

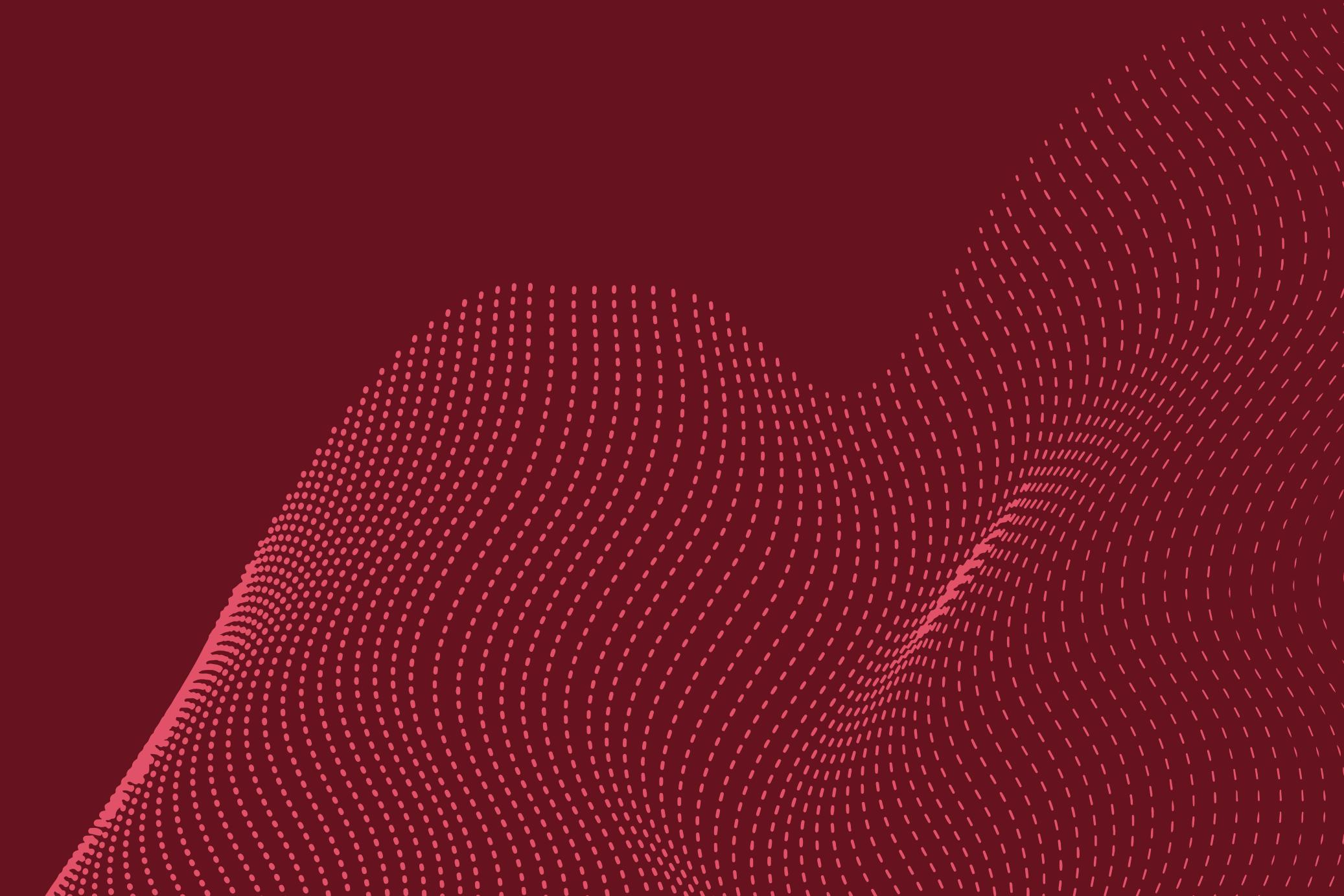
Progetto Discovery

Prima parte progetto

Andrea Alberici

DESIGN UX/UI

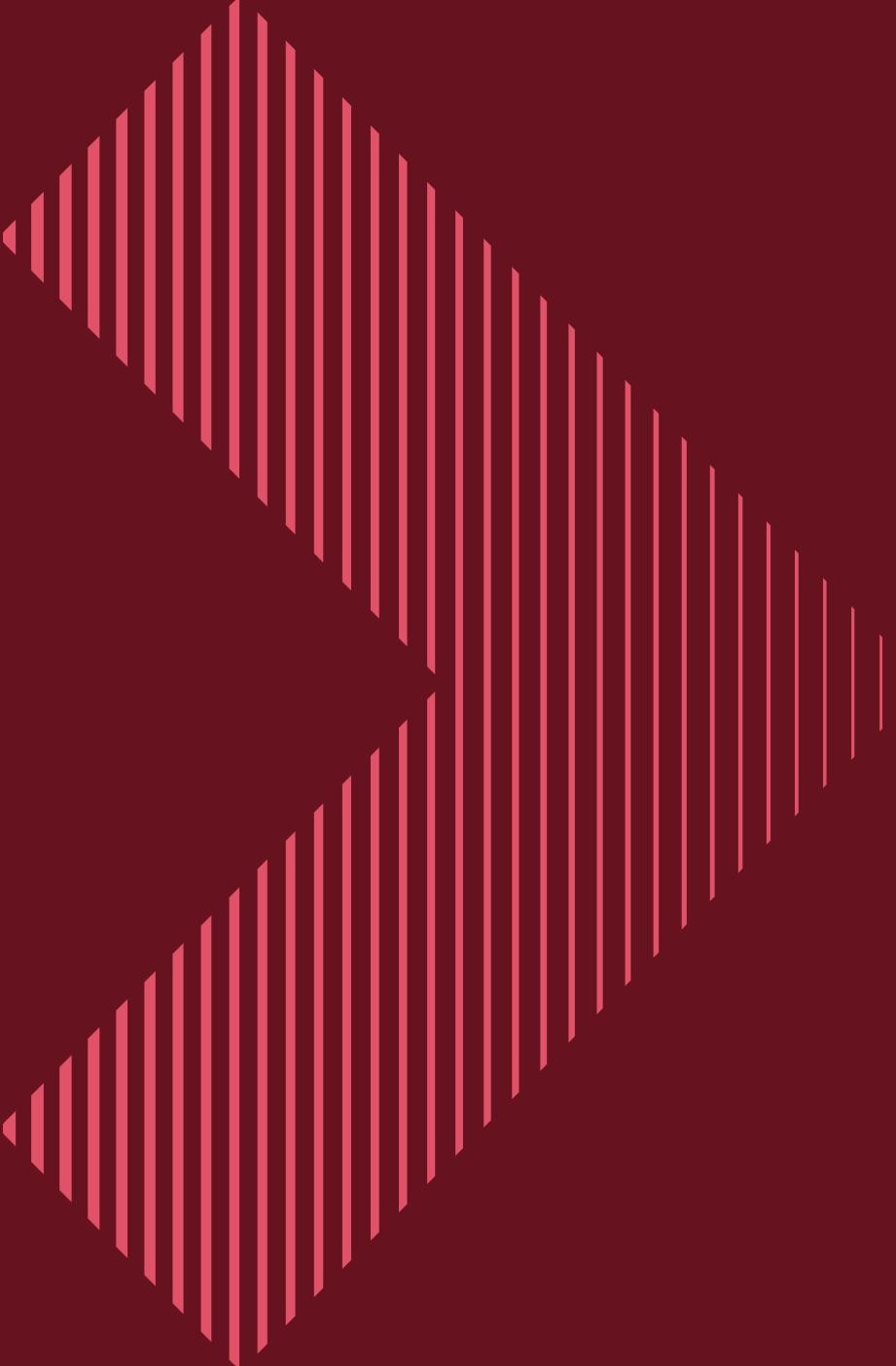
A project for Start2impact



Indice



• Introduzione	1
• Materiali utilizzati	2
• Analisi euristica	4
• Usabilità sito	9
• Sitemap	10
• Contenuto sito	11
• Analisi competitiva	13
• Tabella features competitors	14
• Target	17
• Obiettivi questionario	18
• Riepilogo	21



Introduzione

Ecodream è un **brand di moda sostenibile** specializzato in borse, zaini e accessori eco-friendly. I loro prodotti sono realizzati principalmente con materiali di recupero e/o riciclati, come scarti di produzione e rimanenze di magazzino.

Il marchio promuove un'industria della moda rispettosa delle persone e dell'ambiente, **aderendo ai principi della sustainable fashion**, della slow fashion e dell'ethical fashion.

La produzione è interamente **artigianale e locale**, situata **nel Mugello**, provincia di Firenze, e si concentra sulla valorizzazione delle competenze artigiane locali.

Ecodream si impegna anche a rispettare le tematiche animaliste, utilizzando solo materiali di origine animale provenienti da scarti o rimanenze.





Offrono una linea di prodotti **rigorosamente vegan** per soddisfare i clienti sensibili a queste tematiche. L'approccio del brand si distingue per l'unicità dei prodotti, **realizzati con attenzione ai dettagli** e con materiali diversi tra loro, spesso disponibili in quantità limitate.

Ecodream adotta una politica anti-sconto stagionale, puntando a **prodotti duraturi** che non seguono le tendenze effimere della moda.

La storia dell'azienda riflette un percorso di crescita e riconoscimenti nel panorama della moda sostenibile, inclusi riconoscimenti da parte di istituzioni e associazioni del settore.

Materiali utilizzati



- La compagnia utilizza materiali di recupero e riciclati come scarti di produzione, rimanenze di magazzino ed eccedenze.
- La filosofia aziendale è di creare accessori moda con materiali già prodotti per evitare il consumo e l'inquinamento.
- Si oppongono al greenwashing e all'uso strumentale delle tematiche green.
- Prestano massima attenzione all'impiego di materiali eco-sostenibili anche per componenti non visibili.
- Utilizzano materiali rigenerati, tessuti recuperati e materiali sintetici eco-compatibili.
- La colla utilizzata è a base acquosa ecologica e gli imballaggi sono minimali e riciclabili.
- Effettuano una minuziosa differenziazione degli scarti di produzione.
- Riutilizzano gli scarti per produrre elementi minori o li vendono sul loro mercatino delle rimanenze.
- Partecipano alla campagna WearMe30Times per promuovere l'utilizzo durevole dei prodotti moda.

Analisi euristica



1 Visibilità dello stato del sistema

PRO

PC

- Le sezioni principali del sito risultano chiare e si trovano nella header.
- I titoli/sottotitoli risultano chiari con body corp ben strutturati.
- Il footer è presente.

MOBILE

- Le sezioni principali sono visibili lateralmente dopo aver cliccato sul tasto “MENÙ” presente sulla header del sito.

CONTRO

PC

- Cliccando il logo sulla header il sito risulterà priva di contenuto per breve tempo.
- Premendo le sezione, il contrasto che definisce la categoria in cui ci si trova è quasi nullo, rendendo l'utente confuso su quale categoria possa.
- Non sono presenti simboli che indicano il caricamento della pagina.

- In sezioni come "Home" e "About" lo scroll è eccessivo.
- Nella sezione "Shop" per trovare il carrello bisogna prima scrollare.
- Dopo aver aggiunto un articolo al carrello, se si passa a un'altra sezione del sito, il carrello scompare.
- Certamente! Ecco una versione più chiara:
- La conferma dell'account del sito avviene esclusivamente tramite email.
- Non c'è alcuna barra che indica chiaramente se sono loggato nell'account o meno.
- Nella sezione "Home", alcuni titoli appaiono troppo piccoli in confronto alle dimensioni delle foto presenti.
- Barra di ricerca non presente.

MOBILE

- Non è presente un breadcrumb che collega ad un livello principale.
- Stessi contro Pc.

2 Confronto tra il sistema e il mondo reale

PRO

PC E MOBILE

- Le pagine del sito utilizzano un linguaggio adatto al pubblico di riferimento e includono sezioni informative.

per spiegare i termini tecnici o lessicali poco conosciuti, facilitando così la comprensione del contenuto.

CONTRO

- Il termine "Retail" presente nella header tra le categorie potrebbe non essere compreso da tutti.

3 Controllo e libertà dell'utente

PRO

PC E MOBILE

- C'è un simbolo della X all'interno del carrello che permette di rimuovere l'articolo.
- Quando si acquista con Paypal è presente il messaggio "Annulla e torna al sito ecodream".
- Alla pagina d'acquisto dei prodotti, è possibile filtrarli in base alla popolarità, alla data di pubblicazione (più recente), al prezzo più alto e al prezzo più basso.

CONTRO

- Non è possibile tornare indietro se non con il browser stesso.
- I breadcrumb non sono presenti.

CONTRO

- Non è possibile tornare indietro se non con il browser stesso.
- I breadcrumb non sono presenti.

4 Coerenza e standard

PRO

PC E MOBILE

- Quasi tutti i titoli sono coerenti rispetto ai contenuti della pagina.
- Contenuti validi con riferimento a fonti esterne.

CONTRO

- Nella categoria "Shop" anziché mostrare direttamente i prodotti in vendita, sono invece presenti collegamenti per le informazioni sulle spedizioni, sui pagamenti, sulla personalizzazione del prodotto e sull'outlet. Questa disposizione è invadente e incoerente poiché gli utenti si aspettano di vedere immediatamente i prodotti anziché le informazioni aggiuntive.
- Nella sezione "Shop", il titolo "SHOP" non è correlato al testo di seguito ad esso.

- Trovo incoerente creare una categoria dedicata solo ai modelli se non è possibile acquistarli, specialmente quando è presente una pagina che permette di fare entrambe le cose.

5 Prevenzione errori

PRO

PC E MOBILE

- Le etichette dei pulsanti sono chiare.
- Se si inserisce erroneamente un articolo nel carrello è possibile rimuoverlo tramite un pulsante.

CONTRO

- Alcuni pulsanti sembrano essere costituiti solamente da testo, senza elementi visivi distintivi che li rendano chiaramente riconoscibili come pulsanti.

6 Riconoscimento piuttosto che ricordo

PRO

PC E MOBILE

- Capire se si è già visitata una pagina risulta facile.

- Capire se si è già visitata una pagina risulta facile.
- I contenuti delle categorie nella header sono variegati, offrendo all'utente una distinzione più chiara e intuitiva.

CONTRO

- Il sito presenta un'assenza di icone e simboli, ad eccezione della sezione "Il mio account".
- Nella sezione "Home", l'eccessiva presenza di immagini rende difficile per gli utenti ricordare quale contenuto avevano aperto precedentemente.

7 Flessibilità ed efficienza d'uso

PRO

PC E MOBILE

- Il sito è ottimizzato per l'uso su diversi dispositivi.
- Gli utenti hanno la possibilità di personalizzare i prodotti secondo le proprie preferenze.
- È presente un filtro che agevola la ricerca e l'acquisto dei prodotti.
- Il sito include un pulsante "Continua con gli acquisti", progettato per facilitare il processo di shopping dell'utente.

- Gli utenti possono navigare facilmente utilizzando solo la tastiera.

CONTRO

- Il sito non offre opzioni per personalizzare l'esperienza come lingua, layout personalizzabile, ecc... ecc...
- Il sito non offre la possibilità di personalizzare il flusso di lavoro, come ad esempio salvare i contenuti preferiti per un accesso rapido e conveniente in futuro.
- Le immagini presenti sul sito non sono accompagnate da descrizioni testuali, il che le rende inaccessibili alle persone affette da cecità o con difficoltà visive.
- Il sito consente di visualizzare i prodotti solo per categoria alla volta, limitando la possibilità di accedere a un'ampia gamma di prodotti contemporaneamente.

8 Design estetico e minimalista

PRO

PC E MOBILE

- Immagini di qualità
- I pulsanti sono raggruppati e inseriti in modo corretto.

- Testi suddivisi in maniera corretta.

CONTRO

- Il sito presenta una carenza di elementi essenziali come l'icona del carrello, del menu di navigazione e dell'account personale nella header.

9 Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare dagli errori

PRO

PC E MOBILE

- Quando si verificano errori, il sito fornisce spiegazioni chiare e motivazioni, ad esempio: "Impossibile aggiungere un'altra "MN | borsetta in pelle nera, antracite e camera d'aria" al carrello".

10 Guida e documentazione

PRO

PC E MOBILE

- Nel footer è presente una e-mail per chiedere informazioni.

- Nella sezione "Shop" sono inclusi i Termini d'Uso per fornire agli utenti informazioni dettagliate sulle condizioni di utilizzo del sito.

- È disponibile una sezione dedicata esclusivamente ai contatti, che include varie informazioni di contatto come indirizzi e-mail, numeri di telefono e indirizzi fisici dell'azienda.

- In questa sezione, è presente anche un modulo appositamente progettato per consentire agli utenti di contattare l'azienda per richiedere ulteriori informazioni o assistenza.

- È presente un numero di telefono per contattare tramite whatsapp.

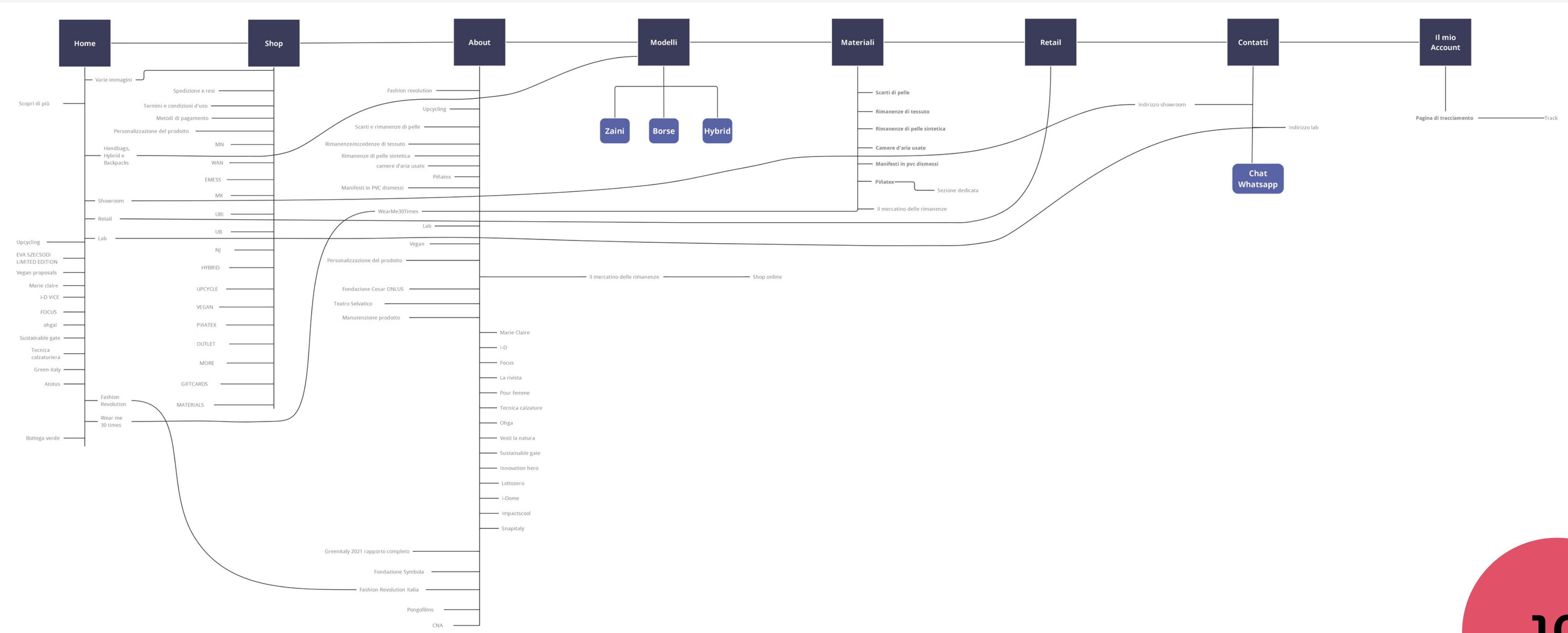
CONTRO

- Il sito non dispone di una live chat per un'assistenza immediata.
- Non sono presenti recensioni sia sul sito stesso che su altre piattaforme online.
- Manca un numero di telefono dedicato per l'assistenza diretta agli utenti.

Usabilità sito

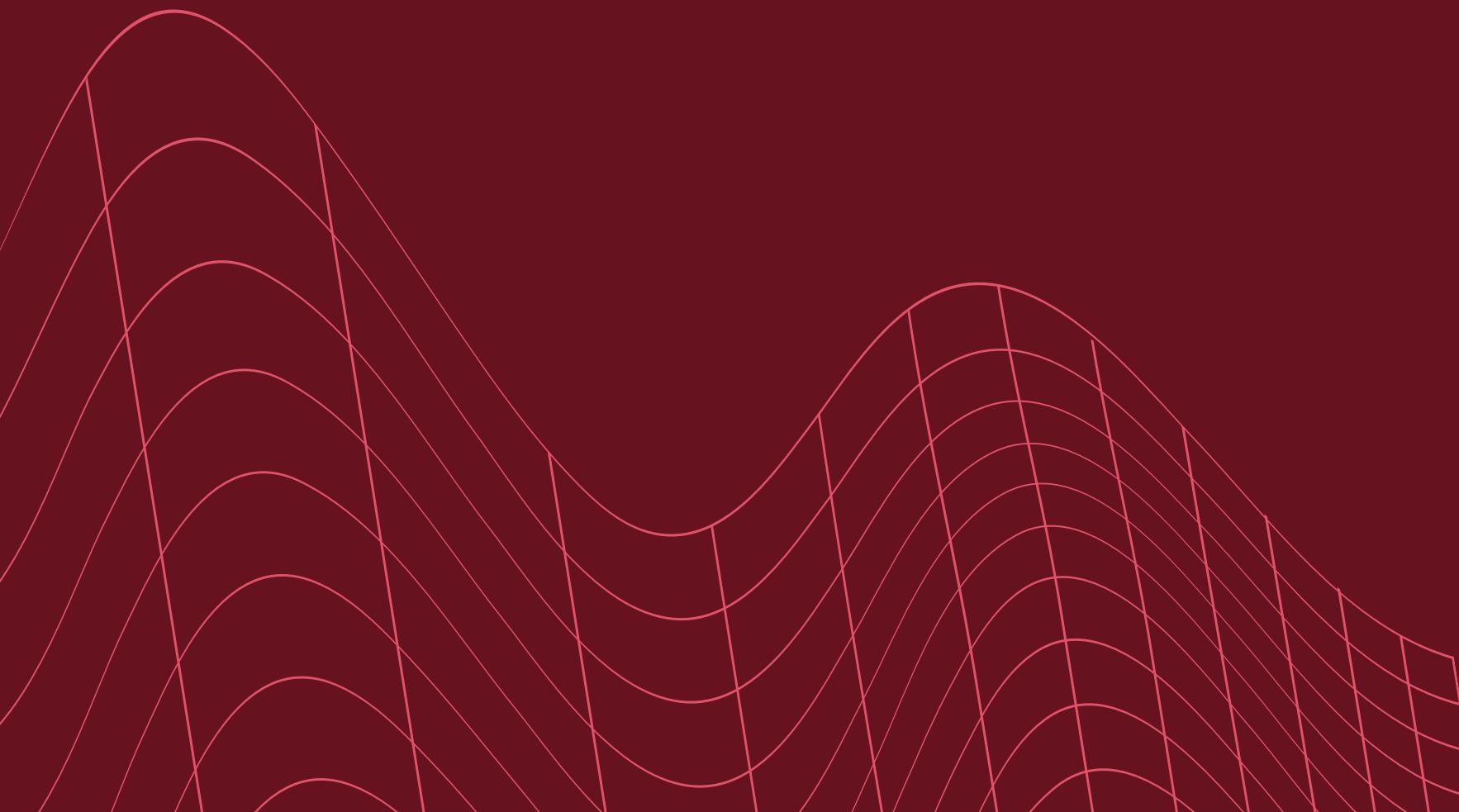
Apprendibilità	<ul style="list-style-type: none">L'esperienza risulta intuitiva e accessibile fin dal primo approccio grazie alla struttura gerarchica del sito, che è familiare e facile da comprendere per gli utenti.
Efficienza	<ul style="list-style-type: none">Durante il processo di acquisto, l'utente si trova a navigare in modo non sempre fluido a causa della presenza di pagine superflue che vengono aperte (prima di procedere con l'acquisto di un prodotto, è necessario selezionare la categoria specifica del prodotto, rendendo impossibile un acquisto generale e costringendo l'utente a dover fare continui ritorni indietro).
Memorabilità	<ul style="list-style-type: none">Anche dopo un certo periodo di inattività, il sito mantiene la sua facilità d'uso, consentendo agli utenti di navigare senza difficoltà.
Errori	<ul style="list-style-type: none">Il sito fornisce opzioni o istruzioni che consentono agli utenti di annullare azioni erronee o indesiderate.
Soddisfazione	<ul style="list-style-type: none">Il sito offre un'esperienza piacevole e coinvolgente, grazie a contenuti che catturano l'attenzione degli utenti e li invitano a esplorare ulteriormente.
Conclusioni	<ul style="list-style-type: none">Il sito, nonostante diversi difetti risulta usabile.

Sitemap



[TORNA ALL'INDICE](#)

Contenuto sito per sezioni:



HOME

- La homepage di Ecodreamdesign offre una presentazione del brand, inclusi collegamenti a siti esterni dove sono presenti articoli che parlano dell'azienda, le proposte del marchio, i traguardi raggiunti e le iniziative in corso.

SHOP

- Oltre alla presentazione dei prodotti offerti dal brand, include informazioni riguardanti gli acquisti, quali modalità di pagamento, personalizzazione prodotto, politiche di reso e spedizione.

ABOUT

In questa sezione, Ecodream espone i principi fondamentali che guida, illustrando il suo approccio distintivo verso la moda sostenibile.

Viene approfondita l'attenzione dedicata ai materiali impiegati, con particolare enfasi sulla loro provenienza eco-friendly e sull'utilizzo di tecniche di upcycling. Inoltre, viene presentata la storia del brand, evidenziando il suo percorso evolutivo e i successi raggiunti nel settore della moda sostenibile.

Vi sono anche i vari riconoscimenti e per ogni contenuto sono presenti i relativi link.

MODELLI

I vari modelli che Ecodream offre.

MATERIALI

- Il testo fornisce una dettagliata panoramica dei materiali offerti dall'azienda, accompagnati da informazioni esaustive accessibili tramite le sezioni interne.
- Si mettono in evidenza le certificazioni dei materiali impiegati, garantendo trasparenza e affidabilità riguardo alla loro eco-sostenibilità.
- Inoltre, viene fornito un collegamento diretto a una pagina dedicata alla vendita separata dei materiali, offrendo agli interessati la possibilità di acquistarli singolarmente.

RETAIL

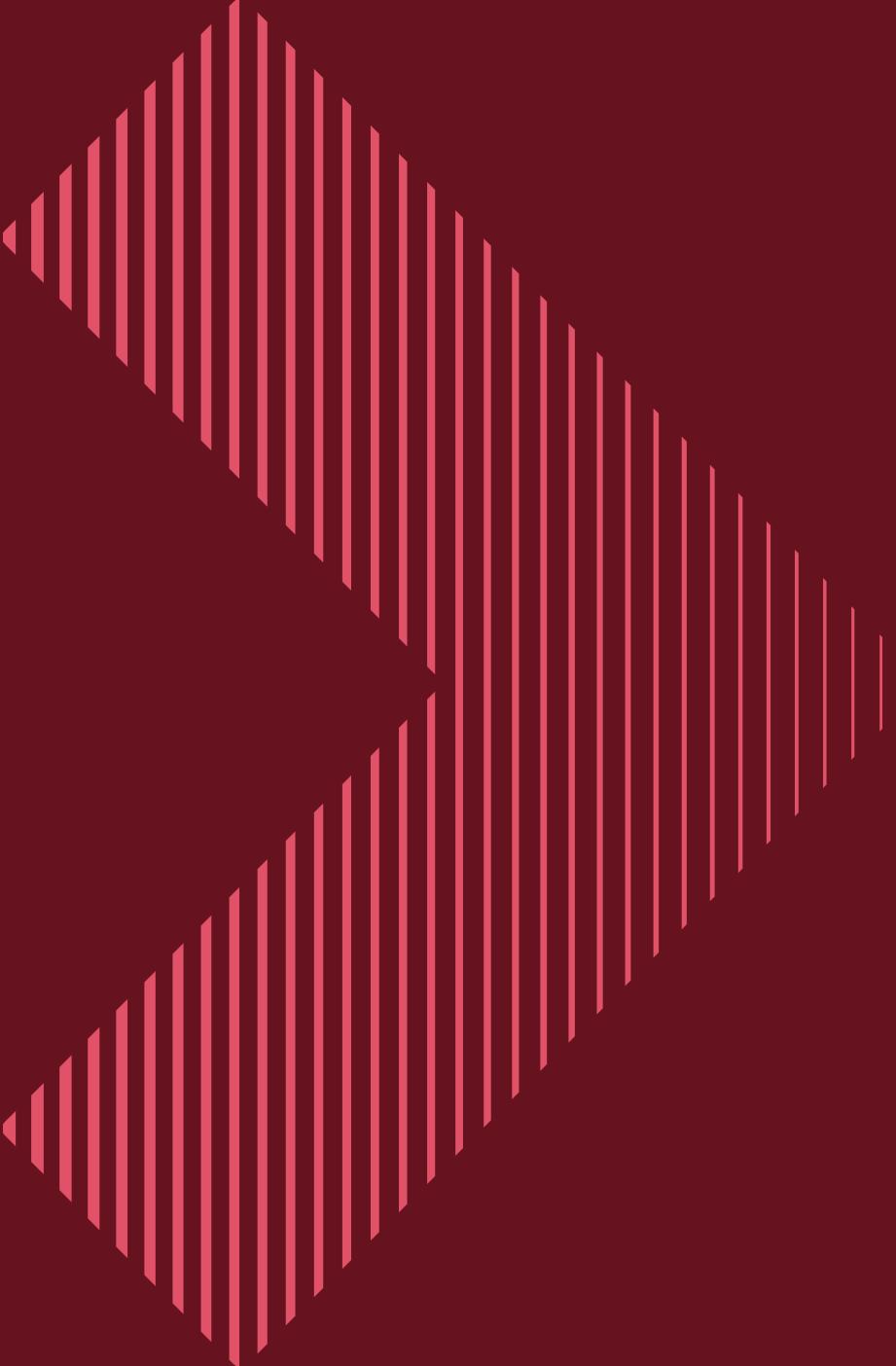
I diversi punti vendita in Italia.

CONTATTI

- Indirizzi del LAB e Showroom dell'azienda per facilitare la localizzazione fisica.
- Un modulo di contatto che permette agli utenti di inviare domande o richieste direttamente a Ecodream.
- Un bottone che reindirizza gli utenti alla chat WhatsApp dell'assistenza per una comunicazione immediata e diretta con il team di supporto.

IL MIO ACCOUNT

La bacheca dell'account da cui è possibile visualizzare gli ordini recenti, gestire gli indirizzi di spedizione e fatturazione, modificare la password e i dettagli dell'account.



Analisi Competitiva

[TORNA ALL'INDICE](#)

Competitività

Competitor

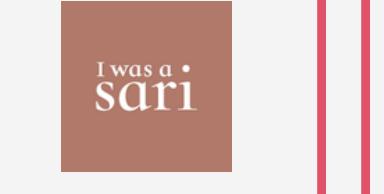
Ho scelto di escludere i marchi più noti e nella mia analisi competitiva per concentrarmi su brand il cui ethos si allinea maggiormente a quello di Ecodream. Marchi come Zara, Bershka e Pull&Bear sono stati considerati indiretti nella mia valutazione, poiché, nonostante offrano borse come prodotto, ritengo che la qualità e la natura dei prodotti di Ecodream siano significativamente differenti.

I competitor **diretti** di Ecodream sono:

- Vestella
- Happy to bee
- Belt bag
- Woo
- Eco alf
- I was a sari
- Rifò

I fattori per cui si accomunano sono:

- ecosostenibili
- con certificazioni
- e-commerce
- produttori di borse

Features inventory							
Nome	Vestella	Happy to bee	Belt bag	Woo	Ecoalf	I was a sari	Rifò
URL	vestella.it	happytobee.it	beltbag.it	wooraincoats.co m	ecoalf.com	iwasasari.com	rifo-lab.com
Design responsivo							
Search bar							
Live chat							
Filtri							
Offerte, sconti							

Features inventory							
Social media							
Recensioni							
FAQ							
Condividi							
Wishlist							
BLOG							
Newsletter							

Target

Il target predominante è rappresentato principalmente da donne con un'età compresa **tra i 24 e i 60 anni**.

Ho scelto deliberatamente di escludere le persone più giovani poiché ritengo che la maggior parte dei prodotti ecosostenibili possano risultare al di fuori della loro portata economica.

Inoltre, ho osservato che i giovani sono spesso **meno sensibili alla problematica ambientale** e più propensi ad acquistare da grandi marchi fast fashion come Zara, Bershka, H&M e simili.

Il mio target comprende una fascia di persone che sono particolarmente **interessate all'acquisto di prodotti realizzati con materiali di alta qualità**, ma che allo stesso tempo attribuiscono importanza al fattore ambientale. Per loro, l'acquisto di prodotti sostenibili rappresenta **una vittoria su più fronti**: ottengono prodotti di qualità mentre contribuiscono a preservare l'ambiente.



Obiettivi di ricerca del questionario

SOSTENIBILITÀ

- Valutare il numero di individui interessati all'acquisto di prodotti per la loro sostenibilità.

SCELTA

- Per quale motivo acquista un prodotto piuttosto che un altro.

DOVE

- Tramite quale piattaforma acquista solitamente (app o sito).

COME

- Come acquista solitamente, tramite internet o di persona.

BRAND PREFERITO

- Qual'è il suo Brand preferito e per quale motivo.

ACQUISTO ABITUALE

- Cosa acquista più spesso.

DESIDERIO

- Cosa vorrebbero cambiisse o vedere migliorare dei prodotti che acquistano.

SPESA

- Qual'è la spesa media mensile per l'acquisto di abbigliamento.

1

- Quanto è importante per te che i prodotti che acquisti siano sostenibili dal punto di vista ambientale?
-

2

- Quanto sei disposto/a a pagare in più per un prodotto che abbia un impatto ambientale inferiore rispetto a un prodotto non sostenibile?
-

3

- Quanto ti influenzano le caratteristiche di sostenibilità di un prodotto nella tua decisione d'acquisto rispetto ad altre considerazioni, come il prezzo o la qualità?
-

4

- Quali sono i principali fattori che influenzano la tua decisione di acquistare un prodotto invece di un altro?
-

5

- Preferisci fare acquisti di persona o online e qual è la motivazione principale dietro questa scelta?
-

6

- Quali sono i principali vantaggi che trovi nell'acquistare prodotti online/negozi fisici?
-

7

- Quale piattaforma di acquisto online preferisci utilizzare, tra app e sito web, e perché?
-

8

- Qual è il tuo brand preferito tra quelli attualmente disponibili e cosa lo rende così speciale per te?
-

9

- Quanto influisce la reputazione del brand sulla tua decisione di acquistare i suoi prodotti rispetto a quelli di altri brand?
-

10

- Quali sono gli elementi specifici del tuo brand preferito che ti attraggono di più rispetto ad altri brand?
-

11

- Quali tipi di prodotti acquisti più frequentemente tra quelli disponibili sul mercato e perché?
-

12

- C'è qualche aspetto specifico dei prodotti che acquisti regolarmente che vorresti vedere migliorato? Se sì, quale?
-

13

- Cosa potrebbero fare i produttori per rendere i loro prodotti più adatti alle tue esigenze o preferenze?
-

14

- Hai mai incontrato difficoltà o problemi con i prodotti che hai acquistato in passato? Se sì, quali e come vorresti che fossero risolti?
-

15

- Quanto spendi in media ogni mese per l'acquisto di vestiti?
-

16

- Quante volte al mese solitamente acquisti vestiti?
-

Riepilogo

1

Attraverso la consultazione del sito di Ecodream, ho chiarito appieno l'oggetto della mia ricerca.

Ho avuto modo di comprendere la natura di Ecodream e perché fosse il soggetto della mia indagine.

Una volta acquisite queste informazioni, ho proceduto ad approfondire la loro storia, la loro produzione, i metodi utilizzati e le motivazioni che stanno dietro a tutto ciò.

2

A seguito ad un'analisi più dettagliata del sito utilizzando i principi euristici, ho identificato sia aspetti positivi che negativi.

Successivamente, ho elaborato una mappa del sito, evidenziando il contenuto di ogni sezione presente nella header.

In conclusione, ho valutato che il sito è usabile.

3

Dopo aver individuato i principali concorrenti che condividono lo stesso ethos, ho proceduto a confrontare le funzionalità dei loro siti utilizzando una tabella comparativa.

4

Tramite uno scambio di idee con il possibile target e logica l'ho identificato. In seguito ho redatto un questionario che fosse adatto al target e che portasse risultati e informazioni utili al miglioramento di Ecodream.