

Progetto User Test 1

iVegán



Greta Andreolli - Master in UX/UI Design



INDICE:

1

Obiettivo

Metodologia
di test

2

3

Target &
Recruiting

Script del
test

4

5

Prototype

IVEGAN



Vision

iVegan nasce nel 2008 grazie alla passione e all'esperienza maturata nei gruppi d'acquisto vegan. Da qui l'idea di un progetto ambizioso:

- Garantire a tutte le persone del buon cibo vegan direttamente nelle loro case
- Un ottimo servizio clienti di vendita e posto vendita
- Garanzia del 100% di soddisfazione dell'esperienza di acquisto su iVegan



Mission

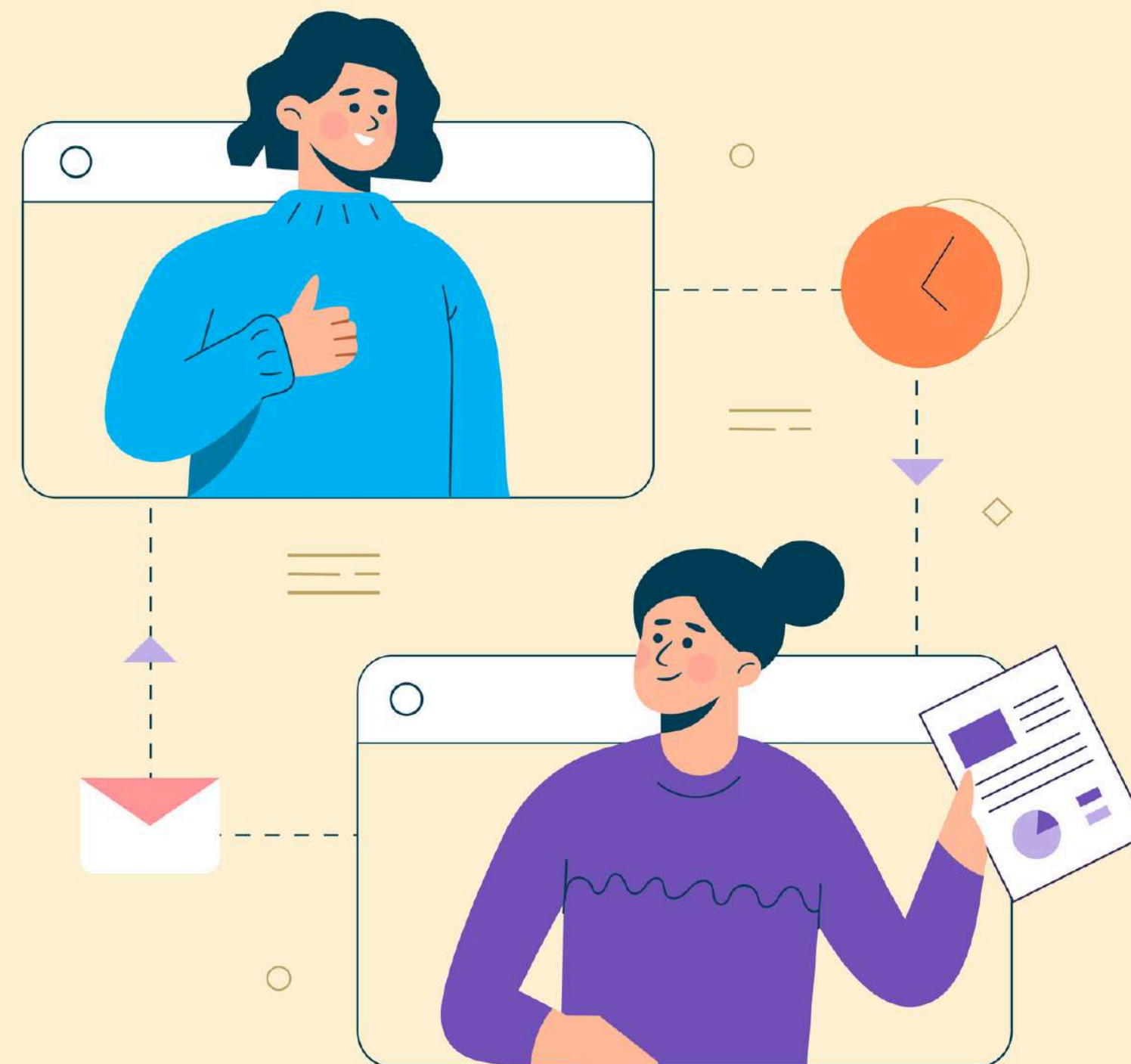
iVegan è il primo e più grande distributore di alimenti vegan nel nostro paese, consegna in tutta Italia in modo rapido ed efficiente grazie alla possibilità dell'ordine online e all'acquisto nel negozio di Roma. Risponde alla richiesta sempre maggiore di persone, vegan e non, attente alla propria alimentazione e offre una scelta vastissima di prodotti, anche biologici e cruelty free, ad un ottimo prezzo. Seleziona le imprese tra produttori artigiani e grandi aziende specializzate nel settore, mettendo sempre al primo posto la qualità.

1

Obiettivo

Obiettivi

In questa fase di User Test vogliamo valutare l'efficacia delle modifiche apportate al sito iVegan. Le modifiche derivano dalle criticità emerse durante la fase di Discovery e sono state implementate nel corso del processo di redesign, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di navigazione e di acquisto.



Metodologia di test

2

Metodologia di test

Ho scelto il **test di usabilità da remoto non moderato** perché:

- Permette di ottenere **feedback autentici** senza influenze esterne del moderatore
- Gli utenti possono completare il test nei **propri tempi e ambienti abituali**
- Consente di **analizzare rapidamente** i risultati e implementare miglioramenti tempestivi
- Offre un **risparmio di tempo e costi**, pur ottenendo dati preziosi sulle performance del sito
- È ideale per testare interazioni complesse come il sistema **filtri e le animazioni**

Obiettivi del Test

Obiettivi Primari:

- Valutare se gli utenti riescono a utilizzare efficacemente il sistema di filtri avanzato (radio button, checkbox, slider prezzi, rating stelle)
- Verificare l'usabilità del number picker per la selezione quantità
- Verificare l'efficacia della gerarchia della Home page, con particolare attenzione alla struttura delle categorie

Obiettivi Secondari:

- Valutare la percezione del font Nunito e della palette colori
- Verificare la chiarezza della gerarchia visiva dei pulsanti arancioni
- Identificare punti di attrito nella navigazione del redesign

Metodologia di test

Metriche di valutazione

- Numero di task completati con successo
- Percentuale di errore
- Tempo di completamento dei task
- Possibili punti di attrito (tramite heatmap)
- Valutazioni di soddisfazione su scala 1-5

L'analisi dei dati emersi durante il test consentirà di individuare eventuali pattern di comportamento ricorrenti da parte degli utenti. Questi insight saranno fondamentali per evidenziare aree specifiche del sito che presentano criticità o margini di miglioramento. Le informazioni raccolte guideranno le future azioni di ottimizzazione, contribuendo a perfezionare ulteriormente l'esperienza utente nelle fasi successive del progetto.

Tool

La piattaforma utilizzata per il test è **Maze**, poiché ha diversi vantaggi:

- Integrazione diretta con prototipi Figma
- Raccolta automatica di heatmap e tracciamento azioni
- Analisi dei tempi di completamento
- Registrazione dei missclick e percorsi utente

Link di Maze



3

Target & Recruiting

Target

Demografia:

- Et : concentrazione significativa 25-34 anni (pubblico giovane e dinamico)
- Genere: equilibrato con leggera prevalenza femminile
- Reddito: fascia medio-alta (prodotti bio/vegani hanno prezzi superiori)

Comportamenti d'acquisto:

- Device preference: smartphone e computer per acquisti online
- Competenza tecnologica: elevata - apprezzano funzionalit  come wishlist e filtri avanzati
- Esigenze specifiche: Spesso celiaci o con intolleranze alimentari (ampia selezione senza glutine)



Motivazioni:

- Stile di vita: vegano/vegetariano consolidato
- Valori: sostenibilit  e qualit  alimentare come fattori decisivi
- Ricerca prodotti: variet  e qualit  sono elementi chiave nella scelta

Recruiting

Strategia di Reclutamento

Numero partecipanti: 6 utenti

- 3 maschi / 3 femmine (rappresentanza paritaria)
- Almeno 2 vegani esperti e 2 interessati ma non ancora vegani
- Età 25-40 anni
- Tech-savvy con abitudine agli acquisti da mobile



Canali di recruiting:

- Social media: post su gruppi Facebook/Instagram dedicati al veganismo
- Community online: forum e gruppi Telegram/WhatsApp su alimentazione vegana
- Network personale: contatti diretti interessati al tema

Processo di selezione:

1. Questionario di screening (Google Forms - 5 minuti)
2. Selezione partecipanti in base ai criteri
3. Invio di email con istruzioni dettagliate

Recruiting

Questionario

Aiutami a migliorare iVegan! 🌱

Ciao! 🙋 Sono Greta, studentessa di UX/UI Design, e sto lavorando al redesign del sito e-commerce iVegan per renderlo più facile e piacevole da usare.

Sto cercando tester che vogliano provare il nuovo design e darmi feedback prezioso. Non serve essere esperti, basta navigare e rispondere a qualche domanda! 😊

Come puoi aiutarmi? 🙋 Compila questo breve questionario e potresti essere selezionato/a per partecipare a un test di usabilità da remoto. Se vieni selezionato/a, il test dura solo **10 minuti** 🕒 e potrai completarlo quando ti è più comodo.

Il nostro ringraziamento: 🎁 Per ringraziarti del tempo dedicato, se parteciperai al test riceverai **20€ in buoni spesa** 💰 da utilizzare sul sito iVegan - un piccolo modo per dire grazie e permetterti di provare i prodotti che avrai contribuito a migliorare!

Le tue risposte saranno anonime 🔒 e se sarai tra i selezionati, ti contatterò via email per spiegarti tutto nei dettagli.

Grazie di cuore per il tuo supporto! 💚



[Link al questionario](#)

Recruiting

Aiutami a migliorare iVegan! 🌱

Ciao! 🙋 Sono Greta, studentessa di UX/UI Design, e sto lavorando al redesign del sito e-commerce iVegan per renderlo più facile e piacevole da usare.

Sto cercando tester che vogliano provare il nuovo design e darmi feedback prezioso. Non serve essere esperti, basta navigare e rispondere a qualche domanda! 😊

Come puoi aiutarmi? 🙏 Compila **questo breve questionario** e potresti essere selezionato/a per partecipare a un test di usabilità da remoto. Se vieni selezionato/a, il test dura solo 10 minuti 🕒 e potrai completarlo quando ti è più comodo.

Il nostro ringraziamento: 🎁 Per ringraziarti del tempo dedicato, se parteciperai al test riceverai 20€ in buoni spesa 💰 da utilizzare sul sito iVegan - un piccolo modo per dire grazie e permetterti di provare i prodotti che avrai contribuito a migliorare!

Le tue risposte saranno anonime 🗑️ e se sarai tra i selezionati, ti contatterò via email per spiegarti tutto nei dettagli.

Grazie di cuore per il tuo supporto! ❤️

Post sui social media

Per il reclutamento sono stati utilizzati **social media e gruppi online**, invitando gli utenti a compilare un breve questionario di screening tramite Google Moduli.

Il post include:

- introduzione personale
- di chi ho bisogno
- come puoi aiutarmi - compilazione form
- piccolo ringraziamento per la collaborazione

Recruiting

Ciao,
Grazie per aver compilato il questionario per il redesign di iVegan!
Sei tra i selezionati per partecipare al test di usabilità!

Cosa devi fare:

- Cliccare sul link qui sotto quando hai 10 minuti liberi
- Navigare sul nuovo design del sito come faresti normalmente
- Completare 3 semplici task di navigazione
- Rispondere ad alcune brevi domande sulla tua esperienza

Link al test: [INSERIRE LINK MAZE]

Dettagli importanti:

- ⌚ Durata: solo 10 minuti del tuo tempo
- 📱 Da fare: dal tuo smartphone
- 🔒 Privacy: tutte le tue azioni sono anonime
- 📁 Ringraziamento: 20€ in buoni spesa iVegan ti saranno inviati via email entro 48h dal completamento

Ricorda: non esistono risposte giuste o sbagliate - ogni tuo feedback è prezioso per migliorare l'esperienza di tutti gli utenti. Il test valuta il sito, non te!

Puoi completare il test quando ti è più comodo entro i prossimi 5 giorni.

Se hai domande, non esitare a scrivermi.

Grazie ancora per il tuo aiuto prezioso!

Greta Andreolli

Studentessa UX/UI Design presso Start2impact

Invio dell'e-mail

Gli utenti selezionati saranno contattati tramite e-mail nella quale troveranno tutte le informazioni necessarie

L'email include:

- ringraziamento
- come partecipare + link
- dettagli importanti
- rassicurazioni + disponibilità per qualunque domanda

Script del test

4

Script del test

Il test inizia con una schermata di benvenuto, in cui verranno nuovamente ricordati lo scopo e le modalità di svolgimento.

Successivamente, il partecipante avrà accesso al prototipo del sito e sarà invitato a completare 3 compiti in linea con gli obiettivi precedentemente definiti.

Al termine di ciascun compito, verranno poste due domande: una con risposta su una scala da 1 a 5 e una domanda aperta. Questo permetterà all'utente di fornire un feedback immediato, senza confondersi tra i due task.

Il test si conclude con una domanda aperta, volta a raccogliere ulteriori insight e suggerimenti per migliorare l'esperienza e l'usabilità del sito.

Mi chiamo Greta e sono una studentessa di UX/UI Design.

Sto lavorando per migliorare l'esperienza utente del redesign di iVegan, una piattaforma dedicata alla vendita di prodotti alimentari vegani.

Lo scopo di questo test è raccogliere il tuo feedback per rendere il nuovo design più intuitivo. Il test durerà circa 10 minuti e dovrà essere completato dal tuo dispositivo. Tutte le risposte saranno trattate in modo anonimo.

Ti verrà chiesto di svolgere tre compiti sul sito e di rispondere ad alcune domande.

Ricorda: testiamo il sito, non te! Ogni feedback è prezioso per migliorare l'esperienza utente.

Grazie del tuo prezioso aiuto :)

Task 1

Scenario

Stai organizzando un aperitivo per amici con esigenze alimentari specifiche. Alcuni sono celiaci e vegani, vuoi assicurarti di scegliere prodotti di qualità che possano gustare tutti.

Task 1

Cerca un formaggio spalmabile che abbia almeno 4 stelle di rating e sia gluten free, utilizza i filtri per agevolare la tua ricerca

Obiettivo: testare i filtri della categoria formaggi vegani

Domande

- Su una scala da 1 a 5, come hai trovato l'esperienza di ricerca del prodotto giusto per l'aperitivo? (1 = Molto difficile, 5 = Molto facile)

Obiettivo: valutare l'usabilità del sistema in generale

- C'è qualcosa che ti ha aiutato o ti ha reso più difficile la ricerca del prodotto?

Descrivi la tua esperienza.

Obiettivo: identificare eventuali punti di attrito nel sistema filtri e raccogliere feedback specifici su radio button, checkbox, slider e rating.

Task 2

Scenario

Devi preparare un super tiramisù vegano per la festa del tuo paese. Hai tutti gli ingredienti tranne la crema al mascarpone vegana, che è fondamentale per la riuscita del dolce.

Task 2

Trova la crema al mascarpone, aggiungine 5 pezzi al carrello e prosegui con l'acquisto degli articoli.

Obiettivo: testare l'usabilità del number picker

Domande

- Su una scala da 1 a 5, come hai trovato la modifica della quantità e l'aggiunta al carrello? (1 = Molto difficile, 5 = Molto facile)

Obiettivo: testare l'usabilità del number picker e valutare l'efficacia del processo di aggiunta al carrello con quantità multiple.

- Come hai trovato il processo di acquisto? C'è qualcosa che cambieresti nell'esperienza?

Descrivi la tua esperienza.

Obiettivo: identificare eventuali ostacoli nel flusso di checkout e raccogliere suggerimenti per migliorare l'esperienza d'acquisto.

Task 3

Scenario

Sei curioso/a di scoprire cosa offre iVegan.
Esplora liberamente la homepage per capire come è organizzato il sito.

Task 3

Esplora la homepage in generale e dimmi cosa ne pensi dell'organizzazione visiva.

Obiettivo: valutare l'efficacia visiva e la struttura informativa

Domande

- Su una scala da 1 a 5, come valuteresti l'esperienza di navigazione generale della homepage? (1 = Pessima, 5 = Ottima)

Obiettivo: valutare l'efficacia della homepage e l'appeal visivo del redesign homepage.

- C'è qualcosa che ti è piaciuto o che miglioreresti nella struttura o nell'aspetto della homepage?

Descrivi la tua esperienza.

Obiettivo: raccogliere feedback specifici sul design system (font Nunito, palette colori, animazioni card) e sulla struttura informativa della homepage.

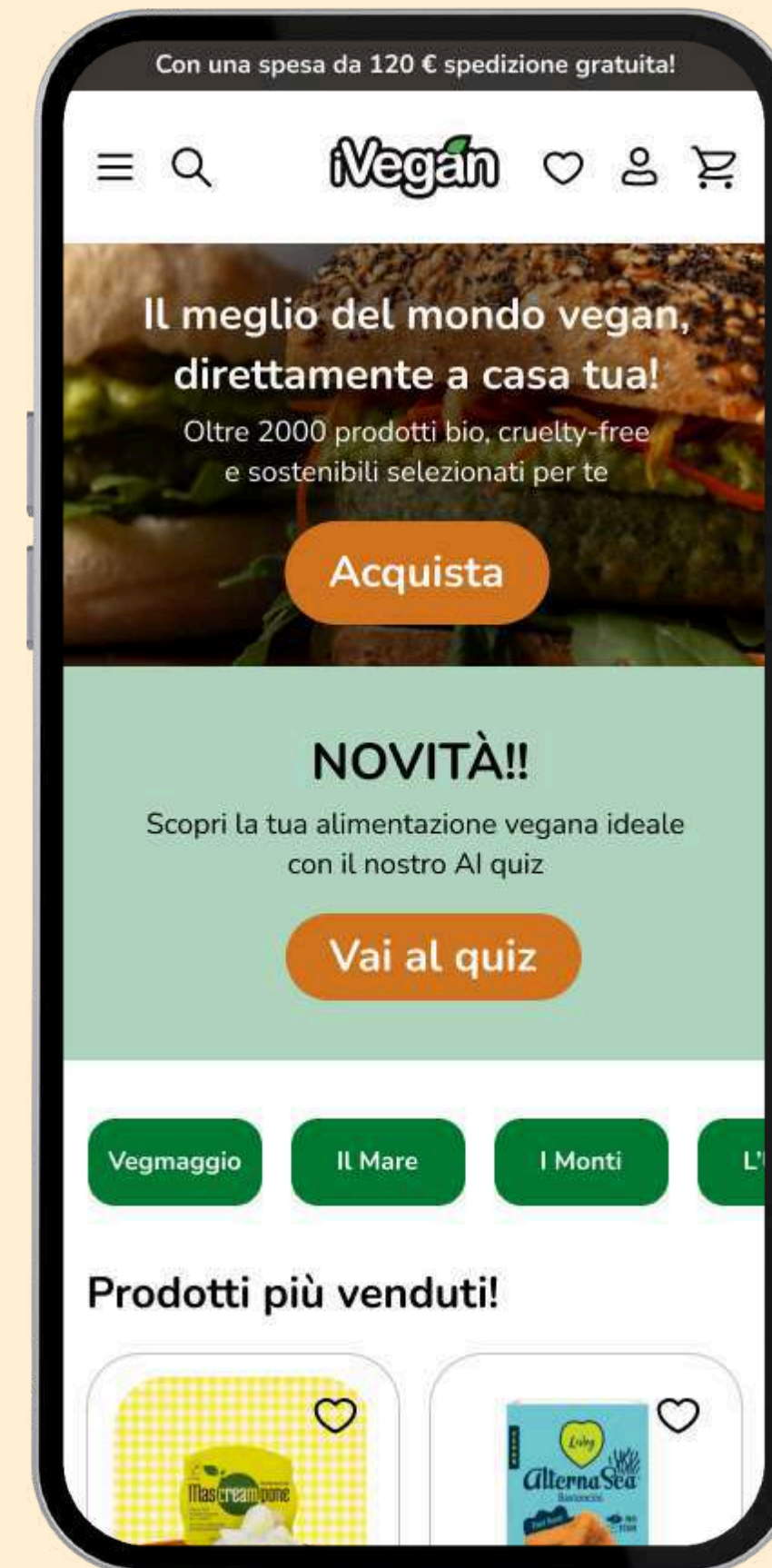
5

Prototype


Prototype

Per il test è stata scelta la **versione mobile del sito**, in quanto rispecchia le reali abitudini del target di riferimento, che preferisce effettuare acquisti direttamente da smartphone. Lo shopping da mobile è ormai una pratica quotidiana per molti utenti, quindi ottimizzare l'esperienza su questi dispositivi è fondamentale per garantire un'interazione fluida, efficace e in linea con le aspettative.

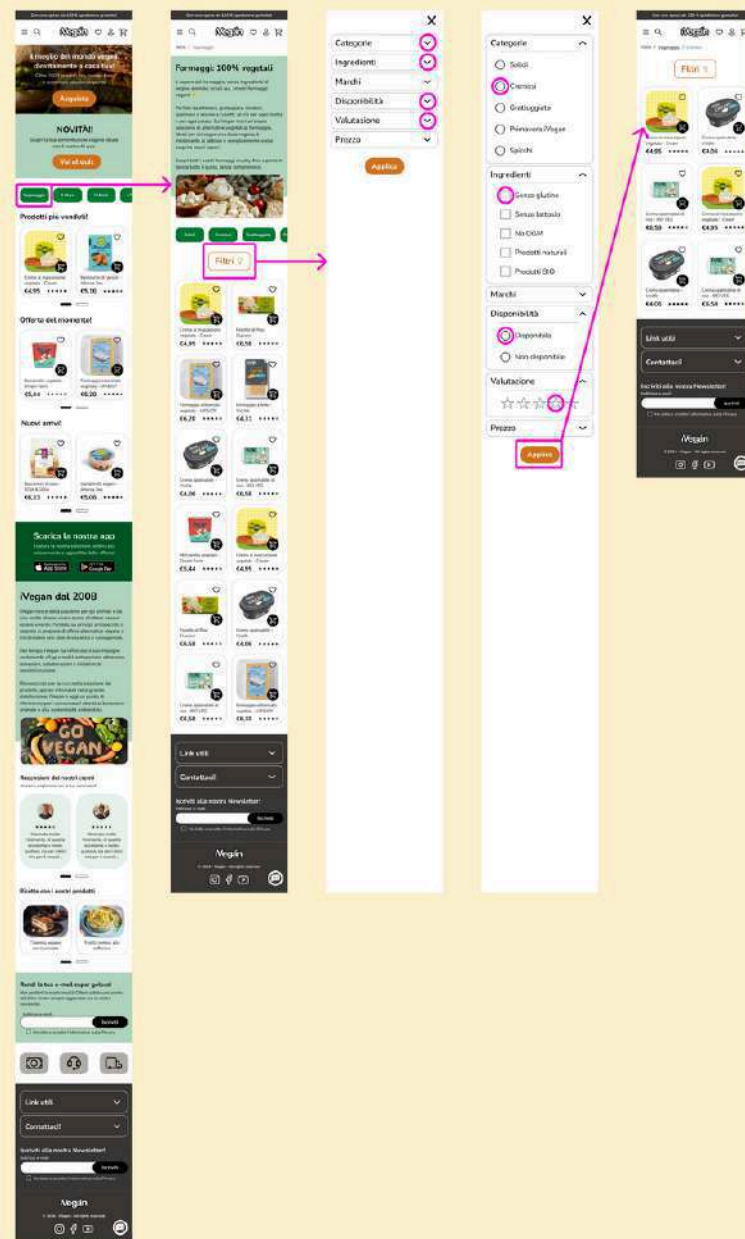
Le **principali aspettative** per questo test riguardano la **navigabilità** e l'**usabilità dell'interfaccia mobile**. L'obiettivo è verificare se l'utente riesce a portare a termine i task assegnati in modo semplice, intuitivo e senza frustrazione.



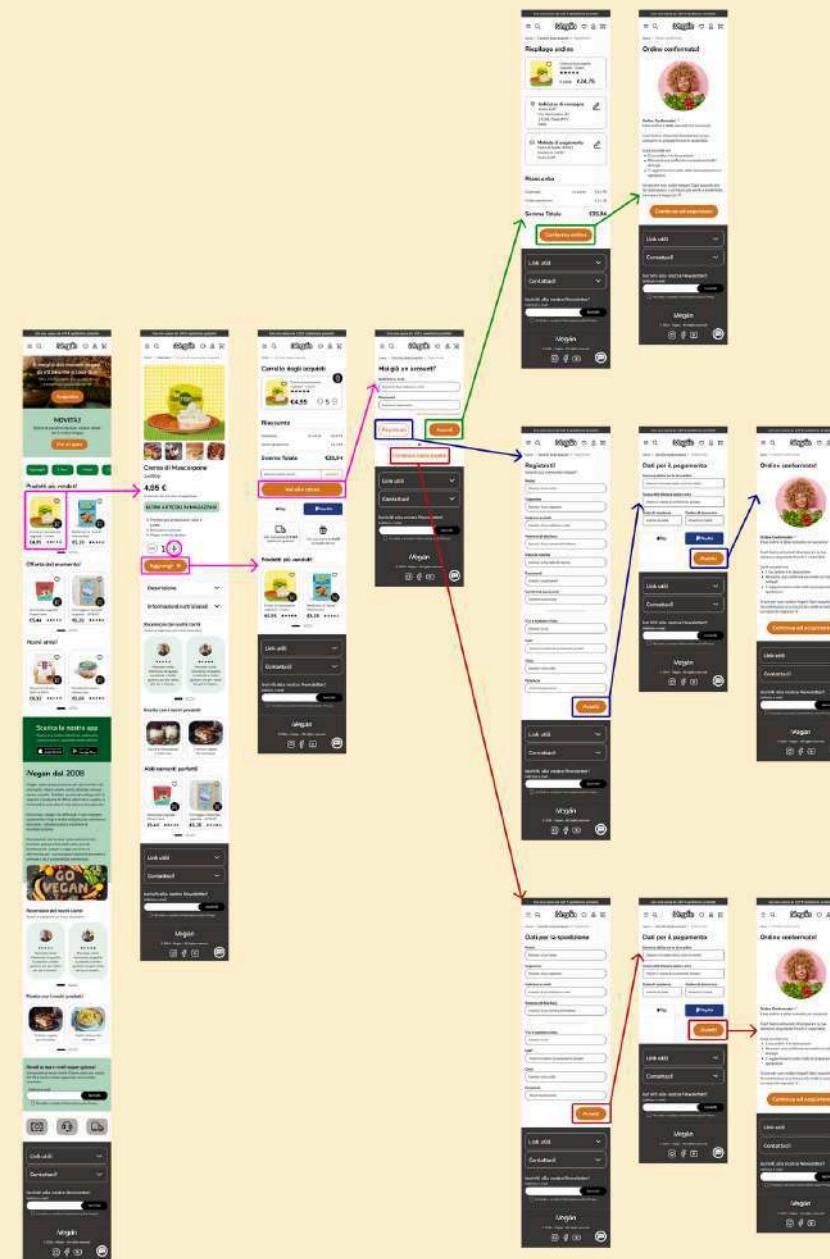
Wireflows possibili

 Link Figma Wireflows

Task 1



Task 2



Task 3



**GRAZIE
DELL'ATTENZIONE**



Greta Andreolli - Master in UX/UI Design



Progetto User Test 2

iVegán



Greta Andreolli - Master in UX/UI Design



INDICE:

1

Obiettivo

Raccolta dati
& analisi

2

3

Insight &
modifiche da
applicare

Conclusioni
finali

4

1

Obiettivo

Obiettivi

L'obiettivo di questa fase di User Test è **valutare l'usabilità e l'efficacia del redesign** del sito iVegan, con particolare attenzione ai flussi di navigazione e di acquisto.

La metodologia adottata è un **test di usabilità da remoto non moderato**, condotto tramite **Maze**, con lo scopo di osservare in modo autentico il comportamento degli utenti durante la navigazione su versione mobile del sito.

Il test è stato svolto da **6 partecipanti** di età compresa tra **i 25 e i 40 anni**, equamente suddivisi tra **3 femmine e 3 maschi**. Il campione comprende almeno 2 utenti vegani esperti, 2 utenti vegetariani e 2 utenti interessati a uno stile di vita vegano ma ancora onnivori, in modo da rappresentare sia utenti abituali del brand sia nuovi potenziali clienti.



[Link di Maze](#)

Finalità del test

Le finalità principali che guidano questo test sono:

- Verificare se gli utenti riescono a completare il processo di ricerca e acquisto in modo fluido e intuitivo.
- Analizzare l'esperienza di navigazione e di interazione con il prototipo mobile.
- Identificare punti di attrito o difficoltà nel flusso di acquisto e nella gestione dei preferiti.
- Valutare la chiarezza visiva e la gerarchia dei contenuti principali del sito.

Riepilogo

Task 1:

Trova un formaggio spalmabile gluten free con almeno 4 stelle per un aperitivo con i tuoi amici.

Obiettivo:

Valutare la facilità con cui gli utenti riescono a trovare un prodotto specifico, analizzando l'efficacia della navigazione, dei filtri e della struttura delle categorie.

Task 2:

Aggiungi 5 pezzi di crema al mascarpone vegana al carrello per preparare un tiramisù per la festa del paese.

Obiettivo:

Valutare la chiarezza e la fluidità del processo di acquisto, con particolare attenzione al number picker e al feedback visivo di conferma nel carrello.

Task 3:

Esplora la homepage per scoprire cosa offre il sito.

Obiettivo:

Valutare l'intuitività della homepage, la struttura informativa e la capacità del design di guidare l'utente nella scoperta dei contenuti principali, analizzando anche la percezione estetica e la gerarchia visiva.

**Raccolta dati &
analisi**

2

Task 1

Task 1 – Ricerca prodotto gluten free

- 6 utenti su 6 hanno completato il task con successo.
- 1 utente ha avuto grandi difficoltà a concludere.
- Valutazione media: 4.5 / 5
- Interazione percepita come intuitiva e semplice da quasi tutti i partecipanti.

Risultati principali:

- Success rate: 100%
- Drop-off: 0%
- Misclick rate medio: 77.8%
- Tempo medio per completamento: 53.9s



Task 1

Domanda: c'è qualcosa che ti ha aiutato o ti ha reso più difficile la ricerca del prodotto?

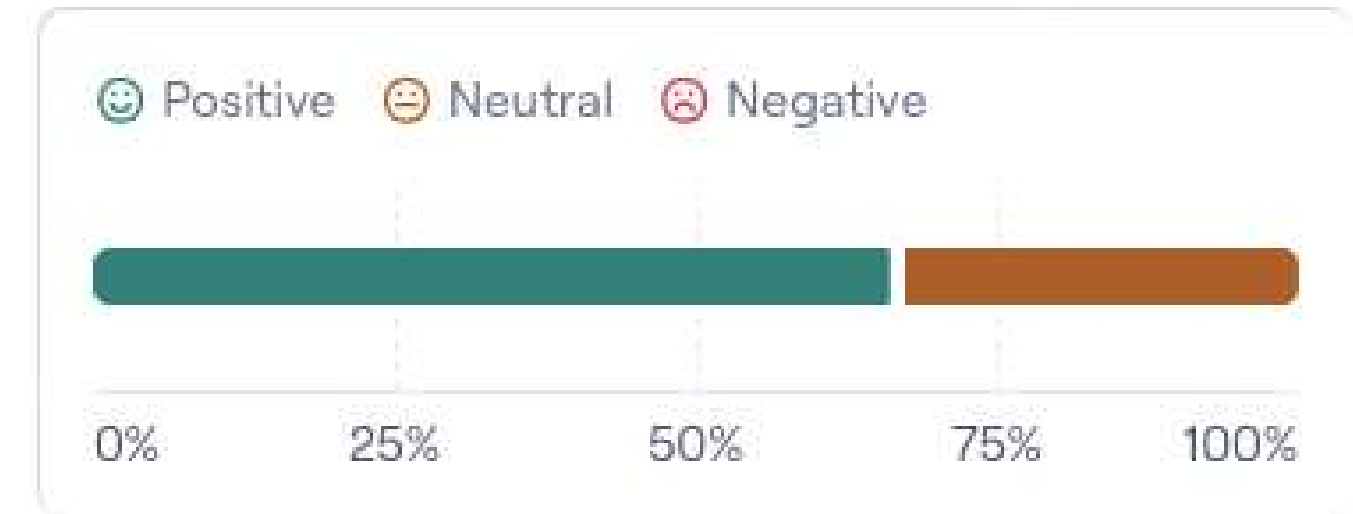
Feedback raccolti:

- “Trovare ‘Senza glutine’ è stato leggermente più difficile perché era nella sezione ingredienti. ‘Restrizioni alimentari’ sarebbe stato più intuitivo.”
- “Intuitivo e facile da trovare. Forse toglierei le sottocategorie “solido”, “cremoso”... essendo che si trovano anche nei filtri.”

Insight:

- Rivedere l'etichettatura dei filtri per rendere più immediata la ricerca per esigenze alimentari.
- Togliere pulsanti sotto-categorie nella pagina categoria

Sentiment



Feedback:

- positivi: 67%
- neutri: 33%
- negativi: 0%

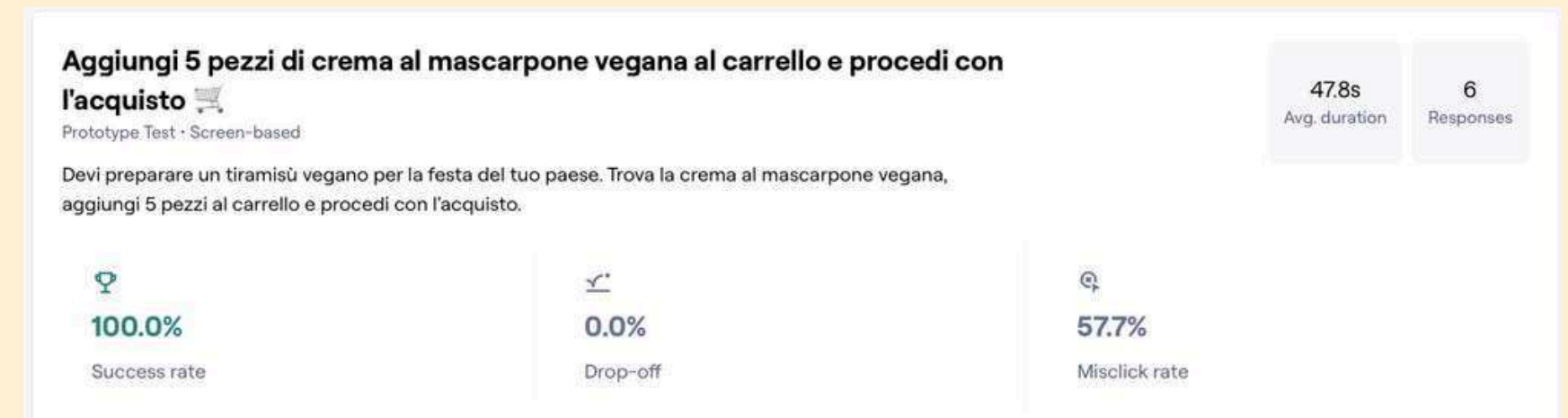
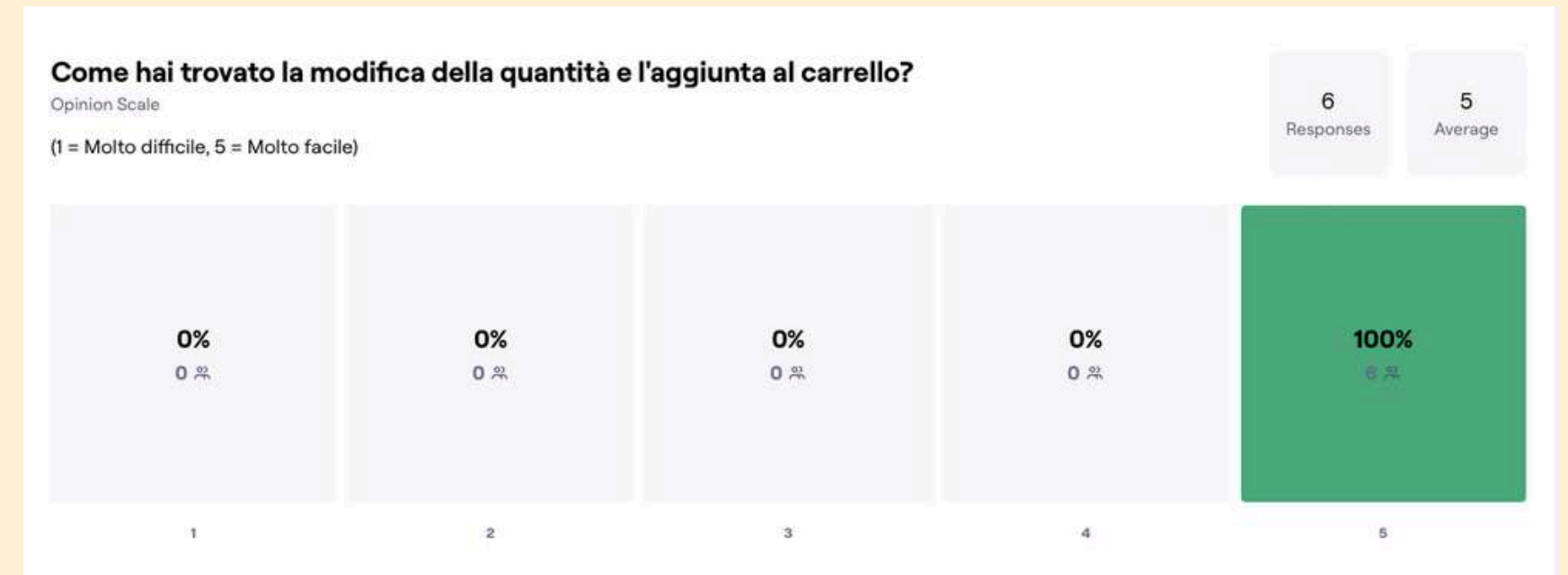
Task 2

Task 2 – Aggiunta al carrello

- 100% dei partecipanti (6/6) ha completato il task senza errori.
- Valutazione media: 5/5
- Tutti gli utenti hanno descritto l'interazione come fluida e immediata.

Risultati principali:

- Success rate: 100%
- Drop-off: 0%
- Misclick rate medio: 57.7%
- Tempo medio per completamento: 47.8 s



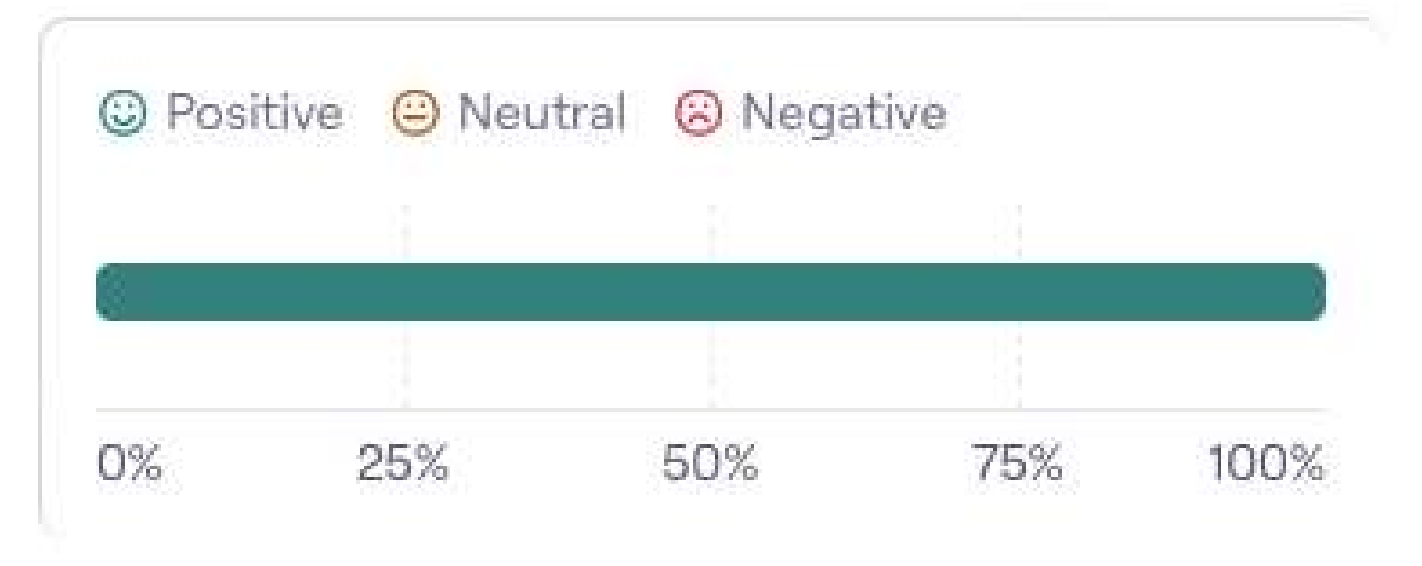
Task 2

Domanda: come hai trovato il processo di acquisto? C'è qualcosa che cambieresti nell'esperienza?

Feedback raccolti: tutti gli utenti hanno trovato l'interazione semplice, chiara e coerente.

Insight: il flusso di aggiunta al carrello è efficace → mantenere struttura e feedback visivo attuale.

Sentiment



Feedback:

- positivi: 100%
- neutri: 0%
- negativi: 0%

Task 3

Task 3 – Esplorazione homepage

- Tutti i partecipanti hanno interagito con la home in modo naturale.
- Valutazione media: 4.8/5

Itati principali:

- Tempo medio per completamento: 58.1s
- Buon livello di coinvolgimento: 2 utenti hanno esplorato le sezioni e i link, 4 si sono concentrati principalmente sulle categorie di prodotto.

Come valuteresti l'esperienza di navigazione generale della homepage?

Opinion Scale

(1 = Pessima, 5 = Ottima)

6
Responses

4.8
Average



Esplora la homepage

Prototype Test • Free Explore

Sei curioso/a di scoprire cosa offre iVegan. Esplora liberamente la homepage per capire come è organizzato il sito.

58.1s
Avg. duration

6
Responses

Task 3

Domanda: c'è qualcosa che ti è piaciuto o che miglioreresti nella struttura o nell'aspetto della homepage?

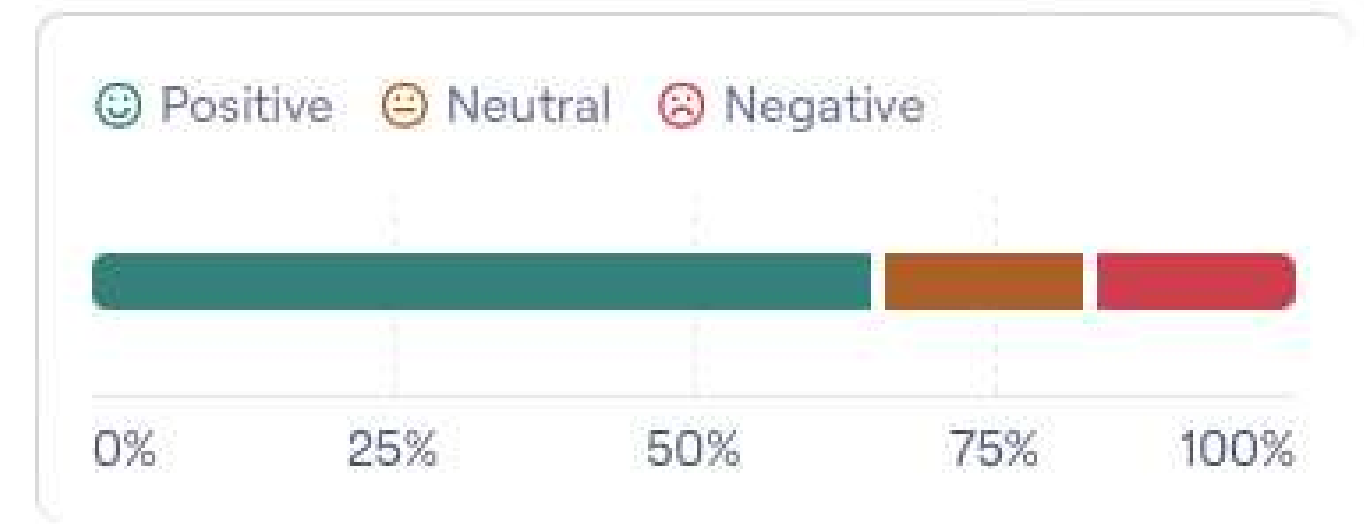
Feedback raccolti:

- “Forse il quiz non lo metterei con la stessa impostazione della sezione Acquista.”
- “Mi piace molto il font scelto che riprende il logo. La palette colori è ottima e coerente. Trovo che la parte con info spedizioni e assicurazioni sia troppo nascosta.”
- “Trovo che le categorie siano troppo numerose. Mi hanno un po' confusa”

Insight:

- Valutare un diverso posizionamento del quiz e delle sezioni informative.
- Mantenere la coerenza visiva e le animazioni
- Raggruppare le categorie per semplificare la navigazione.

Sentiment



Feedback:

- positivi: 66%
- neutri: 17%
- negativi: 17%

3

**Insight & modifiche
da applicare**

Opportunità emerse

Task 1 – Ricerca prodotto “gluten free”

Insight:

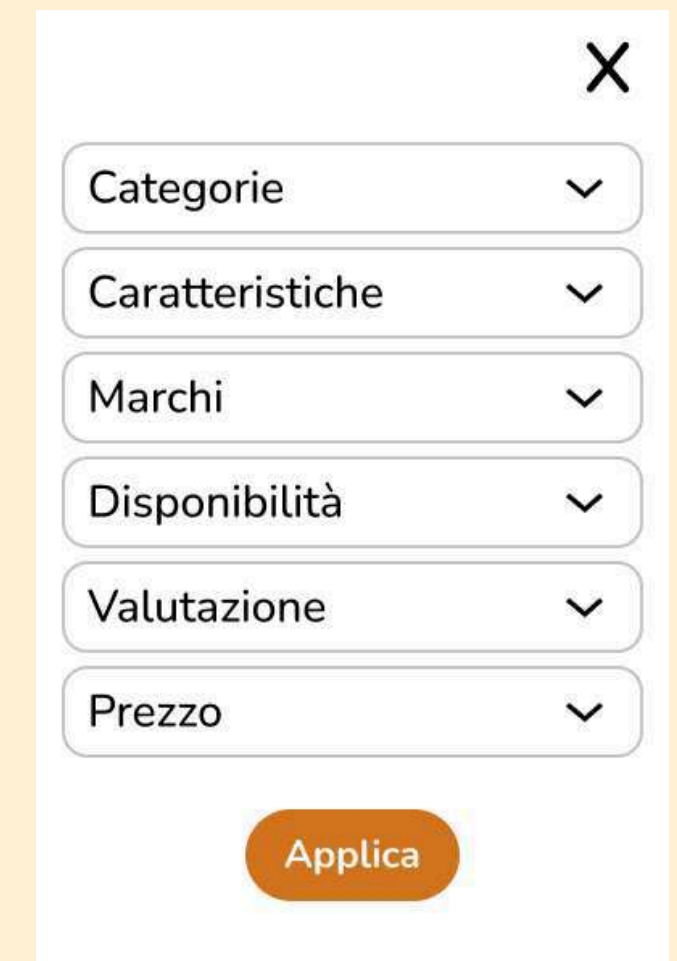
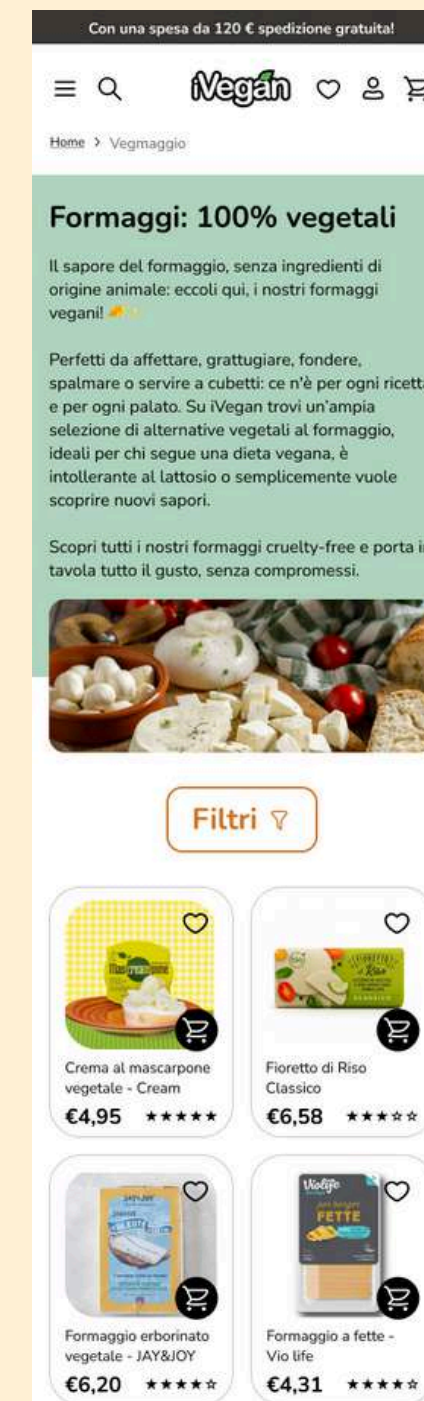
- La dicitura “Senza glutine” posizionata nella sezione Ingredienti ha generato confusione.
- Sottocategorie nella pagine Vegmaggio ripetute 2 volte

Modifiche da applicare:

- Rinominare la sezione in “Caratteristiche” al posto di “Ingredienti”.
- Togliere pulsanti sotto-categorie, lasciare solo quelle nei filtri.

Sono stati tolti i pulsanti sotto-categoria per evitare ripetizioni

È stata rinominata la sezione in “Caratteristiche”



Opportunità emerse

Task 2 – Aggiunta al carrello e procedi con l'acquisto

Insight:

- Il flusso è stato giudicato fluido e coerente da tutti i partecipanti.
- L'interfaccia trasmette chiarezza e dà un buon senso di controllo.

Modifiche da applicare:

- Mantenere l'attuale struttura e microinterazioni.



È stata mantenuta la stessa struttura



Opportunità emerse

Task 3 – Esplorazione homepage

Insight:

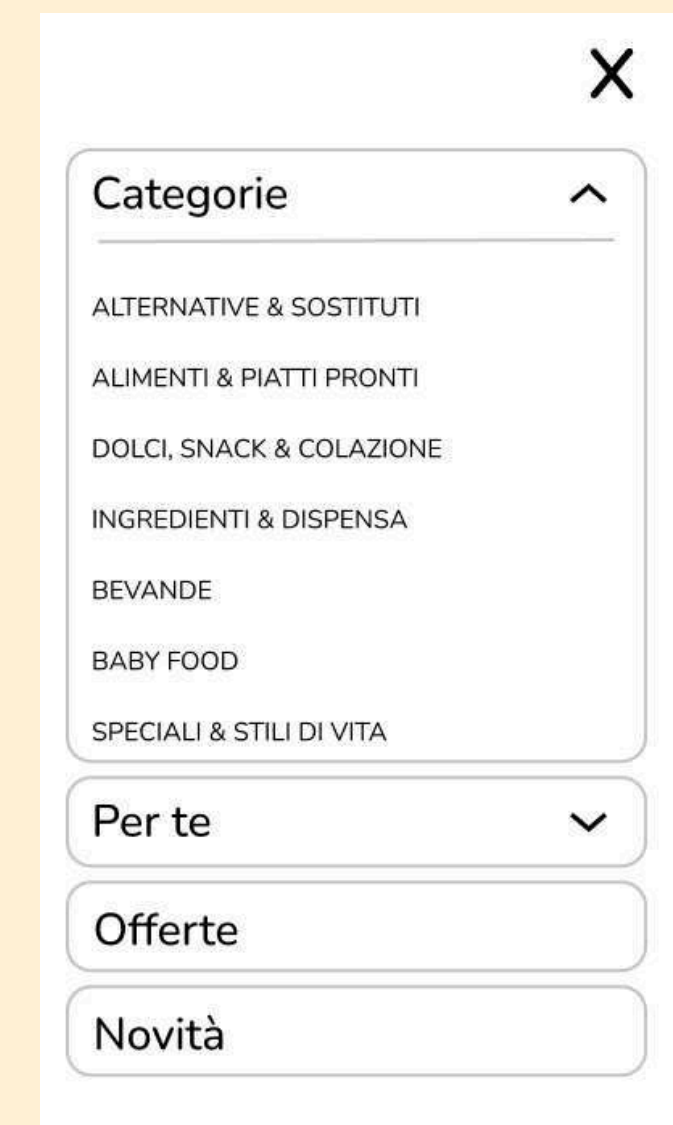
- Homepage percepita come piacevole e coerente.
- Alcuni utenti hanno segnalato troppe categorie, quiz troppo prominente e sezioni informative troppo “nascoste”.

Modifiche da applicare:

- Spostare la sezione quiz in un’area più discreta o in un formato diverso.
- Raggruppare le categorie di prodotto per rendere la navigazione più chiara.
- Riposizionare la sezione “Pagamenti, Assistenza e Spedizioni” più in alto nella pagina.



Le categorie prodotti sono state raggruppate da 17 a 5



Info pagamento, assistenza e spedizioni

Sezione quizi

Conclusioni finali

4

Sintesi & direzioni future

Punti di forza emersi

- Fluidità del processo di acquisto: 100% dei partecipanti ha completato i Task senza difficoltà.
- Chiarezza dell'interfaccia: i feedback visivi e le microinterazioni sono stati apprezzati e percepiti come coerenti.
- Estetica e coerenza visiva: font e palette sono stati considerati piacevoli e in linea con l'immagine di iVegan.

Aree di miglioramento

- Filtri di ricerca: riorganizzare le etichette
- Homepage: semplificare la struttura, ridurre le categorie e rendere più accessibili le informazioni su spedizioni e assistenza.
- Quiz: rivedere la posizione per evitare che interferiscano con il flusso principale di esplorazione.

Step successivi

Sulla base dei risultati emersi, verranno implementate le seguenti azioni:

- Ottimizzazione delle etichette dei filtri.
- Rework della homepage per favorire una navigazione più diretta e focalizzata.

Conclusione

Il test ha permesso di validare le scelte principali del redesign e di raccogliere insight concreti per il miglioramento continuo dell'esperienza utente. Questi risultati guideranno la prossima iterazione del prototipo, con l'obiettivo di rendere iVegan un sito sempre più intuitivo, accessibile e centrato sulle reali esigenze degli utenti.

**GRAZIE
DELL'ATTENZIONE**



Greta Andreolli - Master in UX/UI Design

