

PROGETTO DISCOVERY 2

Martina Scattini



plant-based products company

"100% vegetale: buono per te, buono per il pianeta."



INDICE

- Recap Discovery 1 pagina 1
- Update obiettivi pagina 2
- Personas pagine 3-5
- Users journey maps pagine 6-8
- Opportunità emerse pagina 9
- New journey maps pagine 10-12
- Sitemap pagina 13
- Modifiche apportate pagina 14
- Bonus mentoring pagina 15



PARTE 1

Inizialmente ho **raccolto informazioni sul brand** tramite pagine certificate su Internet e sullo stesso sito ufficiale di Alpro. Da esse è stato possibile trarre informazioni su:

- Nascita e crescita del brand
- Obiettivi e metodi di produzione
- Offerta dei prodotti
- Diffusione del brand sul territorio europeo

PARTE 2

Analisi del sito ufficiale alpro.com per studiarne usabilità, accessibilità e funzionalità tramite uno **studio euristico** in 10 passaggi.
Studio dell'architettura dell'informazione del sito attraverso la costruzione della sua **sitemap**.

RECAP PARTE 1

PARTE 3

Ho individuato **6 tra i principali competitor** del brand che operino sullo stesso territorio e che condividano con Alpro metodi di produzione e approccio ecosostenibile, nonché gamma di prodotti offerti.

Ho fatto ciò confrontando i relativi siti web ufficiali e stilando quindi una tabella che ne mettesse a **confronto le principali feature**.

PARTE 4

Una volta individuato il **target di riferimento** ho quindi stilato un **questionario** da sottoporre ad un eterogeneo gruppo di persone per cercare di capire:

- l'approccio che i consumatori adottano nella **ricerca di prodotti a base vegetale**
- come essi si pongono rispetto alle **proposte** che Alpro e i suoi competitor hanno sul mercato

UPDATE OBIETTIVI

2.

1) PERSONAS

Dall'analisi del target fatta tenendo conto dei risultati del questionario, è stato possibile creare **3 personas** con background, obiettivi, necessità e comportamenti diversi ma accomunate dalla ricerca dei prodotti Alpro.

2) USER JOURNEY

Per ciascuna persona sono stati creati user journey eterogenei per poter analizzare il **processo di ricerca e d'acquisto** dei prodotti tramite il sito ufficiale **Alpro.com**, sottolineando le eventuali problematiche e frustrazioni.

3) NEW USER JOURNEY

Alla luce di quanto riscontrato nella parte precedente, ho cercato di risolvere o ridurre le problematiche riscontrate dall'utente offrendo **nuove funzionalità** o **aiuti** in caso di necessità. Sono state quindi riproposte le user journey con tali modifiche.

4) SITEMAP

Tali modifiche hanno portato alla necessità di **riscrivere l'architettura dell'informazione** originale vista nella parte 1 del progetto.





GIULIA, 20

Studentessa di Biologia

"Vorrei poter sperimentare in cucina senza dover rinunciare al gusto."

alpro.com

 Torino, Italia (fuorisede)

 Single

 Fascia medio-bassa

Social media



Obiettivi

- codici sconto
- packaging per 1 persona contro lo spreco

Motivazioni

- ricerca prodotti per intolleranti al lattosio

Frustrazioni

- costo elevato
- nell'utilizzo della stessa materia prima i prodotti di brand diversi hanno sapori diversi

Comportamento

- attenta agli sprechi
- acquista principalmente al supermercato ma disposta a comprare online con le promozioni

Interessi

- le piace cucinare e fare dolci a base vegetale

Fonti di informazione Instagram e Google

Dispositivi

Competenza tecnica media



3.



TESSA, 29

Veterinaria

“Vorrei un'alternativa vegana sana ed ecosostenibile al latte vaccino.”

alpro.com

 Manchester, UK

 Fidanzata

 Fascia media

Social media



Obiettivi

- ridurre colesterolo
- sostenibilità ecologica e animali
- risparmiare

Motivazioni

- dieta vegana, valori nutrizionali e gusto

Frustrazioni

- poche proteine
- confezioni non del tutto riciclabili anche se carta riciclata
- in alcuni prodotti si sente troppo o troppo poco la materia prima



Comportamento

- compra online in grandi quantità per spese mensili
- acquista prodotti in sconto al supermercato se in scadenza per evitare gli sprechi

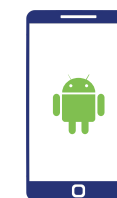
Interessi

- comportamento e salute animale
- sperimentare in cucina con ricette vegane

Fonti di informazione Instagram e motori di ricerca

Dispositivi

Competenza tecnica medio-alta





ALBERTO, 56

Analista programmatore

“Vorrei avere una più vasta scelta di prodotti vegetali, nutrienti e ecosostenibili.”

alpro.com

 Roma, Italia

 Divorziato

 Fascia medio-alta

Social media



Obiettivi

- trovare prodotti con valori nutrizionali adeguati
- acquistare online

Motivazioni

- dieta variegata suggerita dal nutrizionista

Frustrazioni

- non trova tutte le marche in ogni supermercato
- non trova una grande varietà di opzioni di tipologia di prodotti vegetali



Comportamento

- acquista principalmente online per risparmiare tempo perché impegnato nel lavoro

Interessi

- informatica
- sviluppo di app

Fonti di informazione motori di ricerca specializzati

Dispositivi

Competenza tecnica alta





Focus

7.

Research

Navigate through website

Purchase

Checkout

Activities

- va al supermercato alla ricerca di un'alternativa alla marca di fiducia che non è più in produzione
- vede Alpro, marca già nota, e si fida della qualità del prodotto anche se nota che la confezione non è riciclabile
- vede poi che il prodotto è in offerta e acquista il prodotto al supermercato

- va sul sito e cerca prodotti senza zucchero e ad alto contenuto proteico ma nota che ci sono poche opzioni
- vede poi altre proposte con materie prime diverse
- nota le ricette suggerite e ,incuriosita, sfoglia le pagine per idee culinari

- seleziona la bevanda che ha trovato e approvato in precedenza
- Ispirata dalle altre proposte seleziona anche un paio di prodotti nuovi
- acquista in grandi quantità per risparmiare sulla spesa mensile e raggiungere la spesa minima di spedizione

- vede che l'unico modo per ottenere uno sconto è iscriversi alla newsletter ma non vorrebbe per non dover ricevere mail indesiderate
- considera se lasciare stare la spesa online e comprare direttamente al supermercato
- allettata dallo sconto procede con l'iscrizione alla newsletter sperando di poterla poi disattivare
- crea facilmente l'account e completa l'ordine

Thoughts

“Conosco già il brand e che fortuna trovarlo scontato. Proviamolo, anche se non è riciclabile a casa...”

“Bello, consigliano anche delle ricette! Anche se la scelta è un po' limitata per quello che cercavo, potrei provare questi nuovi prodotti.”

“Mi conviene acquistare tante unità per risparmiare. Voglio dare un'opportunità anche a diversi sapori.”

“Che seccatura che non ci siano altre opzioni di sconto.
Anche se non vorrei, mi toccherà iscrivermi alla newsletter.”

Expectations

trovare un prodotto valido come alternativa
alla sua marca di fiducia

scoprire nuovi prodotti che siano in linea con
le sue necessità nutrizionali e di gusto

acquistare più prodotti risparmiando

ottenere uno sconto e completare facilmente l'ordine

Emotions



Touch points



Pain Points

confezioni fatte di materiali non
completamente riciclabili

linee di prodotti proteici e senza
zuccheri troppo limitate

- pochi incentivi e sconti
- condizioni di iscrizione alla newsletter poco chiare



ALBERTO : Journey Map

"Vorrei avere una più vasta scelta di prodotti vegetali, nutrienti e ecosostenibili."

Focus

acquisto online, rapporto gusto/valori nutrizionali

8.

	Feedback	Navigate through website	Purchase	Checkout
Activities	<ul style="list-style-type: none">tramite un contatto LinkedIn trova altre persone intenzionate a passare ad un regime vegetaleclicca il link ufficiale del sito di Alpro su suggerimento della pagina trovata	<ul style="list-style-type: none">visualizza i nuovi prodotti sponsorizzati dalla Home del sitoricerca prodotti sperimentando i diversi filtri per categorie, ma legge messaggio d'errore poco chiarosi focalizza sui prodotti suddivisi per Benefici e Regimi alimentari, leggendo i valori nutrizionali	<ul style="list-style-type: none">una volta selezionato il prodotto scelto controlla i prodotti simili suggeritidecide quindi tra i prodotti considerati di scegliere quello che sembra più gustoso, a parità di valori nutrizionali	<ul style="list-style-type: none">nella fase di selezione fa fatica a vedere quali sono le opzioni selezionabili per il troppo basso contrasto cromaticocrea l'account per proseguire nell'acquisto. Avrebbe però preferito avere l'opzione di acquisto senza registrare tutti i dati solo per un primo acquistoprocede al checkout finale senza difficoltà
Thoughts	"Queste persone sembrano nella mia stessa situazione. Vediamo cosa consigliano."	"Molto interessante che ci siano così tante opzioni e prodotti variegati, ma la selezione dei filtri è poco chiara."	"Credo sceglierò quello che sembra avere un sapore più vicino ai miei gusti."	"Non credo sia giusto che sia obbligatoria l'iscrizione e che non forniscano nessun incentivo per l'affiliazione, come uno sconto iniziale."
Expectations	trovare consigli di persone attente ai valori nutrizionali	scoprire prodotti nuovi e interessanti	trovare un prodotto che coniughi sapore e giusti valori nutrizionali	acquistare facilmente online senza doversi iscrivere al sito
Emotions	<div><div>Incuriosito</div><div>Confuso</div><div>Fiducioso</div><div>Infastidito</div></div>			
Touch points				
Pain Points		messaggio d'errore non chiaro se si selezionano più filtri, non compaiono prodotti		<ul style="list-style-type: none">basso contrasto/poca visibilitàoffrire l'opzione d'acquisto senza doversi registrare o incentivare l'iscrizione con uno sconto

OPPORTUNITÀ EMERSE

- Mancano le recensioni associate ai prodotti → Aggiungere la possibilità per gli utenti di lasciare un feedback diretto come scrivere **recensioni** e/o lasciare un **rating** per ogni prodotto
- Messaggi d'errore poco chiari → Rendere più comprensibili i **messaggi d'errore** nella selezione dei filtri
- Non è possibile acquistare singole unità di prodotti → Dare l'opportunità di acquistare le **singole unità**
- Obbligo di registrazione per procedere al checkout → Rendere possibile l'opzione di completare l'ordine come ospite, **senza doversi registrare**
- Soglia minima di spedizione gratuita alta → Abbassare **soglia minima di spedizione gratuita**
- Packaging non completamente riciclabile → Cercare di rendere il **packaging completamente riciclabile**
- Pochi sconti o incentivi alla fidelizzazione → Alla registrazione offrire opportunità di avere uno **sconto** sul primo ordine o scegliere un **prodotto omaggio**
- Linee prodotti senza zuccheri e linea proteica poco variegata → **Ampliare** l'offerta di queste **linee di prodotti**








TESSA : New Journey Map

“Vorrei un'alternativa vegana sana ed ecosostenibile al latte vaccino.”

Focus

attenzione sprechi, restrizioni alimentari, ecosostenibilità

11.

	Reasearch	Navigate through website	Purchase	Checkout
Activities	<ul style="list-style-type: none">va al supermercato alla ricerca di un'alternativa alla marca di fiducia che non è più in produzionevede Alpro, marca già nota, e si fida della qualità del prodotto con confezione completamente riciclabilevede poi che il prodotto è in offerta e acquista il prodotto al supermercato	<ul style="list-style-type: none">va sul sito e cerca prodotti senza zucchero e ad alto contenuto proteico e nota con stupore che ci sono molte opzioni variegatevede poi altre proposte con materie prime diversenota le ricette suggerite e ,incuriosita, sfoglia le pagine per idee culinari	<ul style="list-style-type: none">seleziona la bevanda che ha trovato e approvato in precedenzaispirata dalle altre proposte seleziona anche un paio di prodotti nuoviacquista in grandi quantità per risparmiare sulla spesa mensile e raggiungere la spesa minima di spedizione	<ul style="list-style-type: none">nota che la spesa complessiva è generalmente conveniente rispetto al supermercato ma vorrebbe comunque un ulteriore incentivonota che creando l'account per completare l'ordine è possibile scegliere tra:<ul style="list-style-type: none">-sconto su primo ordine-aggiunta di un prodotto omaggiosceglie il prodotto omaggio e completa facilmente l'ordine
Thoughts	“Conosco già il brand e che fortuna trovarlo scontato. Proviamolo!”	“Bello, consigliano anche delle ricette! Potrei provare questi nuovi prodotti.”	“Mi conviene acquistare tante unità per risparmiare. Voglio dare un'opportunità anche a diversi sapori.”	“Che bello poter provare nuove cose riuscendo comunque a risparmiare.”
Expectations	trovare un prodotto valido come alternativa alla sua marca di fiducia	scoprire nuovi prodotti che siano in linea con le sue necessità nutrizionali e di gusto	acquistare più prodotti risparmiando	ottenere uno sconto e completare facilmente l'ordine
Emotions	<div><div><div>Confortata</div><div>Stupita</div><div>Fiduciosa</div><div>Compiaciuta</div></div><div><div>DELIGHTED</div><div>NEUTRAL</div><div>FRUSTRATED</div></div></div>			
Touch points	 → 	→ 		 
Pain Points solved	confezioni completamente riciclabili	linee di prodotti proteici e senza zuccheri variegate		<ul style="list-style-type: none">aggiunta di incentivi e sconticondizioni di iscrizione alla newsletter chiare



ALBERTO : New Journey Map

"Vorrei avere una più vasta scelta di prodotti vegetali, nutrienti e ecosostenibili."

Focus

acquisto online, rapporto gusto/valori nutrizionali

12.

	Feedback	Navigate through website	Purchase	Checkout
Activities	<ul style="list-style-type: none">tramite un contatto LinkedIn trova altre persone intenzionate a passare ad un regime vegetaleclicca il link ufficiale del sito di Alpro su suggerimento della pagina trovata	<ul style="list-style-type: none">visualizza i nuovi prodotti sponsorizzati dalla Home del sitoricerca prodotti sperimentando i diversi filtri per categoriesi focalizza sui prodotti suddivisi per Benefici e Regimi alimentari, leggendo i valori nutrizionali	<ul style="list-style-type: none">una volta selezionato il prodotto scelto controlla i prodotti simili suggeritidecide quindi tra i prodotti considerati di scegliere quello che sembra più gustoso, a parità di valori nutrizionali	<ul style="list-style-type: none">nella fase di selezione non fa fatica a vedere quali sono le opzioni selezionabilivede che è possibile proseguire all'acquisto senza registrarsi oppure procedere alla registrazione avendo uno sconto sul primo acquistovaluta le due opzioni e sceglie di non registrarsi per non dover condividere tutti i suoi datiprocede al checkout finale senza difficoltà
Thoughts	"Queste persone sembrano nella mia stessa situazione. Vediamo cosa consigliano."	"Molto interessante che ci siano così tante opzioni e prodotti variegati,"	"Credo sceglierò quello che sembra avere un sapore più vicino ai miei gusti."	"Che bello vedere che l'iscrizione non è obbligatoria. Tra le opzioni che forniscono preferisco questa ad avere uno sconto sul primo acquisto"
Expectations	trovare consigli di persone attente ai valori nutrizionali	scoprire prodotti nuovi e interessanti	trovare un prodotto che coniughi sapore e giusti valori nutrizionali	acquistare facilmente online senza doversi iscrivere al sito
Emotions	<div><div><div></div><div>Incuriosito</div></div><div><div></div><div>Sorpreso</div></div><div><div></div><div>DELIGHTED</div></div><div><div></div><div>Fiducioso</div></div><div><div></div><div>Sollevato</div></div></div> <div><div></div><div>NEUTRAL</div></div> <div><div></div><div>FRUSTRATED</div></div>			
Touch points				
Pain Points solved		messaggio d'errore chiaro nella selezione dei filtri		<ul style="list-style-type: none">basso contrasto/poca visibilità risoltoofferta l'opzione d'acquisto senza doversi registrare. Incentivata l'iscrizione con uno sconto sul primo ordine

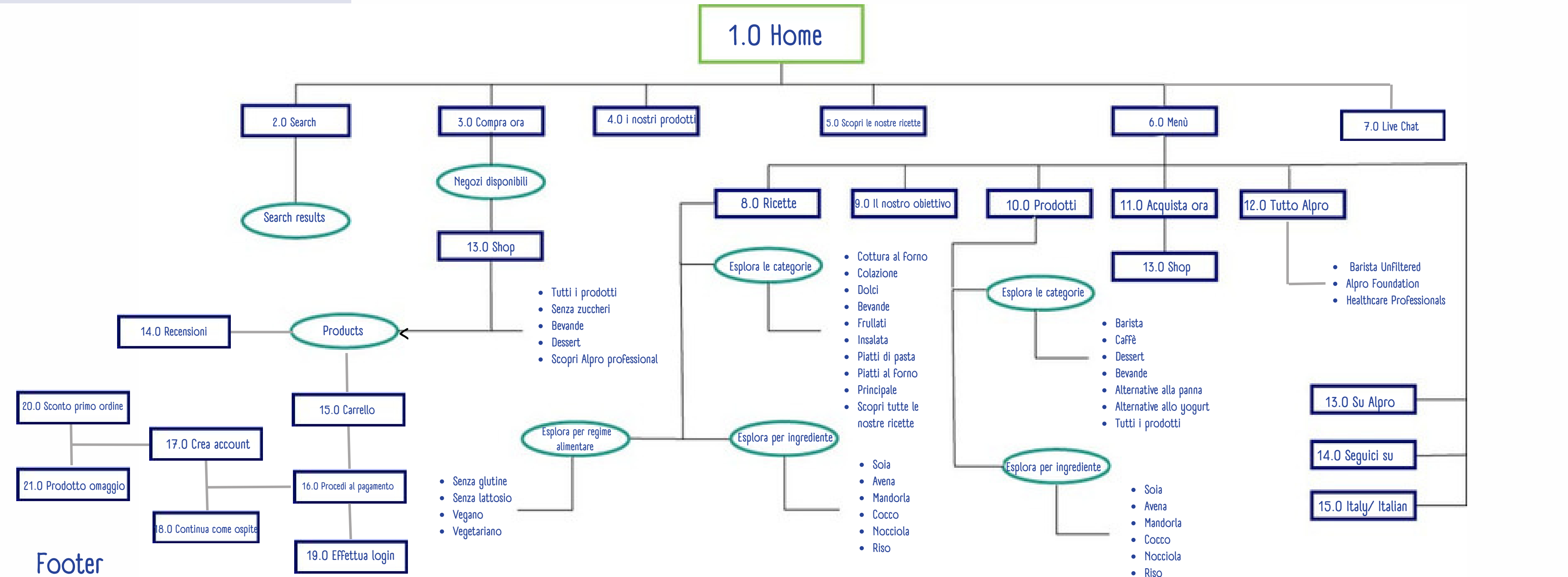


Macro pagine interattive, con link a diverse sottocategorie e successive pagine (vedi slide successiva)



Pagine con risultati di ricerca e per esplorare attraverso categorie già definite

SITEMAP





Dettagli pagine modificate

8.0 Live chat:

Presente nella sezione interna dello 13.0 Shop, ma manca nel sito principale alpro.com

14.0 Recensioni:

Sezione in cui è possibile consultare recensioni passate sui prodotti oppure lasciarne una se si è già loggati nel sito

15.0 Carrello:

Sezione in cui si possono visualizzare i prodotti selezionati ed è possibile selezionare solo una unità per il singolo prodotto

18.0 Continua come ospite:

Pagina in cui è possibile scegliere di proseguire con l'acquisto senza doversi iscrivere o accedere tramite login

20.0 Sconto primo ordine:

Pagina per continuare l'acquisto scegliendo uno sconto sul primo ordine, dopo aver creato un account

21.0 Prodotto omaggio:

Opzione alternativa al 20.0, scegliendo un prodotto omaggio in seguito alla creazione di un account

Nota bene:

Le pagine 14.0, 15.0, 16.0, 17.0, 19.0 sono presenti come sviluppo di entrambe le sezioni della pagina 13.0 Shop nella sitemap

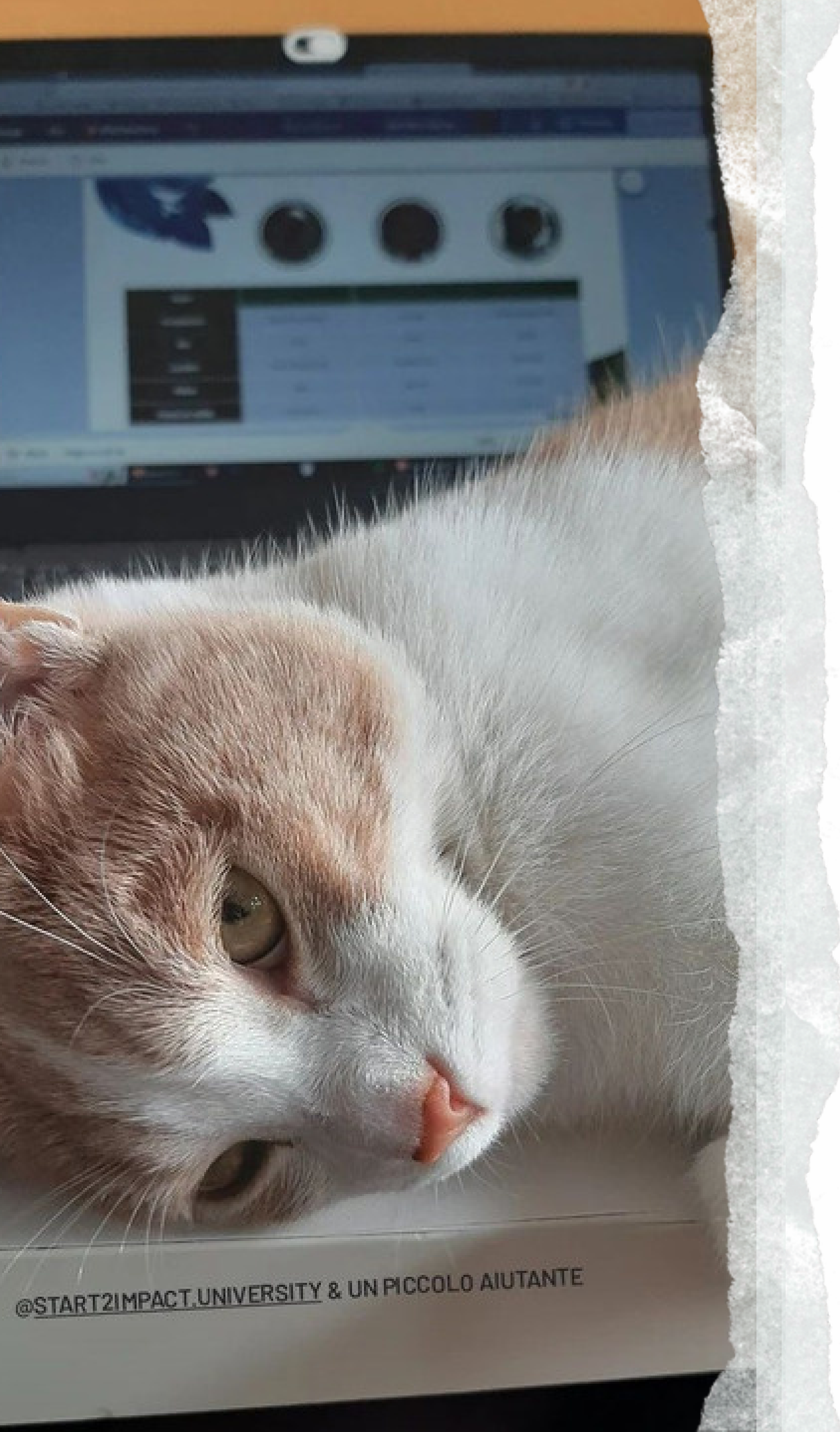
Modifiche generali alla UX

Dalle opportunità emerse analizzando le journey map degli utenti, è possibile notare come alcune delle modifiche potenzialmente apportabili all'user experience dei consumatori sono **input che non rientrano direttamente nella modifica dell'architettura dell'informazione** di alpro.com, ma sono **suggerimenti per migliorare la qualità stessa dei prodotti**.

Tra questi ci sono:

- **Ampliare** l'offerta delle linee "Senza zuccheri" e "Protein"
- Cercare di rendere il **packaging** di tutti i prodotti **completamente riciclabile**
- **Ridurre il costo medio dei prodotti**, per essere una scelta più conveniente per i consumatori nella fascia di reddito medio-bassa





BONUS MENTORING

Condiviso sulla mia pagina Instagram

@martina_meetsworld

