



**SUSTAINABLE  
FASHION  
BRAND**

PROGETTO WIREFRAME  
PRIMA PARTE

**ECODREAM**  
per una moda sostenibile

Federico Noviello

# INDICE

RIEPILOGO OPPORTUNITA'	01
WIREFRAME DESKTOP: HEADER & FOOTER	02
HOMEPAGE	03
ABOUT US	06
SHOP	07
CATALOGO	08
SCHEDA PRODOTTO	09
CARRELLO	10
CHECKOUT	11
WIREFLOW + SITEMAP	12

# RIEPILOGO DELLE OPPORTUNITA'

Recap delle opportunità emerse dalla fase di Discovery

## OPPORTUNITA'

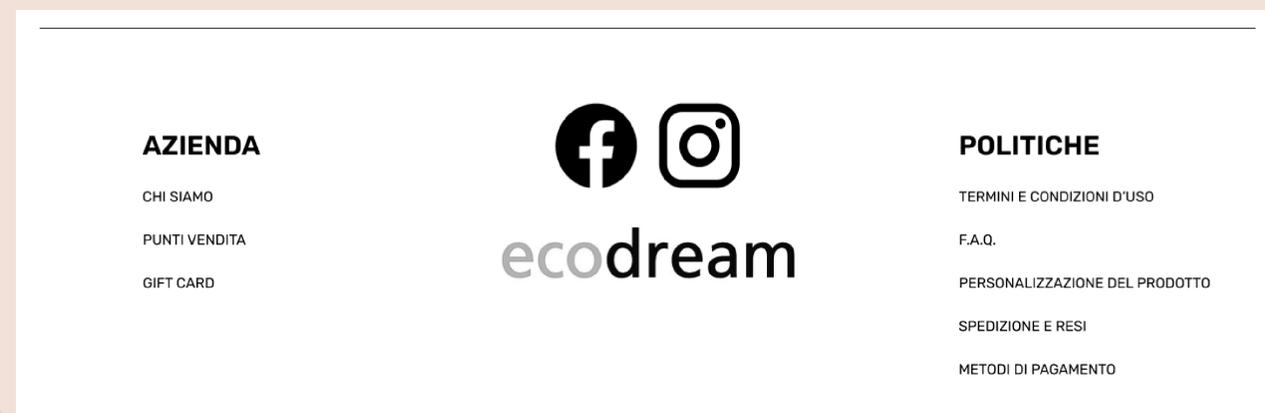
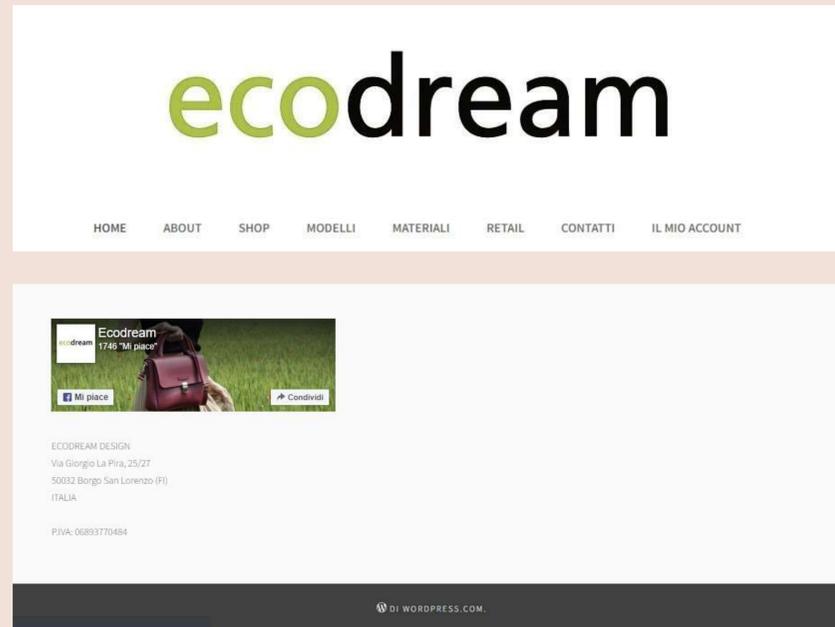
- Aggiunta di una sezione per iscriversi alla Newsletter
- Riordinamento delle tre sezioni in una sola chiamata «SHOP»
- Riorganizzazione della gerarchia dei prodotti all'interno della sezione «SHOP»
- Riposizionamento dell'icona del carrello
- Implementazione di una barra e di filtri per semplificare la ricerca dei prodotti
- Aggiunta del link social di Instagram all'interno del footer
- Introduzione di una live chat
- Implementazione di una Wishlist (lista desideri)
- Aggiunta di una sezione F.A.Q. all'interno del footer
- Introduzione delle recensioni per ogni prodotto

# WIREFRAME ECODREAM - DESKTOP

Realizzazione di otto Wireframe hi-fi attraverso l'implementazione delle opportunità emerse

## SEZIONI MENU' E FOOTER

Analisi, descrizione e confronto tra le sezioni «MENU'» e «FOOTER» presenti all'interno della versione ufficiale del sito e quelli invece situati all'interno dei wireframe in questione.



## WIREFRAME COMPLETO



### VERSIONE UFFICIALE

- Nella versione ufficiale, il menù presenta all'interno dell'header ciascuna sezione principale presente nel sito, non ricorrendo mai all'utilizzo di icone rappresentative.
- Il footer non presenta alcuna informazione riguardante il brand, ma esclusivamente il link social della pagina Facebook e l'indirizzo fisico dello store ufficiale.

### NUOVA VERSIONE

- La nuova versione presenta un header più sintetico e schematico, infatti si possono visualizzare solamente tre sezioni principali:
  - «SHOP»
  - «ABOUT»
  - «CONTATTACI»

Più quattro icone a rappresentare rispettivamente:

- Barra di ricerca
- Account
- Wishlist
- Carrello.

- Per quanto riguarda il footer, è possibile visualizzare le informazioni principali riguardanti il brand tramite la sezione «AZIENDA» e le politiche adottate da essa all'interno della sezione omonima.

Inoltre sono state aggiunte le icone di Facebook e Instagram, che rappresentano i link alle rispettive pagine social e il logo ufficiale del brand.

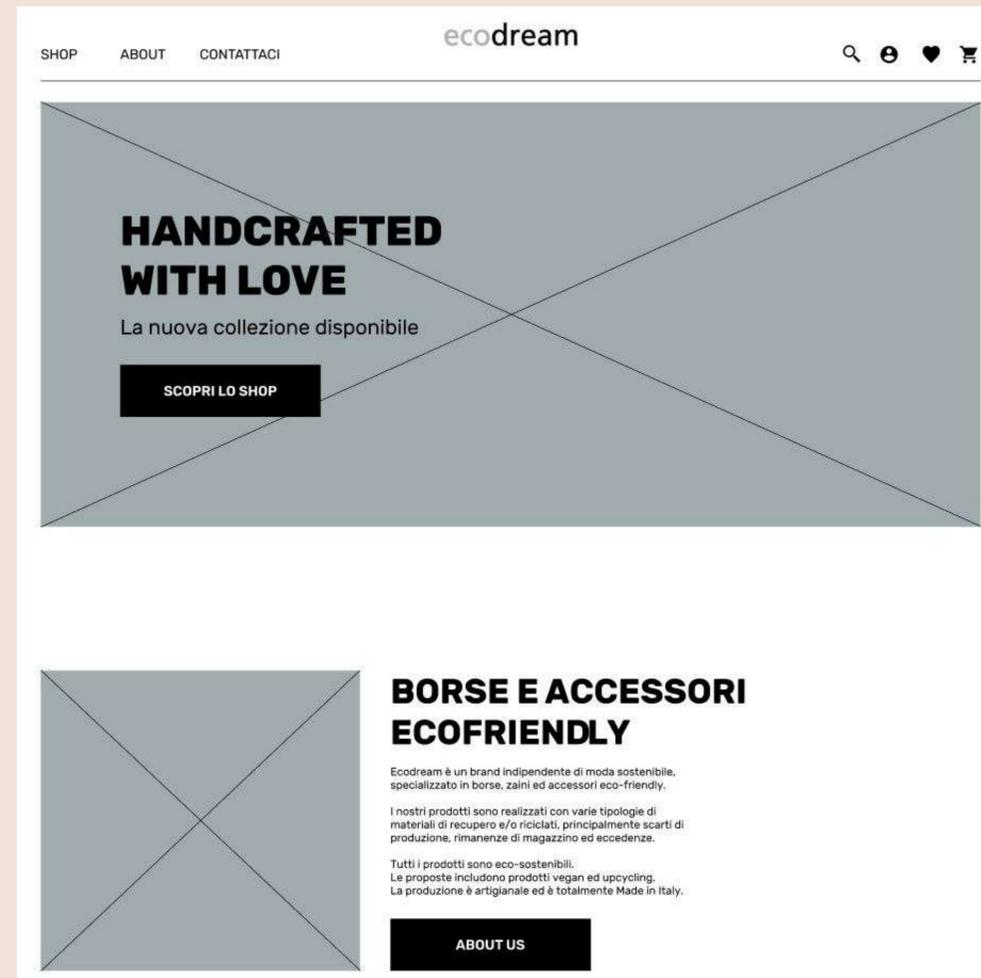
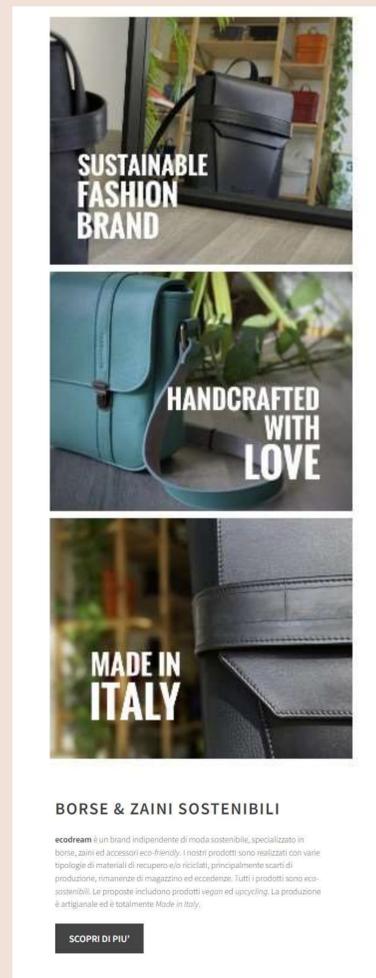
# HOMEPAGE

## Prima Parte

### SEZIONE HOMEPAGE (PRIMA PARTE)

Analisi e descrizione del layout della HOMEPAGE di Ecodream.

Introduzione e spiegazione delle modifiche apportate tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



### VERSIONE UFFICIALE

- Inizialmente la Homepage presenta tre immagini posizionate in maniera verticale occupando subito uno spazio importante, ciascuna di esse contiene un link che porta alla sezione «SHOP». Il fattore in risalto è la mancanza di un bottone o di una CTA necessari a orientare l'utente all'interno della pagina.

### NUOVA VERSIONE

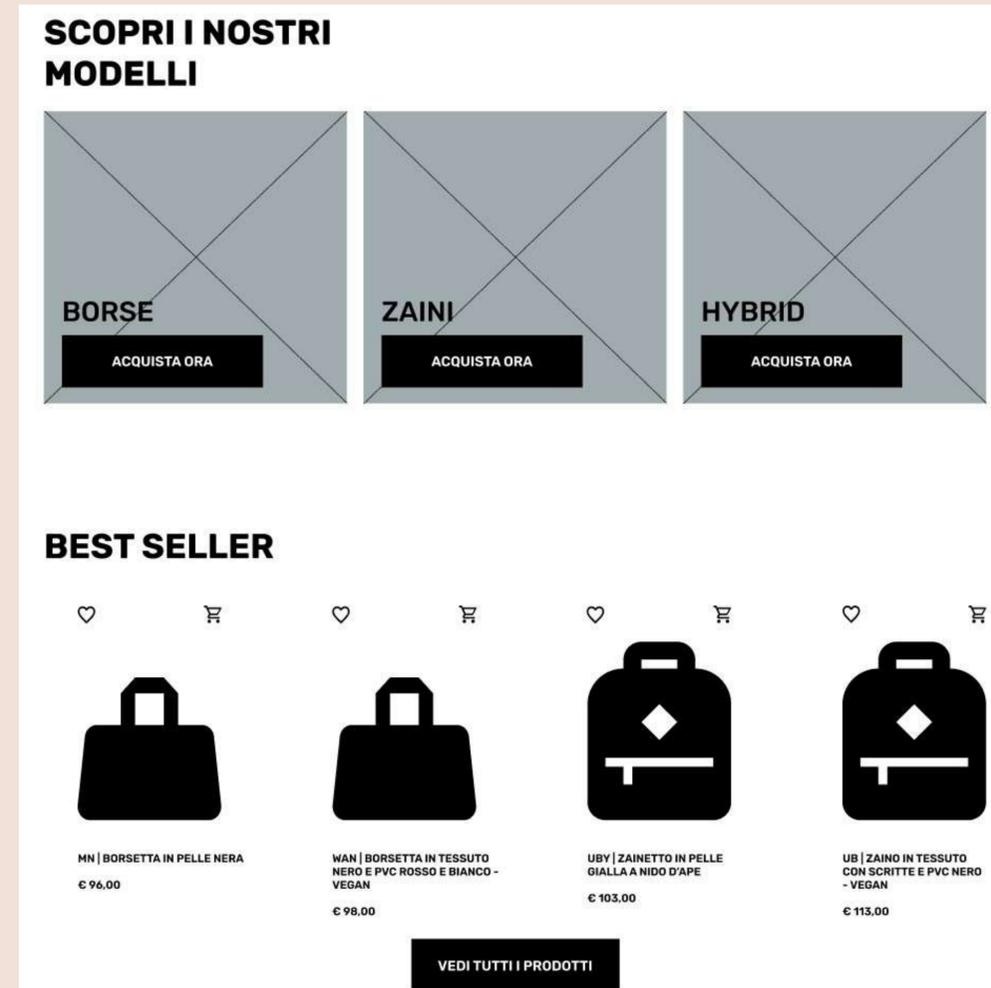
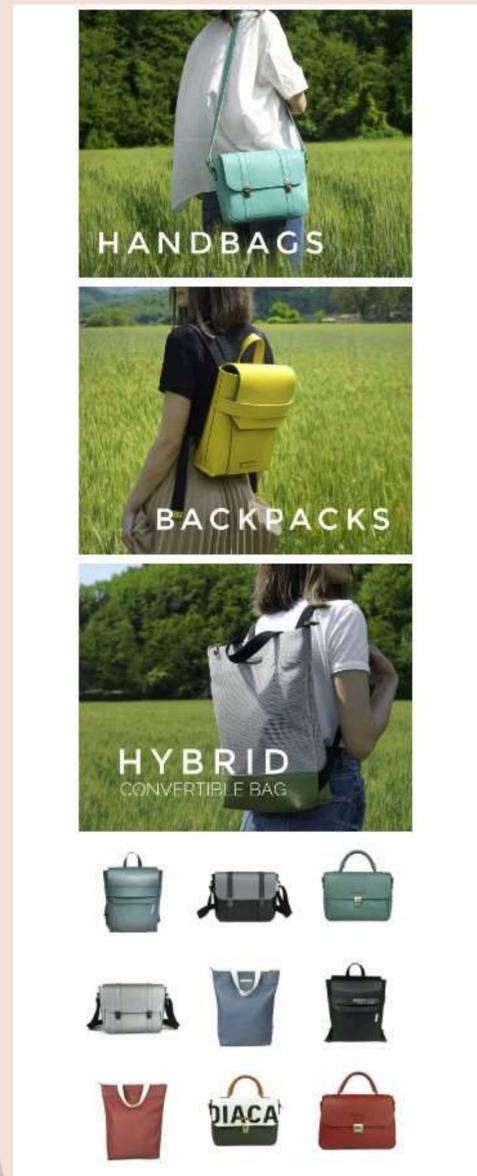
- All'interno della nuova versione è stata strutturata una «HERO SECTION» a scorrimento laterale, organizzata in maniera tale da contenere le tre immagini. Ognuna di esse possiede una CTA che porta alla sezione «SHOP». Grazie a questo elemento d'impatto, l'utente sarà invogliato ad approfondire immediatamente le pagine ad esso collegate.
- Lo spazio dedicato all'introduzione della realtà del brand è stato modificato grazie all'aggiunta di un immagine laterale per fornire maggior risalto alla descrizione.

# HOME PAGE

## Seconda Parte

### SEZIONE HOMEPAGE (SECONDA PARTE)

Analisi e descrizione del layout della HOMEPAGE di Ecodream.  
Introduzione e spiegazione delle modifiche apportate tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



### VERSIONE UFFICIALE

- In seguito alla presentazione del brand, sono presenti altre tre immagini, ciascuna contenente un link che porta alla rispettiva pagina dedicata. Una volta aperte le pagine in questione, si possono visualizzare esclusivamente delle immagini di poca utilità per l'utente.
- Sotto le tre immagini dei modelli di riferimento, è presente un blocco di immagini che rappresentano alcuni dei prodotti disponibili all'interno del catalogo. Cliccando sopra una di esse si visualizza esclusivamente un'anteprima del prodotto.

### NUOVA VERSIONE

- All'interno della nuova versione è possibile visualizzare un allineamento orizzontale delle tre anteprime dei modelli principali. Ognuna di esse presenta un titolo, il quale corrisponde al modello in questione e una CTA che porta direttamente alla pagina dello shop ad esso dedicata.
- Il blocco delle immagini dei prodotti è stato sostituito da una sezione «BEST SELLER», che racchiude i prodotti più venduti e una CTA che porta alla relativa pagina dello shop.  
L'anteprima del prodotto mostra:
  - Foto del modello
  - Nome e tipologia del modello
  - Prezzo
  - Recensioni
  - Icona Wishlist
  - Icona Carrello

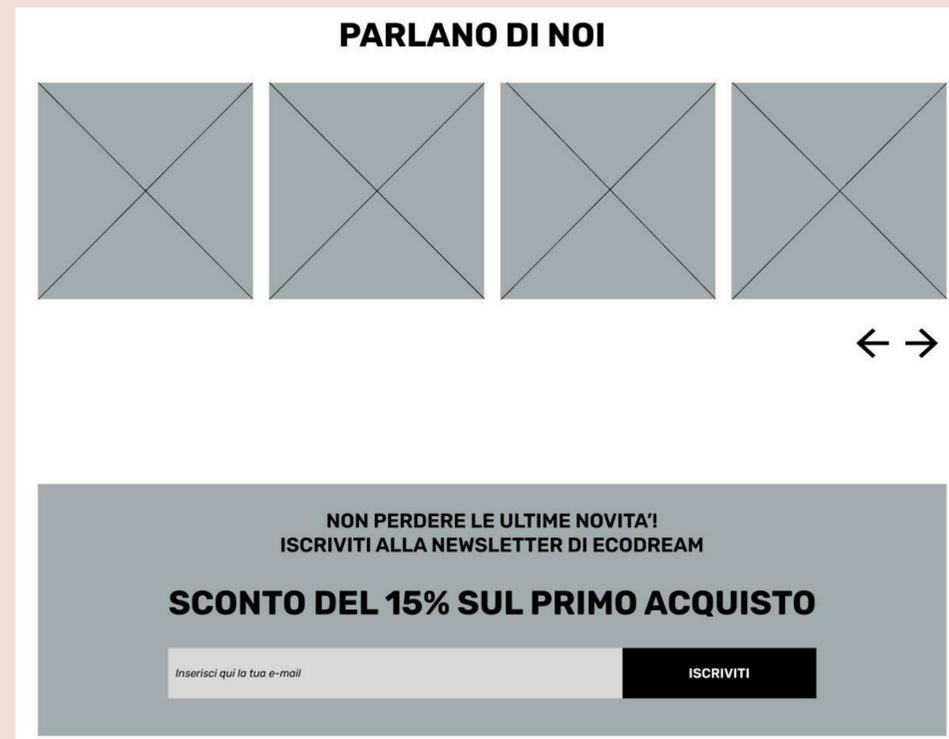
Una volta cliccata l'anteprima, si aprirà la pagina «scheda prodotto», che contiene tutte le informazioni riguardanti l'articolo scelto.

# HOME PAGE

## Terza Parte

### SEZIONE HOMEPAGE (TERZA PARTE)

Analisi e descrizione del layout della HOMEPAGE di Ecodream.  
Introduzione e spiegazione delle modifiche apportate tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



### VERSIONE UFFICIALE

- Successivamente sono presenti altre immagini contenenti link interni che portano l'utente all'interno di diverse sezioni del sito (Showroom, Retail, Lab, Upcycling). Questo continuo scorrimento verticale di immagini rende la navigazione piuttosto lenta e pesante, poiché costringe l'utente a uno scroll infinito a causa dell'elevata lunghezza della pagina.
- Infine la parte finale della Homepage presenta i loghi delle diverse testate giornalistiche che hanno dedicato o citato Ecodream nei propri articoli e le iniziative alle quali il brand aderisce.

### NUOVA VERSIONE

- All'interno della nuova versione non sono presenti le seguenti immagini, poiché si trovano come sottocategorie all'interno della sezione «ABOUT US».
- Per visualizzare in anteprima le testate che hanno citato Ecodream, è stato realizzato un carosello a scorrimento laterale (tramite apposite frecce) in cui è possibile dare un'occhiata ai vari loghi di esse. Ogni logo contiene un link esterno che porta direttamente all'articolo in cui viene menzionato il brand.
- Per concludere, subito sopra il footer, è stata implementata una sezione finale completamente dedicata alla newsletter. Una volta registrati, non è solamente possibile ottenere maggiori agevolazioni e rimanere sempre aggiornati sulle ultime novità; ma si ottiene anche la possibilità di usufruire di uno sconto del 15% sul primo acquisto.

# ABOUT US

## SEZIONE ABOUT US

Analisi e descrizione della sezione ABOUT US.  
Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



ECODREAM È UN BRAND INDIPENDENTE DI MODA SOSTENIBILE, SPECIALIZZATO IN BORSE, ZAINI ED ACCESSORI *ECO-FRIENDLY*. I NOSTRI PRODOTTI SONO REALIZZATI CON VARIE TIPOLOGIE DI MATERIALI DI RECUPERO E/O RICICLATI, PRINCIPALMENTE SCARTI DI PRODUZIONE, RIMANENZE DI MAGAZZINO ED ECCEDENZE. TUTTI I PRODOTTI SONO *SOSTENIBILI*. LE PROPOSTE INCLUDONO PRODOTTI *VEGAN* ED *UPCYCLING*. LA PRODUZIONE È ARTIGIANALE ED È TOTALMENTE *MADE IN ITALY*.

### L'APPROCCIO SOSTENIBILE NEL NOSTRO MODELLO D'IMPRESA

L'industria della moda è uno dei settori economici più impattanti sotto il profilo ambientale. La produzione delle materie prime necessarie alla *fashion industry* genera il consumo di un volume importantissimo di risorse del pianeta e il rilascio nell'ambiente di ingenti quantità di sostanze tossiche e dannose. Negli ultimi anni si è assistito ad un modello di consumo sempre più orientato alla *fast fashion*. I prodotti moda sono sempre più visti come un bene usa e getta, andando a generare ogni anno una quantità smisurata di rifiuti. A questo si aggiunge una rilevante quantità di materiale che le aziende della moda, e non, scartano. Materiali che potrebbero essere ancora immessi nel ciclo produttivo, ma che le aziende, per tutta una serie di ragioni, preferiscono scartare.

Il nostro brand nasce dalla volontà di avere un modello diverso rispetto a quello che ha caratterizzato il mondo della moda negli ultimi decenni.

Nel nostro operato interiorizziamo i valori della *sustainable fashion* e del movimento della *Fashion Revolution*. Per un'industria della moda che rispetti le persone, l'ambiente, la creatività e il profitto in eguale maniera, con l'obiettivo di avere un futuro più etico e sostenibile. Siamo anche stati inseriti nella *Revolution Map*, la mappa redatta da *Fashion Revolution Italia* con gli indirizzi green in Italia. [\(Clicca qui per scoprire cos'è la Fashion Revolution\)](#)

Siamo fortemente legati anche a concetti come *slow fashion* ed *ethical fashion*. Crediamo che il mondo della moda debba cambiare i paradigmi su cui si è basato fino ad ora. Vorremmo superare quel modello di moda frenetica, consumistica, focalizzata sulla quantità anziché sulla qualità. Una moda che si basa sull'acquisto d'impulso, senza un reale bisogno, sul prezzo basso a tutti i costi, a discapito di qualcuno, che dall'altra parte del mondo, sopravvive nella miseria.

Nella nostra attività seguiamo anche la filosofia dell'*upcycling*, la sperimentazione in maniera creativa del riciclo dei materiali dismessi. Il nostro progetto si è plasmato proprio su questo concetto, abbiamo scoperto come materiali del tutto estranei al mondo del *fashion*, e a tutti gli effetti percepiti come rifiuti, si prestassero ad essere impiegati in accessori moda dall'altissimo valore estetico. [\(Clicca qui per accedere alla pagina dedicata\)](#)

La nostra collocazione, nel Mugello, in provincia di Firenze, è inoltre nevralgica rispetto all'industria della moda e delle materie prime impiegate in questo settore. Ci troviamo infatti a ridosso del *distretto fiorentino della pelletteria*, polo mondiale del lusso pellettero. Adiacenti al *distretto tessile pratese*, il più grande centro tessile a livello europeo, un caposaldo per i più noti marchi internazionali della moda. A breve distanza dal *distretto conciario di Santa Croce sull'Arno*, il comprensorio del cuoio, una delle principali realtà nel campo della lavorazione conciaria a livello italiano ed internazionale. Questi territori, oltre a garantire la produzione di beni e materiali di altissima qualità, una forte tradizione ed artigianalità, genera, come effetto collaterale intrinseco ed imprescindibile, la produzione di una quantità enorme di materiale di scarto, rimanenze inutilizzate, eccedenze, materiali falliti o difettati, scarti di produzione, scampoli, campionari inutilizzabili ecc.

Il nostro progetto nasce dalla volontà di recuperare almeno una parte dei materiali che le aziende scartano. Utilizziamo i materiali dismessi, percepiti comunemente come scarti o rifiuti, cercando di valorizzare le loro qualità *(più o meno nascoste)* ed evitando che diventino un rifiuto da smaltire.

SHOP ABOUT CONTATTACI

CHI SIAMO MATERIALI UTILIZZATI PARLANO DI NOI... LAVORA CON NOI DOVE TROVARCI

Ecodream è un brand indipendente di moda sostenibile, specializzato in borse, zaini ed accessori eco-friendly.

I nostri prodotti sono realizzati con varie tipologie di materiali di recupero e/o riciclati, principalmente scarti di produzione, rimanenze di magazzino ed eccedenze.

Tutti i prodotti sono sostenibili. Le proposte includono prodotti vegan ed upcycling. La produzione è artigianale ed è totalmente made in Italy.

LA NOSTRA STORIA D'IMPRESA

L'APPROCCIO SOSTENIBILE NEL NOSTRO MODELLO D'IMPRESA

L'INDUSTRIA DELLA MODA È UNO DEI SETTORI ECONOMICI PIÙ IMPATTANTI SOTTO IL PROFILO AMBIENTALE.

La produzione delle materie prime necessarie alla *fashion industry* genera il consumo di un volume importantissimo di risorse del pianeta e il rilascio nell'ambiente di ingenti quantità di sostanze tossiche e dannose.

Negli ultimi anni si è assistito ad un modello di consumo sempre più orientato alla *fast fashion*. I prodotti moda sono sempre più visti come un bene usa e getta, andando a generare ogni anno una quantità smisurata di rifiuti. A questo si aggiunge una rilevante quantità di materiale che le aziende della moda, e non, scartano. Materiali che potrebbero essere ancora immessi nel ciclo produttivo, ma che le aziende, per tutta una serie di ragioni, preferiscono scartare.

Il nostro brand nasce dalla volontà di avere un modello diverso rispetto a quello che ha caratterizzato il mondo della moda negli ultimi decenni.

## VERSIONE UFFICIALE

- La sezione «ABOUT» si apre con un'immagine in primo piano seguita da tre icone che rappresentano i valori principali del brand (Handmade, Eco-friendly, Made in Italy) e una breve descrizione sulla realtà aziendale. In questo caso la grandezza dell'immagine toglie spazio alla descrizione iniziale.
- La pagina è «*infinitamente*» ricca di descrizioni dettagliate ed esaustive, tantoché l'utente è nuovamente costretto ad un eccessivo scroll a causa della posizionamento verticale di esse.

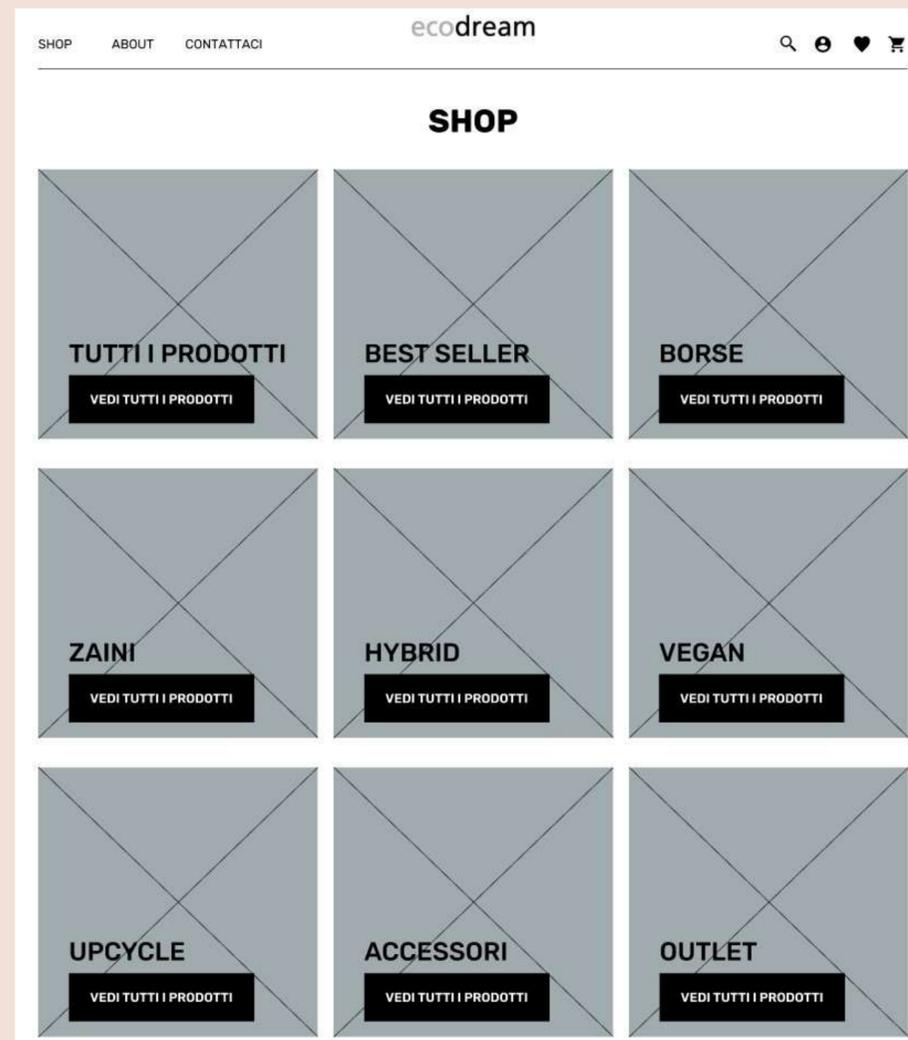
## NUOVA VERSIONE

- E' stato implementato un menù in primo piano che consente all'utente di poter visualizzare le sottosezioni che compongono la pagina «ABOUT US», in modo tale da avere una linea guida di riferimento. In seguito è stata eliminata l'immagine principale della pagina per dare maggior spazio alla descrizione iniziale.
- Grazie alla nuova versione, l'utente ha la possibilità di raggiungere ogni paragrafo descrittivo attraverso l'utilizzo di un sottomenù dotato di link interni a ciascuno di essi.
- Ogni paragrafo è costituito da un'immagine di riferimento e da una descrizione laterale. Ciascuna di esse è suddivisa in più articoli che scorrono tramite l'utilizzo delle apposite frecce poste sotto l'immagine. Ricorrendo a questo metodo è possibile alleggerire il contenuto della pagina e rendere la lettura maggiormente flessibile.

# SHOP

## SEZIONE SHOP

Analisi e descrizione della sezione SHOP.  
Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



## VERSIONE UFFICIALE

- Dalla precedente analisi, all'interno della fase Discovery, è emersa la criticità causata dalle sezioni «SHOP», «MODELLI» e dalla CTA «SHOP ONLINE» in contrasto tra loro. La versione originale dello shop si apre con una breve descrizione che spiega le linee guida principali della sezione, seguita da una serie di link che portano alla spiegazione dettagliata di ogni punto.
- L'icona del carrello è poco intuitiva e utilizzabile a causa del suo errato posizionamento, poiché è situata tra i link e il catalogo dei prodotti; inoltre si perde ogni sua traccia durante la navigazione.

## NUOVA VERSIONE

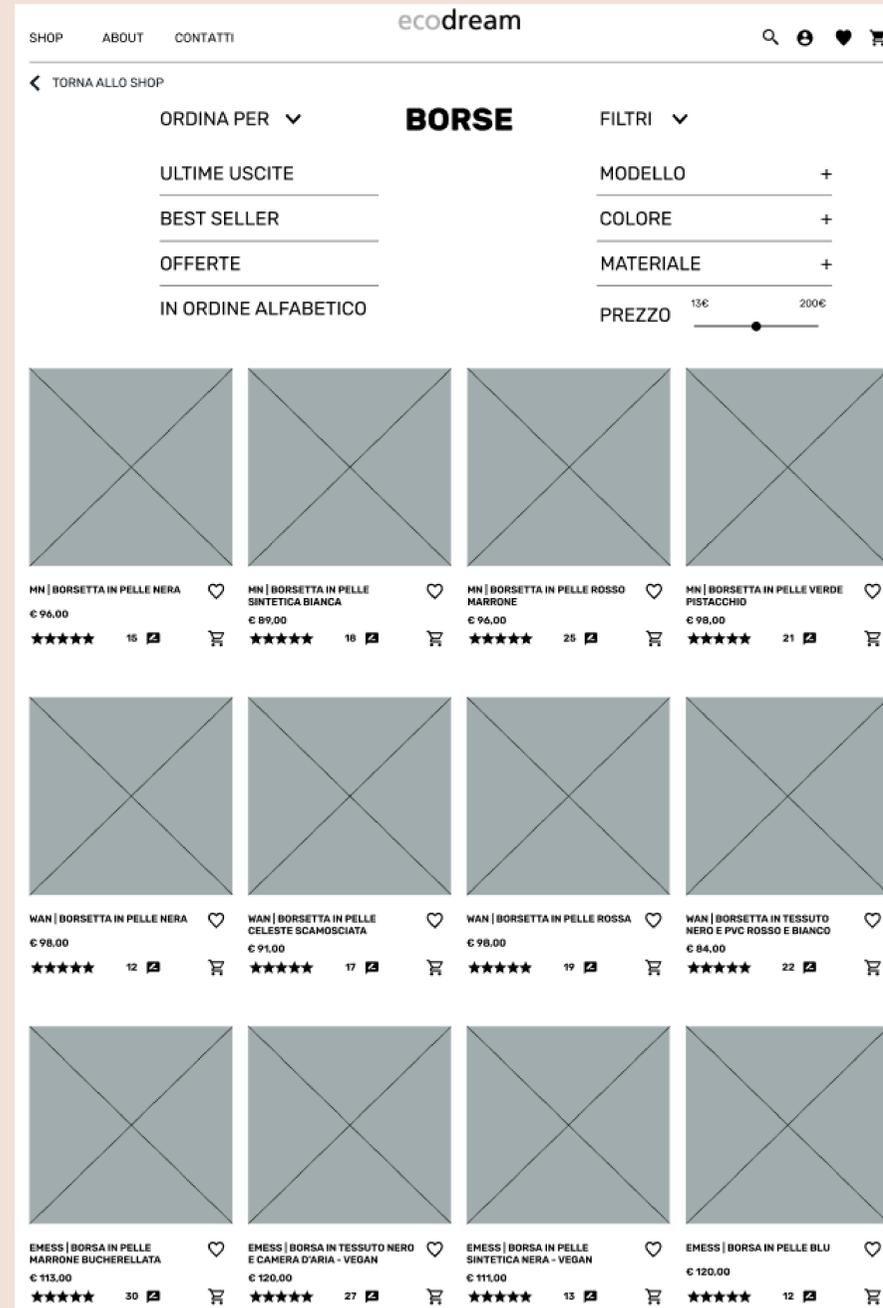
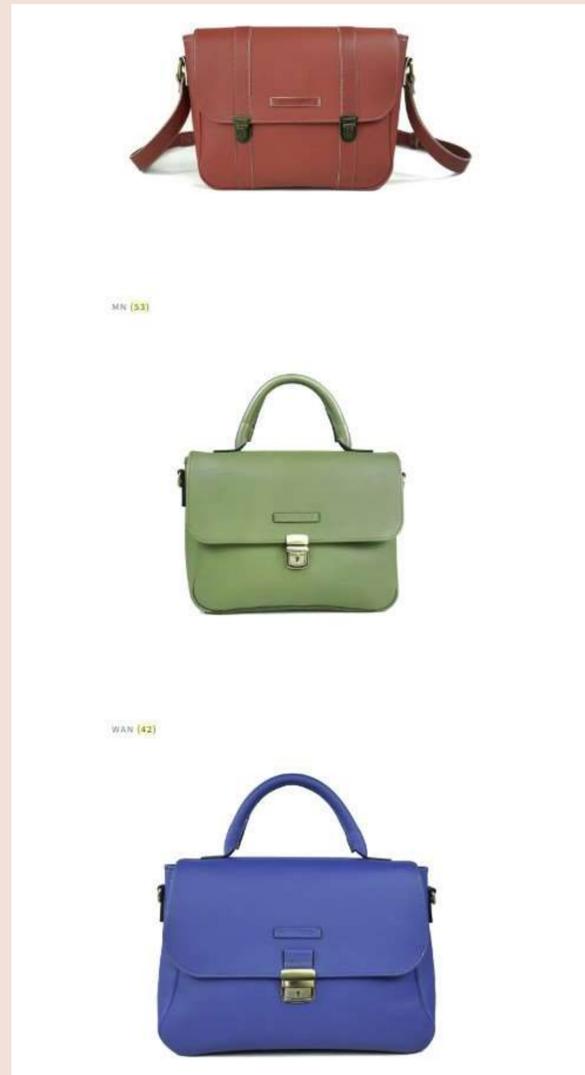
- La nuova versione presenta una sezione «SHOP» completamente rivoluzionata, infatti ogni categoria di prodotti viene rappresentata da un'immagine «simbolica» seguita a sua volta dalla relativa CTA di approfondimento.
- Grazie alla Call To Action presente per ogni modello, l'utente viene portato all'interno del singolo catalogo contenente la categoria di prodotti scelta.

# CATALOGO

## SEZIONE CATALOGO

Analisi e descrizione della sezione CATALOGO.

Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



## VERSIONE UFFICIALE

- All'interno dello Shop si può accedere ad un vasto catalogo verticale di tutti i prodotti disponibili. La navigazione risulta piuttosto pesante a causa delle elevate dimensioni delle immagini e della mancanza di filtri di ricerca.
- Il catalogo presenta un imponente spazio bianco tra una card del prodotto e l'altra, inoltre i testi che descrivono i modelli non seguono una precisa gerarchia. A livello visivo l'utente si trova in difficoltà nel comprendere a quale immagine corrisponde il titolo del testo.

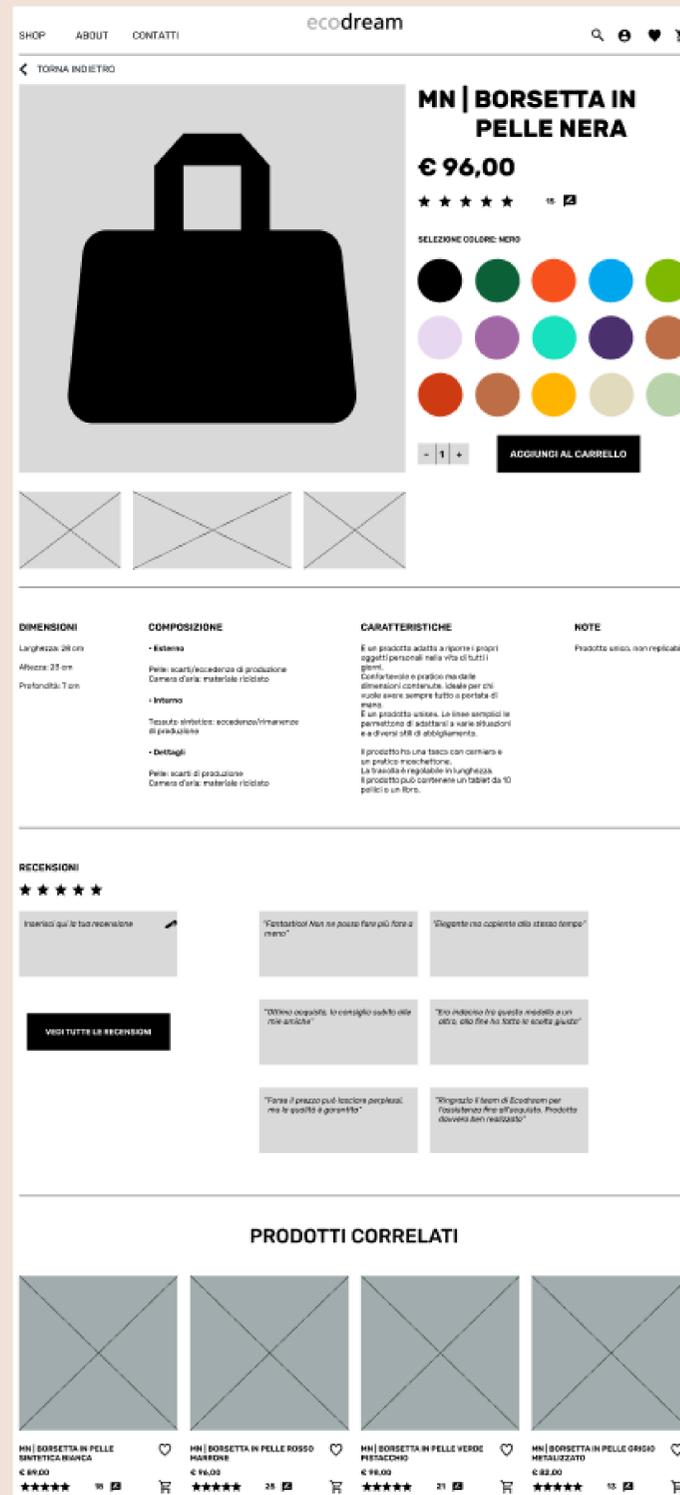
## NUOVA VERSIONE

- Nella nuova versione il catalogo viene suddiviso in più colonne, ognuna delle quali comprende quattro card del prodotto per ciascuna riga, rendendo così la navigazione molto più leggera e «snella».
- La card del prodotto è costituita da:
  - Titolo del prodotto
  - Prezzo
  - Icone Wishlist e Carrello
  - Punteggio medio di apprezzamento
  - Recensioni
- Infine sono stati aggiunti due menù a tendina (Ordina per e Filtri) grazie ai quali è possibile filtrare la ricerca, rendendola di conseguenza più semplice e rapida.

# SCHEDA PRODOTTO

## SEZIONE SCHEDA PRODOTTO

Analisi e descrizione della sezione SCHEDA PRODOTTO.  
Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.



## VERSIONE UFFICIALE

- La scheda prodotto originale è composta da numerose informazioni di dettaglio, rendendo così la lettura completa ed esaustiva. In questo caso la mancanza di una gerarchia ben definita, l'eccessivo spazio bianco tra un'informazione e l'altra e l'errato posizionamento generale degli elementi presenti, comportano una navigazione deficitaria e in completa confusione.

## NUOVA VERSIONE

- La nuova versione presenta una raffigurazione in primo piano del prodotto scelto, accompagnata da tre immagini sottostanti che lo rappresentano da altre prospettive. In questo modo si dà all'utente una visione più ampia possibile della scelta effettuata.
- L'utente possiede libertà di scelta grazie alla vasta gamma di colori presenti all'interno della tavola affianco all'immagine. Inoltre ha anche la possibilità di scegliere la quantità da acquistare grazie all'apposito contatore posto proprio sotto la tavola dei colori.
- Sotto il blocco iniziale sono presenti le varie descrizioni del prodotto, composte rispettivamente da:
  - Dimensioni
  - Composizione
  - Caratteristiche
  - Note
- Sono state aggiunte le recensioni, fondamentali per basarsi su quale prodotto acquistare o meno. Inizialmente appaiono solamente le prime sei recensioni per ogni prodotto, ma grazie alla CTA «Vedi tutte le recensioni» l'utente può visualizzare tutte quelle presenti.
- Infine è presente una sezione dedicata ai prodotti correlati posta sopra il footer.

# CARRELLO

## SEZIONE CARRELLO

Analisi e descrizione della sezione CARRELLO

Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.

**CARRELLO**

✓ "MN | borsetta in pelle nera [PRE-ORDER]" è stato aggiunto al tuo carrello. [Continua con gli acquisti](#)

PRODOTTO	PREZZO	QUANTITÀ	SUBTOTALE
 MN   borsetta in pelle nera [PRE-ORDER]	96,00€	1	96,00€

Codice pror  [APPLICA CODICE PROMOZIONALE](#) [AGGIORNA CARRELLO](#)

**TOTALE CARRELLO**

SUBTOTALE	96,00€
<b>SPEDIZIONE</b>	<input checked="" type="radio"/> Corriere espresso: <b>5,00€</b>
	<input type="radio"/> Corriere espresso - REVERSE (reso/cambio gratuiti): <b>10,00€</b>
	<input type="radio"/> Ritiro in sede
Le opzioni di spedizione saranno aggiornate al momento dell'acquisto.	
Calcola spedizione 	
<b>TOTALE</b>	<b>101,00€</b>

[Procedi con l'ordine](#)

ecodream

SHOP ABOUT CONTATTI

← TORNA ALLA SCHEDA PRODOTTO

**CARRELLO**



**RIMUOVI**

**PRODOTTO:** MN | BORSETTA IN PELLE NERA

**PREZZO:** € 96,00

**QUANTITÀ:** - 1 +

**SUBTOTALE: € 96,00**

**HAI UN CODICE PROMOZIONALE?**

**SPEDIZIONE:**  € 5,00 CORRIERE ESPRESSO  
 € 8,00 CORRIERE ESPRESSO REVENGE (RESO/CAMBIO GRATUITI)  
 RITIRO IN SEDE

**TOTALE: € 101,00** [PROCEDE CON L'ORDINE](#)

## VERSIONE UFFICIALE

- La sezione «CARRELLO» originale presenta una schermata disorganizzata a livello di disposizione degli elementi e delle informazioni, portando così l'utente a non comprendere il senso della pagina.

## NUOVA VERSIONE

- La nuova versione presenta una sezione «CARRELLO» schematica e lineare, che riassume in due parti principali l'essenza della pagina.
- La prima parte è costituita dall'immagine in primo piano del prodotto affiancata dalle informazioni generali di base (nome prodotto, prezzo, quantità) e seguita dalla CTA «Rimuovi» nel caso in cui l'utente decidesse di non procedere all'acquisto o di cambiare prodotto.
- La seconda parte è invece costituita da un blocco di informazioni divise in più paragrafi (subtotale, inserimento codice promozionale, modalità di spedizione, totale) e la CTA finale «Procedi con l'ordine», che porterà direttamente alla sezione «CHECKOUT».

# CHECKOUT

## SEZIONE CHECKOUT

Analisi e descrizione della sezione CHECKOUT

Spiegazione del redesign completo della sezione tramite la visualizzazione dei wireframe in questione.

The wireframe shows a checkout page with a header 'CHECKOUT' and a navigation bar. The main content is divided into two columns. The left column contains a 'DETTAGLI DI FATTURAZIONE' section with multiple input fields for name, address, and contact information. Below this is the 'IL TUO ORDINE' section, which includes a table with columns for 'PRODOTTO' and 'SOTTOGALILE'. The table lists items like 'Mia | Borsetta in pelle nera (M)' and 'Spedizione', with their respective prices and a total of 'TOTALE: 101,00€'. At the bottom, there are radio buttons for payment methods: 'Carta di credito/debito', 'Bonifico bancario', and 'PayPal'. A large 'EFFETTUA ORDINE' button is at the bottom right.

The wireframe shows a checkout page for 'ecodream'. The header includes 'SHOP ABOUT CONTATTI' and a search icon. A navigation link 'TORNA AL CARRELLO' is on the left. The main heading is 'CHECKOUT'. The page is divided into three main sections: 'DETTAGLI DI FATTURAZIONE' on the left, 'IL TUO ORDINE' in the center, and 'METODI DI PAGAMENTO' at the bottom. The 'DETTAGLI DI FATTURAZIONE' section has a 'Nome' and 'Cognome' field, a 'Paese/Regione' dropdown, a 'Comune di Residenza' field, a 'Provincia' dropdown, an 'Indirizzo e Civico' field, a 'C.A.P.' and 'Telefono' field, and an 'Indirizzo e-mail' field. The 'IL TUO ORDINE' section features a central image of a black handbag, the text 'MN | BORSETTA IN PELLE NERA', and a summary: 'QUANTITA': 1 € 96,00', 'SPEDIZIONE: € 5,00', and 'TOTALE: € 101,00'. A large black button with white text 'EFFETTUA ORDINE' is positioned below the summary. The 'METODI DI PAGAMENTO' section includes radio buttons for 'Carta di credito/debito', 'Bonifico Bancario', and 'PayPal'. The 'Carta di credito/debito' section has fields for 'Numero Carta' (1234 1234 1234 1234), 'Scadenza' (MM/AA), and 'CVC' (123).

## VERSIONE UFFICIALE

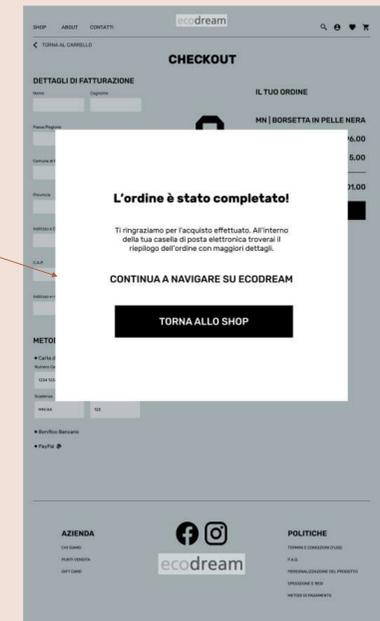
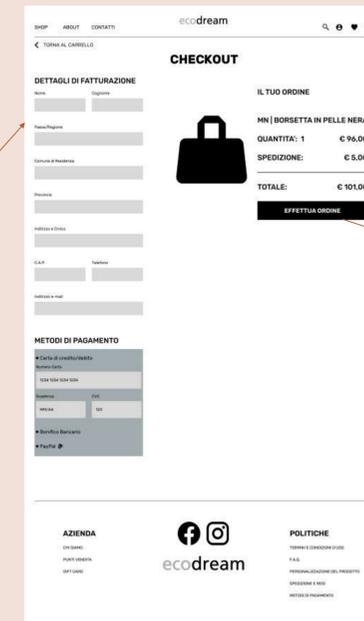
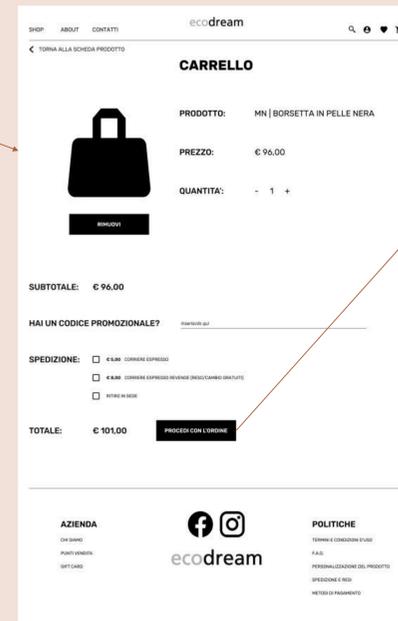
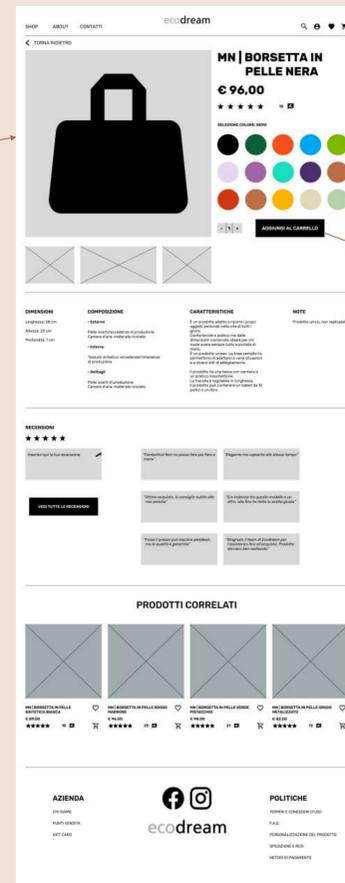
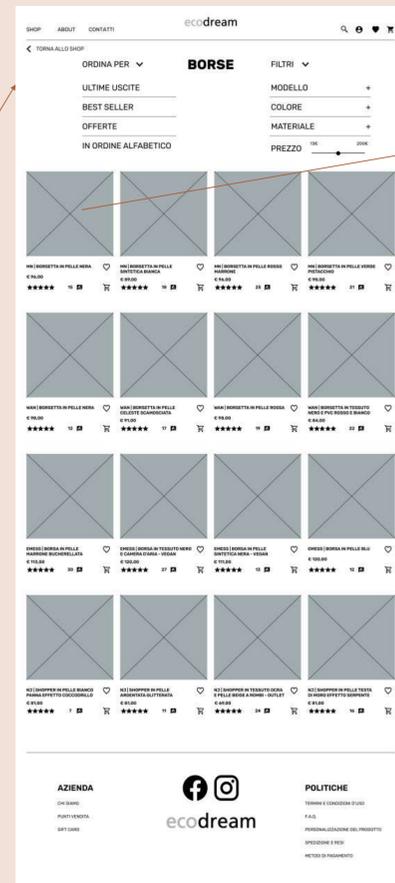
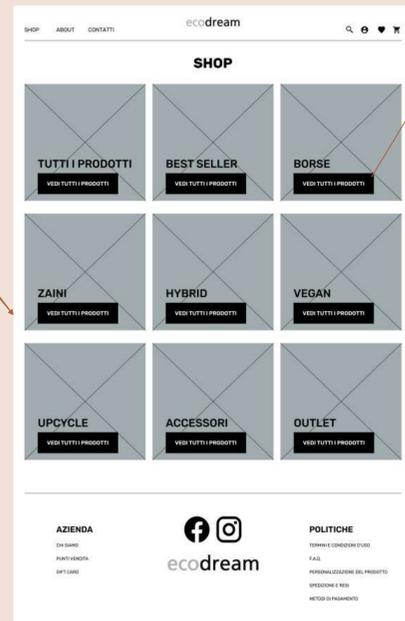
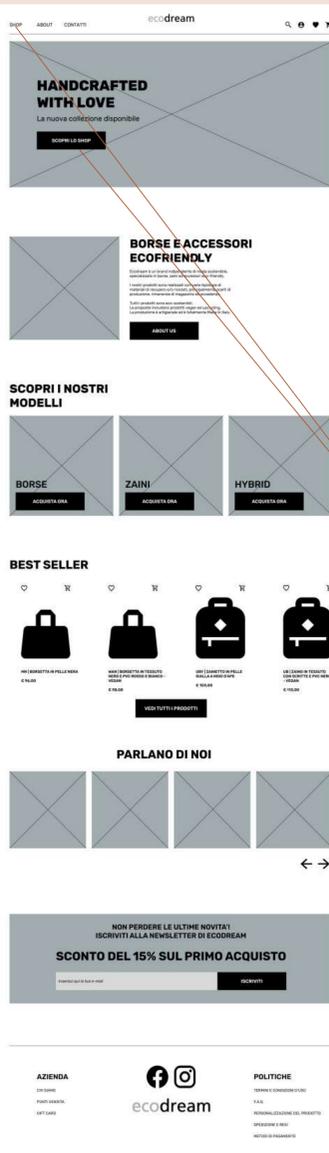
- Nel complesso il layout della pagina è gestito bene, anche se le sezioni «Dettagli di Fatturazione» e «Spedire ad un Indirizzo Differente» risultano in contrasto tra loro a causa dell'allineamento troppo avvicinato.

## NUOVA VERSIONE

- La nuova versione presenta una sezione «CHECKOUT» più semplice e pulita; divisa in due colonne, presenta all'interno di quella di sinistra tutti i form d'inserimento dati (dettagli di fatturazione, metodi di pagamento), mentre in quella di destra il riepilogo finale dell'ordine con annessa CTA «Effettua Ordine» per concludere l'acquisto.

# WIREFLOW

Rappresentazione visiva del percorso compiuto dall'utente



QUI la sitemap aggiornata



HANDBAGS



BACKPACKS

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



HYBRID  
CONVERTIBLE BAG

PROGETTO WIREFRAME  
PRIMA PARTE

Federico Noviello

PROGETTO WIREFRAME  
SECONDA PARTE



**ECODREAM**  
per una moda sostenibile

Federico Noviello

# INDICE

WIREFRAME MOBILE: HEADER & FOOTER	01
HOMEPAGE	02
ABOUT US	03
SHOP – CATALOGO	04
SCHEDA PRODOTTO	05
CARRELLO	06
CHECKOUT	07
WIREFLOW	08

# WIREFRAME ECODREAM - MOBILE

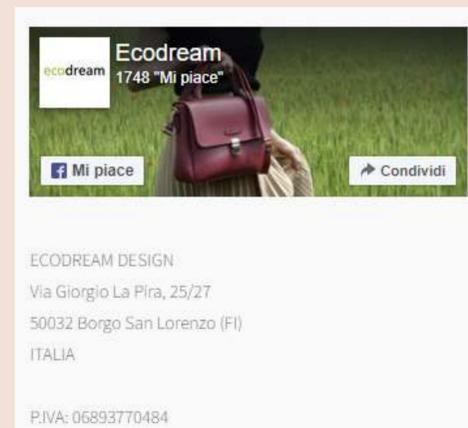
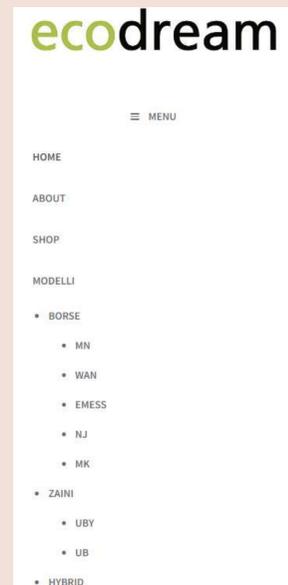
Realizzazione di otto Wireframe hi-fi attraverso l'implementazione delle opportunità emerse

## WIREFRAME COMPLETO



## SEZIONI MENU' E FOOTER

Analisi, descrizione e confronto tra le sezioni «MENU'» e «FOOTER» presenti all'interno della versione ufficiale del sito e quelli invece situati all'interno dei wireframe in questione.



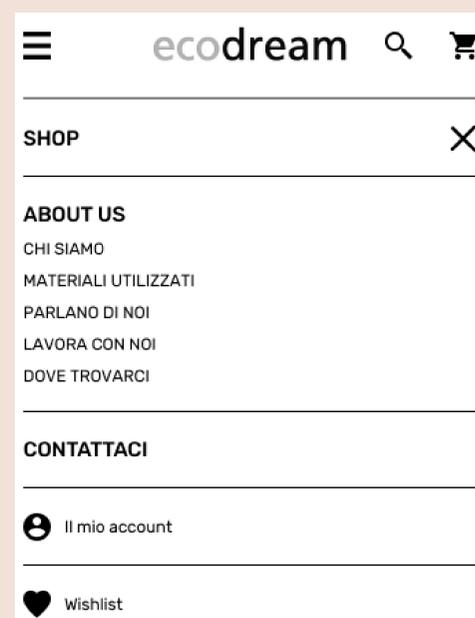
## VERSIONE UFFICIALE

- Nella versione ufficiale, l'header risulta accessibile tramite un menù ad hamburger posto sotto il logo al centro della pagina.
- Il menù ad hamburger presenta tutte le sezioni racchiuse a cascata. Ciò avviene senza una gerarchia definita e uno spazio mal calcolato tra una sezione e l'altra.
- Il footer presenta esclusivamente l'anteprima social della pagina Facebook e l'indirizzo fisico dello store ufficiale.

## NUOVA VERSIONE

- La nuova versione dell'header, oltre ad aver implementato l'icona della barra di ricerca e del carrello alla destra del logo, presenta alla sinistra di quest'ultimo un menù ad hamburger contenente le principali sezioni del sito.
- Il nuovo menù ad hamburger è composto dalle sezioni:
  - SHOP
  - ABOUT US
  - CONTATTACI
- Inoltre è anche possibile accedere al proprio account e alla wishlist.
- Per quanto riguarda il footer, è possibile visualizzare le informazioni principali riguardanti il brand tramite la sezione «AZIENDA» e le politiche adottate da essa all'interno della sezione omonima.

Inoltre sono state aggiunte le icone di Facebook e Instagram, che rappresentano i link alle rispettive pagine social e il logo ufficiale del brand.



# HOME PAGE

## SEZIONE HOMEPAGE

Il layout della sezione «HOME PAGE», versione mobile, presenta le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.



## NUOVA VERSIONE

- La nuova versione riprende la «HERO SECTION» implementata su desktop.
- Lo spazio dedicato all'introduzione della realtà del brand presenta una breve descrizione seguita dalla CTA «ABOUT US», che porta direttamente alla pagina omonima.
- Come nella versione desktop, sono presenti tre immagini che rappresentano i modelli principali realizzati, ognuna di esse possiede una CTA «Acquista Ora», che porta direttamente all'interno dello Shop.
- La sezione «BEST SELLER» racchiude i prodotti più venduti e una CTA che porta alla relativa pagina dello shop. L'anteprima del prodotto mostra:
  - Foto del modello
  - Nome e tipologia del modello
  - Prezzo
  - Icona Wishlist
  - Icona Carrello

Una volta cliccata l'anteprima, si aprirà la pagina «scheda prodotto», che contiene tutte le informazioni riguardanti l'articolo scelto.

- E' presente una sezione dedicata alle testate che hanno dedicato articoli o menzionato Ecodream all'interno di essi. Per realizzarla è stato implementato un carosello a scorrimento laterale (tramite apposite frecce) in cui è possibile dare un'occhiata ai vari loghi di esse. Ogni logo contiene un link esterno che porta direttamente all'articolo in cui viene menzionato il brand.
- Per concludere, subito sopra il footer, è stata realizzata una (mini) sezione finale completamente dedicata alla newsletter. Una volta registrati, non è solamente possibile ottenere maggiori agevolazioni e rimanere sempre aggiornati sulle ultime novità; ma si ottiene anche la possibilità di usufruire di uno sconto del 15% sul primo acquisto.

# ABOUT US

## SEZIONE ABOUT US

Il layout della sezione «ABOUT US», versione mobile, presenta le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.

### ABOUT US

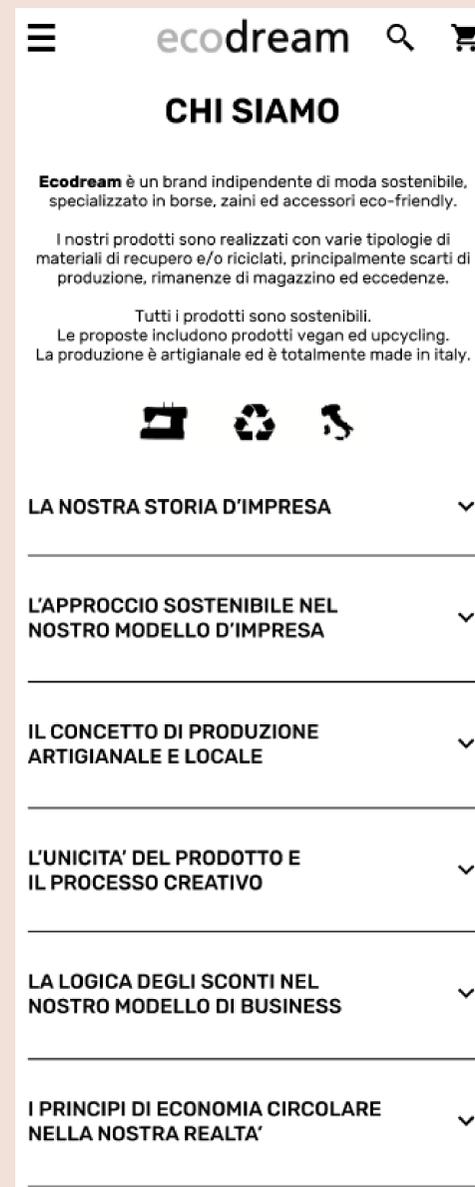
CHI SIAMO

MATERIALI UTILIZZATI

PARLANO DI NOI

LAVORA CON NOI

DOVE TROVARCI



## NUOVA VERSIONE

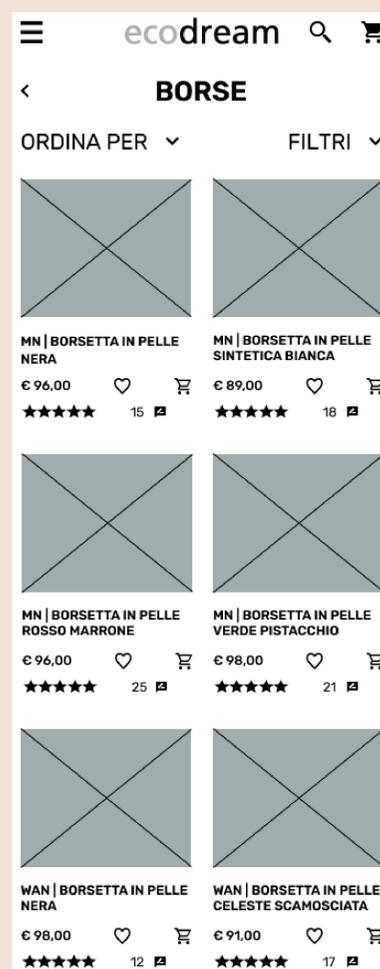
- All'interno della nuova versione, l'utente ha la possibilità di navigare tra le sottosezioni che compongono la sezione «ABOUT US» tramite l'apertura del menù ad hamburger.
- Nella pagina iniziale (CHI SIAMO) è stata ripresa l'introduzione in primo piano seguita dalle tre immagini che rappresentano i valori cardine del brand. Inoltre è stato aggiunto anche il titolo per dare maggiore impatto alla pagina.
- Sono presenti degli anchor link che portano l'utente ai diversi paragrafi descrittivi della pagina. Ogni paragrafo è composto da un'immagine in primo piano seguita dalla relativa descrizione.

# SHOP - CATALOGO

## SEZIONE SHOP - CATALOGO

Il layout delle sezioni «SHOP» e «CATALOGO», versione mobile, presentano le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.



## NUOVA VERSIONE

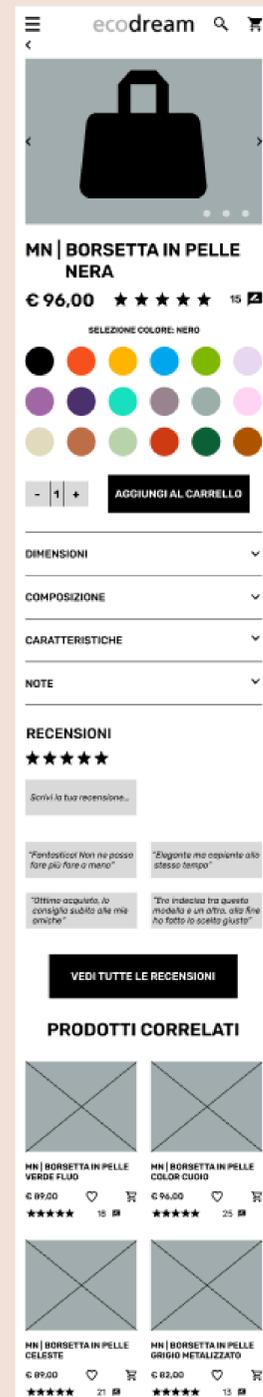
- La nuova versione presenta una sezione «SHOP» completamente rivoluzionata, infatti ogni categoria di prodotti viene rappresentata da un'immagine «simbolica» seguita a sua volta dalla relativa CTA di approfondimento.
- Grazie alla Call To Action presente per ogni modello, l'utente viene portato all'interno del singolo catalogo contenente la categoria di prodotti scelta.
- Il catalogo viene suddiviso in due card del prodotto per ciascuna riga, riducendo notevolmente lo scroll e alleggerendo così il peso della pagina.
- La card del prodotto è costituita da:
  - Titolo del prodotto
  - Prezzo
  - Icone Wishlist e Carrello
  - Punteggio medio di apprezzamento
  - Recensioni
- Infine sono stati aggiunti due menù a tendina (Ordina per e Filtri) grazie ai quali è possibile impostare determinati canoni di ricerca, rendendola di conseguenza più semplice e rapida. Cliccando su «ORDINA PER» e/o «FILTRI», l'utente accede a un menù laterale in cui può ordinare e/o filtrare la ricerca secondo le opzioni presenti.

# SCHEDA PRODOTTO

## SEZIONE SCHEDA PRODOTTO

Il layout della sezione «SCHEDA PRODOTTO», versione mobile, presenta le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.



## NUOVA VERSIONE

- Nella nuova versione, la sezione «SCHEDA PRODOTTO» è costituita da un'immagine in primo piano, la quale contiene due immagini secondarie del prodotto, visualizzabili tramite le apposite frecce poste ai lati di essa.

Nella sezione sottostante sono presenti:

- Titolo del prodotto
- Prezzo
- Punteggio medio di gradimento
- Numero di recensioni rilasciate
- Selezione dei colori
- Contatore
- CTA «Aggiungi al Carrello»

Più avanti si trova la descrizione del prodotto composta da:

- Dimensioni
- Composizione
- Caratteristiche
- Note

Infine la pagina si conclude con le recensioni (visualizzabili totalmente tramite la CTA «Vedi tutte le Recensioni») e i prodotti correlati.

# CARRELLO

## SEZIONE CARRELLO

Il layout della sezione «CARRELLO», versione mobile, presenta le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.

< **CARRELLO**



**MN | BORSETTA IN PELLE NERA**

**QUANTITA': - 1 +**

**PREZZO: € 96,00**

**RIMUOVI**

**SUBTOTALE: € 96,00**

**HAI UN CODICE PROMOZIONALE?**

**SPEDIZIONE:**  € 5,00 CORRIERE ESPRESSO

€ 8,00 CORRIERE ESPRESSO REVENGE (RESO/ CAMBIO GRATUITI)

RITIRO IN SEDE

---

**TOTALE: € 101,00**

**PROCEDI CON L'ORDINE**

## NUOVA VERSIONE

- La sezione «CARRELLO» presenta un layout identico alla versione desktop. Esso presenta una prima parte costituita dall'immagine in primo piano del prodotto affiancata dalle informazioni generali di base (nome prodotto, prezzo, quantità) e seguita dalla CTA «Rimuovi» nel caso in cui l'utente decidesse di non procedere all'acquisto o di cambiare prodotto.

La seconda parte è invece costituita da un blocco di informazioni divise in più paragrafi (subtotale, inserimento codice promozionale, modalità di spedizione, totale) e la CTA finale «Procedi con l'ordine», che porterà direttamente alla sezione «CHECKOUT».

# CHECKOUT

## SEZIONE CHECKOUT

Il layout della sezione «CHECKOUT», versione mobile, presenta le stesse caratteristiche e funzionalità della versione desktop originale.

Le modifiche effettuate seguono le stesse linee guida applicate alla versione desktop, ma adattate alla nuova interfaccia.

The screenshot shows a mobile checkout interface for 'ecodream'. At the top, there is a navigation bar with a hamburger menu, the brand name 'ecodream', a search icon, and a shopping cart icon. Below this is a back arrow and the title 'CHECKOUT'. The main content is divided into three sections: 1. 'DETTAGLI DI FATTURAZIONE' (Billing Details) with fields for Name, Surname, Country/Region, Municipality of Residence, Province, Address and City, C.A.P., Telephone, and Email Address. 2. 'METODI DI PAGAMENTO' (Payment Methods) with options for Credit/Debit Card, Bank Transfer, and PayPal. 3. 'IL TUO ORDINE' (Your Order) showing a product icon, name 'MN | BORSETTA IN PELLE NERA', quantity 'QTA: 1', price '€ 96,00', shipping cost 'SPED.: € 5,00', and a total of 'TOTALE: € 101,00'. At the bottom is a large black button labeled 'EFFETTUA ORDINE'.

## NUOVA VERSIONE

- La sezione «CHECKOUT» è suddivisa in tre blocchi cardine:

Il primo blocco è costituito dal principale form d'inserimento dati contenuto all'interno dei dettagli di fatturazione.

Il secondo blocco contiene il riepilogo finale dell'ordine. In questo caso la rappresentazione avviene riducendo l'immagine del prodotto e affiancandola alle descrizioni finali (nome prodotto, sottototale, costi spedizione, totale).

Il terzo e ultimo blocco racchiude la selezione e la compilazione del metodo di pagamento.

# WIREFLOW

Rappresentazione visiva del percorso compiuto dall'utente





HANDBAGS



BACKPACKS

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



HYBRID  
CONVERTIBLE BAG

PROGETTO WIREFRAME  
SECONDA PARTE

Federico Noviello