



start2impact
UNIVERSITY

A start2impact project

Presentation 2024

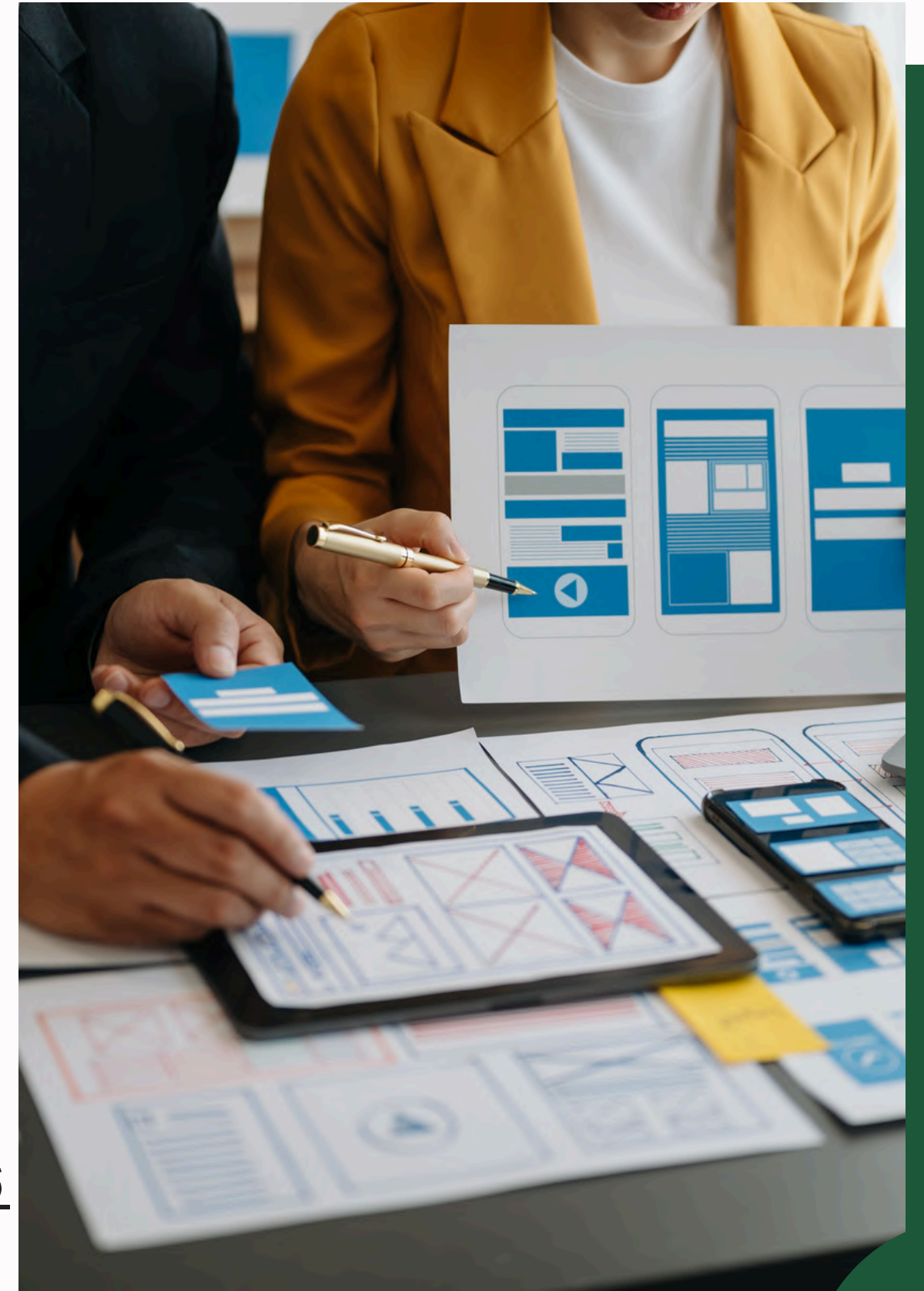
PROGETTO WIREFRAMING

Parte 2



Content

01	<u>Riepilogo prima parte</u>	<u>3</u>
02	<u>Font</u>	<u>4</u>
03	<u>Griglia</u>	<u>6</u>
04	<u>Wireframe</u>	<u>8</u>
05	<u>Wireflow</u>	<u>16</u>
06	<u>Sitemap</u>	<u>26</u>



Riepilogo prima parte

01

Ho realizzato wireframe ad alta fedeltà, desktop e mobile, del sito ID-Eight.com e redatto un rationale che analizza l'organizzazione del sito e le scelte progettuali, approfondendo aspetti come struttura, navigabilità, estetica ed esperienza utente.

02

Ho realizzato cinque wireframe distinti per le seguenti pagine: Homepage, Chi siamo, Shop, Accedi e Pagina prodotto. Prima di procedere, ho elaborato sia una nuova proposta di font sia una griglia personalizzata, razionalizzando entrambe le scelte per garantire coerenza e funzionalità nell'organizzazione del sito.

03

Dopo i wireframe, ho trascritto le opportunità emerse dal low fidelity wireframing, esplorando nuove soluzioni e miglioramenti non evidenti nel customer journey, per ottimizzare l'esperienza utente.

04

Ho realizzato un Wireflow dettagliato che mappa le azioni di un utente medio durante la ricerca di un prodotto sul sito di Ecodream, offrendo una panoramica chiara dell'esperienza utente per evidenziare punti di forza e aree di miglioramento.

DIMENSIONI FONT WIREFRAME

Per la progettazione dei wireframe mobile ho modificato considerevolmente la dimensione dei vari elementi della scala tipografica (Header 1, Header 2...) per adattarli al significativo cambiamento di formato.

Scala tipografica

HEADER 1 (25 px)

A B C D abcde
E F G H I fghijk
J K L M lmnop
N O P Q qrstuv
R S T U wxyzo
V W X Y 123456
Z 0 1 2 3 789
4 5 6 7 8
9

HEADER 2 (21 px)

A B C abcdef
D E F ghijkl
G H I mnopq
J K L rstuvw
M N O xzy012
P Q R 345678
S T U 9
V W X
Y Z o
1 2 3 4
5 6 7 8
9

HEADER 3 (18 px)

A B C abcdefg
D E F hijklmn
G H I J opqrstu
K L M vwxyzo1
N O P 23456789
Q R S
T U V
W X Y
Z o 1 2
3 4 5 6
7 8 9

BODYTEXT (16 px)

A B C D abcdefghi
E F G H jklmnopq
I J K L rstuvwxyz
M N O P 0123456
Q R S T 789
U V W X
Y Z 0 1
2 3 4 5
6 7 8 9

SMALLTEXT (14 px)

A B C D E abcdefghij
F G H I J klmnopqrst
K L M N uvwxyz012
O P Q R 3456789
S T U V
W X Y Z
0 1 2 3 4
5 6 7 8 9

GRIGLIA

Per la progettazione dei wireframe mobile, nella prima parte ho creato una responsive grid. Successivamente, ho dovuto riadattarla mantenendo coerenza con la grid desktop.

Griglia

SPECIFICHE:

Columns:

Count: 4

Color: FF0000 | 10%

Type: Stretch

Width: Auto

Margin: 16

Gutter: 16

Rows:

Count: 1000

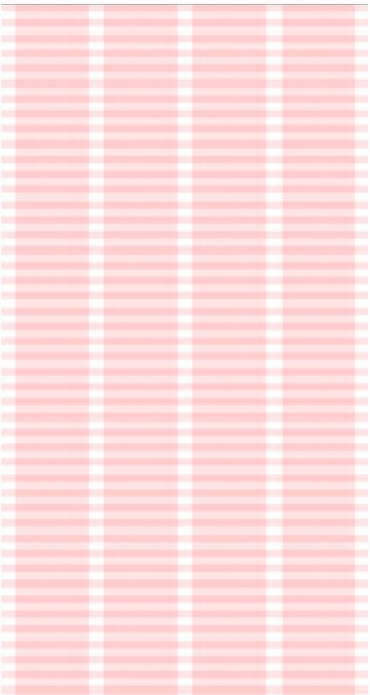
Color: FF0000 | 10%

Type: Top

Width: 8

Margin: 0

Gutter: 8



WIREFRAME MOBILE

Ho realizzato cinque wireframe per la versione mobile, corrispondenti alle stesse sezioni della versione desktop, adattandoli per garantire coerenza e uniformità nell'esperienza utente. Inoltre, ho esplorato soluzioni specifiche per ottimizzare l'usabilità e migliorare l'esperienza di navigazione sui dispositivi mobili.

<https://www.figma.com/design/gPF076N1lszC4NNncylGMn/Wirframe-mobile-Ecodream?node-id=0-1&t=eTKkmyTSZhjcH4F0-1>

Headerbar Changes

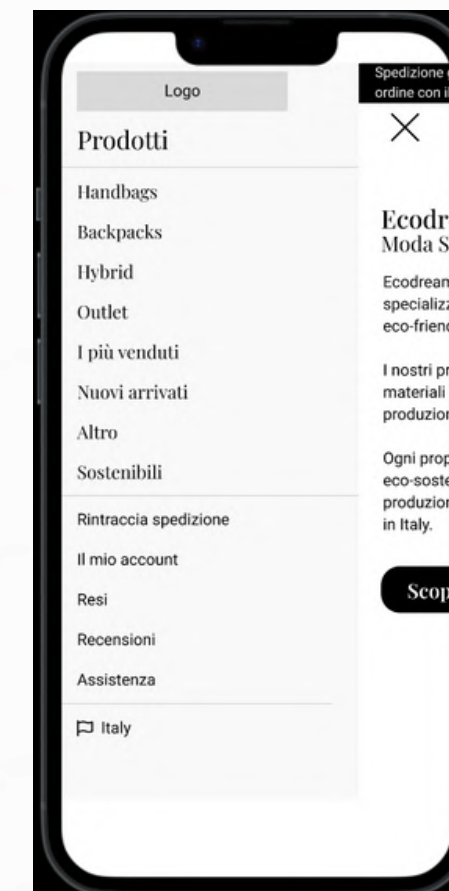
La **Header bar** è stata ripensata per offrire una navigazione **semplice e intuitiva**, con un **hamburger menu** laterale che garantisce un layout **pulito** e accessibile con un solo tocco.

Il **logo centrale** dona equilibrio al design, valorizzando l'identità del brand.

L'apertura di una sezione attiva un **secondo menù laterale**, che semplifica l'interazione grazie a opzioni aggiuntive.

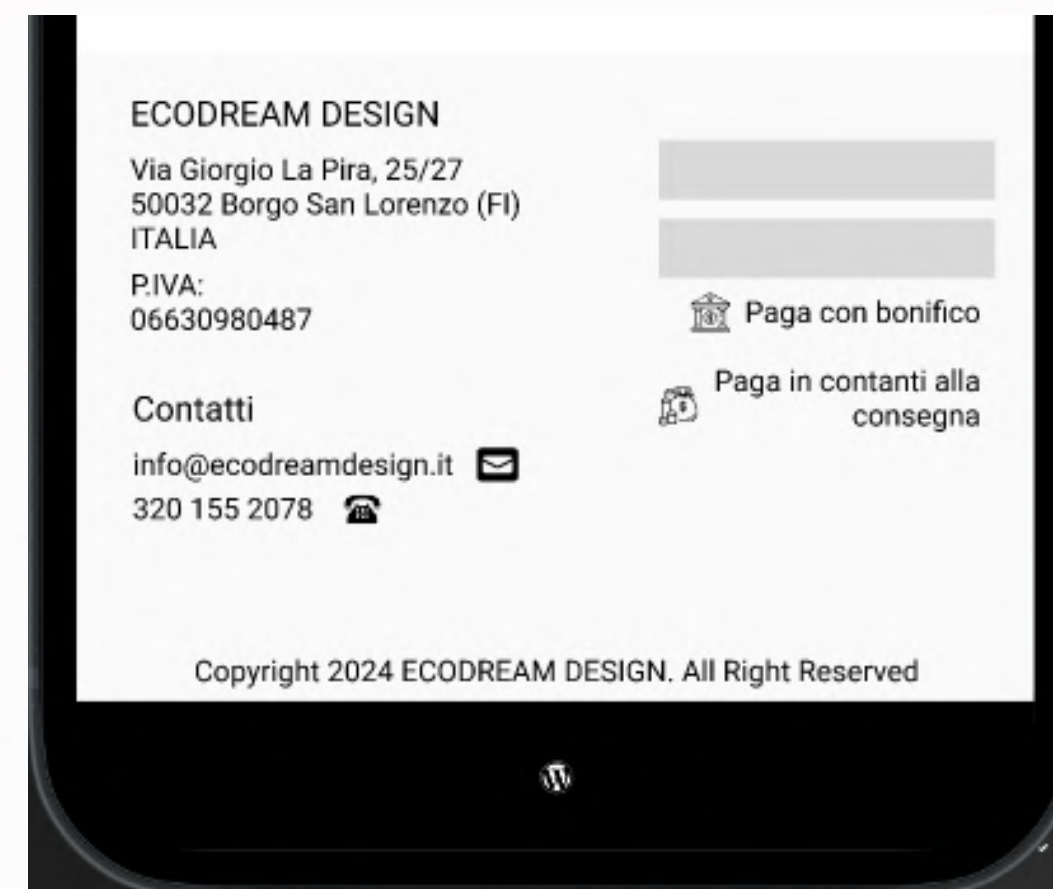
Ho **riadattato** il banner pubblicitario rendendo maggiormente leggibile la dimensione del **messaggio promozionale**.

Inoltre, la leggibilità è stata resa **maggiormente accessibile** grazie a una dimensione dei testi generali di **16** e **CTA di 20 pixel** e da un calcolo di un'**interlinea più leggibile**.



Footer Changes

Il **footer** è stato aggiornato con un semplice **riadattamento del formato**, che ha comportato una modifica nella disposizione del testo, rendendolo **più organizzato e funzionale**.

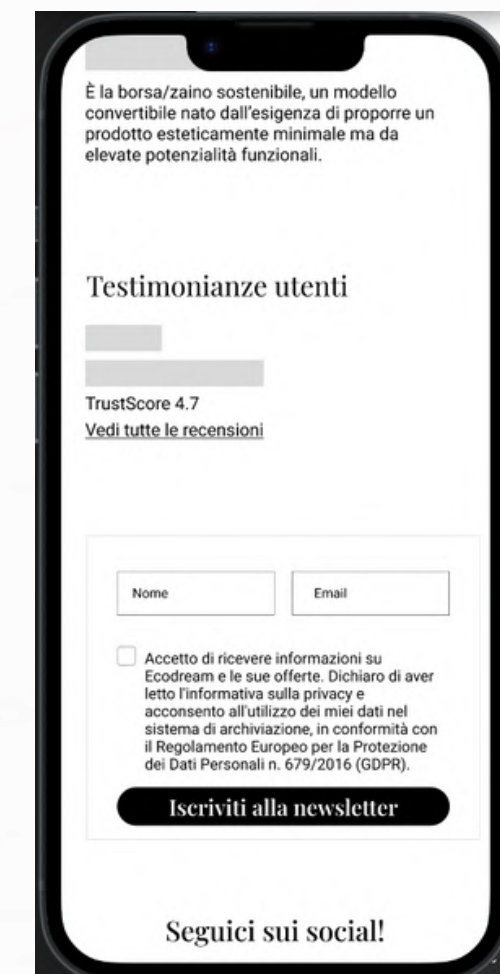


Homepage Changes

La pagina è stata **riorganizzata** per garantire un **layout più ordinato** e con maggiore spazio disponibile. L'**immagine** accostata alla **presentazione aziendale** è stata rimossa, migliorando la **pulizia visiva** e ottimizzando la **navigazione**.

Le **frecce del carosello** sono state sostituite da un indicatore che indica il progresso dello spostamento, rendendo l'interazione più **semplice e scorrevole**. I **modelli** sono stati riorientati e spostati, mentre le testimonianze sono state sostituite con un **Trustscore** e una **CTA strategica**, aumentando la fiducia e incentivando l'azione dell'utente.

A causa del **riadattamento**, i **modelli** sono stati organizzati con **due affiancati** su una riga e uno posizionato a capo.



Chi siamo Changes

La sezione è stata ottimizzata con una **diminuzione generale del testo**, rendendo la pagina più **leggera** e migliorando **l'esperienza utente**. La lettura è ora più **scorrevole**, garantendo una migliore **UX** e una navigazione più **fluida**.

Il design è stato reso più **scorrevole** per l'utente, con un approccio **dinamico** che integra testo e immagini in modo armonioso.

La sezione “**Riconoscimenti**” è stata adattata per mantenere la stessa qualità visiva e funzionale sia su dispositivi mobili che su desktop, garantendo **l'uniformità** e **l'accessibilità** su entrambi i formati.

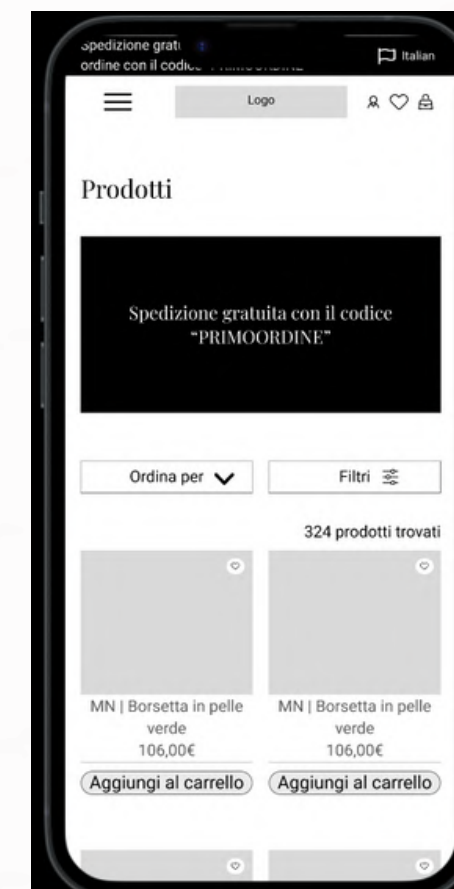
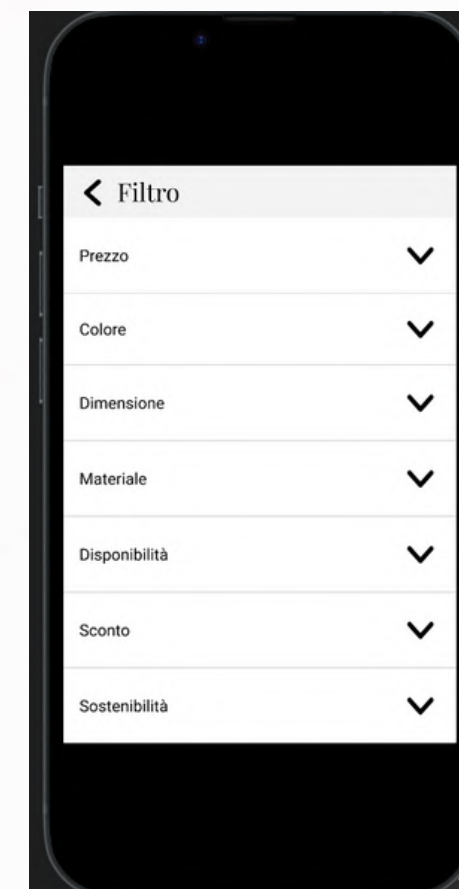


Prodotti Changes

Il layout è stato ottimizzato passando da **tre cards prodotto a due**, migliorando l'**adattabilità** tra PC e mobile e garantendo una **UX più lineare**.

L'apertura dei filtri attiva un **menù laterale destro**, rendendo la navigazione più immediata e organizzata. Inoltre, le **frecce a sinistra e destra** sono state sostituite con i pulsanti "**Precedente**" e "**Successivo**", migliorando la chiarezza e la comprensione delle azioni disponibili.

Infine, per adattare al meglio la dimensione del testo, è stato necessario **rimuovere l'icona** del carrello dalla CTA "aggiungi al carrello".



Login Changes

La nuova **login page**, accessibile tramite un **menù laterale sinistro**, è stata progettata per offrire una transizione fluida tra la versione **PC** e quella **mobile**, garantendo una user experience ottimale su ogni dispositivo.

Grazie a un'attenta **ottimizzazione dello spazio**, il layout risulta più ordinato e funzionale, valorizzando la **memorabilità del marchio** attraverso l'inserimento del **logo** in una posizione strategica.

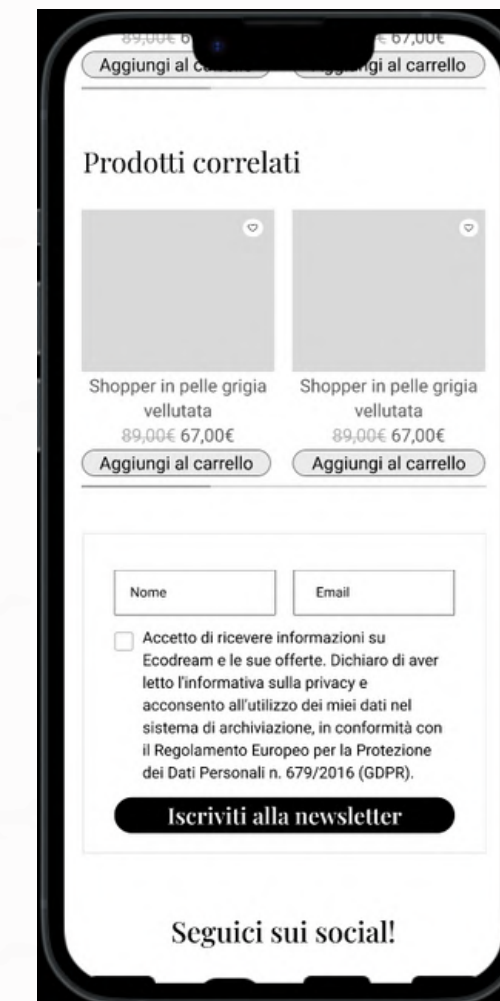
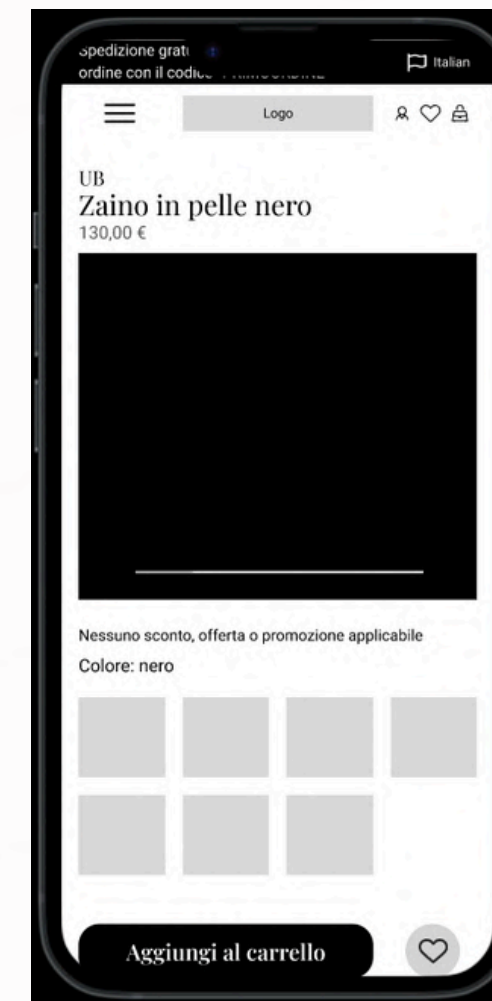
Rispetto alla versione desktop, la pagina mobile include **due nuove opzioni a spunta**, pensate per migliorare la personalizzazione e l'interazione dell'utente, rafforzando così **l'efficacia complessiva del design**.



Product Page Changes

La **product page** è stata completamente riorganizzata con una nuova **gerarchia generale** per garantire un'esperienza di navigazione più chiara ed efficiente. È stato effettuato un attento **adattamento al formato** mobile, migliorando l'**accessibilità** e assicurando che il sito sia facilmente fruibile su tutti i dispositivi.

Come nella **homepage**, ho introdotto una **barra di progresso** nei caroselli, che consente agli utenti di esplorare i prodotti in modo più dinamico e coinvolgente. Inoltre, la **CTA social** è stata **centrata**, semplificando la condivisione dei contenuti e l'interazione con il brand.



WIREFLOW MOBILE

Ho adattato un wireflow precedentemente progettato per la versione desktop, ottimizzandolo per l'utilizzo su dispositivi mobili. Durante questa trasformazione, ho identificato e aggiornato alcune funzionalità per garantire una migliore esperienza utente su mobile.

<https://www.figma.com/design/gPF076N1lszC4NNncylGMn/Wirframe-mobile-Ecodream?node-id=0-1&t=eTKkmyTSZhjcH4F0-1>

1

ACCESSO HOMEPAGE

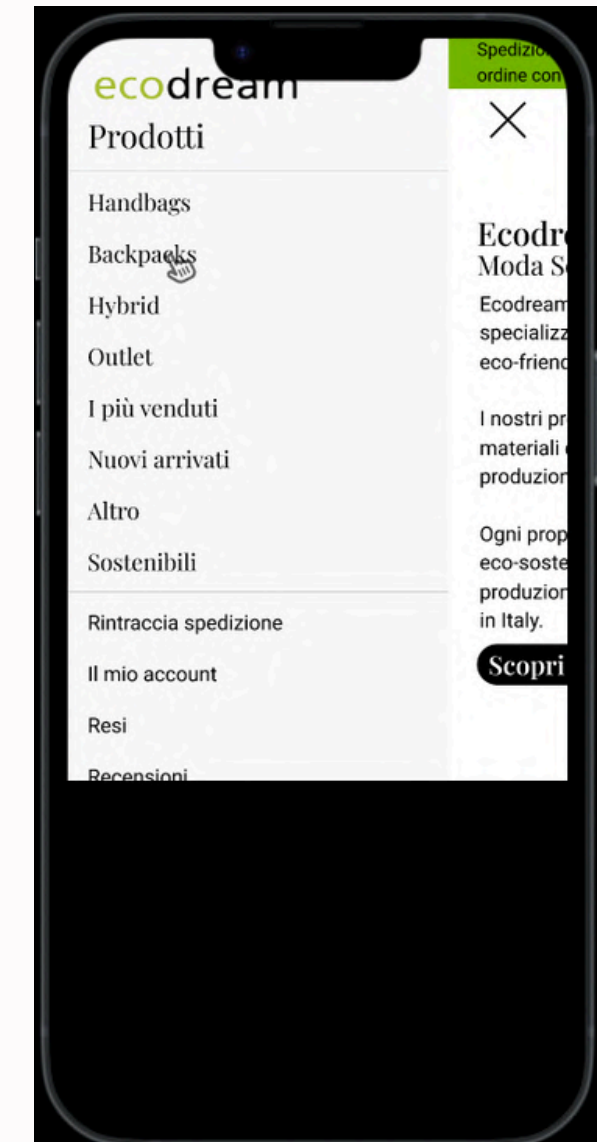
Step 1: L'utente apre il sito e si ritrova sulla Home Page.



2

HAMBUERGER MENU

Step 2: L'utente apre l'hamburger menù e seleziona prodotti poi Backpacks.



3

FILTRO PREZZO

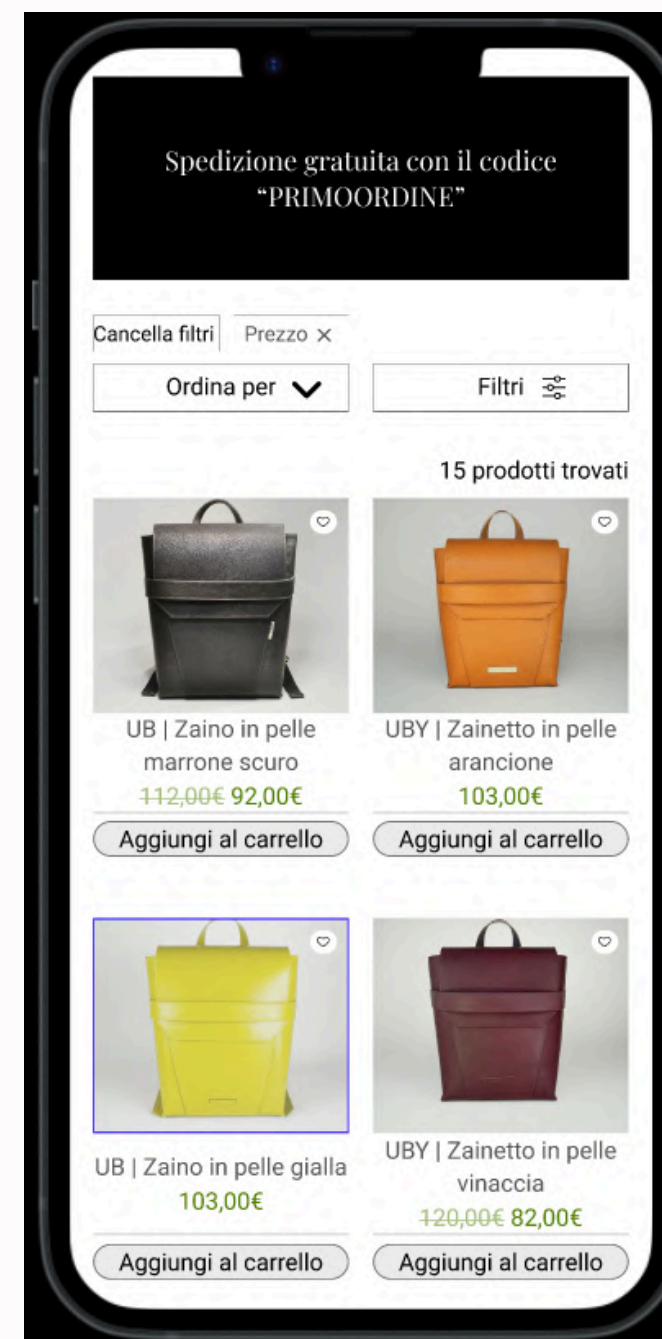
Step 3: L'utente apre i filtri e applica il filtraggio per prezzo.



4

VISUALIZZAZIONE PRODOTTI

Step 4: Seleziona il prodotto che desidera.



5

AGGIUNTA PRODOTTO AL CARRELLO

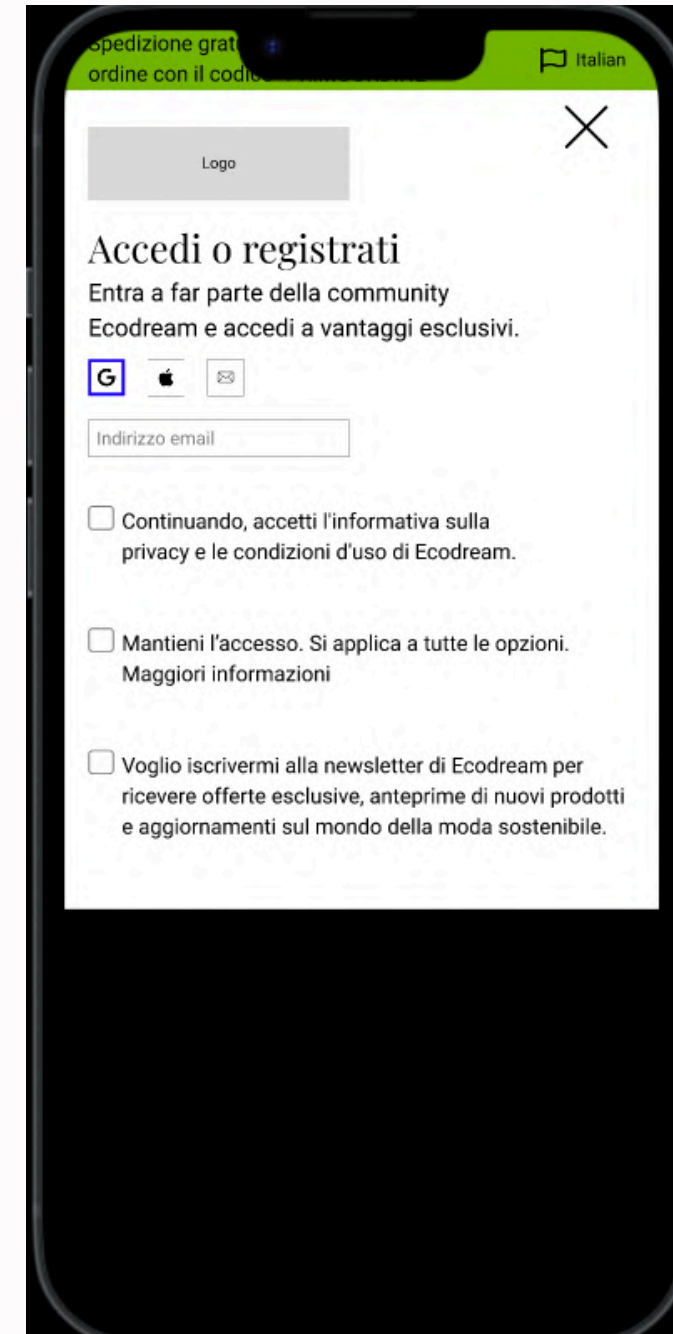
Step 5: L'utente prova ad aggiungere lo zaino al carrello, ma viene richiesto di effettuare l'accesso prima di procedere.



6

ACCESSO

Step 6: Accede con google.



7

CHECKOUT

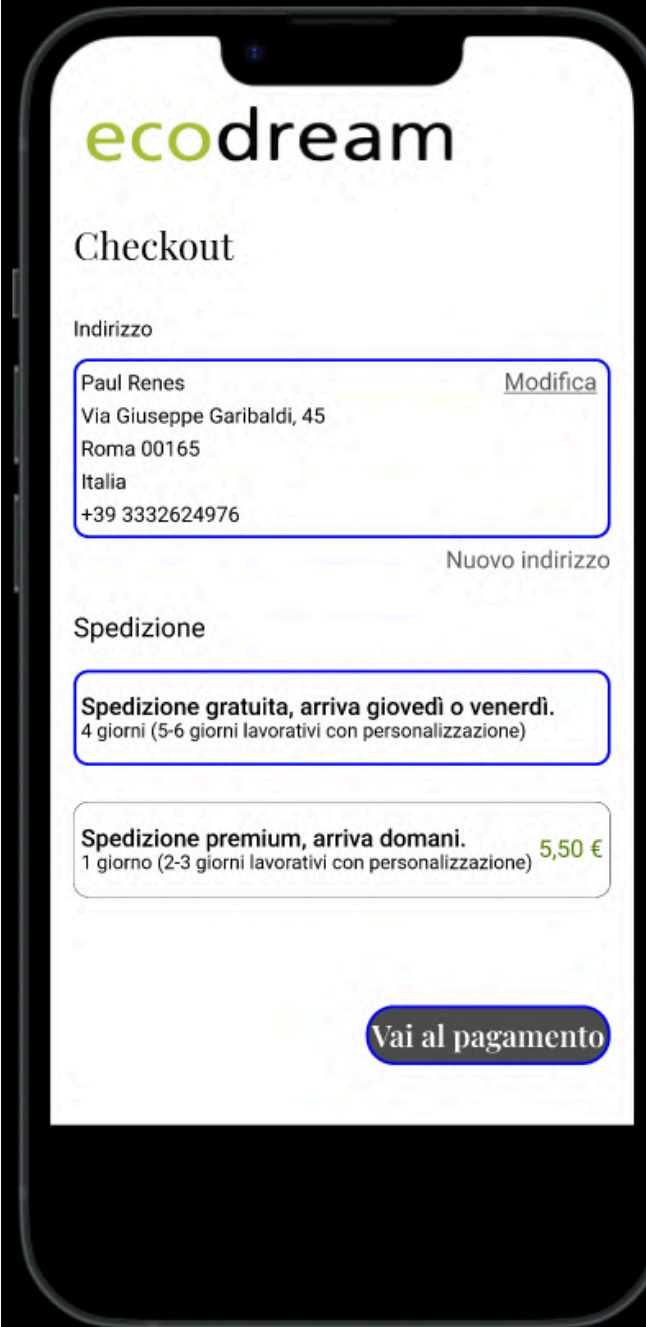
Step 7: Dopo essere acceduto il prodotto viene inserito all'interno del carrello e l'utente procede al checkout.



8

SPEDIZIONE

Step 8: Seleziona l'indirizzo di spedizione già presente sul suo account, la spedizione gratuita e va al pagamento.



The screenshot shows the 'ecodream' checkout page. At the top, the 'ecodream' logo is displayed. Below it, the title 'Checkout' is centered. The 'Indirizzo' section contains a text box with the address: 'Paul Renes', 'Via Giuseppe Garibaldi, 45', 'Roma 00165', 'Italia', and '+39 3332624976'. A 'Modifica' link is to the right of the text box. Below the address box is a 'Nuovo indirizzo' link. The 'Spedizione' section has two options: 'Spedizione gratuita, arriva giovedì o venerdì. 4 giorni (5-6 giorni lavorativi con personalizzazione)' and 'Spedizione premium, arriva domani. 1 giorno (2-3 giorni lavorativi con personalizzazione) 5,50 €'. At the bottom right, there is a 'Vai al pagamento' button.

9

PAGAMENTO

Step 9: Inserisce i dati della carta di credito e acquista lo zaino.

The screenshot shows the 'eco dream' mobile app interface for the payment step. At the top, the 'eco dream' logo is displayed. Below it, the title 'Pagamento' is shown. The first section is 'Paese regione di fatturazione', with 'Italia' selected and a 'Modifica' link. A note indicates that a checkbox can be used to insert a Gift Card or promotional code. The next section is 'Seleziona metodo di pagamento', featuring four radio button options: 'Carta di credito o debito' (selected), 'Paypal', 'G Pay', and 'Apple Pay'. Below this, the 'Metodi di pagamento salvati' section shows a saved 'VISA Visa (9451)' card with an 'Elimina' link. The card details include the number 'xxxx xxxx xxxx 9341', the expiration date '09/31', and the CVV '445'. A link 'Dove trovare il CVV?' is provided. At the bottom, there is an 'Aggiungi nuova carta' button and a large 'Acquista' button.

eco dream

Pagamento

Paese regione di fatturazione ?

Italia [Modifica](#)

Clicca sul riquadro per inserire una Gift Card o un codice promozionale.

☐

Seleziona metodo di pagamento

☒ Carta di credito o debito

☐ Paypal

☐ G Pay

☐ Apple Pay

Metodi di pagamento salvati

Visa (9451) [Elimina](#)

Numero di carta MM/AA

xxxx xxxx xxxx 9341 09/31 445

[Dove trovare il CVV?](#)

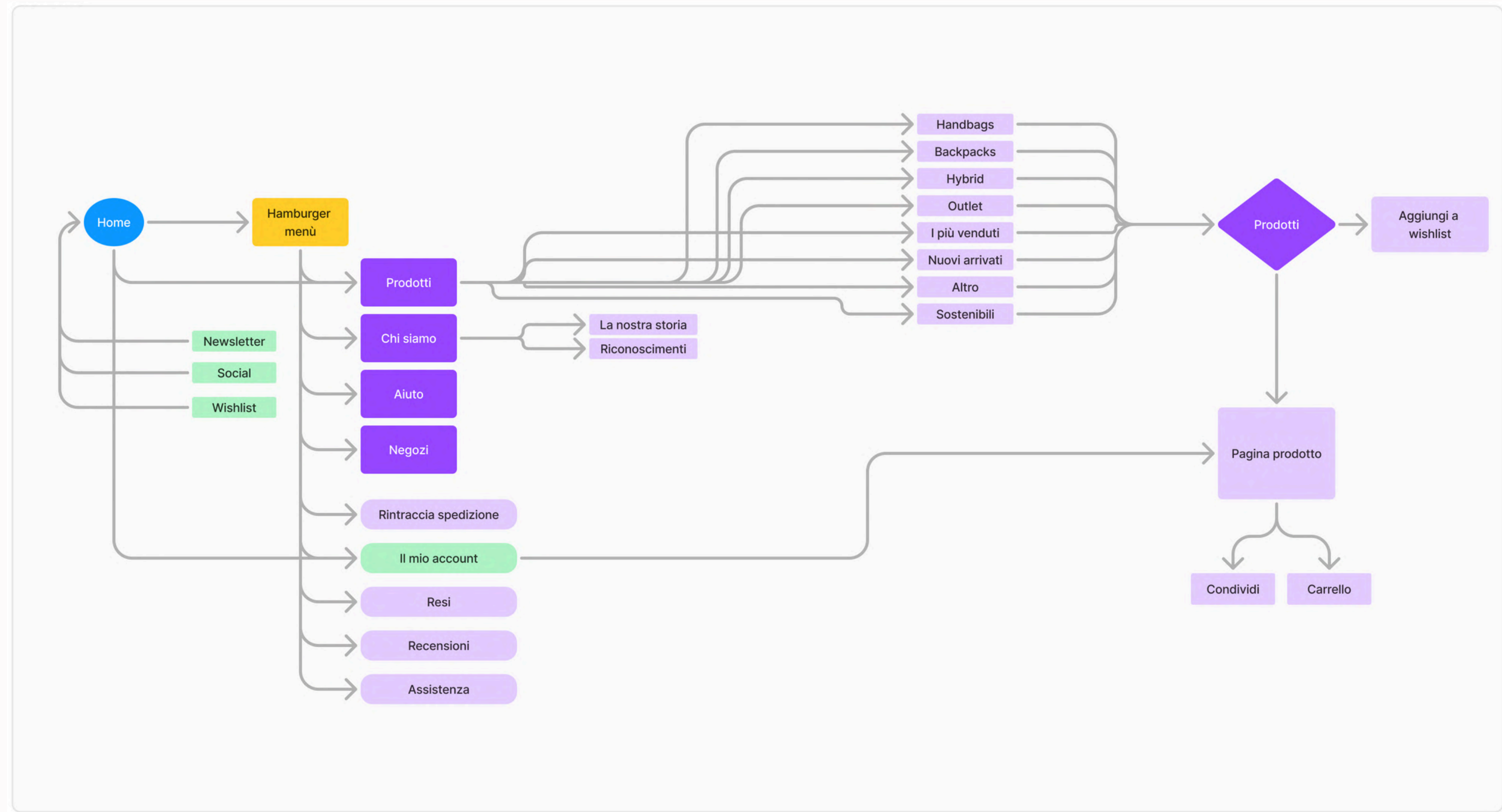
[Aggiungi nuova carta](#)

[Acquista](#)

SITEMAP

Ho redatto una mappa che illustra la struttura aggiornata del sito, che mostra le modifiche apportate e l'organizzazione delle varie sezioni.

<https://www.figma.com/design/gPF076N1lszC4NNncyIGMn/Wirframe-mobile-Ecodream?node-id=0-1&t=eTKkmyTSZhjcH4F0-1>



Riepilogo



Il progetto si è focalizzato sull'**adattamento** del **formato desktop** a quello **mobile**, con l'obiettivo di garantire un'**esperienza utente intuitiva** su dispositivi con spazi limitati. Il primo passo è stato adattare la **scala tipografica**, riducendo le dimensioni dei testi per mantenerne la **leggibilità e l'equilibrio visivo**, prestando attenzione alla coerenza tra i vari livelli di gerarchia.

Successivamente, ho **ridimensionato la griglia** per ottimizzare la disposizione degli elementi e sfruttare al meglio lo spazio disponibile, mantenendo una struttura chiara e funzionale.

Ho poi creato i **wireframe mobile**, adattando i contenuti e le logiche del formato desktop, che sono stati la base per progettare un'**esperienza utente coerente su mobile**.

Ho sviluppato anche un **wireflow**, analizzando i flussi di navigazione e le interazioni tra le schermate. Dove non era possibile replicare fedelmente il formato desktop, ho ideato soluzioni alternative per migliorare **l'usabilità**, allineando ogni decisione alle esigenze degli utenti e alle best practice di design responsive.

Infine, ho creato una **sitemap aggiornata** del sito per avere una visione chiara della nuova struttura.



start2impact
U N I V E R S I T Y

THANK YOU

28 novembre 2024

Andrea Alberici



320 154 2075



andreaalberici317@gmail.com