Federica Totaro

Master in UX/UI

Progetto Wireframing 1

JOJOB

Real Time Carpooling

Indice

FASE 1 - Esercizio preliminare

- BlaBlaCar....03
- Spiegazione scelte progettuali....04
- Wireframe Homepage....09
- Wireframe Auto condivisa....10
- Wireframe Pubblica un passaggio....11
- Link ai wireframe completi....12

FASE 2 - Progetto: Jojob

- Riepilogo delle opportunità....13

Wireframe

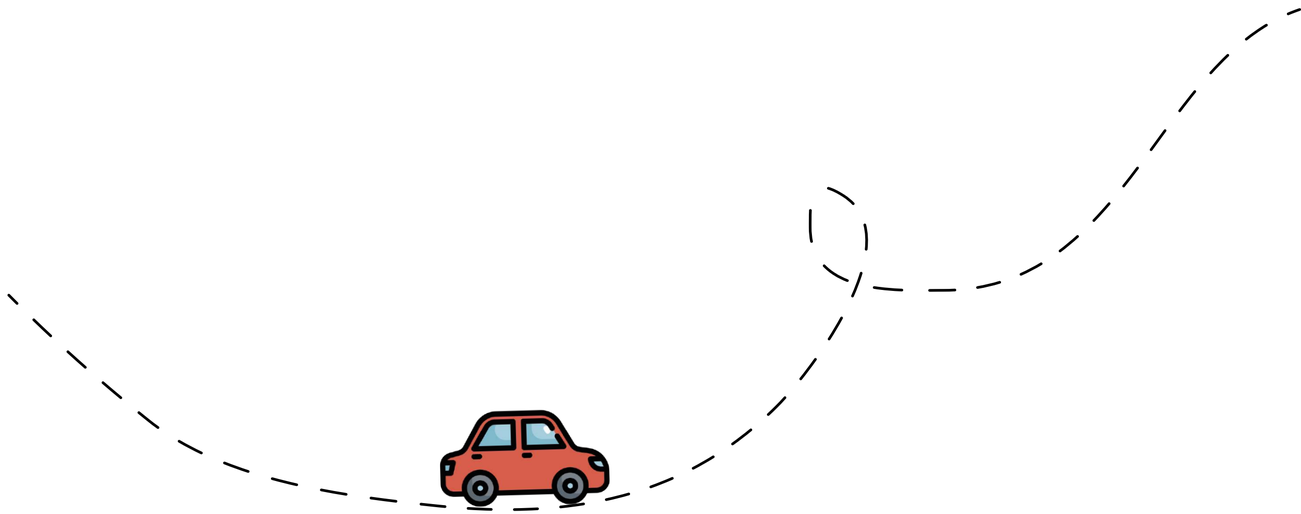
- Linee guida....14
- Homepage....16
- Chi siamo....18
- Business....20
- Contatta il nostro referente....22
- Accedi/Registrati....23
- Profilo aziendale....24
- Risultati....25
- Riepilogo e profilo del conducente....26
- Metodo di pagamento....27
- Conferma....28
- Link ai wireframe completi....29

Wireflow

- Introduzione....30
- Primo utente....31
- Secondo utente....34

Sitemap

- BlaBlaCar....39



FASE 1 - Esercizio preliminare

BlaBlaCar

Per l’esercizio preliminare è stato scelto il sito web di BlaBlaCar, tra le piattaforme numero uno in Europa per il carpooling.

Per questo esercizio ho ricopiato in modo fedele le pagine “Homepage”, “Pubblica un passaggio” e “Auto condivisa”, realizzando così tre wireframe sia in formato desktop che mobile.

Sito web: https://www.blablacar.it/

Spiegazione scelte progettuali

Per quanto riguarda l'**Homepage**, il sito presenta subito la possibilità di interagire con il servizio senza aver fatto l'accesso o l'iscrizione. Infatti c'è la funzione "Trova un passaggio" dopo aver inserito i principali filtri.

In alto è destra è presente l'icona riconoscibile per effettuare il login o l'iscrizione.

Inoltre con tre brevi spiegazioni BlaBlaCar si sofferma sui tre punti chiave che interessano un'utenza di carpooling: prezzo, sicurezza, comodità.

Nella pagina **Auto condivisa**,
la prima parte è uguale all'Homepage, mentre scorrendo la pagina, si può notare come venga riservato tanto spazio alla parte delle FAQ e un invito a visitare la pagina del Centro Assistenza. Questo tipo di scelta è stata fatta proprio per sciogliere i dubbi di ogni utente che si avvicina al mondo del carpooling.

Nonostante il sito offra la possibilità di fare il login, si può notare anche che BlaBlaCar punta a far scaricare e utilizzare l'app ai suoi utenti. Infatti i link per i download sono ben visibili e spiccano in fondo alla pagina.

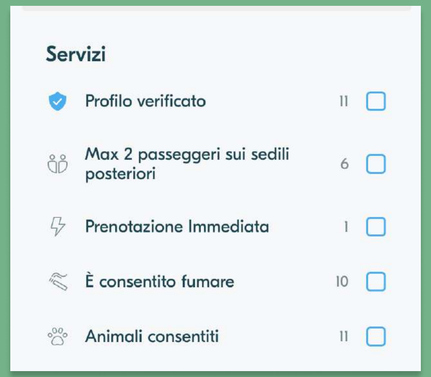
Come per la funzione “Trova un passaggio”, c’è anche la funzione “Pubblica un passaggio” che troviamo in primo piano nella pagina **“Pubblica un passaggio”.** In modo comodo e veloce l’utente può subito interagire con il servizio.

Inoltre anche in questa pagina viene dato ampio spazio all’assistenza con pubblicazione di FAQ principali, una spiegazione passo passo con video esplicativo e piccoli testi che sottolineano la vicinanza di BlaBlaCar ai suoi utenti.

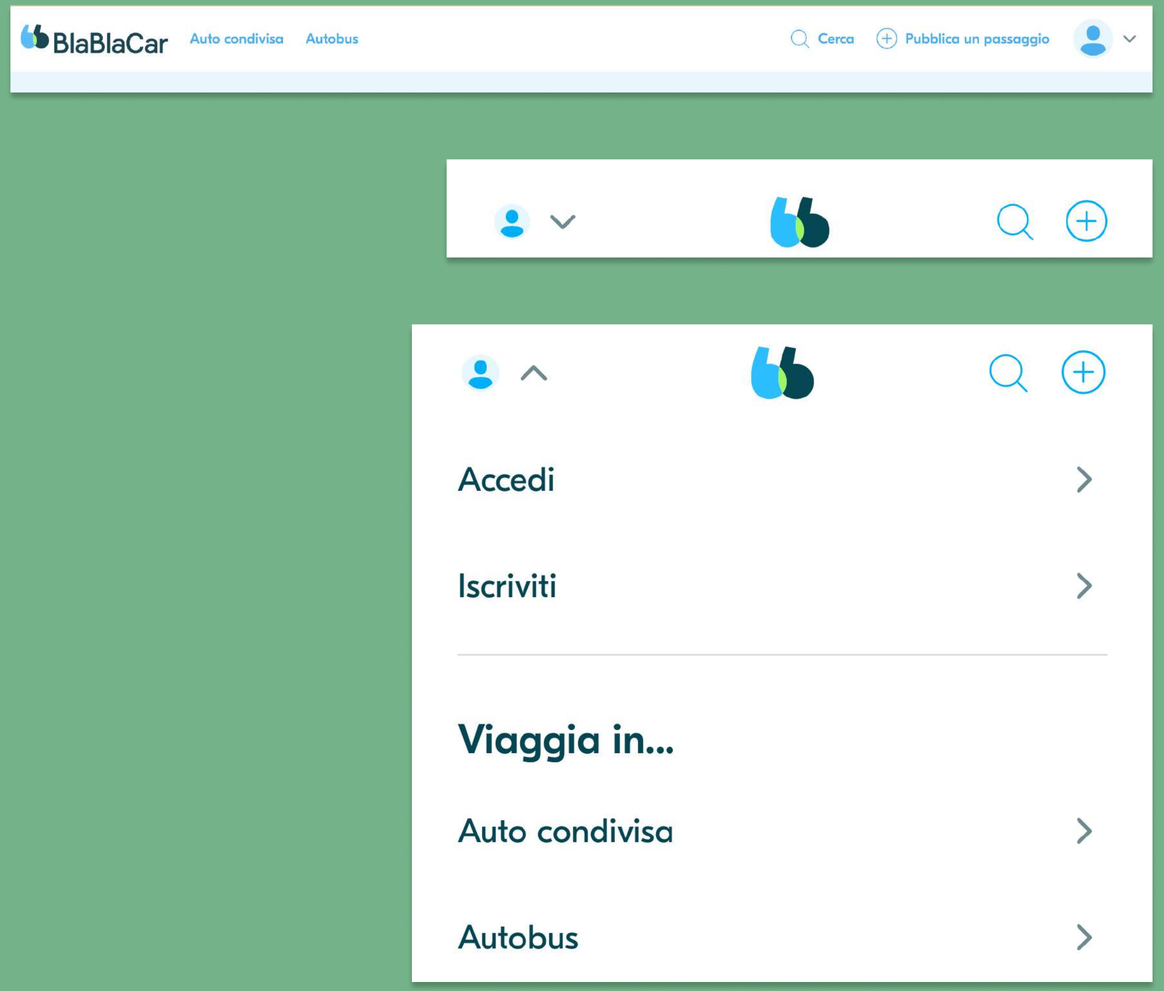
Le grafiche del sito sono allegre e accattivanti. I testi sono brevi e facili da leggere.

La presenza delle recensioni incoraggia gli utenti interessati ma indecisi all’utilizzo del servizio.

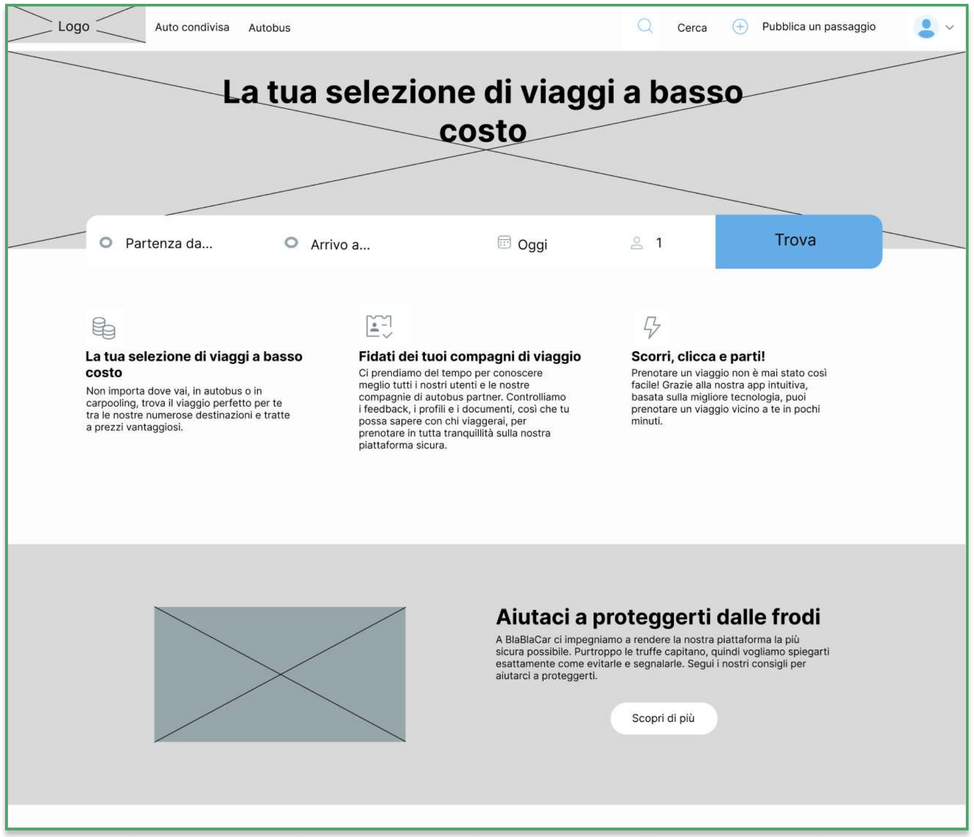
Tutta l’esperienza utente, a partire dall’accesso al sito fino all’utilizzo del servizio, è chiara, concisa e dettagliata come si può notare dalla presenza di filtri extra per la scelta del passaggio.



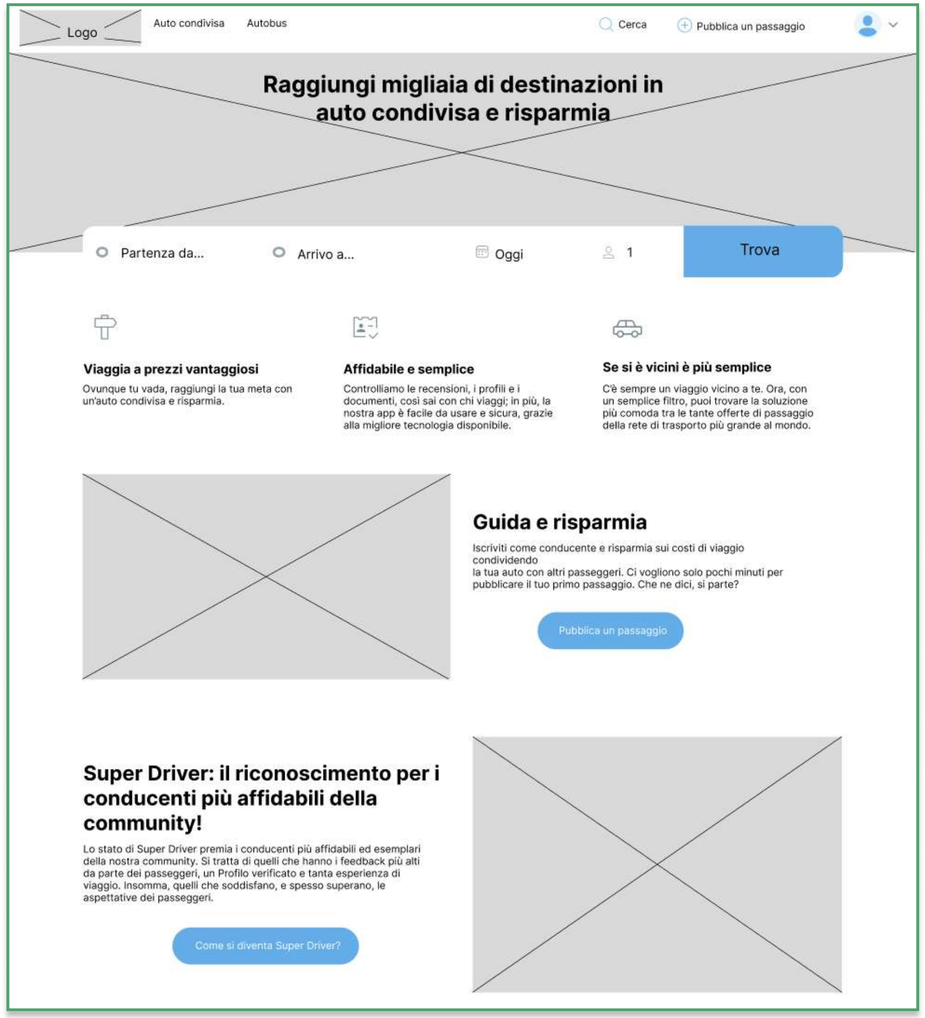
Il menù è responsive sia in versione desktop che mobile.
Oltre alla parte del login, è composto da quattro categorie, così da rendere la navigazione facile e chiara.



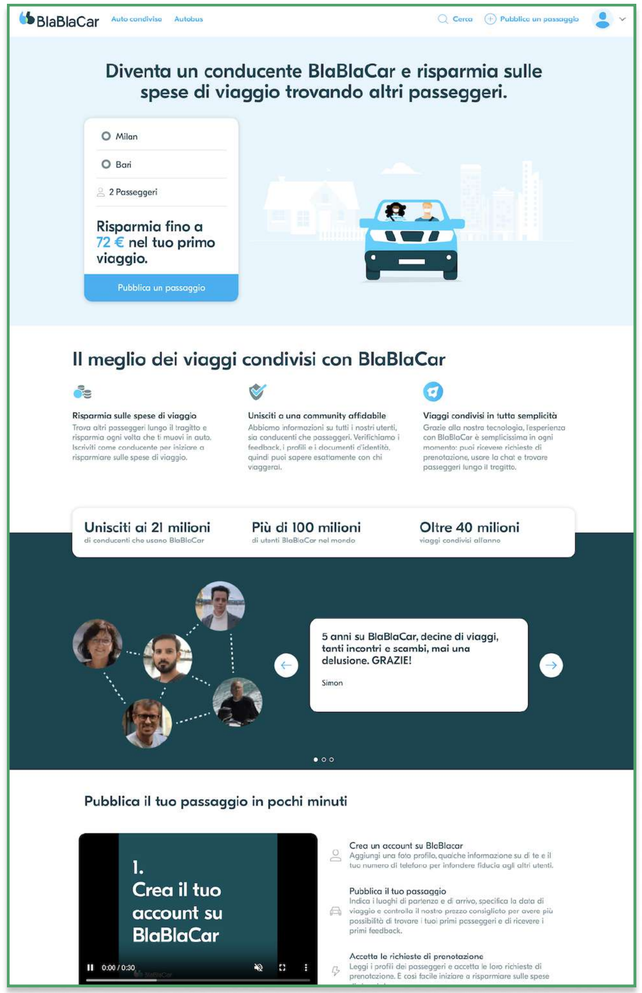
Wireframe Homepage - Desktop e mobile

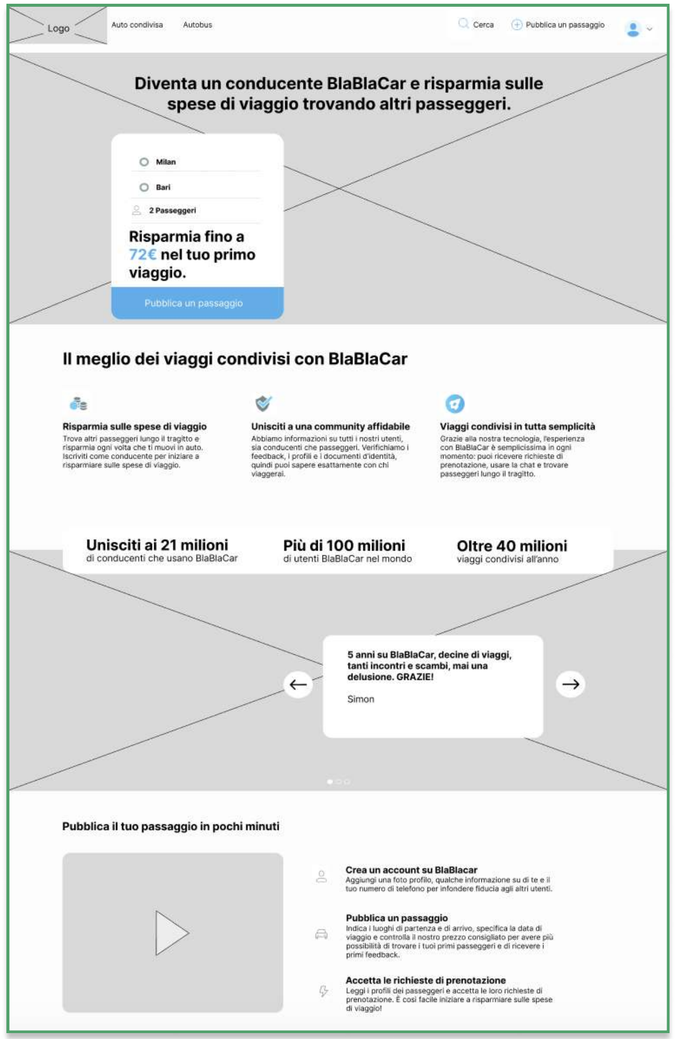


Wireframe Auto condivisa - Desktop e mobile

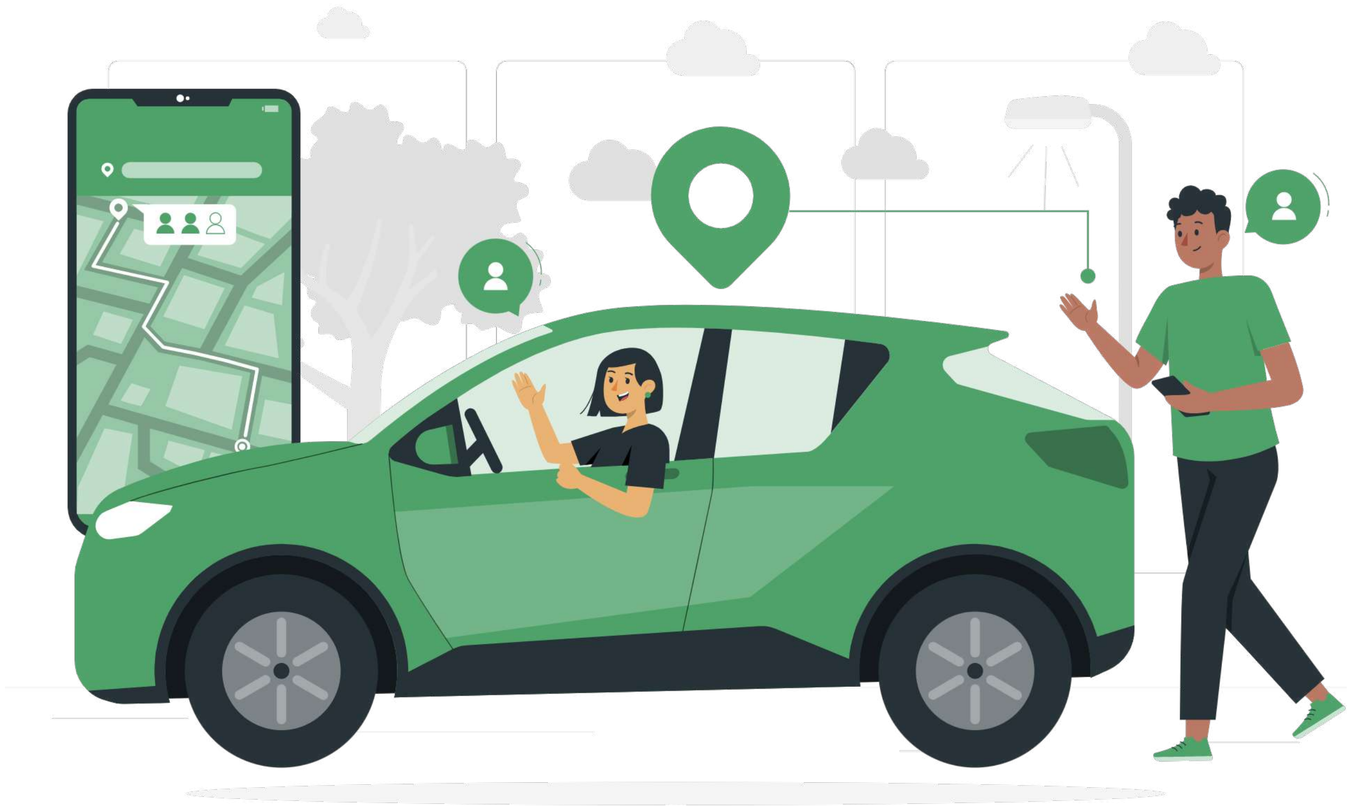


Wireframe Pubblica un passaggio - Desktop e mobile





Link ai wireframe completi



FASE 2 - Progetto Jojob

Riepilogo delle opportunità

Qui accanto c'è un riepilogo delle opportunità emerse durante la fase di user journey.

- Aggiungere recensioni
- Inserire delle immagini dettagliate o video dei vari step sul funzionamento del servizio e prime interazioni con il servizio
- Introdurre azione Accedi/Registrati sul sito.
  Ridurre i tempi di registrazione in app e sul sito inserendo anche i login attraverso i social e Login per profili aziendali
- Introdurre canale di comunicazione istantaneo come Whatsapp
- Dare più visibilità alle pagine sulla sostenibilità e l'ambiente
- Snellire processo di recupero informazioni
- Migliorare l'accessibilità del sito
- Semplificare l'architettura del sito per rendere la navigazione più fluida
- Rendere il sito più responsive da mobile

Wireframe

Linee guida

Griglia

Per realizzare i wireframe del desktop è stata utilizzata la griglia a colonne, le cui specifiche sono:

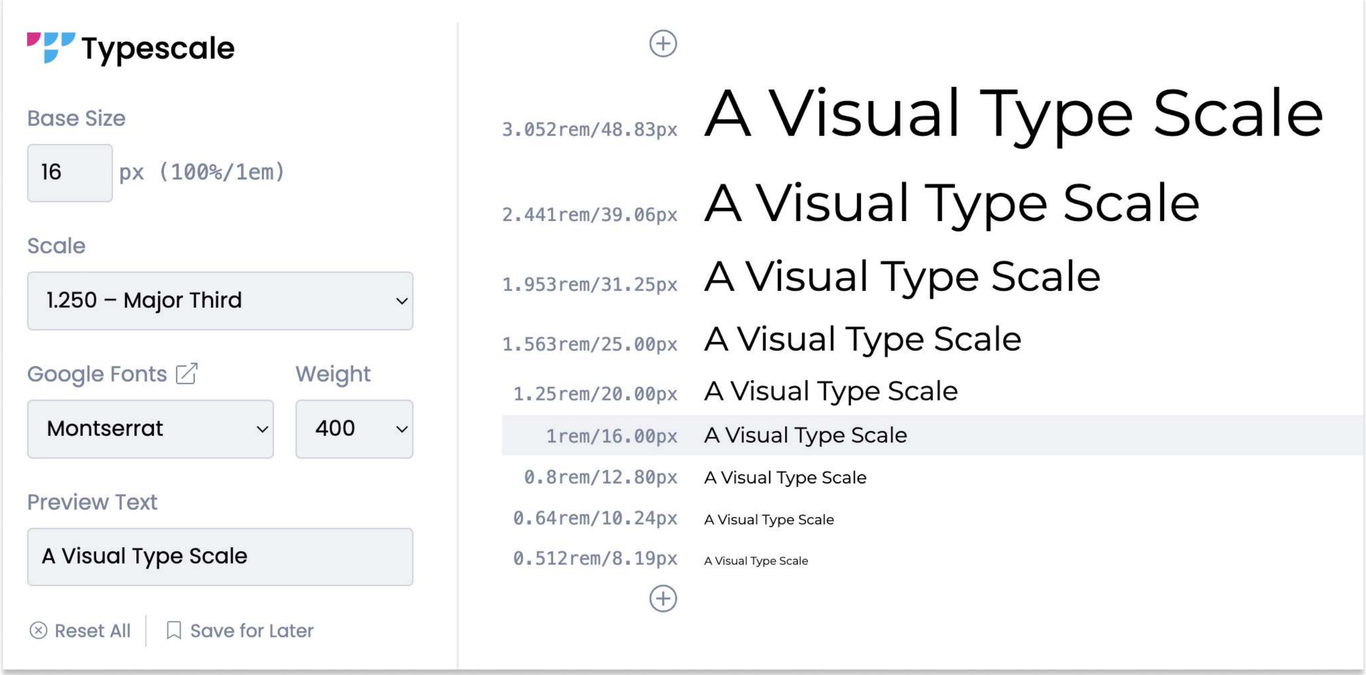
Columns: 12
Gutter: 32px
Margin: 16px

Larghezza frame: 1440px

Scala tipografica

La scala tipografica che ho scelto è una scala 1.250 - Major Third e i valori che ho selezionato sono:

H1: 48px
H2: 40px
H3: 32px
H4: 24px
p: 16px



Font

Il font che ho utilizzato è Montserrat, già utilizzato nel sito di Jojob e che si adatta bene alle grafiche e alla brand identity.

Homepage

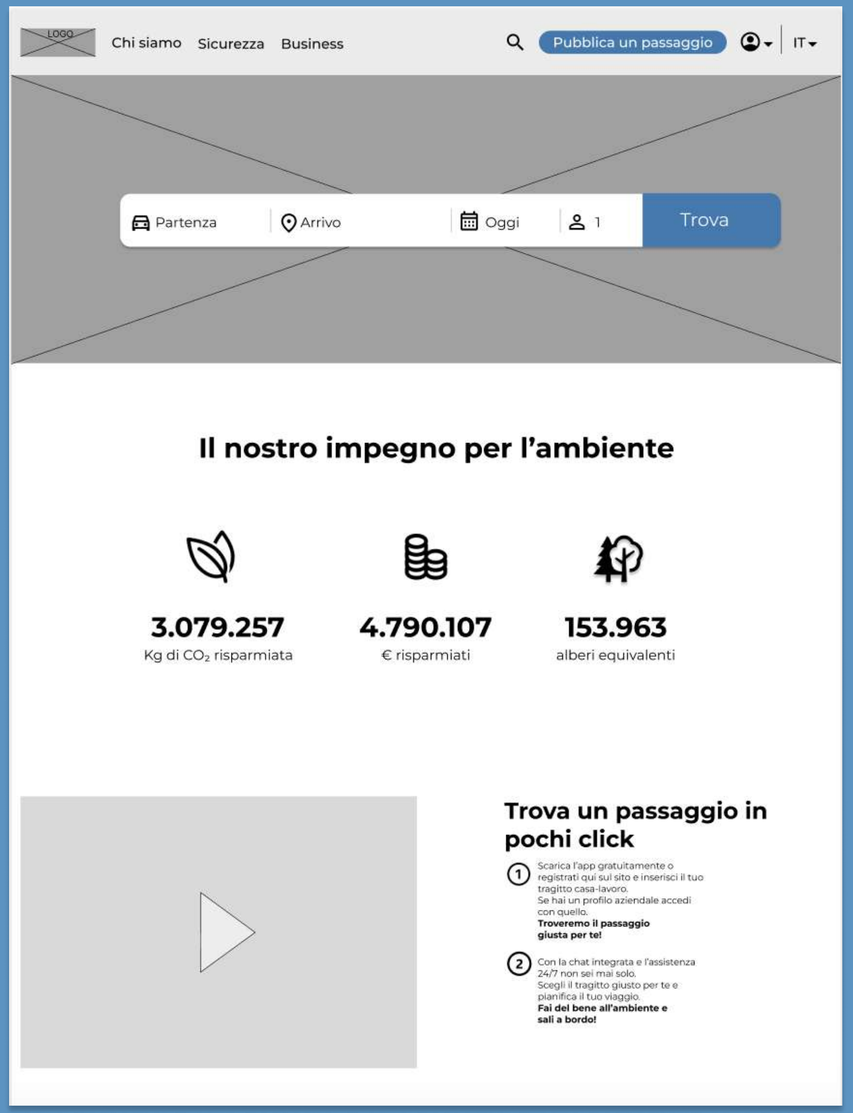
Prima parte

Header

Il menu è stato suddiviso in questo modo partendo da sinistra: rimane il logo come nella versione originale, è stata aggiunta la categoria **Chi siamo**, che si trovava nel footer. L'inserimento della pagina Chi siamo nel menu consente di avere a portata di mano dati sulla storia, la sostenibilità e l'impatto ambientale dell'azienda. Dopo, troviamo la categoria **Sicurezza**, che in modo agevole conduce l'utente alle pagine dedicate ai Contatti, alle informazioni sul Covid e alle FAQ. È stata poi aggiunta la voce **Business**, in modo da racchiudere in un unico posto i servizi offerti alle aziende. Sulla destra del menu troviamo: **l'icona cerca** per la ricerca di un passaggio, la CTA **Pubblica un passaggio** e l'icona del **Login/Registrazione,** inesistente nella versione originale. Quest'ultima, aggiunta per permettere agli utenti di usufruire del servizio senza dover scaricare l'app, preferenza emersa durante la ricerca. Infine c'è un **drop-down menu per le lingue**.

Body

La prima parte dell'**Homepage** è composta da un **hero image** e al di sopra è presente un filtro per la ricerca del passaggio: un ottimo modo per far entrare l'utente subito in contatto con il servizio.
Subito dopo ci sono **i primi dati sull'impegno dell'ambiente** e **un breve video esplicativo** che illustra il funzionamento del servizio passo passo.



Seconda parte

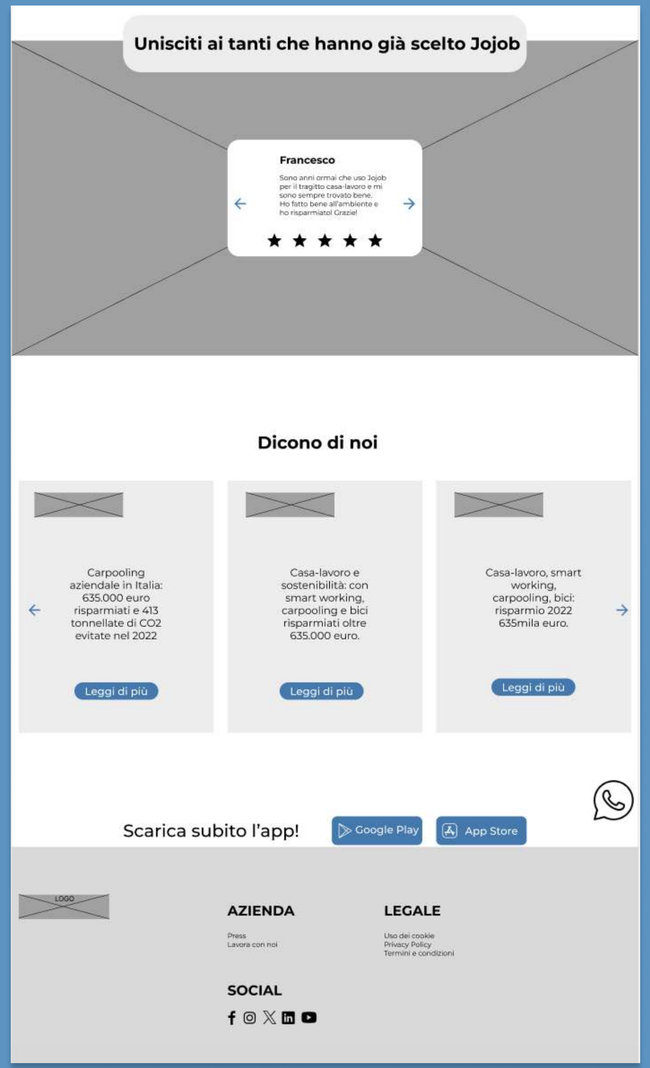
Body

Nella seconda parte dell'Homepage ho inserito le **Recensioni**, introdotte da una frase che, rispettando il principio di riprova sociale, attira chi legge ad unirsi al resto degli utenti.
Il carosello delle recensioni è stato inserito sopra un'immagine per rendere la pagina più dinamica.
Allo stesso modo, anche la parte **Dicono di noi** con i titoli dei giornali, funge da consenso e riprova sociale.

Nell'ultima parte della Homepage, ho inserito **le CTA per scaricare le app** e sulla destra ho inserito in pop-up la **live chat su Whatsapp**, la piattaforma di messaggistica più utilizzata da tutti.
Whatsapp è popolare e ha un grande bacino di utenti, inoltre, dato che la maggioranza delle persone utilizza lo smartphone per accedere ad Internet, Whatsapp può essere una soluzione veloce e semplice per chiedere assistenza.

Footer

Il **Footer**, rispetto alla versione originale, appare ora più alleggerito e ordinato in macrocategorie.



Chi siamo

Prima parte

Body

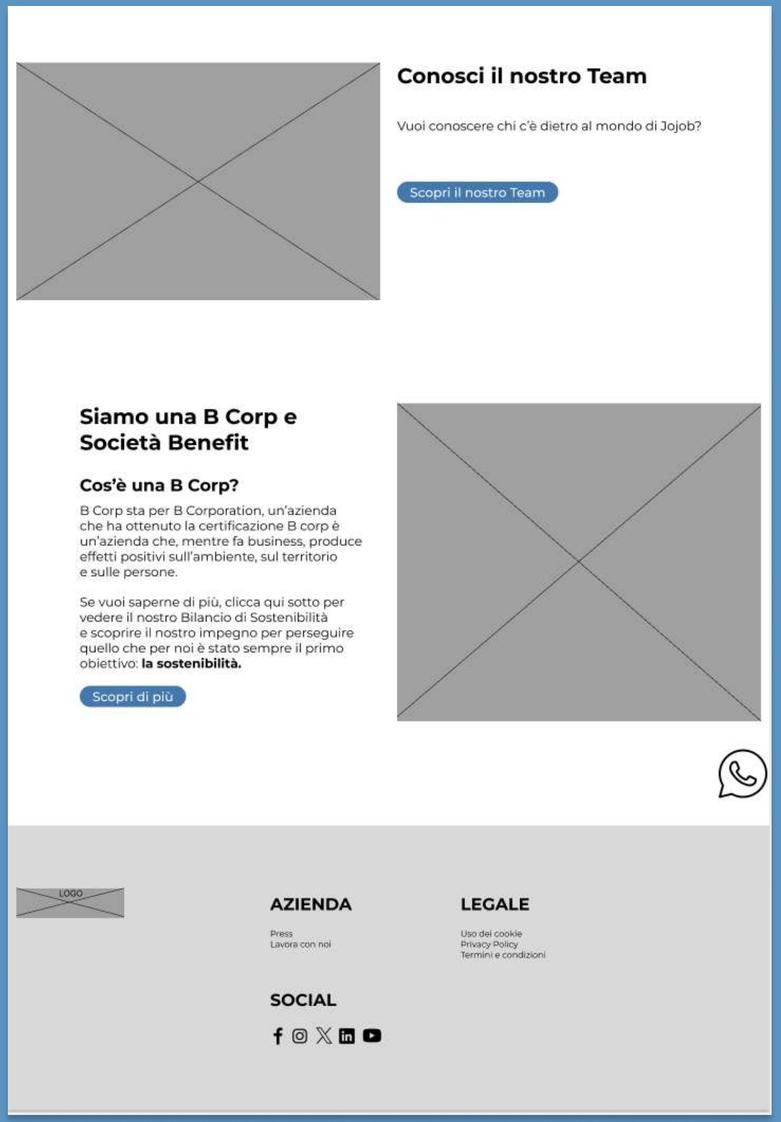
All’interno della sezione **Chi siamo** ho racchiuso i punti importanti sull’identità di Jojob, che nel sito originale sono stati invece distribuiti in pagine diverse, creando disordine e confusione negli utenti.
La prima parte si apre con **la mission dell’azienda** e un’immagine sottostante che ne racchiude il concetto.

Di seguito troviamo la parte dove vengono raccontati i punti salienti, divisi per anni, che hanno caratterizzato **la storia dell’azienda**.

Seconda parte

Body

La seconda parte della pagina Chi siamo si sviluppa così:
un link alla pagina per la presentazione del **Team** e poi una **breve introduzione al significato di B Corp e Società Benefit** per dare già un quadro generale agli utenti. L'utente più interessato può cliccare al link per scoprire di più e **vedere anche il Bilancio di Sostenibilità** dell'azienda.
In questo modo i punti salienti dell'identità, dei valori e della storia di Jojob sono fruibili facilmente dagli utenti in una pagina e in pochi click, contrariamente al sito originale più dispersivo.



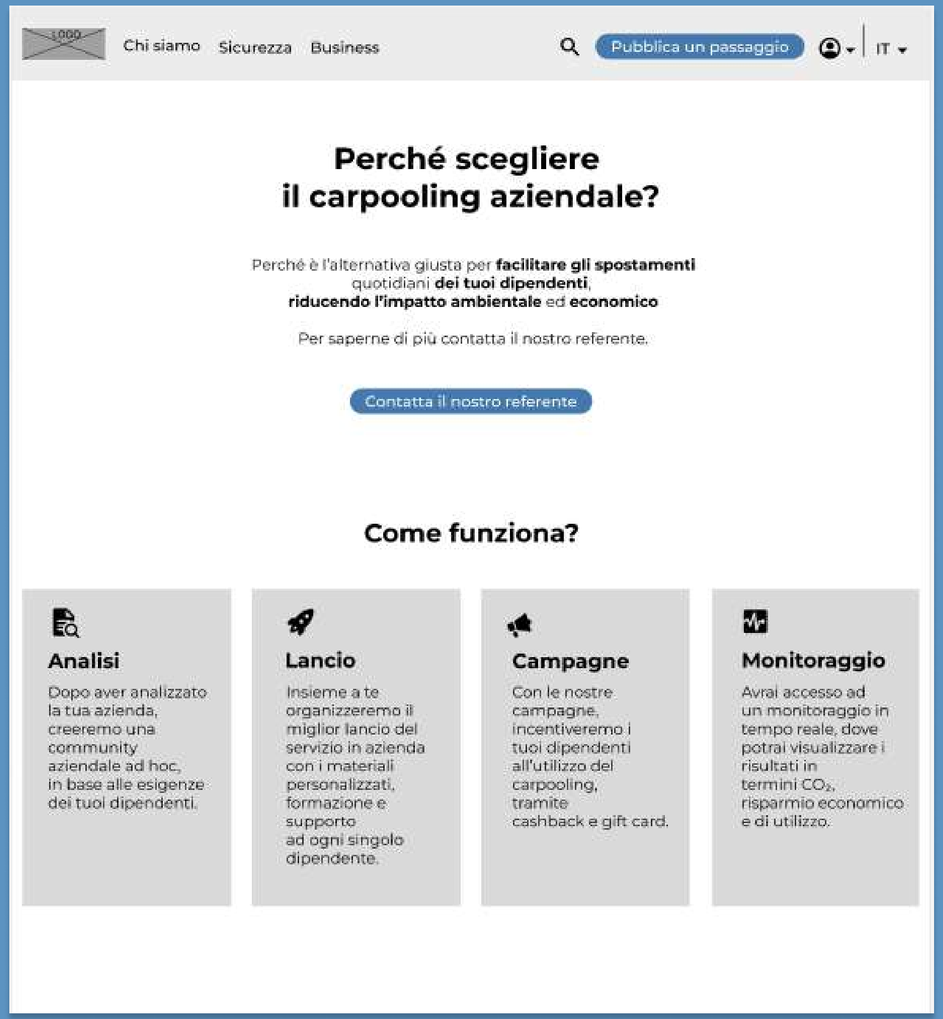
Business

Prima parte

Body

La sezione **Business** accoglie l'utente con una **proposta di valore** data dai vantaggi che Jojob può offrire alle aziende, il tutto seguito da una **CTA per mettersi subito in contatto con un referente**.

La frase originale "Come renderemo il carpooling casa-lavoro un successo in azienda" è stata accorciata in un diretto **"Come funziona?"**, titolo della sezione che espone il funzionamento del servizio proposto da Jojob.
Per ogni step è stata scelta un'icona simbolica al posto della grafica usata nel sito originale, per rendere il tutto più semplice e ordinato.



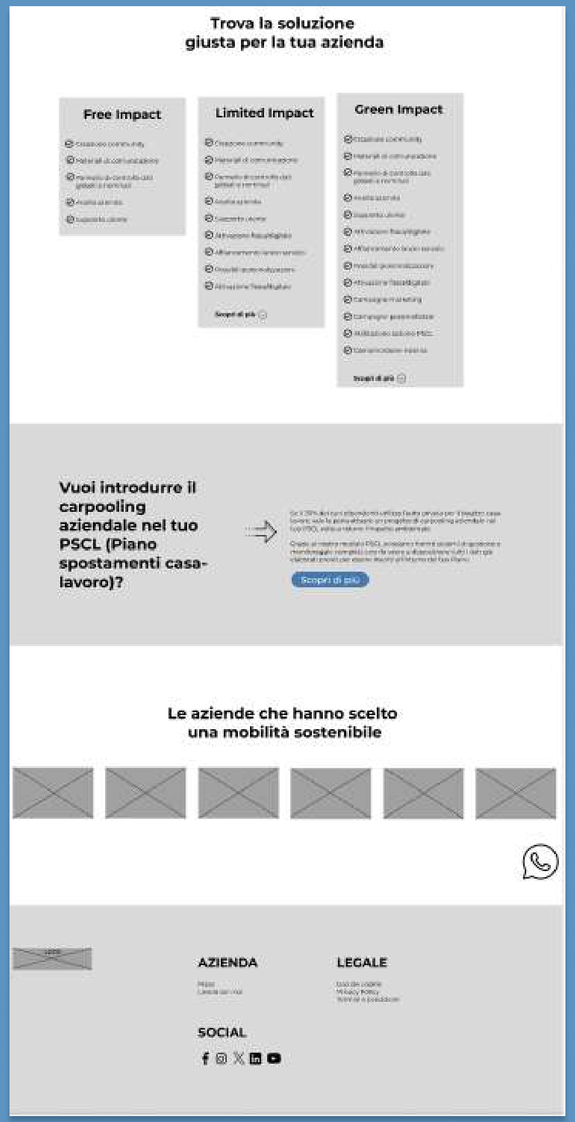
Seconda parte

Body

Nella seconda parte della pagina Business ho inserito **i 3 pacchetti a confronto**, vicini e ordinati così è più semplice per un utente poterli confrontare.

Di seguito ho inserito la spiegazione del **Carpooling PSCL** e un link alla pagina per approfondire l'argomento. Nella versione originale del sito non viene data la spiegazione dell'acronimo PSCL, ed inoltre gli viene riservata una sezione a parte nel menu, il quale rende la navigazione confusionaria.

Infine, ho aggiunto, come nel sito originale, un carosello con **i nomi delle aziende che hanno già scelto Jojob.**

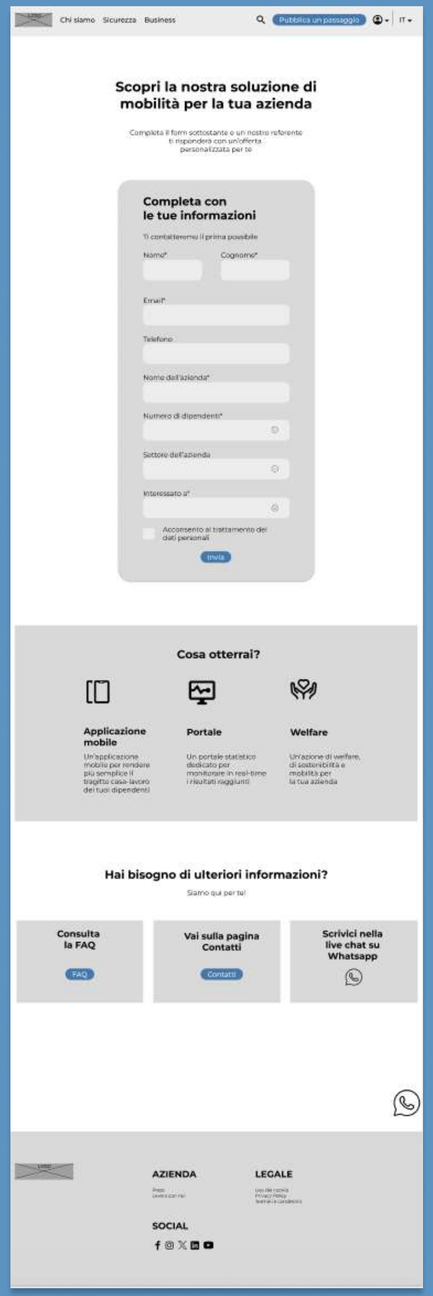


Contatta il nostro referente

Body

In primo piano c’è un **modulo per contattare un referente**.
L’utente atterra in questa pagina con le idee più chiare, grazie alle informazioni disposte in modo ordinato e condensate nella pagina precedente, cioè quella Business.

Inoltre, gli viene fornita di nuovo un’idea generale di **cosa aspettarsi dal servizio di carpooling aziendale** e infine, rispetto al sito principale, gli viene data l’opportunità, a portata di mano, di poter **scegliere altri mezzi più veloci per contattare il team** dell’azienda.

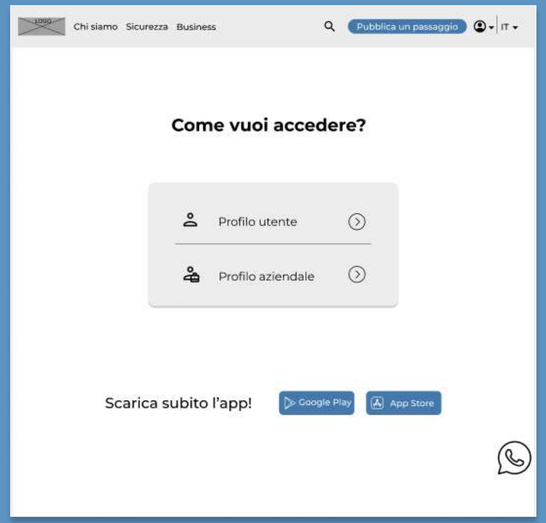


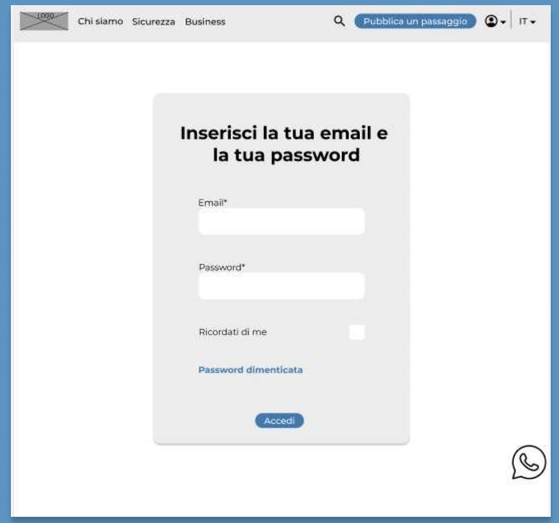
Accedi/Registrati

Body

Dopo aver cliccato sulla voce **Registrati o Accedi**, l'utente può scegliere se accedere o registrarsi con il **profilo normale** o il **profilo aziendale**, ossia inserendo un'email aziendale. In fondo alla pagina ho inserito anche **le CTA per scaricare l'app** e quindi continuare l'operazione di accesso o registrazione in app.

Non appena l'utente ha scelto il profilo con cui accedere può **completare il form inserendo l'email e la password**.



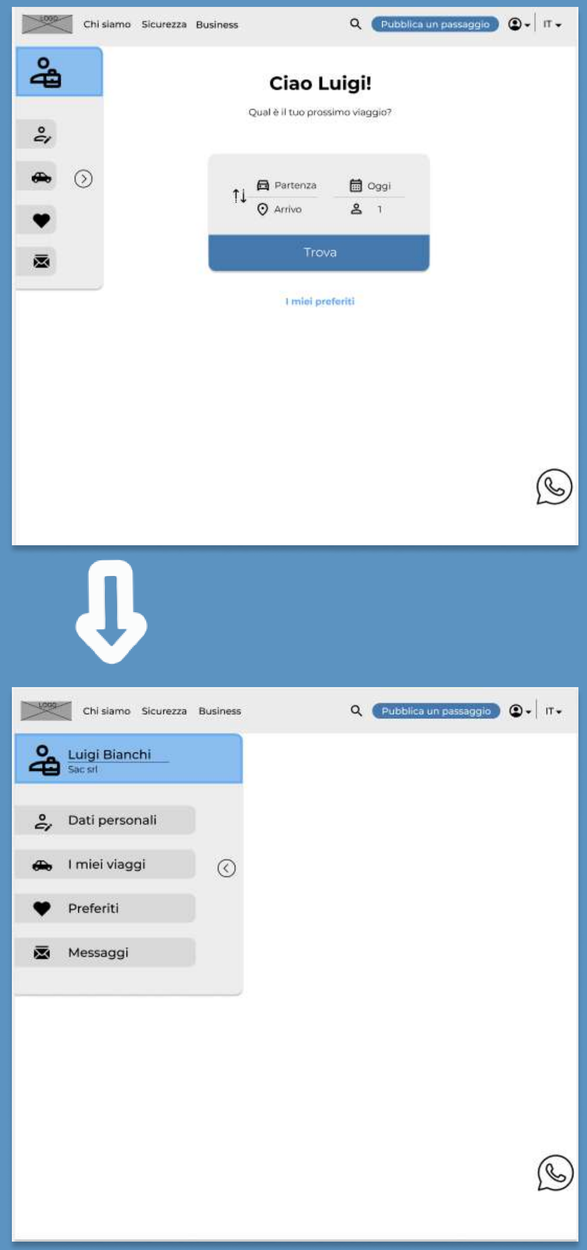


Profilo aziendale

Body

Dopo aver fatto l'accesso, il **profilo aziendale** si presenta con un **menu laterale**, che all'apertura, contiene 4 sezioni: **dati personali**, **i miei viaggi** dov'è inserito lo storico dei viaggi fatti finora, **i viaggi preferiti** salvati per prenotarli in un altro momento e infine **i messaggi** scambiati con gli altri utenti.

Nella schermata principale del profilo aziendale l'utente può iniziare subito una **ricerca per un passaggio** o cliccare sulla pagina **"I miei preferiti"**.



Risultati

Body

Dopo aver eseguito una ricerca del passaggio e aver applicato dei filtri, **l'utente può scegliere la soluzione più adatta** tra i risultati disponibili.

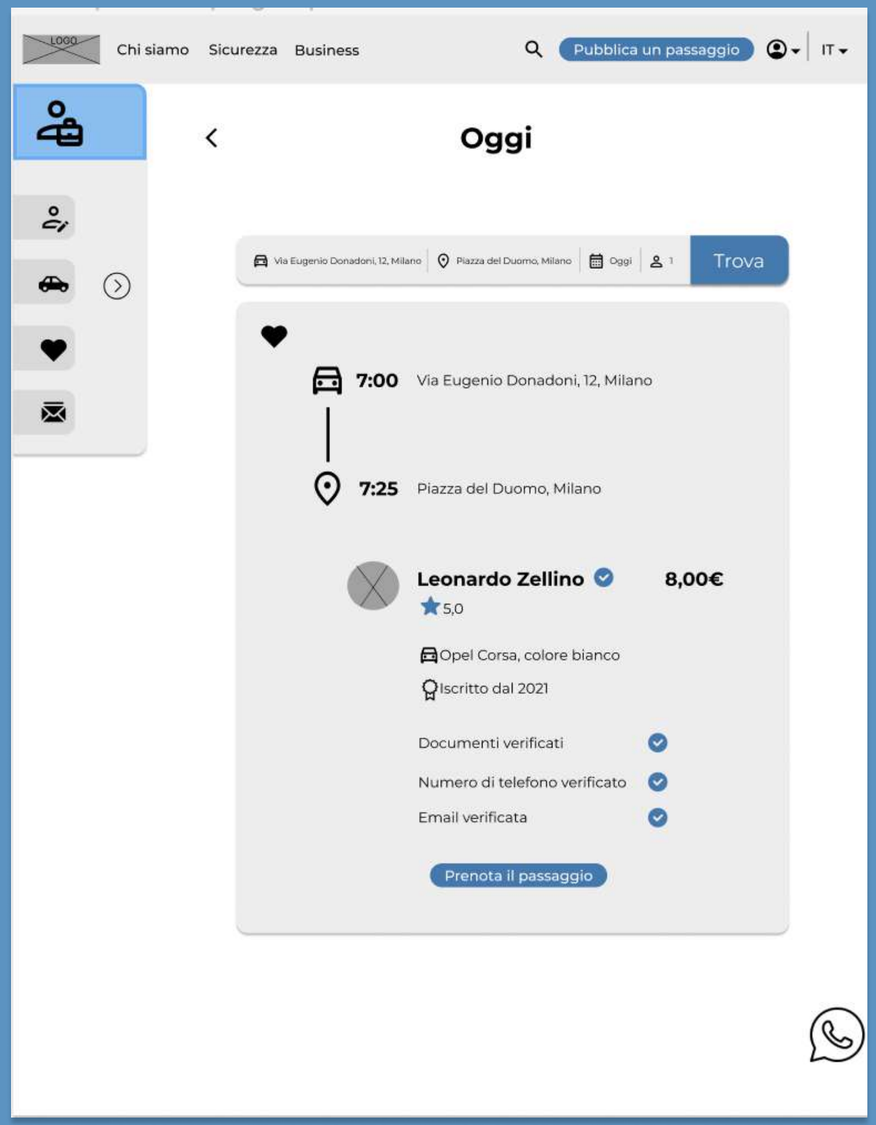
I risultati comunicano non solo l'**orario e il luogo di partenza e arrivo**, ma anche il **nome del conducente**, **una foto del conducente**, la **valutazione da 1 a 5 stelle** ricevute dagli altri passeggeri, il **badge di profilo verificato** (se presente) e il **prezzo della corsa**.
Inoltre è presente un cuore per avere la possibilità di **aggiungere uno dei passaggi alla sezione "Preferiti"**.

Riepilogo e profilo del conducente

Body

Quando l’utente sceglie la soluzione più adatta, atterra in una pagina con un **riepilogo delle informazioni principali del passaggio** e mostra il **profilo del conducente**. Al profilo del conducente vengono aggiunti più dettagli: il cognome, il tipo di macchina, l’anno dell’iscrizione alla piattaforma e le informazioni verificate. Se l’utente vuole leggere le recensioni del conducente da parte degli altri passeggeri, può cliccare sulla stella blu.

La freccia in alto sulla destra indica la possibilità di tornare indietro.

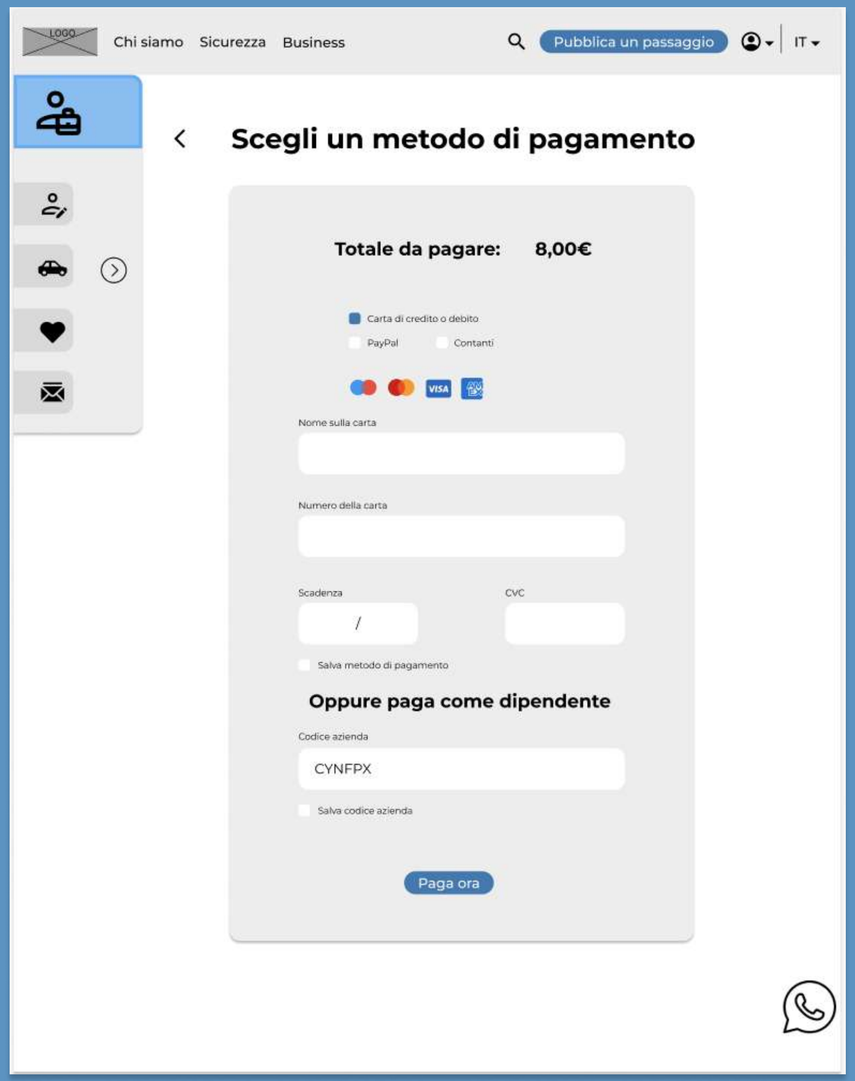


Metodo di pagamento

Body

Al momento del pagamento, l'utente può scegliere le **tre modalità**: carta di credito o debito, PayPal e contanti.

Altrimenti può utilizzare la **"modalità dipendente"** e far pagare l'azienda inserendo un codice apposito.



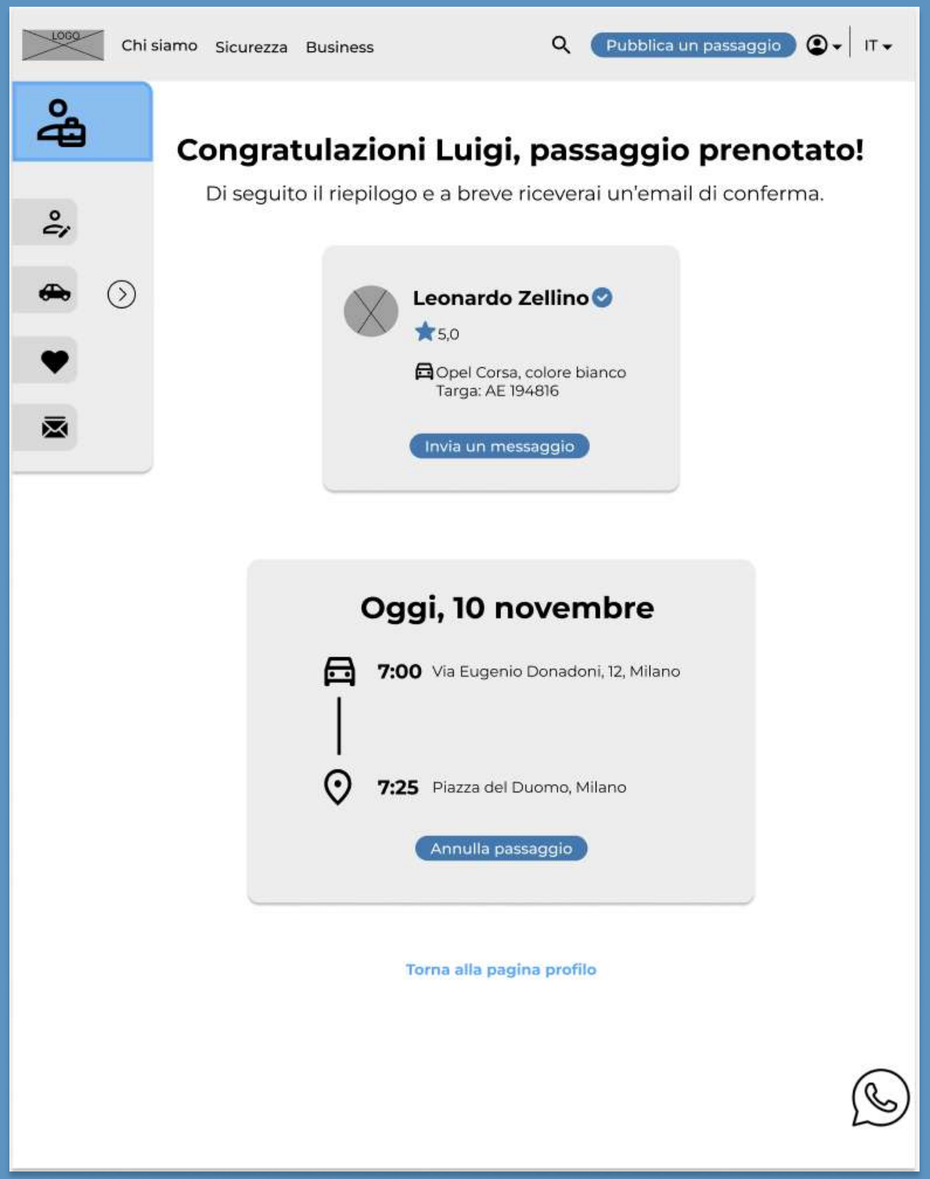
Conferma

Body

Infine, **la pagina di conferma** avvisa l'utente della prenotazione riuscita.
La breve pagina di riepilogo, la stessa che viene inviata via email, **aggiunge alcuni dettagli**, per esempio **la targa della macchina** del conducente e la **possibilità di contattarlo**.

Inoltre, vengono nuovamente forniti i dettagli del passaggio, con la **possibilità di annullarlo**.

Se l'utente non compie nessuna delle altre azioni, gli viene data la **possibilità di tornare alla pagina profilo iniziale**.



Link ai wireframe completi

Wireflow

Introduzione

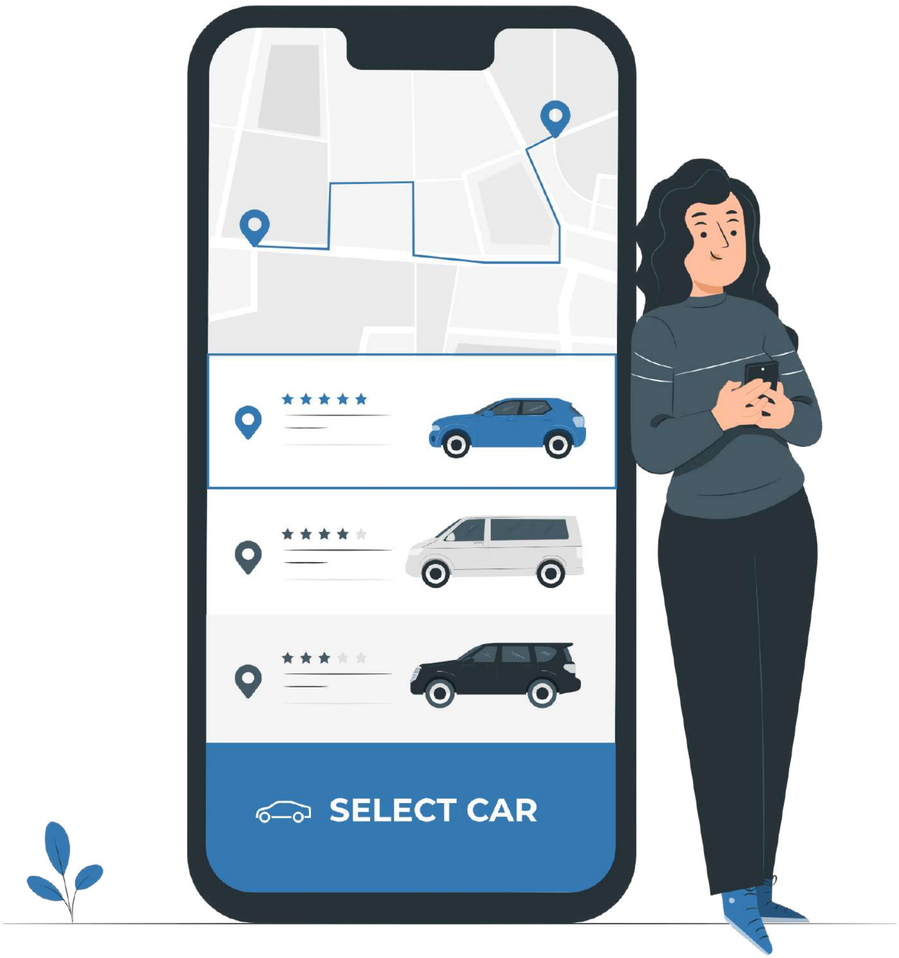
Con il wireflow viene mostrata la **rappresentazione visiva del percorso che compie l'utente per raggiungere un obiettivo**.

In questo caso, ho scelto di mostrare il flusso di navigazione di due utenti.

L'obiettivo del primo utente è di raccogliere e chiedere informazioni riguardo il servizio di carpooling aziendale.

L'obiettivo del secondo utente è quello di accedere al servizio e prenotare un passaggio in qualità di dipendente di un'azienda che ha scelto Jojob.

Nelle prossime slide mostrerò quindi il flusso di navigazione dei due utenti.



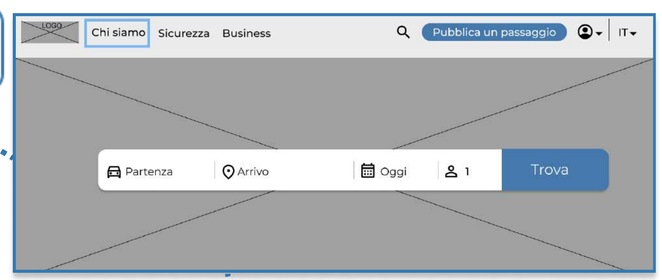
Primo utente

INIZIO

Quando l'utente atterra sull'**Homepage**, dà una breve occhiata alla pagina e si sofferma sulle recensioni, scorrendo il carosello per farsi una prima idea sull'azienda.

1

2

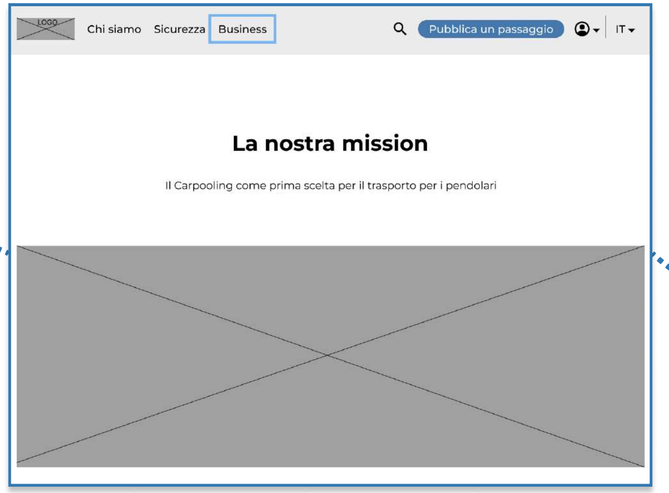


Per capire se Jojob può fare al caso suo, l'utente vuole saperne di più sulla sua storia e l'impegno ambientale. Per questo motivo l'utente clicca sulla pagina **Chi siamo**.

Scorre velocemente il carosello riguardo i punti salienti della storia di Jojob e poi si sofferma a leggere una breve introduzione su cosa significhi essere una B Corp.

Legenda

Elemento cliccato



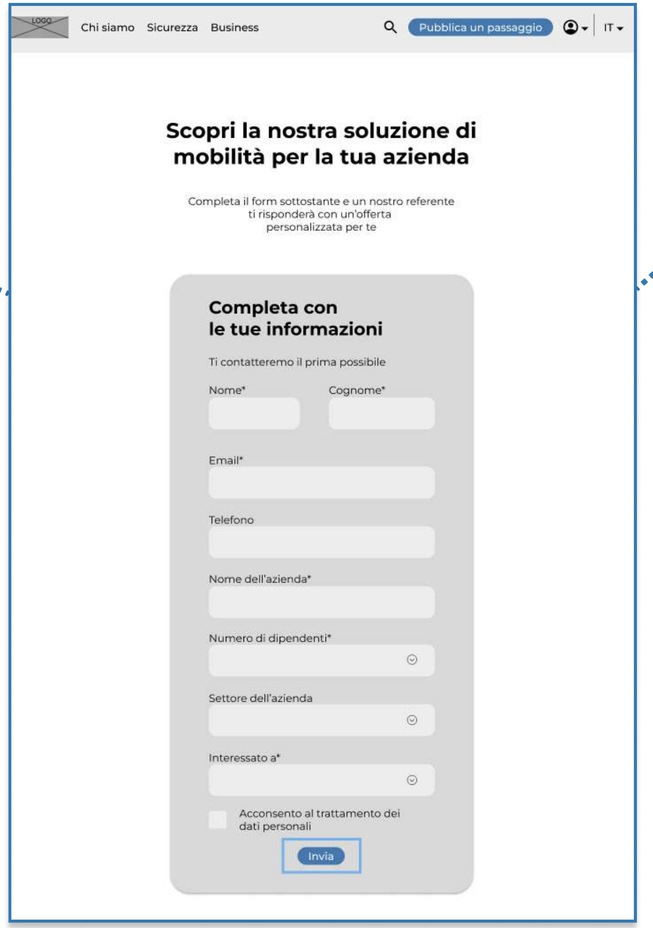
L’utente è convinto, ora vuole sapere concretamente come funziona e cosa aspettarsi da questo servizio.

Va quindi nella pagina **Business**, scorre la pagina e già può appuntarsi informazioni importanti, il funzionamento del servizio, le caratteristiche dei tre pacchetti tra cui può scegliere e infine scopre cos’è il PSCL.

3

L’utente è soddisfatto delle informazioni fin qui apprese, già si è fatto un’idea su cosa aspettarsi. Ora, vuole confrontarsi con un referente di Jojob e clicca subito sulla CTA “Contatta un referente”.

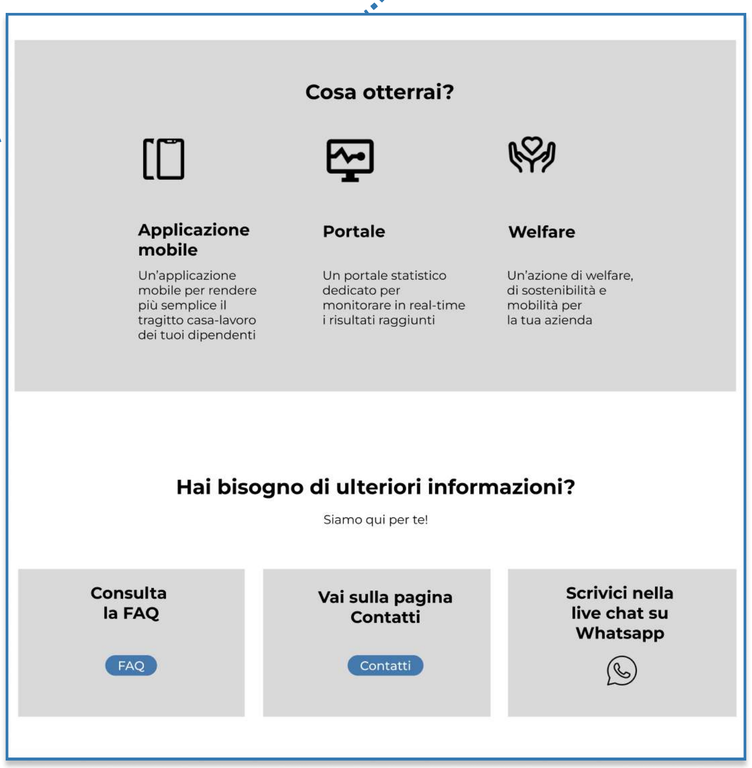
4



L'utente si trova sulla pagina **Contatta il nostro referente**, vede il modulo, lo compila e lo invia.

Scorrendo la pagina si accorge che, nel caso di dubbi, non deve necessariamente aspettare la risposta del referente, ma ha modo di entrare subito in contatto con il Team di Jojob in vari modi, questa cosa lo conforta.

FINE



Secondo utente

INIZIO

L'utente si trova sull'**Homepage**, è già registrato sulla piattaforma, ora vuole capire come accedere e prenotare il suo primo passaggio. Clicca sul video e lo guarda. Ora sa come fare e procede.

1

2

Clicca sull'icona in alto a destra, si apre il drop-down menu per accedere alla piattaforma.

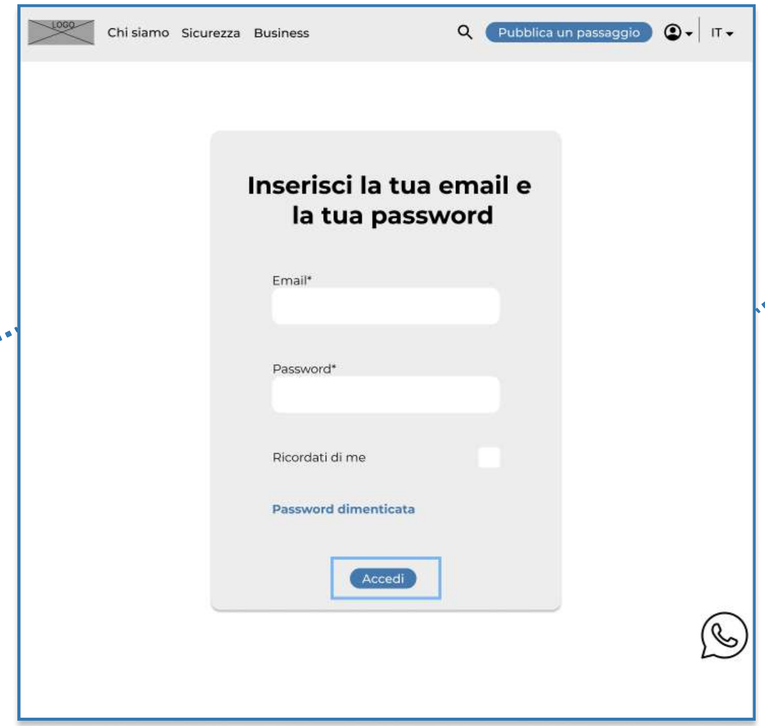
Legenda

Elemento cliccato

3

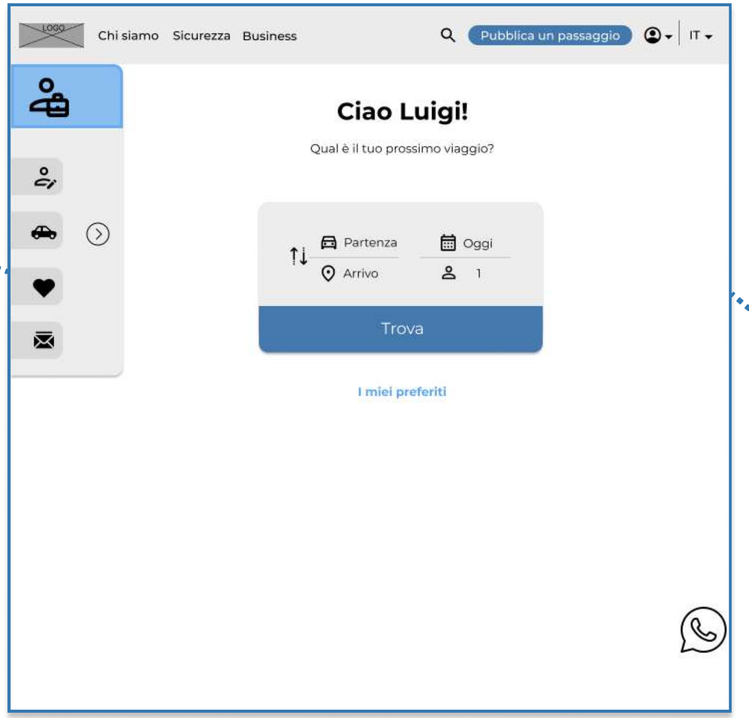
L'utente si trova nella **pagina di accesso** e accede con il profilo aziendale.

4



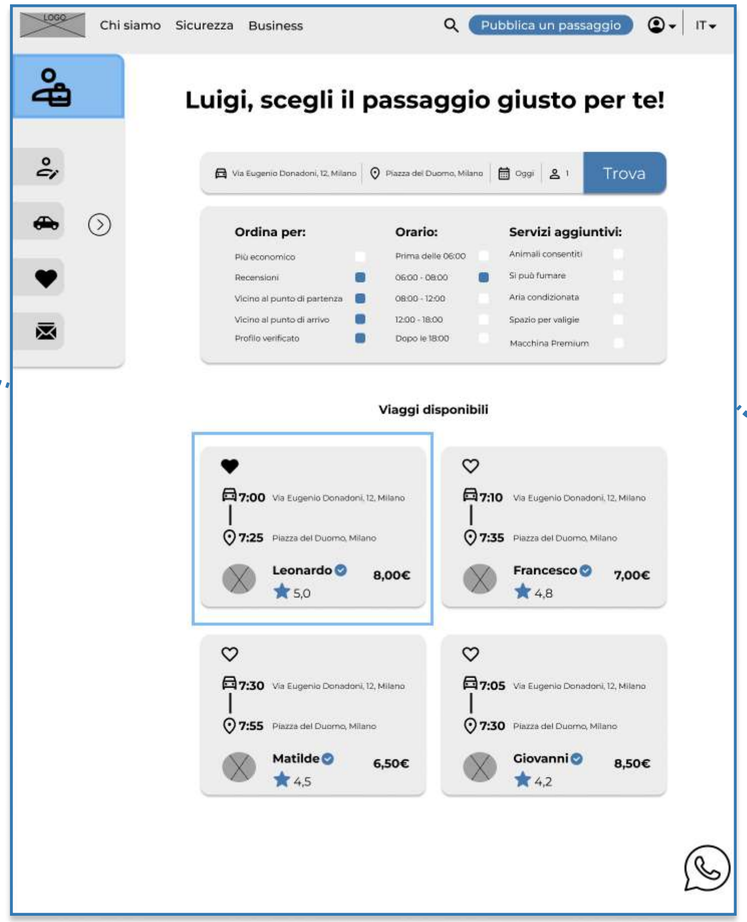
L'utente inserisce i suoi dati e clicca su Accedi.

5



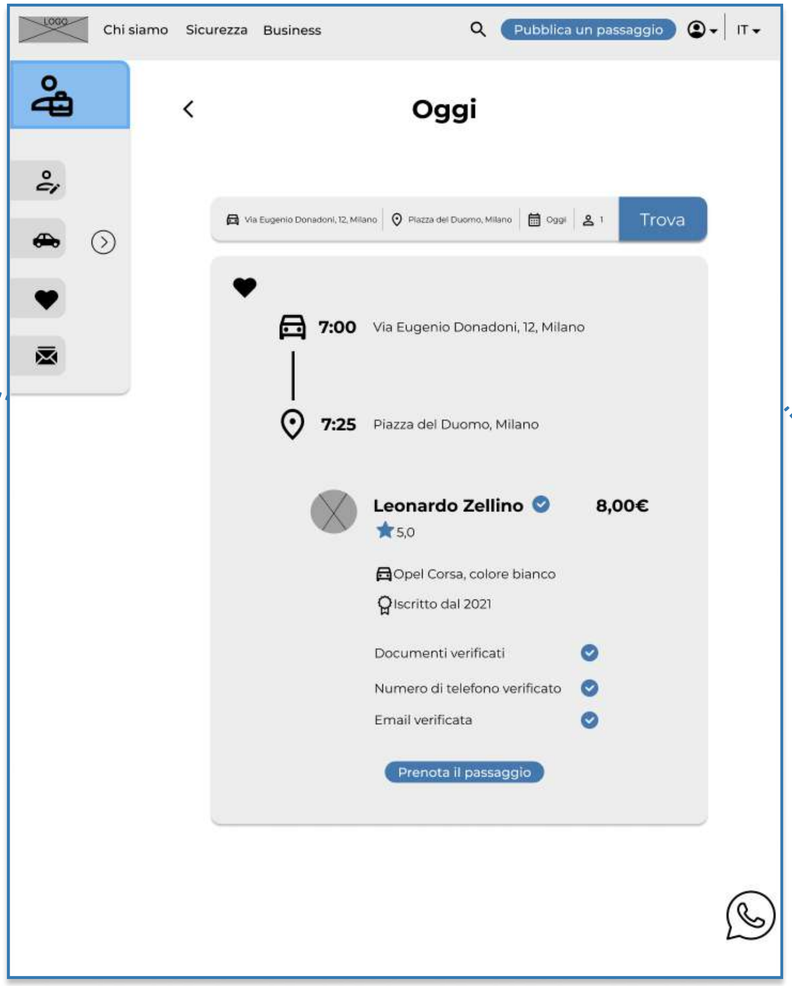
L'utente si trova ora nella pagina del **Profilo aziendale**. Sulla destra c'è il menu a scomparsa che racchiude quattro sezioni. Sulla sinistra appare subito il filtro per la ricerca del passaggio.

6



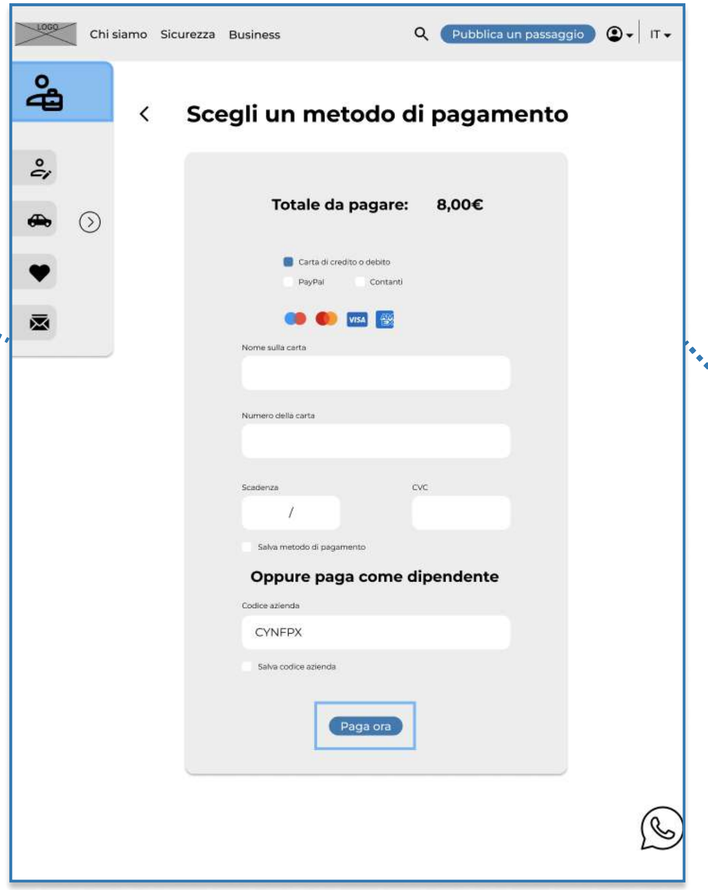
Dopo aver inserito i vari filtri, l'utente può procedere a scegliere il passaggio più giusto tra i viaggi disponibili. Quindi clicca sul viaggio scelto.

7



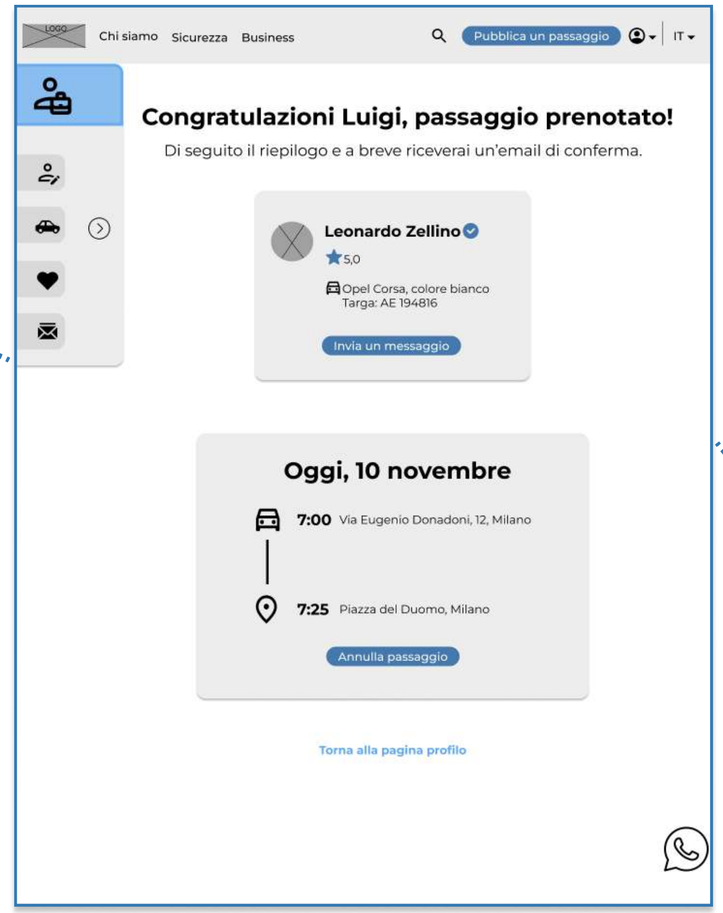
Dopo aver controllato le informazioni importanti, l'utente clicca su **prenota il passaggio**.

8



L'utente dopo aver scelto il **metodo di pagamento** come dipendente e aver inserito il codice dell'azienda clicca su **Paga ora**.

9

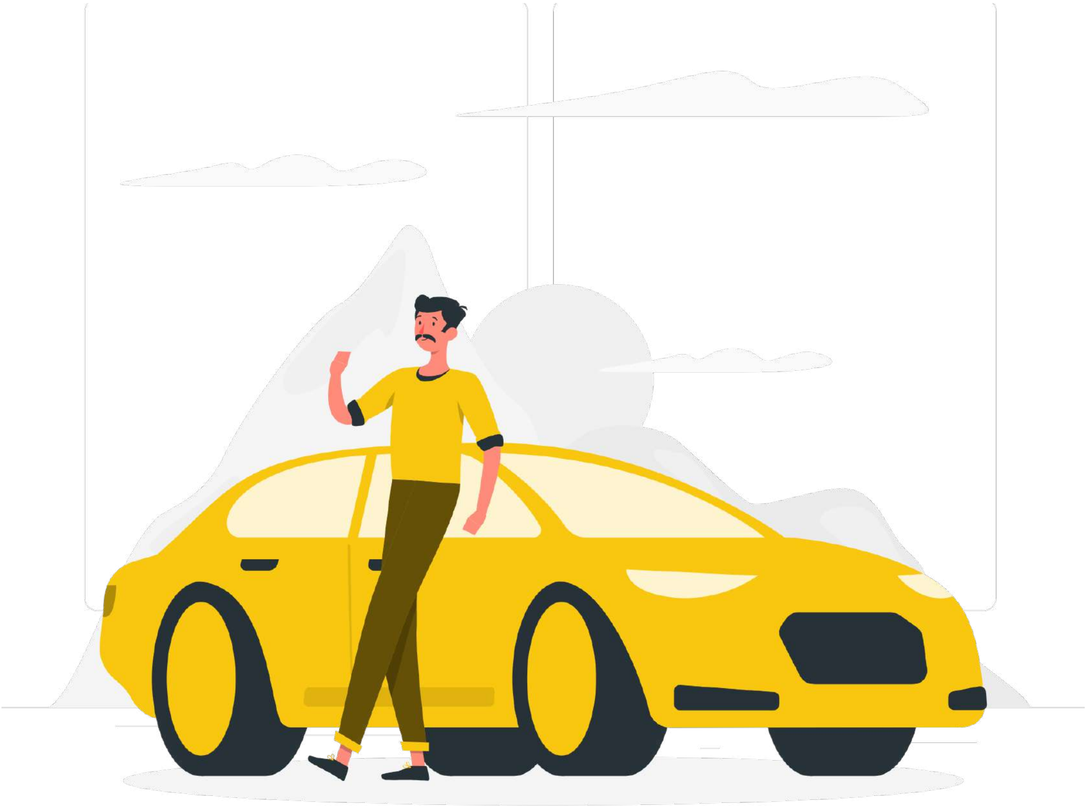


FINE

L'utente ha completato tutti i passaggi e ora si trova sulla **pagina di conferma**.

Sitemap

Link alla sitemap aggiornata



Grazie
per l’attenzione!

Federica Totaro
Master in UX/UI

start2impact
UNIVERSITY