

Progetto Discovery 2

Deborah Carrozza

# Riepilogo



Ho raccolto informazioni sull'azienda per conoscere:

- Come nasce
- · La sua mission
- Cosa produce
- Che materiali usa
- Il processo produttivo
- · Perché si definisce eco-sostenibile



Ho analizzato il sito del brand al fine di comprenderne l'usabilità e ho costruito una sitemap.

Ho poi descritto i contenuti di ogni sezione.



Ho cercato i vari competitor del brand che offrissero gli stessi prodotti e condividessero gli stessi ideali e li ho analizzati mettendo a paragone i loro website.



Ho analizzato il target aiutandomi con informazioni ricavate da interviste e articoli in cui si parla del brand, questo in quanto l'interazione sui social è pressoché inesistente.

Ho poi stilato un questionario e infine analizzato i risultati.

# Risultati del sondaggio

- \* Il target è composto per lo più da donne di età compresa tra i 20 e i 30.
- \* Il pubblico acquista online e in negozio, con una lieve preferenza per gli acquisti online.
- \* Per raggiungere un e-commerce il nostro target utilizza maggiormente la ricerca tramite google e tiene molto ell'eco-sostenibilità dei prodotti.
- \* La maggior parte del target si registra al sito dal quale acquista e preferiscono registrarsi alla newsletter.
- \* Il pubblico preferisce avere una live-chat sul sito.
- \* Ciò che spinge gli utenti ad abbandonare il sito è principalmente un organizzazione confusionaria.
- \* Avere d'altro canto una piacevole esperienza online è ciò che li spinge a tornare ad acquistare sullo stesso sito.

- \* Per il pubblico è importante avere una sezione FAQs.
- \* I fattori che considerano nella scelta di un prodotto quale una borsa e/o zaino sono il prezzo e il design.
- \* Il dispositivo maggiormente utilizzato per acquisti online risulta lo smartphone.
- \* Le maggiori informazioni del brand di interesse vengono ricavate dalla ricerca online.
- \* Il target è disposto a spendere una cifra che va dai 50 ai 100€ per uno zaino e/o borsa.
- \* Il pubblico preferisce condividere i propri acquisti sui social.

# Nuovi obiettivi

# User personas

Grazie all'analisi del target e ai risultati del sondaggio è possibile stilare il profilo di tre user personas, ciascuna delle quali ha obiettivi, aspettative e interessi differenti.

# User Journey Update

I pain point emersi dalle User Journey dovranno essere risolti e si dovranno apportare delle modifiche affinché si migliori l'esperienza dell'utente sul sito.

# **User Journey**

Ogni user persona ha un percorso diverso in base alle proprie esigenze. Per questo motivo si studierà il percorso di ogni utente definendo necessità e stati d'animo.

# Nuova Sitemap

I miglioramenti emersi dalle User Journey apporteranno delle modifiche alla sitemap originale.

# Personas



Nome:	Età:	Status:	Città:	
Emma	23	Single	Milano	

BIO:

Emma è una studentessa universitaria,
adora la fotografia, la scrittura, l'arte e le
piace passare del tempo a cercare nuovi

brand eco-sostenibili.

Bisogni:

Trovare un nuovo zaino che sia capiente abbastanza per poter trasportare i suoi libri universitari.

Frustrazioni:

- Prezzi costosi
- Poca fiducia negli acquisti online

Social:

Instagram, YouTube

Dispositivi:

Smartphone, PC



Nome:	Età:	Status:	Città:	
Sara	26	Fidanzata	Roma	

BIO:

Social:

Sara è una ragazza socievole e solare, le piace passare del tempo sui social e condividere attimi della sua vita. Ama viaggiare ed è sostenitrice della moda eco-friendly. Instagram, Tik Tok, Youtube

Bisogni:

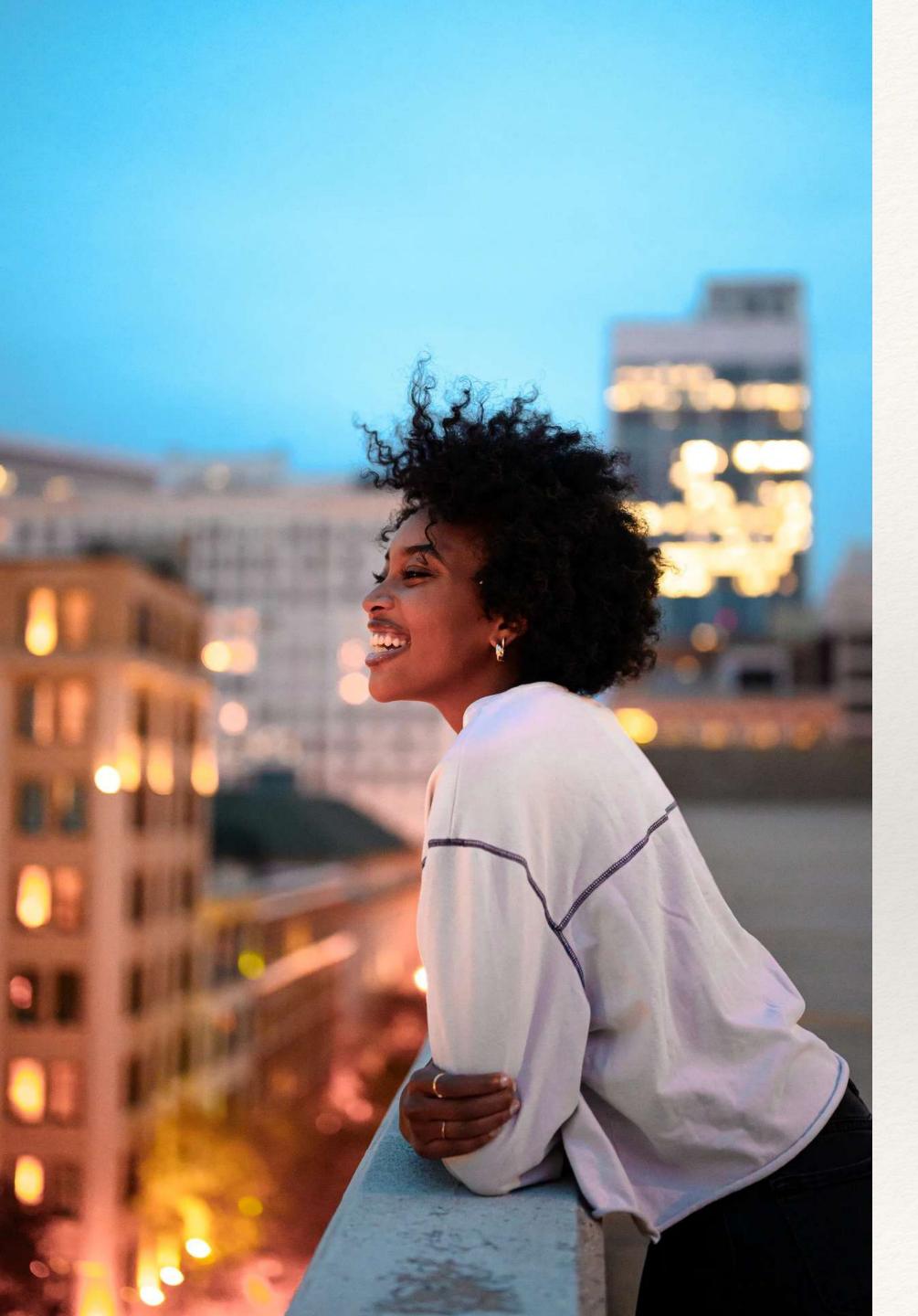
Dispositivi:

Trovare una borsa che l'accompagni nelle sue avventure.

Smartphone, Tablet

# Frustrazioni:

- Poca scelta di borse sostenibili nei negozi
- Prezzi poco accessibili



Nome:	Età:	Status:	Città:	
Aisha	30	Sposata	Firenze	

BIO:

Social:

Aisha è una donna in carriera e lavora nel campo della moda. Adora socializzare, fare shopping e condividere sui social i suoi acquisti green.

Instagram, Youtube

Bisogni:

Dispositivi:

Trovare un brand che abbia una vasta scelta di accessori eco-sostenibili.

Smartphone, Tablet, PC

# Frustrazioni:

- Non riesce a trovare un sito che la soddisfi
- Acquistare online le sta diventando sempre più difficile in quanto non riesce a capire la qualità dei materiali e la validità del prodotto complessivamente.

# User Journey



#### Persona: Emma

**Scenario:** Navigando online, Emma trova il sito di Ecodream Design e scopre che il brand produce borse e zaini eco-sostenibili, dato quindi che a lei serve uno zaino per l'università che sia sostenibile e capiente, decide di visitare il sito.

## **Obiettivi:**

- Trovare uno zaino capiente
- Acquistare ad un prezzo accessibile

## Scoperta

# Attività

Navigando online trova il sito di Ecodream Design e decide di visitarlo.

# Navigazione

Inizia a navigare sul sito per capire com'è strutturato, cosa offre e leggere la storia del brand. Clicca quindi sulla sezione "about"

Si trova a dover leggere dei testi molto lunghi, decide quindi di passare direttamente alla sezione "modelli" per capire cosa offre il brand.

### Scelta

Decide di cliccare direttamente sulla sezione "zaini" dato che è proprio quello che sta cercando e viene indirizzata su una pagina dove sono presenti due categorie di zaini.

Le clicca entrambe per capire quale fa al caso suo e sceglie lo zaino **UB**, clicca nella sezione "**shop online**" per scegliere il colore che più le piace.

Aggiunge il prodotto al carrello.

#### **Check Out**

Nota con piacere che non è obbligatorio iscriversi al sito per effettuare l'ordine, mette i suoi dati e procede con l'ordine completando così l'acquisto.

# Pensieri

**Emozioni** 

"che bello ho trovato un nuovo sito di moda eco-sostenibile, speriamo di trovare ciò che cerco!" "Non mi va di leggere tutto quanto.. è troppo lungo, peccato perchè avrei voluto saperne di più, cerco direttamente qualcosa"

"Questi sono carini, sembrano anche molto capienti, penso che facciano al caso mio!" "Ottimo, ci sono più opzioni di pagamento e non devo per forza registrarmi, così faccio più in fretta!"

#### Entusiasta

#### Soddisfatta





Incuriosita

Scoraggiata

Homepage del sito

Ricerca e risultati di google/

Homepage/ Pagina About/Pagina Modelli

Pagina prodotto/Categoria prodotto/ Pagina "shop online"/ Carrello

Carrello/Pagina Check out

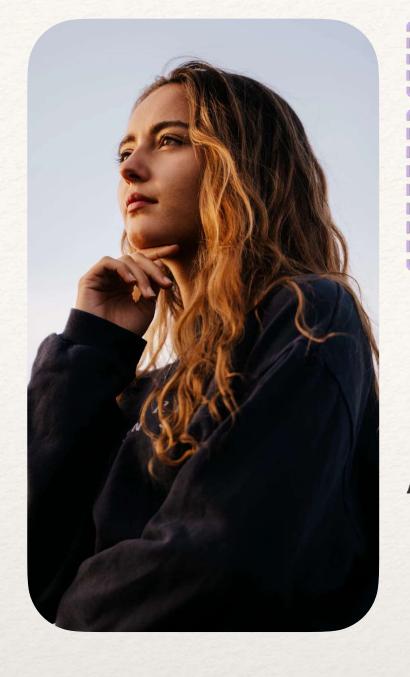
**Punti deboli** 

**Touchpoint** 

Blocchi di testo troppo lughi

Suddividere meglio i testi e arricchire il tutto con una grafica più coinvolgente.

# Opportunità



Persona: Sara

Scenario: Sara sta cercando una borsa eco-friendly che l'accompagni nelle sue avventure quotidiane e che rispecchi i suoi valori. La sua amica Laura le consiglia il sito di Ecodream Design.

#### **Obiettivi:**

- Trovare una borsa eco-friendly
- Trovare le informazioni necessarie per i suoi acquisti in modo semplice e veloce

#### Scoperta

# **Attività**

La sua amica le ha consigliato il sito di Ecodream Design dal quale ha acquistato una borsa.

Sara cerca il sito e clicca sul primo risultato.

## Navigazione

Si trova sulla homepage del sito e inizia la sua esplorazione.

Decide di cliccare sulla sezione "shop" e trova molti modelli di borse e zaini, alcuni attirano la sua attenzione e vorrebbe salvare nei preferiti quelli che le piacciono di più ma non trova il modo di farlo.

"Alcuni modelli sono interessanti, ma non

#### Scelta

Decide di "creare" una sua lista dei preferiti aggiungendo i prodotti al carrello per confrontarli e scegliere quello che le piace di più, togliendo man mano i prodotti che scarta.

Non essendo molto pratica del sito (usandolo per la prima volta) non riesce a capire come accedere ogni volta al carrello ed è costretta ad aggiungere prodotti ed eliminarli poco dopo al fine di potervi accedere.

Prima di completare l'acquisto vorrebbe parlare con l'assistenza per dei chiarimenti.

"Non è stato proprio semplicissimo però ci sono riuscita, mi piacerebbe parlare con l'assistenza per dei chiarimenti"

#### **Check Out**

Non riesce a mettersi in contatto con l'assistenza al fine di ricevere dei chiarimenti.

Decide quindi di rinunciare all'acquisto.

Pensieri

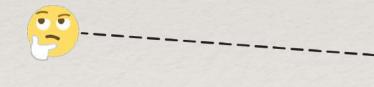
"Laura ha già acquistato da quì, non trovo molto nei negozi, chissà se questo sito fa al caso mio..."

riesco a salvarli tra i preferiti, possibile?"

"I prodotti mi piacciono, ma ho bisogno di parlare con qualcuno, ho delle domande e non riesco a contattare l'assistenza.. meglio lasciar stare "

#### Dubbiosa

# **Emozioni**



Confusa

Frustrata





**Touchpoint** 

Ricerca e risultati di google

Homepage/Pagina Shop

Carrello

Punti deboli

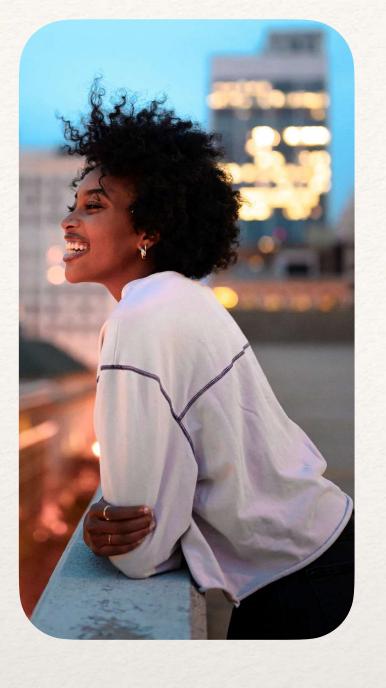
Il sito non è ben organizzato e risulta dispersivo. Non è possibile aggiungere i prodotti ad una lista dei preferiti.

Non c'è un modo per mettersi in diretto contatto con l'assistenza / L'utente non sempre sa dove si trova

Opportunità

Migliorare l'organizzazione del sito / Aggiungere una "wishlist"

Aggiungere una live-chat, aggiungere l'icona del carrello ben visibile nell'header, aggiungere i breadcrumbs



Persona: Aisha

Scenario: Aisha ama fare shopping e trovare nuovi brand il linea con i suoi ideali, adora condividere i suoi acquisti green con i suoi amici online e ha deciso di prendersi del tempo per mettersi alla ricerca di nuovi accessori eco-friendly.

## **Obiettivi:**

- Trovare un sito che la soddisfi
- Trovare nuovi accessori eco-friendly e capire la validità dei prodotti

# Scoperta

#### Navigazione

#### **Check Out**

**Attività** 

Legge un articolo su un sito di moda e cliccandoci viene portata sulla pagina del brand.

Nella homepage del sito non sa bene su quale sezione cliccare, è confusa ma sceglie di cliccare la sezione "modelli" scegliendo l'opzione "borse".

Viene diretta sulla pagina dei prodotti divisi in categorie e clicca su "EMESS" dove trova una descrizione dettagliata del prodotto.

Prima di procedere con l'acquisto vorrebbe leggere le recensioni di altri clienti.

Decide di aggiungere un secondo prodotto, al check out clicca quindi su "continua con gli acquisti".

Scelta

convinto Aisha ad acquistare.

aggiungere il prodotto al carrello.

La descrizione dettagliata del prodotto ha comunque

Inizialmente non riesce a capire come aggiungere il

prodotto al carrello, si accorge poco dopo che

pagina viene rediretta alla sezione scelta e può

cliccando sulla sezione "shop online" infondo alla

"Bene! Sono riuscita a mettere il prodotto nel carrello, ora ne

Non riesce a trovare l'icona del carrello per procedere con il pagamento.

Sfoglia le sezioni e la trova nella sezione "shop". La cosa l'ha confusa ma decide lo stesso di procedere e acquistare.

Pensieri

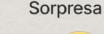
"Non conoscevo questo brand, che bella novità!"

"Penso di aver trovato la borsa che fa per me, mi piacerebbe però leggere delle recensioni di chi ha già acquistato"

scelgo un secondo!"

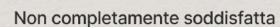
"Pensavo che il sito non avesse salvato il mio acquisto quando ho cercato un secondo prodotto. Va beh, l'importante è che alla fine ci sono riuscita..."

**Entusiasta** 



**Emozioni** 







**Touchpoint** 

Articolo con link al sito del brand

Homepage/ Pagina Modelli/Categoria prodotto

Pagina "shop online"/Check out

Pagina "shop"/Carrello/Check out

Punti deboli

Confusione tra le varie sezioni, non è possibile leggere recensioni di altri clienti.

Troppo scrolling tra le varie sezioni

Opportunità

Aggiungere una sezione dove è possibile leggere/condividere recensioni. Riorganizzare le varie sezioni per rendere il sito più fluido. Riunire alcuni sezioni al fine di ridurre lo scrolling superfluo

# Opportunità di miglioramento

# Pain Points

- Blocchi di testo troppo lunghi e non ben suddivisi
- \* Assenza di una barra di ricerca
- \* Confusione tra le varie sezioni
- \* Mancanza di una wishlist
- Eccessivo scrolling tra una sezione e un'altra
- Sito troppo dispersivo
- \* Mancanza di una sezione per poter leggere/condividere recensioni
- \* Mancanza di un modo per mettersi in contatto diretto con l'assistenza
- \* L'utente non sempre sa dove si trova nel sito
- \* Difficoltà a trovare/accedere al carrello

# Opportunità

- \* Migliorare la leggibilità dei testi usando una grafica più accattivante e riducendo la lunghezza dei paragrafi
- Inserire una search bar
- \* Riunire e riorganizzare le varie sezioni
- \* Inserire una wishlist
- \* Ridurre lo scrolling superfluo riorganizzando le sezioni
- \* Migliorare l'organizzazione del sito
- \* Aggiungere una sezione per poter leggere/condividere le recensioni
- \* Aggiungere una live-chat per avere un contatto immediato con l'assistenza
- \* Aggiungere i breadcrumbs
- Aggiungere l'icona del carrello nell'header

# Nuove User Journey



#### Persona: Emma

**Scenario:** Navigando online, Emma trova il sito di Ecodream Design e scopre che il brand produce borse e zaini eco-sostenibili, dato quindi che a lei serve uno zaino per l'università che sia sostenibile e capiente, decide di visitare il sito.

## Obiettivi:

- Trovare uno zaino capiente
- Acquistare ad un prezzo accessibile

#### Scoperta

## Navigazione

### **Check Out**

Attività

Navigando online trova il sito di Ecodream Design e decide di visitarlo

Inizia la sua navigazione sul sito e prima di sfogliare i vari prodotti decide di informarsi sul brand, si reca quindi nella sezione "about".

Rimane piacevolmente sorpresa dalla scorrevolezza dei testi e dalla facilità di lettura.

Decide quindi di passare alla sezione "shop" per trovare lo zaino che le piace.

Decide di cliccare sulla sezione "zaini" e viene indirizzata su una pagina dove sono presenti due categorie di zaini con relative descrizioni.

Scelta

Clicca su quella che pensa fare di più al caso suo e aggiunge direttamente il prodotto scelto nel carrello.

Sceglie l'opzione di pagamento che preferisce e conclude l'acquisto.

Pensieri

"Che bello ho trovato un nuovo sito di moda eco-sostenibile, speriamo di trovare ciò che cerco!" "Sono decisamente sul sito giusto, adoro i principi di questo brand!" "Scegliere uno zaino non è mai stato così semplice, sono felicissima!"

"Sono molto felice di aver acquistato da questo brand!"

Incuriosita



Entusiasta

Soddisfatta

Emozioni



\_\_\_\_\_

**Touchpoint** 

Ricerca e risultati di google/ Homepage del sito

Homepage/ Pagina about/Pagina shop

Pagina prodotto/Categoria prodotto/Carrello

Carrello/Check out

Pain Points risolti

Riorganizzazione dei paragrafi troppo lunghi, grafica più accattivante Riunire alcune delle sezioni al fine di evitare troppo scrolling



Persona: Sara

**Scenario:** Sara sta cercando una borsa eco-friendly che l'accompagni nelle sue avventure quotidiane e che rispecchi i suoi valori. La sua amica Laura le consiglia il sito di Ecodream Design.

## Obiettivi:

- Trovare una borsa eco-friendly
- Trovare le informazioni necessarie per i suoi acquisti in modo semplice e veloce

### Scoperta

# La sua amica le ha consigliato il sito di Ecodream Design dal quale ha acquistato una borsa.

Sara cerca il sito e clicca sul primo risultato.

# Navigazione

Si trova sulla **homepage** del sito e inizia la sua esplorazione.

Decide di cliccare sulla sezione "shop" e trova molti modelli di borse e zaini, alcuni attirano la sua attenzione e decide quindi di salvarne alcuni tra i preferiti.

## Scelta

Una volta aggiunti i prodotti nella sua **wishlist**, Sara decide di rimuovere quelli che la convincono di meno fin quando ne resta solo uno, il suo preferito.

Prima di procedere con l'acquisto vuole contattare l'assistenza per chiarire alcuni dubbi.

Clicca quindi sul tasto della **live-chat** dove un assistente è pronto a rispondere ad ogni suo quesito.

## **Check Out**

Nel carrello sceglie la modalità di pagamento e completa l'ordine.

# Pensieri

**Attività** 

"Laura ha già acquistato da quì, non trovo molto nei negozi, chissà se questo sito fa al caso mio..."

"Wow c'è più di un modello che mi piace, me li salvo così posso tornarci su e confrontarli!"

"L'assistenza ha saputo risolvere tutti i miei dubbi, sono pronta a terminare il mio acquisto!" "Niente di più semplice, non vedo l'ora di ricevere la mia borsa!"

# Emozioni

Dubbiosa

### **Fiduciosa**



Entusiasta



Sollevata

# **Touchpoint**

Ricerca e risultati di google

Homepage/ Pagina shop/Pagina prodotto

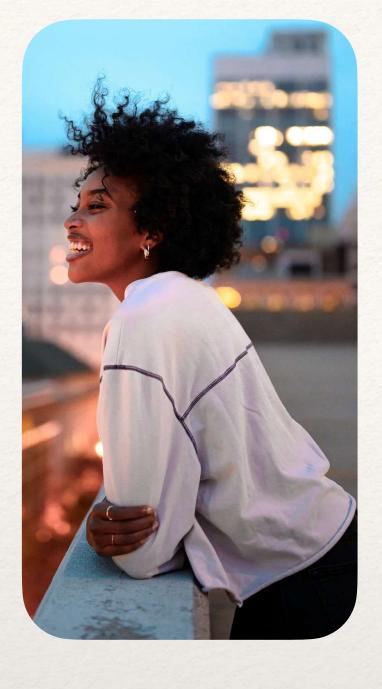
Wishlist/Live-chat

Carrello/Check out

Pain Points risolti

Aggiunta di una wishlist

Aggiunta di una live-chat per assistenza immediata



Persona: Aisha

Scenario: Aisha ama fare shopping e trovare nuovi brand in linea con i suoi ideali, adora condividere i suoi acquisti green con i suoi amici online e ha deciso di prendersi del tempo per mettersi alla ricerca di nuovi accessori eco-friendly.

## **Obiettivi:**

- · Trovare un sito che la soddisfi
- Trovare nuovi accessori eco-friendly e capire la validità dei prodotti

Scoperta

Navigazione

Scelta

**Check Out** 

**Attività** 

Legge un articolo su un sito di moda e cliccandoci viene portata sulla pagina del brand,

Sulla homepage clicca nella sezione "shop" e trova un modello di borsa che le piace moltissimo "EMESS", con rispettiva descrizione dettagliata del prodotto, foto, caratteristiche, descrizione dei materiali e relative misure.

Aisha è entusiasta ma prima decide di leggere le recensioni di clienti che hanno già acquistato.

La descrizione del prodotto e le recensioni positive hanno convinto Aisha ad acquistare. Aggiunge quindi il prodotto al carrello e decide di cercare e aggiungerne un secondo.

Al check out clicca quindi "continua con gli acquisti"

Una volta scelto il secondo prodotto, clicca sull'immagine del carrello nell'header e viene indirizzata al check out.

Compila i campi richiesti e conclude l'acquisto.

Pensieri

"Non conoscevo questo brand, che bella novità!"

"Le recensioni sono tutte positive! Penso proprio di aver trovato la borsa che mi mancava!"

"Ora che ho aggiunto il mio primo prodotto nel carrello, sono pronta per cercarne un secondo!"

"Pagherò con paypal, così faccio prima e mi sento più sicura"

Entusiasta

Soddisfatta



Sorpresa

Felice

**Touchpoint** 

**Emozioni** 

Articolo con link al sito del brand

Homepage/ Pagina shop/Sezione recensioni

Wishlist/Live-chat

Carrello/Check out

**Pain Points** risolti

Aggiunta di una sezione dove poter condividere/leggere recensioni

Aggiunta dell'icona carrello nell'header

# Nuova Sitemap

