

IL BIOLOGICO A DOMICILIO.

iVegan



INDICE VELOCE AL PROGETTO

naviga il mio progetto a seconda del tempo a disposizione!

Se hai poco tempo e vuoi vedere direttamente la **nuova UI** del sito di iVegan, clicca qui:



Desktop



Mobile

Altrimenti qui trovi il Case Study dove ti spiego **chi è iVegan** e qual è stato il mio **metodo di lavoro**.
Buona lettura!

[User Research](#)

[Wireframing](#)

[User Interface](#)

[User Test \(*coming soon...*\)](#)

USER RESEARCH

INDICE

- [P.3 – Chi è iVegan e come nasce](#)
- [P.4 – Analisi euristica](#)
- [P.5 – Information Architecture](#)
- [P.13 – Le pagine](#)
- [P.14 – I competitor](#)
- [P.15 – Le features inventory](#)
- [P. 17 – Il target](#)
- [P.20 – I risultati](#)
- [P.21 – Update obiettivi](#)
- [P.22 – Personas](#)
- [P.25 – Journey Map](#)
- [P.28 – New Journey Map](#)
- [P.31 – Opportunità emerse](#)
- [P.32 – New information architecture](#)
- [P.33 – Le pagine \(aggiunte o modificate\)](#)
- [P. 34 – Service Blueprint](#)



CHI È iVegan

E COME NASCE

iVegan, nato nel 2008, è il **primo** e anche il **più fornito** distributore di cibo vegano in Italia, con consegna in tutta Italia in 24-48 ore e uno store fisico nella città di Roma.

Nato dalla passione verso gli alimenti vegani, il loro obiettivo è quello di garantire cibo buono che sia anche biologico e cruelty free, sia per persone vegane che per persone onnivore, con lo scopo di attuare un cambiamento dal punto di vista alimentare e dal punto di vista etico. Al primo posto per loro c'è la qualità, selezionando quindi produttori artigiani e grandi aziende che sono specializzate in questo settore.

ANALISI EURISTICA

#1. Visibilità dello stato del sistema

PRO



Mobile

- ✓ I breadcrumb sono ben fatti in quanto l'utente è sempre al corrente della pagina in cui si trova e permette di tornare all'homepage molto facilmente. Sono presenti in qualsiasi categoria presente nel sito (categorie dei prodotti, del footer, dell'account personale ecc.)



Tablet

- Nella pagina di tutti i prodotti viene segnata la data di scadenza e l'utente viene avvisato di quanti prodotti sono rimasti in magazzino.



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ Alcune sezioni del sito non mostrano alcun prodotto nella pagina e l'unica cosa che viene comunicata è: "Ci scusiamo per l'inconveniente", lasciando quindi l'utente con dei dubbi sul fatto che i prodotti siano o meno disponibili.
- ✗ Un prodotto viene etichettato come "Non disponibile" solo una volta che si è andati ad aprire la pagina di quel determinato prodotto. Di conseguenza, un utente che naviga in una lista di prodotti non saprà della disponibilità del suddetto a meno che non apra la pagina, rendendo il processo macchinoso e poco chiaro.
- ✗ Nella sezione "Contattaci", se allego un file, non ho poi la possibilità di rimuoverlo.

ANALISI EURISTICA

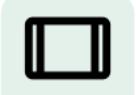
#2. Corrispondenza tra il sistema e il mondo reale

PRO



Mobile

- ✓ Il linguaggio utilizzato è adatto al tipo di audience ed è chiaro, non vengono utilizzati codici o acronimi.
- ✓ I campi di input dei form presenti per la registrazione al sito, per la newsletter o per l'acquisto dei prodotti, sono tutti chiari e ben descritti.



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ Alcune sottocategorie fanno parte di categorie con etichette poco chiare che non rispecchiano al massimo il contenuto. Ad esempio, un utente che cerca "Uova e addensanti" deve andare alla categoria "Farine e Lieviti".

ANALISI EURISTICA

#3. Controllo e libertà dell'utente

PRO



Mobile

- ✓ L'utente può navigare per tutto il sito senza doversi iscrivere fino al momento dell'acquisto dei prodotti.
- ✓ Il sito è responsive.



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile

- ✗ L'utente non può aggiungere prodotti alla lista dei desideri senza avere un account.
- ✗ Non è possibile eliminare l'account.



Tablet



Desktop

ANALISI EURISTICA

#4. Coerenza e standard

PRO



Mobile

- ✓ Tutti i button e i form sono coerenti tra di loro sia per quanto riguarda la funzionalità, sia per quanto riguarda la UI.
- ✓ Il design del sito è coerente in ogni pagina ed è di facile comprensione anche dopo svariato tempo



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ Il menù del sito che contiene la lista di categorie presenti nel sito risulta confusionara, in quanto non segue un ordine ben preciso. (es., in ordine: "baby food - cosmesi e igiene - cibo per animali - t-shirts e gadget" che risulta in cibo - altro - cibo - altro).
- ✗ Il form per cambiare i dati dell'account, invece di mostrare un button "Salva" o "Salva modifiche", mostra un button "Registrati", che può risultare fuorviante per l'utente.

ANALISI EURISTICA

#5. Prevenzione degli errori

PRO



Mobile

- ✓ Le etichette delle categorie dei prodotti o di altre sezioni del sito sono il più delle volte chiare e non portano l'utente a commettere errori.



Tablet

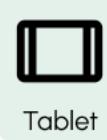


Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ L'utente viene avvertito del fatto che alcuni simboli non sono ammessi in alcune parti del form (es. Nome), ma se per sbaglio vengono comunque inseriti, il form risulta non valido solo una volta che si provano a salvare i dati; a quel punto appare "formato non valido".

- ✗ Nei form se ad esempio viene inserito il codice postale, non viene automaticamente riempito il field "Città" (o viceversa). Gli utenti a volte si sentono sopraffatti dalla quantità di dati che vanno inseriti in alcuni form, di conseguenza abbandonano il sito. Avere un sistema che ti aiuta a precompilare il form non solo aiuta l'utente a fare meno errori, ma anche a rimanere nella pagina e a completare quel task.

ANALISI EURISTICA

#6. Riconoscimento piuttosto che richiamo

PRO



Mobile

- ✓ Le immagini utilizzate per accompagnare le descrizioni e i nomi dei prodotti sono molto chiare e aiutano l'utente a capire subito di cosa si tratta e cosa sta per acquistare.



Tablet

- ✓ L'utente può facilmente navigare nel sito senza dover concentrarsi più del necessario rendendo la navigazione fluida e facile da ricordare



Desktop

CONTRO



Mobile

- ✗ Non viene mostrata nessuna sezione per i prodotti visualizzati recentemente



Tablet

- ✗ Non viene mostrata nessuna sezione customizzata con dei prodotti suggeriti per l'utente



Desktop

ANALISI EURISTICA

#7. Flessibilità ed efficienza d'uso

PRO



- ✓ Le categorie principali sono presenti nell'header



Desktop

PRO



- ✓ Le categorie principali sono raggiungibili tramite un'icona hamburger in alto a sinistra che apre un menu laterale a comparsa



Mobile

CONTRO



Desktop

- ✗ Il button "Registrati" apre un menù a comparsa che da come scelta quella di accedere o di vedere la propria lista dei desideri ma non di registrarsi. Cliccando su "Accedi" si apre una pagina dove è presente un form per accedere al sito con le proprie credenziali, sotto al quale si trova un hyperlink che porta alla pagina della registrazione. Questo processo risulta confusionario.

CONTRO



Mobile



Tablet

- ✗ Quello che nella versione Desktop è la sidebar di sinistra che contiene tutte le categorie di cibo presenti nel sito, in versione Mobile e Tablet appare in fondo all'homepage, non rendendola quindi visibile a colpo d'occhio. L'ideale sarebbe sfruttare l'icona hamburger ed inserire il contenuto della sidebar sinistra.

ANALISI EURISTICA

#8. Design estetico e minimalista

PRO



Mobile

- ✓ Il design visivo del sito è semplice e di facile comprensione, i colori sono coerenti in qualsiasi pagina, così come i button.
Le icone sono chiare e tutti i form sono facili da compilare.
- ✓ Le informazioni hanno la giusta gerarchia.



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ La sezione dell'homepage "Incredibile ma vegan" ha come immagini per le categorie della sezione tutti stili diversi tra loro, facendo risultare il design poco coerente.
- ✗ Le schede dei prodotti sono tutte di altezza diversa a seconda della lunghezza del contenuto che c'è scritto dentro, rendendolo disordinato e con dei white space gli uni diversi dagli altri.

ANALISI EURISTICA

#9. Aiuta gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare dagli errori

PRO



Mobile

- ✓ All'utente vengono presentati messaggi di errore quando vengono inserite informazioni errate.



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



Desktop

- ✗ Seppur viene presentato un messaggio di errore nel caso venga inserita un'informazione errata nel form, non vengono suggerite soluzioni per rimediare agli errori fatti.

ANALISI EURISTICA

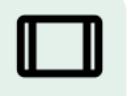
#10. Guida e documentazione

PRO



Mobile

- ✓ Completare un acquisto sul sito è molto semplice e si viene guidati dall'inizio alla fine del processo.
- ✓ È possibile contattare iVegan tramite email, chiamata o andando direttamente in negozio.



Tablet



Desktop

CONTRO



Mobile



Tablet



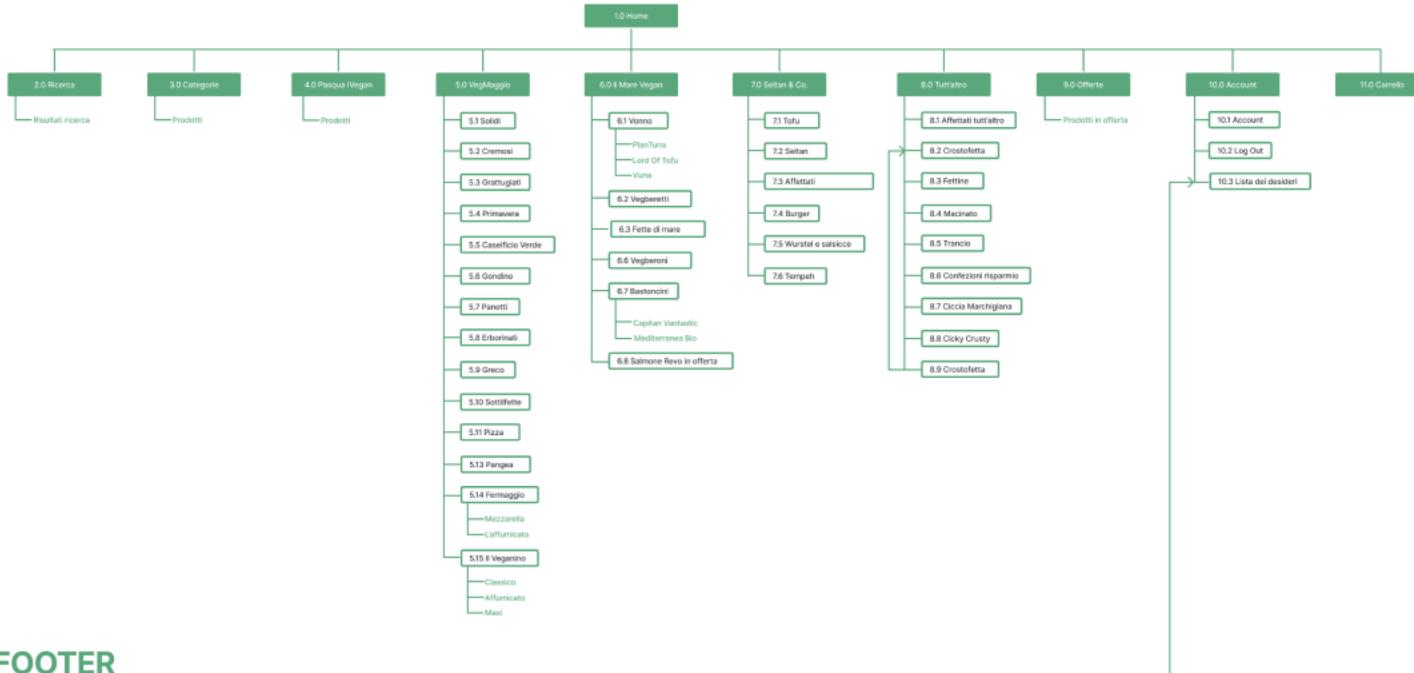
Desktop

- ✗ Non hanno nessuna sezione FAQ.

INFORMATION ARCHITECTURE



[Visualizza sitemap originale](#)



FOOTER

- 12.0 Email
- 13.0 Telefono
- 14.0 Spedizioni
- 15.0 Privacy
- 16.0 Termini e condizioni d'uso
- 17.0 Chi siamo
- 18.0 Pagamento sicuro
- 19.0 Riconversioni
- 20.0 Contatti
- 21.0 Mappa del sito
- 22.0 Informazioni personali
- 23.0 Ordini
- 24.0 Note di credito
- 25.0 Indirizzi
- 26.0 Buoni
- 27.0 Lista dei desideri
- 28.0 Istruzioni

LE PAGINE

HOME	RICERCA	CATEGORIE	PASQUA IVEGAN	VEGMAGGIO	IL MARE VEGAN	SEITAN & CO.	TUTT'ALTRO
1.0	2.0	3.0	4.0	5.0	6.0	7.0	8.0
Slideshow di prodotti in offerta, novità e marche suggerite. Blocchi di: assistenza clienti, best seller, novità, categorie top, i più amati, i più venduti, marche, recensioni.	Ricerca con l'utilizzo di parole chiave o tramite menu a comparsa che comprende: ricerche popolari, prodotti consigliati.	Lista di prodotti presenti nel sito divisi in categorie e sottocategorie.	Sezione dove vengono mostrati i tipici prodotti pasquali vegani presenti nel sito.	Sezione dove vengono mostrati i formaggi presenti nel sito.	Sezione dove vengono mostrati i prodotti di pesce presenti nel sito.	Categoria contenente prodotti di carne presenti nel sito.	Categoria contenente prodotti della marca "Tutt'altro".
OFFERTE	ACCOUNT	CARRELLO	EMAIL	TELEFONO	SPEDIZIONI	PRIVACY	TERMINI E CONDIZIONI D'USO
9.0	10.0	11.0	12.0	13.0	14.0	15.0	16.0
Categoria contenente tutti i prodotti in offerta presenti nel sito.	Tramite un menu a comparsa è possibile accedere al proprio account, fare log out nel caso in cui si è loggati al sito e accedere alla propria lista dei desideri.	Viene visualizzato il riepilogo dei prodotti presenti nel carrello e successivamente il form per il checkout.	Collegamento che dà la possibilità di poter contattare l'azienda tramite email.	Collegamento che dà la possibilità di poter contattare l'azienda per telefono.	Informazioni su come funzionano e quanto costano le spedizioni.	Documento informativo sulla privacy e quindi su come vengono utilizzati i dati personali.	Documento che disciplina il rapporto contrattuale tra il cliente e l'azienda.
CHI SIAMO	PAGAMENTO SICURO	RECENSIONI	CONTATTACI	MAPPA DEL SITO	INFORMAZIONI PERSONALI	ORDINI	NOTE DI CREDITO
17.0	18.0	19.0	20.0	21.0	22.0	23.0	24.0
Presentazione dell'azienda raccontando qual è il loro obiettivo.	Informazioni su come funzionano i pagamenti e quali tipo di pagamenti sono accettati.	Recensioni dei clienti lasciate tramite sito esterno eshoppingadvisor.com	Contatti dell'azienda, come email, telefono e indirizzo, per poter comunicare con loro.	Mappa che elenca gerarchicamente tutte le pagine del sito.	Sezione in cui è possibile controllare o modificare le proprie informazioni personali.	Sezione in cui sono presenti le informazioni riguardo gli ordini che sono stati effettuati sul sito.	Sezione in cui vengono visualizzate le note di credito che vengono ricevute dopo aver cancellato degli ordini.
INDIRIZZI	BUONI	LISTA DEI DESIDERI	I MIEI AVVISI				
25.0	26.0	27.0	28.0				
Sezione in cui è possibile controllare e modificare, aggiungere o eliminare i propri indirizzi.	Sezione del sito in cui vengono visualizzati i buoni da poter usare nel sito durante l'acquisto dei prodotti.	Sezione del sito in cui è possibile vedere i prodotti che sono stati scelti come preferiti.	Sezione in cui vengono visualizzate le email ricevute dall'azienda per il cliente.				

I COMPETITOR

I competitor di iVegan sono e-commerce italiani che hanno come obiettivo quello di offrire prodotti vegani e biologici, sia per la propria salute, sia per motivi etici.

GREENWEEZ

"Ci impegniamo a far sì che il consumo diventi sempre più responsabile e ci proponiamo di aiutare a consumare meglio per rendere il mondo migliore nell'ottica del bene comune."

VEGANOBIO

"L'intento è quello di associare il biologico ai sapori della buona tavola per poterci alimentare ogni giorno nel modo migliore per un mondo migliore."

NATURA & BONTÀ

"L'obiettivo è quello di riuscire a proporre dei prodotti di alta qualità, 100% bio-vegani, che rispondono alle esigenze di qualsiasi individuo, pur mantenendo il gusto e la bontà dei prodotti della cucina contadina italiana."

CUORE VEGANO

"Facciamo di tutto per starti vicino ed agevolarti nel percorso meraviglioso che stai compiendo. Un percorso che non è soltanto etico, salutare e lungimirante; è anche gustoso!"

BIOSALUTE

"Proponiamo prodotti biologici e dietetici, scelti con cura e amore per coloro che apprezzano la propria salute. Perché rispettare la salute è difendere anche l'ambiente".

FEATURES INVENTORY

						
RESPONSIVE DESIGN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
REGISTRAZIONE/LOGIN	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SEARCH BAR	✓	✓	✓	✓	✓	✓
WISHLIST	✓	✓	✓	✗	✗	✓
BEST SELLER	✓	✗	✗	✗	✗	✓
OFFERTE	✓	✓	✓	✗	✗	✗
FILTRI	✗	✓	~ Solo uno per le marche	✗	✓	✗
SORT BY	✓	✓		✓	✓	✓
DISPONIBILITÀ	✓	✗	✓	✗	✓	✓
BUCKETS	✓	✓	✓	✗	✓	✓
RECENSIONI	✓	✓	✗	✗	✗	✓
NEWSLETTER	✓	✓	~ Solo tramite form registrazione account	✗	✓	✓
LIVE CHAT	✗	✗		✗	✗	✗

						
FAQ	✗	✗	✓	✗	✗	✗
STORICO ORDINI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
SOCIAL MEDIA	~ <small>Si ma link non presenti nel sito</small>	✓	✓	✓	✓	✓
RIMBORSI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
INFORMAZIONI PAGAMENTI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
INFORMAZIONI SPEDIZIONI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
DESCRIZIONI INGREDIENTI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
DESCRIZIONE ALLERGENI	✓	✓	✓	✓	~ <small>Solo su richiesta</small>	✗
INFORMAZIONI NUTRIZIONALI	✓	✓	✓	✓	✓	~ <small>Non sempre presenti</small>
DETTAGLI DEI PRODOTTI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ASSISTENZA CLIENTI	✓	✓	✓	✓	✓	✓
REWARDS	✓	✓	✗	✗	✗	✓
DATA DI SCADENZA	✓	✗	✗	✗	✗	✗

I
L
T
A
R
G
E
T

L'UNIONE FA LA FORZA

iVegan crede fermamente che per migliorare il mondo, il cambiamento deve partire da noi stessi. L'azienda punta quindi a catturare non solo l'attenzione dei vegani, ma anche quella degli onnivori, in modo da diffondere consapevolezza e portare ad un cambiamento sia alimentare che etico, garantendo loro del cibo sia biologico che cruelty free.

La vasta gamma di prodotti è pensata dunque per poter attirare persone che hanno voglia di provare qualcosa di nuovo, persone che non si staccano facilmente dalla tradizione, persone che amano cucinare e persone che vogliono cucinare il meno possibile, offrendo loro piatti pronti in 5 minuti.

La sezione "Cibo per animali" è pensata anche per coloro che possiedono un animale domestico e vorrebbero offrire loro dei cibi che siano cruelty free e biologici e che garantiscono allo stesso tempo tutti i nutrienti di cui questi animali da compagnia hanno bisogno.

NON SOLO CIBO

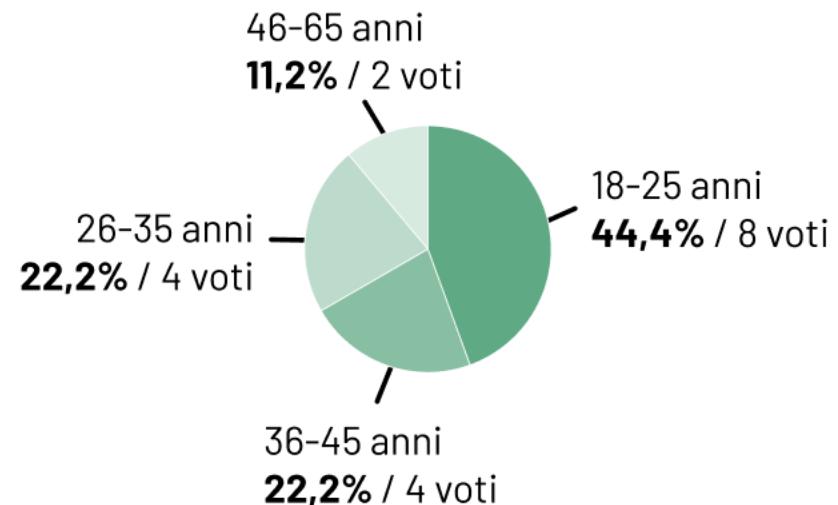
L'azienda si è impegnata anche per quanto riguarda la cosmesi e l'igiene, con prodotti al 100% vegani per la cura del corpo, del viso e dei capelli, cosmetici, coppette mestruali e assorbenti.

L'azienda offre nel loro shop anche dei simpatici gadget e magliette.

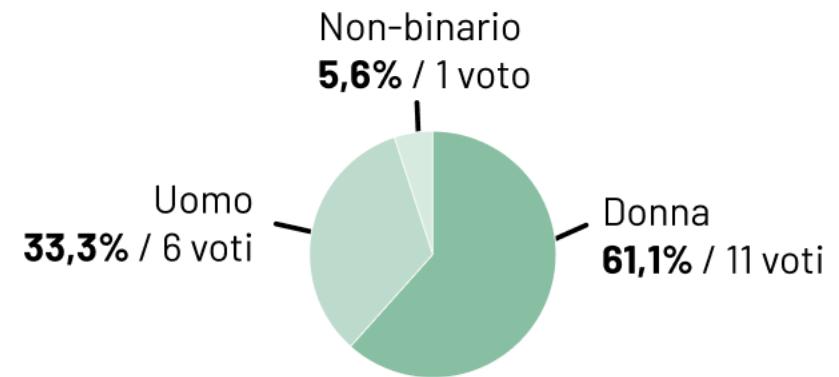
OBIETTIVI DI RICERCA DEL SONDAGGIO

Dopo aver analizzato il target ho stilato un sondaggio da sottoporre ad un campione di 18 utenti per capire se l'obiettivo di iVegan di avvicinare gli onnivori ai prodotti vegani fosse stato raggiunto e per capire quale fosse l'esperienza di acquisto di alimenti da siti e-commerce, analizzando poi i risultati.

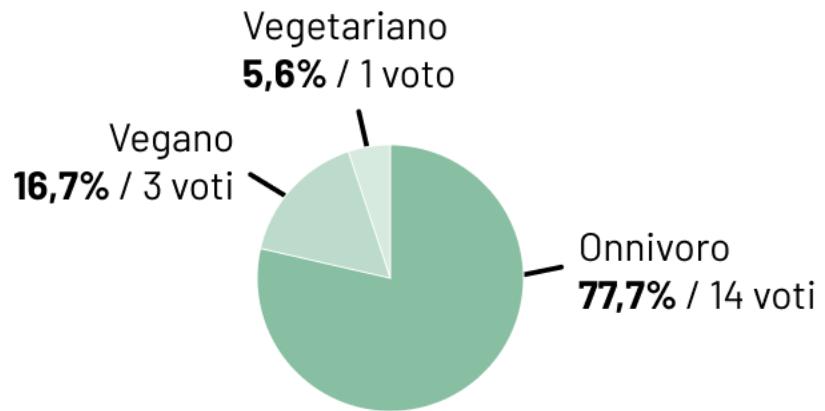
1 QUANTI ANNI HAI?



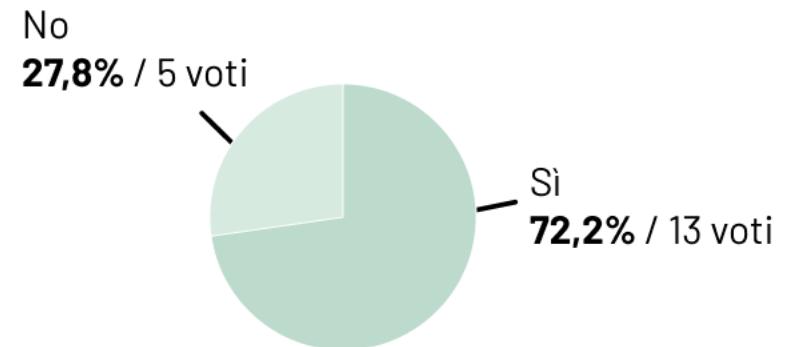
2 QUAL È IL TUO GENERE?



3 QUALI SONO LE TUE ESIGENZE ALIMENTARI?

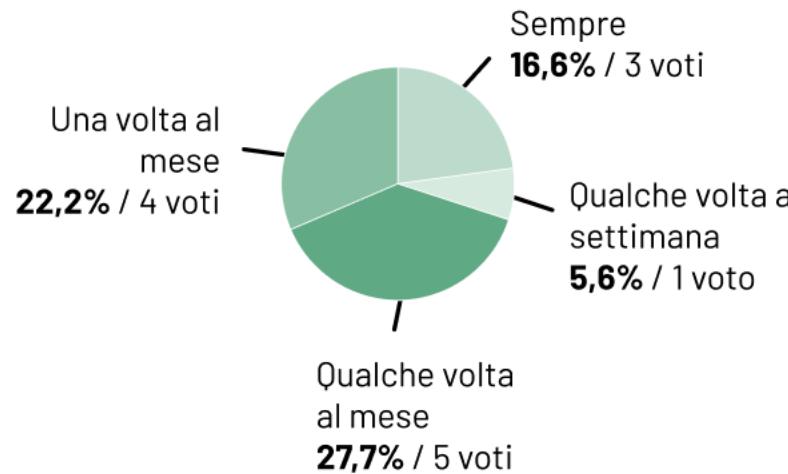


4 HAI MAI ACQUISTATO PRODOTTI VEGANI?



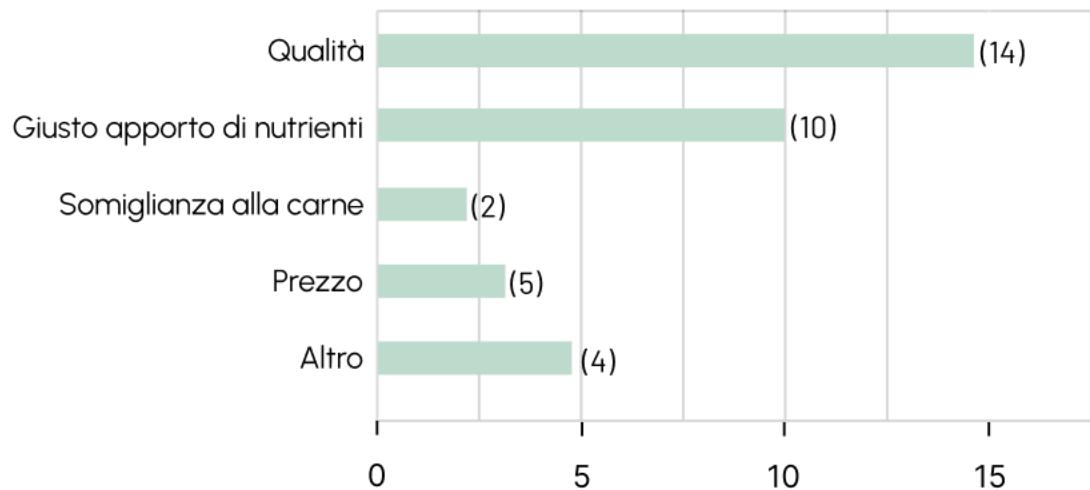
5

SE SÌ, QUANTO SPESO ACQUISTI PRODOTTI VEGANI?



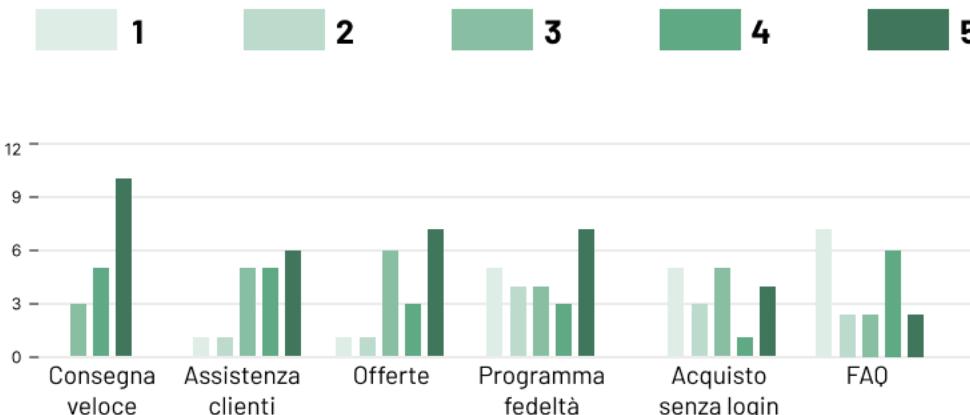
6

COS'È PIÙ IMPORTANTE PER TE IN UN ALIMENTO VEGANO? PUOI SELEZIONARE PIÙ RISPOSTE.



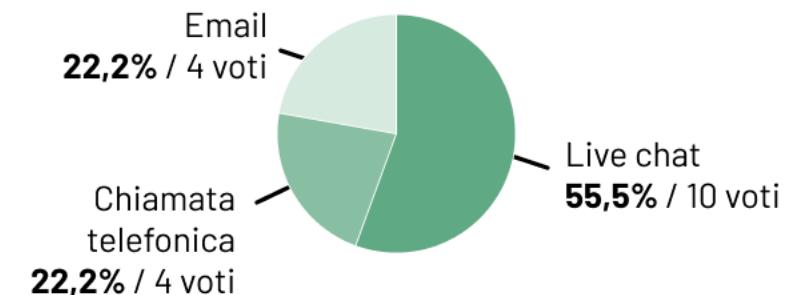
7

IN UNA SCALA DA 1 A 5, QUANTO SONO IMPORTANTI PER TE QUESTI SERVIZI?



8

CHE TIPO DI ASSISTENZA CLIENTI PREFERISCI?



HAI DEI SUGGERIMENTI PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA DI ACQUISTO SU SITI E-COMMERCE? (domanda aperta)

Le risposte date, simili tra loro, mostrano che gli utenti vorrebbero delle sezioni che propongano i prodotti che vengono acquistati più frequentemente e suggerimenti di altri prodotti che potrebbero interessare in base alle scelte precedenti.

RISULTATI

C'è una buona percentuale di clienti onnivori (77%) che acquistano prodotti vegani, potendo considerare quindi raggiunto l'obiettivo dell'azienda di avvicinare non solo persone vegane a questo mondo, ma anche chi consuma prodotti animali.

La somiglianza alla carne per questi utenti non è di fondamentale importanza (solo 2 persone su 18 erano interessate), ma lo è la qualità e il giusto apporto di nutrienti (rispettivamente 14 e 10 persone su 18).

L'esperienza di acquisto andrebbe migliorata garantendo un'assistenza clienti tramite Live Chat efficiente e un programma fedeltà che dia l'opportunità ai clienti di trarre dei benefici mano a mano che acquistano prodotti nel sito.

UPDATE OBIETTIVI

PERSONAS

Dopo aver stilato un sondaggio e dopo aver analizzato i risultati ricavati da esso, è stato possibile suddividere il target e creare di conseguenza dei Personas che rappresentino gli utenti in base all'età, alle necessità e alle aspettative.

JOURNEY MAP

Una volta realizzati i Personas, sono stati creati i Journey Map (o Customer Journey), ossia una descrizione di come gli utenti interagiscono con i servizi, in questo caso iVegan.it. Dunque, si vanno a cercare quei pain points che rendono l'esperienza utente *spiacevole*, in modo da poter poi trovare delle soluzioni per renderla *piacevole*.

NEW JOURNEY MAP

Individuati i pain points e le soluzioni ad essi, è stata creata una nuova Journey Map che mostra come l'esperienza utente migliori una volta che si è andati ad interagire e ad ascoltare il target.

NEW SITEMAP

Trovare la soluzione ai pain points ha portato ad una modifica dell'architettura dell'informazione del sito originale.



Angela Martini

Food Content Creator

“

Approcciarsi alla dieta vegana
non solo è un bene per
l'ambiente e per gli animali, ma
anche per noi stessi.

”

Età: 26-35

Status: Fidanzata

Location: Monza



BIOGRAFIA

Diventata vegana durante l'adolescenza, ha deciso all'età di 28 anni di aprire un account su Instagram per condividere le sue ricette vegane preferite, guadagnando un'audience grande abbastanza da poter far diventare il suo hobby di content creator un lavoro a tempo pieno, con lo scopo di diffondere consapevolezza a quante più persone possibili.

BEHAVIOUR

Pur se vivendo in città, preferisce comprare cibo vegano online, in special modo sul sito di iVegan, perché c'è più scelta rispetto che nei supermercati. Almeno una volta al mese però si reca nelle campagne più vicine per raccogliere frutta e ortaggi biologici prodotti da agricoltori della zona.

GOALS

Guadagnare punti mano a mano che si acquistano prodotti vegani online, così da poter ricevere sconti da utilizzare nei prossimi acquisti.

Trovare prodotti da consigliare alla sua community di Instagram e TikTok.

FRUSTRATIONS

I prodotti sono spesso costosi.

I nomi delle categorie nei siti e-commerce non sempre aiutano a trovare ciò di cui ha bisogno.



Stefano Pedrotti

Infermiere

“

Amo cucinare e anche se sono
onnivoro, non ho pregiudizi
verso la dieta vegana.

”

Età: 36-45

Status: Single

Location: Fermo



BIOGRAFIA

Stefano è un uomo con più routine diverse tra loro che rendono le giornate frenetiche e stancanti, in quanto la sua carriera da infermiere lo porta ad avere turni di lavoro mattutini, pomeridiani o notturni. Quando non lavora, è impegnato a svolgere commissioni e ad occuparsi della propria casa.

BEHAVIOUR

È onnivoro, ma spinto dalla curiosità e dai consigli dei suoi amici, almeno una volta al mese acquista prodotti vegani che trova nei supermercati. Stefano ama cucinare, quindi quel poco tempo che ha tra lavoro e vita privata, cerca di dedicarlo alla cucina e alla creazione di piatti nuovi.

GOALS

Scoprire più cibi vegani possibili per provare nuove ricette e cucinare per i suoi amici vegani.

Acquistare prodotti vegani online più spesso per velocizzare i tempi invece di recarsi al supermercato.

FRUSTRATIONS

Non avere abbastanza tempo da poter scegliere con cura i prodotti da comprare.

Spesso rinuncia ad una scelta accurata dei prodotti da acquistare per via della mancanza dei filtri, cosa che potrebbe portarlo ad abbandonare il sito.



Annalisa Benedetti

Pensionata

“

La curiosità mi porta sempre a provare cose nuove, anche culinarie!

”

Età: 63

Status: Sposata

Location: Pesaro

Annalisa non utilizza social.

BIOGRAFIA

Annalisa è una madre di 63 anni, con due figli maggiorenni. Pensionata e con molto tempo libero a sua disposizione, passa le giornate provando tutto ciò che la incuriosisce e che non aveva il tempo di provare negli anni di lavoro.

BEHAVIOUR

Essendo una persona estremamente curiosa, tra le tante cose da voler provare nella sua vita, ha deciso di voler provare una dieta vegana. Non ha mai effettuato acquisti online, ma dato il suo interesse verso le cose nuove, vorrebbe provare.

GOALS

Intraprendere una dieta vegana per capire come il suo corpo reagisce a questo cambiamento.

Provare a fare acquisti online.

FRUSTRATIONS

Se cercare prodotti o trovare le sezioni desiderate richiede troppo tempo o è poco chiaro, può perdere interesse.

Non poter avere una conversazione diretta con il venditore.



JOURNEY MAP

ANGELA

SCENARIO

Angela è una Food Content Creator e vuole proporre ai suoi followers la ricetta di un dolce preparato con alimenti acquistati nel sito di iVegan.

GOAL/EXPECTATIONS

- Aver modo di ottenere degli sconti negli acquisti. e di trovare i prodotti di cui ha bisogno per cucinare il dolce che vuole preparare.

STAGE	Discovery	Navigazione	Ricerca mirata	Checkout
ATTIVITÀ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apre lo shop di iVegan e scrolla nell'homepage. 2. Scrolla nella homepage per dare un'occhiata al sito. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Clicca nella categoria "Dolci". 2. Scrolla nella pagina prodotti e trova una crema alle nocciole. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cerca la categoria "Addensanti" nella sidebar di sinistra ma non la trova. 2. Fa ricerca mirata tramite Search Bar cercando "Addensanti" e trovando il prodotto di cui aveva bisogno. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aggiunge al carrello l'addensante che cercava e la crema di nocciole. 2. Procede con il checkout, guadagnando punti che può utilizzare in futuro nei prossimi acquisti.
EMOTIONS	"Vediamo cosa posso prendere per la mia torta."	"Questa crema alle nocciole deve essere buonissima."	"Menomale che l'ho trovato tramite la barra di ricerca."	"Non vedo l'ora di provare questi prodotti."
TOUCHPOINTS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sito shop.ivegan.it 2. Scroll homepage 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Categoria "dolci". 2. Scroll pagina prodotti. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sidebar sinistra in homepage 2. Search Bar in homepage 3. Risultati ricerca 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Carrello 2. Checkout
PAINPOINTS	-	-	La categoria "Addensanti" è in realtà una sottocategoria difficile da trovare.	-
OPPORTUNITIES	-	-	Rivedere e sistemare le categorie e le rispettive etichette utilizzate nel sito.	-



JOURNEY MAP

STEFANO

SCENARIO

Stefano è un infermiere con la passione per la cucina. Sta scoprendo da poco il mondo vegano e, per non perdere ulteriore tempo, vorrebbe iniziare a comprare alimenti vegani online.

GOAL/EXPECTATIONS

- Acquistare prodotti vegani online e preparare nuovi piatti per i suoi amici vegani.

STAGE	Feedback	Discovery	Ricerca mirata	Checkout
ATTIVITÀ	<ol style="list-style-type: none"> Chiede in un gruppo Facebook di vegani dove loro preferiscono comprare cibo vegano online. Scopre iVegan e va nel loro sito 	<ol style="list-style-type: none"> Ispeziona le categorie presenti nell'header e scopre che la sezione "Seitan & Co." ha prodotti simili alla carne. Selezione Burger 	<ol style="list-style-type: none"> Cerca il filtro per selezionare gli hamburger a base di tofu, ma i filtri non sono presenti. Cerca da solo gli hamburger al tofu e li aggiunge al carrello. 	<ol style="list-style-type: none"> Procede con il checkout Riceve dei rewards (punti) per aver effettuato un ordine.
EMOTIONS	"Spero di trovare cose nuove che non ho mai provato prima!"	"Potrei provare a fare degli hamburger molto simili a quelli di carne"	"Non avere i filtri a disposizione è molto scomodo."	"Non vedo l'ora che arrivi l'ordine!"
TOUCHPOINTS	<ol style="list-style-type: none"> Gruppo Facebook Sito shop.ivegan.it 	<ol style="list-style-type: none"> Categorie header Sezione "Seitan & Co." Categoria "Burger" 	<ol style="list-style-type: none"> Scroll nella pagina "Burger" Aggiunge al carrello 	<ol style="list-style-type: none"> Carrello Checkout
PAINPOINTS	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Mancanza dei filtri nei risultati di ricerca. 	-
OPPORTUNITIES	-	-	<ul style="list-style-type: none"> Aggiungere i filtri ai risultati di ricerca. 	-



JOURNEY MAP ANNALISA

SCENARIO

Annalisa è una donna di 63 anni in pensione che vuole provare la dieta vegana e vuole imparare ad acquistare prodotti online.

GOAL/EXPECTATIONS

- Trovare prodotti vegan per la sua nuova dieta e acquistarli online.

STAGE	Discovery	Navigazione e Purchase	Ricerca informazioni	Checkout
ATTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none">Cerca su Google siti dove poter acquistare prodotti vegani.Trova iVegan.	<ul style="list-style-type: none">Scroll nella homepageVisita principali categorie presenti nella nav bar, come "Seitan & Co." e "Offerte".Aggiunge al carrello vari prodotti.	<ul style="list-style-type: none">Cerca di scoprire come funziona la spedizione e se è possibile effettuare un reso.Cerca una sezione FAQ.Trova soltanto la sezione "Contattaci" e manda un'email per informarsi.	<ul style="list-style-type: none">Acquista comunque i prodotti procedendo dunque con il checkout.Attende una risposta all'email.
EMOTIONS	"Vediamo com'è questo sito iVegan."	"I prodotti sembravano tutti molto interessanti."	"Avrei preferito avere una conversazione diretta con il venditore per togliermi i dubbi che ho."	"Spero sia possibile effettuare un reso in caso di bisogno."
TOUCHPOINTS	1. Ricerca Google 2. Sito shop.ivegan.it	1. Homepage 2. Categoria "Seitan & Co." 3. Categoria "Offerte".	1. Footer 2. Sezione "Contattaci".	1. Carrello 2. Checkout
PAINPOINTS	-	-	<ul style="list-style-type: none">Mancanza di una sezione FAQMancanza di una Live Chat	<ul style="list-style-type: none">Attesa di una risposta non tempestiva
OPPORTUNITIES	-	-	Aggiungere una sezione FAQ e una Live Chat	27



NEW JOURNEY MAP ANGELA

SCENARIO

Angela è una Food Content Creator e vuole proporre ai suoi followers la ricetta di un dolce preparato con alimenti acquistati nel sito di iVegan.

GOAL/EXPECTATIONS

- Aver modo di ottenere degli sconti negli acquisti. e di trovare i prodotti di cui ha bisogno per preparare il dolce che vuole preparare.

STAGE	Discovery	Navigazione	Ricerca mirata	Checkout
ATTIVITÀ	1. Apre lo shop di iVegan e scrolla nell'homepage. 2. Scrolla nella homepage per dare un'occhiata al sito.	1. Clicca nella categoria "Dolci". 2. Scrolla nella pagina prodotti e trova una crema alle nocciole.	1. Cerca un addensante tramite la categoria "Uova e Addensanti" nella sidebar di sinistra.. 2. Aggiunge addensante al carrello.	1. Aggiunge al carrello l'addensante che cercava e la crema di nocciole. 2. Procede con il checkout, guadagnando punti che può utilizzare in futuro nei prossimi acquisti.
EMOTIONS	"Vediamo cosa posso prendere per la mia torta."	"Questa crema alle nocciole deve essere buonissima."	"Questo addensante era ottimo!"	"Non vedo l'ora che arrivi l'ordine!"
TOUCHPOINTS	1. Sito shop.ivegan.it 2. Scroll homepage 3. Nuova sezione	1. Categoria "dolci". 2. Scroll pagina prodotti.	1. Sidebar sinistra in homepage 2. Categoria "Uova e Addensanti" 3. Carrello	1. Carrello 2. Checkout
PAINPOINTS RISOLTI	-	-	La categoria "Uova e Addensanti" è stata trasformata da sottocategoria a categoria.	-



NEW JOURNEY MAP

STEFANO

SCENARIO

Stefano è un infermiere con la passione per la cucina. Sta scoprendo da poco il mondo vegano e, per non perdere ulteriore tempo, vorrebbe iniziare a comprare alimenti vegani online.

GOAL/EXPECTATIONS

- Acquistare prodotti vegani online e preparare nuovi piatti per i suoi amici vegani.

STAGE	Feedback	Discovery	Ricerca mirata	Checkout
ATTIVITÀ	<ol style="list-style-type: none">Chiede in un gruppo Facebook di vegani dove loro preferiscono comprare cibo vegano online.Scopre iVegan e va nel loro sito	<ol style="list-style-type: none">Ispeziona le categorie presenti nell'header e scopre che la sezione "Seitan & Co." ha prodotti simili alla carne.Selezione Burger	<ol style="list-style-type: none">Cerca il filtro per selezionare gli hamburger a base di tofu.Aggiunge al carrello il prodotto desiderato.	<ol style="list-style-type: none">Procede con il checkoutRiceve dei rewards (punti) per aver effettuato un ordine.
EMOTIONS	"Spero di trovare cose nuove che non ho mai provato prima!"	"Potrei provare a fare degli hamburger molto simili a quelli di carne"	"I filtri mi hanno fatto risparmiare tempo."	"Non vedo l'ora che arrivi l'ordine!"
TOUCHPOINTS	<ol style="list-style-type: none">Gruppo FacebookSito shop.ivegan.it	<ol style="list-style-type: none">Categorie headerSezione "Seitan & Co."Categoria "Burger"	<ol style="list-style-type: none">Selezione filtroAggiunge al carrello.	<ol style="list-style-type: none">CarrelloCheckout
PAINPOINTS RISOLTI	-	-	<ul style="list-style-type: none">I filtri sono stati aggiunti ai risultati di ricerca per facilitare la navigazione e la scelta dei prodotti.	-



NEW JOURNEY MAP ANNALISA

SCENARIO

Annalisa è una donna di 63 anni in pensione che vuole provare la dieta vegana e vuole imparare ad acquistare prodotti online.

GOAL/EXPECTATIONS

- Trovare prodotti vegan per la sua nuova dieta e acquistarli online.

STAGE	Discovery	Navigazione e Purchase	Ricerca informazioni	Checkout
ATTIVITÀ	<ul style="list-style-type: none">Cerca su Google siti dove poter acquistare prodotti vegani.Trova iVegan.	<ul style="list-style-type: none">Scroll nella homepageVisita principali categorie presenti nella nav bar, come "Seitan & Co." e "Offerte".Aggiunge al carrello vari prodotti.	<ul style="list-style-type: none">Cerca di scoprire come funziona la spedizione e se è possibile effettuare un reso.Cerca una sezione FAQ.Scopre di poter fare un reso in caso di bisogno.	<ul style="list-style-type: none">Acquista i prodotti procedendo dunque con il checkout.
EMOTIONS	"Vediamo com'è questo sito iVegan."	"I prodotti sembravano tutti molto interessanti."	"Molto comodo poter effettuare un reso!"	"Non vedo l'ora che arrivino i prodotti!"
TOUCHPOINTS	1. Ricerca Google 2. Sito shop.ivegan.it	1. Homepage 2. Categoria "Seitan & Co." 3. Categoria "Offerte".	1. Footer 2. Sezione "FAQ".	1. Carrello 2. Checkout
PAINPOINTS RISOLTI			<ul style="list-style-type: none">Aggiunta di una sezione FAQ	

OPPORTUNITÀ EMERSE

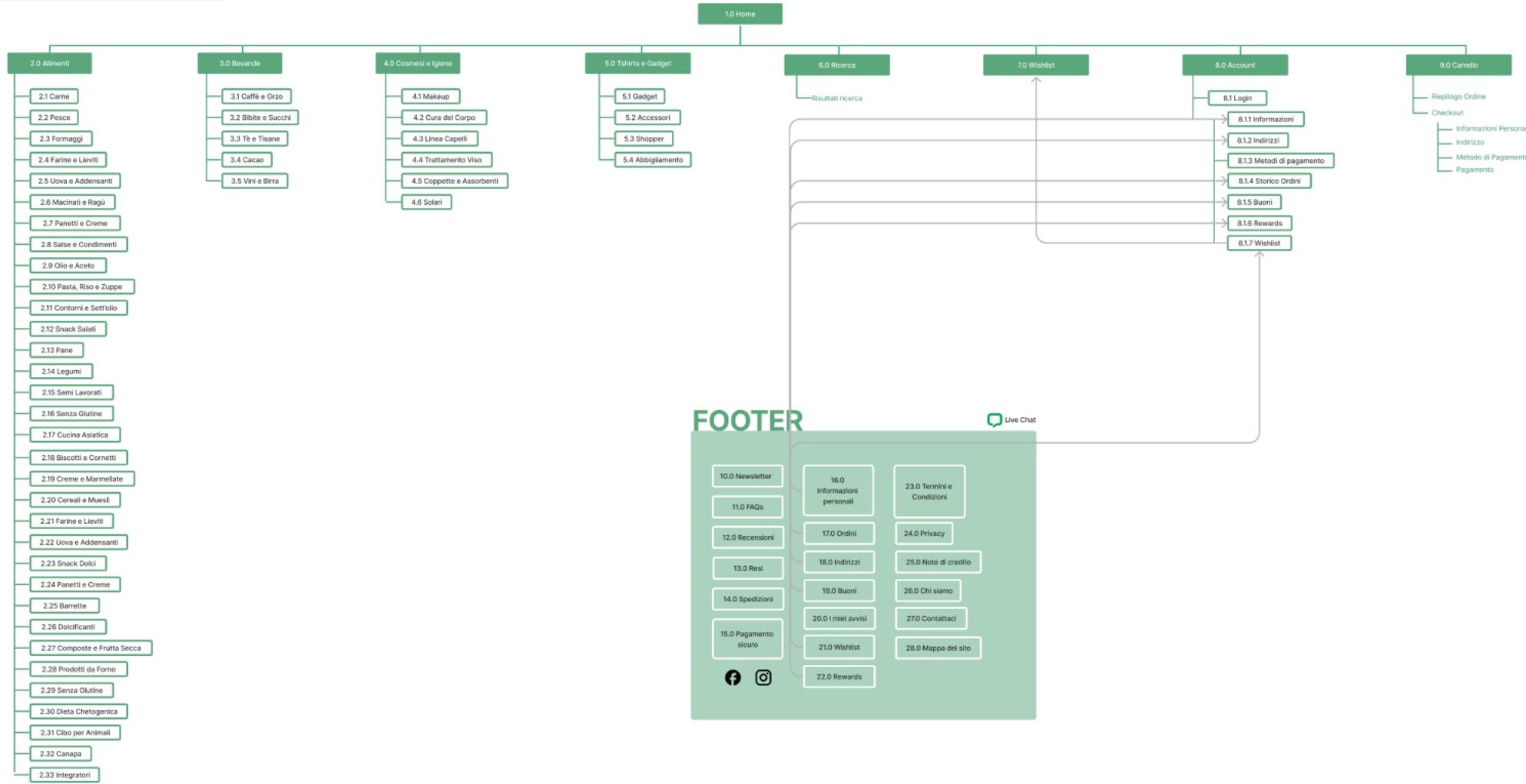
Dalle Journey Map dei tre Personas è emerso che:

1. Le etichette usate per le categorie e la loro posizione non aiutano l'utente a trovare ciò di cui hanno bisogno. Ad esempio: la sottocategoria "Uova e Addensanti" è difficile da trovare in quanto si trova sotto la categoria "Farine e Lieviti".
→ Sono state sistemate le categorie e le rispettive etichette. In questo esempio la sottocategoria "Uova e Addensanti" è stata trasformata in una categoria.
2. La mancanza dei filtri nei risultati di ricerca rende la scelta di un prodotto inutilmente lunga.
→ Sono stati aggiunti i filtri per facilitare la ricerca.
3. La mancanza di una sezione FAQ e una Live Chat può lasciare con dei dubbi gli utenti che vanno ad acquistare prodotti nel sito. Questo porta gli user:
 - ad abbandonare l'acquisto
 - ad effettuare l'acquisto ma dubitando dell'efficienza del servizio
→ Sono state aggiunte la sezione FAQ e la Live Chat.

NEW INFORMATION ARCHITECTURE



[Visualizza sitemap nuova](#)



LE PAGINE

aggiunte o modificate

Le categorie:

- 2.0 Salato**
- 3.0 Dolce**
- 4.0 Bevande**
- 5.0 Integratori**
- 6.0 Dieta Chetogenica**
- 7.0 Cibo per Animali**
- 8.0 Canapa**
- 9.0 Cosmesi e Igiene**
- 10.0 Tshirts e Gadget**

sono state modificate per portarle alla nav bar e dare all'utente accesso ai prodotti in base al bisogno tramite un menù a comparsa che mostra le varie sottocategorie (ex. categorie presenti nella sidebar di sinistra).

Le categorie:

- 12.0 Novità**
- 13.0 Più vendute**
- 14.0 Marche**
- 15.0 Acquista di nuovo**

sono state spostate dalla content area dell'homepage alla nav bar, con l'aggiunta della nuova categoria "Acquista di nuovo" (15.0), per trovare quei prodotti che l'utente aveva già acquistato.

FOOTER

La categoria:

- 22.0 Rewards**

è stata aggiunta per introdurre gli utenti al programma di raccolta punti e per controllare quanti ne hanno.

- 26.0 FAQs**

è stata aggiunta per dar modo agli utenti di trovare risposta ai dubbi che hanno.



le icone dei social Facebook e Instagram sono state aggiunte per dare maggiore evidenza alle pagine social di iVegan.

SERVICE BLUEPRINT

	DISCOVERY	NAVIGAZIONE	CARRELLO	CHECKOUT
EVIDENCE	Scoperta del sito tramite post sponsorizzato di Instagram.	Navigazione del sito iVegan.it	Carrello, indirizzo di spedizione, metodo di pagamento.	Email conferma ordine e consegna.
AZIONI	Lo user visita il sito web di iVegan dopo averlo scoperto tramite un post di Instagram.	Lo user naviga per il sito di iVegan aggiungendo al carrello i prodotti di cui è interessato. Chiede in Live Chat i tempi di spedizione.	L'utente aggiunge al carrello i prodotti, sceglie dell'indirizzo e il metodo di pagamento.	L'utente riceve l'email di conferma dell'ordine e riceve poi a casa i prodotti acquistati.
<hr/>				
FRONT OF STAGE CONTACT	Descrizioni e post nei social raccontando chi è l'azienda e quali sono i loro obiettivi.	Descrizione dei prodotti nelle pagine. Conferma risposta in Live Chat riguardo i tempi di spedizione che vanno dalle 24 alle 48 ore.	Prodotti aggiunti nel carrello, prezzo, quantità, form indirizzo spedizione, form metodo pagamento, sconti, riepilogo ordine, conferma dell'ordine.	Mail di conferma con dettagli dell'ordine, della spedizione e della consegna.
<hr/>				
BACK OF STAGE CONTACT	Gestione dei social e del sito web iVegan.it	Gestione dei prodotti e delle informazioni presenti nel sito. Risposta al messaggio del cliente in Live Chat.	Gestione dei dati inseriti dall'utente.	Gestione della preparazione dell'ordine, della spedizione e della consegna tramite corriere scelto.
SUPPORT PROCESSES	Creazione dei post e degli adv per pubblicizzare l'azienda.	Gestione del sito iVegan.it (caricamento pagine) e gestione della Live Chat.	Caricamento delle pagine, dei dati e del pagamento.	Sistema email di conferma, tracciamento spedizione e ordine.

WIREFRAMING

desktop

INDICE

[P.2 – Opportunità emerse in fase di ricerca](#)

[P.3 – Wireframes](#)

[P.3 – Informazioni e specifiche](#)

[P.4 – Homepage e Nav Bar](#)

[P.5 Homepage – Schede prodotto](#)

[P.6 – Homepage](#)

[P.8 – FAQ e Live Chat](#)

[P. 9 – Categoria prodotti](#)

[P.10 – Pagina prodotto](#)

[P. 11 – Carrello](#)

[P. 12 – Checkout](#)

[P.14 – Wireflow](#)

[P.18 – Sitemap originale](#)

[P.19 – Sitemap nuova](#)



OPPORTUNITÀ EMERSE

in fase Discovery

OPPORTUNITÀ EMERSE

Dalle Journey Map della fase **Discovery** sono emerse varie opportunità per **migliorare** l'esperienza utente.

Queste opportunità sono:

- aggiungere una sezione **FAQ** in modo da aiutare gli utenti a trovare risposte ai propri dubbi
- aggiungere una **Live Chat** per gli utenti che hanno bisogno di assistenza
- modificare l'ordine degli elementi presenti in varie pagine, come l'homepage, per rendere più chiare le informazioni presenti nella schermata
- aggiungere i **filtri** alla ricerca così da poter individuare più velocemente i prodotti di cui l'utente è interessato
- rivedere la **sitemap**, in particolare migliorare la suddivisione delle categorie nel sito

A questo scopo sono stati creati dei wireframes che riportano tutte le modifiche di cui c'era bisogno, così da aver reso il sito più **usabile**.

WIREFRAMES IVEGAN

Informazioni e specifiche

Sono stati creati dei wireframe in versione Desktop per le seguenti pagine:

- **homepage**
- **FAQ**
- **categoria prodotto**
- **pagina prodotto**
- **carrello**
- **checkout**

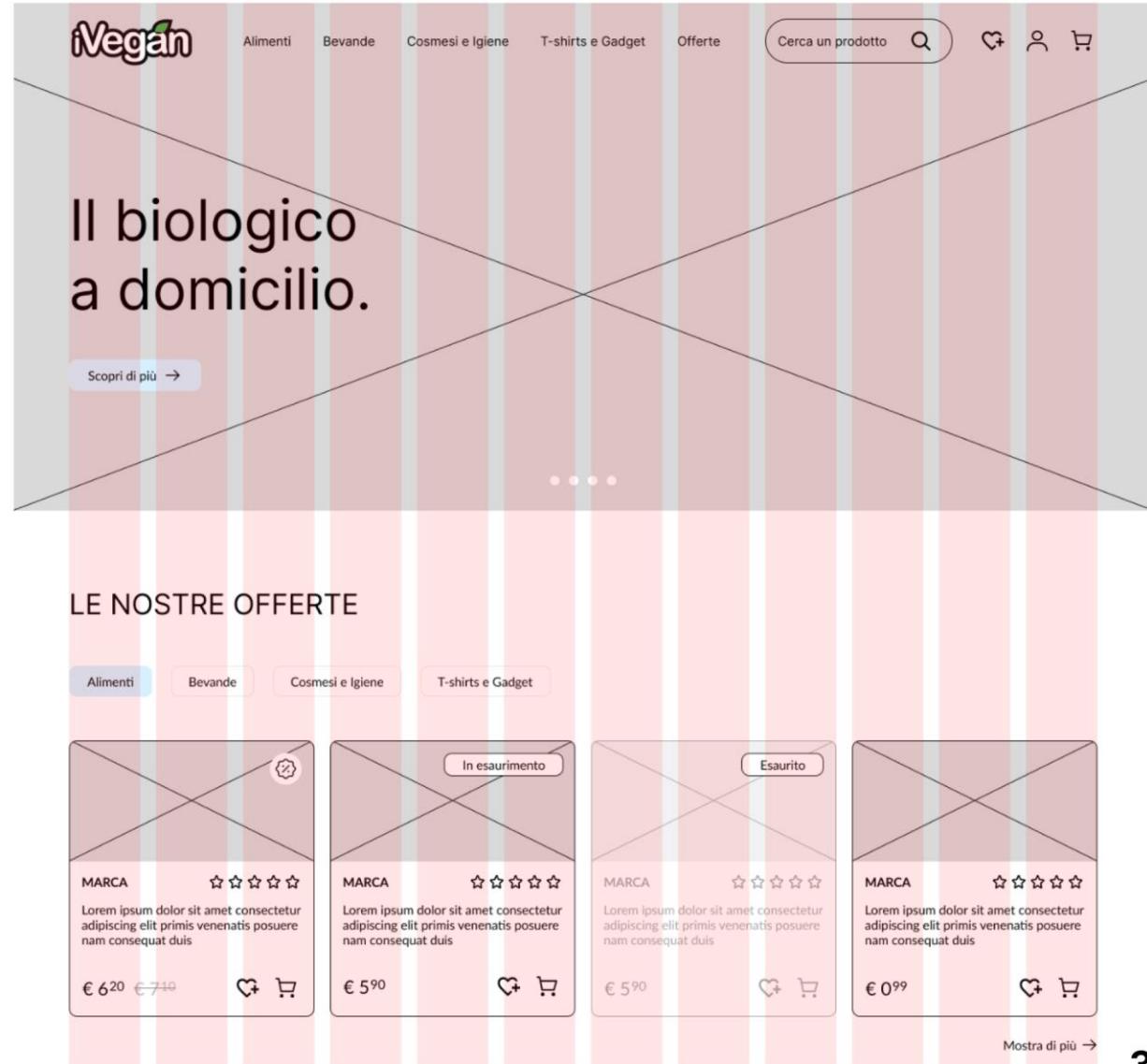
I **frame** sono di dimensioni 1440 x 1024px e sono state utilizzate griglie composte da 12 **colonne** (type: stretch), con **margini** di 70px in entrambi i lati e **gutter** di 20px.

I **titoli** hanno dimensione di 72pt, i **sottotitoli** di 36pt o 28pt e i **paragrafi** di 16pt.

I **button**, hanno lunghezze diverse a seconda del contesto, ma hanno tutti altezza di 40px.

Le **icone**, infine, hanno tutte grandezza di 24 x 24px, con touch target di 48 x 48px.

 Visualizza wireframe



WIREFRAMES IVEGAN

Homepage - Nav Bar

La **Nav Bar** è stata cambiata per migliorare l'architettura dell'informazione.

Nella versione precedente venivano mostrate categorie casuali e che cambiavano a seconda del periodo dell'anno.

Tutte le altre categorie presenti nel sito erano poi visibili grazie ad un side menu che però non aiutava l'utente ad individuare immediatamente ciò di cui aveva bisogno.

Nella nuova versione, le categorie sono state diminuite e all'interno di ognuna sono presenti tutte le categorie che erano presenti nel vecchio side menu.

In questo modo, anche grazie al microcopy, sarà più **semplice** per l'utente trovare le categorie di interesse.

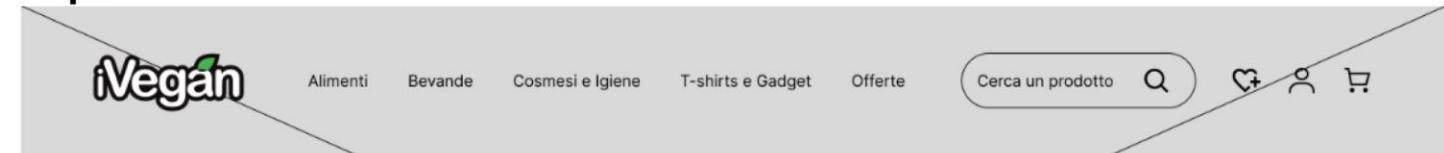
La Nav Bar rimane fissata in alto anche quando si scrolla in modo che l'utente possa accedere alle categorie o ad altre sezioni **facilmente** senza dover necessariamente tornare nella parte superiore dell'homepage.

 Visualizza wireframe

Prima



Dopo



WIREFRAMES IVEGAN

Homepage - Schede prodotto

 Visualizza wireframe

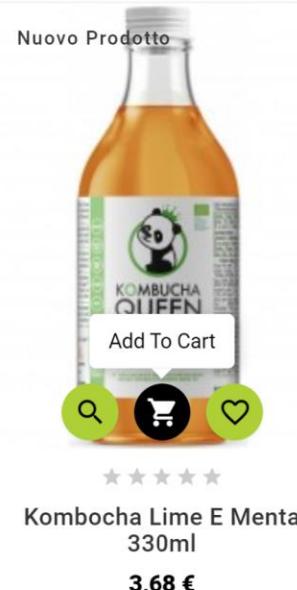
Le **schede prodotto** sono state modificate in modo da poter dare velocemente quante più informazioni possibili e utili all'utente.

Nella versione precedente era presente una brevissima descrizione dalla quale però, seppur fosse presente la foto del prodotto, non era possibile sapere quale fosse la marca. I button inoltre erano accessibili solo facendo hover con il cursore nella scheda.

Ora è possibile visualizzare fin da subito la **marca** del prodotto e l'anteprima della **descrizione**, il **prezzo** (e lo sconto se disponibile con l'**etichetta** in alto a destra che lo segnala), le **recensioni** e i **button** per aggiungere il prodotto o alla lista dei desideri, o al carrello.

Nella versione ridotta della scheda, sono presenti gli stessi elementi ad eccezione dell'eventuale etichetta.

Prima



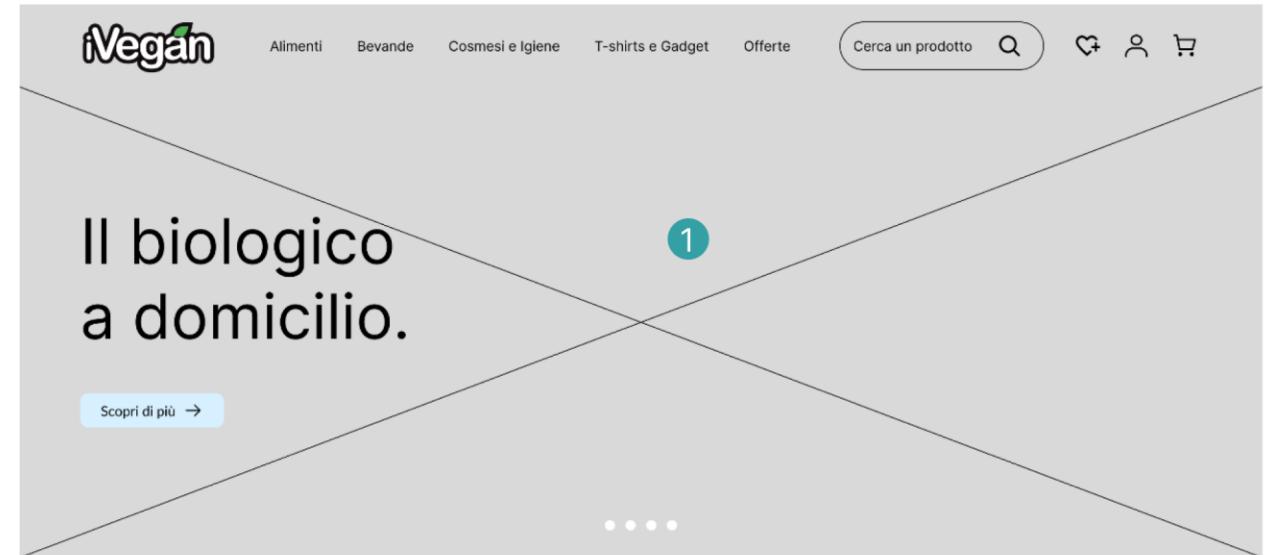
Dopo



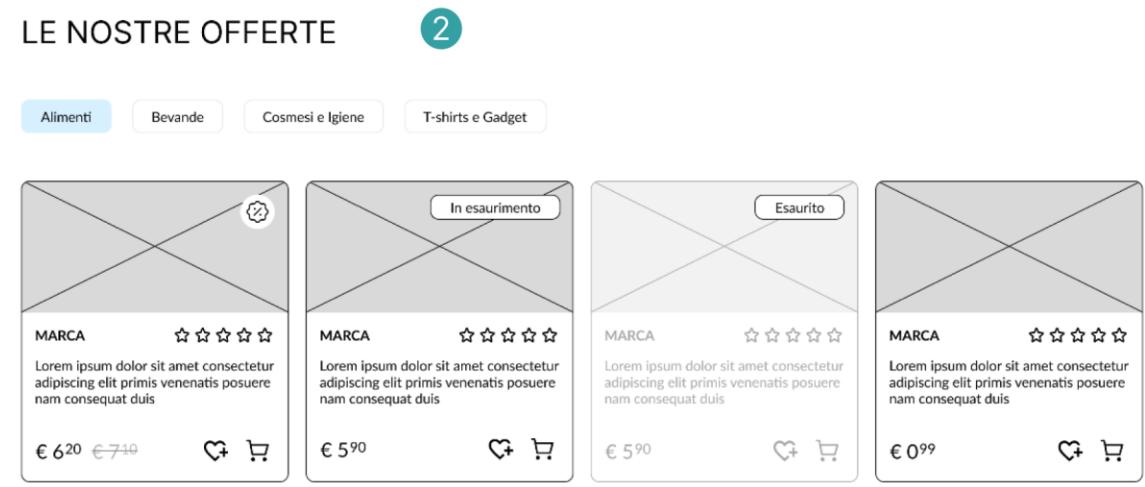
WIREFRAMES IVEGAN

Homepage

- 1 È stato modificato il **carosello** già presente nel sito e reso più grande. All'inizio del carosello è presente una “**hero image**” con button che porta alla sezione “Chi Siamo”, in modo da introdurre l'utente all'azienda per poi interessarlo alle novità e offerte presenti nel sito, grazie alle schede che si “sfogliano” automaticamente.



- 2 La sezione “**Le nostre offerte**” è stata aggiunta all’homepage in quanto era presente solo nella navbar della versione precedente del sito. Sono stati aggiunti dei **segmented button** che possono essere utilizzati per visualizzare le offerte nelle categorie presenti nel sito.



Mostra di più →

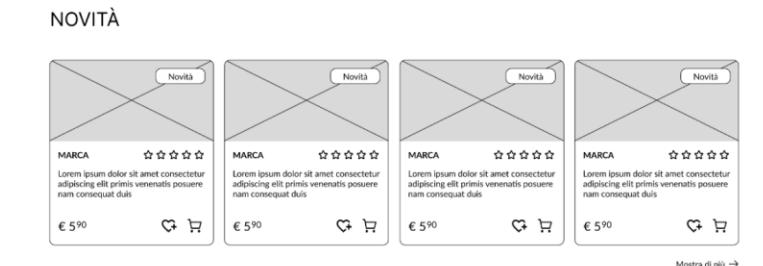
WIREFRAMES IVEGAN

Homepage

3 "Perché scegliere iVegan" è stato aggiunto in modo da poter dare all'utente un'**idea** veloce di che tipo di azienda ha davanti, dando brevi ma importanti **informazioni** sui pagamenti, l'assistenza clienti e le spedizioni.

Sono inoltre state aggiunte le recensioni che erano già visibili nella versione originale del sito.

4 Nel footer sono state aggiunte le pagine "**FAQ**", "**Resi**" e "**Rewards**".



CATEGORIE TOP



SCOPRI LE MARCHE



IVEGAN S.R.L

- FAQ
- Spedizioni
- Resi
- Privacy
- Termini e condizioni d'uso
- Chi siamo
- Pagamento sicuro
- Recensioni
- Mappa del sito

IL TUO ACCOUNT

- Informazioni personali
- Ordini
- Note di credito
- Indirizzi
- Buoni
- Lista dei desideri
- I miei avvisi
- Rewards

CONTATTACI

- ivegan@ivegan.it
- 0686706868
- iVegan R.r.l Via Angelo Emo 125 00136 Roma Italia

NEWSLETTER

Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.

WIREFRAMES IVEGAN

FAQ e Live Chat

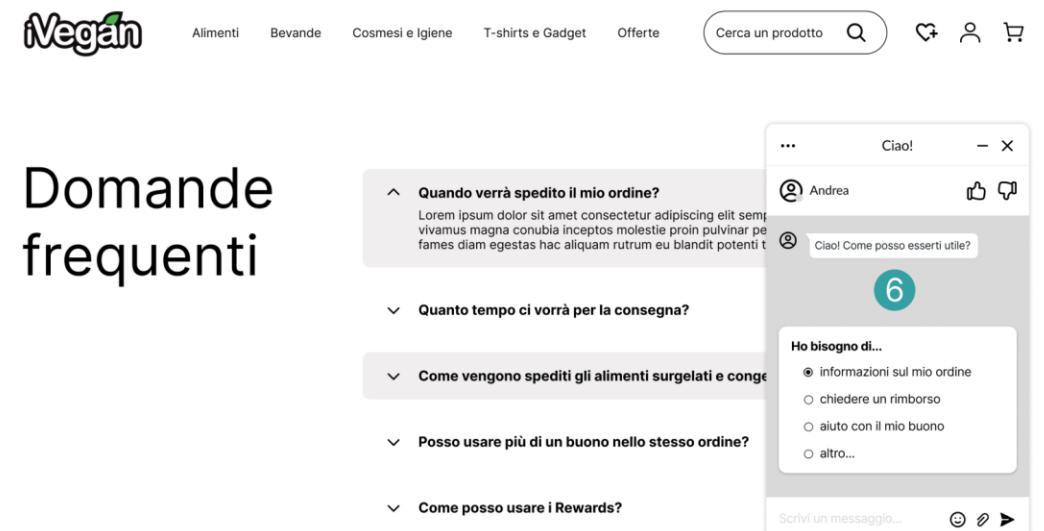
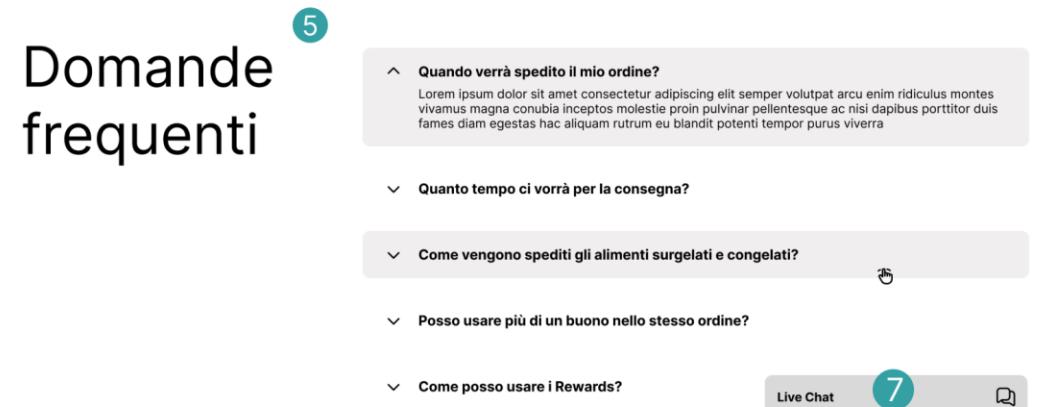
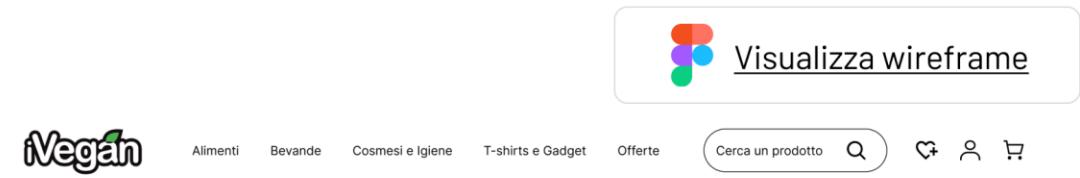
- 5 È stata aggiunta la pagina **FAQ/Domande Frequenti** al sito di iVegan, così da poter portare l'utente in una sezione specifica del sito qualora ci siano dei dubbi su vari temi.

Nel caso in cui l'utente non trovi ciò di cui ha bisogno, è stato aggiunto alla fine della sezione domande il button per contattare l'azienda tramite:

- **Email**
- **Telefonata**
- **Live chat**

- 6 La **live chat** è stata aggiunta per dare modo agli utenti di poter comunicare con l'azienda in caso di bisogno. Si trova nella parte in basso a destra del sito, è accessibile da ogni pagina e rimane fissata in quel punto anche quando si scrolla.

- 7 Finestra della live chat chiusa.



WIREFRAMES IVEGAN

Categoria prodotti

- 8 La **sidebar** di sinistra è stata modificata e, invece di contenere tutte le categorie presenti nel sito dato che sono già accessibili dalla navbar in alto, contengono solo le categorie della sezione in cui ci si trova, in questo caso "Pasta, riso e zuppe".

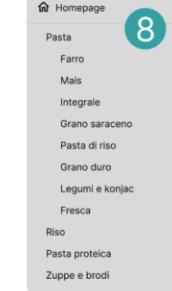


Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte Cerca un prodotto



Home / Pasta, riso e zuppe

Categorie



eshoppingadvisor® 4.6/5
Niccolò Eccellente
2 lug 2023
Uno dei migliori servizi di acquisto online per prodotti vegan, consigliatissimo! Vasta scelta e ...
[Leggi tutto](#)



- 9 La mancanza di **filtri** nel sito originale di iVegan, rendeva più lenta e difficile la ricerca dei prodotti. In questo modo gli utenti, potranno cercare i prodotti in base:

- Alla dieta
- Al tipo di conservazione del prodotto
- Al prezzo

Pasta, riso e zuppe (49 prodotti)

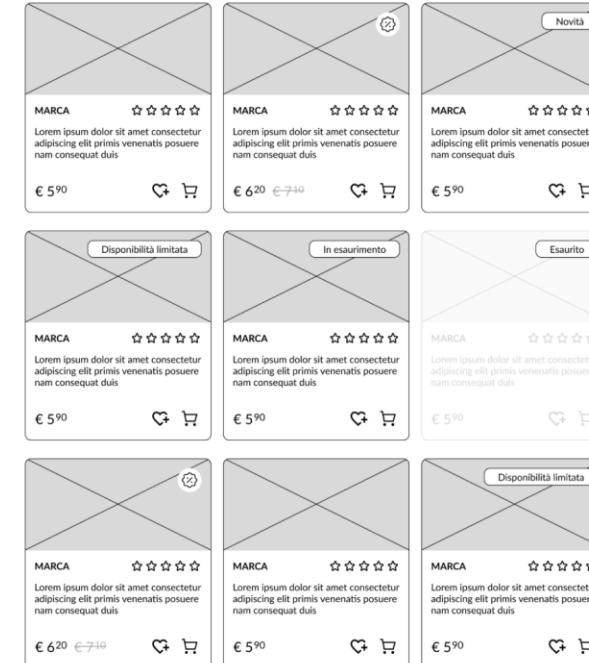
Filtra

9



Ordina per: Rilevanza

No zuccheri Frigorifero € 7 - € 23



Pasta, riso e zuppe (49 prodotti)

Filtra



Ordina per: Rilevanza

No zuccheri Frigorifero € 7 - € 23



WIREFRAMES I VEGAN

Pagina prodotto

Nella versione precedente della **pagina prodotto** erano presenti molte informazioni e tutte molto utili per l'utente; tuttavia il layout risultava confusionario.

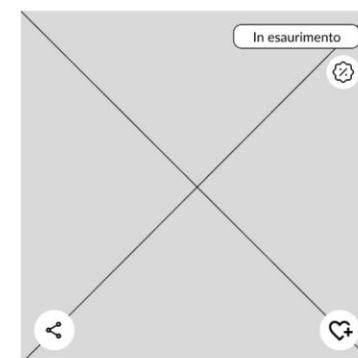
Per questo motivo le informazioni che riguardano il prodotto sono state divise in due sezioni:

- quella **"introduttiva"**, dove si parla del prodotto e vengono mostrati marca, recensioni, descrizione del prodotto, data di scadenza e disponibilità
 - quella **"economica"**, dove vengono mostrati prezzo, informazioni sulla consegna, quantità, button per aggiungere al carrello e punti rewards.

Come per le schede prodotto viste precedentemente, vengono visualizzati sopra all'immagine le **etichette** per informare l'utente la disponibilità in magazzino e l'eventuale sconto e sono stati aggiunti i **button** per la condivisione e quello per aggiungere alla lista dei desideri.



Dopo



WIREFRAMES IVEGAN

Carrello

Nel pagina **Carrello** è stato aggiunto il button "La tua lista dei desideri", in modo che l'utente possa accedere direttamente ai suoi prodotti salvati e aggiungerli al carrello senza cambiare pagina.

Le schede prodotto sono in versione "ridotta" e sono leggermente diverse da quelle viste precedentemente in homepage:

- è stato aggiunto il **dropdown** per poter cambiare la quantità del prodotto
- è rimasto il button per aggiungere il prodotto alla lista dei desideri, nel caso in cui l'utente scelga di non acquistare immediatamente il prodotto, ma di salvarlo comunque per il futuro
- è stato aggiunto il **button** cestino per eliminare il prodotto dal carrello

The wireframe shows a shopping cart page for 'iVegan'. At the top, there's a navigation bar with categories: Alimenti, Bevande, Cosmesi e Igiene, T-shirts e Gadget, and Offerte. A search bar says 'Cerca un prodotto' with a magnifying glass icon. To the right are icons for user profile, cart, and login. The main content area has a header 'Carrello' and a breadcrumb 'Home / Carrello'. Below this is a section titled 'La tua lista dei desideri' containing three items, each with a crossed-out box icon, the brand name 'MARCA', a truncated product description, the price '€ 5,90', a dropdown for quantity set to '1', and buttons for adding to cart and deleting. To the right is a summary box titled 'RIEPILOGO' showing '4 articoli' and 'Spedizione', with a total of '€ 10,50' and '€ 11,96' respectively. It includes a 'Codice promozionale' input field and a 'TOTALE' of '€ 22,46'. A note at the bottom states: 'È richiesto un acquisto minimo complessivo di 30,00 € (Iva inclusa) per convalidare il tuo ordine. Il totale attuale è 2,15 € (Iva inclusa).'. At the bottom left is a 'Continua con lo shopping' button, and at the bottom right is a blue 'Procedi con il checkout' button with a right-pointing arrow.

WIREFRAMES IVEGAN

Checkout

Nella versione originale del sito, la pagina di **Checkout** non permetteva all'utente di visualizzare il form per intero. Le sezioni successive del form, come "Indirizzi", "Metodo di spedizione" e "Pagamento" venivano aperte una volta finito di riempire il form precedente e cliccando sul button "Continua".

Nella nuova versione è possibile visualizzare invece il form per intero, cosicché l'utente possa avere fin da subito le idee chiare su che tipo di informazioni gli verranno chieste.



[Visualizza wireframe](#)

Prima

2 Indirizzi
3 Metodo Di Spedizione
4 Pagamento

CONTINUA

Dopo



Checkout

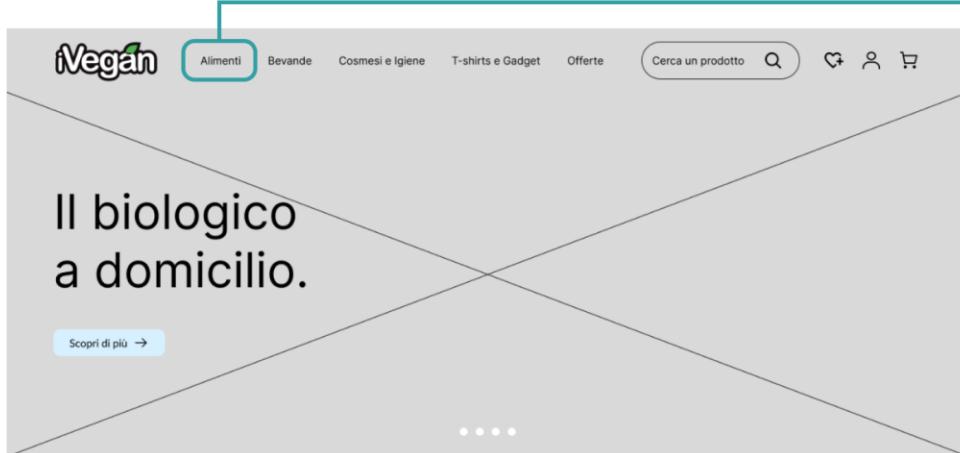
[Home](#) / [Carrello](#) / [Checkout](#)

[Accedi](#) / [Crea un account](#)

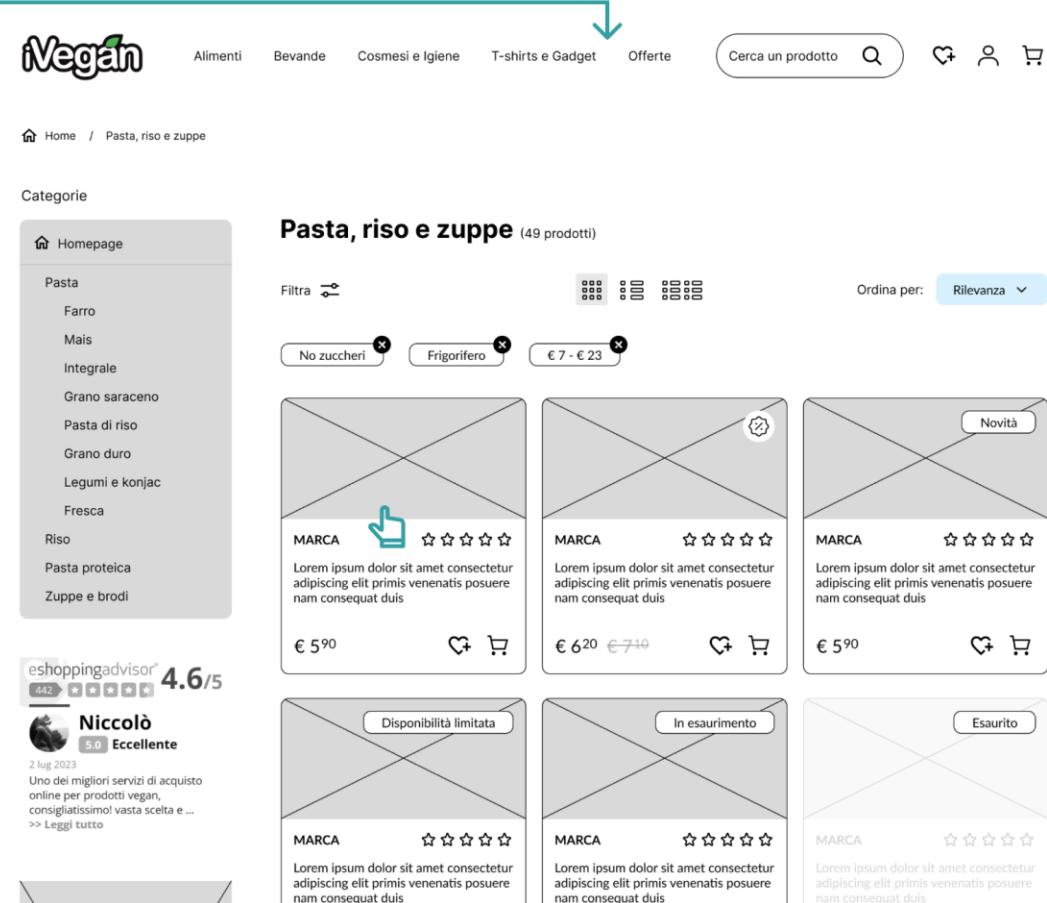
WIREFLOW

WIREFLOW

- 1 Dopo aver dato uno sguardo all'homepage del sito, l'utente decide di cercare un tipo di pasta da comprare. Clicca quindi su "Alimenti" e poi "Pasta, riso e zuppe".



- 2 Dalla pagina "Pasta, riso e zuppe", filtra i vari prodotti in base alle necessità e apre la pagina di un prodotto che ha catturato la sua attenzione.



WIREFLOW

- 3 Da un'occhiata alle varie informazioni e decide di aggiungere il prodotto al carrello. Ripete il processo per altri prodotti.

iVegan

Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte

Cerca un prodotto

Home / Pasta, riso e zuppe / Cappelletti ripieni di verdure Bio - 250g

VANTASTIC FOOD

Cappelletti ripieni di verdure Bio - 250g

★ ★ ★ ★ recensioni (127)

In esaurimento

Soffice e ricca di gustoso ripieno, questa deliziosa pasta fresca artigianale non ha nulla da invidiare a quella preparata con le uova. Leggera e sempre golosa da arricchire con sughi corposi o semplici. Provali con i nostri [Sugheretti Pronti](#), è subito festa!

Data di scadenza: 05-06-2024

Disponibili: 4 prodotti

Descrizione **Dettagli del prodotto** **Recensioni**

PASTA BIOLOGICA VEGANA CON RIPIENO DI VERDURE

I cappelletti vegani sono veloci da preparare e possono essere gustati in diversi modi. Ad esempio gustateli in un classico brodo, abbinateli ad un pesto o ad un delizioso sugo vegano a vostra scelta. Aggiungi un'alternativa vegana e volà: hai il piatto di pasta vegano perfetto. Qualunque variante tu sceglia: con i Vantastic Cappelletti puoi creare in modo semplice e veloce i più gustosi piatti vegani

CONTENUTO:
250 g

INGREDIENTI:
Impasto: Semola di grano duro integrale*, acqua.
Ripieno (26%): verdure* (in proporzioni variabili in peso: cipolle*, carote*, porri*, spinaci*) (65%), pangrattato* (farina di frumento *, lievito*), fiocchi di

- 4 Finito di scegliere i prodotti, accede al carrello, ma l'utente ha bisogno di alcune informazioni e decide di visitare la sezione FAQ.

iVegan

Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte

Cerca un prodotto

Home / Carrello

Carrello

La tua lista dei desideri

RIEPILOGO

4 articoli	€ 10,50
Spedizione	€ 11,96
Codice promozionale	
TOTALE	€ 22,46

È richiesto un acquisto minimo complessivo di 30,00 € (iva inclusa) per convalidare il tuo ordine. Il totale attuale è 2,15 € (iva inclusa).

Procedi con il checkout →

FAQ

iVEGAN S.R.L

FAQ Spedizioni

IL TUO ACCOUNT

Informazioni personali
Ordini

CONTATTACI

ivegan@vegan.it
0686706868

NEWSLETTER

Email

WIREFLOW

5 Nella sezione FAQ, non trova le risposte di cui ha bisogno e decide di contattare l'assistenza attraverso la live chat.

The wireframe shows the user navigating from the 'Domande frequenti' (FAQ) section to the live chat interface. On the left, the 'Domande frequenti' section lists various questions with expandable answers. A large green arrow points from this section to the right, where a live chat window is displayed. The live chat window shows a conversation between a user named Andrea and a bot. The user asks for assistance, and the bot responds with a list of options: 'Ho bisogno di...' followed by five radio button choices: 'informazioni sul mio ordine', 'chiedere un rimborso', 'aiuto con il mio buono', and 'altro...'. Below the list is a text input field labeled 'Scrivi un messaggio...' and a message send button.

iVegan

Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte

Cerca un prodotto

Domande frequenti

Quando verrà spedito il mio ordine? (Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit semper vivamus magna conubia inceptos molestie proin pulvinar per fames diam egestas hac aliquam rutrum eu blandit potenti t)

Quanto tempo ci vorrà per la consegna?

Come vengono spediti gli alimenti surgelati e conge...

Posso usare più di un buono nello stesso ordine?

Come posso usare i Rewards?

...

Ciao!

Andrea

Ciao! Come posso esserti utile?

Ho bisogno di...

informazioni sul mio ordine
chiedere un rimborso
aiuto con il mio buono
altro...

Scrivi un messaggio...

Email

iVEGAN S.R.L

IL TUO ACCOUNT

CONTATTACI

NEWSLETTER

FAQ

Informazioni personali

ivegan@ivegan.it

Spedizioni

Ordini

0686706868

6 Dopo aver usufruito della live chat e dopo aver chiarito i suoi dubbi, decide di proseguire con il suo ordine, compilando i campi necessari e procedendo con il pagamento.

The wireframe shows the user progressing through the checkout process. A large green arrow points from the live chat interface to the 'Checkout' page. The 'Checkout' page includes a header with navigation links and a search bar. Below the header, there are sections for 'Accedi / Crea un account', 'INDIRIZZO DI FATTURAZIONE' (Billing Address), and 'RIEPILOGO' (Summary). The 'INDIRIZZO DI FATTURAZIONE' section contains fields for Nome, Cognome, Indirizzo, Città, CAP, Provincia, Nazione, and Telefono. The 'RIEPILOGO' section displays a summary of the order: 4 articoli (€ 10,50), Spedizione (€ 11,96), and Totale (€ 22,46). A note at the bottom states: 'È richiesto un acquisto minimo complessivo di 30,00 € (iva inclusa) per convalidare il tuo ordine. Il totale attuale è 2,15 € (iva inclusa)'. At the bottom right is a large blue 'Acquista ora' button.

iVegan

Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte

Cerca un prodotto

Checkout

Home / Carrello / Checkout

Accedi / Crea un account

1. INDIRIZZO DI FATTURAZIONE

Nome * Ginev Cognome *

Indirizzo *

Città *

CAP * Provincia *

Nazione *

Telefono *

* obbligatorio

Messaggio per la riservatezza dei dati dei clienti dati personali che ci fornisci sono utilizzati per rispondere alle tue domande, elaborare gli ordini o consentire l'accesso a informazioni specifiche. Hai il diritto di modificare e cancellare tutte le informazioni personali che si trovano nella pagina "Il mio Account".

* obbligatorio

Accetto le condizioni generali e la politica di riservatezza

Iscriviti alla nostra newsletter (Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.)

2. INDIRIZZO DI SPEDIZIONE

Spedisci all'indirizzo di fatturazione Gratis

Acquista ora

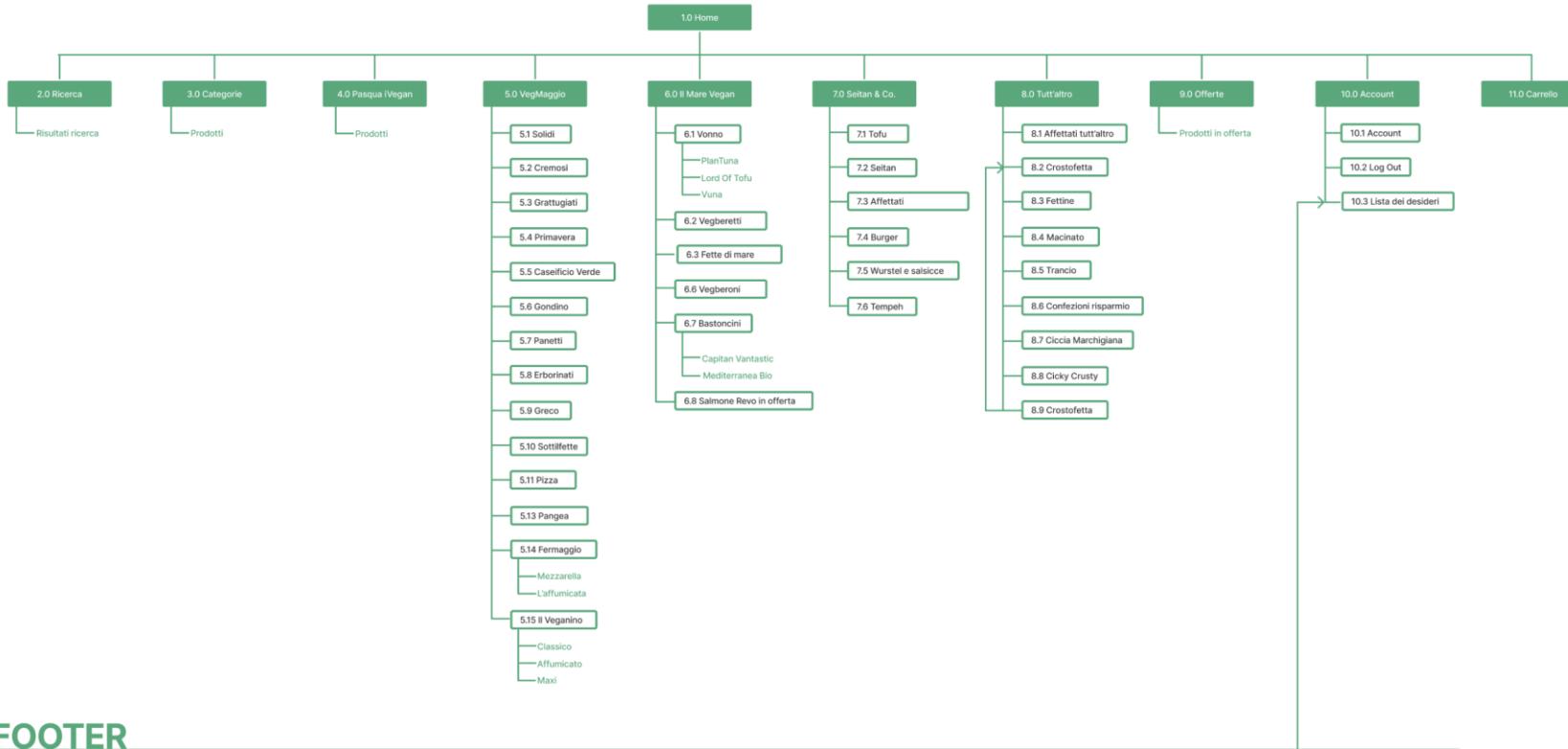
SITEMAP I VEGAN

SITEMAP

Originale



[Visualizza sitemap originale](#)



FOOTER

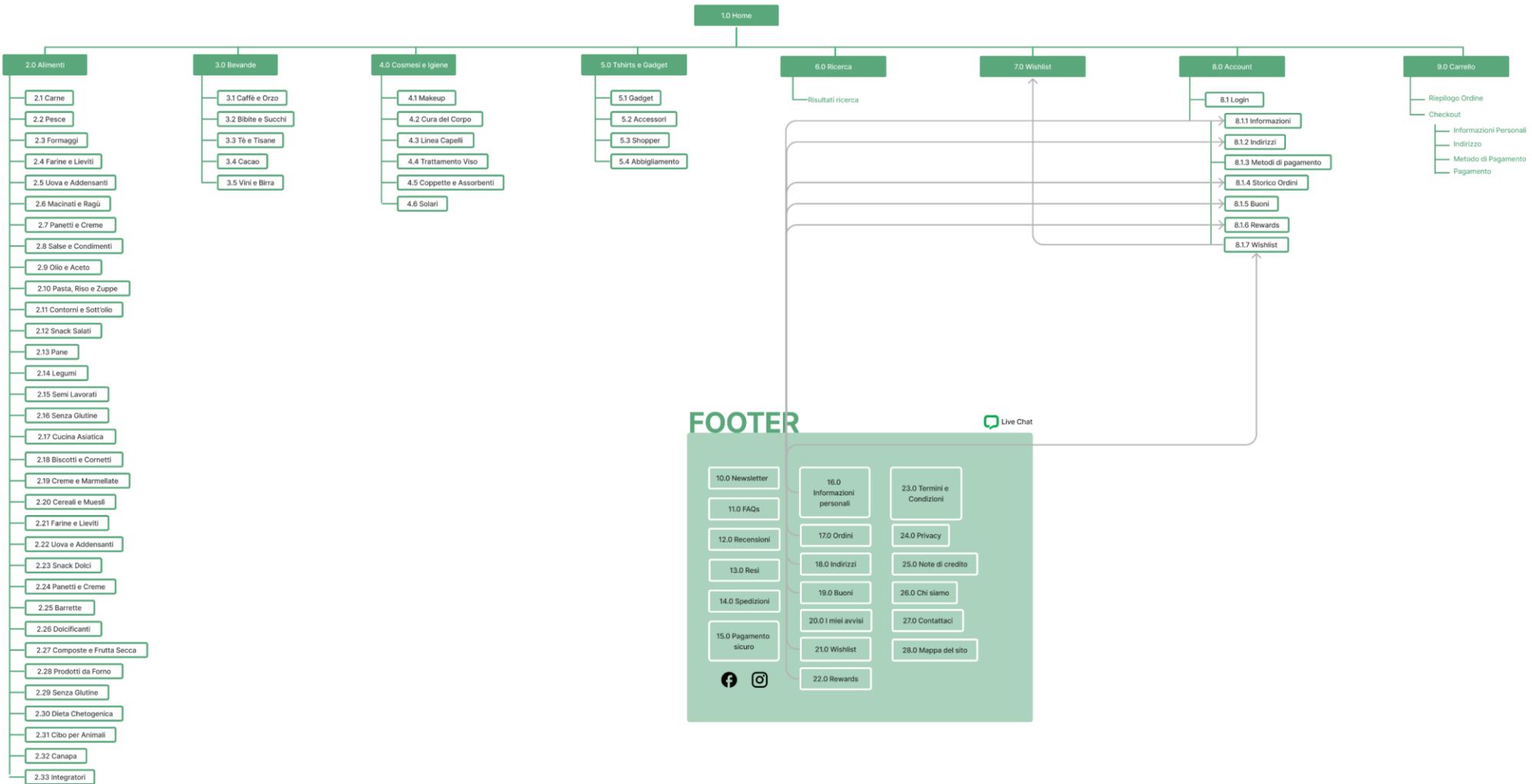
- | | | |
|---------------|---------------------------------|-----------------------------|
| 12.0 Email | 14.0 Spedizioni | 22.0 Informazioni personali |
| 13.0 Telefono | 15.0 Privacy | 23.0 Ordini |
| | 16.0 Termini e condizioni d'uso | 24.0 Note di credito |
| | 17.0 Chi siamo | 25.0 Indirizzi |
| | 18.0 Pagamento sicuro | 26.0 Buoni |
| | 19.0 Recensioni | 27.0 Lista dei desideri |
| | 20.0 Contattaci | 28.0 I miei avvisi |
| | 21.0 Mappa del sito | |

SITEMAP

Nuova



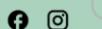
[Visualizza sitemap nuova](#)



FOOTER



- 10.0 Newsletter
- 11.0 FAQs
- 12.0 Recensioni
- 13.0 Resi
- 14.0 Spedizioni
- 15.0 Pagamento sicuro
- 16.0 Informazioni personali
- 17.0 Ordini
- 18.0 Indirizzi
- 19.0 Buoni
- 20.0 I miei avvisi
- 21.0 Wishlist
- 22.0 Rewards
- 23.0 Termini e Condizioni
- 24.0 Privacy
- 25.0 Note di credito
- 26.0 Chi siamo
- 27.0 Contattaci
- 28.0 Mappa del sito



WIREFRAMING

mobile

INDICE

- [P.20 – Informazioni e specifiche](#)
- [P.21 – Nav Bar e menù](#)
- [P.23 – FAQ e Live Chat](#)
- [P.24 – Categoria prodotti e filtri](#)
- [P.25 – Pagina prodotto](#)
- [P.26 – Carrello](#)
- [P.27 – Checkout](#)
- [P. 29 – Wireflow](#)



WIREFRAMES IVEGAN

Informazioni e specifiche

Un **wireframe** è un elemento chiave nel processo di progettazione dell'esperienza utente che da modo di rappresentare un'interfaccia utente, che sia per un'applicazione o per un sito web. Serve a definire la struttura e l'organizzazione degli elementi senza pensare ai dettagli grafici e stilistici, che verranno poi progettati in fase UI.

Per questo progetto sono stati creati dei wireframe in versione mobile per le seguenti pagine:

- **homepage**
- **FAQ**
- **categoria prodotto**
- **pagina prodotto**
- **carrello**
- **checkout**

I **frame** sono di dimensioni 375 x 667px e sono state utilizzate griglie composte da 4 **colonne** (type: stretch), con **margini** di 16px in entrambi i lati e **gutter** di 16px.

I **titoli** hanno dimensione di 48pt, i **sottotitoli** di 24pt o 28pt e i **paragrafi** di 16pt.

I **button**, hanno lunghezze diverse a seconda del contesto, ma hanno tutti altezza di 40px.

Le **icone**, infine, hanno grandezza di 24 x 24px, con touch target di 48 x 48px.



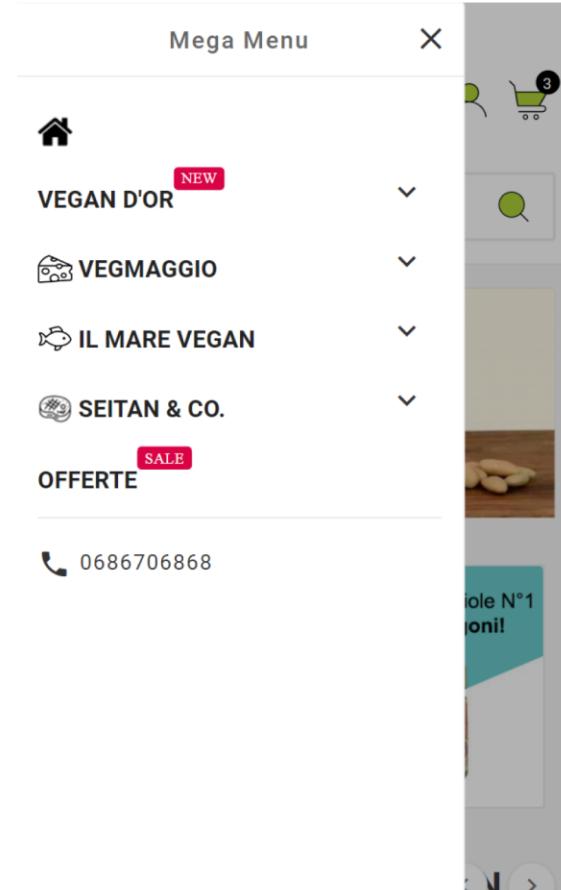
WIREFRAMES IVEGAN

Nav bar e menù

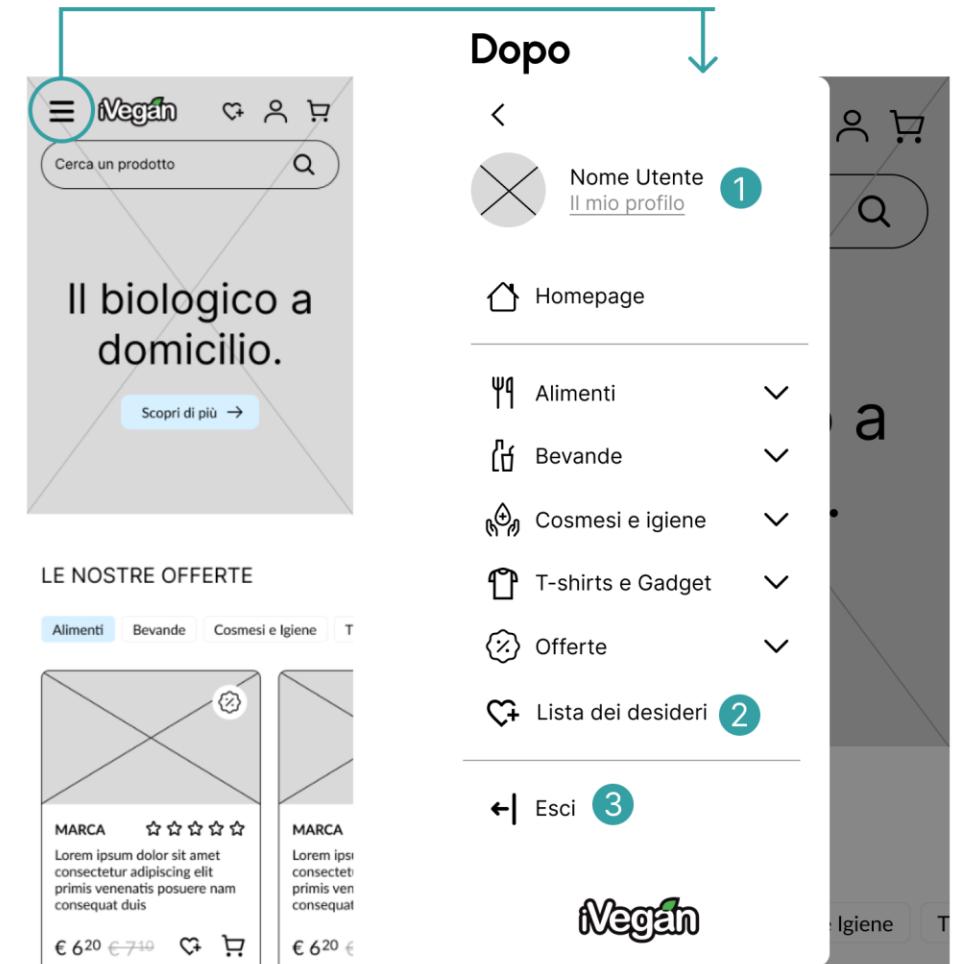
Nella versione mobile dell'homepage, le **categorie** sono state inserite all'interno di un **hamburger menu** in alto a sinistra, già presente nella versione originale, ma a cui sono state fatte alcune modifiche in più.

- 1 Questa sezione mostra foto profilo, nome utente e un **button** per dare modo all'utente di accedere al profilo e controllare o modificare le sue preferenze anche da questa sezione, oltre che dalla nav bar dell'homepage.
- 2 È stata aggiunta anche la **lista dei desideri**, seppur già presente in homepage, in modo da averla sempre a portata di mano.
- 3 Il button "**Esci**" è stato aggiunto per facilitare l'uscita dal profilo in poco tempo.

Prima



Dopo



WIREFRAMES IVEGAN

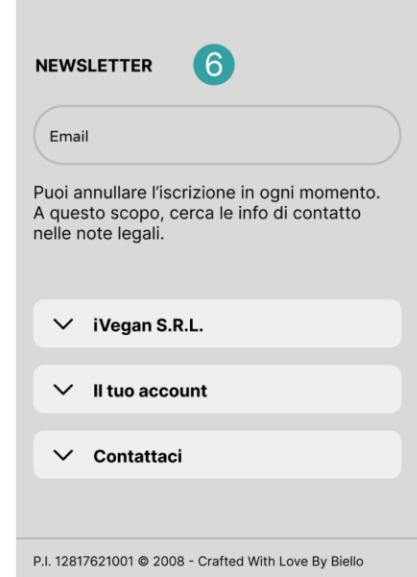
Nav bar e menù

- 4 Mentre le schede prodotto delle sezioni "Le nostre offerte" e "Novità" sono rimaste invariate dalla versione desktop, le schede delle sezioni "I più venduti" e "We love" sono state ulteriormente **ridotte** per la versione mobile.

Le **recensioni** che prima venivano mostrate con 5 stelle, ora hanno una stella con il numero vicino che indica il **voto** che è stato assegnato a quel prodotto nelle recensioni.

- 5 Per questa versione mobile, data la disponibilità, è stata scelta una versione ridotta dell'**embed** che mostra le recensioni dei clienti.

- 6 Il **footer** è stato adattato in modo da non prendere spazio eccessivo. Le categorie che erano presenti nel footer desktop sono ora consultabili tramite i menu a tendina.



WIREFRAMES IVEGAN

FAQ e Live Chat

È stata aggiunta la pagina **FAQ/Domande**

Frequenti al sito di iVegan, così da poter portare l'utente in una sezione specifica del sito qualora ci siano dei dubbi su vari temi.

Nel caso in cui l'utente non trovi ciò di cui ha bisogno, è stato aggiunto alla fine della sezione domande il button per contattare l'azienda tramite:

- **Email**
- **Telefonata**
- **Live chat**

7 Nella versione mobile la finestra della **Live chat** chiusa è stata trasformata da Extended FAB a **FAB** ed è fissa in basso a destra in ogni schermata.



Domande frequenti

Quando verrà spedito il mio ordine?

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit semper volutpat arcu enim ridiculus montes vivamus magna conubia inceptos molestie proin pulvinar pellentesque ac nisi dapibus porttitor quis fames diam egestas hac aliquam rutrum eu blandit potenti tempor purus viverra.

Quanto tempo ci vorrà per la consegna?

Come vengono spediti gli alimenti surgelati e congelati?

Posso usare più di un buon nello stesso ordine?

- ▼ Come posso usare i Rewards?
- ▼ Che tipo di pagamenti accettate?
- ▼ Come posso chiedere il rimborso?

Hai bisogno di aiuto?

Contattaci

NEWSLETTER

Email

Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.

▼ iVegan S.R.L.

▼ Il tuo account

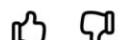
▼ Contattaci

P.I. 12817621001 © 2008 - Crafted With Love By Biello



... Ciao! - X

Andrea



Ciao! Come posso esserti utile?

Ho bisogno di...

- informazioni sul mio ordine
- chiedere un rimborso
- aiuto con il mio buono
- altro...

Scrivi un messaggio...

WIREFRAMES IVEGAN

Categoria prodotti e filtri

8 Nella versione desktop dei wireframes, le categorie della sezione in cui ci si trova, venivano mostrate grazie ad una sidebar laterale. Ora, nella versione mobile, è possibile accedere alle **categorie** grazie ad un **menu a tendina** collocato sotto al titolo della pagina.

9 Cliccando su **"Filtri"** verrà aperta una finestra popup dalla quale sarà possibile selezionare i filtri di preferenza per cercare i prodotti in base:
· Alla dieta
· Al tipo di conservazione del prodotto
· Al prezzo

The wireframe illustrates the user interface for the IVEGAN product category and its filtering options. It consists of three main components:

- Product Category View:** Shows a header with a menu icon, the word "Vegan", and user icons. A search bar contains the placeholder "Cerca un prodotto". Below the header is a breadcrumb navigation showing "Home / Pasta, riso e zuppe". A title "Pasta, riso e zuppe (49 prodotti)" is followed by a dropdown menu labeled "Categorie" with a count of "8". An arrow points from this dropdown to the sidebar. Below the dropdown are filter and sorting options: "Filtra" and "Ordina per: Rilevanza". The main area displays four product cards in a grid. Each card includes a star rating (4.5/5), a placeholder text "Lorem ipsum dolor sit amet consectetur ad...", a price of "€ 5,90", and two interaction icons (heart and shopping cart).
 - Novità
 - MARCA (4,5/5 ⭐)
 - Lorem ipsum dolor sit amet consectetur ad...
 - € 5,90
 - Heart icon
 - Shopping cart icon
 - MARCA (4,5/5 ⭐)
 - Lorem ipsum dolor sit amet consectetur ad...
 - € 5,90
 - Heart icon
 - Shopping cart icon
 - Disponibilità limitata
 - MARCA (4,5/5 ⭐)
 - Lorem ipsum dolor sit amet consectetur ad...
 - € 5,90
 - Heart icon
 - Shopping cart icon
 - Novità
 - MARCA (4,5/5 ⭐)
 - Lorem ipsum dolor sit amet consectetur ad...
 - € 5,90
 - Heart icon
 - Shopping cart icon
- Category Sidebar:** A light gray sidebar titled "Categorie" with a collapse/expand arrow. It lists various pasta categories: Farro, Mais, Integrale, Grano saraceno, Pasta di riso, Grano duro, Legumi e konjac, Fresca, Riso, Pasta proteica, and Zuppe e brodi.
- Filter Overlay:** A modal window titled "9" containing filtering options. It includes sections for "Dieta" (with buttons for "No glutine", "No zuccheri", "No soia", and "No arachidi"), "Conservazione" (with buttons for "Congelato" and "Surgelato"), and "Prezzo" (with a price range slider from "€ 7" to "€ 23" and "Min" and "Max" buttons).

WIREFRAMES IVEGAN

Pagina prodotto

Come per la versione desktop, è stato sistemato il **layout** della pagina prodotto in quanto risultava confusionario.

Le informazioni che riguardano il prodotto sono state quindi divise in due sezioni:

- quella **"introduttiva"**, dove si parla del prodotto e vengono mostrati marca, recensioni, descrizione del prodotto, data di scadenza e disponibilità
- quella **"economica"**, dove vengono mostrati prezzo, informazioni sulla consegna, quantità, button per aggiungere al carrello e punti rewards.

Anche qui viene visualizzata l'**etichetta** che informa l'utente della disponibilità del prodotto, il button per **condividere** e il button per aggiungere il prodotto alla **lista dei desideri**.

- 10 Nella versione desktop era possibile consultare la descrizione, i dettagli del prodotto e le recensioni tramite dei segmented buttons. Nella versione mobile è possibile avere accesso a queste informazioni con dei **menu a tendina** in modo da sfruttare al meglio lo spazio.

Prima

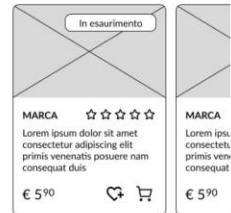


Dopo



Visualizza wireframe

POTREBBE ANCHE PIACERTI



SPESSO ACQUISTATI INSIEME



WIREFRAMES IVEGAN

Carrello

Nel pagina Carrello è stato aggiunto il button **"La tua lista dei desideri"**, in modo che l'utente possa accedere direttamente ai suoi prodotti salvati e aggiungerli al carrello senza cambiare pagina.

Le schede prodotto della versione mobile hanno gli stessi elementi e button della versione desktop:

- **dropdown** per poter cambiare la quantità del prodotto
- **button** per aggiungere il prodotto alla lista dei desideri, nel caso in cui l'utente scelga di non acquistare immediatamente il prodotto, ma di salvarlo comunque per il futuro
- **button** cestino per eliminare il prodotto dal carrello



The wireframe shows a mobile shopping cart interface. At the top, there's a navigation bar with a menu icon, the brand logo "iVegan", user icons, and a shopping cart icon. Below the navigation is a search bar with placeholder text "Cerca un prodotto" and a magnifying glass icon. The main content area starts with a breadcrumb trail "Home / Carrello". The title "Carrello" is followed by a section titled "La tua lista dei desideri". Three product items are listed in a grid format. Each item includes a small image placeholder with a large 'X', the word "Novità", the brand name "MARCA", a quantity selector set to "1", a brief product description, the price "€ 5,90", and two buttons: a heart icon for "Desideri" and a trash can icon for "Elimina". To the right of the cart summary, there's a sidebar with a "RIEPILOGO" section showing "4 articoli" and "Spedizione" with their respective prices, a "Codice promozionale" input field, and a "TOTALE" of "€ 22,46". A note at the bottom states that a minimum purchase of 30,00 € is required to validate the order, mentioning a current total of 2,15 €. A blue "Procedi con il checkout" button with a right-pointing arrow is located below the note. At the very bottom, a link "Continua con lo shopping" is visible.

WIREFRAMES IVEGAN

Checkout

Nella versione originale del sito, la pagina di **Checkout** non permetteva all'utente di visualizzare il form per intero. Le sezioni successive del form, come "Indirizzi", "Metodo di spedizione" e "Pagamento" venivano aperte una volta finito di riempire il form precedente e cliccando sul button "Continua".

Nella nuova versione è possibile visualizzare invece il form per intero, cosicché l'utente possa avere fin da subito le idee chiare su che tipo di informazioni gli verranno chieste.

- 11 Nella versione originale del sito iVegan, il button "Conferma ordine" era situato **prima** del box dove vengono mostrati i dettagli dell'ordine. Nella nuova versione il button è nella box di riepilogo alla **fine** del form.

Prima

4 Pagamento

- Paga con Carta di credito
- Paga con bonifico bancario
- Paga Carta di credito e con PayPal 
- Paga con PayPal a rate 
- Pagamento in negozio

Accetto i termini del servizio e aderirò a essi incondizionatamente.

CONFERMA ORDINE

3 articoli

Mostra Dettagli

Totale parziale **41,58 €**

Contributo imballo isotermico: **Gratis**

Hai un codice sconto?

Totale (Tasse incl.) **41,58 €**

Dopo

 [Cerca un prodotto](#) 

[Home](#) / [Carrello](#) / [Checkout](#)

Checkout

[Accedi](#) / [Crea un account](#)

1. INDIRIZZO DI FATTURAZIONE

Nome *

Cognome *

Indirizzo *

Città *

CAP *

Provincia * 

Nazione *

Telefono *

* obbligatorio
 Messaggio per la riservatezza dei dati dei clienti dati personali che ci fornisci sono utilizzati per rispondere alle tue domande, elaborare gli ordini o consentire l'accesso a informazioni specifiche. Hai il diritto di modificare e cancellare tutte le informazioni personali che si trovano nella pagina "Il mio Account".

* obbligatorio
 Accetto le condizioni generali e la politica di riservatezza

Iscriviti alla nostra newsletter (Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.)

2. INDIRIZZO DI SPEDIZIONE

- Spedisci all'indirizzo di fatturazione
- Spedisci il pacco ad un indirizzo differente

3. METODO DI SPEDIZIONE

- REFRIGERATO**
24/48 ore
€ 11,96 tasse incluse

- RITIRO IN NEGOZIO**
Disponibile subito
Gratis

4. METODO DI PAGAMENTO

-  Paga con carta di credito
-  Paga con PayPal
-  Paga in negozio
-  Paga con bonifico

Accetto i termini del servizio e aderirò a essi incondizionatamente.

5. INFORMAZIONI AGGIUNTIVE

Aggiungi nota

 Visualizza wireframe

RIEPILOGO 11

4 articoli
Spedizione
€ 10,50
€ 11,96

Codice promozionale

TOTALE € 22,46

È richiesto un acquisto minimo complessivo di 30,00 € (Iva inclusa) per convalidare il tuo ordine. Il totale attuale è 2,15 € (Iva inclusa).

Acquista ora

NEWSLETTER

Email

Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.

▼ iVegan S.R.L.

▼ Il tuo account

▼ Contattaci

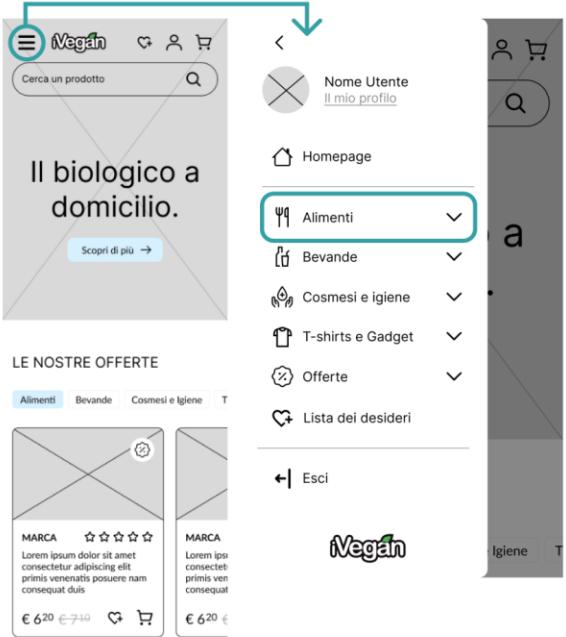
P.I. 12817621001 © 2008 - Crafted With Love By Biello

WIREFLOW IVEGAN

versione mobile

WIREFLOW

- 1 Dopo aver dato uno sguardo all'homepage del sito, l'utente decide di cercare un tipo di pasta da comprare. Clicca quindi su "Alimenti" e poi "Pasta, riso e zuppe".



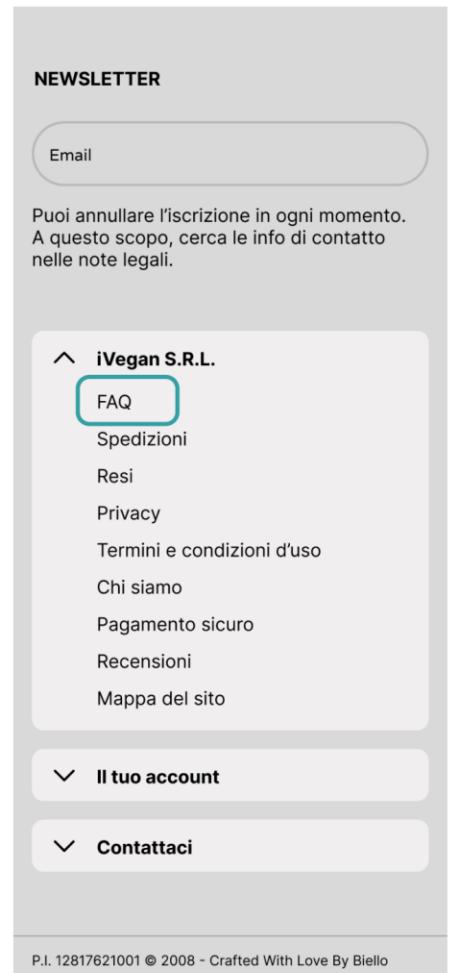
- 2 Dalla pagina "Pasta, riso e zuppe", filtra i vari prodotti in base alle necessità e apre la pagina di un prodotto che ha catturato la sua attenzione.



- 3 Da un'occhiata alle varie informazioni e decide di aggiungere il prodotto al carrello. Ripete il processo per altri prodotti.



- 4 Finito di scegliere i prodotti, accede al carrello, ma l'utente ha bisogno di alcune informazioni e decide di visitare la sezione FAQ nel footer.



WIREFLOW

- 5 Nella sezione FAQ, non trova le risposte di cui ha bisogno e decide di contattare l'assistenza attraverso la live chat.



Domande frequenti

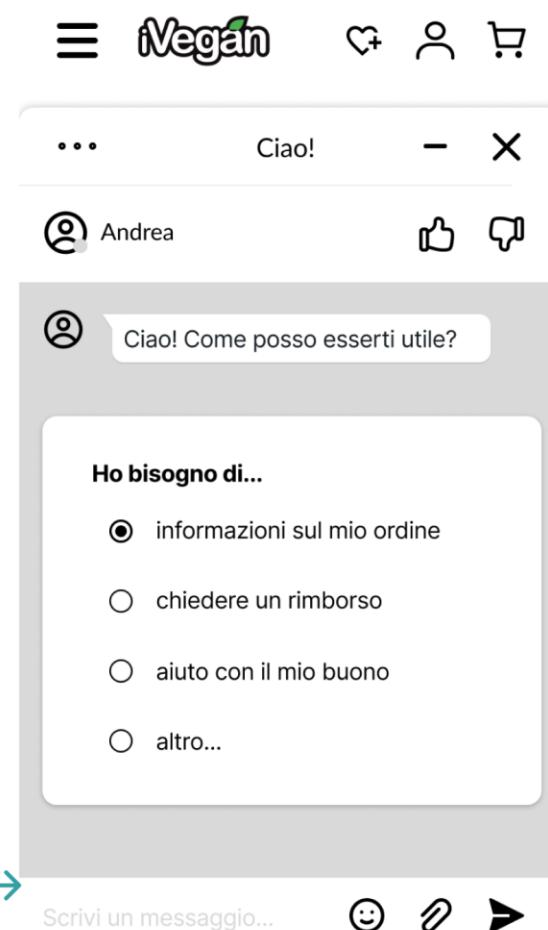
Quando verrà spedito il mio ordine?

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit semper volutpat arcu enim ridiculus montes vivamus magna conubia inceptos molestie proin pulvinar pellentesque ac nisi dapibus porttitor quis fames diam egestas hac aliquam rutrum eu blandit potenti tempor purus viverra.

Quanto tempo ci vorrà per la consegna?

Come vengono spediti gli alimenti surgelati e congelati?

Posso usare più di un buon nello stesso ordine?



- 6 Dopo aver usufruito della live chat e dopo aver chiarito i suoi dubbi, decide di proseguire con il suo ordine, compilando i campi necessari e procedendo con il pagamento.

RIEPILOGO

4 articoli	€ 10,50
Spedizione	€ 11,96
Codice promozionale	
TOTALE	€ 22,46

Codice promozionale

Checkout

Accedi / Crea un account

1. INDIRIZZO DI FATTURAZIONE

Nome * — Ginev
Cognome *
Indirizzo *
Città *
CAP *
Provincia *
Nazione *
Telefono *

* obbligatorio

Messaggio per la riservatezza dei dati dei clienti dati personali che ci fornisci sono utilizzati per rispondere alle tue domande, elaborare gli ordini o consentire l'accesso a informazioni specifiche. Hai il diritto di modificare e cancellare tutte le informazioni personali che si trovano nella pagina "Il mio Account".

Acquista ora

NEWSLETTER

Email

Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto nelle note legali.

iVegan S.R.L.
Il tuo account
Contattaci

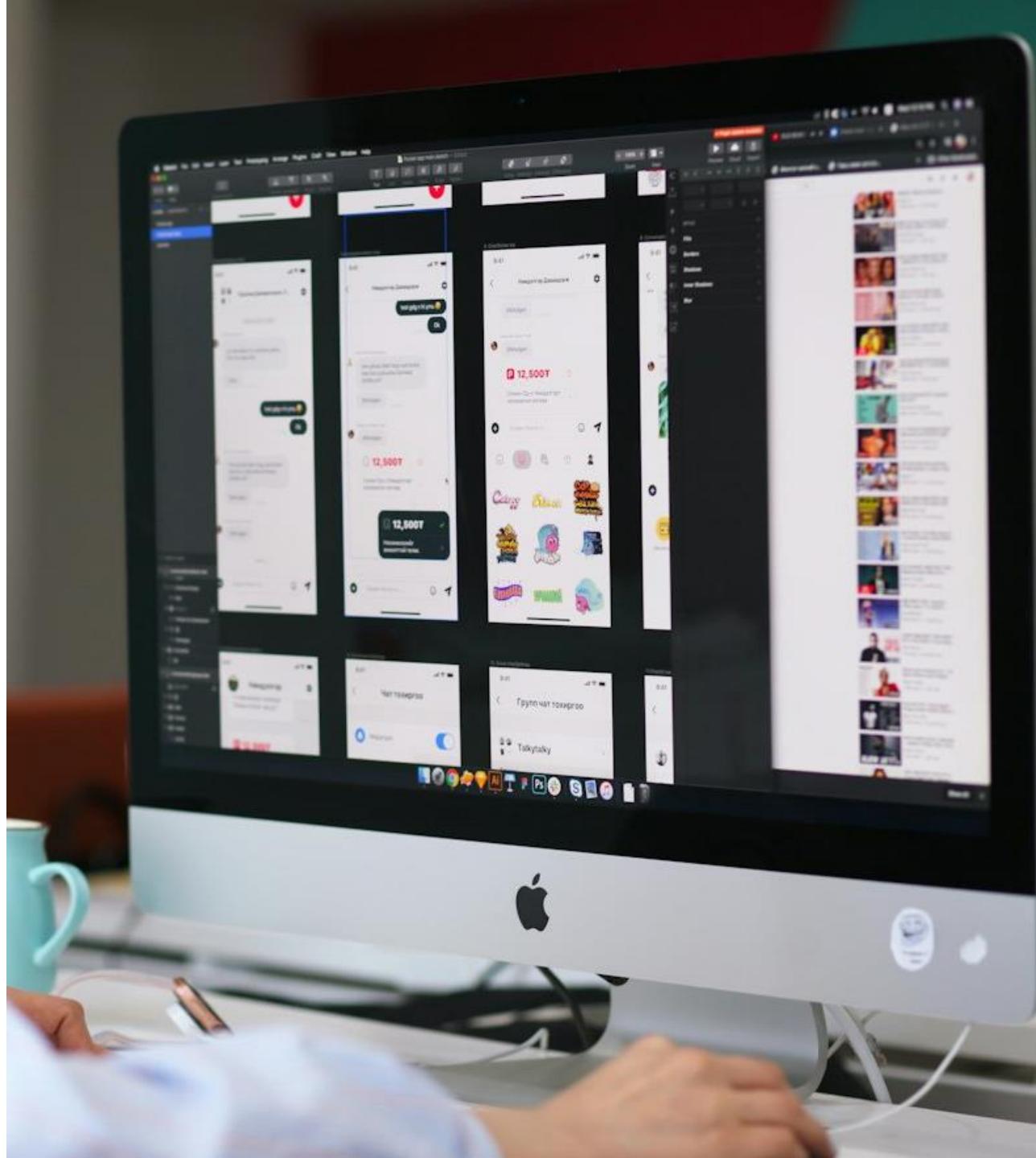
P.I. 12817621001 © 2008 - Crafted With Love By Biello

USER INTERFACE

desktop

INDICE

- [P.3 – Riepilogo wireframes](#)
- [P.4 – Palette colori](#)
- [P.6 – Icone e buttons](#)
- [P.7 -- Tipografia](#)
- [P.8 – User flow](#)



WIREFRAME

Informazioni e specifiche

Sono stati creati in precedenza dei wireframe in versione desktop per le seguenti pagine:

- **homepage**
- **FAQ**
- **categoria prodotto**
- **pagina prodotto**
- **carrello**
- **checkout**

I **frame** sono di dimensioni 1440 x 1024px e sono state utilizzate griglie composte da 12 **colonne** (type: stretch), con **margini** di 70px in entrambi i lati e **gutter** di 20px.

I **titoli** hanno dimensione di 72pt, i **sottotitoli** di 40pt o 32pt e i **paragrafi** di 16pt.

I **button**, hanno lunghezze diverse a seconda del contesto, ma hanno tutti altezza di 40px.

Le **icone**, infine, hanno tutte grandezza di 24 x 24px, con touch target di 48 x 48px.



Presentazione **wireframe**

PALETTE COLORI



I colori che sono stati scelti per la UI di iVegan sono simili alla versione originale del sito.

Per il **background** è stato scelto un verde chiaro (#F5F7F1) che si abbinasse bene al **colore primario** (#527F45).

Per il **button primario** è stato scelto l'arancione (#FF9600), cosicché potesse spezzare i colori primari del sito e mettere in risalto la funzione dell'elemento, mantenendo comunque una coerenza tra i colori. Questo colore viene utilizzato anche per la **live chat**. All'**hover** il colore diventa più scuro (#C27200).

Il **button secondario** è bianco (#FFFFFF) con un **border** grigio chiaro (#D3D3D3), che all'**hover** diventa di colore arancione chiaro (#FFDDAD).

#F5F7F1

- background

#527F45

- colore primario
- footer

#189076

- button primario
- live chat

#227865

- hover button primario

bg: #FFFFFF
border: #D3D3D3

- button secondario
- testo footer
- colore secondario

#E6E6E6

- button disattivato

#FOF9F7

- hover button secondario

#000000

- testo
- icone

#FFCACA

- messaggio di errore



#D4DDD2

- hover icone

PALETTE COLORI



È stato scelto anche un grigio chiaro (#E6E6E6) per i **button disattivati** e che quindi non possono essere cliccati dall'utente.

I messaggi di **errore** vengono segnalati con un colore rosso non troppo acceso (#FFCACA) in modo da attirare l'attenzione dell'utente.

I **testi** e le **icone** sono neri (#000000) e alcune di queste ultime hanno **background** verde chiaro (#D4DDD2).

#F5F7F1

- background

#527F45

- colore primario
- footer

#189076

- button primario
- live chat



#227865

- hover button primario

bg: #FFFFFF
border: #D3D3D3

- button secondario
- testo footer
- colore secondario



#F0F9F7

- hover button secondario

#E6E6E6

- button disattivato

#000000

- testo
- icone



#D4DDD2

- hover background icone

ICONE E BUTTONS

 Visualizza UI

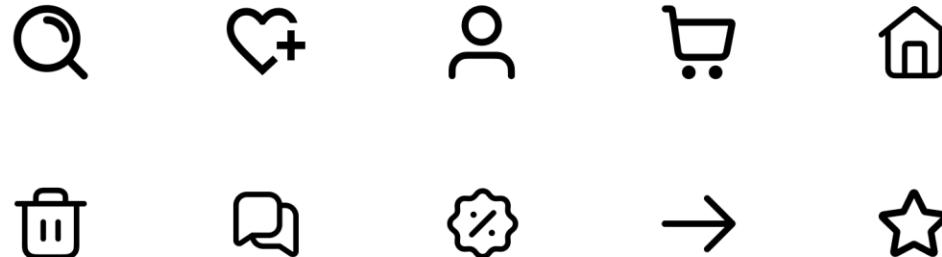
Le **icone** sono state prese alcune da Iconify e altre da Untitled UI.

Hanno **dimensione** di 24 x 24 px con **touch target** di 48 x 48 px.

I **button** sono tre, hanno tutti altezza di 40px, ma lunghezze diverse a seconda del contesto:

- button **piccolo**: lunghezza di 120px
- button **medio**: lunghezza di 288px

Senza hover



Con hover



Button

Button

Button

Button secondario

Button terziario

TIPOGRAFIA



[Visualizza UI](#)

Per il sito sono stati scelti due font:

- DM Serif Display
- Barlow

DM Serif Display viene utilizzato per gli H1 e H2.

Barlow viene utilizzato per gli H3 e H4, per i sottotitoli, i paragrafi e i button.

Headline 1

DM Serif Display
Regular, 72px

Headline 2

DM Serif Display
Regular, 40 px

Headline 3

Barlow
Regular, 32 px

Headline 4

Barlow
Regular, 20 px

Subtitle

Barlow
Bold, 16 px

Body 1

Barlow
Regular, 16 px

Body 2

Barlow
Regular, 14 px

Button

Barlow
Regular, 16 px

USER FLOW



[Visualizza prototipo](#)

- 1 Dopo aver dato uno sguardo all'homepage del sito, l'utente decide di cercare un tipo di pasta da comprare. Clicca quindi su "Alimenti" e poi "Pasta, riso e zuppe".

The screenshot shows the homepage of the iVegan website. At the top, there's a green banner with the text "Il biologico a domicilio." and a "Scopri di più →" button. Below the banner is a large image of a bowl of salad. The main navigation menu includes "Alimenti", "Bevande", "Cosmesi e Igiene", "T-shirts e Gadget", and "Offerte". A search bar says "Cerca un prodotto" with a magnifying glass icon. The "Alimenti" menu is highlighted with a green border. Below the banner, there's a section titled "Le nostre offerte" featuring four product cards: "COCONUT COLLAB" (€ 4,46), "VANTASTIC FOODS SCHAKA BERRY" (€ 1,85), "MEDITERRANEA" (€ 4,31), and "PROBIOS" (€ 3,48). Each card has a small image, a product name, a price, and a "Scopri di più →" button.

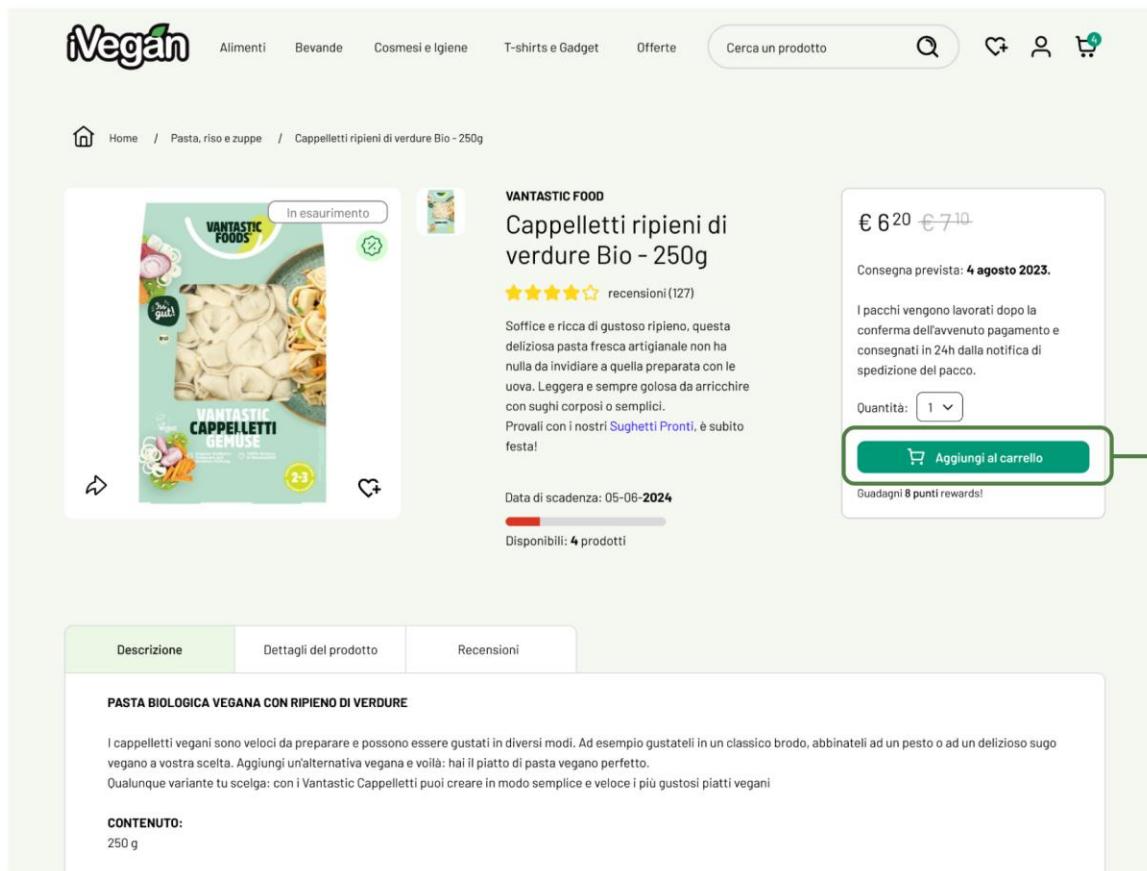
- 2 Dalla pagina "Pasta, riso e zuppe", filtra i vari prodotti in base alle necessità e apre la pagina di un prodotto che ha catturato la sua attenzione.

The screenshot shows the "Pasta, riso e zuppe" category page. The left sidebar lists categories like "Homepage", "Pasta" (with sub-options: Farro, Mais, Integrale, Grano saraceno, Pasta di riso, Grano duro, Legumi e konjac, Fresca), and "Riso" (with sub-options: Pasta proteica, Zuppe e brodi). There are also filters for "No zuccheri" and "Frigorifero". The main content area displays a grid of product cards for various pasta brands: "VANTASTIC FOODS CAPPOLINI" (€ 4,59), "CLEARSPRING MISO SOUP PASTE" (€ 5,06), "ALTRI CEREALI" (€ 5,24), "FARABELLA" (Disponibilità limitata), "PROBIOS" (In esaurimento), and "LA SPIGA BIO" (Esaurito). Each card includes a small image, the brand name, a star rating, and a brief description. A central banner at the bottom says "Spedizione GRATUITA su tutti gli ordini, per sempre." and "E se ritiri l'ordine in negozio a Roma: sconto del 15% su...".

USER FLOW

 Visualizza prototipo

- 3 Da un'occhiata alle varie informazioni e decide di aggiungere il prodotto al carrello. Ripete il processo per altri prodotti.



VANTASTIC FOOD
Cappelletti ripieni di verdure Bio - 250g

★★★★★ recensioni (127)

Soffice e ricca di gustoso ripieno, questa deliziosa pasta fresca artigianale non ha nulla da invidiare a quella preparata con le uova. Leggera e sempre golosa da arricchire con sughi corposi o semplici. Provali con i nostri Sugheretti Pronti, è subito festa!

Data di scadenza: 05-06-2024

Disponibili: 4 prodotti

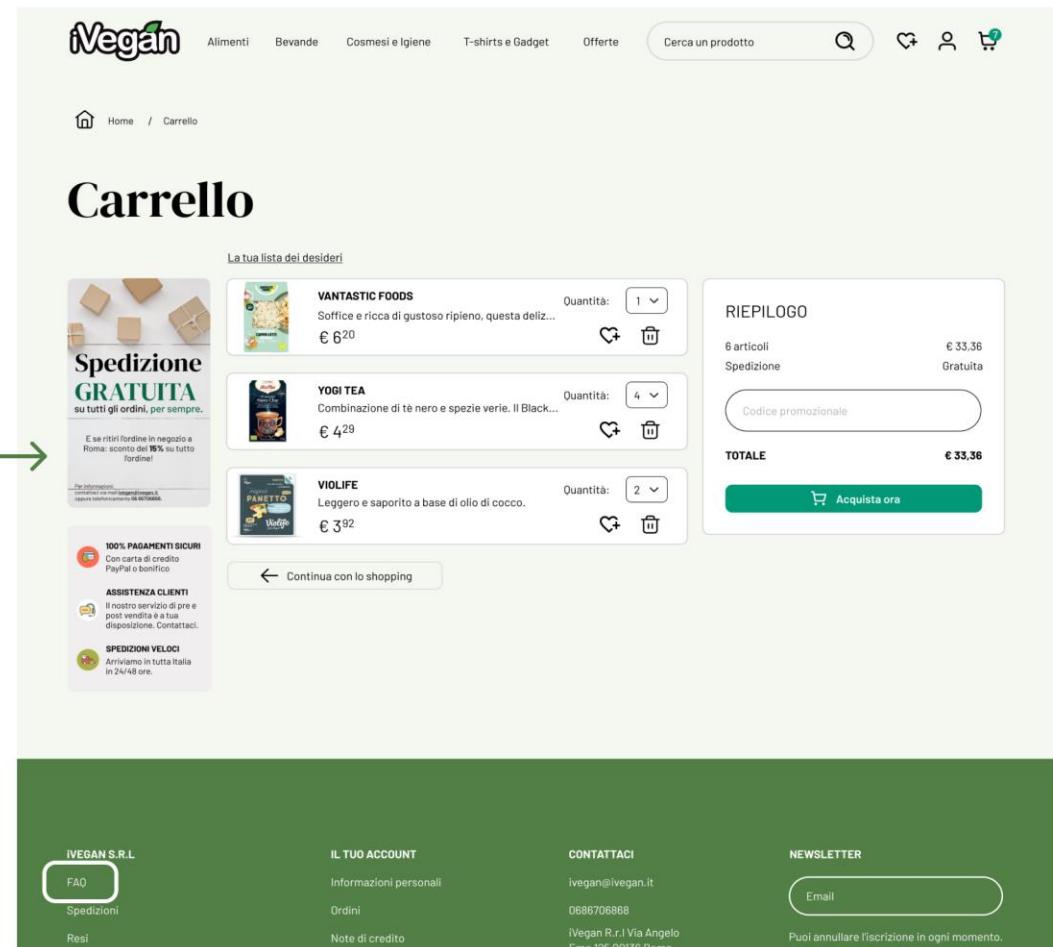
Guadagni 8 punti rewards!

PASTA BIOLOGICA VEGANA CON RPIENO DI VERDURE

I cappelletti vegani sono veloci da preparare e possono essere gustati in diversi modi. Ad esempio gustateli in un classico brodo, abbinateli ad un pesto o ad un delizioso sugo vegano a vostra scelta. Aggiungi un'alternativa vegana e voilà: hai il piatto di pasta vegano perfetto. Qualunque variante tu scelga: con i Vantastic Cappelletti puoi creare in modo semplice e veloce i più gustosi piatti vegani

CONTENUTO:
250 g

- 4 Finito di scegliere i prodotti, accede al carrello, ma l'utente ha bisogno di alcune informazioni e decide di visitare la sezione FAQ.



iVegan Alimenti Bevande Cosmesi e Igiene T-shirts e Gadget Offerte Cerca un prodotto

Home / Carrello

Carrello

La tua lista dei desideri

	VANTASTIC FOOD Soffice e ricca di gustoso ripieno, questa deliziosa pasta fresca artigianale non ha nulla da invidiare a quella preparata con le uova. Leggera e sempre golosa da arricchire con sughi corposi o semplici. Provali con i nostri Sugheretti Pronti, è subito festa!	Quantità: 1		
	YOGI TEA Combinazione di tè nero e spezie verie. Il Black... E se ritirerai l'ordine in negozio a Roma: sconto del 15% su tutto l'ordine!	Quantità: 4		
	VIOLIFE Leggero e saporito a base di olio di cocco. Per informazioni: +39 06 36000000 E-mail: info@violife.it	Quantità: 2		

RIEPILOGO

6 articoli Spedizione € 33,36
Spedizione Gratuita

Codice promozionale

TOTALE € 33,36

Acquista ora

100% PAGAMENTI SICURI
Con carta di credito, PayPal o bonifico

ASSISTENZA CLIENTI
Il nostro servizio di pre e post vendita è a tua disposizione. Contattaci.

SPECIAZIONI VELOCI
Arriviamo in tutta Italia in 24/48 ore.

Continua con lo shopping

IVEGAN S.R.L.
FAQ Spedizioni Resi

IL TUO ACCOUNT
Informazioni personali Ordini Note di credito

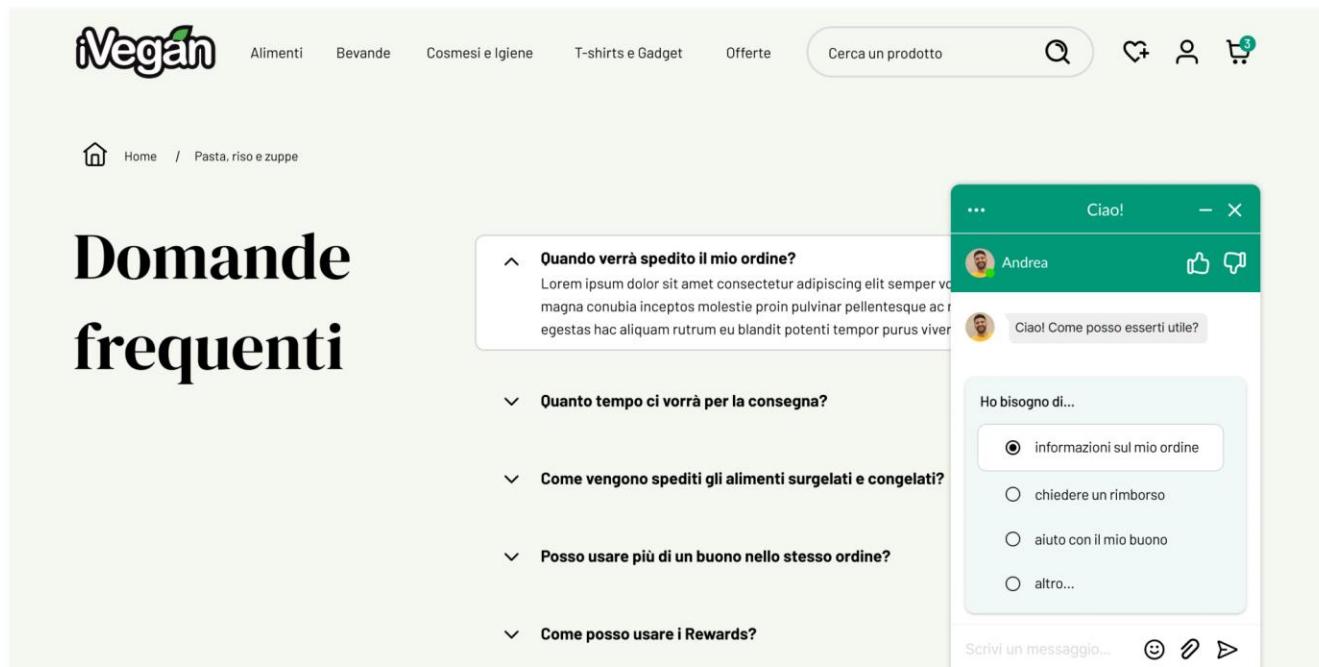
CONTATTACI
ivegan@ivegan.it 0686706868
ivegan R.r.l Via Angelo Emo 125 00136 Roma

NEWSLETTER
Email
Puoi annullare l'iscrizione in ogni momento. A questo scopo, cerca le info di contatto.

USER FLOW

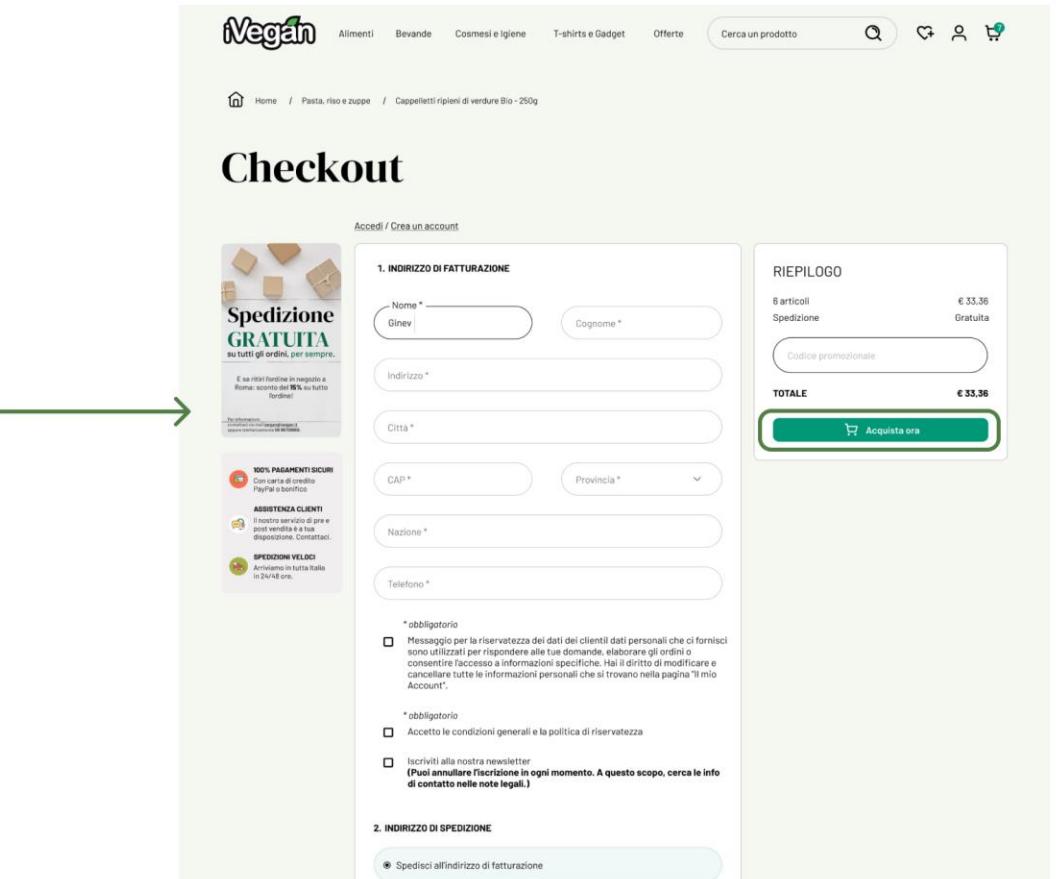
 [Visualizza prototipo](#)

- 5 Nella sezione FAQ, non trova le risposte di cui ha bisogno e decide di contattare l'assistenza attraverso la live chat.



The screenshot shows the iVegan website's homepage. On the left, there's a large "Domande frequenti" (FAQ) section with several collapsed and expanded questions. A live chat window is overlaid on the right side, showing a conversation between a user named "Andrea" and a bot. The bot asks for information about the user's needs, with the first option selected: "informazioni sul mio ordine". At the bottom of the live chat window, there's a text input field with placeholder text "Scrivi un messaggio..." and three message icons.

- 6 Dopo aver usufruito della live chat e dopo aver chiarito i suoi dubbi, decide di proseguire con il suo ordine, compilando i campi necessari e procedendo con il pagamento.



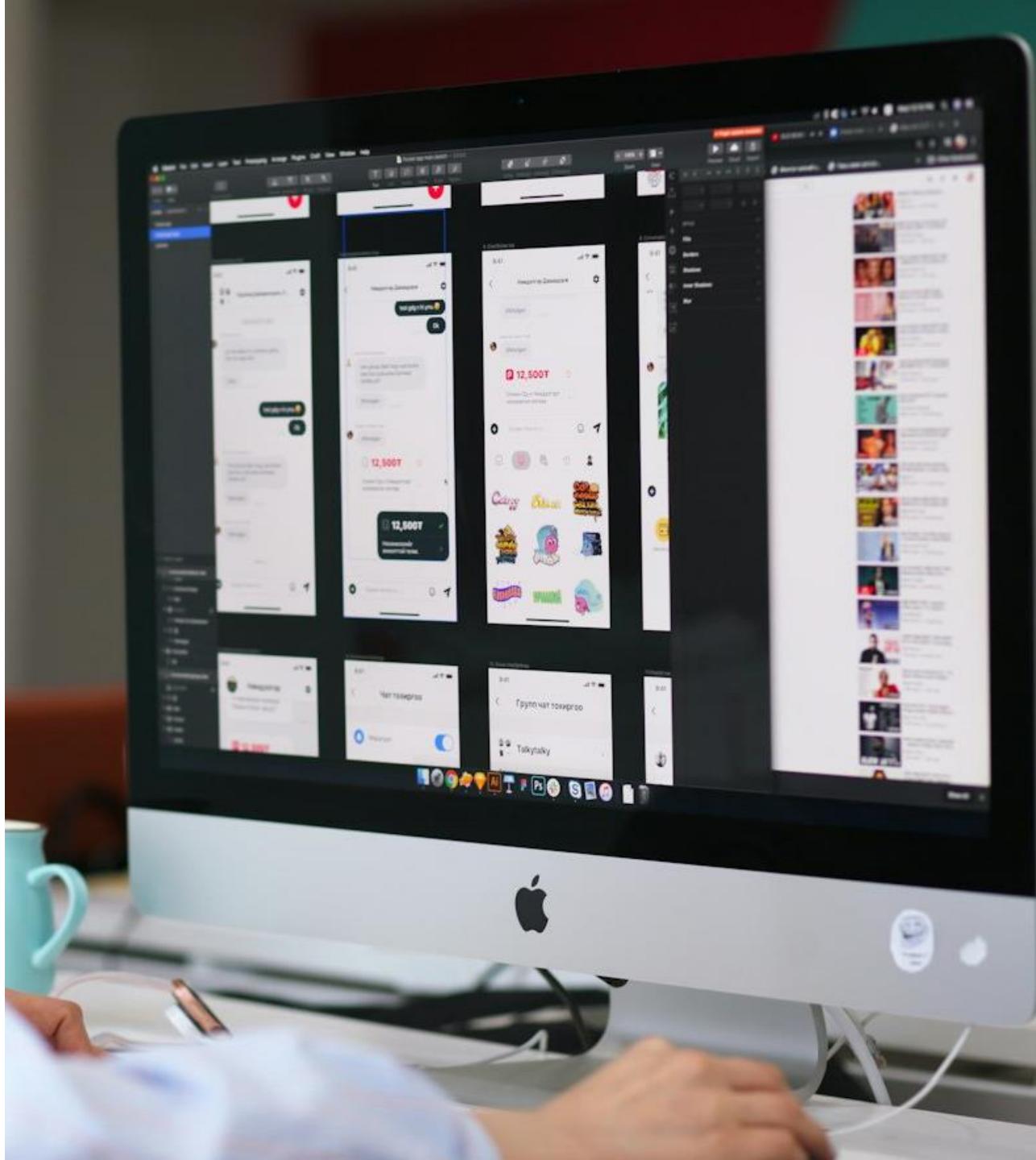
The screenshot shows the iVegan website's checkout process. The top navigation bar includes categories like Alimenti, Bevande, Cosmesi e Igiene, T-shirts e Gadget, and Offerte. The main content area is titled "Checkout" and contains several steps: "Accedi / Crea un account", "INDIRIZZO DI FATTURAZIONE" (with fields for Nome, Cognome, Indirizzo, Città, CAP, Provincia, Nazione, and Telefono), and "RIEPILOGO" (showing 8 articoli, Spedizione gratuita, and a total of € 33,36). At the bottom, there's a large green button labeled "Acquista ora". A green arrow points from the live chat interface on the previous screen to the "Checkout" page on this screen.

USER INTERFACE

mobile

INDICE

- [P.3 – Riepilogo wireframes](#)
- [P.4 – Palette colori](#)
- [P.6 – Icone e buttons](#)
- [P.7 -- Tipografia](#)
- [P.8 – User flow](#)



WIREFRAME

Informazioni e specifiche

Per questo progetto sono stati creati dei wireframe in versione mobile per le seguenti pagine:

- **homepage**
- **FAQ**
- **categoria prodotto**
- **pagina prodotto**
- **carrello**
- **checkout**

I **frame** sono di dimensioni 375 x 667px e sono state utilizzate griglie composte da 4 **colonne** (type: stretch), con **margini** di 16px in entrambi i lati e **gutter** di 16px.

I **titoli** hanno dimensione di 48pt, i **sottotitoli** di 48 pt e i **paragrafi** di 16pt.

I **button**, hanno lunghezze diverse a seconda del contesto, ma hanno tutti altezza di 40px.

Le **icone**, infine, hanno grandezza di 24 x 24px, con touch target di 48 x 48px.



Presentazione **wireframe**

PALETTE COLORI



I colori che sono stati scelti per la UI di iVegan sono simili alla versione originale del sito.

Per il **background** è stato scelto un verde chiaro (#F5F7F1) che si abbinasse bene al **colore primario** (#527F45).

Per il **button primario** è stato scelto un verde più tendente al celeste (#189076), cosicché potesse mettere in risalto la funzione dell'elemento, mantenendo comunque dei colori naturali. Questo colore viene utilizzato anche per la **live chat**. Quando l'utente fa **tap** sul button, questo diventa più scuro (#227865).

Il **button secondario** è bianco (#FFFFFF) con un **border** grigio chiaro (#D3D3D3). Al tap diventa verde chiaro (#FOF9F7)

#F5F7F1

- background

#527F45

- colore primario
- footer

#189076

- button primario
- live chat

#227865

- tap button primario

bg: #FFFFFF
border: #D3D3D3

- button secondario
- testo footer
- colore secondario



#FOF9F7

- tap button secondario

#E6E6E6

- button disattivato

#FFCACA

- messaggio di errore

#000000

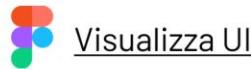
- testo
- icone



#D4DDD2

- tap background icone

PALETTE COLORI



È stato scelto anche un grigio chiaro (#E6E6E6) per i **button disattivati** e che quindi non possono essere cliccati dall'utente.

I messaggi di **errore** vengono segnalati con un colore rosso non troppo acceso (#FFCACA) in modo da attirare l'attenzione dell'utente.

I **testi** e le **icone** sono neri (#000000) e alcune di queste ultime hanno **background** verde chiaro (#D4DDD2).

#F5F7F1

- background

#527F45

- colore primario
- footer

#189076

- button primario
- live chat



#227865

- tap button primario

bg: #FFFFFF
border: #D3D3D3

#E6E6E6

- button secondario
- testo footer
- colore secondario



#FOF9F7

- tap button secondario

#000000

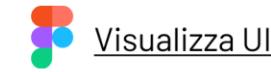
- testo
- icone



#D4DDD2

- tap background icone

ICONE E BUTTONS



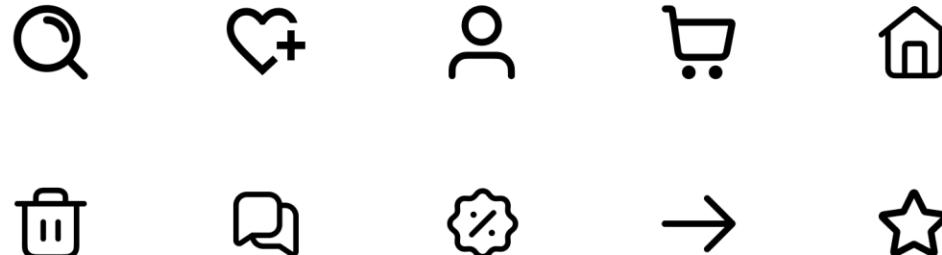
Le **icone** sono state prese alcune da Iconify e altre da Untitled UI.

Hanno **dimensione** di 24 x 24 px con **touch target** di 48 x 48 px.

I **button** sono tre, hanno tutti altezza di 40px, ma lunghezze diverse a seconda del contesto:

- button **piccolo**: lunghezza di 163px
- button **medio**: lunghezza di 303px

Senza tap



Con tap



Button

Button terziario



Button



Button secondario

TIPOGRAFIA



[Visualizza UI](#)

Per il sito sono stati scelti due font:

- DM Serif Display
- Barlow

DM Serif Display viene utilizzato per gli H1 e H2.

Barlow viene utilizzato per gli H3 e H4, per i sottotitoli, i paragrafi e i button.

Headline 1

DM Serif Display
Regular, 47px

Headline 2

DM Serif Display
Regular, 32 px

Headline 3

Barlow
Regular, 28 px

Headline 4

Barlow
Regular, 24 px

Subtitle

Barlow
Bold, 16 px

Body 1

Barlow
Regular, 16 px

Body 2

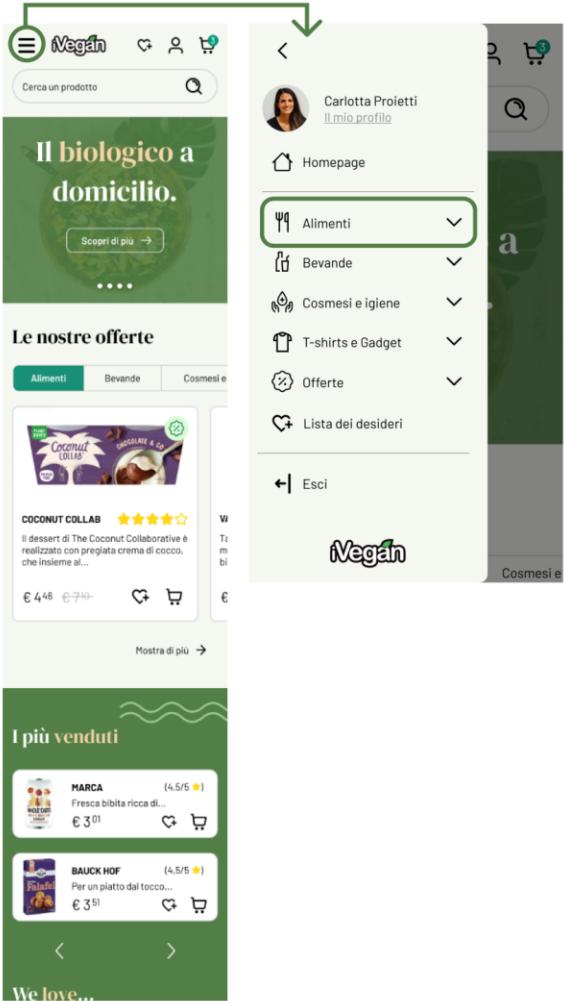
Barlow
Regular, 14 px

Button

Barlow
Regular, 16 px

USER FLOW

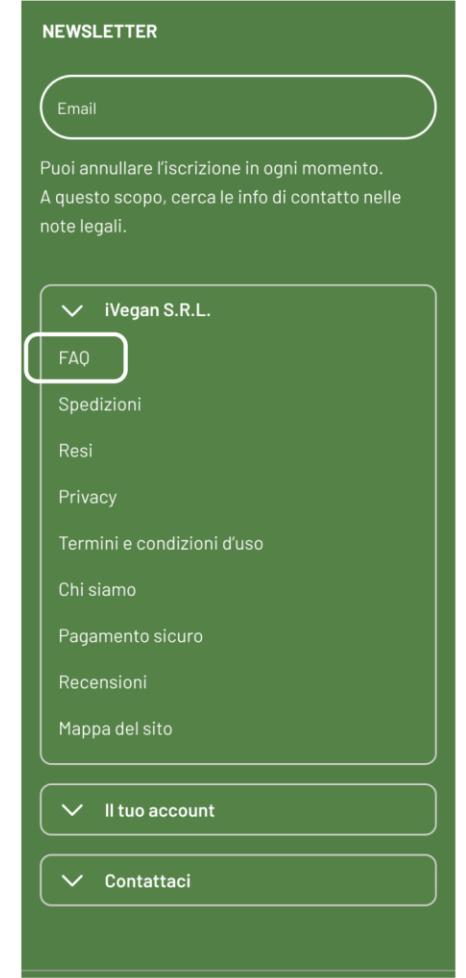
- Dopo aver dato uno sguardo all'homepage del sito, l'utente decide di cercare un tipo di pasta da comprare. Clicca quindi su "Alimenti" e poi "Pasta, riso e zuppe".
- Dalla pagina "Pasta, riso e zuppe", filtra i vari prodotti in base alle necessità e apre la pagina di un prodotto che ha catturato la sua attenzione.
- Da un'occhiata alle varie informazioni e decide di aggiungere il prodotto al carrello. Ripete il processo per altri prodotti.
- Finito di scegliere i prodotti, accede al carrello, ma l'utente ha bisogno di alcune informazioni e decide di visitare la sezione FAQ nel footer.



3 Da un'occhiata alle varie informazioni e decide di aggiungere il prodotto al carrello. Ripete il processo per altri prodotti.



4 Finito di scegliere i prodotti, accede al carrello, ma l'utente ha bisogno di alcune informazioni e decide di visitare la sezione FAQ nel footer.



USER FLOW



[Visualizza prototipo](#)

- 5 Nella sezione FAQ, non trova le risposte di cui ha bisogno e decide di contattare l'assistenza attraverso la live chat.

The screenshot shows the iVegan website homepage. At the top, there's a navigation bar with a menu icon, the iVegan logo, a heart icon, a user icon, and a shopping cart icon with a '3' notification. Below the navigation is a search bar with the placeholder 'Cerca un prodotto' and a magnifying glass icon. Underneath the search bar, the 'FAQ' section is visible, featuring a large heading 'Domande frequenti'. A callout box highlights the question 'Quando verrà spedito il mio ordine?' with the text: 'Lorem ipsum dolor sit amet consectetur adipiscing elit semper volutpat arcu enim ridiculus montes vivamus magna conubia inceptos molestie proin pulvinar pellentesque ac nisi dapibus porttitor duis famae diam egestas hac aliquam rutrum eu blandit potenti tempor purus viverra'. A green circular button with a white speech bubble icon is overlaid on the bottom right of the FAQ section, with a green arrow pointing from it to the live chat interface on the right.

The screenshot shows the live chat interface on the iVegan website. At the top, there's a header with a search bar and a navigation bar. Below the header, a green banner says 'Ciao!' and shows a profile picture of 'Andrea'. The main chat area has a message from the bot: 'Ciao! Come posso esserti utile?'. Below this, a list titled 'Ho bisogno di...' contains several options with radio buttons: 'informazioni sul mio ordine' (selected), 'chiedere un rimborso', 'aiuto con il mio buono', and 'altro...'. At the bottom of the chat area, there's a text input field with the placeholder 'Scrivi un messaggio...', and three icons: a smiley face, a paperclip, and a right-pointing arrow.

- 6 Dopo aver usufruito della live chat e dopo aver chiarito i suoi dubbi, decide di proseguire con il suo ordine, compilando i campi necessari e procedendo con il pagamento.

The screenshot shows the checkout process on the iVegan website. At the top, there's a header with a search bar and a navigation bar. The main content area is titled 'Checkout' and includes a sub-section 'Accedi / Crea un account'. Below this, there's a form for 'INDIRIZZO DI FATTURAZIONE' with fields for Nome*, Cognome*, Indirizzo*, Città*, CAP*, Provincia*, Nazione*, and Telefono*. A note at the bottom of this section states: '* obbligatorio' and 'Messaggio per la riservatezza dei dati dei clienti: i dati personali che ci fornisci sono utilizzati per rispondere alle tue domande, elaborare gli ordini o consentire l'accesso a informazioni specifiche. Hai il diritto di modificare e cancellare tutte le informazioni personali che si trovano nella pagina "Il tuo profilo".'. To the right, there's a 'RIEPILOGO' section showing '6 articoli' and '€ 33,36', with a note 'Spedizione Gratuita'. At the bottom, there's a large green button labeled 'Acquista ora' and a section titled 'Spedizione GRATUITA su tutti gli ordini, per sempre.' with a note about a 15% discount for pickup in Rome.

USER TEST

coming soon...