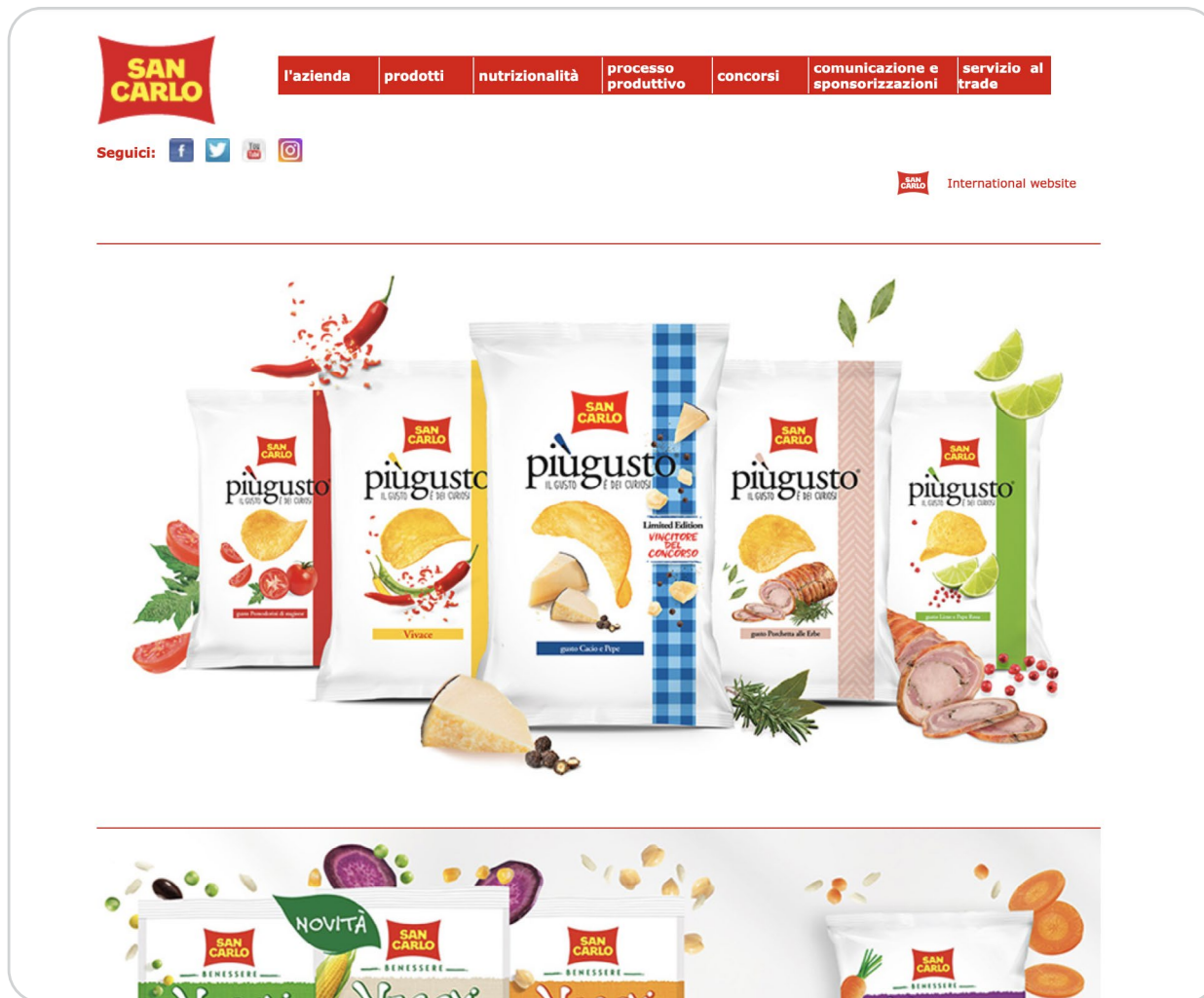




UN SITO CHE ASCOLTA, IL REDESIGN DIGITALE DI SAN CARLO

UX/UI Case Study

Perché ripensare il sito San Carlo?



- confusionario
- poco accessibile
- nessun dialogo utente

www.sancarlo.it

Discovery

La fase di Discovery è il primo step del design process, in cui raccogliamo informazioni e insight attraverso la ricerca sugli utenti.

In questa fase, identifichiamo i loro bisogni e le principali sfide, ponendo le basi per soluzioni efficaci e mirate.

Usabilità

- 1 - Apprendibilità
- 2 - Efficienza
- 3 - Memorabilità
- 4 - Errori
- 5 - Soddisfazione

User Personas

Tenendo conto degli esiti del sondaggio, ho definito i bisogni e le necessità dell'utente

1 Analisi Euristica

Analisi dei punti di forza e debolezza del sito

2

3 Sondaggio

Questionario sottoposto a **22 partecipanti**, reclutati tramite canali social, composto da un totale di **9 domande**.
Il tool utilizzato è **Google Form**.

4

5 Journey Map

Ho mappato l'esperienza degli utenti prima con il vecchio e dopo con il nuovo sito **SAN CARLO**

Quanti anni hai?

Usi spesso internet per cercare informazioni su prodotti alimentari o snack?

Cosa ti aspetti di trovare su un sito di snack?

Hai mai visitato il sito sancarlo.it?

Ritieni importanti i valori di un brand che vende snack?

Se un brand di snack offrisse la possibilità di acquistare i suoi prodotti online dal sito ufficiale lo troveresti utile?

Risultato

Target

- Il target è compreso tra i 18 e i 44 anni, seguito da una fascia più matura 55+.
- Un pubblico digitale, informato e curioso.
- Consumatori consapevoli.

Criticità

- Pochi utenti conoscono o ricordano il sito sancarlo.it, segnalando una scarsa memorabilità e promozione del sito stesso.
- Non tutti hanno poi cercato informazioni aggiuntive online riguardo i concorsi. Questo mostra un gap di connessione tra offline (packaging) e online (sito).

Aspettative

- Gli utenti ricercano informazioni sui prodotti, contatti e valori aziendali.
- L'acquisto diretto dal sito non viene percepito come un bisogno importante.

L'esperienza di Alice

Alice, utente attiva e ignorata

San Carlo UI/UX Case Study



Alice

24 anni - Content Creator

“Se mi viene un’idea,
la posto.”

Creativa

Impulsiva

Digitale

Influente

Cultura digitale

Mobile



Desktop



Bio

- Alice vive a Milano e crea contenuti su TikTok legati al food, condivide ricette super golose e testa tutte le novità del momento.

Obbiettivi

- Proporre un nuovo gusto a San Carlo.
- Creare un contenuto originale e virale.
- Entrare in contatto con un brand disponibile al dialogo.

Necessità

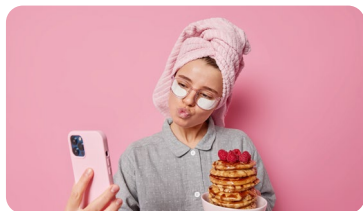
- Avere accesso rapido a un punto di contatto.
- Trovare uno spazio per l’iniziativa o la proposta.
- Sentirsi accolta da un brand aperto e smart.

Frustrazioni

- Mancanza di sezioni dedicate a idee o community.
- Contatti generici e assenza di form.
- Un sito che non incoraggia il dialogo creativo.

Il viaggio di Alice

San Carlo UI/UX Case Study



Alice

24 anni - Content Creator

Fase	Scoperta	Esplorazione	Interazione	Abbandono
Azioni	Alice sta progettando un contenuto dove propone un nuovo gusto di patatine. Vuole capire se San Carlo prende in considerazione idee dal pubblico.	Cerca “San Carlo” su Google e atterra sul sito. Naviga l’homepage ma non trova nessuna CTA evidente, community o idee.	Cerca la sezione contatti, impossibile da trovare. C’è una sezione “sponsorizzazioni” ma cliccandovi scopre che non è quello che si aspettava.	Esce dal sito. Decide di accantonare l’idea o di proporla nuovo gusto ad altri brand.
Emozioni	Speranzosa Inizia la ricerca pensando di trovare ciò che le serve.	Confusa L’entusiasmo cala, non c’è apertura al contatto.	Frustrata Non trova la sezione “contatti” da nessuna parte.	Sfiduciata Si sente ignorata come cliente e come fan del prodotto.
Pain point	Il sito risulta obsoleto.	Il sito è poco chiaro e l’architettura dell’informazione non è di facile comprensione.	Sezione contatti è in una posizione poco intuitiva.	L’esperienza utente è stata pessima non portandola a proseguire
Opportunità	Rimodernare il sito.	Riorganizzare la scala gerarchica delle informazioni.	Aggiungere la sezione contatti ben visibile nella Navbar.	

Problematiche emerse

La navigazione è poco intuitiva. Le sezioni importanti (es. contatti, concorsi, info prodotti) sono difficili da trovare e l'architettura informativa è piatta e disorganizzata.

La presenza di PDF è eccessiva. I regolamenti e schede nutrizionali sono nascosti in documenti esterni, poco pratici e non leggibili da mobile.

Mancanza di indicazioni durante l'esperienza, nessuna guida all'azione o CTA visibile. L'utente è lasciato solo nei momenti decisivi (partecipazione, invio idee, ricerca info).

La sezione contatti è inaccessibile e difficile da trovare, non invita al dialogo o alla proposta.

L'esperienza utente è compromessa da PDF e layout non responsive, soprattutto per utenti da smartphone.

Soluzioni proposte

Riorganizzare la struttura del sito rendendo visibili e facilmente raggiungibili le sezioni chiave tramite una navbar chiara e una gerarchia informativa rivista.

Trasformare i PDF in contenuti web leggibili creando pagine dedicate per regolamenti, ingredienti, valori nutrizionali, navigabili anche da mobile.

Inserire microcopy e call to action guidate per orientare l'utente nei punti chiave del sito e nelle azioni da compiere.

Rendere i contatti più visibili posizionando la sezione nella navbar, con un tone of voice più aperto e accogliente.

Ottimizzare la versione mobile del sito adattando layout e contenuti per una fruizione fluida da smartphone, eliminando materiali non responsive.

**E se progettassimo un
sito che la ascoltasse?**

Vecchio Logo

Punti di forza

Il logo storico di San Carlo è fortemente riconoscibile grazie alla sua forma iconica e alla combinazione cromatica rosso/giallo, che richiama energia, tradizione e italianità.

Il font bold e maiuscolo comunica stabilità e presenza, rendendo il marchio immediatamente identificabile sugli scaffali.

Punti di debolezza

Nonostante la forte identità visiva, il logo risulta visivamente datato.

La composizione grafica è poco versatile in contesti digitali o responsive e trasmette un'immagine più legata al passato che all'innovazione o al linguaggio dei nuovi touchpoint digitali.



Nuovo Logo

L'obiettivo della progettazione del nuovo logo era quello di mantenere continuità visiva con lo storico marchio, pur introducendo elementi più coerenti con l'attuale identità digitale e con una comunicazione più moderna e accessibile.

Il logo è stato quindi rinnovato nel segno della riconoscibilità, ma con un aggiornamento stilistico leggero e mirato. Le linee risultano più morbide e contemporanee, rendendolo più versatile nei contesti digitali e adattabile a diversi supporti.

Uno dei cambiamenti più significativi riguarda la palette cromatica: il rosso è stato ridefinito in una tonalità più intensa e il giallo è diventato più caldo.

Queste scelte cromatiche aiutano a trasmettere energia e modernità, rafforzando allo stesso tempo la riconoscibilità del brand.



Fatto bene, da sempre.

Restyling

Il restyling proposto lavora per migliorare chiarezza, leggibilità e impatto visivo, mantenendo la coerenza con la brand identity.

Viene valorizzata la centralità del prodotto con un miglior rapporto tra grafica, testi e spazi vuoti.



Mascotte

La mascotte di San Carlo ha avuto un ruolo importante nella costruzione dell'immaginario visivo del brand, specialmente in passato.

È stata recuperata e reinterpretata come icona di identità storica, con un'estetica più moderna ma rispettosa della sua origine.



TIPOGRAFIA

Aa

Unbounded

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?
@#1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz?@#1234
567890

Regular

Medium

Bold

Black

Aa

Helvetica Neue

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ?@#1234567
890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz?@#1234567890

Light

Regular

Medium

Bold

DESKTOP

H1 48 pt

H2 40 pt

H3 36 pt

H4 32 pt

P 24 pt

Small P 20 pt

MOBILE

H1 32 pt

H2 24 pt

H3 20 pt

P 18 pt

Small P 16 pt

GRIGLIE DESKTOP

Grid

Size

10

Color

FF0000

10

%

Columns

Count

12

Color

FF0000

10

%

Type

Stretch

Width

Auto

Margin

0

Gutter

20

GRIGLIE MOBILE

Grid

Size

10

Color

FF0000

10

%

Columns

Count

4

Color

FF0000

10

%

Type

Stretch

Width

Auto

Margin

0

Gutter

20

UI Kit Desktop e Mobile

San Carlo UI/UX Case Study

COLOR PALETTE

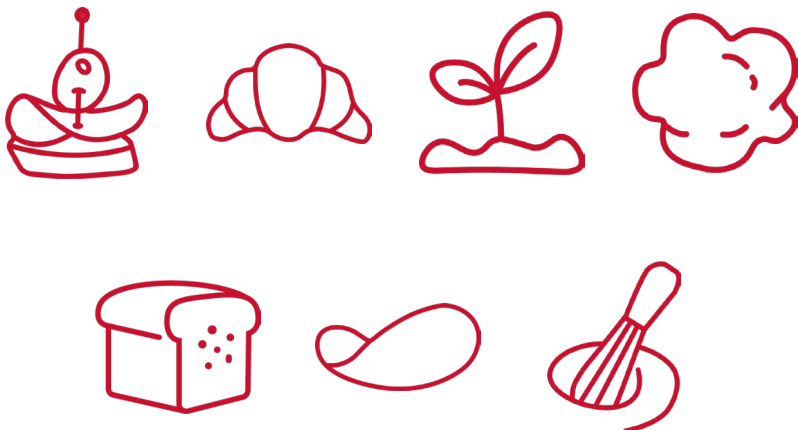
FDFDFD

C8102E

030303

FFC72C

ICONE



BOTTONI DESKTOP

primario

secondario

Bottone

Bottone

Bottone

Bottone

Layout

W 200

H 45



☒ Clip content

BOTTONI MOBILE

primario

secondario

Bottone

Bottone

Layout



W 150



H 45





Homepage - Desktop



Homepage - Mobile

Il nuovo viaggio di Alice

San Carlo UI/UX Case Study



Alice

24 anni - Content Creator

Fase	Scoperta	Esplorazione	Interazione	Conclusione
Azioni	Alice sta progettando un contenuto dove propone un nuovo gusto di patatine. Vuole capire se San Carlo prende in considerazione idee dal pubblico.	Cerca “San Carlo” su Google e atterra sul sito. Naviga l’homepage incuriosita da sito.	Clicca sulla sezione contatti della Navbar	Invogliata dalla CTA compila il form e invia la sua idea.
Emozioni	Speranzosa Inizia la ricerca pensando di trovare ciò che le serve.	Ottimista Il brand le piace e trova il sito molto coinvolgente.	Felice Trova la sezione “contatti” con facilità.	Soddisfatta Si sente considerata come cliente
Soluzioni		Il sito è ben strutturato e di facile comprensione.	La sezione contatti è in una posizione intuitiva.	L’esperienza utente è stata ottima.

User test

Ho testato il prototipo con utenti reali per valutare l'usabilità e l'efficacia dell'interfaccia e per identificare eventuali problemi, garantendo un design più intuitivo e funzionale.



SAN CARLO USER TEST

Realizzato con la piattaforma "Maze"

TESTER
5

TASK: 4

- Scoprire la storia del brand
- Esplorare un prodotto della gamma
- Scoprire un concorso e scoprire come partecipare
- Contattare l'azienda per una proposta

Test moderato

Il test consente di:

- Chiarire obiettivi e contesto all'utente
- Porre domande di follow-up dopo ogni task
- Raccogliere insight qualitativi durante il pensiero ad alta voce
- Osservare emozioni, esitazioni, logica d'azione

È importante che gli utenti si sentano liberi di criticare, sbagliare, proporre. Il mio compito, come moderatrice, è stato quello di accompagnarli con empatia e attenzione.

01 Scoprire la storia del brand

PROMPT

“Cerca nel sito le informazioni che raccontano la storia di San Carlo. Prova a capire cosa distingue questo brand dagli altri nel settore alimentare.”



100%



0%



16,7%



5.7s

L'attività è risultata facilmente eseguibile da parte di tutti i partecipanti, indicando una buona progettazione dell'interazione e una corretta architettura delle informazioni.

Un utente ha evidenziato un livello di coinvolgimento percepito inferiore, suggerendo una possibile opportunità di ottimizzazione in termini di contenuto o micro-interazioni per aumentare l'engagement.

Gli altri quattro utenti hanno espresso feedback positivi sull'esperienza, apprezzandone la chiarezza e l'intuitività.

02 Esplorare un prodotto della gamma

PROMPT

“Naviga tra i prodotti e scegli la classica. Prova a capire che tipo di prodotto è, cosa contiene e a chi potrebbe piacere.”



100%



0%



9,1%



19,4s

Tutti e cinque i partecipanti hanno completato la task con successo, senza esitazioni né errori.

Questo risultato evidenzia un'efficace leggibilità semantica dei label e una struttura di navigazione coerente con le aspettative degli utenti.

03 Scoprire un concorso e capire come partecipare

PROMPT

“Cerca il concorso attivo sul sito. Leggi le istruzioni e cerca di capire come partecipare e se ci sono premi.”



100%



0%



0%



2,3s

La task è stata eseguita correttamente da tutti i partecipanti, confermando una buona usabilità del flusso associato.

È emersa tuttavia una criticità qualitativa: un utente ha segnalato un'insufficiente profondità informativa, suggerendo l'opportunità di integrare contenuti descrittivi più dettagliati per migliorare la percezione di affidabilità e completezza.

04 Contattare l'azienda per una proposta

PROMPT

“Trova nel sito un modo per contattare San Carlo e manda la tua idea per un nuovo gusto.”



100%



0%



0%



10,3s

L'interazione è stata portata a termine correttamente da tutti gli utenti, dimostrando un'adeguata funzionalità del percorso.

Nonostante ciò, un partecipante ha riscontrato ambiguità nella comprensione del bottone d'azione, evidenziando una possibile criticità legata alla nomenclatura o alla visibilità del componente.

Si suggerisce di valutare un affinamento microtestuale o visivo per migliorarne l'efficacia comunicativa (es. invece che “Proponi il tuo gusto!” si potrebbe valutare “Dicci la tua!”)

GRAZIE!