

A start2impact project

Presentation 2024

# PROGETTO WIREFRAMING

Parte 1



# Indice

01	Introduzione	<u>3</u>
02	Riepilogo opportunità emerse User Journey	<u>5</u>
03	Esercizio preliminare	<u>6</u>
04	Font Wireframe	<u>14</u>
05	Griglia	<u>18</u>
06	Wireframe	<u>21</u>
07	Opportunità emerse Wireframe	<u>36</u>
08	Wireflow	<u>37</u>
09	Riepilogo	<u>49</u>



# 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.



# opportunità emerse

Ho trascritto il **riepilogo** delle **opportunità** emerse in seguito allo **User Journey** effettuato nella scorso **progetto**.

01



Stabilire tecniche di marketing per aumentare la visitabilità del marchio (es. sponsor, contest, pubblicità...)

02



Offrire sconti, promozioni e spedizione gratuita per gli acquisti sopra una certa soglia di spesa.

03



Aggiungere Wishlist.

04



Facilitare l'accessibilità dell'opzione di personalizzazione del prodotto.

**05**



Aggiungere chat online.

Rimuovere immagine cliccabile ed aggiungere bottoni.



**06**

**07**



Rimuovere la sezione "Modelli" e rendere la sezione "Shop" la principale per esplorare i prodotti.

# ESERCIZIO PRELIMINARE

Prima di iniziare il progetto vero e proprio  
c'è stato richiesto di realizzare dei  
wireframe ad alta fedeltà sia desktop che  
mobile del sito ID-Eight.com.

Nel farlo ho scritto un razionale che indica  
l'organizzazione del sito e le motivazioni  
che, secondo me, hanno spinto gli  
sviluppatori del sito a prendere  
determinate decisioni progettuali.

Link Figma:

[https://www.figma.com/design/ia5WTa0N42uMpIAqudxG8/Es.\\_preliminare?node-id=0-1&t=kBX5zLLh1ht0vqlh-1](https://www.figma.com/design/ia5WTa0N42uMpIAqudxG8/Es._preliminare?node-id=0-1&t=kBX5zLLh1ht0vqlh-1)

# Header bar (desktop)

## ORGANIZZAZIONE

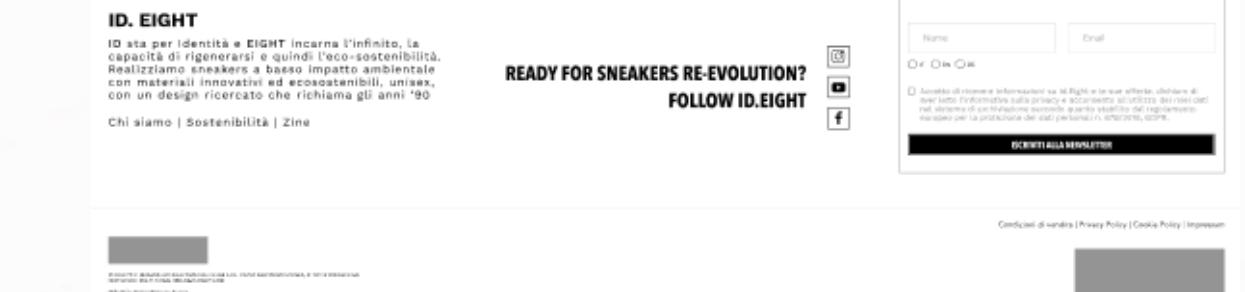
- **Logo:** In alto a sinistra, rappresenta il brand ID-EIGHT con un design pulito e cliccabile per tornare alla homepage.
- **Menu di navigazione:** Collegamenti principali a sezioni come Shop, Sostenibilità, HANA...
- **Icone:** Accesso rapido al carrello, opzioni per il cambio lingua, (IT, EN, DE) profilo utente e barra di ricerca.



# Footer (desktop)

## ORGANIZZAZIONE

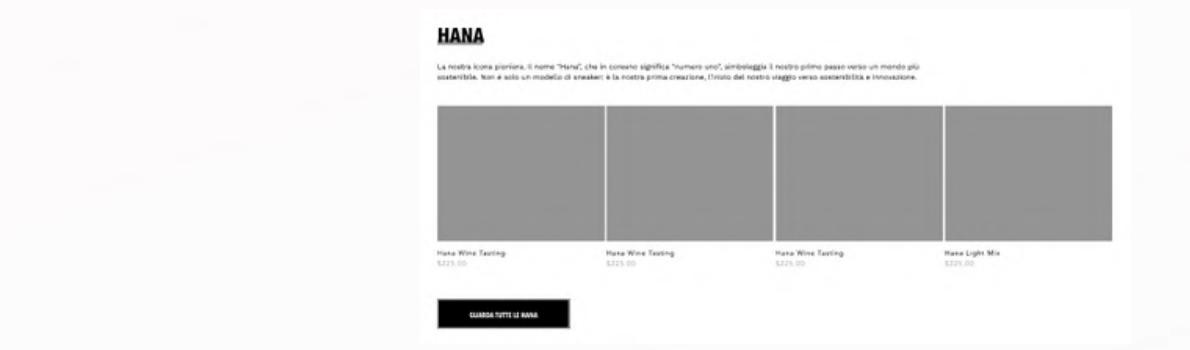
- **Collegamenti utili:** Link rapidi a sezioni come Condizioni di vendita, Privacy Policy, Cookie Policy e Impressum.
- **Social Media:** Icônes qui renvoient aux profils Instagram, Facebook et YouTube.
- **Contatti:** Email officiale et adresse de la succursale légale.
- **Pagamento:** Méthodes de paiement acceptés.
- **Newsletter.**



# Homepage (desktop)

## ORGANIZZAZIONE

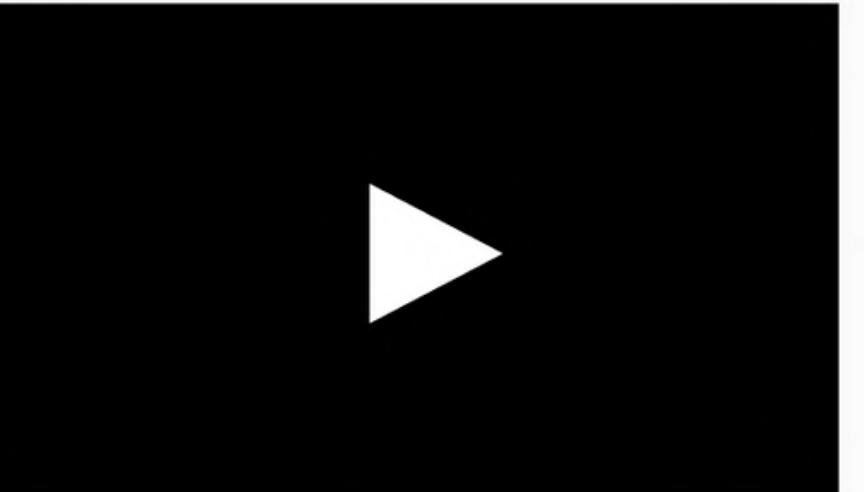
- **Prodotti in Evidenza:** Griglia di prodotti con immagini, descrizioni brevi, prezzi e pulsanti per visualizzare il modello.
- **Sezione Sostenibilità:** Introduzione sintetica ai materiali innovativi e ai processi di produzione eco-sostenibili di Id-eight, con link per approfondire.
- **Hero image:** Foto con inclusione di buttoni che invitano a visualizzare i prodotti.



# Chi siamo (desktop)

## ORGANIZZAZIONE

- **Video:** è presente un video che introduce ID-eight.
- **Layout a colonna singola:** Contenuti con allineamento a destra con ampi spazi bianchi.
- **Gerarchia tipografica:** Titoli e testi in contrasto per una lettura chiara.
- **Immagini:** Fotografie dei fondatori e dei prodotti con un layout a “scacchi”.



**FOUNDERS**

Dong laureato nella moda a Seul (Corea) è venuto in Italia con una bona di studio, Giuliana ha alle spalle studi universitari a Napoli e un master al Politecnico di Franche.

E' proprio la passione per le calzature che li fa incontrare nel 2017 durante una fiera, tra i 2 e 4 anni a prima vista.

Dopo una lunga frequentazione a distanza -> Dong finiti gli studi si era trasferito in Germania dove era diventato stilista per un brand di scarpe, Giuliana invece da allora era diventata product manager di un noto brand di scarpe in Italia - decisione di fare un passo in più e andare a convivere.

**MISSION**

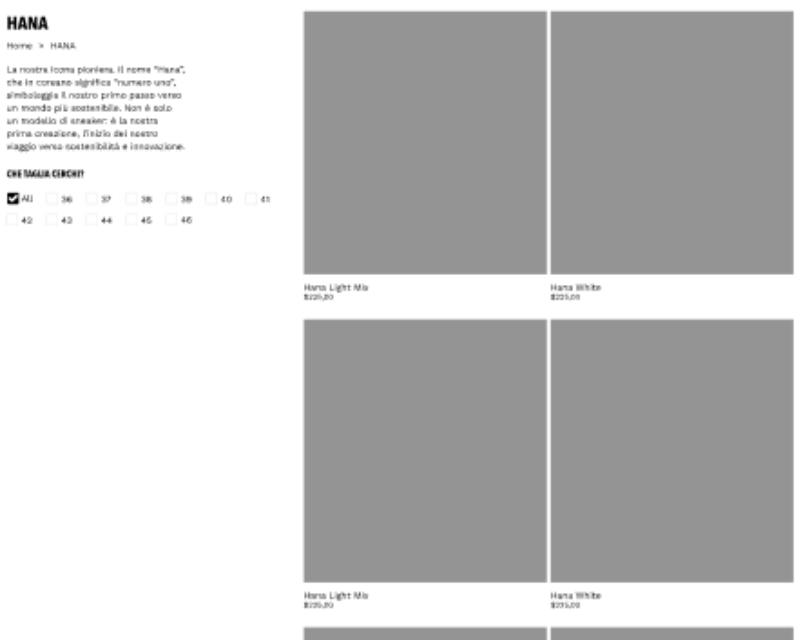
Si accoppiano giorno per giorno e decidono di mettere a funzione le loro attritudini e di trasformare la loro complementarietà in qualcosa di più.

Dong fin da piccolo appassionato al Design, aveva da sempre sognato di creare una linea di scarpe tutta sua, Giuliana invece da sempre attenta alle tematiche della sostenibilità e appassionata a tutto ciò che ruota intorno al marketing legato al mondo della moda, sognava di poter creare un brand che fosse ecosostenibile e nel contempo dal design riconosciuto.

# Hana (desktop)

## ORGANIZZAZIONE

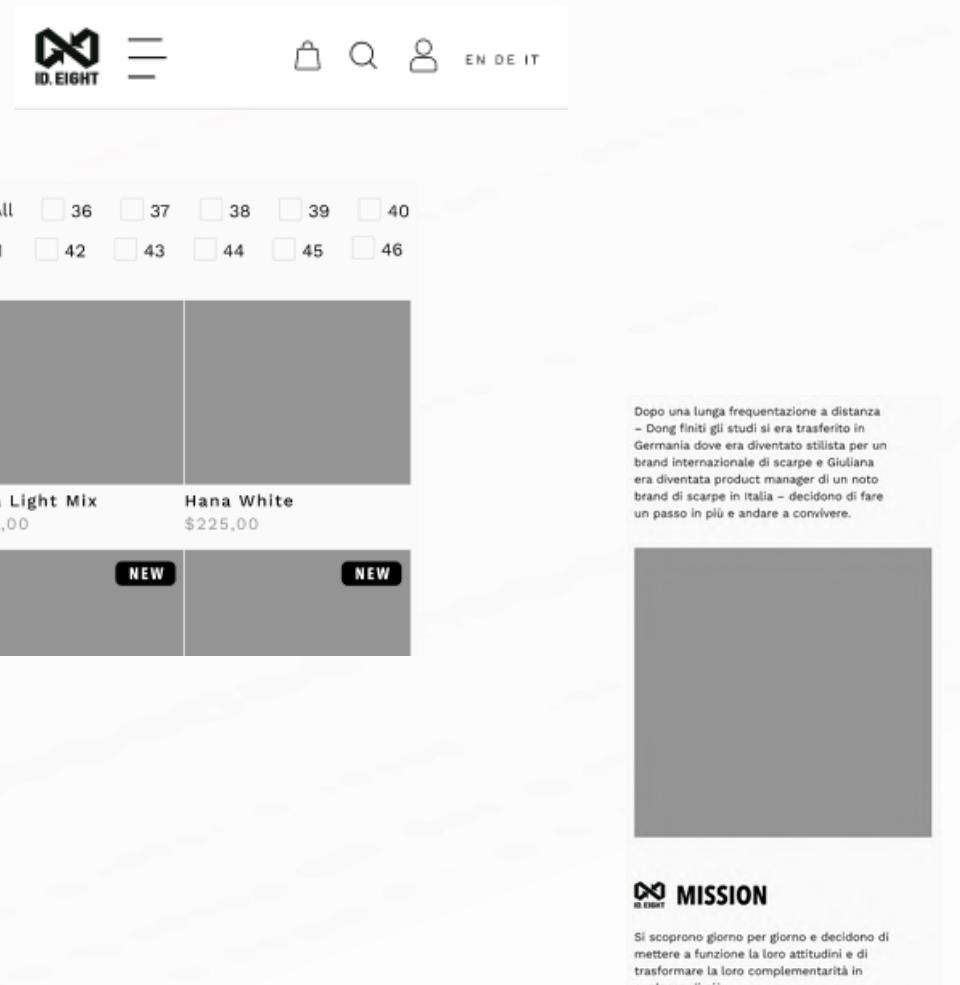
- **Filtri:** è presente un filtraggio di taglia sul lato sinistro.
- **Breadcrumb:** Breadcrumb presente in ogni sezione.
- **Immagini:** Le scarpe occupano tanto spazio (2 per riga)
- **Descrizione :** è presente una descrizione della storia della scarpa.
- **Chat:** è presente una chat online in tutto il sito.



# Sezioni (mobile)

## ORGANIZZAZIONE

- **Organizzazione generale:** Per quanto riguarda la versione mobile non mi soffermerò a scrivere sezione per sezione poichè il design in sè è pressapoco lo stesso. Nella versione mobile è stato preso il design pc e riadattato in base alle dimensioni del telefono. Ci troviamo quindi di fronte ad un responsive design, di seguito riporterò quelle che sono secondo me le macromodifiche applicate in questa conversione.
- **Hamburger menù:** Aggiunta hamburger menù nella header bar.
- **Filtro:** Il filtraggio delle taglie è spostato sopra alle card dei prodotti (precedentemente sul lato sinistro).
- **Sezione chi siamo:** L'organizzazione del testo e delle immagini è del tutto basato su un'occupazione di spazio verticale, non si troveranno più, quindi, testi e immagini affiancati.



# Motivazioni

## MOTIVAZIONI ID EIGHT

- **Chiarezza e funzionalità:** Ogni sezione è studiata per fornire un'esperienza fluida, mettendo in primo piano i valori del brand e incentivando l'acquisto.
- **Enfasi sulla sostenibilità:** Gli elementi che descrivono materiali e processi green sono strategicamente posizionati per attirare un pubblico consapevole.
- **Design intuitivo:** Il design del sito è intuitivo e lineare, guidando l'utente senza sovraccaricarlo di informazioni. La disposizione chiara e minimalista assicura un'esperienza utente fluida e soddisfacente.
- **Brand Awareness:** Testimonianze e riconoscimenti aumentano la fiducia nel marchio.

# FONT WIREFRAME

Nelle modifiche che ho apportato, ho previsto un cambiamento per entrambi i font.

# Font

## HEADERS:

**PLAYFAIRDISPLAY**

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z o 1 2 3 4 5 6 7  
8 9

## BODY AND SMALL TEXT:

**ROBOTO**

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

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 0 1 2 3 4 5 6  
7 8 9

# Scala tipografica

**HEADER 1 (32 px)**

A B C      abcd  
D E F      efg  
G H I J     ijk  
K L M      mno  
N O P      pqrs  
Q R S      tuvw  
T U V      xyz  
W X Y      1234  
Z O 1 2     5678  
3 4 5 6     9  
7 8 9

**HEADER 2 (24 px)**

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

**HEADER 3 (21 px)**

A B C      abcdef  
D E F      ghijkl  
G H I      mnopq  
J K L      rstuvw  
M N O      xyz012  
P Q R      345678  
S T U      9  
V W X  
Y Z O  
1 2 3 4  
5 6 7  
8 9

**BODYTEXT (18 px)**

A B C D      abcdefg  
E F G H      hijklmno  
I J K L      pqrstuv  
M N O      wxyz012  
P Q R S      3456789  
T U V  
W X Y  
Z 0 1 2  
3 4 5 6  
7 8 9

**SMALLTEXT (12 px)**

A B C D E F      abcdefghijkl  
G H I J K L      mnopqrstuvwxyz  
M N O P Q      xyz01234567  
R S T U V      89  
W X Y Z O      1 2 3 4 5 6  
7 8 9

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

# Scelta font

## MOTIVAZIONI:

- **PLAYFAIRDISPLAY**

È un carattere **serif** sofisticato e raffinato, perfetto per gli header, poiché conferisce un aspetto **autorevole e professionale**, catturando immediatamente l'attenzione. La sua estetica classica **crea un contrasto visivo** elegante rispetto al resto del testo.

- **ROBOTO**

Come **sans-serif**, è **moderno** e altamente **leggibile**, anche su schermi di piccole dimensioni. La sua **neutralità** lo rende ideale per il **body**, garantendo una **lettura fluida e confortevole** senza distrarre dal contenuto principale.

Questa combinazione bilancia **tradizione e modernità**, offrendo un design **tipografico armonioso e versatile**.

# GRIGLIA

Per realizzare i wireframe e tutta ciò che è la struttura aggiornata del sito ho tenuto conto di una griglia creata da me.

# Griglia

## SPECIFICHE:

### Columns:

Count: 12

Color: FF0000 | 10%

Type: Stretch

Width: Auto

Margin: 160

Gutter: 32

### Rows:

Count: 1000

Color: FF0000 | 10%

Type: Top

Width: 8

Margin: 0

Gutter: 8

# Griglia

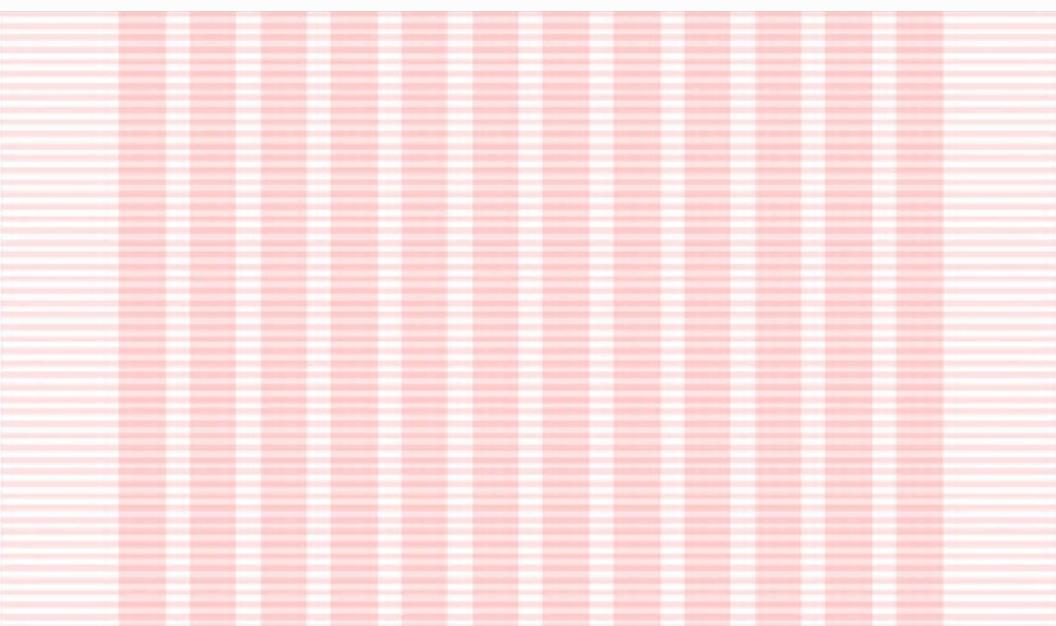
## MOTIVAZIONE

La **griglia** è definita dalle specifiche impostate che la rendono una griglia **responsiva**, capace di adattarsi automaticamente alle dimensioni dello schermo per ottimizzare la visualizzazione su diversi dispositivi.

Questa decisione è inoltre motivata dal desiderio di creare un'**esperienza utente flessibile, coerente e ottimizzata**.

L'approccio garantisce che il sito si **adatti** perfettamente **ai diversi formati di schermo**, migliorando la navigazione, la leggibilità e la conversione.

Inoltre, contribuisce a un **design pulito, scalabile e sostenibile**, che si allinea con le esigenze moderne di Ecodream in termini di efficienza e accessibilità.



# WIREFRAME

Ho realizzato **cinque wireframe** distinti.  
Le pagine in questione sono: Homepage,  
Chi siamo, Shop, Accedi e Pagina  
prodotto.

Link Figma:

<https://www.figma.com/design/xSLY7ywzCJE3sVGh5njm3J/Progetto-Wireframing-Ecodream?node-id=0-1&t=cxJ0aLenUjbN39fA-1>

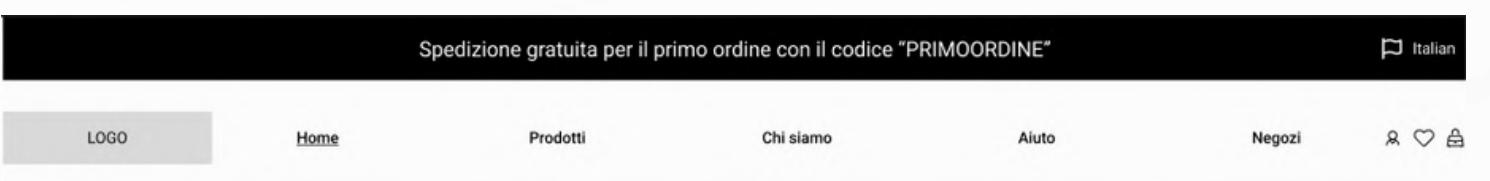
# Headerbar Changes

## HEADER BAR CHANGES

- Rimozione sezione “Modelli” e “SHOP” ed aggiunta sezione “Prodotti”
- Rinomazione sezione “Contatti” in “Aiuto”, rinomazione sezione “Retail” in “Negozi”,rinomazione sezione “About” in “Chi siamo”.
- Aggiunta Wishlist, Carrello e user icon.
- Sottolineatura sezione in cui si interagisce.

## MOTIVAZIONE

- Interfaccia più intuitiva e memorabile.
- Nominazione più chiara all’utente.
- Elementi convenzionali che migliorano UX ed accessibilità.
- Funzione di Feedback ed orientamento.



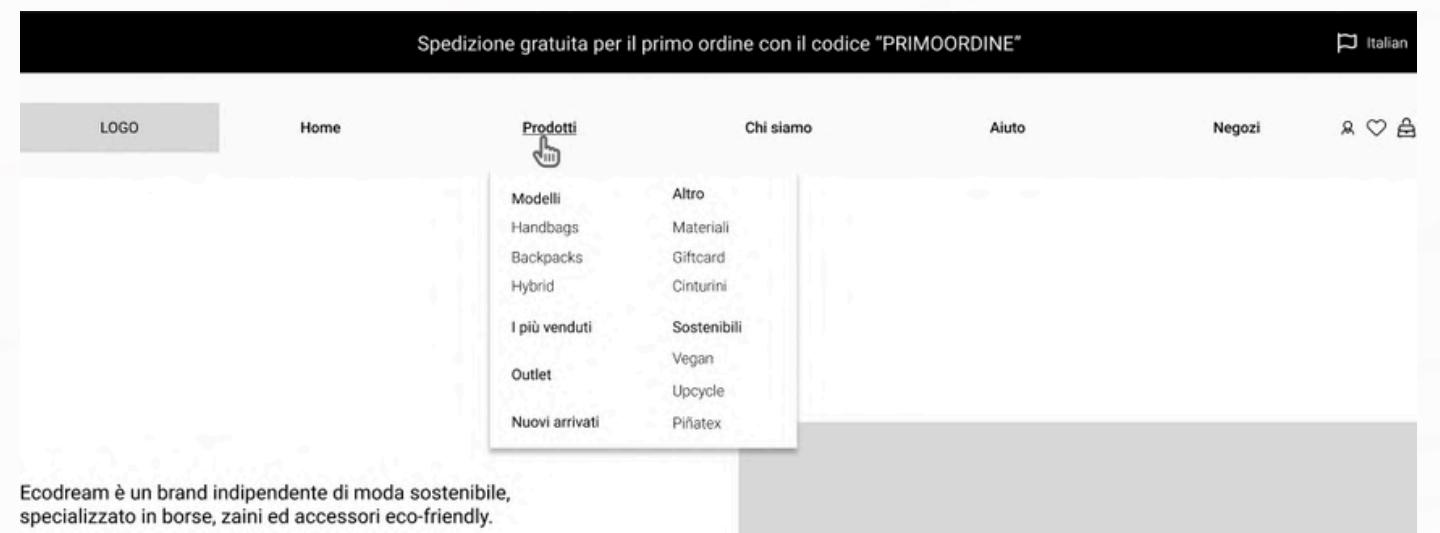
# Headerbar Changes

## HEADER BAR CHANGES

- Aggiunta icona per lo switch della lingua.
- Aggiunta messaggio promozionale “Spedizione gratuita per il primo ordine”.
- Integrazione menù a tendina sotto la voce "Prodotti" con diverse opzioni per facilitare la navigazione dell'utente.

## MOTIVAZIONE

- Accessibilità aumentata ed esperienza utente migliorata.
- Incentivamento dell'acquisto.
- Navigazione del sito e rendere l'esperienza utente più immediata e intuitiva.



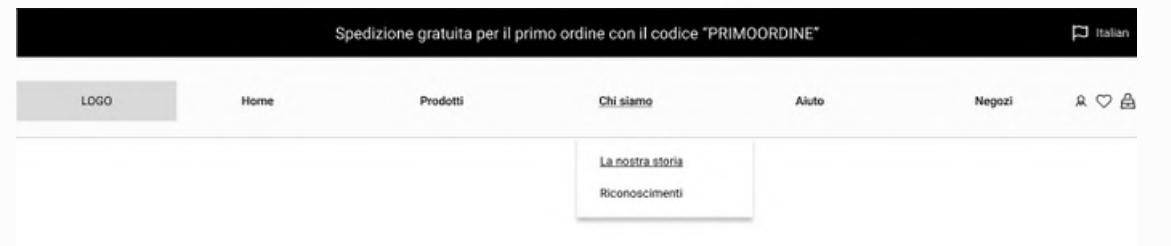
# Headerbar Changes

## HEADER BAR CHANGES

- Aggiunto menù a tendina che si apre quando l'utente sposta il cursore su “Chi siamo”, includendo anche l'opzione “Riconoscimenti”.

## MOTIVAZIONE

- Migliore visibilità utente, spazio di navigazione ottimizzato.



# Homepage Changes

## Homepage Changes

- Presentazione azienda spostata all'inizio.
- Rimozione dei riconoscimenti e spostati nella sezione dedicata.
- Invece di "Scopri di più" "Scopri la nostra storia".

## Motivazione

- Coerenza.
- Homepage più coerente ed ordinata.
- CTA più chiara.

**Ecodream**  
Moda Sostenibile e Artigianale

Ecodream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzato in borse, zaini ed accessori eco-friendly.

I nostri prodotti sono realizzati con varie tipologie di materiali di recupero e/o riciclati, principalmente scarti di produzione, rimanenze di magazzino ed eccedenze.

Tutti i prodotti sono eco-sostenibili.

Le proposte includono prodotti vegan ed upcycling.  
La produzione è artigianale ed è totalmente Made in Italy.

[Scopri la nostra storia](#)

Chat

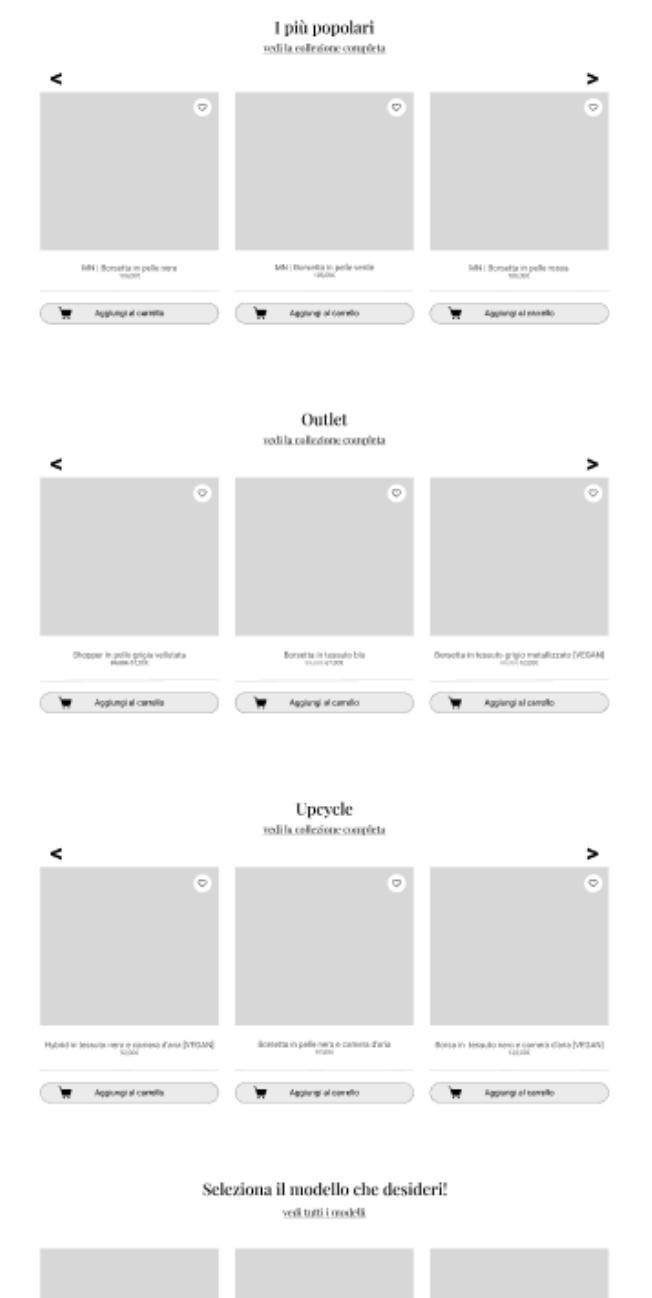
# Homepage Changes

## Homepage Changes

- Rimozione info come Lab, Retail e Showroom e spostate in sezioni appropriate.
- Aggiunta Livechat (tutte le pagine).
- Aggiunti Carousel Outlet, i più popolari, upcycle con rispettiva CTA.
- Aggiunte foto modelli selezionabili con rispettiva descrizione.

## Motivazione

- Maggiore coerenza, professionalità e aumento del focus.
- UX migliorata e riduzione abbandono.
- UX ed estetica sito migliorata.
- Organizzazione chiara e aumento engagement.



# Homepage Changes

## Homepage Changes

- Aggiunte testimonianze clienti.

## Motivazione

- Rafforzamento fidelizzazione clientela.



### Testimonianze

★★★★★  Verificata

Alta qualità  
Qualità e design eccellenti.  
Elegante e resistente,  
realizzata con materiali  
reciclati. Soddisfatta del  
supporto a un brand  
sostenibile. Consigliissima!

★★★★  Verificata

Design elegante  
ottima qualità e design  
elegante. Ancor preferito più  
scoperti interni.  
Comunque, un buon acquisto!

★★★  Verificata

Prezzo troppo alto  
La borsa è bella, ma non mi  
ha colpito per funzionalità e  
comfort. Prezzo alto per il  
valore.

# Footer Changes

## FOOTER CHANGES

- Aggiunta Newsletter.
- Aggiunta CTA social.
- Aggiunta icona Tiktok e Linkedin.
- Dimensione icone social aumentata.

## MOTIVAZIONE

- Coinvolgimento utente, fidelizzazione, ottimo strumento di comunicazione.
- Aumentare aspetto social Brand.
- Ampliare social Brand.
- Icône social precedenti poco visibili.



# About Changes

## About Changes

- Rimozione immagine inizio pagina.
- Diminuzione testo.
- Riorganizzazione testo.
- Aggiunta una sezione dedicata ai riconoscimenti, accessibile tramite un menù a tendina.

## Motivazione

- Aggiunta poco sensata e coerente non essendo neanche cliccabile.
- Alleggerimento pagina, mantenendo informazioni essenziali ed aumentando Engagement.
- Testo precedentemente confusionario.
- Ricerca delle informazioni più intuitiva.

### Ecodream La nostra storia

Ecodream nasce come progetto di impresa nel 2014, si costituisce ufficialmente come società nel 2016. È una realtà giovane, che con il tempo è stata in grado di crescere e farsi notare nel panorama italiano di riferimento.

Questo percorso è stato innanzitutto con il supporto di alcune istituzioni del territorio fiorentino. Nel 2015 siamo stati selezionati fra i partecipanti di "IMPRESA CAMPUS Unifi", concorso per l'awarding di progetti di impresa universitaria, promosso dall'Istituto Universitario Firenze (IUF), arrivando perni ai confronti della nostra proposta di business model. Il 2016 è invece stato caratterizzato dal premio ricevuto al "Premio di innovazione per start up nel settore manifatturiero", promosso da FEDERMANIFER TOSCANA, associazione di categoria dei manager toscani, con il supporto dell'Incubatore Universitario Fiorentino.

Dal 2019, dopo due lavori e nove mesi di sacrifici, abbiamo cominciato ad avere i primi segni e incoraggianti incontri da parte dei media nazionali. Siamo stati infatti inseriti tra i migliori brand accessibili del paesaggio italiano da Marie Claire, ID (gruppo VICE), Focus, La Rivelazione, Pour Femmes, Tecnica Collezione, Onda, West, la Natura, Sustainable Gate, Innovation News, TIMgate (portale mobile di TIM), L'Orto, D'Orme, Impactocool, Snaggleto, ecc.

### Ecodream Un brand indipendente di moda sostenibile

Ecodream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzata in borse, zaini ed accessori eco-friendly. I nostri prodotti sono realizzati con varie tipologie di materiali di recupero e/o riciclati, principalmente scarti di produzione, sfumature di magazzino ed accessori.

Tutti i prodotti sono sostenibili. Le proposte includono prodotti repair ed upcycling.  
La produzione è originaria ed è totalmente Made in Italy.

### L'approccio sostenibile nel nostro modello d'impresa

L'industria della moda ha un impatto ambientale significativo, generando un elevato consumo di risorse e lasciando ormai orribili orzelli. Negli ultimi anni il modello di fast fashion ha messo i prodotti moda sani a basso uso e getta, contribuendo a incrementi quantificabili di rifiuti e scarti, spesso scaricati anche in mare.

Ecodream nasce con l'intento di promuovere un modello alternativo, ispirato ai valori della sostenibilità fashion e del movimento Fashion Revolution. Puntiamo a unirsi alle fila della moda che rispetta persone, ambiente, creatività e profitto, per un futuro più etico e sostenibile. Siamo presenti sulla Revolution Map di Fashion Revolution Italia.

Siamo fermamente legati ai concetti di slow fashion ed ethical fashion, desiderando superare il modello consumistico attuale e promuovere acquisti consapevoli. La nostra filosofia include l'upcycling, trasformando materiali considerati rifiuti in accessori moda in scarti.

Siamo nel Maggio, vicini al distretto fiorentino della pellizzera e tessile, abbiamo accesso a materiali di alta qualità, ma anche a ingenti scarti. Il nostro obiettivo è recuperare questi materiali, valorizzando le loro qualità e intendendo che diventino rifiuti.

Utilizziamo una varietà di materiali di recupero e riciclati, da pelle e tessuti a ceramica chiazzata e Millefiori, una sartoria pelle vegetale. La nostra missione è creare accessori moda che riducono il consumo di risorse e l'impatto ambientale.

Inoltre, abbiamo aderito alla campagna WearMe20Times, promuovendo l'uso duraturo dei prodotti moda per contrarre la logica uso e getta del fast fashion.

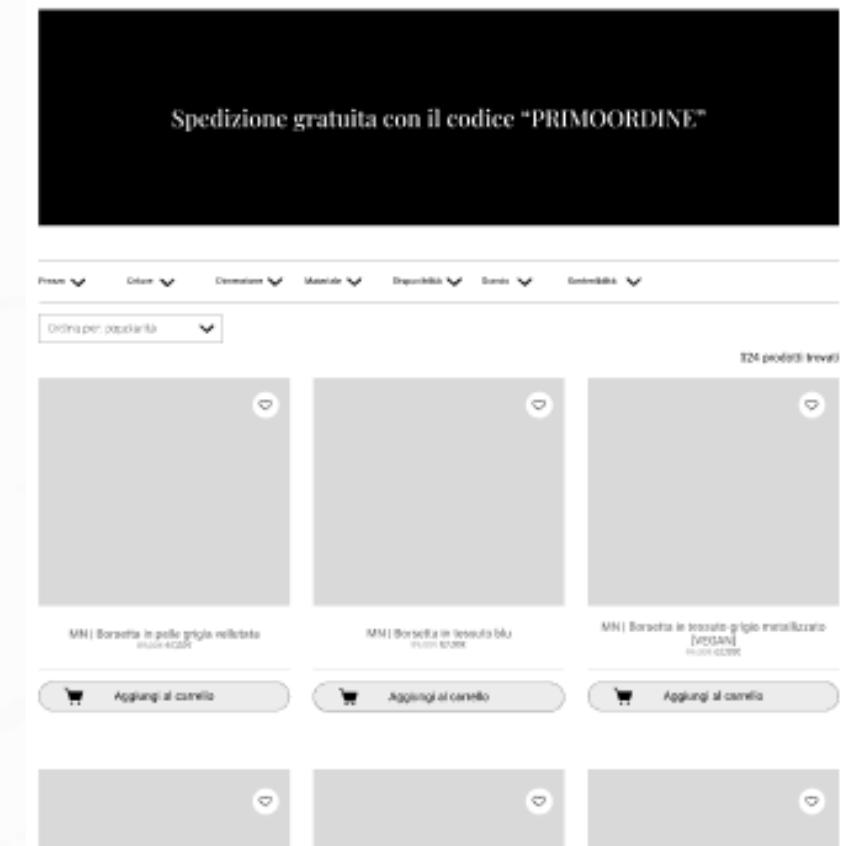
# Shop Changes

## Shop Changes

- Carousel con opzioni di ordinamento e filtri aggiunti.
- Banner promozionale inserito all'inizio della sezione "PRODOTTI"
- Aggiunta opzione di filtraggio: per tipo di prodotto, prezzo popolarità...
- Aggiunta icona Wishlist nella card prodotto.
- Aggiunto Counter prodotti trovati.

## Motivazione

- UX migliorata, efficienza visiva, design flessibile e personalizzabile.
- User Engagement.
- Esperienza utente più soddisfacente.
- Facilita gestione acquisti, UX migliorata.
- Chiarezza e trasparenza, Feedback del sistema.



# Shop Changes

## Shop Changes

- Info ordini spostate nella header del footer.
- Aggiunta Breadcrumb (tutte le pagine).

## Motivazione

- Gerarchia informazioni più coerente.
- SEO migliorato, riduzione tasso abbandono e miglioramento orientamento utente

Spedizione ordine in 2/3 giorni lavorativi, tracciabilità del pacco. Possibilità di reato/cambio ([spedizione e reso](#))

Pagamento con carta di credito/debito, PayPal o bonifico bancario ([metodi di pagamento](#))

Possibilità di personalizzazione del prodotto ([personalizzazione prodotto](#))

Home / [Prodotti](#)  
**Prodotti**

# Login page Changes

## Login Changes

- Aggiunta Icona “Area cliente”.
- Possibilità di accesso con Google, Apple ed email aggiunta.

## Motivazione

- UX migliorata, pratica convenzionale.
- Pratica ormai convenzionale e maggiormente accessibile.



# Login page Changes

## Login Changes

- Aggiunta pagina di reindirizzamento visualizzata quando si tenta di aggiungere un prodotto al carrello senza aver effettuato l'accesso. Qui, inserendo l'indirizzo email, l'utente viene informato automaticamente se possiede già un account o se deve crearne uno nuovo.
- Pagina visualizzata quando si accede tramite l'icona utente nella barra di intestazione (header bar)

## Motivazione

- Processo di acquisto più rapido e chiaro, evitando confusione e facilitando accesso o registrazione.
- Accesso rapido e intuitivo alle funzionalità del profilo utente.

The image contains two wireframe-style screenshots of a login or registration page. Both screenshots feature a header with a logo and a placeholder text: "Inserisci la tua e-mail per registrarti o accedi al tuo account." Below this, there is a single input field labeled "Indirizzo email" and a "Continua" button. The second screenshot is more detailed, showing additional fields: "Codice" (with a link "Codice non arrivato? Richiedi"), "Nome" and "Cognome", and "Data di nascita". Below these, there's a section labeled "Indirizzo" with fields for "Nome", "Cognome", "Indirizzo", and "Cap/Comune". There is also a checkbox labeled "Facoltativo".

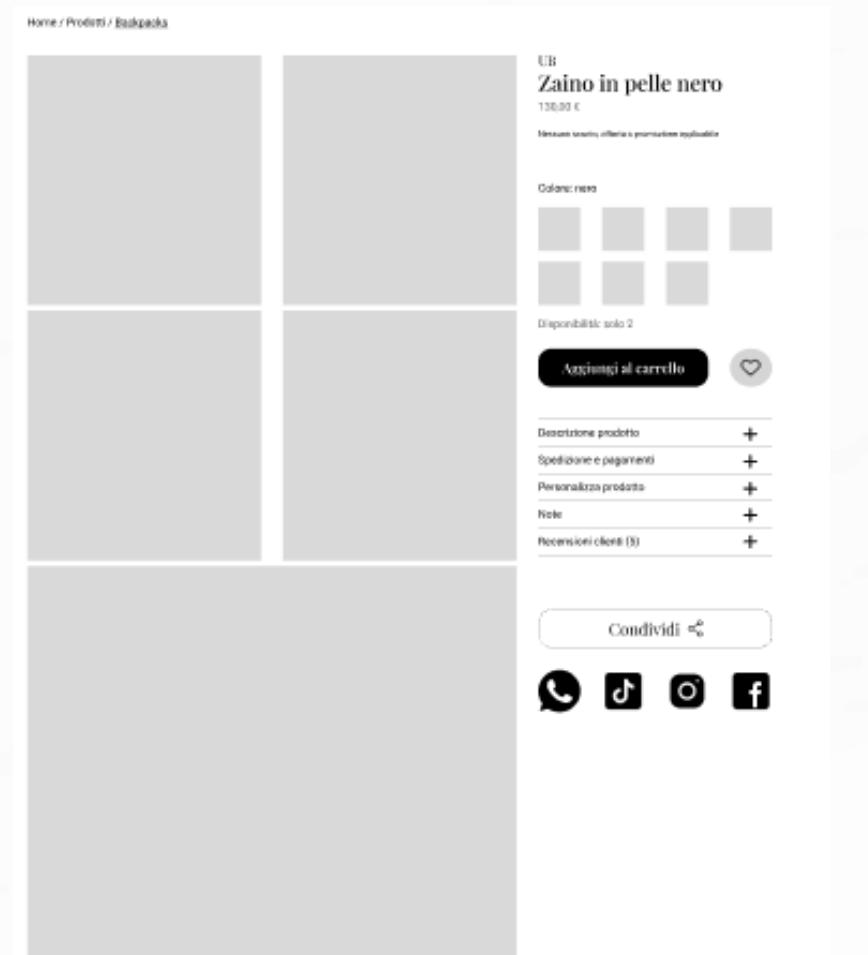
# Product page Changes

## Product Page Changes

- Riorganizzazione generale gerarchia testo.
- Aggiunto bottone Wishlist.
- Aggiunti Accordion “Descrizione prodotto”, “Spedizione e pagamenti”, “Personalizza prodotto”, “Note” Recensioni clienti”.
- Aggiunto bottone “Condividi” con rispettive icone.
- Aggiunta Color swatches.
- Aggiunta disponibilità prodotto.

## Motivazione

- Pagina più ordinata ed intuitiva.
- Facilita la pianificazione degli acquisti e l’usabilità.
- Organizzazione chiara della gerarchia delle informazioni e accesso rapido ai dettagli desiderati dall’utente.
- Migliora visibilità dei prodotti e favorisce il passaparola.
- Semplificazione processo di acquisto.
- Feedback immediato, incentivo all’acquisto e trasparenza.



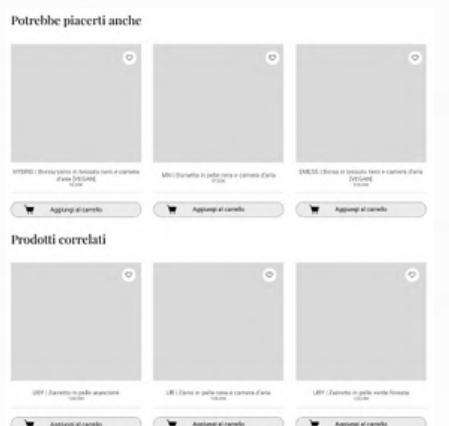
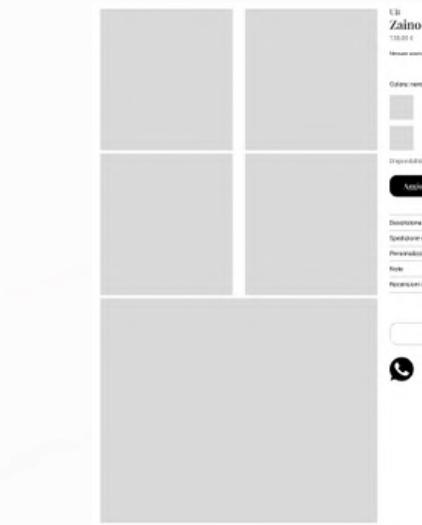
# Product page Changes

## Product Page Changes

- Aggiunte immagini multiple visibili non appena si accede alla page product.
- Aggiunta Carousel “Potrebbe piacerti anche” e “Prodotti correlati”.

## Motivazione

- Aumento della velocità di Navigazione, focalizzazione sull'estetica e sul prodotto.
- Semplifica la navigazione ed incrementa l'engagement.



# OPPORTUNITÀ EMERSE

Dopo aver creato i wireframe, ho “digitalizzato” le opportunità emerse sin dall'inizio del processo di low fidelity wireframing.

Questo approccio mi ha permesso di scoprire nuove soluzioni e miglioramenti che il customer journey non aveva evidenziato.

# WIREFLOW

Ho realizzato un Wireflow dettagliato che rappresenta, in modo chiaro e ordinato, tutte le azioni che un utente medio potrebbe compiere durante il processo di ricerca di un prodotto da acquistare sul sito di Ecodream.

L'obiettivo è offrire una panoramica completa e intuitiva dell'esperienza utente, mettendo in luce eventuali punti di forza e aree di miglioramento.

Link Figma:

<https://www.figma.com/design/bz6yvXhXREkPM4L5lK4N1u/Wireflow?node-id=0-1&t=8OdMxxx1jYgdywk1-1>

# 1

- Esplora la Homepage.
- Navigando nel sito, l'interesse dell'utente aumenta progressivamente, fino a portarlo a scegliere il modello "Handbags".

Selezione il modello che desideri!

[vedi tutti i modelli](#)



**Handbags**

Una borsetta a tracolla pratica e sostenibile, ideale per l'uso quotidiano. Confortevole, compatta e unisex, con linee semplici che la rendono versatile per diversi outfit e situazioni.



**Backpacks**

Uno zainetto compatto e sostenibile, ideale per oggetti quotidiani, libri e dispositivi, perfetto per università e lavoro. Il design essenziale ma ricercato lo distingue come accessorio.



**Hybrid  
Convertible bag**

È la borsa/zaino sostenibile, un modello convertibile nato dall'esigenza di proporre un prodotto esteticamente minimale ma da elevate potenzialità funzionali.

### Testimonianze

Ottimo

★★★★★  Verificata

4,5 stelle sulla base di 250 recensioni



 Alta qualità

Qualità e design eccellenti. Elegante e resistente, realizzata con materiali riciclati. Soddisfatta del supporto a un brand sostenibile. Consigliatissima!

 Design elegante

Ottima qualità e design elegante. Avrei preferito più scomparti interni. Comunque, un buon acquisto!

 Prezzo troppo alto

La borsa è bella, ma non mi ha colpito per funzionalità e comfort. Prezzo alto per il valore.

# 2

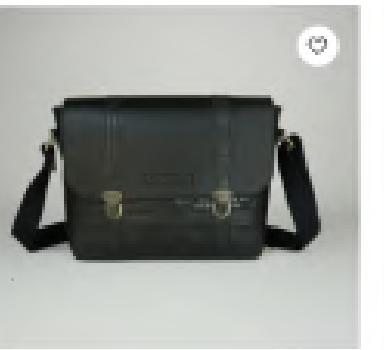
- Sfoglia le varie borse e trova un modello che fa al caso suo.



MN | Borsetta in pelle rosso-mattone  
169,00€



MN | Borsetta in pelle verde  
169,00€



MN | Borsetta in pelle nera e camoscio chiaro  
169,00€



MN | Borsetta in pelle antracite effetto  
invecchiato  
169,00€



MIA | Borsetta in pelle grigia  
169,00€



MN | Borsetta in pelle grigio metallizzato  
169,00€

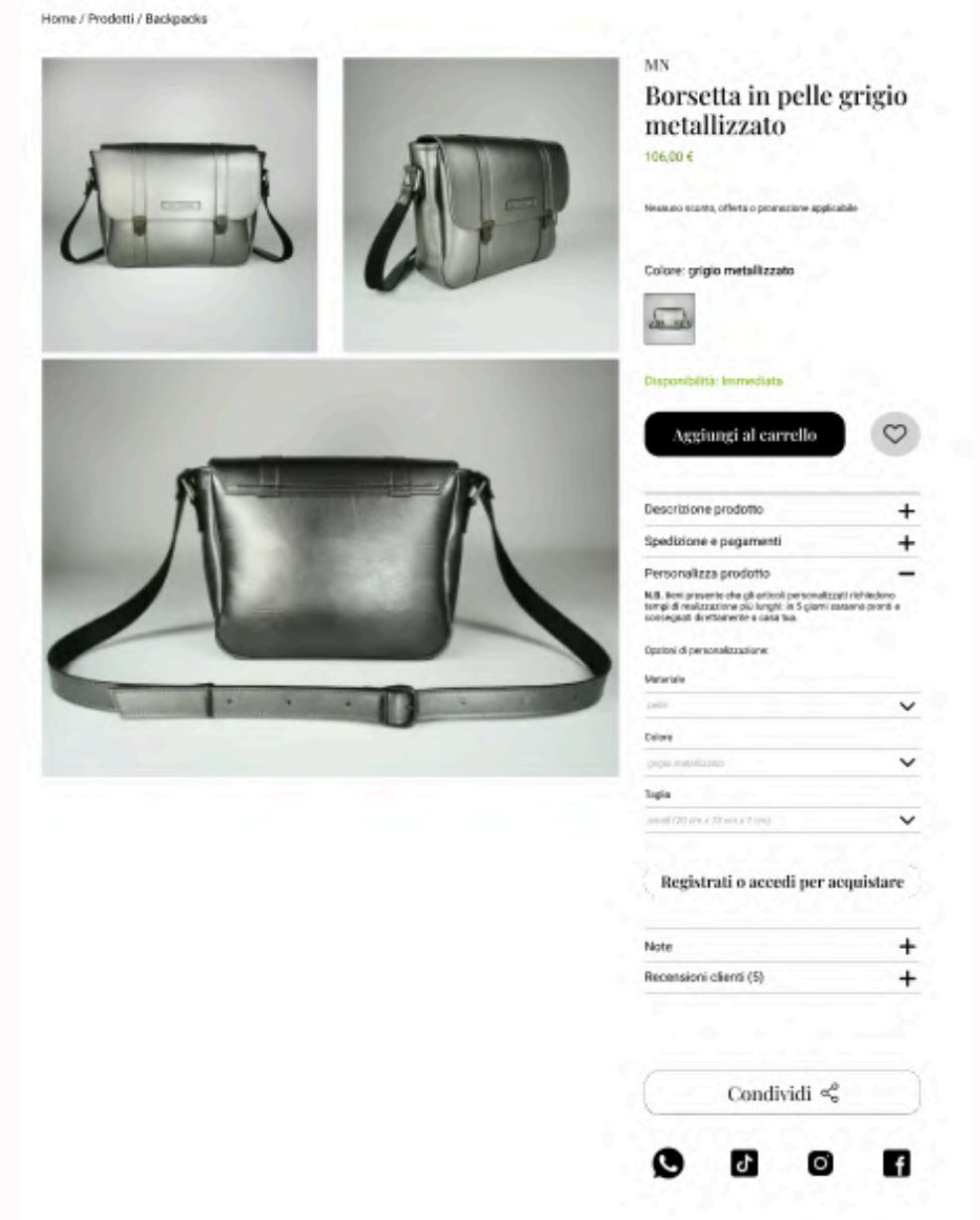
Aggiungi al carrello

Aggiungi al carrello

Aggiungi al carrello

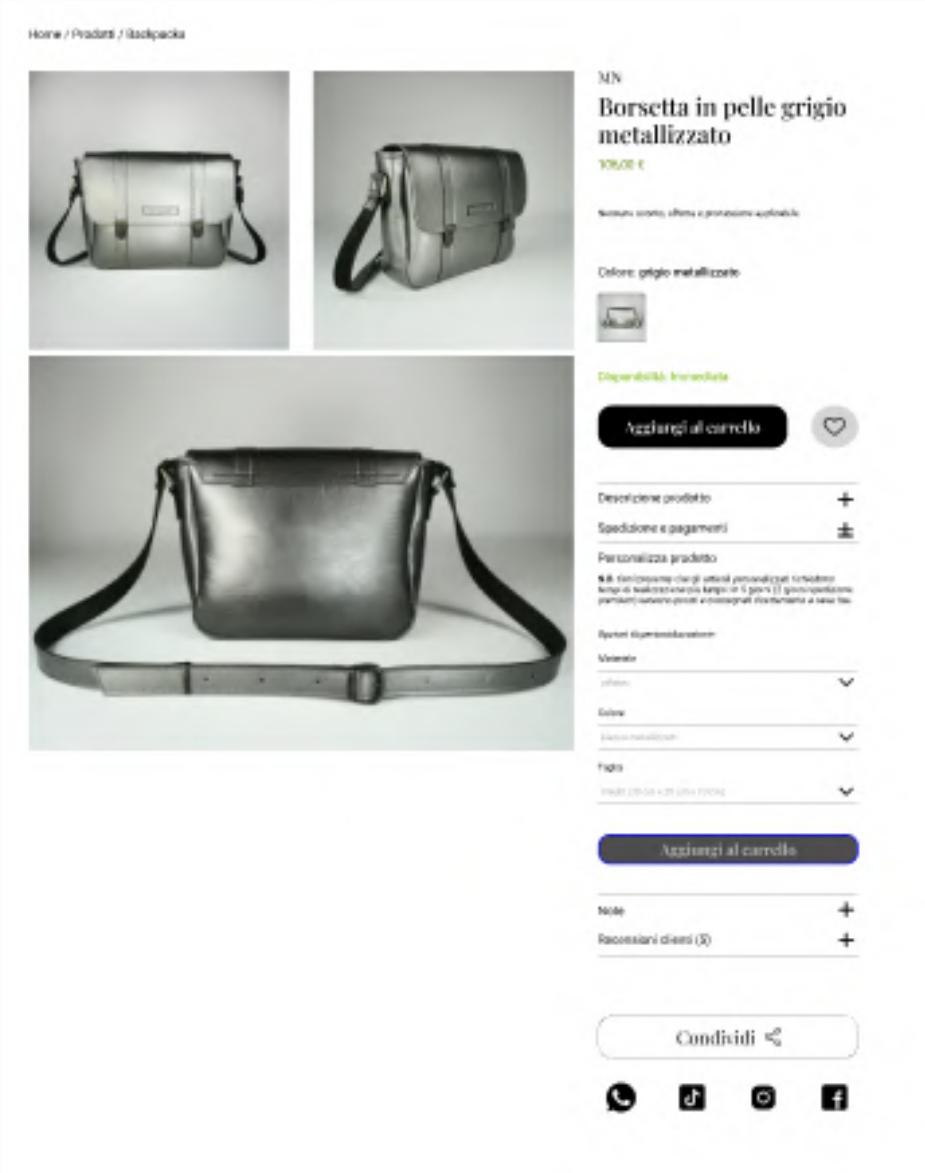
# 3

- Accede alla pagina prodotto e vede l'opzione personalizzazione.
- Di conseguenza decide di esplorare la funzionalità.



# 4

- Seleziona la personalizzazione che preferisce.
- Clicca sul pulsante “Registrati o accedi per completare l’acquisto”



# 5

- Viene reindirizzato alla pagina di accesso, dove procede a inserire il proprio indirizzo email.



# 6

- Inserisce i suoi dati per completare la registrazione e preme su “Continua”.

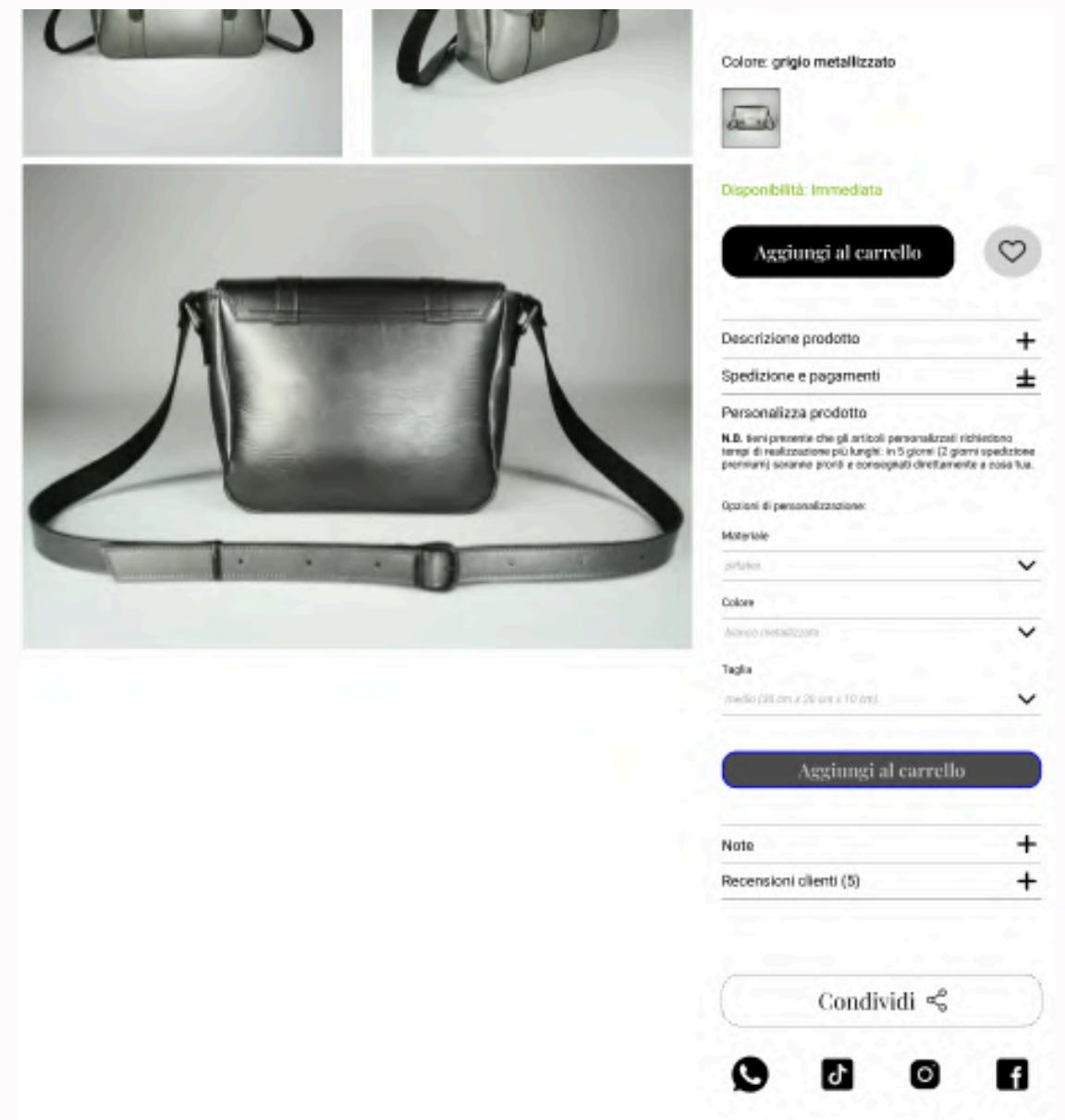
The screenshot shows a registration form for 'ecodream'. At the top right, the 'ecodream' logo is displayed. Below it, a sub-instruction reads: 'Inserisci la tua e-mail per registrarti o accedi al tuo account.' A note below says: 'Inserisci il codice che ti abbiamo inviato sull'email giulia.rossi@gmail.com'. The form is divided into two main sections: 'Codice' and 'Indirizzo'.  
**Codice:** Contains fields for 'Nome' (Giulia), 'Cognome' (Rossi), and 'Data di nascita' (30/05/2004).  
**Indirizzo:** Contains fields for 'Nome' (Giulia), 'Cognome' (Rossi), 'Indirizzo' (Via Giuseppe Mazzini, 45), 'Facoltativo' (Aggiungi Azienda, app., Interno, Unità), 'Cap' (00123), 'Città' (Roma), 'Paese/regione' (Italia), and 'Numero telefonico' (+39 3332607976).  
At the bottom, there are two checkboxes:

- Continuando, accetti [l'informativa sulla privacy](#) e le condizioni d'uso di Ecodream.
- Desidero ricevere comunicazioni promozionali e offerte speciali.

A large blue 'Continua' button is located at the bottom right of the form area.

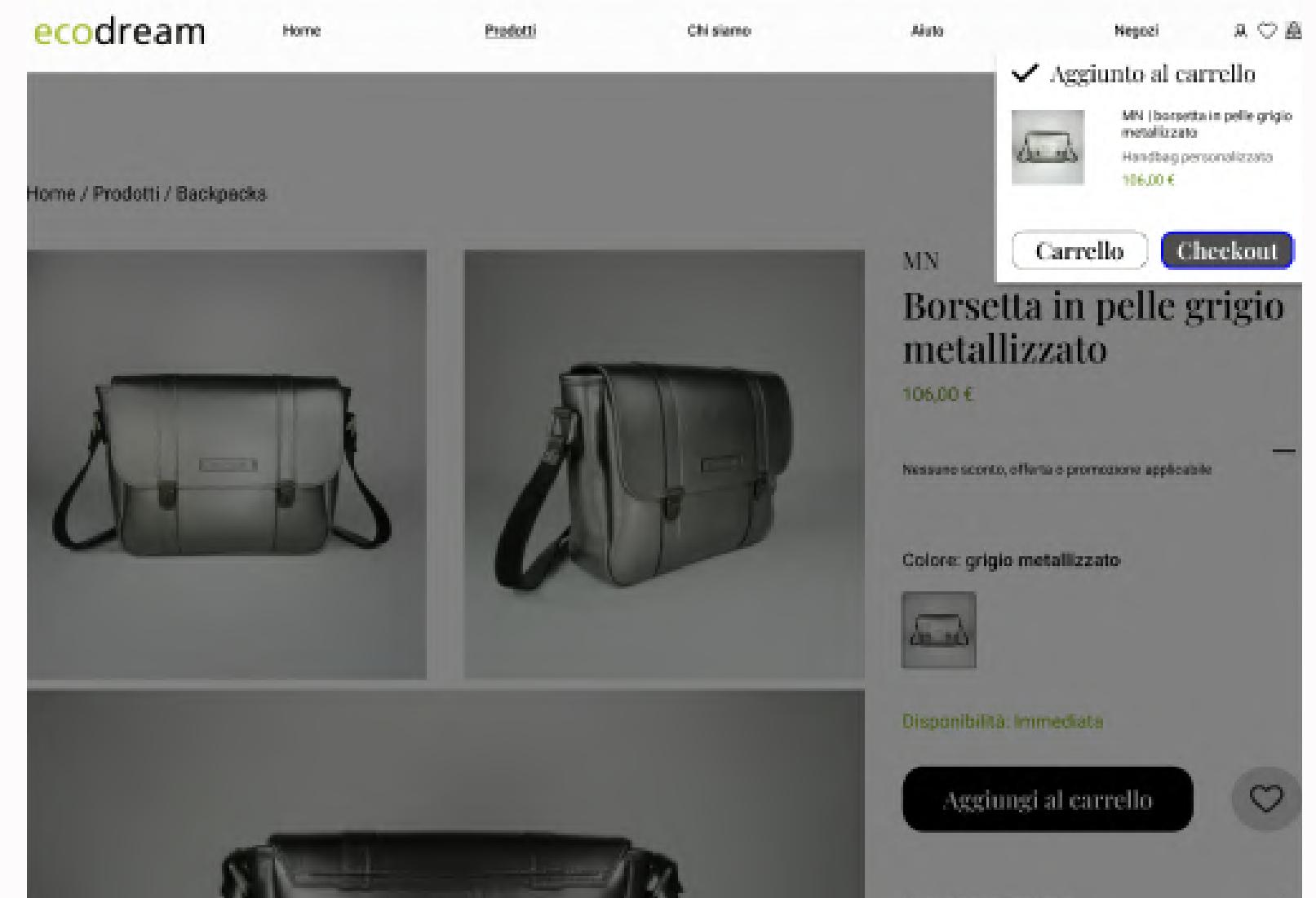
# 7

- Dopo essere stato reindirizzato nuovamente alla pagina del prodotto con la personalizzazione già selezionata, aggiunge la borsa al carrello.



# 8

- Prosegue verso la pagina di checkout.



# 9

- Sceglie l'opzione di spedizione gratuita e procede con il pagamento.



# 10

- Inserisce il codice “PRIMOORDINE” e ottiene la spedizione premium gratuita.
- Seleziona i dati della carta già salvati e completa l’acquisto.

The screenshot shows a payment page for 'ecodream'. At the top right, the 'ecodream' logo is displayed. Below it, the word 'Pagamento' is centered. Underneath, there's a section for 'Paese regione di fatturazione' with 'Italia' selected and a 'Modifica' link. A note says 'Clicca sul riguardo per inserire una Gift Card o un codice promozionale.' followed by a checked checkbox. A 'Giftcard' input field has a placeholder 'Giftcard' and an 'Applica' button. Below this, a 'Codice Promozionale' input field contains the text 'PRIMOORDINE' with an 'Applica' button next to it. A note below says 'Codice promozionale applicato! Spedizione premium gratuita.' Under 'Selezione metodo di pagamento', there are five radio buttons: 'Carta di credito o debito' (selected), 'Paypal', 'Pay', 'GPay', and 'iPay'. A section titled 'Metodi di pagamento salvati' shows a card entry for 'Visa (9451)' with fields for 'Numero di carta' (XXXX XXXX XXXX 9451), 'MM/AA' (09/32), and 'CVV' (466). Buttons for 'Dove trovare il CVV?' and 'Aggiungi nuova carta' are present. At the bottom right is a large blue 'Acquista' button.

# 11

- Verifica il subtotale dell'ordine e decide di continuare con gli acquisti.

The screenshot shows a confirmation page from the website 'ecodream'. At the top right, it says 'Acquisto completato con successo!' (Purchase completed successfully!). Below this, there's a section titled 'Riepilogo ordine:' (Order summary). The summary details the following items:

Prodotto	Quantità	Prezzo
Borsa personalizzata	1	106,00 €
Spedizione premium	1	5,50 €
<b>Subtotale</b>		<b>106,00 €</b>

Below the summary, there are three small links: 'Traccia l'ordine', 'Iscriviti alla newsletter', and 'Condividi il tuo acquisto!'. At the bottom right of the page is a blue button with white text that says 'Continua con gli acquisti'.

# Riepilogo



Ho eseguito un **esercizio preliminare** per replicare il sito di **ID.Eight** nel miglior modo possibile e successivamente ho redatto un razionale che descrive la struttura del sito e le **motivazioni** che, a mio parere, hanno guidato le scelte degli **sviluppatori**.

Ho poi realizzato cinque **wireframe** ad **alta fedeltà** per diverse pagine del sito: Homepage, Chi siamo, Shop, Pagina prodotto e Login.

I **wireframe** sono stati progettati tenendo conto delle **migliorie** emerse durante l'analisi del customer journey e dello sviluppo dei wireframe low fidelity, con particolare attenzione alla griglia realizzata. Ogni pagina riflette le soluzioni innovative scoperte, **ottimizzando** l'interfaccia e migliorando l'esperienza utente.

Successivamente, ho creato un **Wireflow** che mostra il percorso eseguito dall'utente per acquistare un prodotto, evidenziando ogni azione compiuta durante il processo.

Questo passaggio è stato **essenziale** per **comprendere** come gli utenti interagiranno con le varie sezioni, permettendo di identificare ulteriori **aree di miglioramento** e garantendo un'esperienza complessiva più fluida e soddisfacente.

- 49



**start2impact**  
UNIVERSITY

# THANK YOU

28 novembre 2024

**Andrea Alberici**



320 154 2075



andreaalberici317@gmail.com