

MASTER UX/UI DESIGN

User Interface

Prima parte

Cazzin Samuele

Start2Impact



Indice

Prima parte

01. Introduzione

02. Nuova Identità

03. Colour Palette

04. Scala Tipografica

05. Icone e Illustrazioni

06. Interfaccia Utente

01

Introduzione

Nella fase progettuale precedente sono stati progettati i Wireframe, sia desktop che mobile. Questo ha permesso di concentrarsi sull'esperienza dell'utente e l'ottimizzazione della struttura del sito così da garantire un'usabilità ottimale.

Introduzione

Una volta raggiunto un risultato soddisfacente e coerente con tutte le fasi precedenti, ho iniziato la progettazione della User Interface della nuova versione del sito.

Prima di lavorare sul file Figma ho definito alcuni punti importanti, utili per una corretta progettazione e per elevare al massimo delle sue potenzialità la nuova interfaccia del sito Buddhify.



[Link Wireframes](#)

RICERCA ISPIRAZIONI

PALETTE COLORI

SCALA TIPOGRAFICA

ICONE

ILLUSTRAZIONI

ANIMAZIONI

02

Nuova Identità

La prima fase è stata la ricerca di ispirazioni, questo per capire su che basa si sarebbe appoggiata la nuova identità di Buddhify e come questa si sarebbe applicata all'interfaccia del nuovo sito.

Nuova Identità

Buddhify ha un'identità molto chiara, e soprattutto, diversa da molti altri **Competitor** sul mercato.

La prima cosa che salta all'occhio è il ricorrente utilizzo del **Colore**, presente sul logo e sulla funziona principale dell'applicazione.

Viene spiegata spesso anche la storia di Buddhify, nata da un'idea del proprio creatore che necessitava di un momento di respiro e distacco dalla frenetica vita in **Città**.

Proprio per questo, un altro punto fondamentale dell'identità di Buddhify è la gestione **Familiare**. Il personale è composto da poche persone e viene spesso dichiarato che la loro missione principale è quella di rimanere indipendenti.



Punti Fondamentali



Buddhify Colours

Buddhify utilizza il colore in modo funzionale, è presente graficamente sul sito e sull'applicazione per elencare le diverse tipologie di meditazione.

ENFATIZZARE IL COLORE



Urban Context

Nasce dalla necessità del fondatore di ricavarsi un proprio spazio all'interno della vita frenetica in città. Toni scuri e i punti di colore faranno parte della nuova interfaccia del sito.

DARK MODE E PUNTI DI COLORE



Family Business

Uno dei punti cardine di Buddhify è la gestione familiare e l'indipendenza, questo per avere come priorità la soddisfazione dei propri clienti invece di quella economica.

STORIA E OBIETTIVI DELL'AZIENDA

03

Colour Palette

Avendo definito la Nuova Identità del sito Buddify è stato fondamentale trovare la corretta Colour Palette, questo per poter enfatizzare la nuova identità e valorizzarla. In questo modo il sito sarà coerente in tutte le sue sezioni.

Colour Palette

CORPORATE COLOURS

I primi quattro colori riprendono i colori ufficiali di *buddhify* e sono stati riadattati per valorizzare l'interfaccia senza risultare troppo invadenti. L'utilizzo ha l'obiettivo di risaltare le diverse sezioni e arricchire i dettagli del sito, così da richiamare le luci che si trovano in città ma con dei toni decisamente più tenui.

NEUTRAL COLOURS

Come anticipato per rendere coerente il sito di buddhify con il contesto per cui è pensato il sito sarà in *Dark Mode*, con due diverse tonalità di nero per dare comunque un senso di dinamicità.

Vibrant Vanilla

#EFD583

#AE9751

Cerulean

#95CDED

#6997B2

Blush Pink

#F09C9B

#B26261

Frost Mint

#B8F6D4

#7FAD94

Old Black Jeans

#121212

Engineer Black

#1F1F1F

Applicazione Palette

BOTTONE PRIMARIO

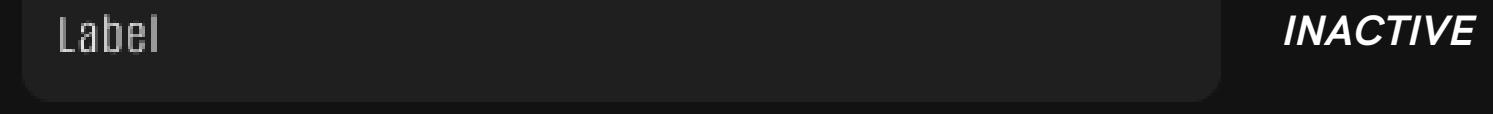
INACTIVE



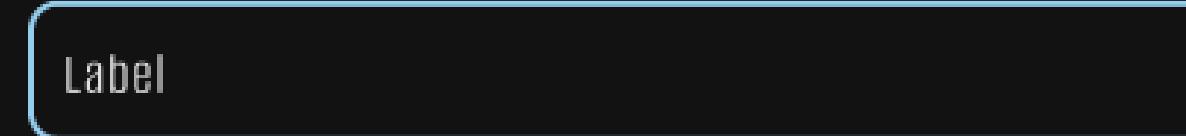
HOVER



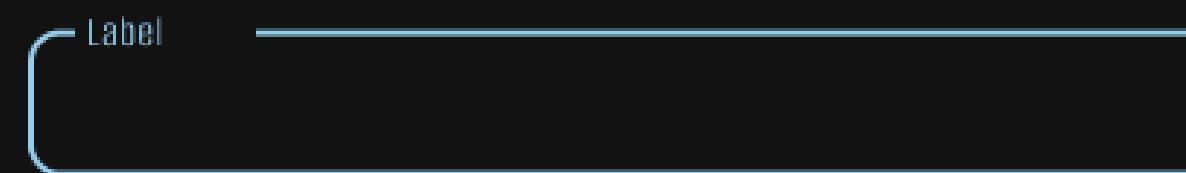
INSERIMENTO TESTO



INACTIVE



HOVER



ACTIVE

BOTTONE SECONDARIO

INACTIVE



HOVER



LINK E SELEZIONE

Selection

Link



INACTIVE

Selection

Link



HOVER

04

Scala Tipografica

Successivamente alla scelta della Palette è stata stesa la Scala Tipografica. Individuare il corretto font per valorizzare il progetto è un processo importante, soprattutto per garantire una corretta leggibilità ad ogni dimensione.

Scala Tipografica

Per la tipografia sono stati scelti due **Font**.

Sono state utilizzate diverse grandezze e valorizzate adattando i **Letter Spacing** e le **Line Height** in modo da garantire la massima leggibilità nelle diverse applicazioni.

Il Font scelto per i titoli e i link è l'**Alumni Sans**, originariamente ispirato al font Impact, per le sue linee pulite e la particolarità delle linee. Per i paragrafi di testo è stato scelto il font **Rubik**, ideale per la sua leggibilità anche a dimensioni ridotte e la semplicità dei caratteri.

Header 1 / 56px

Header 2 / 50px

Header 3 / 24px

Overline / 24px

Subtitle 1 / 18px

Subtitle 1 Bold / 18 px

Body 1 / 18px

Body 2 / 16px

Link 1 / 26px

Link 2 / 18px

05

Icone e Illustrazioni

Per valorizzare ulteriormente l'identità visiva di buddhify sono state progettate delle icone e delle illustrazione così da far emergere i valori dell'azienda e arricchire l'interfaccia.

Illustrazioni

L'illustrazione presente nella sezione Hero rappresenta quello che è il principale obiettivo di buddhify. La ragazza raffigurata è in un contesto cittadino ma riesce comunque a ritagliarsi il proprio spazio ascoltando una sessione di meditazione con una cuffietta.



Tutte le altre illustrazioni servono a descrivere delle sezioni presenti all'interno del sito. Sono accompagnate a dei pulsanti e sono state inserite nella sezione FAQ per renderla più emozionale e coerente con il resto del sito.



Icone

Anche le icone sono state integrate all'interfaccia del sito utilizzando colori scuri e i dettagli colore delle diverse sezioni.

Le icone scelte sono semplici e hanno l'obiettivo di far intendere all'utente cosa rappresentano senza difficoltà così da rendere le interazioni semplici e facili da comprendere.

Le icone sono state animate così da rendere il sito più emozionale e interattivo.



06

Interfaccia Utente

Tutte queste fasi mi hanno portato alla realizzazione dell'Interfaccia Utente finale partendo dai Wireframe.

Il risultato è coerente con l'identità di buddhify ma ha permesso di valorizzare i suoi punti di forza.

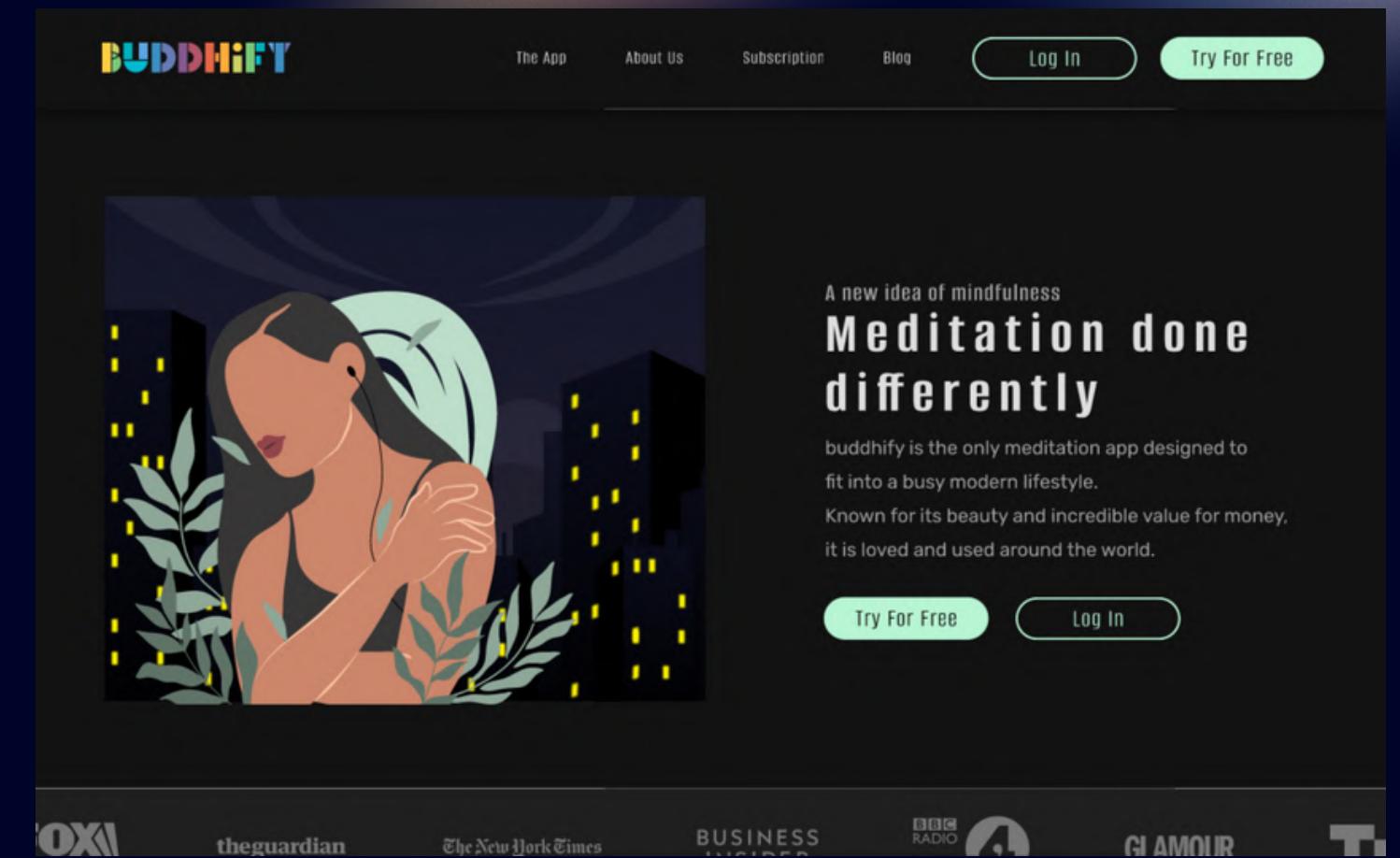
Prototipo

Per il prototipo sono state progettate 5 pagine del sito **buddhify**, l'attenzione è stata maggiore nei confronti di tutte quelle sezioni che, a seguito delle analisi nella fase **Discovery**, hanno subito più interventi migliorativi.

All'interno del file sono presenti due pagine Figma, la prima contenente il Prototipo del sito, nella seconda invece i Componenti per realizzare le animazioni presenti e ottimizzare la distribuzione degli elementi ricorrenti.



[Link Prototipo](#)

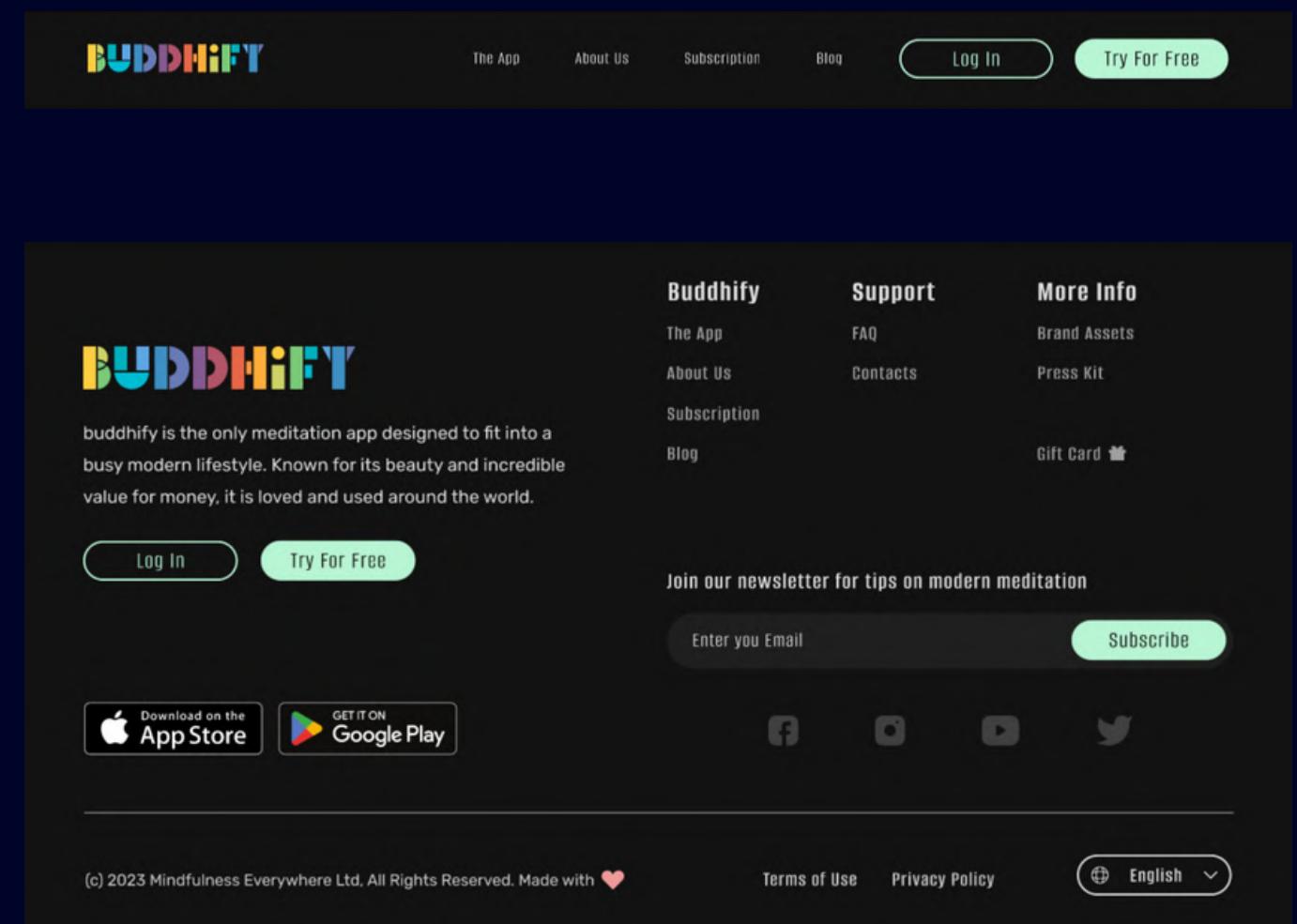


0-Elementi Standard

Il **Menù** ha solo 4 voci, dove sono state raggruppate le sezioni principali del sito, diversamente dal sito precedente sarà a scorrimento così da poterne usufruire in qualsiasi momento. Sono presenti anche il tasto per il **Log In** e la **Prova Gratuita**.

Anche il **Footer** conterrà solo le informazioni principali e saranno organizzate per aree di interesse.

Diversamente dal precedente saranno presenti la sezione **FAQ** e la **Newsletter**.



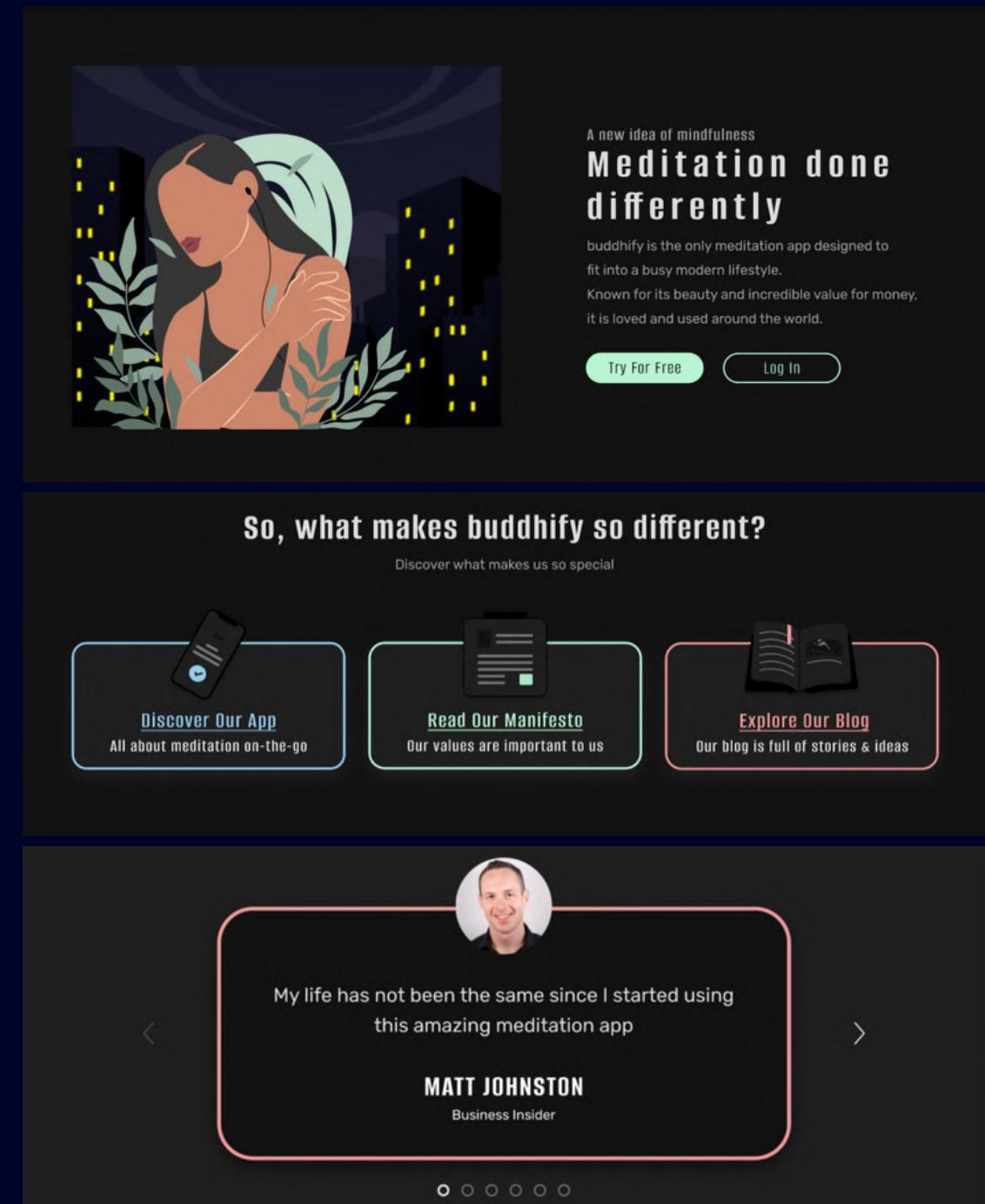
1-Homepage

La sezione **Hero** conterrà un'illustrazione e una breve descrizione del servizio.

Saranno mostrati i magazine che hanno citato il servizio e anche le recensioni degli utenti.

Verranno mostrati ai clienti i diversi abbonamenti per usufruire del servizio e la possibilità di regalare una **Gift Card**.

A fine pagina saranno elencate le domande più frequenti e un'intera sezione darà dedicata al download dell'**App**.

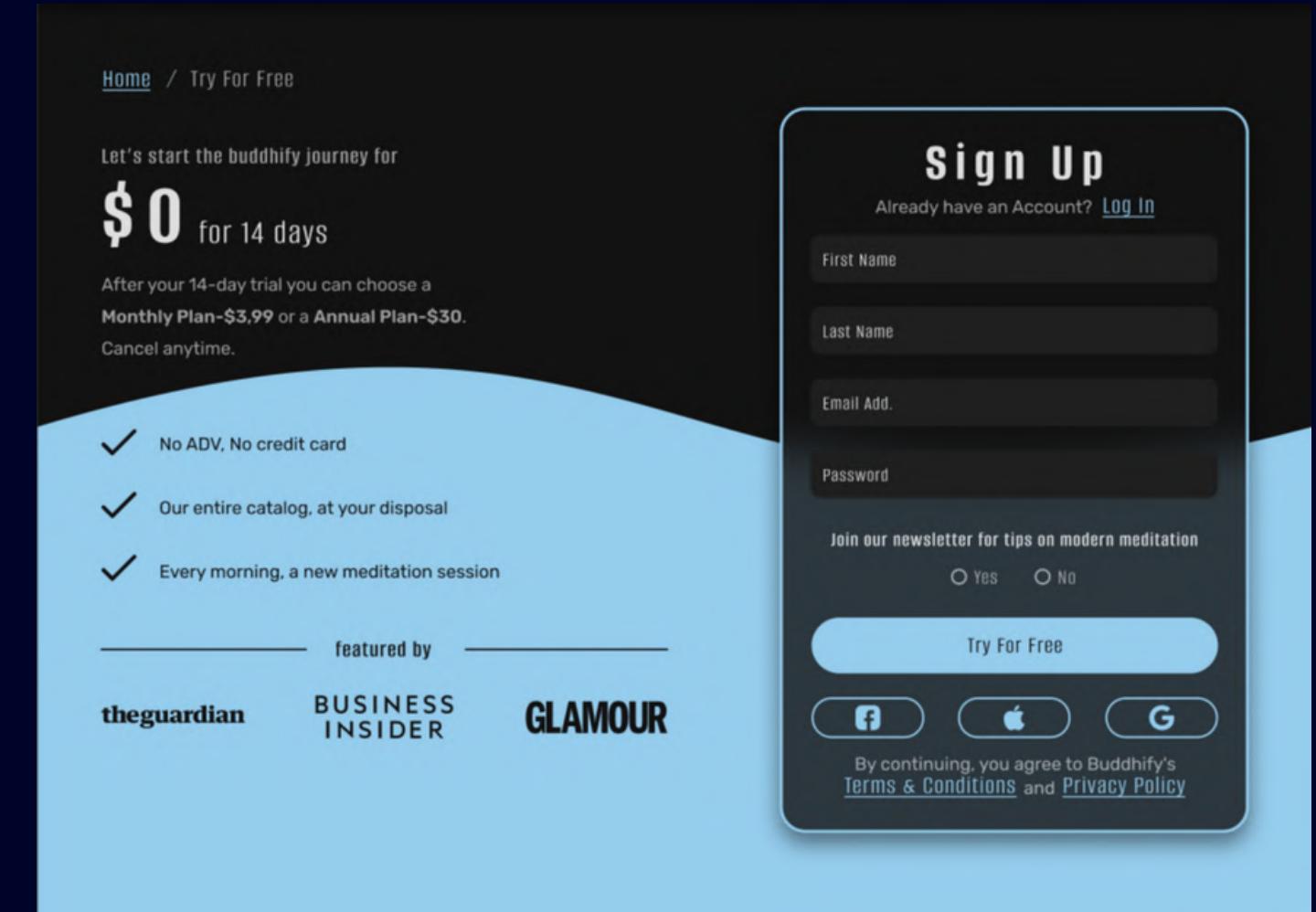


2-Try For Free

La sezione **Try For Free** è raggiungibile attraverso diverse **CTA** e attraverso il menù.

Il form per compilazione è stato animato così da creare un senso di interazione con l'utente – che può scegliere di eseguire l'accesso anche attraverso applicazioni esterne.

A sinistra sono presenti diverse informazioni riguardo la prova gratuita e vengono nuovamente citati alcuni magazine e riviste che hanno parlato del servizio buddhify.



3-About Us

La sezione **About Us** raggruppa diverse pagine del sito precedente creando un'unica sezione per raccontare la storia dell'applicazione e dei partecipanti al progetto.

Inizialmente vengono descritti la **Storia** e cosa **Differenzia** buddhify dagli altri servizi. Successivamente è presente un carosello con i punti del **Manifesto** dell'azienda, precedentemente esteso ad una pagina difficile da raggiungere.

Vengono raccolti tutte le persone che compongono l'azienda: **Core Team**, **Wider Team** e **Teachers**. La pagina si conclude con una **CTA** per il download dell'app.

About Us

Buddhify creator Rohan Gunatillake first started meditating while at university and soon afterwards began work for a large technology company in London. As his interest in meditation grew and grew, he realised that what he was being taught felt very separate from the fast-paced, digital, urban life he was living (and indeed loving). That's when he discovered the power of on-the-go or mobile meditation. Inspired by the idea that every moment can be an opportunity for mindfulness and that the city is just as good a place for meditation, he started remixing and adapting classical techniques so that they better fitted into what his days actually looked like. A few years later and as mindfulness was on the rise, Rohan would often be asked by his friends to recommend them an app. Seeing that there wasn't anything available on the app store that mindfulness in a way that was beautiful, accessible and effective,



What makes us so different?

Meditation Done Differently

- Meditation on-the-go**
buddhify focusses on mobile or on-the-go meditation, which you can do wherever you are and whatever you're doing.
- No expensive subscription**
Buddhify has an upfront cost rather than the more common monthly subscription model.
- Made by a family business**
Buddhify creator stopped doing his previous work and now works on buddhify and related products full-time.
- Led by our values**
Because the company is entirely self-funded, we can focus on our client rather than serving the needs of investors.
- Diverse teacher talent**
Diversity is not only having a diverse team which make a better product, it means that people will see themselves represented.
- A unique voice**
Buddhify creator is now known for his knowledge about all the way mindfulness apps could and should do better.

Discover who drive our value and believe

Our People

Core Team



- Rohan Gunatillake**
Creator
- Lucy Gunatillake**
Research & Vocals
- Emmie McKay**
Production & Vocals
- Pärtel Unga**
Production & Design

4-Subscription

Subscription è la sezione dedicata ad informare il cliente sulle diverse possibilità di abbonamento – vengono anche elencati i tipi di servizi a cui si può accedere in base alla propria scelta.

Come nella **Homepage** è seguita dalla sezione riguardo la **GiftCard**.

Le restanti sezioni sono degli approfondimenti sui servizi del sito, sempre volti a informare il cliente e a renderlo partecipe e consapevole.

The screenshot shows a dark-themed subscription comparison table. At the top, it says "Unlock amazing new features" and "Pick what suits perfect for you, never too late to change". Below this, a note states: "We understand that as your meditation skills grows, you needs evolve. That's why our plans are thought and designed to adapt and scale alongside you." The table has four columns: "Free Trial", "\$0 14 Days", "Monthly Plan \$3.99 Per Month", and "Annual Plan \$30 2.5\$/Month". A "See in other currencies" section lists "US", "UK", "EU", and "AUS". The table rows compare features like "No ADV, No credit card", "Our entire catalog for you", "Daily meditation sessions", "Customer Service 24h", and "Special contents for you".

The screenshot shows a section titled "Bonus session and special contents for our member" with the heading "What's waiting for you". It features three images: a person using a smartphone, a person sitting cross-legged, and a close-up of a hand holding a smartphone. Below each image is a brief description and a "More about" link. The descriptions are: "A first-of-its-kind karaoke-style feature which allows you to read out and share our most popular meditations in your voice.", "Designed to help you grow your formal meditation skills, this wheel contains 18 new meditations presented as short training courses.", and "Video courses, practice themes, deep dives into popular meditations, and stories from across the community, updated on a weekly basis."

5-FAQ Section

La sezione **FAQ** è raggiungibile attraverso il **Footer** ed è stata pensata per essere più emozionale rispetto alle classiche sezioni di **Supporto**.

Sotto alla **Searchbar** è possibile essere reindirizzato ad altre pagine del sito, oltre alle voci sono presenti delle illustrazioni a rendere più chiare e meno fredde le opzioni selezionabili.

Successivamente sono presenti gli ultimi **aggiornamenti** e le domande più cercate.

Qualora l'utente fosse comunque in difficoltà l'ultima sezione invita l'utente a **contattare il servizio**.

