# Processo di creazione del mockup

## Il logo

Il logo dell’applicazione è un’immagine che richiama i mondi dell’informatica e del mercato delle aste: un monitor simboleggia la natura informatizzata dei servizi offerti, mentre il martelletto che compare sullo schermo rimanda al mondo del mercato delle aste; sotto questi elementi, il nome dell’applicazione “DietiDeals24”.

## I colori

Riferendosi alla teoria dei colori, si è scelto di impiegare una palette cromatica ben specifica.

I colori caldi sono utilizzati per riflettere passione, felicità, entusiasmo, energia; i colori freddi sono invece utilizzati per trasmettere calma e professionalità.

I colori principali dominanti nell’interfaccia sono l’arancione e il blu:

* L’arancione è spesso associato alla creatività, al cambiamento (dovuto al suo rimando ai colori autunnali), ma anche a salubrità e vitalità. Esso permette di tenere viva l’attenzione senza allarmare quanto il rosso, spesso utilizzato per il pericolo e l’importanza. In seno alla sua scelta risiede la volontà di associare la nostra applicazione a un’opera creativa e vivace, capace di catturare l’utente.
* Il blu non necessariamente deve implicare tristezza. Spesso, viene utilizzato per trasmettere calma e responsabilità. Principalmente, i toni più chiari sono utilizzati per instillare la tranquillità nell’osservatore, mentre quelli più scuri sono spesso scelti dai brand premium per conferire un tocco di forza ed affidabilità al brand. La scelta del blu scuro risiede proprio nella volontà di far percepire la nostra applicazione come affidabile e professionale.

Un ruolo importante nella scelta di questi due colori ha giocato anche la loro complementarità: essendo situati a due poli opposti dello spettro cromatico, il contrasto tra i due risulta notevolmente accentuato, evidenziando maggiormente gli elementi dell’interfaccia.

Lo sfondo invece impiega un colore grigio tendente al blu, risultando in una sfumatura molto chiara di quest’ultimo. Tenendo conto che i due “colori” bianco e nero, se utilizzati puri possono affaticare troppo la vista dell’utente, questa scelta permette sia di ridurre il fastidio visivo, sia di instillare come tutti i blu più chiari un senso di calma nell’utilizzatore.

Altri colori impiegati sono il rosso, principalmente per richiamare l’attenzione su elementi dell’interfaccia che comportano azioni importanti o irreversibili, come la conferma per l’eliminazione delle aste, ma anche per sottolineare messaggi di errore dell’applicazione.

Il verde, invece, adempie funzioni opposte al rosso, come ad esempio indicare bottoni di annullamento di un’operazione critica.

Il blu chiaro sottolineato è stato utilizzato per le parole (o frasi) cliccabili, essendo questa una convenzione ben radicata nell’ambito delle interfacce grafiche.

Il grigio ed il bianco mantengono una funzione conforme ai normali standard di realizzazione dell’interfaccia:

* Il grigio è utilizzato per quei campi con i quali non si può interagire, come ad esempio i pulsanti nella barra di navigazione che senza account non devono permettere azione da parte dell’utente.
* Il bianco, infine, viene sfruttato per evidenziare campi con i quali è possibile interagire, come ad esempio i campi di testo.

## Prime fasi di test dell’interfaccia

Avendo effettuato i primi test, abbiamo riscontato alcuni problemi che hanno comportato una rielaborazione di alcuni aspetti dell’interfaccia:

* La presenza dello sfondo bianco sotto le informazioni del profilo dell’utente ha indotto alcuni soggetti a cliccare direttamente i campi per effettuare una modifica, ignorando la presenza del pulsantino apposito.
* La presenza di un nome utente all’interno della scheda di un’asta nella home subito al di sotto dell’offerta più elevata ha erroneamente indotto alcuni soggetti a pensare che quell’utente fosse l’offerente del prezzo, e non il creatore dell’asta come inteso.
* La presenza della propria asta creata all’interno della home ha confuso un soggetto e lo ha spinto a voler offrire una somma di denaro per suddetta asta, quando invece ciò non è possibile essendone lui stesso il creatore.
* La presenza del tasto home nella barra di navigazione dell’applicazione ha portato alcuni soggetti a cliccare su di essa per tornare alla schermata principale una volta effettuata una ricerca di un’asta specifica, ignorando il tasto indietro apposito (del dispositivo).
* La presenza di inglesismi (logout, guest) ha confuso i soggetti più anziani, ignari del significato della parola.
* Un utente ha provato ad effettuare lo zoom sulle immagini con un pinch out anziché toccando l’immagine stessa.

Le modifiche che abbiamo apportato per risolvere i problemi sopra elencati sono:

* Abbiamo rimosso lo sfondo bianco da tutti gli elementi non cliccabili, concentrando l’attenzione del soggetto solo ed esclusivamente sul pulsante di modifica apposito.
* Abbiamo rimosso il nome dell’utente nelle schede delle aste specificandolo solo ed esclusivamente nei dettagli dell’asta, seguito dalla dicitura “Creata da”
* Abbiamo rimosso dalla home le aste a cui l’utente non può partecipare, ossia le aste create da altri account dello stesso tipo e le aste da lui stesso create.
* Abbiamo reso il pulsante home utilizzabile anche per tornare alla schermata principale una volta effettuata una ricerca di un’asta specifica.
* Abbiamo reso la nostra applicazione completamente in italiano.
* In Figma non è possibile inserire il pinch out nella prototipazione, ma non avendo tenuto conto della possibilità di effettuare tale azione questa sarà aggiunta direttamente nell’applicazione finale.