

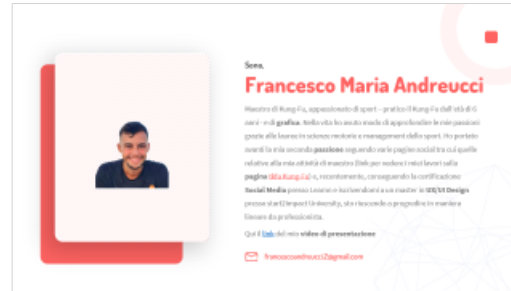


**Francesco Maria  
Andreucci**

# INDICE

Fare click sull'argomento che si desidera approfondire

1. About me
2. Educazione
3. My skills
4. Portfolio
  - 4.1 Grafica
  - 4.2 Copywriting
  - 4.3 Discovery
5. More Portfolios
6. Contatti





Sono,

# Francesco Maria Andreucci

Maestro di Kung-Fu, appassionato di sport – pratico il Kung-Fu dall'età di 6 anni - e di **grafica**. Nella vita ho avuto modo di approfondire le mie passioni grazie alle lauree in scienze motorie e management dello sport. Ho portato avanti la mia seconda **passione** seguendo varie pagine social tra cui quelle relative alla mia attività di maestro (link per vedere i miei lavori sulla **pagina [tkfa Kung-Fu](#)**) e, recentemente, conseguendo la certificazione **Social Media** presso Learnn e iscrivendomi a un master in **UX/UI Design** presso start2impact University, sto riuscendo a progredire in maniera lineare da professionista.

Qui il [link](#) del mio **video di presentazione**



[francescoandreucci.2@gmail.com](mailto:francescoandreucci.2@gmail.com)



# EDUCAZIONE

1

2024

## Master UX/UI Design

Start2impact University

2

2024

## Certificazione Social Media

Learnn

3

2021

## Management dello sport

Università degli studi Pegaso

4

2019

## Scienze motorie, sportive e della salute

Università degli studio di Urbino, Carlo Bo



# SKILLS

My Skill

# Graphic & UI Design

FIGMA 95%



ADOBE PHOTOSHOP 95%



ADOBE ILLUSTRATOR 80%



ADOBE INDESIGN 93%



CANVA 95%



CAPCUT 95%



# SKILLS







# PORTFOLIO

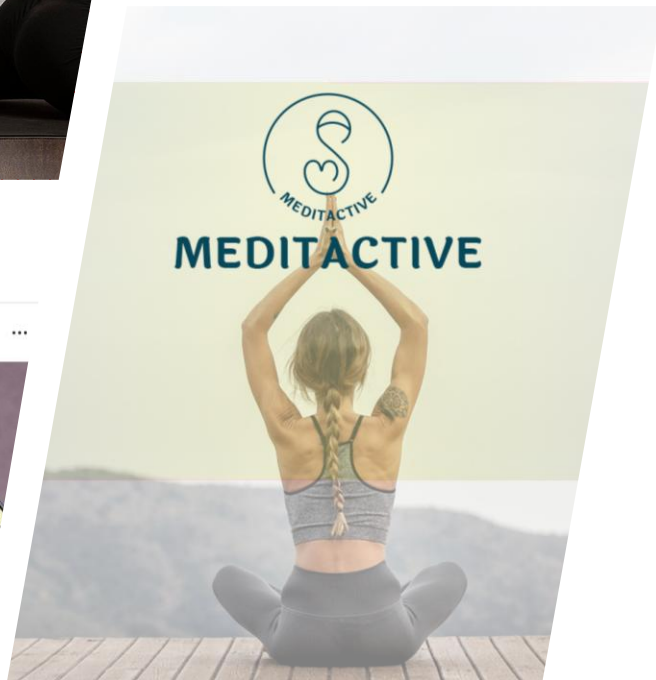


spira la salute e la  
altà della vita con

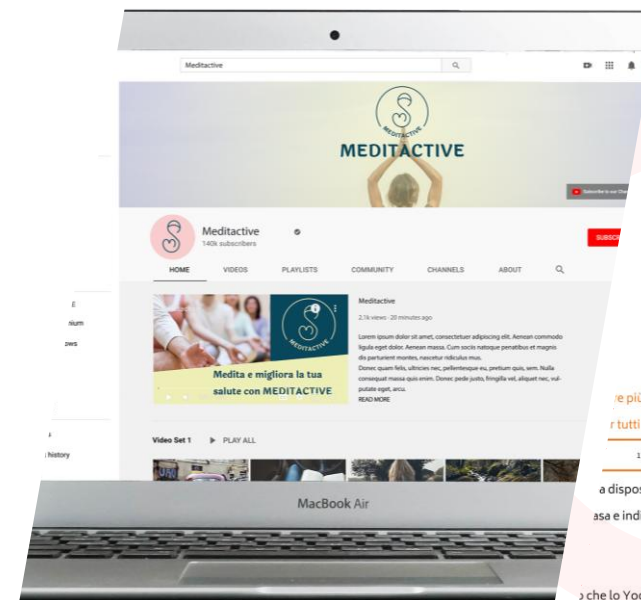


Scarica s  
nostra A

 <b>SCENARIO:</b> Lisa cerca un modo di diminuire lo stress provocato durante la giornata di lavoro. Sente parlare della meditazione da un'amica e così decide di cercare su Instagram.			
<b>OBIETTIVI E /</b> Cerca qualco per muovers giorno sedu schermo de			
Discovery	Navigazione	Ricerca	Ch
«Cercando su Instagram hashtag #meditazione ha trovato un post di Buddhisty e ha deciso di visitare il sito dal link in descrizione.»	Per avere informazioni guarda il video sulla Homepage, ma vorrebbe saperne di più e cerca altri video, magari con esempi di sedute di meditazione, ma non li trova.	Scorre nella «Home» per cercare le FAQs e capire se c'è la possibilità di avere accesso ai contenuti anche tramite pc, ma non trova nulla.	Pur ste cc l'z b c
«Potrebbe fare al caso mio, promettono una vita senza stress grazie alla meditazione.»	«Il video mi ha convinto molto, ma non trovo video di sedute di meditazione.»	«Potrebbe essere interessante, ma saprò se potrò utilizzarla anche da pc solo una volta scaricata.»	
			
Instagram; Homepage da mobile	Homepage	FAQs	
	Nessuna prova audio o video nel sito, per un'anteprima di meditazione.	FAQs non visibili da «Home» né intuibili	



# MIO PORTFOLIO



re più a fare Yoga?  
r tutti  
17 agosto 2023  
Tempo di lettura: 5 minuti

a disposizione esercizi mirati e specifici su  
asa e indipendentemente dalla tua situazione

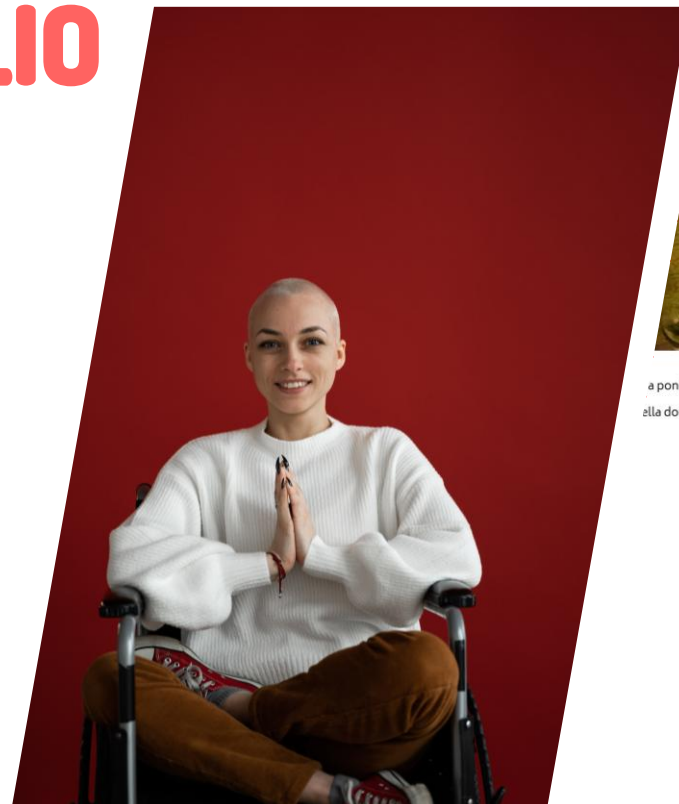
» che lo Yoga non fa per te, leggi questa frase di  
siderato il padre dello Yoga:

iosi nei pensieri e negli atti, essere in pace  
vivere, senza desiderare questa o quella cosa,  
conoscersi e ad agire nel movimento della vita,  
o le regole di vita che propone lo Yoga?



Pantanjali (padre dello Yoga)

a poniti questo quesito: IO NE SONO CAPACE? La risposta è  
ella domanda.



## More Portfolios

Per altri miei progetti su:

- [Accessibilità](#)

- [Wireframing](#)

Cliccare il link: [FigmaPortoflioWireframe](#)

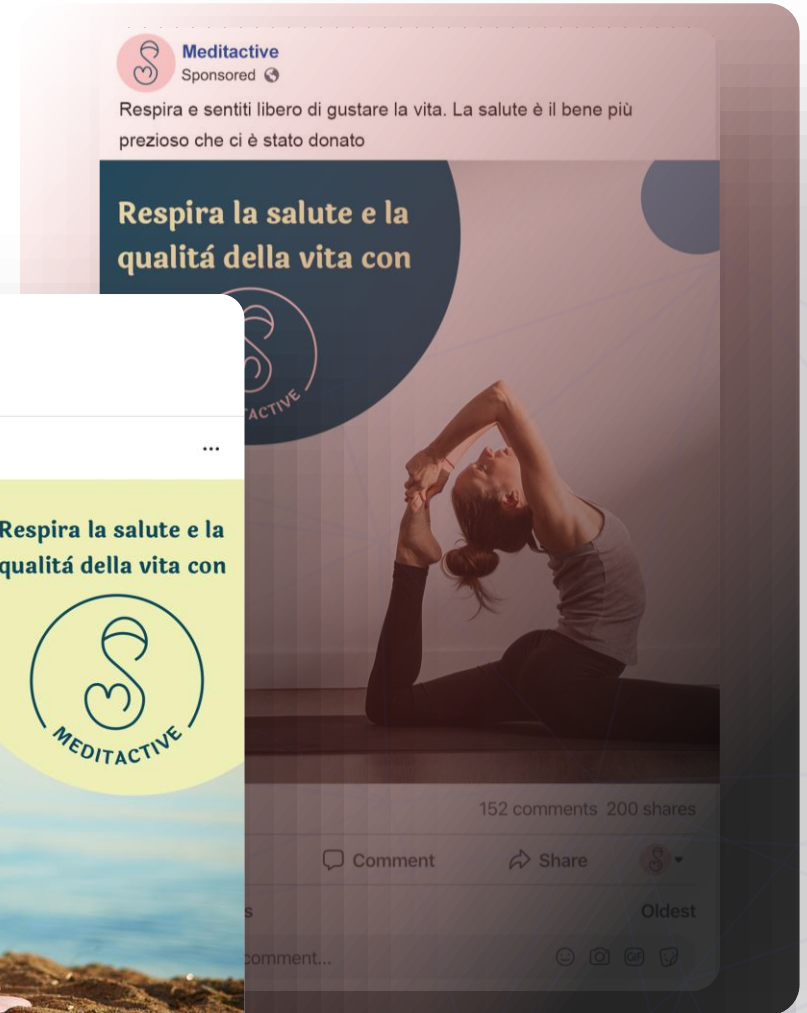
Grafica

## Progetto Grafica Meditactive

Questo progetto riguardava la creazione di una Brand Identity dell'azienda Meditactive partendo da zero.

Passaggi eseguiti:

1. Creazione logotipo e brand identity
2. Individuazione color palette e scelta tipografica
3. Grafiche social (Instagram, Facebook, Youtube)

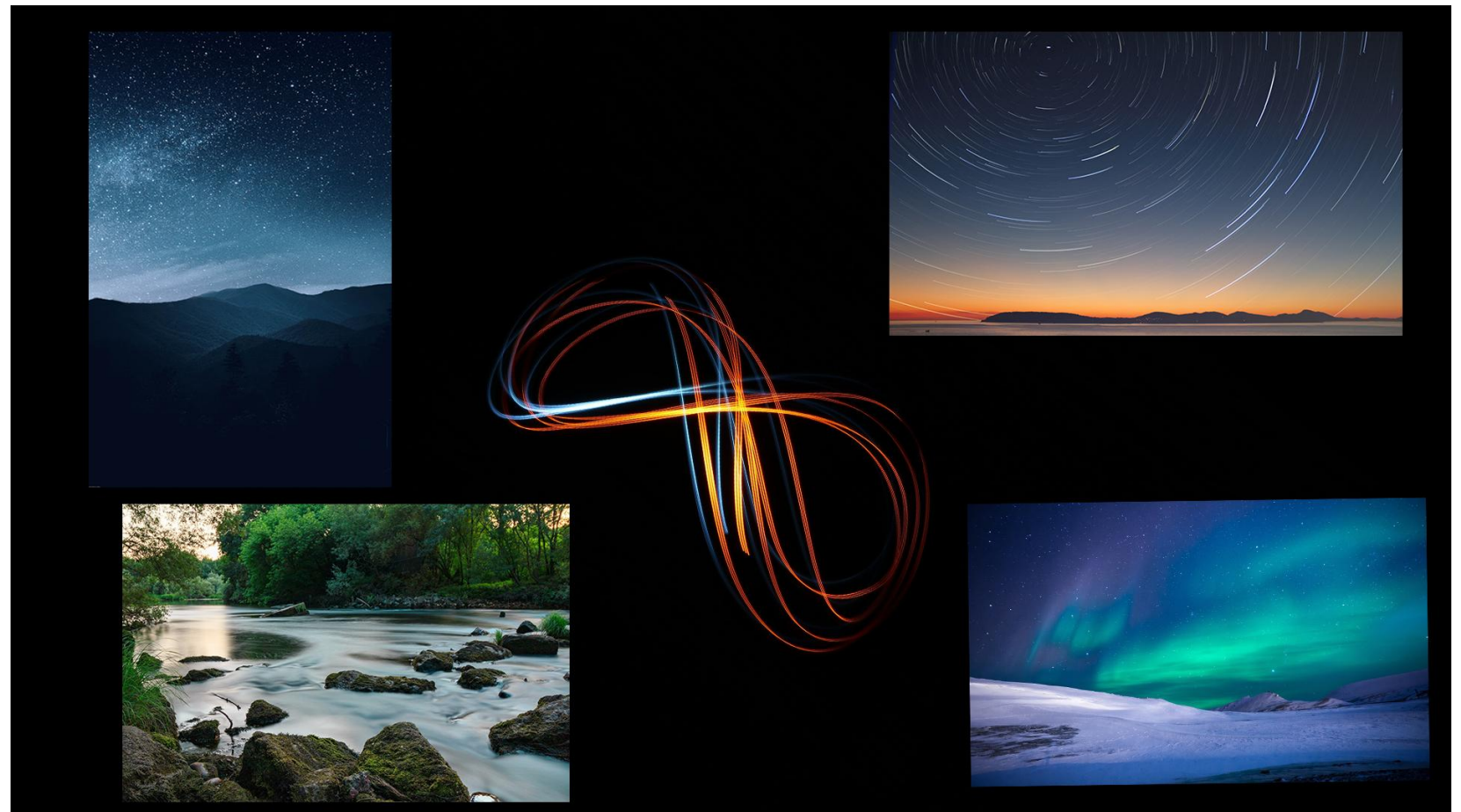




Grafica

# Moodboard

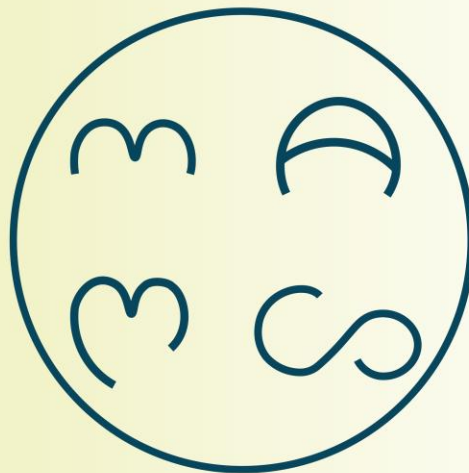
Moodboard concettuale



# 1. Creazione logo e brand identity

Primo passo è la creazione della brand identity e del logotipo di un marchio. Ho qui inserito il concept del logo da me pensato per l'azienda Meditactive che propone un corretto stile di vita attraverso la meditazione

## CONCEPT GRAFICO



In unione alla "M" di Medit e alla "A" di Active, è presente la forma del cuore, che indica benessere e salute, e dell'infinito.

Il tutto tenuto insieme da un cerchio, non chiuso, come un sole che sorge, una vita nuova, che simboleggia la circolarità e la morbidezza, amalgamato insieme nel logo finale.



## 2. Individuazione color palette e scelta tipografica

Il prossimo passo è stata la definizione di colori e font adatti per le esigenze di Meditactive.

Colori tenui e dolci che richiamano la calma e font delicati per i titoli e decisi ma non duri per le descrizioni

### FONT

#### LAILA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### LAILA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

#### TENOR SANS

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

LAILA (BOLD & REGULAR)  
Fluidità di scrittura, ottimo per i titoli e per rimarcare concetti importanti. Si rifà molto alle linee tondeggianti che caratterizzano Meditactive.

TENOR SANS (REGULAR)  
Ottimo per contrasto a "Laila" con il suo tratto deciso ma al tempo stesso delicato per l'occhio. Rende molto leggibili le piccole scritte e le descrizioni.

### COLOR PALETTE

I colori scelti raffigurano la via della pace interiore e della calma che Meditactive si propone di perseguire.

Oltre al rosa utilizzato per lo sfondo, abbiamo anche il giallo che simboleggia il sole e l'alba di una nuova vita in armonia.  
Gli altri colori servono per esprimere tranquillità per l'occhio di chi osserva. Il blu è infatti un colore che desta quiete, insieme al viola.

La tonalità tenue è l'emblema della morbidezza che Meditactive propone alle persone che si avvicinano a questo nuovo stile di vita. Ricordando di non avere un atteggiamento sempre frenetico e impattante, ma avvolgente e colloquiale.

#5f96b3  
C 65  
R 95 M 29  
G 150 Y 20  
B 179 K 4

#08475c  
C 94  
R 8 M 58  
G 71 Y 42  
B 92 K 36

#eefb6  
C 10  
R 238 M 0  
G 239 Y 38  
B 182 K 0

#9fald1  
C 43  
R 159 M 36  
G 161 Y 0  
B 209 K 0

#f9cdcd  
C 0  
R 249 M 27  
G 205 Y 14  
B 205 K 0

## 3. Grafiche social

Ultimo passo è delineare la strategia social e le grafiche adatte. Qui riporto grafiche Youtube e Instagram

### YOUTUBE

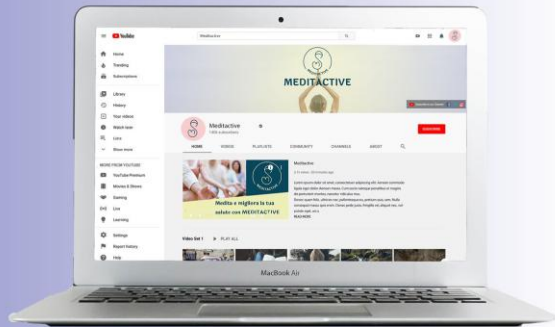


Immagine di copertina Youtube  
2048 x 1152 px



Immagine del profilo  
Youtube  
800 x 800 px



Immagine di anteprima video Youtube  
1920 x 1080 px

### POST - INSTAGRAM

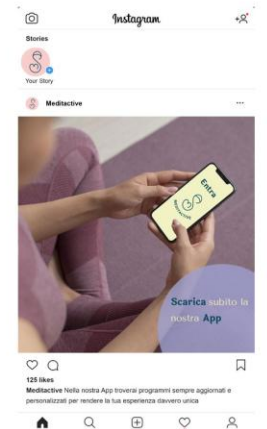
Formato: 1080 X 1080



Post promozionale presentazione attività



Post promozionale evento



Post promozionale prodotto





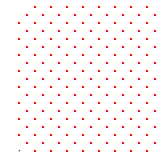
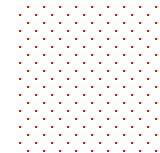
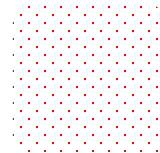
## Copywriting

# Progetto Copywriting YoYo

Il Progetto prevedeva la stesura di un articolo per un blog che parla di Yoga per persone in condizioni psico-fisiche non ritenute idonee.

### Passaggi eseguiti:

1. Individuazione Target, Tone of voice
2. Utilizzo principi di persuasione di Cialdini
3. Selezionare Headline efficace e scrivere l'articolo per il blog



"Lo Yoga ci insegna a modificare ciò che accettiamo e ad accettare ciò che non possiamo modificare."

Le deduzioni finali portano dunque a queste conclusioni: **Siamo troppo concentrati su ciò che non possiamo controllare, su ciò che altri vogliono che facciamo, mentre questa è la strada maestra per una vita serena e vissuta.**

È sempre saggio guardare se stessi poiché siamo unici e dobbiamo imparare a rispettarci e **come siamo**. Perché se fossimo diversi non potremmo essere noi stessi. Lo Yoga con YoYo permette tutto questo **vital!**

Ricevi subito un codice per l'utilizzo gratuito delle lezioni YoYo. **CLICCA SUL BOTTONE QUI**

RICEVI CODICE LEZIONI

Hai paura di non riuscire più a fare Yoga?

Scopri YoYo, l'app per tutti

Francesco Maria Andreucci

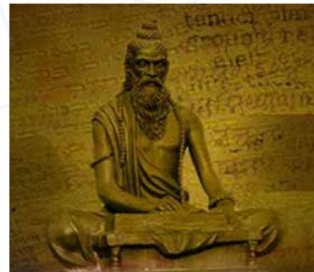
17 agosto 2023

Tempo di lettura: 5 minuti

Grazie a YoYo avrai a disposizione esercizi mirati e specifici su misura per te. Da casa e indipendentemente dalla tua **situazione psico-motoria**.

Se stai pensando che lo Yoga non fa per te, leggi questa frase di **Patanjali**, considerato il padre dello Yoga:

"Essere luminosi nei pensieri e negli atti, essere in pace con il nostro vivere, senza desiderare questa o quella cosa, imparare a conoscersi e ad agire nel movimento della vita, queste sono le regole di vita che propone lo Yoga"



Patanjali (padre dello Yoga)

Ora poni questo quesito: **IO NE SONO CAPACE?** La risposta è nella domanda.

# 1. Individuazione Target, Tone of voice

L'individuazione del target giusto e del tone of voice è essenziale per il copywriting

## TARGET

La Buyer Persona è un individuo che ha problemi di movimento fisico e anche mentale.

Ha paura di non sentirsi a suo agio nel mondo e vuole dunque aprirsi e scoprire cosa la vita ha da riservargli. Una persona alla ricerca degli altri.



## TONE OF VOICE

Il Tone Of Voice è colloquiale e diretto, rivolto appositamente ad ogni tipo di pubblico, in linea con ciò che YOYO App vuole mettere in luce: **siamo tutti diversi, ma con le stesse opportunità.**



## 2. Utilizzo principi di persuasione di Cialdini

L'utilizzo dei principi di persuasione è fondamentale per far rimanere l'utente incollato allo schermo e fargli proseguire con la lettura in maniera scorrevole

PRINCIPI DI PERSUASIONE

- 1 Riprova sociale
- 2 Simpatia
- 3 Autorevolezza

**1**

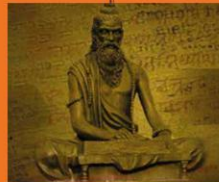
Oggi Yo'Yo è una realtà affermata già da cinque anni e ha aiutato migliaia di persone ad avere una vita più sana nonostante tutto.

**2**

È esattamente questo il punto. Segui il cuore e fai stare bene il tuo spirito. Come vedi non c'è menzione di parti fisiche del corpo, esteriori, ma solo di ciò che abbiamo dentro, di ciò che proviamo e di quali sensazioni riusciamo ad esprimere.

**3**

Secondo uno studio clinico-scientifico pubblicato nel **J. Attention Disorders** e svolto dalla Dottoressa **Pauline S. Jensen** e dalla ricercatrice **Dianna T. Kenny** dell'Università di Sidney, Facoltà delle Scienze della Salute, in Australia, i soggetti affetti da ADHD che si sono allenati con le pratiche Yoga hanno risposto positivamente al test, migliorando significativamente le loro abilità, rispetto al gruppo di controllo sedentario.



### 3. Scegliere un Headline e scrivere il blog

#### HEADLINE

La Headline si riferisce direttamente al contesto in cui siamo immersi, quello dell'unicità e dell'inclusività.

***"Hai paura di non riuscire più a fare Yoga? Scopri YoYo, l'app per tutti"***



In esempio la prima pagina dell'articolo di questo blog con l'headline efficace e capace di richiamare l'attenzione di chi legge

Hai paura di non riuscire più a fare Yoga?

Scopri YoYo, l'app per tutti

Francesco Maria Andreucci

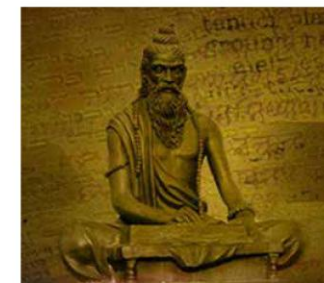
17 agosto 2023

Tempo di lettura: 5 minuti

Grazie a **YoYo** avrai a disposizione esercizi mirati e specifici su misura per te. Da casa e indipendentemente dalla tua **situazione psico-motoria**.

Se stai pensando che lo Yoga non fa per te, leggi questa frase di **Pantanjali**, considerato il padre dello Yoga:

"Essere luminosi nei pensieri e negli atti, essere in pace con il nostro vivere, senza desiderare questa o quella cosa, imparare a conoscersi e ad agire nel movimento della vita, queste sono le regole di vita che propone lo Yoga"



Pantanjali (padre dello Yoga)

Ora poniti questo quesito: **IO NE SONO CAPACE?** La risposta è nella domanda.



UX/UI Design

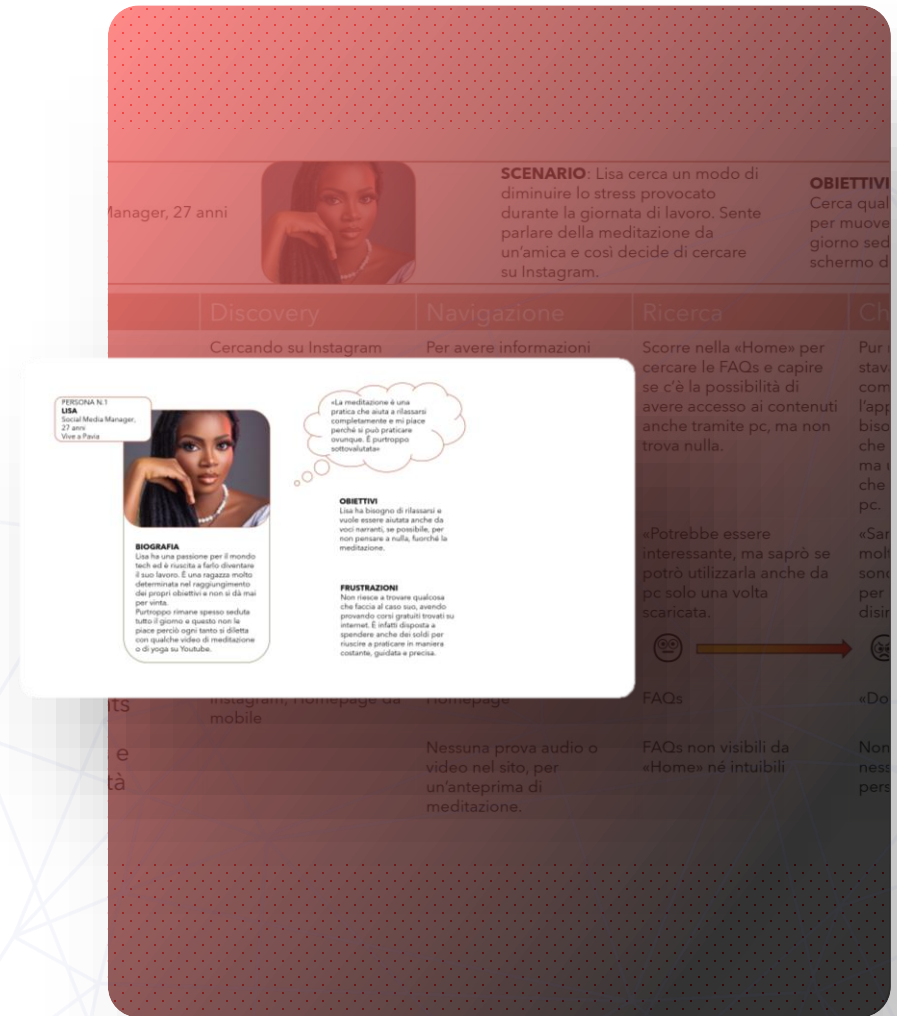
# Progetto Discovery Buddhify

Il progetto ha previsto l'analisi del sito Buddhify (link in fondo) col fine di migliorare l'usabilità e l'efficienza.

Step eseguiti:

1. Analisi Euristica del sito, Sitemap e Architettura dell'informazione
2. Analisi dei principali competitor e sondaggio agli utenti target
3. Individuazione delle User Personas e mappatura dell'esperienza utente attraverso User Journey
4. Riprogettazione del sito

[buddhify.com/](https://buddhify.com/)



# 1. Analisi euristica del sito e architettura dell'informazione (AI)

L'individuazione dei punti di forza e debolezza di ogni parte del sito attraverso l'analisi euristica e Sitemap per mappare il sito di Buddhify

## CONSISTENCY AND STANDARDS

### PRO

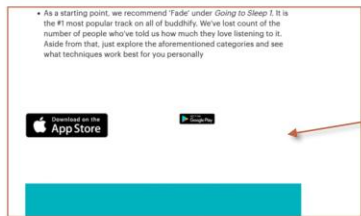


- Coerenza tra pagine e stile di pagine, l'unica differenziazione è nella **Home**, il che la rende subito riconoscibile e diversa dalle altre
- La palette colori è molto varia, ma non dispersiva, e illustra le varie categorie differenziandole tra loro

### CONTRO

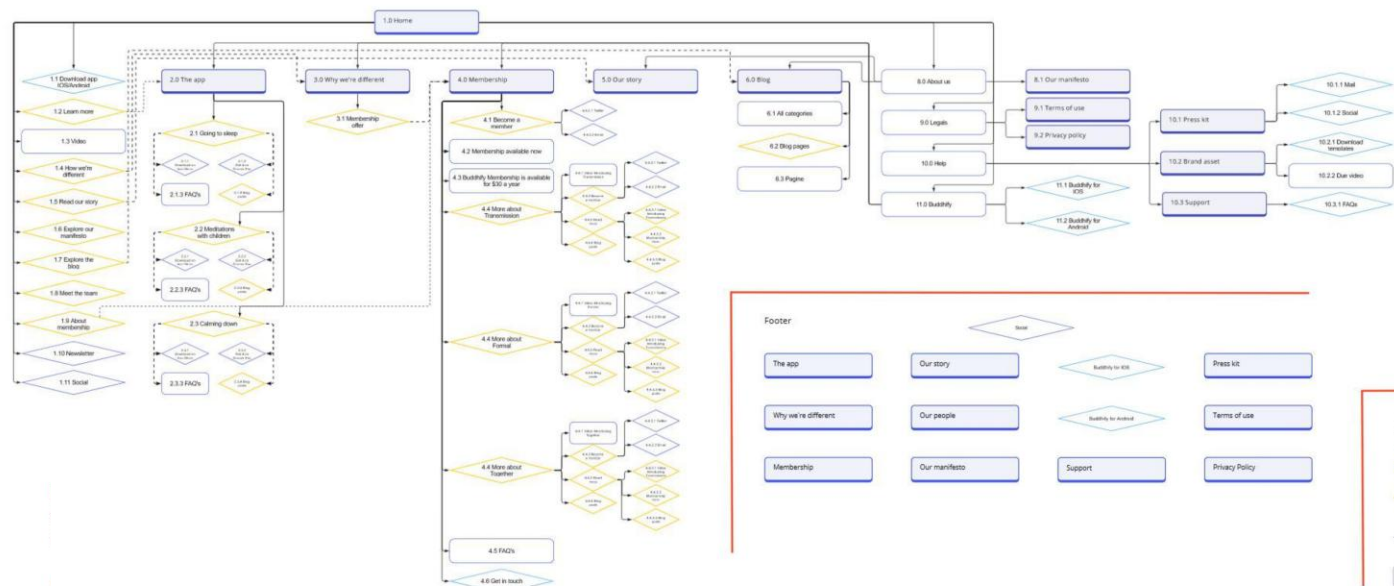


- Non c'è coerenza di stili tra **Home** e le altre pagine
- Lo stile dei testi è troppo semplice e lineare, non cattura l'attenzione. Non è presente nessuna parola in grassetto e i testi in questo modo sono poco leggibili
- Non c'è un corretto uso dei principi della **Gestalt** (se non per la spaziatura a volte)
- I pulsanti di download app all'interno della pagina «The app» non sono in linea tra loro, assumendo due grandezze differenti



Progetto Buddhify

## ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE (AI)



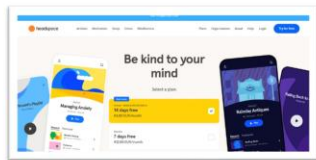
## 2. Analisi competitor e sondaggio

Dopo l'analisi dei principali competitor e dei loro punti di forza e di debolezza si passa alla compilazione del sondaggio dato agli utenti del target del sito per capire cosa si può migliorare e quale feature invece rendere più solida

### I COMPETITOR

#### Headspace

- Grafiche accattivanti
- Semplice e facile da usare
- Nella top ten delle app di meditazione per facilità d'uso



- Link: <https://www.headspace.com/>

#### Calm

- Quiz personalizzati
- Design minimalista
- Richiama personalità celebri per attirare l'attenzione



- Link: <https://www.calm.com/>

#### Insight Timer

- Design minimalista
- Prove audio e video di meditazione
- Numero 1 delle app di meditazione



- Link: <https://insighttimer.com/>

### SONDAGGIO

#### CONSIDERAZIONI FINALI

Dal sondaggio si evince che: gli utenti vorrebbero un'app di meditazione, che **migliori la loro vita** e la renda meno stressante, da utilizzare soprattutto la **sera** poco prima di andare a dormire (**68%**), **quotidianamente (25%)** o **una volta a settimana (22%)**, ma il **48%** non vorrebbe **pagare nulla**. Pensano sia importante staccare dalla realtà anche facendo sport (45%) o dedicandosi alle attività ricreative (21%) e **riserverebbero alla meditazione circa 10 minuti (64%)**, pur riconoscendo il valore di questa pratica (38%+30%).

La maggior parte delle persone **riesce a ricavare tempo per sé**, anche una o due ore durante la giornata (**63%**). Si ricerca moltissimo la **personalizzazione dell'esperienza utente** (soprattutto su app) e molti apprezzerrebbero voci narranti (61%) o musiche di sottofondo per rilassarsi (8%), anche se per taluni potrebbe risultare fastidioso (13%): **si potrebbe lasciare la scelta direttamente all'utente**.

Per molti sarebbe molto importante **vedere e provare il prodotto prima di eventualmente acquistarlo** e vorrebbero **leggere le recensioni** già dal sito e queste sono importanti features da tenere in considerazione nelle prossime fasi di lavoro. Inoltre il poter contattare telefonicamente l'assistenza sembra essere un fattore molto importante, seppur non fondamentale. Si auspica anche la **presenza di una community**, con l'opzione di poter praticare insieme.

Analisi Comparativa

Di seguito il link del modulo Google che ho utilizzato per il sondaggio con gli utenti:

<https://forms.gle/vWm7YMt2boCf4mgr9>

Gli utenti del sondaggio sono impegnati con il lavoro in ufficio (81%) e hanno molti oneri, anche se senza famiglia (75%).

# 3. Indentificazione User Personas e User Journey

L'obiettivo di questo passaggio fondamentale è raggruppare gli utenti del sondaggio in tre macro aree, impersonificate dalle Personas e, di conseguenza, stilare la rispettiva User Journey per comprendere dove poter intervenire e migliorare

PERSONA N.1

**LISA**  
Social Media Manager,  
27 anni  
Vive a Pavia



## BIOGRAFIA

Lisa ha una passione per il mondo tech ed è riuscita a farlo diventare il suo lavoro. È una ragazza molto determinata nel raggiungimento dei propri obiettivi e non si dà mai per vinta. Purtroppo rimane spesso seduta tutto il giorno e questo non le piace perciò ogni tanto si diletta con qualche video di meditazione o di yoga su Youtube.

«La meditazione è una pratica che aiuta a rilassarsi completamente e mi piace perché si può praticare ovunque. È purtroppo sottovalutata»

## OBIETTIVI

Lisa ha bisogno di rilassarsi e vuole essere aiutata anche da voci narranti, se possibile, per non pensare a nulla, fuorché la meditazione.

## FRUSTRAZIONI

Non riesce a trovare qualcosa che faccia al caso suo, avendo provato corsi gratuiti trovati su internet. È infatti disposta a spendere anche dei soldi per riuscire a praticare in maniera costante, guidata e precisa.

**LISA**

Social Media Manager, 27 anni  
Vive a Pavia



**SCENARIO:** Lisa cerca un modo di diminuire lo stress provocato durante la giornata di lavoro. Sente parlare della meditazione da un'amica e così decide di cercare su Instagram.

## OBIETTIVI E ASPETTATIVE:

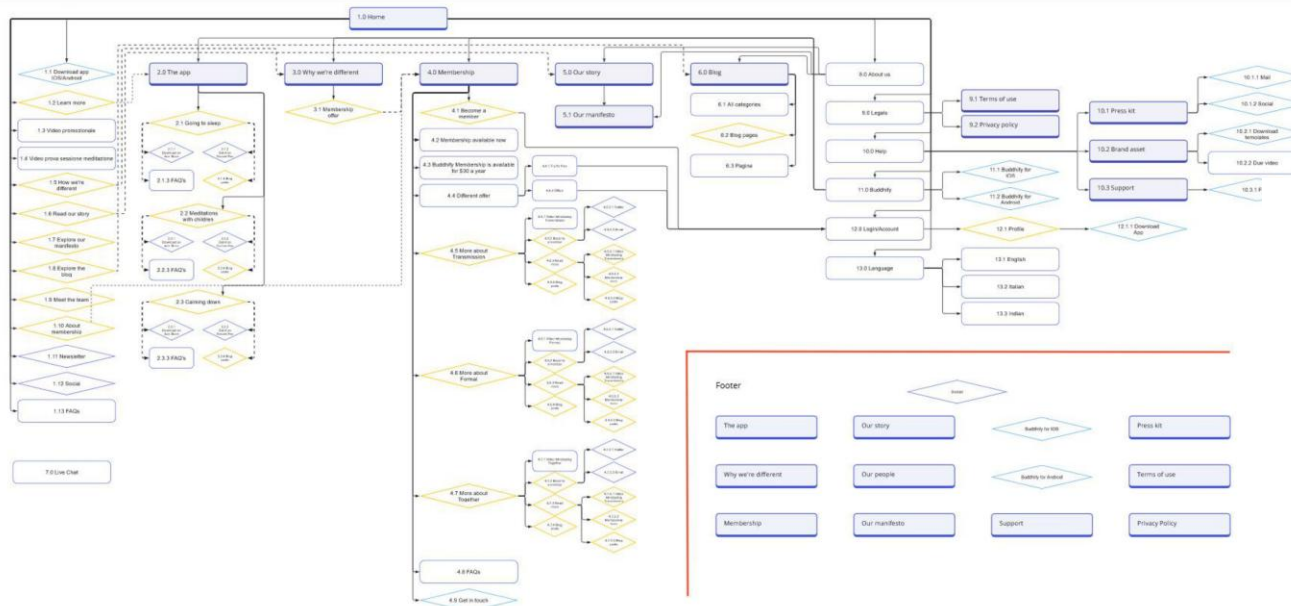
Cerca qualcosa per distrarsi e per muoversi, stando tutto il giorno seduta davanti a uno schermo del cellulare.

LISA	Discovery	Navigazione	Ricerca	Check-out
Azioni	Cercando su Instagram l'hashtag #meditazione ha trovato un post di Buddhify e ha deciso di visitare il sito dal link in descrizione.	Per avere informazioni guarda il video sulla Homepage, ma vorrebbe saperne di più e cerca altri video, magari con esempi di sedute di meditazione, ma non li trova.	Scorre nella «Home» per cercare le FAQs e capire se c'è la possibilità di avere accesso ai contenuti anche tramite pc, ma non trova nulla.	Pur non trovando ciò che stava cercando decide comunque di scaricare l'app e scopre che c'è bisogno di un pagamento che lei è disposta a fare, ma una volta fatto nota che non può utilizzarla dal pc.
Pensieri	«Potrebbe fare al caso mio, promettono una vita senza stress grazie alla meditazione.»	«Il video mi ha convinto molto, ma non trovo video di sedute di meditazione.»	«Potrebbe essere interessante, ma saprò se potrò utilizzarla anche da pc solo una volta scaricata.	«Sarebbe una comodità molto gradita dato che sono sempre sul telefono per lavoro. La disinstallerò!»
Emozioni	😊 →	😊 →	😊 →	😊
Touchpoints	Instagram; Homepage da mobile	Homepage	FAQs	«Download app»
Painpoints e opportunità		Nessuna prova audio o video nel sito, per un'anteprima di meditazione.	FAQs non visibili da «Home» né intuibili	Non presente sul pc nessuna sezione personale



## 4. Riprogettazione del sito

### NUOVA ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE (AI)



A fronte delle difficoltà riscontrate dalle Personas, ho studiato una nuova AI con nuove features e con collegamenti migliorati per facilitare l'utilizzo del sito da parte degli utenti, come si evince dalla nuova User Journey.

**LISA**  
Social Media Manager, 27 anni  
Vive a Pavia



**SCENARIO:** Lisa cerca un modo di diminuire lo stress provocato durante la giornata di lavoro. Sente parlare della meditazione da un'amica e così decide di cercare su Instagram.

**OBIETTIVI E ASPETTATIVE:** Cerca qualcosa per distrarsi e per muoversi, stando tutto il giorno seduta davanti a uno schermo.

LISA	Discovery	Navigazione	Ricerca	Check-out
<b>Azioni</b>	Cercando su Instagram l'hashtag #meditazione ha trovato un post di Buddhify e ha deciso di visitare il sito dal link in descrizione	Per avere informazioni guarda il video sulla Homepage e, volendo approfondire maggiormente, scorre e trova dei video che riguardano le sedute di meditazione.	Nella «home» trova le FAQ dove scopre che c'è la possibilità di avere un account da pc.	Scarica subito l'app entusiasta di intraprendere questo cammino che la porterà ad avere maggiore benessere.
<b>Pensieri</b>	«Potrebbe fare al caso mio, promettono una vita senza stress grazie alla meditazione.»	«Il video iniziale mi ha convinto molto e posso anche vedere cosa andrò a fare nello specifico. È davvero molto bello!»	«Ricerca molto rapida ed intuitiva. È anche possibile usufruire dell'app da pc. Davvero molto utile!»	«Sono davvero entusiasta, non vedo l'ora di cominciare»
<b>Emozioni</b>	😊 →	😊 →	😊 →	😊
<b>Touchpoints</b>	Instagram; Homepage da mobile	Homepage	Homepage; FAQs	Sezione personale/Account
<b>Soluzioni</b>		Inserimento video di prova nella «Home»	Inserimento FAQs anche nella «home»	Inserimento di pagina di «Login/Account» e sezione dedicata

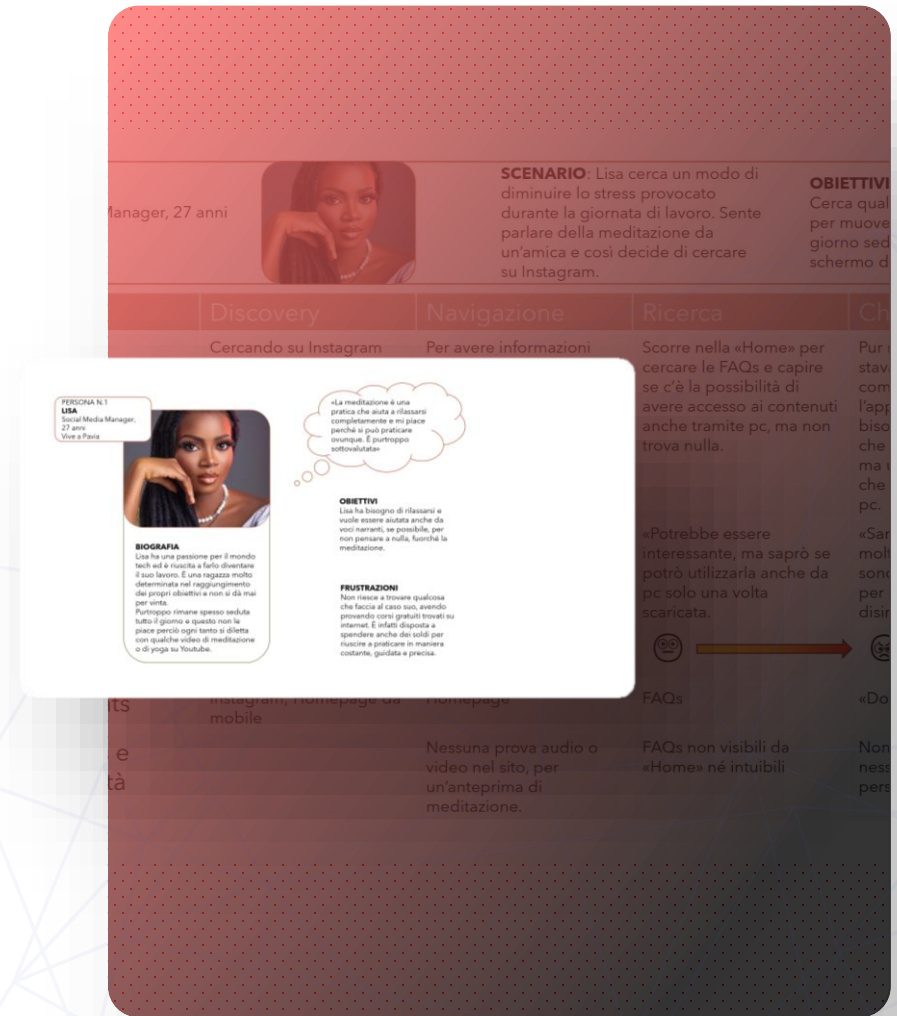
UX/UI Design

# Progetto User Interface Buddhify

Questo progetto si è concentrato sull'interfaccia grafica del nuovo sito (UI).

Step eseguiti:

1. Creazione di wireframe low-fidelity
2. Creazione di wireframe high-fidelity
3. Prototipazione e userflow
4. Progettazione layout del nuovo sito





# CONTATTI

GET IN TOUCH



# CONTATTI



francescoandreucci.2@gmail.com



+39 3467597192



**GRAZIE**