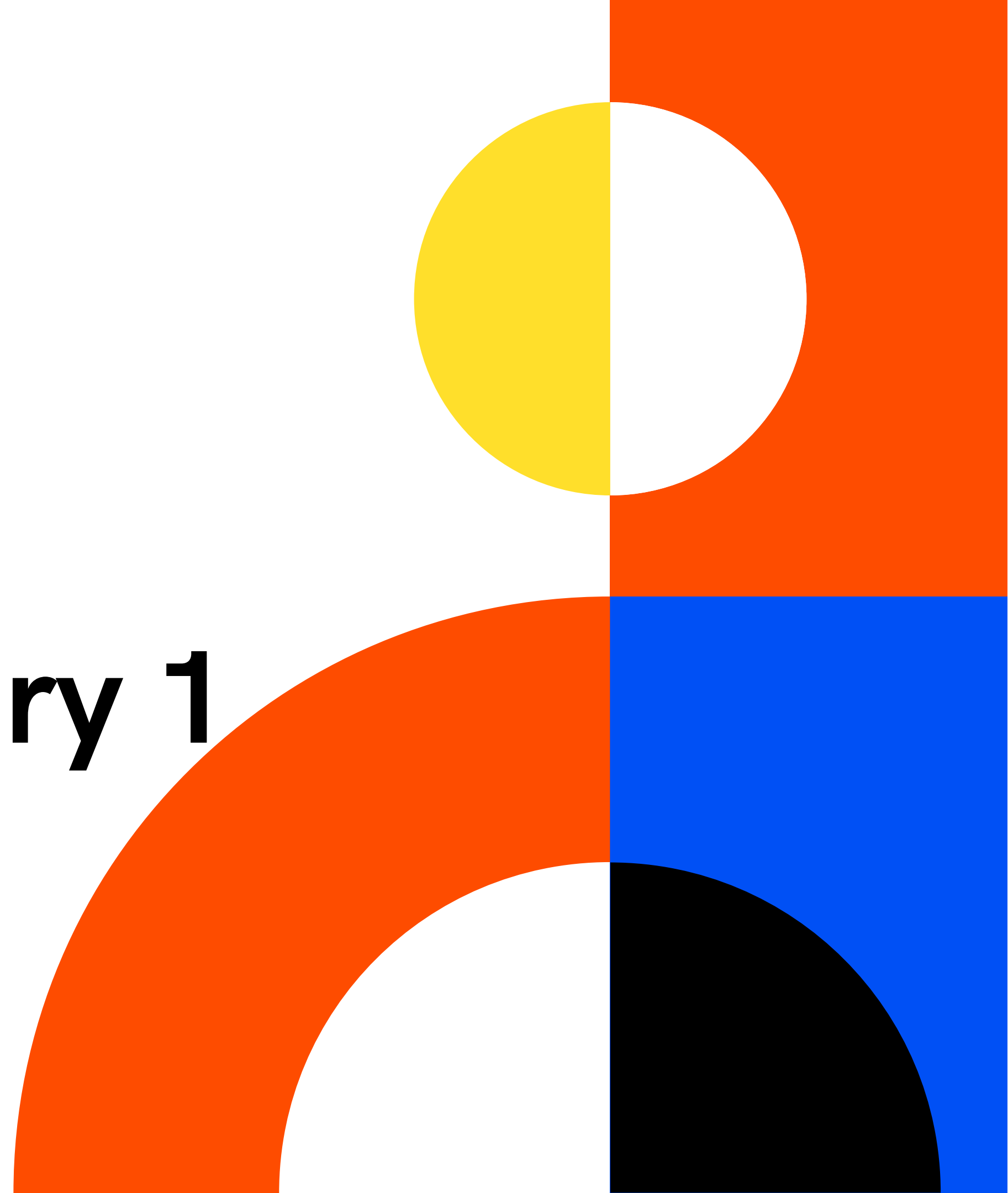


# Jojob RT

## Progetto Discovery 1

ALFONSO DI RUSSO



# INDICE

<b>Come nasce</b>	pag. 1-2
<b>Analisi euristica</b>	pag. 3-6
<b>Usabilità</b>	pag. 7
<b>Sitemap</b>	pag. 8
<b>Le pagine</b>	pag. 9-11
<b>Competitor diretti</b>	pag. 12
<b>Competitor indiretti</b>	pag. 13
<b>Features inventory</b>	pag. 14-15
<b>Aspetti da migliorare</b>	pag. 16
<b>Il target</b>	pag. 17
<b>Il sondaggio</b>	pag. 18-23
<b>Insights emersi</b>	pag. 24
<b>Conclusioni</b>	pag. 25

# COME NASCE

**Bringme Srl** è la società nata dall'omonimo progetto lanciato nel 2011 “Bringme Carpooling & Autostop” da **Gerard Albertengo**, founder ed attualmente **amministratore delegato** rendendolo uno dei primissimi portali di **carpooling** in Italia arrivando a superare quota 17.000 offerte di passaggio a settimana.


Unitamente al portale web, Bringme è stato il **primo servizio di carpooling al mondo** a dotarsi di un'**applicazione mobile** in grado di certificare la **compresenza in auto di uno o più passeggeri**. Tale innovazione, ai tempi basata su tecnologia Bluetooth, ha consentito alla startup di essere accolta in incubazione presso il prestigioso Incubatore delle Imprese Innovative del Politecnico di Torino, I3P.

Nel 2013 la **startup** crea la società di capitali Bringme Srl con l'apporto di un **seed investment** da parte di un fondo italiano. Nello stesso anno Bringme diviene fornitore di un servizio dedicato di carpooling per l'Università Sapienza di Roma gestendo le esigenze di pendolarismo degli studenti universitari.

Da queste esperienze **nasce** a fine 2014 **Jojob**, un servizio completamente studiato e progettato per rispondere alle esigenze dei **pendolari** che quotidianamente percorrono la tratta **casa-lavoro**.

Jojob verrà testato da due aziende, una in Piemonte e l'altra in Toscana, per circa 4 mesi.

A marzo 2015 Jojob viene ufficialmente **commercializzato** ed a fine anno erano già 29 le grandi aziende in Italia che utilizzavano il servizio.



Ad inizio 2016 la startup ottiene in sole 48h un **secondo aumento di capitale** consentendole di incrementare l'organico interno e rafforzare le competenze tecniche e tecnologiche. Durante l'anno viene rilasciata la **versione 2.0** di Jojob e a fine 2016 le aziende aderenti in Italia superano quota 75.

L'inizio del 2017 vede nuovamente la startup coinvolta in un importante aumento di capitale che consentirà a Jojob di rilasciare la versione 3.0 e **aumentare il team interno** fino a 14 persone full time e vedrà **aderire** a Jojob oltre **150 grandi aziende**.

Nel 2018 viene lanciato Jojob Bici e piedi e a settembre nasce il progetto ColleghiAmo Genova con oltre 2.500 viaggi condivisi e 5.000 auto lasciate a casa in meno di un mese, nasce Jojob Avete e Jojob Survey. L'anno successivo **Bringme Srl** diventa **Società di Benefit** consentendo l'ingresso di nuovi investitori e facendo registrare un anno record con 832.357 tonnellate di CO2 6.402.757,7 km risparmiati, 1.302.147€ di risparmio. Jojob cresce anche in **Spagna**.

Il 2020 è l'anno del nuovo **Jojob Real Time Carpooling** e #ColleghiAmoLavoro consentendo di risparmiare 432 tonnellate di CO2 e 761.043€. Viene lanciata anche la **campagna** di sensibilizzazione **#carEpooling**

Nel 2021 Bringme Srl SB diventa una **B Corp**: questo atto è una presa di coscienza della connessione tra le persone, la natura, i comportamenti e le conseguenze sia a livello globale che all'interno della comunità dell'azienda stessa.

# ANALISI EURISTICA

## #1: VISIBILITÀ DELLO STATO DEL SISTEMA

### Pro

- le **categorie principali** si trovano nel **header**
- trattandosi di un sito principalmente di presentazione le **categorie** hanno una **buona suddivisione**
- passando il  **cursore** e cliccando sulla **categoria**, una volta entranti nella pagina, il nome della categoria viene **evidenziato** di colore **verde** così da rendere facilmente comprensibile dove ci troviamo
- passando il  **cursore** sopra i **pulsanti** diventano più **grandi**
- durante lo **scrolling**, anche se effettuato velocemente riusciamo a **vedere tutti gli elementi**

### Contro

- alcune **pagine** sono **accessibili** solo dal **footer**
- quanto l'utente svolge determinate azioni non viene mostrata **nessuna informazione di caricamento**

## #2 CORRISPONDENZA TRA IL SISTEMA ED IL MONDO REALE

### Pro

- **linguaggio friendly** adatto al tipo di audience
- le **icone** utilizzate (anche se troppe) **sono in linea** con ciò che il testo esprime

### Contro

- alcuni **termini** possono essere **incomprensibili** per utenti **meno esperti** (Carpooling PSCL, #carEpooling, B Corp)
- alcune **label non** sono del tutto **chiare** ed in linea con il contenuto

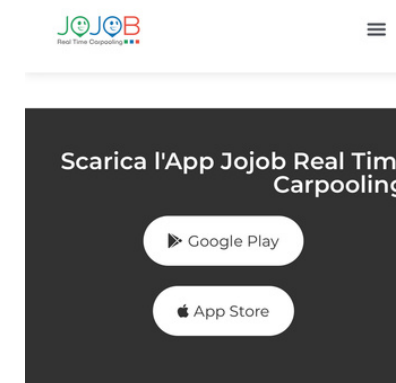
## #3 CONTROLLO E LIBERTÀ DELL'UTENTE

### Pro

- possibilità di **cambiare lingua**
- sito **Responsive**
- non ci sono **pagine** con apertura **automatica**
- l'utente può **approfondire** determinati **argomenti** solo se lo desidera

### Contro

- non ci sono **controlli** relativi all'**accessibilità**
- troppi **pulsanti** per svolgere la **stessa funzione**
- **mobile Responsive non** completamente **ottimizzata**



## #4 COERENZA E STANDARD

### Pro

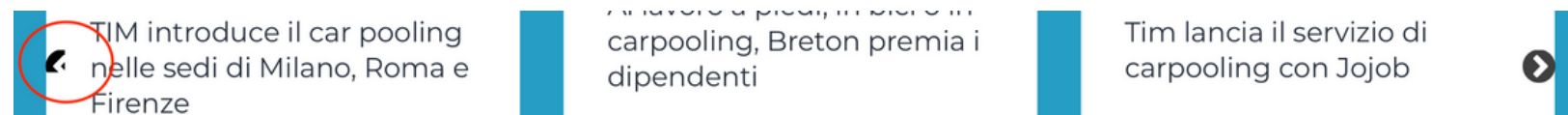
- il **sito** è in **linea** con gli altri **competitor**
- **contenuti validi** e credibili con accesso a fonti esterne
- i **contenuti giornalistici** hanno la **data** di **pubblicazione**

### Contro

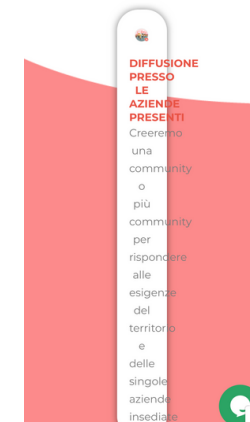
- alcune **sezioni non** sono **coerenti** nello **stile, forma e dimensioni**
- **pulsanti** che svolgono **stessa funzione** ma che hanno **forme diverse**



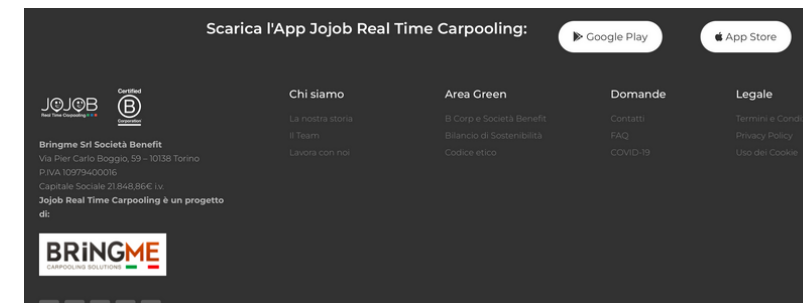
- nella sezione **Press**, passando il  **cursore** sulla **freccia** per fare slide tra gli articoli assume una **forma strana**



- nella sezione **Territori** (mobile) la formattazione della **Responsive** è **sbagliata**



- le **animazioni** nella versione mobile **non** rendono il sito **completamente fluido**
- nel **footer** la sezione in basso a sinistra **non è allineata**



- nella versione **mobile** i **breadcrumb** relativi agli articoli di stampa **non sono allineati** e coprono in parte l'immagine



## #5 PREVENZIONE DEGLI ERRORI

### Pro

- le **etichette** dei pulsanti sono **chiare**
- possibilità di **tornare indietro** se si intraprende un percorso sbagliato

### Contro

- **bottoni** con **scopi diversi** ma che **indirizzano** alla **stessa pagina**
- **procedure non** del tutto **chiare**, **troppi passaggi** per svolgere una determinata azione
- non ci sono **alert** o **messaggi di conferma**

## #6 RICONOSCIMENTO PIUTTOSTO CHE RICORDO

### Pro

- **titoli** pagina sempre **presenti** così da capire facilmente dove ci si trova

### Contro

- la **troppa** presenza di **icone** e immagini rendono la **lettura non** completamente **lineare**
- presente **troppo testo** in determinate sezioni
- **elevato** numero di button per eseguire la stessa funzione

## #7 FLESSIBILITÀ ED EFFICIENZA D'USO

### Pro

- **home** con **informazioni chiave**
- nella versione **mobile** le **categorie** si trovano sul lato destro accessibile tramite **menu hamburger button**

### Contro

- cliccando sui numeri per cambiare contenuto dei comunicati stampa viene ricaricata tutta la pagina
- le **animazioni** risultano **scattanti**

## #8 DESIGN ED ESTETICA MINIMALISTA

### Pro

- **icone** con grafica **minimal**
- **colori** della brand identity **usati correttamente**

### Contro

- **gerarchia non chiara**
- sito **troppo carico graficamente**
- le **animazioni** dei testi prima del caricamento presentano una **barra nera**

JojobRT

è l'alternativa di trasporto per i dipendenti

## #9 AIUTARE GLI UTENTI A RICONOSCERE, DIAGNOSTICARE E RECUPERARE DAGLI ERRORI

### Contro

- per gli errori di compilazione form non vengono forniti suggerimenti

## #10 AIUTO E DOCUMENTAZIONE

### Pro

- nel footer sono inseriti i termini e condizioni, privacy e cookie
- nel footer ci sono le FAQ, se non trovi risposta è possibile contattare via email
- nel footer c'è link a pagina contatti e norme covid
- sempre consultabile in basso a destro menu per live chat

### Contro

- **manca** numero per **contatto telefonico**
- non è disponibile **sitemap**



# USABILITÀ

La prima volta che si entra in contatto con **il sito NON risulta usabile ed intuitivo** facendo passare in secondo piano la sua funzione principale, ovvero **scaricare l'APP**.

## APPRENDIBILITÀ

A primo approccio il sito risulta **difficile da comprendere**

## EFFICIENZA

Le attività **NON si svolgono** in maniera **semplice e fluida**

## MEMORABILITÀ

Dopo aver lasciato il sito e tonarci successivamente **NON è facile ristabilire le competenze**

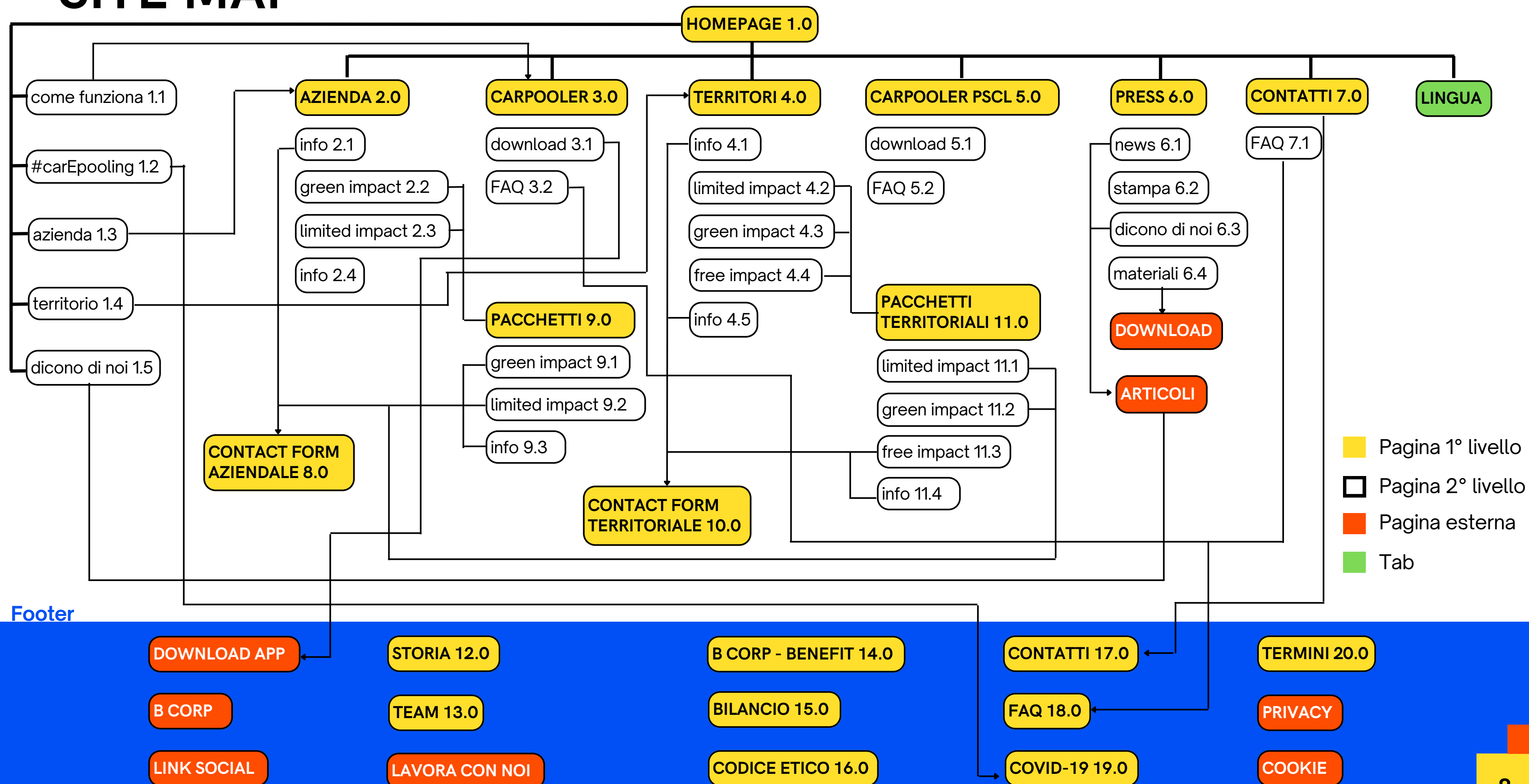
## ERRORI

**NON vengono fornite info adeguate** se si sbaglia a compilare il form di contatto

## SODDISFAZIONE

Nel complesso l'utilizzo del design tende a far risultare il sito troppo pesante e **NON del tutto piacevole da utilizzare**

# SITE MAP



# LE PAGINE

## 1.0 HOME

Strutturata a blocchi: troviamo i risultati raggiunti, come funziona, servizi, recensioni e collaborazioni

## 2.0 AZIENDA

Descrizione servizio, pacchetti offerti a confronto, certificazione B Corp e collaborazioni

## 3.0 CARPOOLER

Come funziona, rispetto per l'ambiente, download app e FAQ

## 4.0 TERRITORI

Come funziona, pacchetti a confronto, info e collaborazioni

## 5.0 CARPOOLER PSCL

Come funziona, collaborazioni e contact form

## 6.0 PRESS

Ultime notizie, comunicati stampa, dicono di noi, traguardi, download materiali e contatti stampa

## 7.0 CONTATTI

Email di contatto e FAQ

## LINGUA

Tab per scegliere lingua sito (italiano, inglese e spagnolo)

## 8.0 CONTACT FORM AZIENDALE

Pagina di contatto relativa alla sezione Azienda

## 9.0 PACCHETTI AZIENDA

I due pacchetti aziendali a confronto con possibilità di richidere maggiori informazioni

## 10.0 CONTACT FORM TERRITORIALE

Pagina di contatto relativa alla sezione Territori

## 11.0 PACCHETTI TERRITORI

I tre pacchetti territoriali a confronto con possibilità di richidere maggiori informazioni

## ARTICOLI

Link esterni ad articoli e recensioni

## DOWNLOAD

Link esterno a Google Drive per download loghi, articoli, video e premi

## DOWNLOAD APP

Presente nel footer di ogni pagina, due pulsanti per scaricare app (iOS, Android)

## BCORP

Logo Certificazione B Corp che porta alla pagina del sito B Corp

## SOCIAL LINK

Link esterni alle varie pagine social

## 12.0 STORIA

Pagina con storia dell'azienda, team e B Corp

## 13.0 TEAM

Il team, codice etico e le persone

## LAVORA CON NOI

Link esterno a LinkedIn

## 14.0 BCORP

Spiegazione su come si ottiene certificazione B Corp e cosa vuol dire società di benefit

## 15.0 BILANCIO

Download bilancio di sostenibilità, aree d'impatto, agenda 2030, archivio con possibilità di download

## 16.0 CODICE ETICO

Download codice etico, persone del tem

## 17.0 CONTATTI

Varie email di contatto e FAQ

## 18.0 FAQ

Email di contatto e domande più comuni

## 19.0 COVID-19

Indicazioni su norme COVID-19 e utilizzo del Green Pass

## 20. TERMINI

Pagina con tutte le clausole relative a termini e condizioni

## PRIVACY

Link esterno che porta a pagina con clausole trattamento dati privacy

## COOKIE

Link esterno con regole e clausole relative ai Cookie

# COMPETITOR DIRETTI

## MOVESION

<https://www.movesion.com>

Fondata nel 2014 leader in Europa nel settore della mobilità sostenibile, sviluppano, producono e commercializzano prodotti e servizi innovativi ad alto valore tecnologico per la mobilità delle persone e per il welfare aziendale. L'attività s'incentra sull'analisi e sulla pianificazione della mobilità Casa-Lavoro e Casa-Scuola, grazie al software proprietario Mobility Manager, ideato per studiare le abitudini di spostamento dei cittadini.

## COMOVEE

<https://www.comovee.com>

Nata nel 2012 in Germania, Comovee è un fornitore di soluzioni software di piattaforme di carpooling per aziende, comuni ed eventi per consentire il ridesharing tra i pendolari durante il tragitto verso il lavoro. I clienti includono P&G, Intel, SAAB ecc. Inoltre, fornisce l'amministrazione centralizzata dei viaggi di lavoro tra i reparti e rapporti in tempo reale con l'utilizzo del veicolo, le emissioni di viaggio, i potenziali di risparmio attraverso la condivisione delle corse e altre statistiche sulla mobilità.

## BEPOOLER

<https://www.bepooler.com>

BePooler nasce in Svizzera nel 2015 dalla semplice ma innovativa idea di fornire alle imprese e ai singoli utenti un modo veloce e sicuro per condividere il viaggio verso il proprio luogo di lavoro, riducendo così il traffico, le spese, l'utilizzo di veicoli privati e l'inquinamento urbano. Il successo del progetto ha permesso a BePooler di aprire anche in Italia nel 2016, affermandosi come modello di welfare per aziende, di sostenibilità per i Comuni e di soddisfazione per i dipendenti che ne usufruiscono.

# COMPETITOR INDIRETTI

## UBER

<https://www.uber.com>

Due amici statunitensi all'uscita da una conferenza svoltasi a Parigi si trovano ad avere bisogno di un taxi e ad attendere a lungo senza trovarne di disponibili. Si rendono conto che è un problema che spesso si verifica anche nella loro città, ed è così che Travis Kalanick (fondatore) Garrett Camp iniziano a pensare a quanto sarebbe comodo poter avere un'app fatta apposta per rispondere alle necessità di chi ha bisogno di un mezzo per spostarsi comodamente in città, ma non ha a disposizione un'auto. Nel 2008 nasce Uber.

## LYFT





















































































<https://www.lyft.com>

La società di rete di trasporti Lyft è stata fondata nel 2007 da due imprenditori: John Zimmer e Logan Green. All'inizio si chiamava Zimride ed era specializzato nella ricerca di conducenti e passeggeri per viaggi congiunti a lunga distanza. Nel 2012 ha lanciato il suo servizio di viaggi a breve distanza Lyft. Questa direzione crebbe rapidamente e divenne la principale. Di conseguenza, entro un anno, Zimride è stata ribattezzata Lyft e l'attenzione si è spostata sul trasporto intracity.
































































## BLABLACAR

<https://www.blablacar.it>

BlaBlaCar è la rete di trasporto costruita dalla community più importante al mondo, che consente a oltre 90 milioni di utenti di condividere un viaggio in 22 paesi. BlaBlaCar sfrutta un'apposita tecnologia per riempire i posti vuoti lungo il tragitto, mettendo in contatto gli utenti che offrono o cercano un passaggio, o che desiderano viaggiare in autobus, al fine di offrire esperienze di viaggio più pratiche e convenienti in compagnia di altre persone. La rete di mobilità di BlaBlaCar, rispettosa dell'ambiente e attenta alla dimensione umana, genera un risparmio di 1,6 milioni di tonnellate di CO2 e crea 120 milioni di interazioni sociali all'anno.

							
Registrazione							
Home ordinata							
Live chat supporto							
Link app							
Sort by/filtri							
Search bar							
Carpool privati							
Suggerimenti viaggio							
Cronologia							
Chat tra utenti							
Movimetno in tempo reale							



							
Offerte/sconti							
Abbonamento mensile							
Condivisone posizione in tempo reale							
Accessibilità							
Traduttore in tempo reale							
Possibilità di scegliere veicolo elettrico							
Altri mezzi (bici, monopattini)							
Servizio di food delivery							

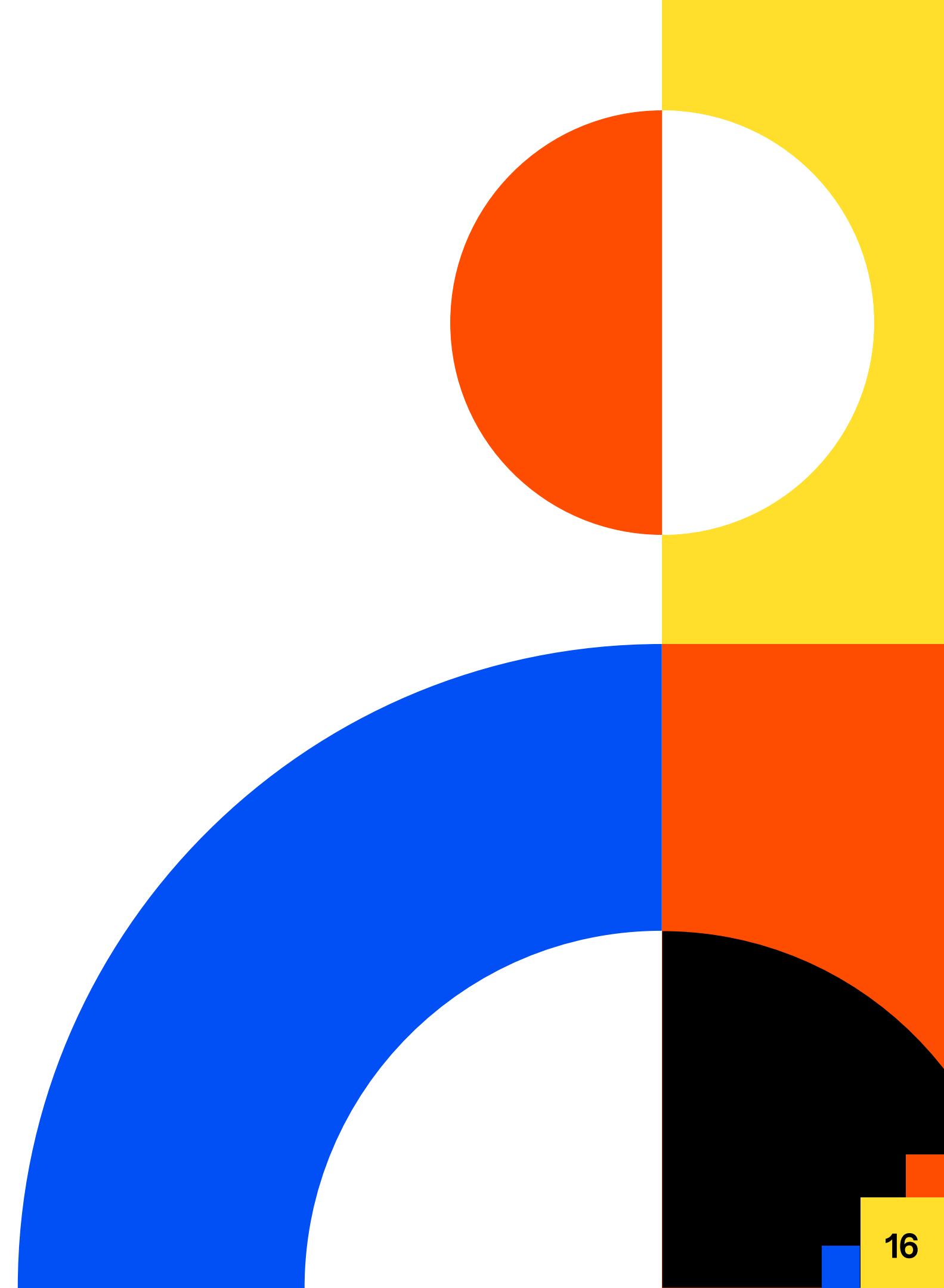
# ASPETTI DA MIGLIORARE

A livello **grafico** il sito ha **molto da migliorare**: troppo utilizzo di icone ed animazioni non rendono la fruizione e la lettura piacevole.

La **sitemap** è molto **complessa** e intersecata per svolgere **azioni inutili** o che rimandano sempre alla **stessa funzione**.

L'**app** potrebbe migliore **aggiungendo features** di **live tracking** consentendo all'utente di vedere in tempo reale dove si trova il conducente ed il tempo stimato di arrivo.  
Inoltre inserendo una **cronologia** degli **spostamenti** effettuati l'utente può risalire ad un determinato itinerario effettuato in un certo giorno a seconda delle sue esigenze.

La vision dell'azienda si è concentrata solo ed esclusivamente sui **clienti aziendali** e non quelli privati: questo gli ha consentito di specializzarsi nel **settore business** diventando **punto di riferimento**. Così facendo hanno chiuso la possibilità di potersi **espandere** anche nel **settore privato** tagliando fuori moltissime persone che utilizzano il carpooling.



# IL TARGET

Per individuare il **target** ed indirizzare la **survey** ho raccolto informazioni su vari **articoli online**, letto le **recensioni** pubblicate sul loro **sito** e le varie **pagine social** e analizzato i **feedback** sui vari **store per app**.

## CHI LO UTILIZZA

L'**utente medio** a cui Jojob si rivolge è il **dipendente** di un'azienda che ogni giorno segue lo **stesso itinerario** per recarsi a lavoro.

## ETÀ

La fascia di **età** è compresa tra i **25** e **50 anni**.

## GENERE

Prevalentemente **uomini**, ma con un forte **incremento** delle **donne** negli ultimi anni.

## TECNOLOGIA

Gli utenti che utilizzano il servizio e hanno **dimestichezza** nell'uso della **tecnologia** sono in maggioranza **giovani**.

## ECONOMIE

Parliamo di **lavoratori** con uno **stipendio medio** che fanno più **attenzione** al **lato economico**.

## GEOGRAFIA

Il carpooling viene utilizzato **maggiormente** nel **nord Italia**.

## COSA NE PENSANO

Leggendo le **recensioni** tra i vari **social** e **store**, sono tutti abbastanza **soddisfatti** nella fruizione del servizio di carpooling in generale, del risparmio economico e di quello ambientale.

# IL SONDAGGIO

## OBIETTIVI DEL SONDAGGIO

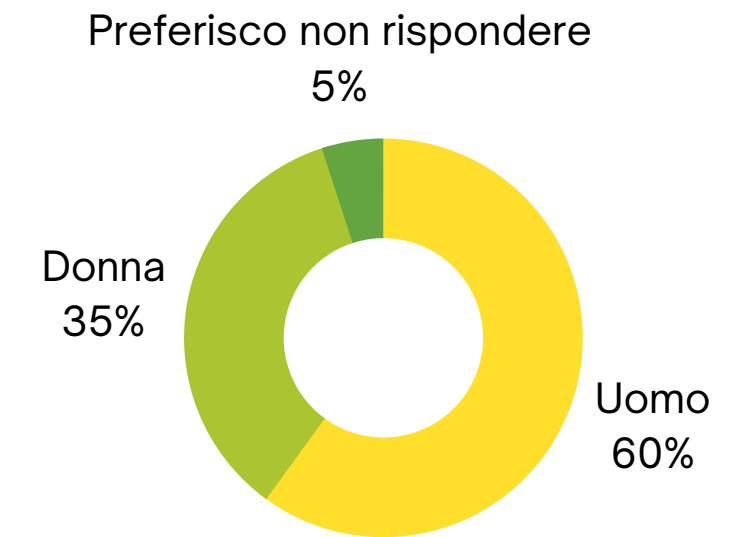
Ho deciso di **raccogliere dati** tramite una **Survey** con **domande** sia a **risposta aperta** che **chiusa** al fine di comprendere meglio alcuni aspetti che ritengo fondamentali per **migliorare** l'interfaccia del **sito** e per **sviluppare** ed **aggiungere** nuove **funzioni** nell'**app** posizionando i vari **elementi** al fine di avere una **gerarchia** chiara e precisa.

*Prima di rispondere alle domande ho chiesto di dare un'occhiata al sito [www.jojobrt.com](http://www.jojobrt.com) e di provare a navigare esplorando le pagine.*

## #1 Genere

### Opzioni disponibili

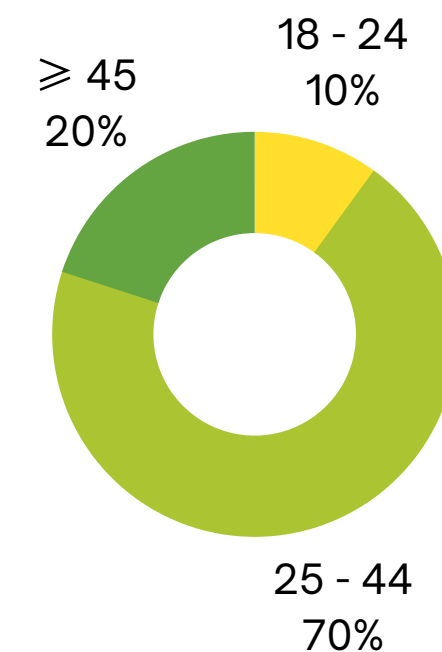
- Uomo
- Donna
- Preferisco non rispondere



## #2 Età

### Opzioni disponibili

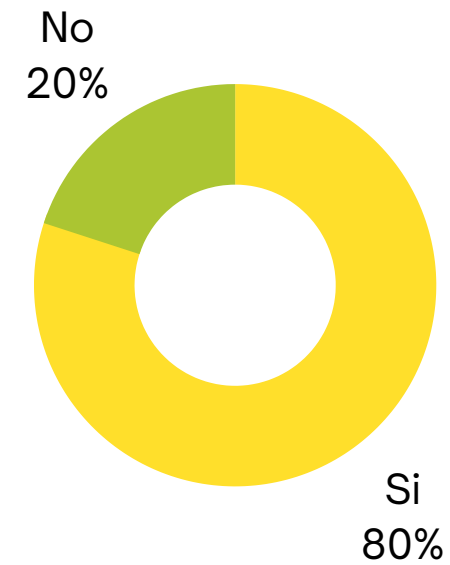
- 18-24
- 25-44
- $\geq 45$



### #3 Hai mai utilizzato un servizio di carpooling?

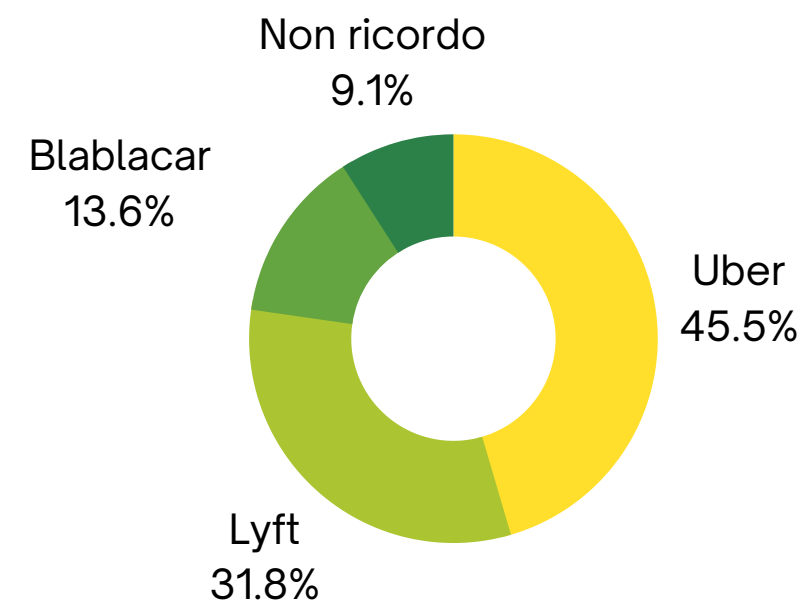
Opzioni disponibili

- Si
- No



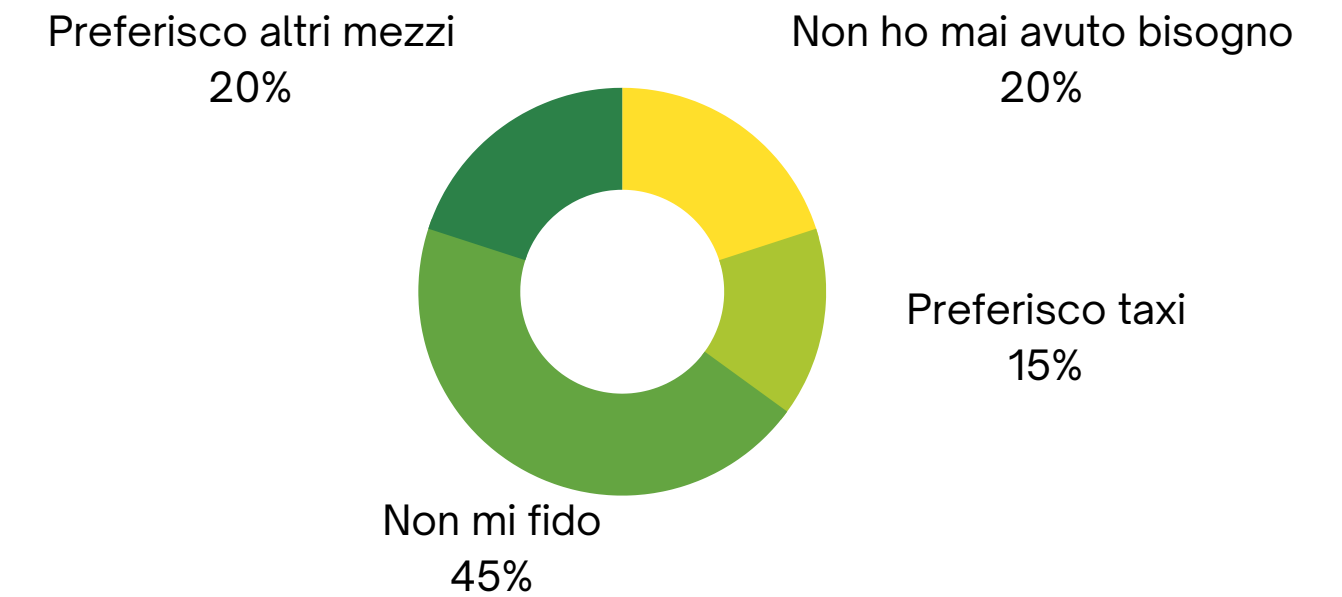
### #4 Se hai risposto SI, quale?

Risposta aperta



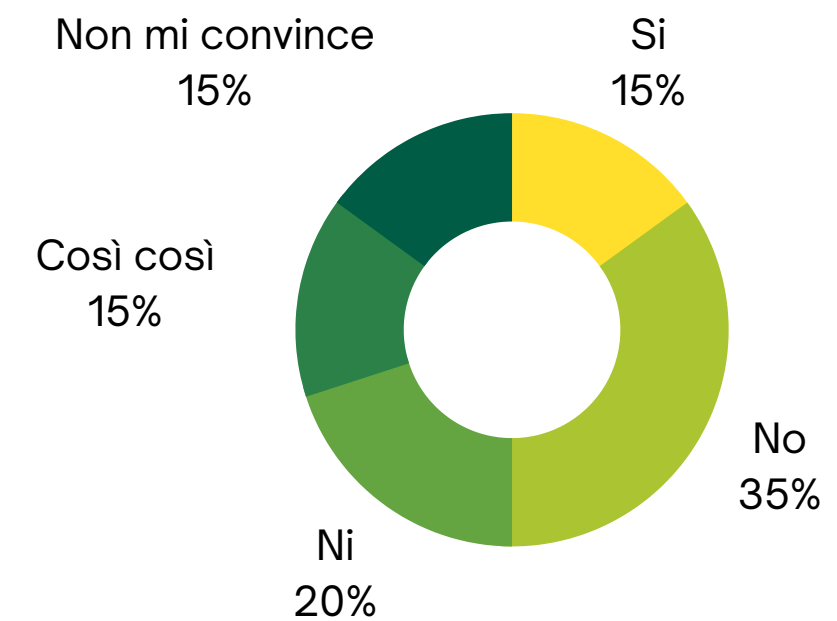
### #5 Se hai risposto NO, perché?

Risposta aperta



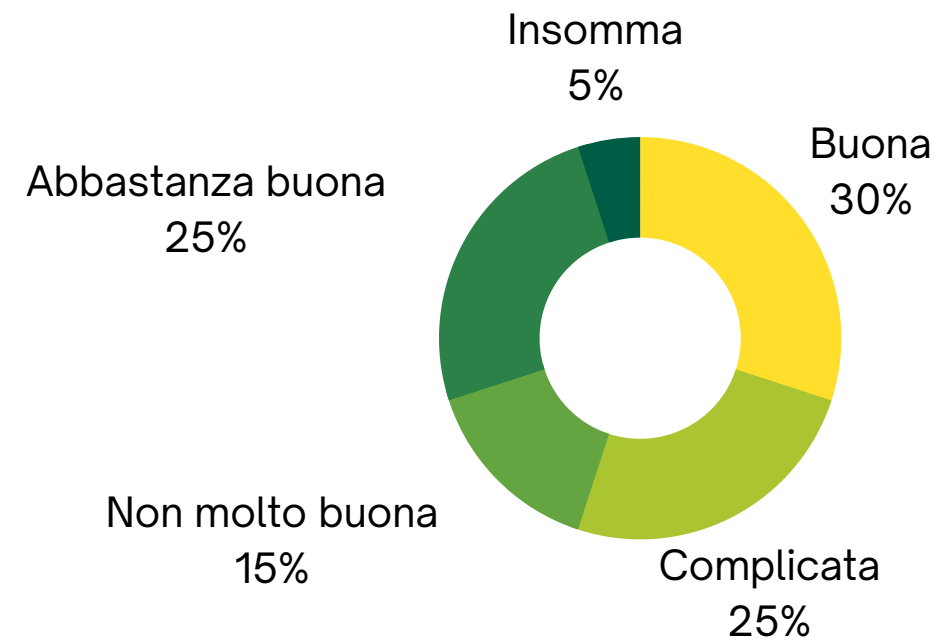
### #6 Ti piace il sito?

Risposta aperta



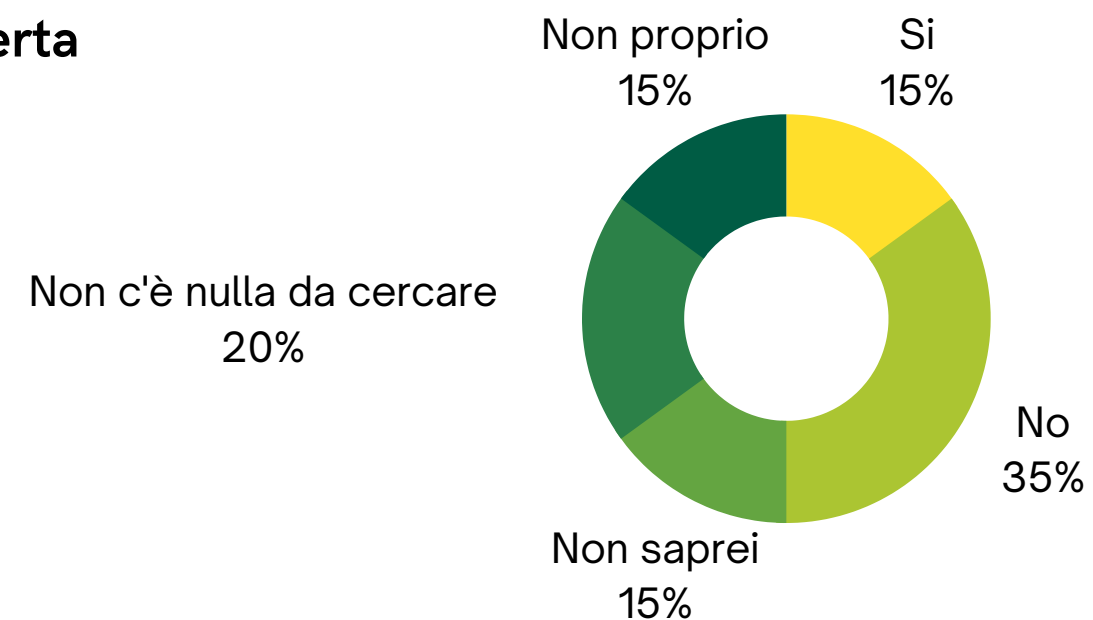
## #7 Come hai trovato la navigazione del sito?

Risposta aperta



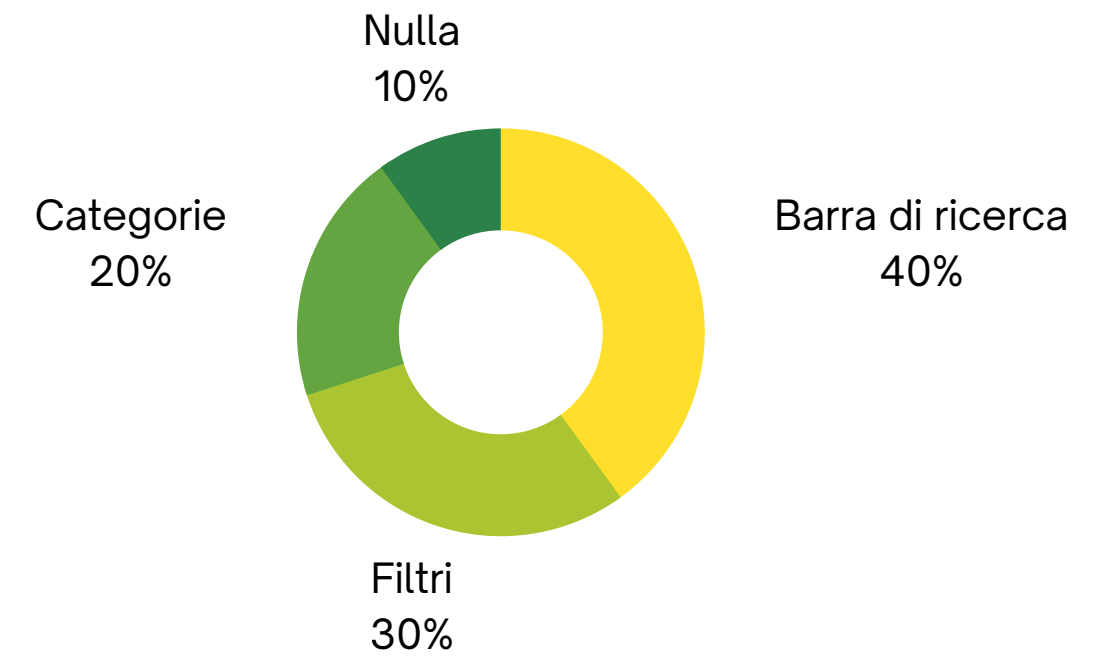
## #8 Hai trovato tutto ciò che cercavi?

Risposta aperta



## #9 Quali scorciatoie utilizzi maggiormente per muoverti sui siti?

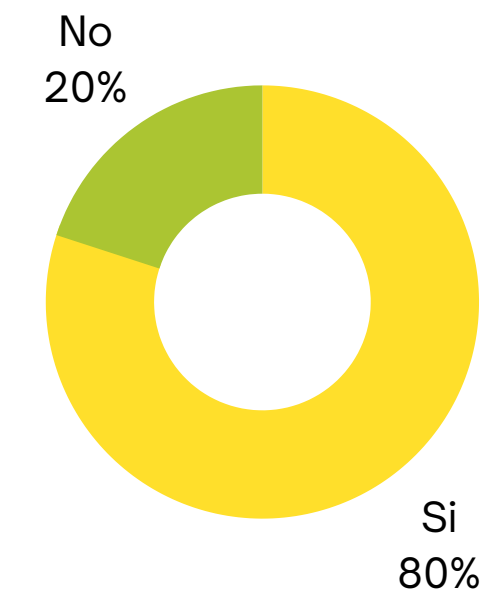
Risposta aperta



## #10 Vorresti registrarti o accedere alla tua area utente direttamente dal sito?

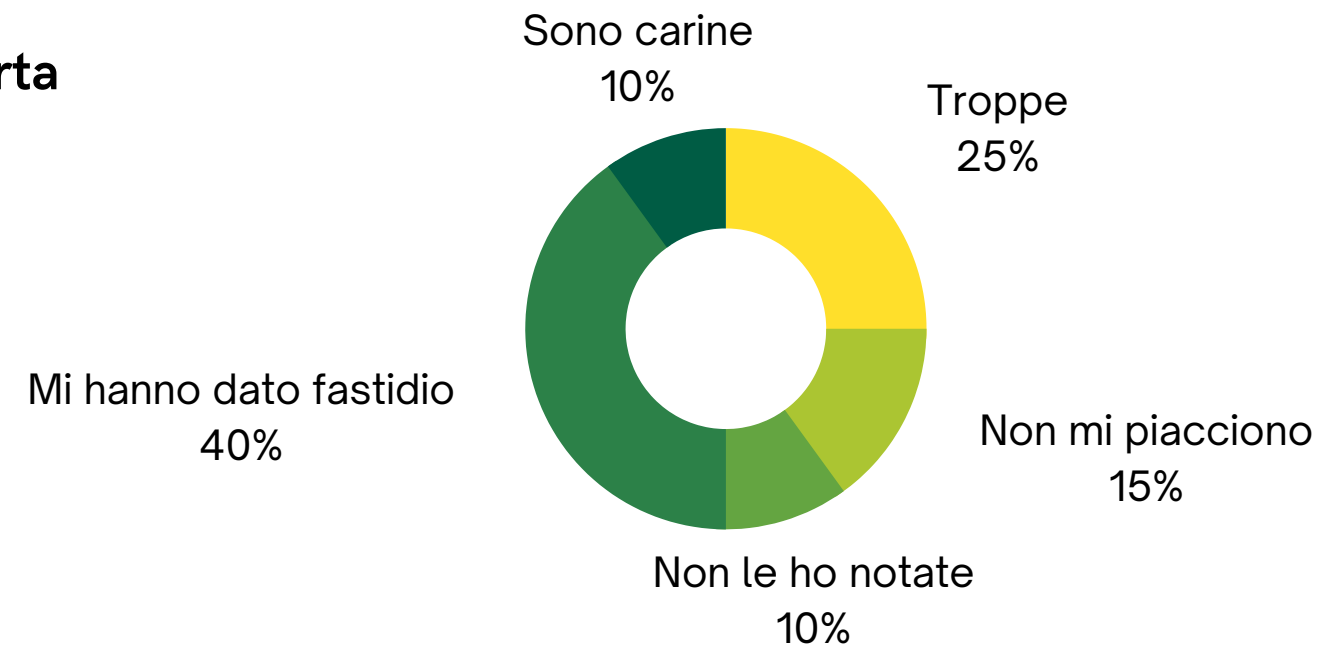
Opzioni disponibili

- Si
- No



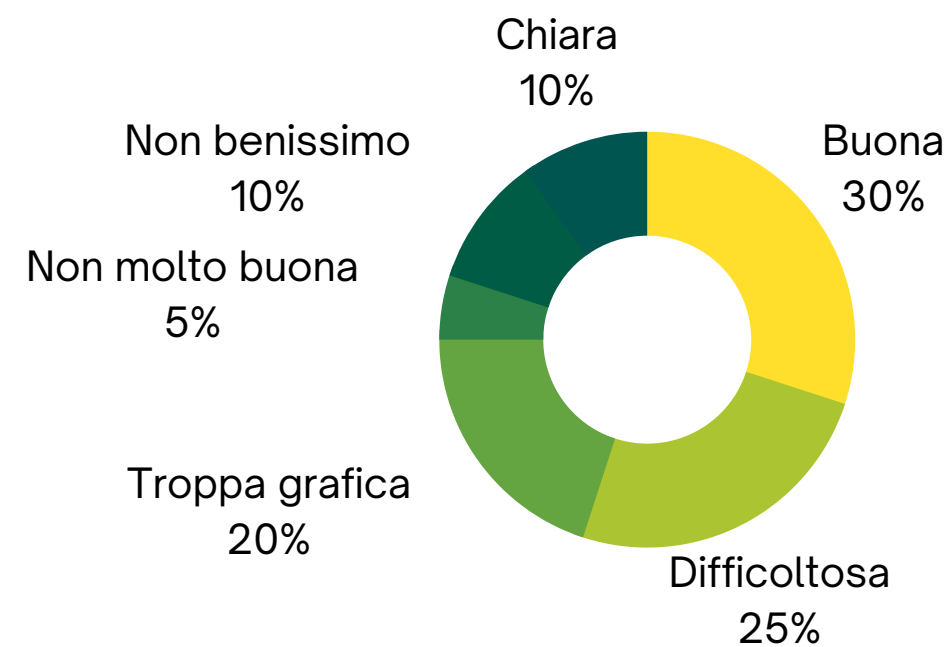
## #11 Cosa ne pensi delle icone/animazioni?

Risposta aperta



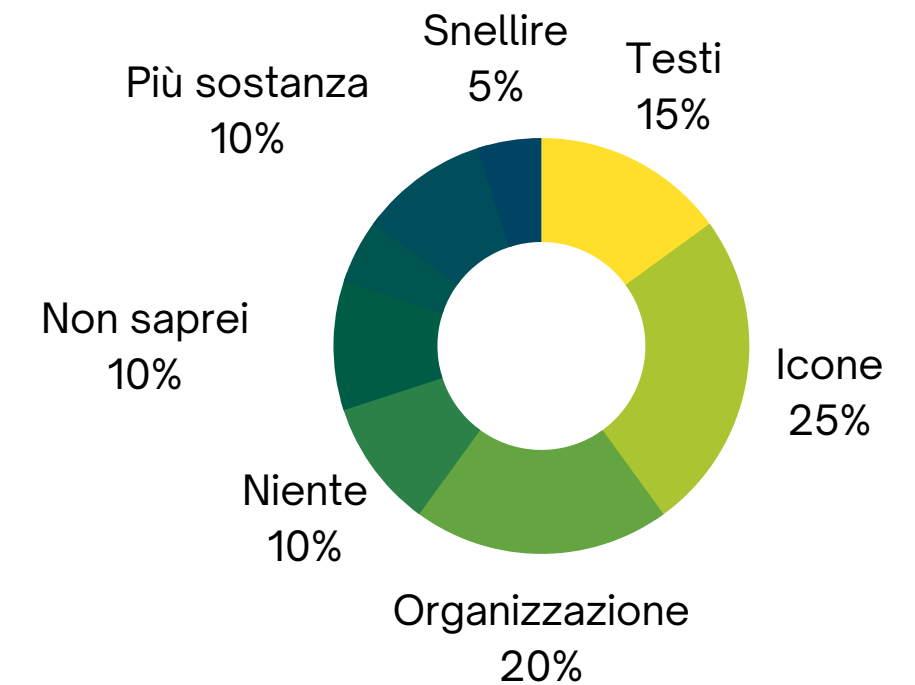
## #12 Come reputi la lettura dei testi?

Risposta aperta



## #13 Quale aspetto miglioreresti del sito?

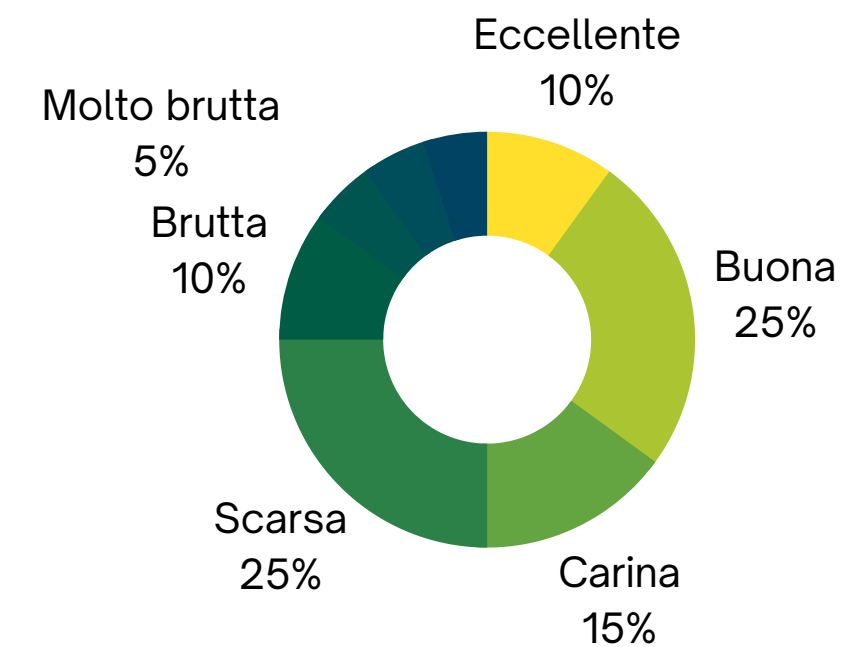
Risposta aperta



## #14 A livello grafico, come reputi l'interfaccia del sito?

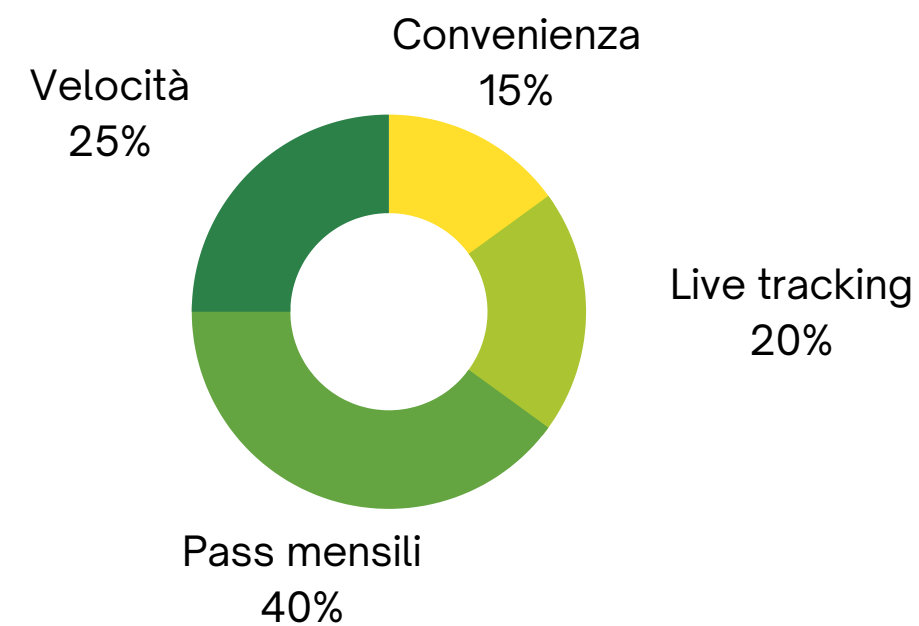
Opzioni disponibili

- Eccellente
- Buona
- Carina
- Scarsa
- Brutta
- Molto brutta
- Non saprei giudicare
- Altro.....



## #16 Quale feature non deve mancare in un app di carpooling?

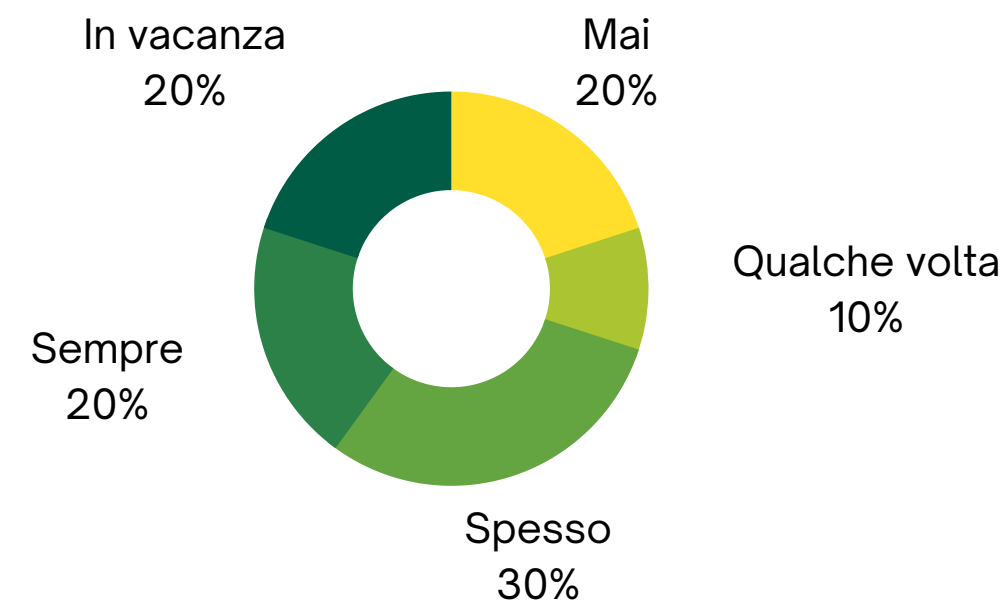
Risposta aperta



## #15 Con quanta frequenza utilizzi il carpool?

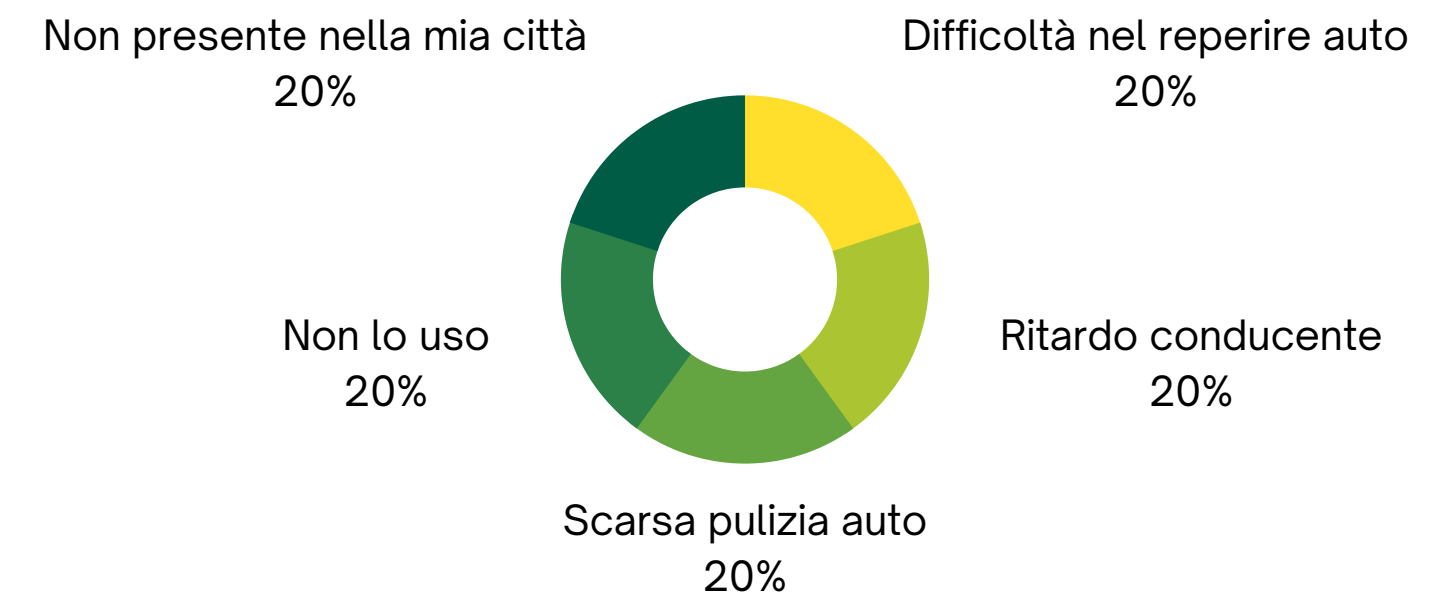
Opzioni disponibili

- Mai
- Qualche volta (1-2 volte al mese)
- Spesso (1-2 volte a settimana)
- Sempre (5-7 volte a settimana)
- In vacanza



## #17 Dalla tua esperienza utente, quali sono i problemi che riscontri più frequentemente utilizzando servizi di carpooling?

Risposta aperta





# INSIGHTS EMERSI

## COSA È EMERSO DAL SONDAGGIO

Dai **risultati** del **sondaggio** sono riuscito a trovare le **risposte** che cercavo per **migliorare** il **sito** in termini di **organizzazione** e **design** oltre che a **semplificare** alcuni **processi** e **procedure** che richiedono **troppi passaggi**.

Inoltre ho ricevuto alcuni feedback per introdurre **nuove funzioni** e **migliorarne** altre già presenti.

Da questa **Survey** è **emerso** che:

- gli **uomini**, anche se di poco, utilizzano **maggiormente** il carpooling
- l'**età** media è **compresa** tra i **25** e **44 anni**
- la maggior parte delle persone che utilizza il servizio preferisce Uber
- chi **non utilizza** il **carpool** è perché **non si fida**
- la maggioranza degli **utenti non gradisce** il **sito** di Jojob
- la **navigazione non** è di **facile** intuizione
- viene riscontrata **difficoltà** nel **trovare** ciò che si **cerca**
- l'80% vorrebbe la **possibilità** di **registrarsi** ed **accedere** alla propria **area utente** direttamente **dal sito**
- i **testi** possono essere **migliorati**
- a livello **grafico** ed **organizzativo** il sito va **migliorato** e **snellito**
- devono essere **ottimizzati** i **processi** per svolgere una **singola azione**
- molti utenti lamentano la **difficoltà** nel **reperire** un **auto** e la **scarsa pulizia** del veicolo
- la possibilità di offrire un **abbonamento mensile** può fare la differenza
- è richiesto maggiore **ampliamento** del servizio in **altre città**

# CONCLUSIONI

## FASE 1

Nella prima fase ho raccolto informazioni sulla **nascita dell'azienda**, la sua **vision** e la **mission** per comprendere al meglio cosa c'è alla base del progetto.

## FASE 2

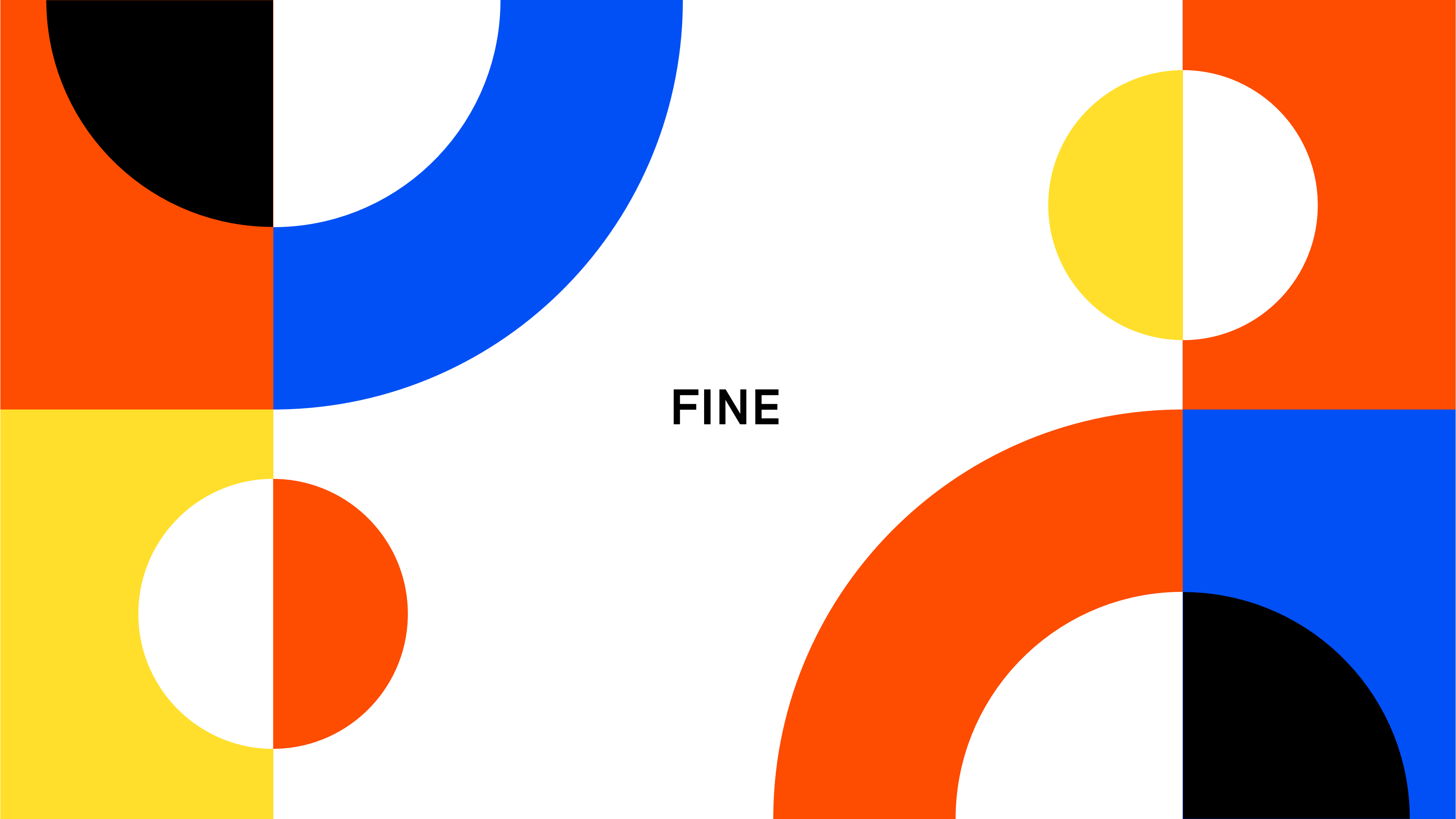
In seconda fase ho condotto un **analisi as is** del sito web aziendale al fine di capire quanto è **usabile**. Successivamente ho sviluppato la **sitemap** e descritto brevemente il **contenuto** di tutte le **pagine**.

## FASE 3

In questa fase ho cercato quelli che sono i **competitor diretti** e **indiretti** che offrono lo stesso servizio per poi stilare una **tabella comparativa** paragonando le **features** proposte dai vari brand.

## FASE 4

Nell'ultima fase ho studiato il **target** di riferimento leggendo le recensioni sui vari social e store online ed ho redatto un **questionario online** con varie domande al fine di capire le **necessità specifiche** degli utenti.



**FINE**