



corso DISCOVERY



Progetto 1
Giuseppe Lenti



BACKGROUND

JojobRT nasce come evoluzione della piattaforma Jojob, leader nel carpooling aziendale in Italia, con l'obiettivo di offrire una soluzione completa per la mobilità sostenibile casa-lavoro. Nata per rispondere alle esigenze di aziende, territori e lavoratori, JojobRT (dove "RT" sta per "Real Time") integra tecnologie avanzate per il monitoraggio degli spostamenti, la condivisione del tragitto e la misurazione dell'impatto ambientale.

Nel tempo, JojobRT si è distinta per il suo impegno nell'innovazione green, collaborando con enti pubblici e privati per promuovere comportamenti sostenibili, ridurre il traffico urbano e migliorare la qualità dell'aria. La piattaforma si è evoluta includendo funzionalità smart per il tracciamento in tempo reale, l'ottimizzazione dei percorsi e l'integrazione con piani di welfare aziendale e PSCL (Piani Spostamento Casa-Lavoro).

SOSTENIBILITÀ

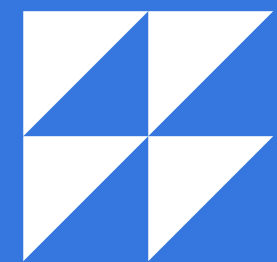


JojobRT ha intrapreso un percorso significativo nel campo della sostenibilità, consolidando il proprio ruolo nella promozione della mobilità condivisa e responsabile. Dal 2021, l'azienda pubblica annualmente un bilancio di sostenibilità, evidenziando i risultati ottenuti e le strategie adottate per ridurre l'impatto ambientale e promuovere il benessere sociale.

Le analisi di sostenibilità di JojobRT si concentrano su tre aree principali:

1. **Riduzione delle emissioni di CO₂**: nel 2022, grazie all'adozione di pratiche come il carpooling, l'uso della bicicletta, gli spostamenti a piedi e lo smart working, gli utenti hanno evitato l'emissione di 413 tonnellate di CO₂.
2. **Diminuzione del numero di veicoli circolanti**: attraverso la condivisione dei tragitti casa-lavoro, si è registrata una significativa riduzione del traffico veicolare, contribuendo a un ambiente urbano più sostenibile.
3. **Risparmio economico per i pendolari**: le pratiche sostenibili adottate hanno portato a un risparmio complessivo di oltre 635.000 euro per i lavoratori nel 2022.

Inoltre, JojobRT ha ottenuto la certificazione **B Corp** nel novembre 2021, con un punteggio di 95,9, riconoscendo l'impegno dell'azienda nell'equilibrio tra profitto e impatto positivo su ambiente e società.



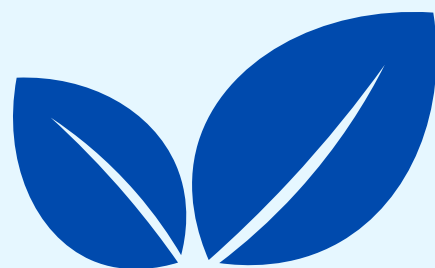
I NUMERI DEL CARPOOLING

+71,6% DI VIAGGI
CONDIVISI
CERTIFICATI

OLTRE **400.000**
PERSONE IN
TUTTA ITALIA.

PIÙ DI **300**
REALTÀ
AZIENDALI

I BENEFICI DEL CARPOOLING



5.435.026

Kg di CO₂ risparmiata



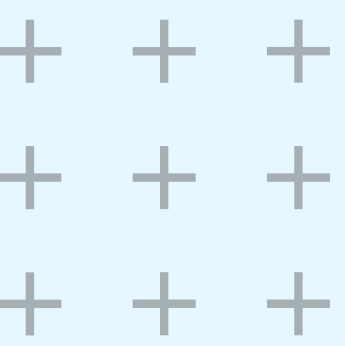
8.402.998

€ risparmiati



+72%

Aumento viaggi condivisi
certificati



IL SERVIZIO SUI TERRITORI

I territori urbani ed extra urbani, siano essi valli, comunità montane, aree industriali o aree scarsamente servite dal trasporto pubblico, possono sfruttare la flessibilità e la capillarità del carpooling per rispondere alle esigenze di trasporto quotidiane dei propri cittadini.

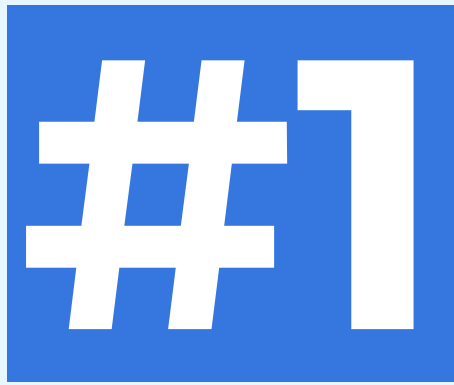
Jojob offre ai territori lo strumento tecnologico a supporto del carpooling, la competenza e la professionalità necessarie ad attuare un piano di comunicazione efficace e diffuso e le leve di incentivazione per premiare gli utenti più virtuosi.



ANALISI EURISTICA ✨

L'analisi euristica del sito web di JojobRT prova ad analizzare se vengono rispettati i 10 principi fondamentale dell'analisi euristica di Jacob Nielsen

1. **Visibilità dello stato del sistema**
2. **Corrispondenza tra il sistema e il mondo reale**
3. **Controllo e libertà dell'utente**
4. **Coerenza e standard**
5. **Prevenzione degli errori**
6. **Riconoscimento piuttosto che memorizzazione**
7. **Flessibilità ed efficienza d'uso**
8. **Design estetico e minimalista**
9. **Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare dagli errori**
10. **Aiuto e documentazione**



VISIBILITY OF SYSTEM STATUS

L'interfaccia deve sempre tenere informato l'utente su ciò che sta accadendo, fornendo feedback tempestivi e appropriati.

PRO

- La navbar è sempre presente durante la navigazione, consentendo all'utente di muoversi nel sito in qualunque parte di esso si trovi
- Il cursore reagisce correttamente al passaggio su elementi su cui poter cliccare
- Le voci contenenti un link cambiano forma/colore per evidenziare il passaggio del cursore su di esso
- Alla ricezione di messaggi dal chatbot, una notifica appare sulla tab

CONTRO

- Totale assenza di breadcrumbs
- Spesso il chatbot non emette un suono alla ricezione del messaggio
- La live chat non sempre restituisce un feedback all'utente su cosa stia accadendo durante la conversazione
- L'utente non viene informato quando si clicca su un link esterno
- Il comportamento dell'hover per le voci della navbar è diverso in alcune sezioni del sito, aggiungendo talvolta una sottolineatura
- L'apertura della chat occupa l'intero spazio della pagina in alcune sezioni, diversamente dal resto del sito web



CORRISPONDENZA TRA IL SISTEMA E IL MONDO REALE

Il sistema deve usare un linguaggio e concetti familiari agli utenti, seguendo convenzioni del mondo reale per rendere i contenuti più comprensibili.

PRO

- Vengono utilizzate icone facilmente riconoscibili e familiari per gli utenti
- Navigazione intuitiva con pochi passaggi necessari
- Il sistema fornisce una quantità di dati e tabelle interattive facilmente consultabili
- Alla ricezione di messaggi dal chatbot, una notifica pop up appare sempre disponibile a schermo durante la navigazione

CONTRO

- Utilizzo di termini eccessivamente tecnici, specialmente per le voci della navbar e nella descrizione di alcuni servizi
- Seppur esaustive, le sezioni con i dati contengono una quantità soverchiante di numeri e statistiche, con quantità di testo eccessivamente lunghe
- Alcuni pop-up, come la richiesta di informazioni o i link che portano all'app, appaiono su alcune pagine e non su altre
- Il sistema non sempre informa l'utente qualora ci fossero errori di compilazione



CONTROLLO E LIBERTÀ DELL'UTENTE

Gli utenti devono poter annullare e ripetere facilmente le azioni. Le uscite di emergenza devono essere chiaramente visibili

PRO

- Nel contesto della live chat, l'utente ha la possibilità di tornare indietro e scorrere tra le chat precedenti in qualunque momento
- Le tabelle sono utilizzabili e responsive in tempo immediato

CONTRO

- Il sito non è strutturato per effettuare alcuna azione diretta, come registrazione o fruizione del servizio, per il quale l'utente viene sempre rimandato all'app



COERENZA E STANDARD

Gli utenti non dovrebbero chiedersi se parole, situazioni o azioni diverse significhino la stessa cosa. Seguire le convenzioni riconosciute

PRO

- La navigazione del sito web mantiene elementi visivi chiari in ogni sezione, dando all'utente esattamente ciò che si aspetterebbe
- Buona coerenza e gerarchia tra titoli e contenuto, evidenziando anche alcune parole chiave della sezione
- Il sito offre la possibilità di tradurre il contenuto in altre due lingue, oltre all'italiano

CONTRO

- Alcune sezioni utilizzano parole che ottengono una descrizione confusionaria, portando l'utente a dover chiedere informazioni
- Capita che alcune azioni, come l'invito a scaricare l'app, appaia anche tre volte a schermo in posizioni diverse contemporaneamente, lasciando l'utente spaesato



PREVENZIONE DEGLI ERRORI

Meglio prevenire gli errori piuttosto che doverli gestire. L'interfaccia dovrebbe aiutare l'utente a evitare situazioni problematiche

PRO

- I messaggi di errori chiari rendono l'interazione dell'utente chiara e guidata

CONTRO

- Tuttavia, l'errore nella compilazione di dati non viene sempre segnalato in tempo reale, attivandosi solo successivamente al clic di conferma dell'utente



RICONOSCIMENTO PIUTTOSTO CHE MEMORIZZAZIONE

Ridurre il carico cognitivo rendendo visibili elementi, opzioni e informazioni. Gli utenti non devono ricordare informazioni tra le schermate

PRO

- Presenza di una sezione FAQ ricca di domande esaustive per gli utenti, a cui si affianca una live chat con possibilità di avere un bot o un agente disponibile
- I dati dell'utente presenti nella chat live vengono conservati, comprese le conversazioni precedenti

CONTRO

- Le voci della navbar è strutturato in modo poco chiaro per chi si avvicina al sito senza conoscerlo
- Alcuni link utilizzano la stessa dicitura per azioni diverse come approfondire
- Per determinati argomenti urge per l'utente chiedere informazioni mettendosi in contatto con l'azienda
- Assenza di una newsletter che permetta agli utenti di rimanere aggiornati sulle novità
- L'assenza di breadcrumb si traduce in una difficoltà di orientamento, specialmente quando si aprono 3-4 pagine nel percorso di navigazione di un singolo approfondimento



FLESSIBILITÀ ED EFFICIENZA D'USO

L'interfaccia dovrebbe soddisfare sia utenti inesperti sia esperti, offrendo scorciatoie per velocizzare l'interazione

PRO

- È possibile navigare sul sito utilizzando anche solo la tastiera
- L'interazione con l'assistenza via chat è sempre facilmente raggiungibile e immediata per ciascuna tipologia di utente

CONTRO

- Il sito si presenta difficilmente comprensibile nella spiegazione dei servizi agli utenti inesperti, viceversa non offre alcun servizio utile agli utenti già esperti
- Le sezioni del sito non sono divise per categorie nella navbar



DESIGN ESTETICO E MINIMALISTA

Il design non deve contenere informazioni irrilevanti o inutili. Ogni elemento dovrebbe supportare l'obiettivo dell'utente

PRO

- Buona facilità d'uso del sito web, che mantiene una struttura familiare e coerente
- Utilizzo di immagini e icone sempre coerenti con il contenuto
- Buon utilizzo di grafiche in alcune pagine per rappresentare i benefici del servizio, con numeri e parole chiave accompagnate da immagini
- Utilizzo dei colori che richiamano il logo per categorizzare i tre tipi di servizio offerti

CONTRO

- Parti del sito si dilungano inutilmente in pagine nuove da aprire, rendendo la navigazione tediosa
- Presenza di news eccessivamente ingombranti
- Pagine dei dati ricche di informazioni eccessivamente lunghe
- Presenza di animazioni lunghe e discontinue, come su alcuni titoli, che richiedono attesa per poter essere lette per intero

#9

AIUTARE GLI UTENTI A RICONOSCERE, DIAGNOSTICARE E RECUPERARE DAGLI ERRORI

I messaggi di errore devono essere espressi in linguaggio chiaro, indicare il problema e suggerire una soluzione

PRO

- Nel contesto della live chat, gli errori vengono ben segnalati
- Durante la compilazione dei dati nella live chat, il sistema fornisce gli errori eventuali in tempo reale

CONTRO

- Durante la compilazione di form, il sistema non informa sempre in tempo reale l'utente in merito alla mancanza di qualche dato o in caso di dato non corretto
- I messaggi di errore appaiono in talvolta in italiano e talvolta in inglese
- In caso di errore dopo aver compilato il campo, il sistema non definisce quale errore sia accaduto in maniera accurata
- Il sistema definisce un campo come non compilato quando l'errore si riferisce ad un campo compilato ma non correttamente



AIUTO E DOCUMENTAZIONE

Anche se il sistema dovrebbe essere utilizzabile senza documentazione, può essere utile offrire aiuto facilmente accessibile e mirato

PRO

- La sezione FAQ è facilmente consultabile e con un numero considerevole di domande/risposte
- La sezione contatti è facilmente raggiungibile e chiara, con ogni indirizzo dedicato ad uno specifico problema
- Poche informazioni necessarie per la compilazione dei file
- Presenza dei documenti che riportano i Termini e le Condizioni e delle informative sulla Privacy e sui Cookie
- Presenza di link che riportano ad articoli che parlano del servizio e della società
- Chat live sempre disponibile

CONTRO

- Una sezione dedicata al form per richiedere informazioni è posta in una pagina separata da quella dei contatti
- Nessuna sezione dedicata alle recensioni degli utenti

USABILITÀ



LEARNABILITY

Ad un primo approccio il sito è facilmente navigabili, ma si scontra con una poca chiarezza in merito ai servizi offerti

EFFICIENCY

Le task da eseguire sul sito sono eseguibili senza particolare difficoltà, seppure con qualche mancanza per quanto riguarda la segnalazione degli errori

MEMORABILITY

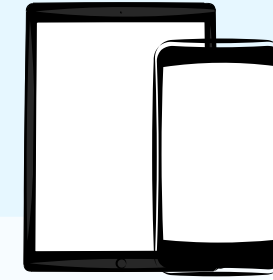
L'utente non ha particolari difficoltà a navigare il sito anche qualora seguisse un'assenza di tempo per un dato periodo

ERRORS

Il sito non previene sempre gli errori e non ne segnala sempre in modo efficiente, causando talvolta confusione nell'utente in alcune task precise

SATISFACTION

Il sito è ostico da navigare, causa mancanza di raggruppamento delle voci nella navbar, assenza di breadcrumbs e utilizzo di spiegazioni o terminologie talvolta poco chiare



LEARNABILITY

Anche su dispositivi più piccoli il sito rispetta lo standard comune di navigazione e risulta quindi intuitivo e semplice da navigare

EFFICIENCY

Le stesse task hanno un accesso semplice e intuitivo, ma si evidenzia un problema qualora l'utente voglia cambiare lingua, operazione che riesce con non poche difficoltà a causa della sparizione del menu apposito

MEMORABILITY

Su tablet e desktop il sito resta intuitivo da navigare anche a seguito di un'assenza prolungata

ERRORS

La segnalazione degli errori è meno performante che sulla controparte desktop, con situazioni in cui il modulo viene compilato in maniera non corretta ma, pur a seguito dell'invio dei dati l'utente non viene informato degli errori

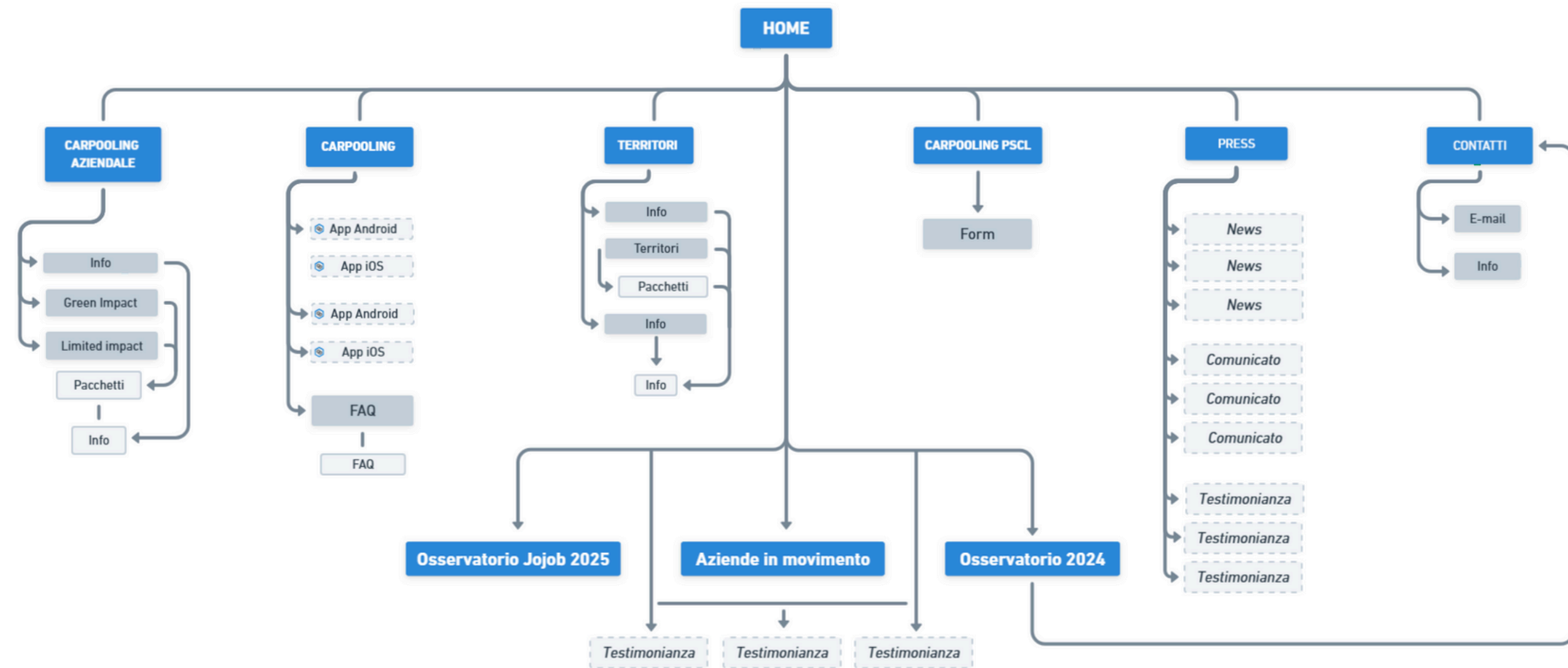
SATISFACTION

Pur mantenendo la struttura intuitiva, dai dispositivi piccoli risulta ancora più tedioso navigare a causa della presenza dei link esterni non segnalati e dei popup che occupano spesso parti di testo o pulsanti

IA MAP

Di seguito è possibile vedere una sitemap che mostra chiaramente l'architettura del sito web.

Tuttavia, durante la sua costruzione, si è evidenziato un problema significativo: l'architettura del sito è confusa e mal strutturata. Gli elementi non sono disposti in modo logico e la navigazione non è affatto intuitiva. Si corre il rischio che gli utenti potrebbero faticare molto a trovare quello che cercano. Questa analisi, quindi, è diventata uno strumento cruciale per capire esattamente dove intervenire per riorganizzare e migliorare l'intera user experience.



LE PAGINE



HOME

Suddivisa in: presentazione con dati, link ai servizi tramite cards, reviews e footer

OSSERVATORIO 2025

Analisi dei dati sulla mobilità dei dipendenti per supportare le aziende nelle strategie di spostamento sostenibile

AZIENDA IN MOVIMENTO

Statistiche su risparmio, emissioni ridotte e viaggi condivisi grazie all'uso del carpooling nelle aziende

OSSERVATORIO 2025

Panoramica aggiornata sullo stato del carpooling in Italia: tendenze, regioni più attive e abitudini degli utenti

CARPOOLER AZIENDALE

Soluzioni di carpooling per aziende, con strumenti per il welfare e il monitoraggio della mobilità dei dipendenti.

CARPOOLING

Info per i lavoratori su come usare l'app, condividere viaggi e ottenere vantaggi come cashback e premi

TERRITORI

Servizi per enti locali per promuovere una mobilità sostenibile e ridurre traffico ed emissioni

CARPOOLING PSCL

Supporto ai Mobility Manager nella gestione e compilazione del Piano Spostamenti Casa-Lavoro

PRESS

Rassegna stampa, articoli e novità su JojobRT e le sue iniziative

CONTATTI

Modulo e riferimenti per richiedere informazioni o collaborazioni

INFORMAZIONI

Collegamento alla sezione form per richiedere info sul servizio di riferimento

GREEN IMPACT

Pacchetto premium con servizi avanzati e personalizzabili

LIMITED IMPACT

Soluzione base con opzioni essenziali e possibilità di aggiungere servizi extra

PACCHETTI

Presenta due soluzioni di carpooling aziendale – Green Impact e Limited Impact – con servizi modulabili per promuovere la mobilità sostenibile all'interno delle aziende.

FAQ

Domande frequenti con risposte su servizi, utilizzo e funzionalità della piattaforma

FORM

Moduli di contatto per richiedere informazioni, supporto o avviare collaborazioni con JojobRT

NEWS

Articoli e notizie su JojobRT pubblicati da media e testate giornalistiche.

COMUNICATO

Comunicazioni ufficiali su progetti, risultati e iniziative aziendali

TESTIMONIANZA

Premi, menzioni e riconoscimenti ricevuti per l'impegno nella mobilità sostenibile

APP IOS

Collegamento all'app store di Apple per il download dell'applicazione

APP ANDROID

Collegamento al play store di Android per il download dell'applicazione

Link esterno



Link store



TARGET



Per offrire un'analisi completa e affidabile del target e della demografia di JojobRT, ho reperito le informazioni da diverse fonti pubbliche e autorevoli.


Fortunatamente, gran parte dei dati qui condivisi sono regolarmente pubblicati da JojobRT sui propri canali.

La ricerca demografica ci dice che:

- **Età:** Il range è ampio e inclusivo, dal giovane carpooler fino agli **over 50**, che rappresentano una quota significativa (circa il **17,2%**) degli utilizzatori. I viaggiatori in carpooling sono però prevalentemente giovani, con il **62%** dei viaggi effettuati da **Millennials**: (30-39 anni, **32,5%**, 20-29 anni **28,3%**, 40-49 anni **21,7%**).
- **Genere:** Attualmente, gli uomini costituiscono la maggioranza dei viaggi effettuati (**62%**), mentre le donne rappresentano il **38%**. Questo dato ci aiuta a calibrare la comunicazione e le strategie di engagement future.
- **Abitudini di Viaggio:** Il target è il pendolare quotidiano, colui che affronta il tragitto casa-lavoro con la propria auto e percorre distanze significative, da pochi chilometri fino a oltre 80 km. Cercano un'alternativa all'auto singola che sia più economica, efficiente e meno stressante.
- **Localizzazione:** Sebbene il servizio sia valido su scala nazionale, ho notato una maggiore adozione e potenziale di crescita in regioni come **Umbria, Trentino Alto Adige e Toscana**, con un interesse emergente anche in **Abruzzo e Campania**.

L'utente tipo di JojobRT è quindi un pendolare consapevole: una persona che ogni giorno affronta il tragitto casa-lavoro in auto, ma che è attenta ai costi, all'ambiente e alla possibilità di ottimizzare il proprio tempo. Cerca una soluzione pratica per risparmiare su benzina e parcheggio, ridurre lo stress del traffico e contribuire attivamente a una mobilità più sostenibile.

Uno dei segnali più chiari del valore di JojobRT si trova direttamente nelle recensioni sui canali terzi, come gli store delle applicazioni. È rassicurante notare che l'app JojobRT gode di un'ottima reputazione, con una media costantemente superiore alle 4 stelle su 5. Questo punteggio elevato riflette la soddisfazione generale degli utenti, che apprezzano la facilità d'uso, i concreti benefici economici e il contributo tangibile alla sostenibilità, confermando l'efficacia e la qualità del servizio offerto.



PRINCIPALI COMPETITOR



Up2Go

Carpooling per aziende e comunità chiuse, con accesso riservato. Offre report su CO₂ risparmiata e strumenti per mobility manager. Utilizzata da aziende come Barilla.



Moversi

Carpooling urbano con fermate virtuali. Usa l'IA per ottimizzare i tragitti e ridurre traffico e inquinamento. Prezzo basato sulla distanza percorsa.



BlaBlaCar

Leader europeo nel carpooling a lunga distanza. Focus sui viaggi interurbani tra privati. Offre anche un servizio di autobus low-cost.



BePooler

Carpooling casa-lavoro per aziende. Include gestione parcheggi, flotte aziendali e report ambientali. Attiva in Italia e Svizzera.

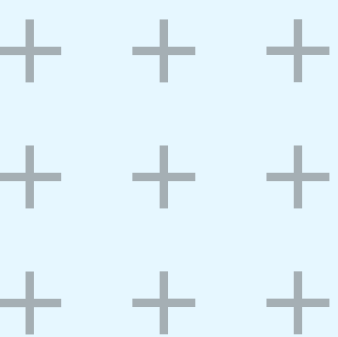


Amovens

Piattaforma spagnola per carpooling e noleggio auto tra privati. Presenza limitata in Italia, non specializzata in mobilità aziendale.

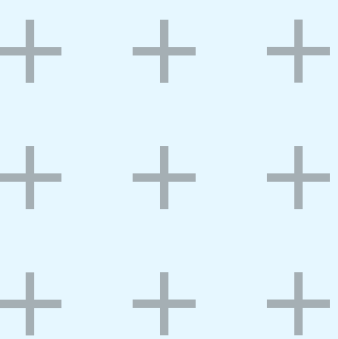
ANALISI COMPETITORS

						
Responsive design	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Registration / Login	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Search bar	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Live chat	✓	✗	✓	✗	✗	✓
Link app	✓	✗	✗	✗	✓	✓
Newsletter	✗	✗	✓	✗	✗	✓
FAQ	✓	✗	✗	✓	✗	✓
Social accounts sign up	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Lingue	✓	✓	✗	✓	✗	✓



						
Sconti / Promo	✗	✓	✗	✗	✗	✓
Elenco tratte	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Segnalazione errori	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Metodi pagamento alternativi	✗	✗	✗	✓	✗	✓
Breadcrumbs	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Velocità caricamenti	✓	✓	✓	✓	✓	✓





RISULTATI DELL'ANALISI SUI COMPETITOR

Dall'analisi emerge che Amovens è il servizio migliore per completezza di funzionalità e diffusione, eccellendo in aspetti come la presenza di un elenco di tratte, l'implementazione con ulteriori metodi di pagamento e la possibilità di accedere al proprio account da browser, integrando la registrazione con account terzi.

Gli altri competitor, come Bepooler, Blablacar, Up2go e Moversi, presentano un set di funzionalità più variabile, con punti di forza specifici ma anche lacune in termini di completezza dell'esperienza utente (es. Live Chat, varietà dei metodi di pagamento, visibilità di sconti e promozioni o newsletter).

Per JojobRT, le aree critiche di attenzione dovrebbero essere:

- Ottimizzazione dell'esperienza utente: assicurarsi che la corretta implementazione di un design responsive, della possibilità di gestire il proprio account tramite browser e di offrire una migliore gestione a livello gerarchico dei contenuti, tramite anche l'implementazione di una search bar o di un elenco delle tratte
- Supporto e comunicazione: valutare l'implementazione o il potenziamento di Live chat e dei sistemi di segnalazione errori chiari per migliorare l'assistenza.
- Vantaggi per l'utente: migliorare la visibilità e la frequenza di sconti e promo e considerare l'espansione dei metodi di pagamento alternativi.
- Presenza Digitale: assicurarsi che i link per l'app siano sempre in evidenza e che la registrazione tramite account social sia ben integrata.

L'analisi comparativa fornisce una solida base per identificare le priorità di sviluppo e affinare la strategia di JojobRT, puntando a superare i competitor nelle aree dove questi mostrano debolezze e a mantenere un vantaggio competitivo dove JojobRT è già forte.



OBIETTIVI DEL SONDAGGIO

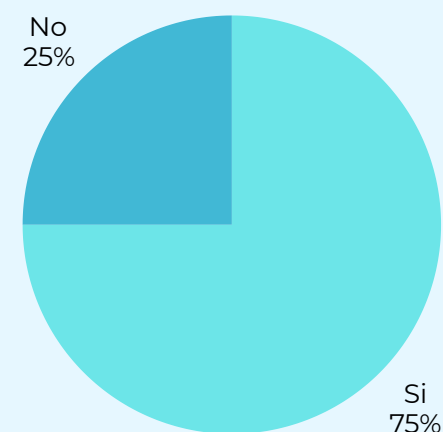
Per migliorare costantemente il servizio di carpooling e rispondere al meglio alle esigenze dei nostri utenti, abbiamo condotto un questionario mirato a raccogliere dati preziosi sulle abitudini di mobilità, le preferenze e le aspettative relative al carpooling.

Il sondaggio è stato rivolto a un gruppo selezionato di persone, con l'obiettivo di ottenere risposte pertinenti e rappresentative. Nello specifico, l'indagine mirava a:

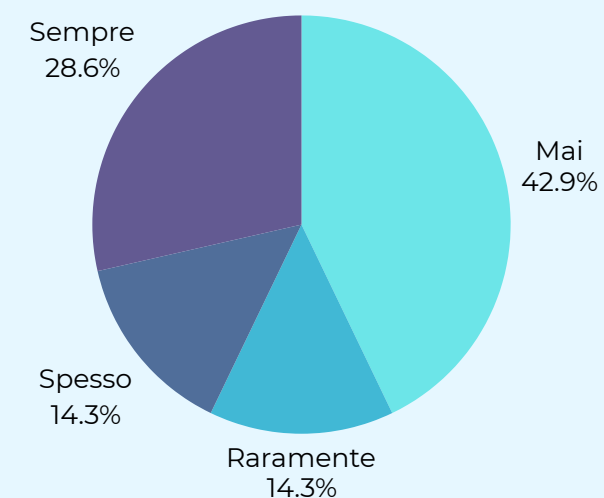
- **Comprendere motivazioni e barriere:** identificare cosa spinge a scegliere il carpooling e quali eventuali ostacoli si percepiscono.
- **Analizzare i criteri di scelta della piattaforma:** capire quali aspetti (costo, sicurezza, affidabilità, app, flessibilità) influenzano la decisione.
- **Migliorare l'esperienza utente:** raccogliere feedback su funzionalità dell'app, processi e assistenza clienti.
- **Identificare nuove opportunità:** capire quali funzionalità aggiuntive o tipi di percorsi sarebbero più apprezzati.

Nonostante un numero controllato di partecipanti, il tasso di risposta è stato notevolmente alto, dimostrando un forte interesse per il servizio. I dati raccolti offrono indicazioni preziose che ci permetteranno di affinare l'offerta e migliorare l'esperienza di tutti gli utenti. Nei prossimi punti, analizzeremo i principali risultati emersi dal questionario e le implicazioni per lo sviluppo futuro del servizio.

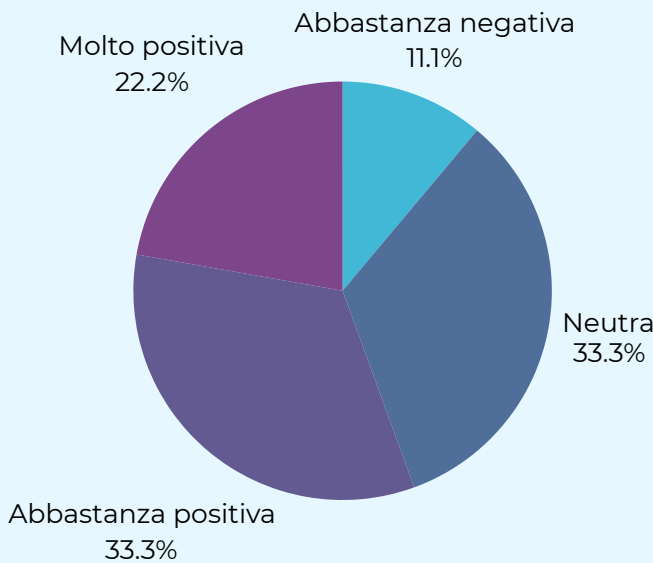
Hai mai sentito parlare dei servizi di Carpooling prima?



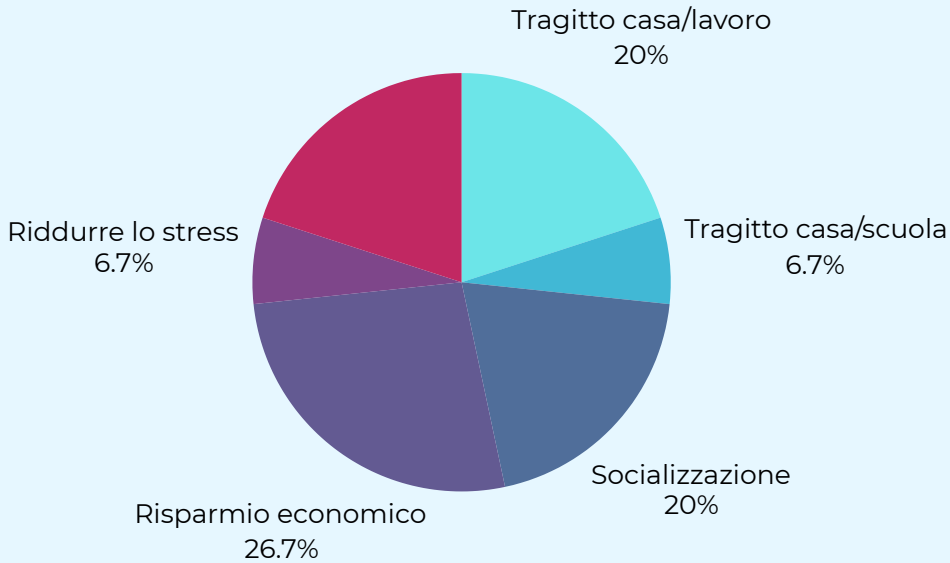
Quanto spesso fai uso dei servizi di Carpooling?



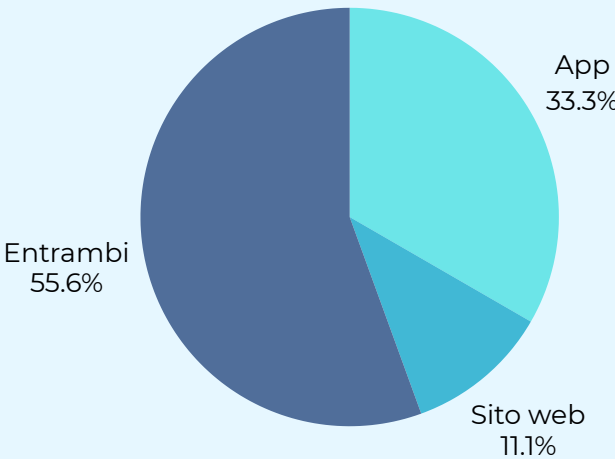
Qual era la tua opinione del Carpooling prima di utilizzarlo?



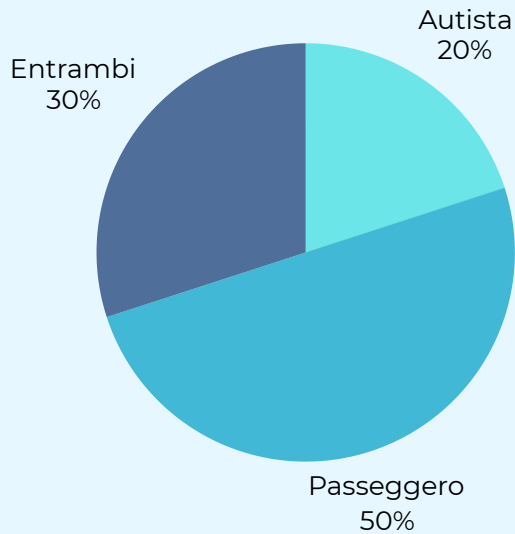
Per quale dei seguenti motivi fai o faresti uso dei servizi di Carpooling?



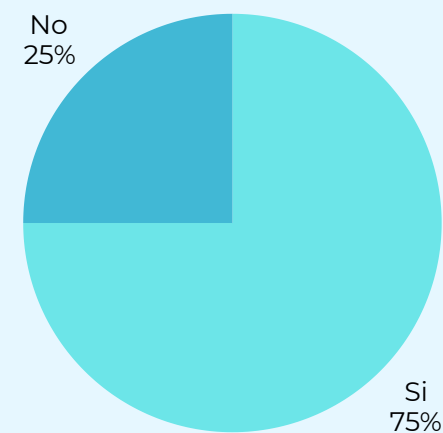
Quale piattaforma ti sarebbe più comoda nell'utilizzo del servizio di carpooling?



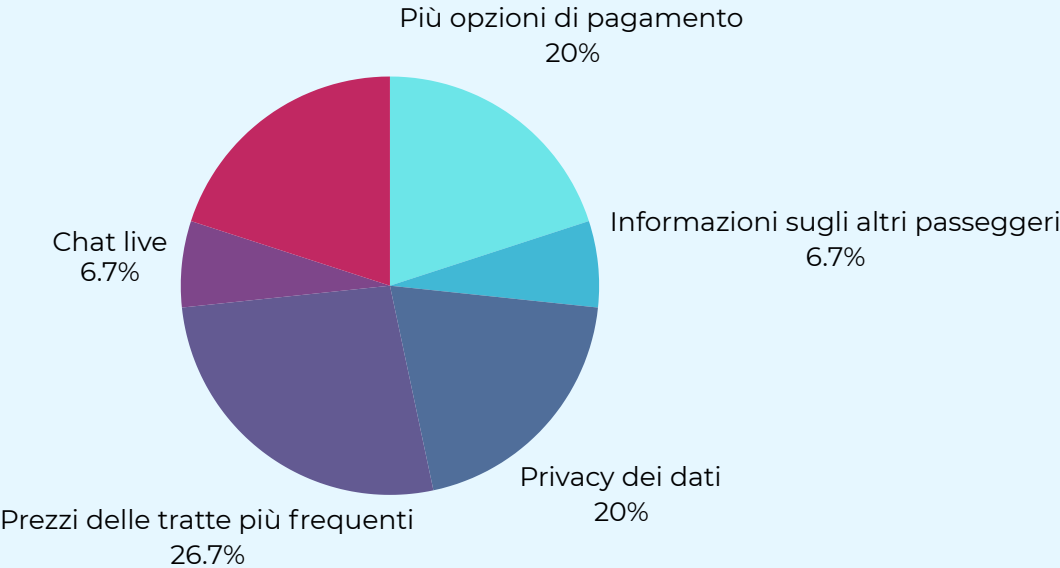
Usufruento di un servizio di carpooling lo faresti come



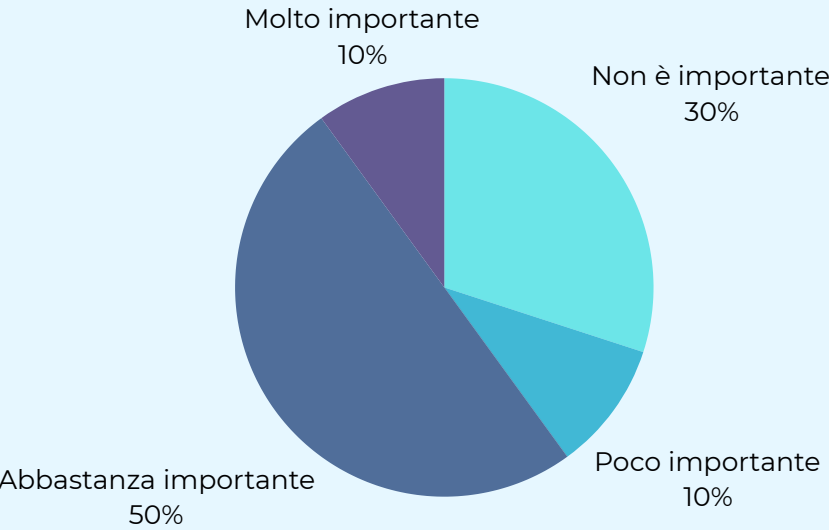
Il luogo in cui vivi ti permette di spostarti con i mezzi pubblici agevolmente?



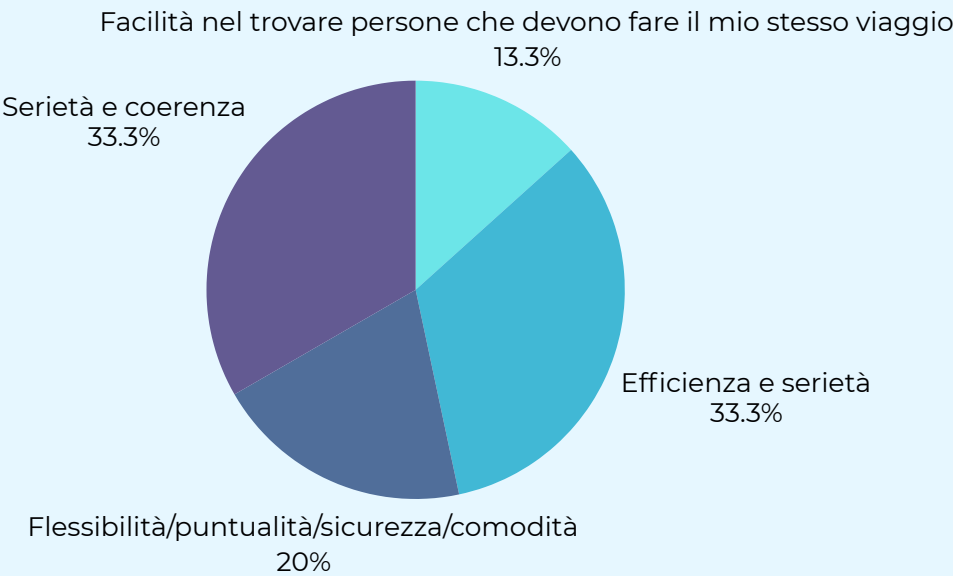
Quale aspetto ritieni più importante in un servizio di Carpooling?



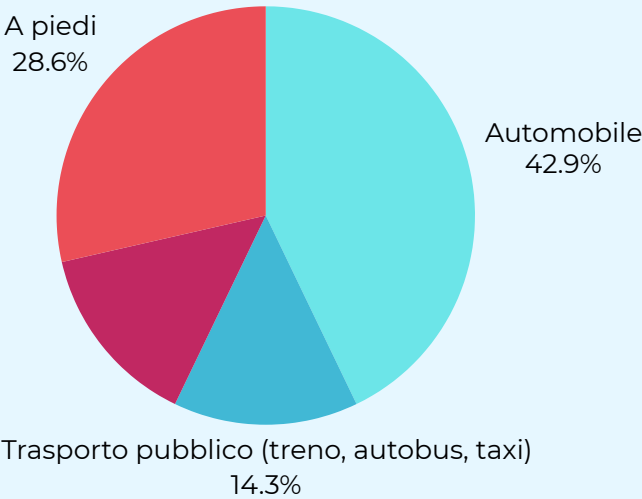
Quanto è importante la sostenibilità ambientale quando programmi i tuoi spostamenti?



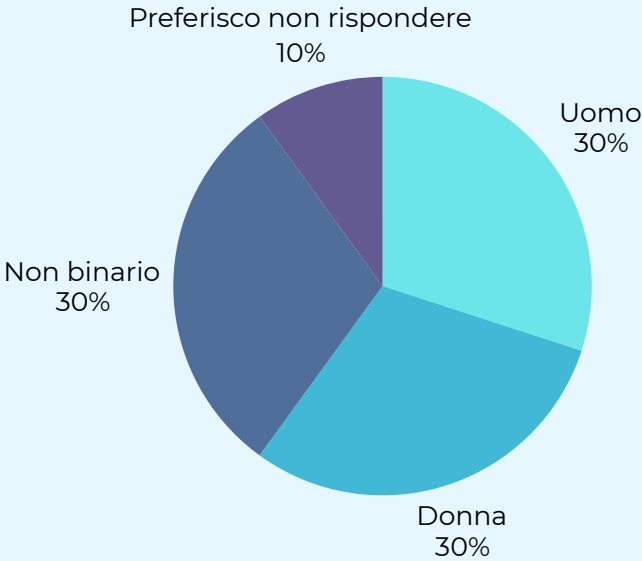
Cosa ti aspetti principalmente da un servizio di carpooling?



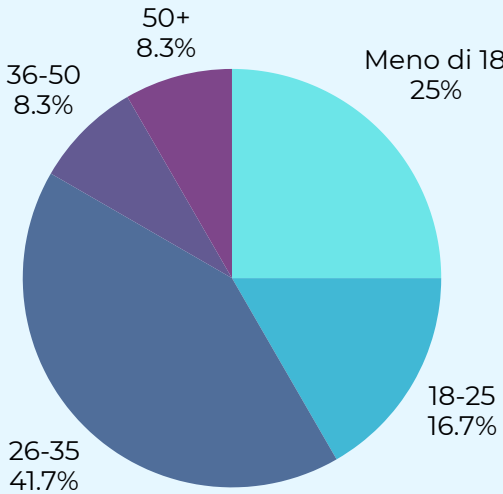
Quali mezzi di trasporto utilizzi abitualmente?



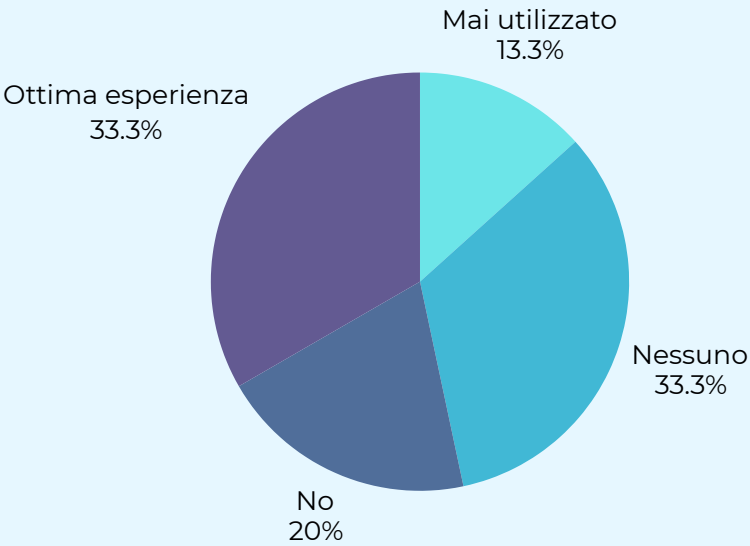
Qual è il tuo genere?



Qual è la tua fascia di età?



Hai altri commenti, pensieri o suggerimenti che vorresti condividere con noi riguardo alla tua esperienza o con il carpooling in generale?



ANALISI DEI RISULTATI

Dai risultati del sondaggio si ottengono dei dati che forniscono un quadro chiaro e dinamico.

Iniziamo dalle basi: il carpooling è conosciuto, ma non ancora un'abitudine per tutti. Il **75%** dei partecipanti sa di cosa parliamo, ma quasi la metà non lo ha mai usato regolarmente. Questo è un segnale forte che indica che c'è un enorme potenziale di crescita.

Ma allora, cosa spinge le persone a scegliere il carpooling? La risposta è chiara: il risparmio economico è il motivo principale (**26.7%**), ma non è l'unico fattore: la possibilità di socializzare e l'utilità per i tragitti casa/lavoro sono altrettanto importanti.

Per JojobRT, significa comunicare non solo il risparmio, ma anche il valore di una comunità e la comodità per gli spostamenti quotidiani, nonché la consapevolezza di rivolgersi a un pubblico prevalentemente composto da lavoratori pendolari.

Come preferiscono usare il servizio? Il risultato ci dice che la maggior parte (**55.6%**) vuole la libertà di scegliere tra app e sito web, mostrando chiara volontà di una versatilità. Riguardo al ruolo, c'è un bell'equilibrio tra chi si vede come passeggero (**50%**) e chi come autista (**30%**), un'ottima base per bilanciare domanda e offerta.

Cosa non può mancare in un servizio di carpooling? Ancora una volta, il prezzo delle tratte frequenti è in cima alle priorità, seguito da vicino dalla richiesta di più opzioni di pagamento e dalla privacy dei dati. La sicurezza e la flessibilità sono quindi elementi chiave abbiamo già visto essere adottate da alcuni dei competitor più popolari.

Non dimentichiamo la sostenibilità: ricopre un'importanza per il **50%** degli intervistati. Un punto su cui si può fare leva, offrendo un'alternativa più verde all'automobile, che ancora oggi è il mezzo più usato (**42.9%**).

Infine, chiudiamo con le aspettative: serietà, coerenza ed efficienza sono le parole d'ordine per gli utenti. Vogliono un servizio affidabile e che funzioni bene, con flessibilità e comodità.

In sintesi, il sondaggio ci dice che JojobRT deve continuare a puntare sul risparmio, ma anche sulla fiducia e sulla fluidità dell'esperienza utente sia su app che sul web. C'è un'opportunità enorme per trasformare la conoscenza in utilizzo.

RIEPILOGO ANALISI UX

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.