



Corso UX/UI Design

Progetto discovery pt.1

Buddhify - App di meditazione

Fabio Coccozza



Buddhify: app di meditazione

● Cos'è

Buddhify è un'app di meditazione per smartphone che vuole aiutare le persone di tutto il mondo a ridurre lo stress, a essere presenti e attivi, e a dormire meglio anche nei momenti più estenuanti della vita.

● Da dove nasce

Buddhify nasce dall'azienda Mindfulness Everywhere che ha sede nel Regno Unito. Guidato da Rohan Gunatillake, Mindfulness Everywhere è un'azienda che crea diversi prodotti che uniscono esperienze di meditazione, tecnologia e design. Buddhify è una delle loro creazioni.

● Menzioni

Buddhify è stata citata da testate giornalistiche importanti, come il New York Times, Fox Business e TheGuardian. Ha una media di 4.6 su 5 di recensioni positive sull'App Store e di 3.9 su 5 sul Play Store.

● Punti di forza

Buddhify contiene oltre 200 tipi di meditazioni per ogni stato d'animo, sia che siamo in ansia, in difficoltà, assonnati o stressati. La particolarità dell'app è proprio quella di poterla usare in qualsiasi momento della giornata, anche mentre camminiamo per strada, siamo sul bus o comodamente a letto.

● Nel dettaglio

L'app non è gratuita, ha un costo di 4,99€ su App Store e di 4,09€ sul Play Store. C'è inoltre la possibilità di sottoscrivere un abbonamento annuale o mensile per ottenere nuove funzionalità in-app.

● Cosa offre il sito

Il sito web di Buddhify è in grado di fornire informazioni utili su come utilizzare l'app, curiosità su come è stata creata, conoscere meglio il team di sviluppo e ottenere supporto.



[Visita il sito](#)



Analisi as is

Punti di forza e di debolezza

10 Euristiche di Jakob Nielsen



Analisi Euristica

La prima fase del progetto di discovery consiste nel realizzare un'**analisi as-is**, in grado di evidenziare e **mappare i processi reali** dell'azienda (del sito web in questo caso). Per fare ciò, analizziamo il sito secondo le **10 Euristiche** ideate da Jakob Nielsen.

1. Visibility of system status

Pro

DESKTOP, MOBILE

- L'header contiene, oltre il logo del sito, le **sezioni principali** da visitare.
- Il **contrasto** fra sfondo chiaro e testo scuro nell'header e nel footer, mette ben **in evidenza** le voci da premere.
- In ogni sezione del sito è presente in alto il titolo della sezione che stiamo visitando.
- Pulsanti per **scaricare l'app** subito visibili nella home e presenti in ogni momento nel footer e nel menu.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Il **contenuto nella homepage** non è ben organizzato: mancano titoli o intestazioni che descrivono di cosa si parla.
- Non sono presenti icone che indicano lo stato di caricamento di una pagina.
- Nel form per iscriversi alla newsletter, una volta premuto il pulsante d'invio, **non accade nulla**, non viene restituito **alcun esito**, nè positivo nè negativo.

2. Match between system and the real world

Pro

DESKTOP, MOBILE

- Il sito usa **parole semplici** e in piena armonia con la fascia d'età e di utenti a cui è rivolto.
- C'è **coerenza** fra il titolo della sezione che visitiamo e il relativo contenuto.
- Il form per iscriversi alla newsletter fornisce **esaustivamente** l'informazione di cui c'è bisogno.
- Nella sezione "membership" è presente un **video** che spiega in maniera chiara cosa prevede l'abbonamento.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Il sito è disponibile **solo in lingua inglese**, rendendolo impossibile da utilizzare per chi non conosce la lingua.
- Mancanza completa di **icone** che rende anonimo il sito: un'icona o una gif può richiamare al tema del sito e far capire subito l'argomento di cui parla.
- Le **immagini** nella sezione "membership" sono molto generiche e "di repertorio": non richiamano a nessuna funzione aggiuntiva che la membership offre.
- Le prime due immagini nella sezione "why we're different" sono **generiche** e **non rispecchiano** nè il contenuto della pagina nè del paragrafo subito sotto di esse.

3. User control and freedom

Pro

DESKTOP, MOBILE

- L'utente può spostarsi nelle pagine in **diversi modi**: si può navigare da una sezione all'altra del sito tramite il **menu a comparsa** nella versione mobile, e tramite **l'header** nella versione desktop.
- Nella sezione "blog" è presente l'opzione per **filtrare**, attraverso l'uso dei **tag**, l'argomento che si vuole leggere.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Nel text box in cui inserire l'email per iscriversi alla **newsletter**, manca il pulsante **undo** per **cancellare rapidamente** il testo che si è scritto: in questo modo l'utente è costretto a cancellare manualmente il testo.
- Tranne che nella home, l'header contenente il pulsante del menu **non rimane fisso in alto** quando scorriamo nelle pagine: ciò obbliga l'utente che vuole cambiare sezione a ritornare fin sopra la pagina e aprire il menu per cambiare sezione.
- Manca un pulsante per tornare rapidamente ad inizio pagina: l'utente quindi è costretto a **scorrere manualmente** per ritornare all'inizio della pagina.

4. Consistency and standards

Pro

DESKTOP, MOBILE

- Vengono usati sempre gli **stessi colori** e lo **stesso font** in ogni pagina.
- Sia nella home che in qualsiasi pagina aperta, possiamo sempre usare il menu a comparsa utile per spostarsi nel sito, oppure **nel footer** troviamo una sezione con **informazioni utili** come contatti, socials e supporto (FAQ's).
- **Coerenza** fra il titolo della pagina che si visita e il relativo contenuto.

Contro

DESKTOP

- **L'impaginazione non è coerente** in tutte le pagine: nella homepage e in tutte le altre sezioni del sito i contenuti sono allineati al centro, mentre in "membership" e "blog" sono allineati a sinistra.

5. Error prevention

Pro

DESKTOP, MOBILE

- Se si prova ad inviare il form della newsletter senza inserire alcun dato, viene restituito **un errore**.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Cliccando il **logo nell'header** non viene visualizzato niente che suggerisca che esso sia cliccabile e che consenta di ritornare alla home.
- **Nessun link o CTA**, interno o esterno al sito, **viene evidenziato** quando viene premuto o quando si passa il cursore su di esso.

6. Recognition rather than recall

Pro

DESKTOP, MOBILE

- L'immagine iniziale in homepage è **molto esplicativa** e raffigura l'app in funzione.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Le immagini non hanno **alcuna descrizione** di ciò che raffigurano.
- **Assenza totale di icone** anche nelle CTA, dove potrebbero servire all'utente come punto di riferimento per ricordare cosa hanno già visitato o cosa riguarda la sezione che stanno per visitare.

7. Flexibility and efficiency of use

Pro

DESKTOP, MOBILE

- **Ogni pagina** è raggiungibile tramite un link.
- L'utente può approfondire i contenuti di cui ha bisogno **solo se lo desidera**.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- **Sito non personalizzabile**: manca la possibilità di usare un **tema scuro**, di **rimpicciolire i testi**, di **ingrandire le immagini**.
- Mancano opzioni per migliorare **l'accessibilità**.
- Non si può **sottoscrivere l'abbonamento** direttamente dal sito web, ma solamente dall'app.

DESKTOP

- Nella homepage sono **ripetuti** due volte in poco spazio i **collegamenti social**: a fine pagina e nel footer.
- **I collegamenti** alle varie sezioni del sito **si ripetono** più volte sia nell'header, nel menu a comparsa e anche nel footer.
- Sono presenti **intestazioni** colorate **fittizie** nel menu a comparsa ("About Us", "help", "buddhify", "legal"): sembrano dei pulsanti se ci si passa il cursore sopra, ma in realtà non portano in **nessuna pagina**.

8. Aesthetic and minimalist design

Pro

DESKTOP, MOBILE

- La tipografia nelle intestazioni e nel testo è **ben differenziata**: giusti pesi per le intestazioni e testo.

DESKTOP

- Il layout è semplice, rende **facile la navigazione** per tutti i tipi di utenti.

MOBILE

- Il layout nella homepage e in tutte le sezioni del sito viene **ridimensionato correttamente**.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Non c'è nessun elemento (icone, immagini, colori rilassanti) che faccia capire che il sito riguarda di un'app di meditazione.
- **Mancanza di una palette aziendale** ben definita e coerente con il tipo di sito/app.
- Stile grafico del sito **troppo datato**.

DESKTOP

- Layout del sito **non sfrutta completamente** la dimensione del display: il contenuto è banalmente tutto allineato al centro.
- Il footer occupa **troppo spazio**.
- Nel footer i collegamenti ai social sono **troppo piccoli** e troppo ravvicinati, rendendo difficile premere il collegamento che si vuole.
- Il **menu a comparsa** nell'header occupa tutto lo schermo e impedisce qualsiasi interazione con il resto del sito. Potrebbe essere ridimensionato per rendere comunque fruibile il resto della pagina.

9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors

Pro

DESKTOP, MOBILE

- Se non si digita la @ nel form per iscriversi alla newsletter, viene visualizzato un **messaggio d'errore** che richiede che venga inserito tale simbolo.
- Se si inseriscono dei **caratteri non corretti** nel form (ad es. ?!/), viene visualizzato un messaggio d'errore.

Contro

DESKTOP, MOBILE

- Nel form per iscriversi alla newsletter non viene richiesta **alcuna conferma** dopo aver premuto il pulsante d'invio.

10. Help and documentation

Pro

DESKTOP, MOBILE

- Presenti i **termini d'uso** e la **privacy policy** nel footer.
- Presenza di una sezione "**press kit**" in cui scaricare gli assets ufficiali dell'app (es. logo in alta risoluzione, mockup dell'app, screenshots, video ecc.).
- Possibilità di **contattare l'azienda** per email.

Contro

DESKTOP, MOBILE

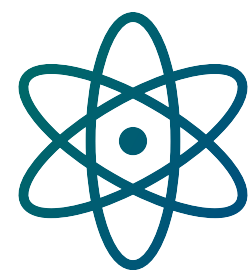
- Assenza di **live chat**.
- Le **FAQ'S** sono inserite sottoforma di semplici "articoli" nella sezione "support" e ciò crea confusione ad un utente che cerca solo le FAQ's.
- Assente la **sitemap**.
- Assenza di assistenza via **chat-bot**.

Resoconto finale

Nel complesso, il sito risulta **usabile e adatto a tutti**.

Learnability

Il sito a primo impatto risulta semplice da navigare e abbastanza intuitivo per le azioni più basilari. Nella home troviamo subito i pulsanti per scaricare l'app e, scorrendo nella home, alcune informazioni sul suo funzionamento.



Efficiency

Scaricare l'app e informarsi sul suo funzionamento nelle varie sezioni del sito risulta intuitivo, ma guardando più nel dettaglio, notiamo come nella versione desktop il menu a comparsa risulta confusionario, o come le CTA non vengono mai evidenziate e risultano anonime da premere.



Memorability

Anche visitando il sito a distanza di giorni, si riesce a navigare abbastanza bene ricordando già dove sono le sezioni che ci interessano.



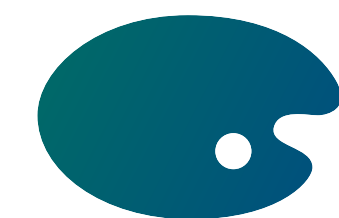
Errors

Da desktop l'utente riesce in ogni momento a tornare indietro o a spostarsi da una sezione all'altra, da mobile invece una volta che dobbiamo tornare alla home o all'inizio del paragrafo, mancano dei pulsanti che ci aiutano a farlo. Inoltre, l'unico form presente non è in grado di fornire una risposta positiva o negativa una volta che viene compilato.



Satisfaction

L'assenza totale di icone e di animazioni, le poche immagini, un design datato, i pulsanti che non vengono evidenziati e un'assenza di palette colori coerente con il tipo di app, fanno sì che l'esperienza utente ne risenta e l'utente non sia invogliato a rimanere a lungo sul sito.



Analisi as is

Alberatura architettura informazioni



Architettura delle informazioni

L'alberatura dell'architettura delle informazioni definisce il modo in cui i **contenuti del sito vengono organizzati**. È essenziale in fase di restyling per avere un quadro generale della struttura di un sito web.



Il sito web di Buddhify comprende diverse pagine e diversi link interni al sito. Alcune pagine potrebbero essere **organizzate diversamente**, alcuni collegamenti invece potrebbero essere rimossi perchè si tratta di **ripetizioni**, nel footer, ad esempio.

Come si vede dallo schema nella pagina successiva, ci sono molte pagine collegate fra di loro, ma appare evidente che i **collegamenti** fra le pagine sono **eccessivi, confusionari e ripetitivi**.

Le informazioni che comprende questo sito, nonostante non siano in numero elevato, come ad esempio quelle di Wikipedia, potrebbero essere **raggruppate** più efficacemente **in meno pagine**.

In questo modo, la fruizione del sito diventerebbe più **semplice e lineare**, e il layout di tutto il sito sarebbe più snello ed **essenziale**.

Architettura delle informazioni

Legenda

Homepage

Header / Global navigation

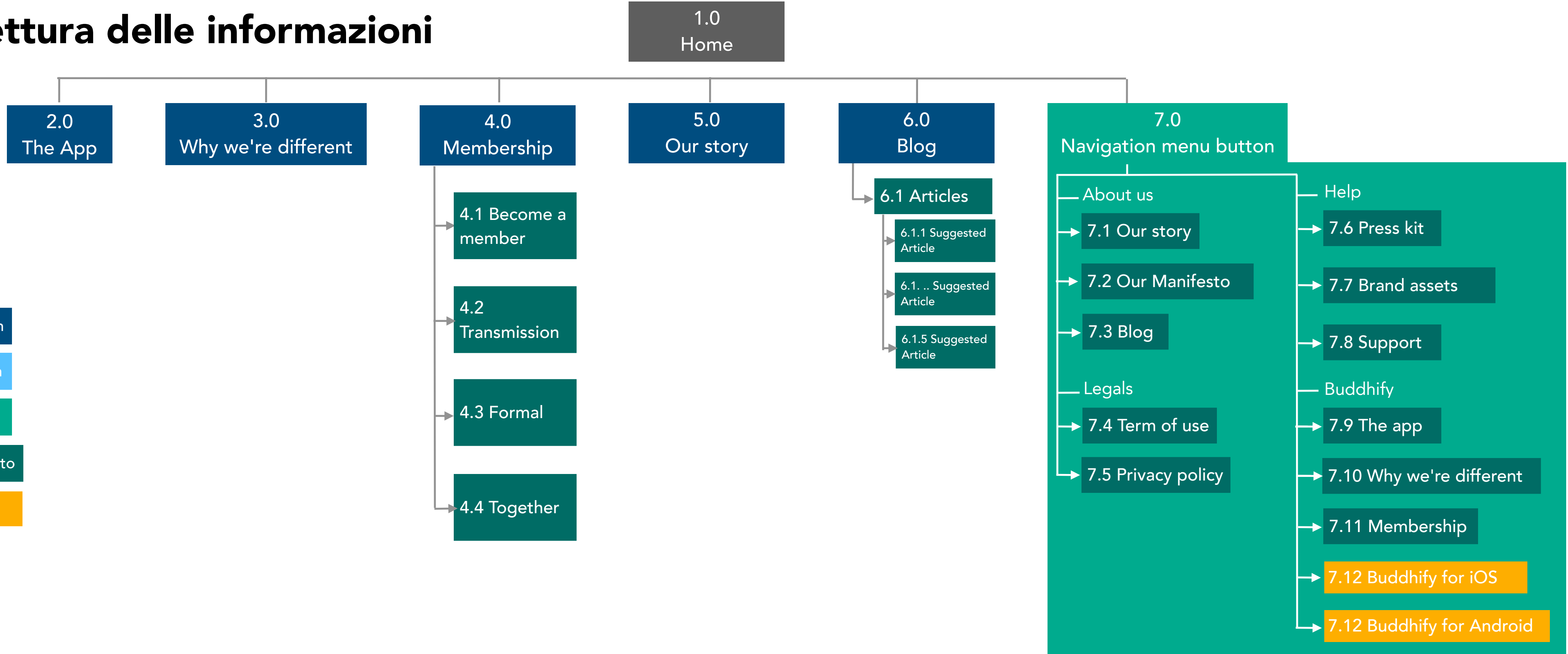
Footer / Footer navigation

Menu di navigazione

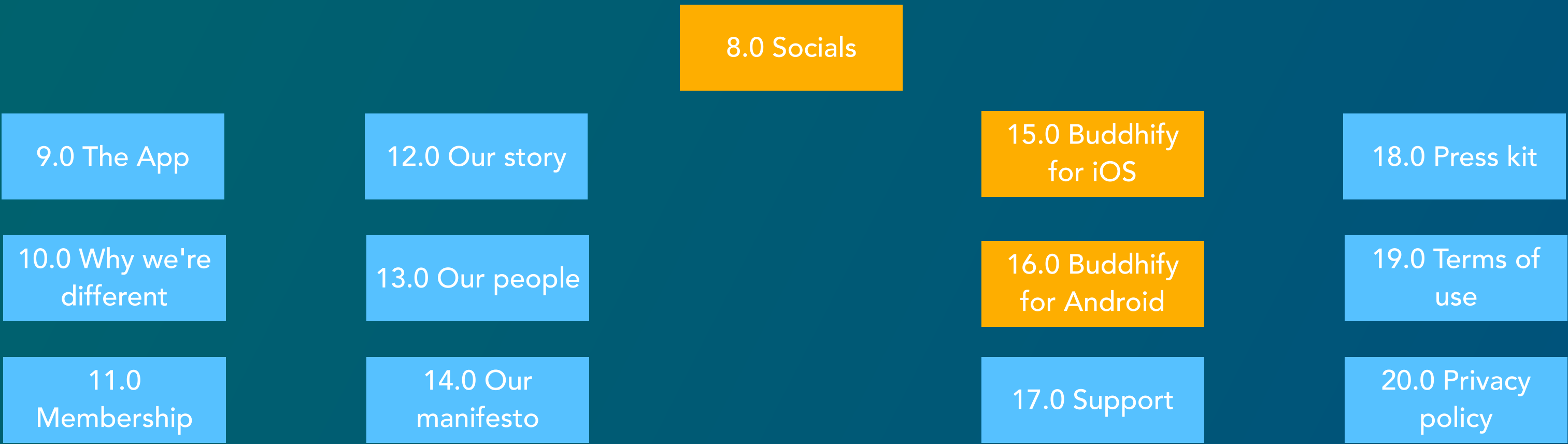
Link a sezioni interne del sito

Link esterni al sito

Intestazioni informative



Footer



Le pagine

1.0 Home <hr/>	2.0 The App <hr/>	3.0 Why we're different <hr/>	4.0 Membership <hr/>	5.0 Our Story <hr/>	6.0 Blog <hr/>	7.0 Navigation menu button <hr/>
Homepage organizzata in blocchi: introduzione sulle funzionalità dell'app, recensioni e testimonianze, articoli di approfondimento, newsletter.	Funzionalità e caratteristiche dell'app per smartphone.	L'azienda spiega come la loro app si differenzia dalle altre app di meditazione.	Informazioni per la sottoscrizione di un abbonamento per avere funzioni aggiuntive in-app.	Sezione dedicata a conoscere meglio l'azienda e i membri che la compongono, oltre che a scoprire com'è nata l'idea di creare Buddhify.	Leggere e approfondire storie con cui migliorare l'esperienza di meditazione attraverso l'app.	Utile per spostarsi con collegamenti tra le varie sezioni del sito.
			8.0 Socials <hr/>			
			Collegamenti ai profili social.			
9.0 The App <hr/>	10.0 Why we're different <hr/>	11.0 Membership <hr/>		15.0 Buddhify for iOS <hr/>	16.0 Buddhify for Android <hr/>	17.0 Support <hr/>
Stesso contenuto della sezione <i>The App</i> (2.0.)	Stesso contenuto della sezione <i>Why we're different</i> (3.0).	Stesso contenuto della sezione <i>Membership</i> (4.0).		Link all'App store per scaricare l'app.	Link all'Play store per scaricare l'app.	Risposte alle domande più frequenti degli utenti ed email per contattare l'azienda.
12.0 Our Story <hr/>	13.0 Our people <hr/>	14.0 Our manifesto <hr/>		18.0 Press kit <hr/>	19.0 Terms of use <hr/>	20.0 Privacy policy <hr/>
Stesso contenuto della sezione <i>Our Story</i> (5.0).	Presentazione dei membri del team che hanno lavorato all'app.	L'azienda spiega gli ideali su cui l'app è fondata.		Informazioni e materiale utile per collaborare con l'azienda.	Termini e condizioni legali nel rapporto azienda/cliente	Documento informativo sul trattamento dei dati personali dell'utente da parte dell'azienda.

Analisi as is

I competitor di Buddhify



I competitor

I competitor di Buddhify sono diversi. Grazie alle sempre più frequenti app di meditazione che aiutano a concentrarsi nei vari momenti della giornata, anche i relativi **siti web** diventano **fondamentali** per offrire all'utente un'esperienza d'uso completa.

Come vedremo nell'analisi dei competitor, solo alcuni offrono la stessa esperienza di meditazione dell'app anche sul proprio sito attraverso una **web-app**. Altri invece hanno anche la possibilità di **creare un account** per tenere traccia dei propri progressi, oppure di poter **sottoscrivere un abbonamento** direttamente dal sito web.

E' fondamentale al giorno d'oggi avere la **flessibilità** di offrire le stesse **funzionalità** su più dispositivi.

Inoltre, è importante sottolineare come i competitor scelti operino da anni in questo ambito, diventando così dei solidi **punti di riferimento** per un **re-work** futuro del sito di Buddhify.



Serenity

Fondazione: 2019
Yarn (United Kingdom).
Offre un sito molto scarno, con poche info anche sul funzionamento dell'app. Assenza di FAQ's e sezione di supporto "minimale".



Calm

Fondazione: 2012
San Francisco (California, US).
Sito completo di web-app, faq's, supporto, creazione di account e con un design moderno.



Petit Bambou

Fondazione: 2015
Paris (France).
Sito semplice ed essenziale, dotato di tutte le features importanti (web app, account, supporto). Presente anche la lingua italiana e non solo.



Meditopia






Fondazione: 2015
Berlin (Germany)
Meditopia conferma l'eccezionale app anche tramite il suo sito web. Meditopia è in grado di offrire la stessa esperienza dell'app, anche tramite il sito. Presenti tutte le features che un utente potrebbe desiderare





Balance

Fondazione: 2020
United Kingdom.
Balance offre un sito molto semplice, elencando le features principali dell'app. Nonostante la mancanza di una web app, di un blog e della creazione di un account, risulta comunque gradevole da visitare.










































Features inventory

	 Buddhify	 Serenity	 Calm	 Petit bambou	 Meditopia	 B A L A N C E Balance
Responsive design						
Registrazione account						
App per smartphone						
Sottoscrizione membership da web						
Web app						
Iscrizione newsletter						
Recensioni						
Blog						

Features inventory

	 Buddhify	 Serenity	 Calm	 Petit bambou	 Meditopia	 B A L A N C E Balance
Socials	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Cookies	✗	✗	✓	✓	✓	✗
Condizioni d'uso	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Privacy policy	✓	✗	✓	✓	✓	✓
FAQ'S	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Chi siamo / About us	✓	✗	✓	✓	✓	✗
Breadcrumbs	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Lavora con noi / Careers	✗	✗	✓	✗	✓	✓

Features inventory

	 Buddhify	 Serenity	 Calm	 Petit bambou	 Meditopia	 Balance
Press kit						
Multilingua						
Assistenza via email						
Assistenza via chat						
Assistenza via chat-bot						
Assistenza via telefonica						

Analisi as is

Target e obiettivi del sondaggio



Target

Dopo aver analizzato le recensioni, gli articoli e i commenti sui social di Buddhify, abbiamo appreso quanto il **target** di utilizzo del sito è **molto ampio**: esso spazia infatti dai **ragazzi giovani** che per concentrarsi durante lo studio o per superare momenti di ansia e stress usano la meditazione, a **persone adulte** che vogliono semplicemente rilassarsi dopo una giornata lavorativa.



Obiettivi del sondaggio

Dovendo analizzare il sito web di un'applicazione, risulta fondamentale sapere se gli utenti sono interessati a vivere la **stessa esperienza** di meditazione che si ha con l'applicazione, anche sul sito web.

Come visto nell'analisi dei competitor, diverse aziende (Calm, Petit Bambou, Meditopia) offrono una **web app** in grado di fornire le **stesse funzioni dell'app** anche sul **sito web**.

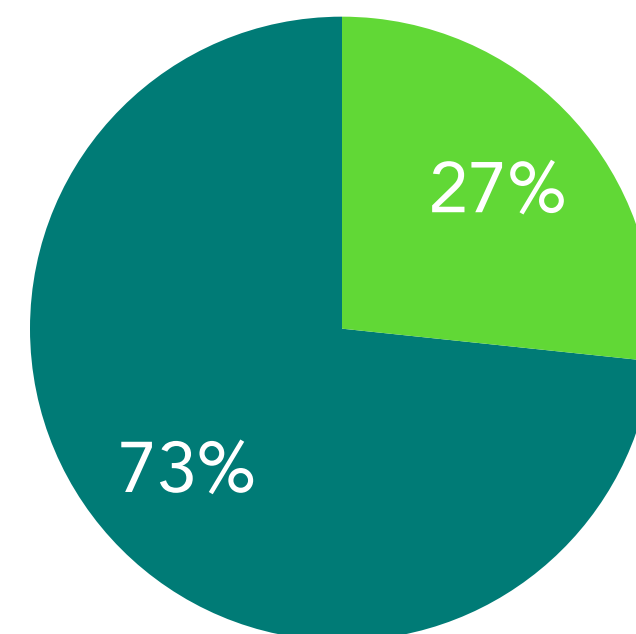
Inoltre, è importante capire l'approccio e l'importanza che l'utente dà alla meditazione: sapere quindi se è **utile** poter **creare un account** per poter tenere traccia dei propri progressi, poter **sottoscrivere una membership** direttamente dal sito e con quale dispositivo l'utente si troverebbe **più comodo** a meditare.

Sondaggio

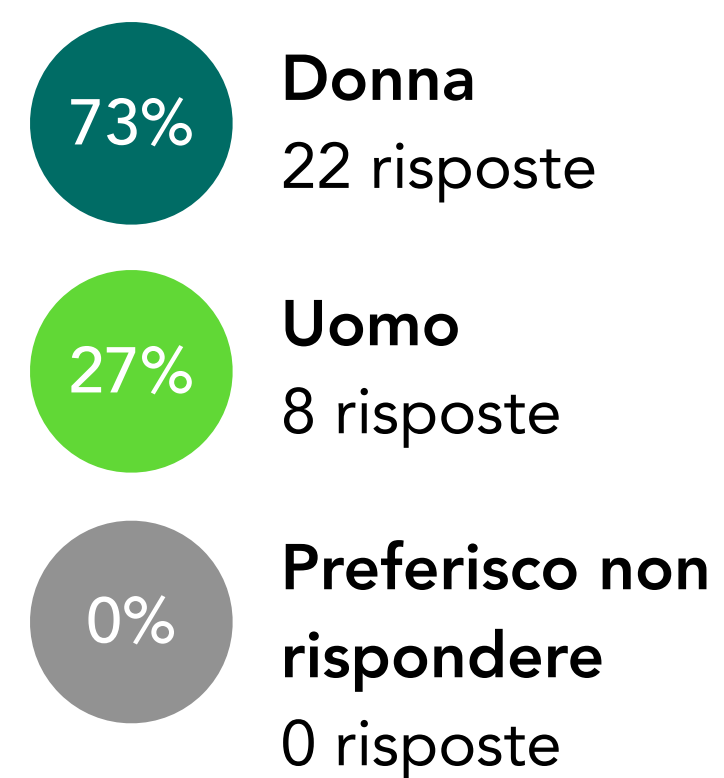
Al sondaggio hanno partecipato **30 persone**, fra uomini e donne, in età compresa tra i **18** e **50** anni.



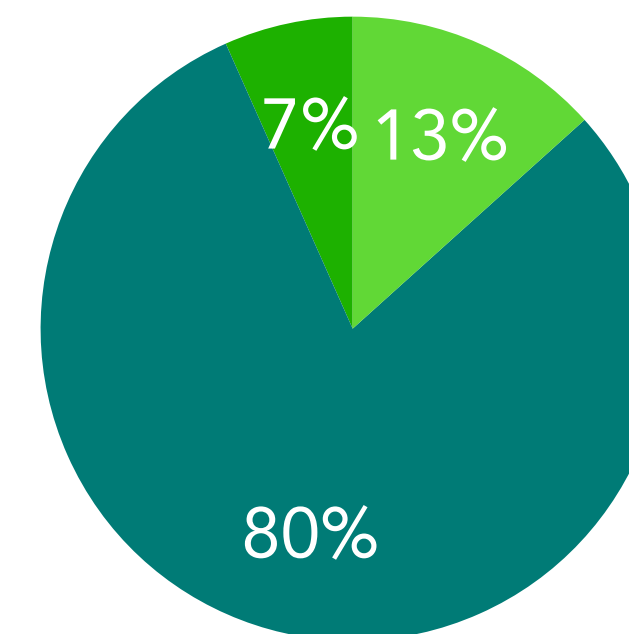
1. Scegli il tuo sesso



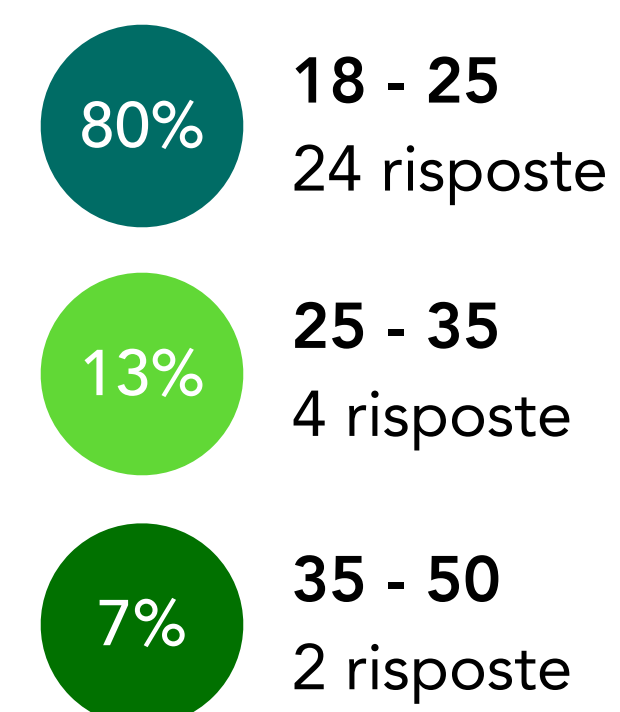
30 risposte



2. Quanti anni hai?

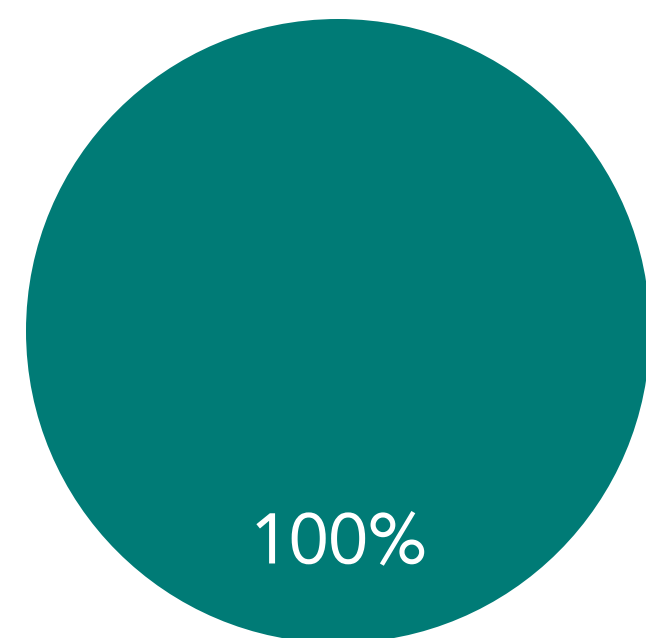


30 risposte

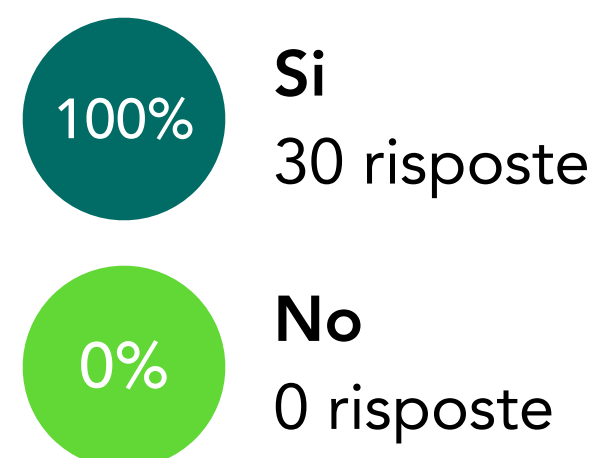


Sondaggio

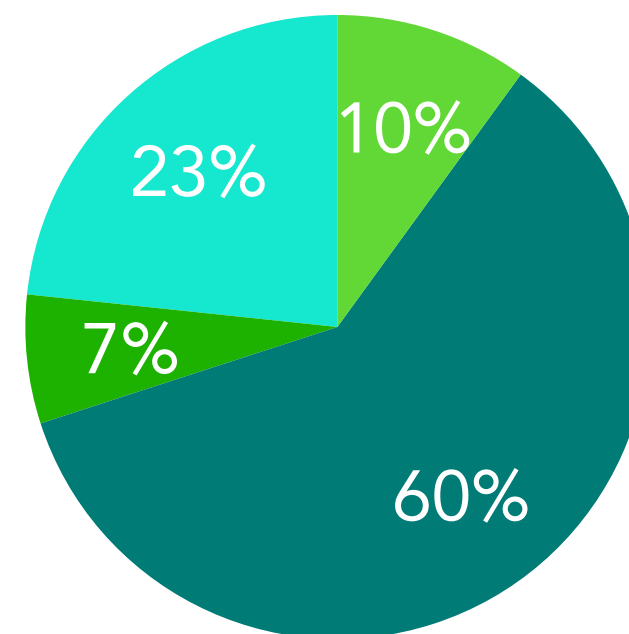
3. Hai mai praticato meditazione?



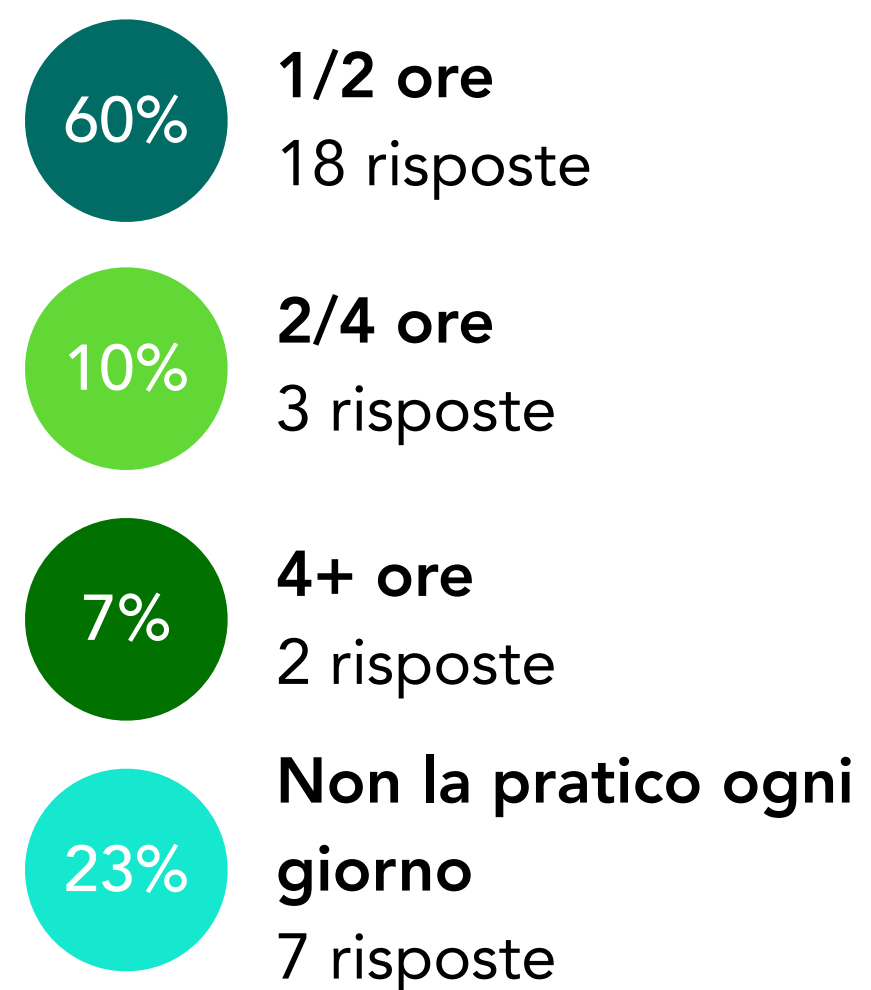
30 risposte



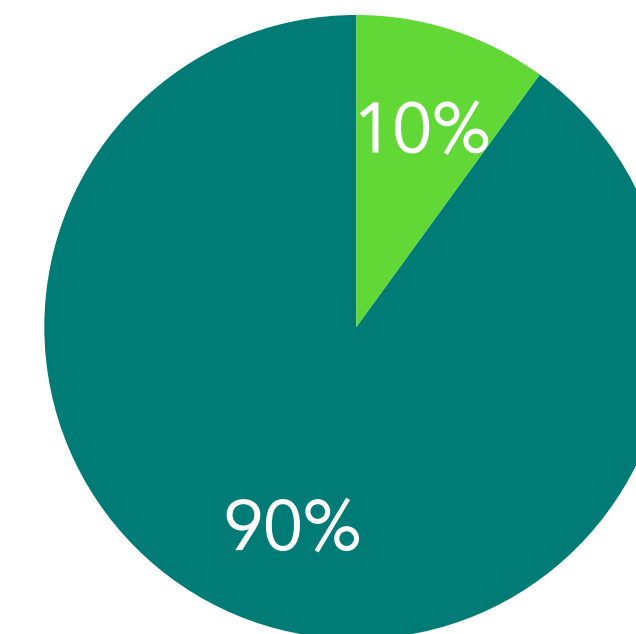
4. Se si, quante ore al giorno la pratichi?



30 risposte



5. Hai mai usato un app o un sito web per meditare?

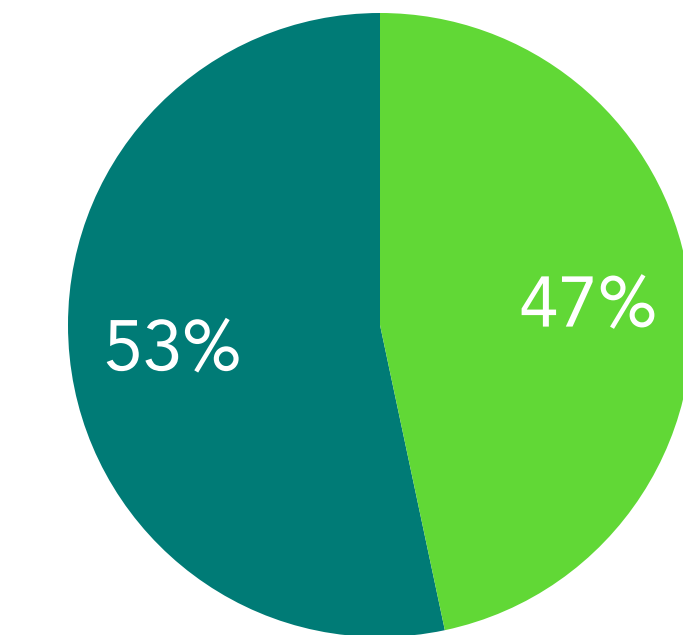


30 risposte

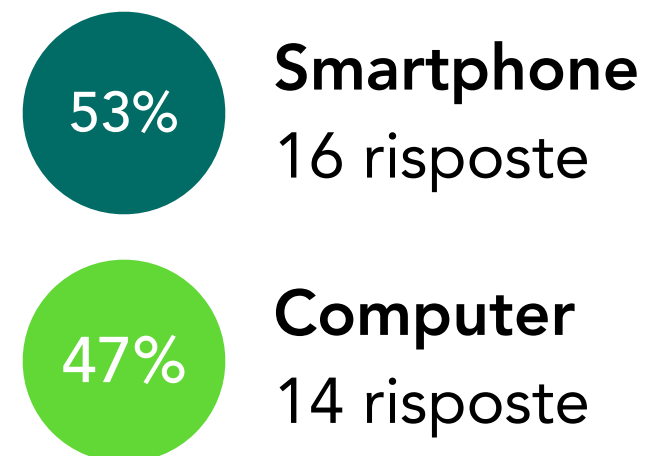


Sondaggio

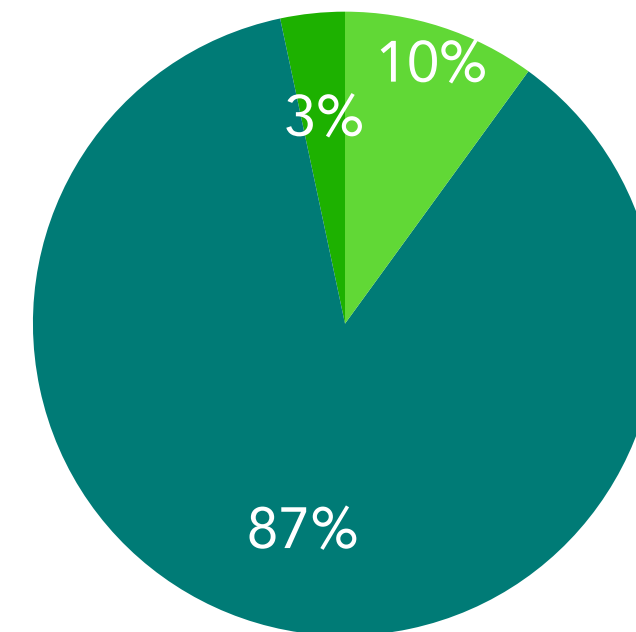
6. Quale dispositivo ritieni sia più comodo per seguire una sessione di meditazione?



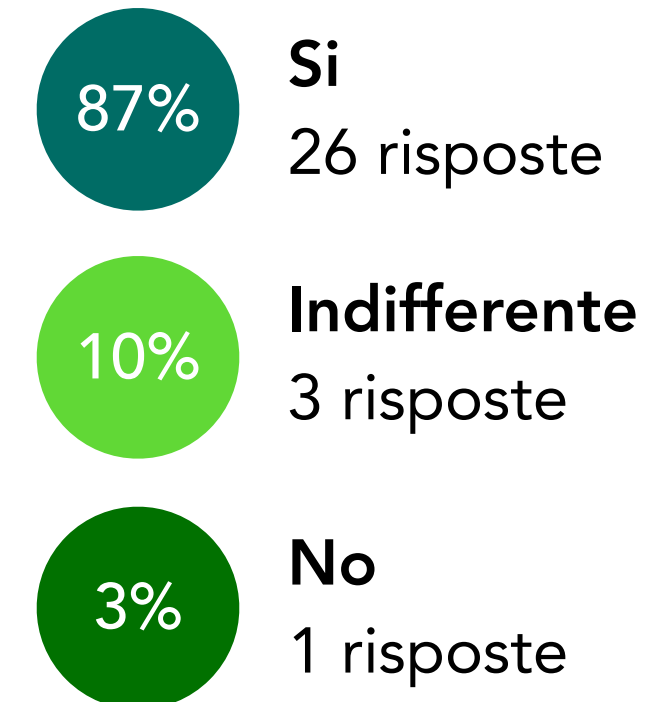
30 risposte



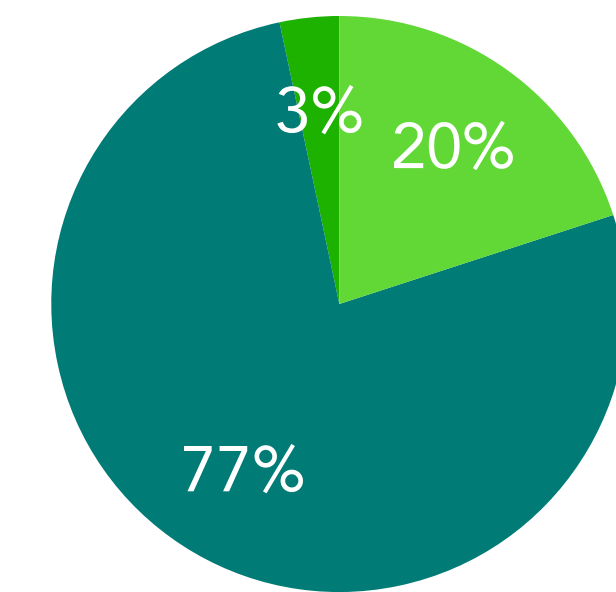
7. Ritieni sia importante che le stesse funzioni dell'app di meditazione siano disponibili anche sul sito web, attraverso una web app?



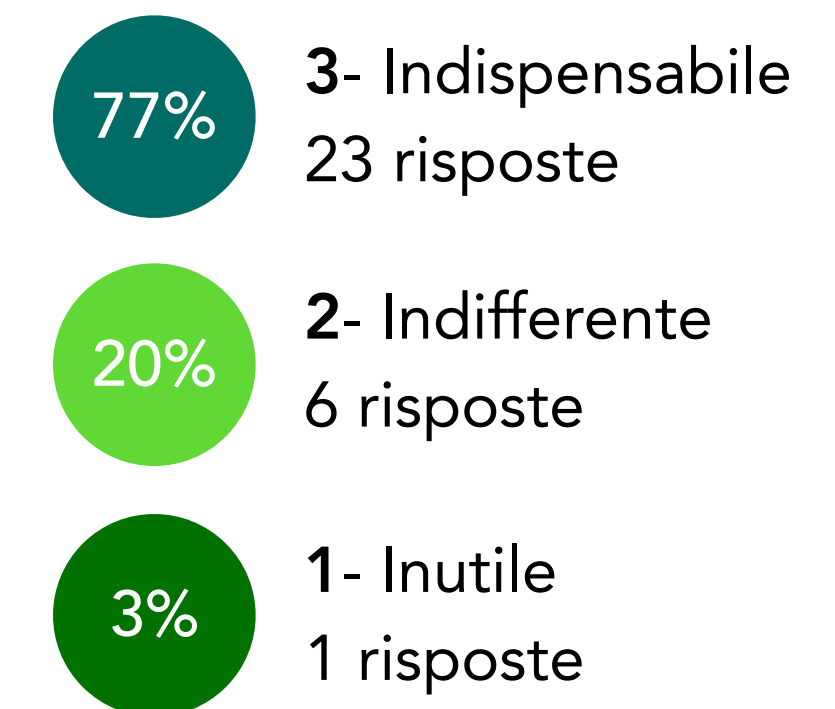
30 risposte



8. Indica quanto pensi sia utile poter creare un account sul sito web in cui personalizzare il tuo profilo, gestire il tuo abbonamento e tenere traccia dei tuoi progressi? Da 1(inutile) a 3(indispensabile)

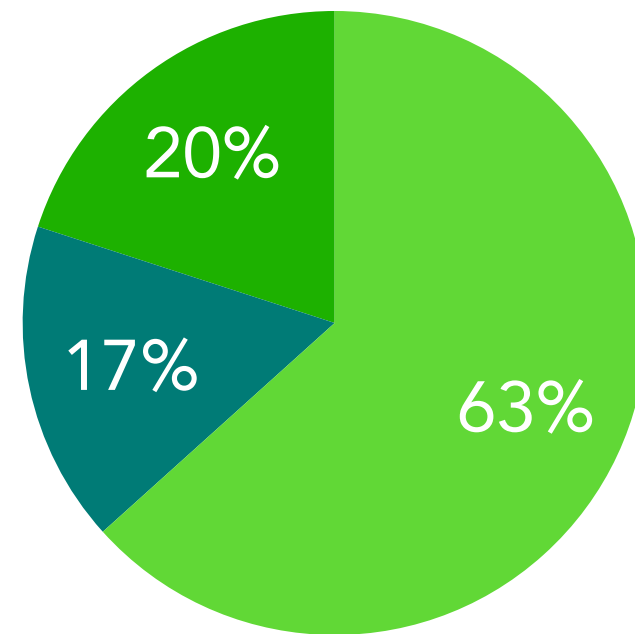


30 risposte



Sondaggio

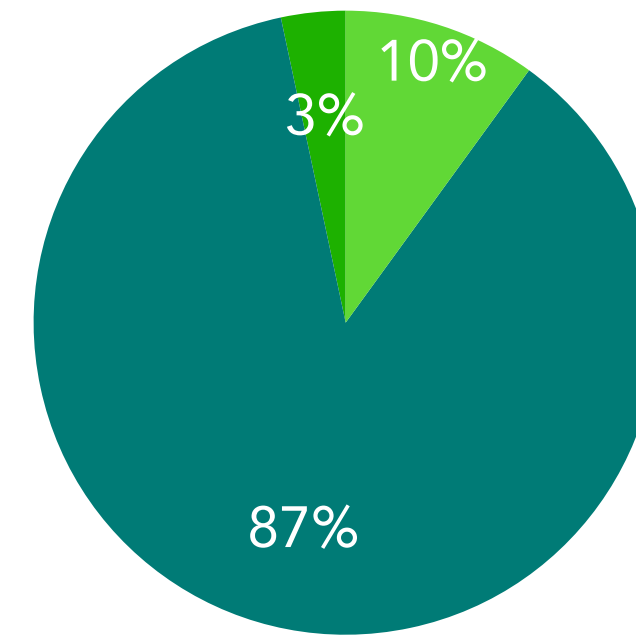
9. Cosa pensi dell'opportunità di avere alcune funzioni aggiuntive ma che richiedono la sottoscrizione di una membership?



30 risposte

- 17%** Sottoscriverei comunque l'abbonamento
5 risposte
- 63%** Non sottoscriverei l'abbonamento
19 risposte
- 20%** Preferirei avere tutte le funzioni gratuitamente
6 risposte

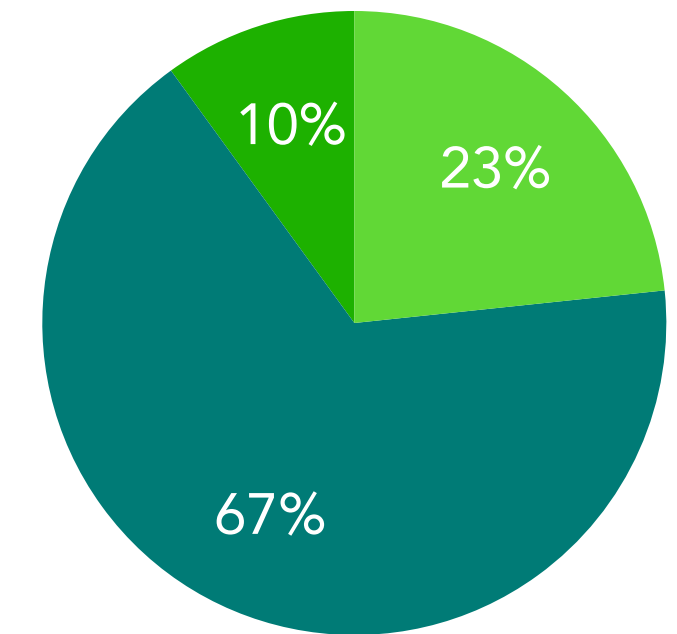
10. Ritieni che sia utile poter sottoscrivere o rinnovare un abbonamento anche attraverso il sito, senza bisogno di accedere all'app?



30 risposte

- 87%** Si
26 risposte
- 10%** Indifferente
3 risposte
- 3%** No
1 risposte

11. Quale pensi sia la feature più importante che il sito di un'app di meditazione dovrebbe avere?

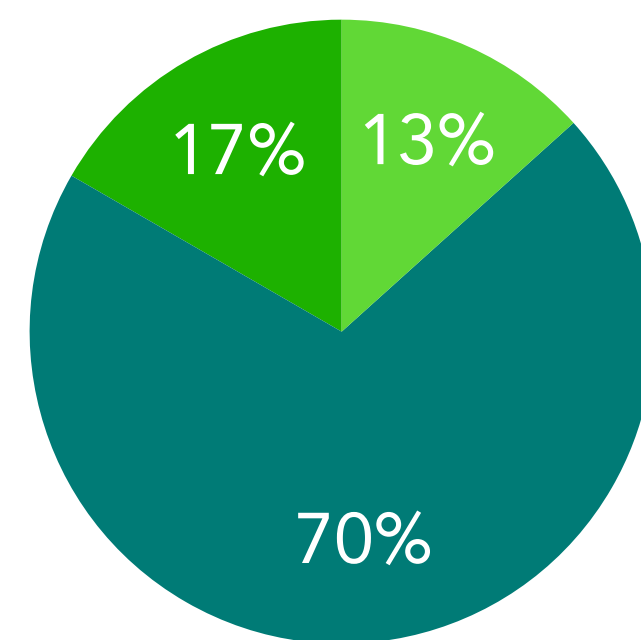


30 risposte

- 67%** Web app per meditare via browser
20 risposte
- 23%** Articoli di approfondimento
7 risposte
- 10%** Parlare con esperti via chat
3 risposte

Sondaggio

12. Conosci una o più di queste app di meditazione: Meditopia, Calm, Petit Bambou ?



30 risposte

- Si**
70%
21 risposte
- No**
13%
4 risposte
- No, ma ne ho usate altre**
(indica quali)
17%
5 risposte:
(2) Balance
(3) Headspace
(1) Mo

Resoconto finale del sondaggio

Dal sondaggio è scaturito come il target di utilizzo sia prevalentemente femminile (**73%**) e l'età media va dai 18 ai 25 anni (**80%**).

Tutte le persone intervistate hanno almeno una volta praticato la meditazione (**100%**) e il **60%** la pratica per 1-2 ore al giorno.

Il **70%** usa app o siti web per meditare, ma il **53%** preferisce usare un'app anziché un sito web sul computer. Appare evidente invece, che l'**87%** vorrebbe avera una web app sul sito in grado di offrire le stesse funzionalità dell'app anche via browser sul computer.

Il **77%** ritiene indispensabile avere la possibilità di creare un account con cui tenere traccia dei progressi e dell'eventuale membership.

La membership appare però di base un'idea sgradita al **63%** delle persone, che dichiarano che non la sottoscriverebbero.

L'**87%** ritiene però che sia utile poter avere la possibilità di sottoscrivere una membership direttamente dal sito web, senza passare dall'app.

Il **67%** dichiara che la feature più importante da avere nel sito sarebbe una web app.

Infine, il **70%** ha già usato almeno una volta le app e i siti scelti come competitor.

Riassumendo

Dopo aver analizzato il sito di Buddhify ed averlo confrontato con i competitor, appare evidente come esso abbia bisogno di una **riorganizzazione**, a partire da una sitemap meno caotica, e di un **rinnovamento** estetico. Inoltre, per rimanere al passo con i competitor è necessario introdurre **nuove funzioni**, quali una web app, la creazione di un'area riservata e la sottoscrizione di una membership direttamente dal sito web. L'introduzione di icone, di immagini e video coerenti con la meditazione sono **la base** da cui dover ripartire per rendere il sito di Buddhify moderno e funzionale.

Riepilogo

Fase 1

Nella prima fase ho acquisito tutte le informazioni su Buddhify, sul tipo di app che offre, su cosa ne pensano gli utenti e di com'è impostato il sito web.

Fase 2

Nella seconda fase ho analizzato il sito web secondo le 10 euristiche di Nielsen, producendo successivamente una sitemap e facendo una breve descrizione per ogni pagina del sito.

Fase 3

Nella terza fase ho confrontato i vari competitor di Buddhify, cercando informazioni su cosa li contraddistingue e sui loro punti di forza e di debolezza, per poter poi in futuro prendere come punti di riferimento solamente i più validi.

Fase 4

Nella quarta fase ho studiato il target di utilizzo approfondendo le recensioni del sito e dell'app, e ho creato un questionario con domande a risposta multipla e aperta. Infine ho analizzato i risultati del questionario.