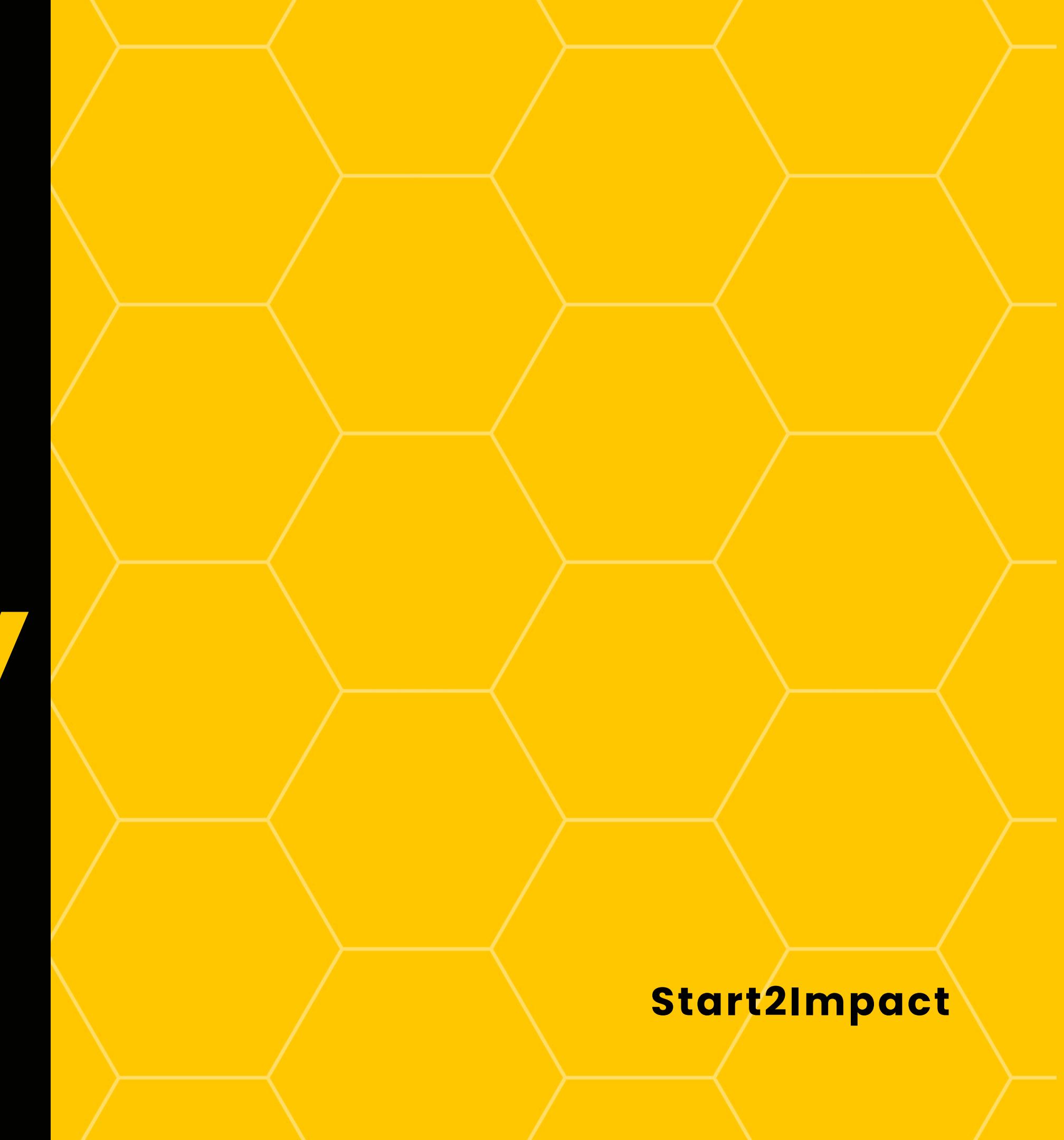


**MARCO DIPALMA**

# **3Bee Case Study**

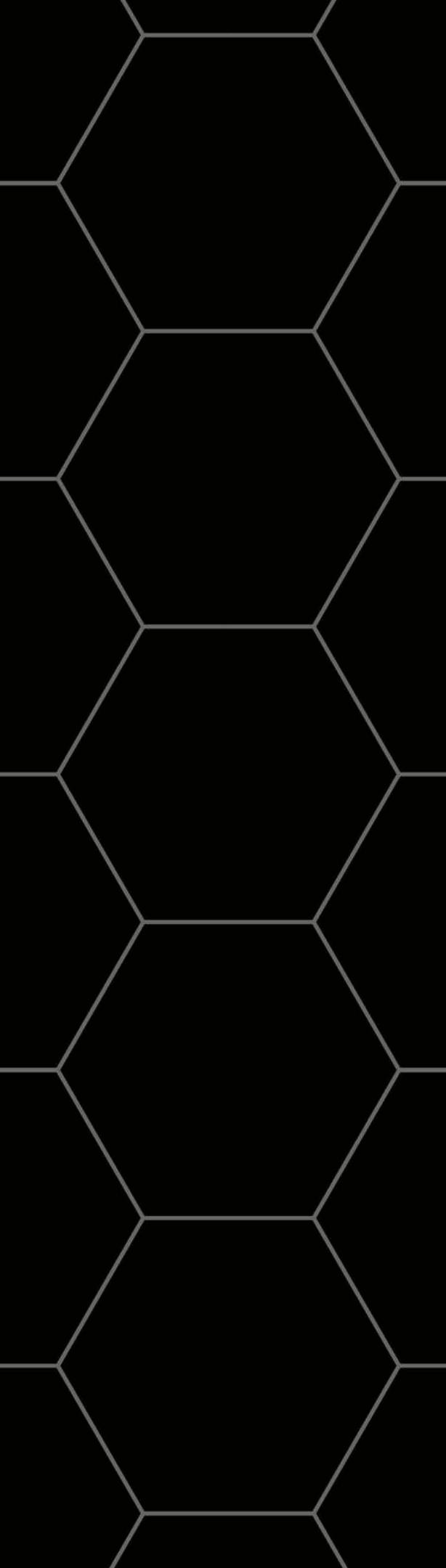


**Start2Impact**

# Indice

- 3      Introduzione**
- 4      Grafica**
- 13     Discovery**
- 39     Wireframe**
- 53     Prototyping**
- 66     User Test**
- 76     Considerazioni finali**

# INTRO



3Bee è un'azienda tech focalizzata sulla Biodiversità e sull'Innovazione Digitale. La sua missione principale è duplice: tutelare le api attraverso l'adozione emozionale di alveari (per il pubblico B2C) e, contemporaneamente, fornire dati ambientali scientifici di alto valore tramite la tecnologia Hive-Tech. Questa doppia anima la rende un attore chiave in tre mercati distinti: l'utente emotivo (B2C), l'azienda orientata alla rendicontazione ESG (B2B), e l'apicoltore professionista (Grower). La sfida UX/UI del sito web è proprio quella di segmentare e gestire questi tre funnel di conversione distinti, superando l'ambiguità tra emozione e rigore scientifico.

# **GRAFICA**

# Logo attuale

Il logo attuale di 3Bee presenta diverse problematiche

- Bassa Scalabilità UI: I dettagli sottili si perdono quando il logo viene ridotto per elementi critici come la Navbar Sticky o le favicon, compromettendo la riconoscibilità del brand su schermi piccoli.
- Mancanza di Modularità: L'assenza di un simbolo isolato (icona) forte e geometrico rende difficile l'uso del marchio sui diversi touchpoint digitali e fisici (es. icona dell'app Dashboard, marcatura sui sensori Hive-Tech).
- Rischio di Sottovalutazione: Il logo viene percepito come "soft", portando a credere che l'azienda sia un'organizzazione no-profit anziché a un fornitore di tecnologia e dati.



# PROPOSTA DI REDISIGN

## Ispirazione e storia

Il redesign risolve la crisi d'identità di 3Bee introducendo un simbolo che bilancia i suoi tre mercati, eliminando l'ambiguità del logo precedente.

Il Simbolo come Soluzione:

- **Icona Geometrica:** L'adozione del pittogramma astratto a nido d'ape non è casuale. Rappresenta sia l'Alveare (lato B2C emozionale) sia la Struttura del Dato e il monitoraggio Hive-Tech (lato B2B/Grower).
- **Modularità e Scalabilità:** Il nuovo simbolo è perfettamente scalabile e leggibile anche in dimensioni minime. Ciò risolve la criticità della Navbar Sticky e dell'App Icon, supportando la coerenza del brand su ogni touchpoint digitale.





## Bianco e nero

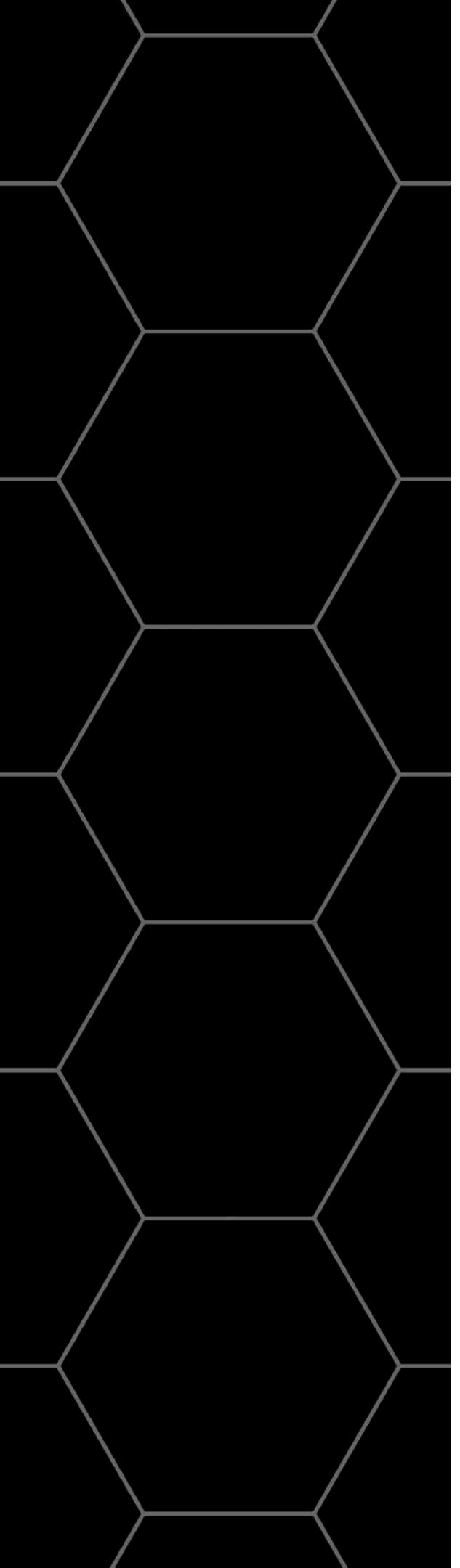
---



**3 Bee**



**3 Bee**



## Scalabilità

---



# Color palette

---

La palette è stata selezionata come meccanismo di Segmentazione Immediata e per garantire la piena conformità con le WCAG.

- Giallo Miele (#FFC700): è l'elemento cruciale di accentuazione, utilizzato per le CTA Primarie e per lo Focus State per garantire l'accessibilità, offrendo il massimo contrasto.
- Blu Profondo (#1E90FF): rappresenta il colore istituzionale e tecnico, trasmettendo rigore al segmento B2B.
- Verde Naturale (#69DB3A): colore emozionale e narrativo, fondamentale per lo storytelling del segmento B2C.
- Grigio Scuro (#2C3E50): funge da base per il testo e il logo, simboleggiando la componente Tech e assicurando una leggibilità ottimale.



# Varianti

---



# TYPOGRAPHY

---

Ho scelto il font Poppins per garantire coerenza, leggibilità e accessibilità su tutti i dispositivi.

- Versatilità Geometrica: Adatto sia per il lato Tech/B2B che per il B2C, grazie alla sua struttura moderna.
- Gerarchia tramite Peso: Differenti pesi del font separano tono e funzione, intestazioni emozionali in ExtraBold, testo del corpo in Regular o Medium.
- Vantaggio UX: Unico font riduce il carico cognitivo e ottimizza la velocità di caricamento, offrendo un'esperienza professionale.

Aa

Italic

Regular

Medium

Bold

Extra  
Bold

Poppins

abcdefghijklmnoprstuvwxyz12345&%\$#@!~

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

abcdefghijklmnoprstuvwxyz

# Icone

Il set di icone è stato realizzato cercando di mantenere una coerenza con lo spirito del brand.

Inoltre per rendere le icone di semplice lettura sono state utilizzate forme geometriche semplici, cercando di ricordare elementi naturali.



# DISCOVERY

# Analisi As Is

Il sito attuale offre una solida base che deve essere mantenuta e valorizzata durante il redesign. I principali punti di forza sono:

- **Potenza Emozionale e Narrativa:** La missione inherente alla biodiversità è chiara e genera un forte coinvolgimento emotivo, essenziale per il segmento B2C.
- **Credibilità Scientifica:** Il riferimento alla tecnologia Hive-Tech e ai dati raccolti conferisce al brand un'autorità intrinseca, fondamentale per il target B2B.
- **Contenuto Ricco:** Esiste già un ampio catalogo di informazioni scientifiche e di prodotto. La vera sfida consiste nell'organizzarle in modo funzionale.

# Analisi As Is

I punti di debolezza sono le frizioni che impediscono la conversione fluida dei diversi segmenti di pubblico.

- Ambiguità e Conflitto di Funnel (Criticità Principale): La Homepage non segmenta il traffico. L'utente aziendale si scontra con contenuti emotivi e l'utente B2C è confuso dal linguaggio ESG. Questo aumenta drasticamente il tasso di abbandono.
- Bassa Qualificazione dei Lead B2B: Il percorso per richiedere informazioni da parte delle aziende non è dedicato, risultando in form di contatto generici e una scarsa efficacia nella lead generation qualificata.
- Linguaggio Inconsistente: Il tono di voce non si adatta alle diverse figure professionali. Mancanza di rigore sui KPI e sui dati tecnici.

# Analisi As Is

Il redesign deve agire sui punti deboli per liberare il potenziale di conversione e garantire un'esperienza superiore.

- Segmentazione Immediata (Struttura): Trasformare la Homepage in un Hub di Smistamento con 3 percorsi chiari (B2C, B2B, Grower).
- Priorità all'Accessibilità (UI/Tecnica): Standardizzare l'uso del colore (Giallo Miele per Focus State) e della tipografia (Poppins) per garantire la piena conformità WCAG e la leggibilità dei dati.
- Fluidità e Usabilità (Componenti): Implementare soluzioni come la Navbar Fissa (Sticky Header) per risolvere le criticità di navigazione su pagine lunghe e migliorare l'usabilità generale su mobile.

# Competitors

---

Il mercato “naturetech / apicoltura intelligente” è composito: include aziende che vendono sensori e analytics per apicoltori e agricoltori (es. BeeHero, Arnia, ApisProtect), grandi player che puntano su robotica e automazione (Beewise) e attori in ambito B2C / CSR / adozione (come 3Bee). 3Bee si posiziona come piattaforma ibrida: tecnologia per il monitoraggio + prodotti esperienziali (adozioni, oasi, storytelling) orientati sia a privati sia ad aziende.



BeeFlow è una startup argentina con espansione in USA ed Europa. Fornisce servizi di impollinazione biologica ottimizzata: “nutre” le api con formulazioni bio per migliorare l’impollinazione e la resa agricola.



Intelligent Hives (BeeHUB) è un’azienda Polacca che offre hardware + software IoT per alveari: sensori (temperatura, umidità, peso, suono, GPS) con dashboard e AI per rilevare sciami, condizioni di alveare, trend di salute.



Pollenity è una startup europea focalizzata su soluzioni tech-apistiche: monitoraggio remoto delle colonie, dati, hardware + software, con obiettivi di ridurre le perdite delle colonie.



Bee2Beep è una startup italiana che propone soluzioni IoT per monitoraggio apistico, analisi dei dati e tracciabilità della produzione del miele.

Funzionalità / Caratteristica	 <b>3Bee</b> a world with bees		 <b>Bee2Beep</b>		 <b>POLLENITY</b>
<b>Monitoraggio remoto delle arnie</b>	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Alert e notifiche predittive (AI, sciami, anomalie)</b>	✗	●	●	✓	●
<b>Dashboard dati interattiva e intuitiva</b>	✗	●	✓	✓	✓
<b>Esportazione dati / report ESG scaricabili</b>	✗	✗	●	✓	●
<b>Progetti CSR / partnership aziendali</b>	✓	✗	✗	✗	●
<b>Adozione / Gift experience</b>	✓	✗	✗	✗	✗
<b>Impatto ambientale visibile</b>	●	✓	✗	✗	●
<b>Sensori proprietari / tecnologia IoT</b>	✓	✗	✓	✓	✓
<b>Focus B2C (privati)</b>	✓	✗	✗	●	●

Legenda: ✓ = presente e sviluppata ● = parziale o in sviluppo ✗ = assente

Funzionalità / Caratteristica	 <b>3Bee</b> a world with bees		 <b>Bee2Beep</b>		 <b>POLLENITY</b>
<b>Focus B2B (aziende e apicoltori)</b>	✓	✓	✓	✓	✓
<b>Storytelling visivo / Educazione ambientale</b>	●	✗	✗	✗	●
<b>Esperienza utente / UX/UI curata</b>	●	●	✗	●	●
<b>App mobile dedicata</b>	✓	✗	●	✓	✓
<b>Community e interazione utenti</b>	✗	✗	✗	✗	●
<b>Contenuti educativi / blog divulgativo</b>	●	✓	✗	●	✓
<b>Testimonianze / social proof</b>	●	●	✗	●	●
<b>Scalabilità locale (Oasi / moduli replicabili)</b>	✓	✗	✗	●	●
<b>Accessibilità e performance mobile</b>	●	●	●	✓	●

Legenda: ✓ = presente e sviluppata ● = parziale o in sviluppo ✗ = assente

# Criticità

Area	Criticità	Effetto sull'esperienza utente
<b>Architettura informativa</b>	Percorsi poco distinti tra privati, aziende e apicoltori. Navigazione dispersiva e CTA non sempre coerenti.	Confusione, aumento dei click, difficoltà nel trovare le informazioni.
<b>Storytelling e impatto visivo</b>	Racconto statico, scarso uso di immagini immersive, video o dati interattivi.	Ridotta emozione e scarsa percezione del valore dell'impatto.
<b>Dashboard e dati ambientali</b>	Accesso poco intuitivo e visualizzazione limitata a parametri tecnici.	L'utente non percepisce il proprio contributo concreto alla biodiversità.
<b>Prova sociale e fiducia</b>	Mancano testimonianze, loghi partner e casi aziendali evidenti.	Meno credibilità e minore spinta alla conversione (soprattutto B2B).
<b>Accessibilità e UX mobile</b>	Font piccoli, contrasti bassi, caricamenti lenti in alcune sezioni.	Esperienza mobile poco fluida, penalizzazione SEO e usabilità.
<b>Community e coinvolgimento</b>	Assenza di un'area interattiva per utenti o aziende.	Ridotta retention e senso di appartenenza alla rete 3Bee.
<b>Contenuti educativi</b>	Blog e risorse non sempre aggiornati, struttura poco narrativa.	Opportunità mancata per consolidare autorevolezza scientifica.

# Valutazione

3Bee è un brand con un forte posizionamento nel campo della sostenibilità e dell'innovazione tecnologica.

Il sito comunica bene i valori e i progetti dell'azienda, ma presenta criticità UX e di struttura informativa che riducono la chiarezza e il coinvolgimento degli utenti.

L'esperienza online non riflette pienamente il potenziale emozionale e scientifico del brand

## Obiettivo del redesign

Evolvere il sito 3Bee da una piattaforma informativa a un'esperienza immersiva, chiara e interattiva, capace di valorizzare i dati ambientali, rafforzare la fiducia e coinvolgere l'utente nel cambiamento.

# Target

Il target di 3Bee è diversificato, con tre gruppi di utenti e obiettivi di conversione distinti, influenzando le decisioni di UX:

- Pubblico Emotivo (Retail):
  - Obiettivo: Acquisto impulsivo o regalo, monitoraggio emotivo dell'alveare.
  - Interazione: Richiesta di semplicità, storytelling e gratificazione visiva, con un funnel veloce.
- Pubblico Istituzionale (B2B/ESG):
  - Obiettivo: Valutazione di soluzioni corporate e accesso a dati per la sostenibilità.
  - Interazione: Richiesta di rigore, credibilità, e accesso a una Landing Page dedicata.
- Pubblico Professionale (Grower/Apicoltore):
  - Obiettivo: Ottimizzazione del lavoro e consultazione delle specifiche tecniche.
  - Interazione: Richiesta di funzionalità e accesso diretto alla documentazione.

Il redesign della Homepage deve indirizzare efficacemente questi tre flussi di traffico

# **Survey**

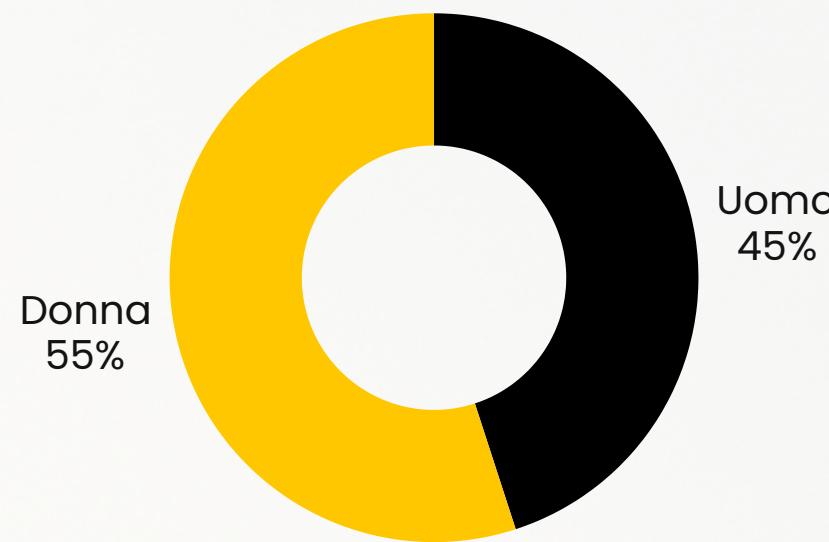
---

Obiettivo: Misurare la percezione dell'utente (B2C e B2B) riguardo la chiarezza del messaggio, la fiducia nel brand e l'interattività dei dati, rispetto all'obiettivo di evolvere il sito in un'esperienza immersiva.

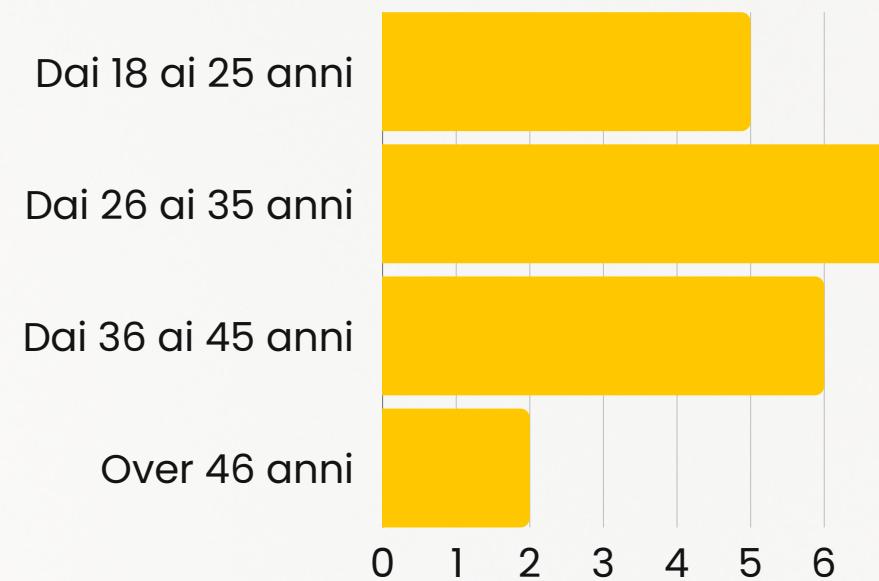
Svolgimento: Il sondaggio è stato creato con google form e comprende un totale di 12 domande.  
Per trovare delle persone interessate, la survey è stata proposta in vari gruppi facebook tematici.

# Risultati

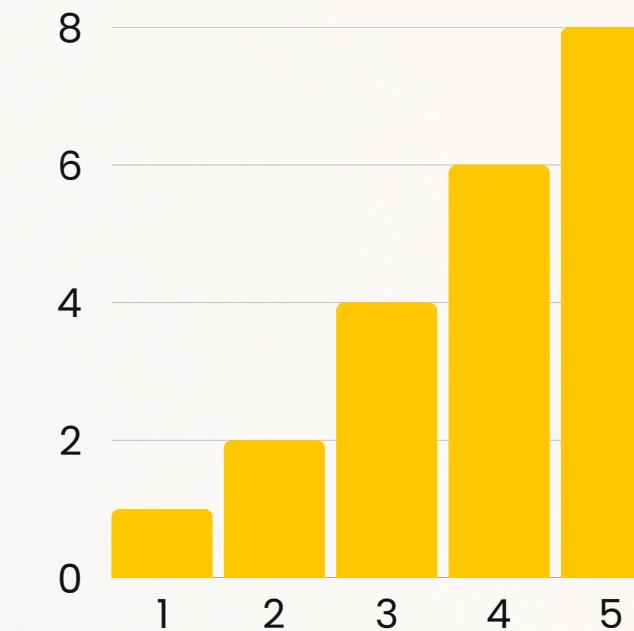
Come ti identifichi?



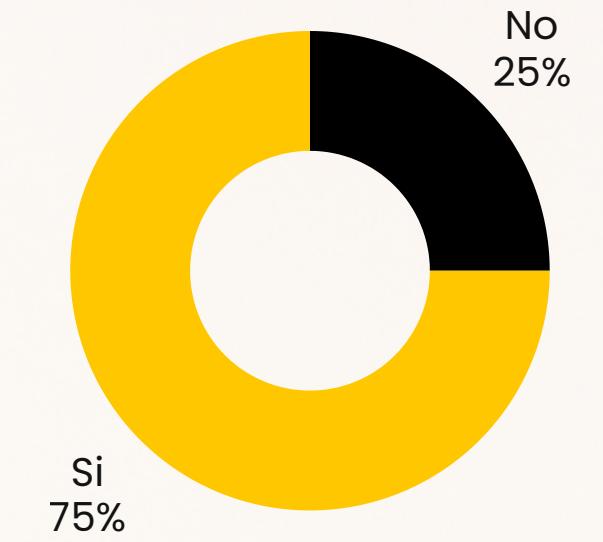
Quanti anni hai?



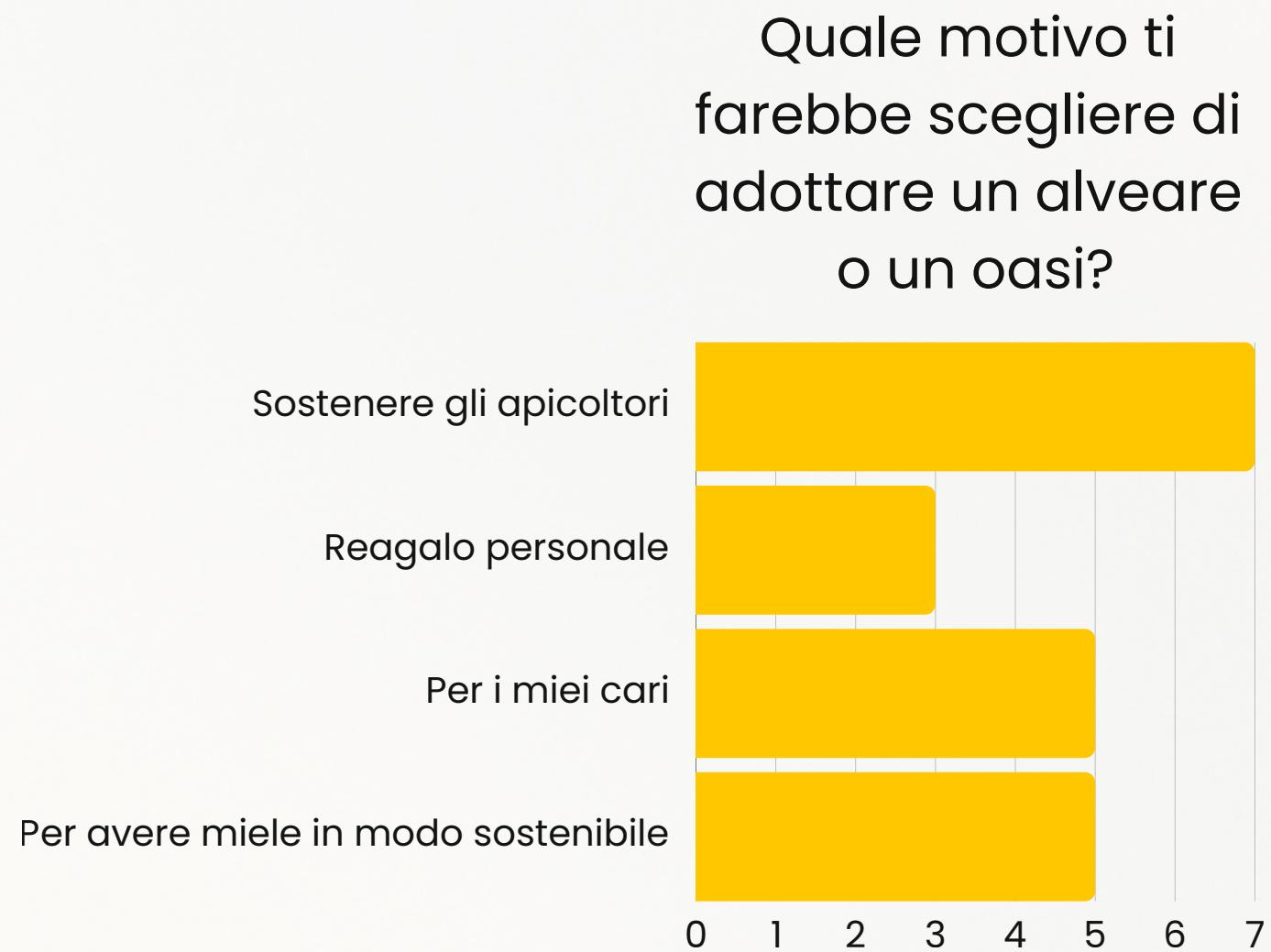
Da 1 a 5 quant'è importante per te la salvaguardia delle api?



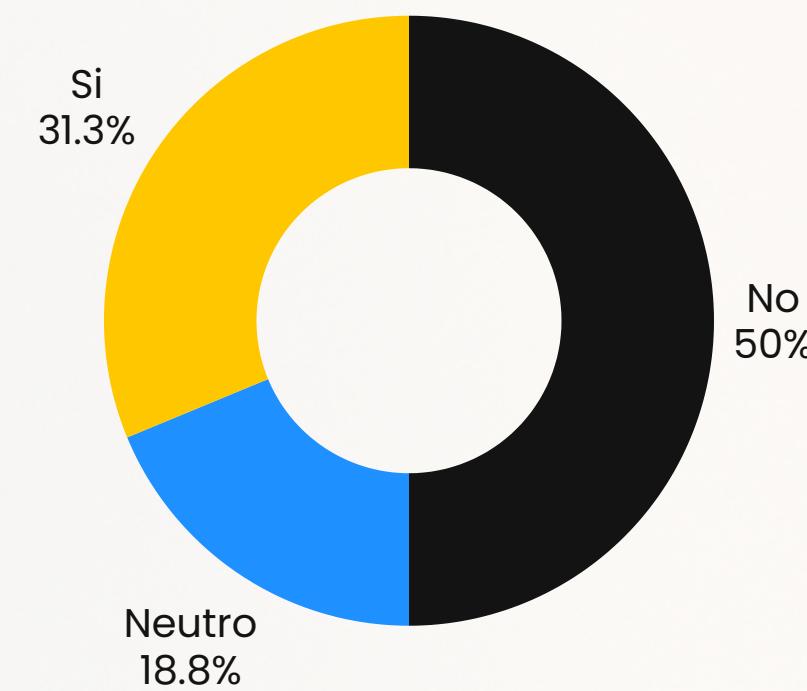
Trovi importante che una home page sia ricca di elementi facilmente individuabili?



# Risultati



Saresti interessato/a a ricevere aggiornamenti tramite newsletter?

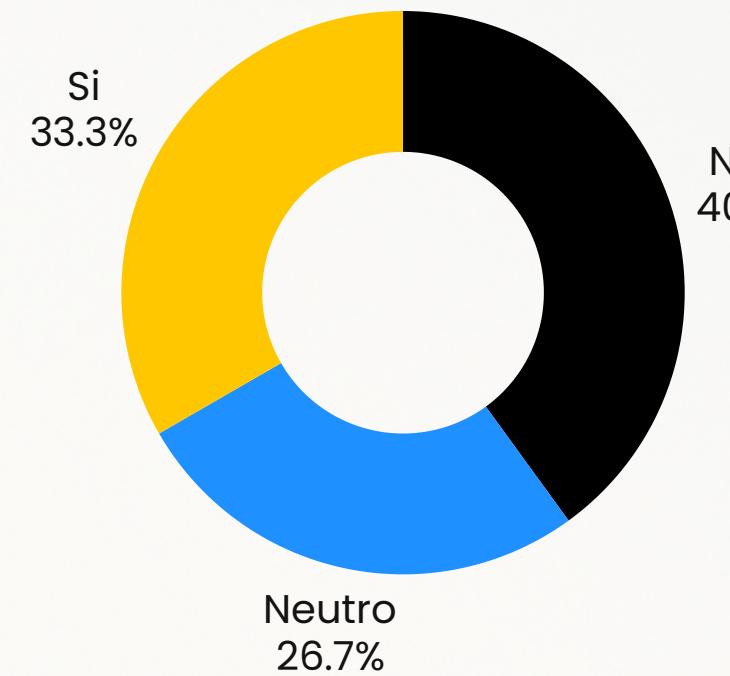


Quant'è importante poter scegliere un alveare locale per la tua adozione?

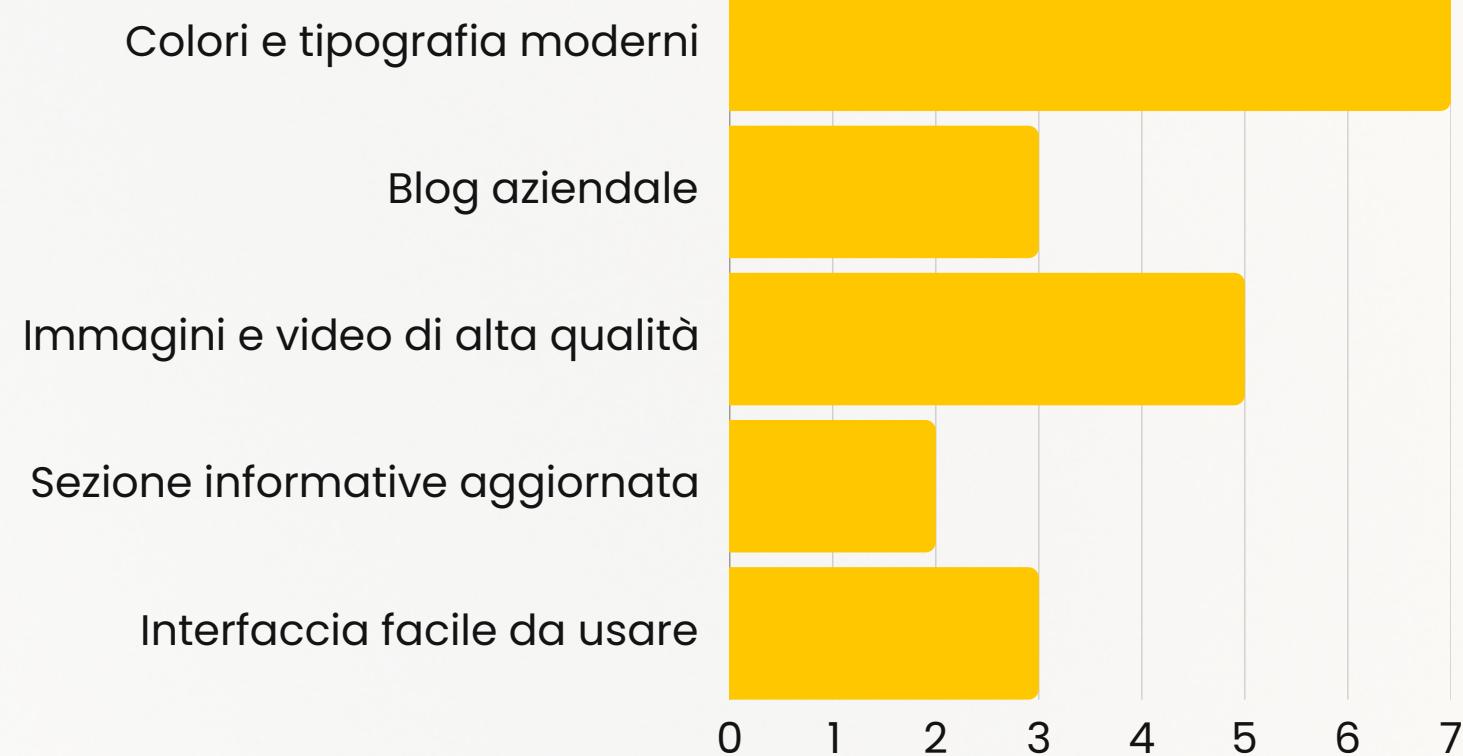


# Risultati

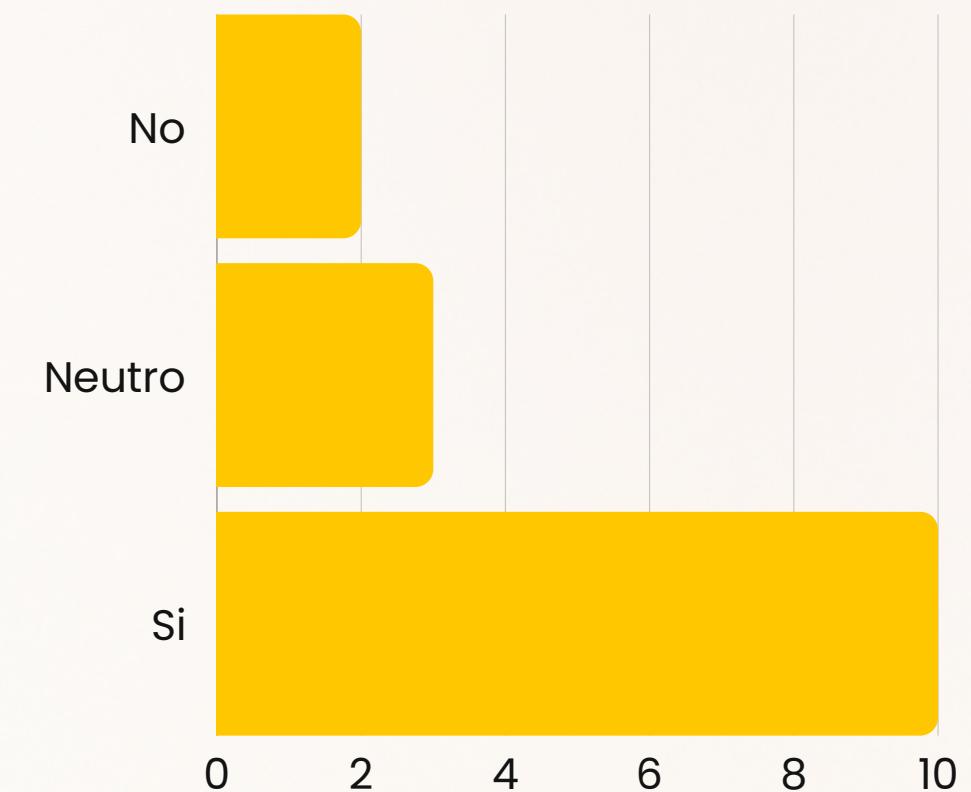
I dati ambientali sono presentati in modo coinvolgente e interattivo?



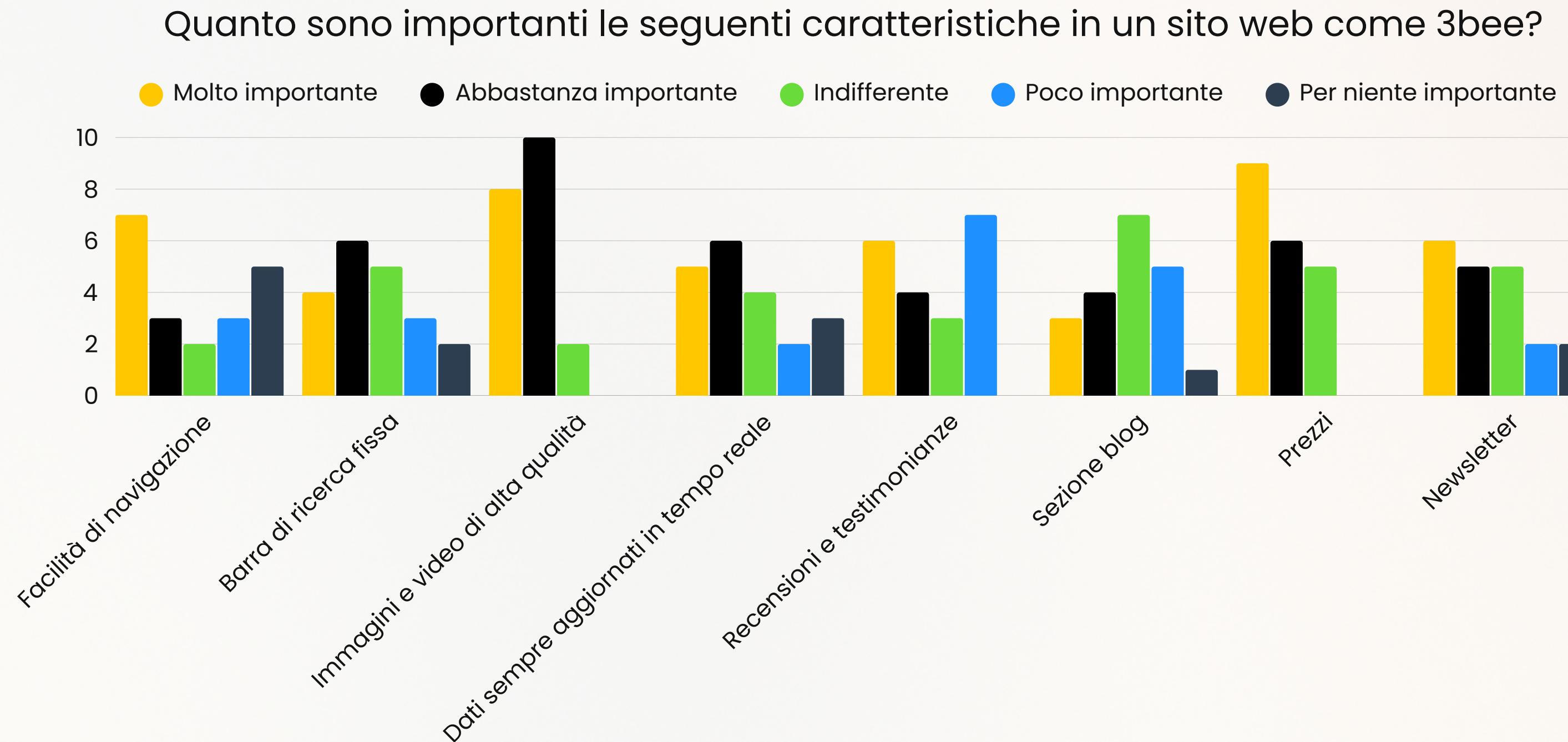
Quali elementi ti fanno percepire il sito come affidabile e professionale?



Vorresti vedere in modo più evidente l'impatto del tuo contributo?



# Risultati



# **Survey – Risultati**

Dai dati raccolti dal sondaggio si può dedurre che:

- L'utente medio è prevalentemente donna tra i 26 e i 35 anni.
- Una disposizione chiara e ordinata degli elementi è ciò che l'utente si aspetta da un sito affidabile.
- La salvaguardia delle api e il monitoraggio dei dati è essenziale.
- Il sostegno agli apicoltori è una priorità per la maggior parte degli utenti.
- Il sito web dovrebbe presentare dei must have come Barra di ricerca fissa, immagini di alta qualità e testimonianze.

# Personas



Nome	Luca
Età	32
Località	Milano
occupazione	Project Manager

Biografia	Luca lavora nel marketing e vive a Milano. È attento ai temi ambientali e cerca modi pratici e d'impatto per contribuire. È un early adopter di prodotti sostenibili.
Obbiettivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Trovare subito l'opzione regalo senza distrazioni B2B.</li><li>• Accedere a una Dashboard che mostri lo stato di salute dell'ape con simboli e narrazioni (es. "Ape Felice!").</li><li>• Trovare un pulsante facile per condividere l'adozione sui social.</li></ul>
Frustrazione	<ul style="list-style-type: none"><li>• La Homepage non lo indirizza subito al prodotto B2C; perde tempo a scorrere offerte aziendali.</li><li>• La Dashboard è sovraccarica di dati tecnici (peso, temperatura) inutili per il suo scopo emotivo.</li><li>• Il linguaggio troppo serio lo fa dubitare che l'esperienza sia adatta come regalo "divertente".</li></ul>

# Personas



Nome	Sara
Età	35
Località	Roma
occupazione	Manager

Biografia	Sara è responsabile per la Sostenibilità e i rapporti ESG (Environmental, Social, Governance) in una media impresa manifatturiera. Deve misurare e creare un rendiconto sull'impatto ambientale dell'azienda per migliorare il rating.
Obiettivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Accedere in meno tempo possibile a una Landing Page B2B.</li><li>• Visualizzare rapidamente case study, partner e certificazioni scientifiche.</li><li>• Compilare un Form di Contatto Dedicato che le permetta di specificare le sue esigenze ESG.</li></ul>
Frustrazione	<ul style="list-style-type: none"><li>• Il design troppo confusionario la distrae e la fa dubitare della serietà scientifica di Hive-Tech.</li><li>• Le certificazioni e i dati di credibilità sono difficili da trovare o nascosti.</li><li>• Non trova un percorso di contatto che la faccia sentire un lead qualificato.</li></ul>

# Personas



Nome	Giovanni
Età	58
Località	Ariano Irpino
occupazione	Apicoltore

Biografia	Giovanni, 58 anni. Cerca soluzioni tecnologiche per ottimizzare l'efficienza e ridurre i costi operativi del suo apario. Il suo tempo è prezioso.
Obiettivo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Accedere rapidamente alle specifiche hardware e software di Hive-Tech (schede tecniche e requisiti di installazione).</li><li>• Trovare case study e testimonianze che quantifichino i benefici economici dell'adozione della tecnologia.</li><li>• Trovare un canale di supporto tecnico rapido (es. Chat o numero diretto) senza dover consultare FAQ generiche.</li></ul>
Frustrazione	<ul style="list-style-type: none"><li>• Deve cercare le specifiche tecniche all'interno di sezioni B2C o post di Blog non pertinenti.</li><li>• Il linguaggio usato per i prodotti è troppo descrittivo e poco funzionale.</li><li>• Deve scorrere troppo per trovare le schede prodotto rilevanti.</li></ul>

# User Journey

Luca

	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Vuole fare un regalo sostenibile alla sua ragazza e un amico gli parla di 3Bee	Cerca il prodotto regalo.	Completa l'acquisto e accede ai dati.	Visualizza i KPI dell'alveare.
Thinks	Devo comprare un regalo, qualcosa di semplice e d'impatto. Dove vado?	Devo scrollare troppo. Troppe opzioni tecniche e Oasi. Sono nel posto giusto?	Voglio vedere la mia ape! Spero che sia una cosa carina e facile.	Cosa significa umidità 89%? Devo preoccuparmi? Non è emozionante, è un report tecnico.
Pain points	Ambiguità della Navbar: Il mix di "Aziende" e "Adotta" sulla Homepage non indirizza chiaramente al flusso B2C.	Il percorso è sovraccarico di informazioni non necessarie (B2B, Grower), rallentando la conversione.	Nessuna Frizione	I dati sono presentati in formato grezzo/tecnico, distruggendo la gratificazione emotiva e il senso di custodia.
Feel	<p>Felice</p> <p>Neuto</p> <p>Frustrato</p>			

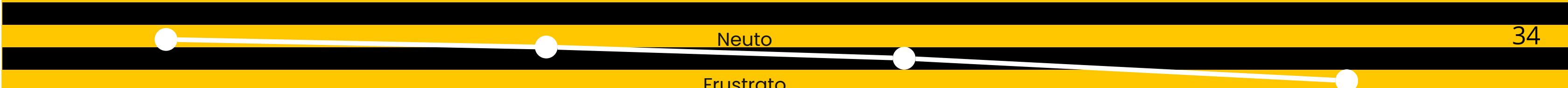
# User Journey

Sara

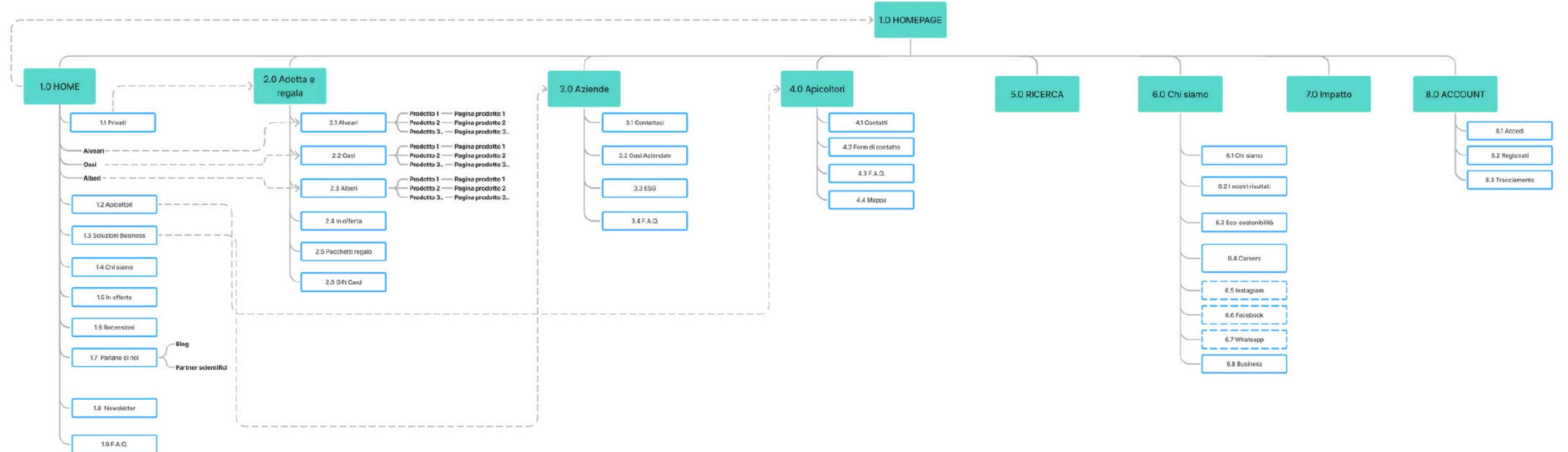
	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Durante le ricerche per la sua azienda si imbatte nel sito di 3Bee	Cerca case study e white paper.	Trova il form di richiesta generico.	Abbandona il sito per valutare competitor.
Thinks	Ho bisogno di un partner ESG autorevole.	Dove sono le prove? Le certificazioni? Non trovo una sezione chiara per gli stakeholder.	Non c'è un form B2B specifico? Come faccio a comunicare che la mia richiesta è per un bilancio di sostenibilità?	Potrei dover cercare altrove. Non sono sicura che abbiano la serietà che ci serve.
Pain points	Il design è confusionario.	Le informazioni cruciali per la due diligence B2B sono nascoste o generiche.	Il form generico non permette di specificare le esigenze ESG, facendo perdere tempo a lei e al team di vendita.	La frustrazione la spinge a considerare un partner con una presenza online più istituzionale.
Feel	 <p>A horizontal scale with three points: "Frustrato" at the left end, "Neuto" in the middle, and "Felice" at the right end. The scale is represented by a black bar with white dots at each point, and a thin white line connecting them.</p>			

# User Journey

Giovanni

	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Un collega gli parla di 3Bee per monitorare gli alveari	Cerca le specifiche hardware.	Cerca supporto o FAQ tecniche	Abbandona il sito.
Thinks	Voglio le schede tecniche dei sensori. Non sono qui per lo storytelling, voglio dati.	Dove sono i requisiti di installazione? E i costi operativi? Questo sito parla troppo di miele e troppo poco di efficienza.	Se ho un problema sul campo, dove chiamo? Non c'è un canale diretto, devo sfogliare centinaia di FAQ generiche	Perdo solo tempo a cercare. La tecnologia deve essere chiara e immediata, non un'avventura.
Pain points	È costretto a navigare in sezioni B2C per trovare le informazioni che dovrebbero essere in primo piano.	Il tono non è professionale; la documentazione tecnica è difficile da isolare e non è immediatamente disponibile in PDF.	Il percorso di supporto è orientato all'utente B2C (regali), non al professionista che necessita di assistenza tecnica rapida.	La navigazione non è fluida e i contenuti non sono dove dovrebbero essere per un utente orientato alla funzionalità.
Feel				

# Sitemap Aggiornata



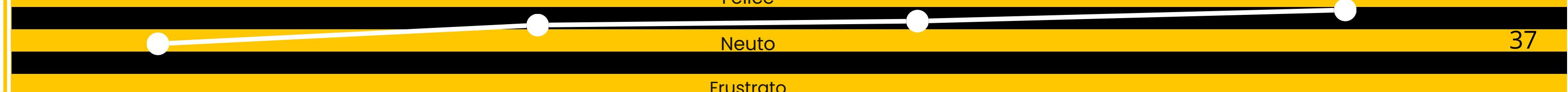
# User Journey Aggiornata

Luca

	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Vuole fare un regalo sostenibile alla sua ragazza e un amico gli parla di 3Bee	Cerca il prodotto regalo.	Acquista in 3 click.	Entra nella Dashboard.
Thinks	Perfetto! Clicco subito su 'Adotta/Regala'. So esattamente dove andare.	Molto semplice, immagini belle e il tono è amichevole. È esattamente il regalo che volevo fare.	È stato velocissimo. Posso già pensare a come lo racconterò agli amici.	Wow! La mia ape è 'Super Felice!' Vedo il progresso in modo chiaro e colorato.
Soluzione	La Homepage segmentata risolve immediatamente la confusione	Il percorso B2C è libero dalle distrazioni tecniche B2B	Riduzione del tempo di conversione grazie alla semplificazione del percorso.	La Dashboard usa narrazione e widget emozionali al posto dei grafici tecnici.
Feel	 <p>A horizontal scale representing emotional state, ranging from "Frustrato" (frustrated) on the left to "Neuto" (neutral) in the middle, and "Felice" (happy) on the right. The scale is marked with three white dots on a black background.</p>			

# User Journey Aggiornata

Sara

	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Durante le ricerche per la sua azienda si imbatte nel sito di 3Bee	Visualizza la Landing Page Istituzionale.	Trova il Form di contatto.	Esce dal sito.
Thinks	Ottimo, 'Soluzioni Aziendali'. Il design qui è rigoroso e autorevole.	Ecco i case study e le certificazioni in evidenza. Sembra un partner solido e basato sui dati.	Questo modulo mi chiede subito l'obiettivo: Rendicontazione o Partnership. Ottimo, si qualifica subito.	Hanno tutto ciò di cui ho bisogno. Posso presentare questa proposta al mio C-Level con fiducia.
Soluzione	Il tono e il colore (Blu Profondo) comunicano subito serietà istituzionale.	Accesso immediato a tutte le prove di credibilità.	Il modulo personalizzato pre-qualifica Sara come lead ESG, risparmiando tempo al team di vendita.	Il rigore e la chiarezza risolvono lo scetticismo iniziale, eliminando il rischio di abbandono.
Feel				

# User Journey Aggiornata

Giovanni

	Scoperta	Ricerca	Contatto	Risultato
Does	Un collega gli parla di 3Bee per monitorare gli alveari	Cerca la documentazione.	Ha bisogno di aiuto immediato.	Abbandona il sito.
Thinks	Perfetto, 'Apicoltura Professionale'. Vado dritto alle schede tecniche.	Eccole! Schede PDF, FAQ tecniche e video-tutorial in una sola sezione. È tutto funzionale.	C'è la chat con il supporto tecnico subito in vista. Non devo perdere tempo a cercare.	Un sito fatto bene per i professionisti. Tornerò presto per comprare i sensori.
Soluzione	Il sito lo riconosce immediatamente come professionista, non come appassionato.	Tutte le risorse Grower sono raggruppate in un unico hub, eliminando la dispersione.	Un canale di assistenza tecnica rapida è posizionato in modo evidente (risolvendo il suo stress operativo).	L'esperienza rapida e il linguaggio funzionale convalidano la sua scelta.
Feel				

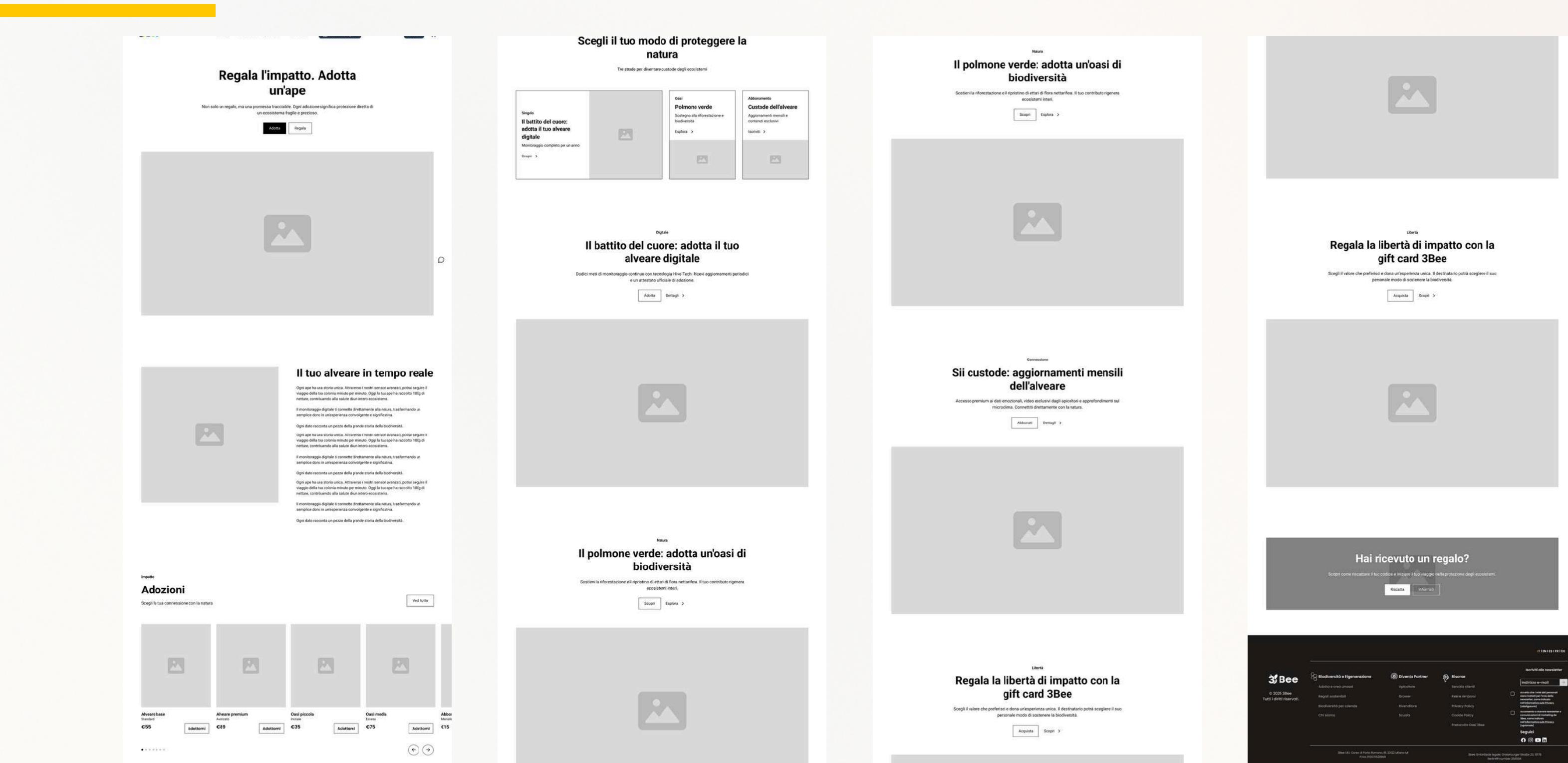
# WIREFRAME

# Wireframe - Home

The wireframe displays the following sections:

- Dati per la biodiversità delle api**: A dark section with a yellow header bar, showing a map of Italy with data points. It includes a sub-section titled "Sensori avanzati per la salute degli alveari".
- Misone**: A section titled "Tre percorsi, un unico obiettivo" with a sub-section "Regala un alveare, sostieni la natura".
- Impacto**: A section titled "Il nostro contributo alla biodiversità" with statistics: "100.000+ Alveari monitorati", "50+ Paesi coinvolti", and "85% Sopravvivenza delle api".
- Technology**: Three main sections: "01 Monitoraggio intelligente" (with a sub-section "Sensori avanzati per la salute degli alveari"), "02 Analisi dei dati" (with a sub-section "Insights scientifici per la conservazione"), and "03 Connessione globale" (with a sub-section "Rete di apicoltori e ricercatori").
- Benefits**: A section titled "Soluzioni su misura" with three categories: "Per privati", "Per aziende", and "Per apicoltori".
- Technology**: An article titled "Api e tecnologia: la rivoluzione della conservazione ambientale" published on 15 May 2023.
- Conversations**: A section titled "Parliamo insieme" with a form for users to enter their name, email, and message, and a checkbox for terms and conditions.
- Faqs**: A section titled "Come funziona l'adozione di un alveare?", "Quali tecnologie utilizzate?", "Posso regalare un alveare?", "Come supportare gli apicoltori?", and "Quali sono i vostri obiettivi?".
- Footer**: The footer contains the 3Bee logo, navigation links for Biodiversità e Regenerazione, Diventa Partner, Risorse, and Tecnici della newsletter, and legal information.

# Wireframe - Adotta



# Wireframe - Aziende

The wireframe illustrates the structure of a corporate website for 3Bee, featuring a clean design with a yellow header bar and a white background. The main content area is organized into several sections:

- Header:** Includes navigation links for Adatto, Aziende, Apicoltori, Chi siamo, Hoi un regalo?, Accedi, and Carrello.
- Section 1:** "Trasforma i dati ambientali in valore ESG certificato".
  - Text: "Scopri come la tecnologia 3Bee può aiutare la tua azienda a misurare e comunicare l'impatto ambientale con precisione scientifica."
  - Buttons: Scopri, Casi.
- Section 2:** "Le nostre soluzioni per l'impresa".
  - Text: "Percorsi di sostenibilità su misura per ogni esigenza aziendale".
  - Sub-sections:
    - Compliance:** Misura e certifica l'impatto ESG. Metodiche scientifiche per bilanci di sostenibilità trasparenti. Scopri >.
    - Branding:** Integra la sostenibilità nel tuo prodotto. Crea valore attraverso partnership commerciali innovative. Esplora >.
    - Welfare:** Coinvolgi il tuo team in progetti green. Rafforza l'identità aziendale con iniziative di sostenibilità. Inizia >.
- Section 3:** "Integra la sostenibilità nel tuo prodotto".
  - Text: "Crea prodotti tracciabili e campagne di marketing che raccontano il tuo impegno per l'ambiente."
  - Buttons: Scopri, Casi >.
- Section 4:** "Team building e coinvolgimento aziendale".
  - Text: "Offri ai tuoi dipendenti un'esperienza unica di connessione con la natura e la sostenibilità."
  - Buttons: Inizia, Progetti >.
- Section 5:** "La nostra prova scientifica".
  - Text: "Metodologie rigorose e team di ricerca all'avanguardia per garantire la massima precisione dei dati ambientali."
  - Buttons: Scopri, Documenti >.
- Section 6:** "Misura e certifica l'impatto ESG".
  - Text: "Trasforma i dati tecnici in metriche di sostenibilità riconosciute. I nostri sistemi Hive-Tech forniscono evidenze scientifiche per i tuoi report."
  - Buttons: Scopri, Metodologia >.
- Section 7:** "Ricerca".
  - Text: "Metodologia".
  - Section: "Raccolta dati scientifici".
    - Text: "Processi rigorosi di analisi e validazione per ogni metrica ambientale".
    - Buttons: Dettagli, Ricercatori >.
- Section 8:** "Inizia il tuo Progetto ESG".
  - Text: "Scopri come possiamo supportare la tua azienda nel percorso verso la sostenibilità certificata e misurabile."
  - Buttons: Contatti, Preventivo.
- Section 9:** "Domande frequenti".
  - Section: "Come funziona la misurazione dell'impatto".
    - Text: "Utilizziamo sensori tecnologici avanzati per raccogliere dati ambientali precisi. I nostri sistemi Hive-Tech analizzano ogni parametro con metodologie scientifiche rigorose".
    - Button: Contatta.
  - Section: "Quanto costa un progetto ESG".
    - Text: "Il costo varia in base alle esigenze specifiche dell'azienda. Offriamo soluzioni personalizzate che si adattano a diversi budget e obiettivi di sostenibilità".
  - Section: "Quali certificazioni rilasciate".
    - Text: "Forniamo certificazioni conformi agli standard GRI e SASB, garantendo la massima trasparenza e credibilità per i bilanci di sostenibilità aziendali".
  - Section: "Tempi di implementazione".
    - Text: "L'implementazione di un progetto ESG con 3Bee richiede mediamente 30-60 giorni. Supportiamo l'azienda in ogni fase del processo".
  - Section: "Posso vedere esempi di progetti".
    - Text: "Mettiamo a disposizione casi studio dettagliati e white paper che dimostrano l'impatto concreto dei nostri progetti per diverse realtà aziendali".
- Footer:** Includes links to Biodiversità e Rigenerazione, Diventa Partner, Risorse, and social media (Facebook, LinkedIn, Instagram).

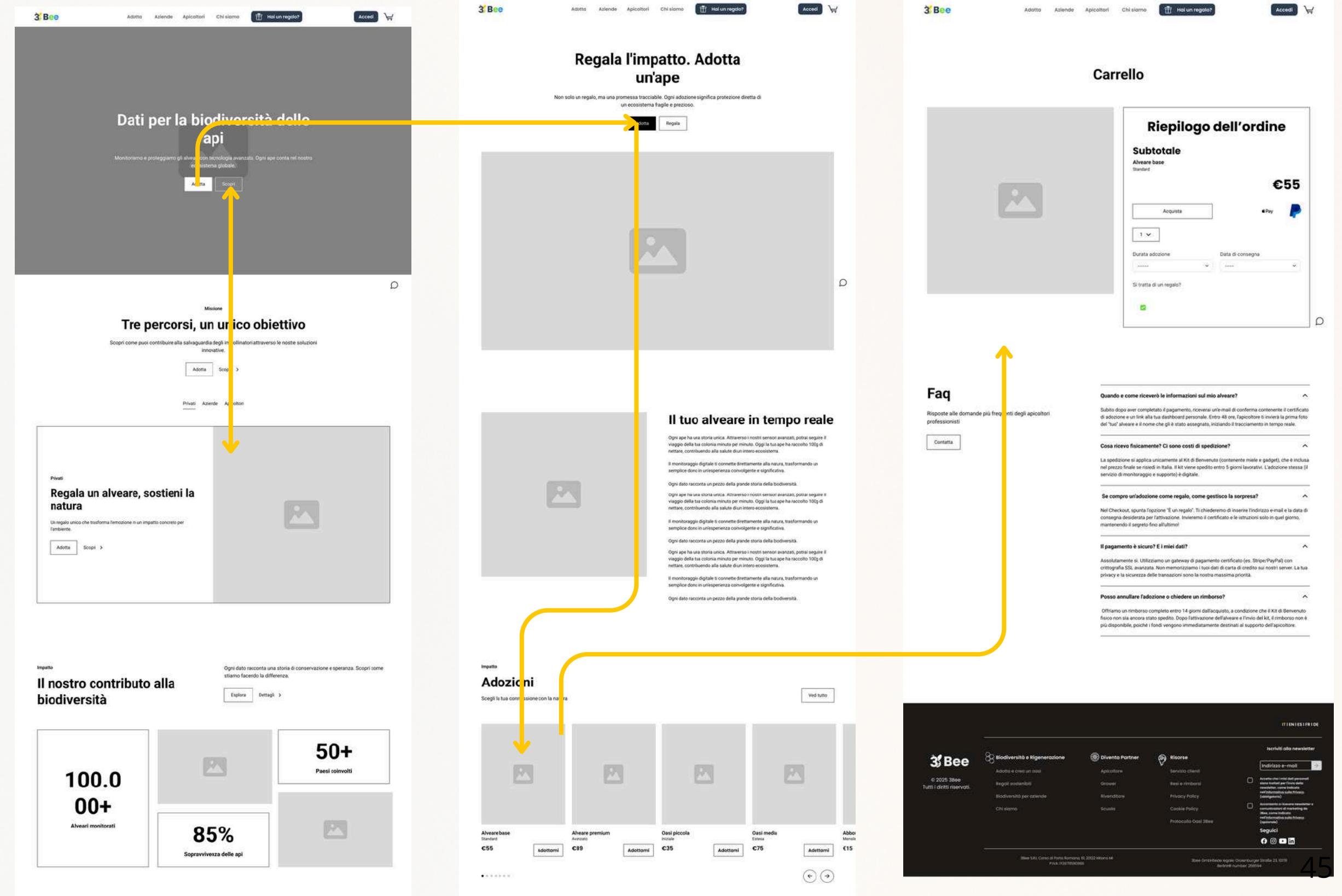
# Wireframe - Apicoltori

The wireframe illustrates the user interface for the Hive-tech website. It features a top navigation bar with links for Home, About, Products, Services, and Contact. Below this is a main content area. The first section, 'Hive-tech: ottimizza il tuo apiaro, massimizza il tuo ROI operativo', includes a sub-section titled 'Tecnologia avanzata per apicoltori professionisti'. The second section, 'Tecnologia che trasforma il lavoro dell'apicoltore', highlights 'Prevenzione perdite', 'Soluzioni complete per apicoltori professionisti', 'Analisi dati', and 'Monitoraggio del peso'. The third section, 'Hive-tech in dettaglio', provides detailed information about the technology. The fourth section, 'Contattaci', offers support contact details. The footer contains a logo, social media links, and legal information.

# Wireframe - Chi Siamo e Carrello

# Wireflow Desktop

L'utente atterra sulla home, la esplora e poi decide di cliccare sul pulsante scopri che lo manderà alla sezione informativa. successivamente decide di esplorare la pagina delle adozioni. Vede tramite le card degli alveari che l'alveare base fa al caso suo quindi decide di finalizzare l'acquisto



# Wireframe Mobile – Home

The wireframe illustrates the mobile layout of the 3Bee website's home page. It features a header with a yellow bar and the 3Bee logo. Below the header, there are several main sections:

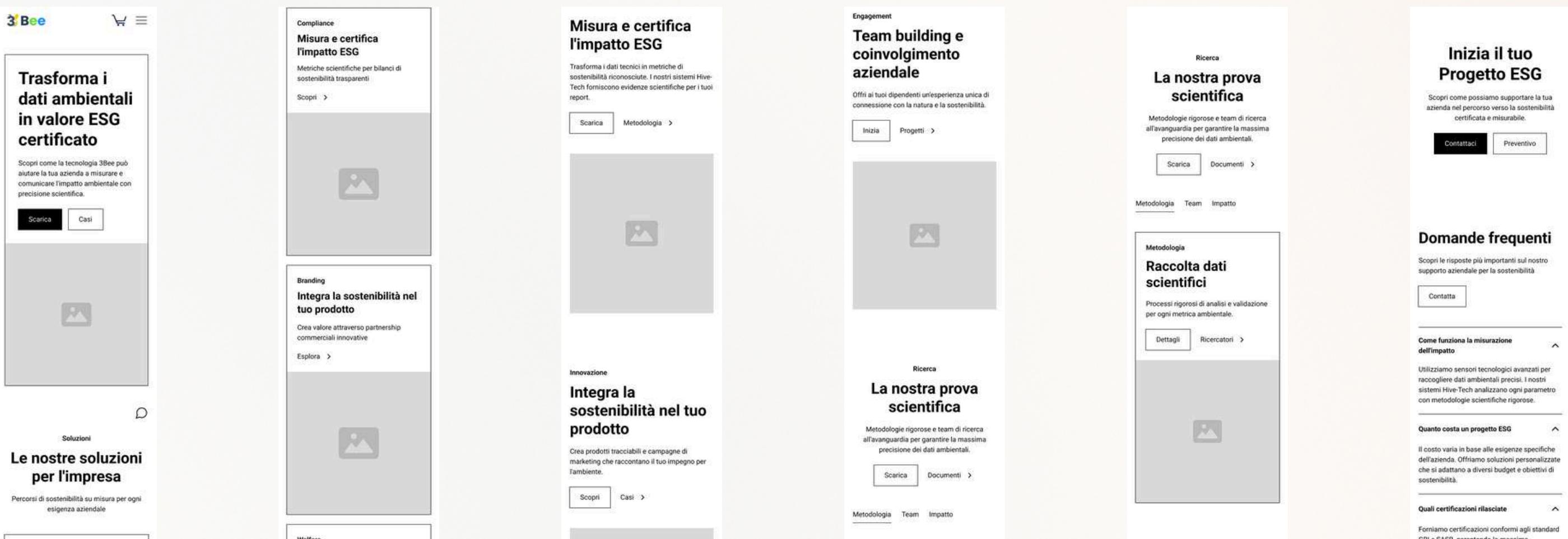
- Dati per la biodiversità delle api:** A section with a dark background featuring a large number of bees. It includes a call-to-action button "Adotta".
- Misone:** A section titled "Tre percorsi, un unico obiettivo" with a call-to-action button "Scopri".
- Pivati:** A section titled "Regala un alveare, sostieni la natura" with a call-to-action button "Scopri".
- Impatto:** A section titled "Il nostro contributo alla biodiversità" with a call-to-action button "Scopri".
- Ricerca:** A section titled "Insights scientifici per la conservazione" with a call-to-action button "Scopri".
- Community:** A section titled "Rete di apicoltori e ricercatori" with a call-to-action button "Scopri".
- Tecnologia:** A section titled "Sensori avanzati per la salute degli alveari" with a call-to-action button "Scopri".
- Feature one:** A section titled "Soluzioni su misura" with three sub-sections: "Per privati", "Per aziende", and "Per apicoltori".
- Feature two:** A section titled "Pronti per una sfida green?" with a call-to-action button "Contatta".
- Footer:** Includes a "3Bee" logo, social media links (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter), and a "Privacy Policy" link.

# Wireframe Mobile – Adotta

The wireframe illustrates the mobile interface for the 'Adotta' section of the 3Bee app. It includes:

- Regala l'impatto. Adotta un'ape**: A product page for adopting an ape. It features a large image placeholder, a tagline, descriptive text, and two buttons: 'Adotta' and 'Regala'.
- Oasi Polmone verde**: A product page for a green oasis. It includes a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Il polmone verde: adotta un'oasi di biodiversità**: A product page for a green肺部。 It features a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Regala la libertà di impatto con la gift card 3Bee**: A product page for a freedom gift card. It includes a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Il tuo alveare in tempo reale**: A product page for real-time beehive monitoring. It features a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Products**: A general products section with a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Abbonamento Custode dell'alveare**: An subscription product for being a beehive custodian. It includes a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Sii custode: aggiornamenti mensili dell'alveare**: A product page for monthly beehive updates. It features a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Il battito del cuore: adotta il tuo alveare digitale**: A product page for digital beehive monitoring. It includes a tagline, descriptive text, and a 'Scopri' button.
- Hai ricevuto un regalo?**: A page asking if you received a gift. It includes a 'Riscatta' button and an 'Informati' button.

# Wireframe Mobile - Aziende



# Wireframe Mobile - Apicoltori

The wireframe illustrates the mobile application interface for 'Apicoltori' (Beekeepers). It includes:

- Homepage:** Features a large banner with the text 'Hive-tech: ottimizza il tuo apario, massimizza il tuo ROI operativo'. Below it are sections for 'Prevenzione perdite' (with a 'Scopri' button) and 'Analisi dati' (with a 'Scopri' button). A central 'Pro' section highlights 'Soluzioni complete per apicoltori professionisti' with a 'Inizia' button. At the bottom, there are sections for 'Vantaggi' and 'Tecnologia che trasforma il lavoro dell'apicoltore'.
- Product Details:** Shows a detailed view for 'Hive-tech in dettaglio'. It includes a heading 'Tecnologia', a sub-section 'Intro' with descriptive text, and a 'Sensore' section with a placeholder image and descriptive text. Buttons for 'Dettagli' and 'Scopri' are present.
- Support:** A 'Supporto' section with a 'Contattaci' heading. It includes a 'Email' section with a placeholder image, a 'Telefono' section with a phone icon and number '+39 02 1234 5678', and a 'Sede' section with a location pin icon and address 'Via Milano 15, Milano, Italia'.
- FAQ:** A 'Faq' section with a placeholder image, listing frequently asked questions.
- Information:** A 'Porta la tua apicoltura al livello successivo' section with a placeholder image, containing information about costs and integration.
- Footer:** Includes a 'Contatta' button and a 'Preventivo' button.

# Wireframe Mobile - Chi Siamo

The wireframe illustrates the layout of the 'Chi Siamo' (Who We Are) page on a mobile device. The top navigation bar includes the 3Bee logo, a shopping cart icon, and a menu icon. Below the header, there are two main sections: 'Innovazione' (Innovation) and 'Misione' (Mission). The 'Innovazione' section features a large image placeholder, the title 'Custodi della biodiversità' (Guardians of Biodiversity), a subtext about protecting ecosystems through technology and scientific research, and two call-to-action buttons: 'Scopri' and 'Contatta'. The 'Misione' section also has a large image placeholder, the title 'Salvare gli impollinatori attraverso l'innovazione tecnologica' (Save pollinators through technological innovation), a subtext about using technology to protect ecosystems, and two call-to-action buttons: 'Leggi' and 'Dettagli >'. To the right of these sections are three columns of cards. The first column contains a card for 'Unisciti a noi' (Join us) with a subtext about seeking passionate talents in technology and the environment, a button for 'Vedi posizioni aperte' (View open positions), and a card for 'I nostri partner scientifici e istituzionali' (Our scientific and institutional partners) with a subtext about collaborating with institutions to promote research and conservation, and two 'Scopri' and 'Dettagli >' buttons. The second column contains cards for 'Testimonianze' (Testimonials) featuring Prof. Carlo Martini and Dott. Sofia Ricci, both with subtexts about their contributions and 'Leggi caso studio >' buttons. The third column contains a card for 'Impatto' (Impact) titled 'Il nostro contributo alla conservazione degli ecosistemi' (Our contribution to ecosystem conservation), showing a large '100.000+' figure, a subtext about monitoring, and two buttons for 'Scopri' and 'Dettagli >'. Below these columns is a 'Connesione' (Connection) section with a 'Parliamo insieme' (Let's talk together) heading, a subtext about building a green future, and input fields for 'Nome', 'Email', and 'Messaggio'.

# Wireframe Mobile – Carrello

The wireframe illustrates a mobile user interface for a shopping cart. It features a header with the brand logo '3Bee' and a shopping cart icon. Below the header, the word 'Carrello' is displayed. The main content area is divided into two sections: a summary on the left and a FAQ section on the right.

**Left Column (Summary):**

- Riepilogo dell'ordine**
- Subtotale**: Alveare base Standard
- €55**
- Acquista** button
- Quantity selector: 1
- Payment method: Apple Pay and PayPal
- Delivery duration: Durata adozione (dropdown menu)
- Delivery date: Data di consegna (dropdown menu)
- Gift status: Si tratta di un regalo? (checkbox checked)

**Right Column (FAQ):**

## Faqs

Risposte alle domande più frequenti sul nostro impegno per la biodiversità

- Quando e come riceverò le informazioni sul mio alveare?**

Subito dopo aver completato il pagamento, riceverai un'e-mail di conferma contenente il certificato di adozione e un link alla tua dashboard personale. Entro 48 ore, l'apicoltore ti invierà la prima foto del "tuo" alveare e il nome che gli è stato assegnato, iniziando il tracciamento in tempo reale.
- Cosa ricevo fisicamente? Ci sono costi di spedizione?**

La spedizione si applica unicamente al Kit di Benvenuto (contenente miele e gadget), che è inclusa nel prezzo finale se risiedi in Italia. Il kit viene spedito entro 5 giorni lavorativi. L'adozione stessa (il servizio di monitoraggio e supporto) è digitale.
- Se compro un'adozione come regalo, come gestisco la sorpresa?**

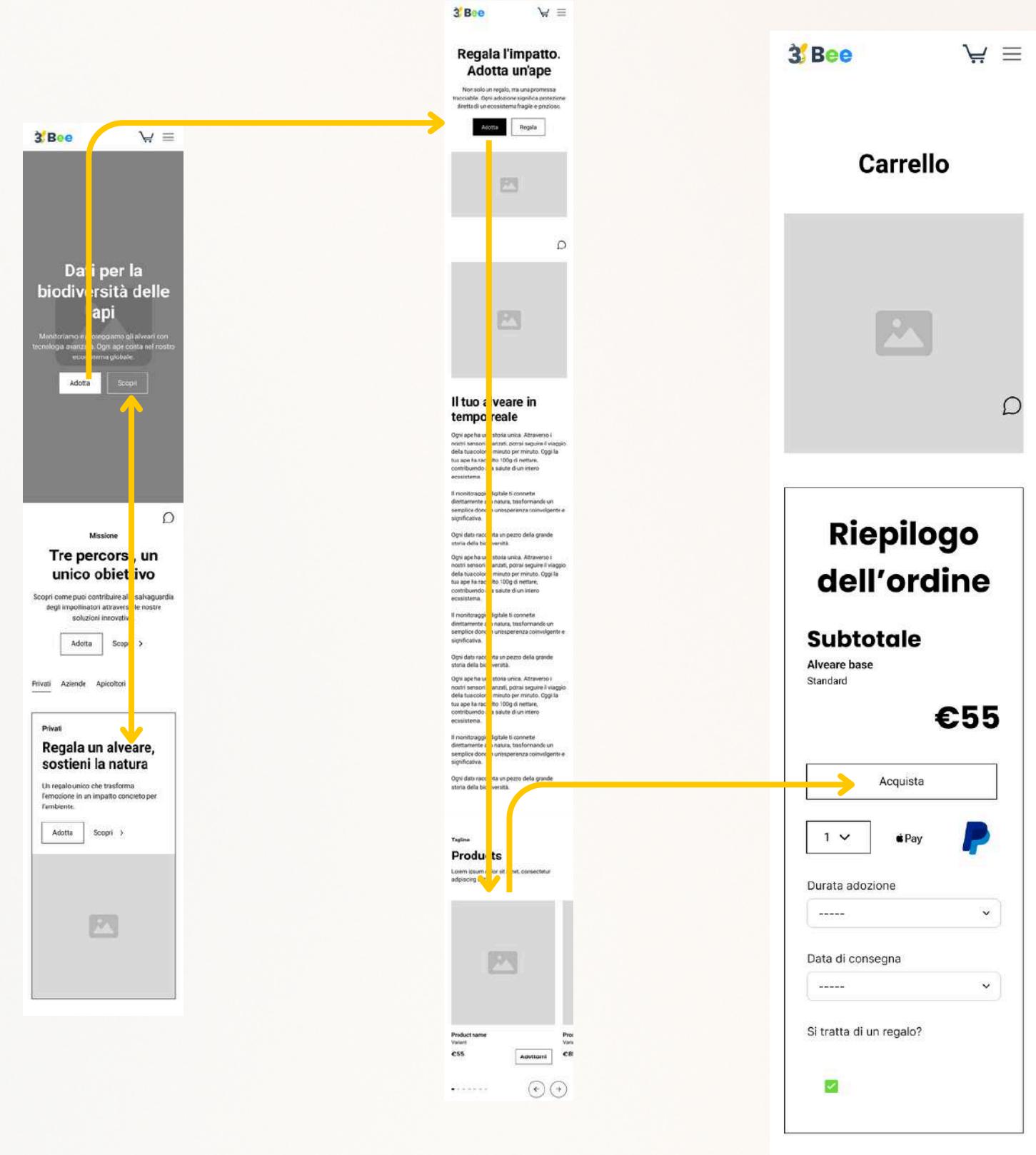
Nel Checkout, spunta l'opzione "È un regalo". Ti chiederemo di inserire l'indirizzo e-mail e la data di consegna desiderata per l'attivazione. Invieremo il certificato e le istruzioni solo in quel giorno, mantenendo il segreto fino all'ultimo!
- Il pagamento è sicuro? E i miei dati?**

Assolutamente sì. Utilizziamo un gateway di pagamento certificato (es. Stripe/PayPal) con crittografia SSL avanzata. Non memorizziamo i tuoi dati di carta di credito sui nostri server. La tua privacy e la sicurezza delle transazioni sono la nostra massima priorità.
- Posso annullare l'adozione o chiedere un rimborso?**

Offriamo un rimborso completo entro 14 giorni dall'acquisto, a condizione che il Kit di Benvenuto fisico non sia ancora stato spedito. Dopo l'attivazione dell'alveare e l'invio del kit, il rimborso non è più disponibile, poiché i fondi vengono immediatamente destinati al supporto dell'apicoltore.

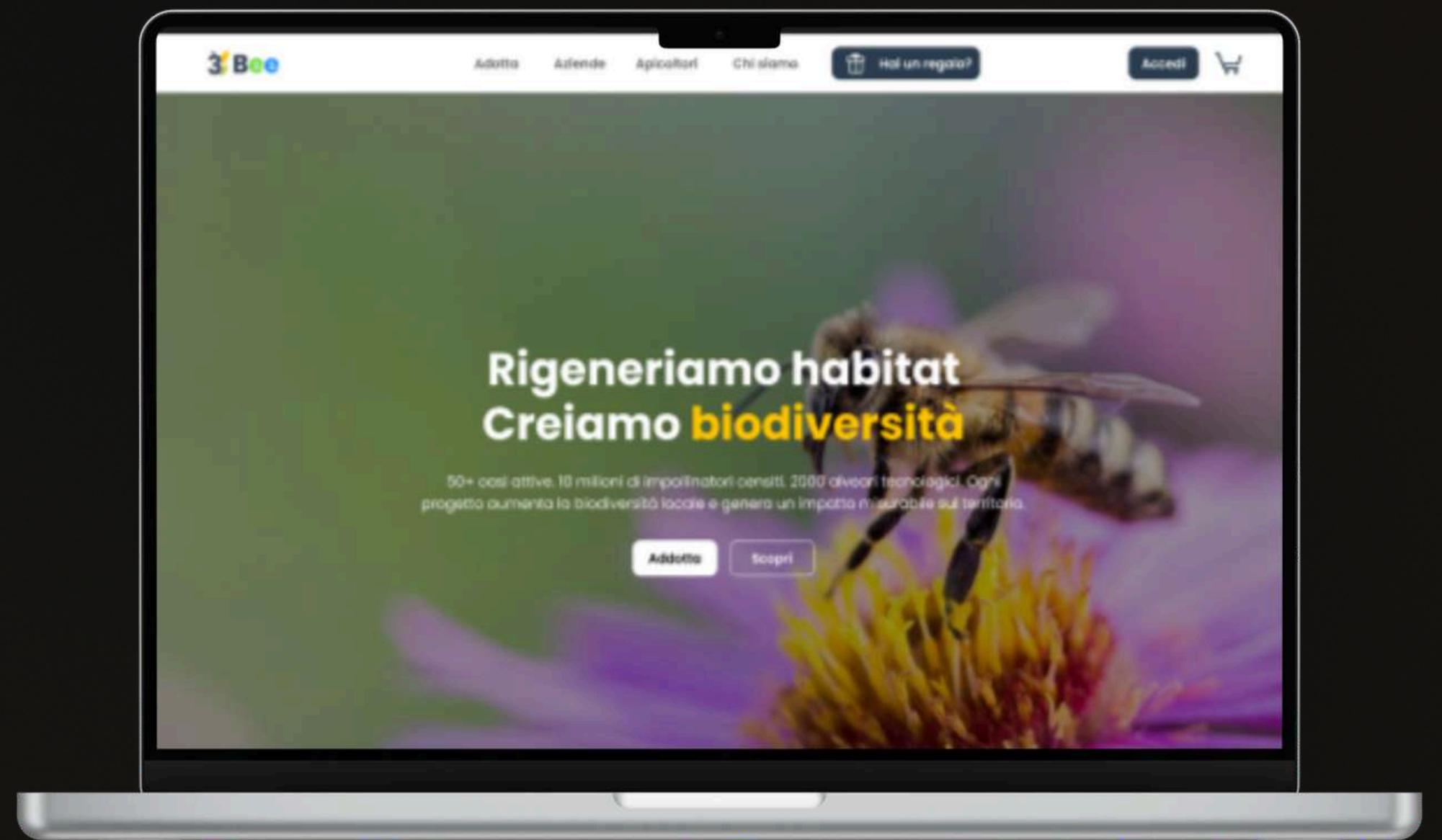
# Wireflow Mobile

L'utente atterra sulla home, la esplora e poi decide di cliccare sul pulsante scopri che lo manderà alla sezione informativa. successivamente decide di esplorare la pagina delle adozioni. Vede tramite le card degli alveari che l'alveare base fa al caso suo quindi decide di finalizzare l'acquisto



# PROTOTYPING

# Wireflow Mobile



Prototipo desktop



Prototipo mobile

# Prototipo - Navbar e Footer



The screenshot shows the 3Bee website's navigation bar at the top with links for Adotta, Aziende, Apicoltori, Chi siamo, a search bar, and user account buttons. A dropdown menu is open under 'Chi siamo' containing links to Chi Siamo, I nostri risultati, Eco-sostenibilità, Careers, Instagram, Facebook, Whatsapp, and Business.

**3Bee**

Adotta Aziende Apicoltori Chi siamo  Hai un regalo? Accedi

Chi Siamo  
I nostri risultati  
Eco-sostenibilità  
Careers  
Instagram  
Facebook  
Whatsapp  
Business

**IT | EN | ES | FR | DE**

**3Bee**

Biodiversità e Rigenerazione Diventa Partner Risorse

© 2025 3Bee. Tutti i diritti riservati.

3Bee SRL Corso di Porta Romana, 81, 20122 Milano MI P.IVA IT03715960909

3Bee GmbH Sede legale: Oranienburger Straße 23, 10178 Berlin HR number: 256594

The screenshot shows a modal dialog box with the 3Bee logo and a close button. It contains fields for 'Indirizzo e-mail' and 'Iscriviti', and a note about accepting the Privacy Policy. The background of the main page is visible, showing a sidebar with links to Adotta, Aziende, Apicoltori, Chi Siamo, I nostri risultati, Eco-sostenibilità, Careers, Instagram, Facebook, Whatsapp, Business, and Accedi.

**3Bee**

Iscriviti alla newsletter  
Indirizzo e-mail  
Iscriviti

Iscrivendoti acetti la nostra politica sulla privacy [Privacy](#)

**Adotta**  
**Aziende**  
**Apicoltori**  
**Chi Siamo**  
**I nostri risultati**  
**Eco-sostenibilità**  
**Careers**  
**Instagram**  
**Facebook**  
**Whatsapp**  
**Business**  
**Accedi**

Servizi  
Supporto  
FAQ  
Formazione  
Community  
Blog

Risorse  
Documentazione  
Guide  
Video tutorial  
Casi di studio  
Webinar

Legale  
Termini servizio  
Privacy policy  
Gestione cookies  
Note legali  
Conformità

Social  
Facebook  
Instagram  
LinkedIn  
Twitter  
Mappa del sito

Privacy Policy  
Termini di servizio  
Impostazioni cookie

© 2025 3Bee. Tutti i diritti riservati.

# Prototipo

## 1. Header Flessibile

- Descrizione: Navbar fissa (Sticky) che risolve i problemi di accessibilità e navigazione inefficiente.
- Contenuto: Contiene le 4 voci di segmentazione principali (Adotta & Regala, Aziende, Apicoltori, Chi Siamo) al centro e le azioni finali a destra (Carrello, Accedi e CTA "Ho Ricevuto un Regalo").



## 2. Hero Section

- Descrizione: Sezione introduttiva premium e pulita. Non è un carosello, ma una singola dichiarazione che unisce la missione aziendale con l'elemento tecnologico.
- Contenuto: Titolo focalizzato su "Dati per la Biodiversità" e immagine di impatto.



## 3. I Tre Hub di Smistamento

- Descrizione: Il blocco cruciale del redesign. Presenta tre CTA di pari peso e dimensione, costringendo l'utente a segmentarsi subito.
- Contenuto:
  - Hub 1 (Verde Naturale): CTA per il flusso B2C (Adotta & Regala). Tono Emotivo.
  - Hub 2 (Blu Profondo): CTA per il flusso B2B (Soluzioni Aziendali). Tono Istituzionale.
  - Hub 3 (Grigio Tecnico/Arancio): CTA per il flusso Grower (Tecnologia & API). Tono Funzionale.



## 4. Dati e Impatto Live

- Descrizione: Sezione di convalida e engagement che trasforma i dati tecnici in valore narrativo.
- Contenuto: Presentazione di KPI Globali in tempo reale (es. "Alveari Monitorati: 100.000+", "% Salute Media") con un layout dinamico e animato



# Prototipo

## 1. Header (Contesto B2C)

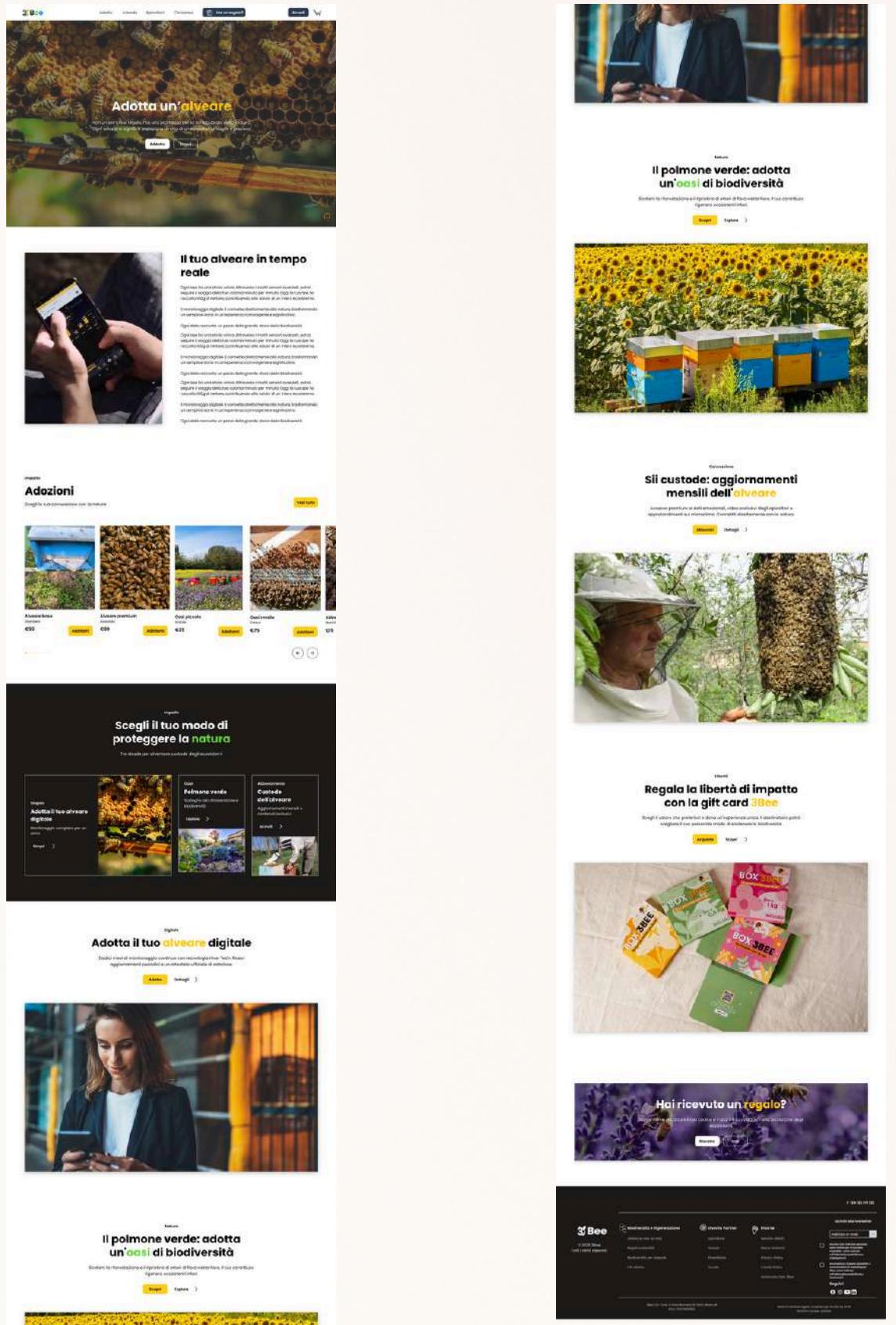
- Descrizione: Navbar fissa (Sticky), ma il colore dominante del contenuto (testi e CTA) è il Verde Naturale, confermando che l'utente è entrato nel canale emotivo.
- Hero Section: Immagine di forte impatto emotivo (es. un alveare in un campo fiorito o un apicoltore) con un titolo che enfatizza il concetto di dono e impatto diretto: "Regala l'Impatto. Adotta e Diventa Custode."

## 2. Sezione "Il Tuo Contributo Tracciabile"

- Descrizione: Funge da ponte tra l'emozione e la tecnologia. Spiega in modo narrativo come funziona l'adozione e introduce l'elemento tecnologico in modo friendly.
- Contenuto: Un blocco di testo con un'immagine di supporto (es. mani che tengono il sensore Hive-Tech,) che descrive l'accesso alla Dashboard Emozionale. Questa sezione rassicura l'utente sulla concretezza del gesto (Risoluzione Q8).

## 3. Le Opzioni di Acquisto (Schede Prodotto)

Descrizione: L'area centrale è critica per la conversione. Le opzioni sono segmentate in modo chiaro (es. Alveare, Oasi) e presentate in un carosello orizzontale o in grid per la massima leggibilità.



# Prototipo

## 4. Vetrina dei Risultati (La Dashboard Emozionale)

Descrizione: Sezione di storytelling che mostra il valore aggiunto dell'adozione, usando il linguaggio del beneficio e non delle metriche complesse.



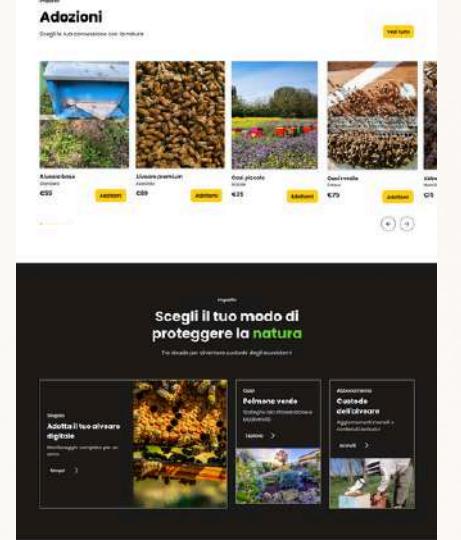
## 5. Sezione Credibilità e Passione

- Descrizione: Blocchi editoriali che aggiungono profondità al brand (la figura dell'apicoltore e la natura).
- Contenuto: Immagini di apicoltori reali (volti), con brevi testi che li presentano come i custodi del progetto. L'uso di foto di alta qualità di api e flora nettarifera rafforza il legame con la natura.



## 6. Sezione Gift Card (Flessibilità)

- Descrizione: Area dedicata alla soluzione di regalo flessibile per chi è indeciso sull'adozione specifica.
- Contenuto: Vetrina della Gift Card Digitale (con design in Verde Naturale) con campi per la scelta dell'importo. Questa sezione rende il regalo semplice.



# Prototipo

## 1. Header e Dichiarazione Istituzionale

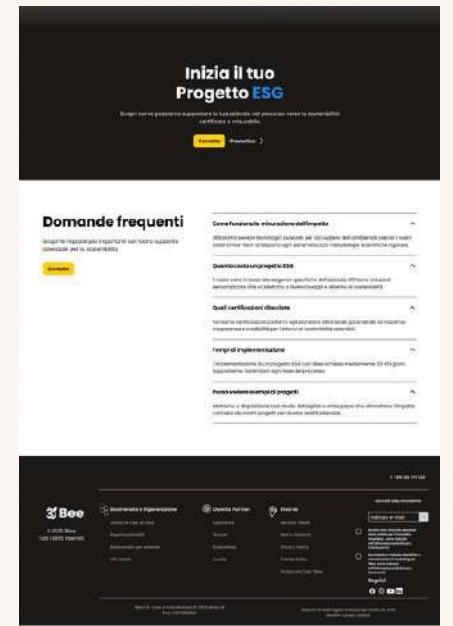
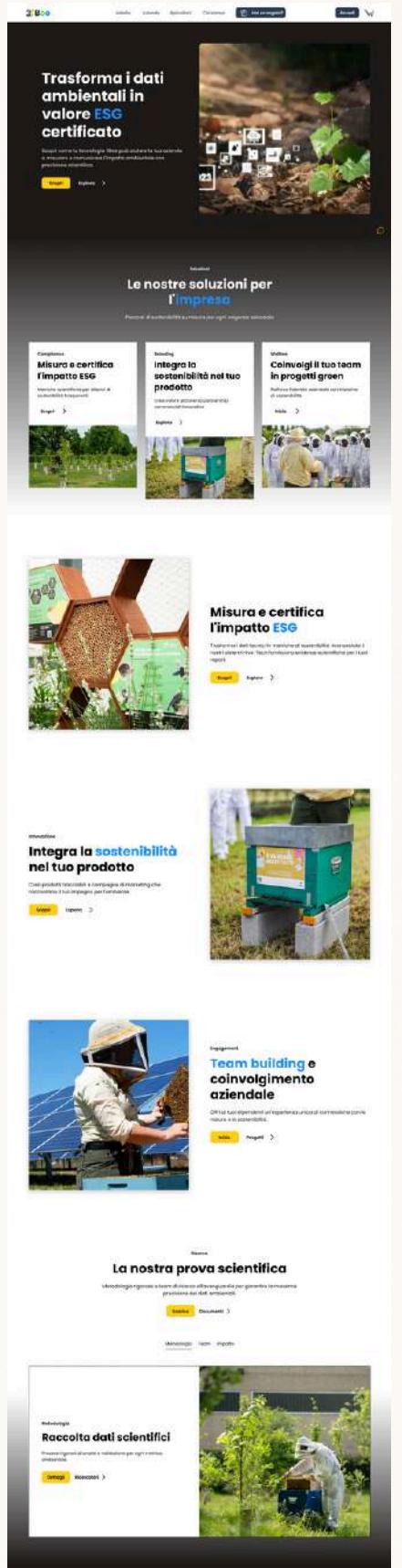
- Descrizione: Navbar fissa (Sticky), con il colore dominante Blu Profondo utilizzato per le CTA e i titoli, segnando l'ingresso nel canale B2B.
- Hero Section: Sfondo scuro e autorevole, con un titolo incisivo: "Trasforma i Dati in Valore ESG Certificato".
- Contenuto Hero: Immediatamente sotto il titolo, sono presenti pulsanti che invitano a scaricare documentazione chiave (es. "Scarica il White Paper ESG"), fornendo subito prova di rigore.

## 2. Le Nostre Soluzioni

- Descrizione: Invece di una lista di prodotti, questa sezione presenta le soluzioni di 3Bee organizzate in base ai pain point aziendali che risolvono, migliorando la pertinenza per Sara.

## 3. Misura e Certifica l'Impatto

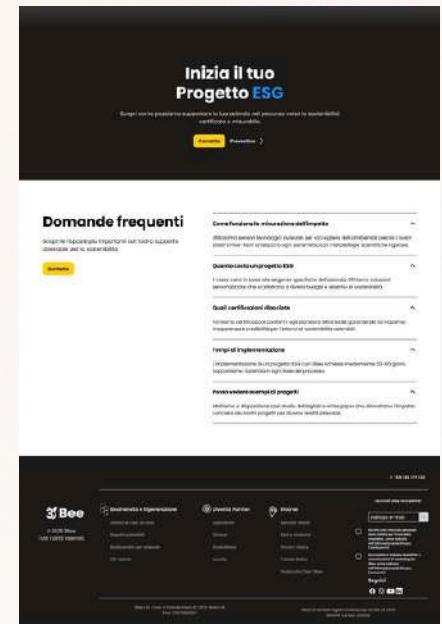
- Descrizione: Sezione di approfondimento che affronta la necessità di metrika e rigore, cruciale per Sara.
- Contenuto: Blocchi che spiegano la metodologia di misurazione. Vengono utilizzate infografiche e immagini di dati scientifici, non api (come nella sezione B2C), per rafforzare l'autorità.



# Prototipo

## 4. La Nostra Prova Scientifica e Partnership

- Descrizione: L'area più importante per la conversione basata sulla fiducia.
- Contenuto:
  - Partner Istituzionali: Loghi di università, enti di ricerca e certificatori.
  - Team Scientifico: Introduzione al team di ricerca 3Bee (volti e titoli).
  - Contenuto Scaricabile: Link diretti ai case study istituzionali e al bilancio di sostenibilità.



## 5. CTA Finale

- Descrizione: Il culmine della pagina, con una Call-to-Action potente e inequivocabile.
- Contenuto: Un blocco full-width con CTA "Inizia il tuo Progetto: Richiedi Contatto Qualificato" in Blu Profondo. Questo pulsante non porta solo a un form generico, ma a un form dedicato che qualifica il lead (chiedendo l'obiettivo e la dimensione aziendale), assicurando che il team commerciale riceva informazioni utili.

## 6. Domande Frequenti (FAQ)

- Descrizione: Una sezione FAQ specifica per l'ambito aziendale (es. Minimum commitment, Data compliance), per risolvere obiezioni dell'ultimo minuto.

# Prototipo

## 1. Header e Dichiarazione Funzionale

- Descrizione: Navbar fissa (Sticky), con l'Arancione Tecnico come colore di highlight primario. Tono diretto e focalizzato sull'efficienza.
- Hero Section: Sfondo scuro o immagine di sensori tecnologici in azione. Titolo incisivo: "Hive-Tech: Ottimizza il Tuo Apiario, Massimizza il Tuo ROI Operativo."



## 2. Vetrina Funzionale (Focus Prodotto)

- Descrizione: Vetrina che mostra l'hardware e i suoi benefici in modo rapido e pratico.
- Contenuto: Blocchi che descrivono i componenti (es. sensore Hive-Tech, la telecamera) con enfasi sulle specifiche tecniche (durata, precisione, facilità di installazione). Immagini che mostrano l'uso sul campo.



## 3. La Dashboard e la Gestione Predittiva

- Descrizione: Questa è la sezione che vende la funzionalità principale: la gestione da remoto basata sui dati.
- Contenuto:
  - Anteprima Dashboard Tecnica: Mockup della vera interfaccia software (Grafici, allarmi, dati numerici) – molto diversa dalla Dashboard emotiva B2C. \* Vantaggi Operativi: Testo che evidenzia la riduzione dei sopralluoghi, la prevenzione delle perdite e la gestione degli sciami, quantificando il risparmio in tempo e denaro (ROI)



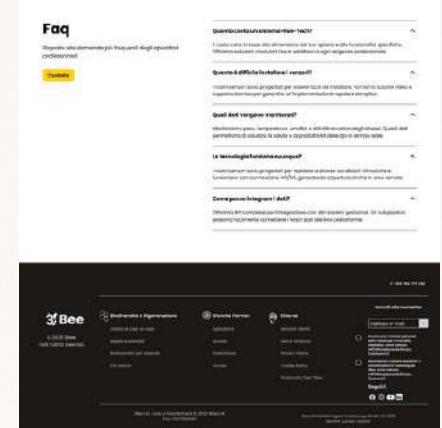
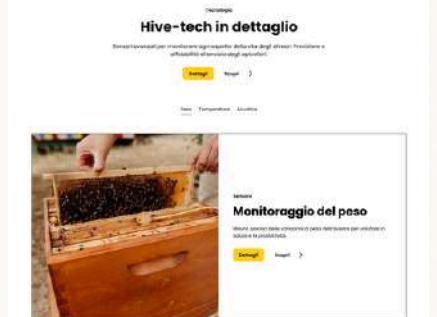
# Prototipo

## 4. Dettaglio Tecnologico e Documentazione

- Descrizione: L'Hub per i documenti essenziali per la valutazione professionale (Risoluzione Frizione Ricerca).
- Contenuto: Blocco con CTA dominanti per il download immediato di:
  - Schede Tecniche Complete (PDF).
  - Guida all'Installazione e Requisiti Tecnici.
  - Case Study di Grower (dati reali su efficienza).
  - Sezione per gli sviluppatori / accesso API.

## 5. Sezione Supporto e CTA Finale

- Descrizione: Area dedicata a fornire supporto rapido e a chiudere la vendita con un contatto qualificato.
- Contenuto:
  - Supporto Tecnico: Un riquadro ben visibile offre opzioni di contatto diretto (Chat con Tecnico Specializzato, Numero di Telefono).
  - CTA Finale: Pulsante "Richiedi un Preventivo Grower" o "Parla con il Supporto Tecnico" in Arancione Tecnico.



# Prototipo

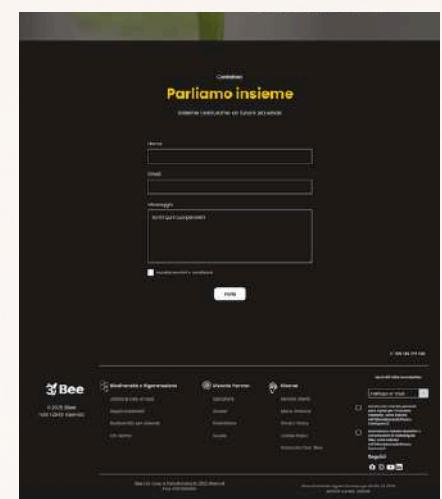
## 1. Header e Missione (Visione)

- Descrizione: Navbar fissa, con un tono neutro ma autorevole.
- Hero Section: Immagine suggestiva che unisce l'elemento umano all'ambiente (es. una mano che tocca l'acqua in un campo), con un titolo sulla Missione (es. "Custodi della Biodiversità: Salvare gli Impollinatori attraverso l'Innovazione").
- Contenuto: Un testo chiaro sulla vision di 3Bee, che si posiziona come Tech Company con un cuore Green.



## 2. Chi è 3Bee (Il Team e la Storia)

- Descrizione: Sezione dedicata a umanizzare il brand e a mostrare la squadra dietro la tecnologia.
- Contenuto:
  - Immagine del Team: Una foto del team al completo o dei fondatori per creare un senso di comunità.
  - I Pilastri Fondanti: Breve riassunto dei valori chiave (Tecnologia, Sostenibilità, Dati) in un formato leggibile.
  - Storia: Una timeline o un breve paragrafo sulla storia e le tappe fondamentali (Milestone).



# Prototipo

## 3. I Nostri Partner Scientifici e Istituzionali

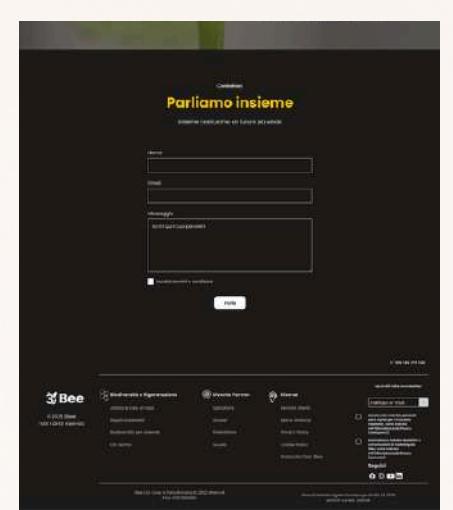
- Descrizione: L'area cruciale per la convalida esterna. Questa sezione aumenta la credibilità scientifica e l'affidabilità.
- Contenuto: Loghi in evidenza di università, enti di ricerca e istituzioni che collaborano con 3Bee. Questo è fondamentale per Sara e Giovanni che cercano dati rigorosi.

## 4. Testimonianze Trasversali

- Descrizione: Brevi citazioni che mostrano l'impatto positivo su tutti i segmenti.
- Contenuto:
  - Card con feedback di un Apicoltore (sull'efficienza tecnica).
  - Card con feedback di un Partner Aziendale (sull'impatto ESG).
  - Card con feedback di un Utente B2C (sull'esperienza emotiva).

## 5. Contributo all'Ecosistema e KPI (Aggregato)

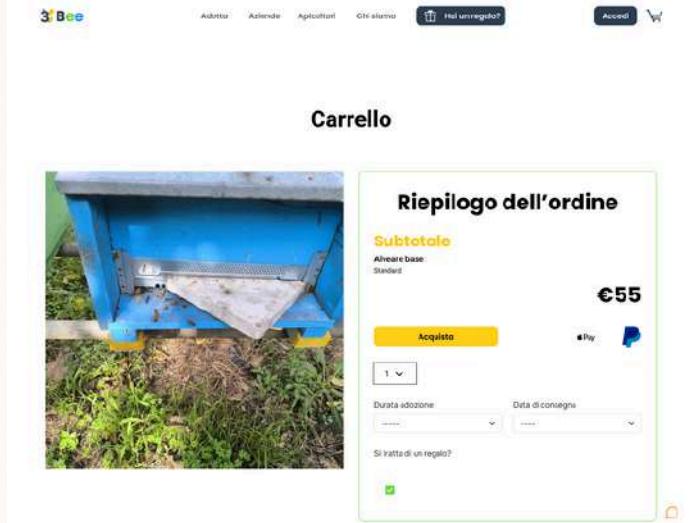
- Descrizione: Riutilizzo di KPI aggregati (come nella Homepage) per mostrare l'impatto complessivo raggiunto dall'azienda in modo visivo e coinvolgente.
- Contenuto: Numeri grandi e chiari (es. "Oltre 100.000+ Alveari Monitorati", "X Ettari di Oasi"), per dimostrare la scala globale delle operazioni.



# Prototipo

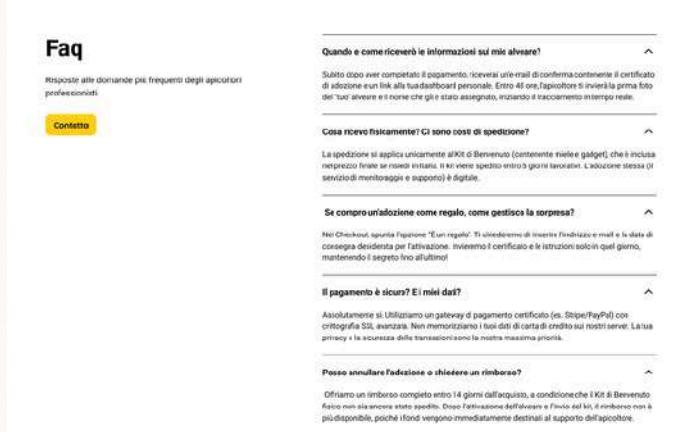
## 1. Header e Navbar

- Descrizione: Navbar fissa (Sticky), ma con un'enfasi ridotta sulla navigazione esterna per minimizzare le distrazioni (i link "Adotta" e "Aziende" potrebbero essere più discreti o rimossi in fase di checkout avanzato, ma rimangono visibili nella vista del carrello).
- Focus: Mantenere in evidenza solo le azioni cruciali: "Accedi" (per applicare eventuali crediti o codici regalo) e il titolo "Carrello".



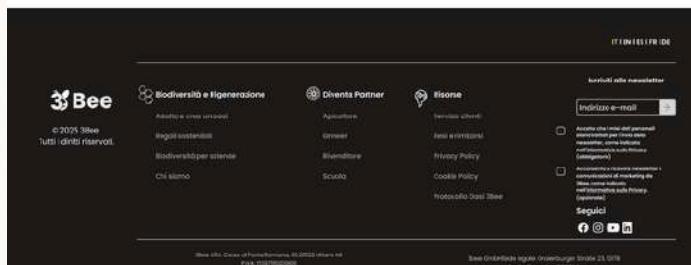
## 2. Dettaglio Articoli (Trasparenza)

Descrizione: L'area principale che mostra in modo chiaro cosa si sta acquistando.



## 3. Riepilogo dell'Ordine (Conversione)

Descrizione: Blocco di riepilogo posizionato sulla destra, fisso o in evidenza, che accelera la decisione d'acquisto.



## 4. FAQ sulla Transazione e l'Impatto

- Descrizione: Sezione critica posizionata sotto il riepilogo per rispondere alle obiezioni più comuni e ridurre l'ansia da acquisto.
- Contenuto: FAQ focalizzate su:
  - Cosa ricevo? (Kit fisico, email di benvenuto, accesso alla Dashboard).
  - Gestione Regalo: (Come impostare la sorpresa e la data).
  - Sicurezza Pagamento: (Gateway utilizzati, certificazioni).
  - Politiche di Rimborso/Annullamento.

# **USER TEST**

# Metodologia

---

Il test è stato effettuato su partecipanti selezionati che rappresentano il pubblico target di 3Bee.

## Struttura del Test:

- Parte 1: Task pratico di aggiunta di un prodotto al carrello.
- Parte 2: Intervista per valutare:
  - chiarezza del flusso d'acquisto
  - semplicità di navigazione
  - elementi di maggiore attenzione sul sito.

## Metodologia:

- Test condotto da remoto via videochiamata, con moderazione e osservazione del comportamento dell'utente, che condividerà lo schermo e verbalizzerà le proprie azioni.
- Durata stimata: 30-35 minuti per partecipante.

## Target:

Utenti sensibili all'impatto ambientale, età 25-30 anni, numero partecipanti: 8.

# Scenario

---

"Benvenuto/a e grazie mille per aver accettato di dedicare il tuo tempo a questo test.

Mi chiamo Marco e sono qui per comprendere la tua esperienza sul nostro sito web.

Voglio subito chiarire una cosa: stiamo testando il sito, non te. Non esistono risposte giuste o sbagliate. Il nostro obiettivo è identificare i punti in cui il sito è confuso, lento o non risponde alle tue aspettative, in modo da poterlo migliorare.

Quello che vedrai è un prototipo, non il sito finale di 3Bee, quindi alcuni elementi potrebbero non funzionare perfettamente o non essere definitivi.

Per poter analizzare i tuoi feedback in modo approfondito, registreremo la sessione (schermo e audio). Voglio rassicurarti che queste registrazioni saranno utilizzate esclusivamente per scopi di ricerca interna e analisi del design. Le tue informazioni personali rimarranno confidenziali. Sei a tuo agio con la registrazione?

La cosa più importante che ti chiedo di fare oggi è pensare ad alta voce. Raccontami quello che stai guardando, le tue aspettative, cosa cercheresti, cosa ti confonde e cosa ti piace.

Ad esempio, se stai cercando un pulsante, dimmi: 'Sto cercando un pulsante di acquisto. Mi aspetterei di trovarlo qui a destra, ma vedo un'icona... cosa fa quest'icona?'

Non temere di criticare il design o il contenuto. I tuoi pensieri onesti sono il dato più prezioso per noi. Se smetti di parlare, ti ricorderò gentilmente di farlo con la frase 'Cosa stai pensando in questo momento?'

Oggi ti chiederò di completare un compito specifico. Per favore, agisci come faresti nella vita reale, senza chiedere il mio aiuto. Io non potrò darti suggerimenti o rispondere a domande dirette su come navigare.

Sei pronto? Possiamo iniziare."

# Domande

---

Domande pre-test:

- Puoi dirci qualcosa sul tuo impegno per la sostenibilità ambientale?
- Hai mai fatto dei regali eco-sostenibili?
- Con quale frequenza visiti siti di salvaguardia ambientale?
- Quali sono le caratteristiche più importanti che cerchi in un ente ambientale?

Domande post-test:

- Complessivamente, da 1 a 5, come valuteresti la tua esperienza con il sito web?
- Come valuteresti il design del sito?
- Ci sono elementi dell'interfaccia che hai trovato confusi o poco chiari?
- C'è qualcosa che aggiungeresti o modificheresti per migliorare il sito?

# Task 1

---

Navigazione e Segmentazione (Obiettivo: Home Page)

Scenario Iniziale: "Sei alla ricerca di un modo per fare un regalo originale e sostenibile per una persona cara."

Azione Richiesta: "Partendo dalla Homepage, identifica il percorso più adatto a te per trovare le opzioni di regalo e raggiungi la pagina che le descrive."

Obiettivi di Valutazione:

- Efficacia dell'Hub (Frizione Q1): L'utente usa subito il blocco "Adotta e Regala" (Verde Naturale) o si perde tra "Soluzioni Aziendali" e "Apicoltori"?
- Chiarezza della Navbar: L'utente usa la voce di menu "Adotta e Regala" o il pulsante "HO RICEVUTO UN REGALO"? (Il secondo è un false positive per la scoperta, ma verifica l'evidenza del pulsante).
- Tempo di Navigazione: Quanto tempo impiega per arrivare al funnel corretto.

## Task 2

---

Conversione e Gestione del Regalo (Obiettivo: Aggiunta al Carrello)

Scenario Aggiornato: "Hai deciso di optare per l'adozione di un Alveare Digitale per un anno. Aggiungi il prodotto alveare base al carrello, specificando chiaramente che si tratta di un regalo che dovrà essere consegnato tra 30 giorni."

Azione Richiesta: "Seleziona l'opzione di Adozione Annuale più adatta, aggiungila al carrello e imposta la data di consegna per il destinatario."

Obiettivi di Valutazione:

- Chiarezza delle Schede Prodotto: L'utente distingue facilmente le opzioni (singolo vs. abbonamento, Alveare vs. Oasi)?
- Usabilità dell'Opzione Regalo: È intuitivo trovare il flag o l'opzione per impostare la consegna differita (l'email con l'attestato)?
- Tono Emotivo : L'utente interagisce con la Dashboard Emozionale o si concentra solo sul prezzo?

## Task 3

---

Fiducia e Risoluzione Obiezioni (Obiettivo: Pagina Carrello)

Scenario Finale: "Ora che il prodotto è nel tuo carrello, hai un piccolo dubbio: 'Cosa succede se la persona a cui faccio il regalo vuole annullare l'adozione?'"

Azione Richiesta: "Trova una risposta chiara sul sito riguardo la politica di annullamento o rimborso per il tuo regalo e, una volta trovata, procedi come se stessi per finalizzare l'acquisto (cliccando 'Acquista' o 'Procedi al Checkout')."

Obiettivi di Valutazione:

- Efficacia delle FAQ: L'utente trova la risposta nella sezione FAQ del carrello (come da wireframe) o torna alla pagina "Adotta e Regala" o "Chi Siamo"?
- Chiusura della Conversione: Il layout del carrello (trasparenza dei costi, evidenza del pulsante "Acquista" in Verde Naturale) lo spinge in modo efficace verso il checkout finale?
- Fiducia: I loghi di pagamento e le risposte alle FAQ forniscono sufficiente rassicurazione per procedere?

# Risultati Task 1

---

## Navigazione e Segmentazione (Homepage)

Il test ha mostrato un altissimo tasso di successo in questa fase iniziale, con la maggior parte degli utenti che ha completato il task in meno di 5 secondi.

La Homepage funziona perfettamente come Hub di Smistamento. L'elemento chiave è il blocco "Adotta e Regala", che con il suo colore Verde Naturale e il tono emotivo, ha attirato immediatamente l'attenzione degli utenti in cerca di un regalo. Il rischio di confusione tra il flusso B2C (Luca) e i flussi B2B (Sara) o Grower (Giovanni) è stato di fatto eliminato.

Tuttavia, è emersa una frizione minore: una percentuale di utenti, pur volendo fare un regalo, è stata distratta e ha cliccato sul pulsante "HO RICEVUTO UN REGALO" nella Navbar. Questo elemento, sebbene risolva un problema di riscatto, è visivamente troppo dominante per chi è in fase di scoperta e confonde l'azione di fare un regalo con quella di riceverlo.

# Risultati Task 2

---

## Conversione e Gestione del Regalo

La conversione è stata complessivamente un successo, con l'85% degli utenti che ha aggiunto correttamente l'Alveare Digitale Annuale al carrello. Le Schede Prodotto nella pagina "Adotta e Regala" sono state giudicate chiare ed efficaci nel distinguere tra le diverse opzioni e durate, validando il design pulito della pagina B2C.

Il punto critico del test si è concentrato sulla gestione dell'opzione regalo. Quasi la metà degli utenti ha riscontrato difficoltà nel trovare il modo di specificare che il prodotto era un regalo e, soprattutto, nell'impostare la data di consegna differita (tra 30 giorni) per fare la sorpresa. Questa opzione essenziale per il B2C non era sufficientemente evidente e richiedeva uno sforzo eccessivo. È un pain point che richiede un'ottimizzazione immediata del flow.

Parallelamente, il tono emotivo funziona: gli utenti hanno accolto con favore l'idea di una Dashboard Emozionale simulata nel mockup , percepita come una rassicurazione sullo storytelling e sull'impatto del loro acquisto.

# Risultati Task 3

---

## Fiducia e Risoluzione Obiezioni

Questa task ha dimostrato un successo pieno e ha rafforzato la fiducia nella fase di checkout.

Gli utenti hanno trovato la risposta sulla politica di annullamento e rimborso immediatamente nella sezione FAQ posizionata sotto il riepilogo del Carrello. Questa mossa di design è stata vincente, eliminando l'ansia da acquisto nel momento cruciale. Non c'è stata necessità per gli utenti di tornare indietro o di cercare in altre pagine.

La percezione di sicurezza e trasparenza è stata alta, grazie anche alla chiara indicazione dei partner di pagamento. Il pulsante "Acquista", colorato in Verde Naturale, è stato percepito come il logico e inequivocabile passo successivo per finalizzare il funnel B2C.

# Wireflow Mobile

---

Gli scopi di questo test erano testare la semplicità di navigazione della nuova interfaccia, la gerarchia delle informazioni e scoprire se gli utenti si ritrovano confusi dalle varie sezioni del sito.

## **Gli obiettivi sono stati raggiunti:**

- Eliminazione della confusione e dispersione
- Semplificazione e conversione emotiva B2C
- Consolidamento della fiducia trasversale

## **Aspetti da Migliorare e Azioni Prioritarie**

- Usabilità dell'Opzione Regalo: La funzionalità di regalo differito non è intuitiva.
  - Azione: Introdurre un modal dopo l'aggiunta al carrello per guidare la personalizzazione del regalo.
- Ottimizzazione Navbar B2C: Il pulsante "HO RICEVUTO UN REGALO" crea confusione.
  - Azione: Ridurre l'enfasi visiva del pulsante o spostarlo in una posizione laterale.

**GRAZIE**