ecodream

PROGETTO WIREFRAMING PARTE 1

start2impact university

a cura di Riccardo Pinzuti



Indice

01 Esercizio Preliminare

03 ID.EIGHT Esercizio preliminare

04 Wireframing ID.EIGHT

02 Opportunità emerse in fase di Discovery

12 Esame dettagliato delle pagine

03 Wireframe ecodream

14 Wireframing ecodream

04 Wireflow

33 Wireflow “Fasi della Personalizzazione”

05 Sitemap

35 Sitemap aggiornata ecodream

- foto da ecodreamdesign.it



01

ID.EIGHT: Esercizio preliminare

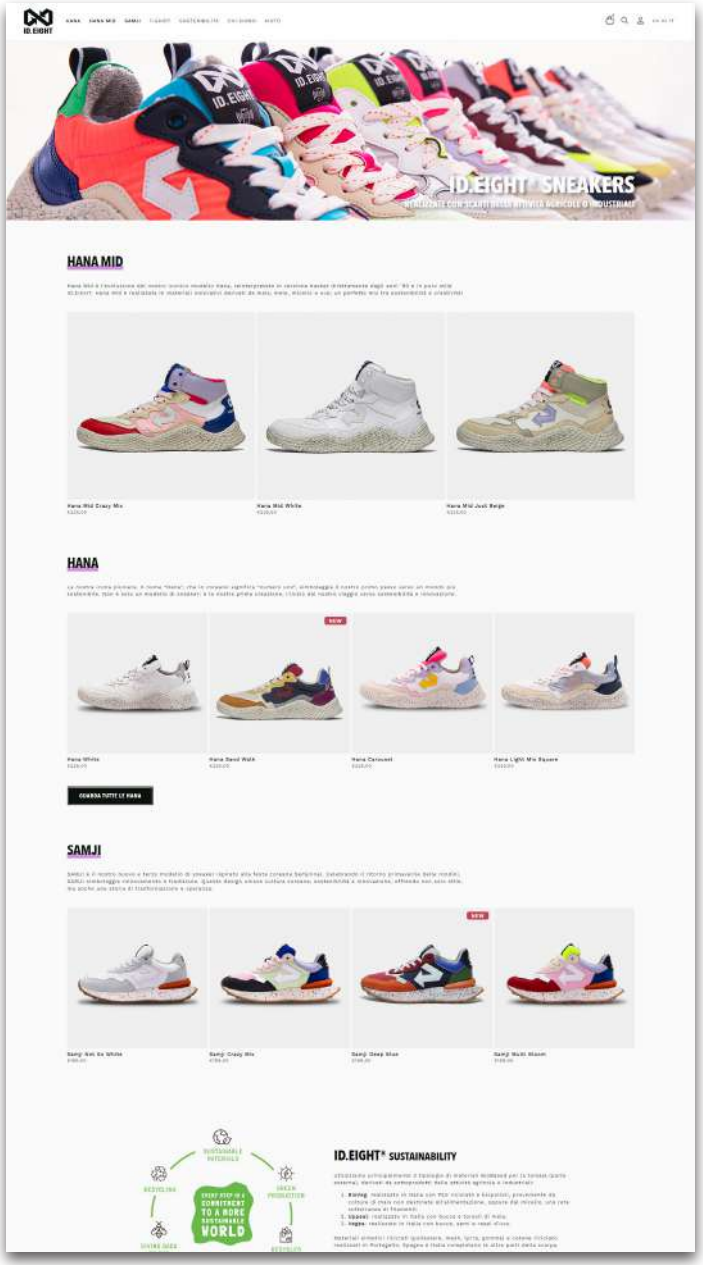
Questo esercizio preliminare ha lo scopo di analizzare l'organizzazione del sito web di Id.eight. L'obiettivo è di comprendere la struttura del sito e riprodurre, attraverso wireframe, tre pagine in formato desktop e mobile, rispettando la logica di design originale.
Id.eight è un marchio di moda che produce sneakers utilizzando materiali ecologici e cruelty-free, impegnandosi nella sostenibilità ambientale e nel rispetto degli animali.
L'obiettivo principale di questa fase è prendere familiarità con le proporzioni e le dimensioni degli elementi, esplorando come questi si adattano nei diversi formati e dispositivi, per una progettazione UX/UI efficace ed efficiente.

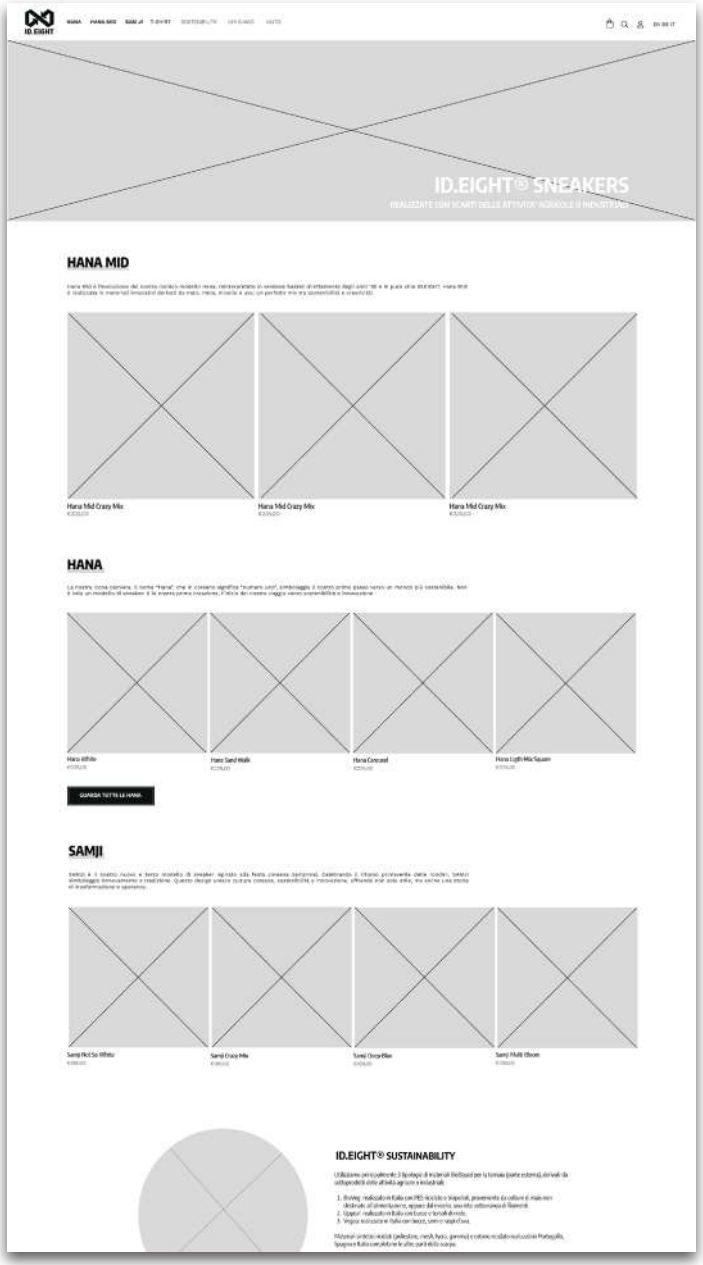
Homepage

La homepage del sito di **Id.eight** si distingue per il suo design dinamico, chiaro e intuitivo, con un forte focus sui prodotti e sulla sostenibilità dei materiali utilizzati. Comprende diverse funzionalità interattive pensate per valorizzare i prodotti e offrire un'esperienza coinvolgente.

La **homepage** è caratterizzata da contenuti multimediali, principalmente immagini, che migliorano la velocità di navigazione e interagiscono con l'utente tramite effetti al passaggio del mouse (hover) o durante lo scrolling, creando un senso di dinamismo che stimola la curiosità dell'utente. Inoltre, sono presenti link a vari articoli e testate giornalistiche che attestano la qualità dei materiali e l'impegno verso la sostenibilità, contribuendo a creare un immediato senso di autorevolezza.

Il **colore** predominante della homepage cambia ad ogni caricamento del sito, una scelta che contribuisce a rendere la componente visiva più ricca e interessante.



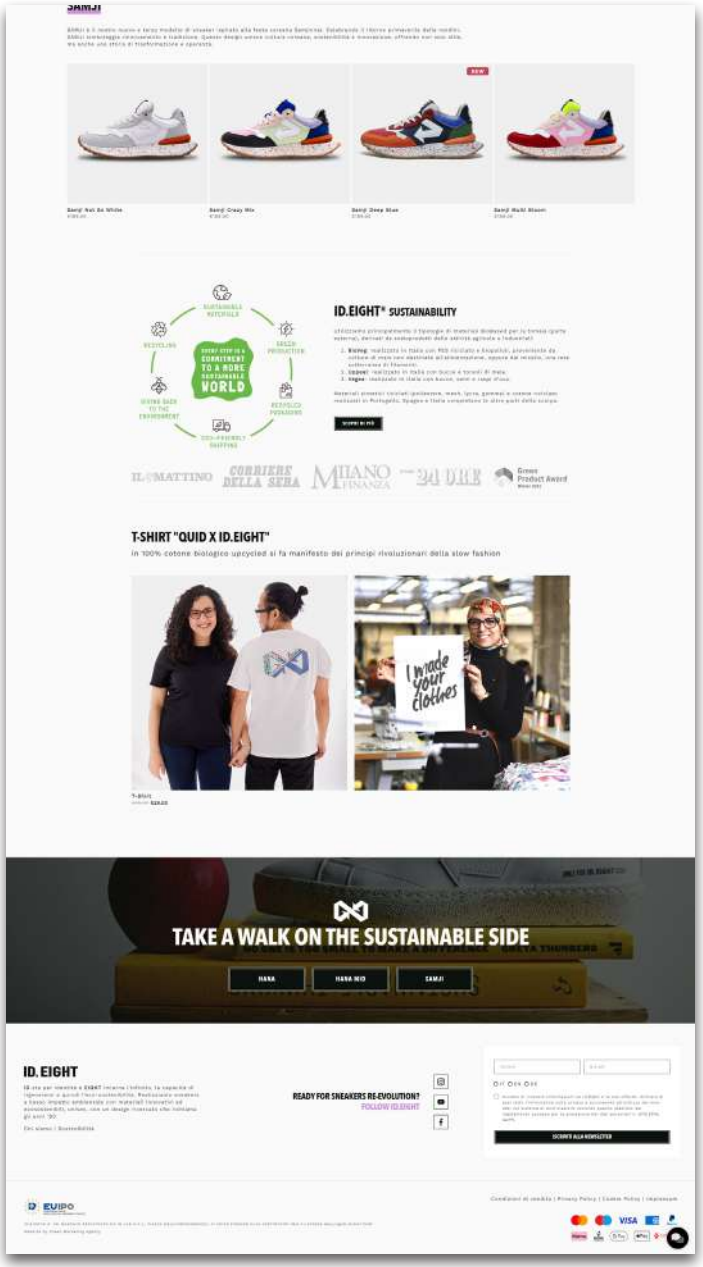


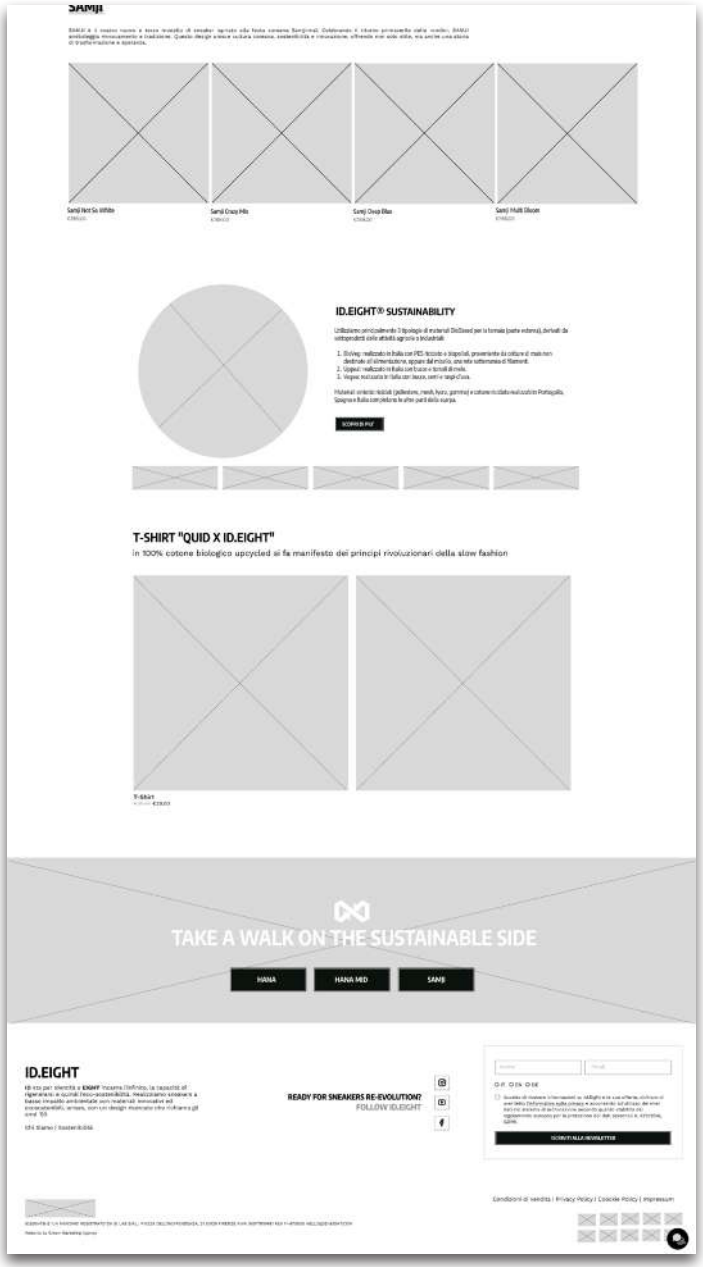
Homepage

La **barra di navigazione** è progettata per includere le voci più rilevanti, garantendo una navigazione fluida e intuitiva. Gli elementi del menu dispongono di un indicatore per segnalare all'utente in quale pagina si trova attualmente.

Il **footer** è organizzato in modo chiaro e contiene link interni, esterni e scorciatoie utili per migliorare l'esperienza dell'utente. Inoltre, l'invito ad iscriversi alla newsletter è enfatizzato attraverso l'uso di contenuti interattivi, rendendo questa call-to-action più accattivante.

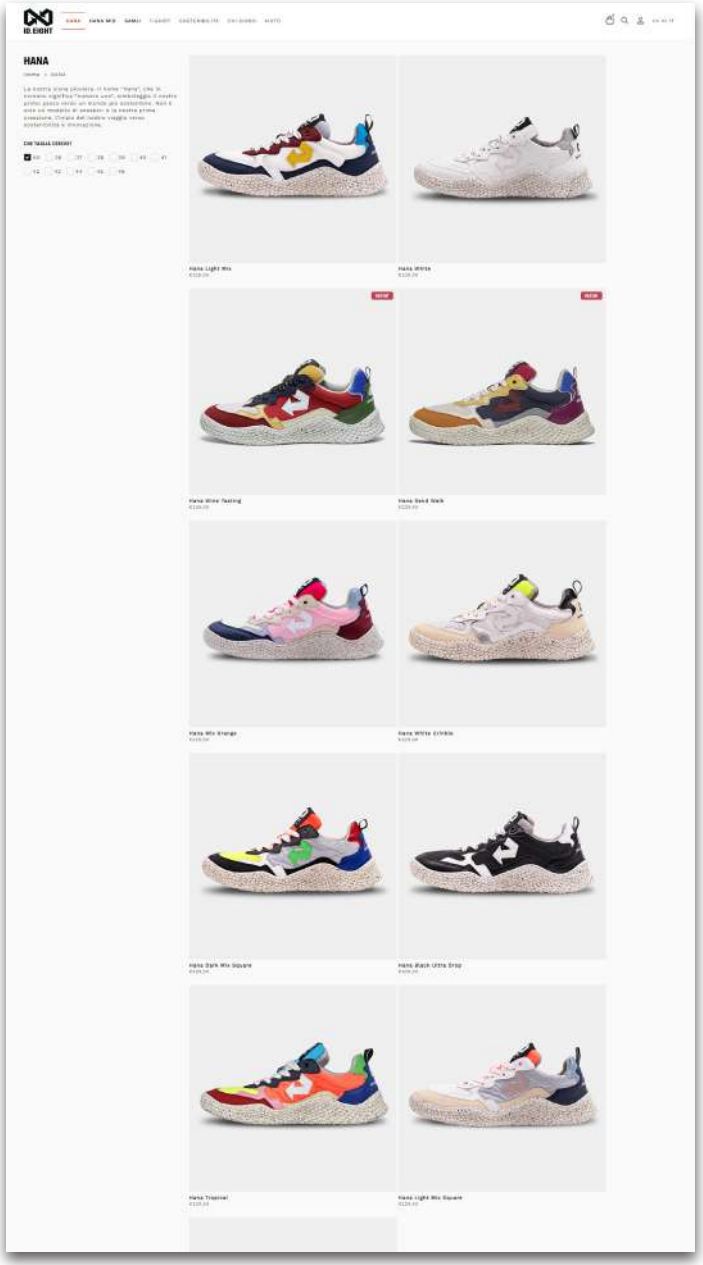
Wireframe completo Figma

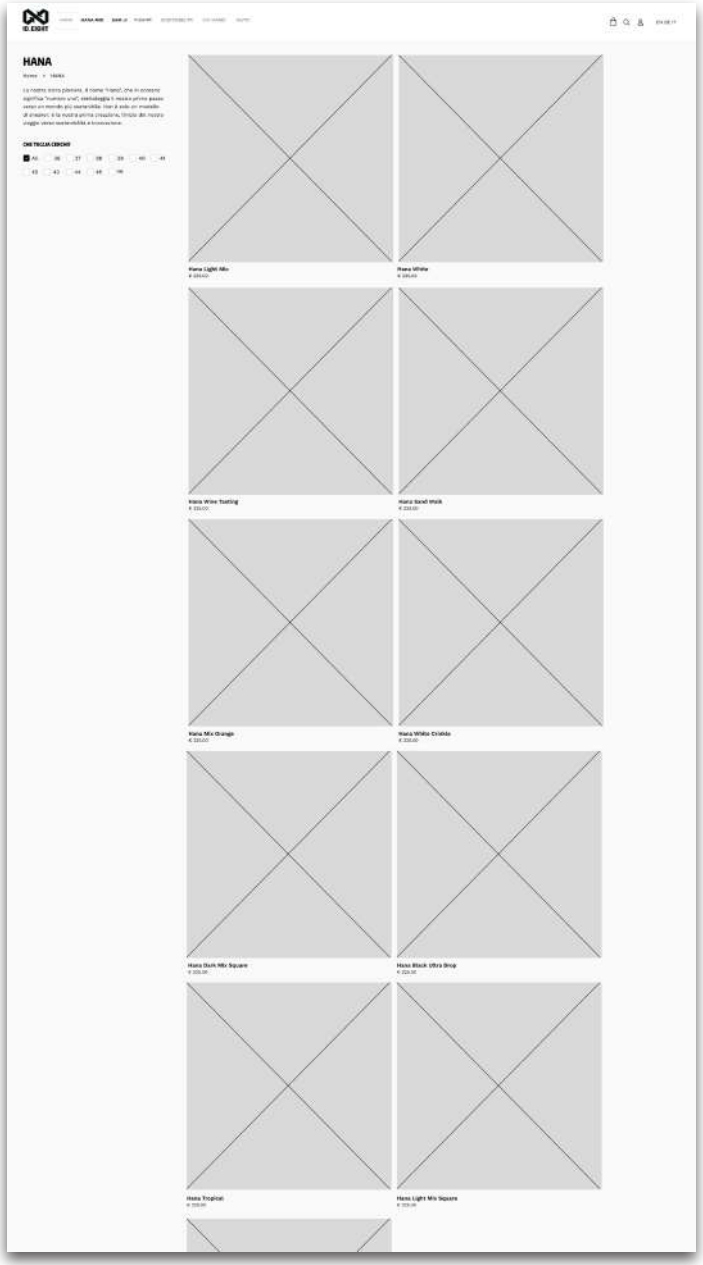




Shop

Il brand **Id.eight** propone tre linee di scarpe: HANA, HANA-MID e SAMJI, oltre a una linea di T-shirt, tutte facilmente accessibili dal menu di navigazione. Le scarpe condividono un layout uniforme, progettato per offrire un'esperienza di acquisto intuitiva e senza interruzioni. Anche la sezione delle T-shirt è strutturata in modo simile al resto dello shop, rendendo semplice e immediata la selezione delle taglie grazie a una guida dettagliata, oltre a presentare chiaramente i modelli disponibili





Nella sezione Shop dedicata alle scarpe, il percorso di navigazione dell'utente inizia con la selezione della **taglia**, per poi continuare con l'esplorazione dei prodotti disponibili. Questo approccio permette di focalizzare l'attenzione sugli articoli di interesse, ottimizzando il processo di scelta. La **selezione della misura** avviene attraverso dei checkbox posizionati nella sidebar sinistra.

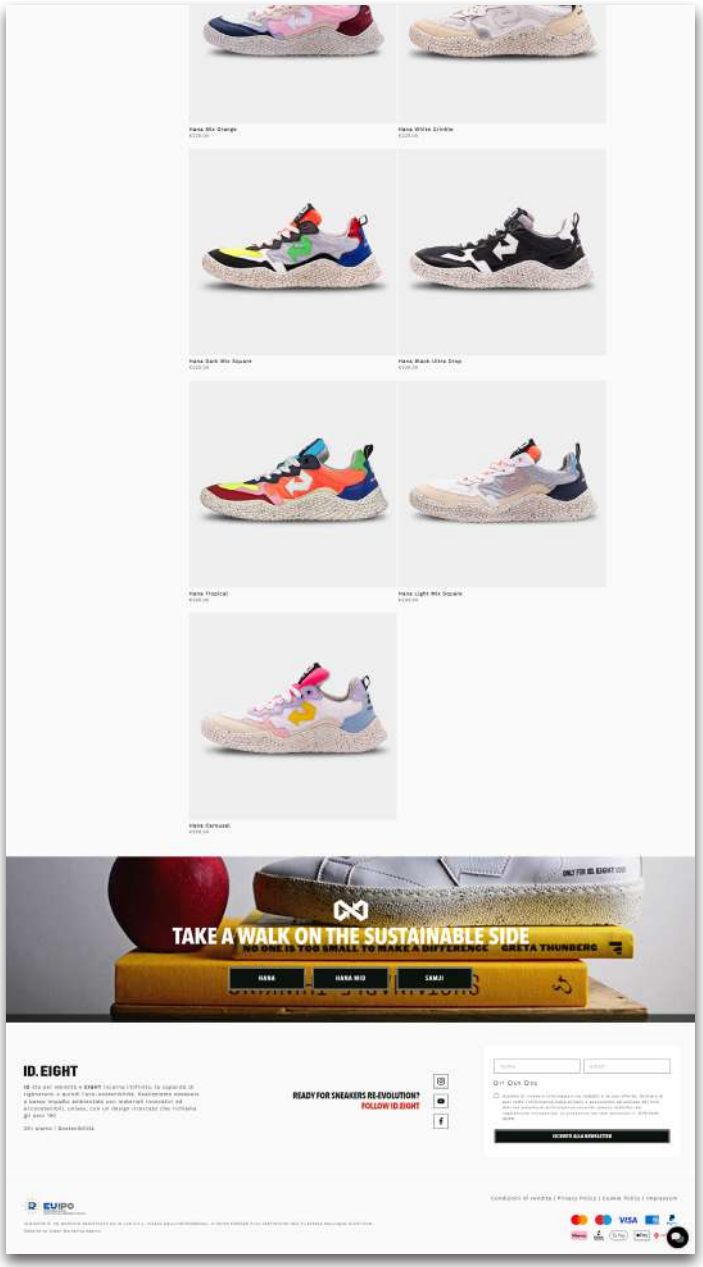
Il pattern di navigazione scelto assicura fluidità all'esperienza dell'utente: una volta selezionata la propria misura, l'utente può facilmente visualizzare i prodotti che corrispondono ai propri criteri. Questa logica di filtro rende l'interazione

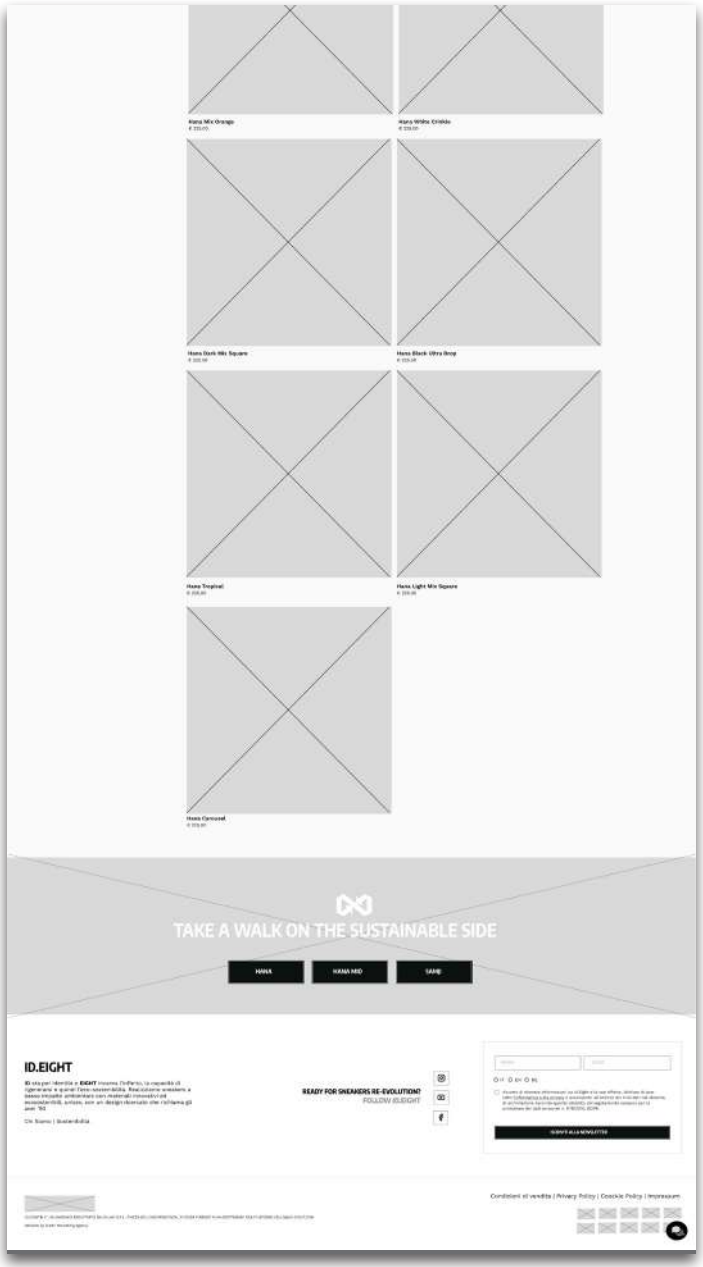
Shop

efficace e mirata, riducendo al minimo i passaggi necessari per trovare il prodotto desiderato.

Nel **body content**, i prodotti sono disposti in una griglia a due colonne, garantendo una visibilità chiara ed equilibrata. Questo layout permette di mostrare più articoli simultaneamente, senza sovraccaricare visivamente l'utente, e mantenendo una struttura ordinata e coerente con il resto del sito.

Wireframe completo Figma





Chi Siamo

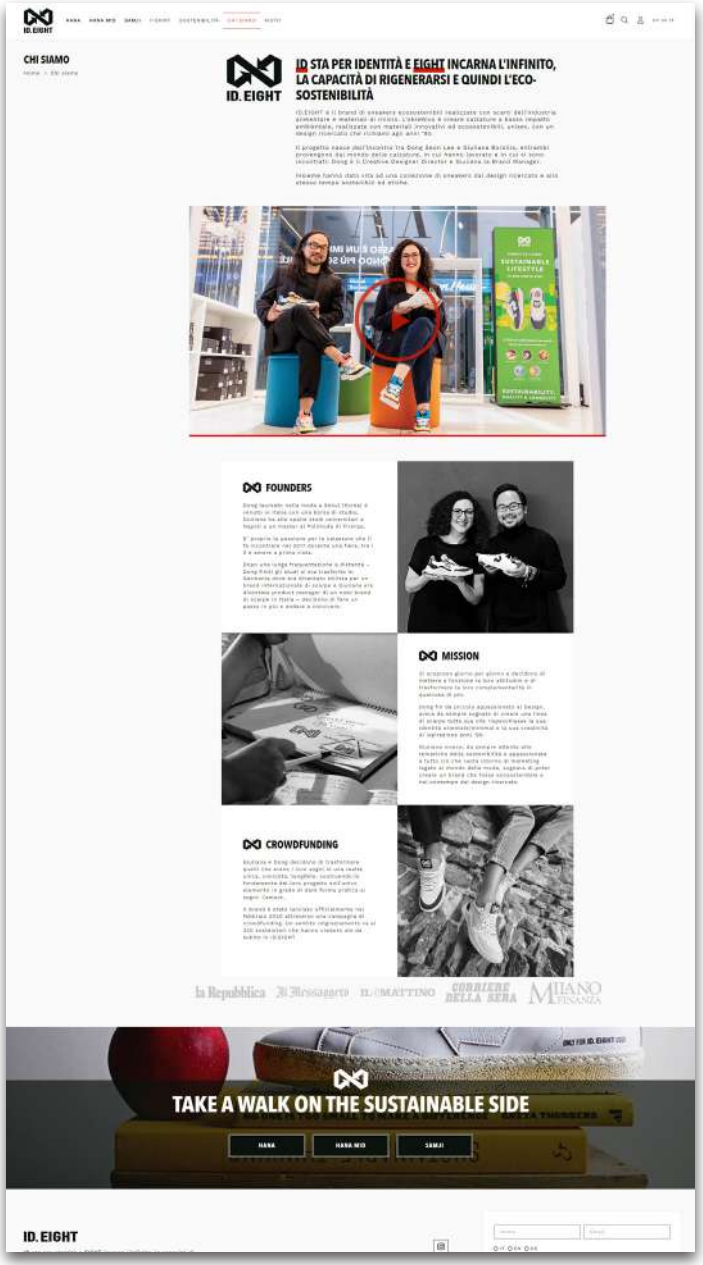
La pagina “Chi siamo” è progettata con una forte attenzione alla narrazione del brand, puntando sulla sostenibilità e sulla storia dei fondatori per creare connessione con l’utente.

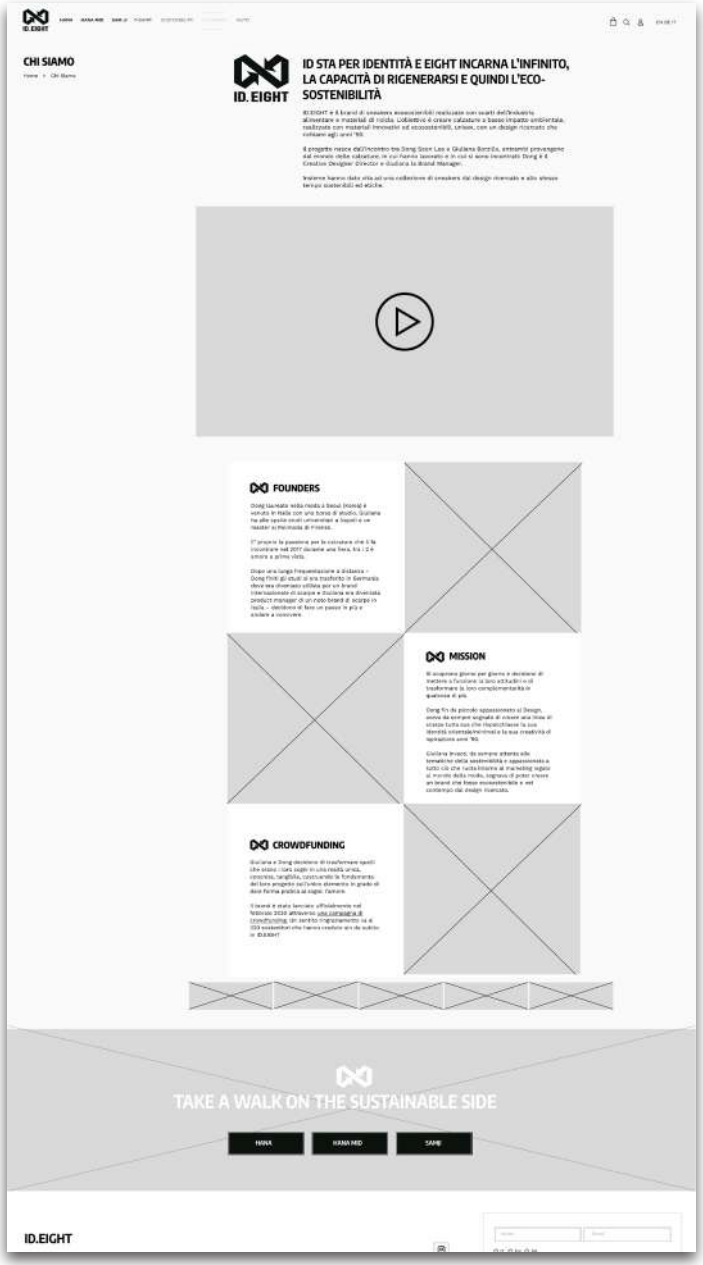
Il sito utilizza una **griglia a due colonne**, alternando immagini e testi per mantenere l’interesse visivo e organizzare efficacemente i contenuti.

Gli **spazi bianchi** sono sfruttati per evitare una saturazione visiva e guidare l’occhio verso le sezioni chiave, garantendo un flusso di navigazione naturale e rilassato.

Inoltre, la **lettura a Z** guida l’utente attraverso il contenuto, mentre l’interattività e il contenuto multimediale mantengono l’utente coinvolto e trasmettono i valori di Id.eight in modo diretto e efficace.

Wireframe completo Figma



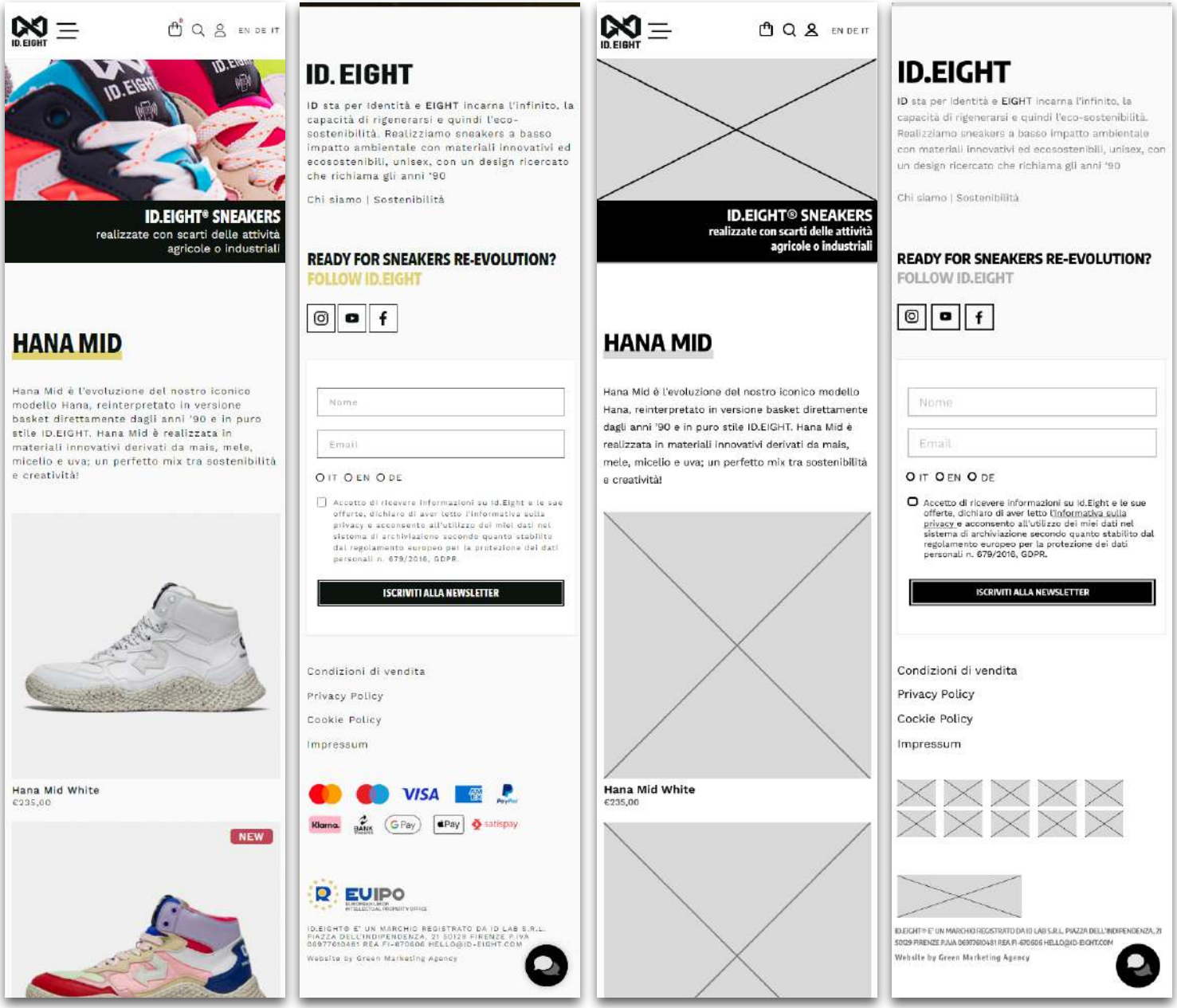


Responsive Design

Il sito Id.eight è ben ottimizzato per il mobile, offrendo una navigazione fluida su dispositivi di diverse dimensioni. Il menu hamburger raccoglie le sette sezioni principali del sito (HANA, HANA-MID, SAMJI, T-shirt, Sostenibilità, Chi siamo e Aiuto) e include un pulsante di chiusura in alto vicino al logo per una facile gestione.

In modalità mobile, i componenti della **homepage** sono disposti in un formato verticale, con gli elementi che si susseguono uno sotto l'altro per facilitare la navigazione.

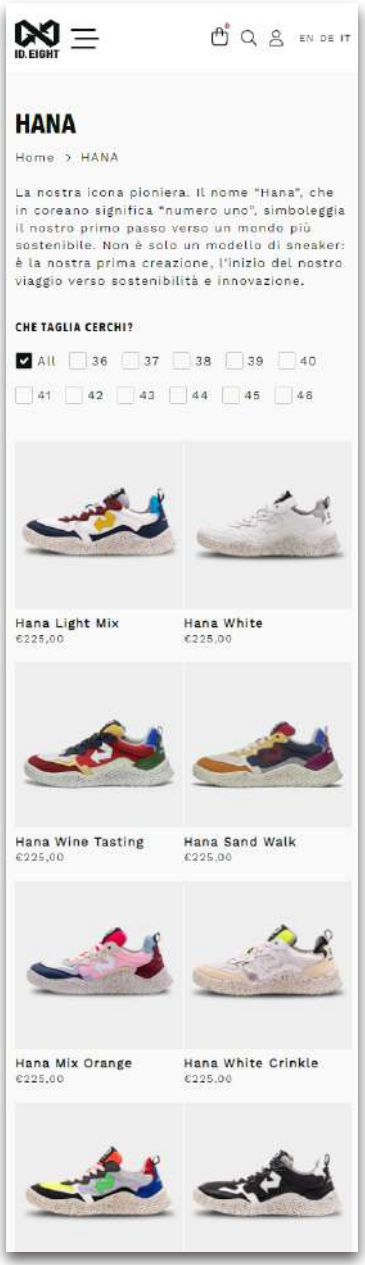
Wireframe completo Figma



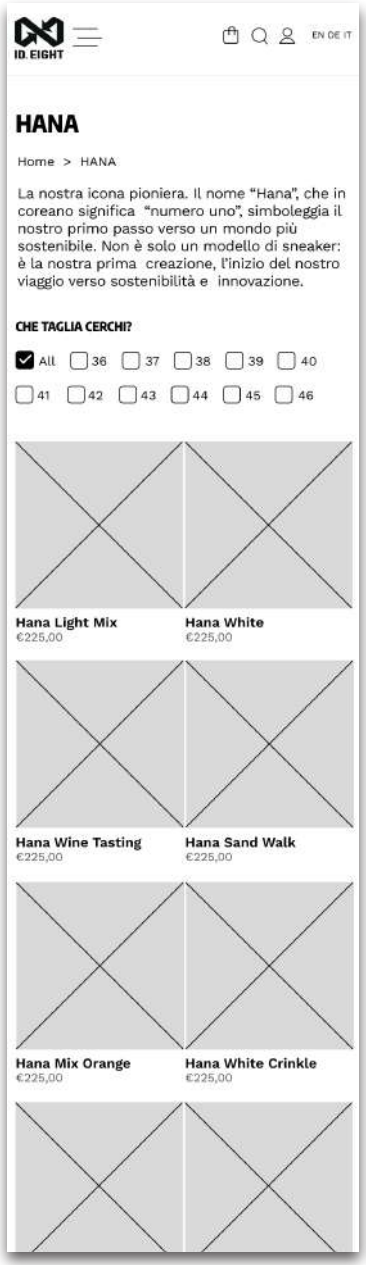
Responsive Design

Nella pagina “**Shop**”, i filtri di ricerca sono posizionati in alto e le immagini dei prodotti si adattano alla visualizzazione mantenendo una griglia a due colonne.

Wireframe completo Figma









Responsive Design

Per quanto riguarda la pagina “**Chi siamo**”, il primo contenuto multimediale, un video, è completamente adattato al mobile e può essere avviato facilmente tramite tocco, mentre il resto del contenuto alterna immagini e testo, assicurando che ogni elemento si adatti perfettamente alle dimensioni del dispositivo per una lettura agevole.

Wireframe completo Figma









02

Opportunità emerse in fase di Discovery

Inizio delineando i principali punti emersi durante la fase di discovery per migliorare l'esperienza utente del sito Ecodream. Questi insight guideranno la progettazione del wireframe, assicurando che ogni elemento sia in linea con le esigenze degli utenti e i valori del brand; chiarisco quindi le opportunità di ottimizzazione individuate, che spaziano dalla navigabilità alla facilità di accesso alle informazioni, con l'obiettivo di creare un sito più intuitivo, efficace e in armonia con la mission di Ecodream.



Riepilogo delle opportunità individuate per migliorare il sito di ecodream nella fase di discovery:

- **Ristrutturazione dei contenuti:** migliorare la visibilità delle informazioni cruciali, posizionandole in punti facilmente reperibili per agevolare la navigazione e guidare l'utente verso le azioni desiderate.
- **Ottimizzazione del processo di ricerca:** semplificare i passaggi per la ricerca, selezione e acquisto, introducendo funzionalità che permettano agli utenti di trovare ciò che cercano più rapidamente.
- **Implementazione di filtri avanzati:** aggiungere filtri per affinare la ricerca dei prodotti, migliorando la velocità e precisione della selezione.
- **Miglioramento dell'accessibilità:** spostare l'icona del carrello nell'header per un accesso rapido e aggiungere un pulsante "scroll-to-top" per una navigazione più fluida.
- **Facilitare l'accesso alla personalizzazione del prodotto:** posizionare meglio la funzione di personalizzazione nella sezione "Shop" per aumentare l'engagement.
- **Accesso facilitato alla sezione "Outlet":** rendere la sezione "Outlet" più visibile, così da facilitare la scoperta di promozioni e offerte.
- **Semplificazione del testo:** ridurre la lunghezza dei testi e usare il grassetto per evidenziare azioni chiave, migliorando la leggibilità e usabilità.
- **Introduzione di una sezione recensioni:** aggiungere una sezione di recensioni per ogni modello, arricchendo la decisione di acquisto con feedback degli utenti.
- **Revisione del footer:** aggiungere sezioni FAQ, Spedizioni e Resi, Metodi di Pagamento e Policy, con link alla pagina Contatti per rendere il sito più completo e professionale

03

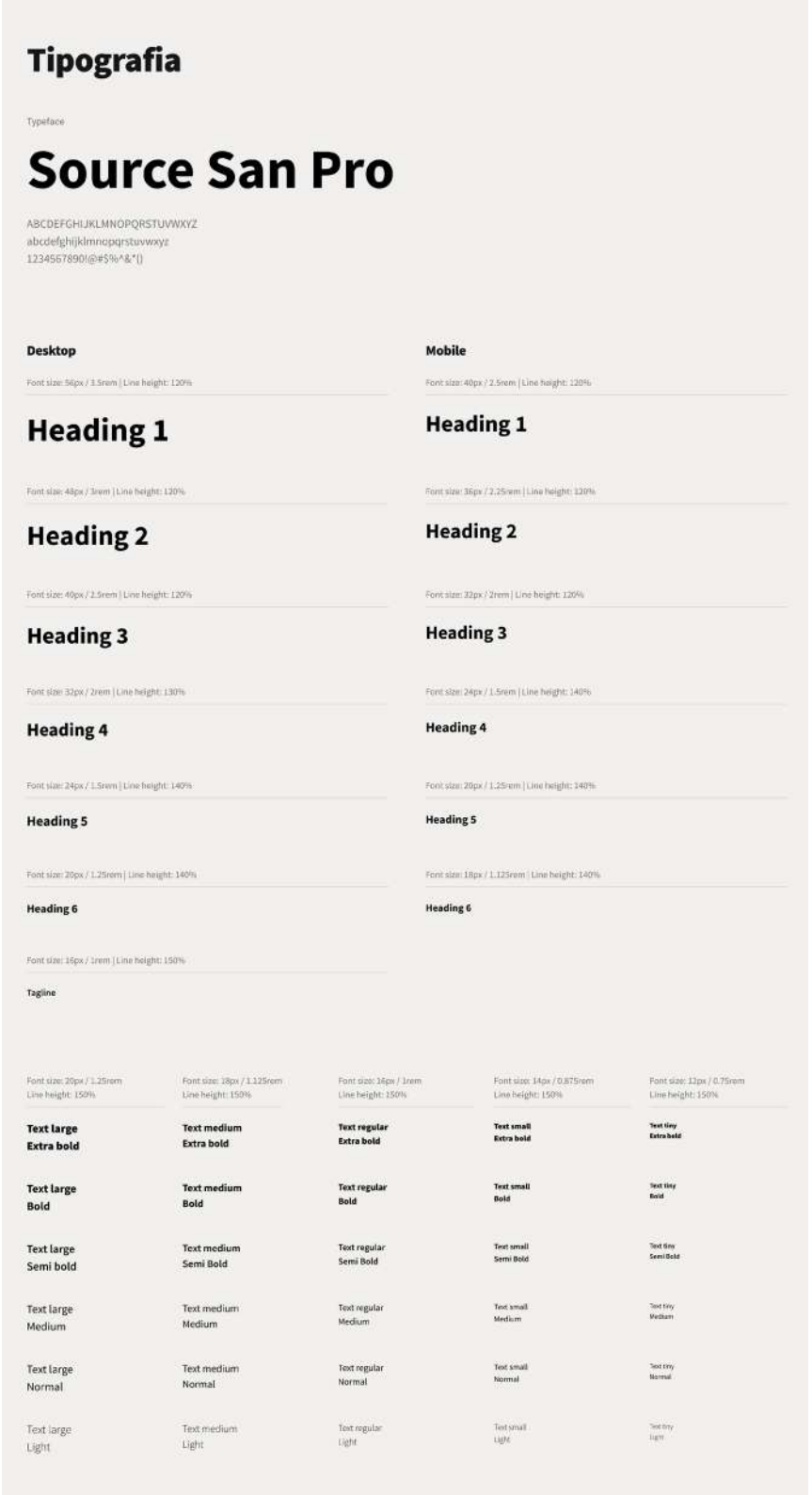
Wireframe

Di seguito i wireframe delle pagine principali del sito ecodream, progettate per migliorare l'esperienza utente e rispondere alle criticità emerse nella fase di discovery. Ogni pagina – dalla homepage allo shop, dalla scheda prodotto alla sezione "chi siamo" fino all'area di personalizzazione – è stata studiata per facilitare la navigazione, l'accesso alle informazioni e l'interazione dell'utente con il brand.

Tipografia e griglia

Per il progetto Ecodream, ho selezionato **Source San Pro** come **font principale**, un carattere moderno e versatile che garantisce un'**eccellente leggibilità** su tutti i dispositivi. La **tipografia** è stata studiata per adattarsi alle diverse esigenze di visualizzazione, con dimensioni specifiche per **desktop** e **mobile**, assicurando una **gerarchia visiva** chiara grazie alla differenziazione dei livelli di intestazione e dei pesi tipografici. Per quanto riguarda la struttura del **layout**, ho scelto una **griglia a 12 colonne** con un **Grid Type Stretch**, **margini** di **64 px** e un **gutter** di **48 px**, in modo da garantire un design armonioso e ordinato che facilita l'organizzazione del contenuto e guida l'attenzione dell'utente.

Wireframe completo Figma



Menu & Footer

Modifiche al Menu

Nella nuova versione del menu, ho semplificato e reso più intuitiva la navigazione. La struttura è stata ripensata per offrire un'esperienza più fluida, con l'aggiunta di icone essenziali (wishlist, carrello, account) nell'header, in modo che l'utente possa accedere facilmente alle funzioni principali senza dover navigare lontano dalla pagina corrente. Le sezioni sono state ridotte e organizzate in categorie chiave come **Shop, Personalizza, Chi Siamo, e Contattaci**, eliminando voci ridondanti come "Modelli" e "Materiali", che sono state integrate nello shop e nella sezione informativa "Chi Siamo".

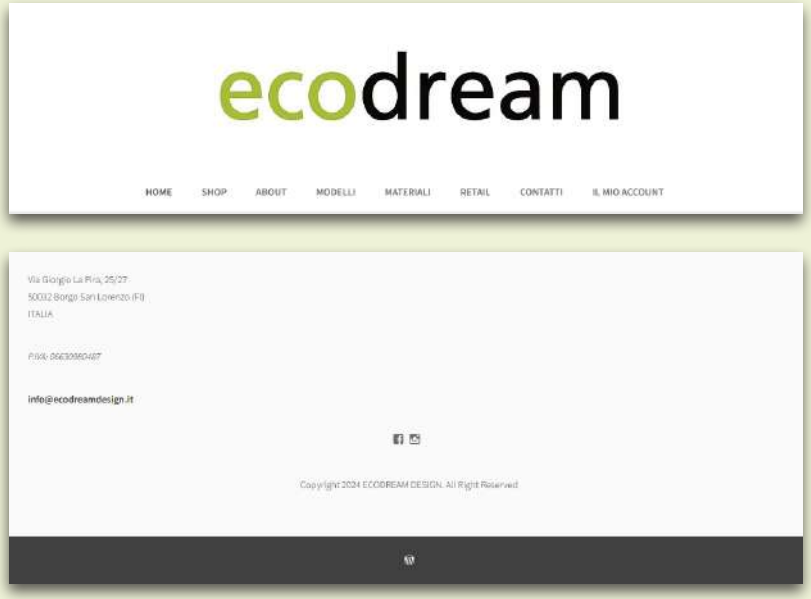
Questa scelta permette agli utenti di trovare rapidamente ciò che cercano, riducendo il rischio di confusione. L'obiettivo è guidare l'utente verso le aree principali del sito con meno distrazioni, facilitando il percorso verso le azioni di conversione (come l'acquisto o la personalizzazione di prodotti).

Modifiche al Footer

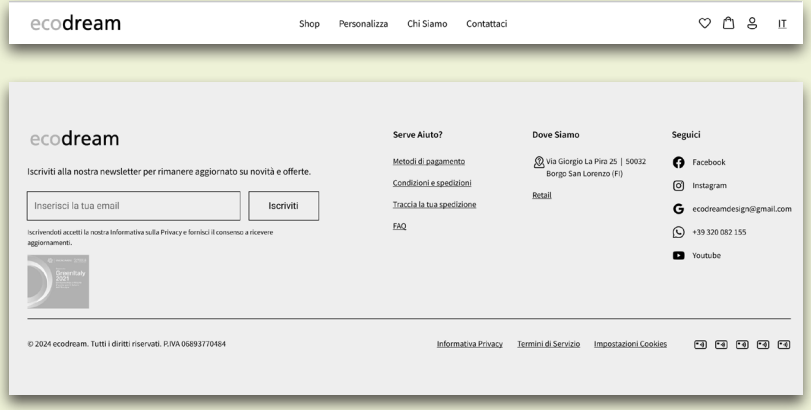
Nel footer originale, le informazioni erano limitate e non ottimizzate per una navigazione efficace. Nel nuovo design, ho introdotto sezioni come **"Serve Aiuto?", "Dove Siamo", e "Seguici"**, con link diretti a informazioni essenziali (metodi di pagamento, spedizioni e resi, FAQ), contatti e social media, oltre alla possibilità di tracciare gli ordini. Inoltre, è stata aggiunta una sezione per l'iscrizione alla newsletter, offrendo all'utente un modo semplice per restare aggiornato su novità e promozioni.
Il nuovo footer è pensato per essere un punto di riferimento informativo completo, dove l'utente può trovare tutte le informazioni di supporto e di contatto di cui potrebbe aver bisogno. Questo approccio aumenta la fiducia e la trasparenza del brand, facilitando l'accesso ai canali di assistenza e fidelizzazione (come la newsletter).

Wireframe completo Figma

Originale



Wireframe



Homepage

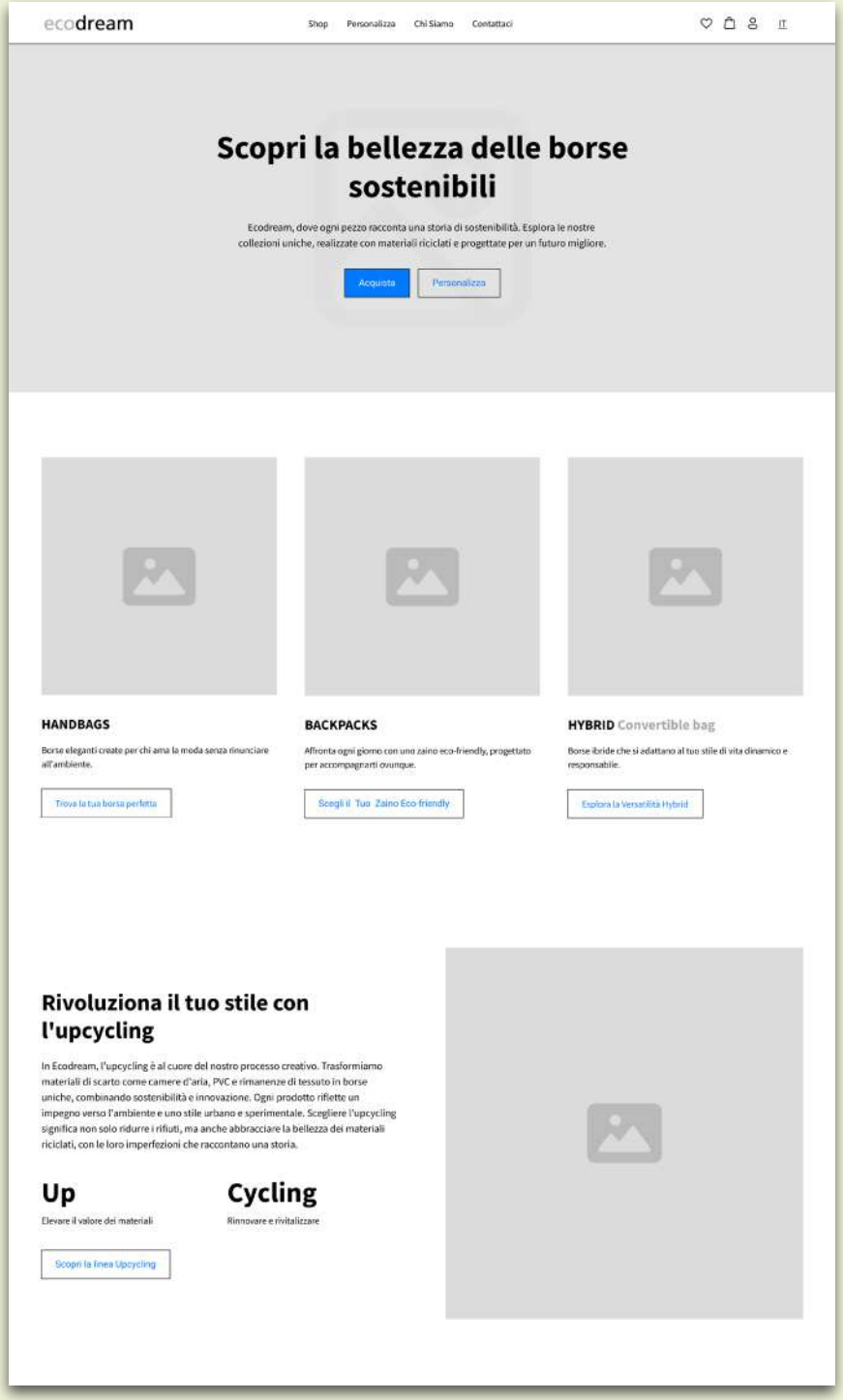
La nuova homepage di ecodream è stata progettata per offrire una navigazione più intuitiva e per valorizzare i valori di sostenibilità e artigianalità del brand. La struttura è suddivisa in sezioni chiave, pensate per guidare l'utente attraverso un'esperienza immersiva che mette in evidenza i prodotti e la filosofia aziendale.

- **Hero Section:** la homepage si apre con una sezione hero progettata con un'altezza bilanciata, garantendo che i contenuti principali restino visibili immediatamente -above the fold-. Questo permette all'utente di scorgere già elementi importanti, come le CTA o l'inizio delle sezioni successive, senza dover scorrere, migliorando così la fruibilità e l'efficacia comunicativa. Due pulsanti di call-to-action, "Acquista ora" e "Personalizza," invitano l'utente a esplorare subito lo shop o a visitare la pagina di personalizzazione, facilitando la navigazione verso le sezioni più rilevanti.

- **Sezione Categorie di Prodotto:** sotto la hero section, troviamo una presentazione delle categorie principali, come Handbags, Backpacks, e Hybrid. Questa disposizione permette all'utente di accedere velocemente ai prodotti di interesse, migliorando l'usabilità e riducendo i passaggi necessari per trovare i prodotti desiderati.

- **Blocco Upcycling:** ho introdotto una sezione dedicata all'upcycling, dove si spiega come Ecodream utilizzi materiali di recupero per dare vita a nuovi prodotti. Questa

Wireframe completo Figma

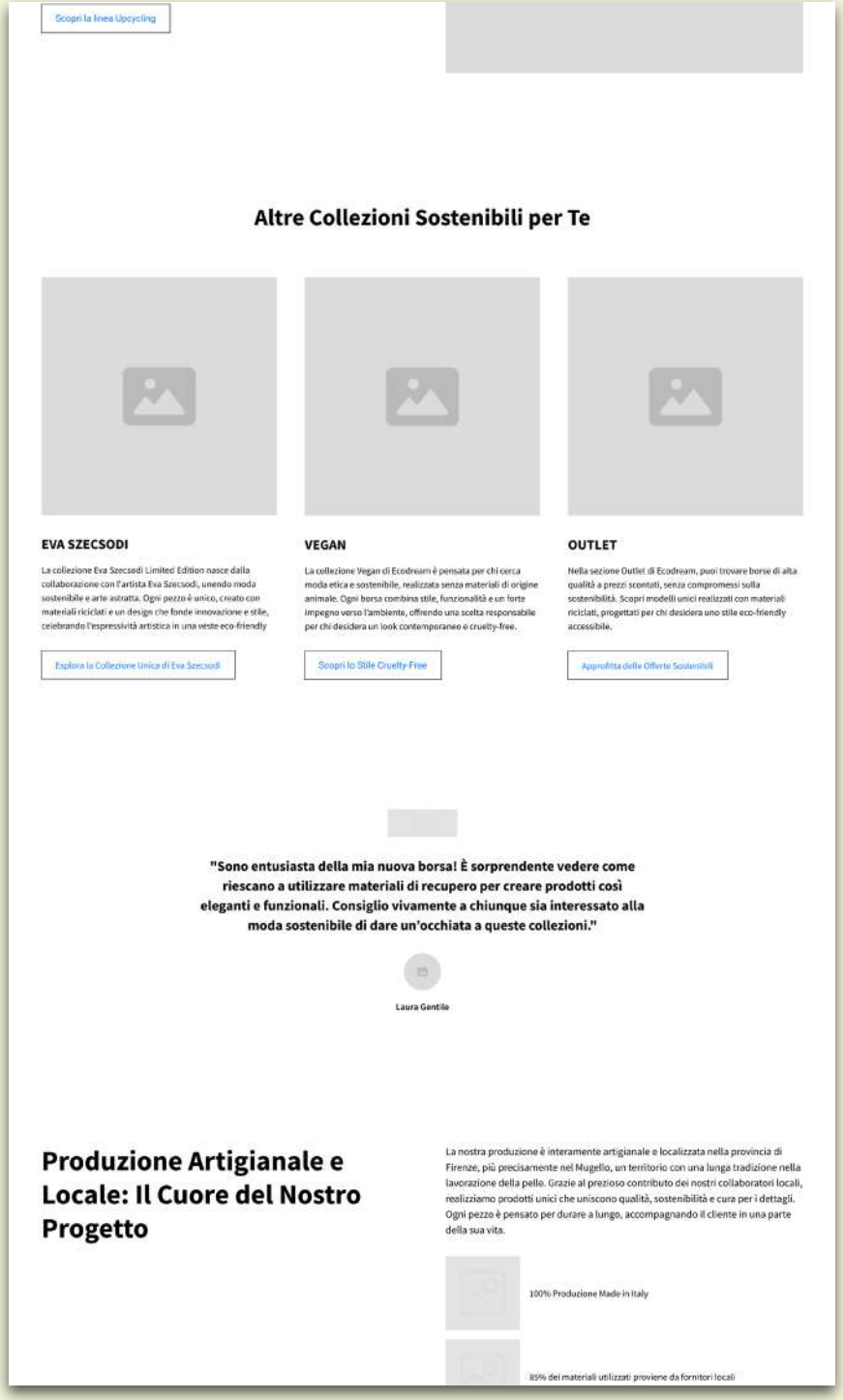


Homepage

- **Altre Collezioni Sostenibili:** per ampliare l'offerta visiva, ho inserito una sezione dedicata a collezioni speciali come Eva Szecsodi, Vegan e Outlet. Questo aiuta a mostrare la varietà dei prodotti e rende più facile la scoperta di articoli con caratteristiche specifiche, come il veganismo o le offerte speciali.

- **Testimonianze:** una sezione di testimonianze è stata inclusa per dare voce ai clienti soddisfatti, rafforzando la fiducia e l'affidabilità del brand attraverso feedback autentici. Una citazione centrale sottolinea l'esperienza positiva di un cliente, personalizzando ulteriormente la pagina.

Wireframe completo Figma



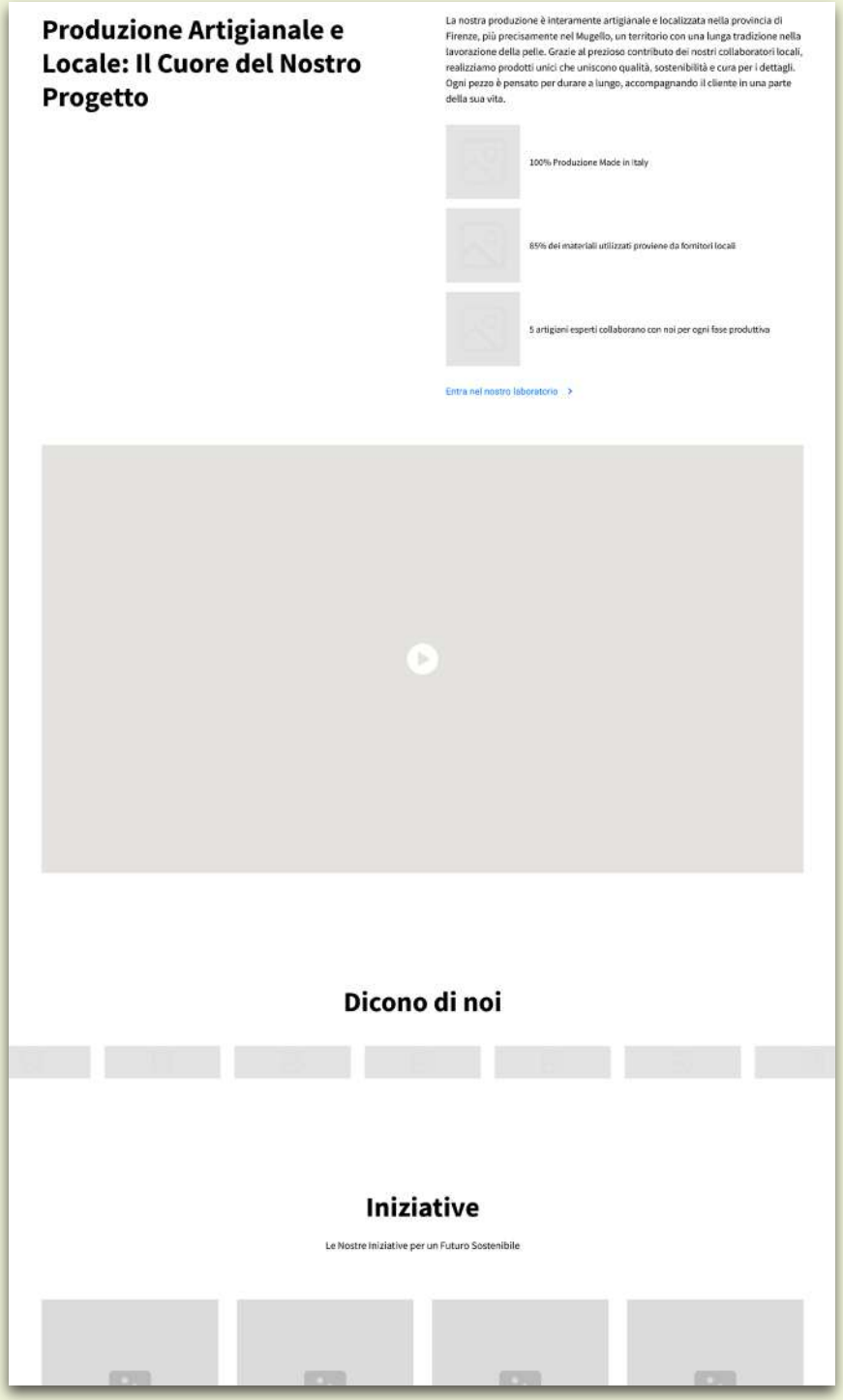
Homepage

- **Produzione Artigianale e Locale:** questa sezione mette in evidenza l'impegno di Ecodream nella produzione locale e artigianale, sottolineando il valore dato alla sostenibilità e al supporto delle comunità locali. Per offrire agli utenti un'esperienza più immersiva, è stato aggiunto un video esplicativo che mostra il dietro le quinte del processo produttivo, evidenziando l'attenzione ai dettagli e la cura dei materiali. Il video invita l'utente a esplorare e apprezzare il lavoro e la dedizione che stanno dietro a ogni prodotto, rendendo il messaggio del brand ancora più tangibile e coinvolgente. Per rendere i dati chiave ancora più immediati e visibili agli utenti, sono state inserite delle illustrazioni accanto ai punti principali. Questi elementi grafici aiuteranno a catturare l'attenzione e a comunicare in modo chiaro i valori fondamentali del brand, migliorando l'esperienza visiva e l'accessibilità delle informazioni.

- **Sezione "Dicono di noi":** un carosello visivo che raccoglie loghi di riviste e media che hanno parlato di Ecodream aumenta la credibilità del brand, posizionandolo come punto di riferimento nel settore della moda sostenibile.

- **Iniziative:** infine, ho inserito una sezione per le iniziative sostenibili del brand, che offre agli utenti un modo per scoprire l'impegno attivo di Ecodream verso l'ambiente e la società, rendendo il messaggio di sostenibilità più tangibile e concreto.

Wireframe completo Figma



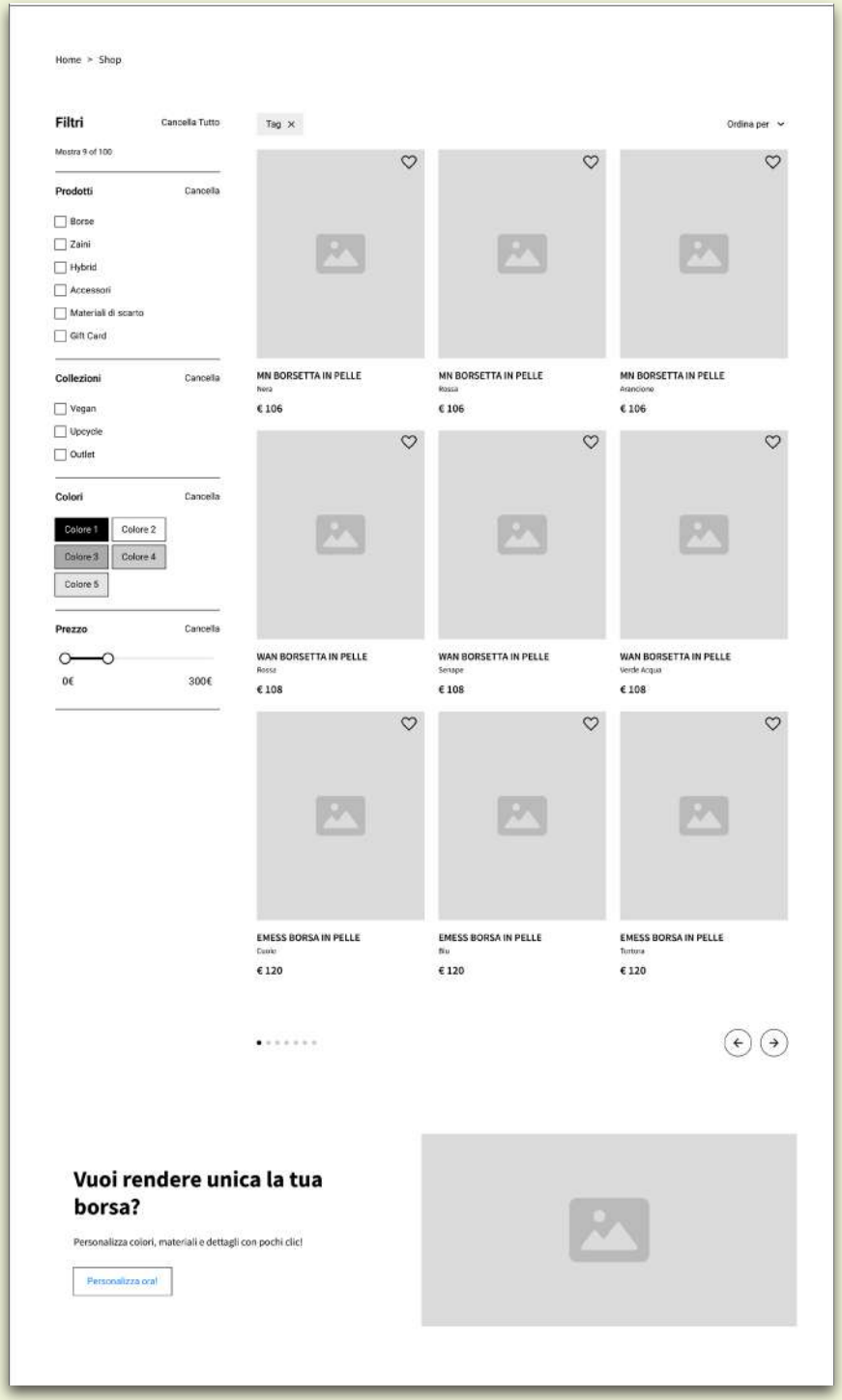
Shop

La nuova pagina “Shop” di ecodream è stata progettata per offrire agli utenti un’esperienza di navigazione semplice e personalizzabile, che valorizzi l’unicità dei prodotti e faciliti la scoperta delle collezioni. La pagina è organizzata in sezioni, che guidano l’utente attraverso l’offerta e consentono una selezione mirata dei prodotti.

- **Filtri di ricerca avanzati:** sul lato sinistro, ho inserito una barra con filtri avanzati per consentire all’utente di selezionare in base a categoria di prodotto (borse, zaini, accessori, ecc.), collezione (Vegan, Upcycle, Outlet), colore e prezzo. Questo sistema di filtri è pensato per rendere più facile e veloce la ricerca, permettendo agli utenti di individuare esattamente ciò che cercano senza sfogliare pagine inutilmente.

- **Visualizzazione dei prodotti:** al centro della pagina, i prodotti sono disposti in una griglia pulita e ordinata. Ogni elemento presenta un’immagine del prodotto, il nome, il colore e il prezzo, con un’icona di “wishlist” per salvare i prodotti preferiti. Questa organizzazione visiva garantisce una navigazione fluida e un accesso immediato alle informazioni essenziali dei prodotti.

Wireframe completo Figma

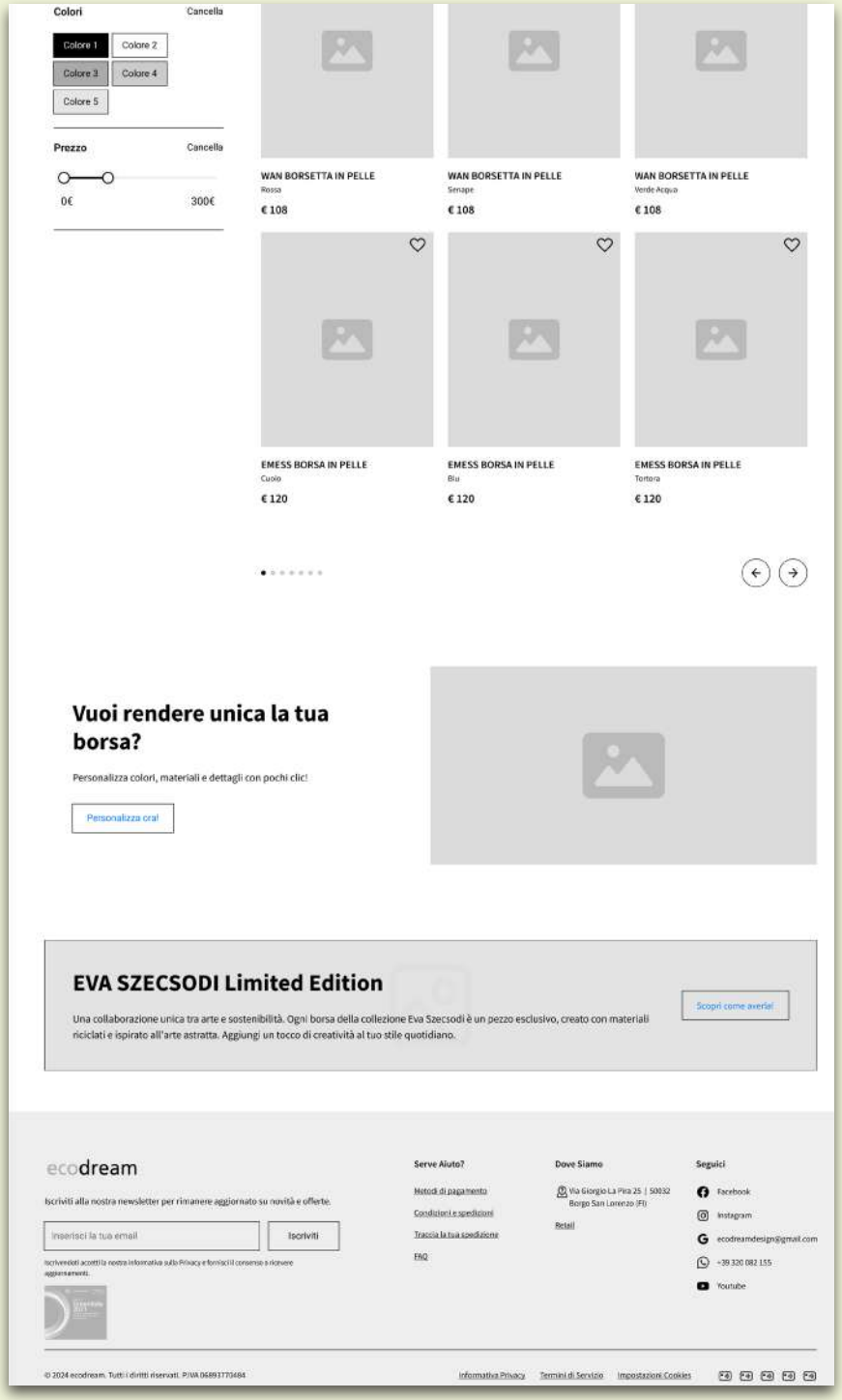


Shop

- **Sezione “Personalizza la tua borsa”:** sotto la griglia dei prodotti, ho inserito una card orizzontale dedicata alla personalizzazione della borsa. La card include una breve descrizione e un pulsante ben visibile con la call-to-action “Personalizza ora!”. Questa posizione è stata scelta con cura per garantire che l’utente, dopo aver esplorato i prodotti, abbia la possibilità di approfondire il percorso di personalizzazione senza interrompere il flow naturale della navigazione.

- **Sezione “Limited Edition”:** alla fine, ho inserito un banner dedicato alla collezione EVA SZECSODI Limited Edition, che mette in risalto le collaborazioni speciali di ecodream. Una breve descrizione e un pulsante “Scopri come averla!” invitano l’utente a esplorare questa collezione esclusiva, enfatizzando l’aspetto di sostenibilità e unicità del brand.

Wireframe completo Figma



Scheda Prodotto

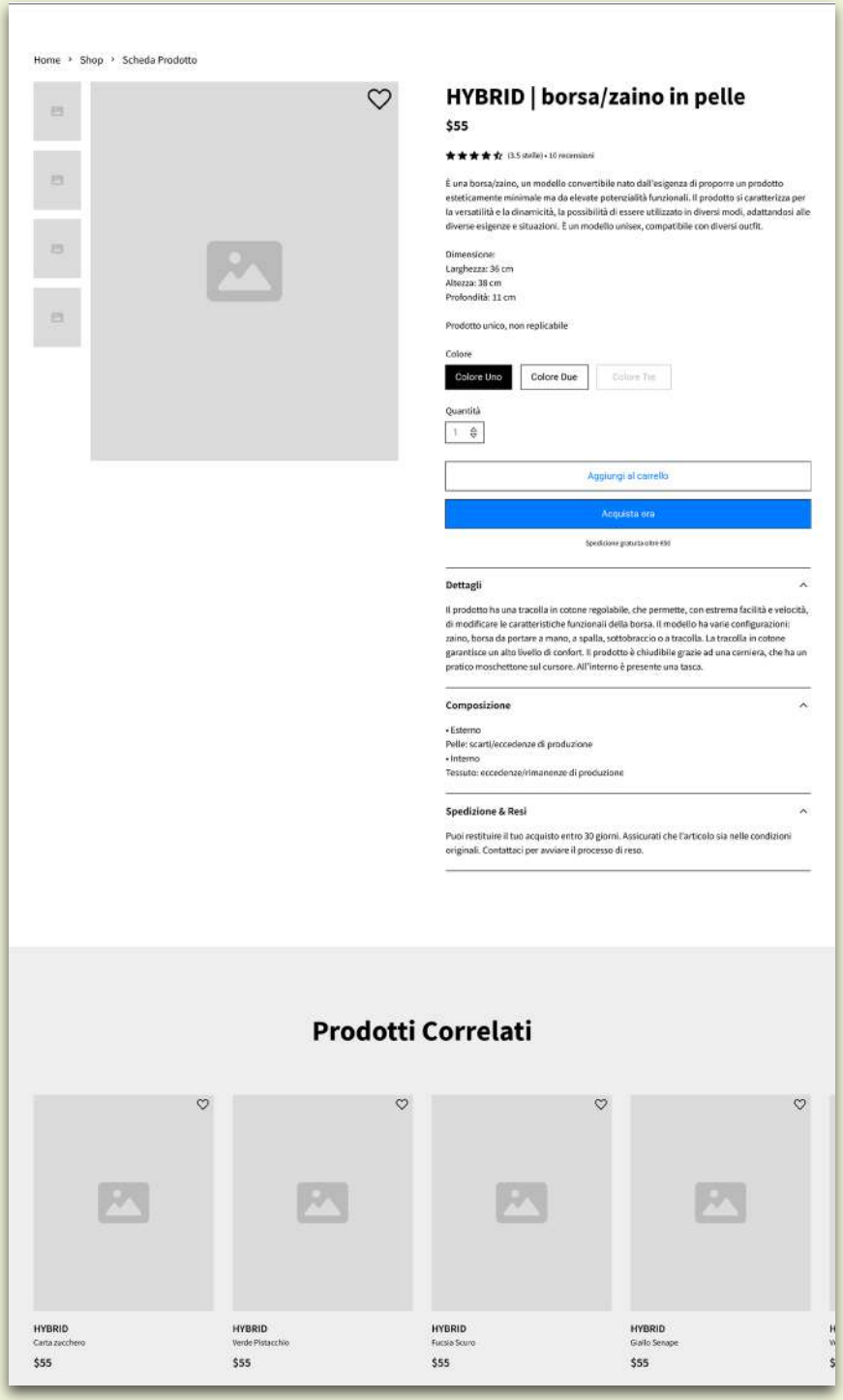
La pagina “Scheda Prodotto” di ecodream è stata pensata cercando di fornire tutte le informazioni essenziali in modo chiaro e accessibile, migliorando l’esperienza di acquisto e facilitando la comprensione delle caratteristiche del prodotto. La pagina è organizzata in sezioni che rispondono alle esigenze di informazione, interazione e trasparenza richieste dagli utenti.

- **Presentazione del prodotto:** la pagina si apre con un’ampia visualizzazione dell’immagine del prodotto, accompagnata da un’icona per aggiungerlo alla “wishlist”. A sinistra, un carosello di immagini aggiuntive consente di esplorare il prodotto da diverse angolazioni, migliorando la percezione visiva e aiutando l’utente a valutare meglio l’articolo prima dell’acquisto.

- **Dettagli essenziali del prodotto:** accanto alle immagini, il prodotto è presentato con un nome chiaro, un prezzo e una valutazione in stelle, accompagnata dal numero di recensioni. Una descrizione breve ma esaustiva comunica l’essenza del prodotto e la sua versatilità, mentre le dimensioni e i dettagli di disponibilità aggiungono informazioni utili per orientare la scelta dell’utente.

- **Opzioni di selezione:** la possibilità di selezionare il colore e la quantità consente una personalizzazione immediata, mentre i pulsanti “Aggiungi al carrello” e “Acquista ora” offrono due opzioni per proseguire all’acquisto, rendendo il processo chiaro e diretto.

- **Sezioni di dettaglio:** nella parte inferiore, sono presenti sezioni espandibili dedicate a Dettagli, Composizione, e Spedizione & Resi. Queste sezioni forniscono informazioni aggiuntive importanti, come materiali utilizzati, specifiche tecniche e politiche di reso, mantenendo al contempo un design pulito e ordinato. L’utente può quindi accedere alle informazioni solo quando ne ha bisogno, evitando un sovraccarico informativo.

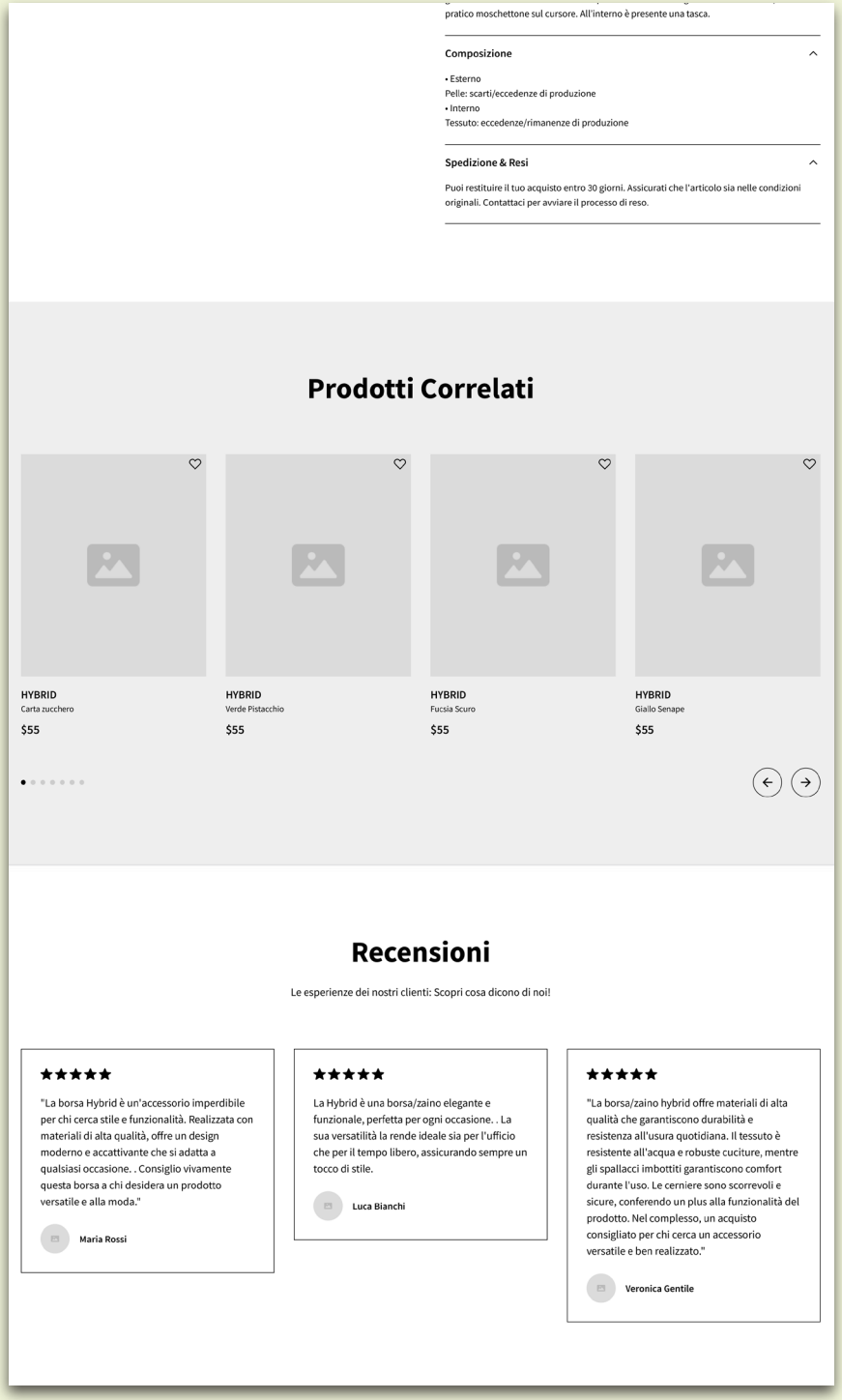


Scheda Prodotto

- **Prodotti correlati:** subito sotto la scheda del prodotto, è stata inserita una sezione di prodotti correlati per invitare l'utente a esplorare articoli simili. Questa sezione è utile per migliorare la navigazione e aumentare il tempo trascorso sul sito, offrendo alternative che potrebbero essere d'interesse.

- **Recensioni dei clienti:** la sezione delle recensioni permette agli utenti di leggere opinioni autentiche da parte di altri clienti, aumentando la fiducia verso il prodotto e offrendo una prospettiva reale sull'esperienza d'uso. Le recensioni sono presentate in modo visivamente ordinato, con un breve testo e il nome dell'utente, rafforzando la credibilità del brand.

Wireframe completo Figma



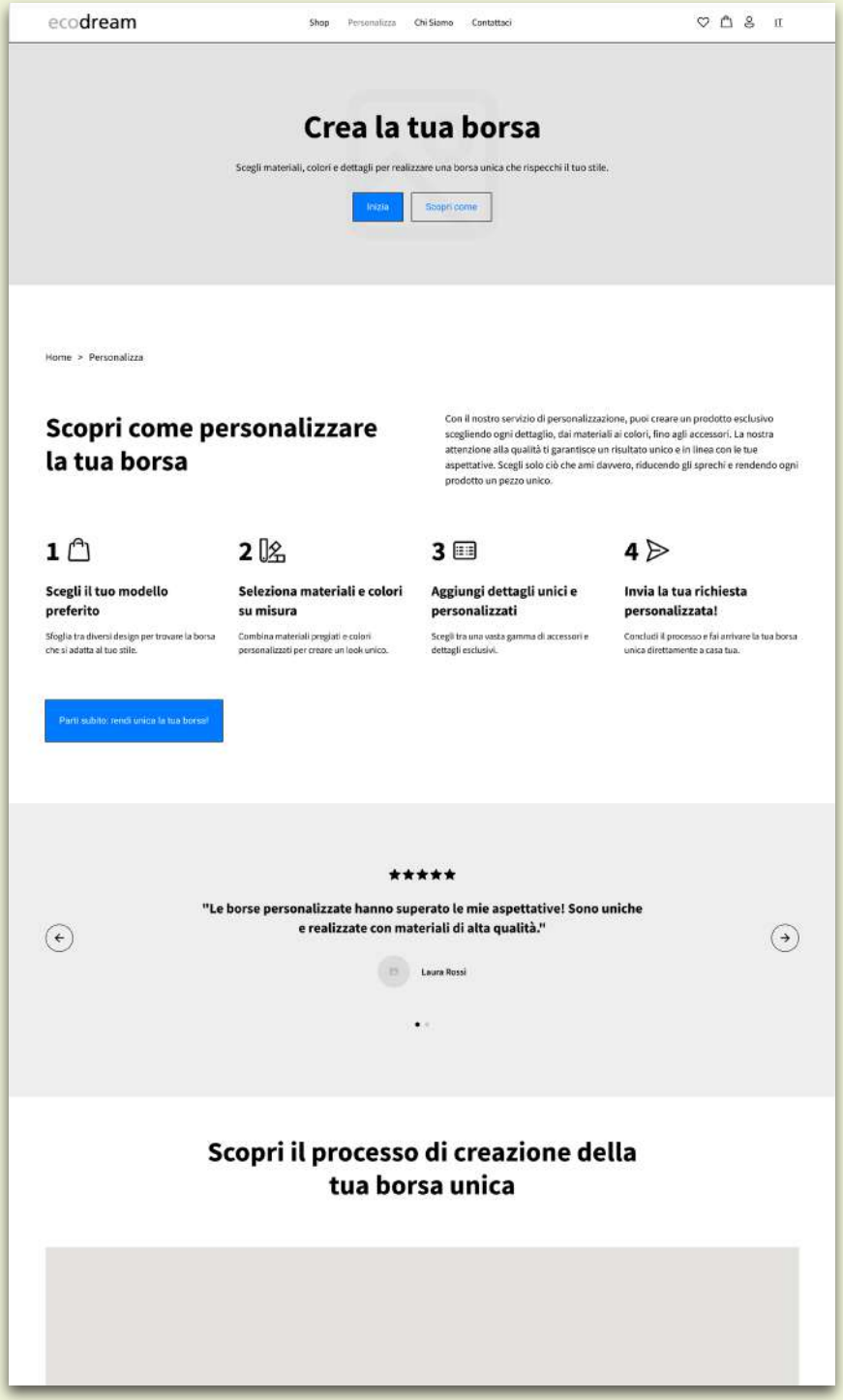
Personalizza

La pagina “Personalizza” di ecodream è stata creata per offrire un’esperienza coinvolgente e interattiva, permettendo agli utenti di creare una borsa unica, progettata su misura in base alle loro preferenze. Ogni sezione guida l’utente attraverso il processo di personalizzazione, rendendo semplice e intuitivo ogni passaggio.

- **Hero Section con invito all’azione:** la pagina si apre con un messaggio che cerca di essere chiaro e accattivante: “Crea la tua borsa”. Questa sezione introduce la possibilità di scegliere materiali, colori e dettagli per realizzare un accessorio che rifletta il proprio stile. Le call to action “Inizia” e “Scopri come” guidano l’utente verso il processo di personalizzazione o verso ulteriori informazioni, rendendo facile scegliere da dove cominciare. La struttura invita subito a entrare in azione, creando un’esperienza dinamica e orientata all’engagement.

- **Sezione “Scopri come personalizzare la tua borsa”:** subito sotto, una sezione informativa suddivide il processo di personalizzazione in quattro semplici passaggi: “Scegli il tuo modello preferito”, “Seleziona materiali e colori su misura”, “Aggiungi dettagli unici e personalizzati”, e “Invia la tua richiesta personalizzata”. Ogni passaggio è accompagnato da un numero, un’icona visiva e una breve descrizione, facilitando la comprensione e rendendo il processo meno complesso per l’utente. La call to action “Parti subito: rendi unica la tua borsa!” chiude la sezione, invitando l’utente a procedere nel processo di personalizzazione con un tocco di entusiasmo.

- **Testimonianza dei clienti:** per aumentare la fiducia e l’interesse, ho inserito una sezione con una testimonianza di un cliente soddisfatto. Una recensione positiva sulle borse personalizzate, che sottolinea la qualità e l’unicità del prodotto, rafforza la percezione di affidabilità e soddisfazione del cliente. Il design prevede una navigazione a carosello, in modo che l’utente possa leggere più testimonianze, se disponibili, e sentirsi più sicuro nella scelta della personalizzazione.



Personalizza

- **Video esplicativo del processo di creazione:** la sezione “Scopri il processo di creazione della tua borsa unica” presenta un video esplicativo che offre uno sguardo dietro le quinte del processo di realizzazione delle borse personalizzate. Il video è stato posizionato qui per offrire un’esperienza visiva e coinvolgente dopo che l’utente ha compreso i passaggi principali della personalizzazione. Guardare il processo di creazione aiuta a rendere più tangibile il valore del prodotto artigianale e accresce l’interesse, spingendo l’utente a completare la personalizzazione.

Wireframe completo Figma



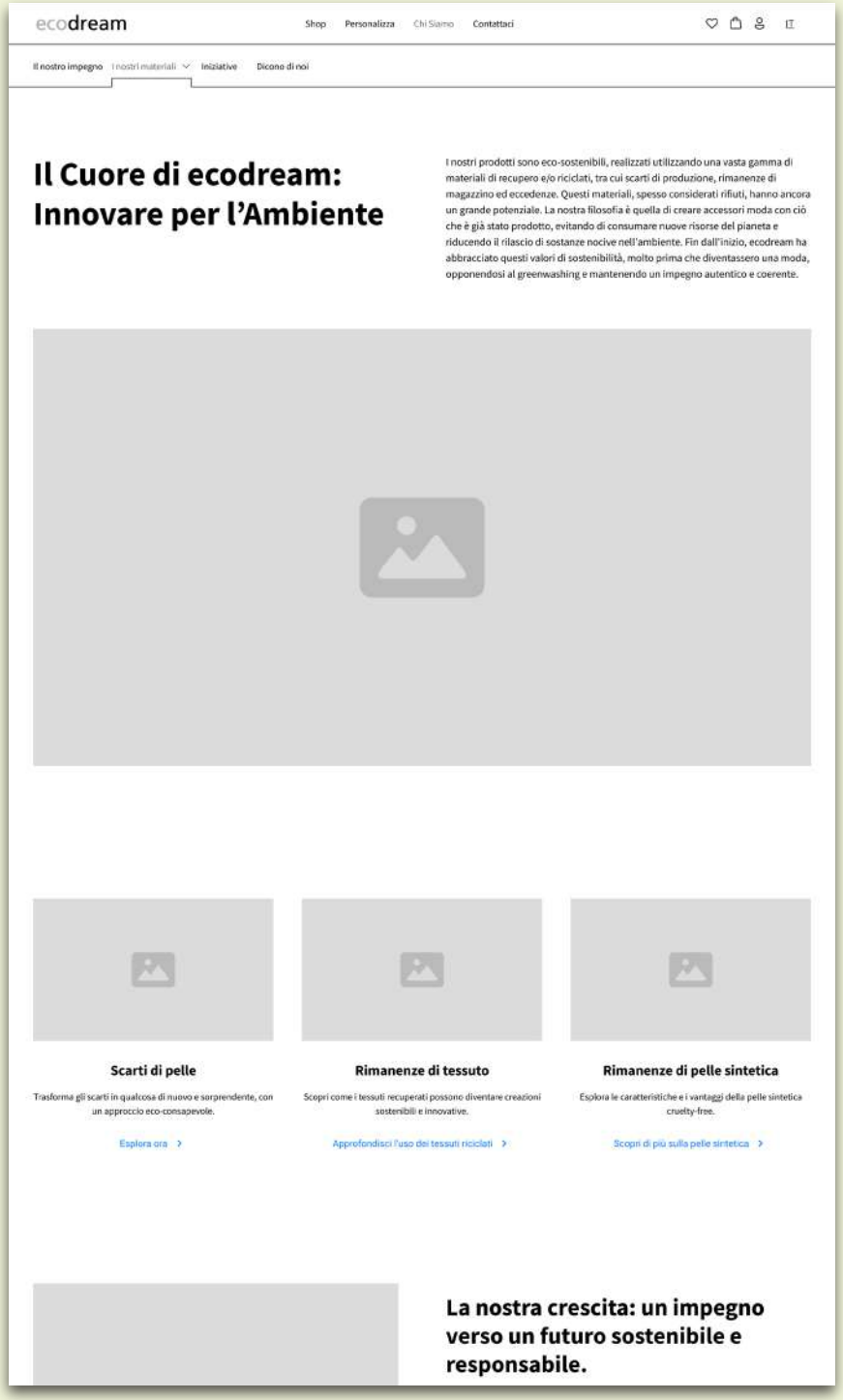
Chi Siamo

La pagina “Chi Siamo” di ecodream è stata progettata per raccontare la storia, i valori e l’impegno sostenibile del brand. Ogni sezione è pensata per approfondire aspetti specifici della filosofia aziendale, rafforzando la connessione emotiva con l’utente e sottolineando l’impegno di ecodream verso l’ambiente. Questa pagina utilizza un **layout a schede** posizionato nella parte superiore, che permette di selezionare specifiche sezioni di approfondimento. Il menu include voci come “Il nostro impegno, “I nostri materiali”, “Iniziative” e “Dicono di noi”, rendendo semplice per l’utente passare da una sezione all’altra senza dover scorrere a lungo la pagina.

Nella schermata attuale è selezionata la scheda “**I nostri materiali**”, che guida l’utente direttamente verso i contenuti relativi ai materiali sostenibili utilizzati da Ecodream. Questa struttura permette di organizzare grandi quantità di informazioni in modo compatto e accessibile, dando all’utente il controllo per navigare tra i temi chiave della pagina “Chi Siamo” a seconda dei suoi interessi specifici.

- **Introduzione al cuore di ecodream:** la pagina si apre con una sezione introduttiva dal titolo “Il Cuore di ecodream: Innovare per l’Ambiente”, che riassume la missione del brand di utilizzare materiali eco-sostenibili e di adottare pratiche rispettose dell’ambiente. Questa sezione è accompagnata da un’immagine rappresentativa, offrendo una panoramica visiva e testuale del cuore pulsante di Ecodream.

- **Sezione materiali sostenibili:** successivamente, ho inserito una sezione dedicata ai materiali utilizzati, come Scarti di pelle, Rimanenze di tessuto, e Rimanenze di pelle sintetica. Ogni materiale è presentato con una breve descrizione e un link per approfondire. Questa struttura permette agli utenti di scoprire come ecodream riutilizza materiali di scarto per dare vita a prodotti sostenibili, rendendo tangibile l’impegno ambientale del brand.



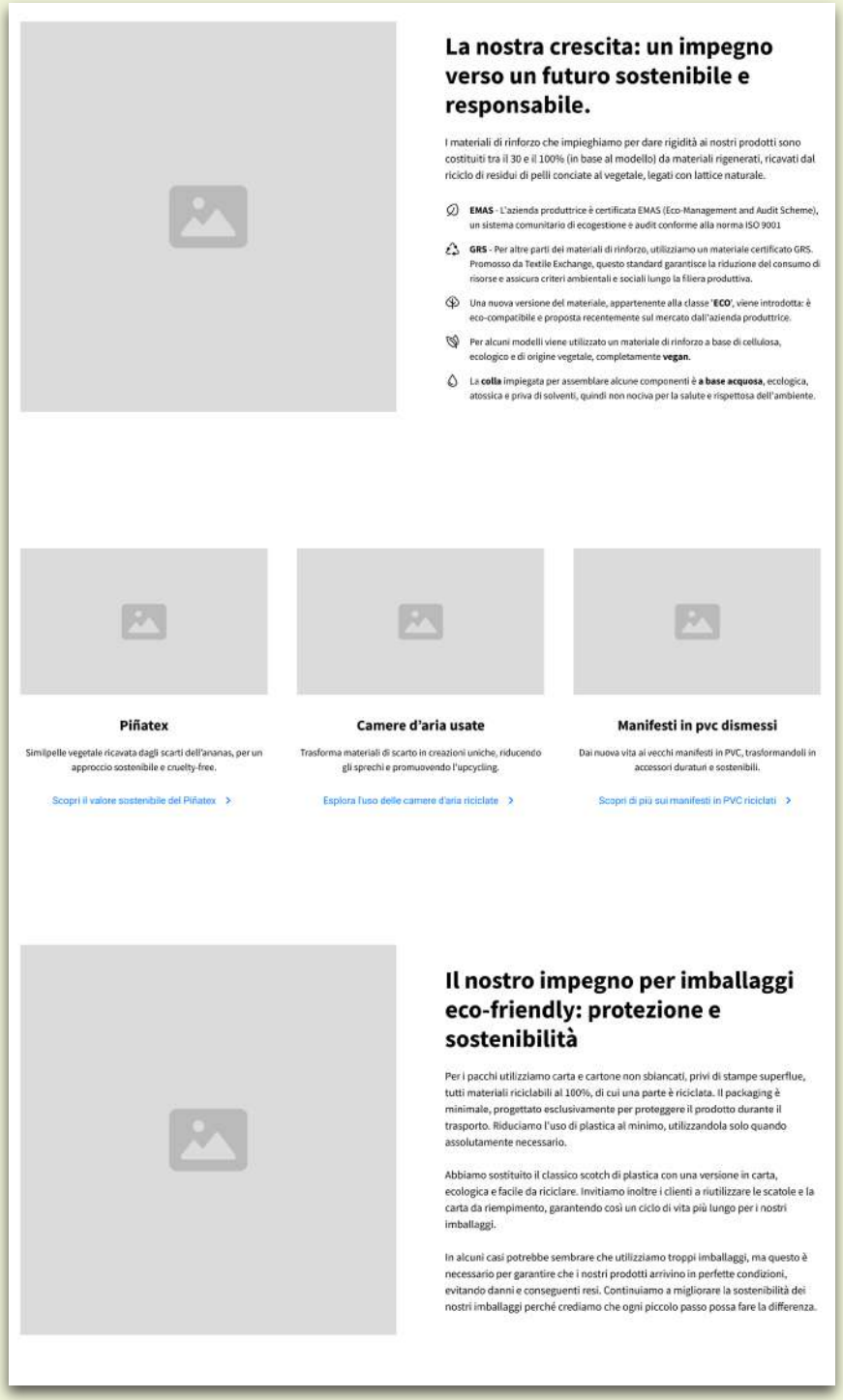
Chi Siamo

- **Impegno verso un futuro sostenibile:** in questa sezione, ecodream comunica il suo impegno a lungo termine per un futuro più sostenibile e responsabile. Punti chiave come Pinatex, Camere d'Aria Usate, e Manifesti in PVC Dimessi sono presentati con icone e descrizioni brevi, che illustrano l'adozione di materiali innovativi e la riduzione degli sprechi. Questa sezione trasmette l'idea di un brand in continua evoluzione, aperto all'innovazione sostenibile.

- **Sezione materiali aggiuntivi:** dopo la presentazione dei materiali principali, ho inserito una sezione con tabelle a scorrimento che permette agli utenti di esplorare altri materiali sostenibili utilizzati da ecodream. Questa sezione è progettata per facilitare la consultazione di ulteriori materiali in modo interattivo e visivamente ordinato. Gli utenti possono esplorare caratteristiche e dettagli di materiali come Piñatex, Camere d'aria usate, e Manifesti in PVC dismessi.

- **Packaging Eco-Friendly:** un'altra sezione è dedicata all'impegno di ecodream per ridurre l'impatto ambientale degli imballaggi. Qui viene spiegato come il brand sceglie materiali eco-compatibili per il packaging, promuovendo la sostenibilità anche nei dettagli. Questa sezione dimostra l'attenzione ai particolari e la coerenza nei valori del brand.

Wireframe completo Figma

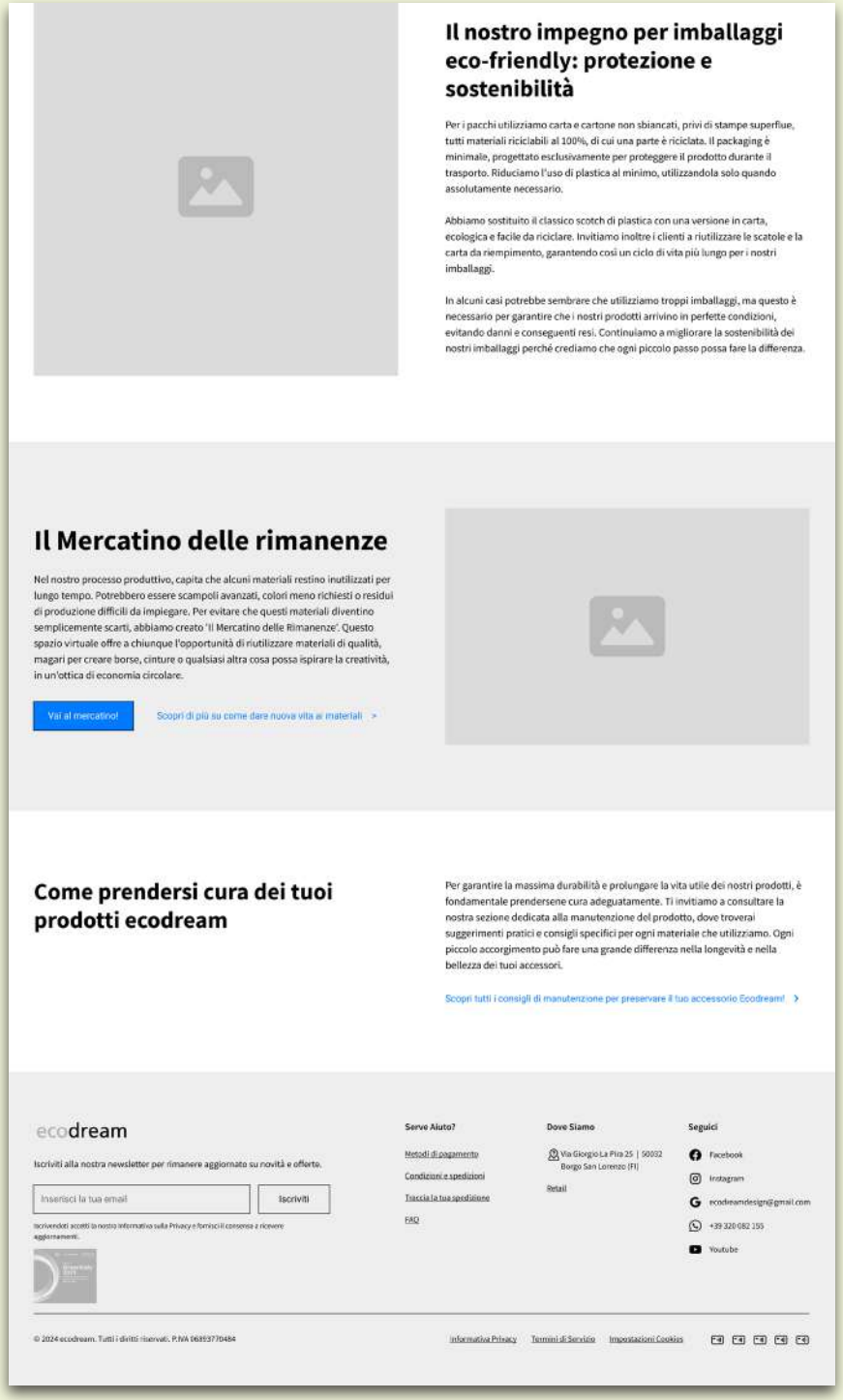


Chi Siamo

- **Mercatino delle rimanenze:** questa sezione è stata posizionata dopo le informazioni sui materiali sostenibili e l'impegno del brand per evidenziare l'approccio circolare di ecodream. Posizionare questa sezione qui è una scelta strategica: dopo aver capito il valore dei materiali e il processo produttivo, l'utente è più predisposto a comprendere l'importanza di questo mercatino e a partecipare attivamente alla missione sostenibile del brand. La call to action "Vai al mercatino!" invita l'utente a esplorare attivamente questa sezione speciale. Il design è pensato per suscitare curiosità e incentivare l'utente a scoprire qualcosa di speciale, evidenziando l'esclusività di questi prodotti e la loro connessione con l'idea di sostenibilità.

- **Guida alla cura dei prodotti:** questa sezione chiude il percorso informativo sul brand con un messaggio pratico e orientato al lungo termine, dimostrando l'impegno di ecodream per la durabilità e la qualità dei suoi prodotti. La guida alla cura dei prodotti non è solo un'aggiunta, ma un invito a prendersi cura dell'acquisto nel tempo, rafforzando la connessione con il cliente anche dopo l'acquisto. La call to action "scopri tutti i consigli di manutenzione..." è stata scelta per stimolare l'utente a esplorare ulteriormente e ad approfondire le proprie conoscenze sui metodi di conservazione. Il contenuto della sezione è organizzato per essere facilmente consultabile e offre consigli pratici che aggiungono valore all'esperienza utente. Questa struttura rende l'interazione con ecodream non solo una questione di acquisto, ma un percorso di educazione e attenzione al prodotto che continua anche dopo l'uso, migliorando la percezione di affidabilità e qualità del brand.

Wireframe completo Figma



Fasi della personalizzazione

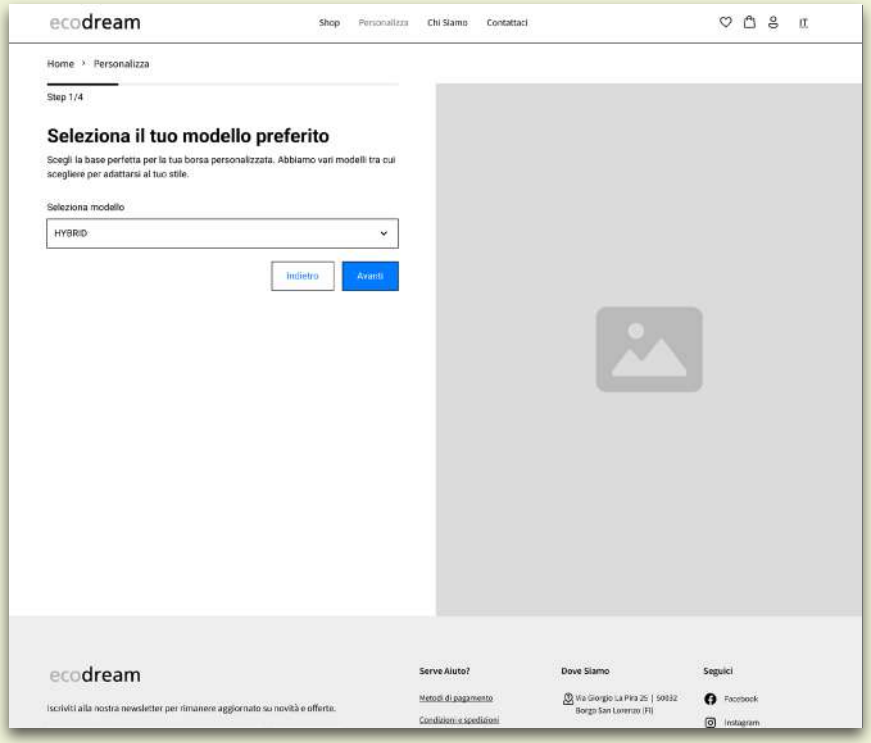
Per le fasi della personalizzazione ho preferito utilizzare un layout “misto” per garantire un flusso intuitivo e ben strutturato. Nelle prime tre fasi, il form è posizionato a sinistra per guidare l’utente nell’inserimento delle scelte, mentre l’immagine a destra si aggiorna in tempo reale per mostrare il risultato. Questa disposizione segue il flusso naturale: prima l’azione, poi la visualizzazione.

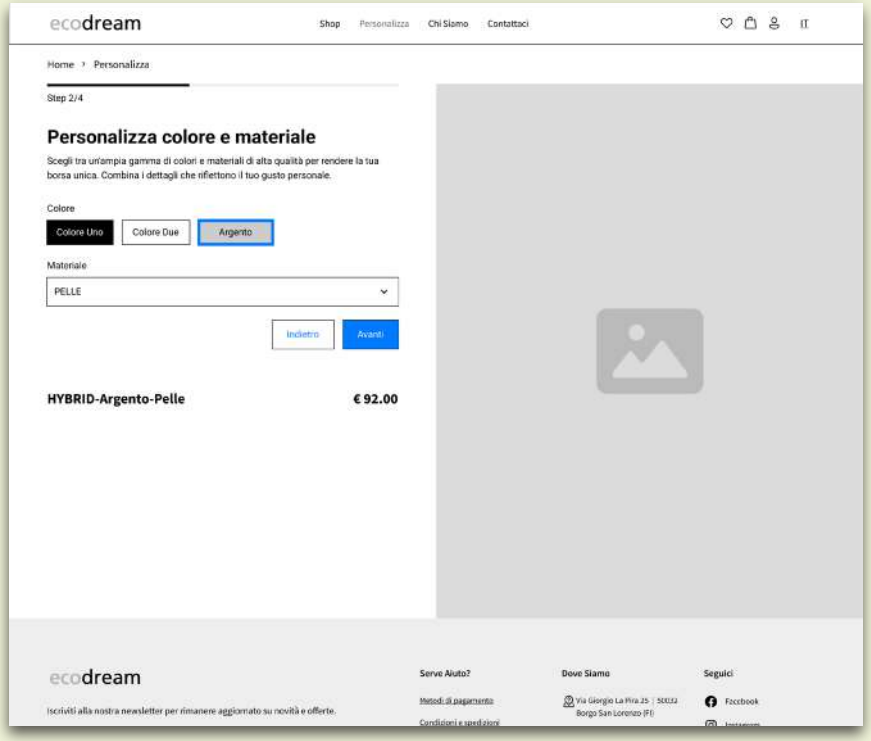
Nell’ultima fase, invece, il riepilogo dell’ordine viene spostato a sinistra per assicurare che l’utente lo esamini attentamente prima della conferma finale, con il form di invio sulla destra. Questo cambio di layout sottolinea l’importanza del controllo finale, rendendo l’esperienza complessiva più logica e bilanciata.

- **FASE 1 - Seleziona il tuo modello preferito:** in questa fase iniziale, l’utente sceglie il modello di borsa desiderato. Il form a sinistra permette di scegliere rapidamente tra le opzioni, mentre l’immagine a destra si aggiorna per riflettere la selezione, fornendo un feedback visivo immediato.

- **FASE 2- Personalizza colore e materiale:** l’utente può selezionare colore e materiale in questa fase. Il form a sinistra consente di scegliere facilmente le opzioni, mentre l’immagine a destra si aggiorna per mostrare l’aspetto della borsa personalizzata. Questo rinforza l’interattività del processo.

Wireframe completo Figma



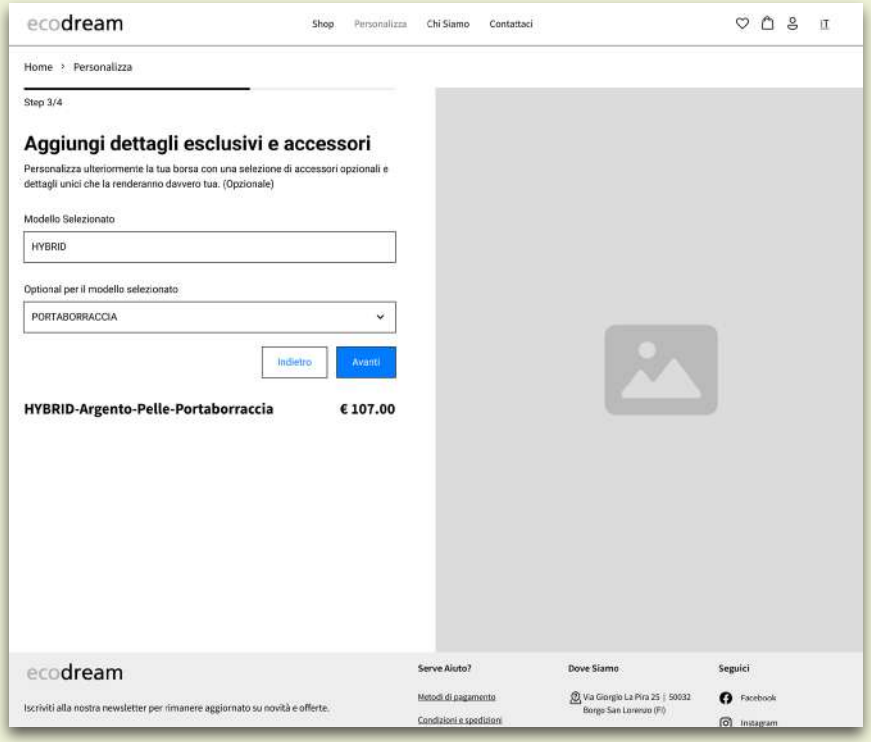


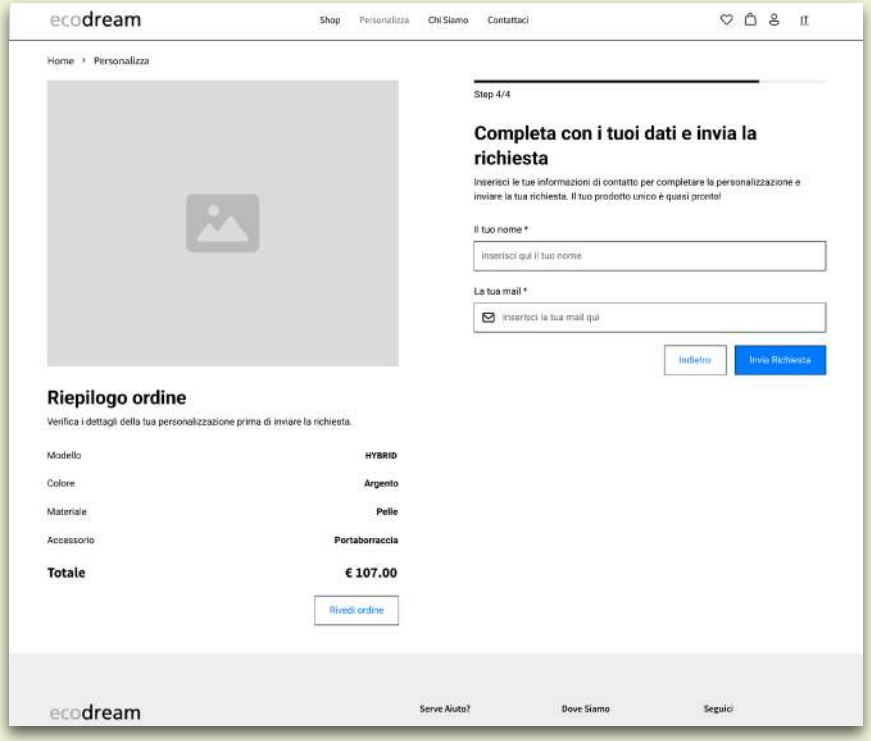
Fasi della personalizzazione

- **FASE 3 - Aggiungi dettagli esclusivi e accessori:** in questa fase, l'utente può aggiungere dettagli unici come cerniere o decorazioni. Mantenere l'immagine aggiornata sulla destra permette di vedere subito come ogni dettaglio influenzi il look finale della borsa, offrendo un'esperienza personalizzata e soddisfacente.

- **FASE 4 - Riepilogo ordine e invio conferma:** nella fase finale, il riepilogo dell'ordine, con tutte le scelte effettuate e il totale, è posizionato a sinistra, mentre il form per l'invio si trova a destra. Questo cambio di layout assicura che l'utente si concentri prima sul controllo dell'ordine, visualizzando tutti i dettagli in modo chiaro prima della conferma.

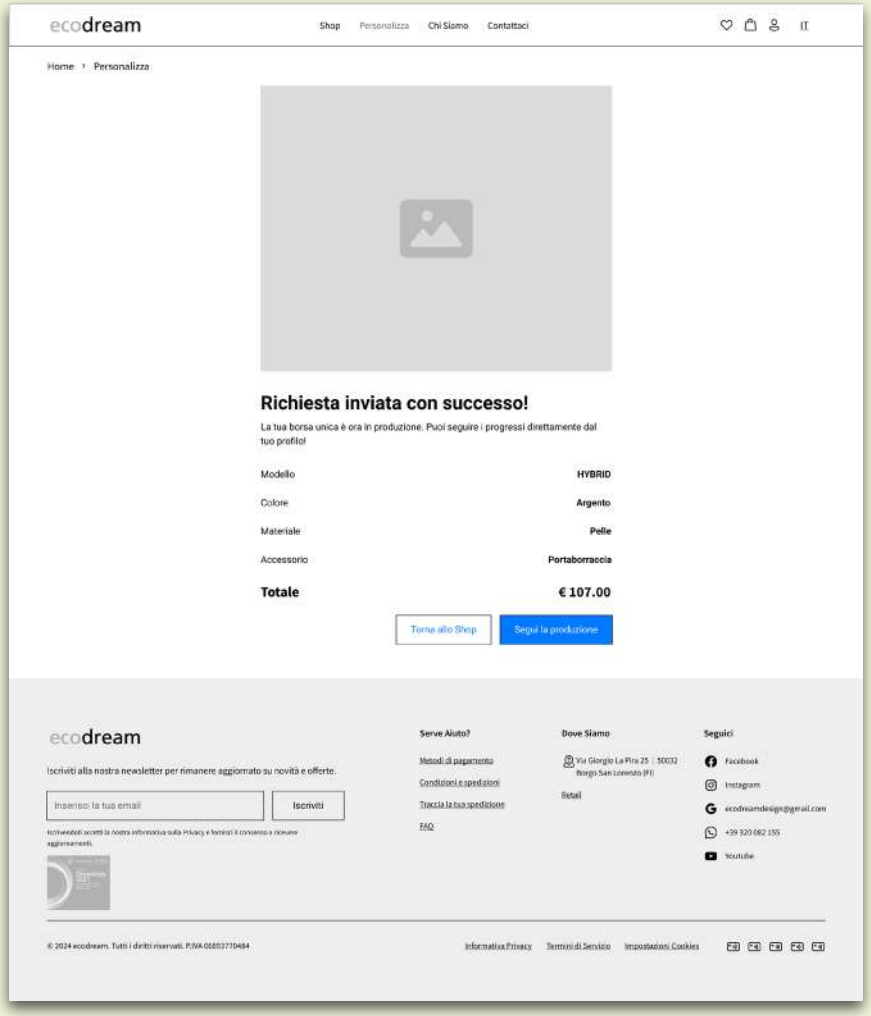
Wireframe completo Figma





Fasi della personalizzazione

- **FASE 5 - Conferma personalizzazione:** questa fase rappresenta la conclusione del percorso di personalizzazione, con una pagina intera di conferma (success screen) progettata per offrire chiarezza e un'esperienza completa all'utente. La pagina include un messaggio di ringraziamento che conferma l'invio della richiesta e un riepilogo dettagliato dell'ordine, dove sono visibili tutte le scelte effettuate dall'utente, come modello, colore e dettagli personalizzati. Questo elemento rassicura l'utente e gli permette di verificare immediatamente la correttezza delle informazioni fornite.
  Sotto il riepilogo sono presenti due call to action: "Segui la produzione" e "Torna allo shop". La prima, evidenziata come CTA primaria, guida l'utente al proprio profilo per monitorare lo stato della preparazione e consultare i dettagli dell'ordine, rafforzando il coinvolgimento e valorizzando il processo artigianale. La seconda, più discreta, permette di continuare a esplorare il catalogo prodotti, mantenendo fluida l'esperienza di navigazione.



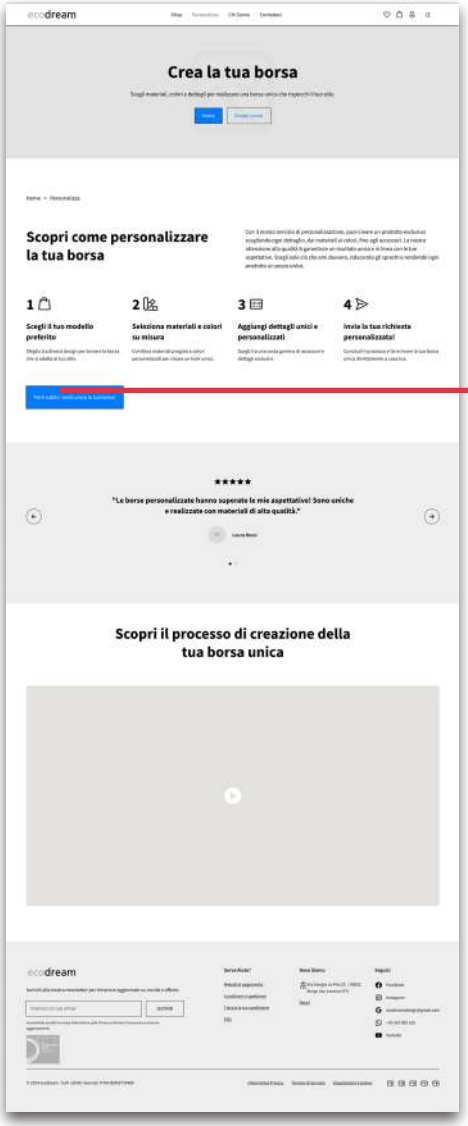
Wireframe completo Figma

04

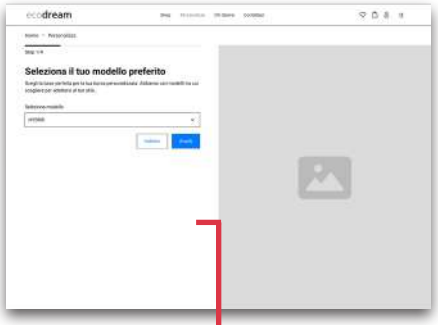
Wireflow

Il seguente wireflow illustra il percorso di personalizzazione della borsa su ecodream, suddiviso in fasi progettate per guidare l'utente attraverso un'esperienza intuitiva e coinvolgente. Ogni fase è pensata per semplificare la scelta dei dettagli, mantenendo una coerenza visiva che facilita la navigazione e il controllo del prodotto finale.

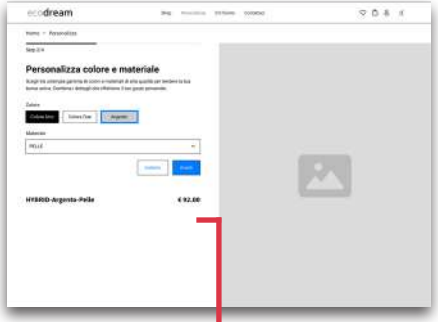
CTA Iniziamo



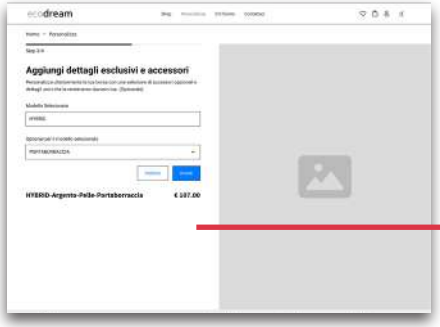
Seleziona il modello (CTA Avanti)



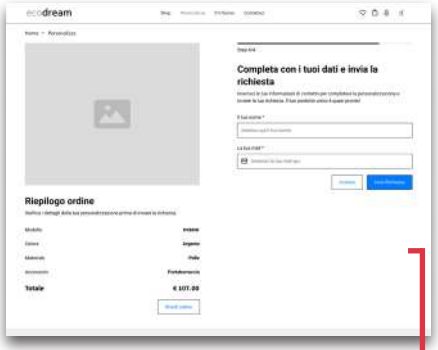
Personalizza colore e materiale (CTA Avanti)



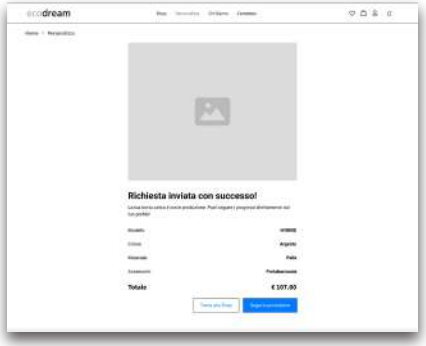
Aggiungi dettagli ed accessori (CTA Avanti)



Riepilogo ordine | Invia richiesta (CTA Invia Richiesta)



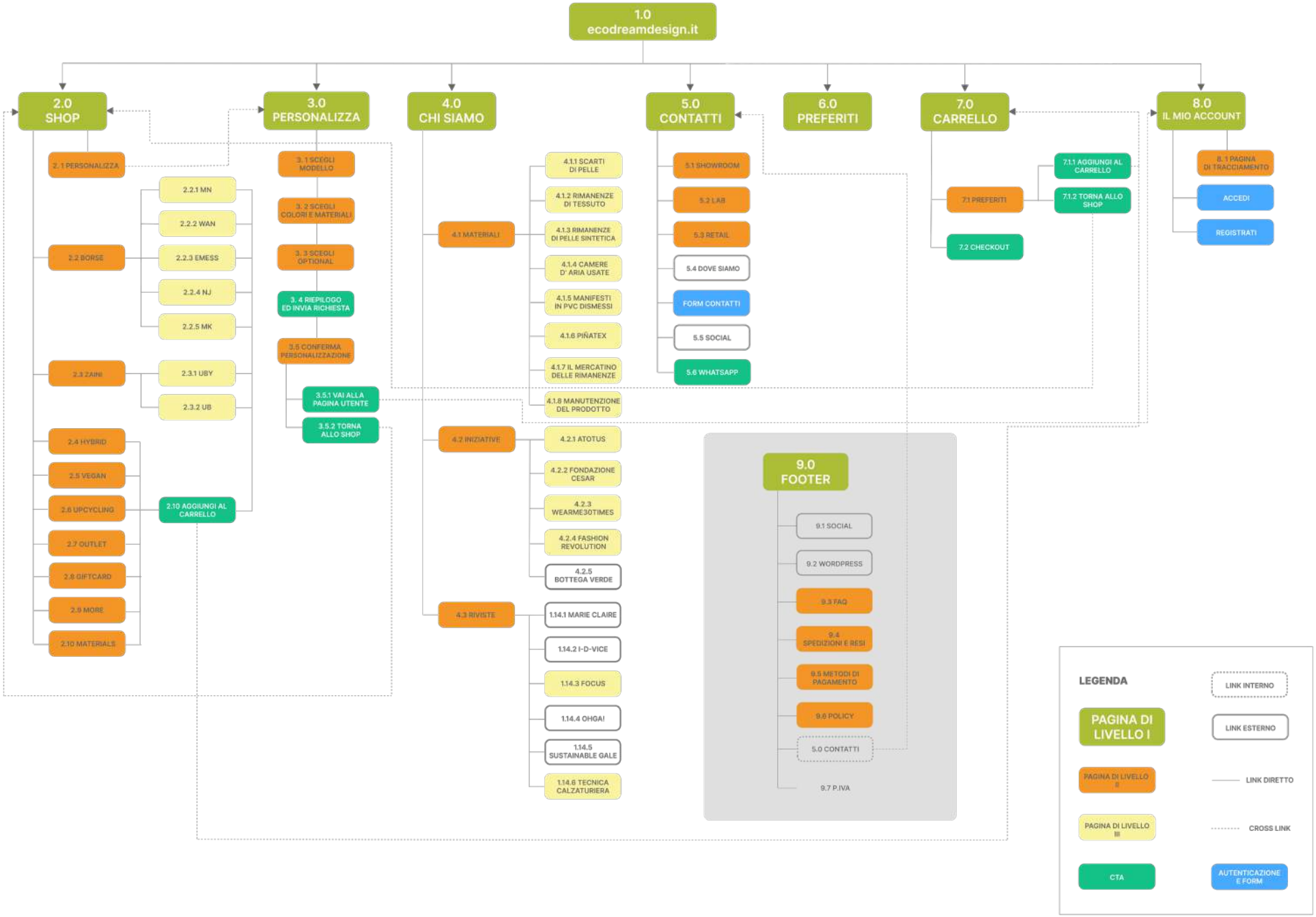
Conferma personalizzazione



05

Sitemap Aggiornata

Di seguito presenterò la nuova sitemap aggiornata, realizzata dopo aver completato il wireframe del sito di Ecodream. Questa mappa riflette le modifiche apportate alla struttura del sito, con una disposizione ottimizzata delle pagine e delle sezioni chiave. L'obiettivo è garantire una navigazione intuitiva e coerente, offrendo agli utenti un'esperienza più fluida e organizzata che rispecchi i valori e le funzionalità del brand.


1.0
ecodreamdesign.it
2.0
SHOP
3.0
PERSONALIZZA
4.0
CHI SIAMO
5.0
CONTATTI
6.0
PREFERITI
7.0
CARRELLO
8.0
IL MIO ACCOUNT
2. 1 PERSONALIZZA
2.2 BORSE
2.2.1 MN
2.2.2 WAN
2.2.3 EMESS
2.2.4 NJ
2.2.5 MK
2.3 ZAINI
2.3.1 UBY
2.3.2 UB
2.4 HYBRID
2.5 VEGAN
2.6 UPCYCLING
2.7 OUTLET
2.8 GIFTCARD
2.9 MORE
2.10 MATERIALS
2.10 AGGIUNGI AL CARRELLO
3. 1 SCEGLI MODELLO
3. 2 SCEGLI COLORI E MATERIALI
3. 3 SCEGLI OPTIONAL
3. 4 RIEPILOGO ED INVIA RICHIESTA
3.5 CONFERMA PERSONALIZZAZIONE
3.5.1 VAI ALLA PAGINA UTENTE
3.5.2 TORNA ALLO SHOP
4.1 MATERIALI
4.1.1 SCARTI DI PELLE
4.1.2 RIMANENZE DI TESSUTO
4.1.3 RIMANENZE DI PELLE SINTETICA
4.1.4 CAMERE D' ARIA USATE
4.1.5 MANIFESTI IN PVC DISMESSI
4.1.6 PIÑATEX
4.1.7 IL MERCATINO DELLE RIMANENZE
4.1.8 MANUTENZIONE DEL PRODOTTO
4.2 INIZIATIVE
4.2.1 ATOTUS
4.2.2 FONDAZIONE CESAR
4.2.3 WEARME30TIMES
4.2.4 FASHION REVOLUTION
4.2.5 BOTTEGA VERDE
4.3 RIVISTE
1.14.1 MARIE CLAIRE
1.14.2 I-D-VICE
1.14.3 FOCUS
1.14.4 OHGA!
1.14.5 SUSTAINABLE GALE
1.14.6 TECNICA CALZATURIERA
5.1 SHOWROOM
5.2 LAB
5.3 RETAIL
5.4 DOVE SIAMO
FORM CONTATTI
5.5 SOCIAL
5.6 WHATSAPP
7.1 PREFERITI
7.2 CHECKOUT
7.1.1 AGGIUNGI AL CARRELLO
7.1.2 TORNA ALLO SHOP
8. 1 PAGINA DI TRACCIAMENTO
ACCEDI
REGISTRATI
9.0
FOOTER
9.1 SOCIAL
9.2 WORDPRESS
9.3 FAQ
9.4 SPEDIZIONI E RESI
9.5 METODI DI PAGAMENTO
9.6 POLICY
5.0 CONTATTI
9.7 P.IVA
LEGENDA
PAGINA DI LIVELLO I
PAGINA DI LIVELLO II
PAGINA DI LIVELLO III
CTA
LINK INTERNO
LINK ESTERNO
LINK DIRETTO
CROSS LINK
AUTENTICAZIONE E FORM

ecodream

GRAZIE

Riccardo Pinzuti | Start2impact University

ecodream

PROGETTO WIREFRAMING PARTE 2

start2impact university

---

a cura di Riccardo Pinzuti



Indice

01 Opportunità emerse in fase di Discovery

03 ID.EIGHT Esercizio preliminare

04 Riepilogo delle opportunità indivituate per migliorare il sito ecodream

02 Wireframe mobile

06 Tipografia e griglia

07 Menu & Footer

08 Homepage

10 Shop

11 Scheda prodotto

12 Personalizza

13 Chi Siamo

15 Fasi della personalizzazione

- foto da ecodreamdesign.it

01

Opportunità emerse in fase di Discovery

Inizio delineando i principali punti emersi durante la fase di discovery per migliorare l'esperienza utente del sito Ecodream. Questi insight guideranno la progettazione del wireframe, assicurando che ogni elemento sia in linea con le esigenze degli utenti e i valori del brand; chiarisco quindi le opportunità di ottimizzazione individuate, che spaziano dalla navigabilità alla facilità di accesso alle informazioni, con l'obiettivo di creare un sito più intuitivo, efficace e in armonia con la mission di Ecodream.



Riepilogo delle opportunità individuate per migliorare il sito di ecodream nella fase di discovery:

- **Ristrutturazione dei contenuti:** migliorare la visibilità delle informazioni cruciali, posizionandole in punti facilmente reperibili per agevolare la navigazione e guidare l'utente verso le azioni desiderate.
- **Ottimizzazione del processo di ricerca:** semplificare i passaggi per la ricerca, selezione e acquisto, introducendo funzionalità che permettano agli utenti di trovare ciò che cercano più rapidamente.
- **Implementazione di filtri avanzati:** aggiungere filtri per affinare la ricerca dei prodotti, migliorando la velocità e precisione della selezione.
- **Miglioramento dell'accessibilità:** spostare l'icona del carrello nell'header per un accesso rapido e aggiungere un pulsante "scroll-to-top" per una navigazione più fluida.
- **Facilitare l'accesso alla personalizzazione del prodotto:** posizionare meglio la funzione di personalizzazione nella sezione "Shop" per aumentare l'engagement.
- **Accesso facilitato alla sezione "Outlet":** rendere la sezione "Outlet" più visibile, così da facilitare la scoperta di promozioni e offerte.
- **Semplificazione del testo:** ridurre la lunghezza dei testi e usare il grassetto per evidenziare azioni chiave, migliorando la leggibilità e usabilità.
- **Introduzione di una sezione recensioni:** aggiungere una sezione di recensioni per ogni modello, arricchendo la decisione di acquisto con feedback degli utenti.
- **Revisione del footer:** aggiungere sezioni FAQ, Spedizioni e Resi, Metodi di Pagamento e Policy, con link alla pagina Contatti per rendere il sito più completo e professionale

02

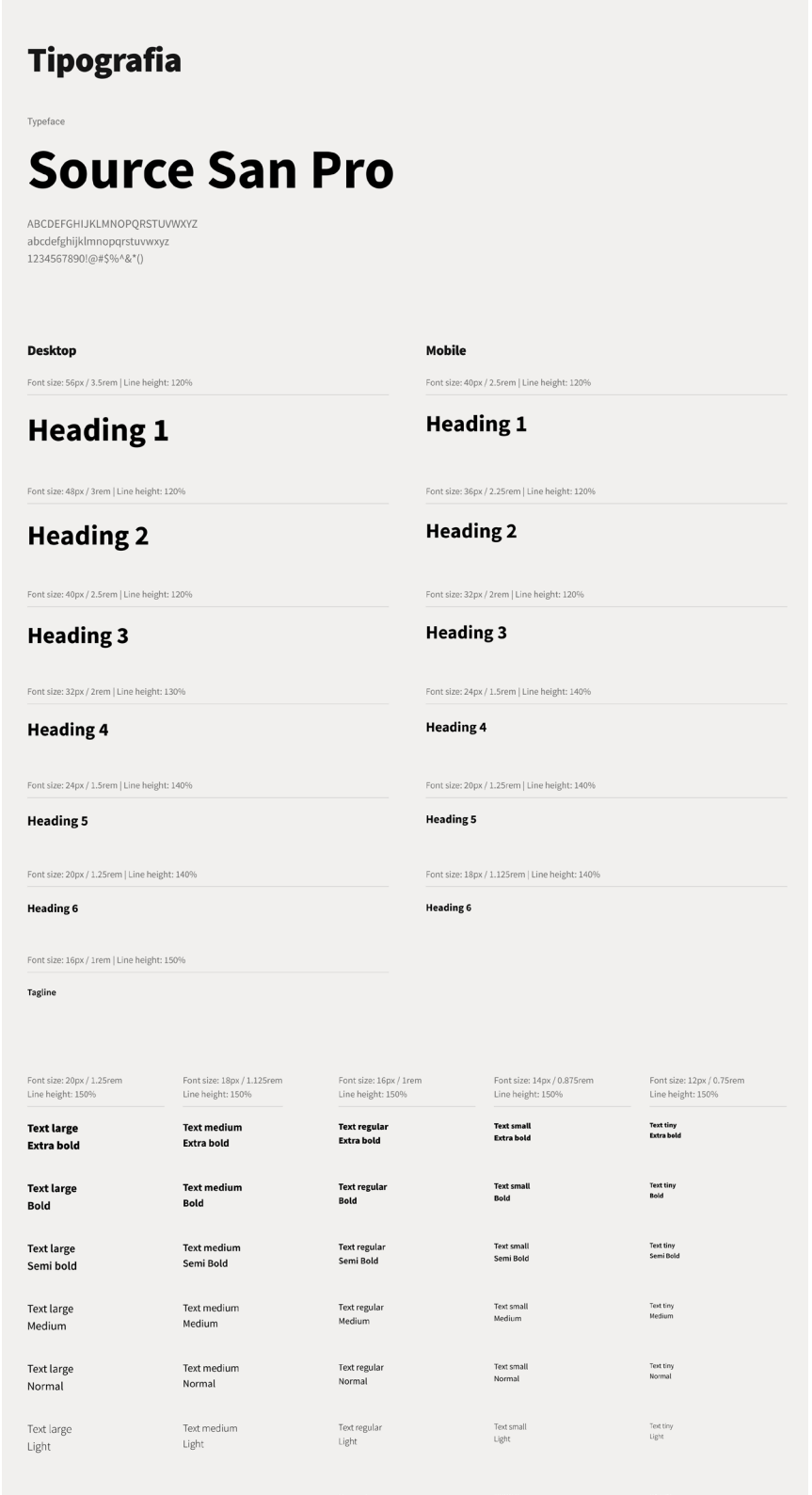
Wireframe mobile

Di seguito i wireframe delle pagine mobile principali del sito ecodream, progettate per migliorare l’esperienza utente e rispondere alle criticità emerse nella fase di discovery. Ogni pagina – dalla homepage allo shop, dalla scheda prodotto alla sezione “chi siamo” fino all’area di personalizzazione – è stata studiata per facilitare la navigazione, l’accesso alle informazioni e l’interazione dell’utente con il brand.

Tipografia e griglia

Per il progetto Ecodream, ho selezionato **Source San Pro** come **font principale**, un carattere moderno e versatile che garantisce un'**eccellente leggibilità** su tutti i dispositivi. La **tipografia** è stata studiata per adattarsi alle diverse esigenze di visualizzazione, con dimensioni specifiche per **desktop** e **mobile**, assicurando una **gerarchia visiva** chiara grazie alla differenziazione dei livelli di intestazione e dei pesi tipografici. Per quanto riguarda la struttura del **layout**, ho scelto una **griglia a 12 colonne** con un **Grid Type Stretch**, **margini** di **64 px** e un **gutter** di **48 px**, in modo da garantire un design armonioso e ordinato che facilita l'organizzazione del contenuto e guida l'attenzione dell'utente.

Wireframe completo Figma



Menu & Footer

Modifiche al Menu

Nel design originale del sito mobile di Ecodream, ho riscontrato alcune criticità che compromettevano l'usabilità generale. Il menu hamburger, ad esempio, presentava una posizione poco accessibile e mancava di un'icona visibile per la chiusura, rendendo la navigazione meno intuitiva. Inoltre, le voci erano raggruppate in modo confuso all'interno di un'unica lista.

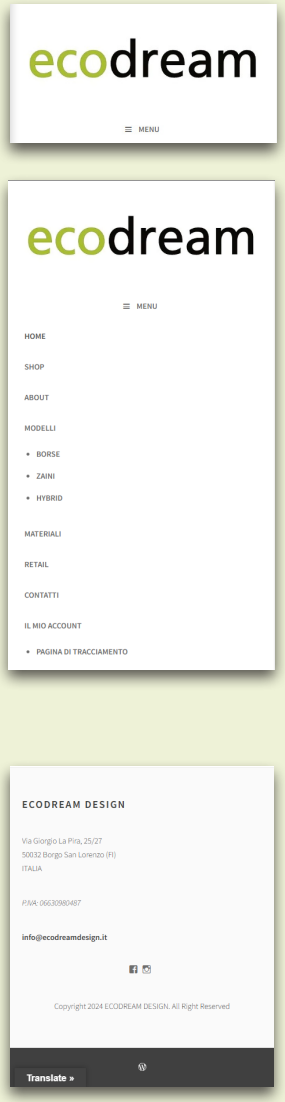
Per affrontare queste problematiche, ho riorganizzato la struttura dell'header e del menu hamburger. Il logo è stato posizionato a sinistra per garantire un'immediata identificazione del brand, mentre le voci principali sono state accompagnate da icone rappresentative, facilitando la comprensione e l'orientamento. All'interno del menu, le categorie sono ora suddivise in modo logico, con una gerarchia chiara che agevola la ricerca delle informazioni. Anche la dimensione del carattere è stata adeguata per migliorare la leggibilità. Infine, ho introdotto un pulsante di chiusura ben visibile, che consente all'utente di chiudere il menu con facilità in qualsiasi momento.

Modifiche al Footer

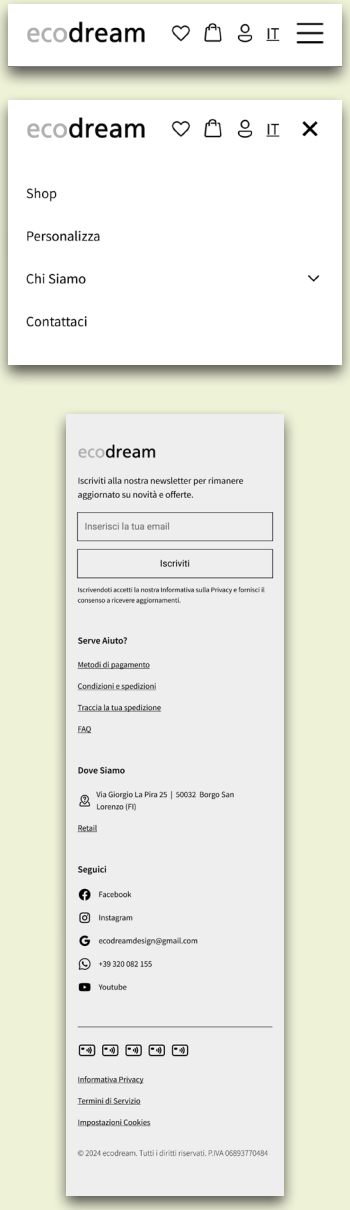
Per quanto riguarda il footer nella modalità mobile, l'organizzazione iniziale appariva confusa, con elementi distribuiti senza una logica precisa. Ho riprogettato questa sezione raggruppando le informazioni in sezioni ben definite. La nuova struttura presenta, ad esempio, una sezione dedicata ai contatti e all'indirizzo, un'altra per i link ai social media e alla newsletter, e una terza dedicata a privacy, termini di servizio e impostazioni sui cookie. Ho inoltre prestato particolare attenzione alla leggibilità, utilizzando testi e icone di dimensioni maggiori e ben spaziati, per garantire un'esperienza utente confortevole e accessibile.

Wireframe completo Figma

Originale



Wireframe



Homepage

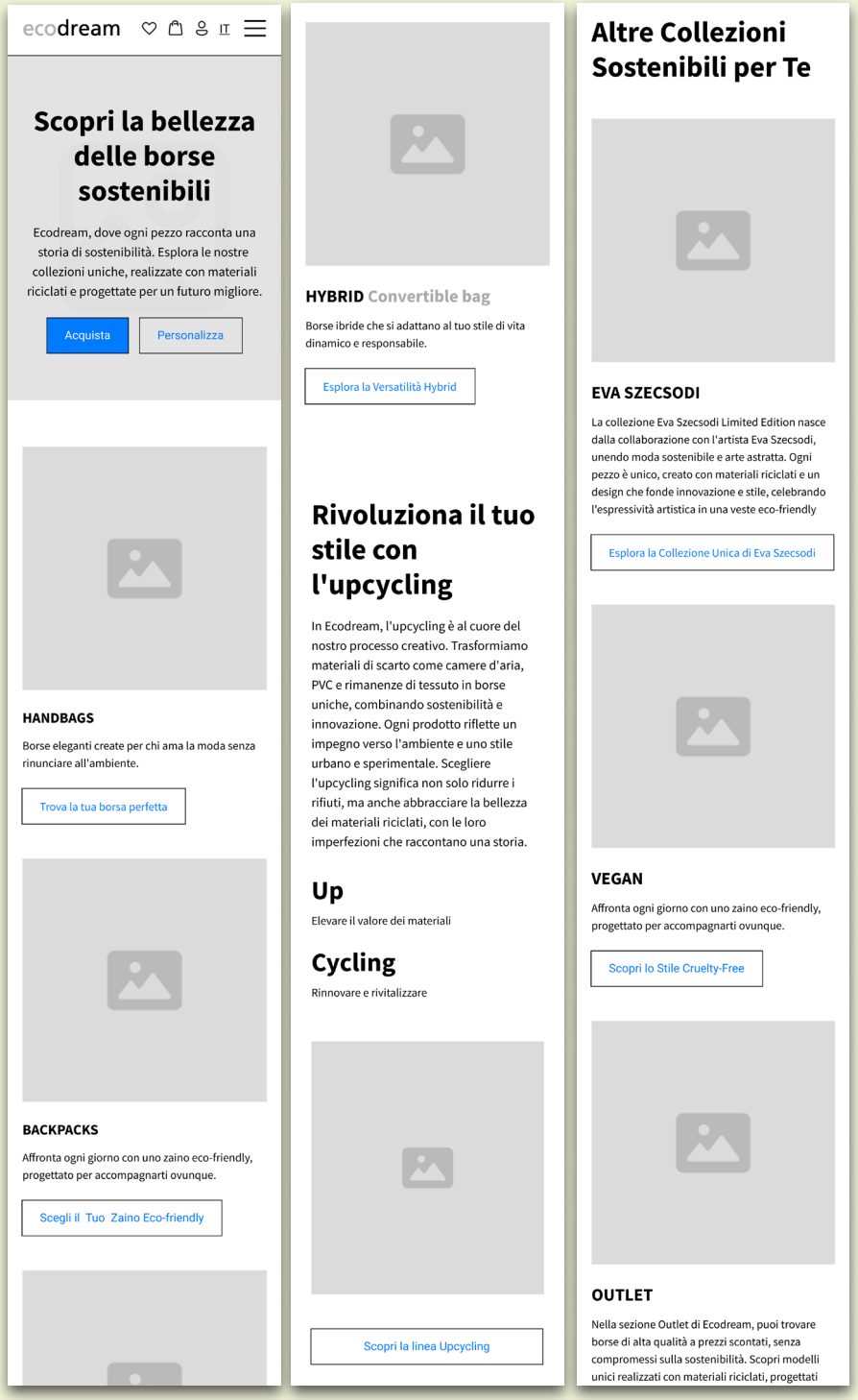
Per ottimizzare la pagina home nella versione mobile, ho semplificato e reso più funzionale l'esperienza utente, rispettando le esigenze di chiarezza e accessibilità tipiche della navigazione da smartphone.

All'inizio della pagina, il focus è stato posto su un'introduzione chiara e coinvolgente, con un testo che comunica subito la filosofia del brand e un pulsante di call-to-action ben visibile per incentivare le interazioni. Le immagini principali sono state mantenute con dimensioni adeguate e in linea con lo schermo mobile, evitando scroll inutili e sovraccarichi visivi.

Le sezioni successive sono state strutturate in modo gerarchico e leggibile, con titoli evidenti e paragrafi brevi che facilitano la comprensione. Ogni categoria di prodotto è accompagnata da un'immagine rappresentativa e un pulsante di accesso rapido, migliorando l'usabilità e guidando l'utente direttamente ai contenuti di interesse.

Lo spazio dedicato al concetto di upcycling, evidenzia il valore sostenibile del brand e il contenuto è stato suddiviso in blocchi leggibili per enfatizzare i punti chiave. Questa scelta risponde alla necessità di comunicare il valore aggiunto del prodotto in modo efficace, anche in una rapida consultazione mobile.

Wireframe completo Figma

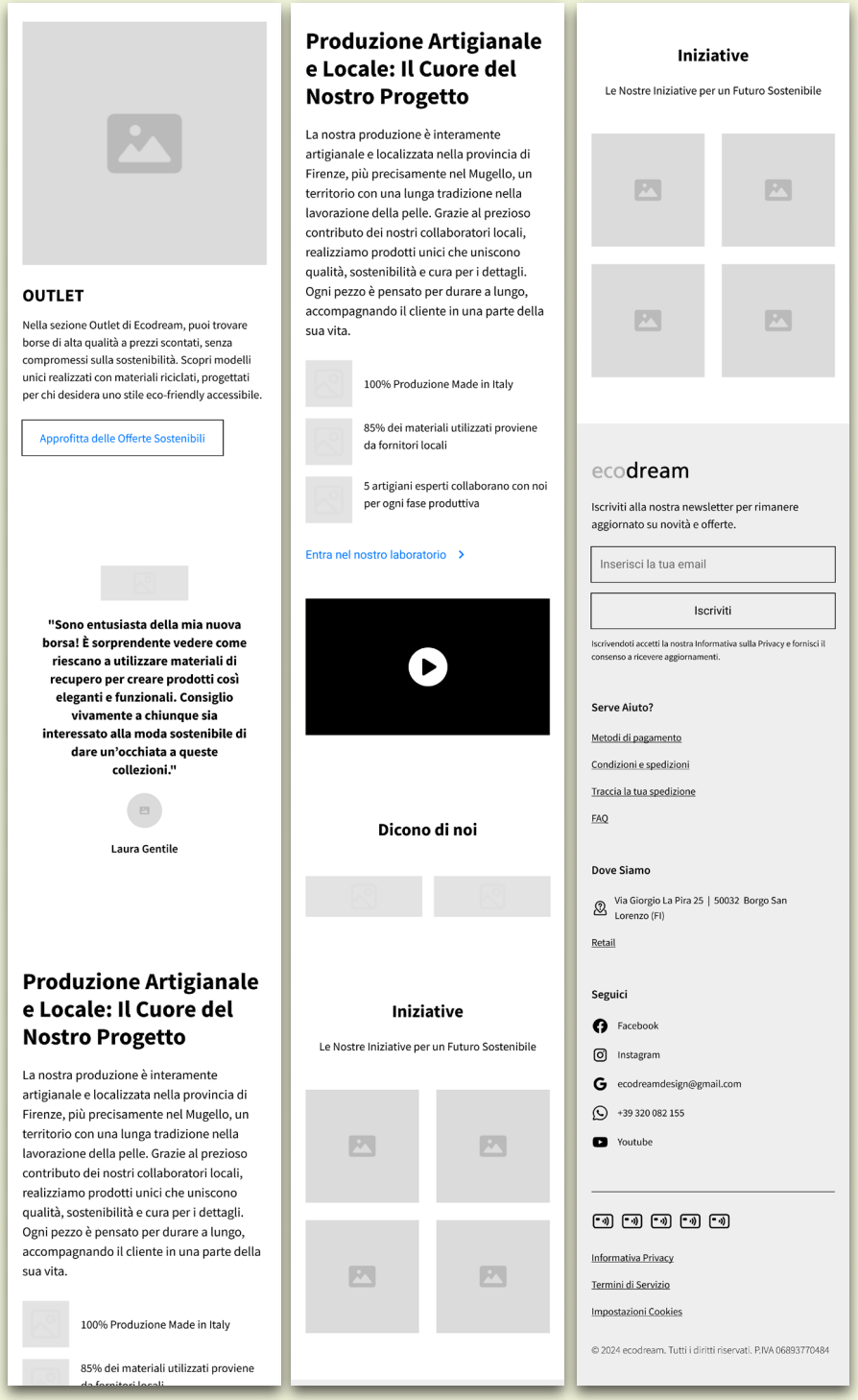


Homepage

Nella parte finale della pagina, è stata data maggiore enfasi ai video e alle immagini di collezione, utilizzando un layout responsive che permette di visualizzare i contenuti senza compromettere la fluidità della navigazione.

Le scelte di design sono state guidate dall'obiettivo di creare un'esperienza intuitiva, ordinata e visivamente accattivante, migliorando il coinvolgimento dell'utente e facilitando l'accesso alle informazioni più rilevanti del brand.

Wireframe completo Figma



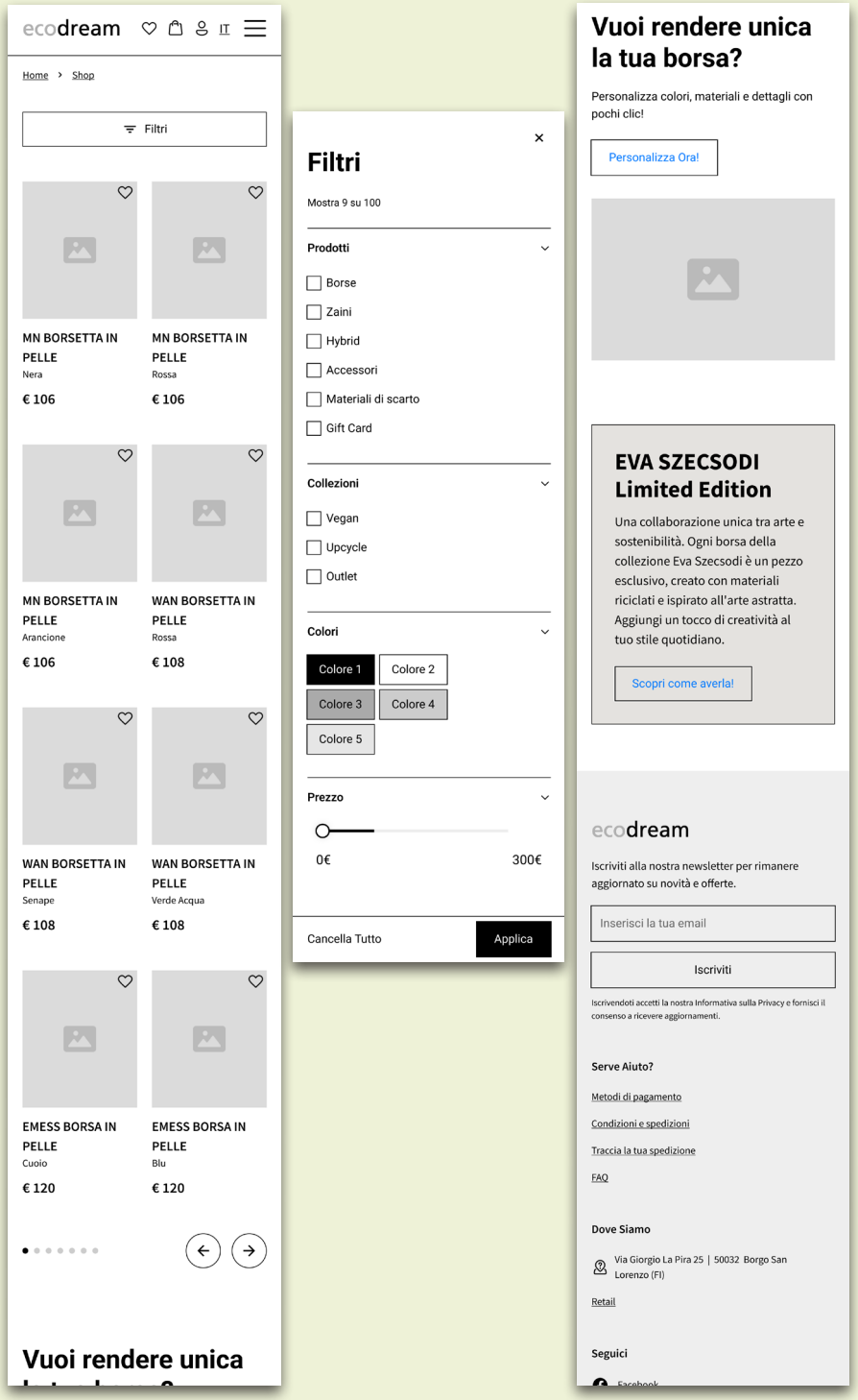
Shop

Nella pagina Shop ho implementato un **modale per i filtri** che rende la selezione dei parametri più intuitiva e interattiva. Grazie a questa soluzione, gli utenti possono visualizzare e applicare i filtri senza dover navigare tra diverse pagine o sezioni, ottimizzando il processo di ricerca dei prodotti. Il pulsante per accedere ai filtri è posizionato strategicamente all'inizio della pagina, assicurando un accesso immediato e migliorando l'esperienza utente.

Inoltre, ho organizzato i contenuti in modo da mantenere un flusso coerente e ben bilanciato. Alla fine della pagina, ho inserito la **card della personalizzazione** e quella della collezione **Eva Szecsodi**, rispettando le proporzioni visive tra immagini e testi per un ambiente mobile. Questa scelta assicura una navigazione fluida, in cui ogni elemento ha il giusto spazio, e garantisce una visibilità ottimale anche su schermi più piccoli.

Questi interventi rendono l'esperienza d'acquisto non solo più fluida e personalizzata, ma anche visivamente armoniosa e adatta alle esigenze dell'utente mobile.

Wireframe completo Figma



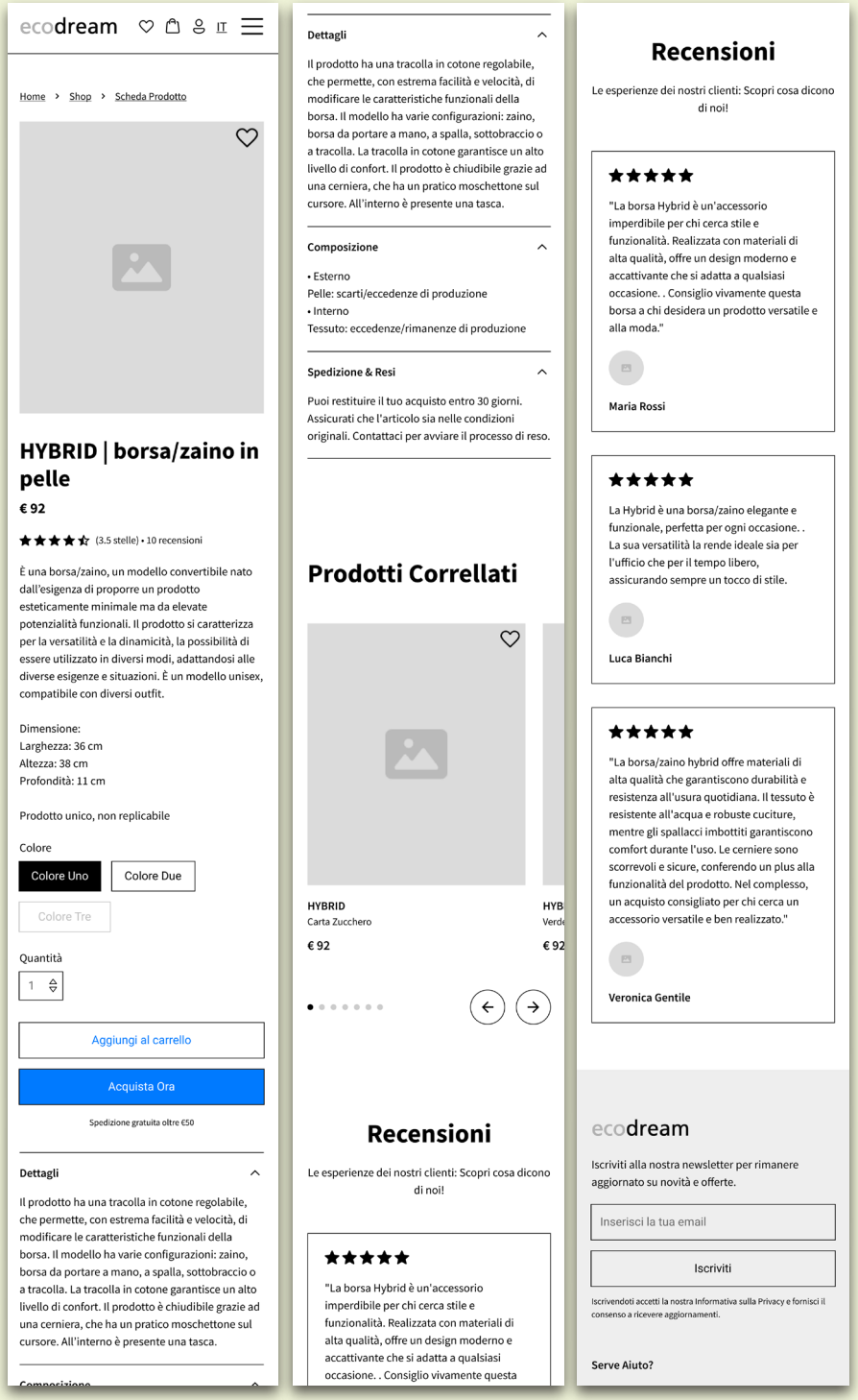
Scheda prodotto

Nella pagina scheda prodotto, ho riorganizzato e ridimensionato gli elementi e i testi seguendo una gerarchia visiva basata sull'importanza delle informazioni, per migliorare la fruibilità e l'esperienza utente. I dettagli fondamentali, come il titolo del prodotto, il prezzo e la descrizione principale, sono stati resi più evidenti, mentre gli elementi secondari sono stati ottimizzati per non sovraccaricare visivamente la pagina.

Per arricchire ulteriormente la navigazione, ho introdotto i **prodotti correlati** in un formato carosello, che consente agli utenti di esplorare facilmente altre opzioni senza interrompere l'esperienza d'acquisto. A completamento, ho posizionato la sezione **recensioni** nella parte finale della pagina, rendendola facilmente accessibile per chi desidera consultare i feedback senza distogliere l'attenzione dai dettagli principali del prodotto.

Grazie a queste modifiche, la pagina è diventata più **organizzata**, **compatta** e visivamente armoniosa, riducendo la dispersione delle informazioni e rendendo la navigazione più intuitiva e focalizzata.

Wireframe completo Figma



Personalizza

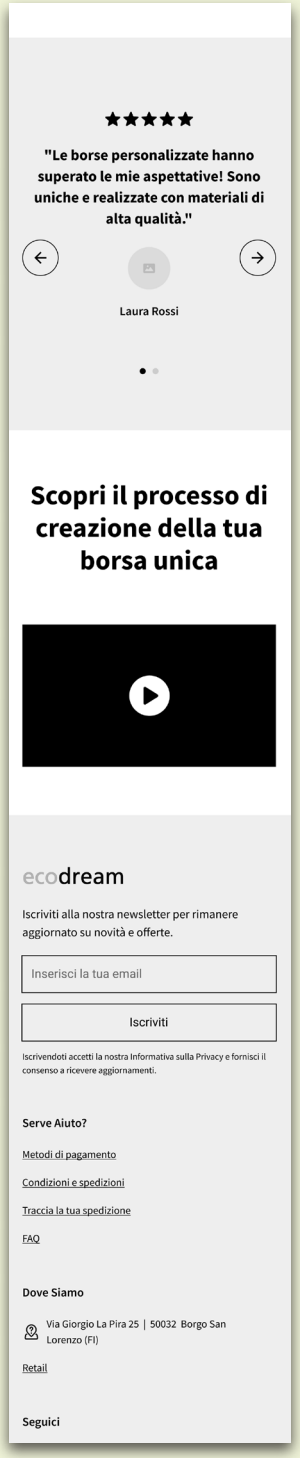
Nella pagina **Personalizza**, ho cercato di mantenere la coerenza stilistica con la versione desktop, adattando il layout alle esigenze su dispositivi mobile. Le **quattro fasi della personalizzazione** sono state organizzate con un design chiaro e immediato: ogni fase è accompagnata da un'icona rappresentativa e un numero, permettendo agli utenti di comprendere rapidamente il processo. Le dimensioni degli elementi sono state ottimizzate per garantire una visualizzazione adeguata su schermi più piccoli, senza compromettere la leggibilità.

Successivamente, ho integrato un **carosello per le recensioni**, che consente agli utenti di scorrere facilmente i feedback, mantenendo un aspetto dinamico e coinvolgente.
In chiusura, ho inserito un **video esplicativo** sul processo di creazione, posizionato strategicamente per offrire un approfondimento visivo e valorizzare ulteriormente l'esperienza di personalizzazione.

L'intera pagina è stata progettata per essere pulita, intuitiva e in linea con le aspettative degli utenti mobile, cercando di garantire un equilibrio tra estetica e funzionalità, e rendendo la navigazione semplice e piacevole.

Wireframe completo Figma





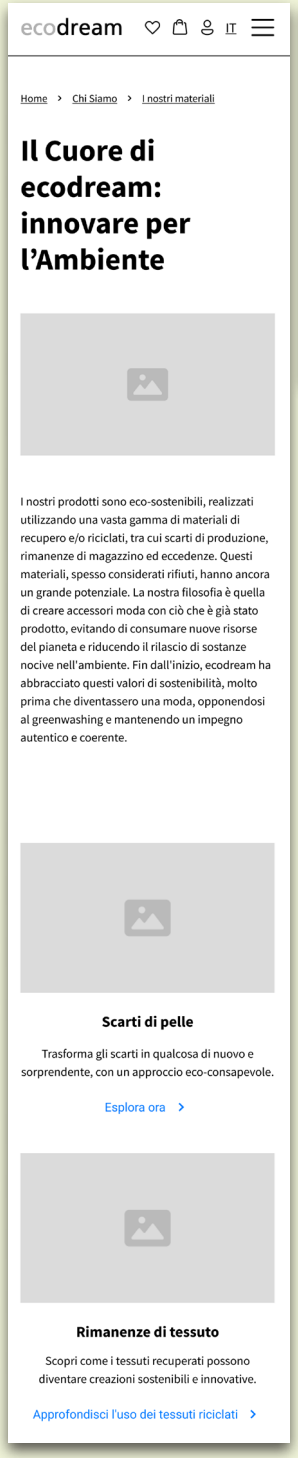
Chi Siamo

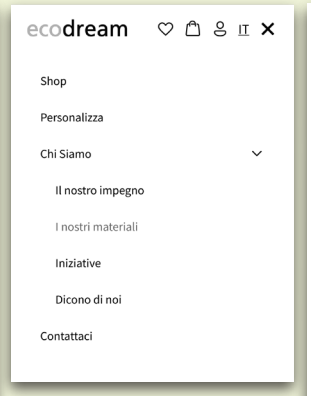
Nella versione desktop della pagina **Chi siamo**, ho utilizzato un layout a schede posizionato nella parte superiore, che consente di navigare agevolmente tra le diverse sezioni di approfondimento. Il menu include voci come “Il nostro impegno”, “I nostri materiali”, “Iniziative” e “Dicono di noi”, offrendo un accesso rapido e organizzato ai contenuti senza la necessità di scorrere eccessivamente la pagina.

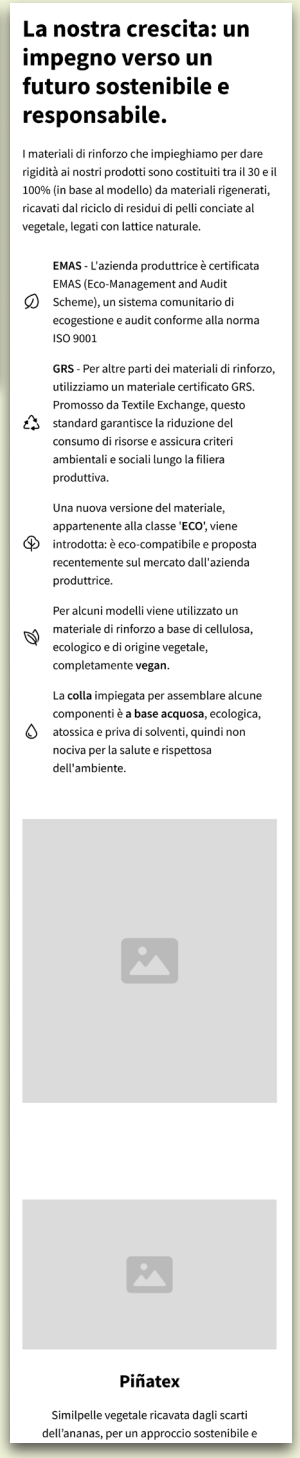
Per la **versione mobile**, ho mantenuto questa praticità adattando il menu principale in un formato accessibile attraverso un’icona **hamburger**, con le **stesse voci facilmente consultabili sotto la sezione “Chi siamo”**. Questo approccio garantisce coerenza con il layout desktop e assicura che gli utenti possano navigare rapidamente verso le diverse aree del sito, mantenendo un’esperienza fluida e intuitiva anche su dispositivi mobile.

Nella schermata attualmente selezionata, la scheda “**I nostri materiali**” guida l’utente direttamente verso i contenuti che illustrano i materiali sostenibili utilizzati da Ecodream.

Wireframe completo Figma





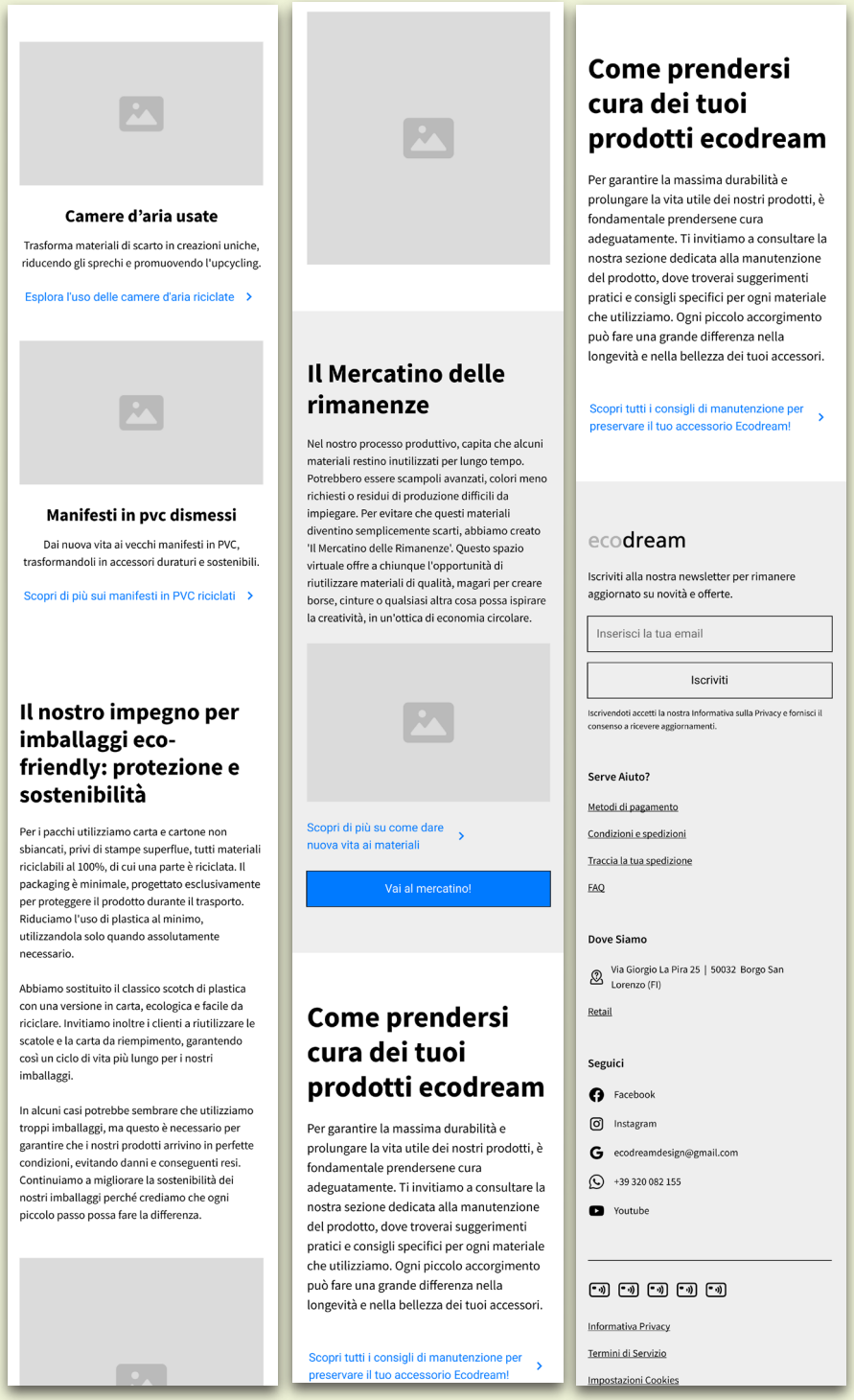


Chi Siamo

La pagina mobile è stata strutturata per preservare il **flow** naturale e l'organizzazione logica della versione desktop, adattando proporzioni e spazi per ottimizzare la leggibilità e la navigazione su schermi più piccoli.

Questa progettazione assicura un'esperienza coerente e funzionale, riflettendo un design centrato sull'utente e attento alle specificità dei diversi dispositivi.

Wireframe completo Figma



Fasi della personalizzazione

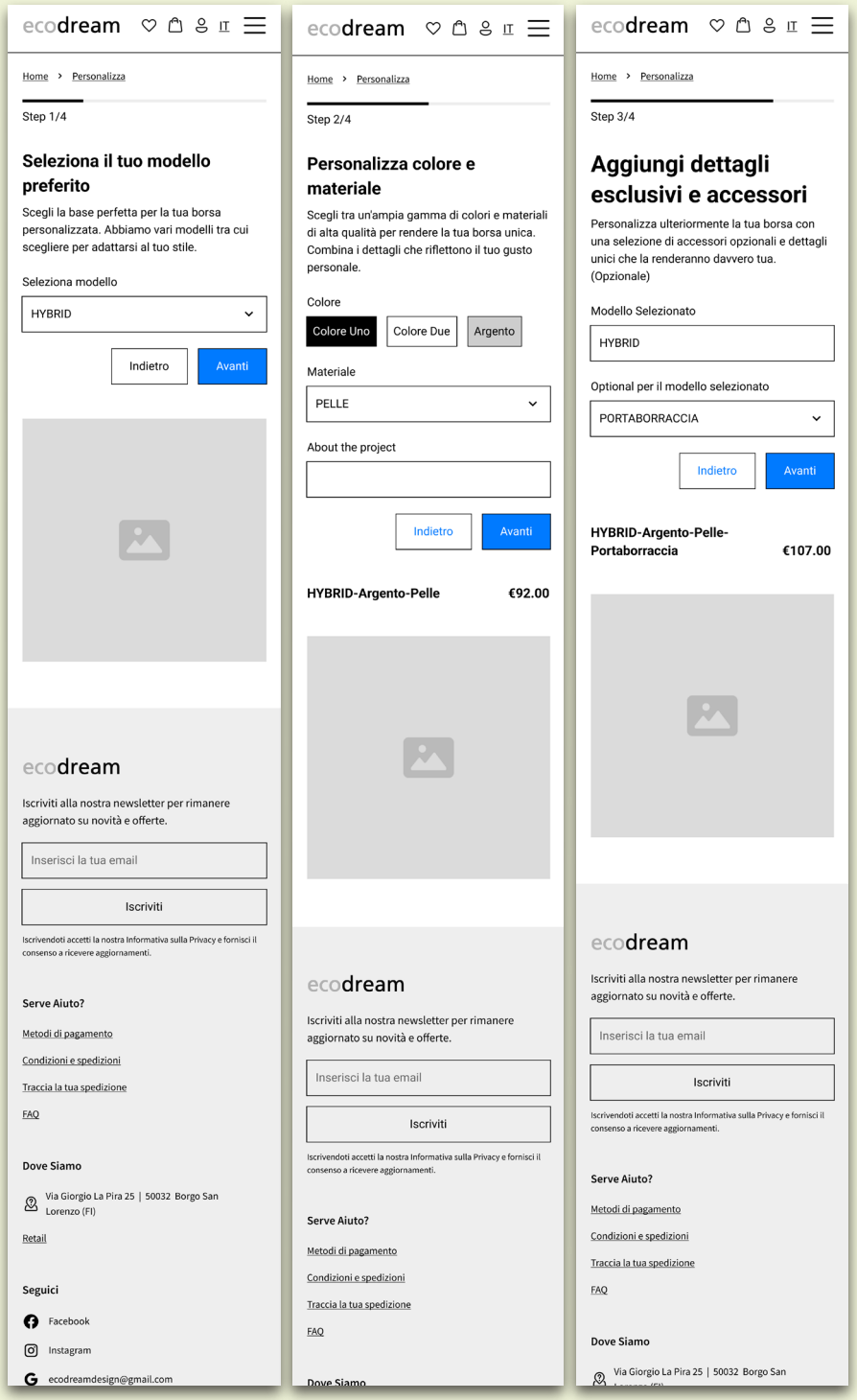
Per le **fasi della personalizzazione**, ho adottato lo stesso principio del layout desktop, ottimizzandole per offrire una **navigazione intuitiva e ben strutturata** su dispositivi mobile. In questa versione, l'immagine viene posizionata strategicamente **sotto le informazioni** dello step corrente e delle relative opzioni di personalizzazione. Questo approccio garantisce un **flusso logico e naturale** che facilita l'interazione dell'utente.

Nelle prime tre fasi, il **form** di selezione è collocato nella parte superiore dello schermo, guidando l'utente nel processo di personalizzazione. L'immagine associata, situata immediatamente sotto, si aggiorna in tempo reale per riflettere visivamente le scelte effettuate. Questa disposizione segue un ordine intuitivo: l'utente compie un'azione (scelta) e vede immediatamente il risultato, migliorando il coinvolgimento e l'efficacia del processo.

Nell'ultima fase, il layout cambia per dare priorità al **riepilogo dell'ordine**, che viene posizionato nella parte superiore. Questa scelta assicura che l'utente possa rivedere attentamente le proprie selezioni prima di procedere alla conferma finale. Il form di invio è collocato subito sotto, completando il percorso in maniera chiara e lineare.

Questo design non solo mantiene la **coerenza visiva** con la versione desktop, ma ottimizza anche la fruizione su schermi mobili, rendendo ogni fase del processo l**ogica, bilanciata e focalizzata sull'esperienza utente**.

Wireframe completo Figma



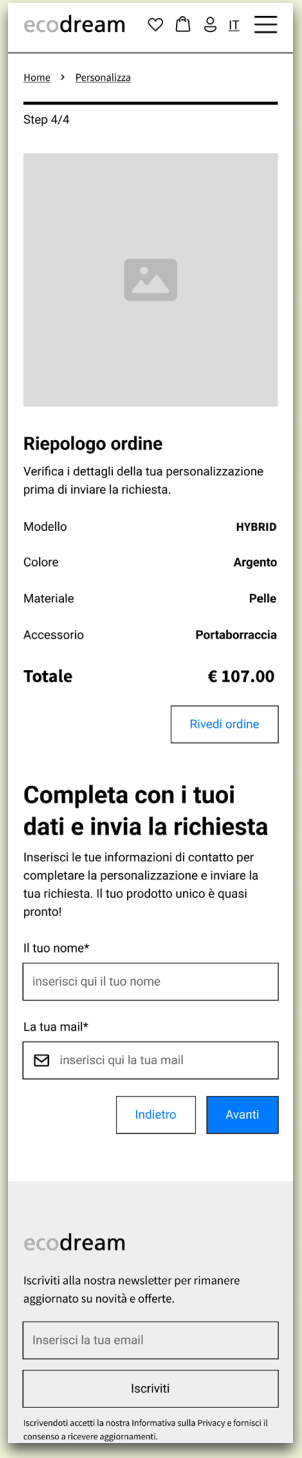
Fasi della personalizzazione

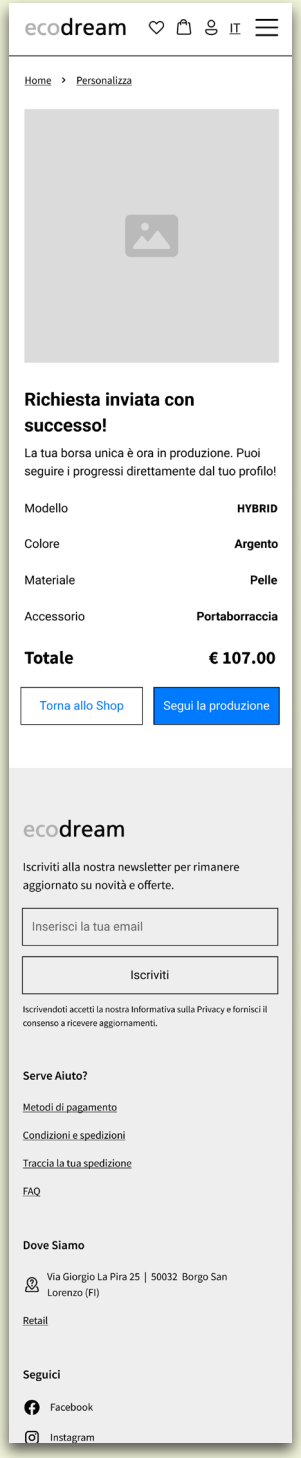
Nell’ultima fase, il layout cambia per dare priorità al **riepilogo dell’ordine**, che viene posizionato nella parte superiore. Questa scelta assicura che l’utente possa rivedere attentamente le proprie selezioni prima di procedere alla conferma finale. Il form di invio è collocato subito sotto, completando il percorso in maniera chiara e lineare.

Questo design non solo mantiene la **coerenza visiva** con la versione desktop, ma ottimizza anche la fruizione su schermi mobili, rendendo ogni fase del processo l**ogica, bilanciata e focalizzata sull’esperienza utente**.

Infne ho inserito la fase di **success screen**, questa fase rappresenta la conclusione del percorso di personalizzazione, con una pagina intera di conferma progettata per offrire chiarezza e un’esperienza completa all’utente. La pagina include un messaggio di ringraziamento che conferma l’invio della richiesta e un riepilogo dettagliato dell’ordine, dove sono visibili tutte le scelte effettuate dall’utente, come modello, colore e dettagli personalizzati.

Wireframe completo Figma





ecodream

GRAZIE

Riccardo Pinzuti | Start2impact University