha fornito un sistema di monitoraggio dettagliato, permettendo a Luca di valutare con precisione l'efficacia del servizio e di presentare dati concreti ai dirigenti dell'azienda.



Real Time Carpooling



Grazie
per l'attenzione