

Università degli studi di Salerno
Dipartimento di Informatica
Corso di Laurea in Informatica

TECNOLOGIE SOFTWARE PER IL WEB

Website Design

“NewAgain”

Docente:

Rita Francese

Studenti:

Nome

G.Sorrentino

I.Fasolino

D.Palma

E.Vitale

Matricola

14332

08680

15151

14233

Anno Accademico: 2022/23

NewAgain

1. Obiettivo del progetto

L'obiettivo principale del progetto è quello di offrire una selezione unica e di alta qualità di capi d'abbigliamento vintage agli acquirenti, consentendo loro di trovare pezzi unici che non sono disponibili nei negozi tradizionali.

Inoltre, l'obiettivo è anche quello di creare una comunità di appassionati di moda vintage, informata sulle tendenze vintage, sulla storia della moda e su come indossare i capi vintage in modo moderno e fresco.

Il sito che vogliamo realizzare vuole proporre un'esperienza d'acquisto facile e intuitiva per i clienti, fornendo foto di alta qualità dei prodotti, descrizioni dettagliate e informazioni sulle condizioni del capo.

Infine, il nostro focus è quello di promuovere lo stile di vita sostenibile, incoraggiando i clienti a scegliere l'abbigliamento vintage come un'alternativa alla moda veloce e alla produzione di massa, contribuendo così a ridurre l'impatto ambientale della moda.

2. Analisi di siti esistenti

Uno dei casi studio analizzati è il sito **doubledoublevintage.de**.

È un sito tedesco leader in Europa nella vendita di capi vintage.

Fondata nel 2018 da Simon e Niklas dalla comune passione per l'abbigliamento vintage e la cultura degli anni '90, Double Double è diventata una delle principali destinazioni per lo sport vintage e lo streetwear in Europa.

Double Double offre una varietà di pezzi rari (e da collezione)

degli anni '90 e dei primi anni 2000 con riferimenti a sport, musica, TV, film e cultura pop statunitensi.



- Il sito ha una homepage semplice, minimale ed efficace con una foto che richiama il mondo vintage e pochi colori semplici.
- Nella barra dove già si trova tutto quello di cui un utente può aver bisogno
- User experience molto intuitiva.

The screenshot shows a user interface for a shopping cart or product search. On the left, a yellow sidebar contains filters for 'Category', 'Style', 'Brand', 'Size', 'Price', and 'Color'. Below these is a note about using cookies for a better shopping experience, followed by a 'NA GUT!' button. The main area displays four products in a grid:

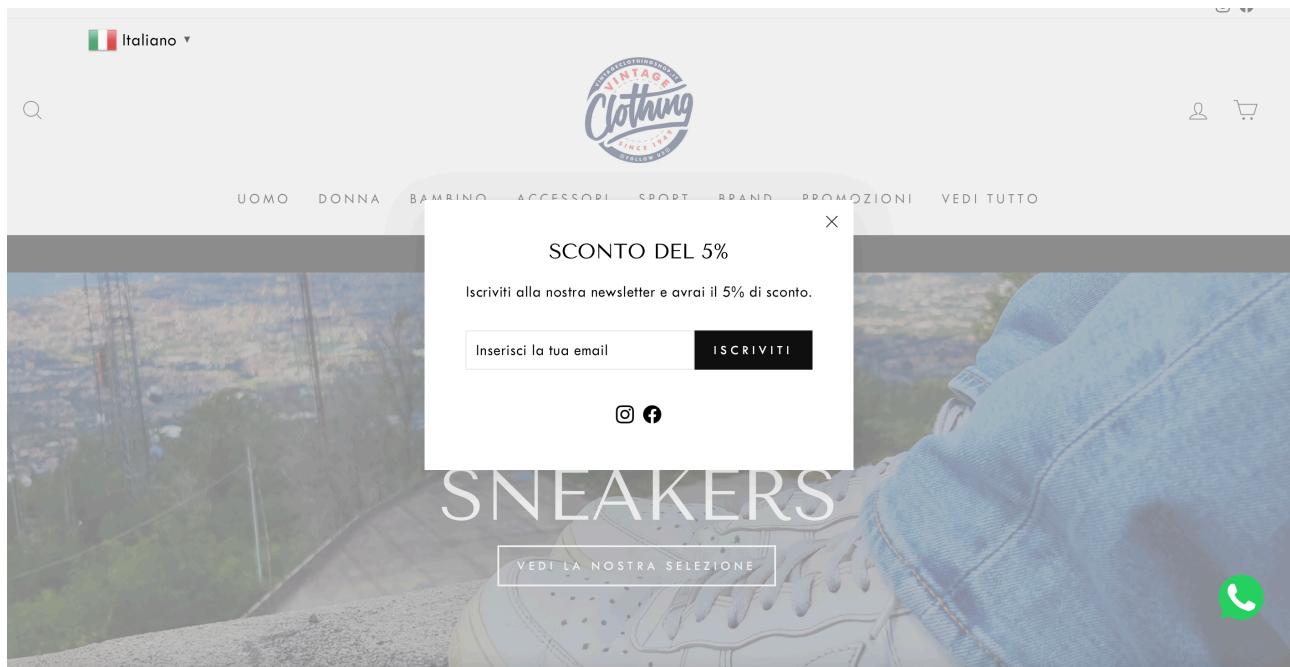
- Vintage New Orleans Saints Sweater XXL** (Black sweatshirt with 'SAINTS' logo)
- 2000 Puma Super Bowl Sweater XLarge** (Grey sweatshirt with 'PUMA' and 'SUPER BOWL' logos)
- Vintage Philadelphia Eagles Sweater XLarge** (Teal sweatshirt with 'EAGLES' logo)
- Vintage Starter San Francisco 49ers Jacket XLarge** (Black zip-up jacket with '49ERS' logo)

Each item includes its name, description, and price (e.g., 59,00 €, 64,00 €, 59,00 €, 109,00 €). At the bottom right of the grid is a language switcher showing 'DE'.

• Un utente visitatore ha la possibilità di aggiungere prodotti all'interno del carrello ed eventualmente di completare l'acquisto senza necessariamente effettuare la registrazione al sito.

A livello di singole pagine dei prodotti:

- Prodotti in primo piano messi a griglia; mostrano direttamente marca, tipo indumento, taglia e prezzo.
- A livello di user experience è utile il fatto che scendendo giù all'interno della pagina si hanno sempre di lato i filtri nel caso si decida di aggiungere o rimuovere un filtro per la ricerca.
- Per ogni prodotto presente, si ha la possibilità di cliccare su di esso per visualizzarne i dettagli; spostando il mouse sull'immagine del prodotto si ha la possibilità di vedere ogni punto dell'immagine ingrandito. Ciò permette ai clienti di soffermarsi meglio sui dettagli del prodotto per decidere eventualmente di acquistarlo.



Un altro caso di studio è il sito **Vintageclothingshop.it**

- Anche questo sito ha una home page semplice, minimale ed una user experience molto intuitiva.
- È utile la funzionalità che permette di iscriversi alla newsletter e ottenere uno sconto, qualche secondo dopo che si entra nel sito. Non è per niente invasivo, così come non lo sono i cookie.
- Inoltre, vi è una barra che scorre con alcune novità, ad esempio spedizione gratuita, nuovi arrivi o eventualmente la presenza di sconti.

3. Funzionalità del sito

Le funzionalità del sito saranno progettate per offrire una piacevole esperienza di acquisto online e per facilitarne la scoperta e l'acquisto di capi d'abbigliamento vintage unici.

Come funzionalità abbiamo:

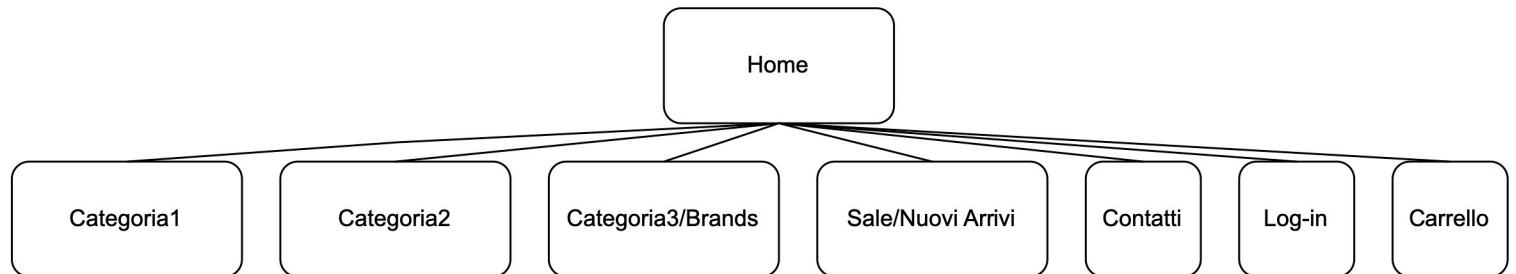
- **Catalogo prodotti:** una funzionalità che consente ai visitatori del sito di sfogliare facilmente i prodotti in vendita, con foto, descrizioni dettagliate e prezzi.
- **Filtri di ricerca:** i filtri di ricerca aiutano i clienti a trovare rapidamente i prodotti che cercano. Ad esempio, i filtri possono essere basati su genere, colore, taglia, epoca, tipo di abbigliamento (pantaloni, abiti, camicie, ecc.) e condizioni del prodotto.
- **Barra di ricerca:** una funzionalità che consente rapidamente di ricercare il prodotto desiderato.
- **Carrello e checkout:** una funzionalità che consente ai clienti di selezionare i prodotti che desiderano acquistare, aggiungerli al carrello e procedere al checkout in modo facile e sicuro.
- **Recensioni dei clienti:** una funzionalità che consente ai clienti di lasciare recensioni sui prodotti che hanno acquistato, aiutando gli altri clienti a fare scelte informate.
- **Informazioni sulle politiche di reso e di spedizione:** una funzionalità che fornisce informazioni chiare e dettagliate sulle politiche di reso e di spedizione del sito, per evitare equivoci e assicurare una buona esperienza di acquisto.
- **Supporto:** una funzionalità che consente ai clienti di accedere ad una serie di contatti per ottenere assistenza o rispondere alle domande sui prodotti e sul processo di acquisto.

4. Utenti del sito

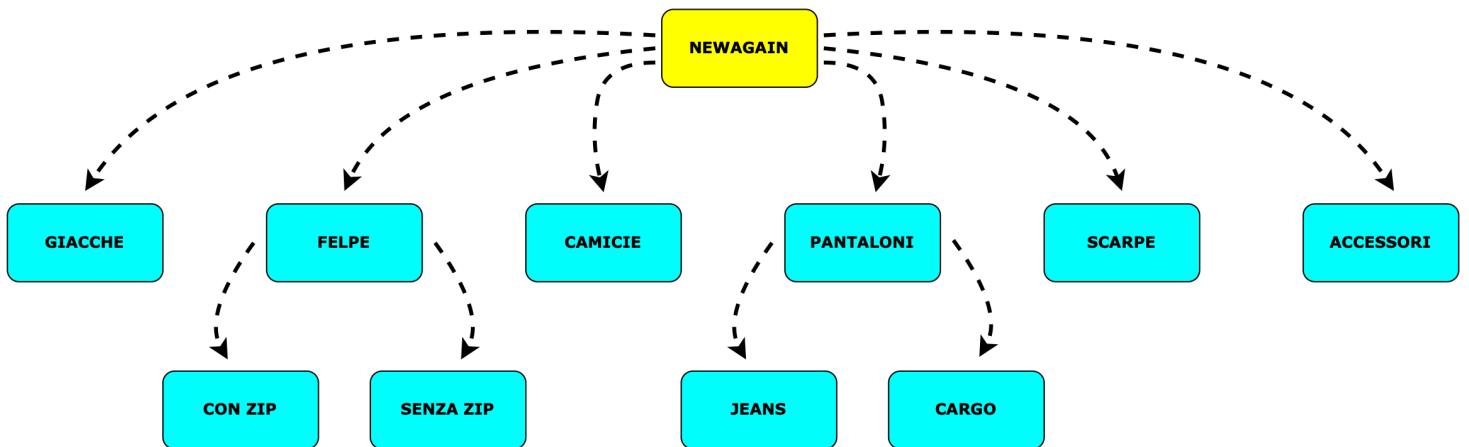
Tra i principali utenti ci sono:

- i **clienti**, ossia coloro che visitano il sito per fare acquisti. I clienti possono essere occasionali, abituali o fedeli, a seconda della frequenza con cui visitano il sito e a seconda del grado di fedeltà al brand; essi potranno:
 - Navigare nel sito per visualizzare prodotti;
 - Visualizzare informazioni sui prodotti;
 - Creare un account personale per salvare le informazioni di acquisto;
 - Aggiungere prodotti al carrello;
 - Effettuare il pagamento degli ordini;
 - Visualizzare la lista degli ordini effettuati;
 - Scrivere recensioni sui prodotti acquistati.
- i **visitatori**, sono gli utenti che visitano il sito ma non hanno ancora effettuato un acquisto. Possono essere utenti che cercano informazioni sui prodotti o che stanno valutando se effettuare o meno un acquisto; essi potranno:
 - Navigare nel sito per visualizzare prodotti;
 - Visualizzare informazioni sui prodotti;
 - Aggiungere prodotti al carrello;
- gli **amministratori**, che gestiscono il sito e le sue attività; ossia:
 - Gestione dei prodotti (aggiunta, modifica, cancellazione), delle categorie e degli attributi;
 - Gestione degli ordini e dei pagamenti;
 - Gestione delle recensioni dei clienti;
 - Gestione dei report e delle analisi sulle vendite;
 - Gestione dei contatti con i clienti.
- i **dipendenti**, che lavorano per l'azienda di e-commerce e si occupano di attività come:
 - Gestione delle attività di vendita;
 - Gestione degli ordini e della spedizione;
 - Gestione dei pagamenti e delle transazioni;
 - Assistenza ai clienti.

5. Diagramma navigazionale

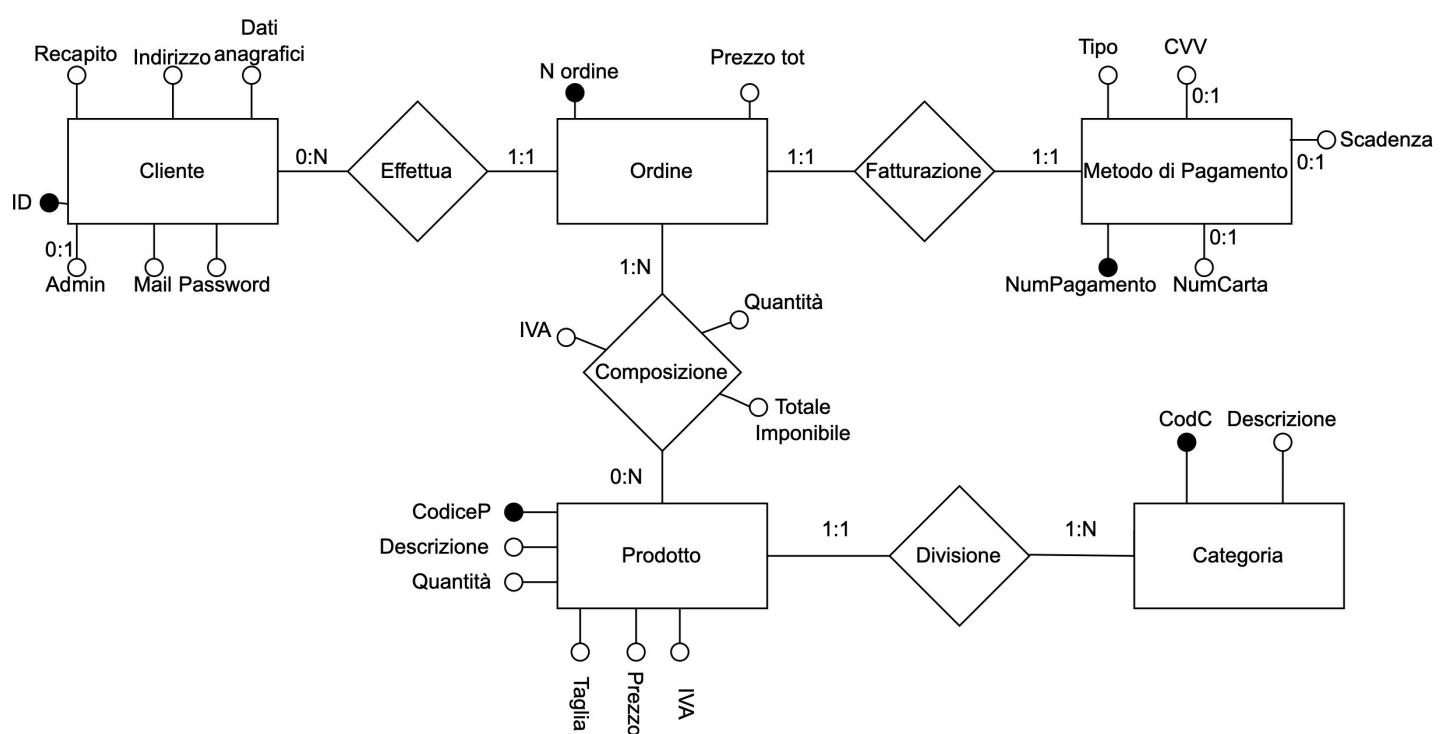


6. Mappa dei contenuti

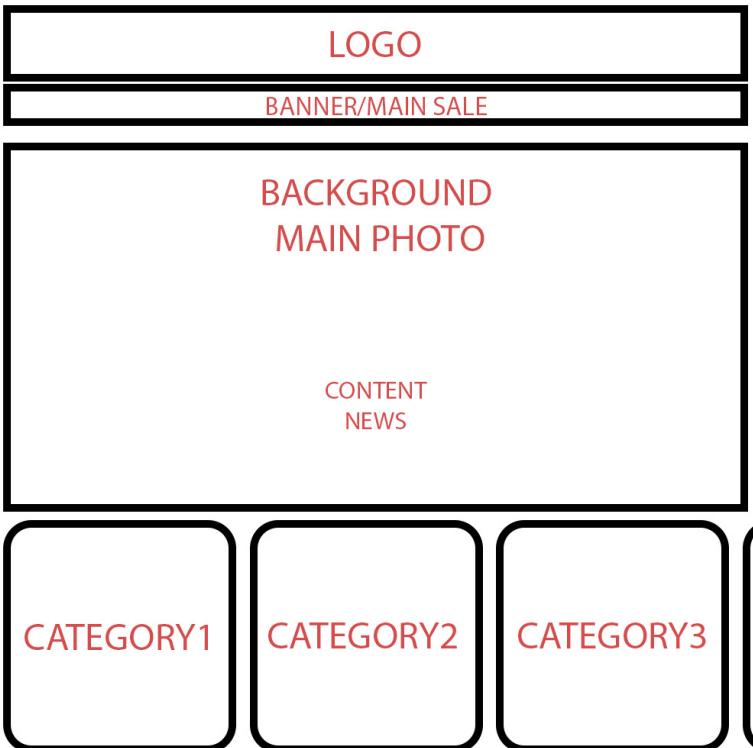


7. La base di dati

(Schema ER)



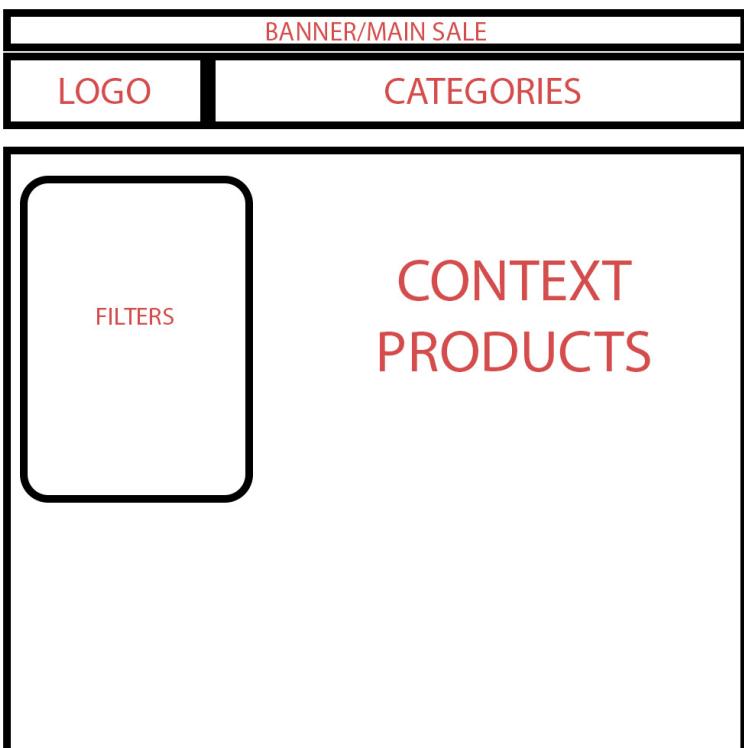
8. Layout



Questo Layout ci piace molto, specialmente per utilizzarlo come homepage, dove l'utente che arriva soprattutto per la prima volta sul sito si ritrova in bella vista il logo e lo sconto più importante attivo in quel determinato periodo.

Una frase accattivante al centro della pagina con una foto dietro che richiama l'anima pulsante del sito;

Quest'ultima al centro da una divisione chiara tra il banner (sopra) e le categorie presenti nella parte sottostante.



Differentemente dal primo, questo Layout richiama lo schema ideale per una pagina prodotti.

Qui poniamo il focus al 100% sui prodotti, così l'utente non ha altro da cui venir distratto fuorché la bellezza dei prodotti che vogliamo proporre.

“Utility component” vitale di questo layout è il riquadro dei filtri che durante la navigazione e lo scrolling seguirà sempre tale scorrimento, per essere sempre lì pronto in caso di necessità.

9. Scelta dei colori

