

Progetto Wireframing **NUCARO GIORGIA**

**100% plant-based products
e-commerce**

2 Wireframe mobile (hi-fi) e screen
flow

Indice

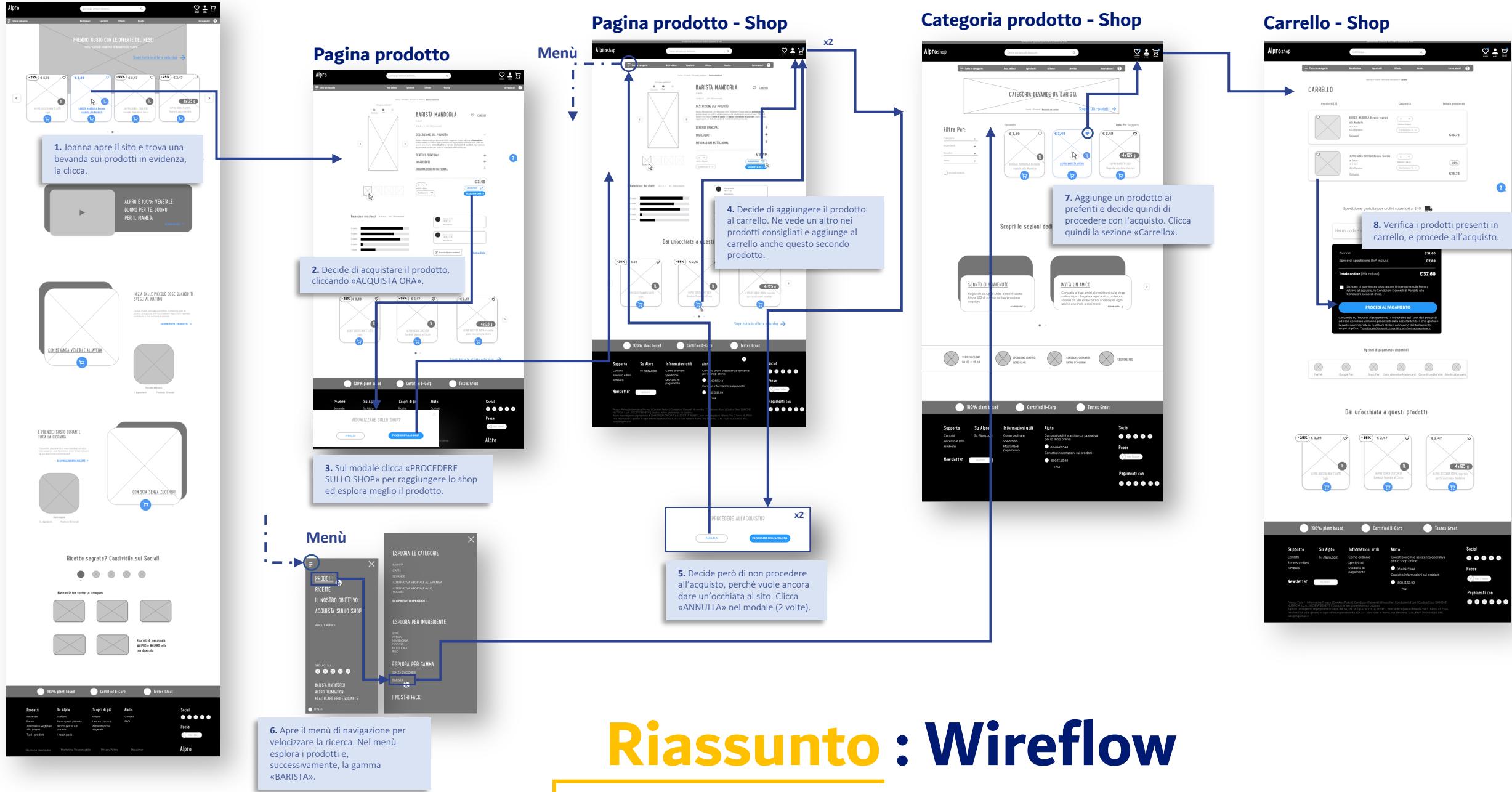
Riassunto parti precedenti	3
Riepilogo delle opportunità emerse	3
Wireframe Desktop	3
Il Progetto	4
5 Wireframe mobile ad alta fedeltà e link	5
Wireflow	12
Confronto e conclusioni	14

Riassunto : Riepilogo delle opportunità

Dagli User Journey delle tre Personas create e dalla creazione di wireframe desktop sono emersi alcuni **pain point**, i quali hanno portato poi all'ideazione e successivo aggiornamento di alcune **opportunità** che potrebbero migliorare l'esperienza utente del sito.

- | | |
|---|---|
| 1. Il collegamento con lo shop non porta al prodotto selezionato, ma alla home.
2. Manca una <i>Wishlist</i> .
3. Visualizzando un prodotto non è possibile direttamente aggiungere al carrello.
4. Manca una <i>Live Chat</i> .
5. Non è possibile filtrare i risultati (shop).
6. Non viene fornita la disponibilità dei prodotti
7. Nomenclatura dei prodotti non completa, alcune categorie ci sono (dessert, drinks, sugar-free), mentre altre (Protein, vegetable creams) sono assenti (shop).
8. Assenza di una barra di ricerca (shop).
9. Assenza di una sezione dedicata agli sconti. | → 1. Il collegamento con lo shop dovrebbe portare direttamente al prodotto selezionato, non alla home.
→ 2. Aggiungere una <i>Wishlist</i> .
→ 3. Visualizzando un prodotto dovrebbe essere possibile direttamente aggiungere al carrello (già dal sito principale).
→ 4. Aggiungere una <i>Live Chat</i> .
→ 5. Possibilità di filtrare i risultati anche nello shop.
→ 6. Fornire la disponibilità dei prodotti.
→ 7. Migliorare la nomenclatura , aggiungendo una sezione relativa per ogni tipologia di prodotto , aggiungere quindi le sezioni Protein e Vegetable Creams .
→ 8. Aggiungere una <i>Barra di Ricerca</i> anche nello shop.
→ 9. Aggiungere una sezione dedicata agli sconti . |
|---|---|

Homepage



Riassunto : Wireflow

Wireframing - Giorgia Nucaro

Wireframe mobile ad alta fedeltà

In seguito alle opportunità emerse nella fase Discovery e, successivamente, alla fase Wireframing, ho progettato i seguenti wireframe anche nella versione mobile:

1. **Homepage** (Sito Istituzionale)
2. **Pagina Prodotto** (Sito Istituzionale)
3. **Pagina Prodotto** (Shop)
4. **Pagina CATEGORIA prodotto** (Shop)
5. **Carrello** (Shop)

Il link dei wireframe, creati con **Adobe XD**, è il seguente.

<https://xd.adobe.com/view/3d9f2033-ec88-4119-888f-cb943f0eb4ea-68cc/>

La **scala di grigi** per i **wireframe** rispecchia la **saturazione** dei colori per un **prototipo a colori**. Le parti più scure rappresentano colori più intensi e saturati, quelli più chiari l'inverso. Vale la stessa cosa per i colori di transizione. Alcuni componenti invece sono colorati di azzurro, si tratta qui o di CTA, oppure di parti in evidenza.

La **legenda per le annotazioni** e la legenda per la realizzazione sono le seguenti:

-  Funzioni presenti ovunque
-  CTA
-  Spiegazione di funzionalità
-  Chiarimento su funzionalità ed estetica
-  Altro



Dimensione Artboard: 414 x 896
Mockup: 5.8" (iPhone X, Xs, 11 Pro)

Tutti gli elementi non commentati nei wireframe mobile sono già stati analizzati nel progetto precedente.

Mockup Wireframe mobile

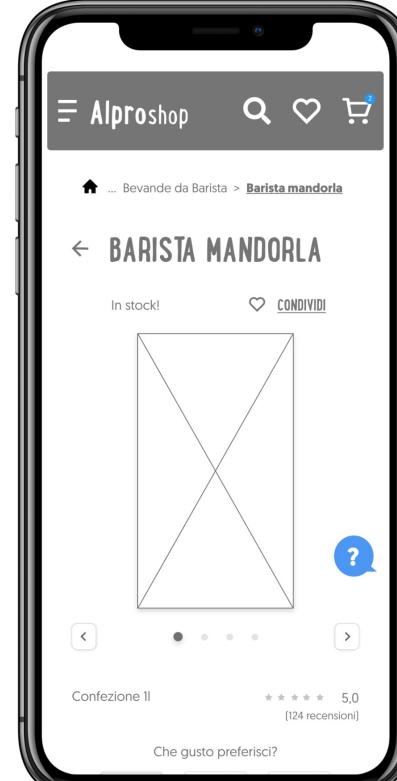
Homepage



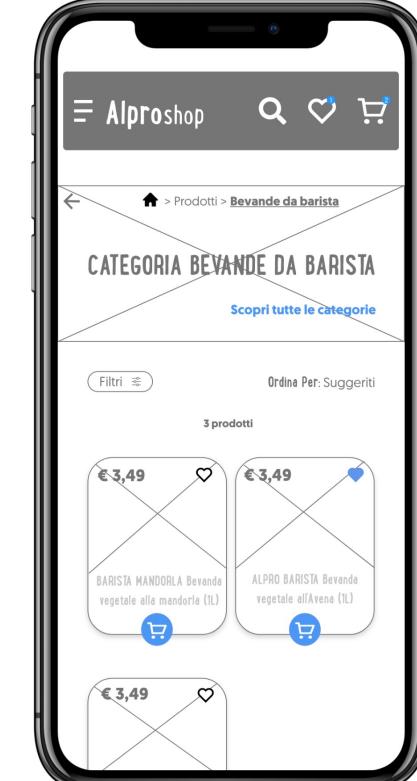
Pagina prodotto



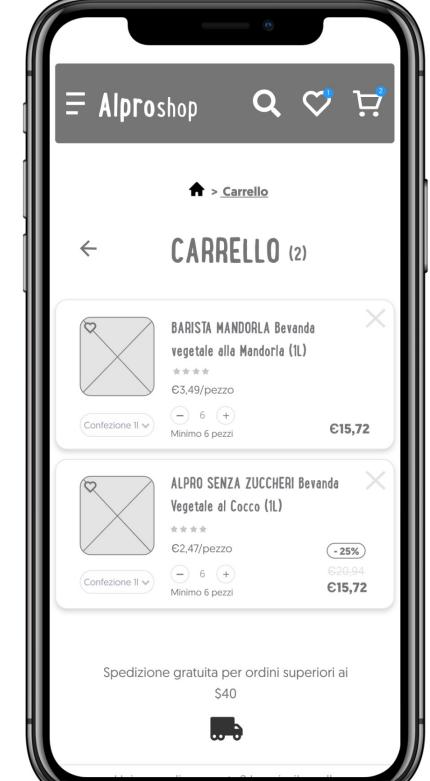
Pagina prodotto - Shop



Categoria prodotto - Shop



Carrello - Shop



Homepage

La **Homepage** del Sito Istituzionale è suddivisa di 5 macro-aree, ovvero:

- Pagina di **apertura**
- **Presentazione** del Brand
- Sezioni dedicate ai **Prodotti** e alle **Ricette**
- **Ricette** dei clienti sui **Social**
- **Footer**

In questa versione mobile ho cercato di mantenere il layout il più possibile coerente, pur apportando varie modifiche a causa delle differenti dimensioni del nuovo device.

L'ordine dei contenuti e i contenuti stessi sono rimasti tali e quali.

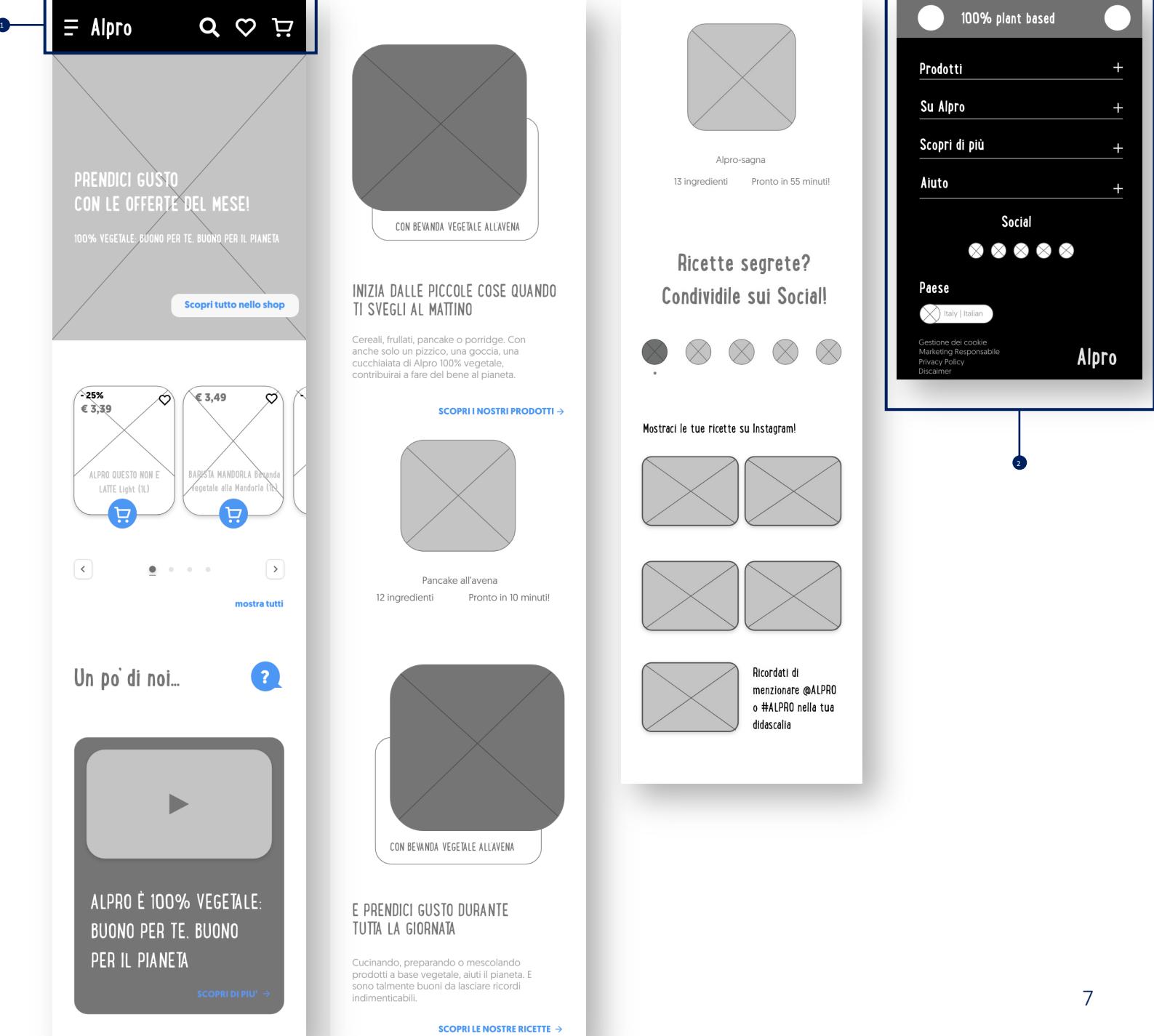
1 La **navbar** è uno degli elementi che ha subito più modifiche. Tutte le sezioni, tra cui *Best seller*, *Offerte*, *I preferiti* e *Novità* sono state raccolte e posizionate in un menu.

Nello stesso sono anche presenti le varie categorie, come da versione precedente.

Infine, sempre in questo punto, è stata inserita la sezione Account. Oltre al menu, nella navbar, sono anche presenti: logo, Barra di Ricerca (espandibile), Lista dei desideri e Carrello.

Per velocizzare la visione di tutti prodotti è possibile cliccare «mostra tutti», mentre per scorrere fra quelli presenti sono stati inseriti degli Chevron left e right.

2 Il **footer** è stato riadattato al device, accorpendo le sottosezioni in modo tale da snellire visivamente i contenuti. Resta ovviamente possibile visionare le sottosezioni ampliando le relative sezioni principali (per fare ciò va cliccata l'icona a destra).



Product Page

La **Pagina prodotto** del Sito Istituzionale è suddivisa di 4 macro-aree, ovvero:

- Pagina di apertura ed **esposizione prodotto**
- **Recensioni** degli utenti
- Prodotti **consigliati**
- **Footer**

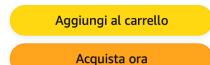
Nell'versione mobile della pagina Prodotto ho riorganizzato il layout e la disposizione dei contenuti, per garantire migliore accessibilità ai contenuti stessi.
Anche in questa pagina, navbar e Footer sono stati riadattati. Il Breadcrumb è stato poi rivisitato, per una migliore leggibilità.
La pagina iniziale da molto spazio al nome del prodotto, all'immagine e alle caratteristiche principali dello stesso.

- ➊ In quasi tutte le pagine da me create (fatta eccezione per alcune) ho voluto inserire una piccola **freccia** per consentire all'utente di tornare alla pagina precedente. Trattandosi di una progettazione di un design destinato soprattutto al touch screen, non sarebbe comodo (e spesso possibile) utilizzare le opzioni del browser per tornare indietro. In questo modo l'utente può navigare più agevolmente fra le pagine.
- ➋ Ho voluto modificare la posizione delle opzioni per il **cambio del gusto**. Sono ora posizionate al di sotto dell'immagine prodotto, in questo modo, cambiando il gusto, l'utente vedrà direttamente l'immagine (e immagini correlate) relative al gusto del nuovo prodotto selezionato. Dopo aver fatto ciò, le informazioni del nuovo prodotto si aggiornano direttamente e l'utente può poi proseguire la visione delle informazioni semplicemente scorrendo la pagina.

- ➌ Sono state rivisitate le azioni relative **all'aggiunta al Carrello** e **all'acquisto**. Le stesse infatti non erano in accordo con la relativa importanza. Ora però ogni azione corrisponde perfettamente a ciò che vuole comunicare, quindi:

- «Acquista ora» è primario
- «Aggiungi al carrello» è secondario
- «Aggiungi alla lista dei desideri» e «Condividi» sono residuali

Ho voluto quindi ricreare lo stesso modello utilizzato da [Amazon](#), il quale rappresenta tali azioni in modo molto efficace.



- ➍ Oltre alle informazioni relative al prodotto, ho poi aggiunto una sezione di **recensioni** (con possibilità di lasciarne una) e un Carousel a scorrimento per visualizzare i prodotti consigliati. Per scorrere basterà trascinare le card oppure utilizzare gli Chevron left o right.

The wireframe illustrates the product page structure with the following components and annotations:

- Header:** Alpro logo, search icon, heart icon, and shopping cart icon.
- Breadcrumb:** Home > Bevande da Barista > Barista mandoria.
- Product Title:** BARISTA MANDORLA (highlighted by a red box).
- Stock Status:** In stock!
- Share Button:** CONDIVIDI (highlighted by a red box).
- Image:** A large image of the product container, which changes based on the selected flavor (highlighted by a yellow box).
- Flavor Selection:** Confezione II (Mandoria, Oat, Soia) (highlighted by a yellow box).
- Price:** €3,49 (€3,49/pezzo).
- Buttons:** AGGIUNGI AL CARRELLO (highlighted by a red box) and ACQUISTA ORA.
- Reviews Section:** Recensioni dei clienti (5,0 / 124 recensioni) (highlighted by a green box).

Rating	Count
5 stelle	124
4 stelle	~10
3 stelle	~10
2 stelle	~2
1 stella	~2

 Examples of reviews:
 - Nome utente: ★★★★ Recensione
 - Nome utente: ★★★★ Recensione
- Callout:** Recensisci questo prodotto! (highlighted by a green box).
- Footer:** 100% plant based, Prodotti, Su Alpro, Scopri di più, Aiuto, Social (with icons), Paese (Italy), and links for cookie policy, privacy policy, and disclaimer.

Dai un'occhiata a questi prodotti



Scopri tutto nello shop

3/5

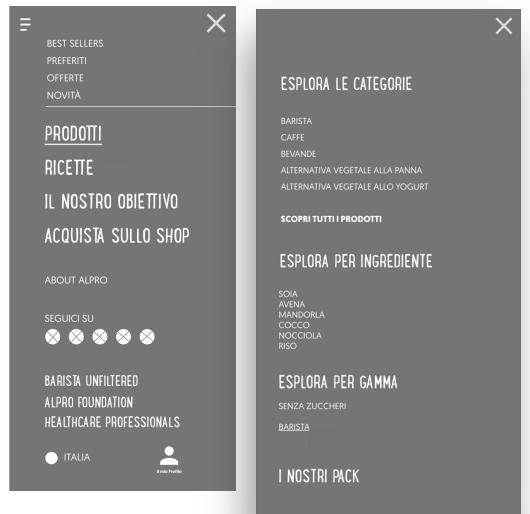
Product Page - Shop

La **Pagina Prodotto** dello Shop è suddivisa in 4 macro-aree, ovvero:

- Pagina di apertura ed **esposizione prodotto**
- **Recensioni** degli utenti
- Prodotti **consigliati**
- **Footer**

La pagina prodotto dello shop è molto simile a quella del sito istituzionale, ciò che cambia sono la navbar e il Footer.

- 1 La **navbar** è quindi uno degli elementi che ha subito più modifiche. Tutte le sezioni, tra cui *Best seller*, *Offerte*, *I preferiti* e *Novità* sono state anche qui raccolte e posizionate in un menu. Nello stesso sono anche presenti le varie categorie, come da versione precedente. Infine, sempre in questo punto, è stata inserita la sezione Account. Oltre al menu, nella navbar, sono anche presenti: logo, Barra di Ricerca (espandibile), Lista dei desideri e Carrello. Ciò che cambia dalla versione nel sito istituzionale è: forma, dimensione, posizione e colorazione (quest'ultima non è rilevante a questo punto della riprogettazione, ma volevo comunque evidenziare tale differenza).
- 2 Il **Footer** presenta la stessa struttura di quello del sito istituzionale ma, trattandosi comunque di due piattaforme diverse (e con contenuti differenti) ho riportato differenti categorie e sottocategorie utilizzando gli stessi principi accennati precedentemente. Oltre a ciò sono anche stati inseriti i metodi di pagamento con le relative immagini.



- 2 Il **menu**, come spiegato in diapositiva 7, è stato incorporato con le sezioni in evidenza in Homepage e con la sezione «Il mio Account». Per il resto, i contenuti rimangono invariati.

Alproshop
Bevande da Barista > Barista mandoria

← BARISTA MANDORLA

In stock! Condividi

Confezione II ★★★★★ 5,0 (124 recensioni)

Che gusto preferisci?

Mandoria

Oat

Soia

6
Minimo 6 pezzi
(Confezione II)
€3,49
€3,49/pezzo

AGGIUNGI AL CARRELLO
ACQUISTA ORA

Recensioni dei clienti ★★★★★ 5,0 (124 recensioni)

5 stelle	<div style="width: 100%; background-color: black;"></div>
4 stelle	<div style="width: 85%; background-color: #ccc;"></div>
3 stelle	<div style="width: 75%; background-color: #ccc;"></div>
2 stelle	<div style="width: 10%; background-color: #ccc;"></div>
1 stella	<div style="width: 10%; background-color: black;"></div>

Nome utente ★★★★★
 Nome utente ★★★★★

Recensisci questo prodotto! Mostra tutte

DESCRIZIONE DEL PRODOTTO

Barista Mandorla è una bevanda 100% vegetale. Grazie alla sua **schiumabilità** potrai creare un soffice stato cremoso da aggiungere alle tue tazze. Oltre ad essere una buona **fonte di calcio** e a basso **contenuto di zuccheri**, Alpro Barista aggiungerà un delicato gusto di mandorla alla tua miscela.

BENEFICI PRINCIPALI +

INGREDIENTI +

INFORMAZIONI NUTRIZIONALI +

Scopri tutte le offerte

100% plant based

Supporto +

Su Alpro +

Informazioni utili +

Aiuto +

Social +

Pagamenti con +

Paese +

Alproshop

Privacy Policy | Informativa Privacy | Cookies Policy | Condizioni Generali di vendita | Condizioni d'uso | Codice Etico DANONE NUTRICA S.p.A. SOCIETÀ BENEFIT | Gestisci le tue preferenze sui cookies

Alpro è un negozio di proprietà di DANONE NUTRICA S.p.A. SOCIETÀ BENEFIT, con sede legale in Milano, Via C. Farini, 41, P.IVA IT657890155 ed è gestito in ogni effetto operativo da B2X S.r.l. con sede in Roma, Tiburtina, 1236, P.IVA 11020591001, PEC bzx@legalmail.it

dicembre '22

Wireframing - Giorgia Nucaro

9

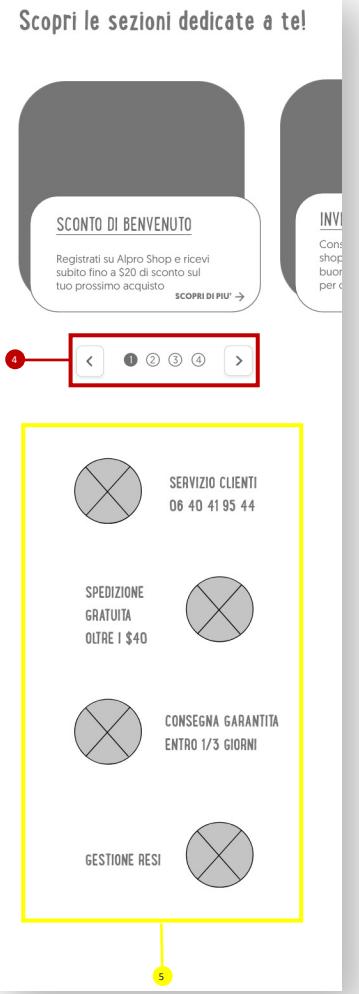
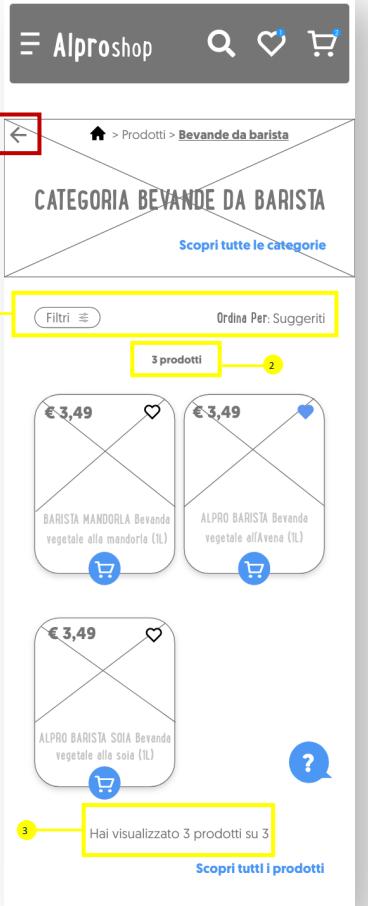
Categoria prodotto - Shop

La **Categoria prodotto** dello Shop è suddivisa in 5 macro-aree, ovvero:

- Pagina di **apertura** della categoria
- **Prodotti** presenti in **categoria**
- Sezioni dedicate all'**utente**
- **Informazioni** sul Brand e Vendita
- **Footer**

La pagina di Categoria prodotto è stata progettata mantenendo il layout il più simile possibile alla aversione desktop. Alcuni componenti, come si vedrà a breve, sono stati però rivisitati, per consentire una migliore visualizzazione sul device.

- 1 I **filtri** sono stati ampliati e posizionati all'interno di un'icôna, la quale, una volta cliccata, mostrerà una sezione ampliata e completa. Questo è stato fatto per non appesantire la pagina e non rischiare un layout caotico. La sezione ampliata è visualizzata di seguito sulla destra →. È stato mantenuto l'**Ordina per**.
- 2 Anche nella versione mobile ho voluto inserire il **numero** di prodotti presenti per ciascuna sezione.
- 3 Il contenuto della categoria **scorre verticalmente** su due colonne parallele. In questa categoria in particolare non risalta particolarmente questa decisione ma, su una categoria più ampia, tale scorrimento consente all'utente di visualizzare più prodotti nella pagina rispetto ad uno scorrimento su Carousel orizzontale. Al termine della visualizzazione ho voluto inserire un'informazione relativa al termine dei prodotti, per informare l'utente che la sezione non si sta, ad esempio, caricando ma è proprio terminata.
- 4 Le **sezioni** dedicate all'**utente** sono state ridimensionate ed inserite in un Carousel, come nella versione desktop.
- 5 Alcune **informazioni** sono state disposte seguendo un modello z-pattern, inserendo contenuti relativi a: servizio clienti, spedizione gratuita, consegna gratuita e gestione resi.



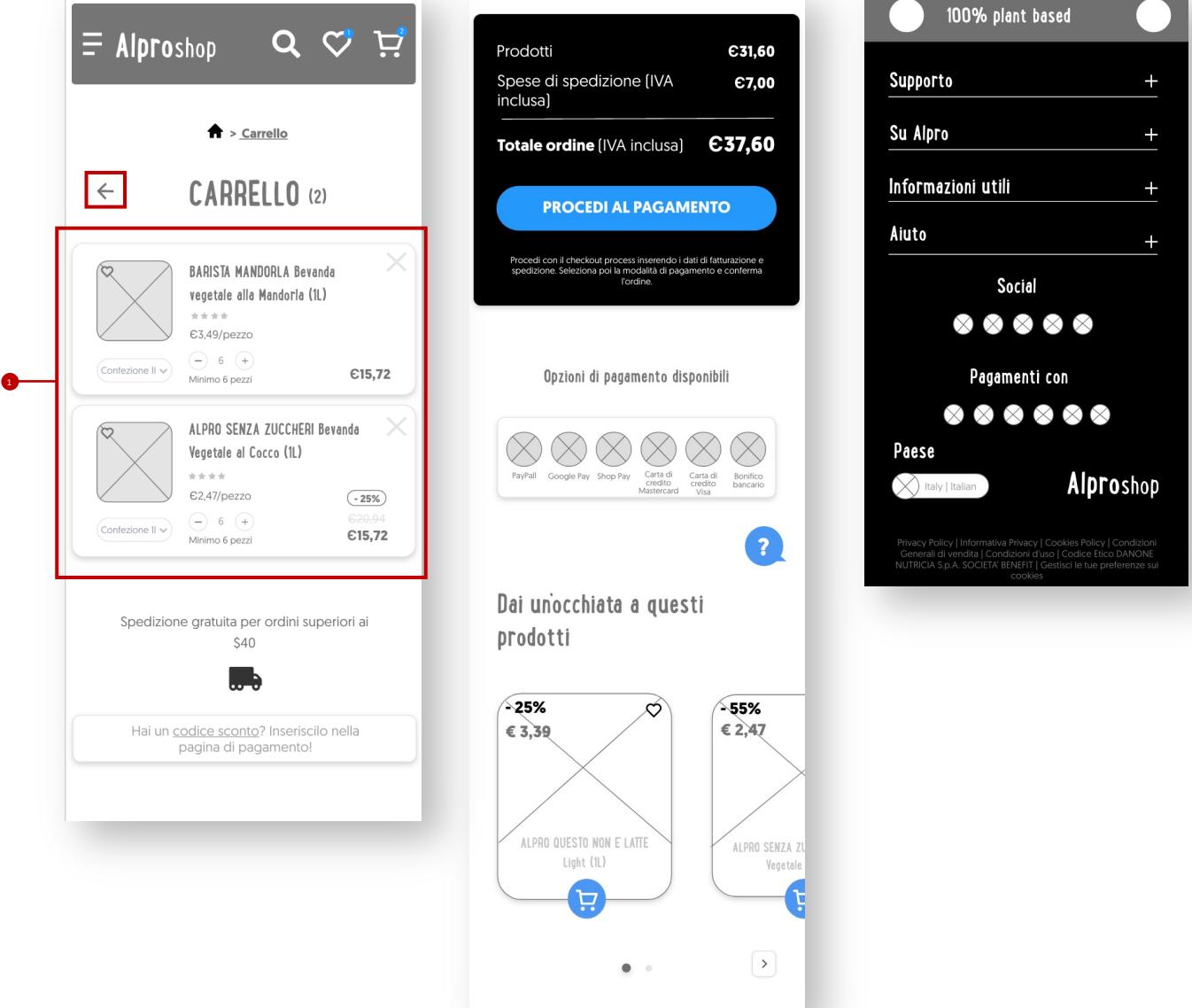
Carrello - Shop

Il Carrello dello Shop è suddiviso di 4 macro-aree, ovvero:

- Carrello con **prodotti**
- Sezione per procedere all'**acquisto** (+ metodi di pagamento)
- Sezioni di **prodotti consigliati**
- **Footer**

La pagina del Carrello è stata creata in modo molto simile a quella della versione desktop. Ribadisco la presenza dell'icona della feccia, per tornare alla pagina precedente.

- 1 Le **box prodotti** contengono i seguenti elementi: immagine prodotto, nome prodotto, valutazione (stelle), prezzo al pezzo, aggiunta a lista dei Desideri, selettori di quantità e tipologia prodotto, prezzo, prezzo scontato (per prodotti scontati) e sconto (per prodotti scontati).
 I prodotti possono facilmente essere rimossi dal carrello con l'icona «x» presente in alto a destra, mentre il numero di prodotti viene visualizzato vicino a »Carrello». Sono stati poi inseriti dei reminder sulla spedizione gratuita e sul codice sconto.
 Infine, è stato anche qui inserito il riepilogo del carrello, così da poter continuare nelle sezioni successive per finalizzare l'acquisto.

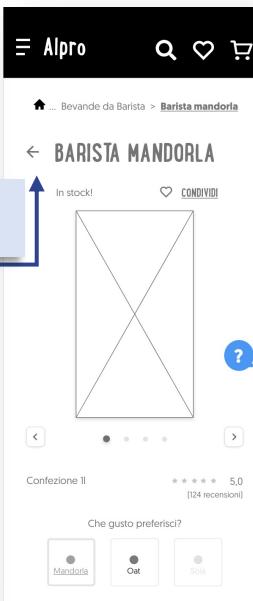


The wireframe illustrates the mobile shopping cart interface. At the top, the Alproshop logo is displayed with a search icon, a heart icon, and a shopping cart icon. Below the header, the breadcrumb navigation shows 'Home > Carrello'. The main content area is titled 'CARRELLO (2)' and contains two product boxes, each with an 'X' icon for removal. The first product is 'BARISTA MANDORLA Bevanda vegetale alla Mandorla (1L)' at €3,49/pezzo, with a discount of -25% to €15,72. The second product is 'ALPRO SENZA ZUCCHERI Bevanda Vegetale al Cocco (1L)' at €2,47/pezzo, also with a -25% discount to €15,72. Both products show a minimum quantity of 6 pieces. A red box highlights these two product sections. Below the products, a message indicates free shipping for orders over \$40. A callout box suggests entering a discount code during checkout. To the right, a summary box shows 'Prodotti' (2 items), 'Spese di spedizione [IVA inclusa]' (€7,00), and a total of 'Totale ordine [IVA inclusa]' (€37,60). A large blue button says 'PROCEDI AL PAGAMENTO'. Further down, there's a section for payment methods (PayPal, Google Pay, etc.) and a slide showing recommended products with discounts (e.g., -25% on ALPRO QUESTO NON È LATTE Light and -55% on ALPRO SENZA ZUCCHERI). The footer includes links for privacy, terms, and a language selection for Italy/Italian. On the far right, a sidebar lists 'Supporto', 'Su Alpro', 'Informazioni utili', and 'Aiuto' under a 'Social' section with icons for Facebook, Instagram, and YouTube, and a 'Pagamenti con' section with icons for various payment providers. The overall design is clean and modern, utilizing a dark background with white and light gray text areas.

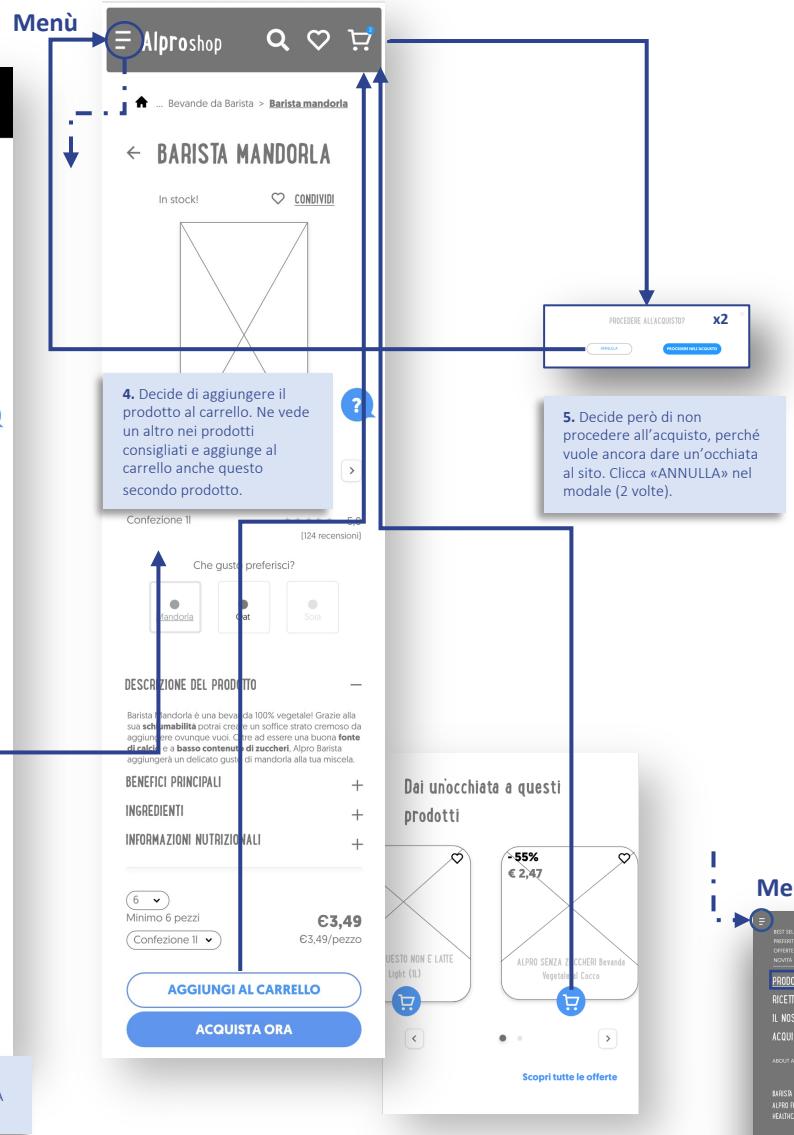
Homepage



Pagina prodotto



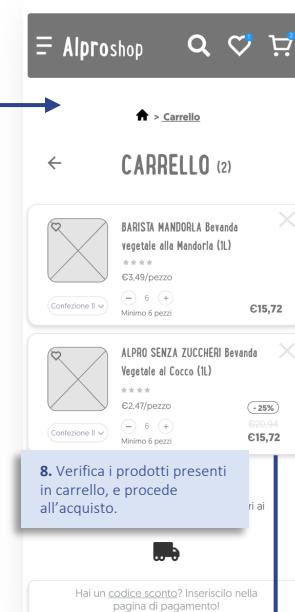
Pagina prodotto - Shop

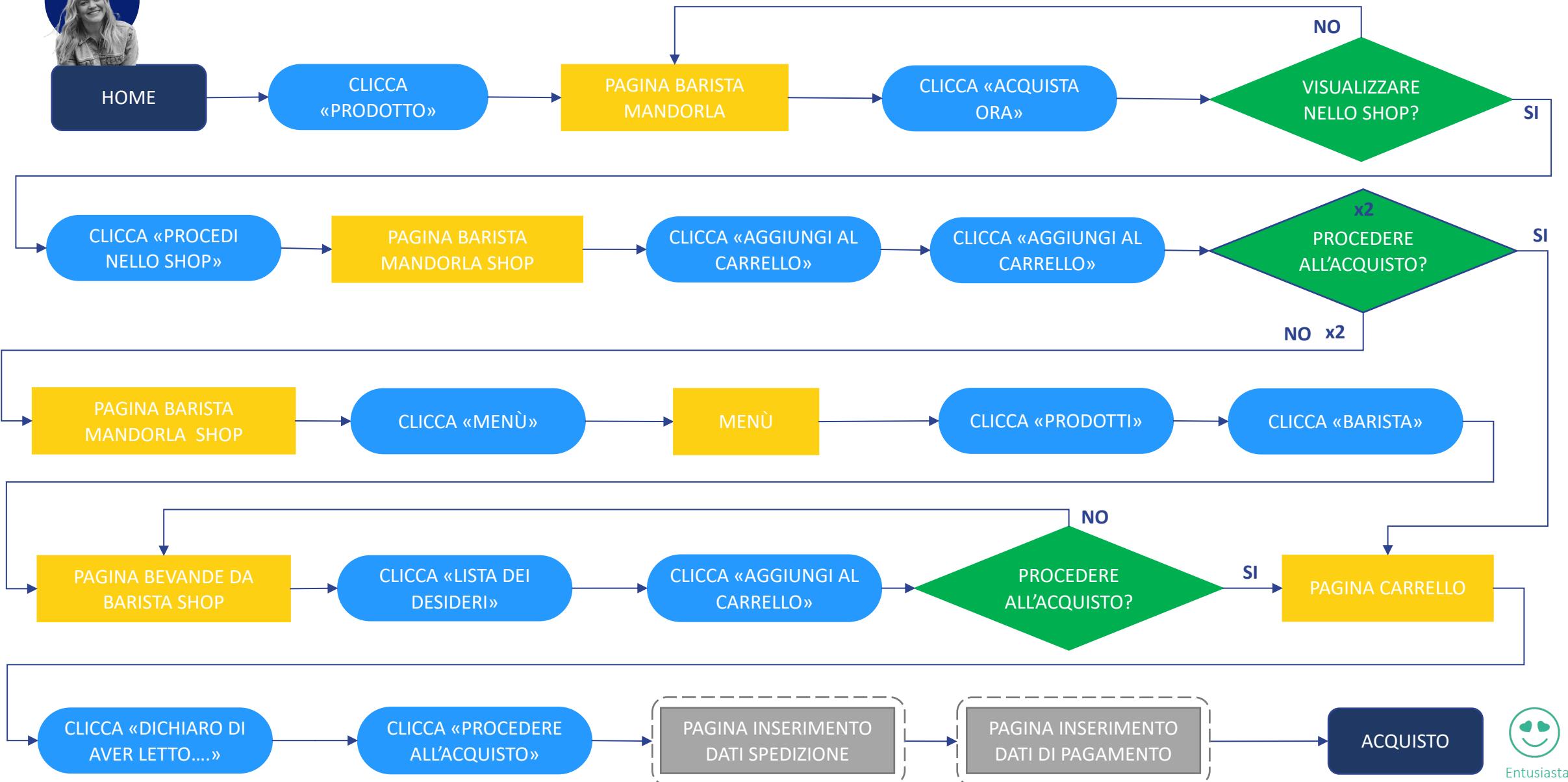


Categoria prodotto - Shop



Carrello - Shop





Confronto e conclusioni

La riprogettazione del sito www.Alpro.com e del relativo shop su mobile è partita dalla riprogettazione da desktop.

Quello che ho fatto è stato adattare i contenuti ad un **device diverso**.

Ho sicuramente rivisitato alcune parti, sia per quanto riguarda il layout che per quanto riguarda le funzionalità.

Questo perché ho cercato di pensare al mio layout da un punto di vista diverso, usando quindi il **touch screen**.

Questo mi ha permesso di andare ad intervenire su tutti quei punti in cui mouse e tastiera non possono esserci.

Iniziando dal riepilogo delle opportunità e analizzando bene il lavoro precedente, ho creato i nuovi Wireframe versione mobile.

Li ho progettati a partire dal wireframe desktop, analizzando componente per componente e valutando quale fosse la miglior disposizione possibile.

Una volta fatto questo ho creato il **Wireflow**, cercando ancora una volta di individuare tutti quei punti i cui mouse e tastiera non possono agire.

Dopo varie sistemazioni ho creato i **mockup** per visualizzare ancora meglio come potesse risultare all'azione.

Ma, cosa cambia effettivamente dai Wireframe desktop?

1. Homepage:

- Navbar ridotta e rivisitata
- Aggiunta di «mostra di più»
- Footer sistemato e reso più adatto al device, come il Breadcrumb

2. Pagina prodotto:

- Aggiunta di un'icona freccia per tornare indietro
- Spostamento dell'opzione per il cambio di gusto
- «verticalizzazione» del contenuto generale
- Sistemata dei pulsanti «aggiungi al carrello» e «acquista ora»
- Inserimento delle recensioni ampliate

3. Pagina prodotto – shop

- Navbar riadattata allo shop (con le stesse funzionalità)
- Footer adattato alla piattaforma dello shop

4. Categoria prodotto - shop

- Raccolta dei filtri in un'icona
- Cambio da Carousel a scorrimento orizzontale a scorrimento verticale su colonne parallele

5. Carrello - shop

- Riposizionamento generale dei contenuti nelle box