Esercizio 1: Creazione della personas

1. Scegli il settore

Settore scelto: Servizi creativi (grafica, illustrazione, branding per PMI)

2. Definisci la tua personas

Ecco una proposta:

Nome: Laura Ferrero

Età: 38 anni

Professione: Titolare di una piccola azienda agricola biologica in provincia di Cuneo

Obiettivo: Migliorare l’immagine del suo brand e farsi conoscere online

Esperienza digitale: Media — usa i social per promuoversi, ma non ha un sito professionale

Frustrazioni:

• Non sa come comunicare visivamente i valori della sua azienda

• I concorrenti hanno un’immagine coordinata più curata

• Teme che creare un sito sia troppo complicato e costoso

Bisogni:

• Servizi di branding e grafica che raccontino la sua identità

• Un sito semplice, bello e fa…

Personas 2

Nome: Davide Rinaldi

Età: 45 anni

Professione: Titolare di una piccola falegnameria artigianale a Biella

Obiettivo: Rinnovare l’immagine aziendale per attrarre clienti più giovani e collaborazioni con architetti e designer

Esperienza digitale: Bassa — ha solo una pagina Facebook non aggiornata, non usa strumenti di marketing

Frustrazioni:

• Non ha tempo né competenze per occuparsi della comunicazione

• I suoi lavori di alta qualità non sono valorizzati online

• Ha già avuto brutte esperienze con freelance poco affidabili

Bisogni:

• Identità visiva coerente con il valore artigianale del suo lavoro

• Un sito vetrina semplice, elegante, con una gallery dei progetti

• Servizi chiavi in mano con supporto continuo

Dispositivi utilizzati: Smartphone per messaggistica e chiamate, desktop in ufficio per email e preventivi

Esercizio 2 – Struttura dell’informazione

1. Disegna la struttura di un sito web per una delle personas create

Persona di riferimento: Laura Ferrero

Obiettivo del sito: Aiutare Laura a conoscere Illustrapapel, capirne i servizi, vedere esempi di lavori e contattare facilmente l’azienda.

Struttura proposta:

• Homepage

• Presentazione rapida e visiva di Illustrapapel

• Vantaggi principali (affidabilità, esperienza con PMI, creatività)

• CTA: “Scopri cosa possiamo fare per la tua azienda”

• Chi siamo

• Storia, valori, approccio umano e locale

• Foto del team

• Servizi

• Branding e immagine coordinata

• Illustrazione personalizzata

• Grafica per packaging e prodotti

• Portfolio

• Progetti suddivisi per settore (es. alimentare, artigianato, moda)

• Ogni progetto con breve descrizione e immagini

• Contatti

• Form di contatto semplificato

• Email, telefono, link a WhatsApp

• Mappa + orari

2. Definisci la gerarchia delle informazioni e una navigazione intuitiva

Gerarchia pensata per mobile (dall’alto verso il basso):

1. Logo + menu hamburger

2. Hero section (immagine d’impatto + frase chiara tipo “Diamo forma alla tua immagine”)

3. Vantaggi rapidi in bullet point o icone

4. Anteprima dei servizi (card cliccabili)

5. Call to action visibile e ripetuta (“Contattaci”, “Guarda il portfolio”)

6. Footer leggero con contatti rapidi

Navigazione intuitiva:

• Max 5 voci nel menu

• Struttura semplice, lineare e scorrevole

• Bottoni grandi e chiari

• Nessun testo troppo lungo

• Portfolio con immagini ottimizzate

• Contatti sempre accessibili

3. Spiega perché questa struttura facilita l’esperienza utente

• Pensata per mobile-first: tutte le sezioni principali sono visibili scorrendo, senza menu complicati o scroll infiniti.

• Gerarchia logica: l’utente capisce subito chi è Illustrapapel, cosa offre, come lavora, cosa ha realizzato, come contattarla.

• Contenuti visivi e concreti: Laura non ha tempo da perdere, vuole vedere subito esempi e benefici.

• Accessibilità e semplicità: menu pulito, linguaggio diretto, immagini efficaci — anche per utenti con poca dimestichezza digitale.

Esercizio 3 – Mobile-First Design

1. Individua tre siti web con un buon design responsive

Ecco tre esempi reali di siti ottimizzati per il mobile (mobile-first):

1. Airbnb

• Design semplice, pulito e intuitivo

• Bottoni grandi, facilmente cliccabili

• Immagini coinvolgenti che si adattano perfettamente allo schermo

2. Canva

• Navigazione chiara e semplificata

• CTA visibili sin dall’inizio

• Ottimizzazione dei contenuti per la lettura da smartphone

3. The Honest Company

• Ideale per target simile a quello di Illustrapapel

• Menu compatto, sezione prodotti e branding visibili subito

• Scorrimento fluido, storytelling visivo perfettamente integrato

2. Analizza i punti di forza del design mobile-first

Caratteristiche comuni dei tre siti:

• Menu hamburger ben visibile in alto a destra

• Header con immagine o messaggio chiave immediatamente visibile

• Struttura a scorrimento verticale: no sidebar, tutto in sequenza

• Call to Action chiare (“Iscriviti”, “Scopri”, “Contattaci”)

• Testi brevi, ben leggibili su schermi piccoli

• Immagini leggere ma di impatto, sempre responsive

• Interattività semplificata: pochi click per raggiungere qualsiasi contenuto