

# **Progettazione e Sviluppo di siti web con focus sull'esperienza utente (UX/UI) PARTE 1**

## **Esercizio 1. Creazione delle Personas**

### **Persona 1. Laura Martini**

- Età: 34 anni
- Professione: Consulente di immagine freelance
- Località: Milano

#### **Background:**

Laura lavora nel settore moda da oltre 10 anni. È appassionata di stile minimalista e attento all'ambiente. Collabora con brand e clienti privati, curando il loro guardaroba e l'immagine professionale.

#### **Bisogni e obiettivi:**

- Scoprire brand che uniscono estetica sofisticata e sostenibilità
- Acquistare abiti di alta qualità che durino nel tempo
- Offrire ai suoi clienti alternative etiche e raffinate
- Restare aggiornata sulle nuove collezioni e tendenze slow fashion

#### **Comportamenti online e dispositivi utilizzati:**

- Naviga da laptop durante il lavoro e da smartphone nel tempo libero
- Usa Instagram e Pinterest per ispirazioni di stile
- Legge newsletter di moda e articoli su blog di settore
- È sensibile alla navigazione veloce e intuitiva, e apprezza contenuti visivi d'impatto

### **Persona 2. Marco De Santis**

- Età: 42 anni

- Professione: Imprenditore nel settore tech
- Località: Roma

#### Background:

Marco è attento alla sostenibilità, anche nelle sue scelte di acquisto. Predilige prodotti esclusivi e autentici, ed è disposto a pagare di più per qualità e valori condivisi. Cerca comodità nello shopping online.

#### Bisogni e obiettivi:

- Trovare capi di abbigliamento eleganti, versatili e sostenibili
- Acquistare online in modo sicuro e semplice
- Supportare realtà emergenti e trasparenti
- Ricevere suggerimenti personalizzati senza perdere tempo

#### Comportamenti online e dispositivi utilizzati:

- Usa smartphone per la maggior parte delle ricerche e acquisti
- Consulta recensioni e guide all'acquisto prima di comprare
- Naviga spesso su siti di moda maschile premium
- Apprezza interfacce pulite, tempi di caricamento rapidi, e schede prodotto dettagliate.

## **Esercizio 2. Struttura dell'informazione**

#### Obiettivo del sito:

Permettere a Laura di esplorare facilmente il brand, scoprire nuove collezioni sostenibili e acquistare prodotti con facilità, mantenendo una forte identità visiva e trasmettendo i valori del marchio.

#### Struttura e Gerarchia delle Informazioni:

## 1. Home Page

- Hero con immagine ispirazionale e slogan
- Link diretti alle collezioni
- Sezione “Chi siamo” breve
- Vetrina di prodotti in evidenza
- Call to Action: *Scopri la nuova collezione*

## 2. Chi Siamo

- Storia del brand
- Filosofia sostenibile
- Materiali e processi produttivi

## 3. Shop Online

- Filtro per categoria (abiti, accessori, borse, ecc.)
- Filtro per taglie, colori, materiali
- Ricerca intelligente
- Wishlist e consigli personalizzati

## 4. Journal / Blog

- Articoli su moda sostenibile
- Interviste
- Consigli di stile
- Aggiornamenti sulle collezioni

## 5. Contatti / Customer Care

- Modulo di contatto
- Chat o e-mail per assistenza
- FAQ

## 6. Account Personale / Login

- Ordini
- Wishlist
- Preferenze utente

## 7. Footer (visibile su ogni pagina)

- Link a Privacy Policy, Cookie Policy, Termini e Condizioni
- Newsletter subscription
- Social media link
- Info legali e partita IVA

### Perché questa struttura migliora l'esperienza utente:

- Gerarchia visiva chiara: gli elementi più rilevanti
- Navigazione intuitiva: l'utente trova facilmente ciò che cerca senza perdersi in sottosezioni complesse.
- Contenuti visivi forti: immagini e lookbook parlano lo stesso linguaggio estetico della persona target.
- Valori trasmessi con trasparenza: la sezione “Chi siamo” e il blog aiutano Laura a fidarsi del brand.
- Funzioni smart: wishlist, filtri, ricerca e account migliorano l'usabilità e favoriscono il ritorno dell'utente.

## **Esercizio 3. Mobile First-Design**

### Tre siti web con un buon design responsive:

1. Everlane – [www.everlane.com](http://www.everlane.com)
2. COS – [www.cos.com](http://www.cos.com)
3. Patagonia – [www.patagonia.com](http://www.patagonia.com)

Tutti e tre sono brand di moda con un forte orientamento alla sostenibilità e un design moderno e funzionale, ideali da analizzare per ispirarsi al sito di Andina Luxe.

#### Punti di forza del design mobile-first:

1. Navigazione semplice e ottimizzata per touch:
  - Menù hamburger intuitivi
  - Pulsanti grandi e ben distanziati
  - Accesso rapido alle sezioni principali (Shop, Novità, Account)
2. Contenuti visuali ottimizzati:
  - Immagini leggere, adattabili a diverse risoluzioni
  - Layout a scorrimento verticale (scroll fluido e naturale)
  - Focus su immagini prodotto in primo piano
3. Performance e velocità:
  - Tempi di caricamento rapidi su rete mobile
  - Priorità ai contenuti essenziali
  - Riduzione di elementi superflui (es. animazioni complesse)
4. Esperienza utente coerente:
  - Stesso stile, font, colori e tono sia su mobile che su desktop
  - Ma con una gerarchia adattata per schermi più piccoli

#### Conclusione:

Il mobile-first design non è solo una scelta tecnica, ma una strategia per mettere l'esperienza utente al centro, soprattutto oggi che gran parte del traffico web arriva da dispositivi mobili.

Prendere esempio da questi brand aiuta a progettare siti accessibili, leggeri, belli da vedere e facili da usare in qualsiasi contesto.