

Obiettivo Studente

Le osservazioni effettuate dal nostro team ricadono sulla tematica “**Glance**” anche se è possibile evidenziarne alcuni aspetti inerenti la tematica “**Time**”.

Abbiamo visionato l’esperienza di shopping nei negozi ed nei vari centri commerciali dei nostri partecipanti, ognuno con la propria personalità e le proprie abitudini.

L’esperienza si è dimostrata per molti versi confusa, frustrante, con la necessità di ricercare un capo d’abbigliamento per molto tempo anche a causa del disordine nei negozi. Spesso, la mancanza di informazione o un’esposizione allestita in maniera poco curata obbligavano l’user a dover virare verso altre direzioni, con la possibilità di perdere un’occasione o un eventuale capo desiderato.

Il nostro **Punto di Vista** è quello di migliorare l’esperienza di shopping in questo senso, cercando di creare e fornire un modo facile e intuitivo affinché la ricerca di un capo di abbigliamento avvenire in maniera intelligente.

Le parole che sono venute fuori tramite brainstorming in relazione al nostro punto di vista sono state:

- ✓ Smart
- ✓ Tranquillità
- ✓ Chiarezza
- ✓ Semplicità
- ✓ Organizzazione
- ✓ Ordinamento
- ✓ Intuitività
- ✓ Osservabile
- ✓ Percorso
- ✓ Guida
- ✓ Divertente

Ci siamo ispirati ai seguenti servizi ed articoli:

- 1. Mappa dei Centri Commerciali:** Molto spesso, nelle gallerie dei grandi centri commerciali, è possibile trovare dei pannelli o schermi in cui viene inserita la mappa dei negozi che si trovano all’interno del detto centro, in modo tale da rendere facilitata la ricerca di un negozio desiderato, che è ciò che ci prefiggiamo anche per i capi d’abbigliamento.
- 2. WeStyle App:** Applicazione che fornisce opzioni per l’ispirazione e la scoperta istantanea per trasformare l’incertezza del proprio stile d’abbigliamento in un outfit di totale fiducia. Tutto questo è alimentato da una comunità di amici

che può migliorare il proprio stile d'abbigliamento. E' stata un'ispirazione per l'idea di app e di social.

3. **Smart shopping method and system:** In quest'articolo è esplicitata la possibilità della creazione di un sistema di shopping intelligente, consentendo anche eventuali risparmi digitali ed offerte tramite sito web opportunamente gestito ed amministrato. Vi è inoltre la possibilità di rimborso e di una cronologia degli acquisti mediante un database interno.
4. **Shopping orientation and online clothing purchases:** Documento che si propone di indagare sull'orientamento commerciale e sugli acquisti di capi d'abbigliamento in base al genere. Propone un modello concettuale per comprendere l'impatto dell'orientamento dello shopping sui consumatori.
5. **Social Shopping:** Metodo di commercio in cui vengono coinvolti amici degli utenti durante l'esperienza d'acquisto. Questo approccio prevede l'utilizzo di tecnologia per simulare le interazioni sociali che si trovano nei centri commerciali o nei vari negozi. Con l'avanzare dei dispositivi mobile, il social shopping si sta estendendo oltre il mondo online e al contempo nel mondo offline dello shopping. E' un metodo che motiva l'utilizzo di siti da parte degli utenti, che possono anche avere ricompense tangibili per l'aver contribuito all'invio di informazioni alla comunità.