



eco dream

USER

INTERFACE 1

VERONICA SIMONTE

INDICE

RIEPILOGO	3
UI KIT	5
NUOVA UI	7
USER FLOW	11

RIEPILOGO

FASE DISCOVERY: In questa fase iniziale, mi sono focalizzata su un'approfondita analisi del pubblico di riferimento per comprendere meglio le loro necessità e aspettative. Ho realizzato sondaggi e interviste con un campione rappresentativo di utenti, raccogliendo dati qualitativi e quantitativi essenziali. Queste informazioni mi hanno permesso di identificare i principali problemi e bisogni degli utenti, fornendo una base solida per le fasi successive del progetto.

FASE WIREFRAMING: Successivamente, ho trasformato i dati raccolti in wireframe funzionali, ovvero schemi strutturati delle interfacce previste. Questi wireframe hanno fornito indicazioni chiare sulla struttura e sul flusso dell'interfaccia, consentendomi di mantenere l'attenzione sugli obiettivi principali degli utenti.

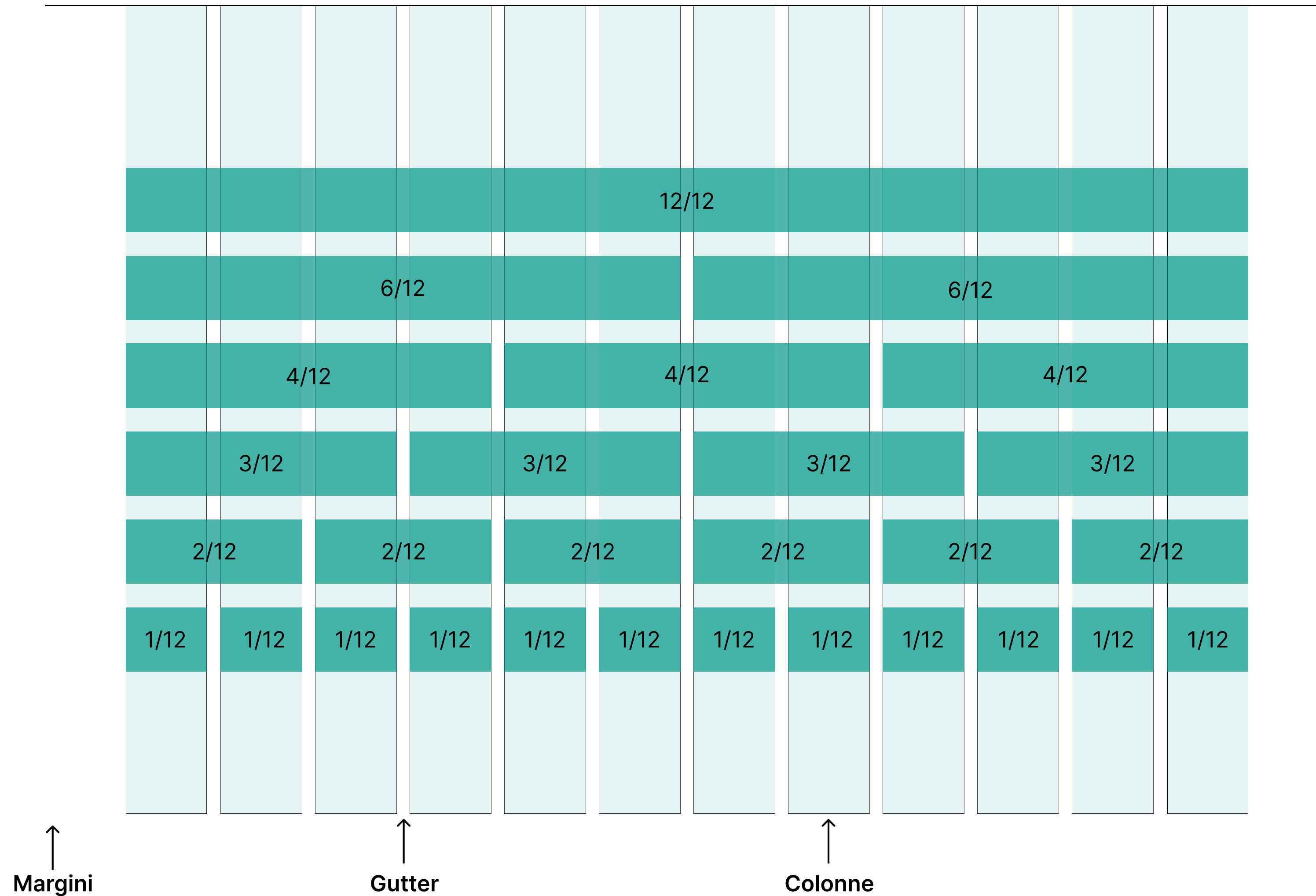
FASE ANALISI ACCESSIBILITÀ: Dopo aver sviluppato i wireframe, ho effettuato un'approfondita verifica dell'accessibilità per garantire un'esperienza utilizzabile da tutti, inclusi gli utenti con disabilità. Ho esaminato elementi come il contrasto cromatico, le dimensioni dei testi, la navigabilità tramite tastiera e la presenza di descrizioni alternative per le immagini. Questo processo è stato fondamentale per assicurare un'interfaccia inclusiva e conforme alle linee guida sull'accessibilità.

FASE DI DESIGN UI: Nell'ultima fase, ho trasformato i wireframe in design ad alta fedeltà, integrando elementi tipografici, palette cromatiche, icone e dettagli visivi. La scelta della tipografia è stata orientata a garantire chiarezza e coerenza visiva, mentre la palette di colori è stata selezionata per suscitare le emozioni desiderate e migliorare l'esperienza degli utenti. L'integrazione di tutti questi elementi ha portato a un'interfaccia esteticamente gradevole e funzionale, pronta per essere implementata.

UI KIT

GRID

Larghezza massima



Grid

▼

✕

Size

8

Color



009688

10

%

Columns

×

Count

12

▼

Color



009688

10

%

Type

Stretch

▼

Width

Auto

Margin

120

Gutter

16

TIPOGRAFIA

La tipografia ci aiuta a rafforzare l'identità visiva, in questo caso il font utilizzato è il font Inter.

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwx
z1234567890@!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWYXZ1234567890@!?

Aa

**abcdefghijklmnopqrstuvw
xyz1234567890@!?**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWYXZ1234567890@!?**

H1

48 pt

H2

24 pt

H3

20 pt

H4

18 pt

P

16 pt

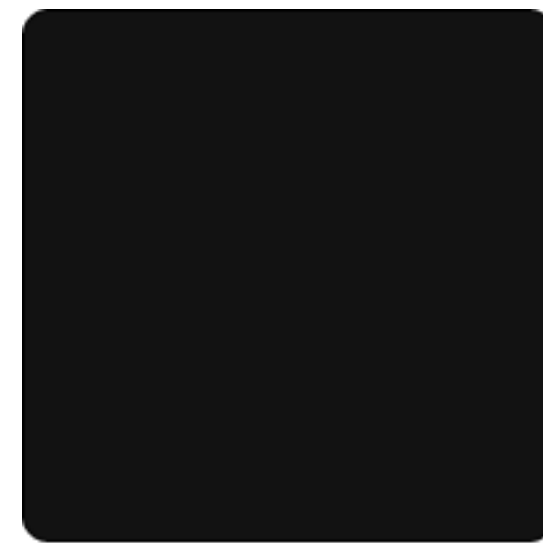
Smallp

14 pt

COLOR PALETTE

La color palette è un elemento fondamentale per mantenere la coerenza visiva e l'accessibilità del sito.

Ho deciso quindi di utilizzare una palette per lo più monocromatica ad eccezione del verde e del rosso.



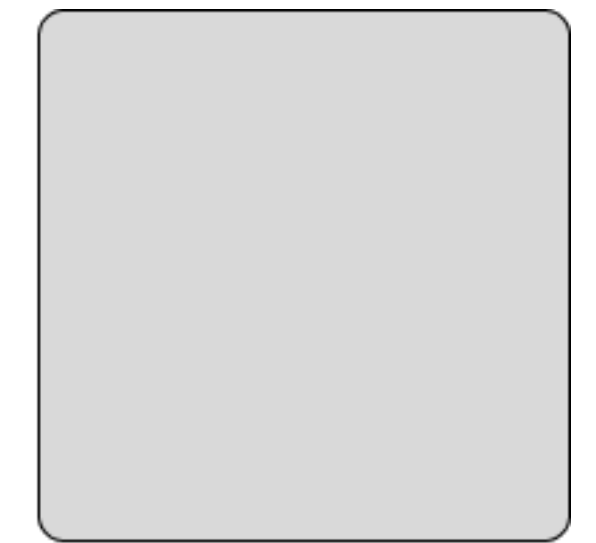
121212



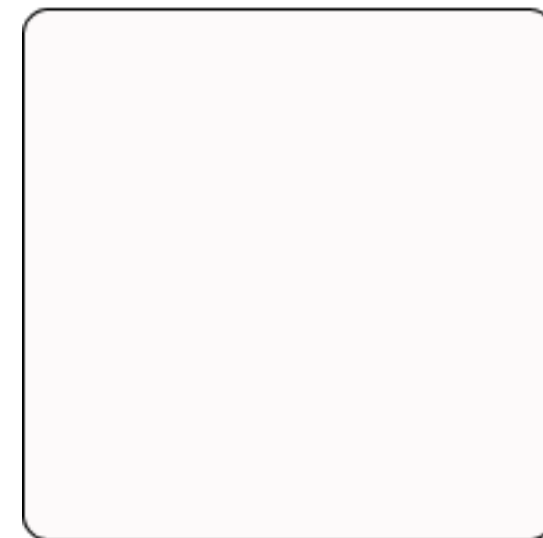
727272



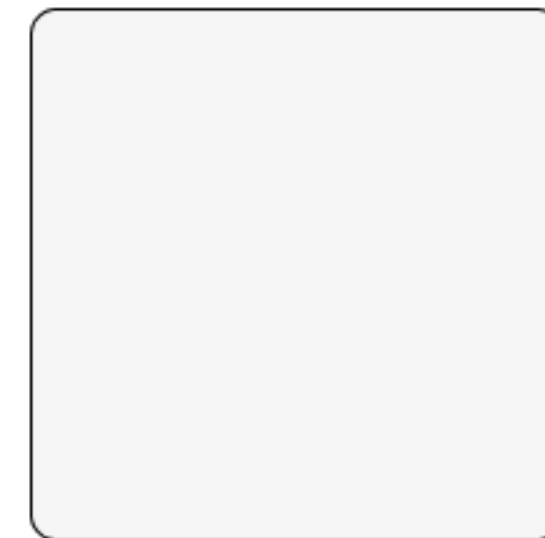
979797



D9D9D9



FDFAFA



F5F5F5



A8BD2D

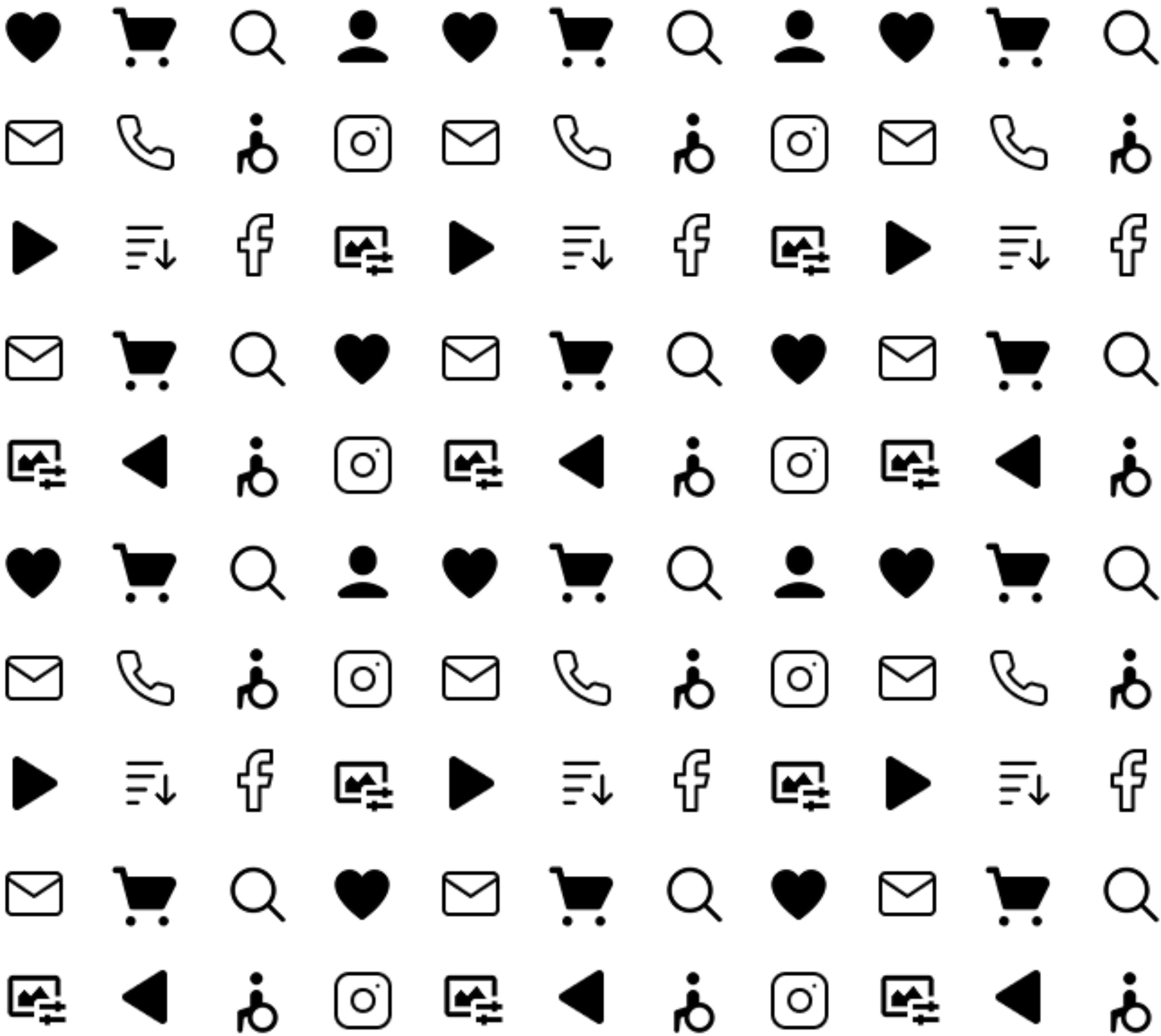


AF2E2E

ICONE

Per quanto riguarda le icone ho deciso di affidarmi al supporto di Iconify, scegliendo un pacchetto icone dalle linee morbide e non spigolose.

Questa collezione offre un design moderno e arricchisce perfettamente l'estetica del sito.



BOTTONI

Nel design delle interfacce i bottoni sonno fondamentali per aiutare l’utente nelle azioni. Proprio per questo il microcopy è fondamentale per la creazione di una buona interfaccia utente.

Ho scelto di progettare questi bottoni intuitivi, accessibili e coerenti con l’interfaccia.

Layout

W 185

H 45

☐ Clip content

Primari

BOTTONE

Default

BOTTONE

Hover

BOTTONE

Disabled

Secondari

BOTTONE

Default

BOTTONE

Hover

BOTTONE

Disabled

NUOVA UI



Guarda i miei Prototipi

HOMEPAGE

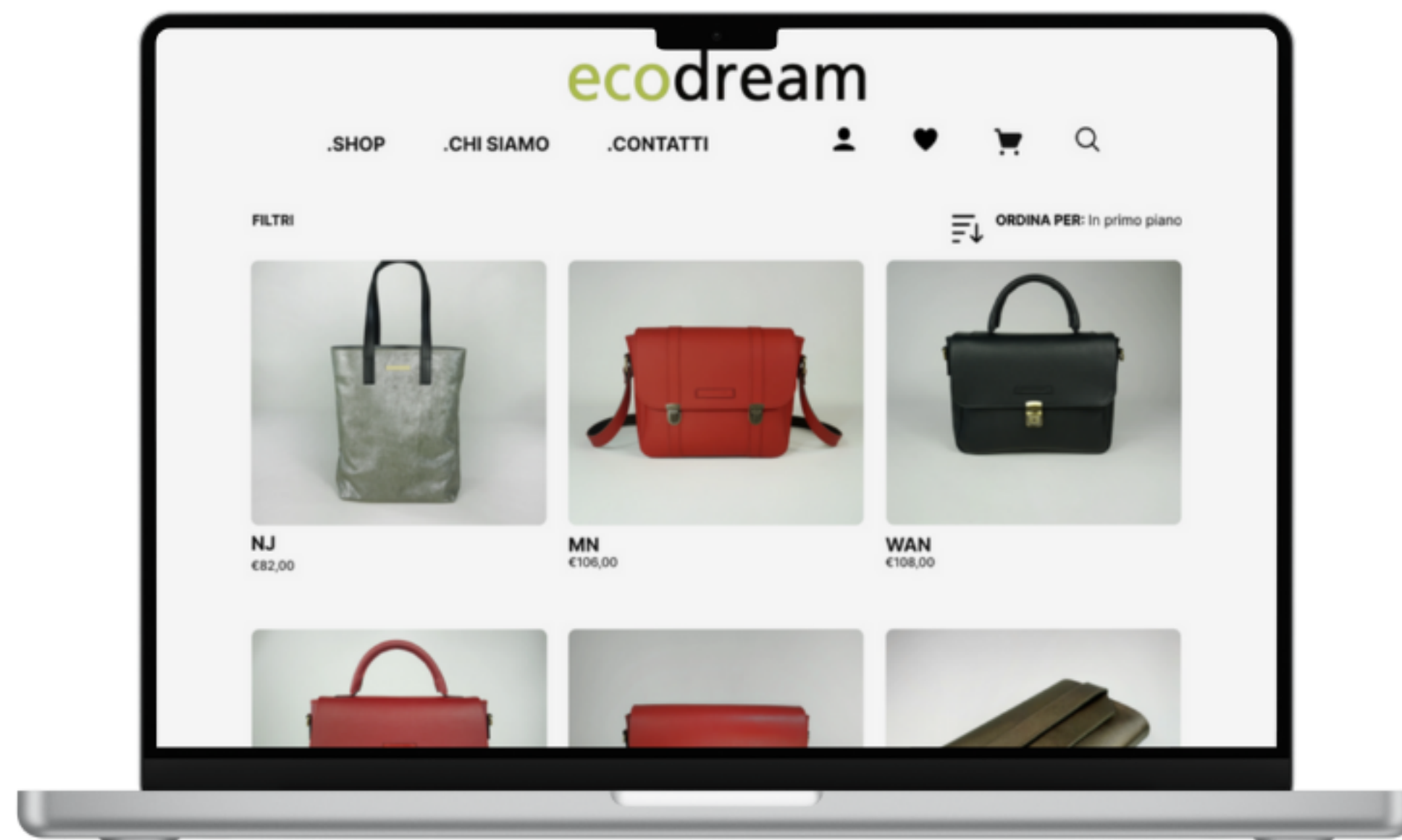


1-Hero image per rendere immediatamente chiara la tipologia di brand e di prodotti venduti e con CTA per attirare l'interesse dell'utente

2-Sezione "New in" dove vengono messe in evidenza nuovi prodotti del brand Ecodream con prezzo e possibilità di inserirli nella wishlist o nel carrello

3-Presenza di immagini con CTA che rimandano alla pagina "**Chi siamo**" per avere più informazioni sulla storia del brand e che rimandano alle varie sezioni dello shop

4-Footer con sfondo nero per creare contrasto e delimitarlo rispetto al resto della pagina con presenza in breve dei contatti e delle icone dei profili social

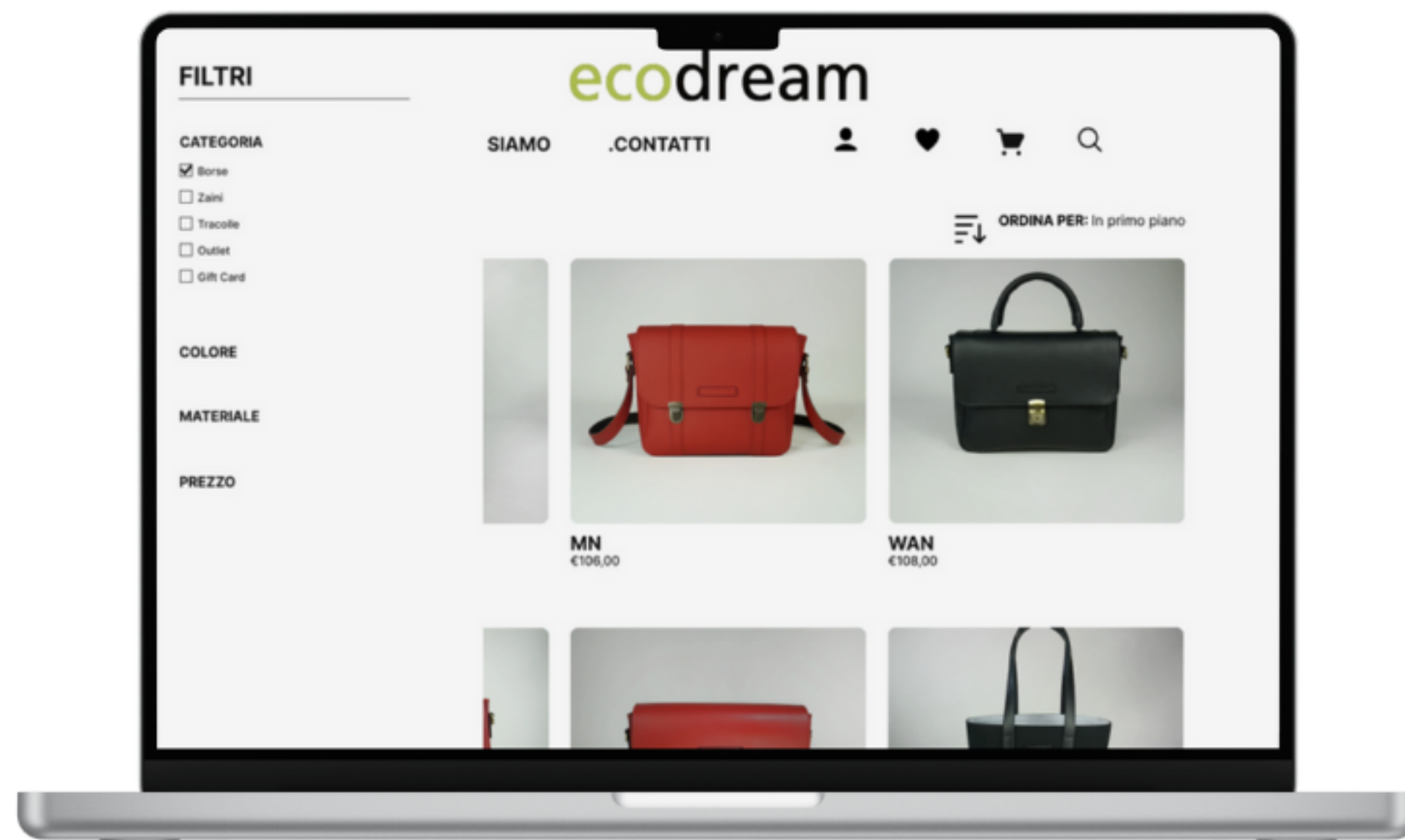


1-Filtri che permettono di trovare in modo immediato un prodotto con determinate caratteristiche

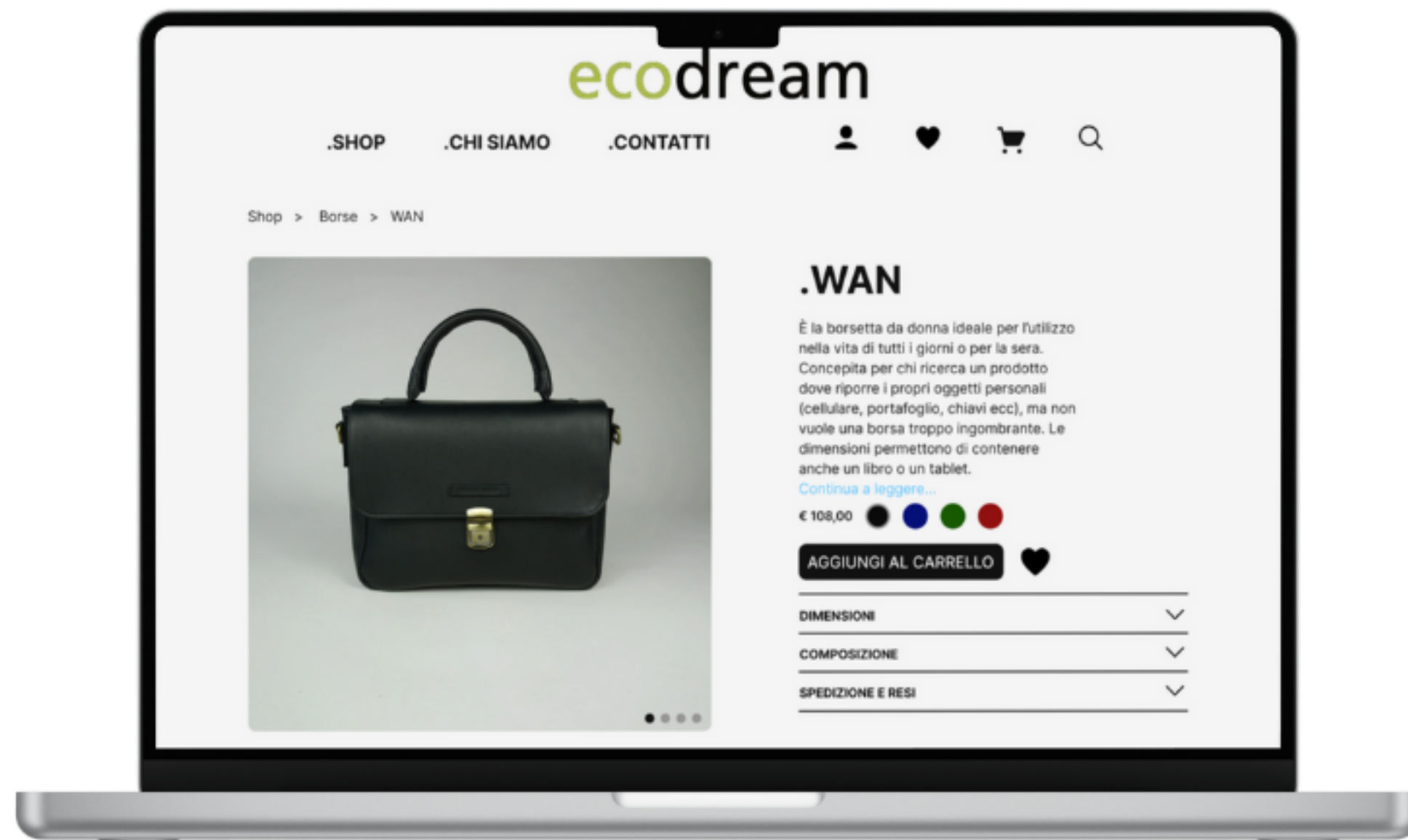
2-Presenza della sezione “Ordina per” che permette di ordinare la pagina in base a varie caratteristiche

3-Immagini dei prodotti con possibilità di inserirli direttamente nel carrello e nella wishlist con **numerazione** in basso per continuarne la visione

4-Immagine con accanto frasi che invogliano ad iscriversi alla newsletter del brand e in basso la presenza di un form per inserire la propria mail



SCHEDA PRODOTTO



1-Breadcrumb che permettono il facile orientamento all'interno del sito

2-Foto del prodotto con possibilità di scorrere vedendone così altre sotto varie angolazioni che permettono la comprensione totale del modello in modo tale da facilitare l'acquisto online

3-Spiegazione caratteristiche del prodotto e riguardo la composizione dei vari materiali

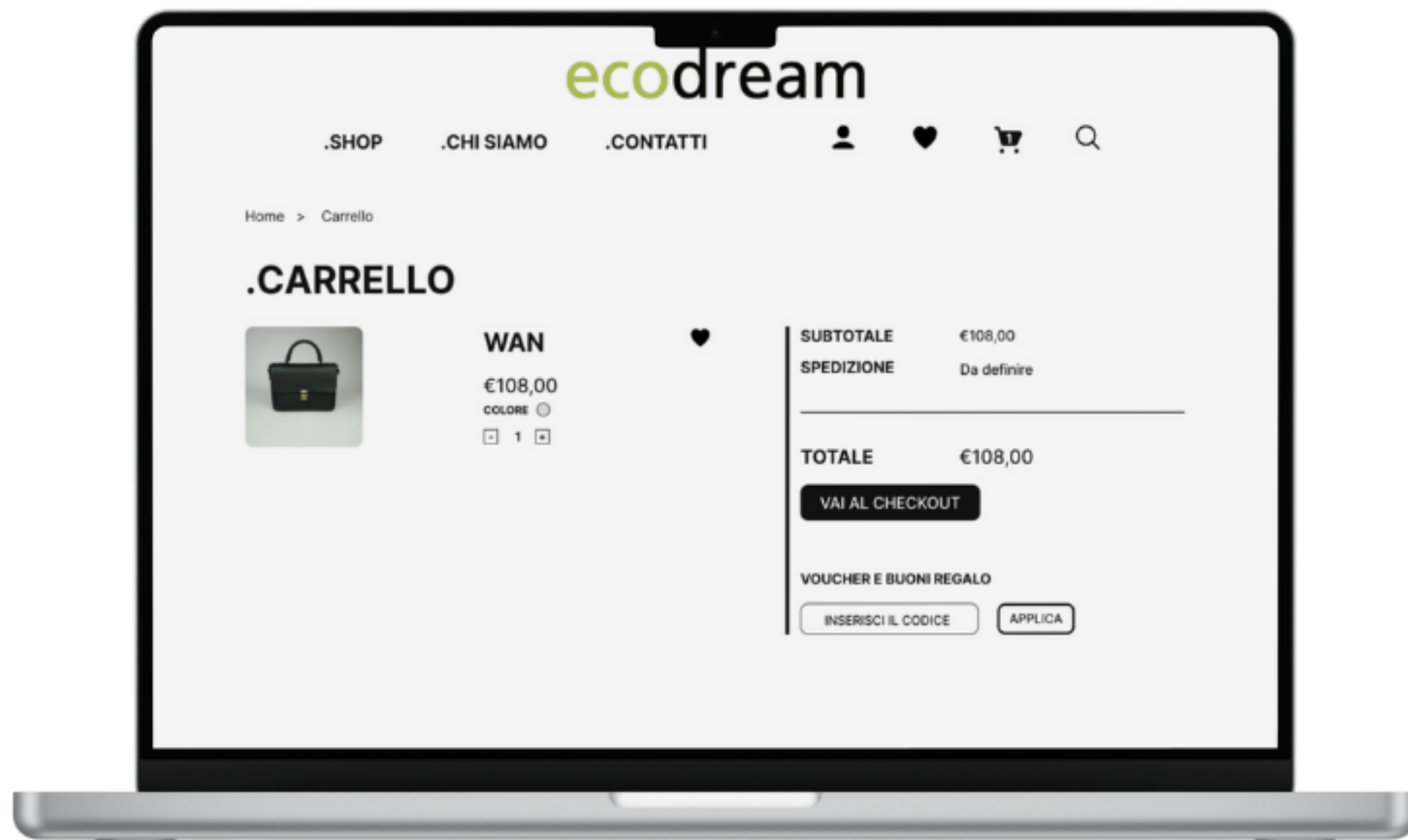
4-Possibilità di selezionare lo stesso modello ma di un colore diverso

5-CTA per inserire nel carrello il prodotto e icona per inserirlo nella wishlist

6-Presenza dettagli prodotto, composizione e cura e informazioni su spedizioni e resi

7-Presenza della sezione “**Visti di recente**” per invogliare l'utente a comprare

CARRELLO



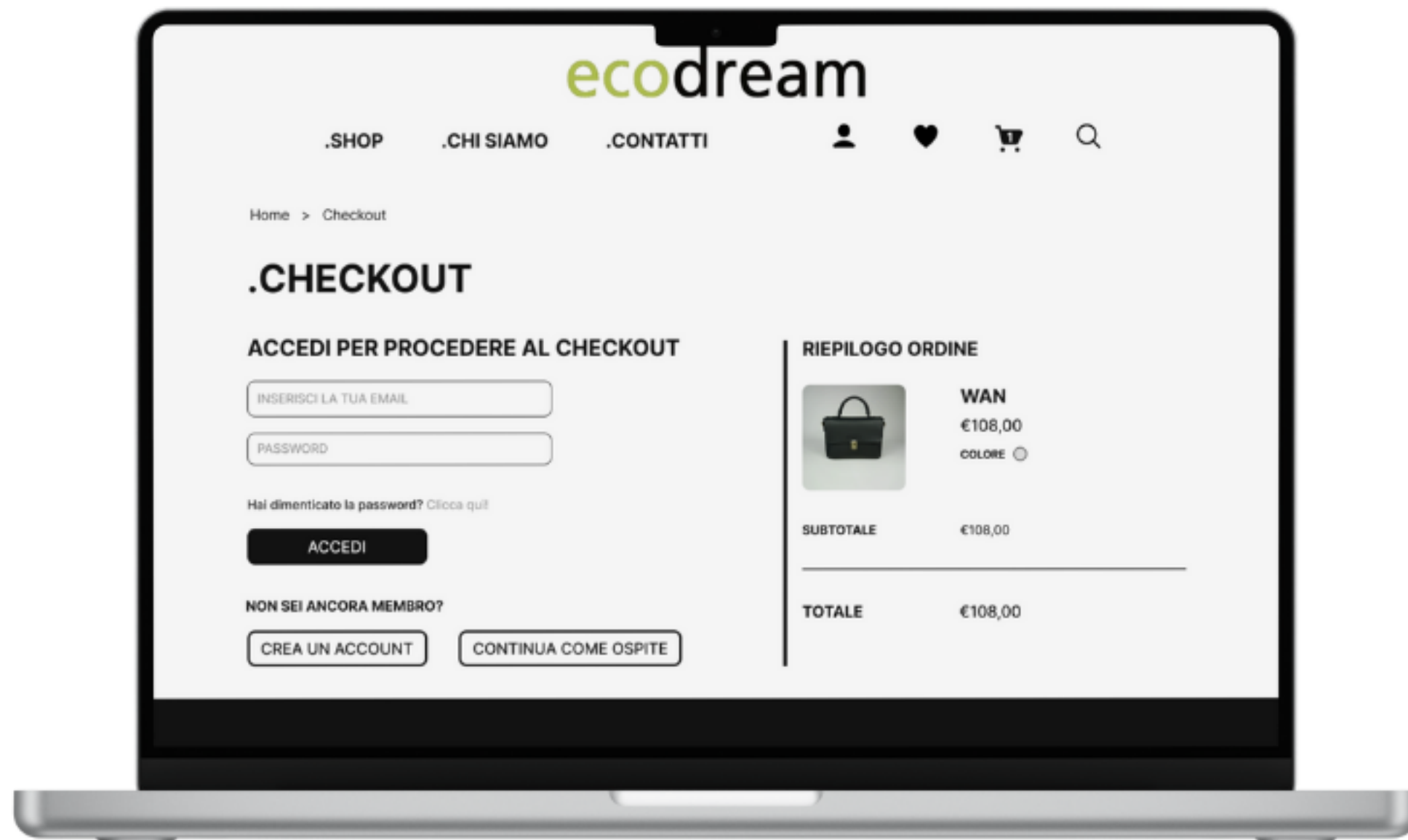
1-Recap del prodotto inserito nel carrello con la presenza di un'immagine e la possibilità di aumentare il numero o diminuirlo

2-CTA che invita da andare al **checkout**

3-Possibilità di **aggiungere una promozione** o una gift card

4-“Potrebbe piacerti anche” per incentivare l'utente nel mettere altri prodotti nel carrello

PRE CHECKOUT



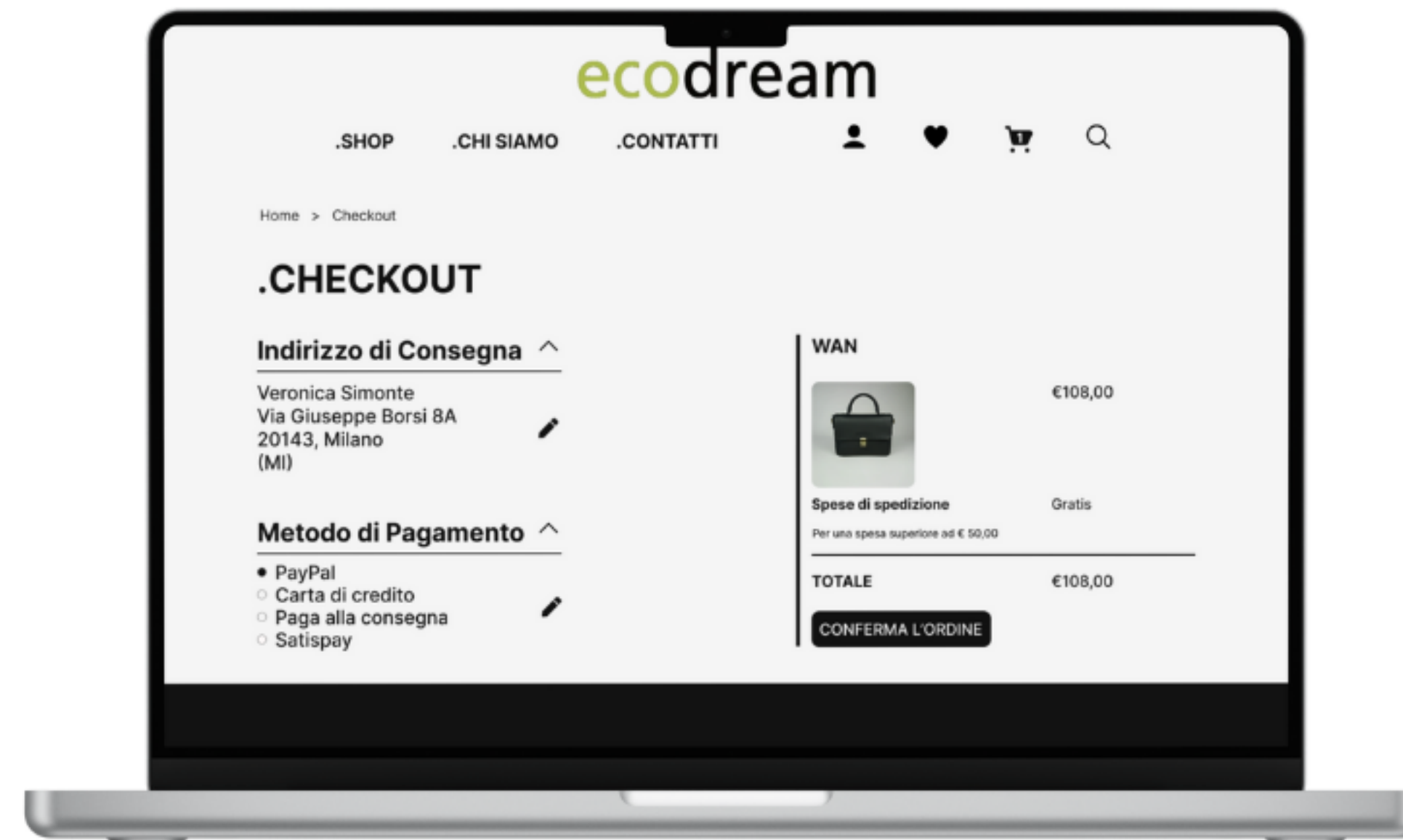
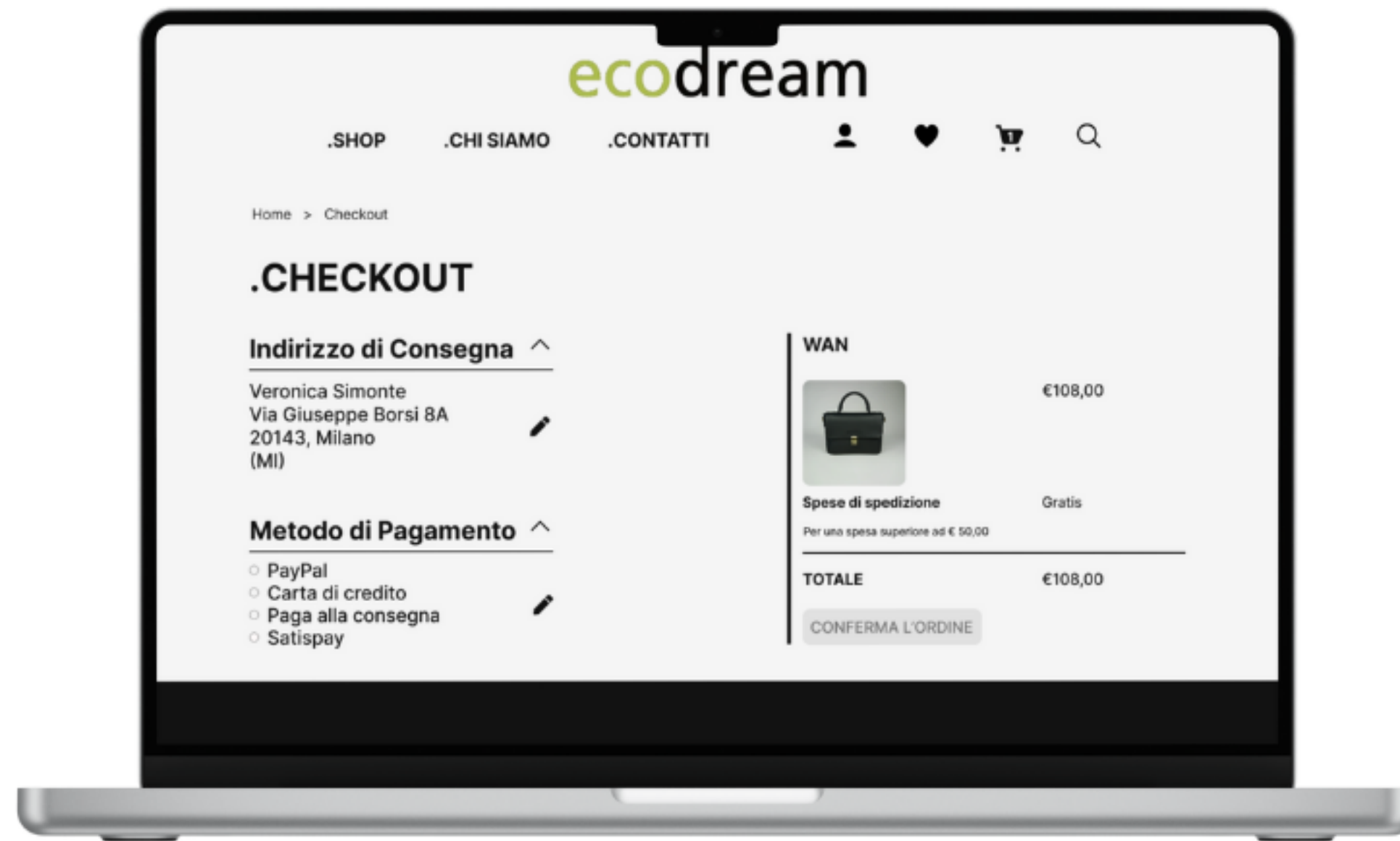
1-Riepilogo ordine con il totale e CTA per procedere all'acquisto

2-Form da compilare per fare il **login** e procedere all'acquisto

3-Possibilità di creare un account per procedere all'acquisto

4-Possibilità di procedere all'acquisto come **ospite**

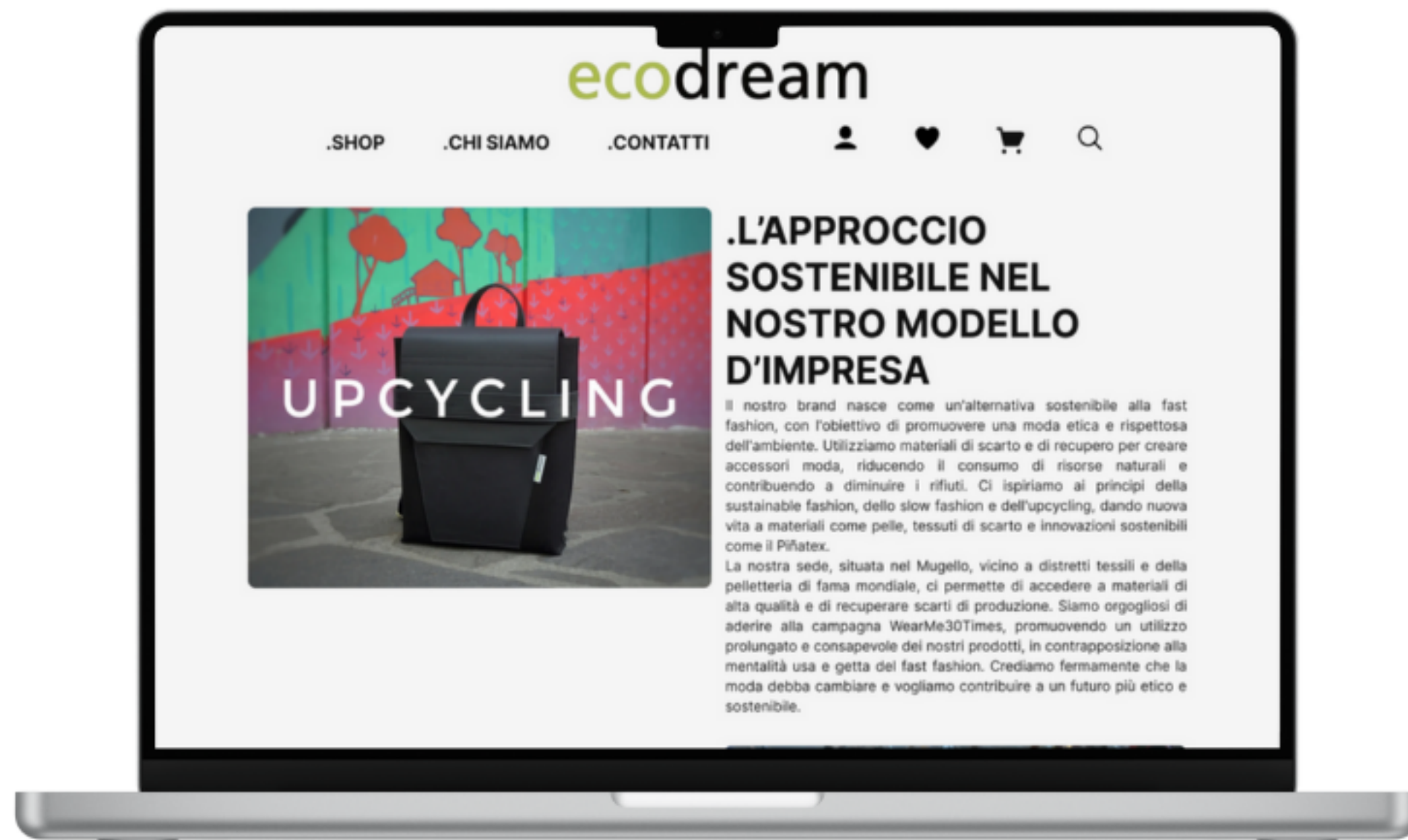
CHECKOUT



1-Riepilogo totale e CTA per confermare l'ordine

2-Sezione dove inserire l'indirizzo di consegna

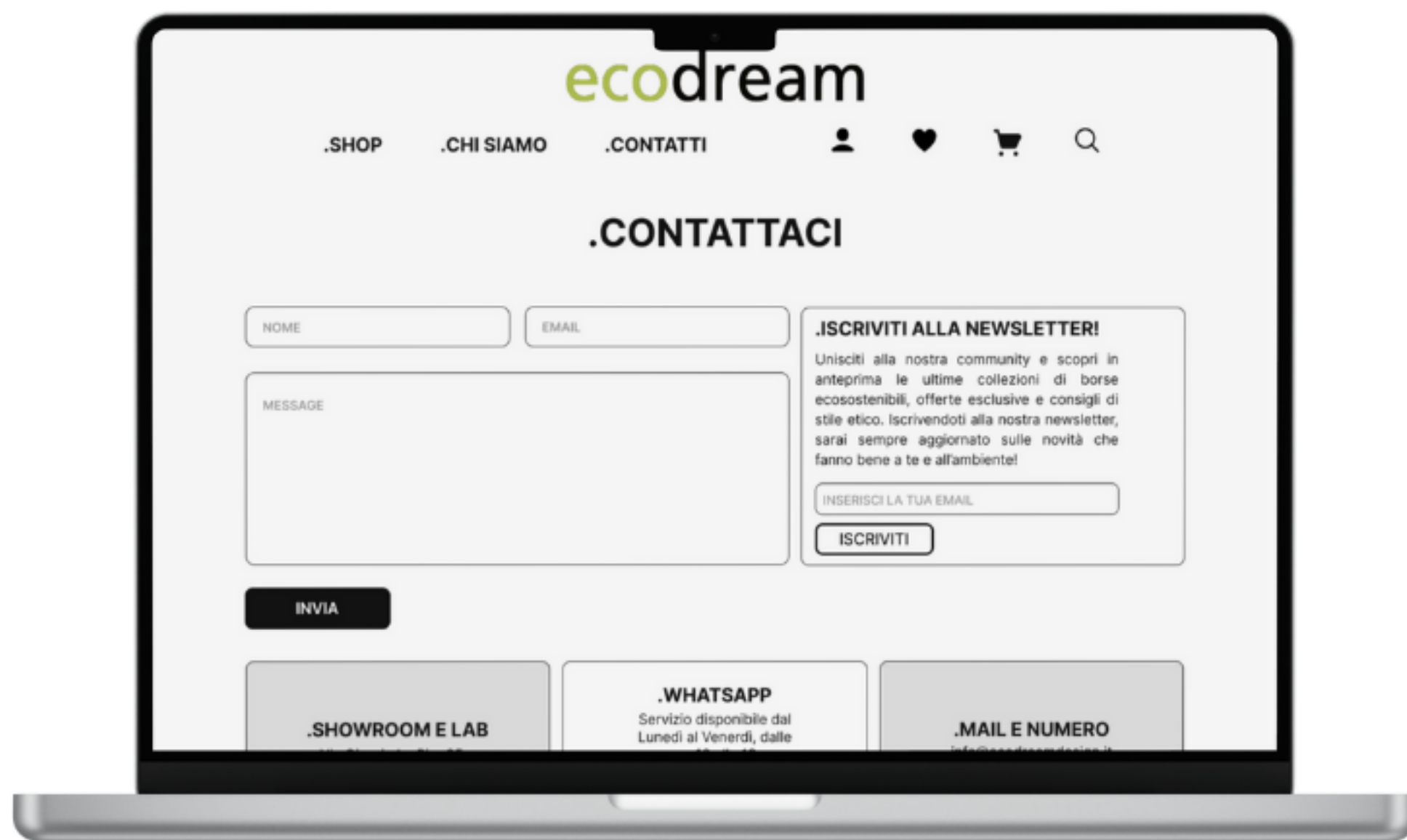
3-Possibilità di selezionare il metodo di pagamento



1-Immagini con testi ai lati e, nell'ultima immagine, con testo nella parte inferiore che promuovono l'idea del brand, la mission, le varie tipologie di prodotti trattati e come è nato il brand e la sua idea

2-Sezione "Recensioni" con la presenza di varie recensioni e la data per dare maggiore idea di affidabilità del brand

CONTATTI



1-Sezione “Contattaci” in cui è possibile mandare una mail al brand e iscriversi alla Newsletter

2-Sezione Showroom e Lab in cui viene specificato l’indirizzo per poterli raggiungere

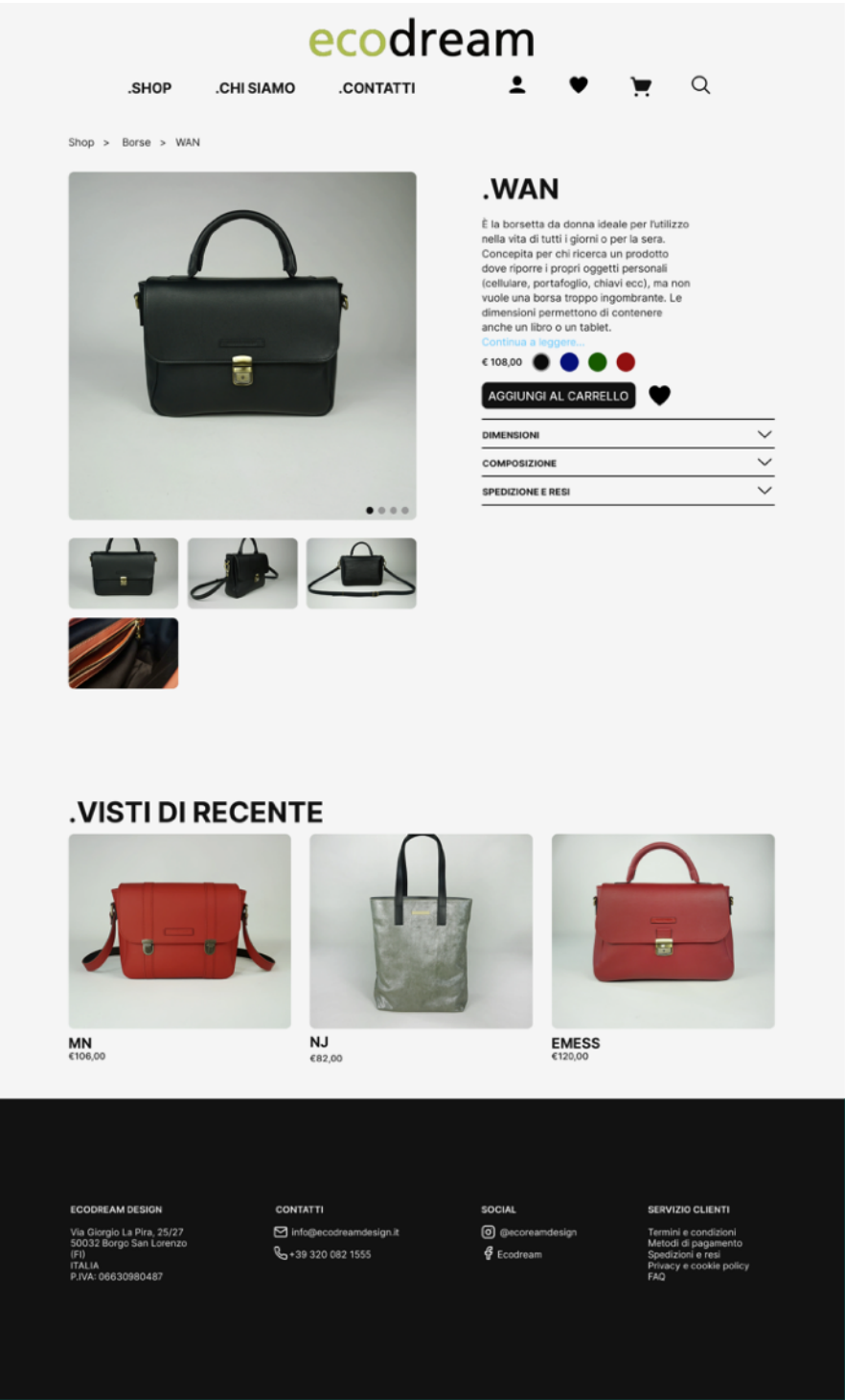
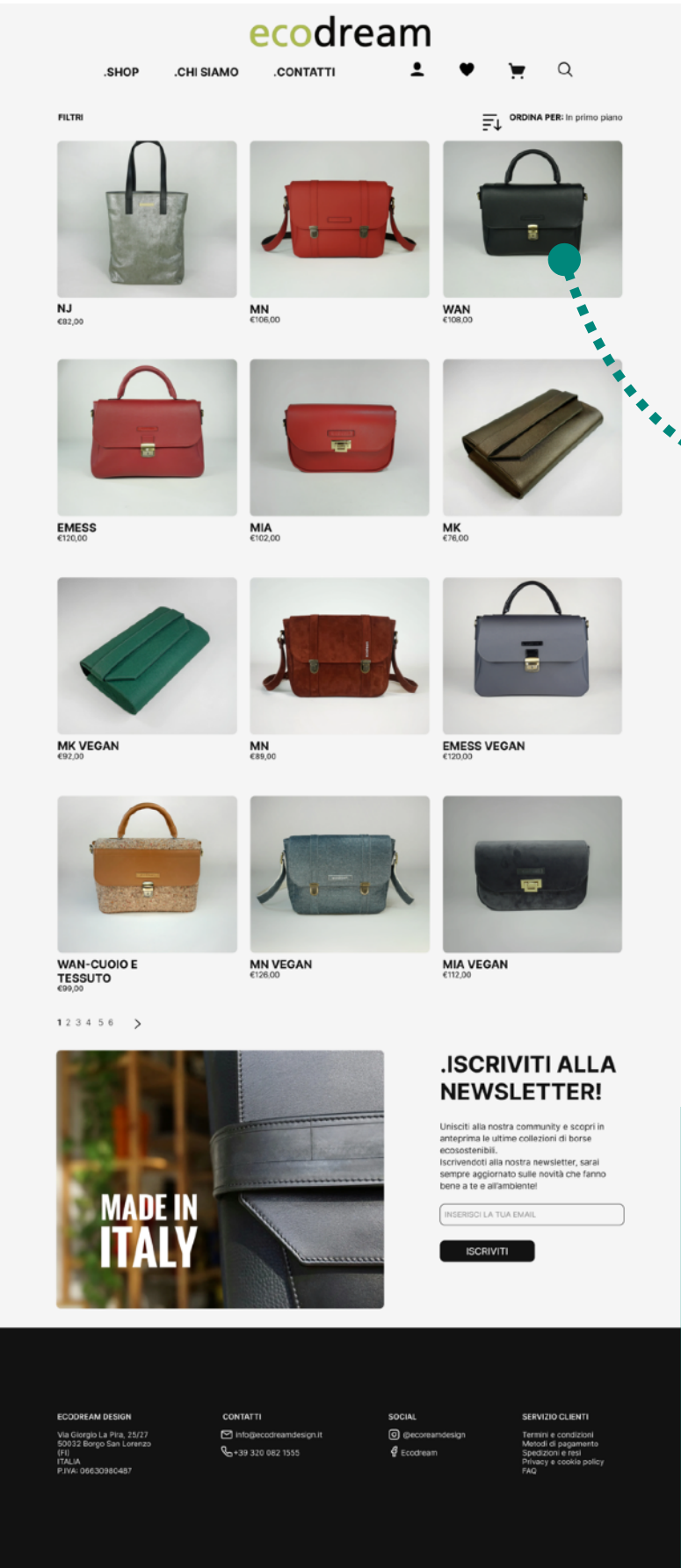
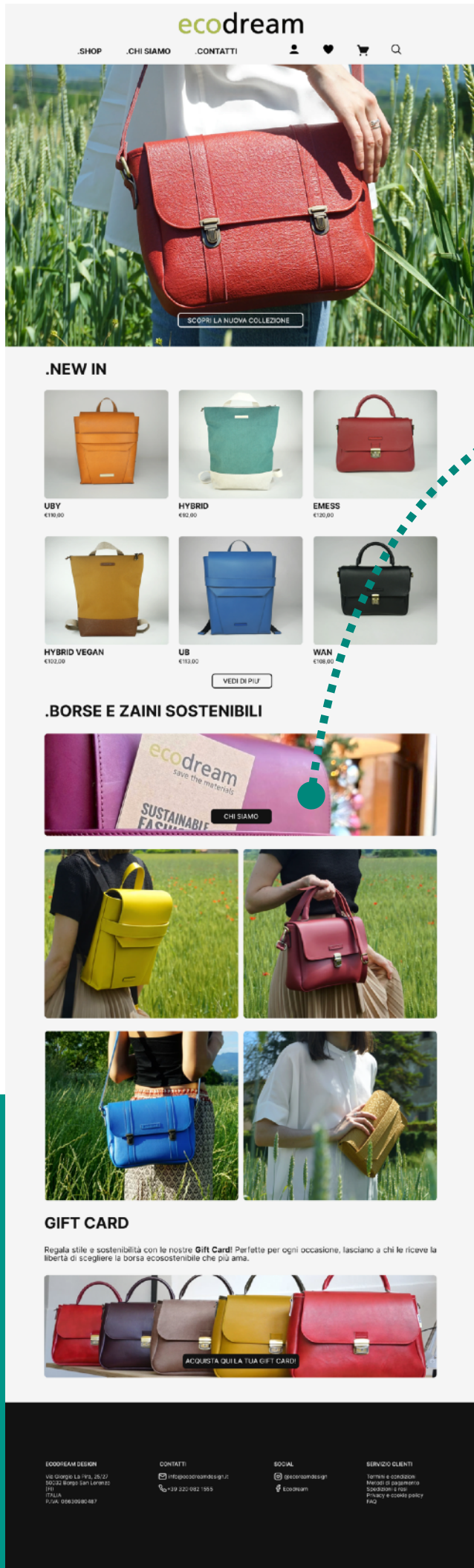
3-Sezione Whatsapp per poter avere una comunicazione diretta

4-Sezione Mail e Numero

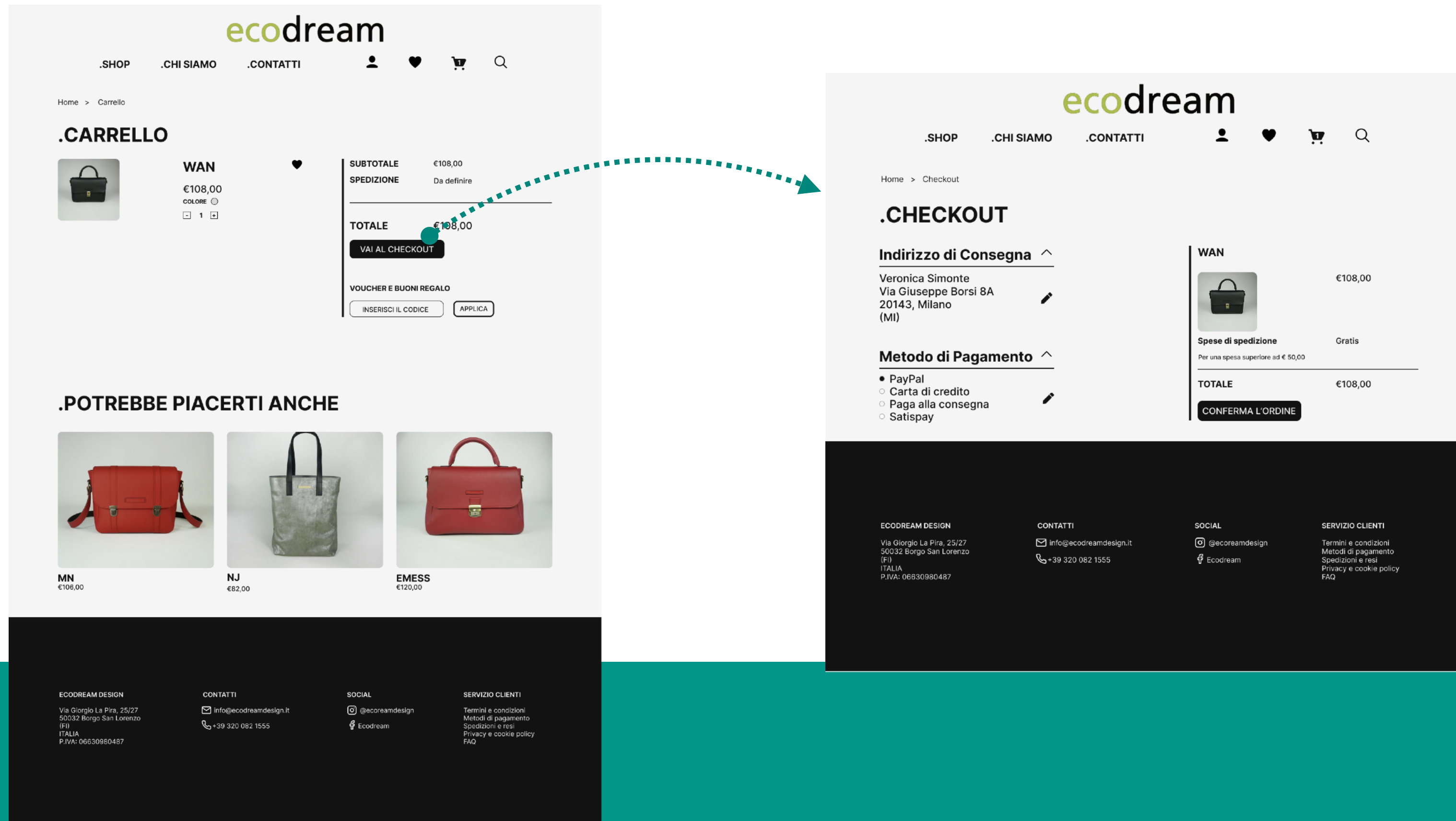
5-Possibilità di inserire il CAP per trovare il **Retail** più vicino

USER FLOW

In questo **Wireflow** l’utente ha aperto **l’Homepage** del sito Ecodream e, invogliato dalla Hero image e dalla CTA “Chi siamo” vi clicca per sapere di più dell’etica del brand e della sua storia. Dopo aver compreso la mission del brand e aver visto le recensioni, ha cliccato su “**Shop**” per poter vedere tutti i prodotti. Dopo aver filtrato solo la categoria “**Borse**” e trovato un modello di suo gusto vi ha cliccato sopra aprendo così la **Scheda del prodotto** dove vi sono tutte le specifiche tecniche.



Successivamente ha aggiunto il prodotto al **carrello** per ultimare l'acquisto e andare al **checkout**. Dopo aver fatto l'accesso come ospite ha selezionato il metodo di pagamento, ha inserito il proprio indirizzo e ha effettuato l'ordine.



Dopo aver confermato l’ordine, l’utente va nella pagina **contatti** per chiedere informazioni riguardo un altro prodotto e decide di contattare il brand su whatsapp.

ecodream

.SHOP

.CHI SIAMO

.CONTATTI

Home > Il mio Account > I miei Ordini

.GRAZIE PER IL TUO ORDINE!

Ciao Veronica,

siamo felici di aver ricevuto il tuo ordine! Riceverai a breve una mail di conferma e una mail con il tracking una volta che il tuo ordine sarà spedito!

Indirizzo di Consegna

Veronica Simonte
Via Giuseppe Borsi 8A
20143, Milano
(MI)

Ordine n°
17288281616

Data Ordine
26/10/24

I Tuoi Prodotti

WAN
€80,00
COLORE

METODO DI PAGAMENTO

Paypal

SUBTOTALE

€80,00

SPESE DI SPEDIZIONE

Gratis

TOTALE

€80,00

ECODREAM DESIGN

Via Giorgio La Pira, 25/27
50032 Borgo San Lorenzo
(FI)
ITALIA
P.IVA: 06630980487

CONTATTI

info@ecodreamdesign.it

+39 320 082 1555

SOCIAL

@ecoreamdesign

Ecodream

SERVIZIO CLIENTI

Termini e condizioni
Metodi di pagamento
Spedizioni e resi
Privacy e cookie policy
FAQ

ecodream

.SHOP

.CHI SIAMO

.CONTATTI

.CONTATTACI

NOME

EMAIL

MESSAGE

.ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER!

Unisciti alla nostra community e scopri in anteprima le ultime collezioni di borse ecosostenibili, offerte esclusive e consigli di stile etico. Iscrivendoti alla nostra newsletter, sarai sempre aggiornato sulle novità che fanno bene a te e all'ambiente!

INSERISCI LA TUA EMAIL

ISCRIVITI

INVIA

.SHOWROOM E LAB

Via Giorgio La Pira 25
50032 Borgo San Lorenzo (FI)

.WHATSAPP

Servizio disponibile dal
Lunedì al Venerdì, dalle
ore 10 alle 18.

SCRIVICI QUI

.MAIL E NUMERO

info@ecodreamdesign.it
+39 320 082 1555

.TROVA IL RETAIL PIU' VICINO A TE

INSERISCI QUI IL CAP

ECODREAM DESIGN

Via Giorgio La Pira, 25/27
50032 Borgo San Lorenzo
(FI)
ITALIA
P.IVA: 06630980487

CONTATTI

info@ecodreamdesign.it

+39 320 082 1555

SOCIAL

@ecoreamdesign

Ecodream

SERVIZIO CLIENTI

Termini e condizioni
Metodi di pagamento
Spedizioni e resi
Privacy e cookie policy
FAQ



eco dream

USER INTERFACE 2

VERONICA SIMONTE

INDICE

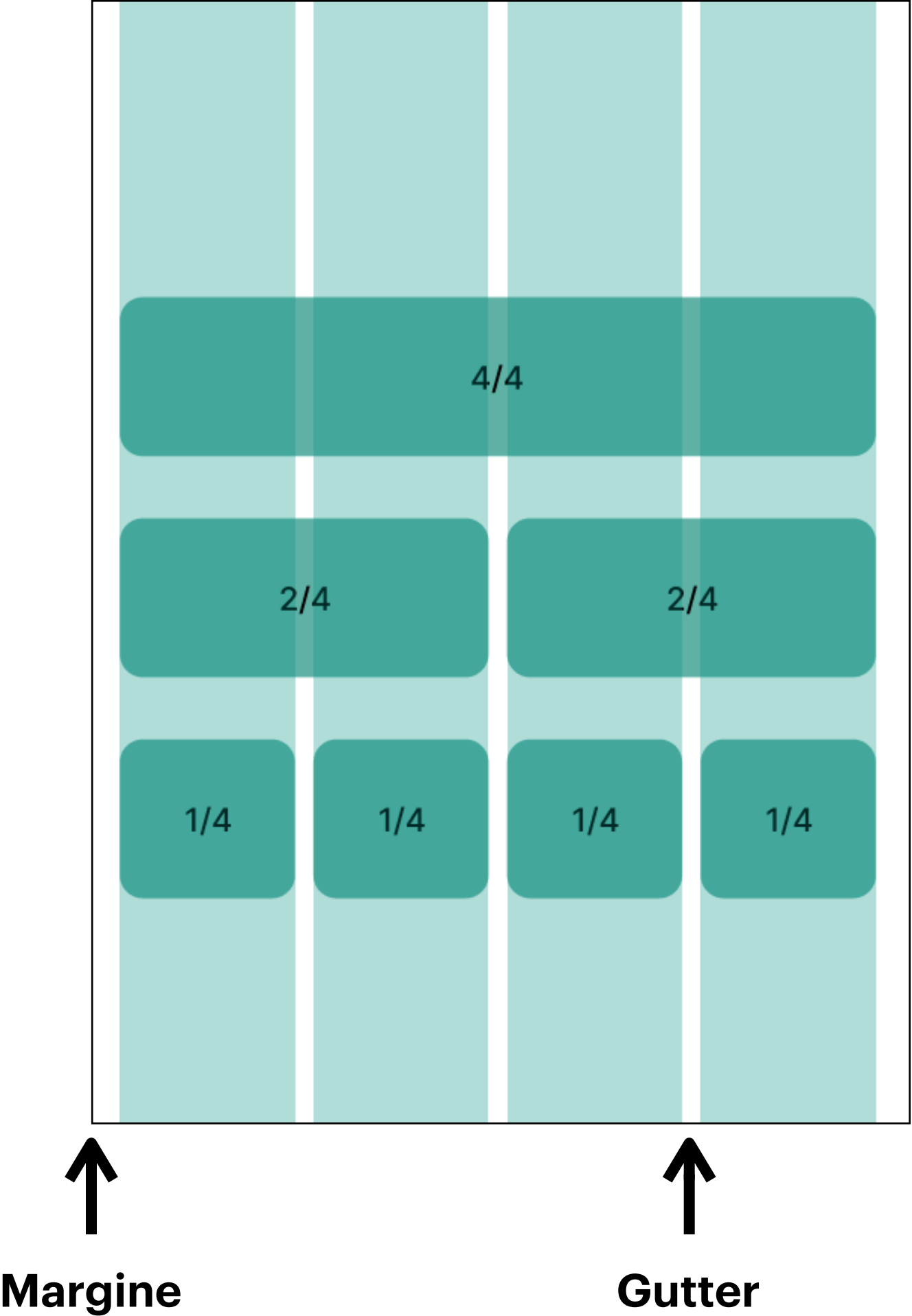
UI KIT	3
NUOVA UI	9
USER FLOW	18

UI KIT



Guarda i miei Prototipi

GRID



Grid

×

Size

8

Color

009688

10

%

Columns

×

Count

4

▼

Color

019688

30

%

Type

Stretch

▼

Width

Auto

Margin

16

Gutter

8

TIPOGRAFIA

La tipografia ci aiuta a rafforzare l'identità visiva, in questo caso il font utilizzato è il font Inter.

Aa

abcdefghijklmnopqrstuvwyx
z1234567890@!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWYXZ1234567890@!?

Aa

**abcdefghijklmnopqrstuvwy
xz1234567890@!?**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRST
UVWYXZ1234567890@!?**

H1

24 pt

H2

18 pt

P

16 pt

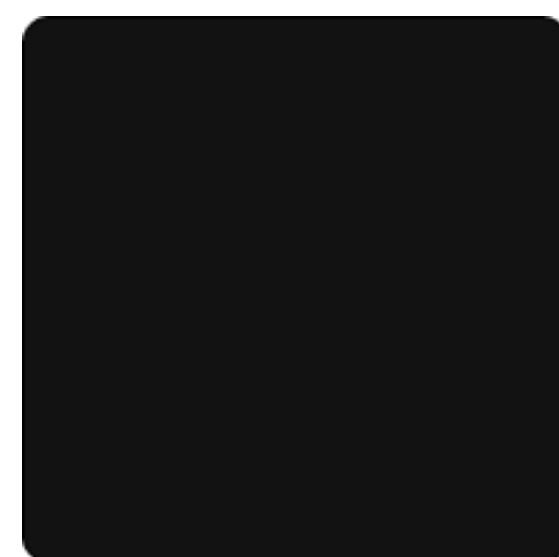
Small P

14 pt

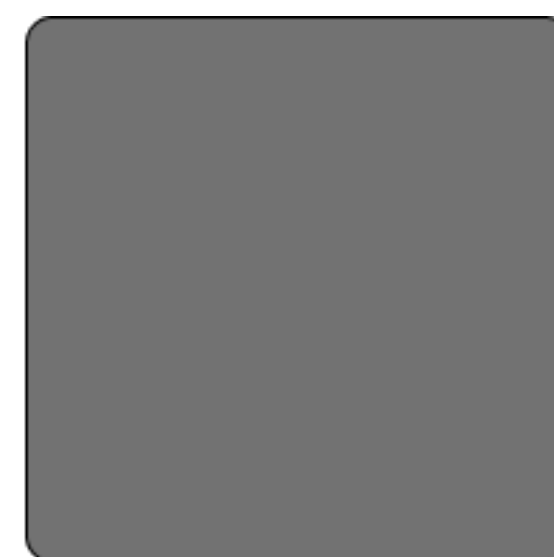
COLOR PALETTE

La color palette è un elemento fondamentale per mantenere la coerenza visiva e l'accessibilità del sito.

Ho deciso quindi di utilizzare una palette per lo più monocromatica ad eccezione del verde e del rosso.



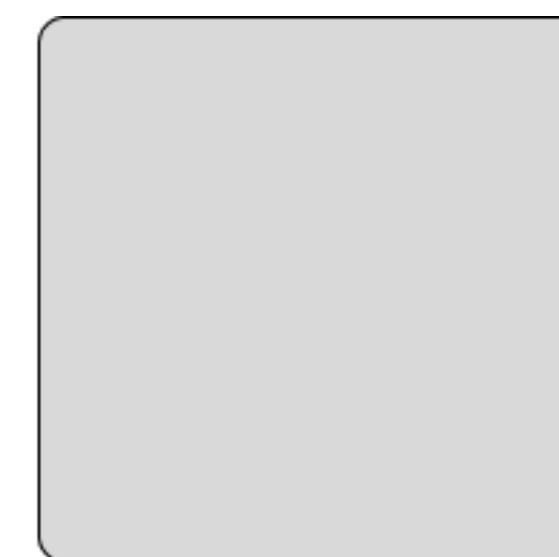
121212



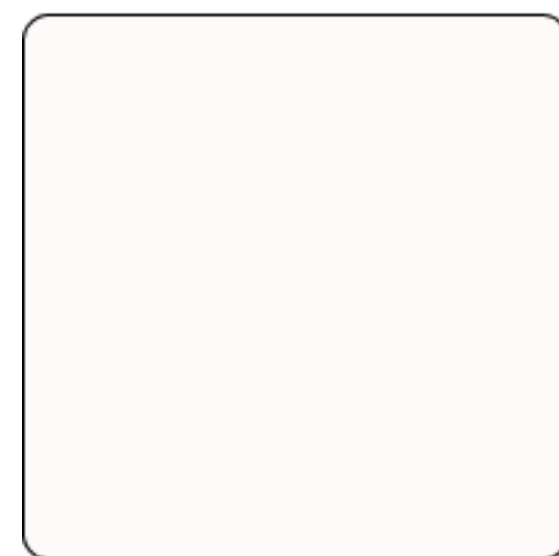
727272



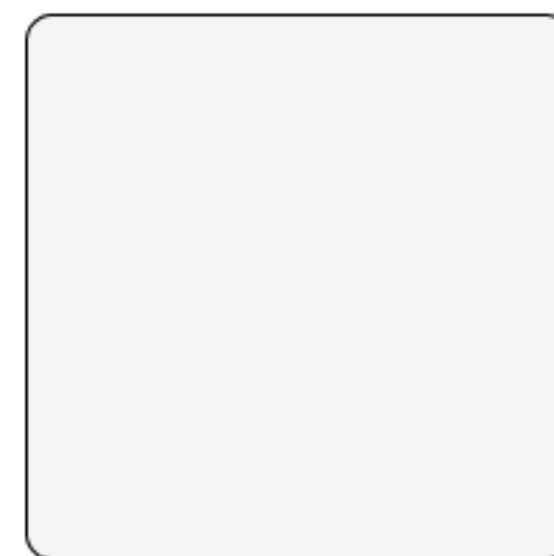
979797



D9D9D9



FDFafa



F5F5F5



A8BD2D

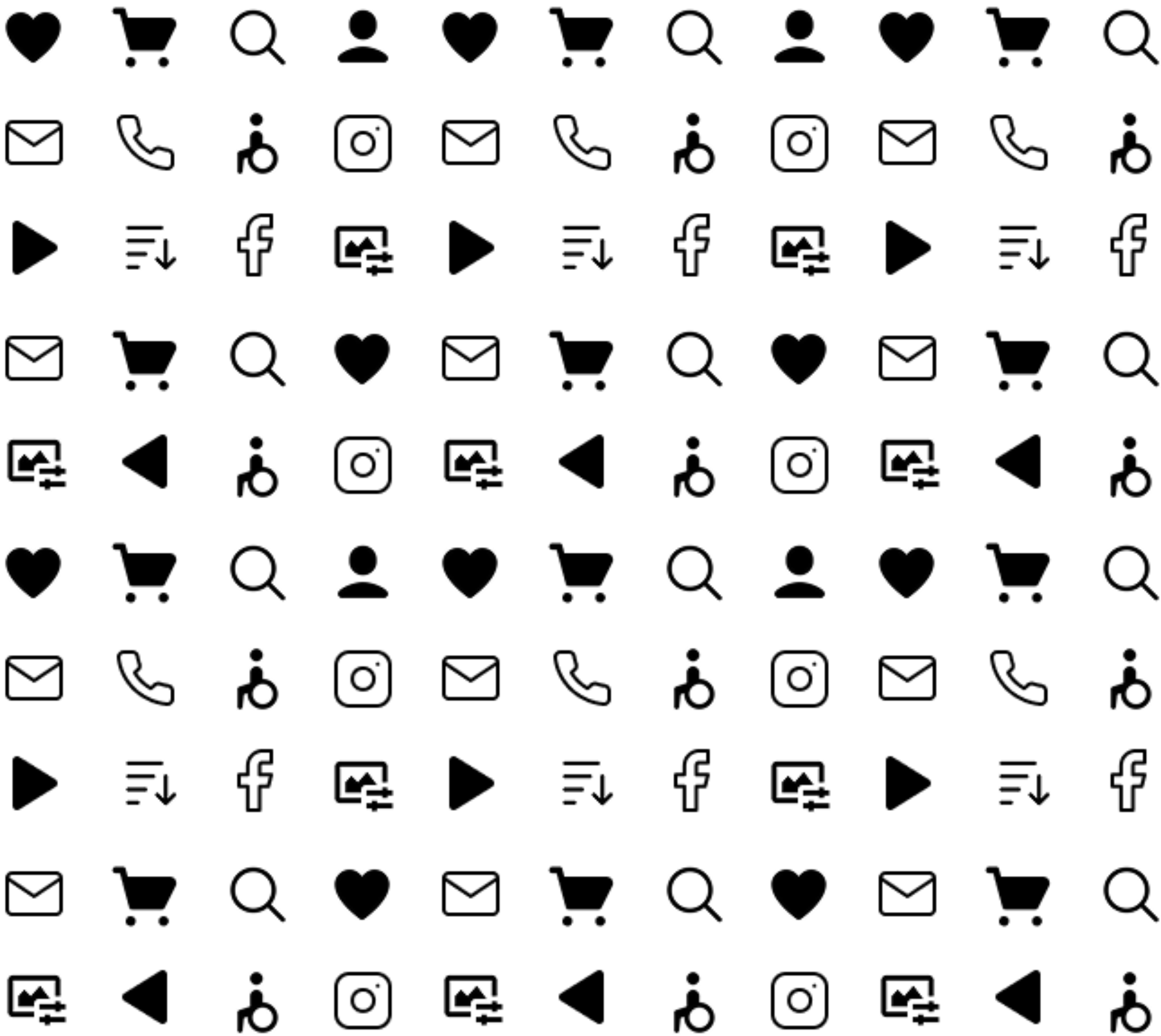


AF2E2E

ICONE

Per quanto riguarda le icone ho deciso di affidarmi al supporto di Iconify, scegliendo un pacchetto icone dalle linee morbide e non spigolose.

Questa collezione offre un design moderno e arricchisce perfettamente l'estetica del sito.



BOTTONI

Nel design delle interfacce i bottoni sonno fondamentali per aiutare l’utente nelle azioni. Proprio per questo il microcopy è fondamentale per la creazione di una buona interfaccia utente.

Ho scelto di progettare questi bottoni intuitivi, accessibili e coerenti con l’interfaccia.

Primari



Default

Secondari



Default

Layout



W 104

H 26



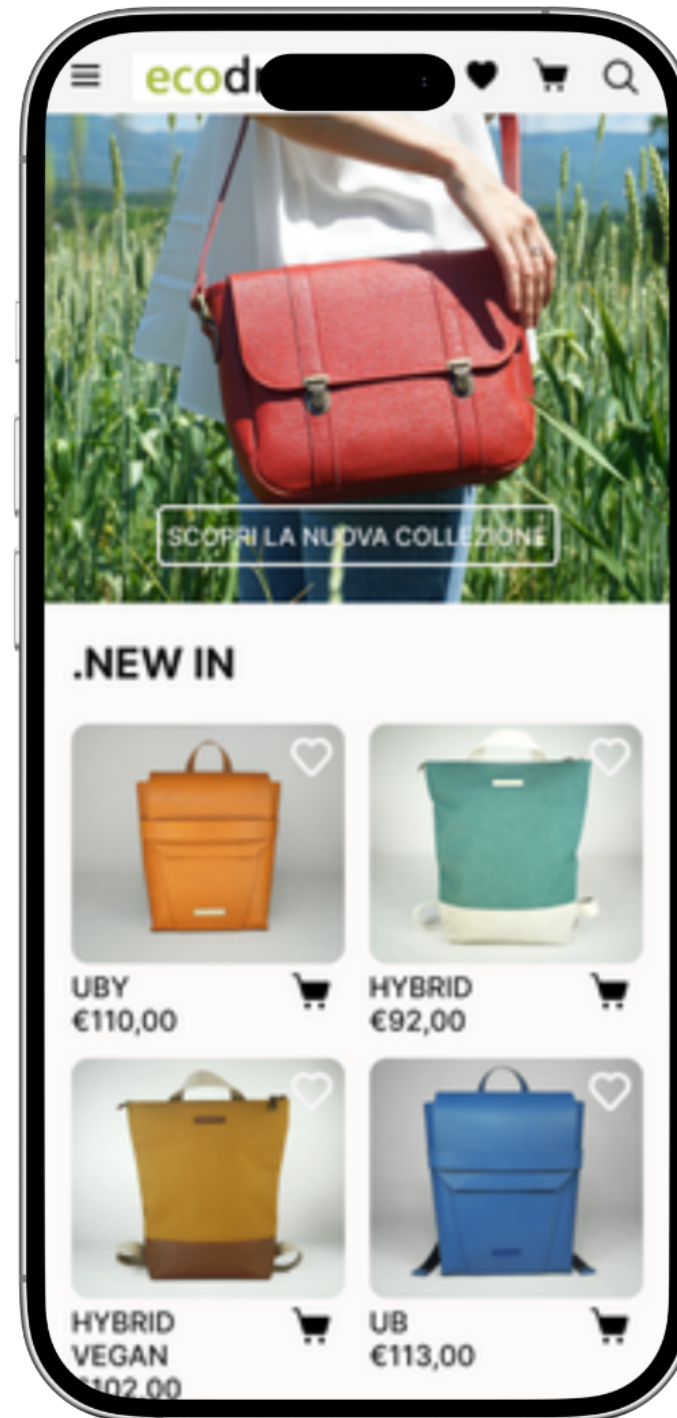
☐ Clip content

NUOVA UI



Guarda i miei Prototipi

HOMEPAGE



1-La barra di navigazione è stata adattata alla versione mobile tenendo il logo centrale che riporta all'homepage, subito a destra ci sono l'**icona di ricerca**, il **carrello**, la **wishlist** e l'**area personale**

2-A sinistra il burger menu che si apre a tendina scorrendo da sinistra verso destra. Nel menù c'è l'**icona dell'account**, **shop**, **chi siamo**, **contatti** e **social**; oltre a termini e condizioni, metodi di pagamento e FAQ

3-Hero image per rendere immediatamente chiara la tipologia di brand e di prodotti venduti e con CTA per attirare l'interesse dell'utente

4-Sezione "New in" dove vengono messe in evidenza nuovi prodotti del brand Ecodream con prezzo e possibilità di inserirli nella wishlist o nel carrello

5-Presenza di immagini con CTA che rimandano alla pagina "**Chi siamo**" per avere più informazioni sulla storia del brand e che rimandano alle varie sezioni dello shop

6-Footer con sfondo nero per creare contrasto e delimitarlo rispetto al resto della pagina. È stato riadatto al mobile con collapsible section, contatti e profili social



1-Titolo della pagina in cui ci si trova

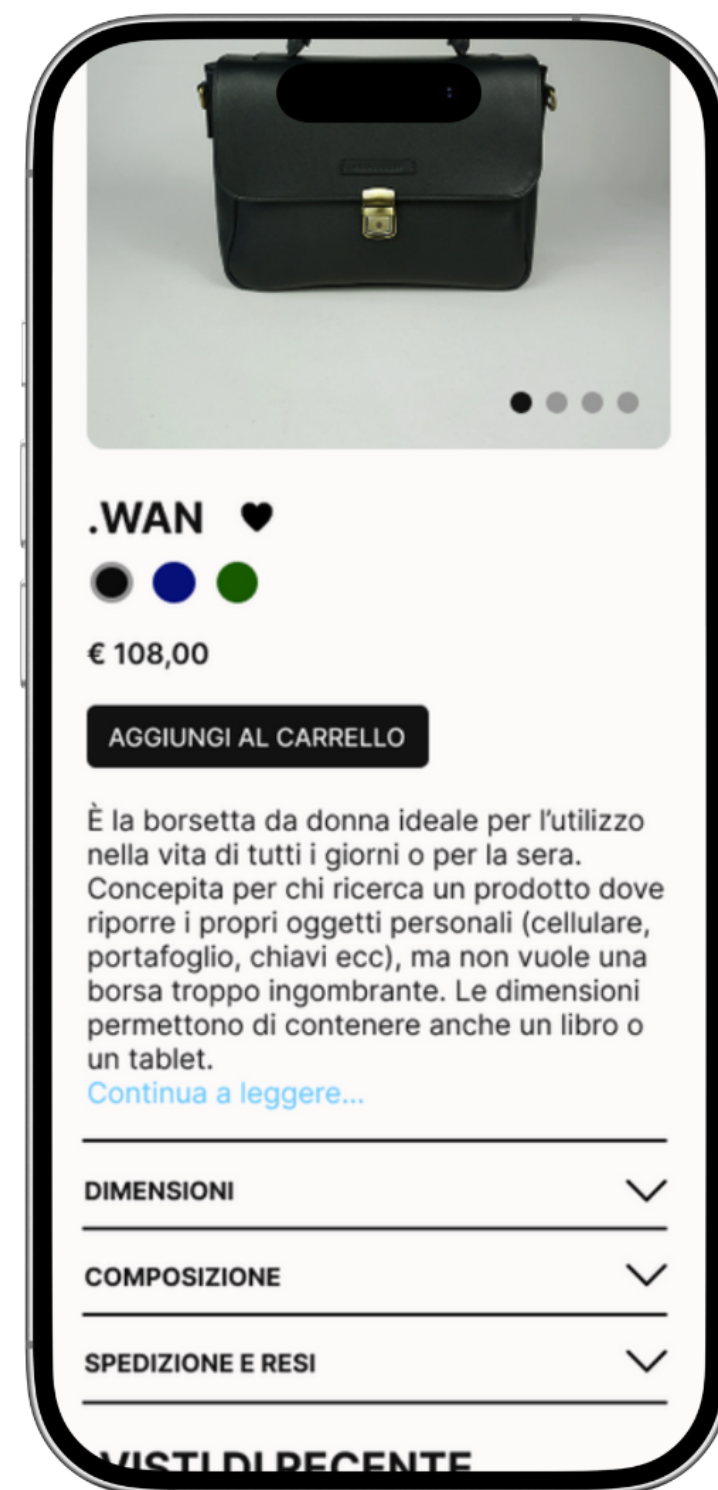
2-Filtri che permettono di trovare in modo immediato un prodotto con determinate caratteristiche

3-Presenza della sezione “**Ordina per**” che permette di ordinare la pagina in base a varie caratteristiche

4-Immagini dei prodotti con possibilità di inserirli direttamente nel carrello e nella wishlist con **numerazione** in basso per continuarne la visione

5-Immagine con accanto frasi che invogliano ad iscriversi alla newsletter del brand e in basso la presenza di un form per inserire la propria mail

SCHEDA PRODOTTO



1-Breadcrumb che permettono il facile orientamento all'interno del sito

2-Foto del prodotto con possibilità di scorrere vedendone così altre sotto varie angolazioni che permettono la comprensione totale del modello in modo tale da facilitare l'acquisto online

3-Possibilità di selezionare lo stesso modello ma di un colore diverso

4-CTA per inserire nel carrello il prodotto e icona per inserirlo nella wishlist

5-Spiegazione caratteristiche del prodotto e riguardo la composizione dei vari materiali

6-Presenza dettagli prodotto, composizione e cura e informazioni su spedizioni e resi

7-Presenza della sezione “**Visti di recente**” per invogliare l'utente a comprare

CARRELLO



1-Titolo della pagina in cui ci si trova

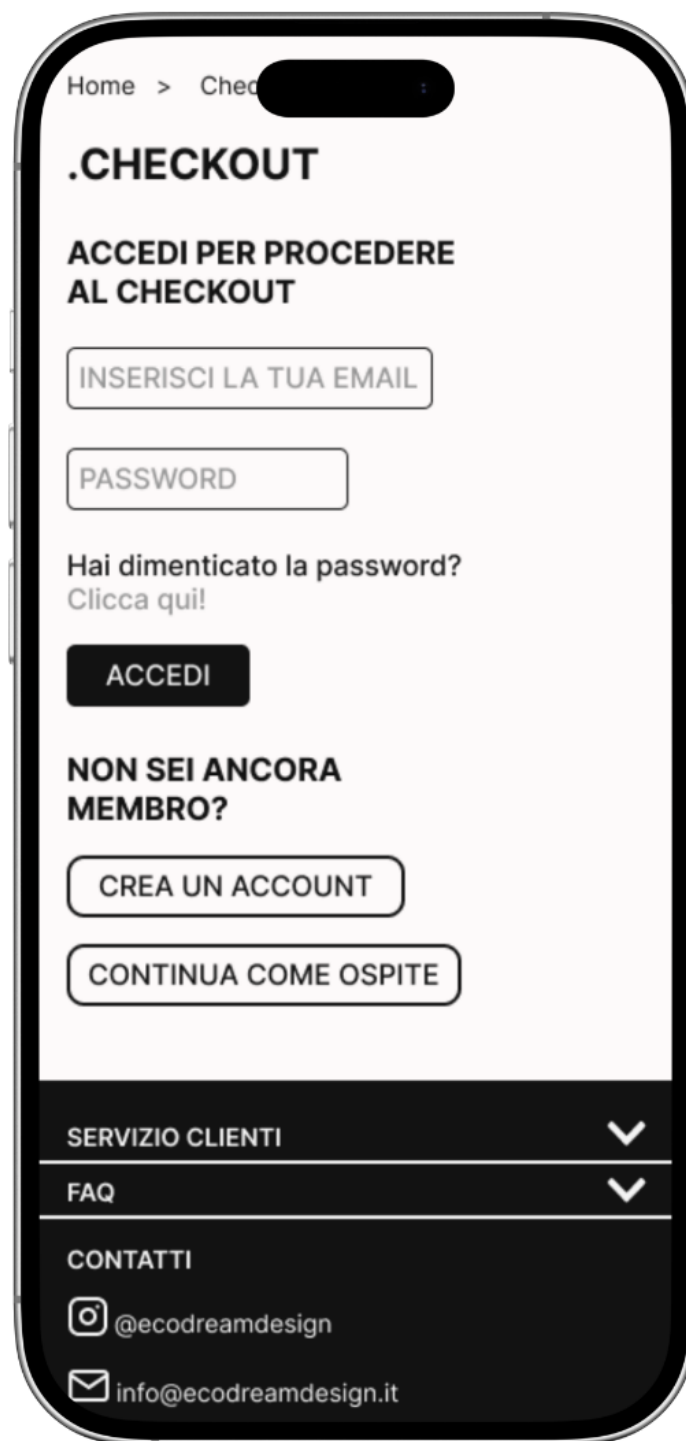
2-Recap del prodotto inserito nel carrello con la presenza di un'immagine e la possibilità di aumentare il numero o diminuirlo

3-CTA che invita da andare al **checkout**

4-Possibilità di aggiungere una promozione o una gift card

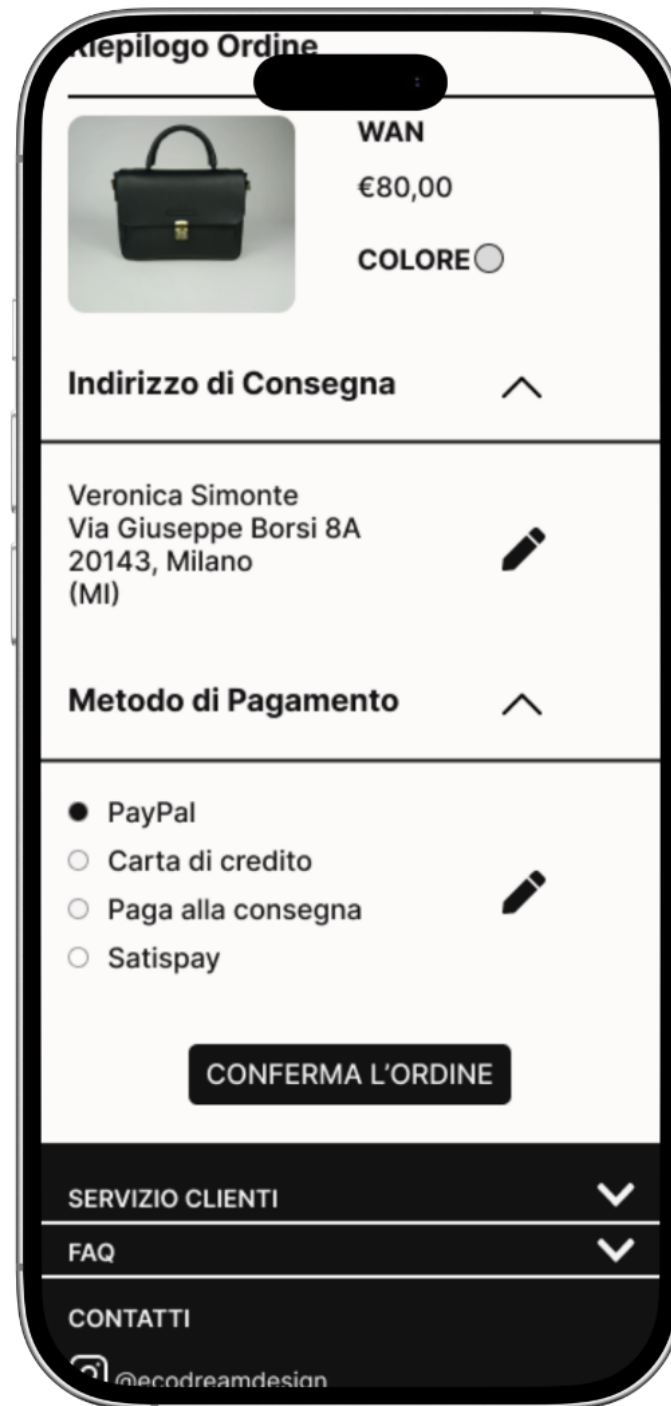
5-“Potrebbe piacerti anche” per incentivare l'utente nel mettere altri prodotti nel carrello

PRE CHECKOUT



- 1-Form da compilare per fare il **login** e procedere all'acquisto
- 2-Possibilità di creare un account per procedere all'acquisto
- 3-Possibilità di procedere all'acquisto come **ospite**

CHECKOUT



1-Riepilogo ordine

2-Sezione dove inserire l'indirizzo di consegna

3-Possibilità di selezionare il metodo di pagamento

CHI SIAMO



1-Immagini con testi nella parte inferiore che promuovono l'idea del brand, la mission, le varie tipologie di prodotti trattati e come è nato il brand e la sua idea

2-Sezione “Recensioni” con la presenza di varie recensioni e la data per dare maggiore idea di affidabilità del brand

CONTATTI



1-Sezione “Contattaci” in cui è possibile mandare una mail al brand e iscriversi alla Newsletter

2-Sezione Showroom e Lab in cui viene specificato l’indirizzo per poterli raggiungere

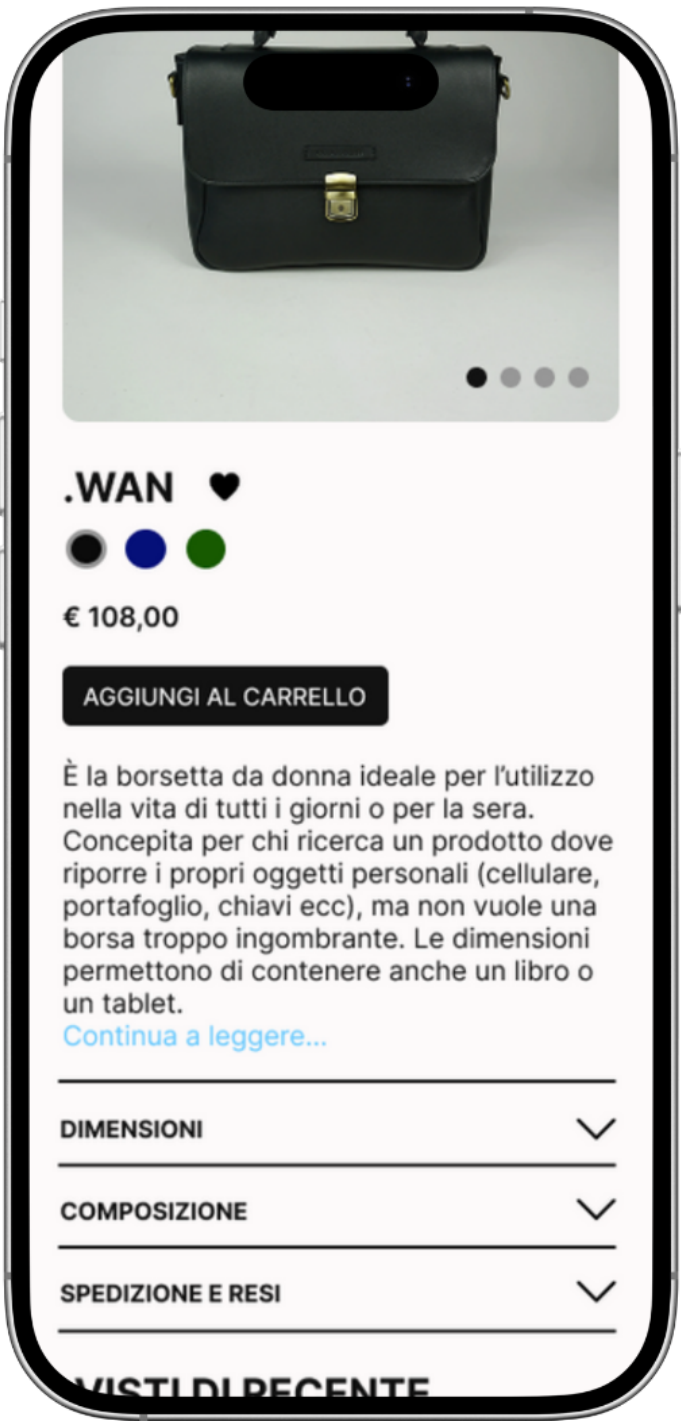
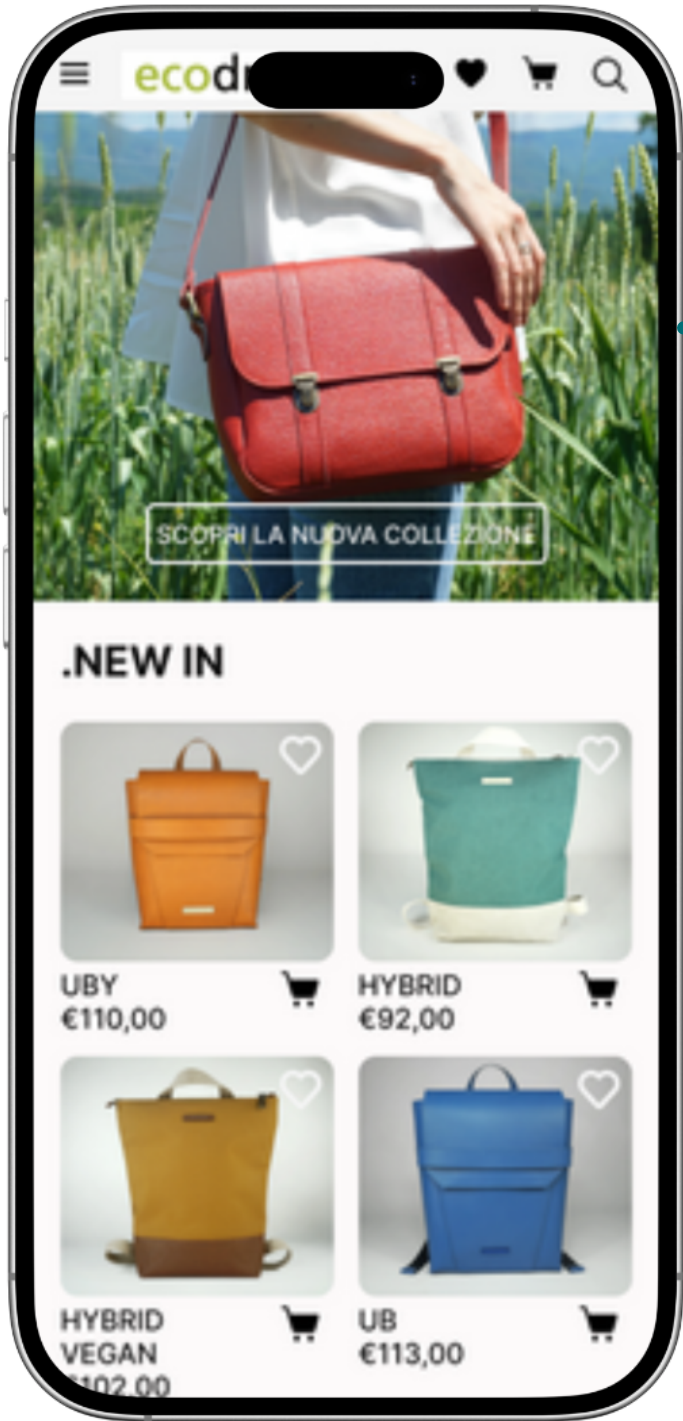
3-Sezione Whatsapp per poter avere una comunicazione diretta

4-Sezione Mail e Numero

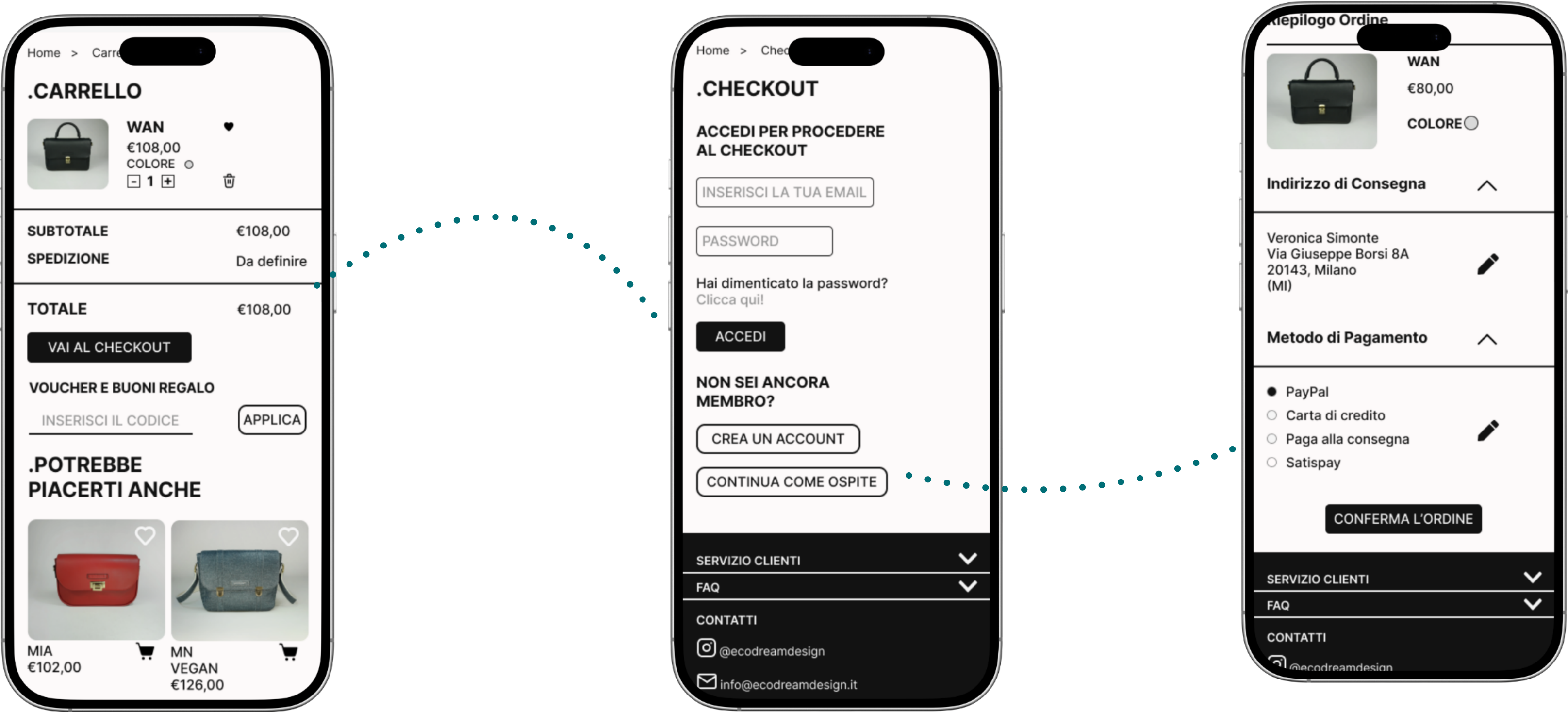
5-Possibilità di inserire il CAP per trovare il **Retail** più vicino

USER FLOW

In questo **Wireflow** l'utente ha aperto **l'Homepage** del sito Ecodream e, invogliato dalla Hero image e dalla CTA "Chi siamo" vi clicca per sapere di più dell'etica del brand e della sua storia. Dopo aver compreso la mission del brand e aver visto le recensioni, ha cliccato su "**Shop**" per poter vedere tutti i prodotti. Dopo aver filtrato solo la categoria "**Borse**" e trovato un modello di suo gusto vi ha cliccato sopra aprendo così la **Scheda del prodotto** dove vi sono tutte le specifiche tecniche.



Successivamente ha aggiunto il prodotto al **carrello** per ultimare l’acquisto e andare al **checkout**. Dopo aver fatto l’accesso come ospite ha selezionato il metodo di pagamento, ha inserito il proprio indirizzo e ha effettuato l’ordine.



Dopo aver confermato l’ordine, l’utente va nella pagina **contatti** per chiedere informazioni riguardo un altro prodotto e decide di contattare il brand su whatsapp.



GRAZIE MILLE!

VERONICA SIMONTE