

PROGETTO USER INTERFACE

IVEGAN

E-commerce di prodotti vegani

Samuele Verulento



INDICE

COS'E' IVEGAN	PAG 1
IL LAVORO FINO AD ORA	PAG 3
USER KIT	PAG 4
HOMEPAGE	PAG 5
CATEGORY	PAG 6
PRODUCT	PAG 7
FAQ	PAG 8
APRE CERCA	PAG 9
DIGITA CON ERRORE	PAG 10
IN SINTESI	PAG 11

RIEPILOGO

COS'È IVEGAN?

Il negozio iVegan nasce dalla profonda passione per gli animali e dalla scelta antispecista dei suoi fondatori.

Fin dall'inizio, l'obiettivo principale è stato quello di offrire alternative vegane a chiunque desiderasse vivere in modo etico e rispettoso nei confronti degli animali. La scelta antispecista, che rifiuta ogni forma di sfruttamento animale, è stata la pietra miliare su cui è stato costruito l'intero progetto.

Nel corso degli anni, iVegan non solo ha mantenuto saldi i propri principi, ma ha anche ampliato il proprio impegno nel sostenere numerose realtà antispeciste e rifugi per animali.

iVegan si è distinto per la sua capacità di offrire costantemente nuovi prodotti vegani, spesso difficili da trovare nella grande distribuzione.

La ricerca e la selezione accurata dei prodotti hanno permesso al negozio di diventare un punto di riferimento per i consumatori consapevoli e attenti alle esigenze degli animali e dell'ambiente.



RIEPILOGO

IL LAVORO FINO AD ORA...

Nel progetto Discovery ho analizzato il sito di IVegan dal punto di vista dell'usabilità utilizzando Le 10 euristiche di Jakob Nielsen, facendo un'analisi del target e sviluppando Personas diverse con rispettive user journey.

Nel progetto Accessibility invece ho modificato le tre Personas immaginandole con diverse disabilità e sviluppando le loro user journey e indicando i nuovi pain point, risolvendoli. Infine nel progetto Wireframing ho applicato tutte le modifiche in un Hi Fi Wireframing, sia nella versione desktop, che in quella mobile.

[LINK FIGMA](#)

RIEPILOGO

ATTENZIONE

Il presente progetto di prototipazione e le relative analisi e migliorie sono basati sulla vecchia versione del sito IVegan.

Quando ho iniziato il corso e ho creato i primi progetti, la versione precedente del sito era ancora online.

Per garantire coerenza e continuità con il lavoro iniziale, ho deciso di mantenere questa versione come riferimento principale per il mio progetto, anche se attualmente il sito ha subito un aggiornamento.



USER KIT

FONT

DM SANS

FONT WEIGHT

REGULAR

BOLD

FONT SIZE

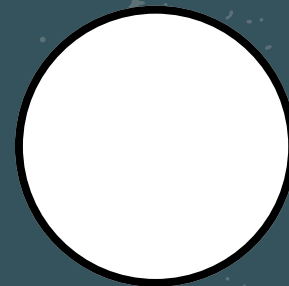
TITLE – 30px

H2 – 18px

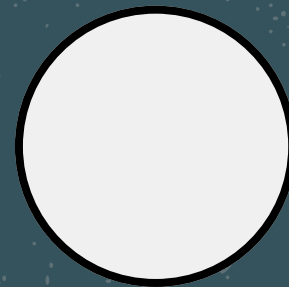
H1 – 25px

P – 15px

COLOR



ELEMENTI
#FFFFFF



BACKGROUND
#FOFOFO

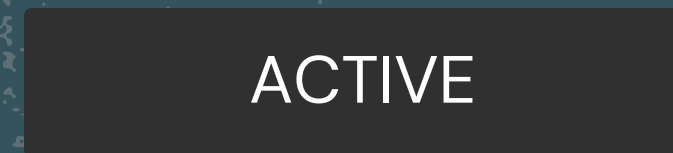


COLORE PRINCIPALE
#ADD069



FONT
#000000

BUTTON

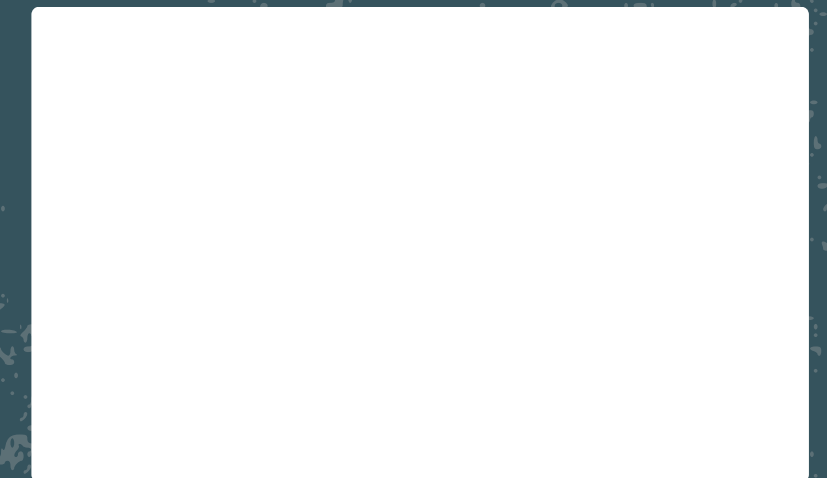


CART



BEST

SQUARE



CORNER RADIUS: 4px

DROP SHADOW:

Y = 4px

BLUR = 4px

COLOR = #000000 25%



MIGLIORIE

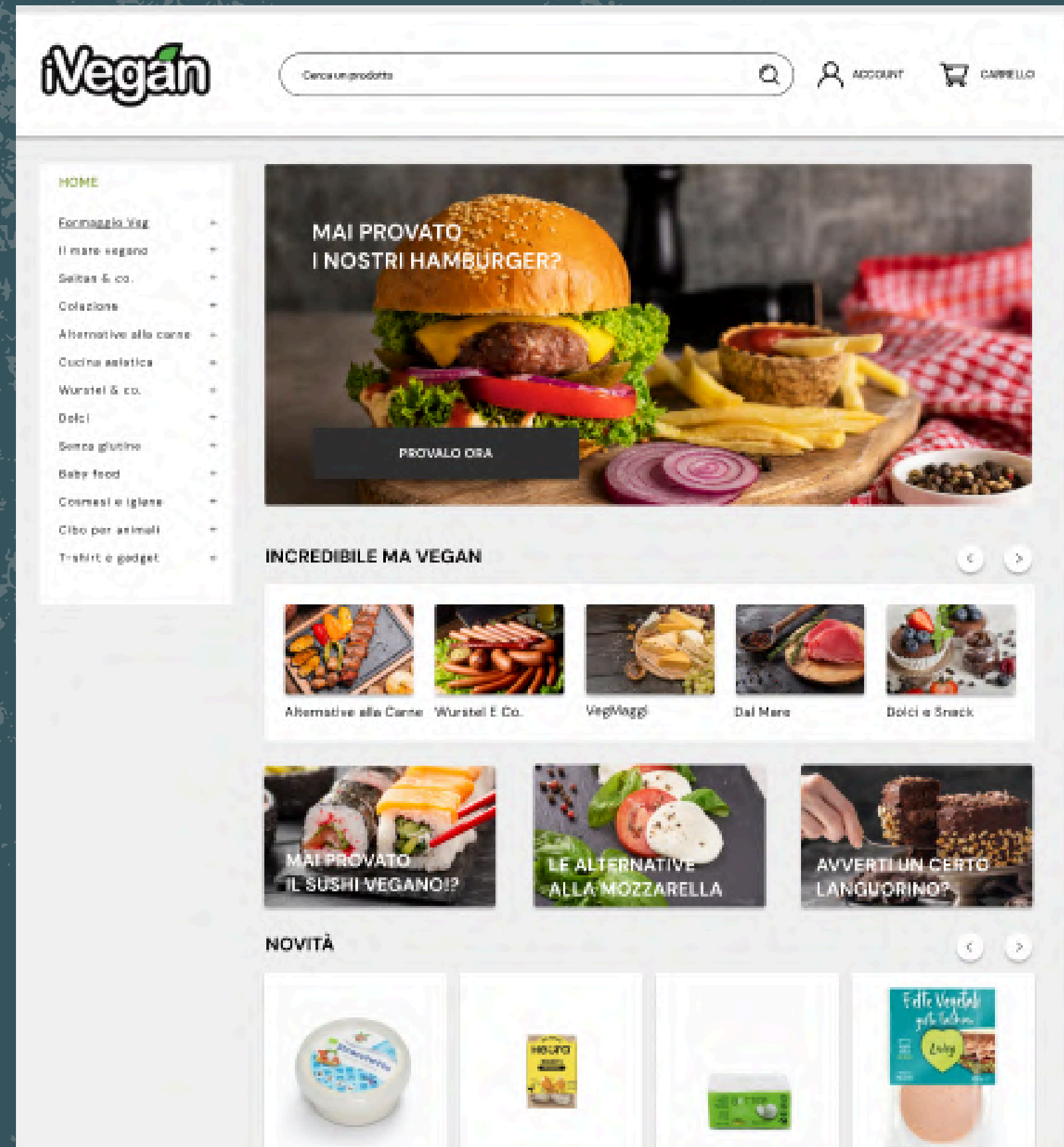
HOME PAGE

Il progetto ha subito molti miglioramenti, anche solo dalla fase Wireframing.

Qui nella homepage ad esempio è possibile notare una spaziamento tra gli elementi molto più ordinato e aperto, ma non solo...

Sono state anche aggiunte icone, colori (ho tenuto come colore principale del brand (**#ADD069**) e immagini.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOME PAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), alla categoria **FORMAGGIO VEG**, e al link per le **FAQ**



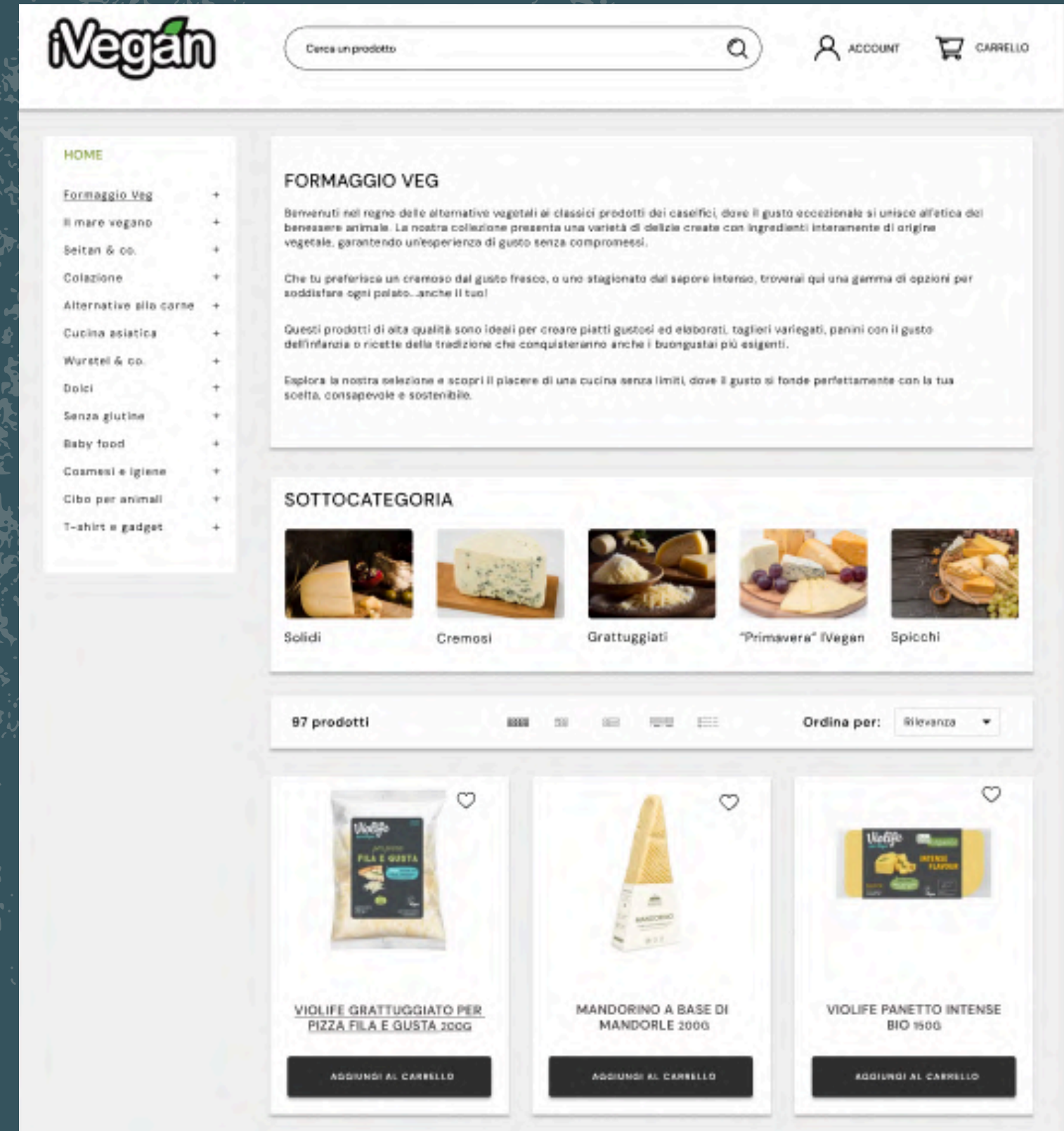
MIGLIORIE

CATEGORY

In Category ho apportato le stesse migliorie, compresa anche la grandezza dei testi.

Il design si mantiene coerente con il resto del sito web

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOME PAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), al prodotto **VERDE DI RISO SPALMABILE**...(il primo della lista), e al link per le **FAQ**



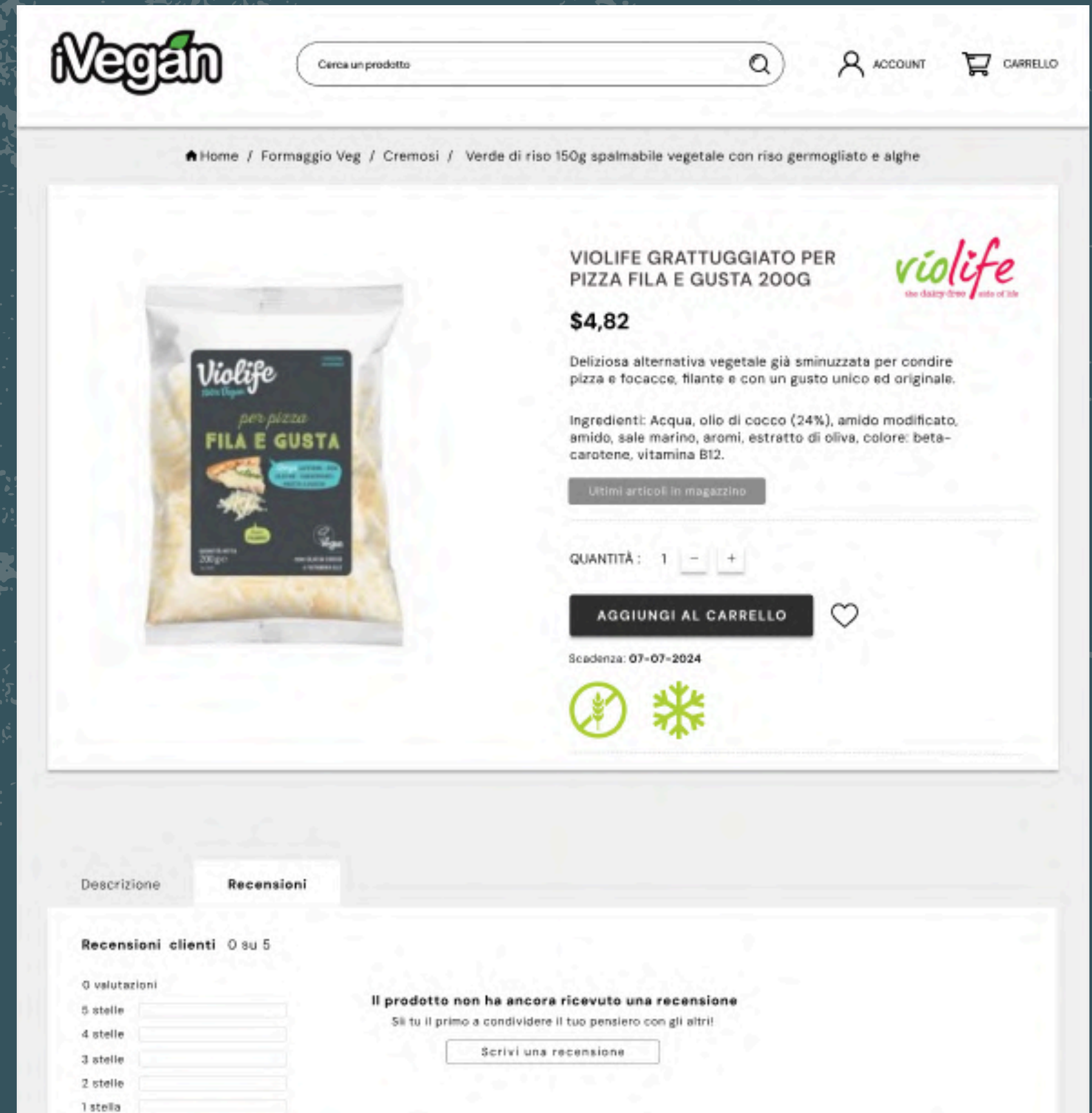
MIGLIORIE

PRODUCT

In Product ho reso i pulsanti con maggiore contrasto, i testi più leggibili e le icone più riconoscibili.

Il design si mantiene coerente con il resto del sito web

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), a **FORMAGGIO VEG**, al link per le **FAQ**



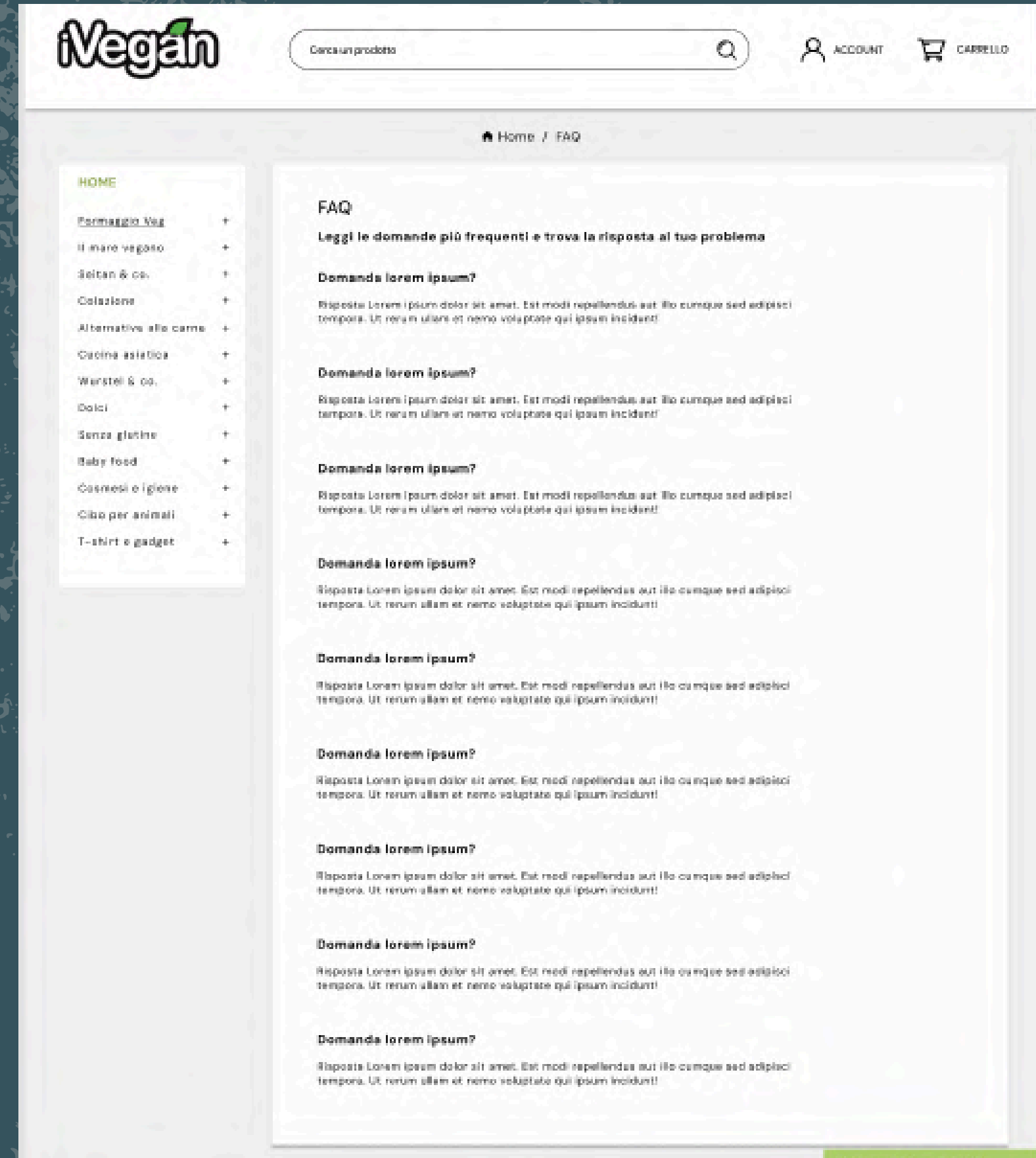
MIGLIORIE

FAQ

La pagina FAQ non esisteva sul sito originale di iVegan, quindi l’ho creata da zero.

Per farlo ho aggiunto una finestra nella pagina con contorno coerente con il resto del design, e ho spaziato tra domande e risposte per rendere tutto facilmente leggibile e accessibile

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOME PAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo) e a **FORMAGGIO VEG.**



MIGLIORIE

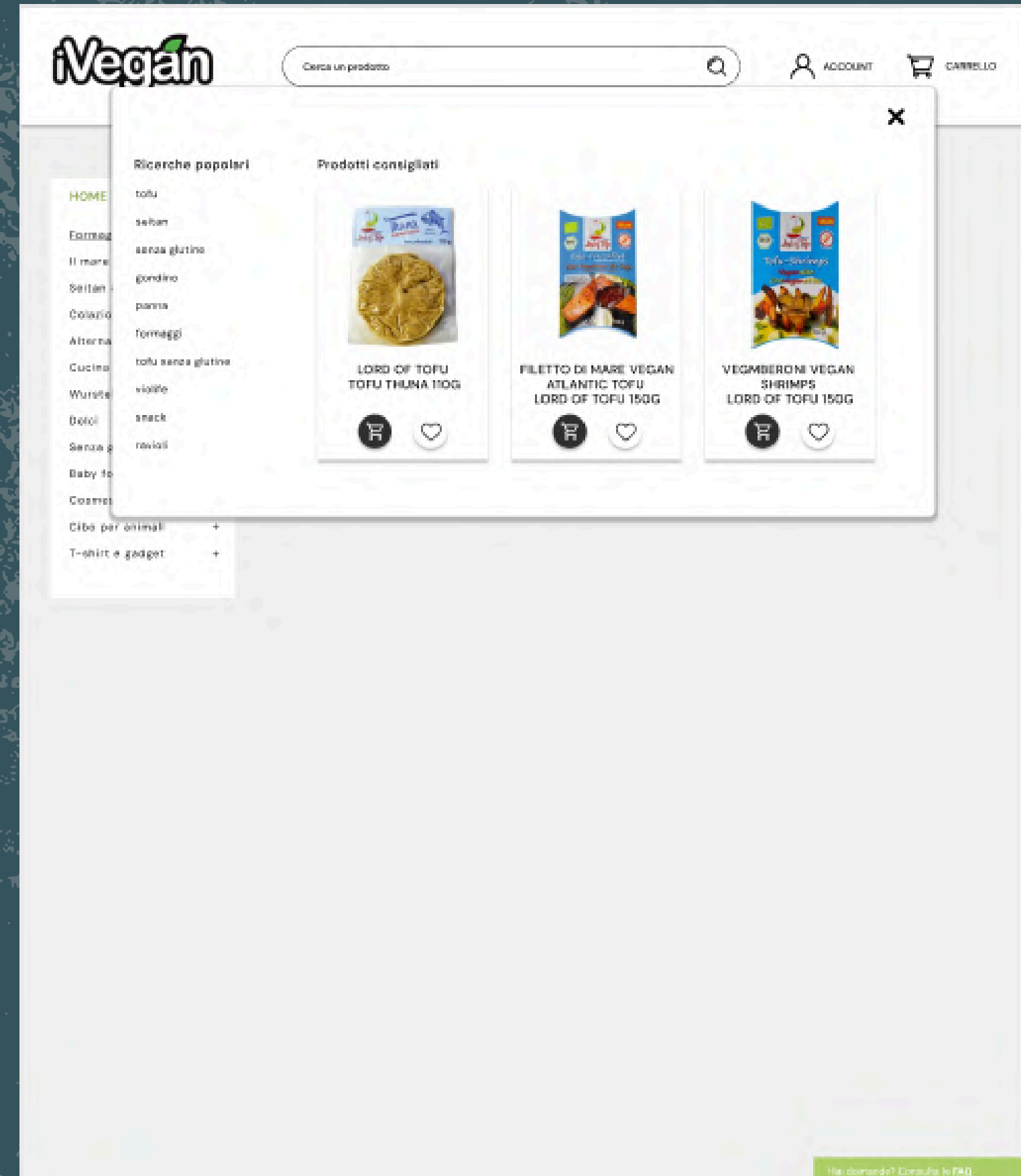
APRE CERCA

Questa pagina rappresenta quello che succede nel sito la prima volta che si clicca nella barra di ricerca.

Come si può vedere si apre un menù dove prima della digitazione escono i prodotti più cercati e acquistati dagli altri utenti.

In questo caso ho voluto dare alla finestra l'effetto "Drop Shadow" più marcato, per dare un senso di tridimensionalità più pronunciato.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **HOME PAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo) e al link per le **FAQ**.



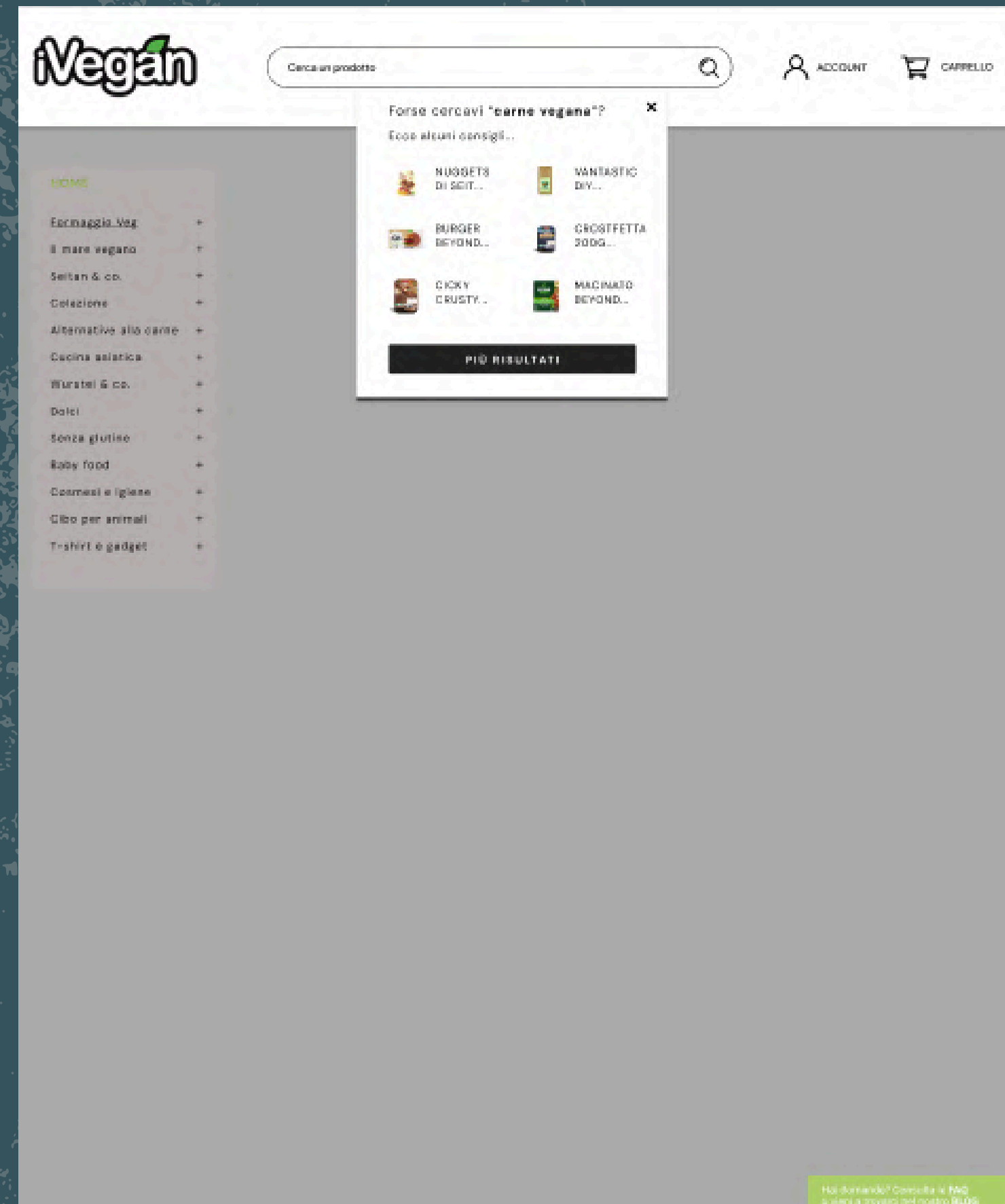
MIGLIORIE

DIGITA CON ERRORE

Quest'altro frame invece rappresenta lo step successivo nella barra di ricerca.

Dopo la digitazione sbagliata, il sito propone un risultato simile a quello digitato, mostrando dei prodotti coerenti e dando la possibilità di ampliare la ricerca premendo l'apposito pulsante.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), a **FORMAGGIO VEG.** e al link per le **FAQ**



IN SINTESI

Le migliorie generali aggiunte a tutto il sito sono le seguenti:

- Nuovo Font utilizzato (DM Sans anzichè Roboto) con coerenza di grandezza
- Utilizzo di un colore principale associato al brand (#ADD069)
- Nuovi set di icone e di vettoriali con colori del brand
- Aggiunta di immagini non croppate ed esplicative
- Ordinamento degli elementi secondo colonne (21 colonne con margine laterale di 42 px)
- Stile dei pulsanti coerente
- Sfondo della pagina con contrasto sufficiente per migliorare l'accessibilità
- Barra di ricerca resa più lunga e con gli angoli smussati



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

PROGETTO USER INTERFACE
PARTE 2

IVEGAN

E-commerce di prodotti vegani

Samuele Verulento



INDICE

COS'E' IVEGAN	PAG 1
IL LAVORO FINO AD ORA	PAG 3
USER KIT	PAG 4
HOMEPAGE	PAG 5
CATEGORY	PAG 6
PRODUCT	PAG 7
FAQ	PAG 8
APRE CERCA	PAG 9
DIGITA CON ERRORE	PAG 10
IN SINTESI	PAG 11

RIEPILOGO

COS'È IVEGAN?

Il negozio iVegan nasce dalla profonda passione per gli animali e dalla scelta antispecista dei suoi fondatori.

Fin dall'inizio, l'obiettivo principale è stato quello di offrire alternative vegane a chiunque desiderasse vivere in modo etico e rispettoso nei confronti degli animali. La scelta antispecista, che rifiuta ogni forma di sfruttamento animale, è stata la pietra miliare su cui è stato costruito l'intero progetto.

Nel corso degli anni, iVegan non solo ha mantenuto saldi i propri principi, ma ha anche ampliato il proprio impegno nel sostenere numerose realtà antispeciste e rifugi per animali.

iVegan si è distinto per la sua capacità di offrire costantemente nuovi prodotti vegani, spesso difficili da trovare nella grande distribuzione.

La ricerca e la selezione accurata dei prodotti hanno permesso al negozio di diventare un punto di riferimento per i consumatori consapevoli e attenti alle esigenze degli animali e dell'ambiente.



RIEPILOGO

IL LAVORO FINO AD ORA...

Nel progetto Discovery ho analizzato il sito di IVegan dal punto di vista dell'usabilità utilizzando Le 10 euristiche di Jakob Nielsen, facendo un'analisi del target e sviluppando Personas diverse con rispettive user journey.

Nel progetto Accessibility invece ho modificato le tre Personas immaginandole con diverse disabilità e sviluppando le loro user journey e indicando i nuovi pain point, risolvendoli. Infine nel progetto Wireframing ho applicato tutte le modifiche in un Hi Fi Wireframing, sia nella versione desktop, che in quella mobile.

Nella prima parte del progetto User Interface ho inserito le modifiche in un prototipo per desktop, e ora vi mostrerò quei cambiamenti adattati anche a una versione mobile

[LINK FIGMA](#)



RIEPILOGO

ATTENZIONE

Il presente progetto di prototipazione e le relative analisi e migliorie sono basati sulla vecchia versione del sito IVegan.

Quando ho iniziato il corso e ho creato i primi progetti, la versione precedente del sito era ancora online.

Per garantire coerenza e continuità con il lavoro iniziale, ho deciso di mantenere questa versione come riferimento principale per il mio progetto, anche se attualmente il sito ha subito un aggiornamento.



USER KIT

FONT

DM SANS

FONT WEIGHT

REGULAR

BOLD

FONT SIZE

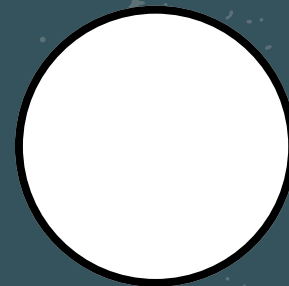
TITLE – 25px

H2 – 18px

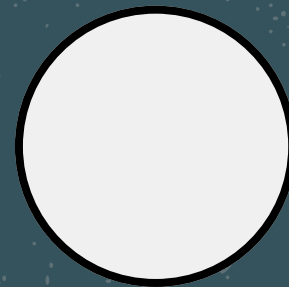
H1 – 20px

P – 14px

COLOR



ELEMENTI
#FFFFFFF



BACKGROUND
#FOFOFO

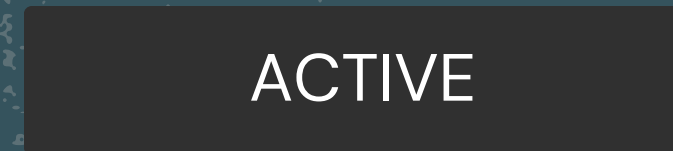


COLORE PRINCIPALE
#ADD069



FONT
#000000

BUTTON

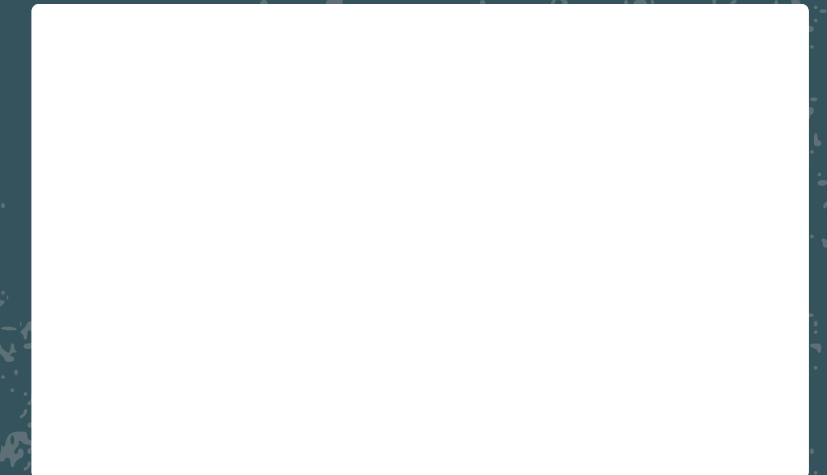


CART



BEST

SQUARE



CORNER RADIUS: 4px

DROP SHADOW:

Y = 4px

BLUR = 4px

COLOR = #000000 25%



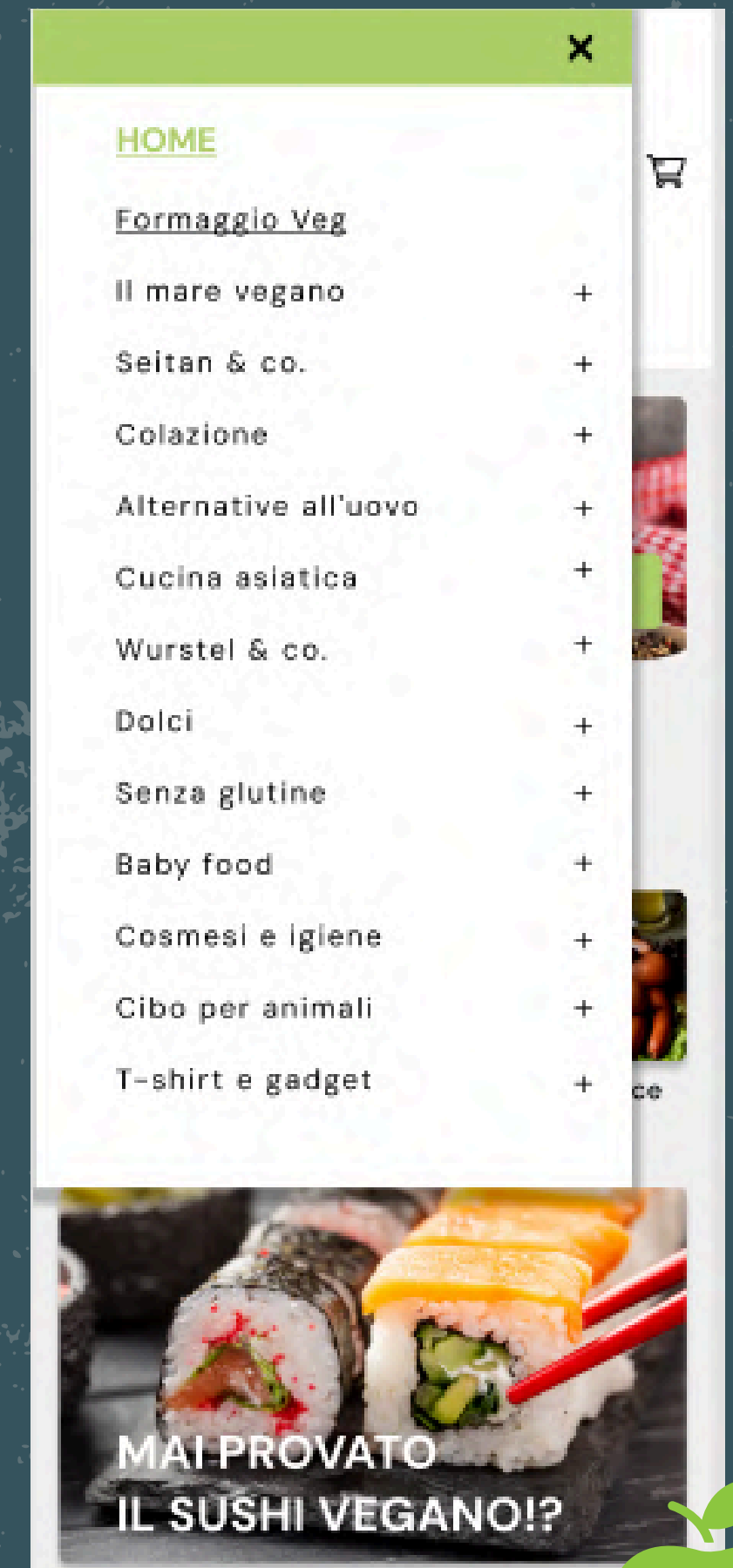
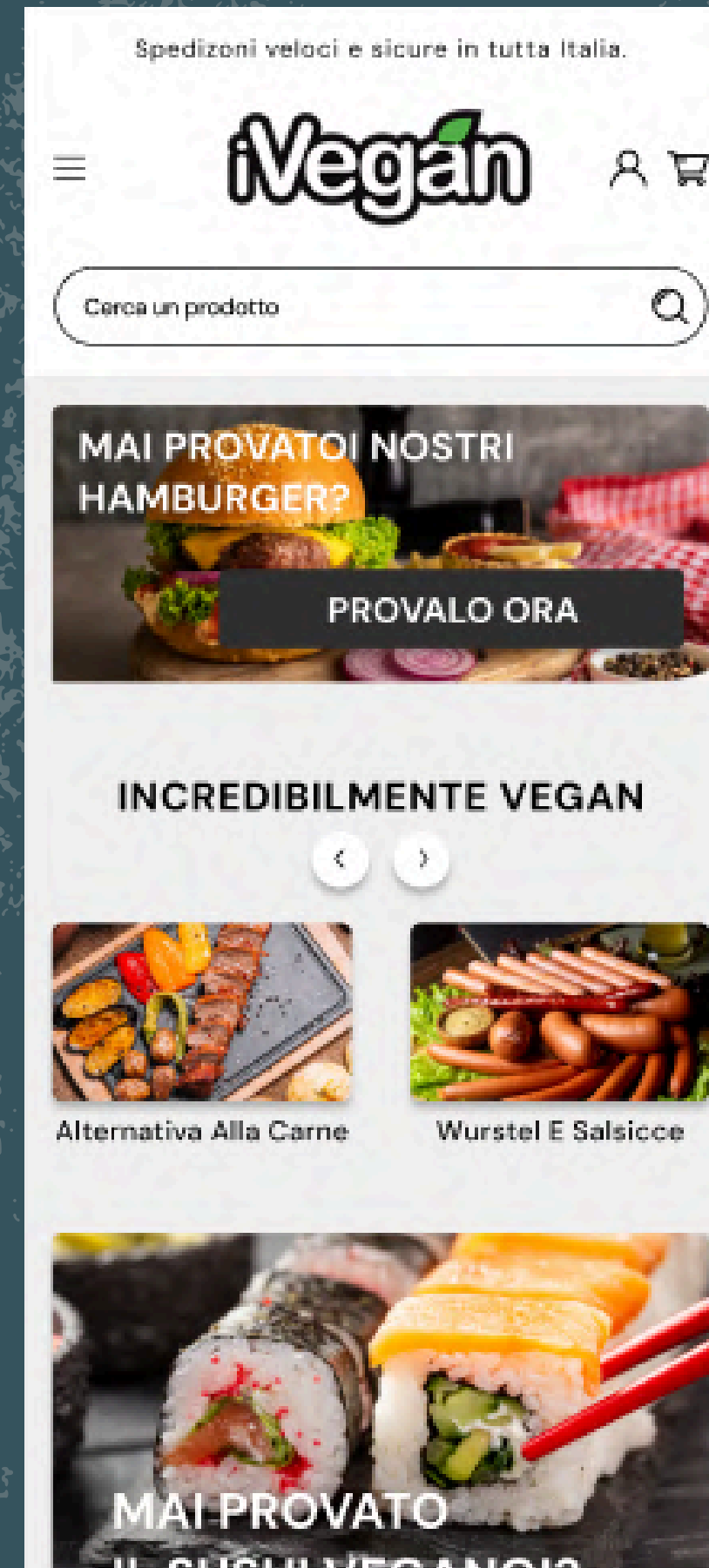
MIGLIORIE

HOME PAGE

Il progetto ha subito molti miglioramenti, anche solo dalla fase Wireframing.

Nella versione Mobile il menu è stato fatto a comparsa, apribile cliccando il pulsante ad hamburger. Sono state anche aggiunte icone, colori (ho tenuto come colore principale del brand (**#ADD069**) e immagini.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOME PAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), alla categoria **FORMAGGIO VEG**, e al link per le **FAQ**



MIGLIORIE

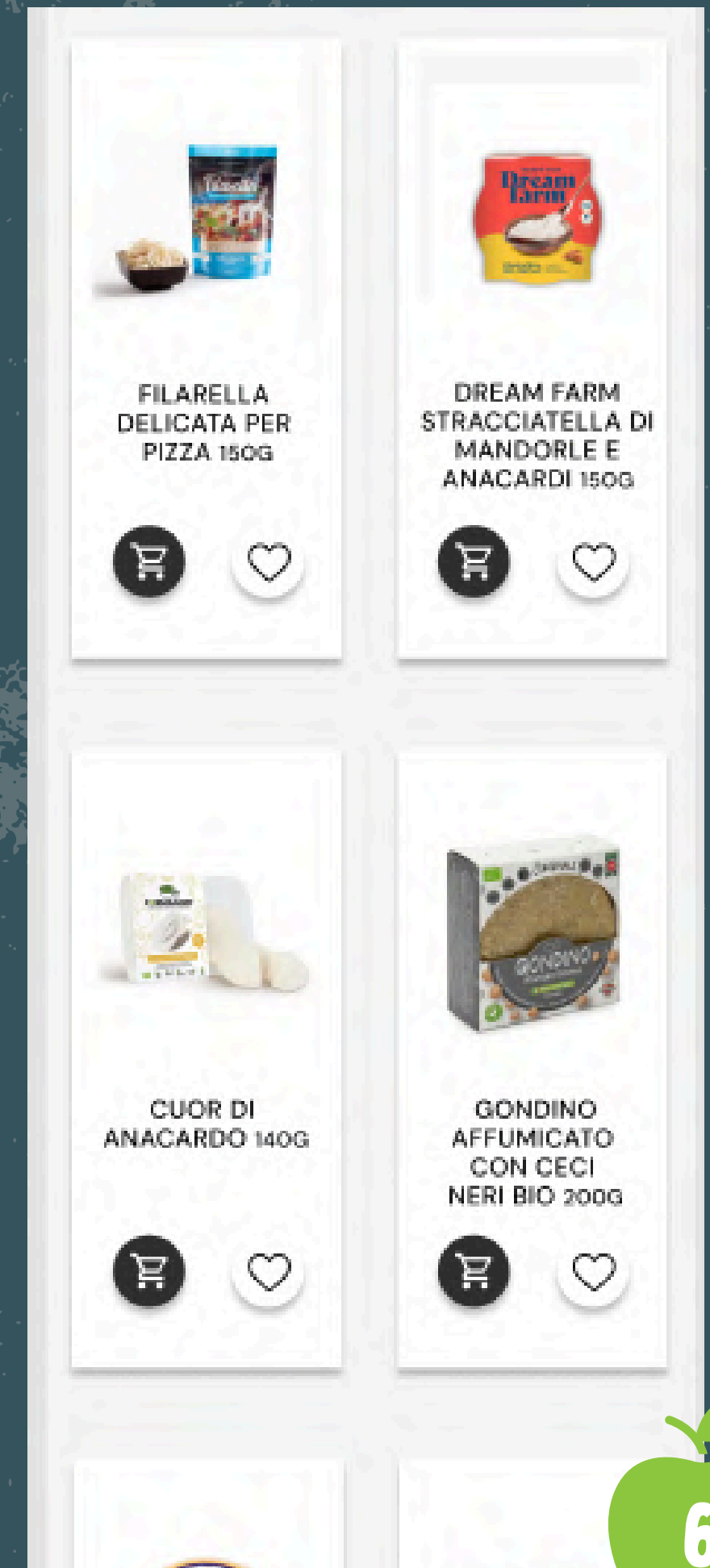
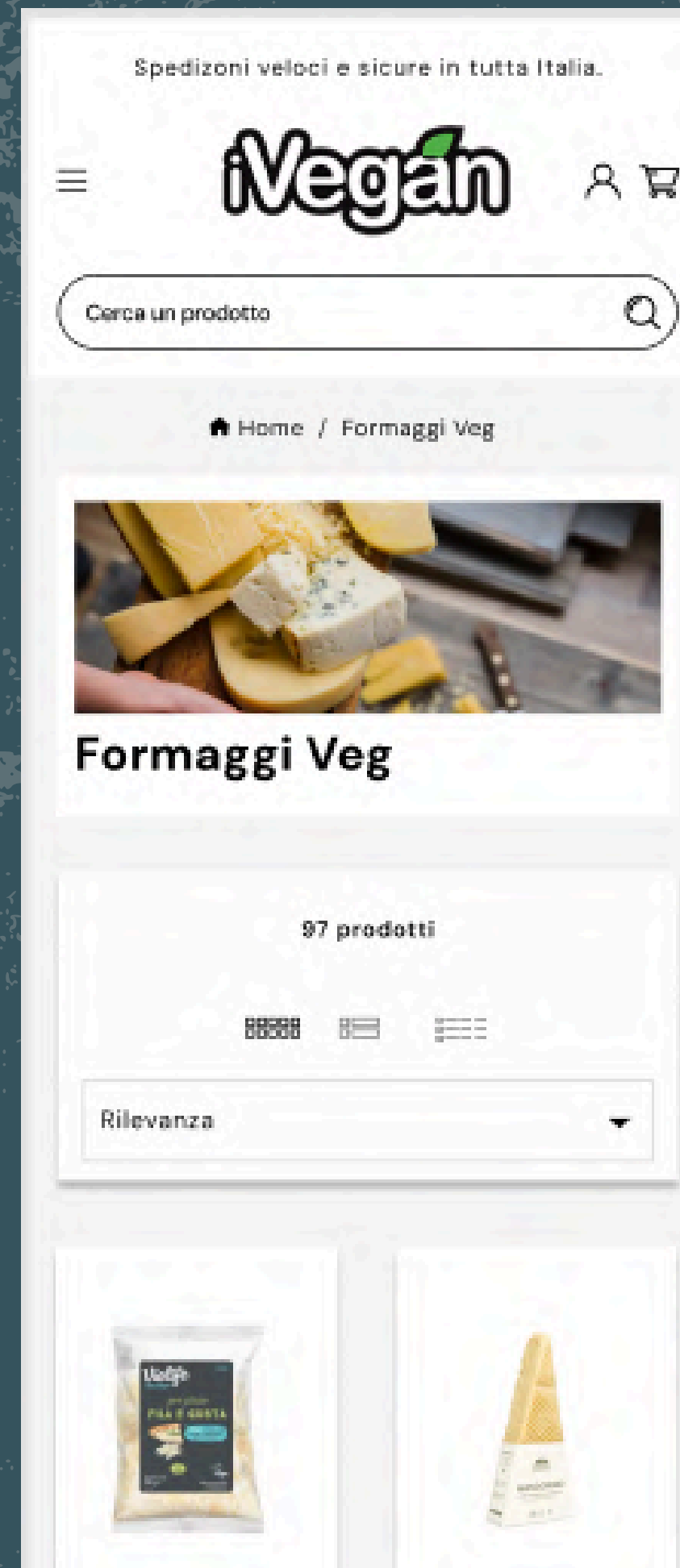
CATEGORY

In Category ho apportato le stesse migliorie, compresa anche la grandezza dei testi.

Ho deciso di creare solo 2 colonne per mantenere l'interfaccia pulita e ordinata per l'utente.

Il design si mantiene coerente con il resto del sito web

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), al prodotto **VERDE DI RISO SPALMABILE**... (il primo della lista), e al link per le **FAQ**



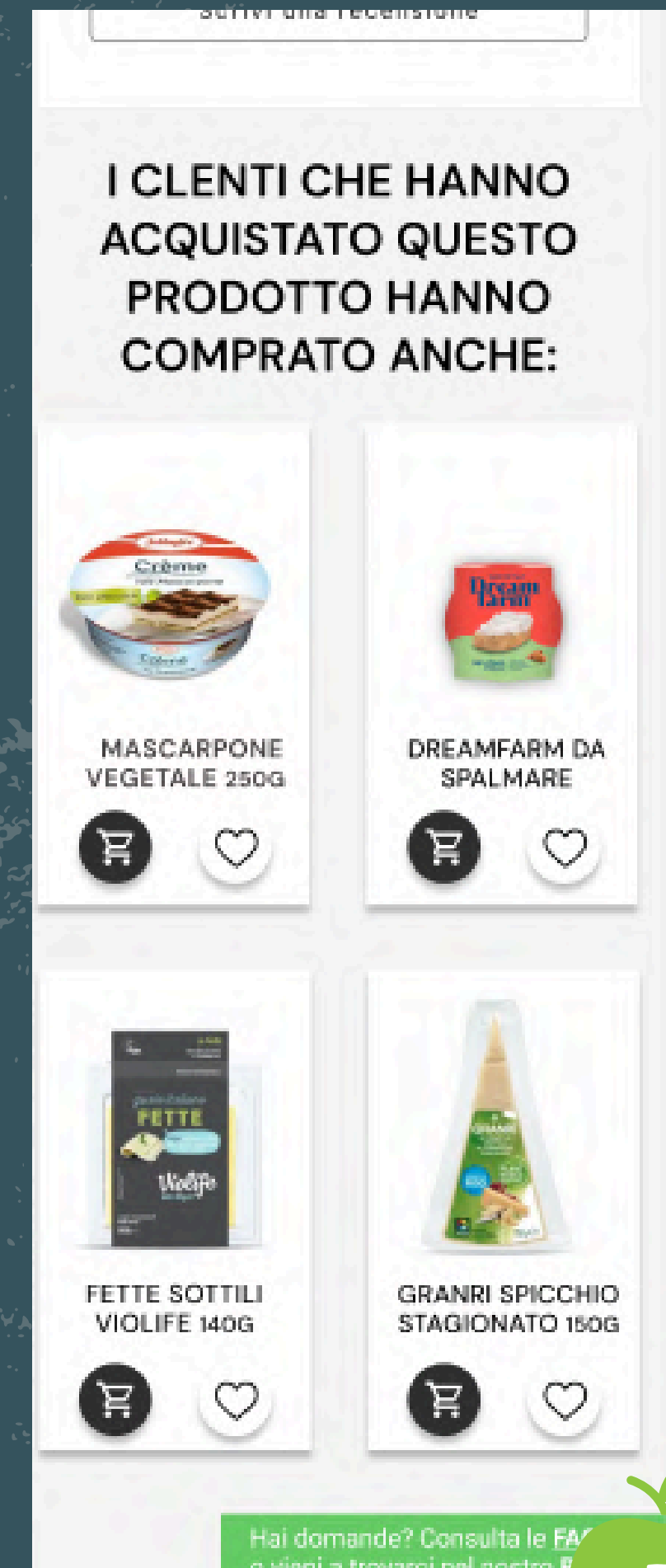
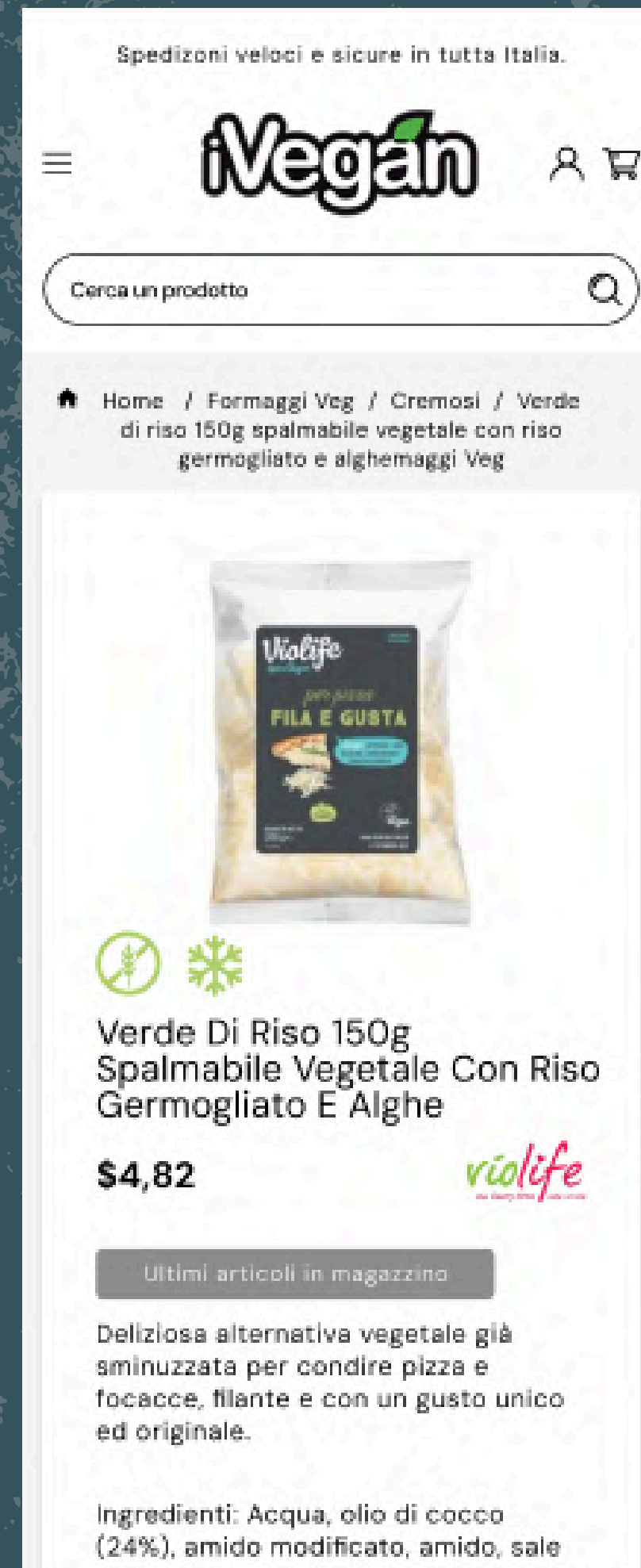
MIGLIORIE

PRODUCT

In Product ho reso i pulsanti con maggiore contrasto, i testi più leggibili e le icone più riconoscibili.

Il design si mantiene coerente con il resto del sito web

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), a **FORMAGGIO VEG**, al link per le **FAQ**



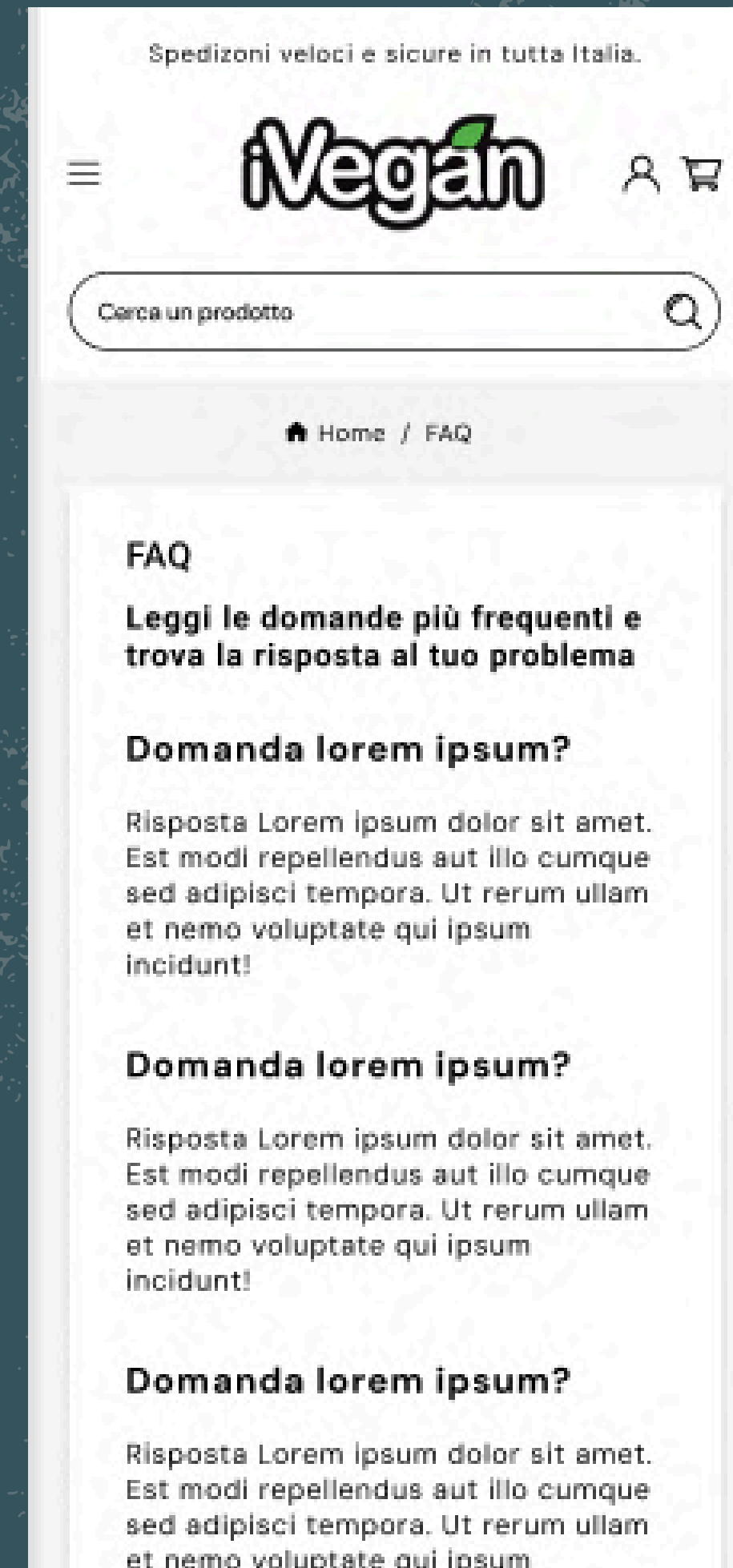
MIGLIORIE

FAQ

La pagina FAQ non esisteva sul sito originale di iVegan, quindi l'ho creata da zero.

Per farlo ho aggiunto una finestra nella pagina con contorno coerente con il resto del design, e ho spaziato tra domande e risposte per rendere tutto facilmente leggibile e accessibile

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **BARRA DI RICERCA**, alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo) e a **FORMAGGIO VEG**.



MIGLIORIE

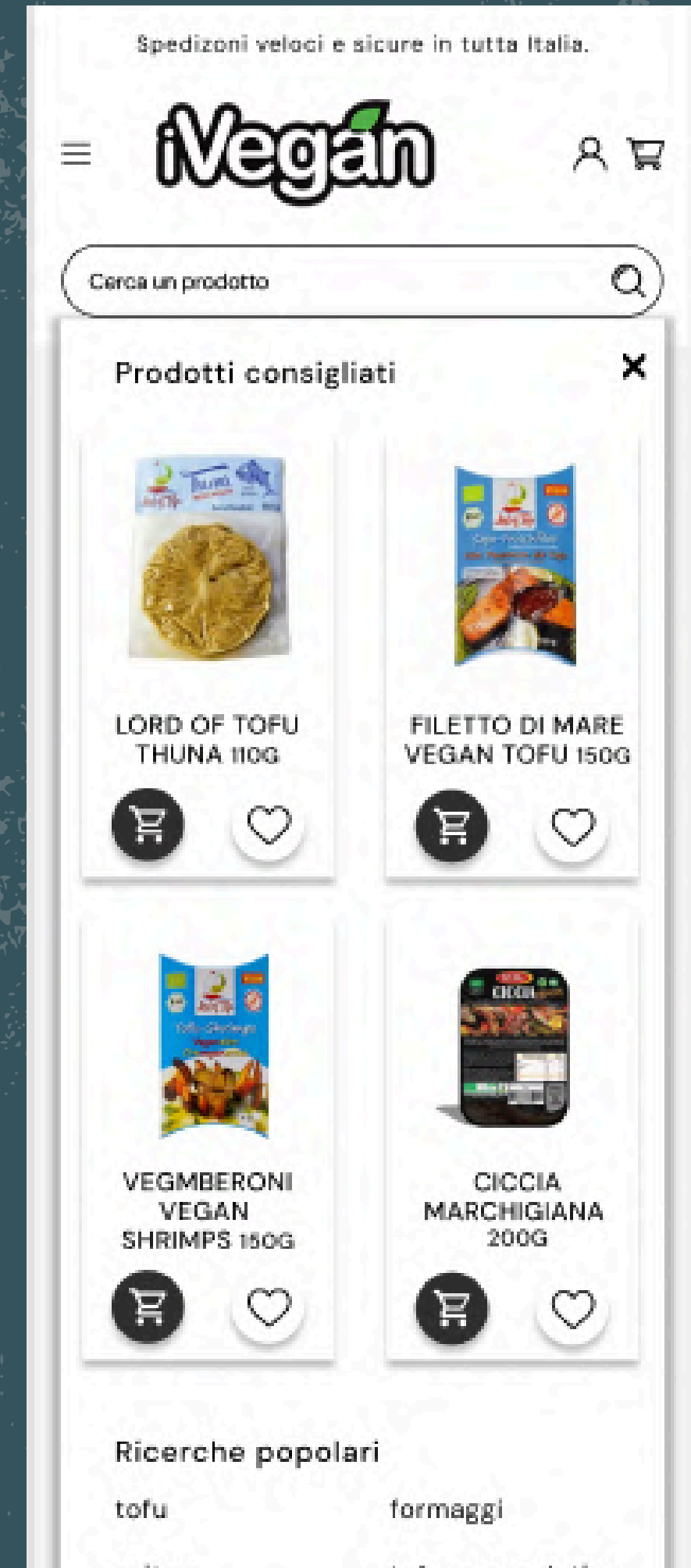
APRE CERCA

Questa pagina rappresenta quello che succede nel sito la prima volta che si clicca nella barra di ricerca.

Come si può vedere si apre un menù dove prima della digitazione escono i prodotti più cercati e acquistati dagli altri utenti.

In questo caso ho voluto dare alla finestra l'effetto "Drop Shadow" più marcato, per dare un senso di tridimensionalità più pronunciato.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo) e al link per le **FAQ**.



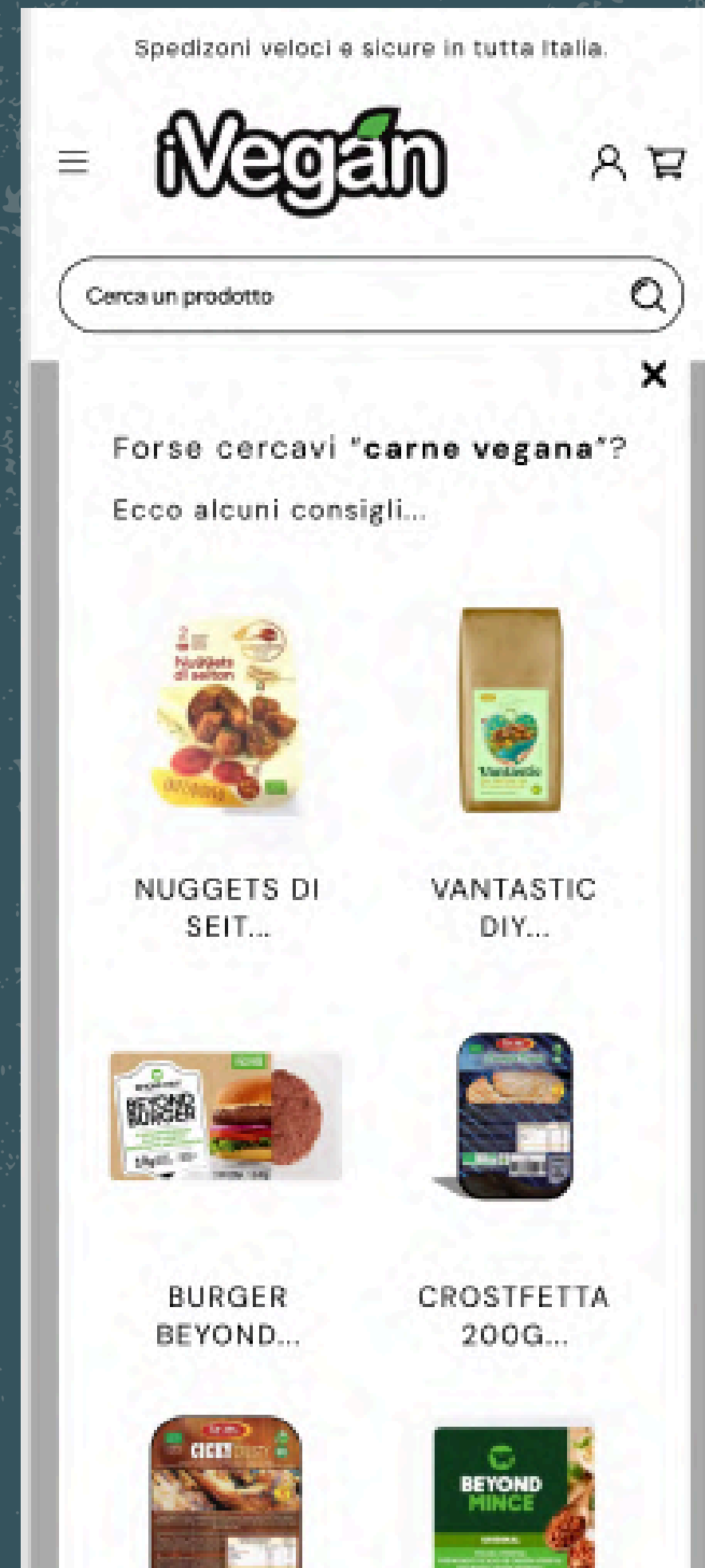
MIGLIORIE

DIGITA CON ERRORE

Quest'altro frame invece rappresenta lo step successivo nella barra di ricerca.

Dopo la digitazione sbagliata, il sito propone un risultato simile a quello digitato, mostrando dei prodotti coerenti e dando la possibilità di ampliare la ricerca premendo l'apposito pulsante.

I collegamenti presenti nel prototipo sono quelli legati alla **HOMEPAGE** (sia dall'icona della casetta che dal logo), a **FORMAGGIO VEG**, e al link per le **FAQ**



IN SINTESI

Le migliorie generali aggiunte a tutto il sito sono le seguenti:

- Nuovo Font utilizzato (DM Sans anzichè Roboto) con coerenza di grandezza
- Utilizzo di un colore principale associato al brand (#ADD069)
- Nuovi set di icone e di vettoriali con colori del brand
- Aggiunta di immagini non croppate ed esplicative
- Ordinamento degli elementi secondo colonne (21 colonne con margine laterale di 42 px)
- Stile dei pulsanti coerente
- Sfondo della pagina con contrasto sufficiente per migliorare l'accessibilità
- Barra di ricerca resa più lunga e con gli angoli smussati



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

PROGETTO USER TEST

IVEGAN

E-commerce di prodotti vegani

Samuele Verulento



INDICE

COS'E' IVEGAN	PAG 1
IL LAVORO FINO AD ORA	PAG 2
METODOLOGIA	PAG 3
OBIETTIVI DEL TEST	PAG 5
CAMPIONE TARGET	PAG 6
RECRUITING DEI PARTECIPANTI	PAG 7
SCRIPT DEL TEST	PAG 8
OSSERVAZIONI E ANALISI	PAG 13
CONCLUSIONE	PAG 14

RIEPILOGO

COS'È IVEGAN?

Il negozio iVegan nasce dalla profonda passione per gli animali e dalla scelta antispecista dei suoi fondatori.

Fin dall'inizio, l'obiettivo principale è stato quello di offrire alternative vegane a chiunque desiderasse vivere in modo etico e rispettoso nei confronti degli animali. La scelta antispecista, che rifiuta ogni forma di sfruttamento animale, è stata la pietra miliare su cui è stato costruito l'intero progetto.

Nel corso degli anni, iVegan non solo ha mantenuto saldi i propri principi, ma ha anche ampliato il proprio impegno nel sostenere numerose realtà antispeciste e rifugi per animali.

iVegan si è distinto per la sua capacità di offrire costantemente nuovi prodotti vegani, spesso difficili da trovare nella grande distribuzione.

La ricerca e la selezione accurata dei prodotti hanno permesso al negozio di diventare un punto di riferimento per i consumatori consapevoli e attenti alle esigenze degli animali e dell'ambiente.



RIEPILOGO

IL LAVORO FINO AD ORA...

Nel progetto Discovery ho analizzato il sito di IVegan dal punto di vista dell'usabilità utilizzando Le 10 euristiche di Jakob Nielsen, facendo un'analisi del target e sviluppando Personas diverse con rispettive user journey.

Nel progetto Accessibility invece ho modificato le tre Personas immaginandole con diverse disabilità e sviluppando le loro user journey e indicando i nuovi pain point, risolvendoli.

IDurante il progetto Wireframing ho applicato tutte le modifiche in un Hi Fi Wireframing, sia nella versione desktop, che in quella mobile.

Infine nel progetto User Interface ho inserito le modifiche in un prototipo per desktop e per mobile.

[LINK FIGMA](#)



RIEPILOGO

ATTENZIONE

Il presente progetto di prototipazione e le relative analisi e migliorie sono basati sulla vecchia versione del sito IVegan.

Quando ho iniziato il corso e ho creato i primi progetti, la versione precedente del sito era ancora online.

Per garantire coerenza e continuità con il lavoro iniziale, ho deciso di mantenere questa versione come riferimento principale per il mio progetto, anche se attualmente il sito ha subito un aggiornamento.



TEST DI USABILITÀ

METODOLOGIA

Per valutare l'efficacia del sito IVegan, verrà utilizzata la metodologia del Test di Usabilità.

Questo metodo ci consente di osservare direttamente il comportamento degli utenti reali mentre interagiscono con il sito. L'obiettivo è raccogliere dati sui seguenti aspetti:

- Facilità di navigazione
- Intuitività dell'interfaccia
- Efficacia delle funzionalità principali, come la ricerca di prodotti e il processo di acquisto.

TEST DI USABILITÀ

OBIETTIVI DEL TEST

Perché il Test di Usabilità?

Questa metodologia ci permette di analizzare in profondità l'esperienza dell'utente in contesti realistici, evidenziando eventuali problemi di usabilità e migliorando l'efficienza complessiva del sito.

- Verificare la facilità d'uso del sito e la sua navigazione.
- Identificare problemi tecnici o difficoltà durante l'interazione con il sito.
- Misurare la soddisfazione degli utenti nella ricerca e acquisto di prodotti vegani.
- Esaminare se gli utenti riescono a completare senza difficoltà il processo d'acquisto.

TEST DI USABILITÀ

CAMPIONE TARGET

Il campione selezionato comprenderà 5 partecipanti, appartenenti a segmenti demografici coerenti con il target di IVegan, cioè persone interessate a uno stile di vita vegano e alla sostenibilità.

I criteri di selezione includono:

Età: 25-45 anni.



Livello di familiarità con il web:
da utenti mediamente esperti
a utenti occasionali.



Utilizzo pregresso di siti di e-commerce:
per capire se le aspettative sono
allineate con le funzionalità del sito.



Preferenze alimentari: persone
già vegane o interessate a
prodotti vegani.

TEST DI USABILITÀ

RECRUITING DEI PARTECIPANTI

Il reclutamento sarà effettuato attraverso diversi canali:

- **Social media:** Verranno usati gruppi Facebook o comunità di persone interessate al mondo vegano.
- **Contatti personali:** Saranno invitati amici o conoscenti che rientrano nel target.
- **Piattaforme di test (es. Ustesting.com):** Strumenti dedicati alla selezione di utenti specifici per test di usabilità.

Il campione sarà composto da 5 partecipanti, con l'obiettivo di identificare rapidamente i problemi più evidenti, e garantire una maggiore varietà di feedback e migliorare la rappresentatività del campione.

TEST DI USABILITÀ

SCRIPT DEL TEST: INTRODUZIONE

Introduzione:

- **Benvenuto:** "Grazie per aver partecipato al test di usabilità del sito IVegan. L'obiettivo del test è raccogliere le tue impressioni su come il sito funziona, quindi sentiti libero di esprimere ciò che pensi durante il test. Non ci sono risposte giuste o sbagliate."
- **Spiegazione del test:** "Ti chiederemo di svolgere alcuni compiti utilizzando il sito IVegan. Durante l'esecuzione, ti invitiamo a pensare ad alta voce e spiegare cosa fai e perché."
- **Domande iniziali:**
 - "Hai già acquistato prodotti vegani online in passato?"
 - "Cosa ti aspetti di trovare su un sito dedicato alla vendita di prodotti vegani?"



TEST DI USABILITÀ

SCRIPT DEL TEST: COMPITI DA SVOLGERE

1. Esplorazione generale del sito:

- **Scenario:** "Immagina di voler esplorare IVegan per capire cosa offre. Dai un'occhiata alla homepage e ai vari menu di navigazione."
- **Obiettivo:** Verificare la chiarezza della struttura del sito e l'efficacia della navigazione.

2. Ricerca di un prodotto specifico:

- **Scenario:** "Cerca il seguente prodotto senza utilizzare la barra di ricerca: "VIOLIFE GRATTUGGIATO PER PIZZA FILA E GUSTA 200G"
- **Obiettivo:** Valutare la funzionalità di ricerca e la facilità nel trovare prodotti comuni.



TEST DI USABILITÀ

SCRIPT DEL TEST: COMPITI DA SVOLGERE

3. Esplorazione di un Prodotto:

- **Scenario:** "Seleziona uno dei prodotti della categoria che hai appena visualizzato. Esplora la pagina del prodotto e cerca di capire se ti fornisce tutte le informazioni che desideri (descrizione, ingredienti, prezzo, ecc.)."
- **Obiettivo:** Verificare se le informazioni sul prodotto sono chiare, complete e facilmente accessibili.

4. Gestione di un Errore di Ricerca:

- **Scenario:** "Immagina di digitare male il nome di un prodotto, come "carne vegana". Inserisci questa ricerca nella barra e vedi cosa succede."
- **Obiettivo:** Testare la risposta del sistema agli errori di ricerca e valutare l'utilità dei prodotti consigliati o delle soluzioni proposte in caso di digitazione errata.

TEST DI USABILITÀ

SCRIPT DEL TEST: COMPITI DA SVOLGERE

5. Trovare le informazioni di assistenza:

- Scenario: "Hai una domanda su un prodotto. Prova a trovare le pagine FAQ per la risposta"
- Obiettivo: Valutare l'accessibilità della pagina FAQ.

TEST DI USABILITÀ

SCRIPT DEL TEST: CHIUSURA

Domande finali:

- "Com'è stata complessivamente la tua esperienza sul sito IVegan?"
- "Hai incontrato difficoltà o frustrazioni particolari?"
- "Quali funzionalità ti sono sembrate più utili o intuitive?"
- "Hai suggerimenti per migliorare l'esperienza?"

Ringraziamento:

"Grazie per aver partecipato al test. Il tuo feedback è molto prezioso per migliorare l'esperienza degli utenti su IVegan."

TEST DI USABILITÀ

OSSERVAZIONI E ANALISI

Durante il test verranno osservati e registrati i seguenti aspetti:

- **Comportamento degli utenti:** Dove esitano, quali percorsi seguono e come navigano il sito.
- **Feedback verbale:** Cosa esprimono durante il test, eventuali frustrazioni o soddisfazioni.
- **Tempo impiegato:** Per completare ogni compito.

Dopo la raccolta dei dati, procederò a un'analisi qualitativa, individuando pattern comuni e problematiche ricorrenti.

Questi risultati verranno utilizzati per suggerire miglioramenti all'esperienza utente e ottimizzare il sito IVegan, rendendolo più funzionale e user-friendly.

TEST DI USABILITÀ

CONCLUSIONE

"Attraverso questo test di usabilità su IVegan, miriamo a raccogliere preziosi insight sull'efficacia e intuitività del nostro sito web, ponendo particolare attenzione ai bisogni e alle aspettative degli utenti.

Il nostro obiettivo non si limita a individuare eventuali aree di miglioramento, ma punta a comprendere come i visitatori interagiscono con il sito in ogni fase del loro percorso, dall'esplorazione iniziale alla ricerca specifica di un prodotto, fino alla consultazione delle informazioni di dettaglio.

Questo ci consentirà non solo di perfezionare l'esperienza d'acquisto, rendendola più fluida e appagante, ma anche di costruire una piattaforma che rifletta i valori di semplicità e trasparenza propri di IVegan. Vogliamo assicurarci che ogni utente si senta accolto e supportato, sia che stia navigando per curiosità, sia che abbia un obiettivo specifico in mente.

In definitiva, il nostro impegno è orientato a garantire un'esperienza online che non solo faciliti l'acquisto di prodotti vegani, ma che contribuisca anche a promuovere uno stile di vita consapevole e sostenibile, rafforzando la fiducia e la soddisfazione dei nostri utenti."



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**

PROGETTO USER TEST 2

IVEGAN

E-commerce di prodotti vegani

Samuele Verulento



INDICE

COS'E' IVEGAN	PAG 1
IL LAVORO FINO AD ORA	PAG 2
CAMPIONE TARGET	PAG 4
OBIETTIVI DEL TEST E METODOLOGIA	PAG 5
DATI RACCOLTI	PAG 6
ASPETTI POSITIVI RILEVATI	PAG 10
MODIFICHE APPORTATE AL PRODOTTO	PAG 11
CONCLUSIONE	PAG 13

RIEPILOGO

COS'È IVEGAN?

Il negozio iVegan nasce dalla profonda passione per gli animali e dalla scelta antispecista dei suoi fondatori.

Fin dall'inizio, l'obiettivo principale è stato quello di offrire alternative vegane a chiunque desiderasse vivere in modo etico e rispettoso nei confronti degli animali. La scelta antispecista, che rifiuta ogni forma di sfruttamento animale, è stata la pietra miliare su cui è stato costruito l'intero progetto.

Nel corso degli anni, iVegan non solo ha mantenuto saldi i propri principi, ma ha anche ampliato il proprio impegno nel sostenere numerose realtà antispeciste e rifugi per animali.

iVegan si è distinto per la sua capacità di offrire costantemente nuovi prodotti vegani, spesso difficili da trovare nella grande distribuzione.

La ricerca e la selezione accurata dei prodotti hanno permesso al negozio di diventare un punto di riferimento per i consumatori consapevoli e attenti alle esigenze degli animali e dell'ambiente.



RIEPILOGO

IL LAVORO FINO AD ORA...

Nel progetto Discovery ho analizzato il sito di IVegan dal punto di vista dell'usabilità utilizzando Le 10 euristiche di Jakob Nielsen, facendo un'analisi del target e sviluppando Personas diverse con rispettive user journey.

Nel progetto Accessibility invece ho modificato le tre Personas immaginandole con diverse disabilità e sviluppando le loro user journey e indicando i nuovi pain point, risolvendoli.

Durante il progetto Wireframing ho applicato tutte le modifiche in un Hi Fi Wireframing, sia nella versione desktop, che in quella mobile.

Infine nel progetto User Interface ho inserito le modifiche in un prototipo per desktop e per mobile.

[LINK FIGMA](#)



RIEPILOGO

ATTENZIONE

Il presente progetto di prototipazione e le relative analisi e migliorie sono basati sulla vecchia versione del sito IVegan.

Quando ho iniziato il corso e ho creato i primi progetti, la versione precedente del sito era ancora online.

Per garantire coerenza e continuità con il lavoro iniziale, ho deciso di mantenere questa versione come riferimento principale per il mio progetto, anche se attualmente il sito ha subito un aggiornamento.



TEST DI USABILITÀ

CAMPIONE TARGET

Il campione selezionato comprende 5 partecipanti, appartenenti a segmenti demografici coerenti con il target di IVegan, cioè persone interessate a uno stile di vita vegano e alla sostenibilità.

I criteri di selezione includono:

Età: 25-45 anni.



Livello di familiarità con il web:
da utenti mediamente esperti
a utenti occasionali.



Utilizzo pregresso di siti di e-commerce:
per capire se le aspettative sono
allineate con le funzionalità del sito.



Preferenze alimentari: persone
già vegane o interessate a
prodotti vegani.

INTRODUZIONE

OBIETTIVO DEL TEST E METODOLOGIA

Verificare gli insight ottenuti, convalidando i feedback degli utenti e apportando le modifiche riguardanti le difficoltà incontrate durante i test

- **Tipo di test:** Test di usabilità
- **Dispositivo:** Versione Desktop
- **Partecipanti:** 5 utenti selezionati in base al target di riferimento
- **Strumenti utilizzati:** Osservazione diretta, registrazioni dello schermo, questionario post-test

INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

DATI RACCOLTI

Navigazione nelle categorie

- 3 utenti su 5 (60%) hanno richiesto un filtro per la sottocategoria all'interno della ricerca prodotti nella categoria.
 - "Sarebbe più facile se potessi filtrare i prodotti per "Sottocategoria", perderi meno tempo..."
 - "Mi piacerebbe vedere una sorta di 'etichetta' sui filtri attivi, per non perdere l'orientamento."
-
- 4 utenti su 5 (80%) hanno suggerito di aggiungere un collegamento diretto alle FAQ nella Home, direttamente nella finestra che contiene i collegamenti alle categorie
 - "Sarebbe comodo avere un accesso alle FAQ nella finestra delle categorie."

INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

DATI RACCOLTI

Ricerca e FAQ

- 3 utenti su 5 (60%) hanno trovato utile una funzione di ricerca all'interno delle FAQ, suggerendo un filtro per parole chiave.
- "Ho perso tempo cercando le risposte nelle FAQ, un filtro per parole chiave sarebbe molto utile."
- 2 utenti su 5 (40%) hanno avuto difficoltà a trovare risposte alle domande comuni senza una funzione di ricerca.
- "Non sempre è intuitivo trovare le informazioni di cui ho bisogno."

INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

DATI RACCOLTI

Pagina prodotto

- 4 utenti su 5 (80%) hanno evidenziato la necessità di aggiungere microtesti esplicativi accanto ai simboli presenti nella pagina prodotto.
- "Alcuni simboli non sono chiari, sarebbe utile una breve descrizione accanto."
- "Non so cosa significhi quel disegno..."
- 3 utenti su 5 (60%) hanno suggerito di rendere più chiaro il significato di certificazioni e icone.
- "Mi piace vedere i certificati, ma non sempre so cosa significano nello specifico."



INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

DATI RACCOLTI

Suggerimenti di ricerca

- 3 utenti su 5 (60%) hanno suggerito di aggiungere un pulsante che rimandi direttamente alla categoria del prodotto consigliato nei risultati di ricerca.
- "Vorrei poter accedere alla categoria direttamente dai suggerimenti di ricerca."
- 2 utenti su 5 (40%) hanno trovato utile la funzione di suggerimento, ma avrebbero preferito un collegamento anche alle categorie relative.
- "I prodotti suggeriti sono utili, ma preferirei cercare anche nelle categorie appropriate."



INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

ASPETTI POSITIVI RILEVATI

Riscontri positivi:

- La Home è chiara e accogliente: 5 utenti su 5 hanno trovato la homepage ben organizzata.
- Il design è minimal e piacevole: 4 utenti su 5 hanno detto che il sito è visivamente pulito e professionale.
- I prodotti sono ben visibili: 4 utenti su 5 hanno trovato le immagini e le descrizioni chiare e leggibili.

Feedback degli utenti:

- Mi piace molto il design, è semplice e chiaro."
- "Le immagini dei prodotti sono belle e ben visibili."

INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

MODIFICHE APPORTATE AL PRODOTTO

Navigazione nelle categorie

- Evidenziare visivamente la sottocategoria, trattandola come un filtro attivo.
- Aggiungere un collegamento diretto alle FAQ all'interno delle categorie.

Ricerca e FAQ

- Implementare un filtro per parole chiave all'interno della sezione FAQ.
- Migliorare l'accessibilità e l'organizzazione delle risposte più comuni.



INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

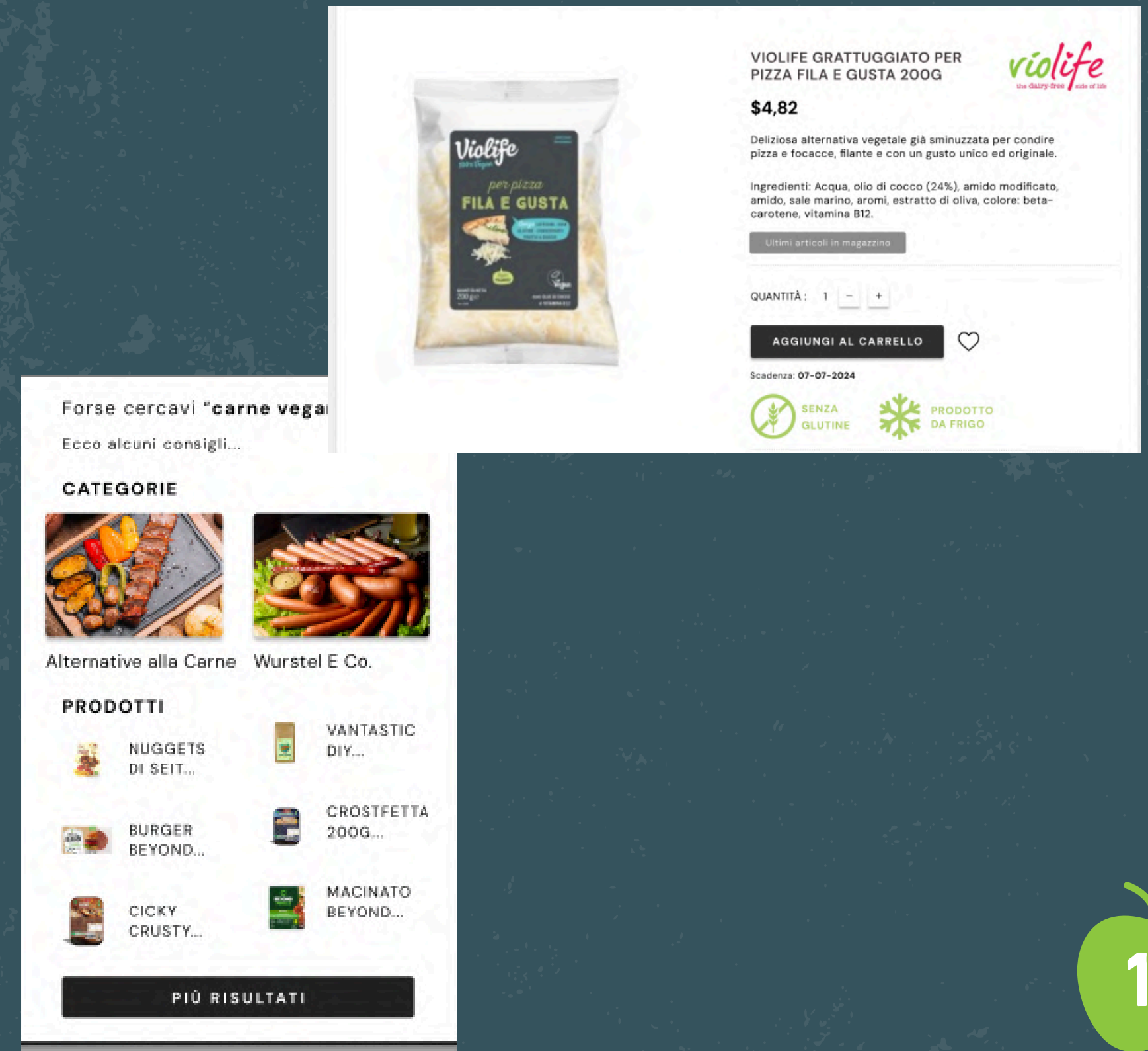
MODIFICHE APPORTATE AL PRODOTTO

Pagina prodotto

- Aggiungere microtesti esplicativi accanto ai simboli nella scheda prodotto.
- Rendere più chiaro il significato delle certificazioni e delle icone informative.

Suggerimenti di ricerca

- Integrare un pulsante che rimanda direttamente alla categoria nei consigli di ricerca.
- Migliorare la struttura dei suggerimenti per facilitare la navigazione dell'utente.



INSIGHT E FEEDBACK TEST UTENTE

CONCLUSIONI

Il test utente ha evidenziato aspetti positivi e criticità nel prototipo del sito IVegan.

Gli utenti hanno trovato l'interfaccia chiara e la navigazione intuitiva, ma hanno anche segnalato alcune aree di miglioramento, come la necessità di poter filtrare le sottocategorie nella ricerca prodotti, ottimizzare la funzione di ricerca nelle FAQ e rendere più chiari i simboli nella scheda prodotto.

Le modifiche suggerite mirano a migliorare l'accessibilità, la comprensione delle informazioni e l'efficacia della ricerca, rendendo l'esperienza utente più fluida e immediata.

L'obiettivo è garantire un'esperienza d'acquisto più intuitiva, veloce e user-friendly, migliorando il percorso dell'utente all'interno del sito IVegan e incrementando il livello di engagement e conversione.



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**