

Progetto UX/UI

REGALI SOLIDALI CESVI ONLUS

Marco Iannì



INDICE

2 **DISCOVERY**

Analisi del sito as is – Analisi dei competitor – Architettura dell'informazione
Target di riferimento – Obiettivi di analisi e sondaggio – Personas – User Journey
Nuove opportunità – Nuove user journey – Nuova architettura

52 **WIREFRAMING**

Versioni mobile e desktop (Menu e footer – Homepage – Risultati ricerca – Scheda prodotto
Accedi e registrati – Carrello) - Wireflow

80 **PROTOTIPAZIONE**

Colori – Tipografia – Elementi di UI – Interazioni – Flussi di test desktop e mobile

DISCOVERY

CESVI E REGALI SOLIDALI



Cesvi è un'organizzazione umanitaria laica e indipendente che opera in tutto il mondo, Italia compresa, per la solidarietà e interviene nelle emergenze per aiutare le popolazioni colpite da guerre e calamità mondiale.

Fondata nel 1985 a Bergamo, è attiva in più di 25 paesi.



Regali solidali è uno degli strumenti di raccolta fondi Cesvi. L'e-commerce propone un'ampia scelta di idee regalo, dalle bomboniere ai regali virtuali, la possibilità di creare liste nozze personalizzate e una selezione dedicata alle aziende.

ANALISI DEL SITO AS IS

Valutazione dei **pro** e dei **contro** del sito, sia nella versione mobile sia in quella desktop, in termini di usabilità e accessibilità tramite:

- **le euristiche di Nielsen** (10 regole empiriche che rappresentano dei principi generali di usabilità)
- I 5 aspetti fondamentali dell'usabilità: **learnability, efficiency, memorability, errors, satisfaction.**

1 VISIBILITÀ DELLO STATO DEL SISTEMA

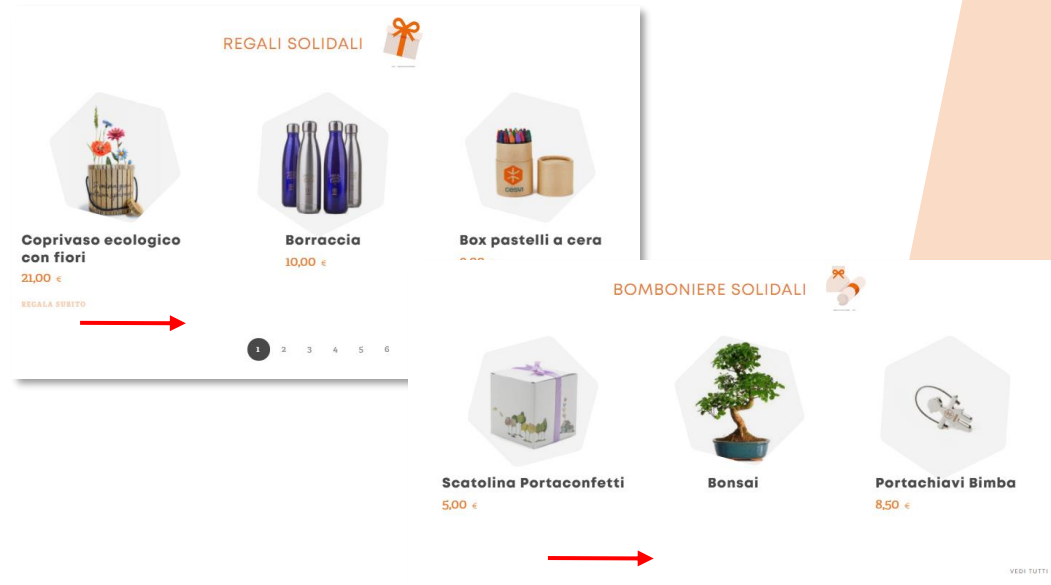
L'utente deve essere informato su cosa sta succedendo attraverso feedback puntuali.

PRO Desktop

- Le categorie principali sono presenti nell'header.
- Presente in basso il banner per la visualizzazione e accettazione dei cookies.

PRO Mobile

- Le categorie principali sono mostrate sotto un menù ad hamburger.



CONTRO Desktop

- Non essendo presente uno spinner, l'utente è tentato a cliccare più volte per un'operazione.
- Dopo aver aggiunto o eliminato un elemento al carrello, l'icona del contatore vicino al carrello non si aggiorna fin quando non si cambia o ricarica pagina.
- Non vi è un'indicazione che l'utente è loggato.
- La visualizzazione degli errori non è uniforme.
- In fase di registrazione, non viene notificato l'esito dell'operazione.
- Non per tutte le categorie (per *Regali Solidali* sì, per *Bomboniere Solidali* no) è presente la paginazione e la pagina corrente visualizzata.

CONTRO Mobile

- La ricerca non è presente.
- Non per tutte le categorie (per *Regali Solidali* sì, per *Bomboniere Solidali* no) vi sono le indicazioni sul numero di elementi e sull'elemento corrente.

2 CORRISPONDENZA TRA MONDO REALE E SISTEMA

E' necessario che l'utente si trovi davanti a un linguaggio, dei concetti e delle rappresentazioni familiari, non gergo tecnico.

PRO Desktop e Mobile

- Cliccando sul logo si raggiunge la homepage.
- Linguaggio e termini esplicativi.
- E' presente l'icona della lente che visualizza la barra di ricerca.

CONTRO Desktop e Mobile

- Uso dell'inglese in alcune pagine del sito (es: *Dettagli Account* e in quella di Login/Registrazione).

AREA RISERVATA

Accedi

Email Address *

Password *

LOG IN > ☐ Ricordami

[Hai perso la password?](#)

Registrazione

Indirizzo email *

Password *

Ripeti Password *

Your personal data will be used to support your experience throughout this website, to manage access to your account, and for other purposes described in our [privacy policy](#).

REGISTRAZIONE >

3 LIBERTÀ E CONTROLLO DELL'UTENTE

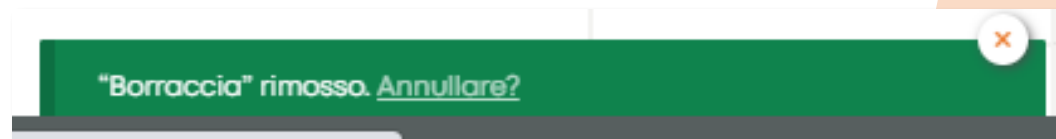
L'utente deve poter aver il controllo sull'utilizzo del prodotto e avere la libertà di abbandonare un'azione indesiderata.

PRO Desktop e Mobile

- Possibilità di annullare l'eliminazione di un articolo dal carrello.

CONTRO Desktop e Mobile

- Assente pulsante indietro.
- Se c'è un overlay/modale aperta, premendo il pulsante indietro del browser si viene rimandati dietro di 2 passaggi, (es: nel caso di *Richiedi Informazioni*, non si chiude la modale rimanendo nella pagina del dettaglio del prodotto, ma si viene reindirizzati alla pagina precedentemente visitata).
- Lista nozze non modificabile una volta creata.



4 COERENZA E STANDARD

E' necessario rispettare le convenzioni evitando che l'utente si domandi se diverse parole, azioni o situazioni significhino la stessa cosa.

PRO Desktop e Mobile

- Sono presenti suggerimenti per altri prodotti da acquistare.
- Cliccando sul logo si raggiunge la homepage.
- Nella pagina *Indirizzi* è possibile selezionare la provincia tramite selezione con ricerca.

PRO Desktop

- L'icona della lente che visualizza la barra di ricerca è posizionata in alto.

PRO Mobile

- I pulsanti *Area Riservata* e *Carrello* sono disposti in alto a destra.

CONTRO Desktop

- I pulsanti *Area Riservata* e *Carrello* non disposti in alto a destra.

CONTRO Desktop e Mobile

- Non vi è un'indicazione che l'utente è loggato.
- La visualizzazione degli errori non è uniforme.
- Il pulsante *"Invia"* non è coerente graficamente con gli altri del sito

- Non c'è coerenza tra le etichette dei pulsanti che rimandano alla pagina di dettaglio del prodotto: *"Regala ora"*, *"Regala subito"*, *"Di più"*.
- Non c'è coerenza grafica e di etichette dei pulsanti che rimandano alla pagina *Shop*: *"Vai al negozio"*, *"Ritorna al negozio"*.
- Nella pagina *Indirizzi* la città dovrebbe poter essere scelta tramite selezione con ricerca.
- E' possibile inserire lettere del numero di telefono, il quale non viene nemmeno suddiviso in blocchi.
- Per vedere la lista nozze viene aperta una nuova scheda.
- In fase di registrazione, non viene notificato l'esito dell'operazione.
- Uso dell'inglese in alcune pagine del sito (es: *Dettagli Account* e in quella di Login/Registrazione).
- La selezione della quantità del prodotto è differente graficamente tra la pagina del prodotto e quella del *Carrello*.
- Cliccando nella sezione "Bonsai, Fedi Solidali e Partecipazioni Solidali" della pagina *Faq*, si viene rimandati ad una pagina in cui non vi sono informazioni su fedi e partecipazioni solidali.
- Le pagine "Idee Regalo" nel footer sono incoerenti graficamente con quelle di "Festività" e "Matrimonio".

5 PREVENZIONE DEGLI ERRORI

E' necessario mettere l'utente nelle condizioni di non commettere errori e/o quantomeno di poter recuperare.

PRO Desktop e Mobile

- Nella pagina *Indirizzi* è possibile selezionare la provincia tramite selezione con ricerca.
- In fase di ordine i campi vengono riempiti con i dati di fatturazione già inseriti.
- Possibilità di annullare l'eliminazione di un articolo dal carrello.
- Ci sono dei valori di default impostati dove necessari (es: quantità di un prodotto da acquistare).
- Tramite un messaggio viene specificato che non è possibile acquistare regali aziendali e non contemporaneamente.

The screenshot shows a form titled "Indirizzo di fatturazione". It has two input fields: "NOME" and "COGNOME". Below them is a button with a plus icon and the text "AGGIUNGI NOME". To the right of these fields is a large box labeled "MESSAGGIO" containing placeholder text: "(messaggio di esempio) Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam tempor velit sit amet sem fermentum, eu iaculis purus sollicitudin. Proin ultrices nibh et tincidunt fringilla."

CONTRO Desktop e Mobile

- Nella pagina *Indirizzi* la città dovrebbe poter essere scelta tramite selezione con ricerca.
- La ricerca non prevede alcun suggerimento di compilazione.
- Dopo aver aggiunto o eliminato un elemento al carrello, l'icona del contatore vicino al carrello non si aggiorna fin quando non si cambia o ricarica pagina.
- La visualizzazione degli errori non è uniforme.
- I pulsanti di condivisione sui social non consentono di fare quello per cui sono previsti.


The screenshot shows a form titled "Indirizzo di fatturazione". It has five input fields: "Nome", "Cognome", "Indirizzo email", "Azienda/Organizzazione (Opzionale)", and "P. IVA (Opzionale)". At the bottom, there is a red error message box with the following text: "Nome è un campo obbligatorio. Cognome è un campo obbligatorio. Via e numero è un campo obbligatorio. Città è un campo obbligatorio. C.A.P. è un campo obbligatorio. Indirizzo email è un campo obbligatorio."

6 RICHIAMO E RICONOSCIMENTO

E' necessario rendere visibili oggetti, azioni e opzioni. Per l'utente è più facile riconoscere qualcosa piuttosto che ricordarla.

PRO Desktop e Mobile

- Le icone relative alle pagine *Carrello*, *Faq* e *Area Riservata* sono intuitive.
- Alcune informazioni relative a *Contatti*, *Faq* e *Sicurezza* sono presenti in ogni pagina prima del footer.
- Nella pagina *Ordini* sono presenti gli ordini con il corrispondente stato attuale.
- E' presente l'opzione 'Ricordami' al login.



MESSAGGIO

Scrivi qui la tua richiesta

INVIA

A red arrow points to the 'INVIA' button.

CONTRO Desktop e Mobile

- Non è presente una lista dei desideri.
- Poche icone ad accompagnamento dei testi, soprattutto nei pulsanti.
- Non è presente una lista di ricerche e/o prodotti cercati in precedenza.



Modifica

Indirizzo di fatturazione

po
via delle vie
12345
1
AREZZO

A red arrow points to the 'Modifica' link.

7 EFFICIENZA E FLESSIBILITÀ

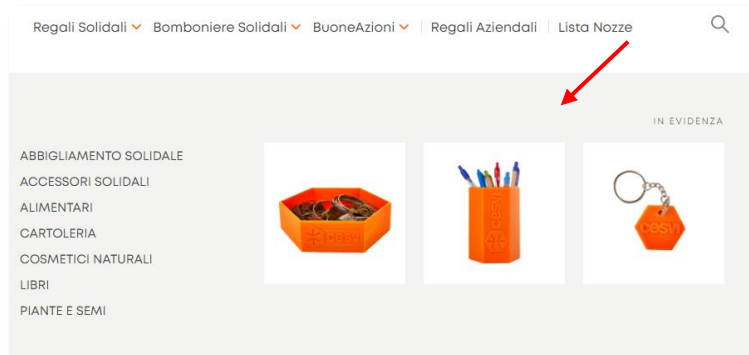
Bisogna consentire di eseguire un'azione in più modi, così da soddisfare sia gli utenti alle prime armi sia quelli esperti.

PRO Desktop e Mobile

- L'utente può richiedere informazioni aggiuntive, se lo desidera (es: richiesta informazioni nella pagina di dettaglio di ogni prodotto).
- Le categorie principali *Regali Solidali*, *Bomboniere Solidali* e *Buone Azioni* sono raggiungibili da più punti (es: menù principale, footer, carosello homepage).
- Cliccando sul logo si raggiunge la homepage.
- E' presente l'opzione 'Ricordami' al login.
- E' possibile cercare i prodotti tramite ricerca.

PRO Desktop

- Nei sottomenu di *Regali Solidali*, *Bomboniere Solidali* e *Buone Azioni* ci sono tre prodotti in evidenza.



CONTRO Desktop e Mobile

- Lista nozze non modificabile una volta creata.
- Non esiste un pulsante per aggiungere un prodotto direttamente al carrello senza passare dalla pagina di dettaglio.
- Non è possibile effettuare una ricerca distinguendo per tipo (es: *Regali Aziendali* e *non*), categoria (es: *Regali Solidali*, *Bomboniere Solidali*, etc.) e importo di donazione.
- In homepage ci si aspetterebbe che le etichette "*Regali Solidali*", "*Bomboniere Solidali*" e "*Buone Azioni*" fossero cliccabili.

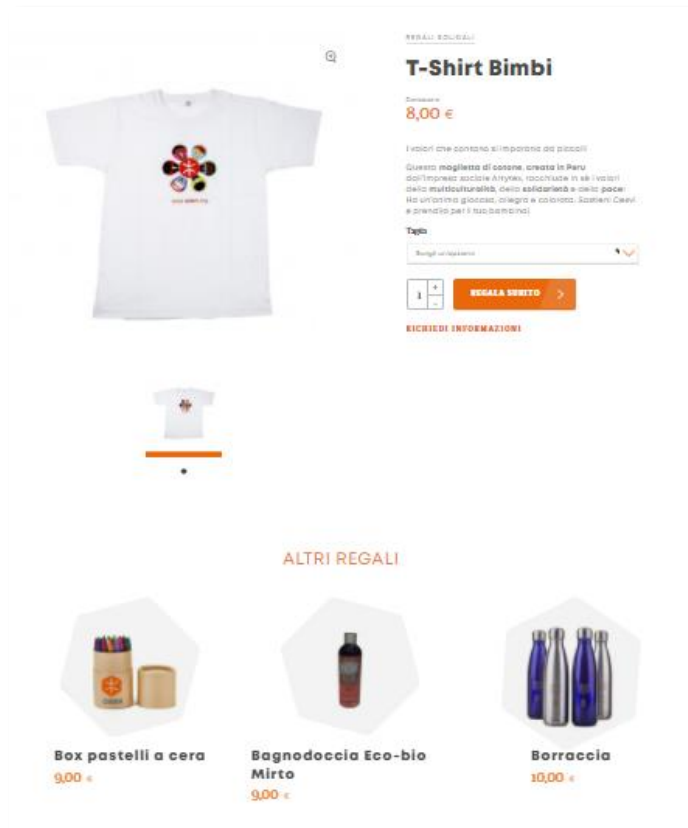


8 DESIGN ESTETICO E MINIMALISTA

Devono essere presenti solo le informazioni necessarie, ogni contenuto aggiuntivo riduce la visibilità di quelli rilevanti

PRO Desktop e Mobile

- Le descrizioni dei prodotti sono essenziali ed esplicative.



CONTRO Desktop e Mobile

- Le sezioni presenti nel footer non chiariscono se si fa riferimento a pagine aggiuntive o no.
- La sezione *Altri regali* non contiene dei prodotti realmente “correlati” con quello corrente.

Festività	Idee Regalo	Matrimonio
Regali Solidali Natale	Regali Last Minute	Matrimonio Solidale
Regali Solidali San Valentino	Regali Originali	Partecipazioni Solidali
Regali Solidali Festa del Papà	Bomboniere Originali	Fedi Solidali
Regali Solidali Festa della Mamma	Scatoline portaconfetti solidali	
	Sacchetti portaconfetti solidali	
	Cartoline di Natale	
	Biglietti auguri di Natale solidali	
	Idee Regali di Natale Originali	

9 SUPPORTO ALL'UTENTE

I messaggi di errore devono essere chiari all'utente e devono indicare una soluzione costruttiva.

PRO Desktop e Mobile

- Possibilità di annullare l'eliminazione di un articolo dal carrello.
- Segnalazione campi obbligatori mancanti.

CONTRO Desktop e Mobile

- La visualizzazione degli errori non è uniforme.
- Lista nozze non modificabile una volta creata.

The screenshot shows a registration form with three input fields: 'Nome *', 'Cognome *', and 'Indirizzo email *'. The 'Nome *' field is empty and has a red arrow pointing to it. The 'Cognome *' field contains the letter 'O'. The 'Indirizzo email *' field is partially obscured by a red error banner that reads 'Nome è un campo obbligatorio.' and features a close button (X) in a white circle.

Nome *

Cognome *

Indirizzo email *

Nome è un campo obbligatorio.

AIUTO E DOCUMENTAZIONE

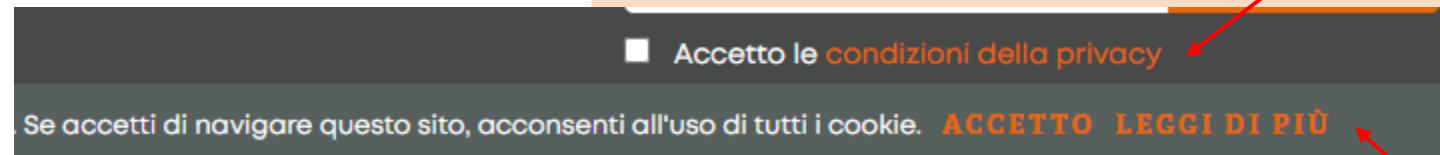
Il sistema dovrebbe poter esser utilizzato senza alcuna documentazione, tuttavia dovrebbe essere fornita al fine di aiutare l'utente a compiere le azioni desiderate

PRO Desktop e Mobile

- Alcune informazioni relative a *Contatti*, *Faq* e *Sicurezza* sono presenti in ogni pagina prima del footer.
- Presenti dei link per leggere le informative sui cookies e sulla privacy.
- Esiste una pagina di *Faq*.

CONTRO Desktop e Mobile

- Non è presente una live chat.





Learnability

Il sito risulta facilmente utilizzabile per la prima volta, grazie alle categorie principali e alla ricerca, nonostante alcune problematiche precedentemente evidenziate (es: etichette pulsanti non uniformi, contatore di articoli del carrello, etc.).



Memorability

La suddivisione delle categorie e sottocategorie e il layout semplice aiutano l'utente a ricordare e trovare le informazioni desiderate.



Satisfaction

Tutto sommato il sito risulta piacevole e facile da usare soprattutto nel mobile per il suo design minimale.



Efficiency

L'utente riesce a muoversi facilmente per il sito dopo aver imparato come è fatto, sia nella versione desktop sia in quella mobile, anche se sono necessarie delle migliorie per aumentare la fluidità d'uso in entrambe le versioni (es: ricerca per il mobile, ridisposizione icone *Carrello* e *Area Riservata* per desktop, etc...)



Errors

La gestione e la visualizzazione degli errori non è uniforme su tutto il sito e la prevenzione è carente sotto alcuni aspetti, come il controllo sul numero di telefono e la scelta della città. Inoltre la lista nozze non è modificabile una volta creata.



Accessibilità

Il sito rispetta buona parte dei requisiti minimi di accessibilità, tuttavia vanno evidenziati alcuni aspetti deficitari come la navigazione da tastiera non completamente soddisfacente.

ANALISI DEI COMPETITOR

Confronto con **alcuni concorrenti diretti e indiretti** in termini di funzionalità offerte e soluzioni adottate tramite feature inventory

ANALISI DEI COMPETITOR

Tra i competitor scelti vi sono **enti governativi e non ed organizzazioni senza scopo di lucro**, che operano in Italia e in paesi via di sviluppo con progetti per la cura e tutela dei diritti dei minori, a difesa dell'ambiente e all'insegna della sostenibilità.

Ogni sito considerato ha come obiettivo quello di ricavare **ulteriori fondi**, provenienti dalle **donazioni sotto forma di vendite di prodotti (alberi, regali e bomboniere solidali)** nel proprio e-commerce, da destinare ai propri progetti.



regali.unicef.it



regalisolidali.savethechildren.it



regalisolidali.emergency.it



treedom.net/it

Treedom è stato scelto come **competitor indiretto**, perché si rivolge comunque ad un pubblico il cui intento è **fare una donazione per una causa importante**, ma di **differente natura** e tramite un **diversa tipologia di prodotti/iniziative** (anche se offre la possibilità di acquistare bomboniere solidali).

Fondato nel 1946, è un fondo delle Nazioni Unite che si adopera per i diritti, la cura e l'istruzione dei bambini

Formata nel 1919, è organizzazione non governativa che si occupa di salute, nutrizione, educazione, protezione di bambini e adolescenti.

Nata nel 1994, è un'associazione umanitaria italiana che offre cure medico-chirurgiche gratuite alle vittime delle guerre, delle mine antiuomo e della povertà

Creato nel 2010, è un e-commerce che permette di piantare un albero a distanza e seguirne la crescita online. Gli obiettivi sono la creazione di ecosistemi sostenibili e la formazione e il finanziamento dei contadini che curano gli alberi.

REGALI SOLIDALI
CESVI

Save the Children



EMERGENCY Gift



	REGALI SOLIDALI CESVI	unicef	Save the Children	EMERGENCY Gift	freedom let's green the planet
Design responsive	✓	✓	✓	✓	✓
Barra di ricerca	✓	✓	✓	✓	✓
Suggerimenti ricerca	✗	✓	✗	✗	✓
Lista nozze	✓	✗	✓	inclusa nella lista regalo	✗
Lista regalo	✗	✗	✓	✓	✗
Lista dei desideri	✗	✓	✗	✗	✗
Filtri/ordinamento	✗	✗	✓	✓	✓
Disponibilità prodotto	✓	✗	✗	✗	✗
Paginazione prodotti	✗	✗	✗	✓	✗
Live chat	✗	✗	✗	✗	✗
Recensioni	✗	✗	✗	✗	✓



Funzionalità presente



Funzionalità non presente

REGALI SOLIDALI
CESVI

Save the Children



EMERGENCY Gift



	REGALI SOLIDALI CESVI	unicef	Save the Children	EMERGENCY Gift	freedom let's green the planet
Newsletter	✓	×	✓	×	×
Social	✓	✓	✓	✓	✓
Contatti	✓	✓	✓	✓	✓
Breadcrumb	×	✓	✓	✓	×
Spinner caricamento	×	×	×	×	✓
Coupon/Sconto	✓	✓	✓	×	✓
Integrazione donazione	×	✓	✓	✓	×
Undo eliminazione prodotto carrello	✓	×	×	✓	×
Cambio lingua	×	×	×	×	✓
Soluzioni per le aziende	✓	✓	✓	✓	✓
Categorizzazione alternativa	✓	×	×	×	×



Funzionalità presente



Funzionalità non presente

Dall'analisi dei siti di **Unicef**, **Save The Children**, **Emergency** e **Treedom** emerge che Regali Solidali di Cesvi **regge** bene il **confronto** con i competitor individuati. Si possono infatti individuare dei **tratti distintivi** ulteriormente **valorizzabili** e delle **lacune colmabili** ispirandosi alle soluzioni adottate dai concorrenti.

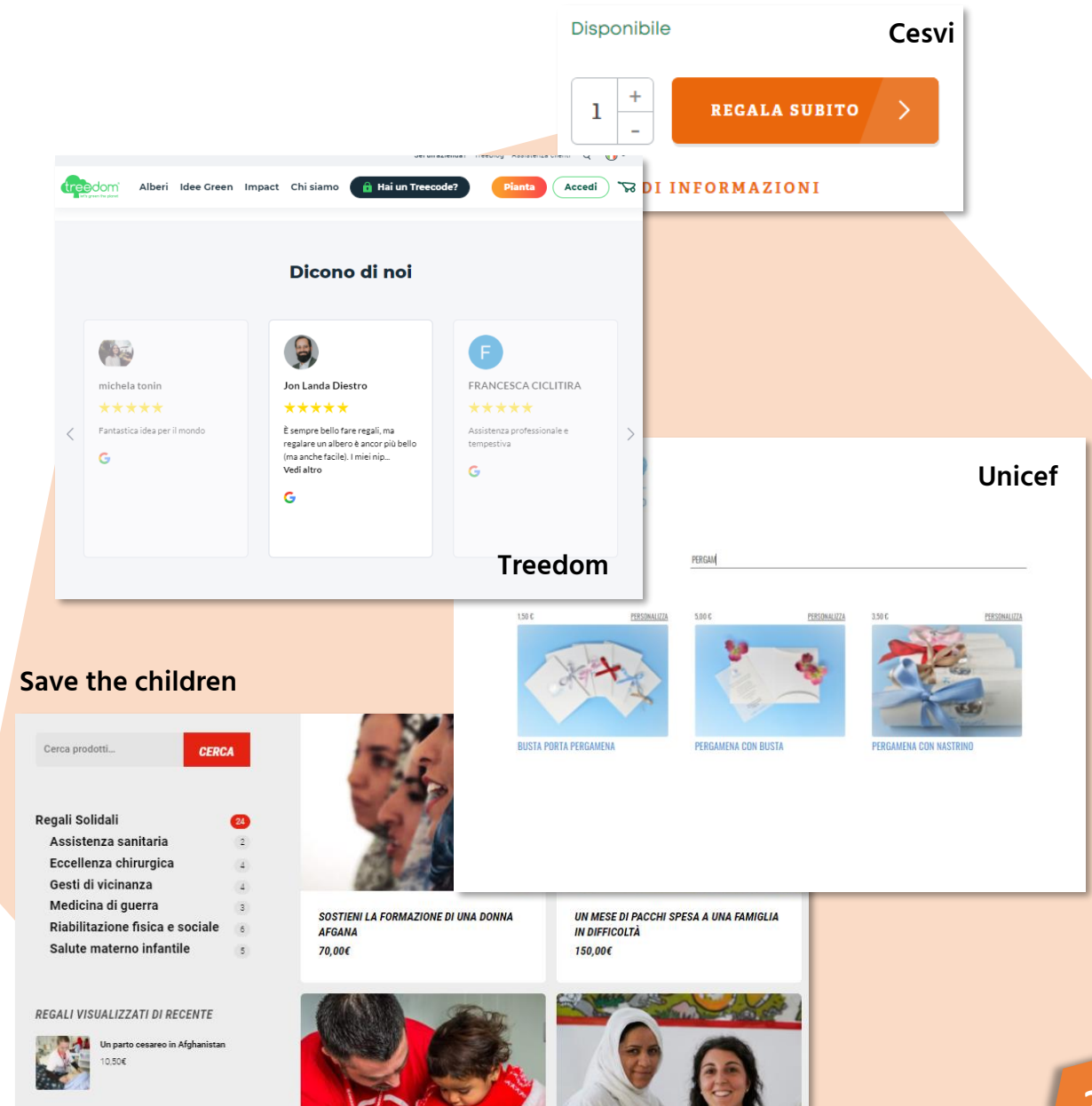
In particolare in Regali Solidali di Cesvi ci sono l'**indicazione di disponibilità e la categorizzazione alternativa dei prodotti**, quest'ultima poco visibile nel footer e sfruttata per pagine prevalentemente testuali.

Potrebbe invece contribuire a **migliorare la ricerca**, magari con l'**aggiunta di filtri**, o alla revisione del menu principale.

Gli spunti più interessanti provenienti dai competitor fanno proprio riferimento alla ricerca.

Infatti in **Unicef** la ricerca è assistita da **risultati immediati** sulla base di quanto digitato, mentre in **Emergency** la barra di ricerca viene riproposta accanto ai risultati, accompagnata da **filtri e prodotti recentemente visualizzati**.

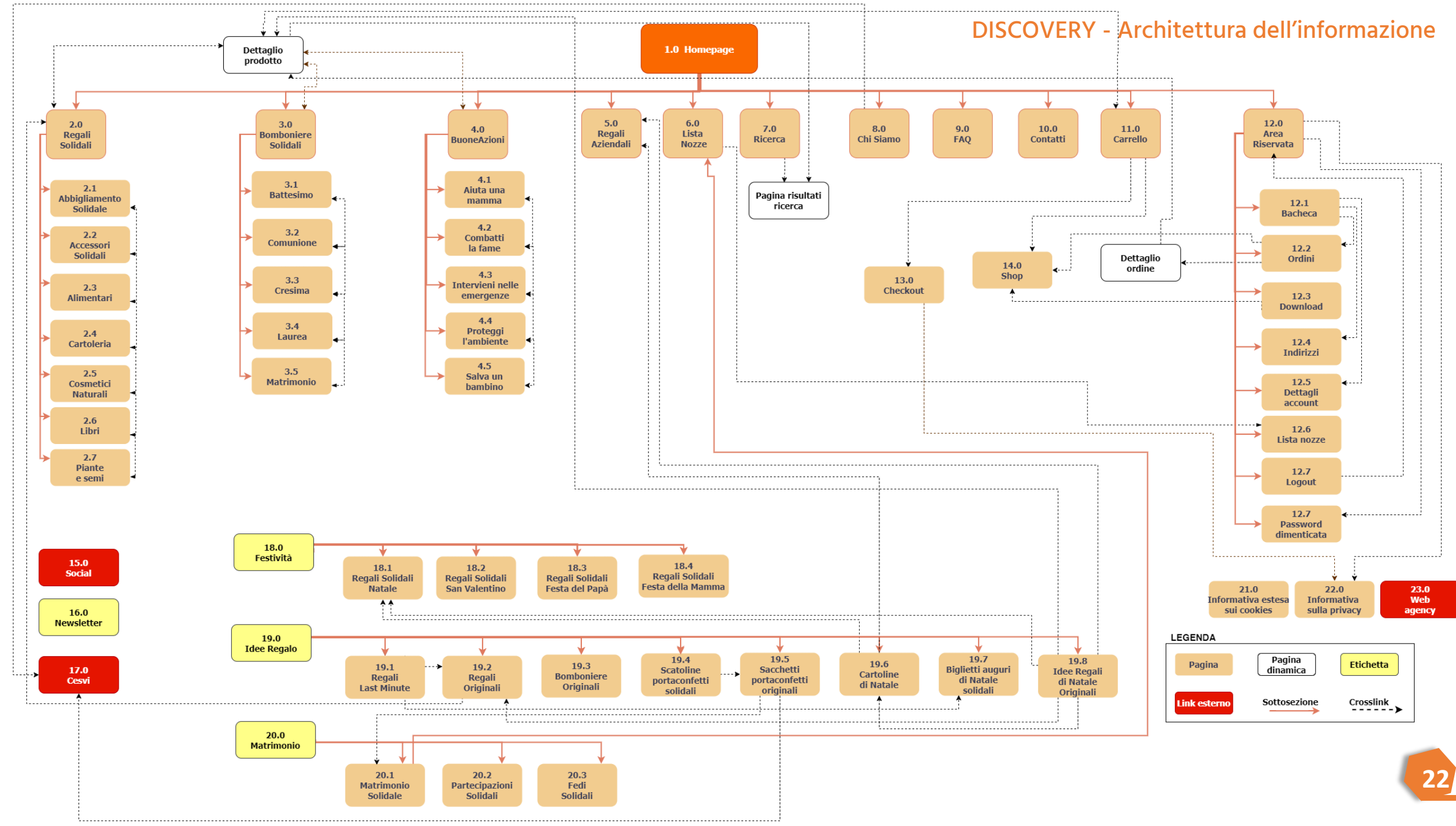
Infine altro aspetto utile sono le **recensioni** in **Treedom** presenti in home.



ARCHITETTURA DELL'INFORMA ZIONE

Sitemap (diagramma che illustra la struttura del sito web) e breve descrizione delle pagine e dei contenuti principali del sito.

DISCOVERY - Architettura dell'informazione



1.0 Homepage

Carosello introduttivo, elenchi dei prodotti *Regali Solidali*, *Bomboniere Solidali*, *BuoneAzioni*. Qui e in molte pagine sono inoltre presenti: brevi cenni su Cesvi e la loro trasparenza, card con contatti (con giorni e orari), faq e metodi di pagamenti.

2.0 Regali Solidali

Introduzione alla sezione, elenco espandibile di tutti i regali solidali, collegamenti alle pagine delle sottocategorie, ognuna delle quali presenta i regali ad essa pertinenti.

3.0 Bomboniere Solidali

Introduzione alla sezione, elenco espandibile di tutte le bomboniere solidali, collegamenti alle pagine delle sottocategorie, ognuna delle quali presenta le bomboniere ad essa pertinenti.

4.0 BuoneAzioni

Introduzione alla sezione, elenco espandibile di tutte le buone azioni, collegamenti alle pagine delle sottocategorie, ognuna delle quali presenta le bomboniere ad essa pertinenti.

5.0 Regali Aziendali

Introduzione alla sezione con catalogo 2020 scaricabile, elenco dei regali aziendali suddivisi in *Regali Aziende Virtuali*, *Regali Aziendali Personalizzati*, *Regali Solidali*

6.0 Lista Nozze

Creazione e visualizzazione delle lista nozze, elenco dei prodotti aggiungibili alla lista, personalizzazione lista nozze tramite inserimento dati.

7.0 Ricerca

Ricerca tramite parola chiave.

8.0 Chi siamo

Breve descrizione di Cesvi

9.0 FAQ

Elenco delle categorie con relative domande e risposte

10.0 Contatti

Indicazione numero di telefono (con giorni e orari) e mail.

11.0 Carrello

Elenco dei prodotti selezionati per l'acquisto (anche tramite coupon) con possibilità di eliminazione e di checkout.

12.0 Area Riservata

Accesso non eseguito: login e registrazione al sito.

Accesso eseguito: area personale dell'utente con le sezioni *Bacheca*, *Ordini*, *Download*, *Indirizzi*, *Dettagli account*, *Lista nozze*, *Logout*.

13.0 Checkout

Riepilogo ordine, inserimento dettagli di fatturazione, scelta metodo di pagamento.

14.0 Shop

Elenco espandibile di tutti i prodotti acquistabili sul sito

15.0 Social

Link alle pagine Twitter, Facebook, Youtube e Instagram di Cesvi.

16.0 Newsletter

Iscrizione alla newsletter di Cesvi.

17.0 Cesvi

Link a www.cesvi.org, Homepage di Cesvi

18.0 Festività

Elenco di link con riferimenti a prodotti per le festività

19.0 Idee Regalo

Elenco di link contenenti riferimenti a prodotti per idee regalo

20.0 Matrimonio

Elenco di link contenenti riferimenti a prodotti specifici per le matrimoni e alla categoria *Bomboniere Solidali*

21.0 Informativa estesa sui cookies

Pagina dedicata all'informativa estesa sulla privacy

22.0 Informativa sulla privacy

Link alle pagine Twitter, Facebook, Youtube e Instagram di Cesvi.

23.0 Web agency

Link alla web agency che ha fatto il sito.

TARGET DI RIFERIMENTO






Individuazione e **analisi** del target di riferimento degli utenti del sito.

TARGET DI RIFERIMENTO

Per l'individuazione del target di riferimento sono state effettuate ricerche online e sul sito di Cesvi e sono stati analizzati i profili social di Cesvi, in particolare Facebook, Youtube e LinkedIn.

In particolare è stata prestata un'attenzione maggiore su recensioni, interazioni e contenuti.

È emerso che:

-  **Le donne prevalgono sugli uomini.**
-  **Il range di età è tra i 18 e i 65 anni.**
-  **Sono rappresentate le varie fasce di reddito, molti lavorano nel sociale.**
-  **Prevalgono gli utenti italiani ma presenti anche da altri paesi (es: Brasile, Africa, Birmania, Albania).**
-  **In famiglia esiste già una sensibilità alla solidarietà grazie a familiari già coinvolti in iniziative benefiche o travolti da malattie gravi.**

OBIETTIVI DI ANALISI E SONDAGGIO

Definizione degli obiettivi di analisi in funzione dei precedenti step.

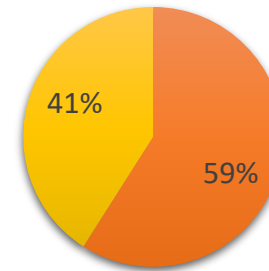
Risultati e dati emersi dal sondaggio effettuato.

OBIETTIVI DI ANALISI E SONDAGGIO

Considerando quanto emerso dall'analisi del sito as is, dal confronto con i competitors e dalla definizione del target di riferimento, è stato effettuato un sondaggio su un gruppo di uomini e donne dai 18 ai 65 anni, in target ma non necessariamente utenti del sito reclutati tra amici e conoscenti e su gruppi Facebook, per valutare:

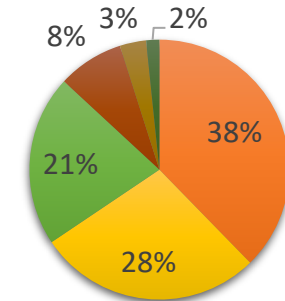
- **L'approccio con la beneficenza**
- **Il rapporto con i regali solidali**
- **Le modalità di acquisto e le funzionalità necessarie in un e-commerce**

Sesso?



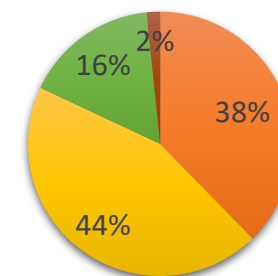
Donna Uomo

Quanti anni hai?



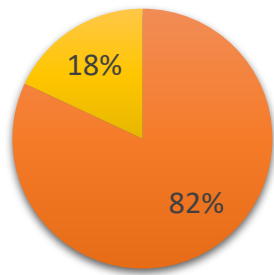
18-25 26-35 36-45
46-55 56-65 >65

Qual è la tua occupazione?



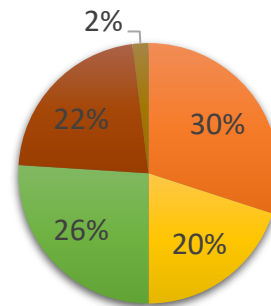
Studente Lavoratore
Disoccupato In pensione

Hai mai fatto una donazione per beneficenza?



■ Si ■ No

Se hai risposto sì, con che cadenza?



- Una sola volta
- Mensilmente
- Annualmente
- Occasionalmente
- Quando ho trovato delle iniziative che mi interessavano

Se hai risposto no, perché?

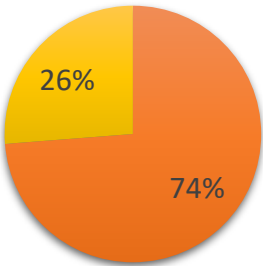
Perchè preferisco acquistare prodotti il cui ricavato viene devoluto, piuttosto che fare una donazione

Non potevo permettermi di donare

Non è capitata l'occasione giusta

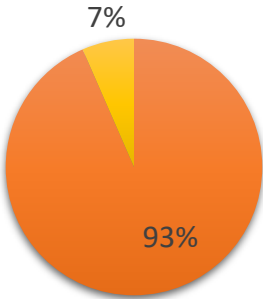
Non ho avuto modo o tempo

Sei a conoscenza di poter donare acquistando dei regali solidali?



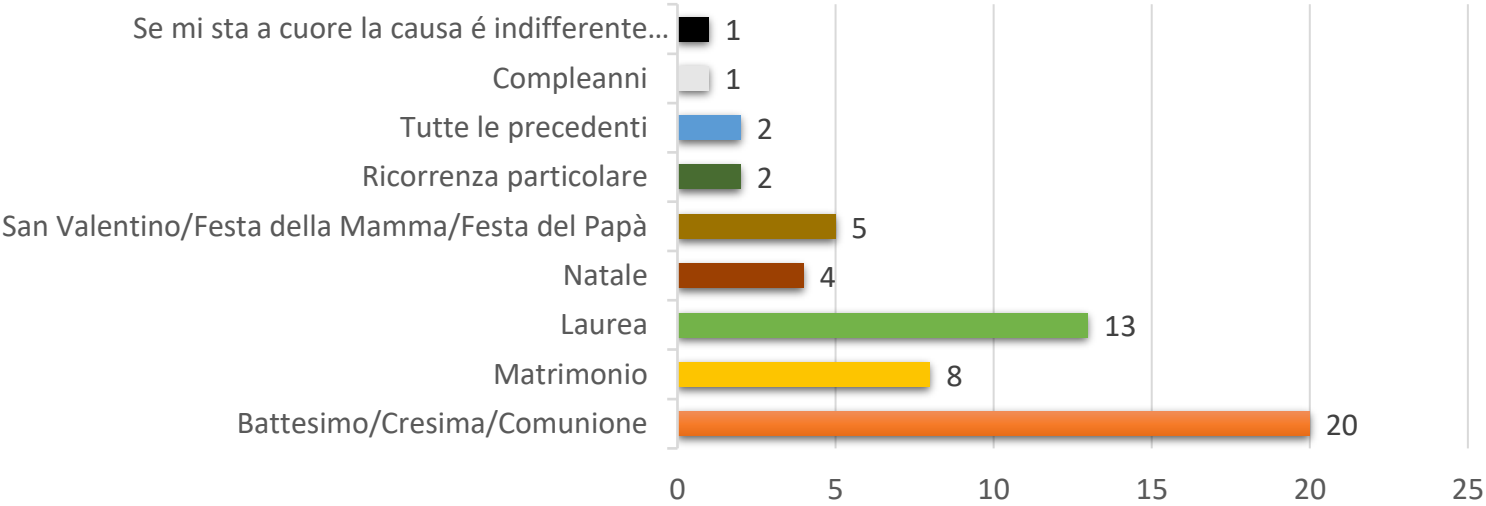
Si No

Compreresti delle bomboniere o dei regali solidali per una ricorrenza importante?

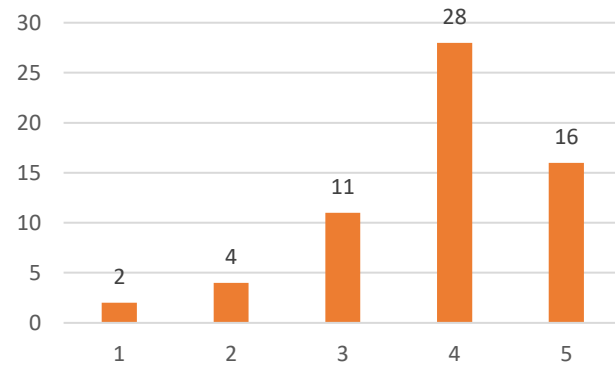


Si No

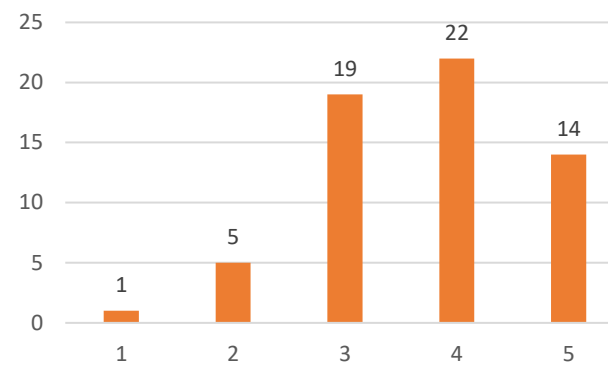
Se hai risposto si, per quale tipo di ricorrenza?



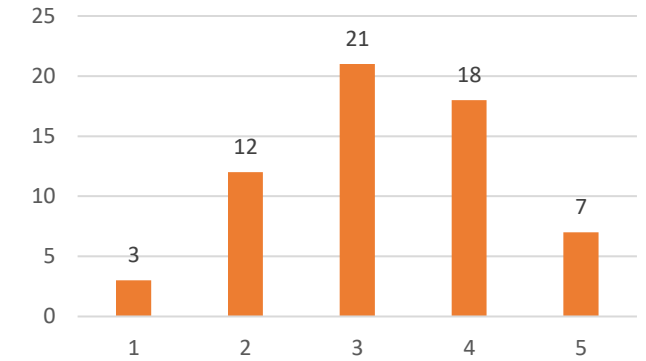
Da 1 a 5 quanto consideri utile e necessario in un e-commerce...



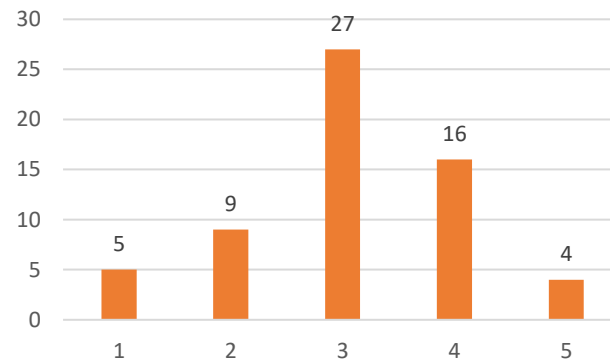
le recensioni



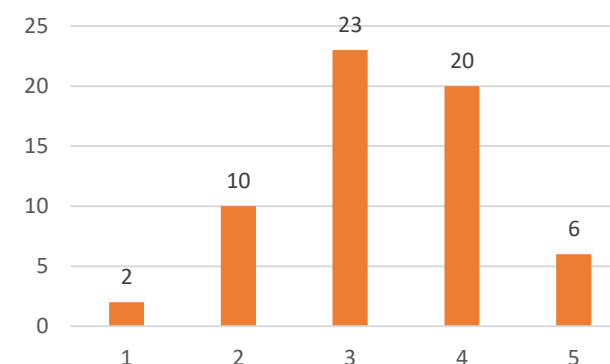
I filtri di ricerca



la lista dei desideri

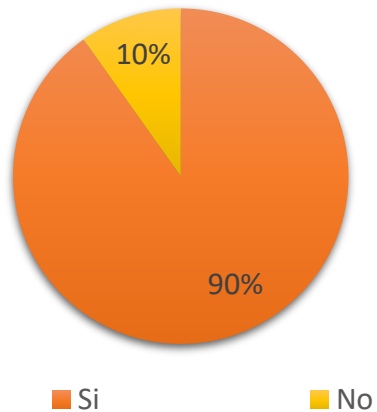


la live chat



Le FAQ

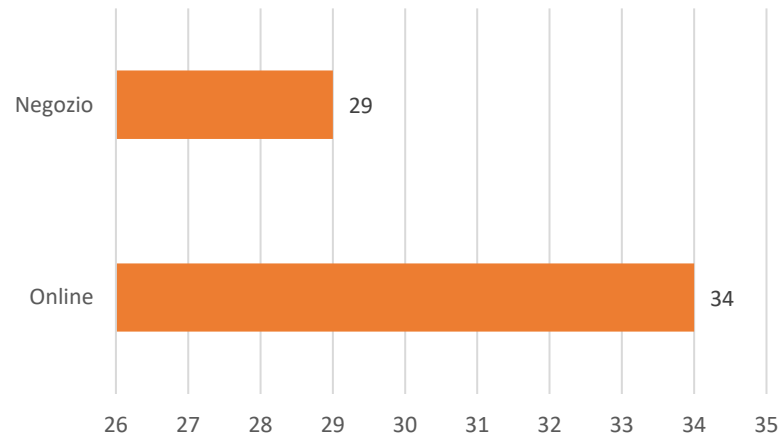
Conosci Cesvi?



Quali associazioni di beneficenza conosci?

*Telethon**Save the children**Mani tese**Aism**Amnesty International**Cesvi**Airc**Action Aid**Treedom**Medici senza frontiere**Emergency**Commercio equo solidale**Ail**Lega del filo d'oro**Unicef**Comunità Emmanuel**Croce Rossa Italiana**Io posso**Caritas**ARCA*

Dove acquisti più frequentemente?



RISULTATI

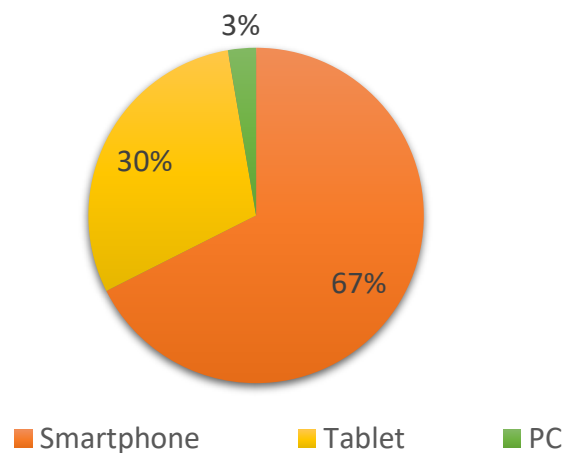
Dal sondaggio condotto si deduce che la **maggioranza** dei partecipanti **(82%)** ha fatto una **donazione per beneficenza**, nello specifico con una **cadenza occasionale (30%)** o **annuale (26%)**.

Inoltre emerge che buona parte **(74%)** conosce i **regali solidali** e soprattutto che **la quasi totalità (93%)** acquisterebbe dei **regali solidali per una ricorrenza speciale**, in particolare per battesimi, cresime, comunioni, lauree e matrimoni.

Le **recensioni** e i **filtri di ricerca** risultano essere tra le **funzionalità più utili e necessarie** in un e-commerce.

Gli **acquisti** inoltre vengono fatti prevalentemente **online** tramite **smartphone (67%)**.

Se hai risposto online, tramite quale dispositivo?





Analisi del sito as is

Il sito risulta abbastanza usabile e accessibile, ma necessità di migliorie e funzionalità aggiuntive tra cui:

- Ricerca con filtri
- Aggiunta delle recensioni
- Uniformità gestione degli errori
- Uniformità tra pagine e componenti grafici
- Revisione e valorizzazione delle categorie del footer.



Target di riferimento

Il target di riferimento individuato è molto variegato sia per età, sia per classe sociale e reddito, sia per provenienza geografica. Ciò che accomuna è la presenza di una profonda sensibilità verso la beneficenza.



Architettura dell'informazione

La struttura del sito e l'organizzazione dei contenuti presentano alcuni aspetti da preservare, ad esempio il banner di contatti e FAQ, e altri da rivedere, come le categorie presenti nel footer e la revisione della pagina dei risultati della ricerca.



Analisi dei competitors

Regali solidali di Cesvi regge bene il confronto con i competitors analizzati, i quali però potrebbero rappresentare fonte d'ispirazione per quanto è necessario migliorare. La categorizzazione alternativa dei regali potrebbe risultare il tratto distintivo rispetto ai competitors.



Obiettivi di analisi e sondaggio

Il sondaggio ha consentito da una parte di confermare alcune criticità già riscontrate nei precedenti passaggi di analisi, vedi ad esempio l'importanza dei filtri nella ricerca, dall'altra di scoprire nuove funzionalità da introdurre, come le recensioni.

PERSONAS

Individuazione di tre personas, rappresentanti **raggruppamenti di utenti definiti** basati sul target di riferimento e sui dati emersi in fase di analisi e di sondaggio.

UMBERTO

Studente



Età
24

Stato civile
Single

Città
Torino

*"Quel poco che ognuno può fare
è tanto per il bene di tutti"*

Donazione Una sola volta

**Competenze
digitali** Avanzate

Device



Bio

Umberto studia scienze del servizio sociale e per mantenersi gli studi lavora nel weekend. E' appassionato di fotografia e scrittura, infatti adora appuntarsi tutto sul tablet e immortalare tutto con la sua macchina fotografica. E' un ragazzo solare e molto sensibile alle tematiche ambientali, climatiche e umanitarie.

Abitudini

Acquista quasi esclusivamente online, sia da tablet sia da smartphone, lo trova infatti conveniente in termini di tempo e di soldi. Compra e rivende anche usato.

Bisogni e obiettivi

- Trovare un regalo di Natale per un suo amico.

Frustrazioni

- Essere a corto di idee quando deve fare un regalo.

CARLA

Insegnante



Età
42

Stato civile
Sposata

Città
Bergamo

“Ogni giorno imparo dai bambini quanto sia importante donare, anche solo un semplice sorriso”

Donazione Occasionale

Competenze digitali Medio

Device



Bio

Carla insegna alle scuole elementari e ha 2 figli. E' una donna molto estroversa e disponibile, sempre pronta a dare il suo contributo quando serve. Nel tempo libero fa la catechista in parrocchia, ama leggere molto, e insieme a delle amiche fa parte di Cesvi, nella quale la madre, morta per una grave malattia, ha militato per molti anni.

Abitudini

Carla compra sia online sia in negozio, durante il lockdown però ha aumentato i suoi acquisti sugli e-commerce, fino a quel momento limitati a prodotti poco importanti.

Bisogni e obiettivi

- Comprare dei ricordini per la comunione di uno dei figli.

Frustrazioni

- Gli impegni quotidiani le consentono difficilmente di trovare del tempo di andare per fare shopping nei negozi.

ELSA

Casalinga



Età
61

Stato civile
Sposata

Città
Palermo

*“Quando doni, stai regalando
una piccola parte di te agli altri”*

Donazione Annuale

**Competenze
digitali** Basilari

Device



Bio

Elsa è una casalinga a tempo pieno, durante la settimana si dedica alle faccende di casa, nel weekend invece si concede una pausa dalla famiglia passando del tempo con le sue colleghe dell'università della terza età, dove svolgono attività di laboratorio e organizzano uscite. E' molto empatica e disponibile al confronto e crede molto nell'amicizia e nella collaborazione.

Abitudini

Elsa compra sempre nei negozi perché preferisce interagire con le persone piuttosto che con i siti. E' diffidente nei confronti degli acquisti online.

Obiettivi

- Trovare una nuova onlus di cui sostenere i progetti.

Frustrazioni

- Ha poca dimestichezza con la tecnologia e i vari dispositivi. Solitamente dona tramite bollettino.






USER JOURNEY

Per ogni persona è illustrata la propria **esperienza** sulla base dei propri **bisogni** e attitudini, tenendo conto degli **ostacoli incontrati** e delle **opportunità di miglioramento** conseguenti.



UMBERTO

Scenario Umberto deve fare un regalo ad un suo amico per Natale e vuole cogliere l’occasione per fare una donazione.

	SCOPERTA	NAVIGAZIONE	CHECKOUT
Attività	<ol style="list-style-type: none">Navigando su Facebook gli appare un post sponsorizzato della pagina di Cesvi e ci entraEntra nella sezione “Shop” e vede molti prodotti interessantiSceglie un prodotto a caso e si fa reindirizzare sul sito	<ol style="list-style-type: none">Passando sulla voce di menù “Regali Solidali”, entra in “Alimentari”Vedendo le immagini di prodotti in barattolini, scorre fino all’elenco dei prodotti ma trova solo “Cervino Rosso”Nella pagina di dettaglio trova “Richiedi informazioni” ma nessuna azione per acquistarloDeluso dalla categoria “Alimentari”, rientra in “Regali Solidali” e poi sceglie la “Borraccia”Seleziona colore e quantità e aggiunge al carrello.	<ol style="list-style-type: none">Passa alla pagina di checkout dove compila tutti i campi presentiEffettua l’ordine senza creare l’account, concludendo l’acquistoScorrendo il sito scopre che nel footer c’è la voce “Regali Solidali Natale”
Touchpoint	 		
Pensieri ed emozioni	<p>“Forse ho trovato quello che cercavo!”</p> <p>INCURIOSITO</p> 	<p>“Ma a cosa serve la sezione alimentari se quello che c’è in foto non si può comprare?”</p>  <p>FRUSTRATO</p>	<p>“Almeno ho potuto fare l’acquisto senza registrarmi, però ad aver visto prima quei consigli!”</p>  <p>CONTENTO</p>
Pain points		<ul style="list-style-type: none">Nella sottocategoria “Alimentari” non è possibile acquistare alcun prodotto	<ul style="list-style-type: none">Le “categorie” relative alle idee regalo nel footer sono poco visibili e allo stato attuale poco utili
Opportunità		<ul style="list-style-type: none">Rimuovere la sottocategoria “Alimentari” o migliorare i contenuti presenti	<ul style="list-style-type: none">Ricollocare o sfruttare la categorizzazione del footer diversamente



CARLA

Scenario Carla è alla ricerca di una bomboniera originale per la comunione di uno dei suoi figli. Conosce Cesvi perché ne fa parte ma non ha mai acquistato sul sito dei Regali Solidali.

DISCOVERY -
User journey

	CONSIGLI E SCOPERTA	NAVIGAZIONE	REGISTRAZIONE	CHECKOUT
Attività	<ol style="list-style-type: none">Parlando con le sue amiche volontarie, le consigliano di provare il portale dei Regali SolidaliDa uno sguardo rapido dal telefonino al sito per capire di cosa si tratta, ma decide di continuare dal PC in un secondo momento	<ol style="list-style-type: none">Va nella sottocategoria "Comunione" delle "Bomboniere Solidali"Entra nel dettaglio delle scatoline-cassette "Portaconfetti Cuori" ma non trova le recensioniChiedere un parere alle sue amiche, che la tranquillizzano sulla qualità del prodottoSeleziona la quantità e aggiunge il prodotto al carrelloPrima di acquistare decide di registrarsi	<ol style="list-style-type: none">Cerca l'icona o un pulsante per registrarsi, ma lo trova per caso vicino al carrello a metà pagina sulla destraCompila i campi per la registrazione ma non capisce se è andata buon fineProva ad accedere inserendo le credenziali, così riesce ad arrivare nell'area privataCompleta l'account con i suoi dati e gli indirizzi	<ol style="list-style-type: none">Ritorna al carrello per concludere l'ordineFa il checkout e si ritrova i campi già compilati
Touchpoint				
Pensieri ed emozioni	<p>"Wow, non sapevo esistesse lo store di Cesvi!"</p> <p>ENTUSIASTA </p>	<p>"Chissà se le ha mai acquistate qualcuno? Sono da montare o no?"</p> <p> INCERTA</p>	<p>"Ma da dove posso registrarmi?"</p> <p>"La registrazione si è conclusa?"</p> <p>"Perché non c'è traccia che ho fatto accesso?"</p> <p> CONFUSA</p>	<p>"Ho perso comunque un po' di tempo però alla fine ce l'ho fatta!"</p> <p> SODDISFATTA</p>
Pain points		<ul style="list-style-type: none">Manca il feedback dei clienti che acquistano	<ul style="list-style-type: none">Icona dell'account difficilmente visibileMancata notifica di avvenuta registrazioneAssente indicazione di accesso accanto all'icona dell'account	
Opportunità		<ul style="list-style-type: none">Introdurre le recensioni per ogni prodotto	<ul style="list-style-type: none">Riposizionare l'icona dell'accountInserire un messaggio di registrazione avvenutaAggiungere nome o mail accanto all'icona dell'account dopo il log-in	



SCOPERTA

NAVIGAZIONE

CHECKOUT

Attività

1. Cerca su un motore di ricerca "associazioni di beneficenza"
2. Trova "Regali Solidali di Cesvi" tra i risultati e decide di visitare il sito
3. Scorrendo nota la sezione "Trasparenza" che le ispira fiducia

1. Digita "Co" per errore e viene indirizzata automaticamente sul regalo aziendale "Scorte alimentari e kit igienico sanitario", il cui prezzo della donazione tra l'altro è elevato
2. Entra in "BuoneAzioni" sperando di filtrare e ordinare per importo, ma trova tante iniziative diverse, vorrebbe vederle tutte ma non capisce come
3. Approfondisce una delle iniziative e la aggiunge al carrello

1. Passa alla pagina di checkout dove compila tutti i campi presenti
2. Effettua l'ordine senza creare l'account, concludendo l'acquisto

Touchpoint



Pensieri ed emozioni

"Sembra un'associazione seria e affidabile"

"Come mai non posso vedere solo le iniziative sotto un determinato importo?"

"Tutto sommato è andata bene!"

FIDUCIOSA



DUBBIOSA



FELICE

Pain points

- La visualizzazione dei prodotti è poco intuitiva e poco flessibile

Opportunità

- Migliorare la ricerca con suggerimenti, filtri, ordinamento e paginazione

NUOVE OPPORTUNITÀ

In funzione dei punti deboli emersi dall'analisi dell'esperienze delle personas, vengono sintetizzate le possibili nuove opportunità di miglioramento.

NUOVE OPPORTUNITÀ

- Migliorare la ricerca con suggerimenti, filtri, ordinamento e paginazione.
- Ricollocare o sfruttare la categorizzazione del footer diversamente.
- Introdurre le recensioni per ogni prodotto.
- Rimuovere la sottocategoria "Alimentari" o migliorare i contenuti presenti.
- Riposizionare l'icona dell'account e aggiungere nome o mail accanto dopo il log-in.
- Inserire un messaggio di registrazione avvenuta.

NUOVE USER JOURNEY

User journey riviste considerando i miglioramenti derivanti dalle nuove opportunità riscontrate








UMBERTO

Scenario

Umberto deve fare un regalo ad un suo amico per Natale e vuole cogliere l'occasione per fare una donazione.

DISCOVERY –
Nuove
user journey

	SCOPERTA	NAVIGAZIONE	CHECKOUT
Attività	<ol style="list-style-type: none">1. Navigando su Facebook gli appare un post sponsorizzato della pagina di Cesvi e ci entra2. Entra nella sezione "Shop" e vede molti prodotti interessanti3. Sceglie un prodotto a caso e si fa reindirizzare sul sito	<ol style="list-style-type: none">1. Entra in "Idee Regalo" e filtra per "Natale"2. Tra i risultati sceglie la "Borraccia"3. Seleziona colore e quantità e la aggiunge al carrello.	<ol style="list-style-type: none">1. Passa alla pagina di checkout dove compila tutti i campi presenti2. Effettua l'ordine senza creare l'account, concludendo l'acquisto
Touchpoint	 		
Pensieri ed emozioni	<p><i>"Forse ho trovato quello che cercavo!"</i></p> <p>INCURIOSITO</p> 	<p><i>"La borraccia è il regalo perfetto che cercavo"</i></p> <p>SORPRESO</p> 	<p><i>"Ho acquistato un regalo bellissimo e in poco tempo!"</i></p> <p>CONTENTO</p> 
Soluzioni adottate		<ul style="list-style-type: none">• La sottocategoria "Alimentari" è stata rimossa perché contiene solo un articolo• La pagina "Regali Solidali Natale" è stata trasformata in sotto categoria della nuova voce di menu "Idee Regalo", ciò favorisce una via più mirata e rapida al bisogno di una idea regalo	







CARLA

Scenario Carla è alla ricerca di una bomboniera originale per la comunione di uno dei suoi figli. Conosce Cesvi perché ne fa parte ma non ha mai acquistato sul sito dei Regali Solidali.

DISCOVERY –
Nuove
user journey

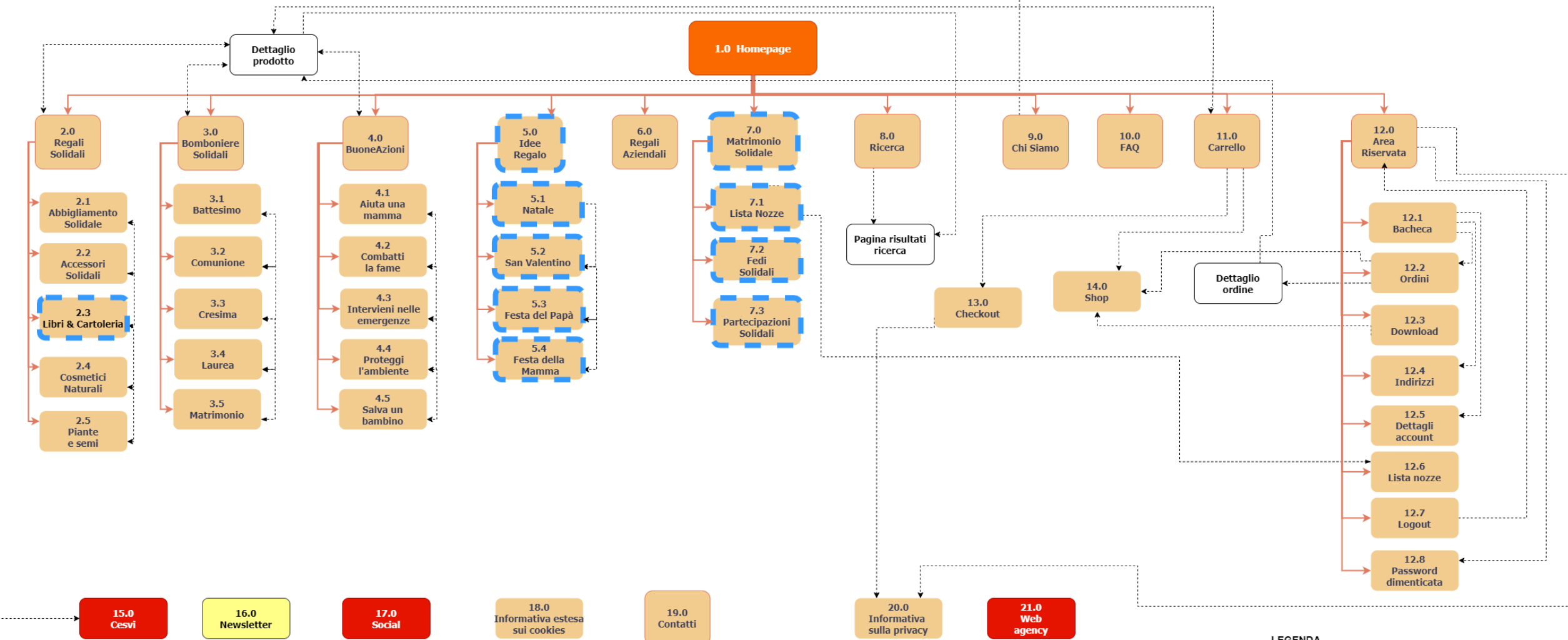
	CONSIGLI E SCOPERTA	NAVIGAZIONE	REGISTRAZIONE	CHECKOUT
Attività	<ol style="list-style-type: none">Parlando con le sue amiche volontarie, le consigliano di provare il portale dei Regali SolidaliDa uno sguardo rapido dal telefonino al sito per capire di cosa si tratta, ma decide di continuare dal PC in un secondo momento	<ol style="list-style-type: none">Va nella sottocategoria "Comunione" delle "Bomboniere Solidali"Entra nel dettaglio delle scatoline-cassette "Portaconfetti Cuori" e, leggendo le recensioni, si convince a comprarleSeleziona la quantità e aggiunge il prodotto al carrelloPrima di acquistare decide di registrarsi	<ol style="list-style-type: none">Cerca l'icona o un pulsante per registrarsiCompila i campi per la registrazione e viene reindirizzata nell'area personaleCompleta l'account con i suoi dati e gli indirizzi	<ol style="list-style-type: none">Ritorna al carrello per concludere l'ordineFa il checkout e si ritrova i campi già compilati
Touchpoint				
Pensieri ed emozioni	<p>"Wow, non sapevo esistesse lo store di Cesvi!"</p> <p>ENTUSIASTA </p>	<p>"Dalle valutazioni sembrano essere un buon prodotto"</p> <p> RASSICURATA</p>	<p>"E' stato facile registrarsi"</p> <p> TRANQUILLA</p>	<p>"Non mi aspettavo di trovare dei ricordi online così facilmente"</p> <p> SODDISFATTA</p>
Soluzioni adottate		<ul style="list-style-type: none">Aggiunte le recensioni per ogni prodotto per dare un feedback in più all'utente	<ul style="list-style-type: none">Icona dell'account riposizionata in alto a destra con nome o mail accanto dopo il loginNotifica di registrazione conclusa con successo, con login e reindirizzamento all'area personale	



	SCOPERTA	NAVIGAZIONE	CHECKOUT
Attività	<ol style="list-style-type: none">1. Cerca su un motore di ricerca ‘associazioni di beneficenza’2. Trova “Regali Solidali di Cesvi” tra i risultati e decidere di visitare il sito3. Scorrendo nota la sezione “Trasparenza” che le ispira fiducia	<ol style="list-style-type: none">1. Digita “Co” e compaiono i suggerimenti di ricerca sotto la casella2. Decide però di entrare in “BuoneAzioni” e ordinare per importo, trovando diversi risultati ma facilmente scorribili tramite paginazione3. Ha trovato l’iniziativa che fa per lei e dopo aver letto i dettagli, la aggiunge al carrello	<ol style="list-style-type: none">1. Passa alla pagina di checkout dove compila tutti i campi presenti2. Effettua l’ordine senza creare l’account, concludendo l’acquisto
Touchpoint			
Pensieri ed emozioni	<p>“Sembra un’associazione seria e affidabile”</p> <p>FIDUCIOSA </p>	<p>“Incredibile, ho trovato una bella iniziativa ma non troppo dispendiosa per le mie possibilità”</p> <p> SUPPORTATA</p>	<p>“Tutto sommato è andata bene!”</p> <p> FELICE</p>
Soluzioni adottate		<ul style="list-style-type: none">• Aggiunti alla ricerca: suggerimenti, ordinamento e paginazione dei risultati per facilitare la selezione dei prodotti	

NUOVA ARCHITETTURA DELL'INFORMA ZIONE

Sitemap aggiornata a seguito delle considerazioni e dell'analisi svolta
e **illustrazione delle modifiche apportate**



LEGENDA

<div></div> Pagina	<div></div> Pagina dinamica	<div></div> Etichetta
<div></div> Link esterno	<div></div> Sottosezione	<div></div> Crosslink
<div></div> Novità		

MODIFICHE APPORTATE

CONTENUTI AGGIUNTI E MODIFICATI

2.3 Libri & Cartoleria

Nuova sottocategoria dei Regali Solidati creata a partire dall'unione delle precedenti sottocategorie *Libri* e *Cartoleria*.

5.0 Idee Regalo

Nuova voce di menù nata su ispirazione della voce *Festività* precedentemente presente nel footer, che contiene consigli di regali e buone azioni per le festività.

7.0 Matrimonio Solidale

Nuova voce di menu al cui interno vi sono le sotto voci di menù *Lista Nozze*, *Fedi Solidali*, *Partecipazioni Solidali*

CONTENUTI ELIMINATI

Alimentari

Sottocategoria dei Regali Solidali eliminata.

Festività, Idee Regalo, Matrimonio Solidale (Footer)

Voci del footer eliminate in favore della promozione del "Matrimonio Solidale" e delle idee regalo per le festività nel menu principale.

WIREFRAMING

WIREFRAME

Wireframe ad alta fedeltà di alcune pagine del sito riprogettate con lo scopo di colmare i problemi attualmente presenti, accompagnati dalla descrizione delle relative migliorie apportate.

N.B. : Nei seguenti wireframe mobile sono state riportate tutte le migliorie già previste e illustrate in quelli desktop, ovviamente secondo gli standard mobile.

Per ogni wireframe dunque saranno approfondite solo le soluzioni che sul mobile hanno un cambio evidente rispetto alla versione desktop.



MENU E FOOTER



WIREFRAME COMPLETO

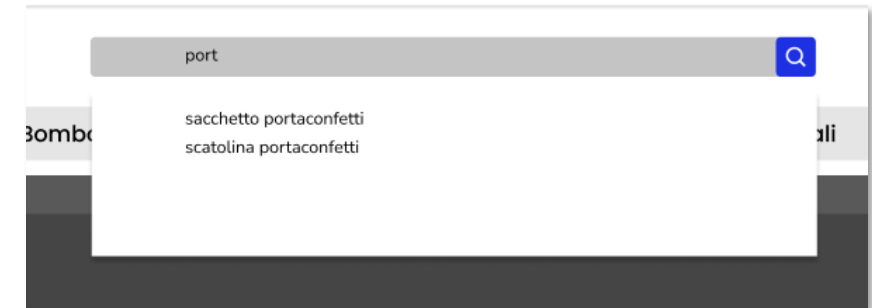
MENU E FOOTER

Pur non essendo pagine a sé stanti, meritano comunque un'attenzione particolare poiché sono componenti presenti in ogni pagina ed inoltre anch'essi hanno subito dei cambiamenti rilevanti:

- Il **menù** è ora costituito da **sei voci** tra cui due nuove: *Festività* e *Matrimonio Solidale*
- **Dopo il login**, accanto all'icona dell'area personale è presente il **nome dell'utente loggato**.
- La **barra di ricerca** adesso è **più grande** e completa con **suggerimenti** durante la digitazione
- Il **footer** è stato **snellito** nei contenuti, alcuni sono stati spostati in altre parti del sito (es: *Matrimonio Solidale* e *Festività*), altri all'interno di esso (es: *Chi siamo* e *Faq*), altri rimossi completamente, altri invece semplicemente in una posizione diversa (es: *Newsletter*).

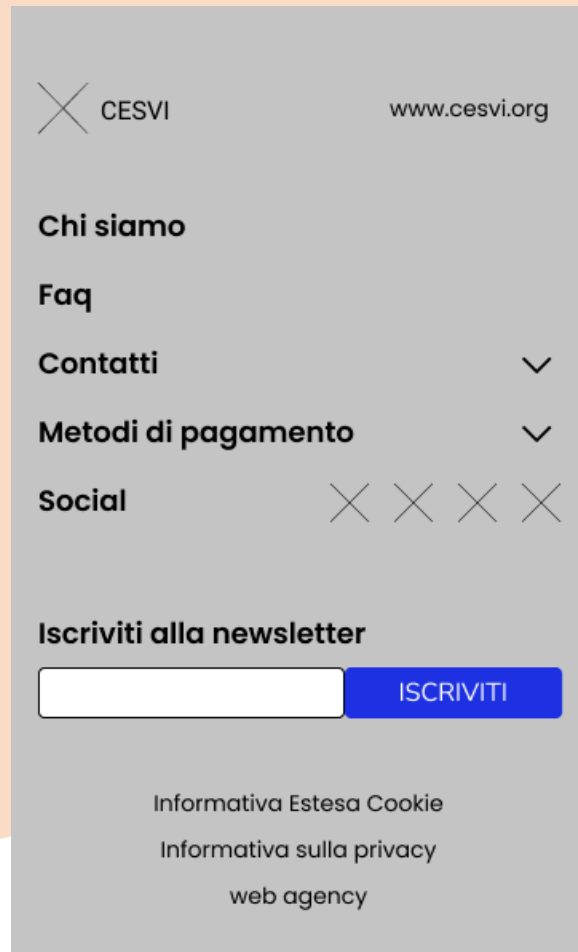
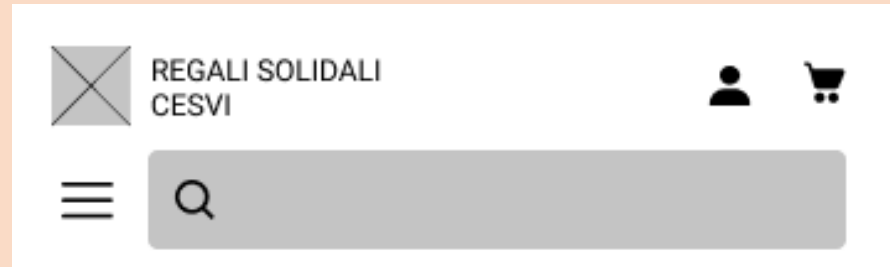


Indicazione nome utente loggato



Nuova barra di ricerca





MENU E FOOTER

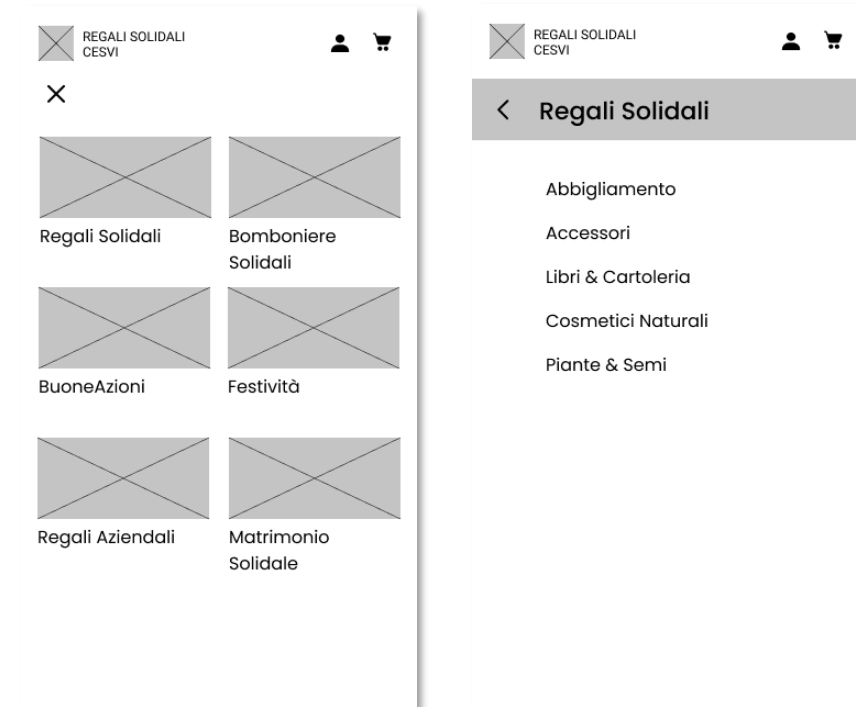


WIREFRAME COMPLETO

MENU E FOOTER

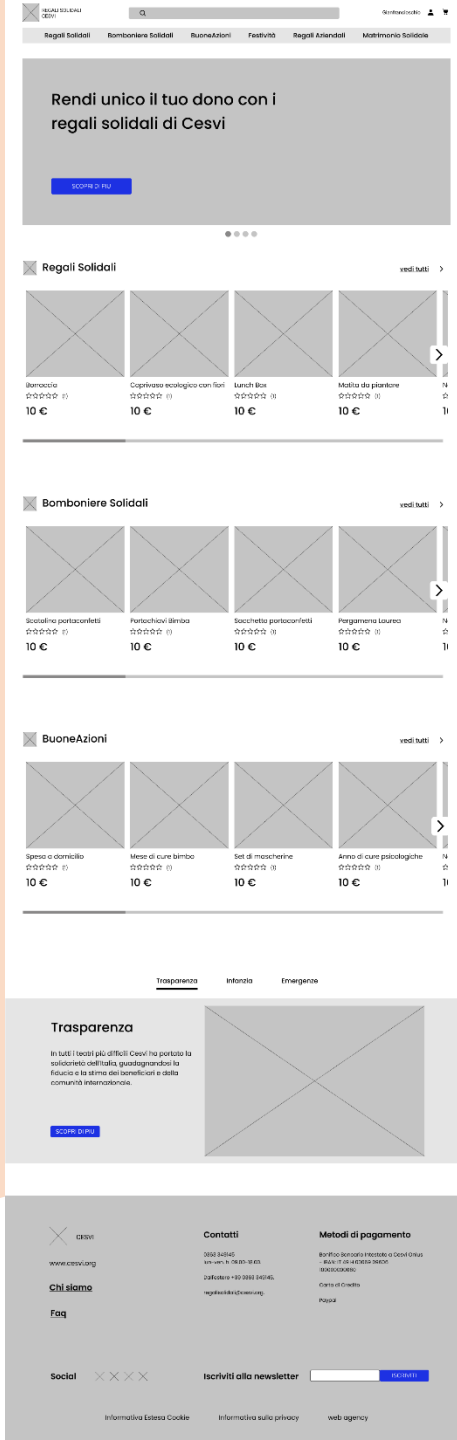
Passando alla versione mobile, menu e footer presentano i seguenti cambiamenti:

- Nel **hamburger menù** gli accordion per le **sottovoci di menu** lasciano il posto a delle **schermate dedicate**. Ogni **voce di menu principale** è adesso accompagnata da un'**immagine** per renderne più comprensibile il contenuto. La navigazione tra le varie schermate è agevolata dalla presenza del **bottone indietro**.
- La **barra di ricerca** è presente solo quando l'hamburger menu è chiuso.



Schermate menù ad hamburger





HOMEPAGE

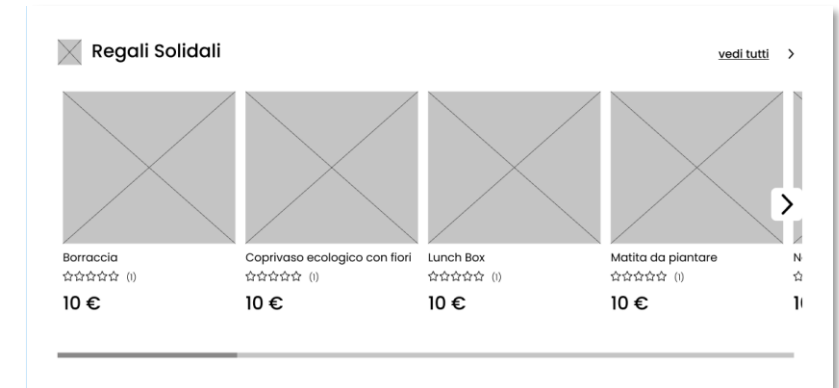


WIREFRAME COMPLETO

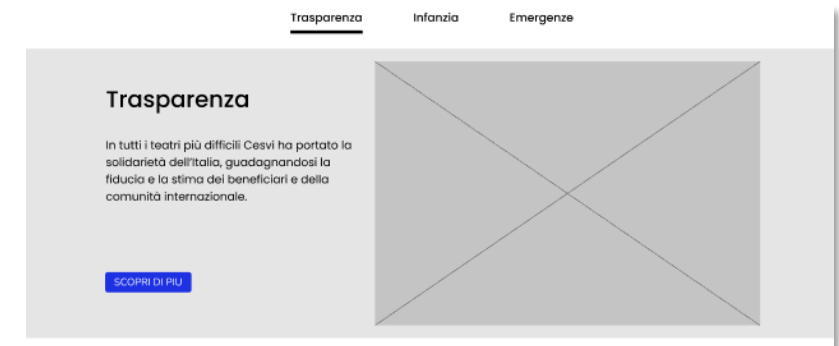
HOMEPAGE

I principali cambiamenti nella homepage sono i seguenti:

- Il **carosello introduttivo** è ancora presente ma raccoglie ora delle schede riguardanti le nuove voci di menu *Matrimonio Solidale* e *Festività* e le già presenti *Regali Solidali* e *Chi siamo*
- La **visualizzazione dei prodotti** *Regali Solidali*, *Bomboniere Solidali* e *BuoneAzioni* in homepage è adesso più intuitiva e funzionale grazie all'introduzione di uno **slider per ogni categoria** e alla **valutazione in stelle e il numero di recensioni per ogni prodotto**.
- La sezione *Trasparenza* è stata incorporata nel carosello già esistente con *Infanzia* ed *Emergenza* per ridurre gli elementi in pagina.



Nuova visualizzazione dei prodotti



Carosello con informazioni salienti su Cesvi





HOMEPAGE

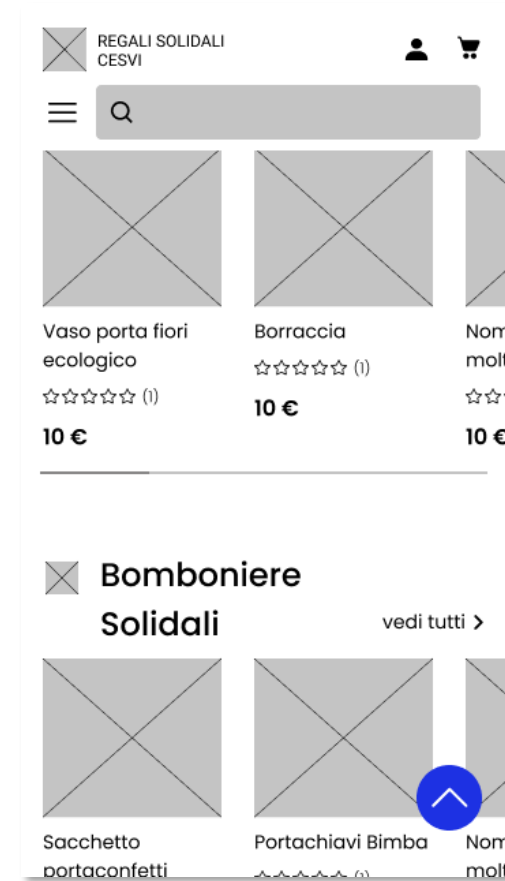


WIREFRAME COMPLETO

HOMEPAGE

I principali cambiamenti nella homepage sono i seguenti:

- È stato inserito il bottone **scroll to top** (riportabile nelle altre pagine), chiaramente in posizione fissa in basso a destra, per ritornare all'inizio della pagina.



Scroll to top



Risultati per “matita”

Filtri

Categoria

- ☐ Regali solidali
- ☐ Bomboniere solidali
- ☐ Regali Aziendali

Occorrenze

- ☐ Battesimo
- ☐ Comunione
- ☐ Cresima
- ☐ Matrimonio
- ☐ Laurea

Festività

- ☐ Natale
- ☐ San Valentino
- ☐ Festa della Mamma
- ☐ Festa della Papà

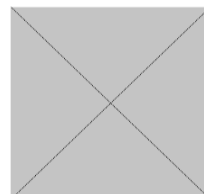
Prezzo

3 - 150 €

3 € 300 €

Ordina per

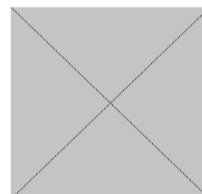
- ☐ Prezzo: crescente
- ☐ Prezzo: decrescente



Matita da piantare
bomboniera Matrimonio

☆☆☆☆☆ (1)

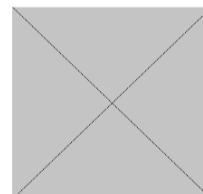
10 €



Matita da piantare

☆☆☆☆☆ (1)

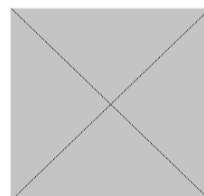
10 €



Matita da piantare
bomboniera Cresima

☆☆☆☆☆ (1)

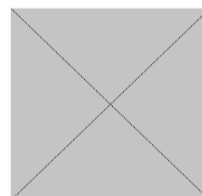
10 €



Matita da piantare
bomboniera Battesimo

☆☆☆☆☆ (1)

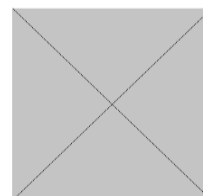
10 €



Matita da piantare
bomboniera Comunione

☆☆☆☆☆ (1)

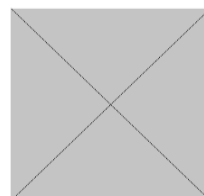
10 €



Nome prodotto 1

☆☆☆☆☆ (1)

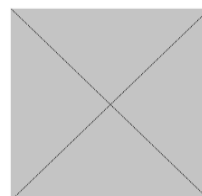
10 €



Nome prodotto 2

☆☆☆☆☆ (1)

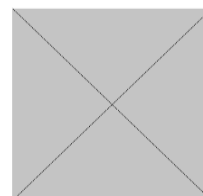
10 €



Nome prodotto 3

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Nome prodotto 4

☆☆☆☆☆ (1)

10 €

xx di yyy risultati mostrati

Mostra ancora

RISULTATI RICERCA



WIREFRAME COMPLETO

RISULTATI RICERCA

Oltre alle modifiche relative alle info presenti nella card del prodotto, è importante sottolineare l'aggiunta di diversi elementi:

- Un sistema di **filtri** per facilitare e accompagnare la selezione dei risultati trovati. I filtri di ricerca sono i seguenti:
 - **Categoria:** consente di visualizzare gli articoli di una specifica tipologia.
 - **Occorrenze:** permette di filtrare i prodotti relativi a determinate occorrenze.
 - **Festività:** offre la possibilità di vedere solo alcuni prodotti per ottenere suggerimenti e idee regalo sulla base della festività scelta.
 - **Prezzo:** in cui è possibile filtrare per un range di prezzo.
- L'**ordinamento** dei prodotti per prezzo crescente o decrescente.
- Il **numero dei prodotti mostrati su quelli trovati**.

Filtri

Categoria

☐ Regali solidali

☐ Bomboniere solidali

☐ Regali Aziendali

Occorrenze

☐ Battesimo

☐ Comunione

☐ Cresima

☐ Matrimonio

☐ Laurea

Festività

☐ Natale

☐ San Valentino

☐ Festa della Mamma

☐ Festa della Papà

Prezzo

3 - 150 €

3 € 300 €

Ordina per

☐ Prezzo: crescente

☐ Prezzo: decrescente

Filtri e ordinamento

xx di yyy risultati mostrati

Mostra ancora

Numero di prodotti mostrati su quelli trovati





Risultati per "matita"

Filtri ▾



Matita da
piantare
bamboniera
Matrimonio

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Matita da
piantare
bamboniera
Cresima

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Matita da
piantare
bamboniera
Comunione

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Matita da
piantare
bamboniera
Battesimo

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Matita da
piantare

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



Nome prodotto 1

☆☆☆☆☆ (1)

10 €

xx di yyy risultati mostrati

[Mostra ancora](#)

RISULTATI RICERCA

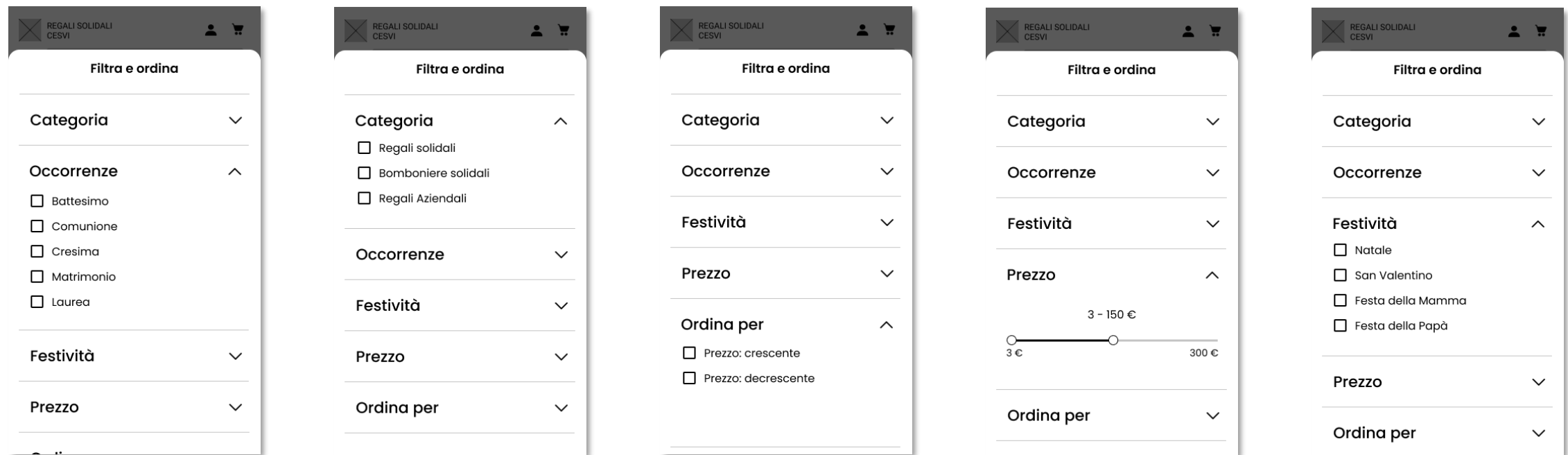


WIREFRAME COMPLETO

RISULTATI RICERCA

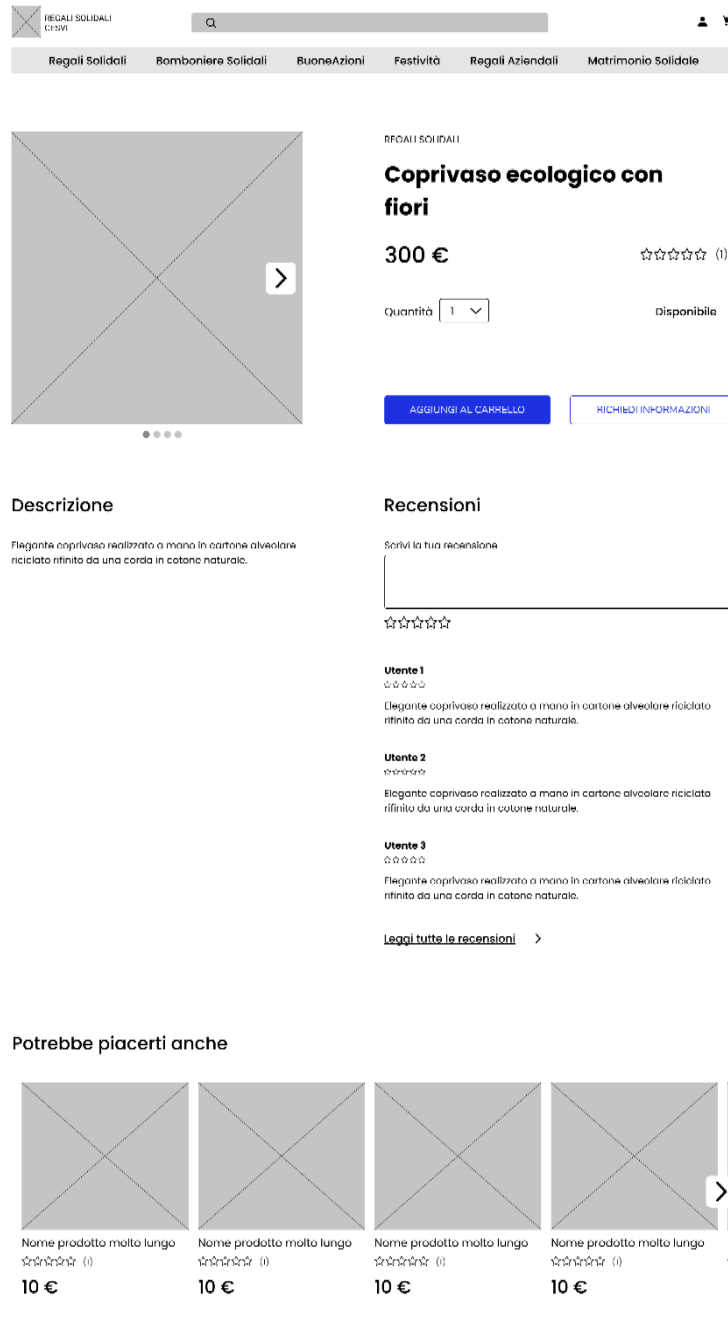
Nei risultati di ricerca è da menzionare:

- Il sistema di **filtri** nascosto ed reso con un **backdrop**, componente a comparsa, contenente tanti **accordion** quanti sono i filtri.



Filtri e ordinamento





SCHEDA PRODOTTO



WIREFRAME COMPLETO

SCHEDA PRODOTTO

Tra le migliori apportate ci sono:

- L'introduzione delle **recensioni**. Si possono infatti **scrivere** recensioni per ogni prodotto e **consultare** quelle degli altri utenti per valutare meglio l'acquisto di un prodotto.
- La **descrizione del prodotto** è ora disposta **sotto il carosello** delle immagini. Il testo della descrizione verrà ridotto nella dimensione per facilitarne la lettura, evidenziando maggiormente gli aspetti tecnici se presenti.
- I **prodotti correlati** riprendono la stessa visualizzazione presente nella *Homepage* e nei *Risultati di Ricerca*

Recensioni

Scrivi la tua recensione

☆☆☆☆☆

Utente 1

☆☆☆☆☆

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

Utente 2

☆☆☆☆☆

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

Utente 3

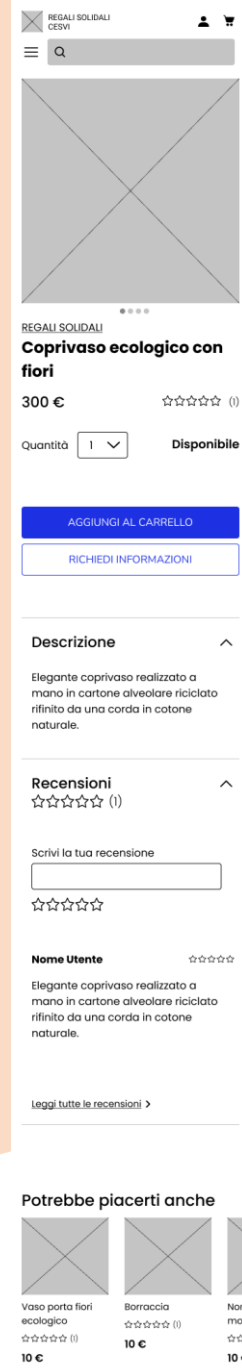
☆☆☆☆☆

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

[Leggi tutte le recensioni](#) >

Sezione recensioni del prodotto





SCHEDA PRODOTTO



WIREFRAME COMPLETO

SCHEDA PRODOTTO

Tra i cambiamenti troviamo:

- **Descrizione** e **Recensioni** sul mobile diventano due accordion

Descrizione

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

Recensioni

☆☆☆☆☆ (1)

Scrivi la tua recensione

☆☆☆☆☆

Nome Utente


☆☆☆☆☆

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

[Leggi tutte le recensioni](#)

Accordion descrizione e recensioni





Regali SolidaliBomboniere SolidaliBuoneAzioniIdee RegaloRegali AziendaliMatrimonio Solidale

Accedi al tuo account

Indirizzo email *

Password *


☐ Ricordami

[Hai dimenticato la password?](#)

ACCEDI

Non hai un account?

REGISTRATI



Regali SolidaliBomboniere SolidaliBuoneAzioniFestivitàRegali AziendaliMatrimonio Solidale

Crea la tua area personale

Indirizzo email *

Password *

Useremo i tuoi dati nel rispetto della policy sulla privacy per offrirti una migliore esperienza all'interno del sito

REGISTRATI

ACCEDI/ REGISTRATI



WIREFRAME COMPLETO

ACCEDI/REGISTRATI

La novità più importante è la **suddivisione dei due processi di accesso e registrazione** in due pagine separate ma tra loro collegate e sicuramente i testi interamente in italiano.

Non sono stati modificati né aggiunti ulteriori campi per accesso e registrazione.

Crea la tua area personale

Indirizzo email *



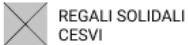
Password *



Useremo i tuoi dati nel rispetto della policy sulla privacy per offrirti una migliore esperienza all'interno del sito

REGISTRATI

Registrazione







Accedi al tuo account

Indirizzo email *

Password *

☐ Ricordami

[Hai dimenticato la password?](#)

ACCEDI

Non hai un account?

REGISTRATI





Crea la tua area personale

Indirizzo email *

Password *


Useremo i tuoi dati nel rispetto della policy sulla privacy per offrirti una migliore esperienza all'interno del sito



REGISTRATI

ACCEDI/ REGISTRATI

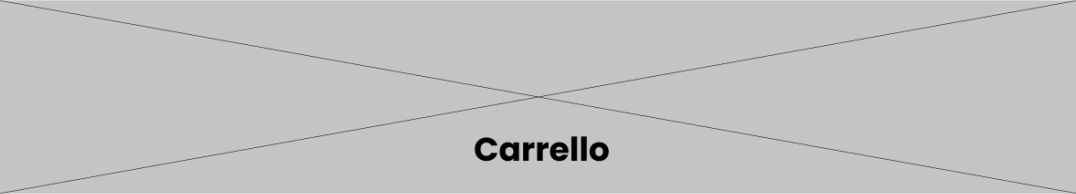


WIREFRAME COMPLETO


 REGALI SOLIDALI
CESVI




Regali Solidali Bomboniere Solidali BuoneAzioni Idee Regalo Regali Aziendali Matrimonio Solidale




Carrello





Coprivaso ecologico con fiori
300 €






Coprivaso ecologico con fiori
300 €





Coprivaso ecologico con fiori
300 €



Totale

Subtotale 900€

Spedizione 10€

Totale 900€

Hai un buono sconto?

CARRELLO

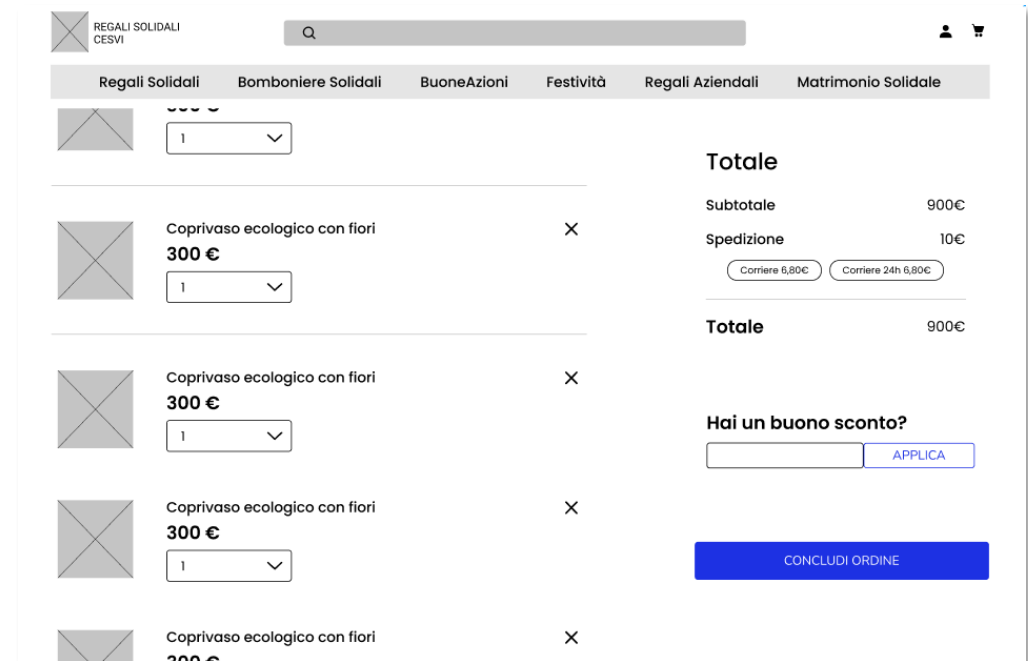


WIREFRAME COMPLETO

CARRELLO

La caratteristica della nuova pagina del carrello è **un'organizzazione più essenziale e lineare** per dare maggiore risalto a tutte le informazioni presenti.

La **parte destra**, che comprende il totale, la scelta della spedizione, l'applicazione del buono sconto e il bottone per passare al checkout, dovrebbe **rimanere fissa durante lo scroll** mentre a sinistra vengono passati in rassegna gli articoli aggiunti.



Parte destra fissa durante lo scroll





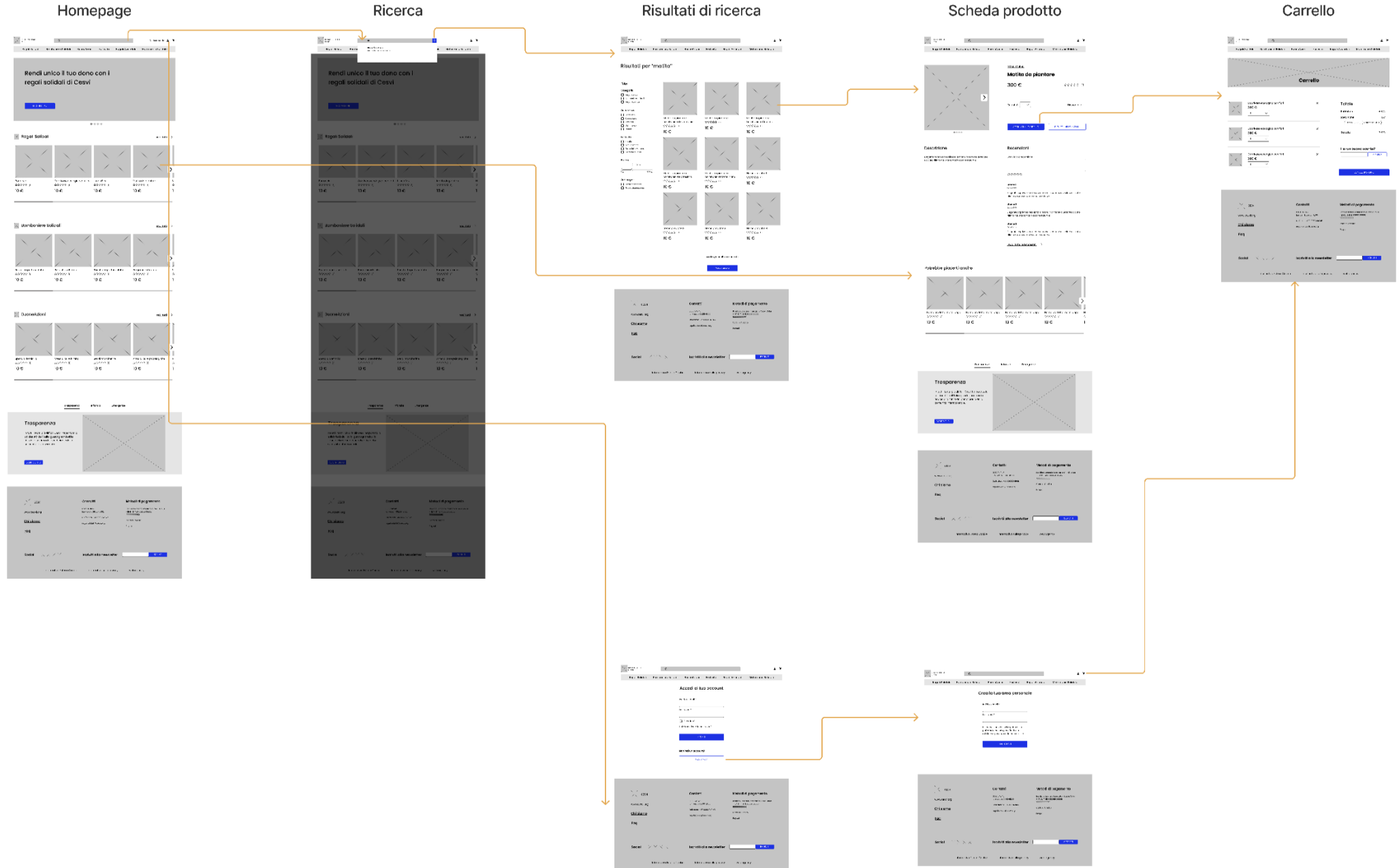
CARRELLO



WIREFRAME COMPLETO

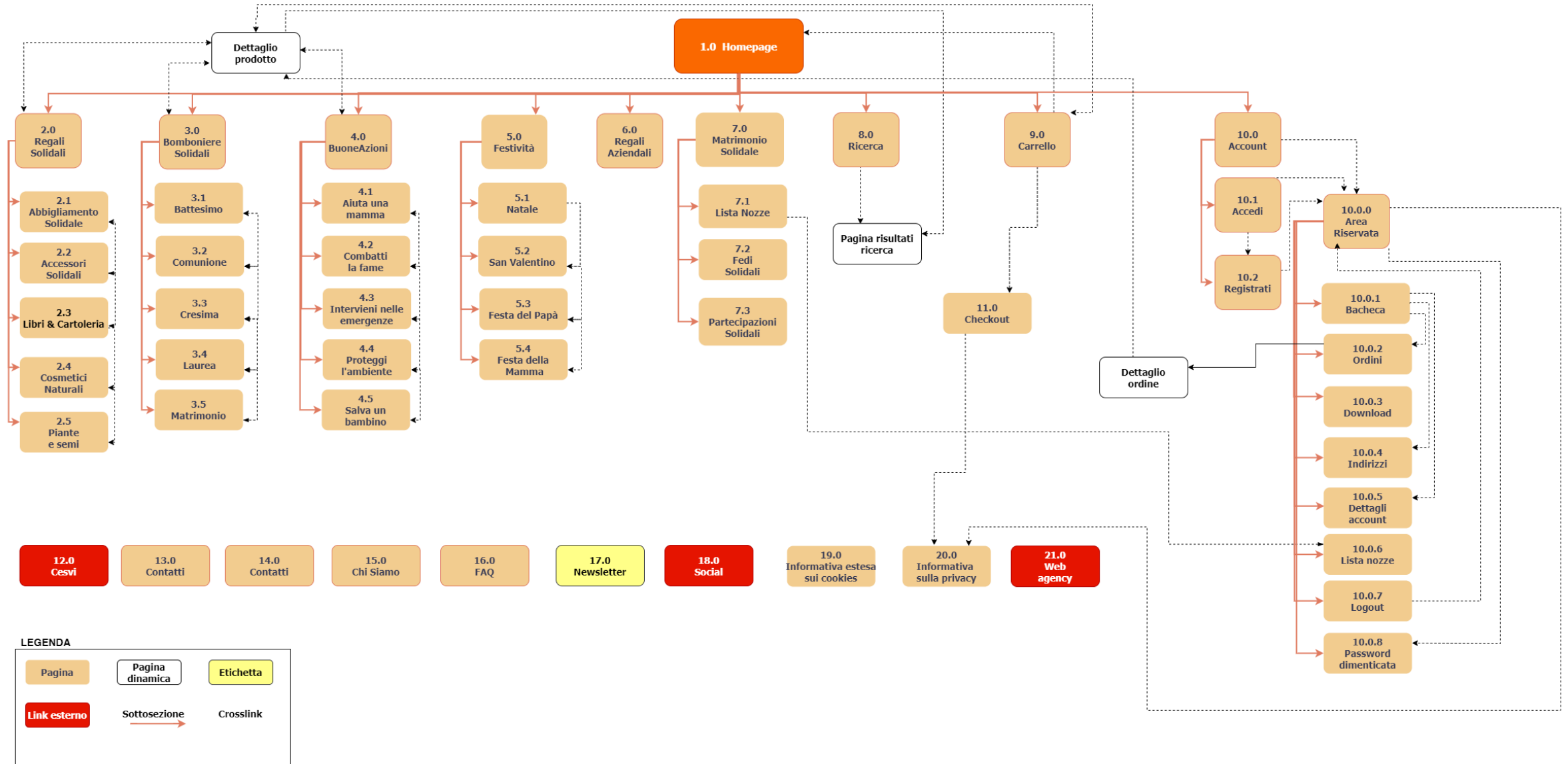
WIREFLOW

Flusso dell'utente attraverso le 5 pagine precedentemente revisionate.



ARCHITETTURA DELL'INFORMA ZIONE

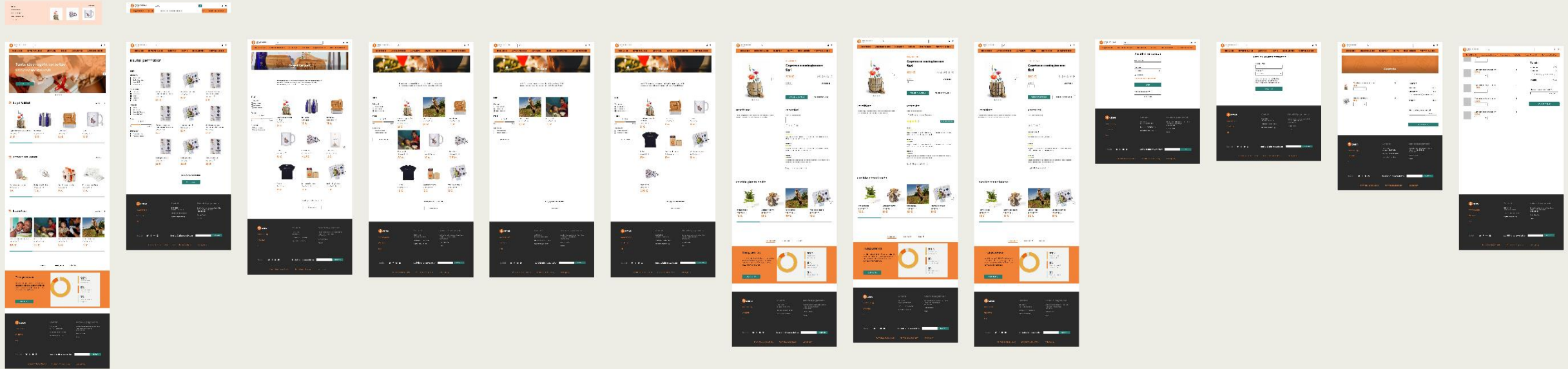
Ulteriori modifiche alla **sitemap** soggetta a riorganizzazione.



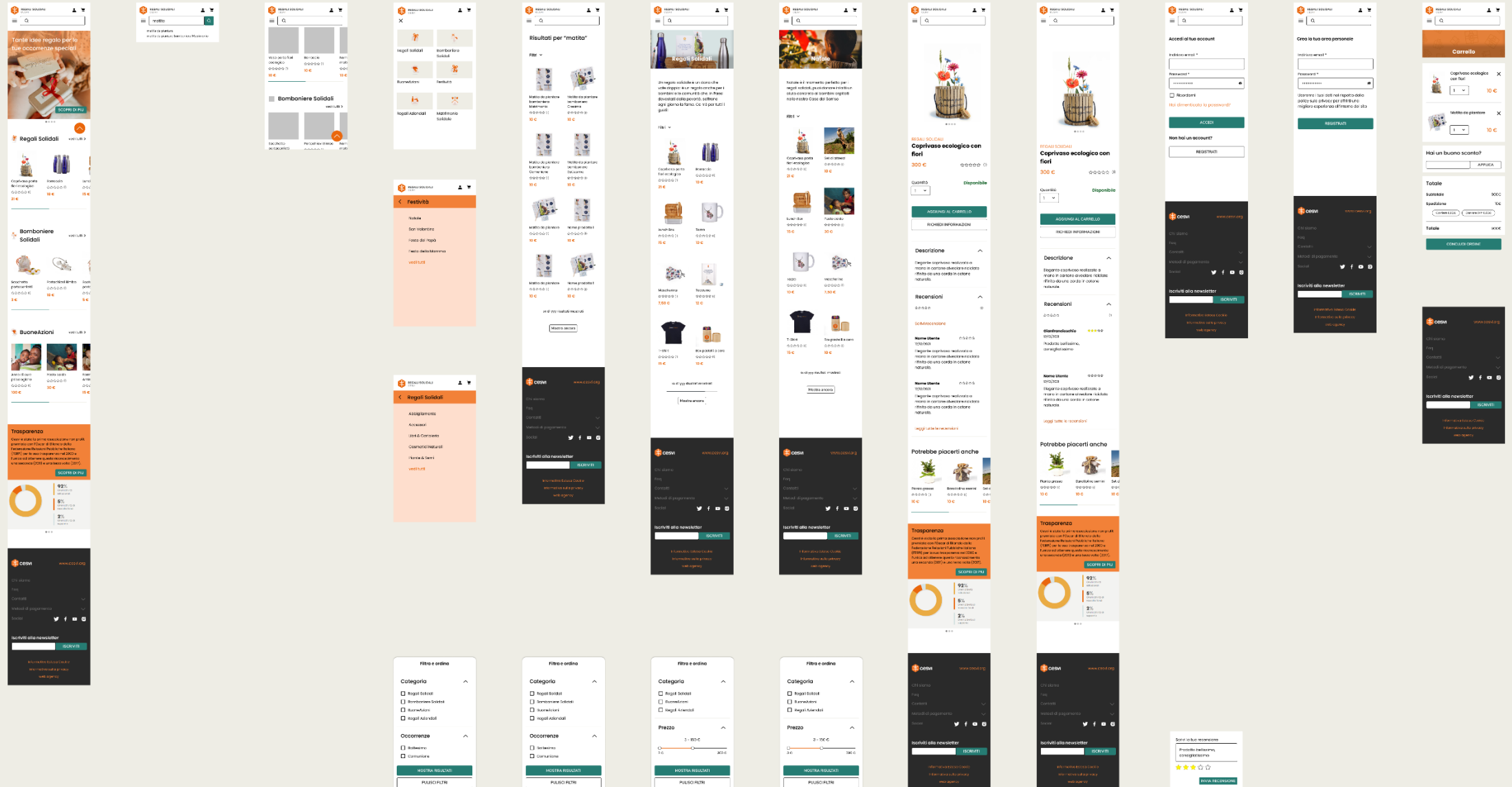
PROTOTIPAZIONE

PREMESSA REDESIGN

Partendo dalle schermate scelte e illustrare nella fase di wireframing, sono state realizzati ulteriori rifacimenti di altre pagine del sito per poter delineare un flusso da testare nella prossima fase.

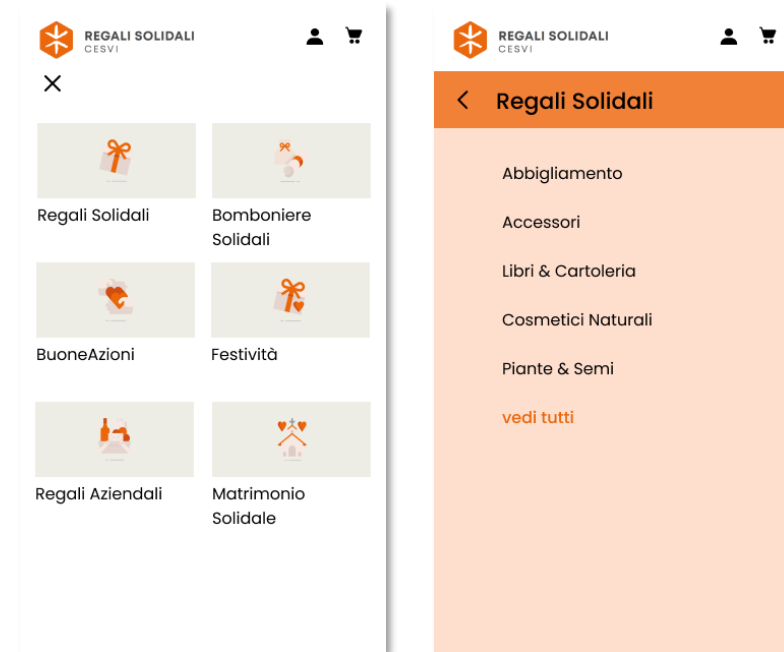


PROTOTIPO COMPLETO



DIFFERENZE NELLA VERSIONE MOBILE

- Il **menu principale** diventa un **hamburger menu**, organizzato in più schermate per **preservarne i livelli di gerarchia**.
- I **filtri di ricerca** diventano degli **accordion** raggruppati all'interno di un **backdrop**.
- La **descrizione** e le **recensioni** del prodotto vengono anch'esse racchiuse in **accordion**.
- La scrittura di una **nuova recensione** avviene in una **modale**.



Hamburger menu

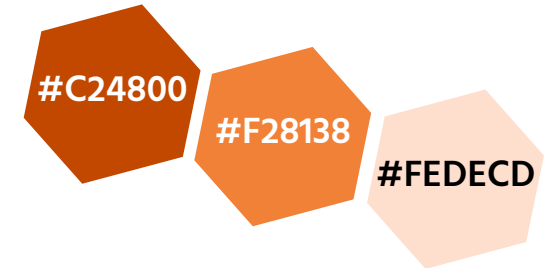
COLORI

Spiegazione della nuova palette di colori individuata e utilizzata nei vari elementi della UI

COLORI

La nuova palette conserva alcuni aspetti della vecchia e presenta alcune novità:

- E' stata infatti concepita a partire dal **colore primario**, preservato perché identitario e per dare un senso di familiarità con il brand. Da questo sono state generate **3 varianti** utilizzate in diversi contesti del sito come **menu** e **link**.
- Il **secondario e le sue varianti** si basano sul colore delle call-to-action del sito Cesvi.org, per garantire **coerenza con il marchio primario**, del quale però è stata presa una tonalità con maggiore contrasto che favorisse una **migliore leggibilità**. Un esempio di applicazione si trova nei **bottoni primari**.
- I **colori neutri** sono stati scelti con lo scopo di ottenere un **contrasto ottimale** con primario e secondario in termini di **accessibilità**. La **tinta più scura** è usata per il **footer** e per i **bottoni secondari**, mentre le altre per alcuni **sfondi**, **separatori** e **indicatori**.



Colore primario e varianti



Colore secondario e varianti



Colori neutri

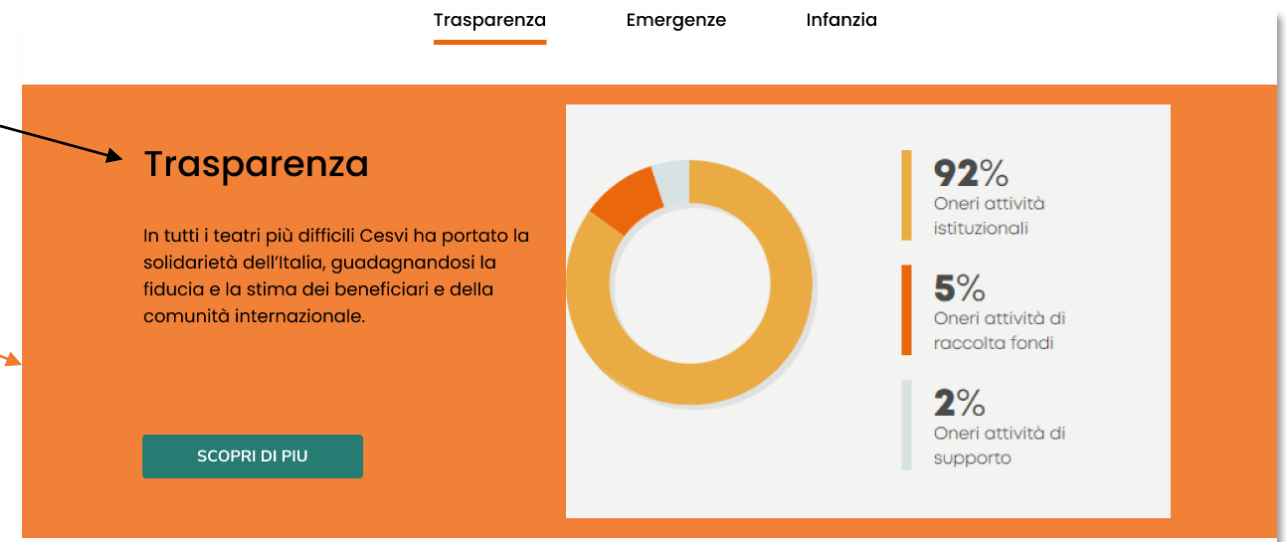
CHECK ACCESSIBILITÀ

#F28138

#000000

Rapporto di contrasto
7.97 : 1

✓ Livello WCAG 2.1 AA
Livello WCAG 2.1 AAA



Carosello informativo

CHECK ACCESSIBILITÀ

#267C73

#FFFFFF

Rapporto di contrasto
4.98 : 1

✓ Livello WCAG 2.1 AA



Informazioni prodotto

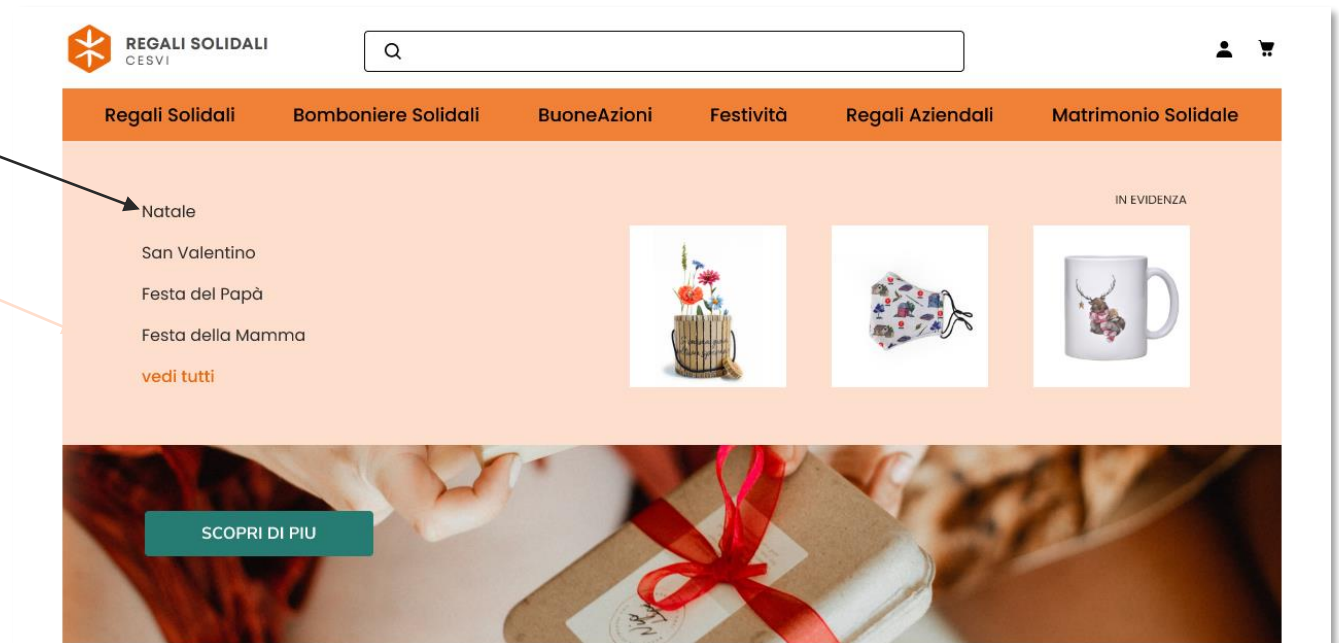
CHECK ACCESSIBILITÀ

#FEDECD

#2A2A2A

Rapporto di contrasto
11.31 : 1

✓ Livello WCAG 2.1 AA
Livello WCAG 2.1 AAA



Sottovoci di menu

TIPOGRAFIA

Illustrazione dei caratteri tipografici scelti e della scala tipografica utilizzata.

TIPOGRAFIA DESKTOP

I caratteri tipografici adottati nel prototipo sono due:

- **Poppins** è quello dominante e riprende il Mont attualmente utilizzato. La scelta è ricaduta su un font del genere per mantenere l'idea di un sito serio ed affidabile ma allo stesso tempo vicino all'utente.
- **Nunito Sans** è usato esclusivamente nelle etichette dei bottoni.

A destra la scala tipografica utilizzata per la versione desktop.

H1	Poppins	44px	Medium
H2 Bold	Poppins	36px	Bold
H2	Poppins	36px	Medium
H3	Poppins	30px	Medium
H4	Poppins	24px	Semibold
H5	Poppins	18px	Medium
Body 1	Poppins	18px	Regular
Body 2	Poppins	14px	Regular
BUTTON	Nunito Sans	16px	Bold

Scala tipografica desktop

TIPOGRAFIA MOBILE

A destra la scala tipografica utilizzata per la versione mobile.

H1	Poppins	24px	Medium
H2 Bold	Poppins	24px	Bold
H2	Poppins	22px	Medium
H3	Poppins	20px	Medium
H4	Poppins	18px	Semibold
H5	Poppins	16px	Medium
Body 1	Poppins	16px	Regular
Body 2	Poppins	14px	Regular
Overline	Poppins	12px	Regular
BUTTON	Nunito Sans	16px	Bold

Scala tipografica mobile

ELEMENTI DI UI

Alcuni elementi della UI presenti nel design system.

BOTTONI E LINK

	Primari	Secondari	Link
Abilitato	  	  	 
Disabilitato	  	  	 
Hover	  	  	

FORM

Testo

Etichetta

Etichetta

Etichetta

Etichetta

Con etichetta

Errore

Area di testo

Etichetta

Etichetta

Selezione

Etichetta

1

▼

Etichetta

1

▼

1

2

Etichetta

1

▼

Elemento selezione

1

1

Messaggio di errore del campo

Messaggio di errore del campo

Messaggio di errore del campo

Checkbox

☒ Name
 ☐ Name

Price Range

3 - 150 €

3 €

300 €

Ricerca

INTERAZIONI

Descrizione delle interazioni introdotte nei componenti del prototipo.

INTERAZIONI DESKTOP

Tra le interazioni previste per i componenti ci sono:

- Cambio di colore di bottoni, link, voci e sottovoci di menu al passaggio di stato (hover e disabled)
- Apertura e chiusura degli accordion
- Scorrimento di slider e caroselli automatico e tramite frecce
- Animazione di selezione e deselegione per le checkbox
- Mostra/nascondi password
- Visualizzazione sottovoci di menu all'hover su una voce di menu principale



Scorrimento slider con frecce



Mostra/nascondi password

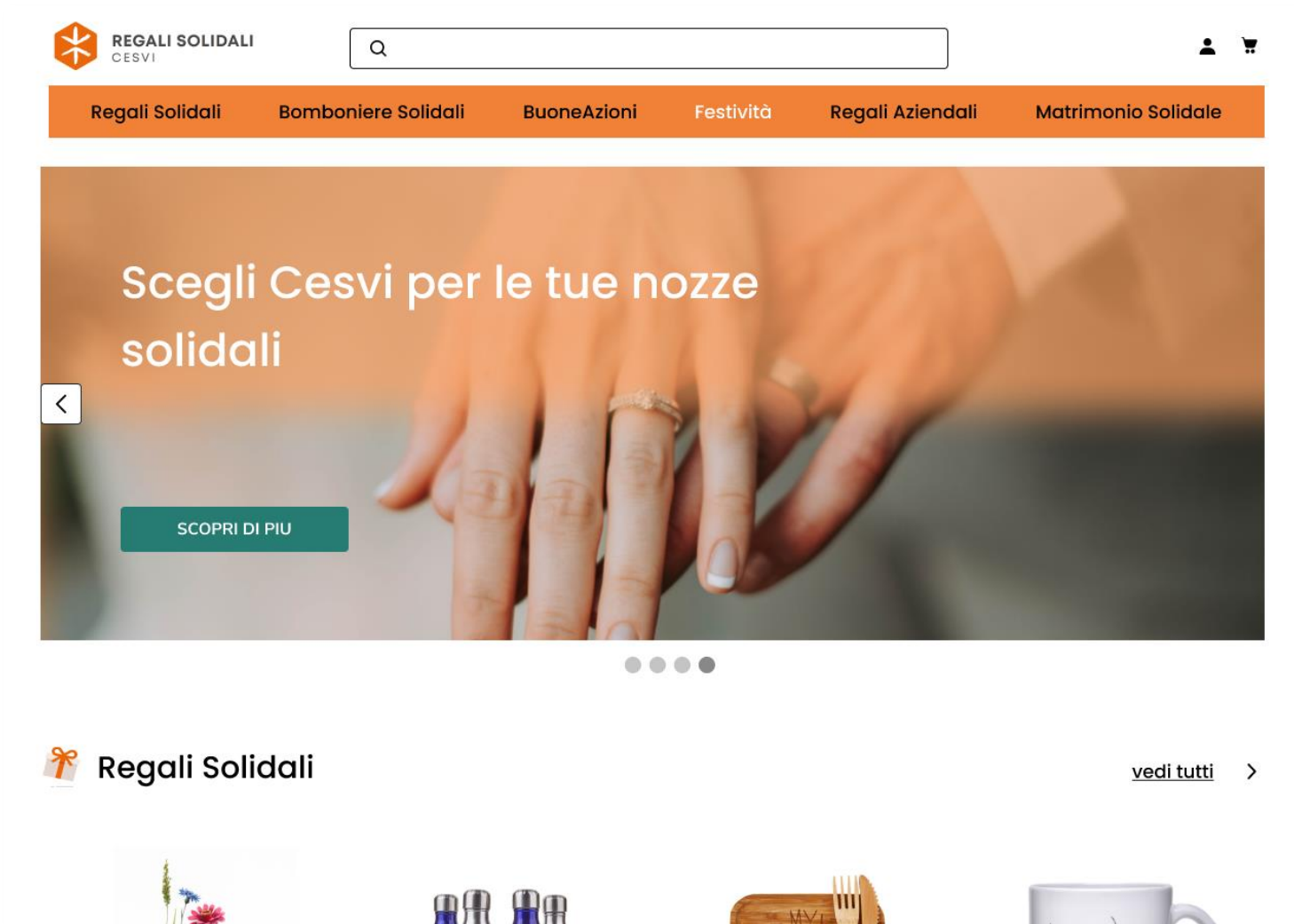
INTERAZIONI MOBILE

Tra le interazioni previste nella versione mobile per i componenti ci sono:

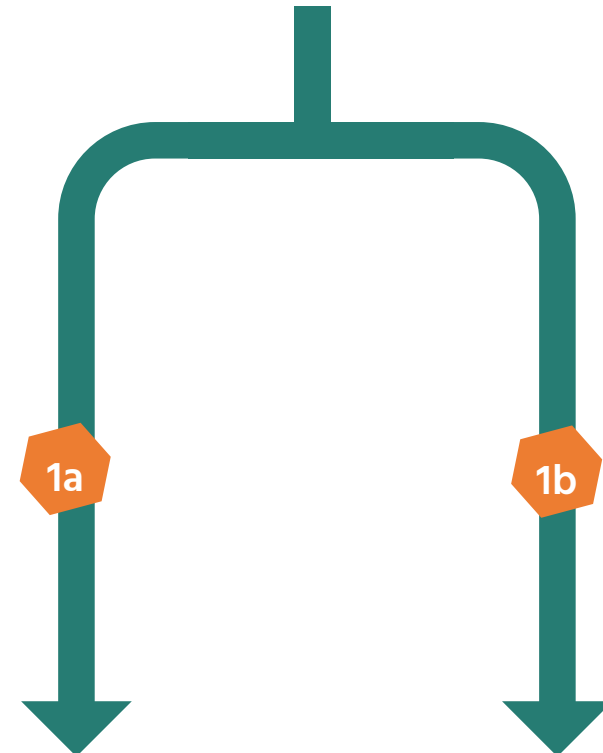
- **Apertura e chiusura degli accordion**
- **Scorrimento di slider e caroselli automatico e tramite gesture**
- **Animazione di selezione e deselection per le checkbox**
- **Mostra/nascondi password**

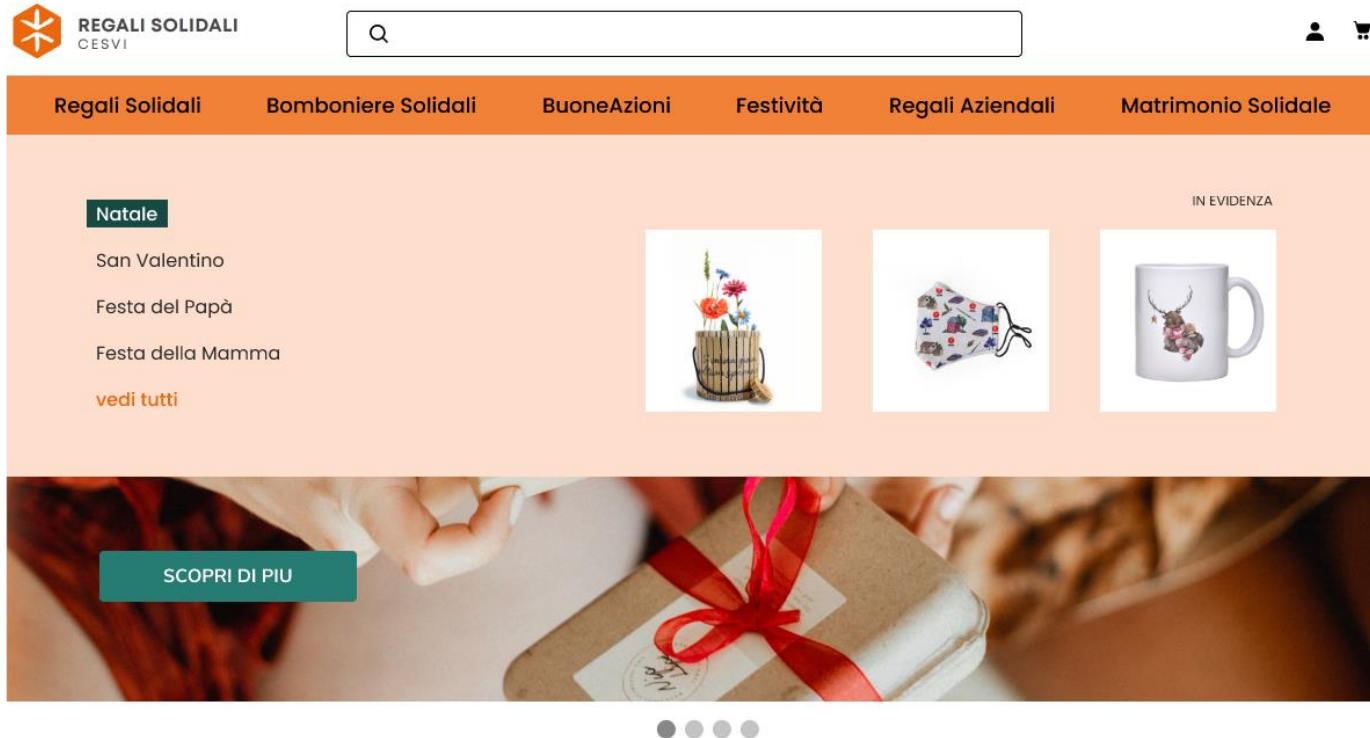
FLUSSO DI TEST DESKTOP

Insieme di operazioni eseguibili sul prototipo e testabili, finalizzate al raggiungimento di un'obiettivo: **cercare un prodotto da regalare per Natale, filtrando i suggerimenti offerti, aggiungerlo al carrello e successivamente e recensirlo**



1 Dalla homepage l'utente ha due possibilità





1a

Passare con il mouse su **Festività** e cliccare su **Natale** nel sottomenù a comparsa

 **Regali Solidali**

[vedi tutti](#) >



Tante idee regalo per le tue
occorrenze speciali

SCOPRI DI PIU



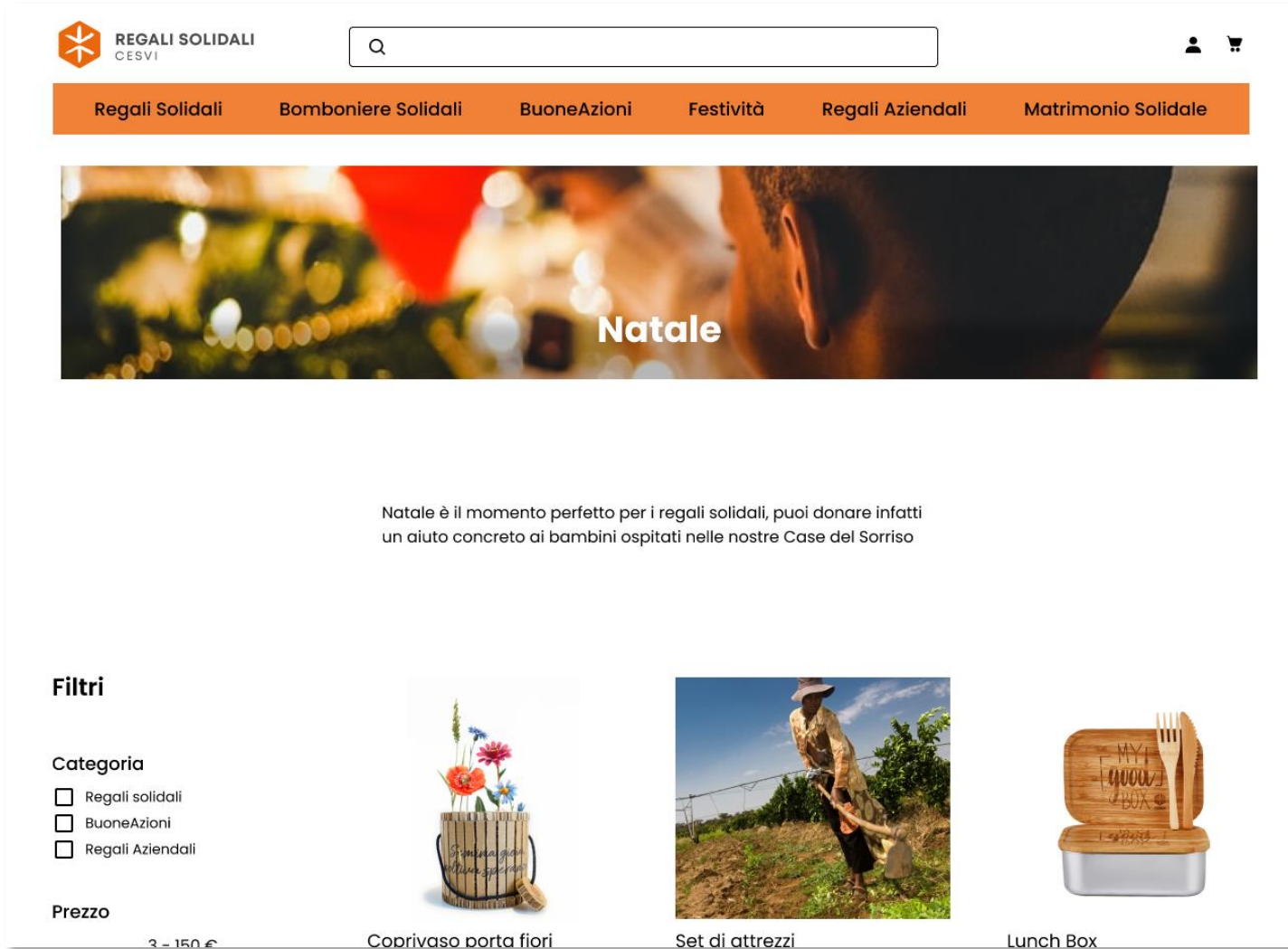
1b

Cliccare sul bottone nella scheda del carosello visibile a sinistra

 **Regali Solidali**

[vedi tutti](#) >





2

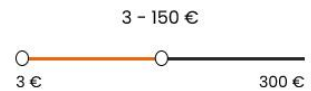
L'utente arriva nella pagina **Natale**

Filtri

Categoria

- ☒ Regali solidali
- ☐ BuoneAzioni
- ☐ Regali Aziendali

Prezzo



Ordina per

- ☐ Prezzo: crescente
- ☐ Prezzo: decrescente

PULISCI FILTRI



Coprivaso porta fiori
ecologico

☆☆☆☆☆ (1)

21 €



Lunch Box

☆☆☆☆☆ (1)

15 €



Tazza

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



T-Shirt

☆☆☆☆☆ (1)

15 €



Box pastelli a cera

☆☆☆☆☆ (1)

10 €



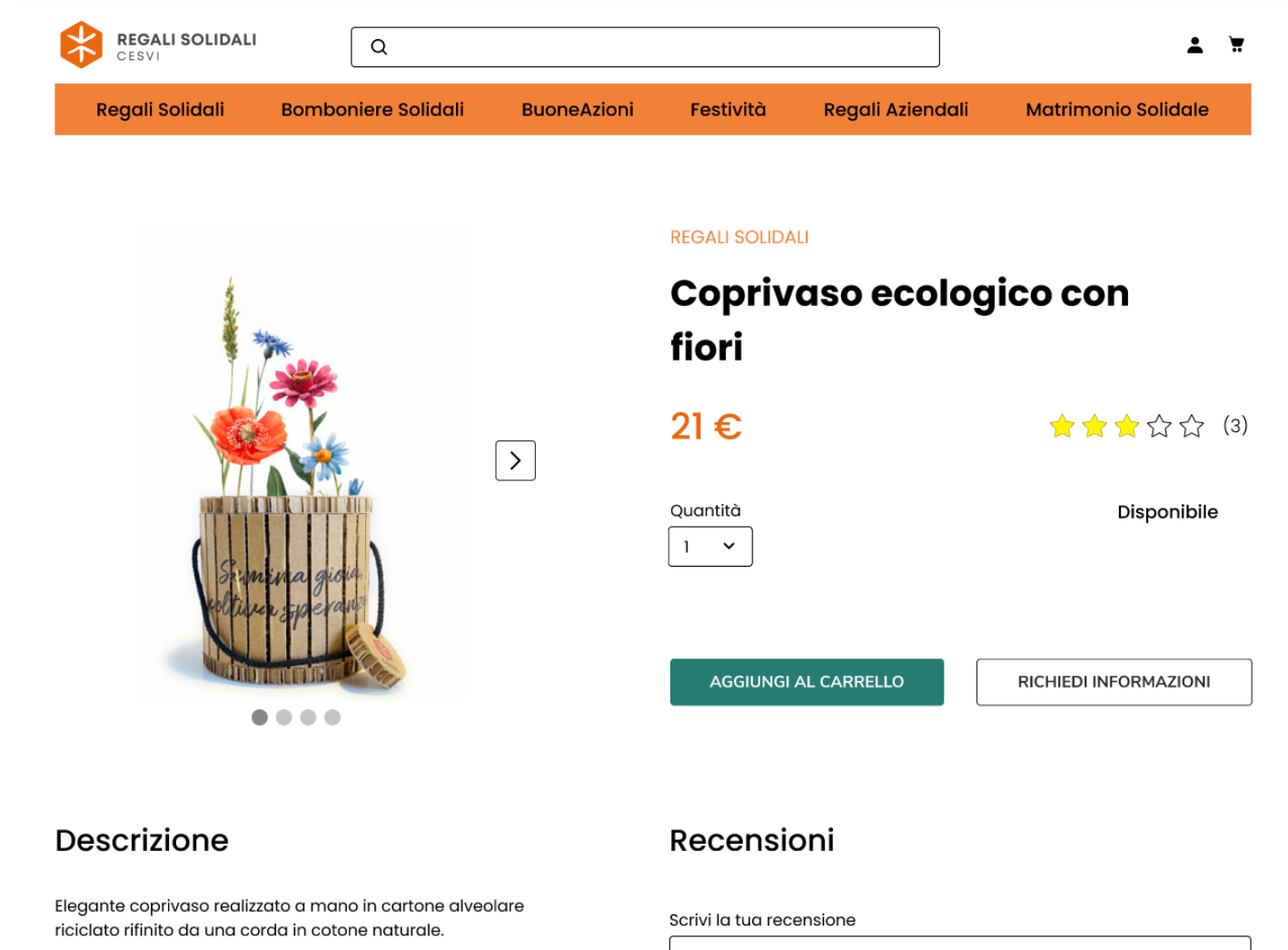
Matita da piantare

☆☆☆☆☆ (1)

10 €


3

Filtra per **Regali Solidali** e sceglie **Coprivaso ecologico con fiori**




4


Arrivato nella pagina di dettaglio del prodotto, legge le informazioni presenti e le recensioni degli altri utenti



Regali SolidaliBomboniere SolidaliBuoneAzioniFestivitàRegali AziendaliMatrimonio Solidale




Carrello



Coprivaso ecologico con fiori
21 €

1



Matita da piantare
10 €

1

Totale

Subtotale31€

Spedizione10€

Corriere 6,80€Corriere 24h 6,80€


Totale41€

Hai un buono sconto?

APPLICA

5


Aggiunge il prodotto al carrello



Capriate ecologiche con fiori

21 €

1



Matita da piantare

10 €

1

Totale

Subtotale 31€

Spedizione 10€


Corriere 6,80€ Corriere 24h 10,80€ X

Totale 41€

Hai un buono sconto?

APPLICA

CONCLUDI ORDINE



cesvi

www.cesvi.org

Chi siamo

Contatti

0363 349145

lun-ven. h. 09.00-18.00.

Dall'estero +39 0363 349145.

regalisolidali@cesvi.org.

Metodi di pagamento

Bonifico Bancario Intestato a Cesvi Onlus

- IBAN: IT 49 H 03069 09606

100000000060

Carta di Credito

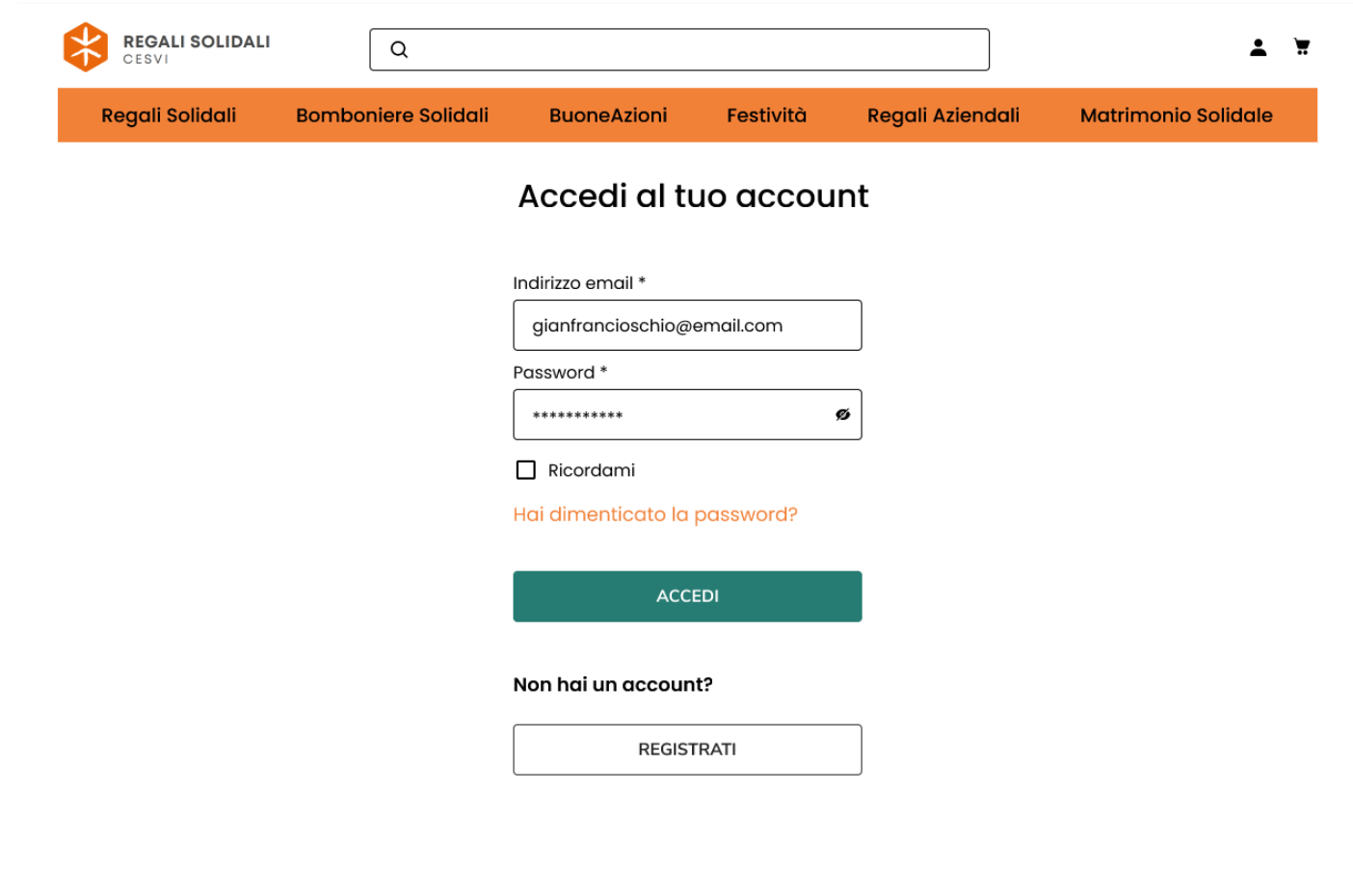
Paypal

6

Seleziona il tipo di spedizione e conclude l'ordine



Una volta ricevuto il
coprivaso ...



REGALI SOLIDALI
CESVI

Q

Regali Solidali Bomboniere Solidali BuoneAzioni Festività Regali Aziendali Matrimonio Solidale

Accedi al tuo account

Indirizzo email *

gianfrancioschio@email.com

Password *

☐ Ricordami

[Hai dimenticato la password?](#)


ACCEDI

Non hai un account?

REGISTRATI

7

Va alla pagina di **login** e fa l'accesso



[AGGIUNGI AL CARRELLO](#)[RICHIEDI INFORMAZIONI](#)

Descrizione

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

Recensioni

Scrivi la tua recensione

★★★★☆

[INVIA RECENSIONE](#)

Carolina
★★★★★ 12/12/2021

Ho acquistato questo coprivaso recentemente e devo dire che è perfetto. Sono molto contenta sia per la qualità sia per la causa a cui ho contribuito.

Milena
★★★★☆☆ 21/10/2021

Sistemato subito in giardino appena arrivato, i fiori inclusi lasciano a desiderare però lo ricomperei.

Francesco
★☆☆☆☆ 05/06/2021

Pessima qualità, da non comprare assolutamente. Meglio fare solo la donazione.

[Leggi tutte le recensioni](#)

8

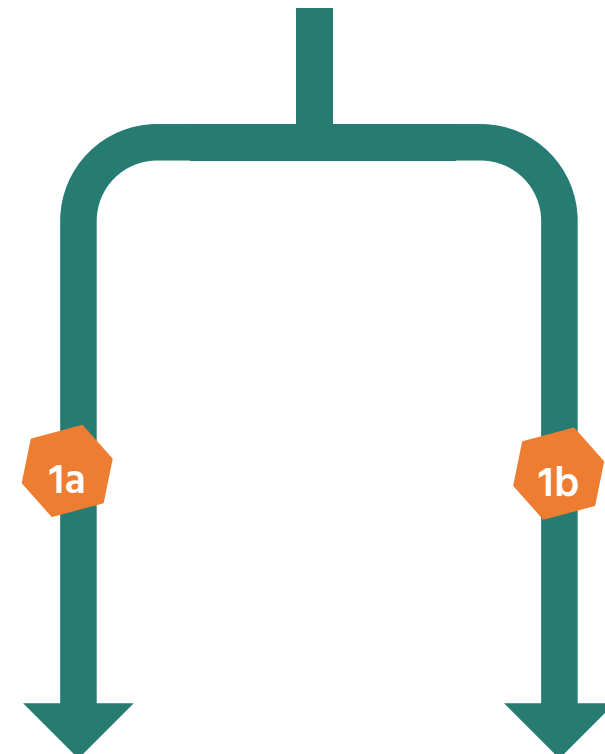
Torna alla pagina del coprivaso e **scrive una recensione**

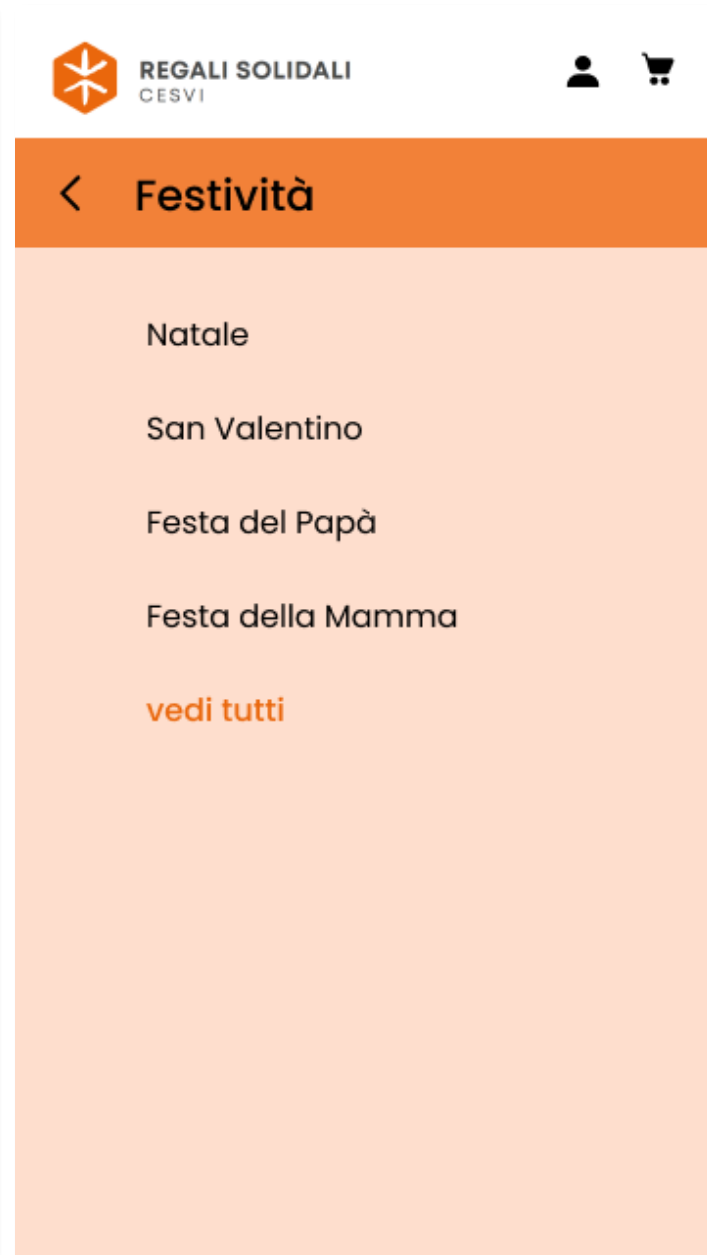
FLUSSO DI TEST MOBILE

Insieme di operazioni eseguibili sul prototipo e testabili, finalizzate al raggiungimento di un'obiettivo: **cercare un prodotto da regalare per Natale, filtrando i suggerimenti offerti, aggiungerlo al carrello e successivamente e recensirlo**



1 Dalla homepage l'utente ha due possibilità





1a

Facendo tap sull'hamburger menu, sceglie **Festività** e poi **Natale**



1b

Cliccare sul bottone nella scheda del carosello visibile a sinistra



2

L'utente arriva nella pagina **Natale**

nelle nostre Case del Sorriso

Filtra e ordina

Categoria

- ☒ Regali Solidali
- ☐ BuoneAzioni
- ☐ Regali Aziendali

Prezzo

Ordina per

MOSTRA RISULTATI

PULISCI FILTRI



Copri vaso porta fiori ecologico
☆☆☆☆☆ (1)
21 €



Set di attrezzi
☆☆☆☆☆ (1)
10 €



Lunch Box
☆☆☆☆☆ (1)
15 €



Pasto caldo
☆☆☆☆☆ (1)
30 €



3

Filtra per **Regali Solidali** e sceglie **Copri vaso ecologico con fiori**



4

Arrivato nella pagina di dettaglio del prodotto, legge le informazioni presenti e le recensioni degli altri utenti





5

Aggiunge il prodotto al carrello

Hai un buono sconto?

APPLICA

Totale

Subtotale	900€
Spedizione	10€

Corriere 6,80€

Corriere 24h 6,80€ X

Totale	900€
---------------	------

CONCLUDI ORDINE



6

Seleziona il tipo di spedizione e conclude l'ordine





Una volta ricevuto il
coprivaso ...



The image shows a mobile app login screen for 'REGALI SOLIDALI CESVI'. At the top, there is a logo on the left, the brand name in the center, and user and shopping cart icons on the right. Below the header is a search bar with a magnifying glass icon. The main section is titled 'Accedi al tuo account'. It contains two input fields: 'Indirizzo email *' and 'Password *'. The password field is masked with asterisks and has a toggle icon on the right. Below the password field is a checkbox labeled 'Ricordami'. There is a link 'Hai dimenticato la password?' in orange text. At the bottom of the form is a large green button labeled 'ACCEDI'. Below the button is the text 'Non hai un account?'.

REGALI SOLIDALI
CESVI

Indirizzo email *

Password *

☐ Ricordami

[Hai dimenticato la password?](#)

ACCEDI

Non hai un account?

7

Va alla pagina di **login** e fa l'accesso

Elegante coprivaso realizzato a mano in cartone alveolare riciclato rifinito da una corda in cotone naturale.

Recensioni

Scrivi la tua recensione

Prodotto bellissimo, consigliatissimo

★★★★☆

INVIA RECENSIONE

Nome Utente ☆☆☆☆☆
12/12/2021
Elegante coprivaso realizzato a

8

Torna alla pagina del coprivaso e **scrive una recensione**

Grazie per l'attenzione
FINE



Progetto UX/UI
Marco Iannì