



BUDHIFY

P R O G E T T O D I S C O V E R Y - P A R T E 2

INDICE

01.	RIEPILOGO	04
02.	NUOVI OBIETTIVI	06
03.	PERSONAS	09
04.	USER JOURNEY	12
05.	NEW USER JOURNEY	18
06.	NEW SITEMAP	22

01.

R I E P I L O G O

FASE 1 - ANALISI EURISTICA

Ho raccolto le informazioni tramite il sito web per conoscere la sua storia e perché è nata, cosa offre e perché si differenzia dalle altre app nel mercato attuale.

FASE 2 - INFORMATION ARCHITECTURE

Ho analizzato il sito web e mobile, costruendo la sitemap attuale per comprendere la gerarchia dei contenuti.

FASE 3 - COMPETITOR

Ho cercato i competitor che offrono lo stesso servizio, comparando il sito e i servizi offerti.

FASE 4 - TARGET

Ho studiato il target attraverso articoli riguardo Buddhify e dei sondaggi.

RISULTATI SONDAGGIO

Dal sondaggio è emerso che la fascia d'età predominante va dai **18-30**, ma anche una percentuale di persone dai 50-30.

Dunque il target ideale sarebbe dai 19 ai 35 anni. Di cui la maggior parte sono lavoratori.

Il dispositivo maggiormente usato è lo **smartphone**, e solamente il 32,6% utilizza il pc. Sarebbe ideale rendere possibile la registrazione direttamente dal sito, in quanto il 53,4 % lo farebbe.

L'**obiettivo**, infine, sarà quello di modificare il sito vetrina di Buddhify in una **Web App**.

Il potenziale cliente è disposto a scaricare l'app e usufruire dei servizi offerti se gli viene offerta la possibilità di **free-trial**.

Questo fa in modo di dover rinnovare il sito, rendendolo più intuitivo.



02.

NUOVI OBIETTIVI

Nella fase successiva del processo di progettazione del sito web Buddhify, l'attenzione si concentra sullo studio del comportamento ipotetico degli utenti durante l'utilizzo del sito.

Questo viene fatto attraverso lo sviluppo di **user personas**, che rappresentano tipi di utenti basati sull'esperienza individuale.

Le user personas servono come punto di partenza per creare user journey, ovvero dei percorsi che gli utenti potrebbero seguire durante la navigazione del sito.

Le **user journey** vengono attentamente esaminate per identificare punti critici e difficoltà riscontrate nelle diverse esperienze descritte.



Sulla base di queste osservazioni, vengono apportate le necessarie modifiche al design del sito web, con l'obiettivo di migliorare l'usabilità e l'esperienza complessiva degli utenti.

Infine, viene creata una nuova **sitemap** web che tiene conto delle nuove funzionalità da introdurre e dell'organizzazione aggiornata delle sezioni del sito.

Quest'ultima rappresenta la struttura finale del sito web Buddhify, che incorpora le modifiche e le migliorie derivanti dallo studio precedente.



03.

P E R S O N A S



ELLIE

“ Cerco di mantenere uno stile di vita sano per prendermi cura del mio benessere. ”

PROFESSIONE

Studentessa di Lingue

STATO CIVILE

Single

ETÀ

22

BIOGRAFIA

Ellie adora passeggiare di sera con il suo cane e della buona musica.

Amante delle giornate di pioggia dove potersi rilassare da sola sul divano!

Nella sua borsa non possono mai mancare libri, cuffiette e ovviamente il telefono!

BISOGNI

- Poter rilassarsi ovunque sia e con qualsiasi dispositivo
- Webb App per studiare e meditare allo stesso tempo

PERSONALITÀ

Attiva

Passiva

Introversa

Estroversa

Sensibile

Forte

FRUSTRAZIONI

- Prezzi dell'abbonamento troppo alti per lei
- Togliere troppo tempo allo studio



GIANLUCA

“Tengo alla mia salute mentale, voglio essere al meglio per me e per la mia famiglia.”

PROFESSIONE

Personal Trainer

STATO CIVILE

Sposato

ETÀ

55

BIOGRAFIA

Gianluca ama giocare al parco con i propri figli.

Adora iniziare la giornata al meglio con una corsa!

Da poco si è trasferito in Germania con la sua famiglia per lavoro.

BISOGNI

- Desidera scaricare un'app aggiornata, adatta sia a lui che ai suoi bambini
- Sentirsi realizzato a fine della giornata

PERSONALITÀ

Attivo

Passivo



Introverso

Estroverso



Sensibile

Forte



FRUSTRAZIONI

- Paura di non poter usufruire di un'app in modalità offline
- Paura che gli esercizi siano noiosi e poco stimolanti



MARIA

“ Nel tempo libero mi piace dedicarmi alla cura di me stessa. ”

PROFESSIONE

Graphic Designer

STATO CIVILE

Single

ETÀ

30

BIOGRAFIA

Maria ama il suo lavoro e il suo team.

Si prende cura di se stessa, viaggiando per il mondo e scoprendo nuove culture!

Senza il computer e il telefono non può vivere, li porta sempre con se.

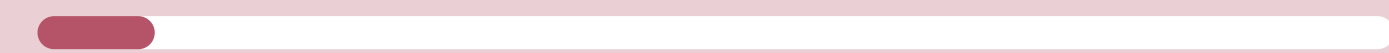
BISOGNI

- Desidera potersi rilassare durante i suoi viaggi
- Migliorare i suoi progetti lavorativi e il suo stato mentale

PERSONALITÀ

Attivo

Passivo



Introverso

Estroverso



Sensibile

Forte



FRUSTRAZIONI

- Non avere la possibilità di fare una prova gratuita prima di procedere con il pagamento
- Che non ci sia la possibilità di ricevere assistenza in modo veloce

A large, bold, teal-colored number '4' is centered on a white background. The number is composed of a thick vertical stroke and a horizontal stroke that curves around the top and bottom of the vertical stroke.

U S E R J O U R N E Y



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

1. Scorrendo su **TikTok**, le capita un video di una ragazza che parla di Buddhify.
2. Inizia ad informarsi sul **sito web**.
3. Per curiosità legge sia la storia, sia gli articoli presenti nella sezione del **blog** e inizia ad interessarsi.

“La storia di questa realtà mi affascina molto!”



- Smartphone
- Sito web
- Social media

NAVIGAZIONE

1. Decide di cercare la sezione **FAQs** per leggere qualche domanda e risposta, sicuramente le sarà utile per chiarirsi le idee.
2. Dopo una lunga ricerca le trova nella sezione “**Support**” dal menu burger, ma la pagina è vuota.

“Perché la pagina FAQs è vuota? oltretutto ho impiegato più del dovuto per trovarla.”



- Sito web
- FAQs
- Support

DOWNLOAD

1. Vuole cercare la sezione dei vari piani di abbonamento all'interno del sito web in maniera veloce, ma non è presente una **barra di ricerca**.
2. Torna alla home e si accorge che non è possibile iniziare ad usare il servizio direttamente dal sito.

“La ricerca è poco intuitiva e per giunta non ho potuto usufruire del servizio direttamente dal sito!”



- Sito web
- PC

USO

Amareggiata dal non riuscire a trovare ciò che cerca, preferisce non perdere altro tempo.

“Peccato, mai giudicare un libro dalla copertina! Sono molto delusa.”



- Sito web
- PC



PAIN POINTS

- Mancanza di una WebApp per poter usufruire del servizio anche dal sito con il PC.
- La ricerca è poco intuitiva per la mancanza di una barra di ricerca all'interno del sito per poter trovare ciò che si cerca in maniera più veloce ed efficace.
- La sezione delle FAQs è difficile da trovare e priva di contenuto.

OPPORTUNITIES

- L'obiettivo è quello di trasformare il sito vetrina di Buddhify in una Web App, consentendo così agli utenti di usufruire del servizio dal desktop.
- Inserire una barra di ricerca per spostarsi facilmente tra le varie pagine e trovare ciò che si sta cercando in maniera più facile e veloce.
- Inserire la voce FAQs più visibile e non nascosta.



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

1. Gianluca vuole iniziare a fare meditazione dopo una sessione di sport intensa, quindi cerca su **internet** e tra le varie pagine trova Buddhify.
2. Cerca le recensioni e le testimonianze sull'app, tramite articoli e blog esterni.
3. Apre il sito ma dopo pochi secondi esce perché noioso e anonimo.

"Quest'app sarà davvero quello che cerco? Il sito sembra anonimo e privo di personalità, mmh."



- PC
- Sito web
- Homepage

NAVIGAZIONE

1. Vuole dare una seconda possibilità al **sito web**.
2. Entra nel sito ma si ritrova spaesato a causa della **mancanza di poter cambiare lingua**, decide quindi di abbandonare la ricerca.
3. Prova a lasciare la sua **mail** nel form dedicato per la newsletter, ma non gli arriva **nessun messaggio di conferma** dal sito.

"Dovrei lasciare la pagina e controllare sulla posta se mi è arrivata l'email di conferma e non posso neanche tradurre il sito!"



- Sito web
- Newsletter
- PC

DOWNLOAD

1. Decide comunque di scaricare l'**app**, perché il prezzo gli sembra conveniente.
2. Apre lo store dalla **CTA** di download.

"Il prezzo mi sembra comunque conveniente, voglio dargli una possibilità, nella speranza che l'app possa stupirmi"



- Sito web
- PC
- CTA

USO

Una volta scaricata l'app, oltre a non trovare una sezione dedicata alla famiglia e ai figli, non è pienamente soddisfatto dato che l'app non funziona in modalità offline, quindi è costretto a disinstallarla.

"Ho sprecato dei soldi, che potevo investire in un app più completa di questa!"



- App
- Smartphone



PAIN POINTS

- Impossibilità di usufruire del servizio in modalità offline tramite l'app mobile.
- Nessun messaggio di conferma durante l'invio dell'email per l'iscrizione alla newsletter.
- Non c'è la possibilità di tradurre il sito.

OPPORTUNITIES

- Dare la possibilità di usare l'app mobile anche in modalità offline.
- Inserire un messaggio di conferma una volta premuto invio nel form della newsletter in modo tale che l'utente sa di aver ricevuto l'email.
- Aggiungere la possibilità di cambiare lingua, di modo che l'utente possa interessarsi maggiormente alla lettura del sito.



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

1. Mentre si gode la pausa pranzo, naviga su **Instagram**.
2. Clicca un link su un post sponsorizzato di **Buddhify** che la rimanda al sito web.
3. Amante dei colori, viene subito catturata dallo **stile**.

"I colori vivaci mi trasmettono positività e sicurezza."



- Smartphone
- Sito web
- Social media

NAVIGAZIONE

1. Inizia ad esplorare le varie pagine del sito per trovare la sezione di **prova gratuita**.
2. Scopre che non c'è e che bisogna pagare subito l'**abbonamento annuale**.
3. Una volta letto vuole tornare indietro ma non trova il **breadcrumb** che la porta direttamente alla pagina precedente. È infastidita.

"Sono un po' delusa che non ci sia la prova gratuita, però sono fiduciosa!"



- Sito web

DOWNLOAD

1. Decide comunque di voler contattare l'**assistenza** per saperne di più.
2. Cerca una **LiveChat**, ma non è presente.
3. È confusa e dispiaciuta di non essere riuscita a trovare ciò che cercava.

"Vorrei contattare l'assistenza ma in assenza di una LiveChat, non si può fare in modo veloce!"



- Sito web
- PC

USO

Abbandona il sito e cercherà altrove, qualcosa che sia più intuitivo e allettante.

"Troverò di meglio sicuramente altrove!"



- Sito web
- PC



PAIN POINTS

- Mancanza della prova gratuita per iniziare ad usufruire del servizio.
- Non esiste la possibilità di poter contattare un operatore per ricevere assistenza immediata tramite una LiveChat.
- Non c'è il breadcrumb, ciò rende l'utente spaesato nel momento in cui deve tornare indietro tra le pagine.

OPPORTUNITIES

- Una prova gratuita sarebbe perfetta, l'utente può provare l'app per qualche giorno, così da instaurare un rapporto di fiducia cliente/azienda.
- Inserire una LiveChat per dare la possibilità all'utente di chiedere aiuto in tempo breve.
- Inserire il breadcrumb, fornendo agli utenti un modo per tener traccia della loro posizione tra le pagine.

PAIN POINTS

- Navigazione confusionaria
- Mancanza di una LiveChat per ricevere assistenza
- Unica lingua disponibile è l'inglese
- Non è possibile creare un account e registrarsi direttamente dal sito
- Non c'è la possibilità di fare una prova gratuita
- Il sito web è sprovvisto di barra di ricerca
- Non ci sono breadcrumbs per spostarsi tra le pagine
- Non è possibile usufruire del servizio in app mobile senza una connessione internet
- Non è possibile creare un account e registrarsi
- Mancanza di un messaggio di conferma dopo aver inserito l'email per la newsletter



OPPORTUNITIES

- Organizzare meglio il menu burger (mobile), header (sito web) e footer
- Inserire una LiveChat per ricevere assistenza in modo veloce
- Aggiungere la possibilità di tradurre il sito
- Dare la possibilità di creare un account/registrarsi direttamente dal sito web
- Inserire la possibilità di fare una prova gratuita
- Inserire una barra di ricerca per facilitare la navigazione
- Aggiungere dei breadcrumbs per rendere più intuitiva la navigazione tra le pagine del sito
- Dare all'utente la possibilità di usare il servizio in app anche in modalità offline
- Aggiungere una sezione per creare e gestire un account
- Aggiungere un messaggio di conferma dopo l'inserimento della mail nel campo apposito



OPPORTUNITÀ EMERSE DALLE USER JOURNEYS

Tramite l'analisi delle **journey map**, è stato possibile individuare delle carenze all'interno del sito web a livello di usabilità.

Attraverso queste journey map è stato possibile individuare dei **pain points**, i quali hanno portato alla luce nuove opportunità di miglioramento dell'usabilità del sito web.

A questo punto, le user journey possono essere aggiornate, migliorandone l'**esperienza utente** delle tre personas individuate e dei futuri utenti che utilizzeranno il sito.

05.

NEW USER JOURNEY



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

1. Scorrendo su **TikTok**, le capita un video di una ragazza che parla di Buddhify.
2. Inizia ad informarsi sul **sito web**.
3. Per curiosità legge sia la storia, sia gli articoli presenti nella sezione del **blog** e inizia ad interessarsi.

“La storia di questa realtà mi affascina molto!”



- Smartphone
- Sito web
- Social media

NAVIGAZIONE

1. Clicca dal menu su “**Help**”.
2. Apre la sezione “**FAQs**” per leggere qualche domanda e risposta, sicuramente le sarà utile per schiarirsi le idee
3. E’ soddisfatta della quantità di domande e dell’utilità della pagina.

“Sono contenta di aver trovato così tante domande/risposte di altri utenti!”



- Sito web
- Menu “Help”
- Sezione “FAQs”

DOWNLOAD

1. Attraverso la **barra di ricerca** riesce a trovare subito la sezione dei vari piani di abbonamento disponibili.
2. Tornando alla home decide di **creare un account**.

“Adoro che si possa creare un account direttamente dal sito!”



- Sito web
- PC
- Registrazione

USO

Inizia ad usare il servizio attraverso la WebApp, così da poter riuscire a studiare e meditare allo stesso tempo.

“Davvero utilissima la WebApp, la sfrutterò tantissimo.”



- Sito web
- PC
- WebApp

PAIN POINTS RISOLTI E OPPORTUNITÀ SFRUTTATE

Curiosa già della storia dell’azienda, va ad approfondire nella sezione **FAQs** tutte le domande o semplici dubbi sull’app. Grazie alla **barra di ricerca** è riuscita a trovare quello che cercava in poco tempo. Ora ha la possibilità di usufruire dei servizi e dei piani direttamente anche dal **desktop**. Può studiare e meditare senza perdere tempo con lo smartphone.



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

- 1. Gianluca vuole iniziare a fare meditazione dopo una sessione di sport intensa, quindi cerca su **internet** e tra le varie pagine trova Buddhify.
- 2. Cerca le recensioni e le testimonianze sull'app, tramite articoli e blog esterni.
- 3. Apre il sito ed è colpito dal design super curato e delicato.

“Le recensioni mi soddisfano, sono curioso. Il design del sito è davvero fantastico.”



- Smartphone
- Sito web

NAVIGAZIONE

- 1. Trova l'opzione per poter **tradurre il sito** e riesce ad interessarsi maggiormente alle informazioni del sito.
- 2. Prova a lasciare la sua **mail** nel form dedicato per la newsletter, Dopo aver premuto invio riceve un **messaggio di conferma**.

“Sono soddisfatto che mi è arrivato il messaggio di conferma e che finalmente posso leggere il sito in italiano!”



- Sito web
- PC

DOWNLOAD

- 1. Convinto dal design, decide di scaricare l'**app**, perchè il prezzo gli sembra conveniente.
- 2. Apre lo store dalla **CTA** di download nella Homepage.

“Sono molto fiducioso di quest'app, spero mi soddisfi altrettanto!”



- Sito web
- PC
- Smartphone

USO

Una volta scaricata l'app, trova una sezione dedicata alla famiglia e ai figli, è pienamente soddisfatto dato che l'app supporta la **modalità offline**.

“Sono molto felice che posso usufruire del servizio anche in modalità offline, quando sono fuori casa!”



- Smartphone
- App

PAIN POINTS RISOLTI E OPPORTUNITÀ SFRUTTATE

Colpito dal design colorato, minimalista ed intuitivo fa al caso suo. Il sito ora ha la possibilità anche di **cambiare lingua**, fondamentale per lui che non sa bene l'inglese. È pienamente soddisfatto di poter usare l'app mobile anche in **modalità offline**, quando non è a casa.



ATTIVITÀ

PENSIERI

EMOZIONI

TOUCHPOINTS

SCOPERTA & FEEDBACK

1. Mentre si gode la pausa pranzo, naviga su **Instagram**.
2. Clicca un link su un post sponsorizzato di **Buddhify** che la rimanda al sito web.
3. Amante dei colori, viene subito catturata dallo **stile**.

"I colori vivaci mi trasmettono positività e sicurezza."



- Smartphone
- Sito web
- Social media

NAVIGAZIONE

1. Inizia ad esplorare le varie pagine del sito per trovare la sezione di **prova gratuita**.
2. Una volta letto vuole tornare indietro e riesce in modo super intuitivo e veloce tramite il **breadcrumb** che la porta direttamente alla pagine precedente.

"Felice di aver scoperto che c'è la possibilità di fare una prova gratuita!"



- Sito web
- PC

DOWNLOAD

1. Prova a vedere se c'è una **LiveChat** e la trova subito in basso a destra.
2. L'operatore le spiega come fare per attivare il periodo di prova gratuita.
3. Soddisfatta torna sul sito per iscriversi e creare un account.

"Adoro avere una prova gratuita delle app, capisco al volo se fa per me oppure no, mi iscrivo!"



- Sito web
- PC

USO

Scarica l'app e inizia ad usarla, le piace molto.

"La amo! Era proprio ciò che cercavo."



- Smartphone
- App

PAIN POINTS RISOLTI E OPPORTUNITÀ SFRUTTATE

Navigando tra le varie pagine del sito, ha trovato molto pratico e veloce, l'aggiunta dei **breadcrumbs** per tornare facilmente alla pagina precedentemente visitata. Ha potuto inoltre attivare la **prova gratuita** grazie all'aiuto di un operatore della **LiveChat**, ha capito che Buddhify è l'app che fa al caso suo.

RIEPILOGO NUOVE USER JOURNEYS

Tramite l'analisi delle nuove **journey map**, è stato individuata la possibilità di rendere il sito, una vera e propria **Web App**.

Per gli utenti che useranno il PC come dispositivo principale, la WebApp sarà un modo veloce ed efficace per poter usufruire del servizio, iniziando con un periodo di **prova gratuita** della durata di 7 giorni.

Dopo la creazione dell'account, si potrà accedere al proprio **account** per controllare gli avanzamenti del percorso di meditazione.

Si potrà accedere anche alla **sezione dei piani di abbonamento**, per poter controllare quale piano è attivo, disdirlo o cambiarlo.

06.

NEW SITE MAP

