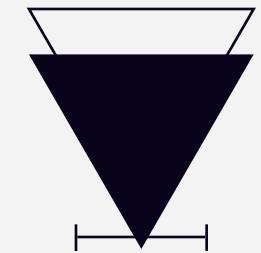


DESIDERIA ACQUAVITI

UI/UX PRODUCT DESIGNER



ABOUT ME

UI/UX Product Designer
with +7 years experience
based in Valencia (ES)

Original and inquiring,
always up-to-date.

Optimization is my paramount
aim, this is why I always
put simplicity first in my work.

Design & music lover.



SKILLS

End-to-End Design Process

User research

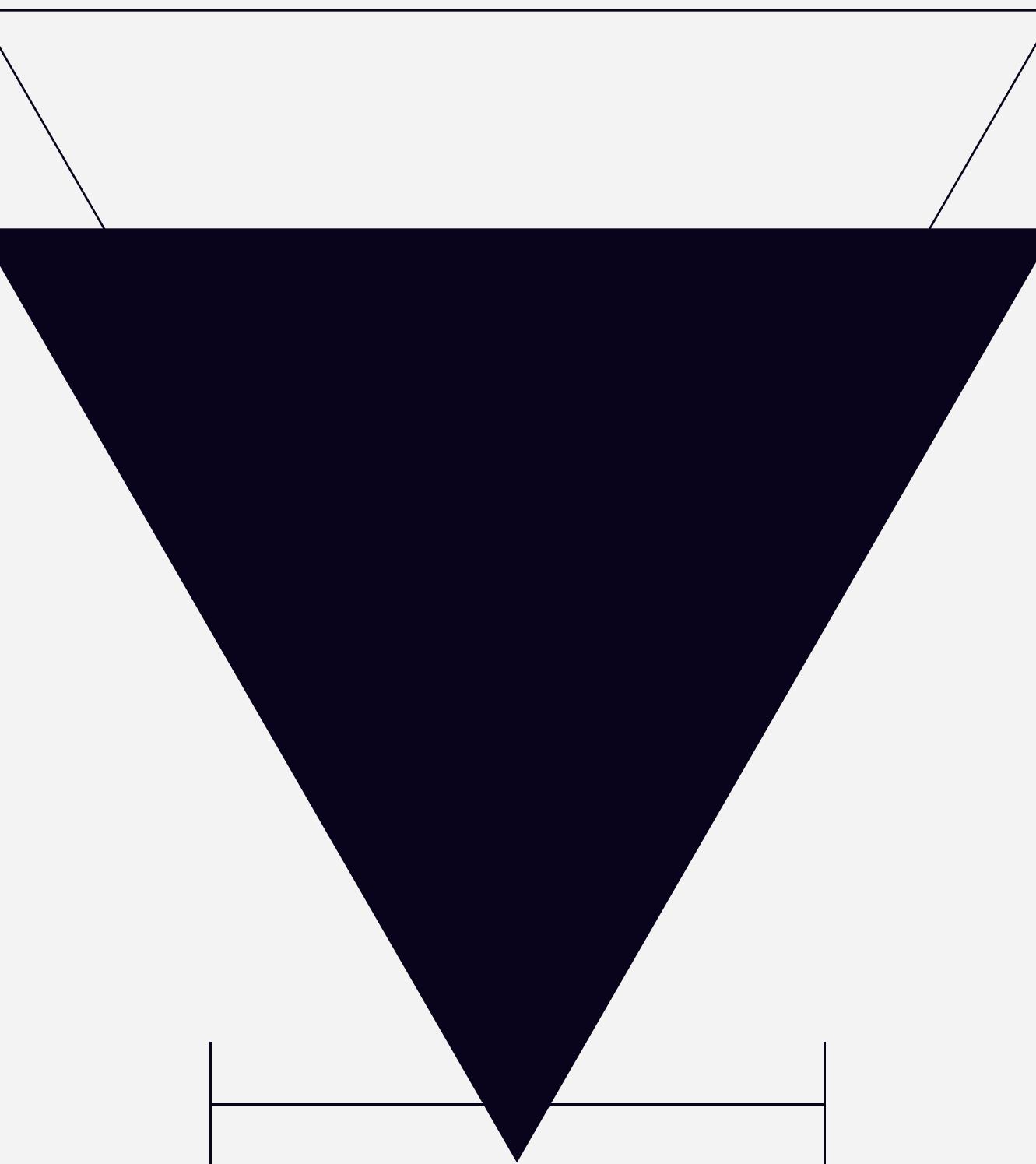
Wireframing & Prototyping

Design system

User Interviews

Content design (early)

HTML & CSS (quite good)



EDUCATION

2022

UX Writing

Certificate of Attendance
UXER School

2021

How to conduct a usability test

Certificate of Attendance
Interaction Design Foundation

2020

Google Activate

Certificate of Attendance
Google and IAB Spain

2019

Workshop UI/UX

Certificate of Attendance
Talent Garden Poste Italiane Roma

2018

Google "Eccellenze per digitale"

Certificate of Attendance
Google and IAB Europe

2017

1° Prize Big Hack Open Data Regione Lazio

App + Community Social
Maker Faire Hack '15

2016

Master in Web Design

Development and Design APP IED ROMA
IED, Rome (IT)

2015

Academic Degree in Design

Final Mark 108/110 ABA, Rome (IT)

2014

2013

Sr UI/UX Product Designer

2021-present
FacePhi Biometría, Remote

UI/UX Product Designer

2020-2021
Sesame HR, Valencia (ES)

UI/UX Product Designer

2019-2020
Cecotec Innovaciones S.L., Valencia (ES)

UI/UX Product Designer

2018-2019
Yeeply, Valencia (ES)

UI/UX Web Designer

2017-2018
Gruppo Roncaglia, Rome (IT)

UI/UX Web Designer

2016-2017
Bepop, Rome (IT)

UI/UX Web Designer

Intership 2015-2016
Lazio Innova, Rome (IT)

Graphic & Web Designer

Intership 2015-2015
Extra comunicazione & marketing, Rome (IT)

EXPERIENCE

1987

Sesame Time App



SUMMARY

I led the user experience and interface design.

ROLE Product Designer

CLIENT Artvisual

YEAR 2020

GOAL

The aim was to reduce user's frictions during the accomplishment of his daily tasks in the Sesame time's app.

PROPOSAL

We analyzed the flow and rethought the whole app based on a task oriented design.
Then we gave a new look and feel according to the company style's guide.

RESEARCH METHOD



Market research analysis



Information Architecture



Prototyping



Usability test

TOOLS



Cecotec e-commerce



SUMMARY

I led user experience and design of the e-commerce to define a new way of communicating the products.

ROLE UX Designer
UI Designer
Art Direction

CLIENT Cecotec

YEAR 2019

GOALS

The corporate goal was to become a leader in the field of smart appliances and online sales by moving from a Prestashop CMS to a proprietary code.

PROPOSAL

We worked on a new way of communicating the product, putting it at the center of the shopping experience and completely redesigning the web site.

RESEARCH METHOD



Market research analysis



Information architecture



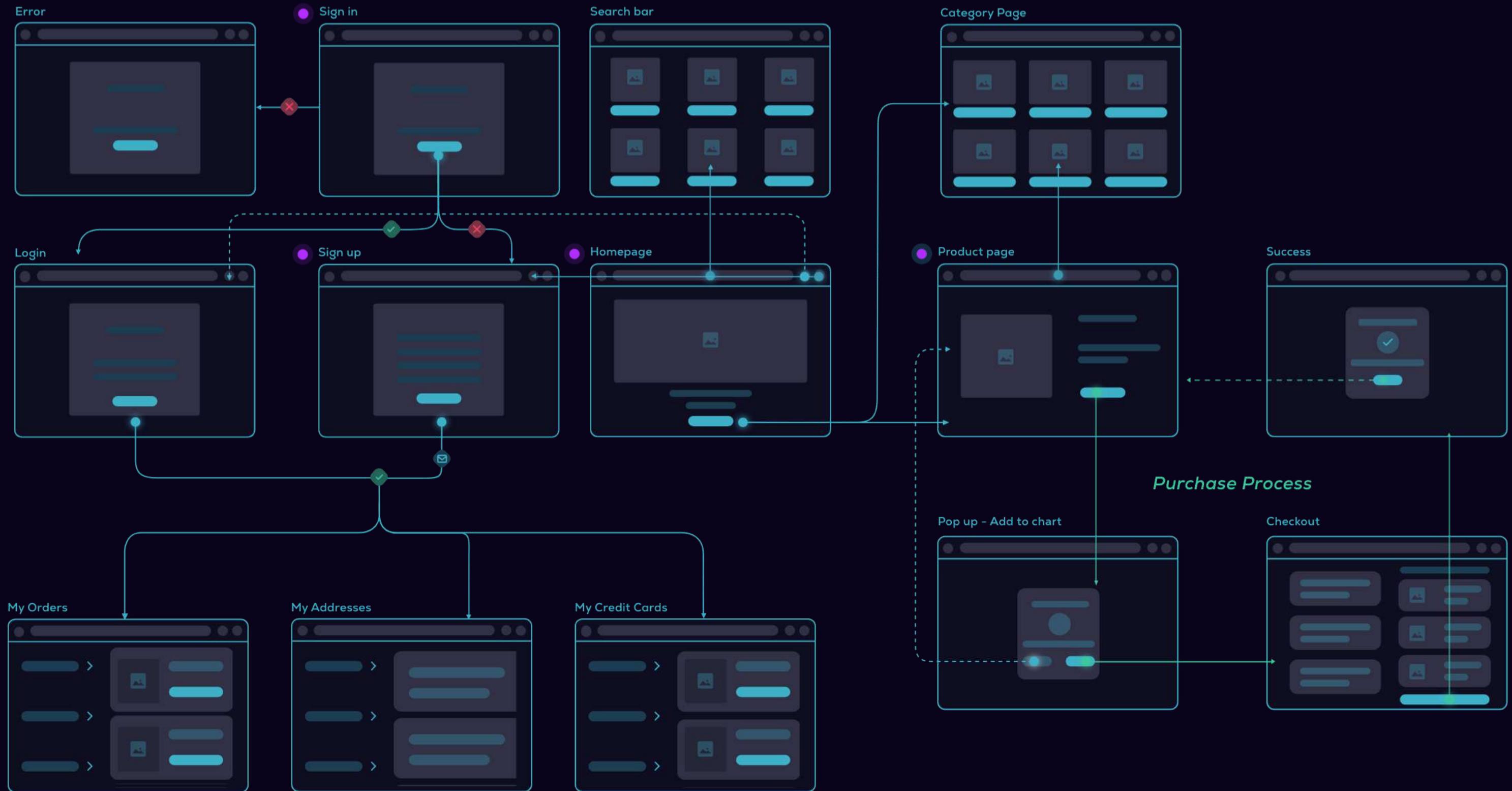
Prototyping



Usability test

TOOLS





INFORMATION ARCHITECTURE

Userflow

The aim was to analyze the user's behavior put the focus on the purchase process and at the same time to study the external touchpoints (ex: homepage, login...).

Dirección de envío

Nombre	Apellido
Calle	Población
Provincia	Código postal
País	Teléfono

Envío

Envío exprés	¡Gratis!
Tiempo de entrega 24-72 horas, salvo productos con fecha estimada. El más barato y rápido.	
Entrega dentro de casa	49,90 €
(Fitness y Descanso) Tiempo de entrega: No incluye montaje. Impuestos inc.	

Pago

Pagar con Tarjeta	Financiación a 3, 4 o 6 meses. ¡Rápido, ahora a 3 SIN intereses!	Contra rembolso
Nombre del titular		VISA
Número tarjeta de crédito	Fecha de caducidad	CVV

RESUMEN

Mambo Negro	199,90€	- 10 +
Fecha de entrega estimada: 24/04/19		
Cupon 02345467 Valido desde 13/04/19 hasta 21/04/19 Descuento 10%		
Código cupones		AÑADIR
También te puede interesar		
Forcetitanium	199,90€	COMPRAR

Gastos de envío 0€

Total compra 2.043€

FINALIZA PEDIDO

RESUMEN

Mambo Negro	199,90€	- 10 +
Cupon 02345467 Valido desde 13/04/19 hasta 21/04/19 Descuento 10%		
Código cupones		AÑADIR
También te puedes interesar		
Forcetitanium	199,90€	COMPRAR

Gastos de envío 0€

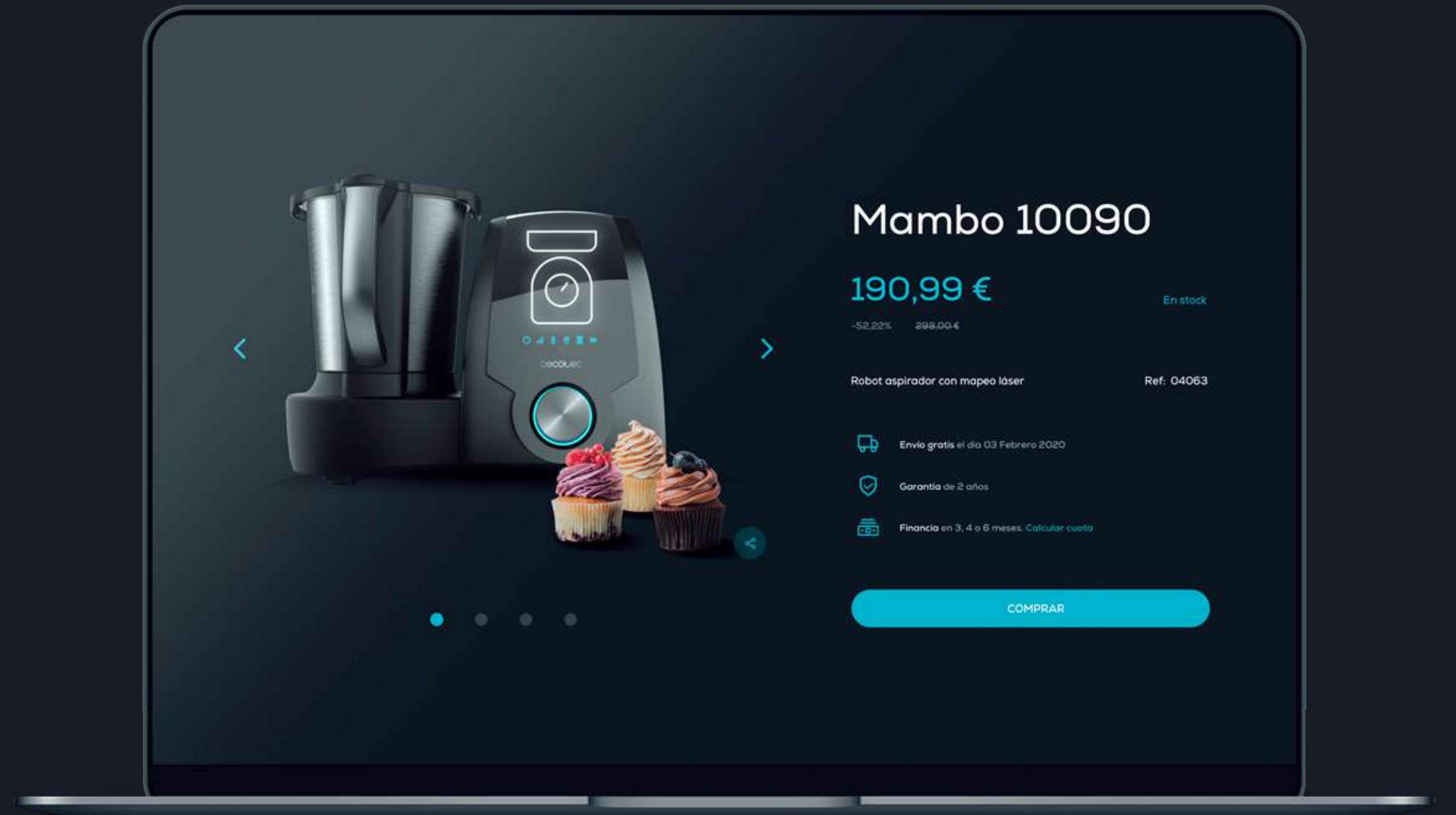
Total compra 2.043€

FINALIZA PEDIDO

UI INTERFACE

Shopping chart

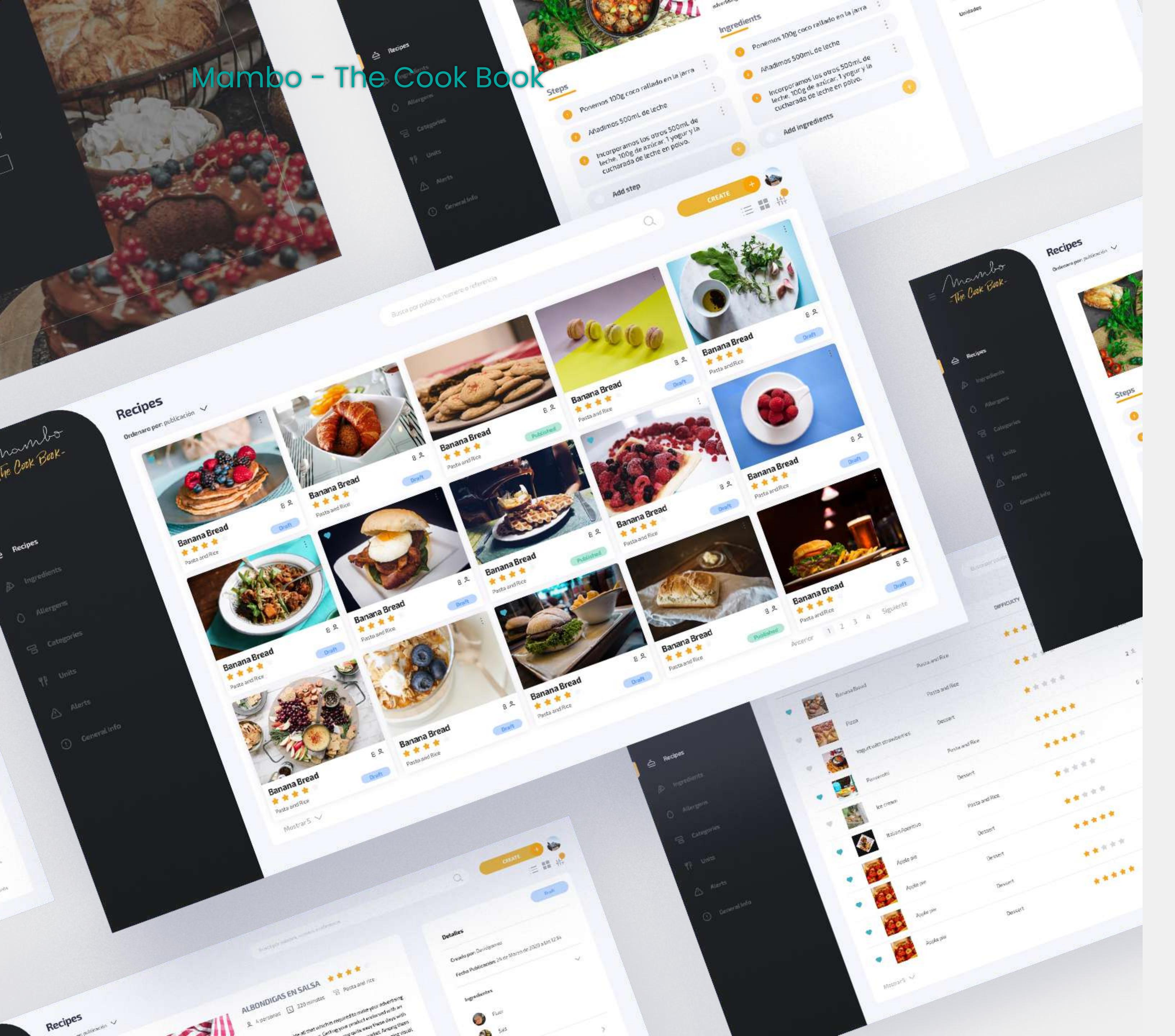
Responsive design of the shopping chart.



UI INTERFACE

Product Page

Detail of a core product page.



SUMMARY

I redesigned the new dashboard informations architecture and defined the new UI.

ROLE UX Designer
UI Designer

CLIENT Cecotec

YEAR 2020

GOAL

The goal was to improve navigation, content creation and refresh the UI.

PROPOSAL

I worked on the new structure of the platform and I redesigned the interface respecting the guidelines of the cooking robot of the Mambo Series.

RESEARCH METHOD



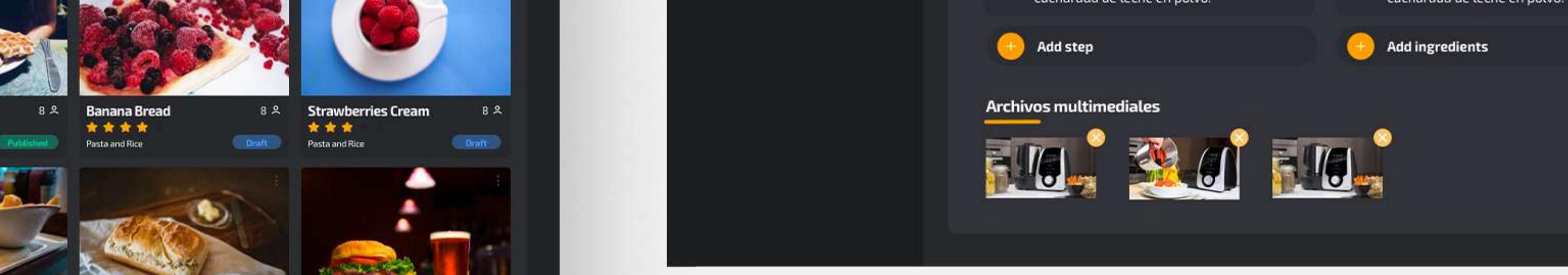
Market research analysis



Information architecture

TOOLS





cecotec

12:00:00

Mambó
The Cook Book

USERNAME

CONTRASEÑA

Has olvidado tu contraseña?

ENTRAR

Mambó -The Cook Book-

- Recipes
- Ingredients
- Allergens
- Categories
- Units
- Alerts
- General Info

CREATE

Detalles

Draft

Creado por: Davidgomez

Fecha Publicación: 24 de Marzo de 2020 a las 12:14

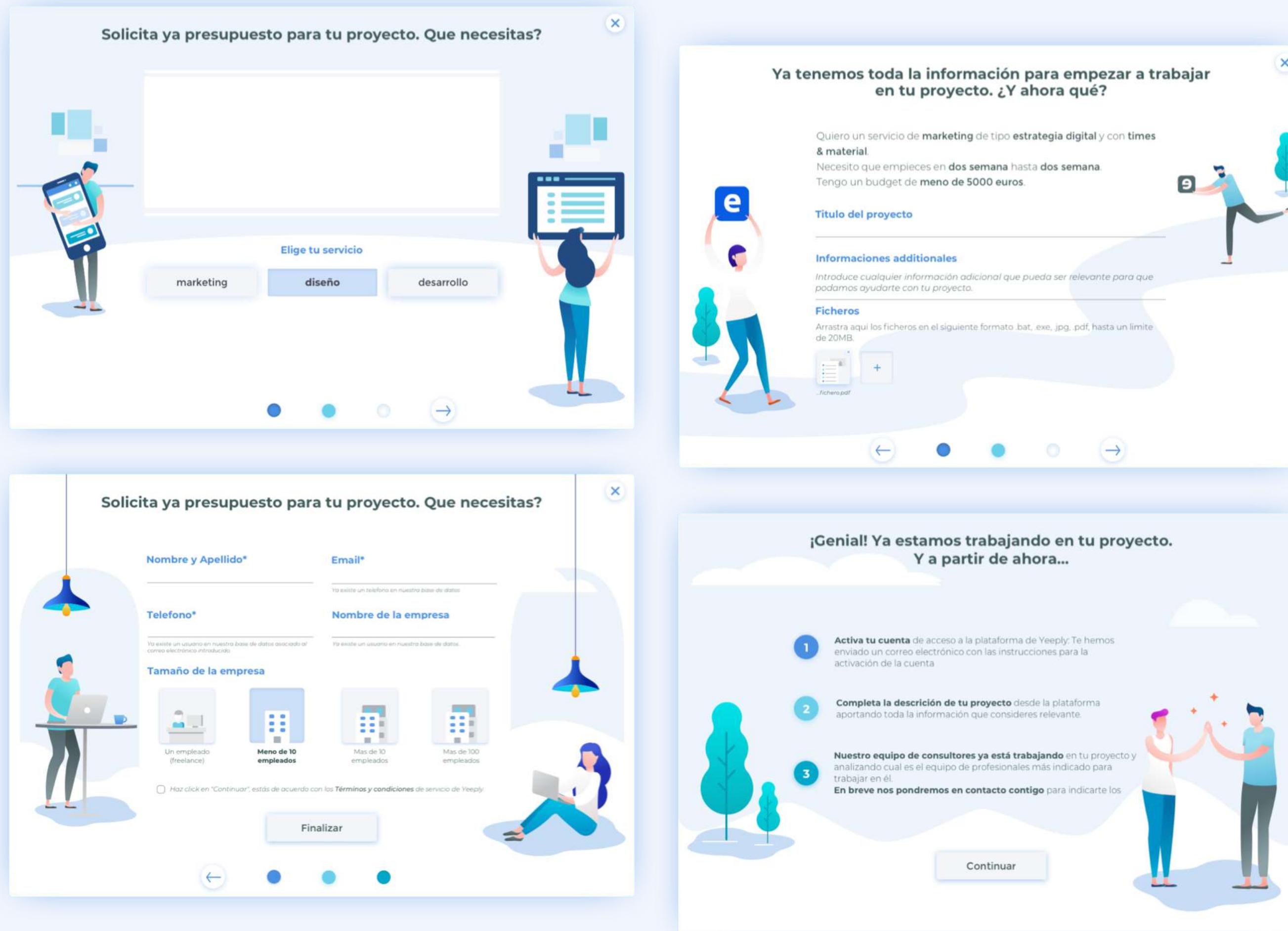
is required to make your advertising
ing your product endorsed with an

UI INTERFACE

Dark UI

Proposal in dark mode.

Customer onboarding



SUMMARY

I led art direction and user experience of whole project.

ROLE UX Designer
UI Designer
Art Direction

CLIENT Yeeply

YEAR 2018

GOAL

The aim was to decrease interactions with the account in the first draft stage of the project. At the same time, give the user a first touch point more friendly and fluid.

RESEARCH METHOD



Customer interview



Information architecture



Market research analysis



Prototyping

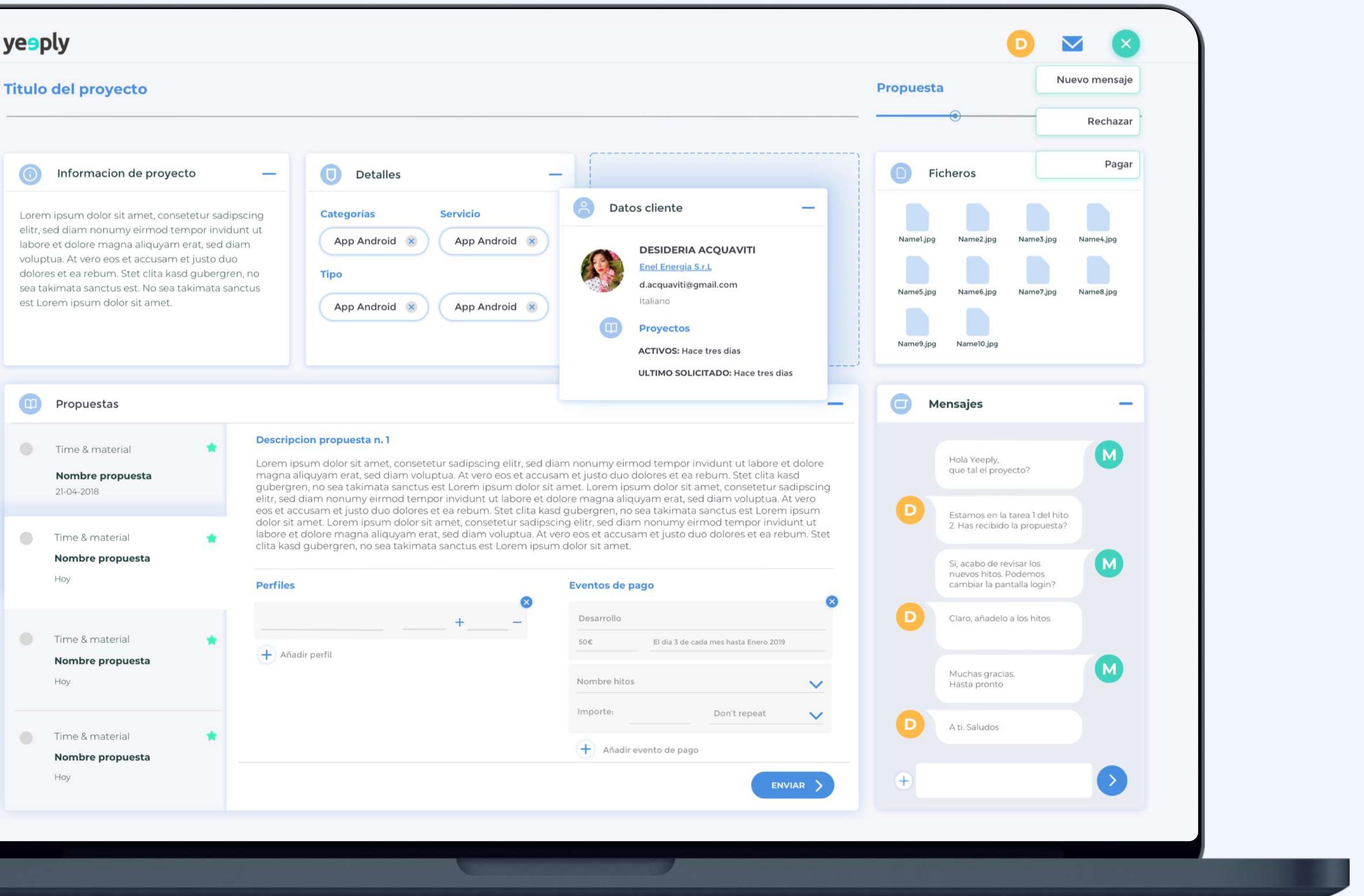
PROPOSAL

We think in a onboarding which, by 4 steps and concrete questions, the user can publish easily a first project's draft and limit the account's interactions. At the same time the enterprise allows to foresee the quality of a project between an algorithm of machine learning.

TOOLS



Dashboard



SUMMARY

I analyzed the customer needs and I designed the interface.

ROLE UX Designer
UI Designer
Art Direction

GOAL

The aim was to redesign the project management platform making the user experience customizable and fluid, reducing frictions in communication between customer and developer.

PROPOSAL

We thought in a dashboard which the client can access to a project's overview without lost himself in many tasks and with the possibility of high customization in every stage of the project, through moving cards.

RESEARCH METHOD



Customer interview



Information architecture



Market research analysis



Prototyping

TOOLS

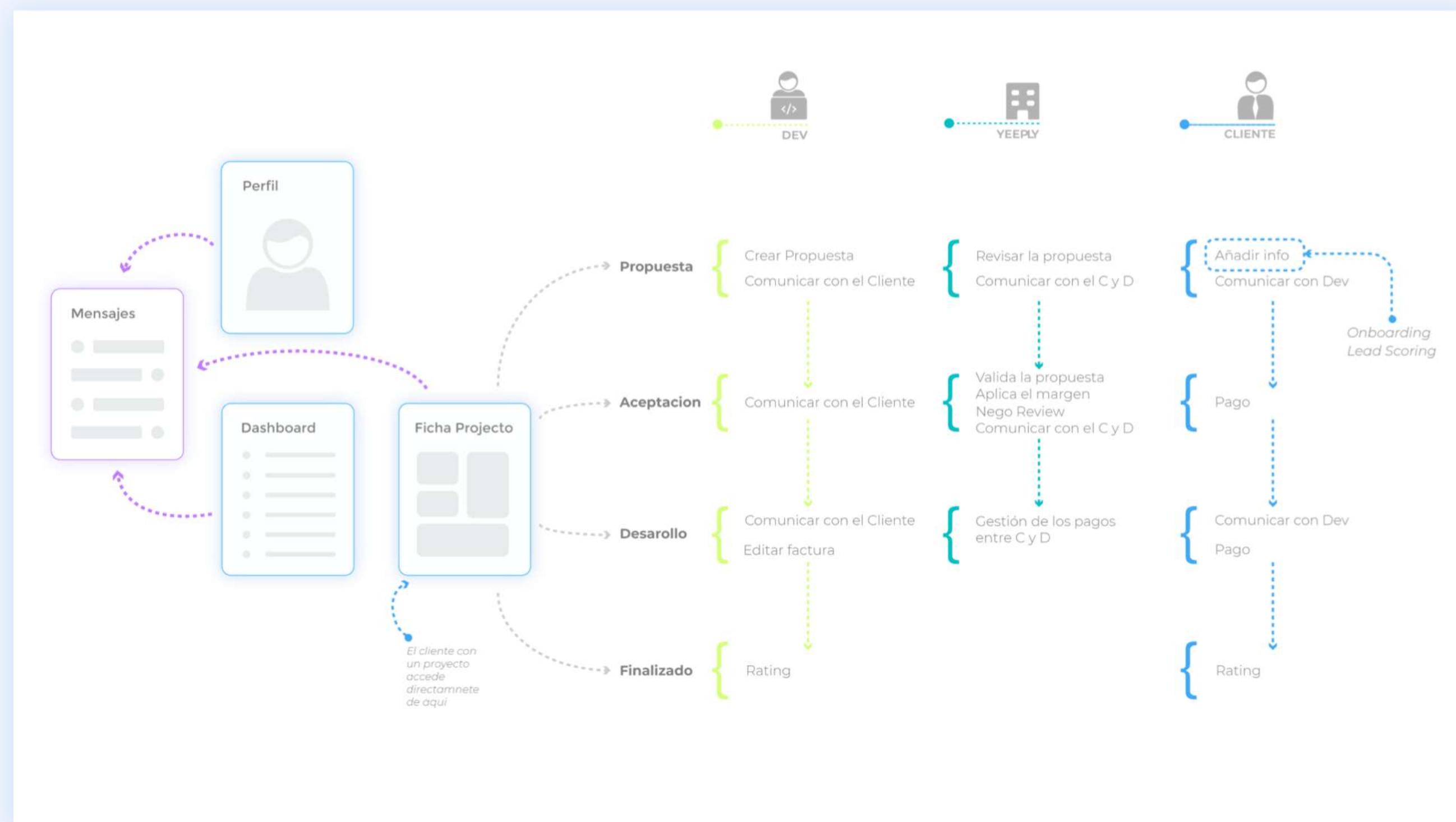




RESEARCH AND ANALYSIS

Customer Journey

Before start the redesign of the platform we analyzed the whole customer journey of the 3 actors: developer, client and account. Through a customer interview we managed to identify the frustrations and frictions, from the draft to the finished project.



INFORMATION ARCHITECTURE

Userflow

Once we defined the points to improve and the graphic solutions suitable to facilitate the customer experience, we moved on to drawing the user flow of the three actors within the dashboard.

Font

Monserrat

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.
 Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam.

Colors



#F3F5F9 #4A90E2 #69CFEB #02ABCA

	Primary	Secondary
Normal	<code>Text</code> box-shadow: 0 0 20px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #f3f5f9;	<code>Text</code> box-shadow: 0 2px 10px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #ffffff;
Hover/Focused	<code>Text</code> box-shadow: 0 0 20px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #f3f5f9;	<code>Text</code> box-shadow: 0 2px 10px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #ffffff;
Selected	<code>Text</code> box-shadow: inset 0 1px 10px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #d7e5f6;	<code>Text</code> box-shadow: inset 0 1px 30px 0 rgba(74, 144, 226, 0.3); background-color: #ffffff;
Desactivated	<code>Text</code> box-shadow: 0 0 20px 0 rgba(64, 63, 76, 0.3); background-color: #f0f1f2;	<code>Text</code> box-shadow: 0 2px 10px 0 rgba(64, 63, 76, 0.3); background-color: #ffffff;

	Template 1	Template 2	Template 4-3
Mobile			Desktop
Headline 1	size: 21px	line height: 24px	size: 21px
			line height: 24px
Headline 2	size: 18px	line height: 21px	size: 24px
			line height: 27px
Headline 3	size: 16px	line height: 18px	size: 16px
			line height: 24px
Headline 4	size: 14px	line height: 20px	size: 14px
			line height: 18px
Paragraph	size: 14px	line height: 18px	size: 16px
			line height: 21px

	Template 1	Template 2	Template 4-3
Mobile			Desktop
Actived	Nombre y Apellido <i>Placeholder</i>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acquaviti</i>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acquaviti</i>
Focused	Nombre y Apellido <i>input text</i>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acqu</i>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acqu</i>
Completed	Nombre y Apellido <i>Desideria Acquaviti</i>	Nombre y apellido <i>Desideria Acquaviti</i>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acquaviti</i>
Error	Nombre y Apellido <i>input text</i> <small>No existe un teléfono en nuestra base de datos.</small>	Nombre y Apellido <i>input text</i> <small>No existe un teléfono en nuestra base de datos.</small>	Nombre y Apellido <i>Desideria Acquaviti</i> <small>No existe este nombre.</small>
Desactivate	Nombre y Apellido	Nombre y Apellido	Nombre y Apellido

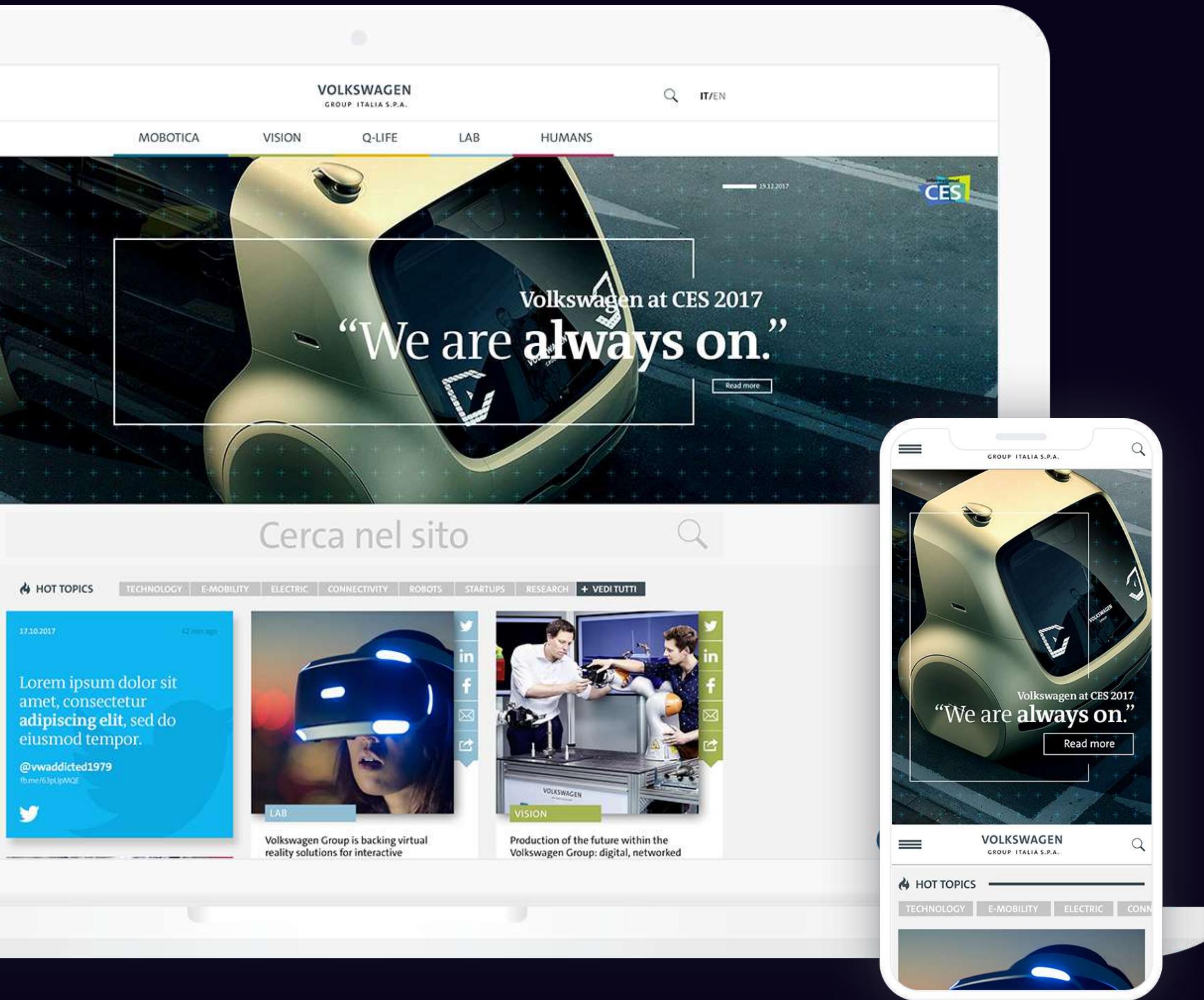
UI INTERFACE

Design System

We developed a design library that help to strengthen of the brand identity, give coherence to the graphic style and speed up execution.

MoDo Volkswagen

02:



SUMMARY

I organized and led the user experience of the blog focused on innovation for Gruppo Volkswagen Italia: MoDo.

ROLE UX Designer

CLIENT Volkswagen

YEAR 2017

GOALS

The aim was to give an image of the company attentive to the world of innovation through a responsive blog where the user could easily access the contents of his interest.

PROPOSAL

We focused on organizing the main topics.
We thought of horizontal and transversal navigation to reduce the depth of the blog.
The horizontal navigation is developed by 5 categories and the transversal by tags.
The user therefore, with just three clicks, can reach any type of content within the site and share them at any time.

RESEARCH METHOD



Market research analysis



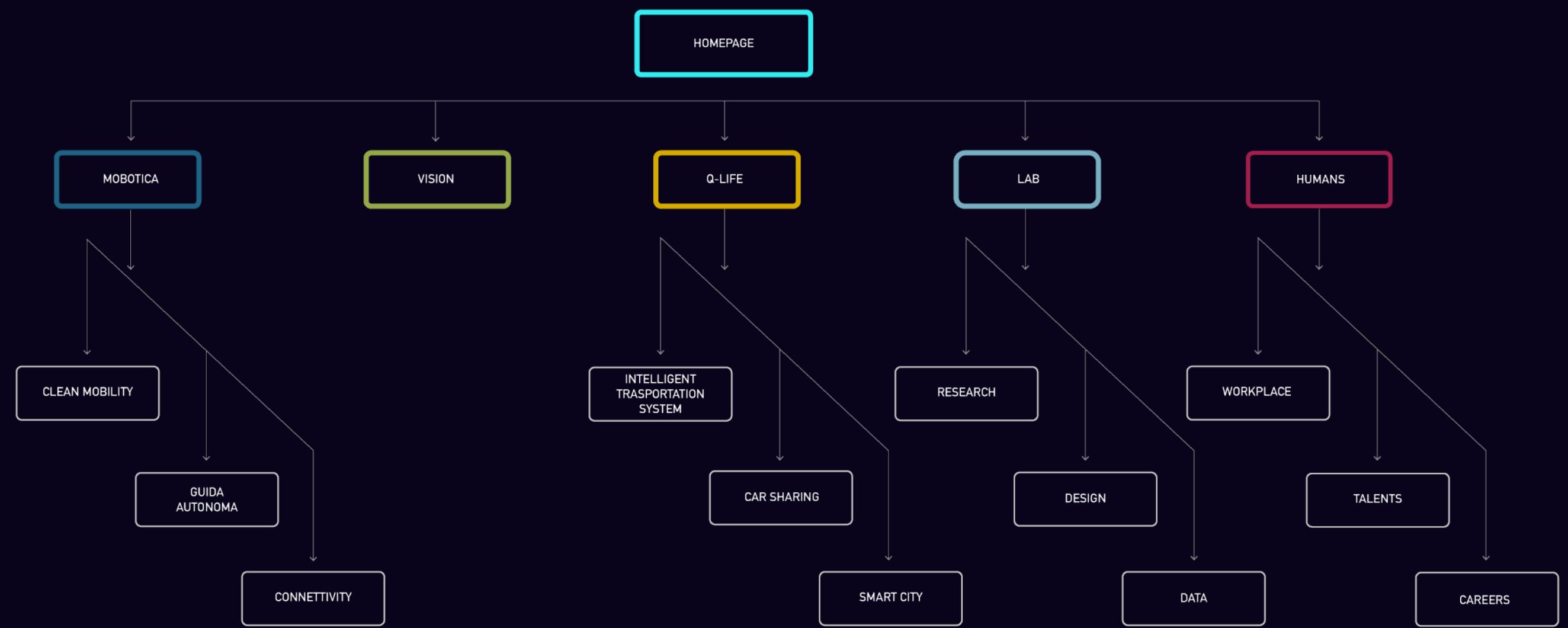
Information Architecture



Prototyping

TOOLS





TAXONOMY

Information Architecture

The biggest difficulty was to organize the various blog topics. Before designing, therefore, we worked to be able to extrapolate a taxonomy of the macro categories.

MOBOTA VOLKSWAGEN Q EN

MOBOTICA VISION Q-LIFE LAB HUMANS

A AUTONOMIA

B BATTERIE ELETTRICHE

C CARICA

D DIGITALE

E ELETTRONICO

F GUIDA

G MOBILITÀ

H MOBOTICA

VISION

Una grande storia è fatta anche di grandi trasformazioni, come quella che sta portando il Gruppo Volkswagen dallo status di costruttore di automobili a quello di fornitore di una nuova mobilità sostenibile.

Una storia trasformante

Il Gruppo Volkswagen ha deciso di sfidare, comprendendo al più presto i cambiamenti tecnologici che riguardano la mobilità, un percorso che si vede trapelare da Centrifusione automobilistica e prevede di mobilità sostenibile di riferimento mondiale.

Proprio questa trasformazione è al centro della TOGETHER – Strategy 2025, un programma dettagliato che ha come obiettivo la crescita sostenibile dell'azienda attraverso diverse iniziative.

Le iniziative riguardano la mobilità, connessione, connivenza, guida autonoma, ricerca e confronto, fatto di prodotti intelligenti e innovativi, pensati per le più ampie esigenze individuali, sociali e ambientali.

In quest'ottica, il Gruppo sta a investendo attenzionalmente nella mobilità elettrica e nella digitalizzazione, adottando sempre più l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico, per creare nuovi modelli di produzione e di processi di business e ponendo grande attenzione sui nuovi servizi di mobilità.

Leader dell'innovazione tecnologica

Vettori e trattorie elettriche e guida autonoma, soluzioni evoluzioni alla guida, ma anche trasporti on-demand: tutto questo è già realtà per il Gruppo Volkswagen, che conta su oltre 420.000 collaboratori e 220 stabilimenti in 4 continenti e impiega nel solo settore finanza e sviluppo oltre 40.000 persone, che sono impegnate a creare e a diffondere digitale in tutto il mondo, da San Francisco a Pechino passando per la spettacolare galleria di Wolfsburg e città come Berlino, Monaco, Praga e Barcellona.

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

VERSUNOVA MOBILITÀ

Sarebbe una storia di fantasia, ma fra dieci anni questa storia potrebbe essere la realtà quotidiana. "Vediamo comunque, grazie alla crescita e alla diversificazione del nostro portafoglio di veicoli, che nel 2030 il Gruppo Volkswagen avrà quasi 20 milioni di veicoli elettrici in circolazione", spiega Stephan Winkelmann, Responsabile della Strategia del Gruppo per le nuove aree di business. "Questo è possibile grazie alla nostra strategia di "mobilità integrata", un cambiamento del quale il Gruppo sarà protagonista: a partire dalla produzione di veicoli elettrici, passando per la ricarica elettrica, il parco stradale elettrico e finalmente la ricarica degli impianti di ricarica pubblici. Un esempio è il nostro progetto di "car sharing, car pooling e ride hailing".

Il futuro: car sharing, car pooling e ride hailing

Soprattutto in città, sono sempre di più giovani che scelgono di non avere un'auto di proprietà. Una data in confronto rispetto al passato. Per questo motivo, il Gruppo Volkswagen ha deciso di investire molto in questo settore. "In Europa, oggi circa il 20% delle famiglie ha almeno un veicolo elettrico. Morgan Stanley stima che entro il 2030 la percentuale salire al 20%. "Nei mercati occidentali più maturi e nelle regioni densamente popolate in tutto il mondo, è ormai fondamentale sostituire ai corretti stili di automobile quello di mobilità integrata", afferma Yves Leterme, ex Primo Ministro del Belgio e membro del Consiglio di Sostenibilità del Gruppo Volkswagen.

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

MOBOTA VOLKSWAGEN Q EN

SMART CITY

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

LEGGI TUTTI GLI ARTICOLI

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

MOBOTA VOLKSWAGEN Q EN

HOT TOPIC

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

LEGGI TUTTI GLI ARTICOLI

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

MOBOTA VOLKSWAGEN Q EN

MOBOTICA

Q-LIFE

Autonomia, digitale, a emissioni zero: è la mobilità del domani.

> Leggi di più

LEGGI TUTTI GLI ARTICOLI

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

MOBOTA

MOBOTICA

VISION

Lo spirito di innovazione è il motore del cambiamento. I nostri prodotti e le nostre tecnologie si stanno evolvendo velocemente, e ogni passo va nella stessa direzione: verso la mobilità del futuro.

Proprio questa evoluzione è al centro della TOGETHER – Strategy 2025, un programma dettagliato che ha come obiettivo la crescita sostenibile dell'Azienda attraverso diverse iniziative.

La mobilità del futuro, per il Gruppo Volkswagen, sarà elettrica, connessa, condivisa, a guida autonoma, sicura e

A

B

C

D

E

F

MOBILITÀ CONDIVISA

Q-LIFE

Amazon Alexa, un assistente personale a bordo

> Leggi di più

Hot Topics

MOBOTA

Dai cilindri alle bobine: la rivoluzione del motore elettrico

Uno sguardo al futuro: come la guida autonoma cambierà la società.

Hot Topics

MOBOTA

Dai motori a combustione a quelli elettrici: come si trasforma la produzione del Gruppo Volkswagen? Una nuova era è già iniziata nello stabilimento Audi di Györ.

Lo ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lo ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Lo ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Iscritti alla newsletter

Nome Cognome Email

LOW PROTOTYPING

Wireframe

We realized wireframes for every kind of devices.

Oysho Press Day '17

OYSHO

The image displays a collection of Oysho marketing materials. On the left, there's a screenshot of the Oysho mobile application interface, featuring a pink color scheme and various product categories like 'LOVE - TO - WEAR' and 'Floral World'. In the center, a dark booklet titled 'OYSHO Press day. SS17' is shown, along with several smaller cards. One card features a floral patterned fabric sample with the text 'New collection'. Another card shows a wooden cabinet in a room setting. The overall aesthetic is clean and modern, utilizing a mix of white, pink, and dark tones.

SUMMARY

I led the art direction.

ROLE Art direction

CLIENT Oysho

YEAR 2017

GOAL

The request was to create a brand identity proposal for the event Oysho Press Day Spring Summer '17.

PROPOSAL

Starting from the color palette of the fashion collection, I developed an entire graphic guideline for the event: from newsletters to packaging.

RESEARCH METHOD



Market research analysis

TOOLS





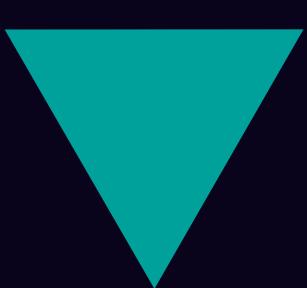
LET'S WORK TOGETHER



d.acquaviti@gmail.com



+34611413179



FOLLOW ME

