

Master UX/UI Design



ecodream

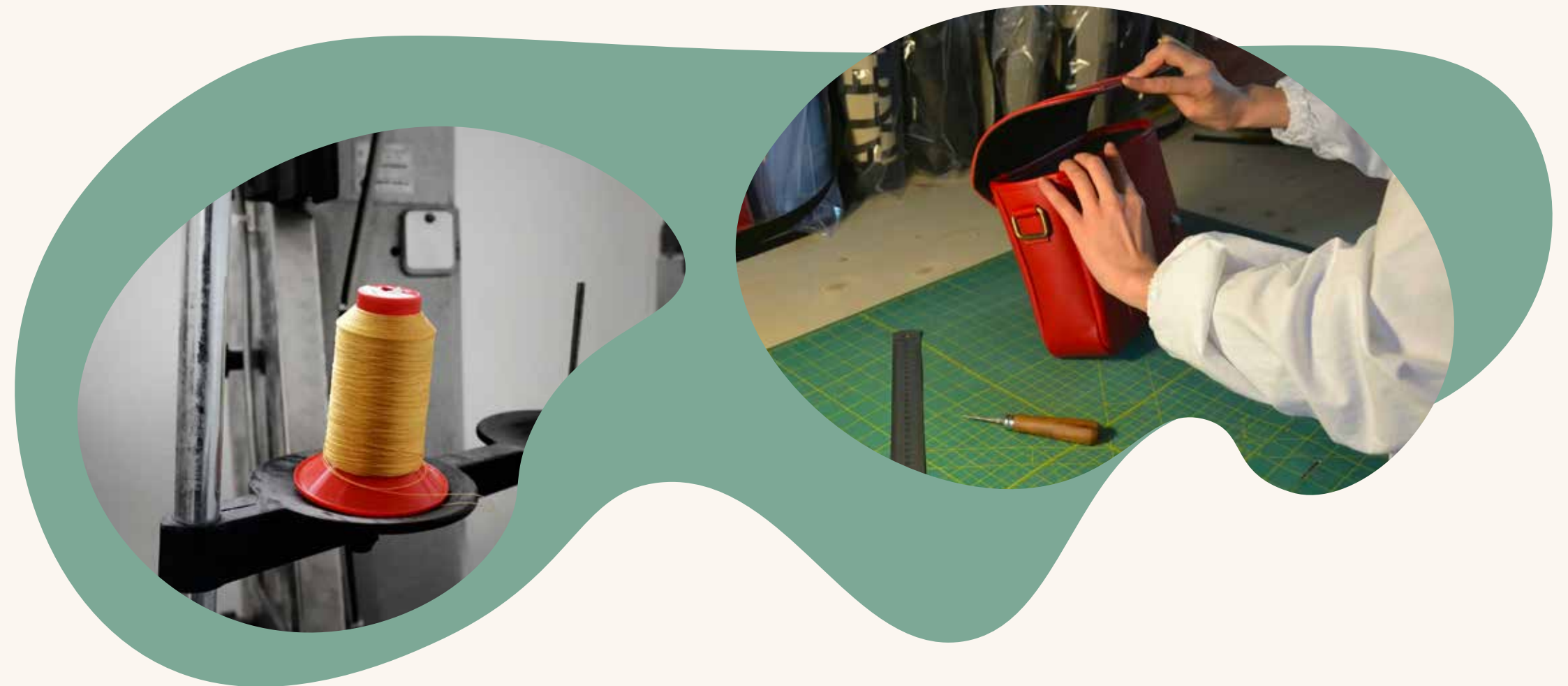
LA ECOMODA MADE IN ITALY

Chiara Ghiringhelli



About Ecodream

EcoDream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzato in borse, zaini ed accessori eco-friendly



Nasce come progetto di impresa nel 2014 nel fiorentino, si costituisce ufficialmente come azienda nel 2016. E' una realtà giovane, che ha partecipato a progetti promossi dall'Incubatore Universitario Fiorentino (IUF) e FEDERMANAGER TOSCANA, fino ad essere catalogato da molte riviste e blog come uno dei migliori brand sostenibili del panorama italiano, tra cui Marie Claire e Focus.

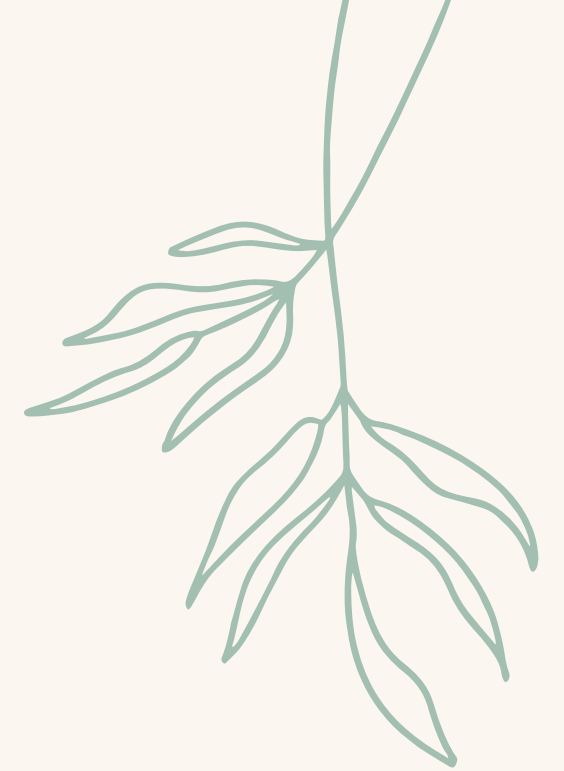
Inoltre, nel 2021 è stata inserita tra le best practices nel prestigioso rapporto 'GreenItaly 2021', una ricerca condotta annualmente sul valore della Green Economy in Italia.

Progetto

Obiettivi

Il progetto aveva come scopo quello di analizzare il sito attuale del brand per:

- Trovare criticità a livello sia di UX che UI
- Analizzare il livello di accessibilità web offerto
- Progettare nuove proposte di UX e UI



Analisi AS-IS



Sia per la versione pc che mobile, sono state utilizzate le **10 euristiche di J. Nielsen** per individuare le problematiche più evidenti sull'usabilità del sito. Un'analisi simile è stata ripetuta per studiare il livello di l'Accessibilità del sito.

I problemi più evidenti che sono emersi sono:

- Sito generale molto lento
- Le pagine **Home** e **About** sono complessivamente lunghe e scoraggiano l'utente ad arrivare fino al fondo
- Non sono presenti **Filtri** per la scelta di prodotti
- Il **Carrello** sparisce se si scrolla in basso o alto
- I **link** non sono facilmente individuabili e descrittivi della pagina di destinazione
- Lo **Shop** non è raggiungibile dal menù principale
- Non sono presenti le **Recensioni**
- Non è presente una **Wishlist**
- Non è presente lo **Scroll-to-top button**
- Non c'è la possibilità di iscriversi alla **Newsletter**
- Il Footer manca di informazioni importanti
- Il **design** generale è pulito ma da modernizzare con

una palette, font, icone e animazioni

- Non ci sono **Breadcrumbs**
- Manca la **Barra di Ricerca**
- Non c'è una **Live Chat**

Dal punto di vista dell'**Accessibilità**:

- Il **contrasto** tra testi e sfondo è spesso sotto il minimo richiesto
- Le **immagini** con testo risultano difficili da leggere e nessuna presenta una descrizione alternativa
- Il **Focus Indicator** non è abbastanza visibile
- Il **Focus Order** non è logicamente corretto

Competitors

Dopo aver analizzato il sito allo stato attuale, è poi stata fatta un'analisi dei competitors di Ecodream. Dopo averli individuati, sono state elencate una serie di caratteristiche e analizzate con tabelle di **benchmark** per comprendere meglio in cosa Ecodream mancasse a confronto

	ecodream	miomojo		NI·DO	<i>insughero</i> MADE IN ITALY		
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Filtri	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Gift Card	Registrazione/Login	✓	✗	✗	✓	✓	✓
Informazioni spedizioni	Barra di ricerca	✗	✓	✗	✗	✓	✓
Breadcrumbs	Whishlist	✗	✓	✗	✗	✗	✗
Recensioni	Offerte/Sconti	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Newsletter	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✓

Survey

Per trovare il target di riferimento è stato creato un questionario online di **16 domande**, con Google Form, ed è stato utilizzato per ottenere un dato quantitativo rispetto ai seguenti punti:

- Identificare più chiaramente il **target**
- Identificare quali **caratteristiche** dell'e-commerce il target reputa fondamentali per effettuare uno o più acquisti
- Capire quali possono essere le **variabili determinanti** nell'acquisto online di una borsa o zaino eco-friendly e Made in Italy

La modalità di diffusione è stata Whatsapp, Instagram e passaparola con l'adesione di **42** partecipanti, tra amici, parenti e conoscenti.

Target

I risultati più significativi emersi dal questionario sono i seguenti:

- Il target è principalmente **femminile (71,4%)** e di età compresa tra i **25 e 60 anni (80% circa)**
- La maggior parte dei partecipanti **(73,3%)** ha acquistato almeno una volta un **prodotto sostenibile** e la tendenza è quella di utilizzare lo **smartphone (51,2%)** rispetto al computer (44,2%)
- Relativamente alle caratteristiche dell'e-commerce fondamentali per completare uno o più acquisti, l'audience si aspetta di poter consultare le **recensioni positive (42,9%)** ed avere i **filtri di ricerca (52,4%)** per poter trovare i prodotti ricercati. Inoltre, i **prodotti in offerta** facilmente raggiungibili sono anch'essi desiderati dal **35,7%** dei partecipanti
 - Di minor importanza, invece, sono la possibilità di creare una **wishlist (40% circa)** e di poter leggere accuratamente la sezione delle **FAQ (35,7%)**
 - Per ultime, di poca rilevanza sono la **possibilità di registrarsi e loggarsi** per poter concludere un acquisto **(circa il 75%)** e la possibilità di ricevere la **Newsletter del brand (circa l'80%)**

Discovery

Dopo aver identificato il target, nella sezione di Discovery, sono state create **tre Personas** con la relativa **User Journey Map**. Dopo aver studiato i **Pain Points** e le **Opportunità** del processo di utilizzo di Ecodream, sono state ricreate le User Journey con l'ipotetico sito migliorato

Marta



Età : 28 anni
Professione : Studentessa P.h.D
Status : Single
Location: Milano

DEVICES
Abilità di utilizzo: medio/alta



SOCIALS



BIO
Marta è una dottoranda in Chimica Farmaceutica, con il sogno di diventare insegnante universitaria. Facendo ricerca per il suo dottorato, si è sensibilizzata molto sulla presenza di microplastiche sempre crescente nel nostro ecosistema e si è promessa di cercare di essere più attenta su tutti gli aspetti di vita, anche quello del fashion. Nel suo tempo libero si dedica allo sport, ai suoi amici ed ad imparare nuove ricette vegane.

BEHAVIOUR
Marta preferisce fare acquisti online tramite il suo computer e cerca di essere più informata possibile per ogni prodotto di cui ha bisogno. Infatti, segue sui social molti brand sostenibili ed e-commerce eco-friendly per avere in mente le diverse opzioni sul mercato. Ad aiutarla sono principalmente le foto dei prodotti, le descrizioni dettagliate e le recensioni.

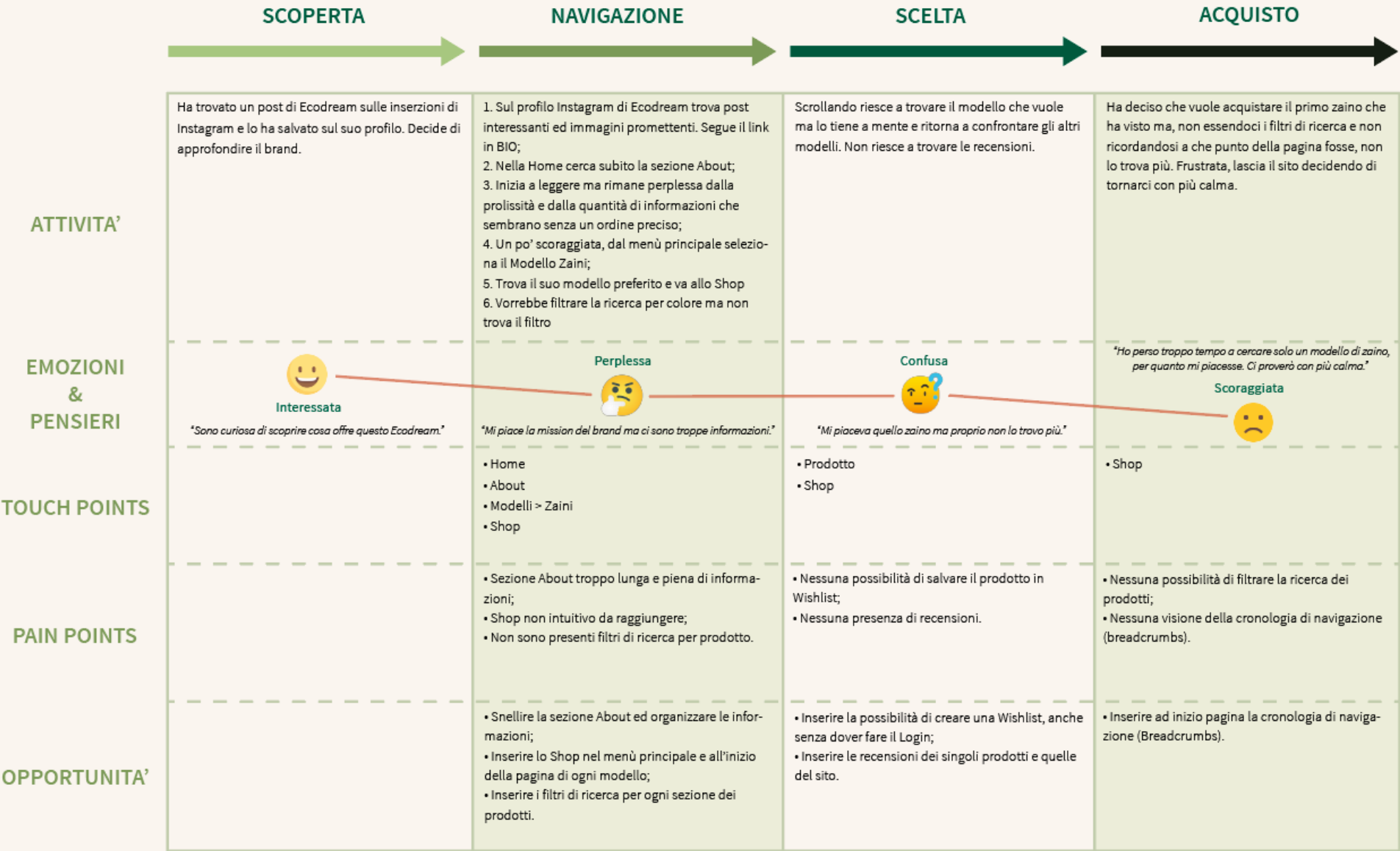
GOALS

- Trovare uno zaino sostenibile per il suo lavoro, pratico ma elegante, adatto all'ambiente universitario
- Comprare più accessori e indumenti Made in Italy per avere meno impatto ambientale

FRUSTRATIONS

- Spesso le risulta difficile trovare un brand sostenibile affidabile, con certificazioni e svariate recensioni positive su cui basare l'acquisto
- Tra i brand che trova, molto spesso i prodotti sono fuori dal suo budget

OBBIETTIVI
Marta ha bisogno di uno zaino da utilizzare a lavoro, che sia elegante e allo stesso tempo capiente. Le piacerebbe trovare un prodotto che costi intorno ai 100€.



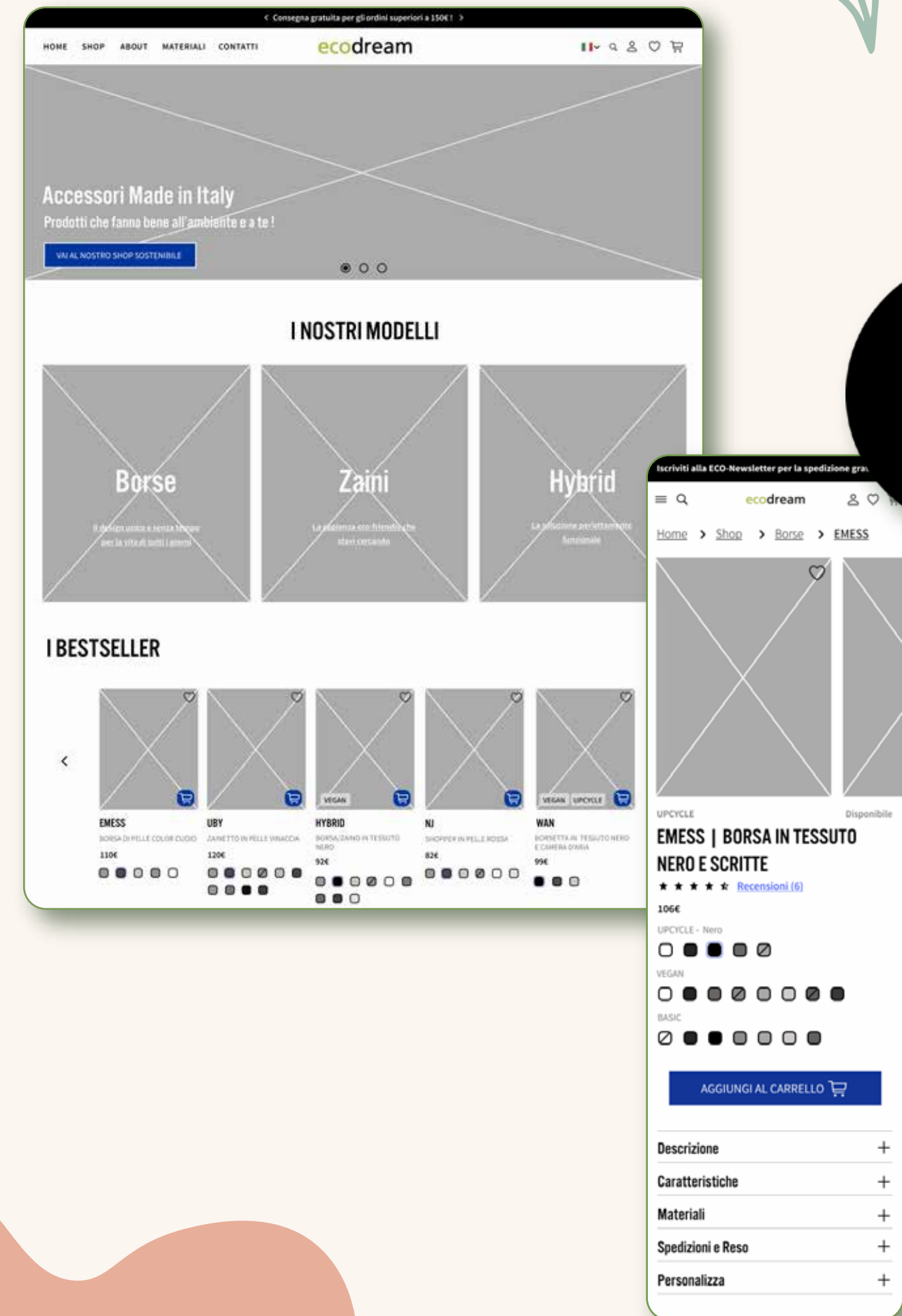
Wireframing

Dopo aver finito l'analisi del sito, sono stati implementati i miglioramenti in wireframe delle pagine **Desktop** e **Mobile**. Tutte le migliorie apportate alla versione attuale di Ecodream rendono all'utente l'esperienza di acquisto piacevole e standardizzata rispetto ai canoni che richiede un e-commerce.

Le pagine sono state riorganizzate di struttura, informazioni e interazioni così da soddisfare le esigenze dell'utente sia per necessità che desideri.

Il progetto Figma completo è al link:

<https://www.figma.com/design/O6lYh9k5FARqaAx-QSt63yZ/Progetto-Wireframing-Parte-1-di-Chiara-Ghiringhelli?node-id=58-464&p=f&t=ko9H7O4Pfc3TLZUu-0>



Il progetto non è ancora terminato nella sua interezza ma era mio interesse mostrarlo per come è ad oggi.

Le prossime sezioni saranno **User Interface** e **User Testing** che saranno inserite appena concluse.

Nel frattempo, vi ringrazio dell'attenzione che mi avete dedicato

Grazie dell'attenzione

Chiara Ghiringhelli

