

Jojob RT

Progetto Discovery 2

ALFONSO DI RUSSO



RIEPILOGO PARTE 1

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.

COSA È EMERSO DAL SONDAGGIO

Dai **risultati** del **sondaggio** è **emerso** che:

- gli **uomini**, anche se di poco, utilizzano **maggiormente** il carpooling
- l'**età** media è **compresa** tra i **25** e **44 anni**
- l'80% delle persone sottoposte al sondaggio ha utilizzato il carpool
- la maggioranza preferisce Uber
- chi **non utilizza** il **carpool** è perché **non si fida**
- la maggioranza degli **utenti non gradisce** il **sito** di **Jojob**
- c'è un bilanciamento tra chi ha trovato buona la navigazione e chi no
- viene riscontrata **difficoltà** nel **trovare** ciò che si **cerca**
- sarebbe comodo inserire una search bar o un filtro
- l'80% vorrebbe la **possibilità** di **registrarsi** ed **accedere** alla propria **area utente** direttamente **dal sito**
- gli utenti trovano la **grafica/animazioni** troppo **invasiva**
- 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
- il carpool viene utilizzato mediamente 1-2 volte a settimana
- la possibilità di offrire un **abbonamento mensile** può fare la differenza
- è richiesto **maggiore ampliamento** del servizio in altre **città**

UPDATE OBIETTIVI

PERSONAS

Tramite i dati emersi dal sondaggio ho individuato la possibile suddivisione del target. Questo mi ha portato alla creazione di due User Personas che rappresentano un'audience con fasce di età differenti, interessi, background, necessità, aspettative e obiettivi diversi.

USER JOURNEY

Ogni Persona si muove attraverso la User Journey Map attraverso i propri bisogni e necessità. Ho individuato i possibili Pain Points che rendono l'esperienza d'uso sgradevole e ho evidenziato le opportunità di miglioramento.

NUOVA USER JOURNEY

Ho cercato di risolvere i Pain Points individuati da ogni Personas attraverso funzioni che migliorano l'usabilità generale del sito e la relativa esperienza d'uso. Successivamente ho ricostruito lo stesso scenario evidenziando le opportunità emerse.

NUOVA SITEMAP

Attraverso ciò che ho riscontrato tramite l'analisi euristica e i dati emersi dal sondaggio, ho rivisto l'alberatura del sito semplificandola così da consentire agli utenti di navigare facilmente tra le pagine senza elementi invasivi, con testi più brevi ma di maggior impatto e di facile lettura.



ANTONIO

ETÀ	38
ISTRUZIONE	Laurea in marketing
LAVORO	Responsabile marketing
LUOGO	Milano
STATUS	Sposato - 2 figli
REDDITO	Medio/Alto
DEVICE	  
SOCIAL	   

USER PERSONA

BIO

Lavora presso un'azienda di torrefazione caffè che dista circa 25 minuti in auto da casa sua. È un tipo abitudinale che difficilmente si discosta dalla quotidianità. Ogni giorno per recarsi a lavoro ricorre al carpool. Quando deve spostarsi fuori dagli orari lavorativi con la famiglia preferisce utilizzare l'auto di proprietà.

COMPORTAMENTO

Tiene tutto sotto controllo ed è molto attento alle spese: è in continua ricerca di promozioni o sconti sui vari siti e app che utilizza maggiormente.

FRUSTRAZIONI

Non riesce a trovare l'app di carpool che si adatta maggiormente alle sue esigenze avendo poche alternative di scelta: utilizza app diverse anche se hanno tariffe troppo alte.

OBIETTIVI

- risparmiare denaro
- avere chiare le tariffe
- trovare un servizio di carpool adatto ed utilizzare sempre lo stesso

"AMO LA MIA FAMIGLIA MA NON POSSO RINUNCIARE ALLA CARRIERA LAVORATIVA"



ROBERTA

ETÀ	27
ISTRUZIONE	Diploma
LAVORO	Impiegata
LUOGO	Bologna
STATUS	Single
REDDITO	Medio/Basso
DEVICE	
SOCIAL	 

USER PERSONA

BIO

Commessa presso un negozio di abbigliamento sito nel centro di Bologna. Per i suoi spostamenti giornalieri o recarsi a lavoro, meteo permettendo, utilizza la sua amata bicicletta. Nelle giornate di pioggia o in uscite serali, ricorre al taxi o carpool. Vive la sua vita alla giornata in maniera spensierata senza preoccuparsi di ciò che avviene intorno a lei e di cosa gli riserva il futuro.

COMPORTAMENTO

Adatta i suoi spostamenti in base alle condizioni atmosferiche non avendo una propria auto. Attenta all'ambiente cerca di svolgere la sua parte nel rispetto della natura.

OBIETTIVI

- ammortizzare i costi
- fare nuove conoscenze
- inquinare meno

FRUSTRAZIONI

Non essendo hi-tech ha difficoltà nell'utilizzare app e siti web di non facile intuizione.

"NON MI IMPORTA DI COSA PENSA LA GENTE, SONO UNO SPIRITO LIBERO!"



MARCO

ETÀ	58
ISTRUZIONE	Laurea
LAVORO	Imprenditore
LUOGO	Roma
STATUS	Divorziato - 1 figlio
REDDITO	Alto
DEVICE	 
SOCIAL	  

USER PERSONA

BIO

Si occupa dell'amministrazione e gestione della società di proprietà. Non ha mai utilizzato il carpool poiché facente parte di un'altra generazione, non si fida completamente dei servizi che richiedono di inserire i dati della propria carta o conto corrente per effettuare pagamenti online. Negli ultimi tempi il figlio lo sprona perché utilizzi il carpool per recarsi a lavoro e non perda tempo nella ricerca del parcheggio.

COMPORTAMENTO

È un tipo molto irascibile, sempre di corsa tra un appuntamento e l'altro. Riesce a ritagliare poco tempo da dedicare a se stesso e al figlio essendo sempre impegnato con il lavoro.

FRUSTRAZIONI

Oltre ad essere daltonico la sua vista è calata parecchio nel corso degli anni: senza occhiali adatti non riesce a leggere nulla.

OBIETTIVI

- non perdere tempo nel trovare parcheggio
- iniziare a fidarsi dei servizi di pagamento online

"ANCHE SE SONO POCO PRESENTE, CERCO DI FARE IL MASSIMO PER FAR CONTENTO MIO FIGLIO"

USER JOURNEY MAP



ANTONIO
34 ANNI

SCENARIO

Come ogni sera deve prenotare l'auto per il carpool per il tragitto casa-lavoro del giorno seguente, questa volta vuole trovare un nuovo servizio che lo faccia risparmiare

GOALS

Vuole confrontare le tariffe di tutti i siti di carpool per capire quale conviene utilizzare l'indomani per recarsi a lavoro

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

1. fa una ricerca su Google riguardo il carpool
2. trova ed apre il sito di Jojob

1. trova la sezione con i pacchetti aziendali a confronto
2. clicca sul tab scopri di più ma viene indirizzato alla pagina di contact form

1. cerca un contatto telefonico o un servizio di live chat
2. non trovando ciò di cui ha bisogno decide di scaricare l'app

1. si registra dall'app
2. capisce che anche da app non c'è possibilità di parlare con nessuno
3. ci rinuncia

ASPETTATIVE

Si aspetta di trovare tariffe convenienti per risparmiare sul prossimo tragitto casa-lavoro

Crede di poter reperire tutte le info necessarie dal sito web

Spera di accedere ad un servizio di assistenza immediato

Pensa che una volta iscritto dall'app possa ricevere assistenza

PENSIERI

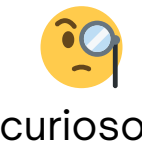
"Spero di risparmiare qualcosa con questo nuovo servizio"

"Voglio trovare il dettaglio con le tariffe"

"Forse scaricando l'app ci sarà una sezione per assistenza"

"Niente da fare, neanche dall'app riesco a ricevere assistenza!"

EMOZIONI



perplesso



infastidito



arrabbiato

TOUCH POINT



scopri di più

assistenza

app

PAIN POINT

- viene rimandato su altre pagine
- non sono mostrate tariffe

- non c'è assistenza immediata
- download app non in evidenza

- nessuna tariffa mostrata
- no assistenza

OPPORTUNITÀ

- migliorare navigazione
- mostrare tariffe

- dare risalto a CTA download App
- aggiungere contatto telefonico o live chat

- mostrare tariffe
- aggiungere live chat

USER JOURNEY MAP



ROBERTA
27 ANNI

SCENARIO

Come ogni mattina si sveglia presto e nota subito che sta diluviando, oggi niente bici per andare a lavoro

GOALS

Vuole trovare un app di carpool velocemente e che non le faccia perdere troppo tempo

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

1. su Instagram le compare la pubblicità di Jojob
2. apre l'annuncio e viene indirizzata sulla homepage di Jojob

1. non avendo molta dimestichezza con la tecnologia si trova spaesata una volta aperto il sito in versione mobile

1. naviga velocemente tra le pagine in cerca della sezione registrati
2. la sua ricerca non porta al risultato sperato

1. scarica l'app e si registra
2. prenota la corsa nonostante la tariffa sia alta

ASPETTATIVE

Vuole registrarsi velocemente senza perdere tempo

Spera di fare tutto velocemente ed in pochi passaggi

Pensa che ci sia una sezione per registrarsi, ma non la trova

Le importa solo fare il più presto possibile per arrivare in orario a lavoro

PENSIERI

"Vediamo cosa propongono"

"Adesso cosa devo fare!?!?"

"Devo registrarmi, dov'è l'area utente?"

"La prossima volta chiamerò un taxi"

EMOZIONI



dubbio



confusione



delusione



sfinita

TOUCH POINT



homepage

varie pagine

smartphone

PAIN POINT

- elementi grafici e testi caotici

- non è presente area utente
- non presente search bar

- troppi passaggi poco intuitivi

OPPORTUNITÀ

- migliorare testi
- migliorare grafica

- aggiungere area utente
- aggiungere search bar

- snellire passaggi e azioni da svolgere

USER JOURNEY MAP



MARCO
58 ANNI

SCENARIO

Riceve un messaggio dal figlio contenente un link di invito per registrarsi ad un app di carpool

GOALS

Far contento il figlio che lo sprona continuamente a "modernizzarsi"

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

- 1.clicca sul link che ha ricevuto dal figlio su Whatsapp
2. si apre il sito di Jojob

- 1.apre il sito di Jojob
- 2.testi lunghi e colori non ideali per un daltonico lo fanno infuriare

- 1.si muove tra le pagine, non completamente adattate per smartphone, alla ricerca della sezione accessibilità

- 1.prova comunque a registrarsi
- 2.realizza che non può farlo direttamente dal sito
- 3.chiude e ci rinuncia

ASPETTATIVE

Spera di far contento il figlio

Vorrebbe poter trovare un soluzione

Crede che sia la sezione dedicata all'accessibilità

Spera che il figlio comprenda che la rinuncia è stata per un valido motivo

PENSIERI


"Così la smetterà di dirmi che sono vecchio"


"Ci sarà sicuramente la possibilità di modificare i colori"


"In molti siti trovo questa funzione, ma qui no..."

"Sapevo che dovevo farmi i fatti miei, adesso cosa gli dico a quel rompiscatole!?"

EMOZIONI


dubbioso


rabbia


speranza


frustrazione

TOUCH POINT



homepage

varie pagine

smartphone

PAIN POINT

- colori impossibili da decifrare per daltonici
- testi non ottimizzati per smartphone

- manca uno strumento di ricerca

- impossibile registrarsi dal sito
- download app non messo in risalto

OPPORTUNITÀ

- ottimizzazione responsive
- inserire menù dedicato accessibilità

- inserire una search bar

- registrarsi dal sito
- esaltare download app

PAIN POINTS E OPPORTUNITÀ

Dalle **User Journey Map** delle due **Personas** sono emersi i seguenti **pain points** da trasformare in **opportunità** per **migliorare** la **User Experience**

PASSAGGI POCO INTUITIVI

Troppi passaggi inutili per svolgere una semplice singola azione e rimbalzare l'utente da una pagina all'altra senza concludere niente possono scoraggiare l'esperienza d'uso

ELEMENTI GRAFICI E TESTI CAOTICI

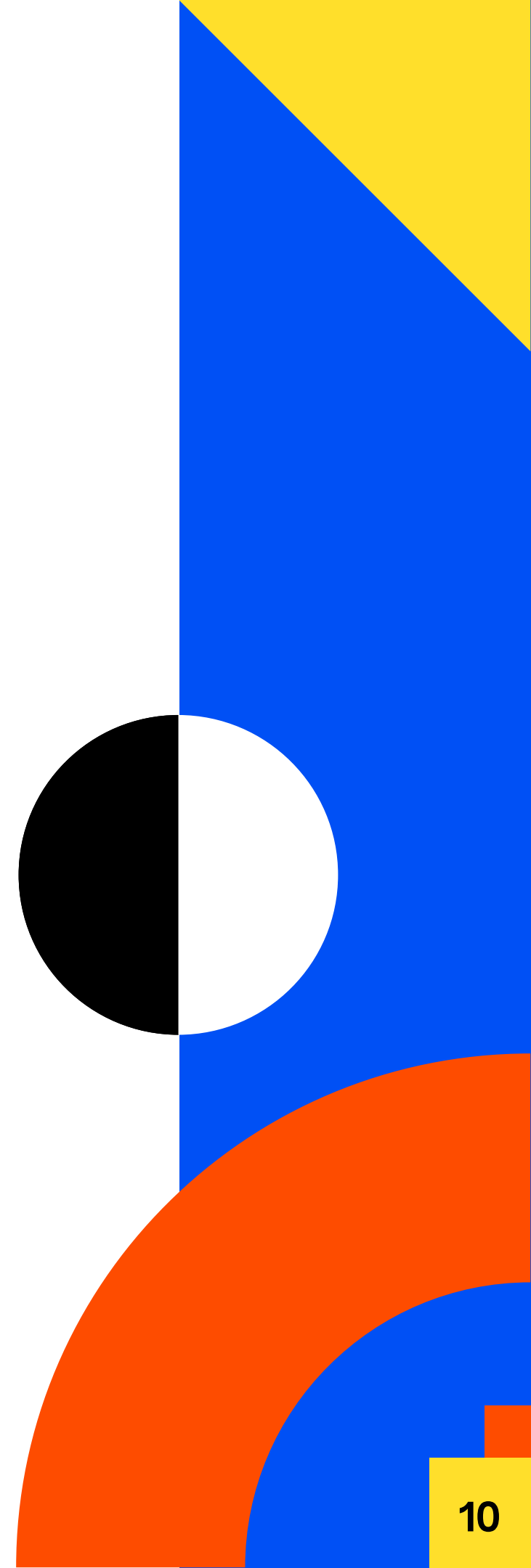
La presenza di troppi elementi grafici non propriamente posizionati e ottimizzati unita a dei testi lunghi porta a confondere l'utente

NON È POSSIBILE ISCRIVERSI DAL SITO

Non potersi registrare direttamente dal sito è una grossa limitazione e preclude la possibilità ai nuovi utenti di potersi registrare dal proprio device che utilizzano in quel momento

NESSUNA TARIFFA MOSTRATA

Le tariffe non vengono mostrate da nessuna parte sul sito ma solo dopo essersi registrati dall'app e richiedendo la prenotazione per una corsa



LINK PER DOWNLOAD APP NON MESSI IN RISALTO

Non mettere in risalto una delle funzioni principali del sito può confondere l'utente

ASSISTENZA

Non ci sono contatti telefonici o servizio di Live Chat per ricevere assistenza in breve tempo

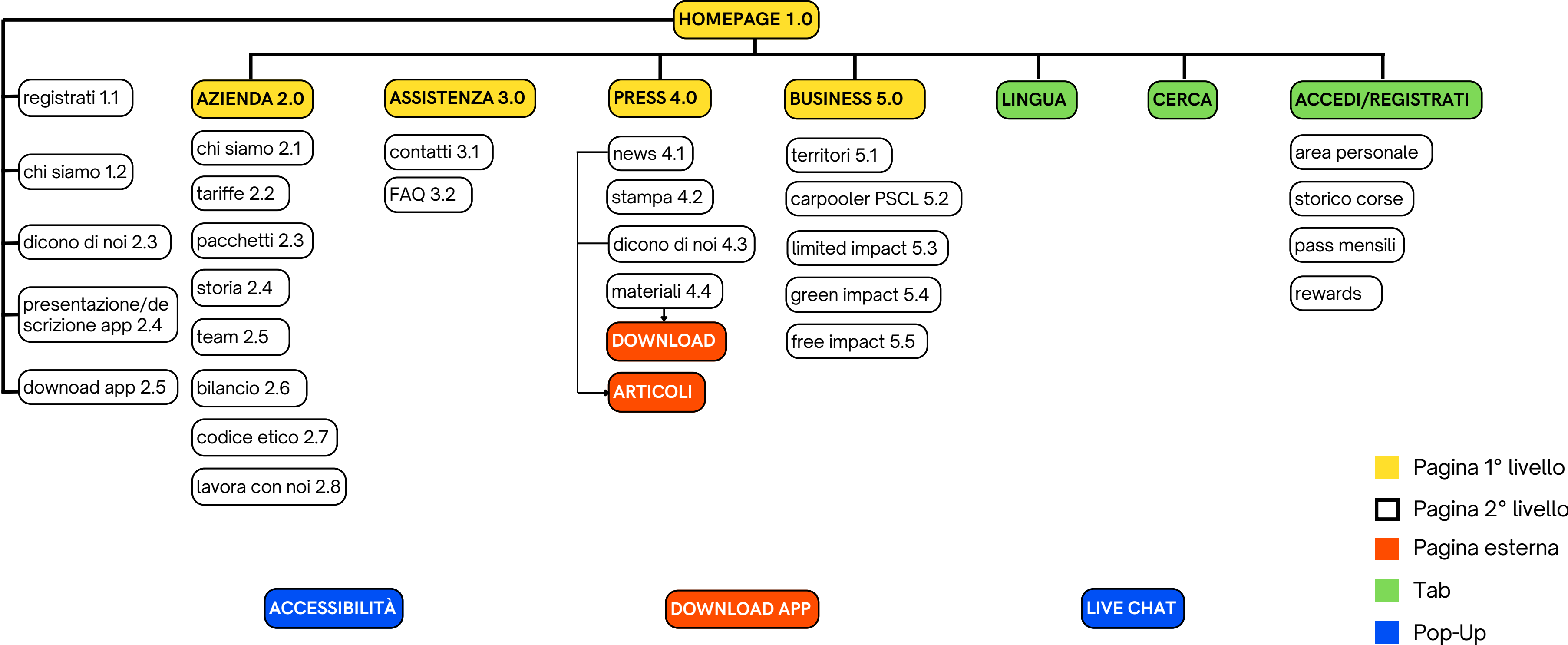
NON È PRESENTE SEARCH BAR

L'utente non può cercare ciò che desidera senza avere una search bar o una possibilità di filtrare

TARIFFE ALTE

Si potrebbero inserire un bonus di benvenuto per i nuovi utenti o dei codici sconto se invitati da amici per risparmiare qualcosa sulla prima corsa dato il prezzo alto delle tariffe

SITE MAP



Footer

DOWNLOAD IOS

B CORP

B CORP - BENEFIT 6.0

FAQ 8.0

CONTATTI 10.0

COOKIE

DOWNLOAD ANDROID

LINK SOCIAL

TERMINI 7.0

COVID-19 9.0

LAVORA CON NOI 11.0

PRIVACY

MODIFICHE EFFETTUATE

LA NUOVA SITEMAP

La prima cosa che salta subito all'occhio è una **sitemap** molto più **lineare** e **snella** della precedente nonostante l'**aggiunta** di alcune **funzioni** che ritengo indispensabili. Stesso discorso per le procedure che richiedevano molti passaggi e button ripetitivi.

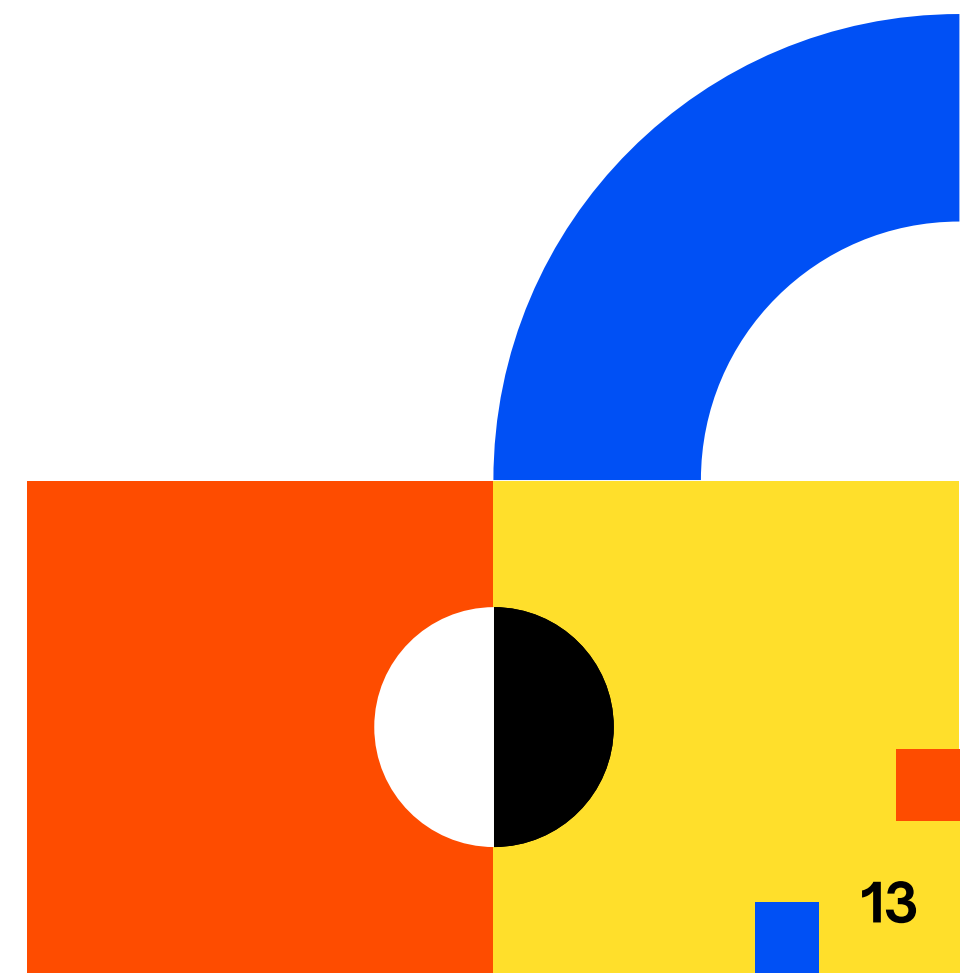
Tutto il sito sarà **ottimizzato graficamente** in maniera tale da non distogliere l'attenzione dal testo con grafiche più **minimaliste** e **meno invasive**.

Il **testo** viene **riscritto** per essere più **coinciso** e **concreto**.

Ogni **pagina** avrà un **menù a pop-up** con possibilità di **live chat**, menù dedicato per accessibilità e in tutte le pagine prima del Footer **sarà presente** e messo in **risalto** il **download** dell'**app**.

Inoltre nell'**Header** viene **introdotta** una **search bar** accessibile da ogni pagina così da consentire all'utente la possibilità di cercare ciò desidera sia all'interno della pagina dove si trova in quel momento, sia all'interno di tutto il sito.

La novità più importante è la possibilità di **registrarsi** direttamente **dal sito** e di poter **accedere** all'**area personale**; in quest'ultima troviamo la **cronologia** di tutte le **corse** effettuate, la possibilità di **acquistare pass mensili** ed il **programma rewards** che consente all'utente di avere **scontistiche** in base al numero di corse effettuate in un mese o a quanti amici abbia fatto registrare tramite il proprio codice di invito.



LE PAGINE

1.0 HOME

Troviamo la sezione per registrarsi, chi siamo, dicono di noi e download app

2.0 AZIENDA

Chi siamo, servizi, pacchetti, storia, team, bilancio, codice etico e lavora con noi

3.0 ASSISTENZA

Contatti e FAQ

4.0 PRESS

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

5.0 BUSINESS

Sono state inglobate in un'unica pagina le sezioni territori, Carpooler PSCL e i tre pacchetti a confronto

LINGUA

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

SEARCH BAR

Barra di ricerca che consente di cercare elementi, categorie o parola nella pagina corrente o in tutte le pagine

REGISTRATI/ACCEDI

Area personale per modificare il proprio profilo utente, lo storico delle corse, pass mensili e rewards

ACCESSIBILITÀ

Menu a pop up per andare a cambiare tutti i valori che riguardano l'accessibilità del sito (epilessia, ipovedente, ADHD, daltonismo, ecc..)

DOWNLOAD APP

Posto a fondo di ogni pagina prima del Footer CTA per download App

LIVE CHAT

Pop-up richiamabile da ogni pagina per richiedere assistenza immediata o qualsiasi tipo informazione tramite servizio di livechat

6.0 BCORP - SOCIETÀ DI BENEFIT

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

9.0 COVID-19

Indicazioni su norme COVID-19 e utilizzo del Green Pass

DOWNLOAD IOS

Button per download diretto da App Store

DOWNLOAD ANDROID

Button per download diretto da Google Play Store

BCORP

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

7.0 TERMINI

Pagina con tutte le clausole relative a termini e condizioni

COOKIE

Link esterno con regole e clausole relative ai Cookie

SOCIAL LINK

Link esterni alle varie pagine social

8.0 FAQ

Email di contatto e domande più comuni

PRIVACY

Link esterno che porta a pagina con clausole trattamento dati privacy

NUOVA USER JOURNEY MAP



ANTONIO
34 ANNI

SCENARIO

Come ogni sera deve prenotare l'auto per il carpool per il tragitto casa-lavoro del giorno seguente, questa volta vuole trovare un nuovo servizio che lo faccia risparmiare

GOALS

Vuole confrontare le tariffe di tutt i siti di carpool per capire quale conviene utilizzare l'indomani per recarsi a lavoro

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

1. fa una ricerca su Google riguardo il carpool
2. trova ed apre il sito di Jojob

1. trova la sezione con i pacchetti aziendali a confronto

1. decide di utilizzare Jojob per le prossime corse
2. si registra direttamente dal sito
3. scarica l'app

1. accede alla propria area utente
2. scopre che ha un bonus sulla prima corsa
3. nota la possibilità di acquisto di pass mensili

ASPETTATIVE

Crede di trovare tariffe convenienti per risparmiare sul prossimo tragitto casa-lavoro

Vuole capire se conviene utilizzare Jojob o altro

Si aspetta di ricevere subito un bonus

Pensa che questo sia il servizio perfetto per lui

PENSIERI

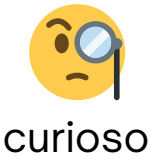
"Spero di risparmiare qualcosa con questo nuovo servizio"

"Voglio confrontare le tariffe con gli altri servizi che uso"

"Finalmente posso risparmiare!"

"È proprio quello di cui avevo bisogno"

EMOZIONI



curioso



contento



gasato



eccitato

TOUCH POINT



scopri di più

registrazione

app

**PAIN POINT
RISOLTI**

- grafica non invasiva
- passaggi semplici ed intuitivi
- tariffe mostrate chiaramente

- iscrizione area personale dal sito
- CTA download App in risalto

- bonus prima corsa
- acquisto pass mensili
- programma rewards

NUOVA USER JOURNEY MAP



ROBERTA
27 ANNI

SCENARIO

Come ogni mattina si sveglia presto e nota subito che sta diluviando, oggi niente bici per andare a lavoro

GOALS

Vuole trovare un app di carpool velocemente e che non le faccia perdere troppo tempo

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

1. su Instagram le compare la pubblicità di Jojob
2. apre l'annuncio e viene indirizzata sulla homepage di Jojob

1. dando un veloce sguardo alla homepage nota un articolo dove vengono mostrate le statistiche e i dati di risparmio ecologico raggiunti da jojob

1. si registra facilmente
2. nota il servizio di live chat in caso dovesse avere problemi

1. scarica l'app
2. prenota la sua prima corsa

ASPETTATIVE

Vuole registrarsi velocemente senza perdere tempo

Pensa che sia l'alternativa giusta alla sua ecologica bicicletta

Vuole sbrigarsi altrimenti farà tardi a lavoro

Le importa solo fare il più presto possibile per arrivare in orario a lavoro

PENSIERI

"Oggi provo questa app che non avevo mai utilizzato prima"

"Devo assolutamente registrarmi"

"Live chat!? speriamo non mi serva proprio oggi..."

"È andato tutto liscio!!!"

EMOZIONI



delusione



dubbio



fiducia



soddisfazione

TOUCH POINT



smartphone

download app

app

**PAIN POINT
RISOLTI**

- riesce a muoversi agilmente tra le pagine del sito
- capisce immediatamente che deve registrarsi e trova subito la sezione dedicata

- si registra dal sito
- è a conoscenza di un servizio di assistenza immediato

- passaggi semplici ed intuitivi
- risalto CTA download app

USER JOURNEY MAP



MARCO
58 ANNI

SCENARIO

Riceve un messaggio dal figlio contenente un link di invito per registrarsi ad un app di carpool

GOALS

Far contento il figlio che lo sprona continuamente a "modernizzarsi"

DISCOVERY

NAVIGAZIONE

RICERCA

PRENOTAZIONE

AZIONI

- 1.clicca sul link che ha ricevuto dal figlio su Whatsapp
2. si apre il sito di Jojob

- 1.apre il sito di Jojob
- 2.i colori non ideali per un daltonico lo fanno infuriare ma compare menù a pop up accessibilità e risolve il problema

- 1.si registra facilmente
- 2.inserisci i dati bancari per pagamento

- 1.scarica l'app
- 2.prenota la sua prima corsa

ASPETTATIVE

Spera di far contento il figlio

Credeva di dover rinunciare

Vuole fidarsi del figlio e del fatto che nessuno prenderà i suoi soldi

Spera di aver fatto contento il figlio

PENSIERI

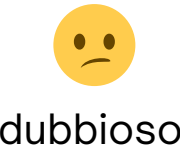
"Così la smetterà di dirmi che sono vecchio"

"Per fortuna hanno implementato questa funzione, altrimenti come avrei fatto?"

"Provo con una carta prepagata..."

"Te lo faccio vedere io il vecchio!"

EMOZIONI



dubbioso



sorpreso



soddisfatto



compiaciuto

TOUCH POINT



homepage

registrati

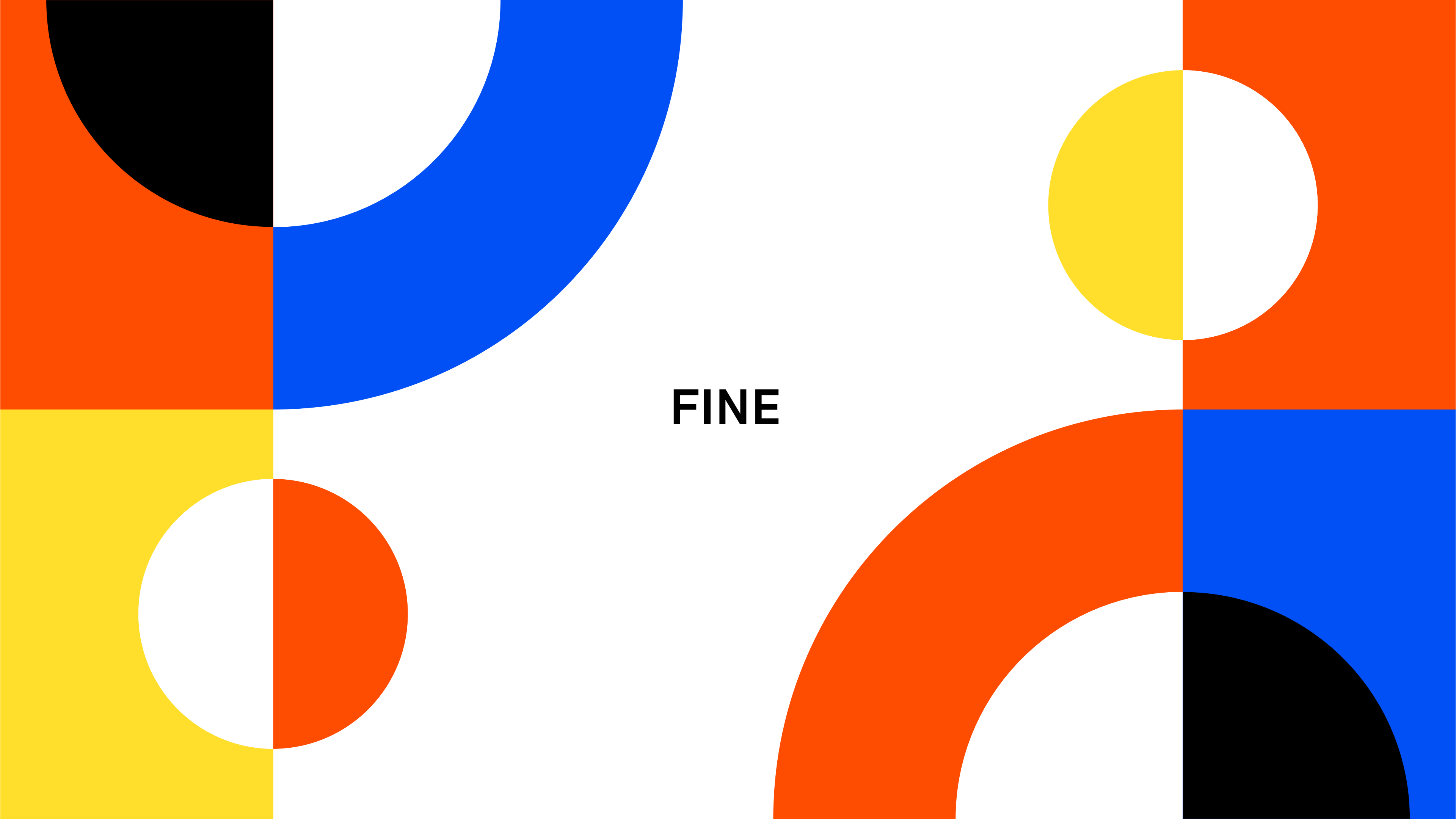
app

PAIN POINT RISOLTI

- ottimizzazione responsive
- testi brevi e dritti al punto
- menù pop up dedicato accessibilità

- area utente per registrarsi posta nell'header per essere accessibile da qualsiasi pagina ci si trovi

- registrazione effettuata dal sito
- il download dell'app è stato appreso in maniera automatica dal utente



FINE