



# ***Progetto per Introduzione al UX/UI Design***

William Mariella - Migliorare la User Experience

Commissionato da start2impact

2023



## Presentazione del marchio

Phenix è un'azienda francese dedicata a combattere gli sprechi alimentari, operante in alcune grandi città dell'Europa Occidentale. L'app sviluppata da Phenix ha lo scopo di mettere in contatto i consumatori - attenti a contenere le spese quotidiane e sensibili alle tematiche dello spreco alimentare - con le imprese del settore Food che hanno a disposizione del cibo destinato alla spazzatura. L'offerta Phenix prevede delle "boxes" di cinque differenti categorie da poter scegliere: bio, vegano, vegetariano, halal e kasher.

# Analisi comparata dei servizi web: Phenix vs Concorrenza



	Phenix	Too Good To Go	Last Minute Sotto Casa	Regusto	Una Buona Occasione	btf
Newsletter?	✓	✓				
Distinzione servizi consumatori/ aziende?	✓	✓		Solo in app.		
FAQ?	✓	✓		✓		
Partnerships?	✓	✓		✓		✓
Riconoscimenti?			✓	✓		
Link app?	✓	✓			✓	
Informazioni e sensibilizzazione?	✓	Scarse.		✓	✓	
Blog?	✓			✓		

L'analisi comparata fra il sito web sviluppato da Phenix e quelli dei suoi maggiori concorrenti sul mercato suggerisce che Phenix è in grado di fornire un'ampia gamma di servizi che le assicurerebbero un certo vantaggio competitivo. Almeno in teoria, il sito Phenix dovrebbe garantire una soddisfacente esperienza utente, poiché contiene tutte le funzioni di usabilità essenziali e oltretutto anche dati e informazioni generali sullo spreco alimentare, messaggi di sensibilizzazione, "calls to action" e anche un blog dedicato. Eppure, basterebbe navigare per pochi minuti nel sito Phenix per accorgersi di alcuni *difetti non lievi di usabilità*.

## Qual è l'Home Page?

Se addirittura vi sono dei dubbi su quale sia effettivamente la homepage del sito Phenix, è chiaro che si ha a che fare con uno fra i più gravi difetti di usabilità. Infatti, uno dei più importanti principi di usabilità prevede che l'utente debba essere sempre a conoscenza in quale parte del sito si trova, cosa può fare lì e cosa sta succedendo in un dato momento [J. Nielsen, *10 Usability Heuristics*, nov. 2020, NN/g]. Sulla piattaforma star2impact si richiede di modificare la seguente "homepage" al link:

<https://www.wearephenix.com/it/app-anti-spreco/>

Dopo aver navigato un po' nel sito, decido di voler tornare alla homepage, cliccando come da convenzione consolidata (**e come sempre dovrebbe essere**) il logo del marchio Phenix fissato in alto a sinistra. Invece, si apre questa pagina:

<https://www.wearephenix.com/it/>

la quale sembra essere la "vera" homepage prescelta. Infatti, se si ricerca "Phenix" su Google, il primo risultato indicizzato corrisponde al secondo link e non al primo.

# La homepage indicizzata su Google

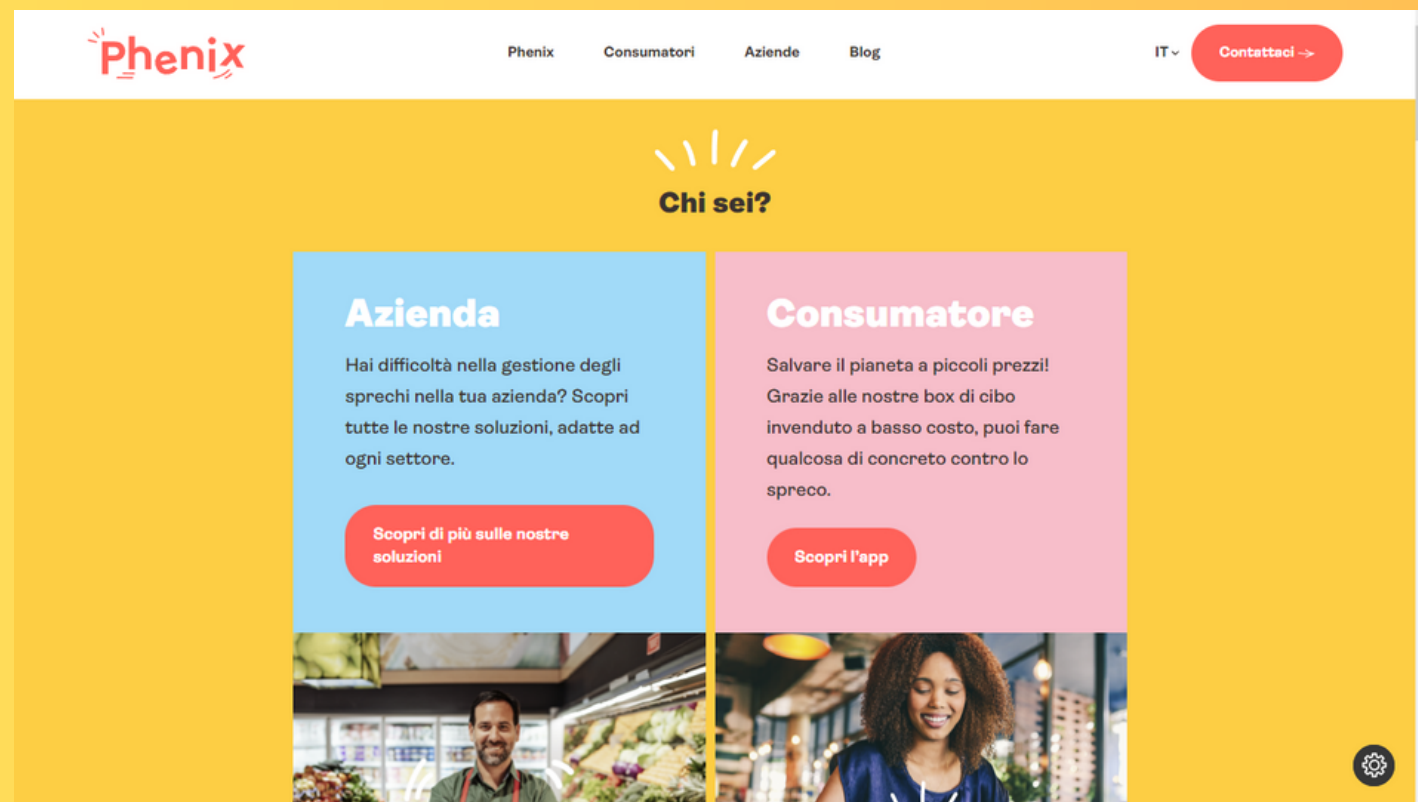
*Quanti siti internet hanno una homepage in cui si chiede all'utente chi sia?*

Generalmente, è proprio il contrario: nella homepage viene spiegato chi è il titolare del sito, cosa fa ed eventualmente quali prodotti propone sul mercato, esattamente come tutte le homepage dei concorrenti di Phenix.

*Quanti siti internet di marchi che offrono programmi o app di qualsiasi genere condividono il link di download nella homepage?*

La maggioranza, ma su questa pagina non è presente alcun link di download.

Pertanto, la presentazione proseguirà illustrando la mia proposta di homepage del sito Phenix non sulla base della homepage qui rappresentata, ma sulla base di quella proposta da start2impact, stravolgendo completamente alcuni elementi e modificandone leggermente altri.

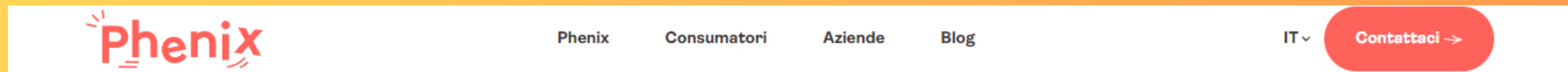




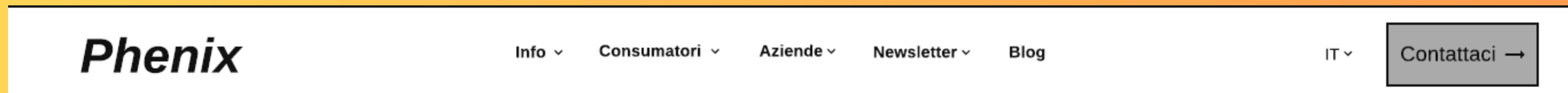
# Header originario vs header modificato

A livello di UX, è stato modificato radicalmente l'header originario, il quale è composto dalle seguenti 4 categorie che sono a loro volta link ipertestuali.

- 1) **Phenix**: indirizza alla homepage originale (**che io eliminerei**).
- 2) **Consumatori**: indirizza alla homepage indicata da start2impact.
- 3) **Aziende**: indirizza al sito PhenixPro.
- 4) **Blog**: indirizza al blog di Phenix.



Le nuove categorie proposte, invece, **NON** sono link ipertestuali, ad eccezione di Blog. Quando viene cliccato il nome della categoria o la freccetta laterale appositamente aggiunta, apparirà una tendina in cui vengono elencati i link per le pagine che sono state raggruppate all'interno della rispettiva categoria.



# Gerarchizzazione originaria vs gerarchizzazione modificata

**In Phenix:** 1) Chi siamo?; 2) Il nostro manifesto;  
3) Rifiuti; 4) Unisciti a noi.

**In Consumatori:** 1) Utilizzo dell'applicazione;  
2) Domande frequenti.

**In Aziende:** 1) Panifici, fruttivendoli, gastronomie;  
2) Hotel, ristoranti;  
3) Supermercati, ipermercati.

**In Info:** 1) Chi siamo?; 2) Il nostro impegno;  
3) Rifiuti; 4) Unisciti a noi.

**In Consumatori:** 1) Utilizzo dell'applicazione;  
2) Domande frequenti.

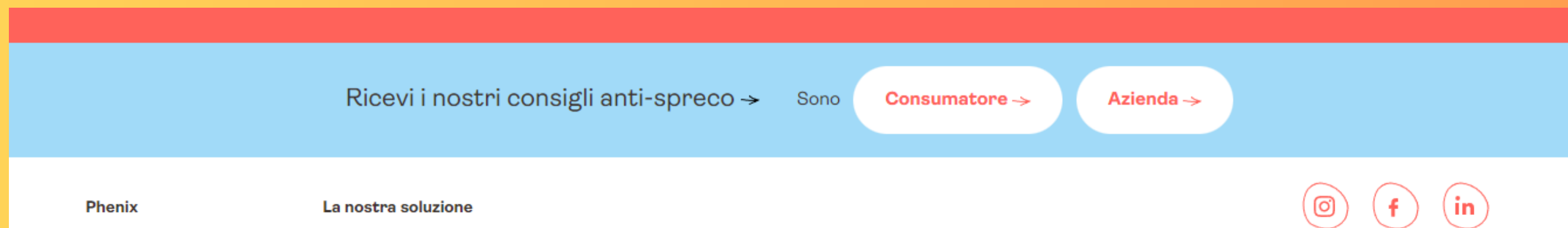
**In Aziende:** 1) PhenixPro;  
2) Panifici, fruttivendoli, gastronomie;  
3) Hotel, ristoranti;  
4) Supermercati, ipermercati.

**In Newsletter:** 1) Per consumatori; 2) Per aziende.

**NB:** la gerarchizzazione proposta non è stata integrata nel wireframe per ragioni estetiche.

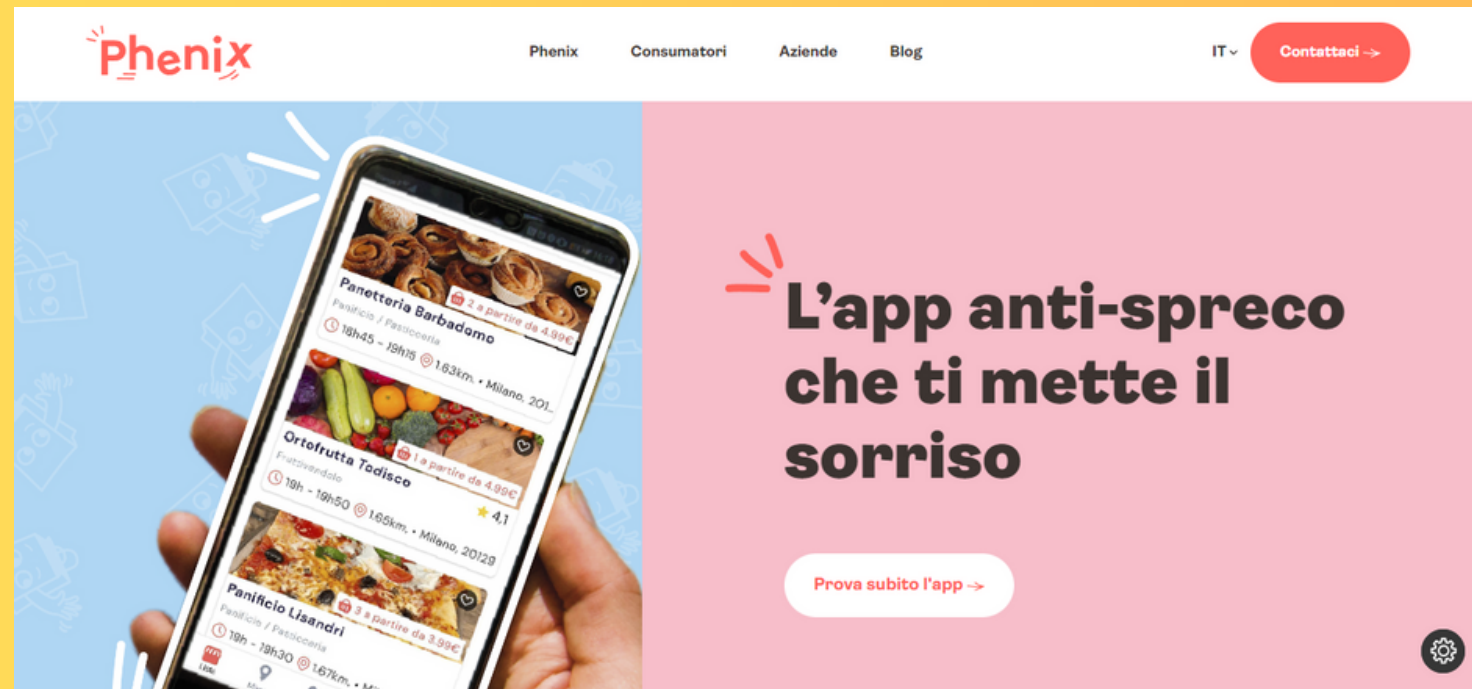


- La categoria "Phenix" è stata rinominata "Info", in quanto contiene pagine informative su chi è l'azienda ("Chi siamo?"), su cosa fa ("Il nostro impegno"), sui rifiuti alimentari in generale ("Rifiuti"), su cosa fanno i dipendenti di Phenix e come si fa ad entrare nel progetto Phenix ("Unisciti a noi").
- La pagina "Il nostro manifesto" è stata rinominata in "Il nostro impegno", perché così vengono meglio rispecchiati i suoi contenuti, oltre a sembrare meno altisonante e pretenziosa.
- La categoria "Consumatori" è rimasta tal quale.
- Alla categoria "Aziende" è stato aggiunto il link alla homepage del sito PhenixPro. Gli altri link indirizzavano già originariamente a pagine del sito PhenixPro.
- Cliccando su "Blog" si aprirà il Blog di Phenix in un'altra finestra del browser.
- E' stata aggiunta all'header la categoria "Newsletter", in cui rientrano le pagine corrispondenti al servizio dedicato ai consumatori ("Per consumatori") e quello dedicato alle aziende ("Per Aziende"). Originariamente, la sezione per l'iscrizione al servizio di Newsletter era stata relegata nei pressi del footer, come mostrato nella figura sottostante. Spostando i link per l'iscrizione ai due distinti servizi di newsletter sull'header, si intende conferirgli maggiore valorizzazione e visibilità.

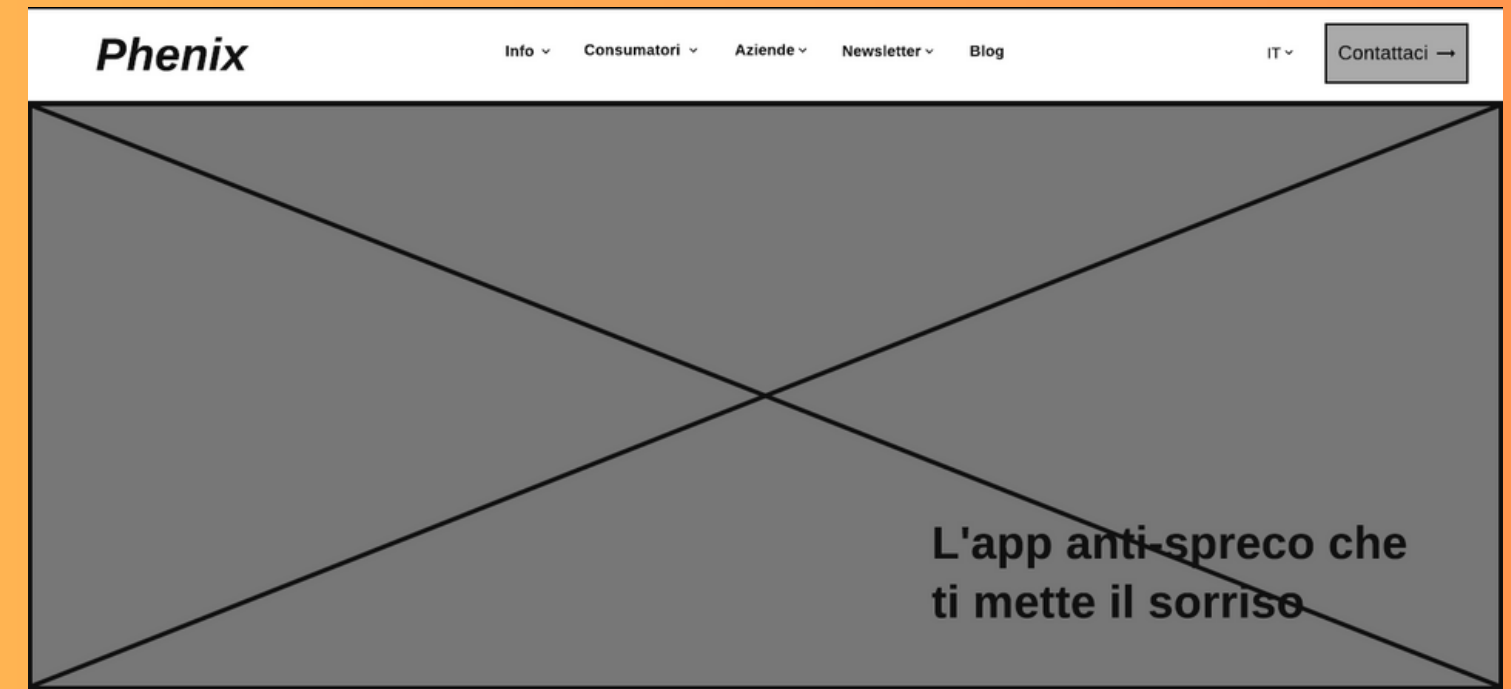


# Prima schermata: stravolta l'interfaccia originaria

## Originale



## Modificato



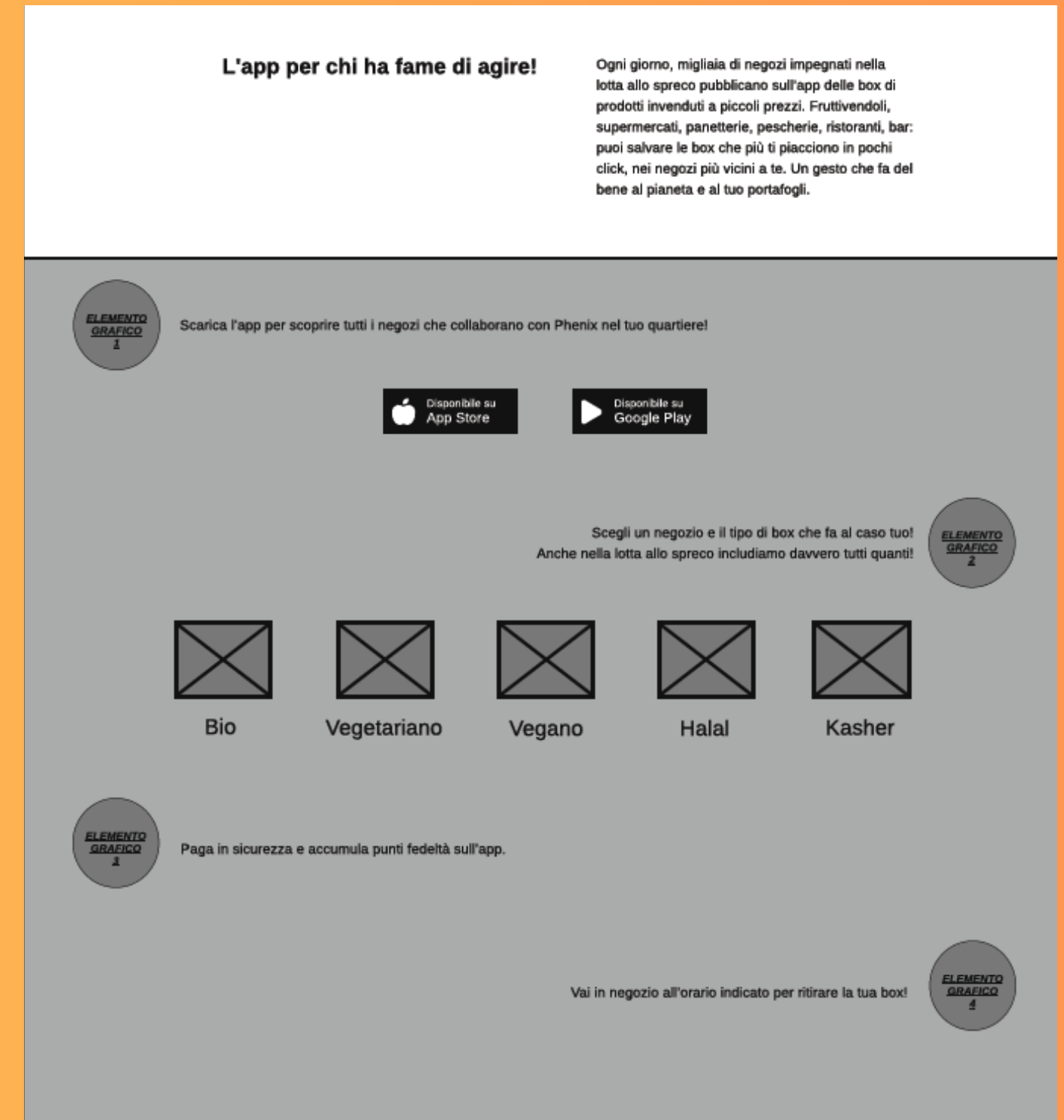
Lo spazio per l'immagine è stato esteso a tutto schermo, integrando in essa il copy. L'immagine a mio parere deve essere totalmente cambiata: proporrei una foto in cui vengono rappresentati un gruppo di quattro o cinque persone (donne e uomini di differente etnia), *tutti sorridenti* (così da rinforzare il messaggio del copy), seduti intorno ad un tavolo sui cui sopra si possano vedere chiaramente un paio di Phenix boxes. Le persone raffigurate dovranno avere pose diverse: ci dovrà essere chi consulta il cellulare, chi è intento a discutere convivialmente e chi si appresta a mangiare uno dei prodotti contenuti nelle boxes.

# Seconda schermata: modifiche a livello sia di UX sia di UI

## Originale



## Modificato



E' stato deciso il ri-arrangiamento dei contenuti delle caselle sopra illustrate. Gli elementi grafici sono stati riallocati, con l'indicazione di aggiungere in ciascuno di essi un numero (1, 2, 3, 4) per mettere in evidenza la consequenzialità delle fasi del processo di acquisto di una Phenix box. Sono stati aggiunti, sotto il copy corrispondente alla fase 1, i link per scaricare l'app su Google Play e App Store. Sono stati aggiunte, sotto il copy (modificato ad hoc) corrispondente alla fase 2, cinque immagini (o in alternativa potrebbero anche andare bene ulteriori elementi grafici) che rappresentino i cinque tipi di Phenix boxes.

# Il corpo della homepage: piccole modifiche ma significative



Sotto la tabella sono stati aggiunti i link per scaricare l'app su App Store e Google Play, accompagnati da una call to action.

**piccoli prezzi)**

Approfitta di ottimi prodotti a metà prezzo: con Phenix, puoi risparmiare tutti i giorni. Con pochi click, puoi ordinare la tua box di invenduti dai tuoi negozi preferiti del tuo quartiere. Ti basterà poi passare a ritirarla nella fascia oraria prestabilita. È super facile e veloce!

**Prendiamoci cura del Pianeta, è l'unico che abbiamo!**

Se fosse un Paese, lo spreco alimentare sarebbe il terzo per numero di emissioni di CO2. In altre parole, evitando lo spreco, evitiamo di sprecare un sacco di altre risorse, necessarie alla produzione di cibo: acqua, terra, trasporti,

Le immagini originali nel corpo del sito (enormi!) sono state rimpicciolite e distanziate l'una dall'altra, per lasciare un po' di spazi vuoti e non saturare la visuale dell'utente. I link per scaricare l'app solo su Google Play sono stati eliminati ...

*Ora ti abbiamo convinto?  
E allora scarica la nostra app!*

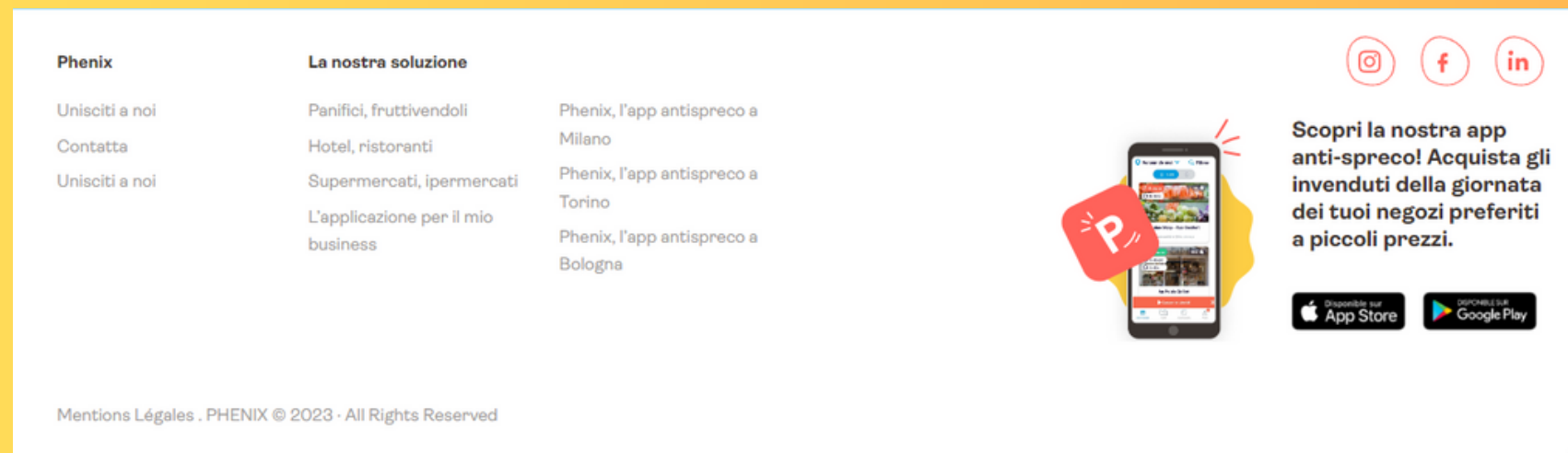
Disponibile su App Store    Disponibile su Google Play

... ma sono stati poi aggiunti i soliti due link per scaricare l'app su App Store e Google Play nella parte terminale del corpo della homepage, accompagnati ancora una volta da una call to action.

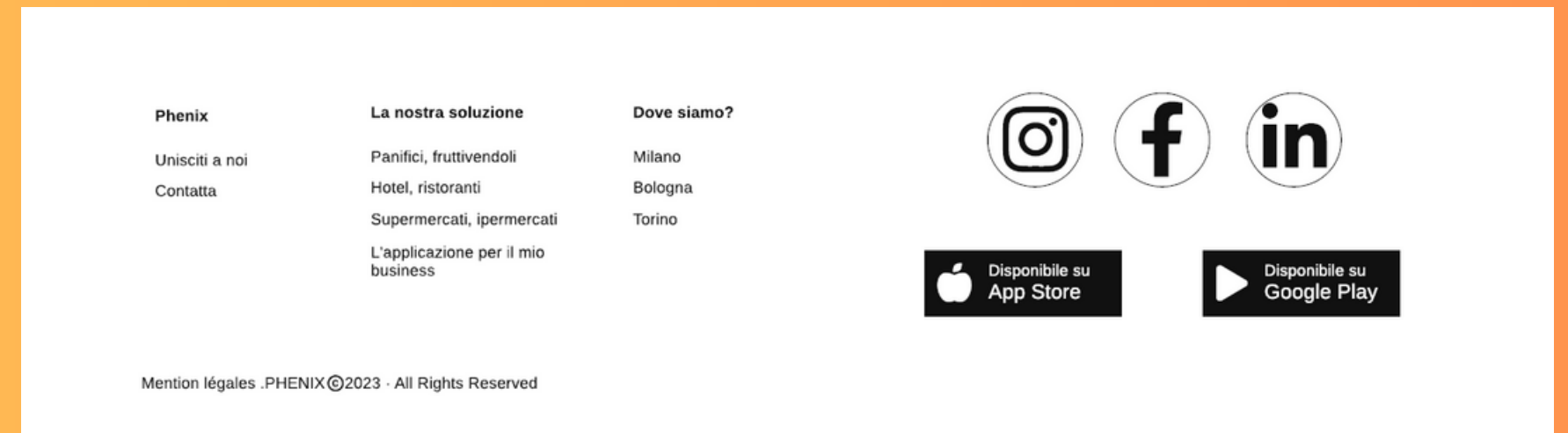


# Il footer modificato

## Originale



## Modificato



Le icone per l'indirizzamento alle pagine social di Phenix sono state ingrandite per migliorarne la visibilità e l'accessibilità. E' stato eliminato l'elemento grafico (esteticamente discutibile e di scarsa risoluzione) e il copy, poiché risultano essere elementi ridondanti che non aggiungono nulla di nuovo a quanto già illustrato nella homepage. Il proposito di queste modifiche/eliminazioni è quello di conferire al footer un aspetto "più pulito".

**Grazie per la cortese attenzione!**

**Wireframe mid-fidelity non interattivo al link**

**<https://wireframe.cc/pro/pp/fff7a99ed652260>**