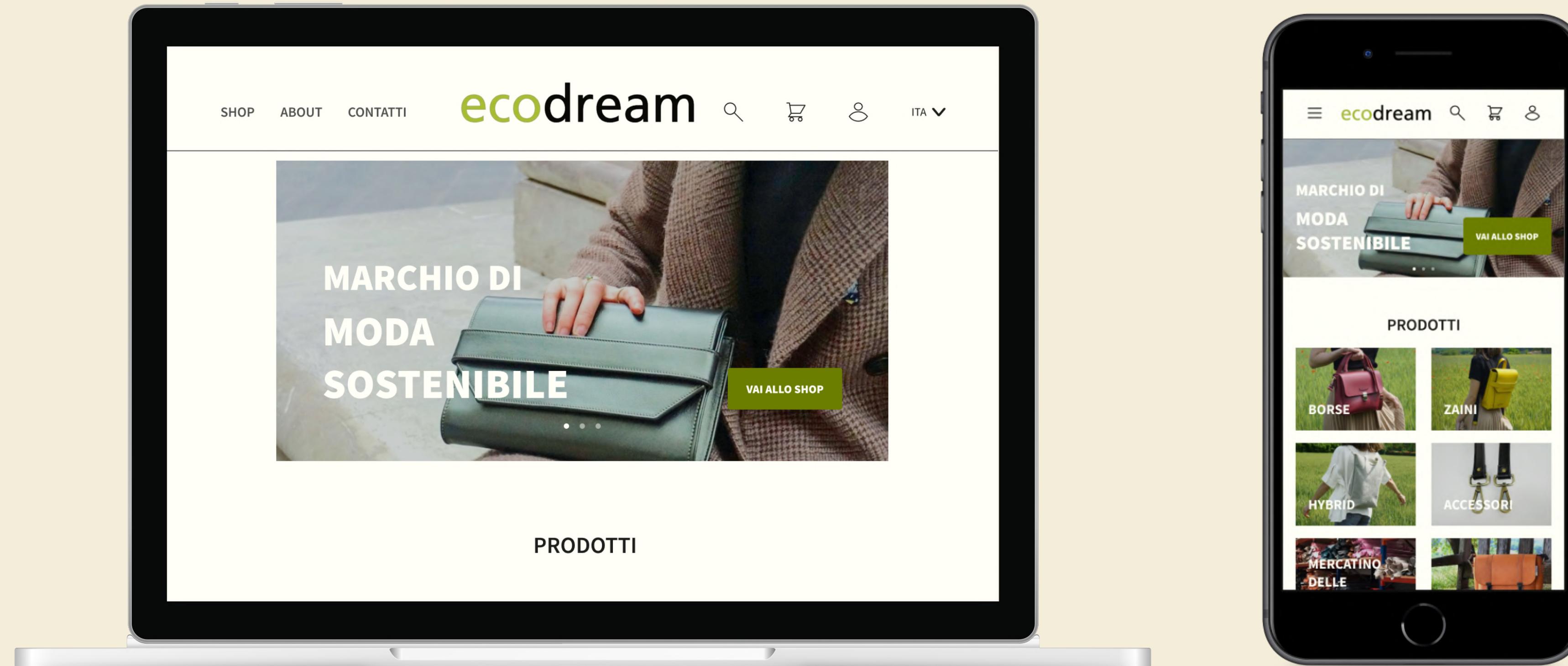


ecodream

UX/UI Case Study | Website redesign | Francesca Franz | start2impact University



Il progetto

Il progetto è stato realizzato nell'ambito del corso di UX/UI Design di start2impact University.

L'obiettivo del progetto era **riprogettare l'esperienza e l'interfaccia utente del sito di Ecodream**.

Sono partita da una fase di ricerca ed analisi per poi arrivare alla realizzazione dei wireframe e della UI del sito.

I tool principalmente utilizzati sono stati: Figma, Keynote, Google Form, Google Meet.

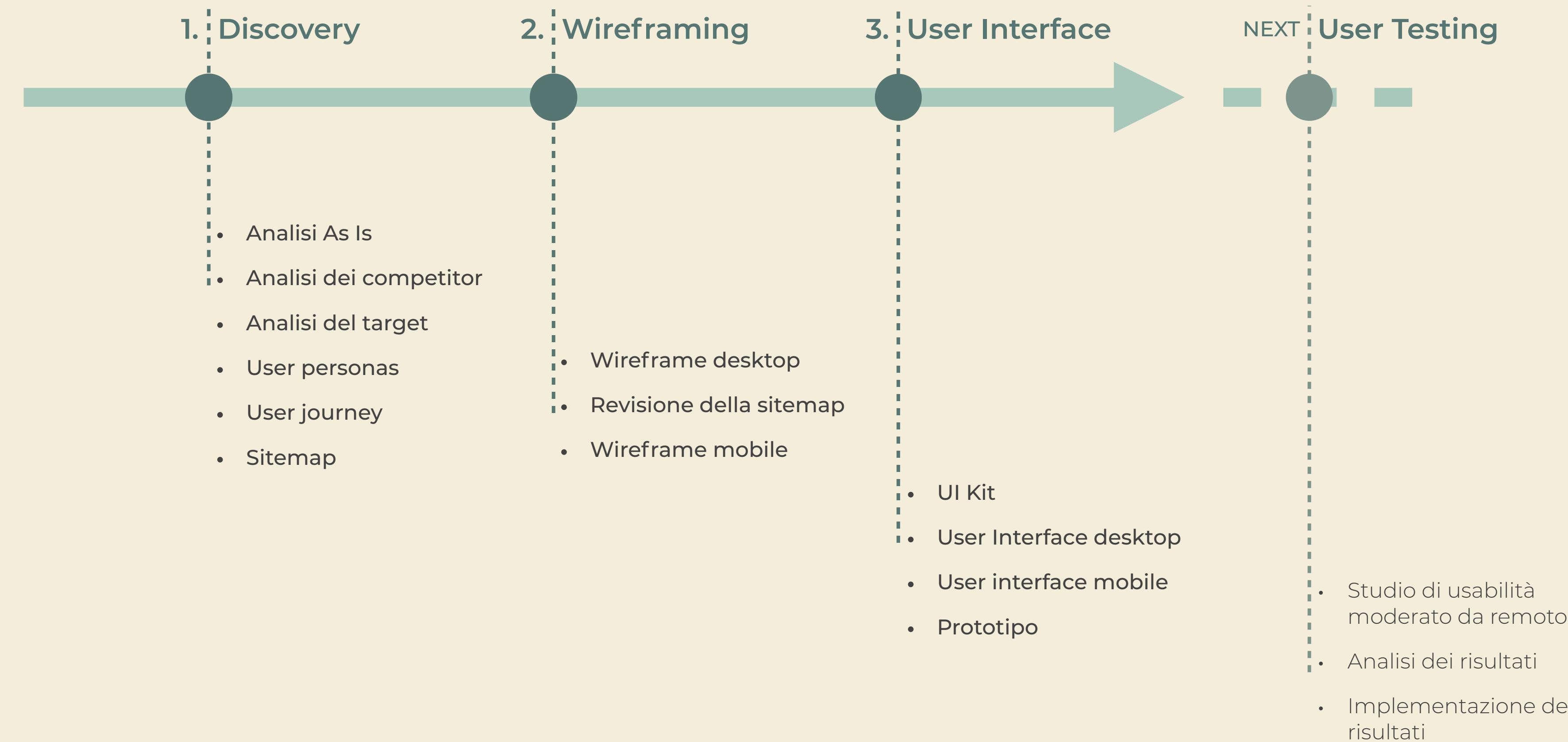
Il brand

Ecodream è un brand indipendente di **moda sostenibile** specializzato in borse, zaini e accessori ecofriendly.

Nasce a Firenze nel 2016 e con il tempo è riuscita a crescere e farsi notare nel panorama italiano di riferimento.

I prodotti vengono realizzati con materiali di recupero e sono artigianali e Made in Italy. Infatti, la filosofia del brand è creare accessori di moda con quello che è già stato prodotto, in ottica di moda circolare.

Workflow



1. Discovery

Il sito web di Ecodream è stato analizzato prendendo in considerazione principalmente:

- **Usabilità**
- **Accessibilità**

Per quanto riguarda l'usabilità, è stata effettuata un'**analisi euristica** facendo riferimento alle 10 euristiche di Jakob Nielsen e si sono poi prese in considerazione le 5 dimensioni di ***Learnability, Efficiency, Memorability, Error e Satisfaction.***

Per valutare l'**accessibilità** del sito si sono prese in considerazione alcune delle linee guida previste dalle **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG)** e sono stati inoltre utilizzati alcuni strumenti come Lighthouse, Web Disability Simulator, WAVE e VoiceOver per raccogliere ulteriori elementi che permettessero di analizzare meglio l'accessibilità del sito.

Analisi euristica

Durante l'analisi euristica sono stati evidenziati i principali punti positivi e negativi del sito di Ecodream.

Partiamo da quelli **positivi**:

- ✓ I **nomi** scelti per le pagine principali sono **semplici, intuitivi** e rappresentano una buona segmentazione delle informazioni importanti. Ciò aiuta l'utente nella navigazione.
- ✓ Il **linguaggio** utilizzato nel sito, così come il design, è **semplice ed efficace**. Non sono inoltre presenti elementi decorativi che distraggono l'utente. I **feedback** e i messaggi d'errore risultano **chiari e intuitivi**.
- ✓ Nel sito sono presenti **spiegazioni dettagliate** di tutto ciò che ruota attorno al brand, ai suoi valori e prodotti. Contribuiscono all'immagine del brand anche la scelta delle foto e i colori all'interno del sito.
- ✓ È stata notata anche una certa attenzione nel fornire all'utente più modalità di contatto diretto con il brand.

Sono state però riscontrate anche alcune **problematiche**:

- ✗ Durante la navigazione l'utente non ha nessuna indicazione riguardo alla sua **posizione** all'interno del sito, a causa di un header senza suggerimenti visivi, alla mancanza di **breadcrumb** e alla presenza di url non coerenti con il percorso effettuato. A ciò si aggiunge la mancanza di una **barra di ricerca**.
- ✗ Nel sito sono presenti molti **muri di testo** e spesso non sono messe in risalto le informazioni più importanti. I **link sono difficilmente distinguibili** dal semplice testo corsivo e non c'è modo di distinguere le immagini semplici dalle immagini che fungono da link.
- ✗ L'**iter di acquisto** è poco intuitivo ed efficace e i nomi di categorie e prodotti sono poco esplicativi. Il **carrello** inoltre non è a portata di click, ma è stato inserito sotto forma di immagine cliccabile nella pagina shop, dopo i link utili. Manca, infine, un elemento che indichi all'utente se è loggato o meno senza doversi recare nella sezione "Il mio account".

5 dimensioni di usabilità

Dall'analisi effettuata facendo riferimento alle **5 dimensioni principali di usabilità** si è riscontrato che:

- a. Utilizzando il sito per la prima volta si riescono a portare a termine **task semplici**, anche se con qualche difficoltà durante la navigazione, inerenti ad esempio all'accesso al carrello.
- b. Alcune pagine del sito sono raggiungibili solo attraverso link riportati solo all'interno di un'unica pagina e la **disposizione generale di prodotti e informazioni** obbliga l'utente a scorrere diverse pagine prima di trovare ciò che cerca. Non essendo presenti delle scorciatoie, la fase di acquisto risulta piuttosto lunga anche per un utente esperto.
- c. Dopo un periodo di inutilizzo, l'utente riesce comunque a portare a termine le task principali e a ritrovare le informazioni di suo interesse all'interno del sito.
- d. I **messaggi di errore** sono correttamente segnalati e spiegano all'utente come risolvere l'errore, ma **mancano breadcrumb o pulsanti per tornare indietro** nel caso di un errore di percorso.
- e. Le immagini scelte sono belle e accattivanti, ma sono presenti **muri di testo** troppo lunghi e un **contrasto troppo leggero** con lo sfondo. La navigazione risulta troppo macchinosa.

Nel complesso il sito risulta **abbastanza usabile**, però il posizionamento degli elementi non è sempre intuitivo e spesso si rischia di cliccare per errore sui link contenuti nel testo o nelle immagini.

Accessibilità

In ottica di accessibilità è stato notato come le *call to action* siano **semplici e intuitive** e gli **elementi grafici coerenti**, non siano necessarie interazioni che dipendono dal dispositivo utilizzato e non ci siano elementi che si muovono nella pagina.

Tuttavia sono stati rilevati alcuni **pain point**:

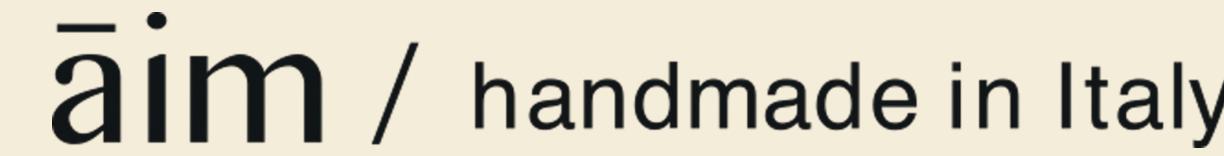
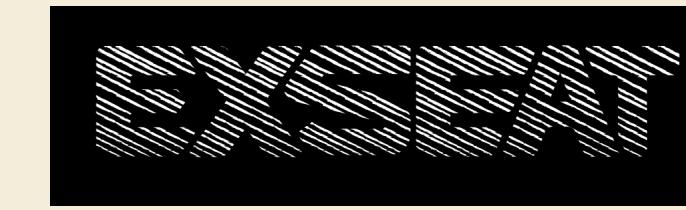
- Sono presenti **muri di testo con contrasto basso** tra il colore del testo e lo sfondo. Inoltre i **link nel testo sono difficilmente individuabili** e le informazioni importanti spesso non vengono messe in risalto. Inoltre è difficile capire quali **immagini** se cliccate portino ad altre pagine e quali no.
- La **divisione e organizzazione dei prodotti** sono poco chiare e l'**eccessivo scrolling** necessario in molte parti del sito, assieme alla lunghezza di alcuni percorsi come quello di acquisto, potrebbero rappresentare una difficoltà per alcuni utenti.
- Non sono presenti **testi alternativi** che descrivano le immagini, i link o i bottoni contenuti nel sito, nemmeno per l'icona del carrello contenuta nella pagina Shop. Anche le immagini prodotto non hanno testi alternativi che descrivano come sia fatto l'oggetto.
- In molte pagine sono presenti **più link che rimandano alla stessa pagina** e ciò è spesso poco o per nulla chiaro.
- La navigazione non è semplificata da **breadcrumb** o da pulsanti che permettano di tornare indietro e manca una **barra di ricerca**
- Nella versione mobile, i **pulsanti** e i **campi del form** risultano **troppo piccoli** per essere facilmente selezionati da tutti gli utenti
- In generale, la navigazione sul sito **non è ottimizzata per utenti che utilizzano screen reader**.

Analisi dei competitor

Si sono presi in considerazione brand che fossero **competitor diretti** di Ecodream. Le aziende scelte hanno dunque in comune con il brand le seguenti caratteristiche:

- Sostengono il **Made in Italy** e non delocalizzano la produzione principale dei prodotti;
- Sono brand **sostenibili**;
- Producono solo prodotti **artigianali**;
- Utilizzano **materiali di recupero e/o di scarto**;
- Il loro principale canale di vendita è l'**e-commerce**;
- La fascia di prezzo è **medio bassa** e accessibile allo stesso target di utenti.

È stata condotta un'analisi comparativa della UX in generale, delle caratteristiche dei siti web e delle barre di navigazione.



Layout del sito web

Nella valutazione del layout del sito web, Ecodream si posiziona **penultimo**, solo il brand AIM ha infatti implementato meno features tra quelle prese in considerazione.

In particolare, ci sono alcune *feature* che almeno 3 competitor hanno ed

Ecodream non ha:

- Una **homepage chiara** che mette in risalto il brand e lo Shop;
- Una **barra di navigazione**, una **barra di ricerca** e il carrello posto nell'header;
- I **filtri** di ricerca;
- Un **header fisso** durante lo scroll.

Elementi aggiuntivi

Nella valutazione degli elementi aggiuntivi, Ecodream è uno dei brand presi in considerazione che ha implementato **più feature** tra quelle scelte.

Modalità di contatto con l'azienda

In quest'ambito Ecodream si impegna a fornire **più modalità di contatto all'utente**, senza distinguersi però dai competitor. Ci sono infatti alcune *feature* che i competitor hanno ed **Ecodream non ha:**

- Tutti i competitor hanno anche una **newsletter**;
- Un competitor ha anche un **Chatbot**.

Informazioni disponibili

Ecodream **spicca** in questo'ambito, in quanto fornisce all'utente la maggior parte delle informazioni che potrebbe voler consultare in modo più dettagliato rispetto a molti competitor.

Al **brand mancano** infatti solo due elementi, che potrebbe valutare di implementare:

- **FAQ**;
- **Recensioni dei prodotti**.

Personas



Giulia 33 anni, architetto ecologista

*“Preferisco comprare meno,
purché ecosostenibile e di
qualità.”*

Bio

Giulia è un architetto di 33 anni che lavora come libera professionista. È una grande lettrice e ha sempre in borsa un libro da leggere nei mezzi pubblici che prende tutti i giorni per andare a lavoro. Molto attenta all'ambiente, cerca sempre di fare scelte sostenibili tanto nel lavoro quanto nella vita privata.

Bisogni

- Acquistare una borsa nuova che abbia abbastanza spazio per contenere anche uno o due libri presso un'azienda etica e sostenibile
- Preferirebbe spendere di più e acquistare un prodotto che sia sostenibile e resistente

Comportamenti

- Preferisce fare acquisti in negozi fisici, ma quando non trova quello che sta cercando acquista anche online
- Quando acquista online controlla che il brand sia ecosostenibile
- Filtra sempre i prodotti per colore e modello, in modo da cercare ciò che le piace di più
- Legge sempre le recensioni degli altri utenti e se può crea wishlist per poter comparare gli articoli che le piacciono in un secondo momento

Frustrazioni

- I siti difficili da navigare e con testi troppo lunghi e la mancanza di foto e recensioni dei prodotti
- Prezzi troppo alti rispetto alla qualità dei materiali
- La mancanza di filtri per ottimizzare la ricerca e la carenza di informazioni riguardo materiali e prodotti



Lisa

23 anni, studentessa risparmiatrice

“Adoro sapere che ciò che ho comprato ha già una sua storia.”

Bio

Lisa è una studentessa di lingue di 24 anni che ama fare shopping nei negozi dell'usato. Porta sempre con sé la sua bottiglia termica per non usare troppe bottigliette di plastica e nel tempo libero ama passeggiare per le città e scattare foto.

Bisogni

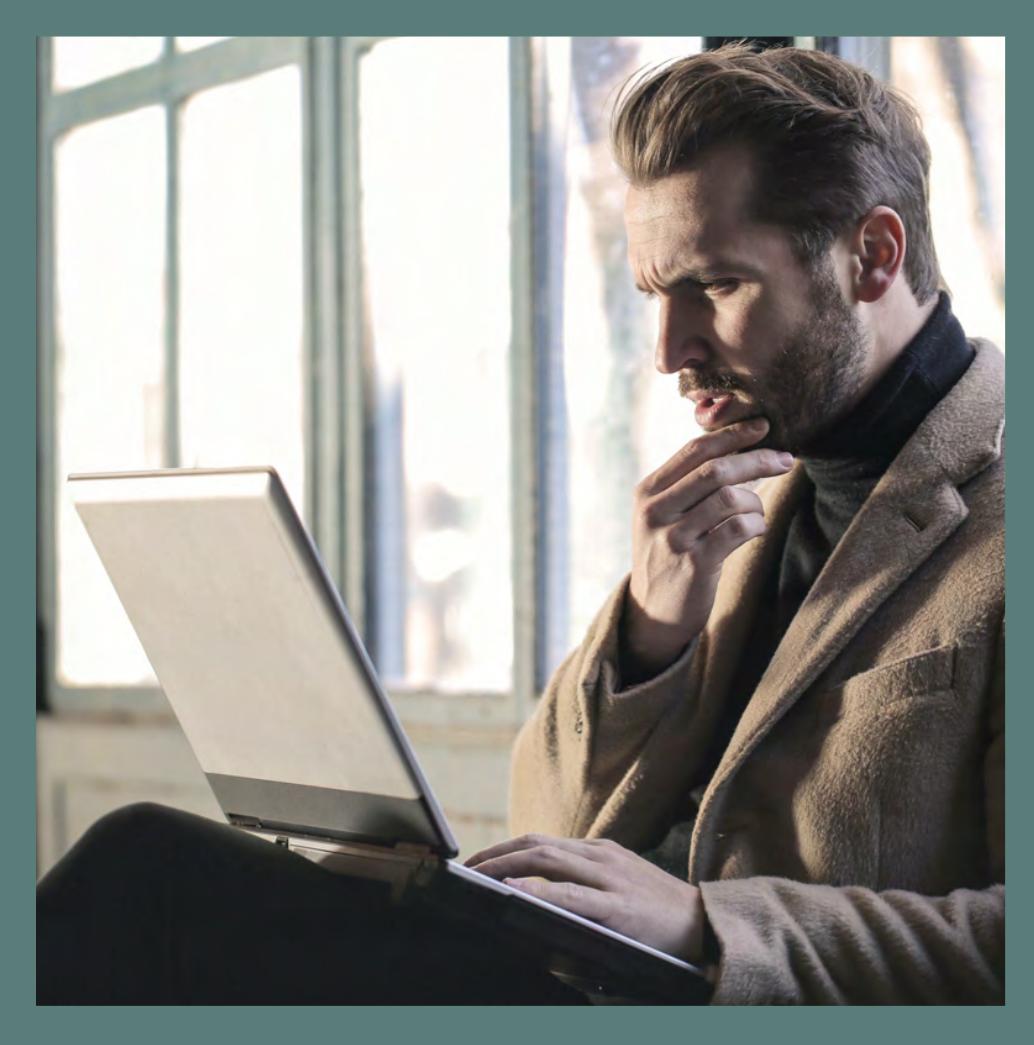
- Acquistare una borsa che possa contenere sia la sua macchina fotografica che la sua bottiglia termica, ma che non sia troppo ingombrante
- Le piacerebbe trovare qualcosa che le possa durare a lungo, ma senza spendere troppo

Comportamenti

- Le piace acquistare in negozi fisici per toccare ciò che le interessa, ma se non ne ha il tempo o non trova ciò che sta cercando guarda anche online usando lo smartphone
- Quando acquista online è solita ordinare i prodotti per prezzo crescente e consulta come prima cosa le offerte e i feedback degli altri utenti
- Se non trova un prodotto che faccia per lei tra le offerte, preferisce cercarlo direttamente digitando parole chiave nella barra di ricerca

Frustrazioni

- Non trovare alcuna recensione dei prodotti che le interessano
- Non poter ordinare i prodotti per prezzo crescente
- La mancanza di numerose foto del prodotto
- Non trovare facilmente informazioni sulle spese e i tempi di consegna



Dario

40 anni, HR viaggiatore

“Acquistare online mi permette di avere più tempo per progettare il prossimo viaggio..”

Bio

Dario ha 40 anni ed è HR in una grande azienda. Nel tempo libero ama viaggiare e usa spesso il camper o l'aereo a seconda della destinazione da raggiungere. Durante i suoi viaggi ha iniziato ad avere più consapevolezza dell'importanza di vivere in modo più sostenibile. Quando fa acquisti cerca di trovare un buon compromesso tra ciò che gli serve e la sostenibilità dei prodotti.

Bisogni

- Acquistare uno zaino resistente e di qualità da usare durante i suoi viaggi. Dev'essere compatto ma capiente in modo da poterlo portare con sé sia in aereo che in camper
- Sarebbe felice di trovarne uno versatile in modo da poterlo utilizzare anche per portare il computer quando va a lavoro. Trovarne uno sostenibile sarebbe un plus che prenderebbe in considerazione

Comportamenti

- Effettua quasi sempre i propri acquisti online con il suo smartphone
- Per scegliere un prodotto consulta sia le offerte che le informazioni sui materiali per essere sicuro che siano resistenti e di qualità
- Guarda sempre anche le recensioni di chi ha già acquistato i prodotti prima di comprarli

Frustrazioni

- I siti non ottimizzati per smartphone
- I prodotti che non corrispondono alle immagini
- La mancanza di filtri che gli permettano di visualizzare solo i prodotti a cui è interessato
- La mancanza di recensioni

User journey



Giulia, architetto ecologista

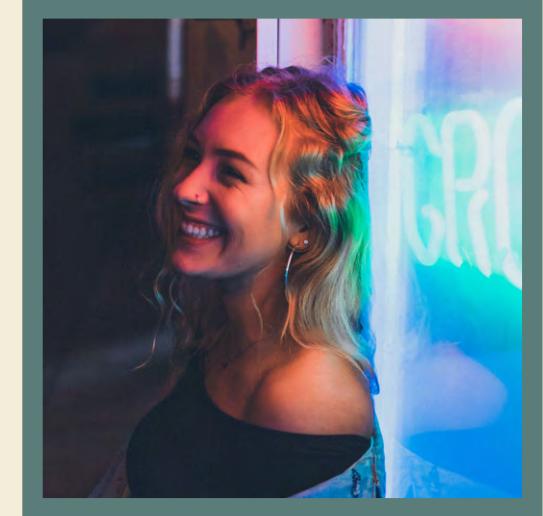
Bio

Architetto e grande lettrice. Ha sempre in borsa almeno un libro da leggere nei mezzi pubblici che prende per andare a lavoro. Cerca sempre di fare scelte sostenibili tanto nel lavoro quanto nella vita privata.

Bisogni

Sta cercando una borsa che abbia abbastanza spazio per contenere anche dei libri. Sta cercando un'azienda che sia etica e sostenibile, attenta sia ai materiali che utilizza che alle condizioni dei propri lavoratori.

	Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none"> Scopre Ecodream grazie ad un post sponsorizzato che le compare nel feed; Visita subito la pagina Instagram del brand; Visita l'homepage del sito. 	<ul style="list-style-type: none"> Si informa sulla sostenibilità dell'azienda; Guarda i vari modelli di borse. 	<ul style="list-style-type: none"> Va nello Shop per controllare i prezzi; Sceglie il prodotto che le piace di più e che soddisfa meglio i suoi bisogni. 	<ul style="list-style-type: none"> Selezione il prodotto; Lo mette nel carrello; Acquista il prodotto.
Pensieri	<p>Questi modelli mi piacciono molto! Sembra siano ecosostenibili... Provo a dare un'occhiata sul loro sito, magari ci sono anche altri modelli...</p>	<p>Certo che la pagina About di questa azienda non finisce più... Ah ma le foto dei modelli sono cliccabili! Non ricordo più come si chiamasse questo modello.</p>	<p>Devo dire che i prezzi sono davvero interessanti! Dovrei aver trovato il modello che mi piace.</p>	<p>Finalmente sono riuscita a capire quale colore scegliere. Speriamo bene, ci sono poche foto e nessuna recensione cliente...</p>
Emozioni	 Entusiasta	 Confusa	 Speranzosa	 Incerta
Touch point	<ul style="list-style-type: none"> Pagina Instagram Homepage del sito internet 	<ul style="list-style-type: none"> Pagina About Modelli Borse 	<ul style="list-style-type: none"> Borse MN Shop 	<ul style="list-style-type: none"> MN - pagina del modello che le piace Carrello Checkout
Pain point	<ul style="list-style-type: none"> Scroll infinito; Non si capisce bene quali immagini siano dei link o dove portino le immagini link senza prima cliccarci sopra. 	<ul style="list-style-type: none"> Testi della pagina About molto lunghi con poco utilizzo del grassetto; In Borse le foto dei modelli non hanno nome e non è chiaro da subito che siano cliccabili; Nomi dei modelli strani e simili tra loro. 	<ul style="list-style-type: none"> Non si capiscono i colori disponibili senza visualizzare tutti gli articoli; Non si possono filtrare i prodotti per colore. 	<ul style="list-style-type: none"> Difficile individuare in poco tempo la versione del modello che piace di più senza essere costretti ad andare continuamente su e giù per la pagina dello Shop; Mancanza recensioni clienti; Poche foto.
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> Ridurre le immagini che rimandano alla stessa pagina del sito; Maggiore coerenza tra link e pagina a cui si viene rimandati; Segnalare meglio quali immagini siano link. 	<ul style="list-style-type: none"> Rendere più semplice da leggere il testo in About; Aggiungere i nomi dei modelli vicino alle foto in Borse. 	<ul style="list-style-type: none"> Aggiungere dei filtri nello Shop; Raggruppare le stesse versioni di un modello dando la possibilità di vedere i colori disponibili tramite tag. 	<ul style="list-style-type: none"> Riprogettare lo Shop per semplificare la visualizzazione dei prodotti; Implementare le recensioni dei clienti.



Lisa, studentessa risparmiatrice

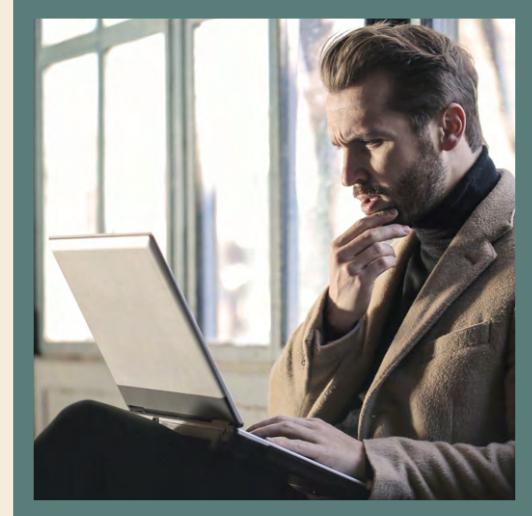
Bio

Studentessa di lingue che ama fare shopping nei negozi dell'usato. Porta sempre con sé la sua bottiglia termica e nel tempo libero ama scattare foto e confezionare gonne con tessuti di seconda mano.

Bisogni

Vorrebbe una borsa resistente che possa contenere sia la sua macchina fotografica che la sua bottiglia termica, ma che non sia troppo ingombrante, senza spendere troppo.

	Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none"> Ha trovato Ecodream tramite una ricerca di Google; Legge un articolo di un blog a riguardo; Visita il sito internet del brand. 	<ul style="list-style-type: none"> Si informa sui materiali; Si informa su tempi e spese di consegna. 	<ul style="list-style-type: none"> Va nello Shop per informarsi sui prezzi; Cerca un prodotto che soddisfi i suoi gusti e i suoi bisogni. 	<ul style="list-style-type: none"> Seleziona il prodotto; Lo mette nel carrello; Acquista il prodotto.
Pensieri	Sembra che questo brand sia davvero interessante e offre più modelli senza essere troppo costoso.	Ci sono davvero molte informazioni sui materiali! Peccato non ci sia una pagina dedicata alle offerte.	Certo si possono filtrare i prodotti per prezzo crescente, ma lo scroll è infinito e non capisco quali modelli ho visto e quali mi manchino.	Ho trovato il modello che mi piace ma ha poche immagini e nessuna recensione.... spero non mi arrivi un prodotto completamente diverso!
Emozioni	 Fiduciosa	 Speranzosa	 Scoraggiata	 Dubbiosa
Touch point	<ul style="list-style-type: none"> Homepage del sito internet Shop 	<ul style="list-style-type: none"> Materiali About Shop Spedizioni e resi 	<ul style="list-style-type: none"> Shop OUTLET MN EMESS NJ VEGAN 	<ul style="list-style-type: none"> Pagina del prodotto che le piace Carrello Checkout
Pain point	<ul style="list-style-type: none"> Ci sono link nelle immagini della homepage che portano allo Shop senza segnalarlo in modo chiaro. 	<ul style="list-style-type: none"> Per tornare indietro e selezionare un altro materiale bisogna usare i comandi della finestra web e da smartphone è un po' complicato; Informazioni sulle spedizioni difficili da trovare. 	<ul style="list-style-type: none"> Struttura dello Shop complicata; Scroll infinito; Mancanza barra di ricerca. 	<ul style="list-style-type: none"> Mancanza recensioni clienti; Poche foto e non sempre della versione scelta del modello; Informazioni nella pagina prodotto molto lunghe.
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> Segnalare meglio le immagini che contengono link e dove portano. 	<ul style="list-style-type: none"> Inserire dei <i>breadcrumb</i> per poter tornare indietro alle sezioni precedenti del sito; Spostare le informazioni sulle spedizioni nel footer. 	<ul style="list-style-type: none"> Ottimizzare la struttura del sito web; Implementare una barra di ricerca. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementare recensioni clienti; Inserire le foto del modello del colore e versione scelti; Rendere la pagina prodotto più semplice da consultare.



Dario, HR viaggiatore

Bio

HR che ama viaggiare in camper o in aereo a seconda della destinazione da raggiungere. Quando fa acquisti cerca di trovare un buon compromesso tra ciò che gli serve e la sostenibilità dei prodotti.

Bisogni

Sta cercando uno zaino resistente e di qualità da usare durante i suoi viaggi, compatto ma capiente. Possibilmente versatile per poterlo utilizzare quando va a lavoro in bicicletta.

	Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none"> Ha scoperto il brand per caso cercando zaini su Google e scartando altri brand che non lo convinsevano; Visita il sito di Ecodream. 	<ul style="list-style-type: none"> Si informa sui modelli di zaino a disposizione; Si informa sui materiali usati dall'azienda. 	<ul style="list-style-type: none"> Sceglie il modello di zaino che fa più al caso suo; Va nello Shop per vedere le versioni esistenti; Aggiunge quelle che gli interessano di più al carrello. 	<ul style="list-style-type: none"> Cerca il carrello all'interno del sito; Elimina gli articoli che gli piacciono meno e tiene quello che l'ha convinto di più; Procede all'acquisto.
Pensieri	<p>Questi zaini sembrano davvero carini e in più sembra che l'azienda sia anche ecosostenibile, vale la pena dare un'occhiata.</p>	<p>I modelli mi piacciono e i materiali sembrano resistenti, però il sito è difficile da navigare e per trovare qualsiasi cosa ci si impiega troppo tempo.</p>	<p>Ci sono vari colori di questo modello e ogni pagina prodotto ha anche misure e informazioni sui materiali! Peccato non ci siano recensioni che mi possano aiutare a scegliere né filtri per vedere solo i colori che mi interessano di più.</p>	<p>Ma possibile sia complicato ritrovare anche il carrello? Dove avevo visto l'icona?</p>
Emozioni	 <p>Interessato</p>	 <p>Innervosito</p>	 <p>Indeciso</p>	 <p>Stanco</p>
Touch point	<ul style="list-style-type: none"> Homepage About 	<ul style="list-style-type: none"> Modelli Zaini UBY UB 	<ul style="list-style-type: none"> UBY Shop Pagine prodotti 	<ul style="list-style-type: none"> Shop Carrello Checkout
Pain point	<ul style="list-style-type: none"> La homepage ha immagini grandi e molto da scrollare; Sembra che l'unica CTA sia quella del pulsante "Scopri di più". 	<ul style="list-style-type: none"> La navigazione non è semplificata da breadcrumb o da pulsanti che permettano di tornare indietro; I testi sono molto lunghi; Immagini molto grandi senza didascalie. 	<ul style="list-style-type: none"> Mancanza di filtri; Mancanza di recensioni. 	<ul style="list-style-type: none"> Il carrello non è facilmente ritrovabile se non se ne ricorda la posizione.
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> Ottimizzare la homepage rendendo le CTA più chiare; La struttura del sito e della homepage non è molto chiara. 	<ul style="list-style-type: none"> Rendere la navigazione all'interno del sito più semplice e accessibile; Rimpicciolire le immagini e dare loro un contesto (ad esempio aggiungendo il nome del modello sotto l'immagine corrispondente). 	<ul style="list-style-type: none"> Aggiungere filtri per i prodotti; Aggiungere le recensioni dei clienti. 	<ul style="list-style-type: none"> Spostare l'icona del carrello nell'header.

Service blueprint

	SCOPERTA	NAVIGAZIONE	SCELTA	ACQUISTO	POST-ACQUISTO
Azioni utente	L'utente viene a conoscenza del brand e ne visita i social o il sito web.	L'utente naviga tra le pagine del sito web, cerca informazioni sul brand, sui materiali, sui modelli disponibili.	L'utente sceglie uno o più prodotti e li aggiunge al suo carrello. Potrebbe decidere di richiedere una personalizzazione.	L'utente procede con l'acquisto inserendo i dati personali, il metodo di pagamento, l'indirizzo di spedizione e conferma l'acquisto.	L'utente controlla il tracciamento della spedizione e riceve l'ordine a casa.
Line of interaction					
Touch point	<ul style="list-style-type: none"> • Articoli • Instagram, Facebook • Sito web 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Form di contatto • Mail 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web 	<ul style="list-style-type: none"> • Sito web • Casella postale
Front stage	Pagine web con articoli su Ecodream; profili social del brand con fotografie dei prodotti; homepage del sito web.	Pagine <i>About</i> , <i>Modelli e Materiali</i> , ma anche informazioni sui termini e condizioni d'uso, le spedizioni e i resi, i metodi di pagamento.	Pagina dei prodotti con tutte le informazioni del prodotto scelto (foto, prezzo, misure, materiali); riepilogo con informazioni di base dei prodotti scelti, prezzi, quantità, foto, importo totale. Compilazione form di contatto.	Form con dati di spedizione e fatturazione; scelta del metodo di pagamento; conferma dell'acquisto e riepilogo dell'ordine.	Tracking del pacco sul sito.
Line of visibility					
Back stage	Gestione delle pagine social e del sito web; collaborazione con l'agenzia di comunicazione per la pianificazione dei contenuti social.	Gestione e aggiornamento del sito web.	Risposta al form di contatto e creazione del prodotto personalizzato. Aggiornamento del database dell'e-commerce. Gestione e manutenzione del sito.	Ricezione del pagamento e della conferma dell'ordine; aggiornamento dell'inventario e preparazione della spedizione. Contatto con il corriere.	Gestione e aggiornamento del tracking sul sito.
Processi di supporto	L'agenzia di comunicazione cura la presenza del brand sui social anche tramite campagne di adv.	L'agenzia di comunicazione crea contenuti multimediali per il sito, aggiornando anche il database dell'e-commerce quando necessario.	Modifica della quantità dei prodotti in stock nel sito.	Sistema di pagamento, e-mail automatiche di sistema, vettore prende in consegna il pacco e lo trasporta.	Il vettore rende disponibili le informazioni sul tracciamento e consegna il pacco all'utente. Conferma l'avvenuta consegna al brand.

Nuove user journey - Considerati i pain point e opportunità precedentemente individuati



Giulia, architetto ecologista

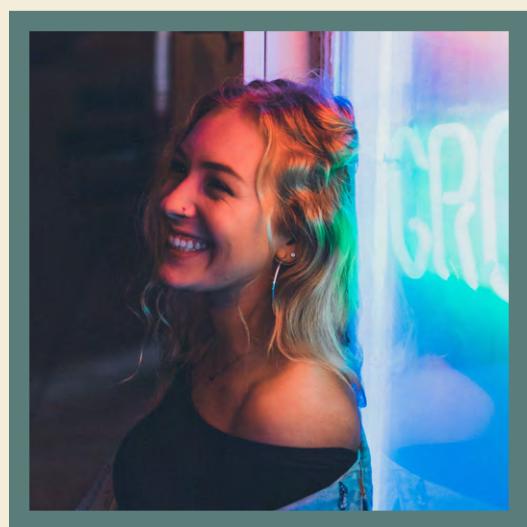
Bio

Architetto e grande lettrice. Ha sempre in borsa almeno un libro da leggere nei mezzi pubblici che prende per andare a lavoro. Cerca sempre di fare scelte sostenibili tanto nel lavoro quanto nella vita privata.

Bisogni

Sta cercando una borsa che abbia abbastanza spazio per contenere anche dei libri. Sta cercando un'azienda che sia etica e sostenibile, attenta sia ai materiali che utilizza che alle condizioni dei propri lavoratori.

	Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none"> Scopre Ecodream grazie ad un post sponsorizzato che le compare nel feed; Visita subito la pagina Instagram del brand; Visita l'homepage del sito. 	<ul style="list-style-type: none"> Si informa sulla sostenibilità dell'azienda; Guarda i vari modelli di borse. 	<ul style="list-style-type: none"> Va nello Shop per controllare i prezzi; Sceglie il prodotto che le piace di più e che soddisfa meglio i suoi bisogni. 	<ul style="list-style-type: none"> Seleziona il prodotto; Lo mette nel carrello; Acquista il prodotto.
Pensieri	<p>Questi modelli mi piacciono molto! Sembra siano ecosostenibili... Provo a dare un'occhiata sul loro sito, magari ci sono anche altri modelli.</p>	<p>Finalmente un brand trasparente che fornisce informazioni chiare! Ha anche una vasta scelta di modelli e colori.</p>	<p>I prezzi sono davvero onesti e competitivi e ho trovato proprio quello che fa per me!</p>	<p>E' stato davvero facile trovare la borsa che mi serviva ed è pure del mio colore preferito! Appena arriverà metterò sicuramente una recensione positiva.</p>
Emozioni	😊 Entusiasta	😊 Felice	😊 Elettrizzata	😊 Appagata
Touch point	<ul style="list-style-type: none"> Pagina Instagram; Homepage del sito internet. 	<ul style="list-style-type: none"> Pagina About Modelli Borse 	<ul style="list-style-type: none"> Borse MN Shop 	<ul style="list-style-type: none"> MN - pagina del modello che le piace Carrello Checkout
Opportunità	<ul style="list-style-type: none"> Le CTA vengono segnalate in modo chiaro, non ci sono più CTA che rimandano alla stessa pagina; Ogni immagine che contiene un link che rimanda ad un'altra pagina è opportunamente segnalata e si illumina quando si passa il cursore del mouse sopra di essa. 	<ul style="list-style-type: none"> La gerarchia delle informazioni è stata riprogettata in modo da rendere la lettura più facile e scorrevole; I modelli sono sempre presentati con il loro nome, che nella pagina "Modelli" è segnalato come link. 	<ul style="list-style-type: none"> Possibilità di filtrare i prodotti per colore e caratteristiche; La disponibilità di diversi colori e versioni è segnalata tramite tag. 	<ul style="list-style-type: none"> Riprogettazione dello Shop per semplificare la visualizzazione dei prodotti; Le recensioni dei clienti sono state implementate; Inserite più fotografie per ogni versione dei vari modelli disponibili.



Lisa, studentessa risparmiatrice

Bio

Studentessa di lingue che ama fare shopping nei negozi dell'usato. Porta sempre con sé la sua bottiglia termica e nel tempo libero ama scattare foto e confezionare gonne con tessuti di seconda mano.

Bisogni

Vorrebbe una borsa resistente che possa contenere sia la sua macchina fotografica che la sua bottiglia termica, ma che non sia troppo ingombrante, senza spendere troppo.

	Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none">Ha trovato Ecodream tramite una ricerca di Google;Legge un articolo di un blog a riguardo;Visita il sito internet del brand.	<ul style="list-style-type: none">Si informa sui materiali;Si informa su tempi e spese di consegna.	<ul style="list-style-type: none">Va nello Shop per informarsi sui prezzi;Cerca un prodotto che soddisfi i suoi gusti e i suoi bisogni.	<ul style="list-style-type: none">Seleziona il prodotto;Lo mette nel carrello;Acquista il prodotto.
Pensieri	<i>Sembra che questo brand sia davvero interessante e offre più modelli senza essere troppo costoso.</i>	<i>Tutte le informazioni si trovano in un attimo!</i>	<i>Si possono ordinare gli articoli per ordine crescente di prezzo e ho già trovato il modello che mi piace di più!</i>	Questa borsa è stupenda! Non vedo l'ora di usarla per un'uscita fotografica!
Emozioni				
Touch point	<ul style="list-style-type: none">Homepage del sito internetShop	<ul style="list-style-type: none">MaterialiAboutShopSpedizioni e resi	<ul style="list-style-type: none">ShopOUTLETMNEMESSNJVEGAN	<ul style="list-style-type: none">Pagina del prodotto che le piaceCarrelloCheckout
Opportunità	<ul style="list-style-type: none">Le CTA sono chiare e le immagini cliccabili sono facilmente distinguibili.	<ul style="list-style-type: none">Implementazione dei breadcrumb all'interno del sito;Informazioni sulle spedizioni nel footer assieme a termini e condizioni.	<ul style="list-style-type: none">Ottimizzazione della struttura del sito web per rendere la navigazione più semplice ed accessibile;Presenza di una barra di ricerca.	<ul style="list-style-type: none">Presenza di recensioni clienti;Numerose foto per ogni colore e versione di ogni modello;La pagina prodotto è stata ottimizzata per rendere tutte le informazioni più semplici da leggere.



Dario, HR
viaggiatore

Bio
HR che ama viaggiare in camper o in aereo a seconda della destinazione da raggiungere. Quando fa acquisti cerca di trovare un buon compromesso tra ciò che gli serve e la sostenibilità dei prodotti.

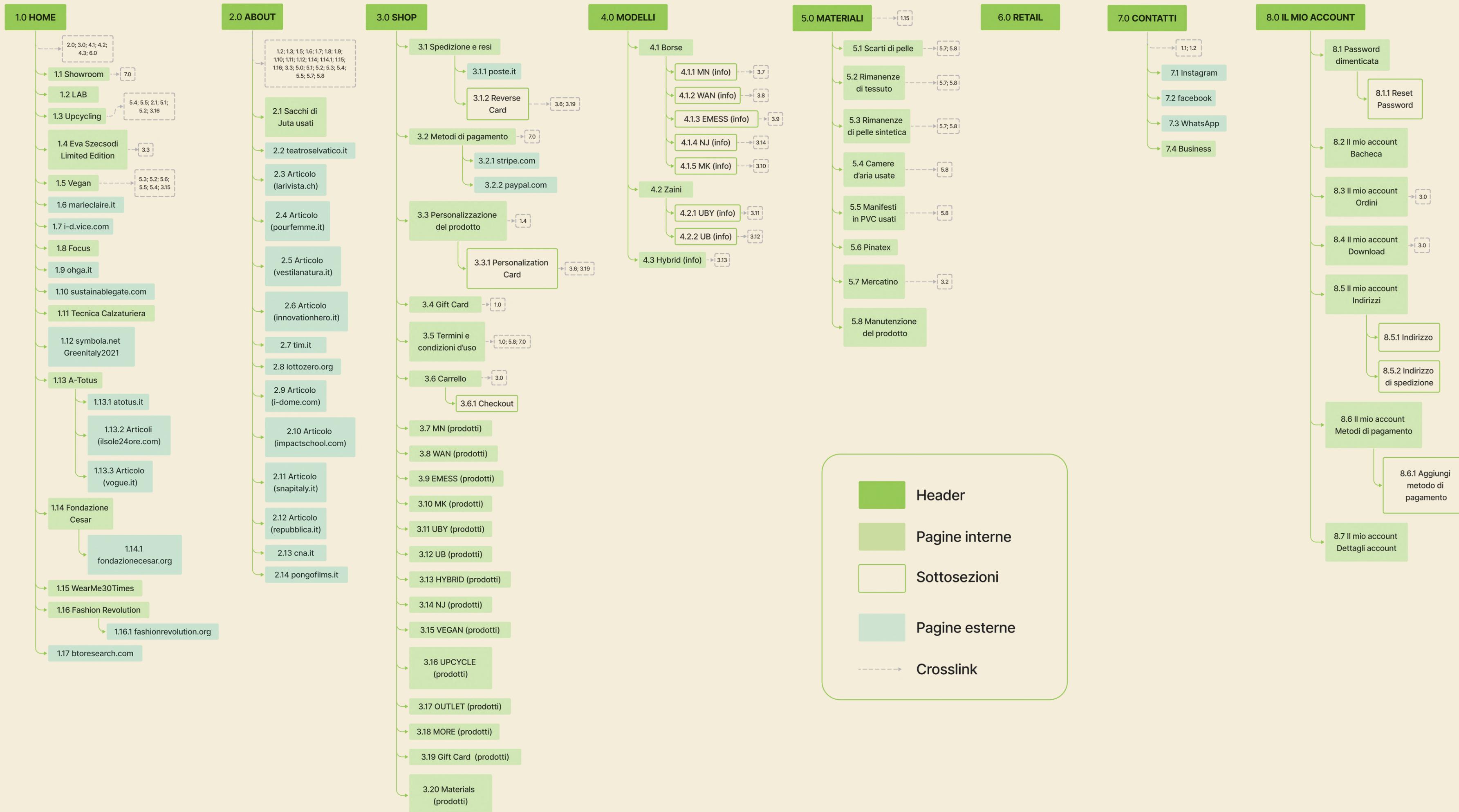
Bisogni
Sta cercando uno zaino resistente e di qualità da usare durante i suoi viaggi, compatto ma capiente. Possibilmente versatile per poterlo utilizzare quando va a lavoro in bicicletta.

		Scoperta	Navigazione	Scelta	Acquisto
Attività	<ul style="list-style-type: none">Ha scoperto il brand per caso cercando zaini su Google e scartando altri brand che non lo convinse;Visita il sito di Ecodream.	<ul style="list-style-type: none">Si informa sui modelli di zaino a disposizione;Si informa sui materiali usati dall'azienda.	<ul style="list-style-type: none">Sceglie il modello di zaino che fa più al caso suo;Va nello Shop per vedere le versioni esistenti;Aggiunge quelle che gli interessano di più al carrello.	<ul style="list-style-type: none">Cerca il carrello all'interno del sito;Elimina gli articoli che gli piacciono meno e tiene quello che l'ha convinto di più;Procede all'acquisto.	
Pensieri	<p>Questi zaini sembrano davvero carini e in più sembra che l'azienda sia anche ecosostenibile, vale la pena dare un'occhiata.</p>	<p>I modelli mi piacciono e i materiali sembrano resistenti. Ho trovato subito le informazioni che cercavo.</p>	<p>Le pagine prodotto hanno tutte le informazioni che mi servono e le recensioni sono molto utili per semplificare la scelta dello zaino.</p>	<p>Ma possibile sia complicato ritrovare anche il carrello? Dove avevo visto l'icona?</p>	
Emozioni					
Touch point	<ul style="list-style-type: none">HomepageAbout	<ul style="list-style-type: none">ModelliZainiUBYUB	<ul style="list-style-type: none">UBYShopPagine prodotti	<ul style="list-style-type: none">ShopCarrelloCheckout	
Opportunità	<ul style="list-style-type: none">Le CTA sono state rese più chiare;Gli elementi del sito e il loro layout sono stati ottimizzati per rendere la navigazione più semplice e intuitiva.	<ul style="list-style-type: none">La struttura del sito è stata ottimizzata per rendere la navigazione più agevole e accessibile;Tutte le immagini hanno una didascalia o il nome del rispettivo modello abbinato;I testi sono stati snelliti e ottimizzati per essere più facilmente fruibili;Ci sono breadcrumb che aiutano ulteriormente l'utente durante la navigazione.	<ul style="list-style-type: none">C'è la possibilità di filtrare i prodotti per modello e caratteristiche;La pagina prodotto è stata ottimizzata per rendere tutte le informazioni più facilmente consultabili;Sono presenti le recensioni degli utenti.	<ul style="list-style-type: none">L'icona del carrello è stata spostata nell'header.	

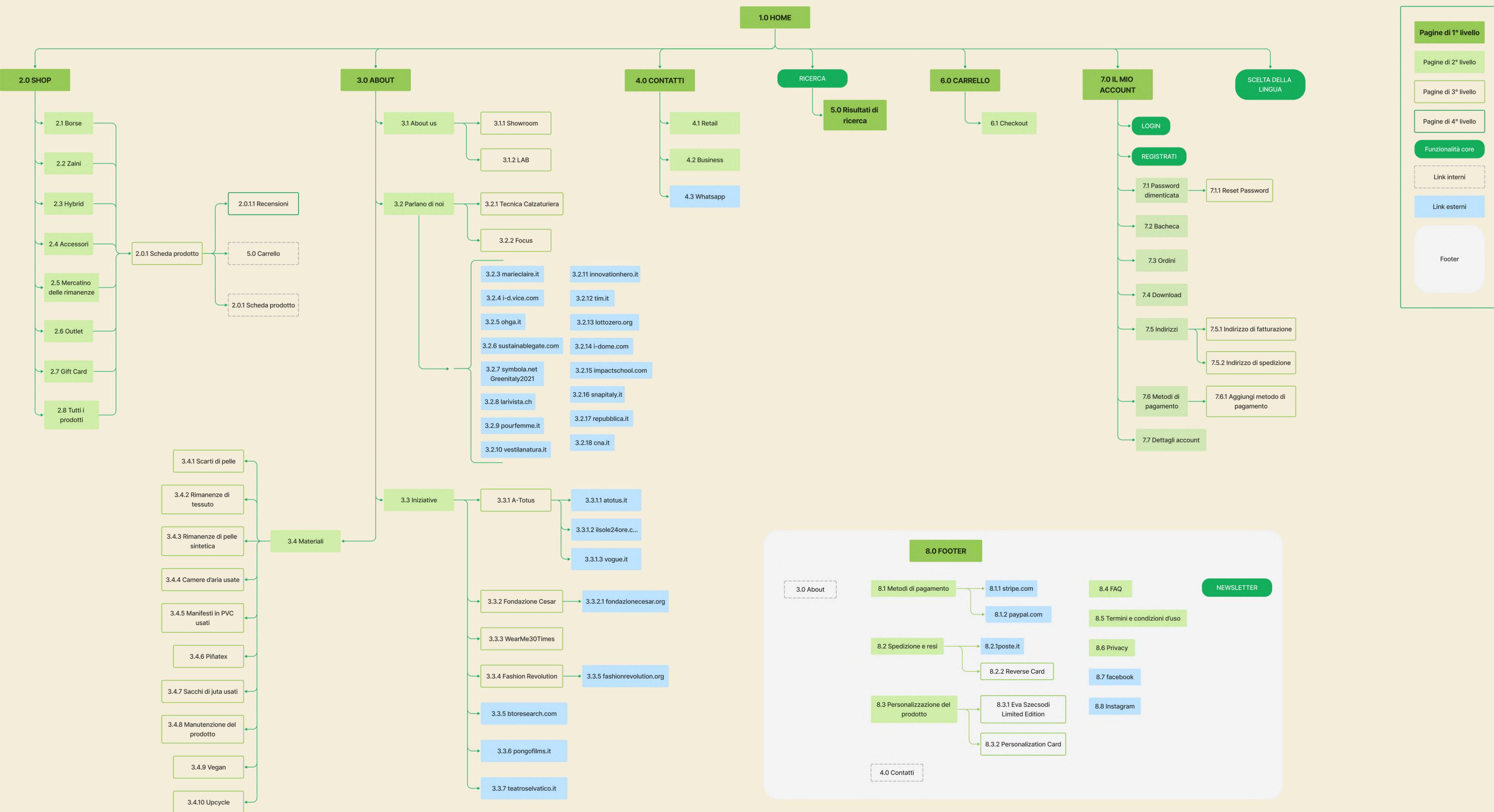
Opportunità individuate

- **Snellire i testi**, renderli più **semplici** da leggere (anche tramite l'uso di grassetto e corsivo);
- Rendere le **CTA più chiare**;
- Rimpicciolire le **immagini** dando loro un contesto e segnalare quali siano cliccabili e dove portino, aggiungendo anche didascalie e i nomi dei modelli;
- Implementare: una **barra di ricerca**, i **filtri**, le **recensioni**, i **breadcrumb**;
- **Ottimizzare l'AI** del sito per renderla più accessibile, ad esempio: unendo le sezioni “Shop” e “Modelli”, inserendo in “About” una sezione dedicata alle informazioni sull’azienda e una dedicata alla Press, spostando il mercatino delle rimanenze nello “Shop” e la sezione “Retail” in “Contatti”;
- Spostare le informazioni sulle spedizioni e altre **pagine informative nel footer** e l’icona del **carrello nell’header**;
- Riprogettare la **struttura dello Shop** rendendola più semplice;
- Si potrebbero raggruppare le stesse versioni di un modello in un’**unica pagina prodotto**, dando la possibilità di vedere i colori disponibili tramite tag;
- Aumentare il numero di foto per ogni modello;
- Rivedere il layout.

Sitemap attuale



Nuova sitemap



Wireframing

Per realizzare i wireframe mi sono basata sui dati raccolti e sulle opportunità individuate durante la fase di Discovery.

- Per il **wireframe desktop** è stata utilizzata una griglia di **12 colonne**, con gutter da 20px e larghezza delle colonne da 88px.
- Per il **wireframe mobile** è stata utilizzata una griglia di **4 colonne**, con gutter da 20 px e margini di 16 px.

Wireframe desktop

Header e footer

Header e footer hanno subito dei cambiamenti rilevanti:

- Nell'**header** è stato mantenuto il logo centrale, posizionando i bottoni di navigazione **Shop**, **About** e **Contatti** a sinistra ed inserendo a destra i bottoni della **ricerca**, del **carrello**, dello **user account** e della **scelta della lingua**.
- Il **footer** contiene ancora i pulsanti dei **social**, ma sono stati aggiunti **nuovi elementi** quali: il **logo**, una **presentazione del brand** con un pulsante che rimanda alla sezione About, i link ad **informazioni sul servizio**, i **contatti** e una sezione per iscriversi alla **newsletter**.

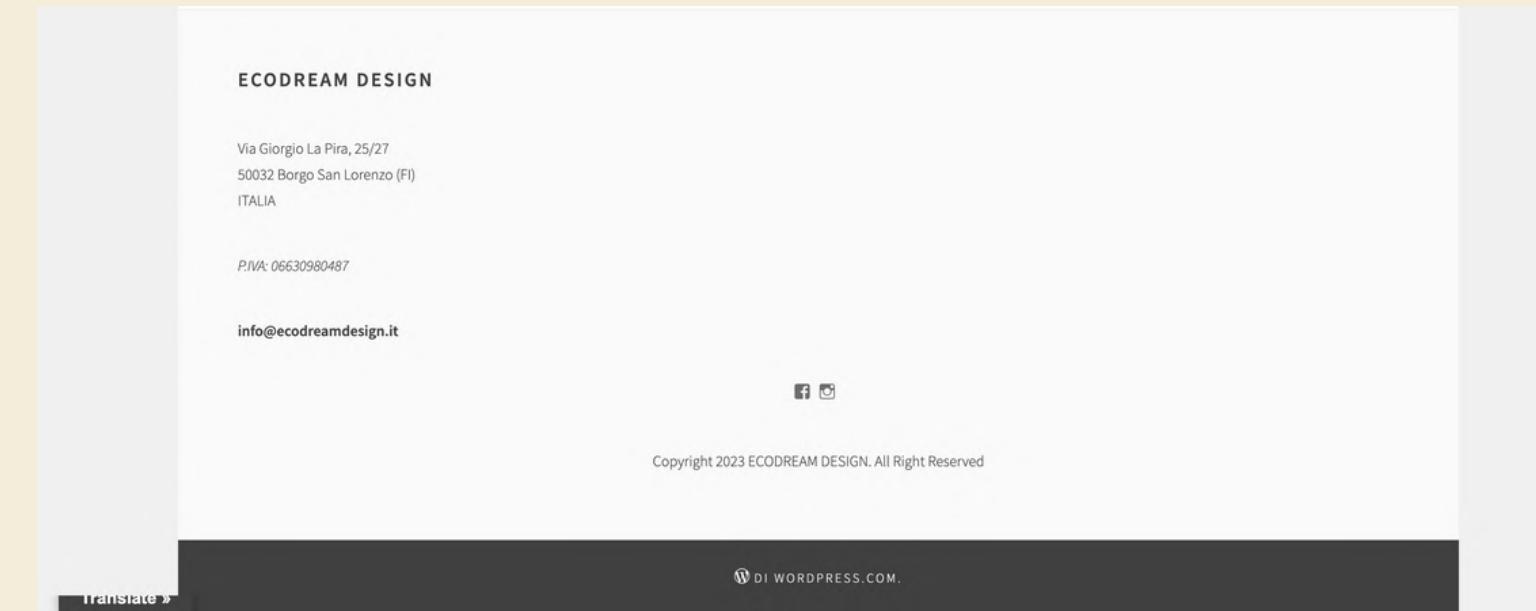
[Link al wireframe completo](#)



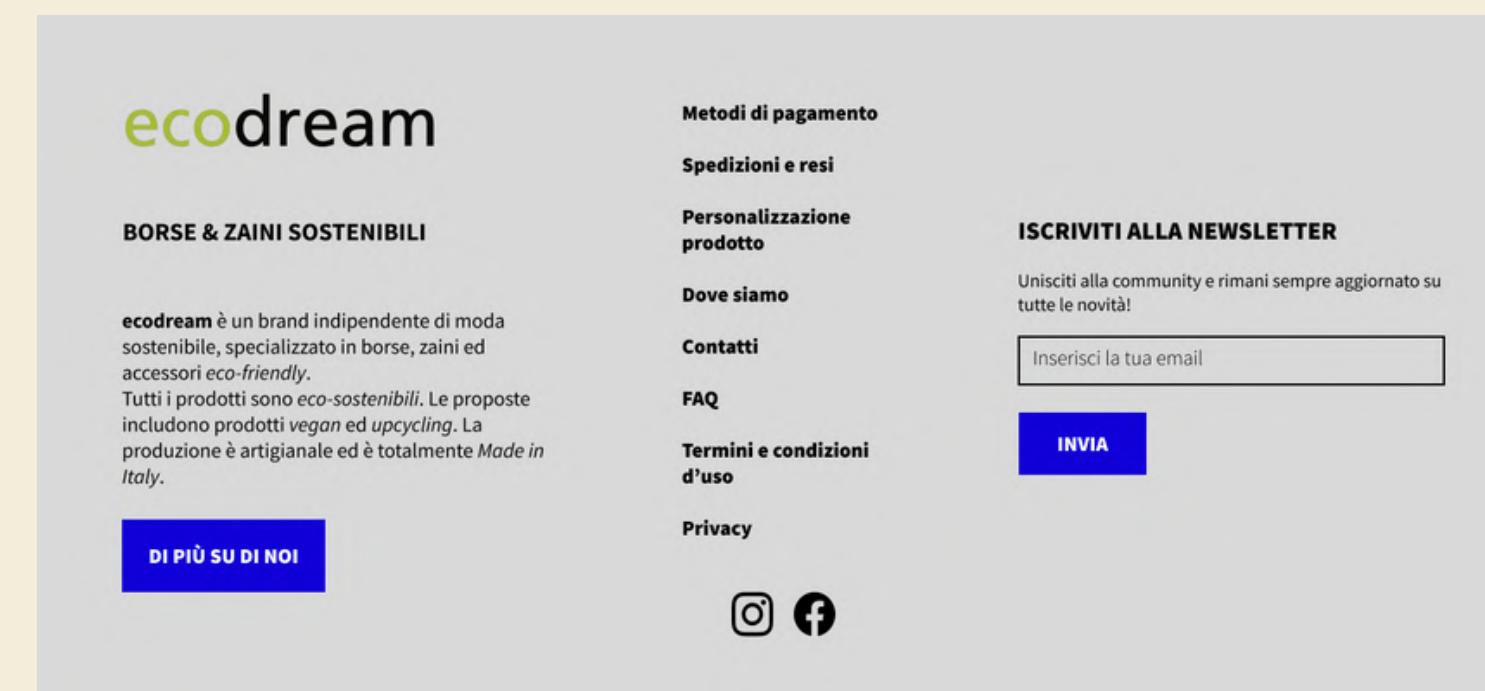
Header originale



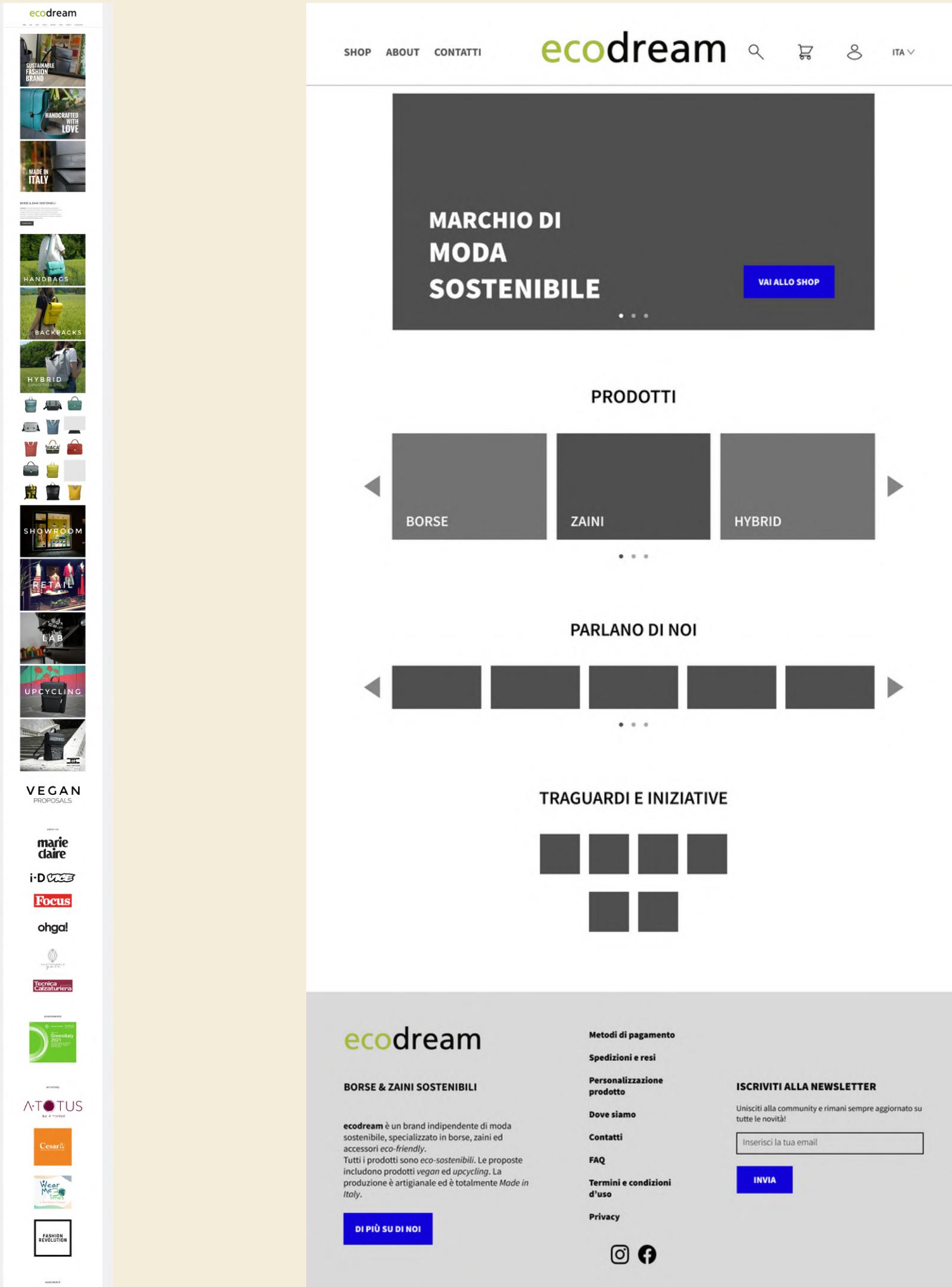
Header wireframe



Footer originale



Footer wireframe



Homepage wireframe

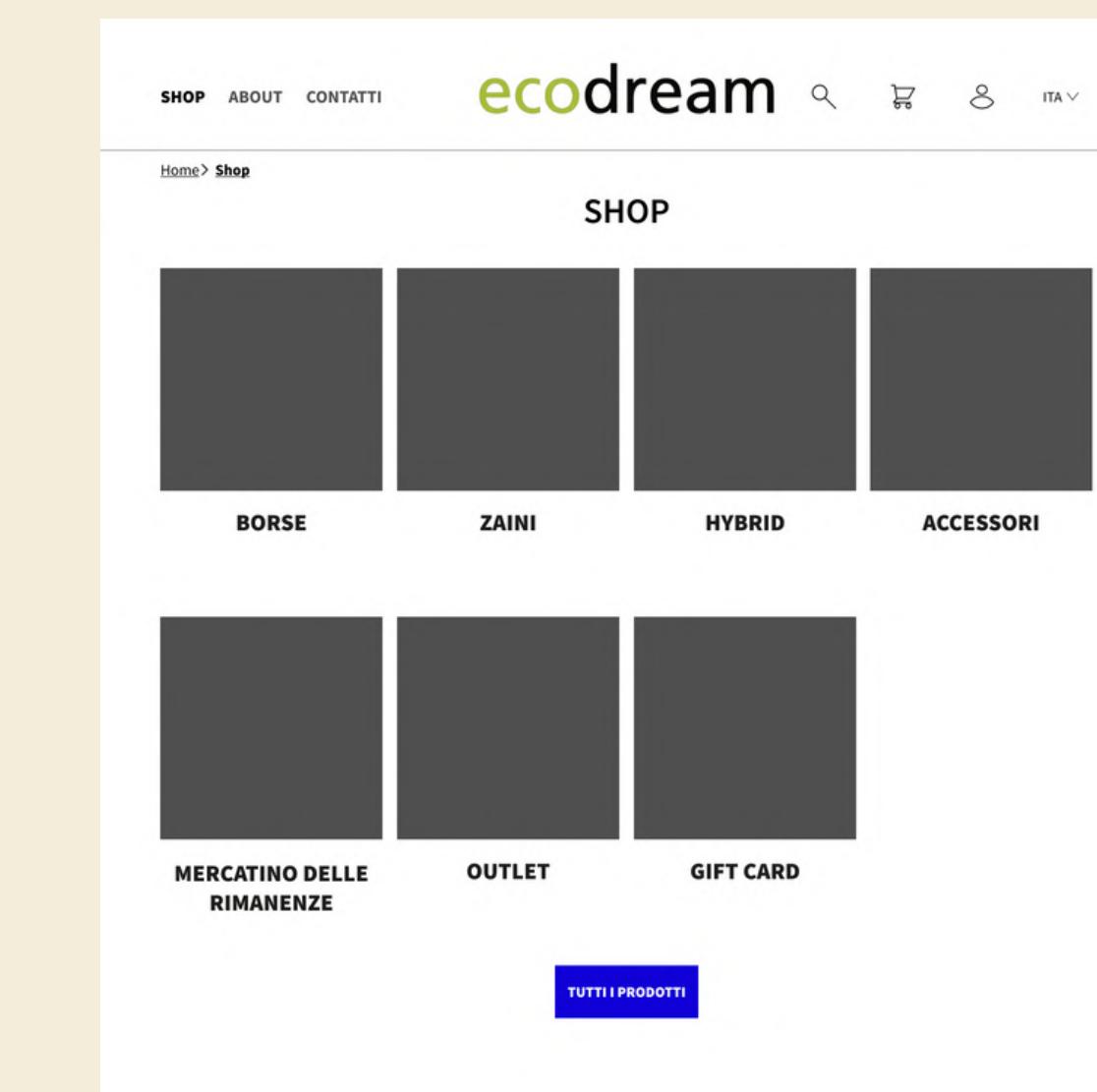
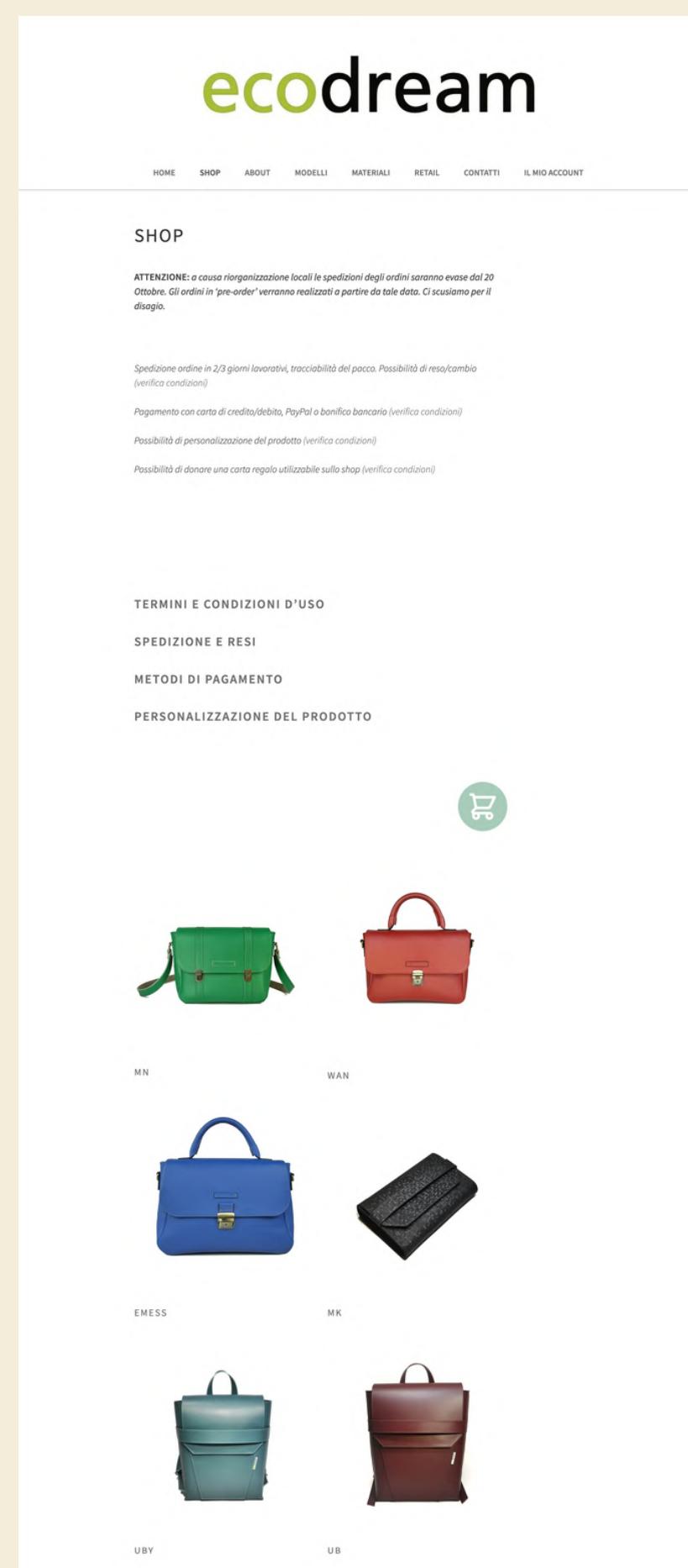
Homepage
originale

Homepage

La homepage è stata riorganizzata per **ridurre al minimo lo scroll della pagina** e rimpicciolendo le immagini, rendendo chiare le CTA ad esse associate.

Si è cercato di mantenere tutte le informazioni contenute nella homepage originale, organizzandole però in modo da renderne **più semplice e intuitiva** la navigazione:

1. All'inizio della homepage si trova subito un carosello contenente i principi e valori del brand;
2. Subito dopo si trovano delle card cliccabili che rimandano alle diverse tipologie di prodotti offerte dal sito;
3. Segue una sezione Parlano di noi con un carosello delle varie testate che hanno citato Ecodream nei loro articoli;
4. In fondo troviamo una sezione dedicata ai traguardi raggiunti e alle iniziative a cui il brand ha preso parte.



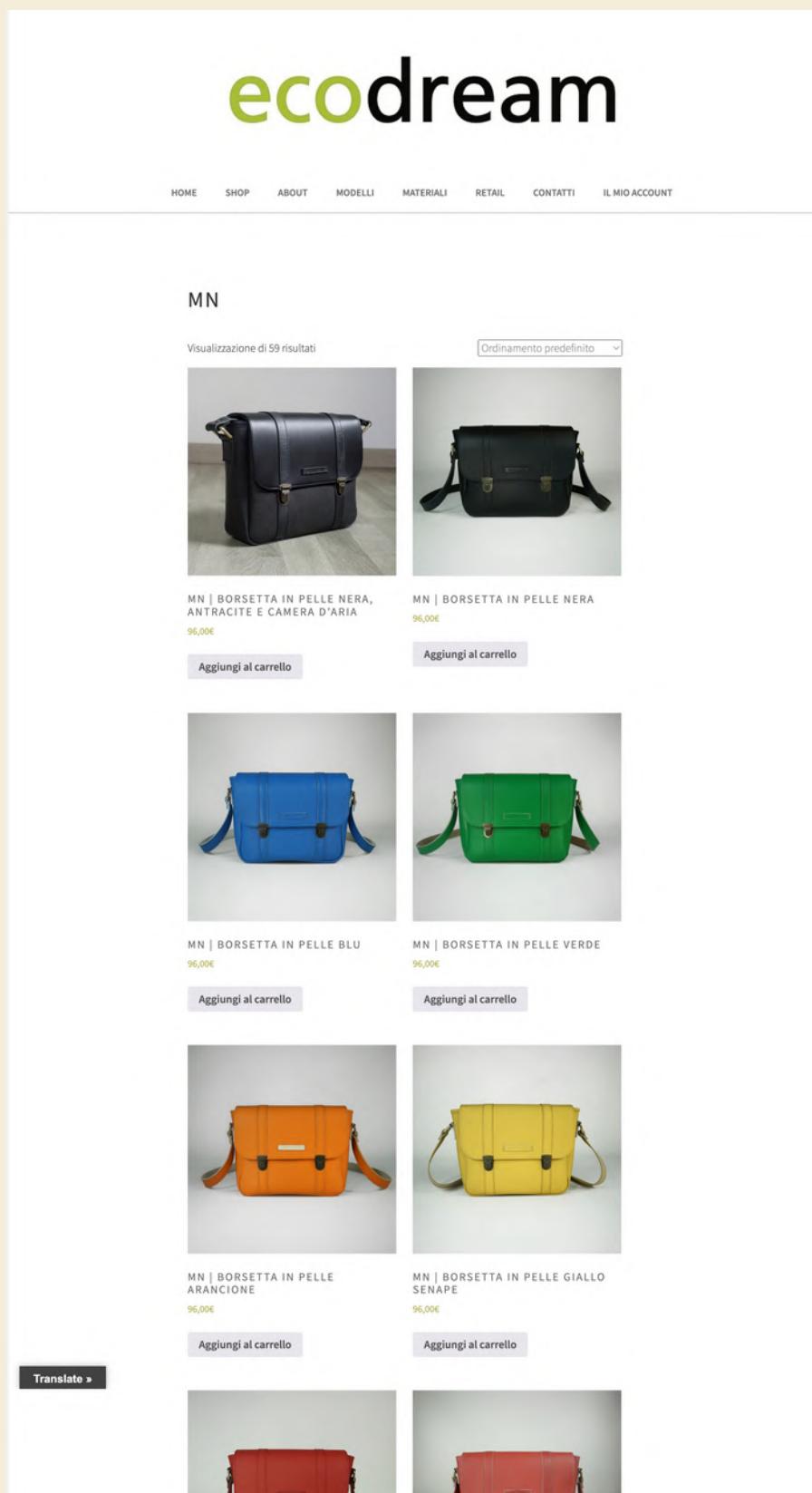
Shop wireframe

Shop originale

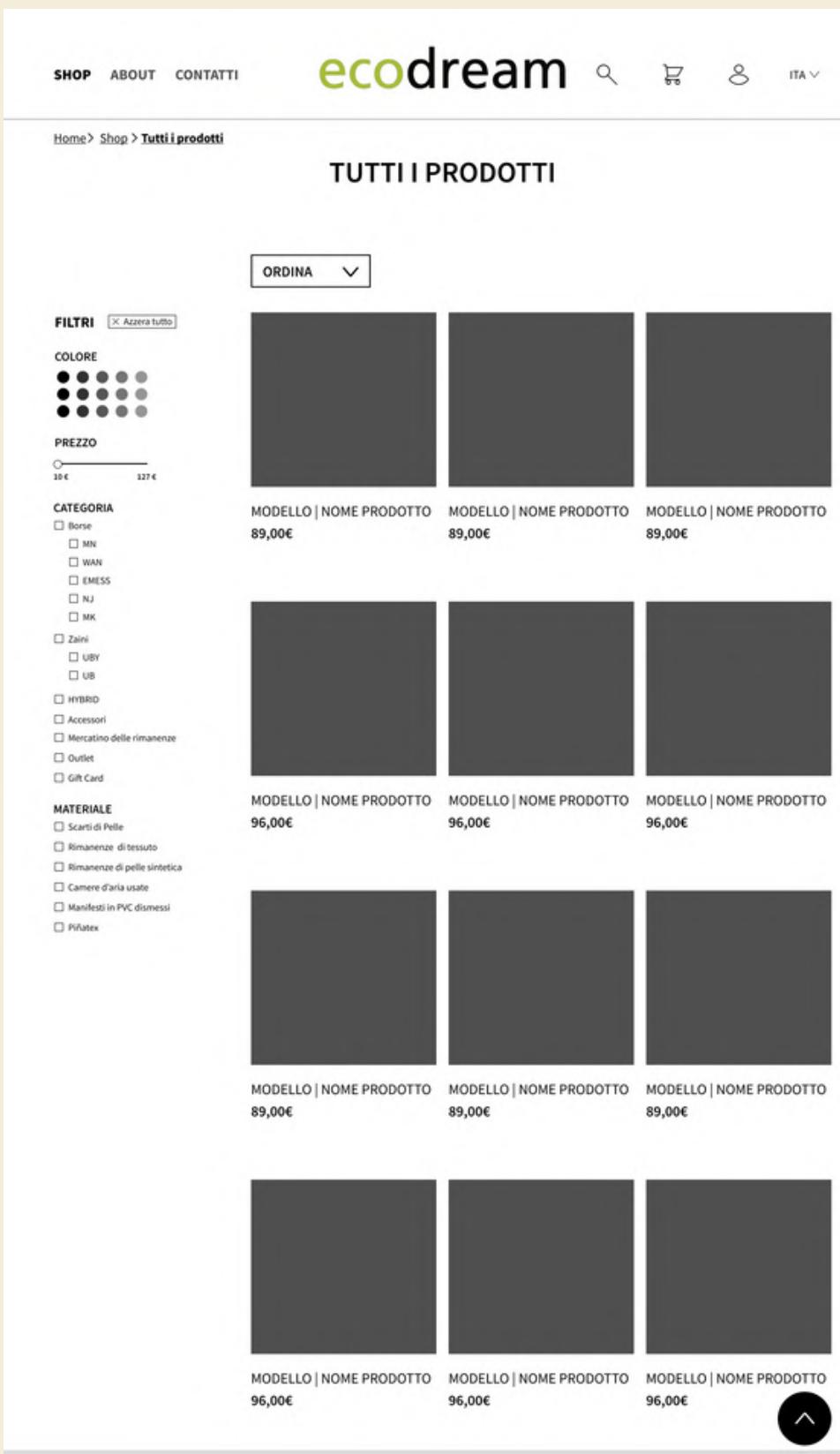
Shop

Anche lo Shop è andato incontro ad una riorganizzazione della pagina e ha visto implementate alcune funzionalità:

1. Sono state **implementate le breadcrumb**, per semplificare la navigazione all'interno del sito;
2. Come già visto, l'icona del carrello è stata spostata nell'header e tutte le informazioni che prima erano presenti all'inizio della pagina Shop sono state spostate nel footer;
3. Le card cliccабili non si riferiscono più ai modelli, ma indicano all'utente la **categoria dei prodotti** che visualizzerà dopo il click. È stata inoltre inserita la possibilità di visualizzare tutti i prodotti venduti nel sito.



Pagina prodotti dello shop originale

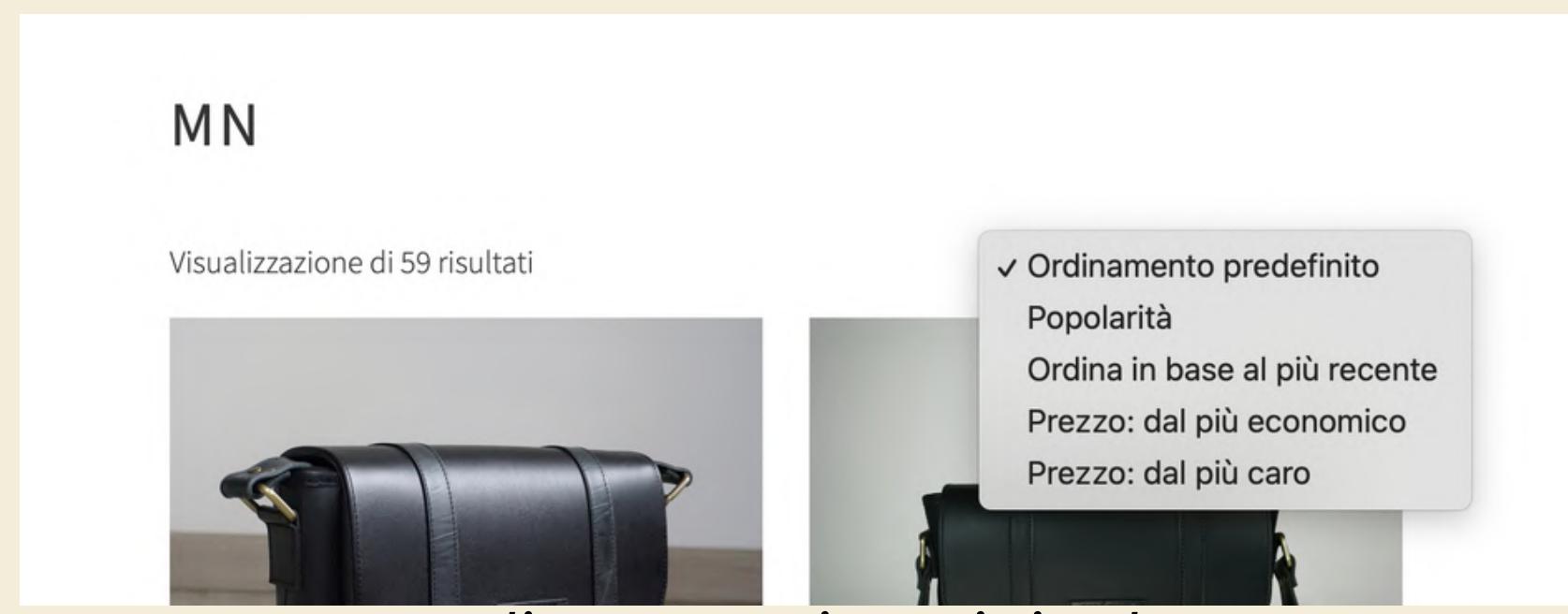


Pagina Tutti i prodotti wireframe

Shop - Visualizzazione dei prodotti

Per quanto riguarda la visualizzazione dei prodotti nello Shop:

1. Sono stati aggiunti anche i **filtri di ricerca** e il menù "Ordina per" è stato spostato a sinistra;
2. I prodotti sono stati distribuiti in tre colonne, in modo da facilitarne la visualizzazione;
3. È stato aggiunto un **pulsante per ritornare all'inizio** della pagina.



'Ordina per' e 'Filtri'

Le opzioni contenute nella sezione Ordina per sono state riorganizzate e in parte cambiate.

È stata inoltre aggiunta una sezione Filtri a lato della pagina che rende possibile filtrare i prodotti per **colore, prezzo, categoria e materiale**.

ORDINA ▼

FILTRI

COLORE

PREZZO

CATEGORIA

Borse

MN

WAN

EMESS

NJ

MK

Zaini

UBY

UB

HYBRID

Accessori

Mercatino delle rimanenze

Outlet

Gift Card

MATERIALE

Scarti di Pelle

Rimanenze di tessuto

Rimanenze di pelle sintetica

Camere d'aria usate

Manifesti in PVC dismessi

Piñatex

ORDINA ▼

hop > Tutti i prodotti

TUTTI I PRODOTTI

MODELLO | NOME PRO 89,00€

MODELLO | NOME PRO 96,00€

MODELLO | NOME PRO 127,00€

CONSIGLIATI

POPOLARITÀ

VALUTAZIONI DEGLI UTENTI

PREZZO CRESCENTE

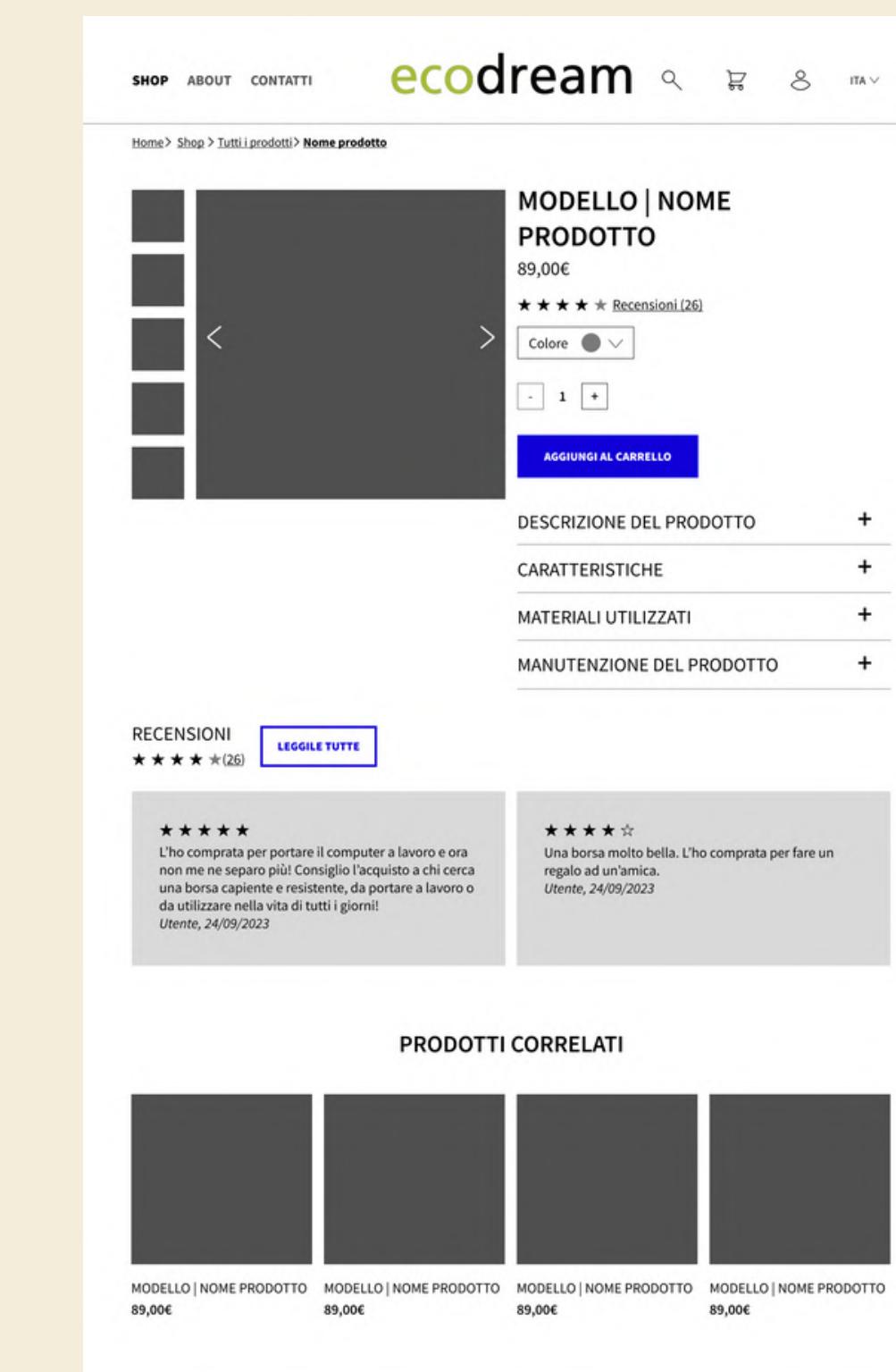
PREZZO DECRESCENTE

NOVITÀ

Filtri e ordina per - wireframe



Pagina prodotto originale

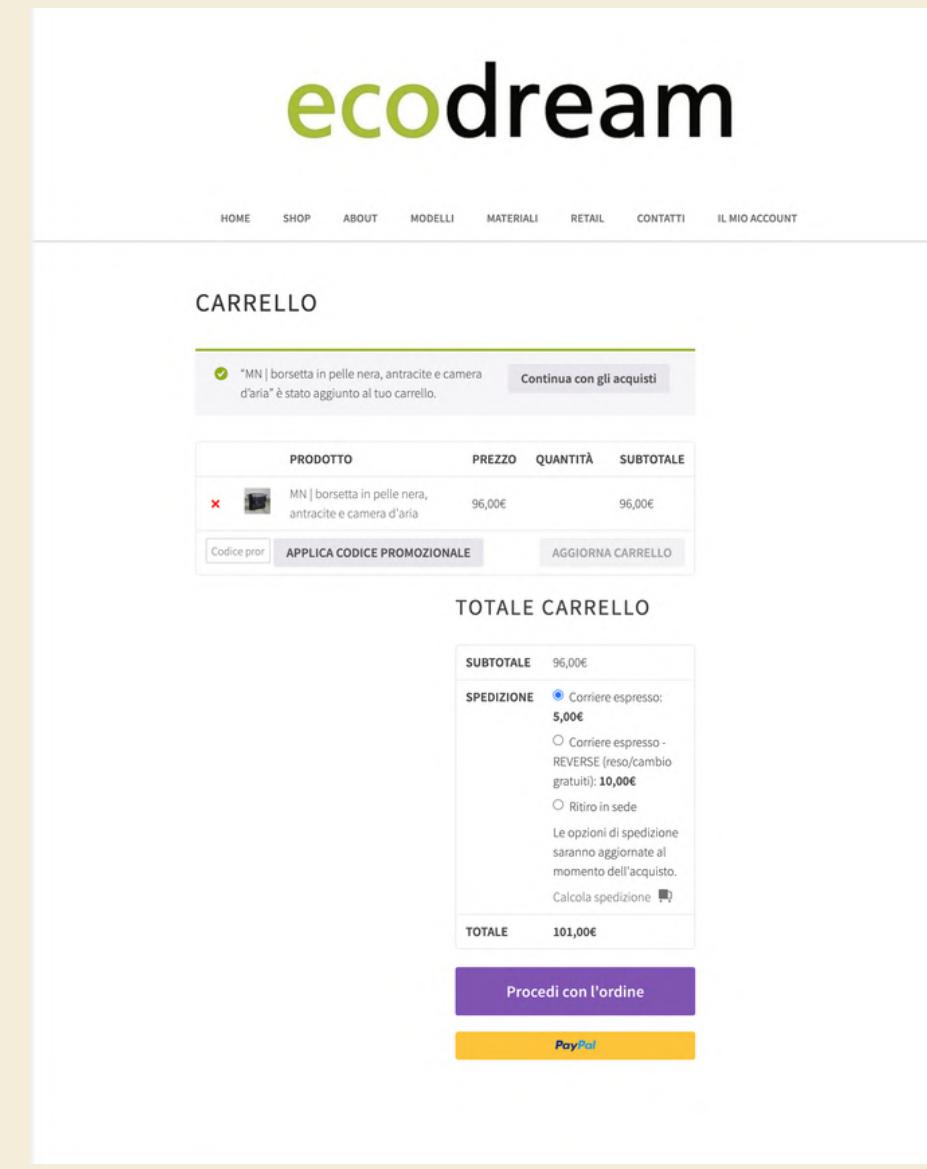


Pagina prodotto wireframe

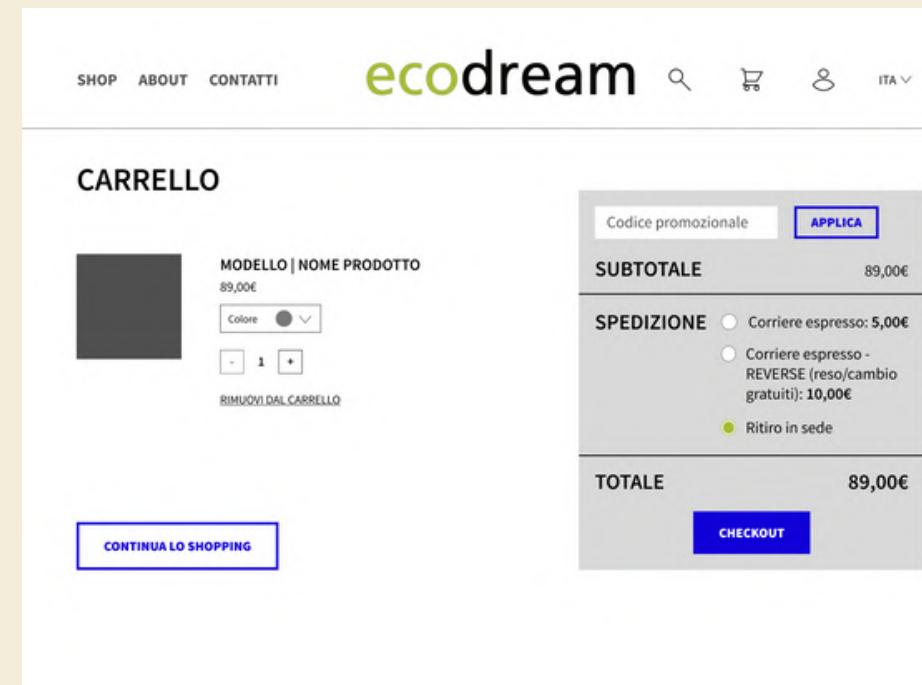
Pagina prodotto

La pagina prodotto è stata riorganizzata per renderla **più semplice e funzionale** e per diminuirne lo scroll.

1. L'immagine del prodotto è stata mantenuta, ma le immagini aggiuntive sono state spostate a lato e disposte in verticale;
2. A destra delle immagini del prodotto, troviamo il nome, il prezzo, le **stelle delle recensioni**, la **scelta del colore** e della quantità desiderati. Subito sotto si trova il pulsante aggiungi al carrello;
3. Sotto al pulsante sono state inserite delle **sezioni espandibili** dedicate alla descrizione del prodotto, alle caratteristiche, ai materiali e alla manutenzione del prodotto;
4. Seguono una sezione dedicata alle **recensioni** degli utenti e una per i prodotti correlati.



Carrello originale



Carrello wireframe

Carrello

Il carrello è stato riorganizzato per rendere visivamente più **immediata** la visualizzazione del riepilogo dei prodotti aggiunti.

1. È stata resa possibile la **modifica del colore e della quantità** direttamente nel carrello per non costringere l'utente a ritornare alla pagina prodotto o allo Shop nel caso di un errore.
2. La sezione dedicata all'aggiunta di un codice promozionale e a subtotale, costi di spedizione e totale è stata spostata a lato della visualizzazione dei prodotti.

ecodream

CHECKOUT

Sei già un cliente? Fai clic qui per accedere

Hai un codice promozionale? Fai clic qui per inserire il tuo codice promozionale

DETTAGLI DI FATTURAZIONE

SPEDIRE AD UN INDIRIZZO DIFFERENTE?

Nome * Cognome * Nome * Cognome *

Nome della società (opzionale) Nome della società (opzionale)

Paese/regione * Italia Paese/regione * Italia

Via e numero * Viale/Piazza e Numero Civico Appartamento, suite, unità, ecc. (opzionale)

C.A.P. * C.A.P. *

Città * Città *

Provincia * Provincia * Seleziona un'opzione... Note sull'ordine (opzionale)

Telefono * Note sull'ordine (opzionale)

Indirizzo email *

Create an account?

IL TUO ORDINE

PRODOTTO	SUBTOTALE
MN / borsetta in pelle nera, antracite e camera d'aria × 1	96,00€
SUBTOTALE	96,00€
SPECIAZIONE	<input checked="" type="radio"/> Corriere espresso: 5,00€ <input type="radio"/> Corriere espresso - REVERSE (reso/cambio gratuiti): 10,00€ <input type="radio"/> Ritiro in sede
TOTALE	101,00€

Carta di credito/carta di debito

Numero carta 1234 1234 1234 1234 Visa

Scadenza MM / AA CVC

Bonifico bancario
 PayPal

EFFETTUA ORDINE

Checkout originale

ecodream

CHECKOUT

Hai un account? [Effettua il login](#)

DETTAGLI DI FATTURAZIONE

Nome Cognome

Nome della società (opzionale)

Paese/Regione Italia

Indirizzo Viale/Piazza e numero civico

CAP AA Città/Comune

E-mail Telefono

MODELLO | NOME PRODOTTO
89,00€ Quantità: 1 Colore

Codice promozionale **APPLICA**

SUBTOTALE 89,00€

SPECIAZIONE

- Corriere espresso: 5,00€
- Corriere espresso - REVERSE (reso/cambio gratuiti): 10,00€
- Ritiro in sede

TOTALE 89,00€

PAGAMENTO

- CARTA DI CREDITO/ CARTA DI DEBITO
- BONIFICO
- PAYPAL

EFFETTUARE ORDINE

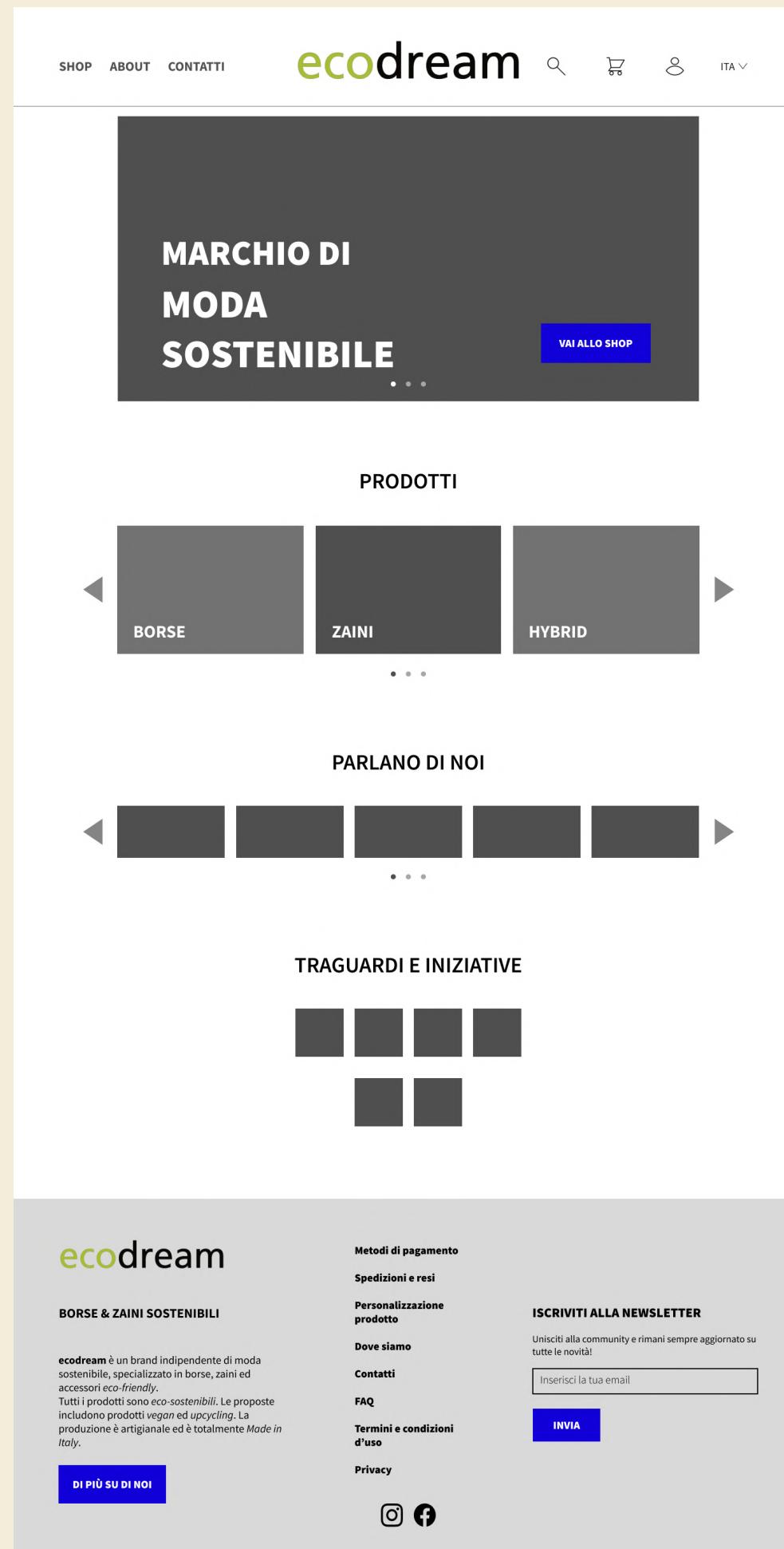
Checkout wireframe

Checkout

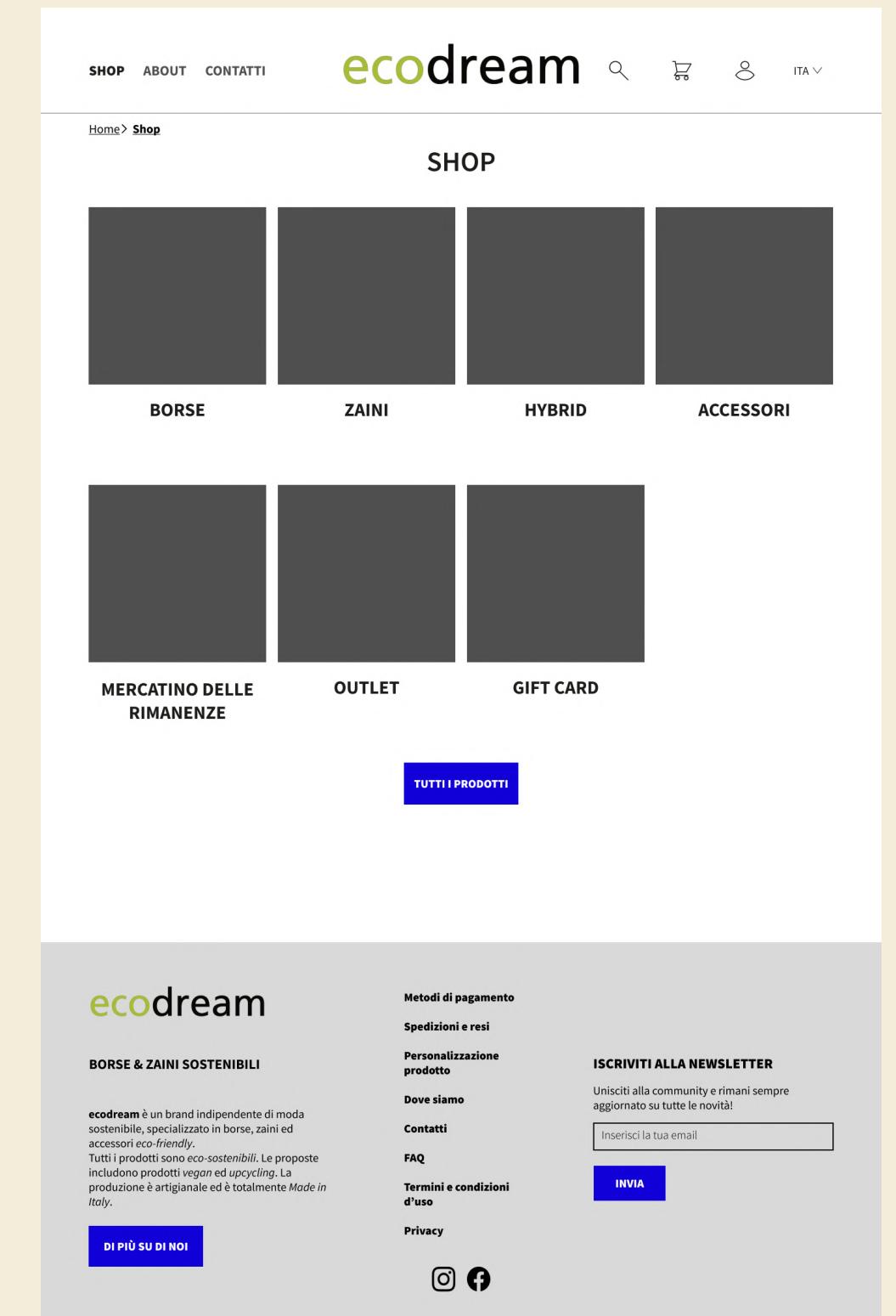
Nella pagina del checkout, gli elementi sono stati disposti in modo da rendere il layout **più chiaro ed essenziale**.

Si è cercato ancora una volta di minimizzare lo scroll, oltre a dare maggiore importanza visiva al riepilogo del carrello.

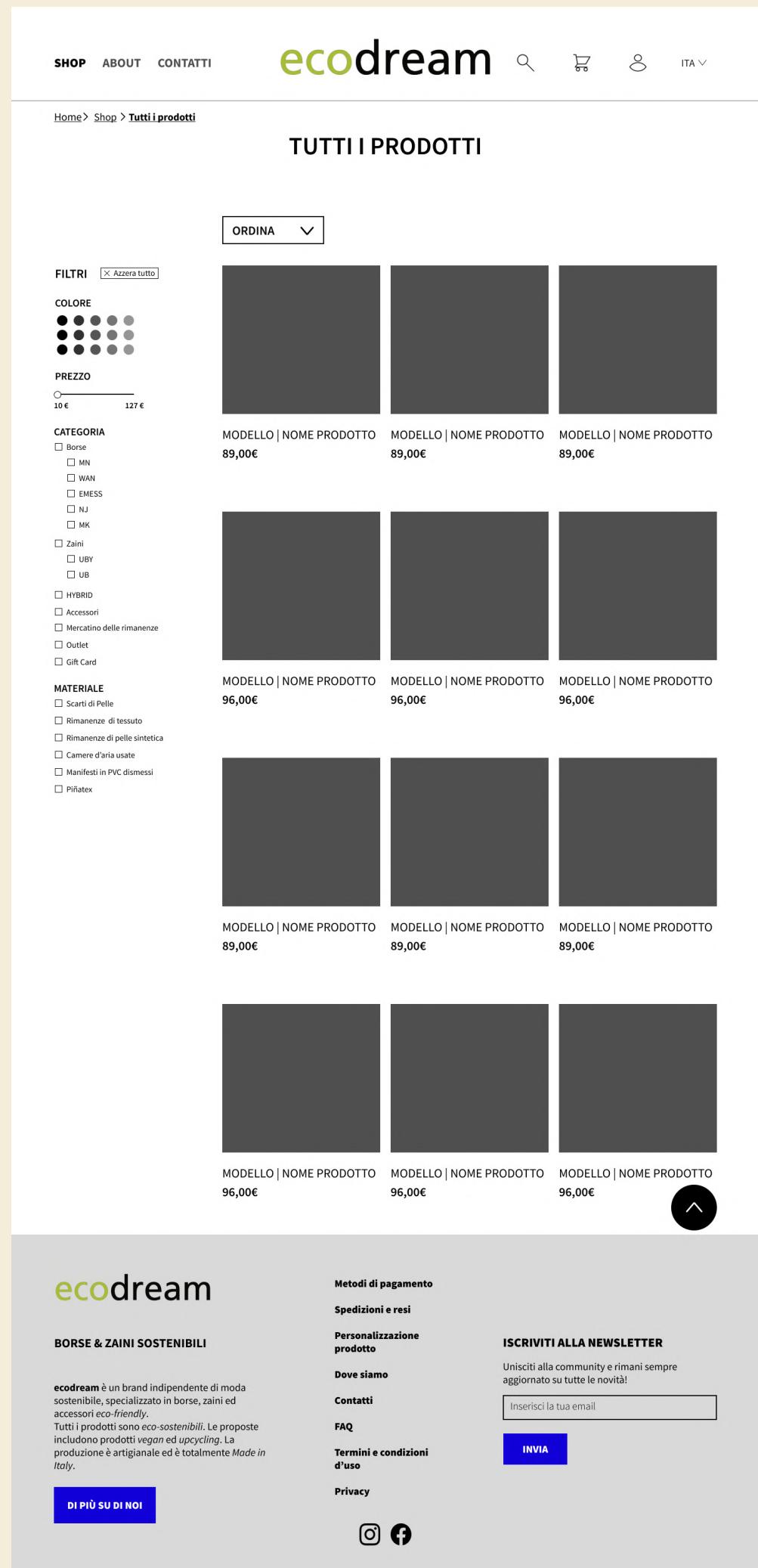
Wireframe desktop



The wireframe for the homepage features a header with navigation links (SHOP, ABOUT, CONTATTI) and a search bar. A large central banner reads "MARCHIO DI MODA SOSTENIBILE" with a "VAI ALLO SHOP" button. Below the banner are sections for "PRODOTTI" (with categories BORSE, ZAINI, HYBRID), "PARLANO DI NOI" (with a scrollable list of five dark squares), and "TRAGUARDI E INIZIATIVE" (with a scrollable list of four dark squares). At the bottom is a footer with social media icons and a "DI PIÙ SU DI NOI" button.



The shop page has a header with navigation links (SHOP, ABOUT, CONTATTI) and a search bar. It shows a breadcrumb path "Home > Shop". The main content area is titled "SHOP" and includes categories: BORSE, ZAINI, HYBRID, ACCESSORI, MERCATINO DELLE RIMANENZE, OUTLET, and GIFT CARD. A "TUTTI I PRODOTTI" button is located at the bottom right. The footer contains links for Metodi di pagamento, Spedizioni e resi, Personalizzazione prodotto, Dove siamo, Contatti, FAQ, Termini e condizioni d'uso, and Privacy, along with social media icons and a "DI PIÙ SU DI NOI" button.



The products page has a header with navigation links (SHOP, ABOUT, CONTATTI) and a search bar. It shows a breadcrumb path "Home > Shop > Tutti i prodotti". The main content area is titled "TUTTI I PRODOTTI" and displays a grid of three product cards. Each card includes a "MODELLO | NOME PRODOTTO" and a price (e.g., 89,00€). On the left, there are filters for COLORI (with a grid of color swatches), PREZZO (with a slider from 20€ to 127€), and CATEGORIA (with sub-options like Borse, Zaini, Hybrid, etc.). On the right, there are filters for MATERIALE (with sub-options like Scarti di Pelle, Rimaneze di tessuto, etc.). The footer contains links for Metodi di pagamento, Spedizioni e resi, Personalizzazione prodotto, Dove siamo, Contatti, FAQ, Termini e condizioni d'uso, and Privacy, along with social media icons and a "DI PIÙ SU DI NOI" button.

This wireframe shows the product detail page for 'ecodream'. It includes a large image placeholder, product information (Modello | Nome Prodotto: 89,00€), a color selection dropdown, quantity input, and an 'AGGIUNGI AL CARRELLO' button. Below this are expandable sections for 'DESCRIZIONE DEL PRODOTTO', 'CARATTERISTICHE', 'MATERIALI UTILIZZATI', and 'MANUTENZIONE DEL PRODOTTO'. A 'RECENSIONI' section displays two reviews with a 'LEGGI TUTTE' button. At the bottom, there's a 'PRODOTTI CORRELATI' section with four placeholder cards.

This wireframe shows the checkout process. It starts with a 'CHECKOUT' header and a note about logging in. It then moves through 'DETTAGLI DI FATTURAZIONE' (Billing Details) and 'PAGAMENTO' (Payment) sections. The payment section includes fields for card type, bank, and PayPal, along with an 'EFFETTUAR ORDINE' (Place Order) button. The right side of the page features a sidebar with links like 'ecodream', 'BORSE & ZAINI SOSTENIBILI', and social media icons.

This wireframe shows the shopping cart page. It lists a single item ('MODELLO | NOME PRODOTTO' at 89,00€, quantity 1, color black). It includes a 'CODICE PROMOZIONALE' field with an 'APPLICA' button. The total is 89,00€. The right side has a sidebar with links for 'Metodi di pagamento', 'Spedizioni e resi', 'Personalizzazione prodotto', 'Dove siamo', 'Contatti', 'FAQ', 'Termini e condizioni d'uso', and 'Privacy'.

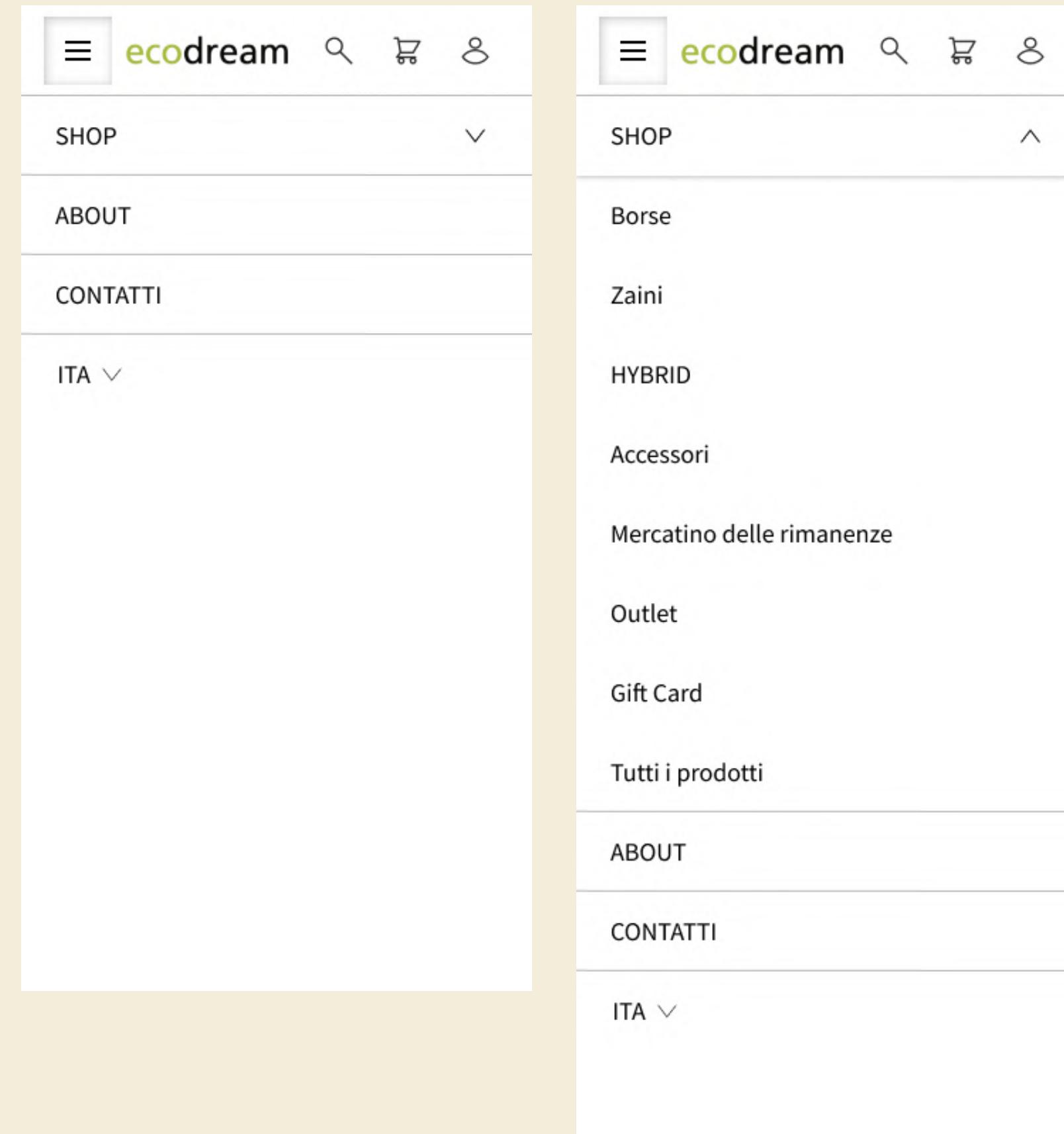
[Link al wireframe completo](#)

Wireframe mobile

Nell'header della versione mobile troviamo un **menù ad hamburger**.

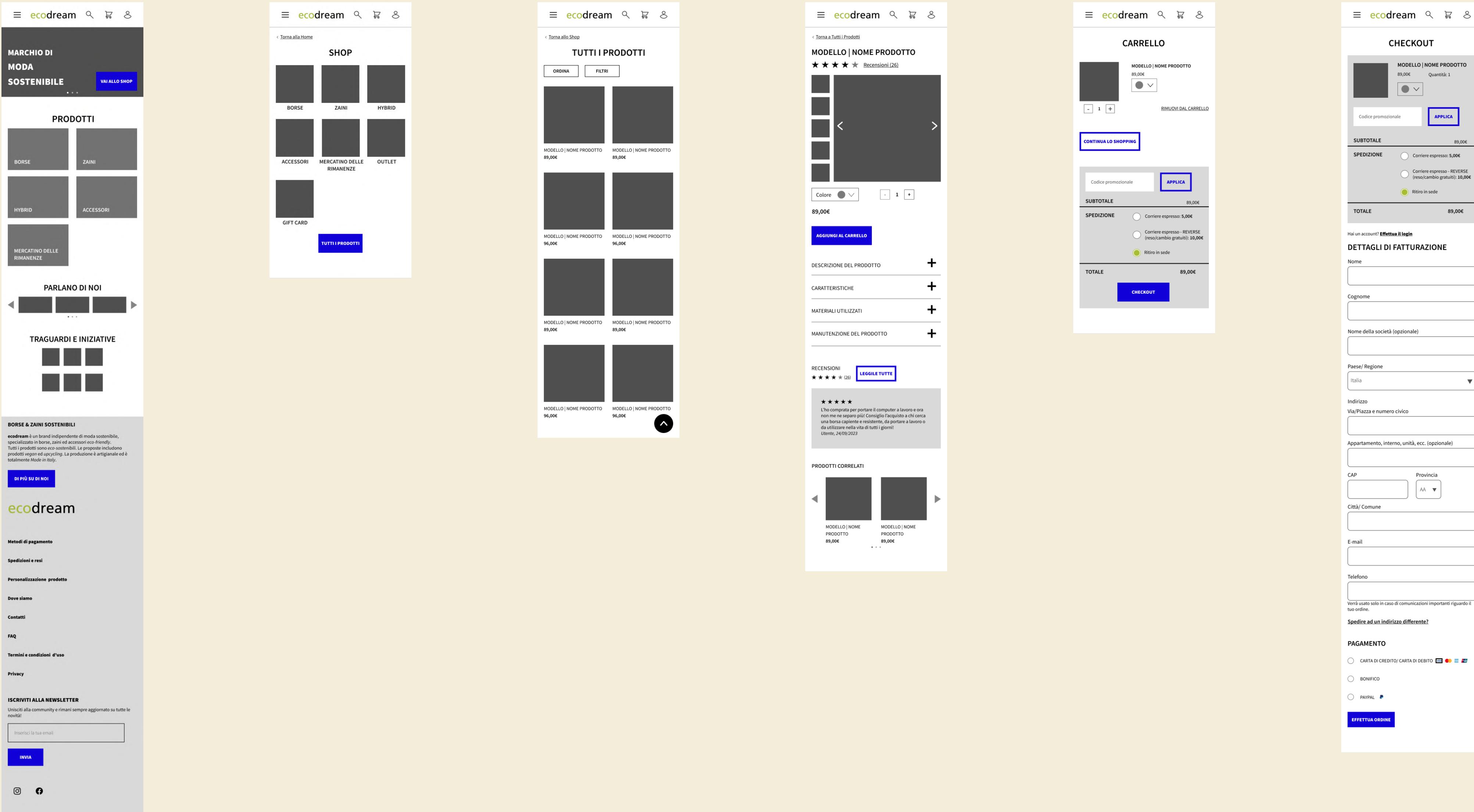
Nella tendina del menù sono state mantenute le stesse voci presenti nella navbar

Il pulsante per cambiare lingua del sito è stato spostato nel menù.



[Link al wireframe completo](#)

Wireframe mobile



User Interface

Per realizzare la nuova interfaccia di Ecodream sono stati presi in considerazione:

- I **wireframe** precedentemente sviluppati;
- La **brand identity** del marchio;
- Lo stile mantenuto nel sito attuale del brand;
- I **colori**; e la **tipografia**;
- La ricerca effettuata fino a questo punto.

Dopodiché sono stati realizzati tutti i componenti e le icone necessari per arrivare alla realizzazione del **mockup**, nonché di un **prototipo** per poter testare meglio l'usabilità e l'efficacia delle scelte fatte.

Sono state apportate **alcune modifiche anche ai wireframe** creati nella fase precedente, per seguire le necessità pratiche e grafiche riscontrate durante la realizzazione della UI del sito.

Si è inoltre deciso di cambiare la visualizzazione dei nomi dei prodotti, che nella versione Wireframe era stata mantenuta uguale a quella del sito attuale.

UI Kit

Color palette

Nell'attuale sito del brand ci sono due colori che vengono utilizzati maggiormente: il **verde** e il **grigio**. Si è dunque voluta seguire questa scelta costruendo una color palette proprio attorno a questi due colori.

La scelta della color palette è stata anche influenzata dalla volontà di rendere i testi più leggibili, cercando un **contrasto adeguato** con lo sfondo.

Ecodream color
#A8BC34

Link, buttoni (al click o tap)

Verde chiaro
#6C7E00

Link, buttoni, messaggi di conferma

Verde scuro
#424A12

Link, buttoni (hover)

Nero
#1D1D1B

Grigio scuro
#4F4F4F

Grigio
#7A7A7A

Grigio chiaro
#D9D9D9

Error color
#B81C23

Bianco
#FDfef8

Testo su sfondo bianco

Voci del menù,
placeholder text

Divisori

Sfondo del footer

Messaggi d'errore

Sfondo del sito

Tipografia e scala tipografica

È stato mantenuto il font già utilizzato sul sito di Ecodream: **Source Sans Pro**.

La scala tipografica è composta da:

- 2 Hero Text per i titoli posti in sovrapposizione alle immagini;
- 5 Heading: uno per le pagine, uno per le sezioni, uno per le categorie e due di dimensioni minori, utilizzati ad esempio in header e footer;
- Un body copy regular e due più piccoli;
- Due stili in grassetto per link e buttoni

Hero Text 1 Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 72	HERO TEXT LARGE
Hero Text 2 Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 64	HERO TEXT MEDIUM
H1 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 48	TITOLO PAGINA
H2 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 40	TITOLO SEZIONE
H3 Family: Source Sans Pro Weight: Bold Size: 32	TITOLO CATEGORIA
H4 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 24	HEADER
H5 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 20	HEADER
Body Family: Source Sans Pro Weight: Regular Size: 24	Text
Text medium Family: Source Sans Pro Weight: Regular Size: 20	Text medium
Text small Family: Source Sans Pro Weight: Regular Size: 16	Testo filtri
Link Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 24	Link
button text Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 20	BUTTON text

Versione Desktop

Hero Text 1 Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 25	HERO TEXT LARGE
Hero Text 2 Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 21	HERO TEXT MEDIUM
H1 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 25	TITOLO PAGINA
H2 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 21	TITOLO SEZIONE
H3 Family: Source Sans Pro Weight: Bold Size: 18	TITOLO CATEGORIA
H4 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 14	HEADER
H5 Family: Source Sans Pro Weight: SemiBold Size: 12	HEADER
Body Family: Source Sans Pro Weight: Regular Size: 14	Text
Text small Family: Source Sans Pro Weight: Regular Size: 12	Text small
Link Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 14	Link
button text Family: Source Sans Pro Weight: Black Size: 12	BUTTON text

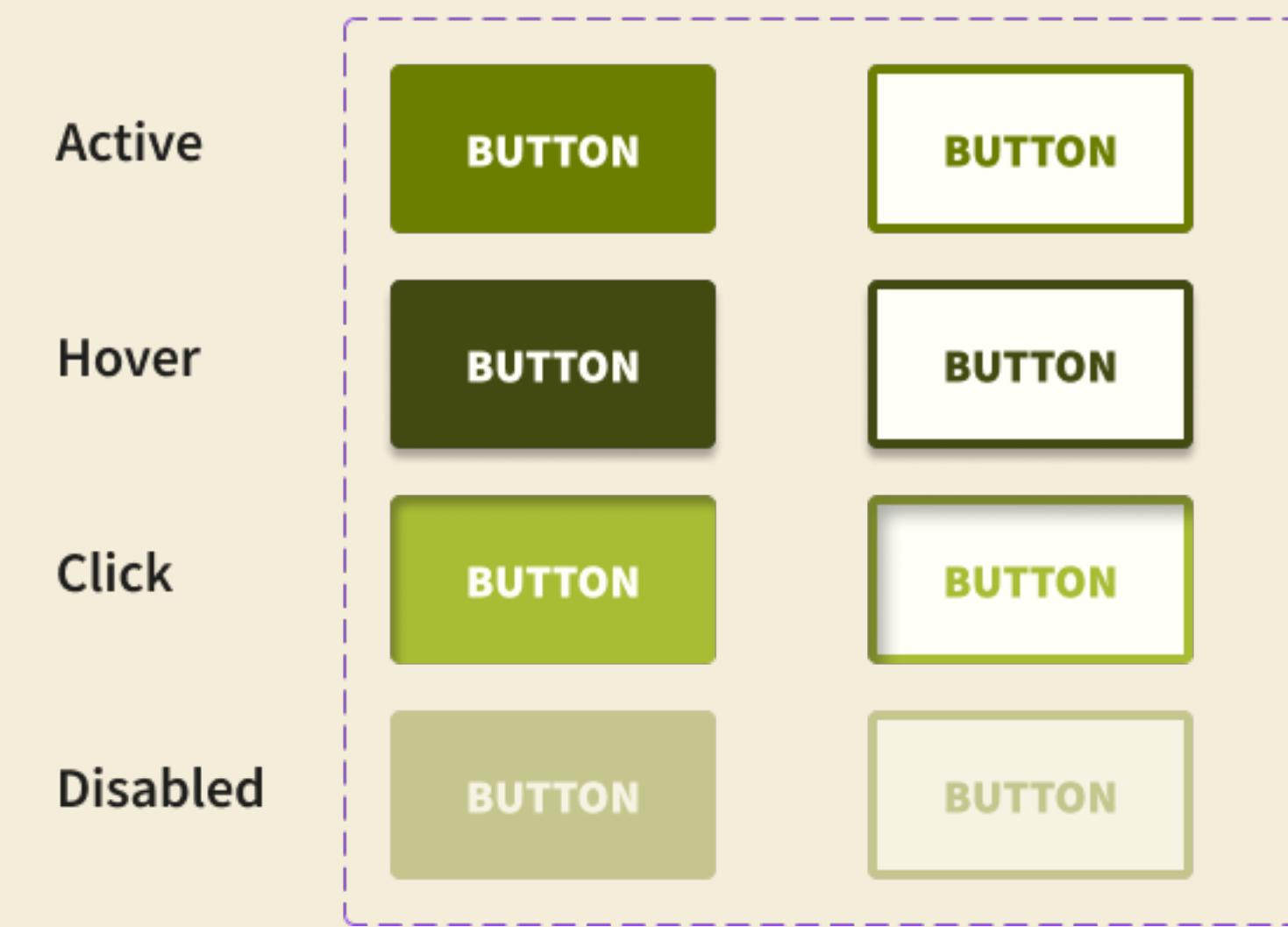
Versione Mobile

Bottoni

Nei **bottoni primari e secondari** sono stati arrotondati leggermente gli angoli e si è scelto di utilizzare i verdi della palette per dare loro più risalto e renderli più visibili.

Si è deciso di utilizzare il verde chiaro della palette anche per il **pulsante FAB** che permette agli utenti di **ritornare ad inizio pagina.**

Primary Secondary



FAB



Desktop UI

SHOP ABOUT CONTATTI **ecodream**    ITA ▾

MARCHIO DI MODA SOSTENIBILE 

PRODOTTI


BORSE


ZAINI


HYBRID

I PIÙ VENDUTI


MN BORSETTA IN PELLE
96,00 €


MK POCHETTE IN PELLE SCAMOSCIATA
76,00 €


WAN BORSETTA IN PELLE
98,00 €


UBY ZAINETTO IN PELLE [EVA SZECSDOI]
218,00 €

TUTTI I PRODOTTI

PARLANO DI NOI

<  Focus  ohga!  >

• • •

TRAGUARDI E INIZIATIVE



ecodream

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

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

Tutti i prodotti sono eco-sostenibili. Le proposte includono prodotti vegani ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente Made in Italy.

DI PIÙ SU DI NOI

SHOP ABOUT CONTATTI **ecodream**    ITA ▾

Home > Shop > Tutti i prodotti

TUTTI I PRODOTTI

ORDINA ▾

FILTRI

COLORE

PREZZO

CATEGORIA

ZAINI

HYBRID

Accessori

Mercatino delle rimanenze

Outlet

Gift Card

MATERIALE

Scarti di pelle

Rimanenze di tessuto

Rimanenze di pelle sintetica

Camere d'aria usate

Manifesti in PVC dismessi

Pilatex

HYBRID BORSETTA IN PELLE [EVA SZECSDOI]

EMESS BORSA IN TESSUTO E PVC [VEGAN]

MK POCHETTE IN PELLE SCAMOSCIATA

HYBRID BORSETTA IN PELLE

UB Y ZAINO IN PELLE

UB Y ZAINETTO IN PELLE [EVA SZECSDOI]

WAN BORSETTA IN PELLE

UB ZAINO IN TESSUTO E PVC [VEGAN]

UB Y ZAINETTO IN PELLE A NIDO D'APIE

Metodi di pagamento

Spedizioni e resi

Personalizzazione prodotto

Dove siamo

Contatti

FAQ

Termini e condizioni d'uso

Privacy

ecodream

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

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

Tutti i prodotti sono eco-sostenibili. Le proposte includono prodotti vegani ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente Made in Italy.

DI PIÙ SU DI NOI

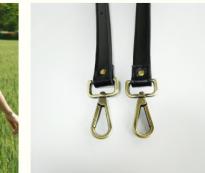
SHOP ABOUT CONTATTI **ecodream**    ITA ▾

Home > Shop

SHOP


BORSE


ZAINI


HYBRID


ACCESSORI


MERCATINO DELLE RIMANENZE


OUTLET


GIFT CARD

TUTTI I PRODOTTI

ecodream

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI

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

Tutti i prodotti sono eco-sostenibili. Le proposte includono prodotti vegani ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente Made in Italy.

DI PIÙ SU DI NOI

Metodi di pagamento

Spedizioni e resi

Personalizzazione prodotto

Dove siamo

Contatti

FAQ

Termini e condizioni d'uso

Privacy

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Unisciti alla community e rimani sempre aggiornato su tutte le novità!

Inserisci la tua email

INVIA

ecodream

SHOP ABOUT CONTATTI ITA ▾

Home > Shop > Tutti i prodotti > Scheda prodotto

MN BORSETTA IN PELLE

96,00€ ★★★★ Recensioni (26)

Nero

AGGIUNGI AL CARRELLO

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO +
CARATTERISTICHE +
MATERIALI UTILIZZATI +
MANUTENZIONE DEL PRODOTTO +

RECENSIONI LEGGI TUTTE
★★★★★ (26)

★★★★★
L'ho comprata per portare il computer a lavoro e ora non me ne separo più! Consiglio l'acquisto a chi cerca una borsa capiente e resistente, da portare a lavoro o da utilizzare nella vita di tutti i giorni!
Utente, 24/09/2023

★★★★★
L'ho comprata per portare il computer a lavoro e ora non me ne separo più! Consiglio l'acquisto a chi cerca una borsa capiente e resistente, da portare a lavoro o da utilizzare nella vita di tutti i giorni!
Utente, 24/09/2023

PRODOTTI CORRELATI

EMESS BORSA IN PELLE 120,00 €
EMESS BORSA IN TESSUTO E PVC [VEGAN] 106,00 €
MKPOCHETTE IN PELLE SCAMOSCIATA 76,00 €
WAN BORSETTA IN PELLE 98,00 €

ecodream

BORSE & ZAINI SOSTENIBILI
ecodream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzato in borse, zaini ed accessori eco-friendly. Tutti i prodotti sono eco-sostenibili. Le proposte includono prodotti vegan ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente Made in Italy.

DI PIÙ SU DI NOI

Metodi di pagamento
Spedizioni e resi
Personalizzazione prodotto
Dove siamo
Contatti
FAQ
Termini e condizioni d'uso
Privacy

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
Inserisci la tua email

INVIA

f i

ecodream

SHOP ABOUT CONTATTI ITA ▾

Home > Shop > Tutti i prodotti > Scheda prodotto > Carrello

CARRELLO

MN BORSETTA IN PELLE 96,00€ Nero 1

X RIMUOVI DAL CARRELLO

Codice promozionale APPLICA

SUBTOTALE 96,00€

SPEDIZIONE Corriere espresso: 5,00€
Corriere espresso - REVERSE (reso/cambio gratuito): 10,00€
Ritiro in sede

TOTALE 96,00€

CONTINUA CON LO SHOPPING CHECKOUT

ecodream

Metodi di pagamento
Spedizioni e resi
Personalizzazione prodotto
Dove siamo
Contatti
FAQ
Termini e condizioni d'uso
Privacy

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
Inserisci la tua email

INVIA

f i

ecodream

SHOP ABOUT CONTATTI ITA ▾

Home > Shop > Tutti i prodotti > Scheda prodotto > Carrello > Checkout

CHECKOUT

Hai un account? Effettua il login

DETtagli di fatturazione

Nome Cognome
Nome della società (opzionale)
Paese/Regione Italia
Indirizzo Via/Piazza e numero civico
Appartamento, interno, unità, ecc. (opzionale)
CAP AA Provincia Città/Comune
E-mail Telefono
Veri usato solo in caso di comunicazioni importanti riguardo il tuo ordine.

Spedire ad un indirizzo differente?

PAGAMENTO

CARTA DI CREDITO/ CARTA DI DEBITO
BONIFICO
PAYPAL

EFFETTUARE ORDINE

ecodream

Metodi di pagamento
Spedizioni e resi
Personalizzazione prodotto
Dove siamo
Contatti
FAQ
Termini e condizioni d'uso
Privacy

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER
Inserisci la tua email

INVIA

f i

Link a Figma

Mobile UI

The screenshots illustrate the mobile responsive design of the e-commerce platform, featuring a clean layout with a light beige background and green accents. The navigation bar at the top includes icons for menu, search, cart, and user profile.

Page 1: Home

- MARCHIO DI MODA SOSTENIBILE
- VAI ALLO SHOP
- PRODOTTI

 - BORSE
 - ZAINI
 - HYBRID
 - ACCESSORI
 - MERCATINO DELLE RIMANENZE
 - OUTLET
 - GIFT CARD

- I PIÙ VENDUTI

 - MN. BORSETTA IN PELLE (96,00 €)
 - MK. POCHETTA IN PELLE SCAMOSCIATA (76,00 €)
 - WAN BORSETTA IN PELLE (98,00 €)
 - UDY. ZAINETTO IN PELLE [EVA SZECZODI] (216,00 €)

- TUTTI I PRODOTTI
- PARLANO DI NOI

 - i-D
 - Focus
 - marie claire

- TRAGUARDI E INIZIATIVE

 - D&G
 - Cosmopolitan
 - Marie Claire
 - Atmosphere
 - BTO
 - Bouygues

Page 2: Shop

- SHOP
- TUTTI I PRODOTTI
- ORDINA
- FILTRI
- BORSE
- ZAINI
- HYBRID
- ACCESSORI
- MERCATINO DELLE RIMANENZE
- OUTLET
- GIFT CARD
- TUTTI I PRODOTTI

Page 3: All Products

- TUTTI I PRODOTTI
- ORDINA
- FILTRI
- MN. BORSETTA IN PELLE (96,00 €)
- EMESS. BORSA IN PELLE (120,00 €)
- HYBRID BORSA IN TESSUTO E PELLE D'ANANAS [VEGAN] (102,00 €)
- HYBRID BORSA IN PELLE [EVA SZECZODI] (186,00 €)
- EMESS. BORSA IN TESSUTO E PVC [VEGAN] (106,00 €)
- MK. POCHETTA IN PELLE SCAMOSCIATA (76,00 €)
- HYBRID BORSA IN PELLE (82,00 €)
- UB. ZAINO IN PELLE (118,00 €)
- UB. ZAINETTO IN PELLE [EVA SZECZODI] (218,00 €)
- WAN BORSETTA IN PELLE (98,00 €)
- UB. ZAINO IN TESSUTO E PVC [VEGAN] (113,00 €)
- UB. ZAINETTO IN PELLE A NIDO D'API (106,00 €)

Page 4: Product Detail - MN. BORSETTA IN PELLE

- MN. BORSETTA IN PELLE
- 96,00 € Quantità: 1 Nero
- RIMUOVI DAL CARRELLO
- CONTINUA LO SHOPPING
- 89,00 €
- AGGIUNGI AL CARRELLO
- DESCRIZIONE DEL PRODOTTO
- CARATTERISTICHE
- MATERIALI UTILIZZATI
- MANUTENZIONE DEL PRODOTTO
- RECENSIONI ★★★★☆ (26) LEGGI TUTTE
- L'ho comprata per portare il computer a lavoro e ora non me ne separo più! Consiglio l'acquisto a chi cerca una borsa capiente e resistente, da portare a lavoro o da utilizzare nella vita di tutti i giorni!
- Utente, 24/09/2023
- PRODOTTI CORRELATI
- EMESS. BORSA IN PELLE (120,00 €)
- EMESS. BORSA IN TESSUTO E PVC [VEGAN] (106,00 €)

Page 5: Cart - CARRELLO

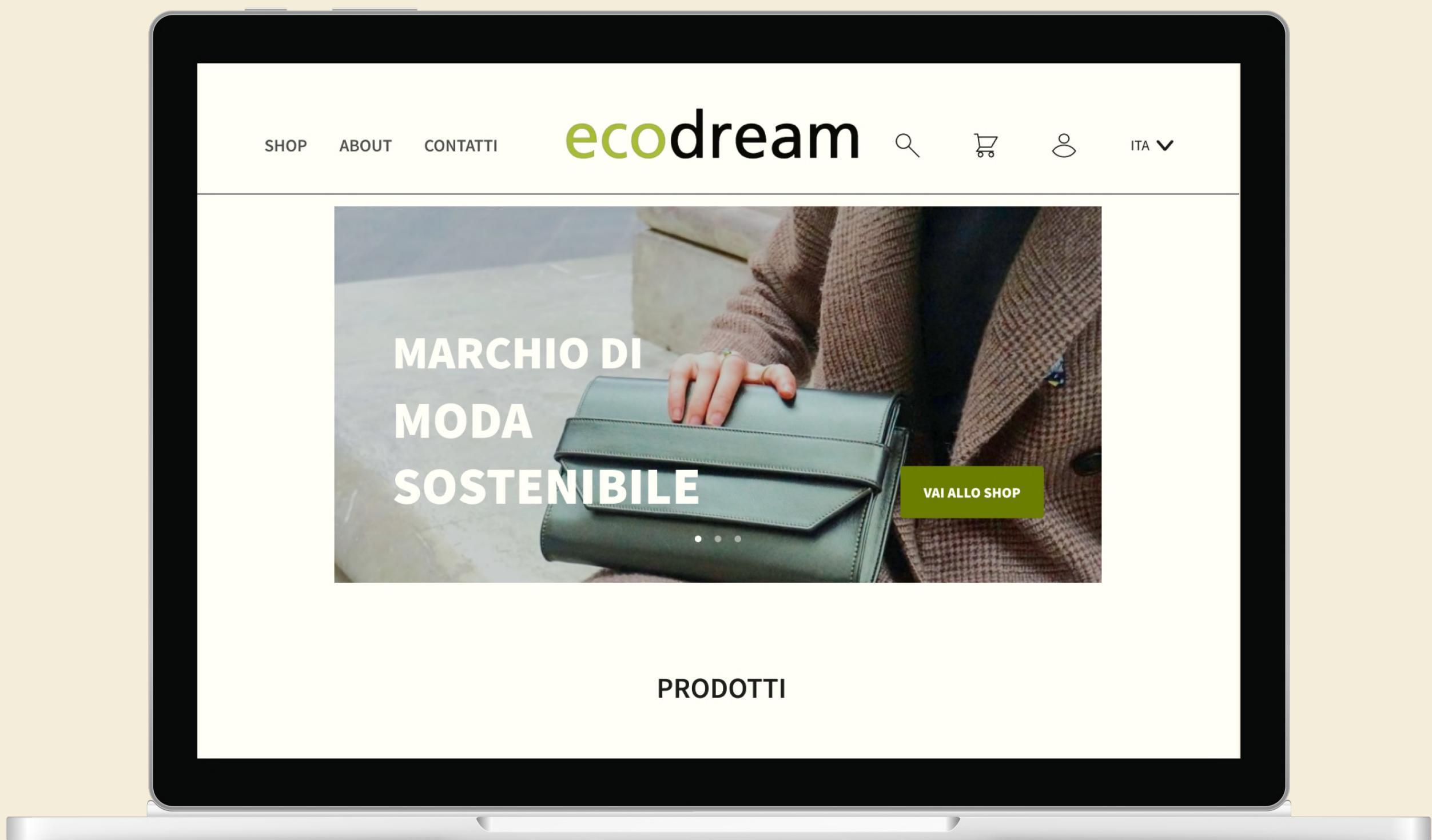
- CARRELLO
- MN. BORSETTA IN PELLE (96,00 €) Quantità: 1 Nero
- RIMUOVI DAL CARRELLO
- CONTINUA LO SHOPPING
- Placeholder
- APPLICA
- SUBTOTALE 96,00 €
- SPECIAZIONE
- Corriere espresso: 5,00 €
- Corriere espresso - REVERSE (res/cambio gratuiti): 10,00 €
- Ritiro in sede
- TOTALE 96,00 €
- CHECKOUT

Page 6: Checkout

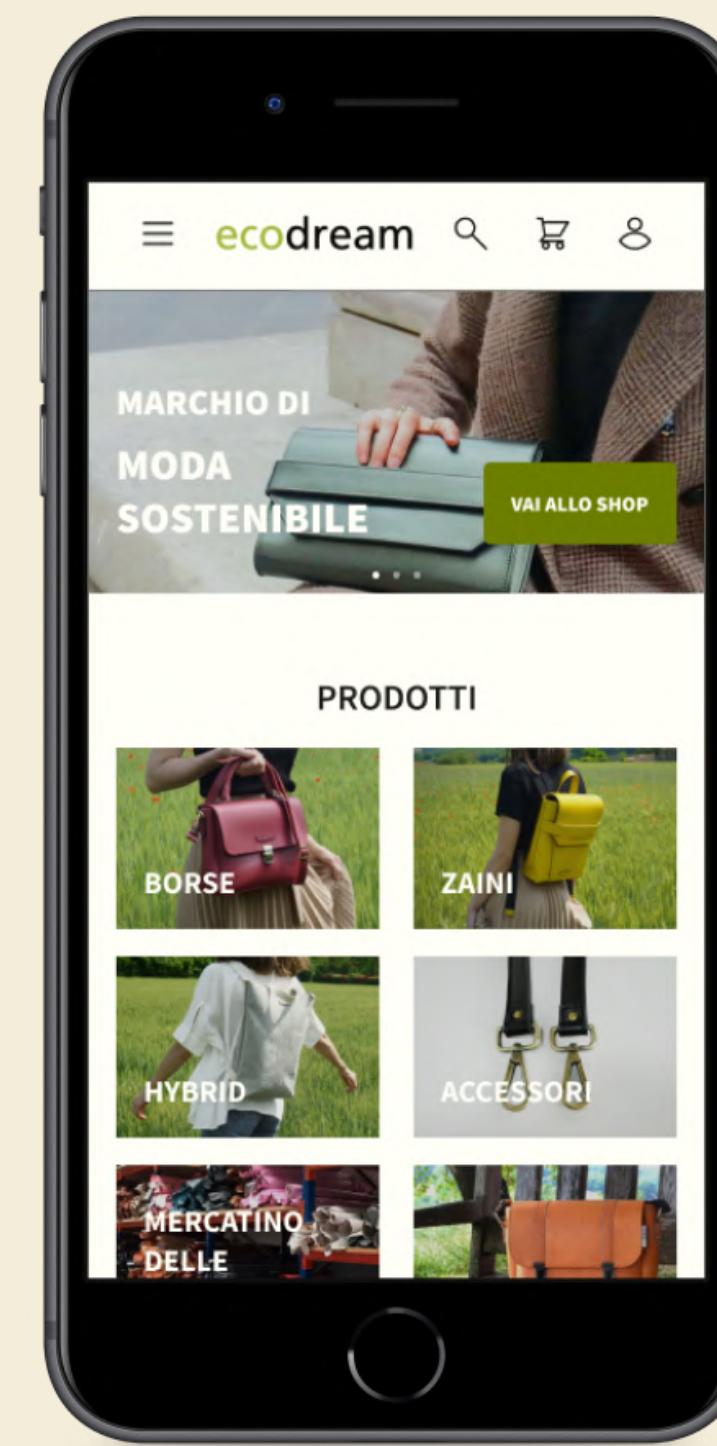
- CHECKOUT
- MN. BORSETTA IN PELLE (96,00 €) Quantità: 1 Nero
- Placeholder
- APPLICA
- SUBTOTALE 96,00 €
- SPECIAZIONE
- Corriere espresso: 5,00 €
- Corriere espresso - REVERSE (res/cambio gratuiti): 10,00 €
- Ritiro in sede
- TOTALE 96,00 €
- Hai un account? Effettua il login
- DETtagli di fatturazione
- Nome
- Cognome
- Nome della società (opzionale)
- Paese/Regione
- Indirizzo
- Via/ Piazza e numero civico
- Appartamento, interno, unità, ecc. (opzionale)
- CAP Provincia
- Città/ Comune
- E-mail
- Telefono
- Verrà usato solo in caso di comunicazioni importanti riguardo il tuo ordine.
- Spedire ad un indirizzo differente?
- PAGAMENTO
- CARTA DI CREDITO/ CARTA DI DEBITO
- BONIFICO
- PAYPAL
- EFFETTUARE ORDINE

[Link a Figma](#)

Prototipi



[Link al prototipo](#)
Desktop



[Link al prototipo](#)
Mobile

User Testing

Per il test utente è stato preparato un test moderato da remoto.

Verrà testato il prototipo nella versione mobile, in quanto dai dati raccolti in fase di ricerca la maggior parte degli utenti effettua acquisti online utilizzando il proprio smartphone.

Una volta completato lo studio, verranno analizzati i dati raccolti per comprendere se e quali elementi o funzionalità del sito debbano essere migliorati e se si debbano implementare eventuali nuovi elementi.

Al momento il test utente è ancora in corso.

Grazie per l'attenzione!

UX / UI Case Study

Start2impact University

Febbraio 2024

Francesca Franz

