



corso DISCOVERY



Progetto 2

Giuseppe Lenti

RIEPILOGO ANALISI UX

PARTE 1

Fase 1: Comprensione del Servizio e Fondamenti di Usabilità

Questa fase iniziale si concentra sulla definizione chiara del servizio di carpooling offerto da JojobRT. Si stabilisce cosa fa il servizio, quali sono i suoi obiettivi principali e come intende risolvere le esigenze degli utenti. In parallelo, viene condotta un'analisi euristica basata sui 10 principi di usabilità di Nielsen. Questo permette di identificare rapidamente i problemi di usabilità nell'interfaccia esistente o nel concetto del servizio, valutando se rispetta standard riconosciuti di buon design UX. La stesura di una lista dei pro e dei contro specifici per ogni principio di Nielsen fornisce un quadro dettagliato dei punti di forza e delle aree di miglioramento.

Fase 3: Analisi del Contesto Competitivo

Questa fase è dedicata alla comprensione del panorama in cui JojobRT si posiziona. Viene condotta un'analisi dei competitor, esaminando i servizi di carpooling esistenti o soluzioni alternative. Per ogni concorrente, vengono identificati i rispettivi punti di forza e di debolezza. Questo permette di capire cosa funziona bene nel mercato, dove ci sono opportunità non sfruttate e come JojobRT può differenziarsi o migliorare rispetto all'offerta attuale. L'obiettivo è individuare le best practice e le lacune del mercato.

Fase 2: Architettura dell'Informazione e Identificazione del Target

In questa fase, l'attenzione si sposta sull'organizzazione dei contenuti e sulla comprensione degli utenti. Viene sviluppata l'information architecture per definire la struttura, la navigazione e la gerarchia delle informazioni all'interno del servizio. Questo assicura che gli utenti possano trovare facilmente ciò di cui hanno bisogno. Contemporaneamente, si procede alla delineazione del target, creando profili dettagliati degli utenti tipo. Questo include dati demografici, bisogni, comportamenti e frustrazioni, fornendo una base solida per tutte le decisioni di design future.

Fase 4: Ricerca Utente e Validazione dei Dati

L'ultima fase si concentra sulla raccolta diretta di feedback dagli utenti e sulla validazione delle ipotesi. Viene sviluppato un questionario mirato a raccogliere dati quantitativi e qualitativi sui bisogni, le aspettative e le esperienze degli utenti target. Successivamente, si procede all'analisi dei dati raccolti, estraendo insight significativi che possono confermare le ipotesi iniziali, rivelare nuove problematiche o suggerire direzioni inaspettate per il design. Questi dati sono fondamentali per prendere decisioni informate e basate sull'evidenza.

user PERSONA





Bio

Matteo vive in un piccolo comune vicino a Perugia e ogni giorno percorre circa 25 km per andare in ufficio. Con orari fissi e scarsa flessibilità, organizza meticolosamente la sua giornata per bilanciare lavoro, famiglia e impegni. Pragmatico e concreto, cerca soluzioni semplici e affidabili.

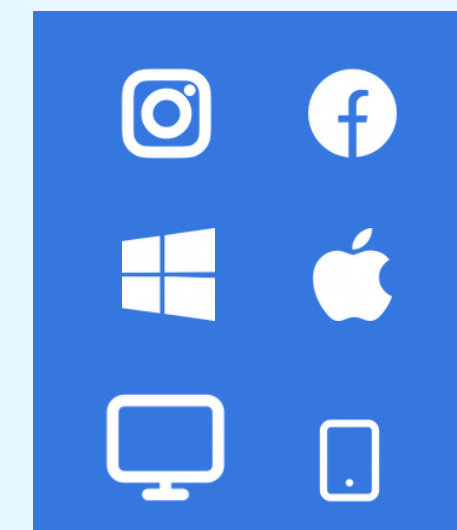
Con un mutuo e un figlio piccolo, punta a risparmiare su spese come carburante e manutenzione. Ha iniziato a valutare il carpooling ma rimane diffidente verso app complicate o utenti poco affidabili. Ha buona dimestichezza con la tecnologia, ma vuole efficienza: app semplici, rapide e senza fronzoli.

“ Cerco solo un’app che funzioni davvero, senza complicazioni. Se perdo tempo, passo ad altro ”

Età 34

Status sposato

Luogo Perugia



Goals

- Risparmiare tempo e denaro nei tragitti casa-lavoro
- Ridurre lo stress da guida quotidiana
- Trovare passaggi affidabili e puntuali

Comportamento digitale

- Utilizza app per la produttività e il risparmio (es. Google Calendar, app carburante)
- Cerca soluzioni rapide e poco invasive
- Ama funzionalità semplici e con pochi click

Frustrazioni

- App lenti o confusi
- Troppi passaggi per prenotare
- Utenti non puntuali o poco affidabili

Citazione tipica

“Se tutto è veloce e funziona al primo colpo, continuo a usarlo. Se devo perdere tempo, torno all’auto da solo.”



Bio

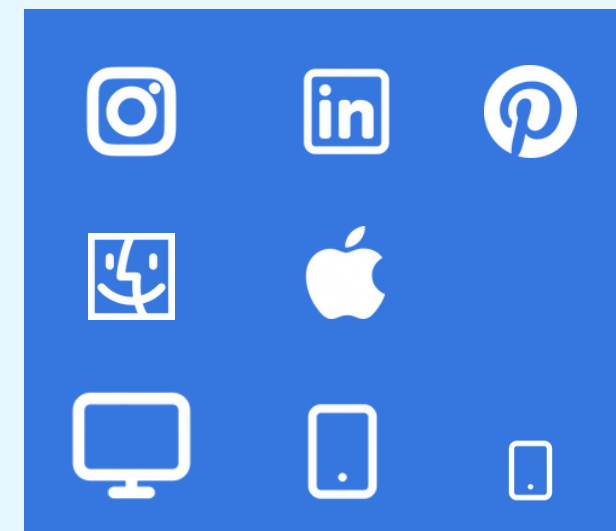
Chiara, content strategist a Firenze, si muove senza auto, preferendo treno, bici e carpooling per motivi ambientali. Cerca app semplici, esteticamente curate e trasparenti, che offrano viaggi sicuri e permettano di incontrare persone con valori simili.

“*Per me è importante che ogni viaggio sia sostenibile, sicuro e semplice da gestire con l’app, così posso muovermi senza stress e fare la mia parte per l’ambiente*”

Età 30

Status single

Luogo Firenze



Goals

- Viaggiare in modo sicuro, sostenibile e senza complicazioni
- Interagire con persone che condividono valori simili
- Avere visibilità sul profilo degli altri utenti (rating, interessi, stile)

Comportamento digitale

- Seleziona app di carpooling basandosi su design intuitivo, recensioni e trasparenza sui valori ambientali.
- Prenota e gestisce viaggi esclusivamente tramite app, sfruttando notifiche push per aggiornamenti in tempo reale.
- Valuta attentamente la sicurezza digitale, preferendo piattaforme con strumenti di verifica utenti e funzioni di emergenza.
- Lascia feedback e recensioni per mantenere alta la qualità della community.

Frustrazioni

- Scarsa trasparenza nei profili e nelle recensioni degli utenti
- Mancanza di filtri per preferenze personali (es. tipo di compagnia, genere, stile di conversazione)
- Difficoltà nel trovare tratte minori o viaggi meno frequentati

Citazione tipica

“Per me è importante che ogni viaggio sia sostenibile, sicuro e semplice da gestire con l’app, così posso muovermi senza stress e fare la mia parte per l’ambiente.”



Bio

Marco è uno sviluppatore appassionato di tecnologia e sostenibilità. Possiede un'auto elettrica e usa app di carpooling per condividere spese e ridurre l'impatto ambientale. Cerca piattaforme veloci, personalizzabili e sicure, che si integrino con i suoi strumenti digitali.

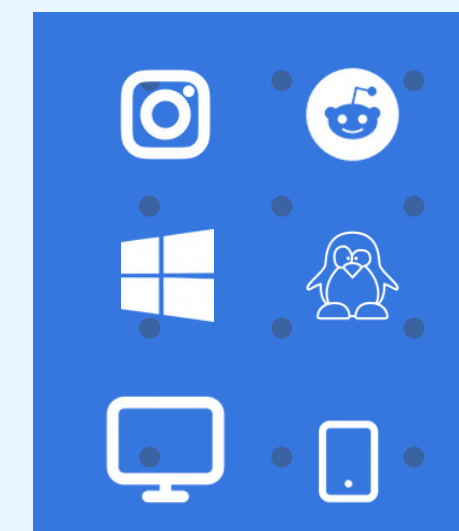
**“ Per me la tecnologia deve
semplificare la vita, non complicarla.
Se un'app di carpooling non è veloce,
personalizzabile e sicura, non la uso ”**



Età 35

Status single

Luogo Torino



Goals

- Monetizzare la propria auto senza stress
- Usare app veloci, ben progettate, con automazioni (es. check-in automatico)
- Preferisce viaggi con utenti verificati

Comportamento digitale

- Valuta la qualità tecnica e UX delle app, preferendo piattaforme veloci e integrate con notifiche, calendario e automazioni.
- Usa app di carpooling sia come passeggero che come driver, monitorando costi e impatto ambientale.
- Si affida a strumenti digitali avanzati per sicurezza e feedback, mantenendo un alto livello di controllo sulle interazioni.

Frustrazioni

- App che non integrano bene notifiche o calendario
- Matching con utenti incompatibili (es. chi parla troppo o troppo poco)
- Difficoltà nel gestire modifiche all'ultimo minuto

customer journey MAP





MATTEO
PROJECT MANAGER IT





Matteo è un lavoratore pendolare che percorre ogni giorno circa 25 km per raggiungere l'ufficio, vive con un mutuo e un figlio piccolo, e ha orari rigidi. È pragmatico, ordinato, e cerca soluzioni affidabili e semplici per risparmiare tempo e denaro.

Goals

- Risparmiare tempo e denaro nei tragitti casa-lavoro
- Ridurre lo stress da guida quotidiana
- Trovare passaggi affidabili e puntuali



Età 34 **Status** sposato **Luogo** Perugia

AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">• Apre mail aziendale• Cerca su Google info sul servizio	<ul style="list-style-type: none">• Chiede su WhatsApp aziendale• Parla con colleghi• Legge recensioni	<ul style="list-style-type: none">• Visita il sito• Legge le FAQ	<ul style="list-style-type: none">• Inizia registrazione• Si blocca• Cerca passaggio
THOUGHTS	<ul style="list-style-type: none">• “È solo pubblicità o può davvero farmi risparmiare?”• “Funzionerà per i miei orari?”	<ul style="list-style-type: none">• “Posso fidarmi?”• “Se lo usano altri, forse va bene”	<ul style="list-style-type: none">• “Come funziona? In che sezione sono?”• “Devo scaricare l’app?”• “Non ho tempo per leggere tutto questo.”	<ul style="list-style-type: none">• “Non posso già registrarmi da qui?”• “Per conoscere meglio le modalità devo necessariamente contattarli?”
EXPERIENCE/EMOTIONS				
EXPECTATIONS	Capire subito se può risparmiare tempo e soldi	Sentirsi rassicurato da feedback reali	Trovare le risposte in pochi secondi	<ul style="list-style-type: none">• Iscrivere in 2 minuti• Avere una rapida comprensione di come funziona il servizio
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• Mail aziendale• Sito JojobRT• Google	<ul style="list-style-type: none">• Colleghi• Gruppo WhatsApp	<ul style="list-style-type: none">• Sito Mobile• Sito Desktop• FAQ JojobRT	<ul style="list-style-type: none">• Sito Desktop
PAIN POINTS	<ul style="list-style-type: none">• Offerta poco distintiva tra competitor• Informazioni troppo marketing-oriented e poco concrete		<ul style="list-style-type: none">• Navigazione troppo tecnica	<ul style="list-style-type: none">• Scarsa chiarezza su tempistiche e fasi operative• Operazione macchinosa e priva di funzionalità di registrazione
OPPORTUNITA'	<ul style="list-style-type: none">• Rendere immediato il valore economico		<ul style="list-style-type: none">• Struttura del sito meno dispersiva	<ul style="list-style-type: none">• Registrazione con email 1 click• Miglioramento info servizi







CHIARA
CONTENT STRATEGIST

Chiara, content strategist a Firenze, si muove senza auto, preferendo treno, bici e carpooling per motivi ambientali. Cerca app semplici, esteticamente curate e trasparenti, che offrano viaggi sicuri e permettano di incontrare persone con valori simili.

- Goals
- Viaggiare in modo sicuro, sostenibile e senza complicazioni
 - Interagire con persone che condividono valori simili
 - Avere visibilità sul profilo degli altri utenti (rating, interessi, stile)

Età 30 Status single Luogo Firenze

AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">• Scopri JojobRT su Instagram• Legge un articolo su mobilità green• Clicca su un post sponsorizzato	<ul style="list-style-type: none">• Chiede info su un gruppo Facebook "Eco Mobilità Firenze"• Guarda le recensioni su App Store• Legge post su LinkedIn	<ul style="list-style-type: none">• Visita il sito da mobile• Naviga la sezione "Bilancio e sostenibilità"• Guarda video su "Come funziona"	<ul style="list-style-type: none">• Ricerca di un modo per effettuare la registrazione
THOUGHTS	"Finalmente qualcosa pensato per chi si muove in modo sostenibile."	"Le recensioni sono buone ma poche, voglio sapere se è davvero sicuro."	"Non ci sono info sui prezzi?"	"Non posso vedere il mio storico tramite il sito? Vorrei conoscere i vantaggi che mi porta in quanto a costo del servizio"
EXPERIENCE/EMOTIONS				
EXPECTATIONS	Capire subito se l'app riflette i suoi valori ambientali e sociali	Ricevere esperienze autentiche da persone simili	Immediata risposte alle informazioni richieste	Immediatezza nell'avvio del viaggio e libera gestione dei pagamenti
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• Instagram• Blog ambientale• Post sponsorizzato	<ul style="list-style-type: none">• Facebook group• LinkedIn• Chat con amici	<ul style="list-style-type: none">• Sito mobile• Video tutorial	<ul style="list-style-type: none">• Sito Desktop• Registrazione
PAIN POINTS		<ul style="list-style-type: none">• Difficoltà nel distinguere feedback autentici da pubblicità• Mancanza di esempi d'uso realistici	<ul style="list-style-type: none">• Troppe info poco organizzate• Prezzi e condizioni poco chiari	<ul style="list-style-type: none">• Mancanza di gestione account da desktop
OPPORTUNITA'	<ul style="list-style-type: none">• Comunicare impegno sostenibile in modo diretto		<ul style="list-style-type: none">• Migliorare la struttura del sito per una migliore ricerca delle informazioni	<ul style="list-style-type: none">• Mancanza di un account manager







MARCO
DIRETTORE HR

Età 34 Status single Luogo Torino

Marco è uno sviluppatore appassionato di tecnologia e sostenibilità. Possiede un’auto elettrica e usa app di carpooling per condividere spese e ridurre l’impatto ambientale. Cerca piattaforme veloci, personalizzabili e sicure, che si integrino con i suoi strumenti digitali.

- Goals
- Monetizzare la propria auto senza stress
 - Usare app veloci, ben progettate, con automazioni (es. check-in automatico)
 - Preferisce viaggi con utenti verificati



AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">• Legge articoli su mobilità sostenibile, partecipa a webinar HR o eventi green, visita il sito JojobRT	<ul style="list-style-type: none">• Propone internamente il progetto di carpooling aziendale, richiede demo o materiale informativo	<ul style="list-style-type: none">• Analizza la dashboard dei dipendenti interessati tramite sondaggio• Controllo dei dati e degli eventuali vantaggi	Controlla prezzi e tratte in relazione ai dipendenti interessati
THOUGHTS	<ul style="list-style-type: none">• “La mia azienda potrebbe ridurre le emissioni incentivando il carpooling tra dipendenti?”	<ul style="list-style-type: none">• “Come faccio a coinvolgere colleghi e ottenere adesione concreta?”	<ul style="list-style-type: none">• “Sta funzionando? Riusciamo a ridurre le auto in ingresso?”	<ul style="list-style-type: none">• “Finchè non mi rispondono non ho ben capito come si struttura il servizio”
EXPERIENCE/ EMOTIONS				
EXPECTATIONS	Scoprire un servizio strutturato, pensato per aziende, con dati e report integrabili	Accesso a strumenti di comunicazione interna, supporto da parte di JojobRT per il lancio	Report chiari e aggiornati, opzioni di incentivazione per chi partecipa	<ul style="list-style-type: none">• Immediatezza di realizzazione• Supporto immediato
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• Sito di JojobRT• LinkedIn• Newsletter settore HR• Eventi aziendali	<ul style="list-style-type: none">• Networking aziendale• Materiali di onboarding• Email di benvenuto personalizzate	<ul style="list-style-type: none">• Dashboard aziendale JojobRT• Notifiche di attività utenti• Email aziendale	<ul style="list-style-type: none">• Supporto clienti JojobRT• Sito Desktop
PAIN POINT	<ul style="list-style-type: none">• Offerta frammentata, mancanza di dati chiari	<ul style="list-style-type: none">• Resistenza al cambiamento, difficoltà nel comunicare benefici concreti		<ul style="list-style-type: none">• Lancio poco coinvolgente• Mancanza di informazioni concrete sul servizio se non previa form di contatto
OPPORTUNITA'				<ul style="list-style-type: none">• Miglioramento delle FAQ e del supporto clienti• Miglioramento info servizi





MATTEO
PROJECT MANAGER IT



Età 34
Status sposato
Luogo Perugia

Matteo è un lavoratore pendolare che percorre ogni giorno circa 25 km per raggiungere l'ufficio, vive con un mutuo e un figlio piccolo, e ha orari rigidi. È pragmatico, ordinato, e cerca soluzioni affidabili e semplici per risparmiare tempo e denaro.

- Goals
- Risparmiare tempo e denaro nei tragitti casa-lavoro
 - Ridurre lo stress da guida quotidiana
 - Trovare passaggi affidabili e puntuali

AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">• Vede pubblicità sui social “Risparmia sul tragitto casa-lavoro”• Ricerca su Google	<ul style="list-style-type: none">• Legge testimonianze aziendali• Parla con colleghi	<ul style="list-style-type: none">• Visita il sito• Cerca la sua tratta• Legge le FAQ	<ul style="list-style-type: none">• Entra nel sito mobile• Verifica se il servizio è attivo nella sua zona
THOUGHTS	<ul style="list-style-type: none">• “Ok, mi dice subito quanto posso risparmiare.”	<ul style="list-style-type: none">• “Se lo usano colleghi affidabili, posso provarlo anch’io.”	<ul style="list-style-type: none">• “È tutto chiaro e diretto.”	<ul style="list-style-type: none">• “Perfetto: tratte salvate e mi arriva una notifica ogni giorno.”
EXPERIENCE/EMOTIONS				
EXPECTATIONS	Informazione chiara, risparmio evidente	Feedback onesto da persone che conosce o riconosce	Risposte immediate	Processi veloci e automatizzati
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• Google• Banner sui social• Passaparola aziendale	<ul style="list-style-type: none">• WhatsApp aziendale• Recensioni filtrate• App Store	<ul style="list-style-type: none">• Sito mobile• Video breve	<ul style="list-style-type: none">• App mobile• Registrazione smart• Preferenze salvate• Notifiche push giornaliere
INTERVENTI	<ul style="list-style-type: none">• Info sui prezzi chiare da subito		<ul style="list-style-type: none">• Account manager disponibile su sito web	<ul style="list-style-type: none">• Registrazione automatica tramite provider mail

CHIARA

CONTENT STRATEGIST

Età

30

Status

single

Luogo

Firenze

Chiara, content strategist a Firenze, si muove senza auto, preferendo treno, bici e carpooling per motivi ambientali. Cerca app semplici, esteticamente curate e trasparenti, che offrano viaggi sicuri e permettano di incontrare persone con valori simili.

Goals

- Viaggiare in modo sicuro, sostenibile e senza complicazioni
- Interagire con persone che condividono valori simili
- Avere visibilità sul profilo degli altri utenti (rating, interessi, stile)

AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">Vede un post su Instagram che promuove la mobilità greenScopre il JojobRT cercando alternative ecologiche	<ul style="list-style-type: none">Legge recensioni positive da utenti ecoGuarda badge “Valori condivisi” nei profiliConsulta commenti su LinkedIn	<ul style="list-style-type: none">Naviga mobileConsulta la sezione sulla sostenibilitàRicerca le tratte interessate per conoscere il risparmio in termini economici e ambientali	<ul style="list-style-type: none">Registrazione tramite sito webSalva il suo profilo con interessi
THOUGHTS	“Mi piace che parlino di valori e non solo di tratte.”	“La community sembra reale e coerente, avrei dovuto conoscerla prima.”	“La navigazione è semplice e curata. Ho un’idea chiara dei vantaggi”	“Finalmente un filtro che riflette anche i miei valori. Posso impostare anche più metodi di pagamento”
EXPERIENCE/EMOTIONS				
EXPECTATIONS	Coerenza tra immagine e valori ambientali	Esperienze autentiche e persone simili a lei	Interfaccia bella, ordinata e fluida Contenuti valoriali	<ul style="list-style-type: none">Filtri sensibiliGestione più flessibile
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">InstagramBlog ambientalePost sponsorizzati	<ul style="list-style-type: none">Forum ecoRecensioni App StoreLinkedIn	<ul style="list-style-type: none">Sito MobileSezione “Carpooling” e “Pacchetti”	<ul style="list-style-type: none">Sito desktop
INTERVENTI			<ul style="list-style-type: none">Migliorata la struttura delle pagine in responsive su smartphoneIA migliorata	<ul style="list-style-type: none">Aggiunta di un account manager

MARCO
SVILUPPATORE FULL STACK







Età 35

Status single

Luogo Torino

Marco è uno sviluppatore appassionato di tecnologia e sostenibilità. Possiede un'auto elettrica e usa app di carpooling per condividere spese e ridurre l'impatto ambientale. Cerca piattaforme veloci, personalizzabili e sicure, che si integrino con i suoi strumenti digitali.

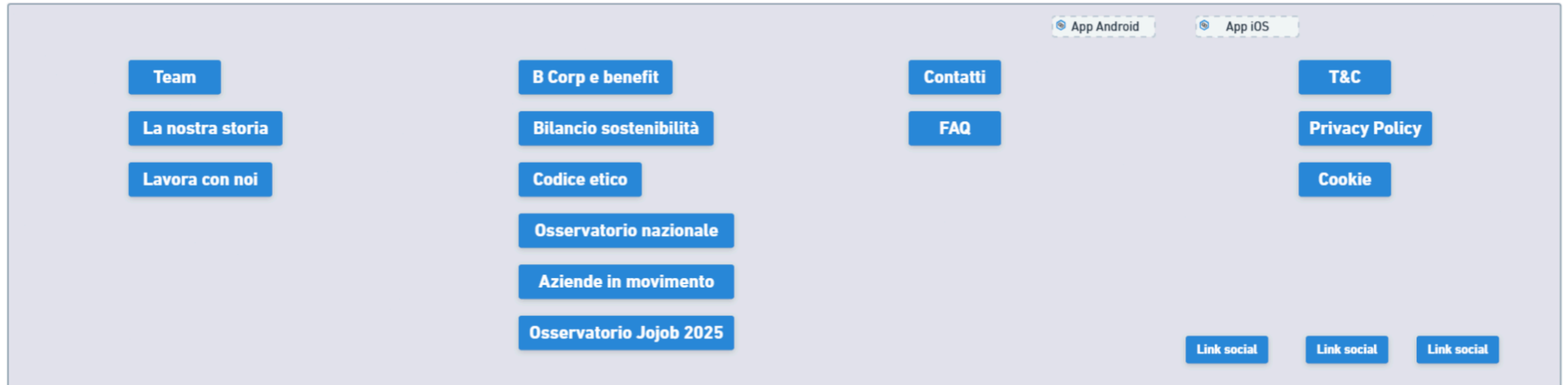
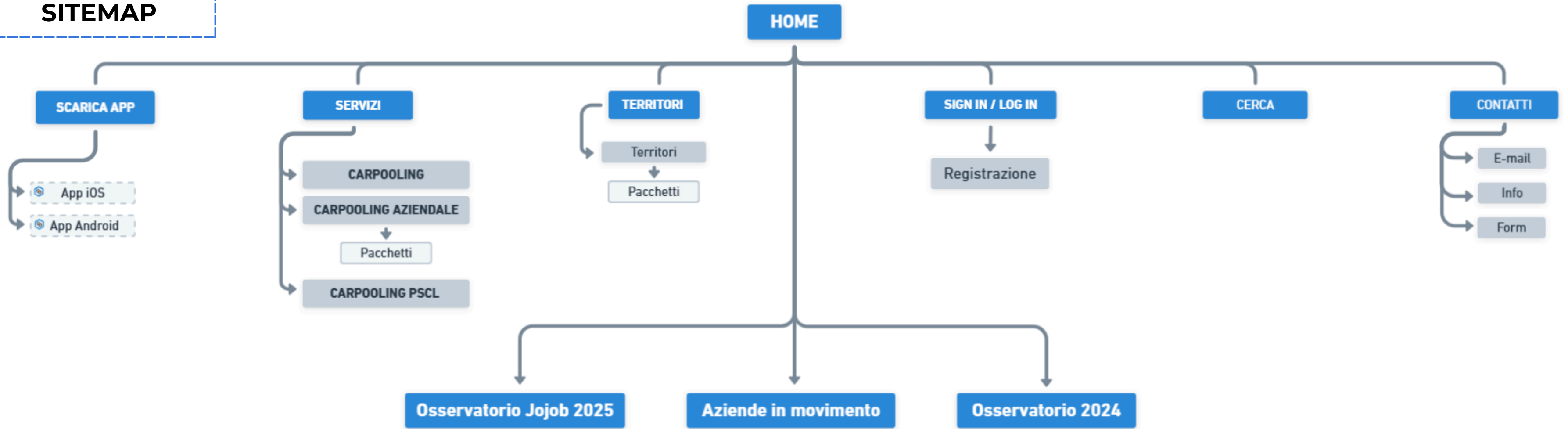
- Goals**
- Monetizzare la propria auto senza stress
 - Usare app veloci, ben progettate, con automazioni (es. check-in automatico)
 - Preferisce viaggi con utenti verificati

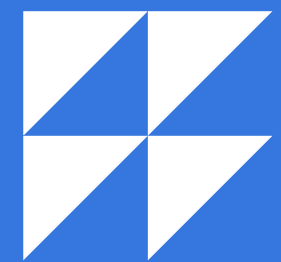
AWARENESS	DISCOVERY	SHARE & FEEDBACK	NAVIGATION	CHECKOUT
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none">• Newsletter aziendale con accenno a JojobRT sulle modalità green per muoversi• Scopre utenti su LinkedIn	<ul style="list-style-type: none">• Consulta opinioni sui social con feedback tecnici• Passaparola con colleghi in ufficio	<ul style="list-style-type: none">• Esplora sito desktop e mobile• Accumula le info ricercate su costi e benefici	<ul style="list-style-type: none">• Registrazine veloce• Feedback immediato e attivazione del servizio in tempi celeri
THOUGHTS	<ul style="list-style-type: none">• “Sembra poter essere utile per l'azienda, devo approfondire.”	<ul style="list-style-type: none">• “In diversi la utilizzano già qui in azienda, l'integrazione del servizio potrebbe andare a buon fine.”	<ul style="list-style-type: none">• “Ottima proposta, sembra vantaggioso per tutti. Mi ha convinto!”	<ul style="list-style-type: none">• “Tutto automatizzato e logico. Questo è un servizio pensato bene.”
EXPERIENCE/EMOTIONS				
EXPECTATIONS	<ul style="list-style-type: none">• Accesso a info tecniche, trasparenza• Architettura stabile	<ul style="list-style-type: none">• Feedback da numerosi utenti veri• Controllo e integrazione	<ul style="list-style-type: none">• Piena compatibilità e personalizzazione• Supporto affidabile	<ul style="list-style-type: none">• Processo smart, flessibile, scalabile
TOUCHPOINTS	<ul style="list-style-type: none">• LinkedIn• Newsletter	<ul style="list-style-type: none">• Social network• Passaparola	<ul style="list-style-type: none">• Sito web• Supporto clienti• FAQ	<ul style="list-style-type: none">• Sito desktop• Salvataggio tratte• Semplice utilizzo per i dipendenti
INTERVENTI		<ul style="list-style-type: none">• Aumento dei canali di contatto e feedback reali consultabili sul sito		<ul style="list-style-type: none">• Supporto clienti costante per velocizzare la procedura• Infotecnica chiara per ogni pagina visitata

new AI SITEMAP



LA NUOVA SITEMAP





OPPORTUNITA' PROPONIBILI

- Rendere immediato il valore economico
- Struttura del sito meno dispersiva
- Registrazione con email 1 click
- Comunicare impegno sostenibile in modo diretto
- Migliorare la struttura del sito per una migliore ricerca delle informazioni
- Mancanza di un account manager
- Miglioramento delle FAQ e del supporto clienti
- Miglioramento info servizi





MODIFICHE APPORTATE

Le pagine dedicate ai servizi di Carpooling sono state riunite insieme alla voce “Servizi” nella navbar


I link all'applicazione sono ora posti in primo piano

Il form di contatto è stato inserito nella pagine “Contatti” raggiungibile in qualunque momento dalla navbar, evitando la ripetizione della voce sia sulla navbar che nella pagina durante la navigazione

Aggiunta la possibilità di consultare le recensioni dei clienti in modo chiaro dal sito web

Aggiunta la possibilità di effettuare la registrazione e accedere al proprio profilo tramite il sito web, con conseguente voce nella navbar

Eliminata la pagine contenente articoli di giornale che parlano dell'azienda



Il footer non è stato modificato, fatta eccezione per l'aggiunta dei linc per i social dell'azienda. Resta sempre possibile raggiungere ogni documentazione e linc utile dallo stesso

Il servizio clienti è stato reso più efficiente e immediato e la sezione FAQ arricchita con più informazioni, laddove prima era necessario compilare un form di contatto

