



# PROGETTO DISCOVERY

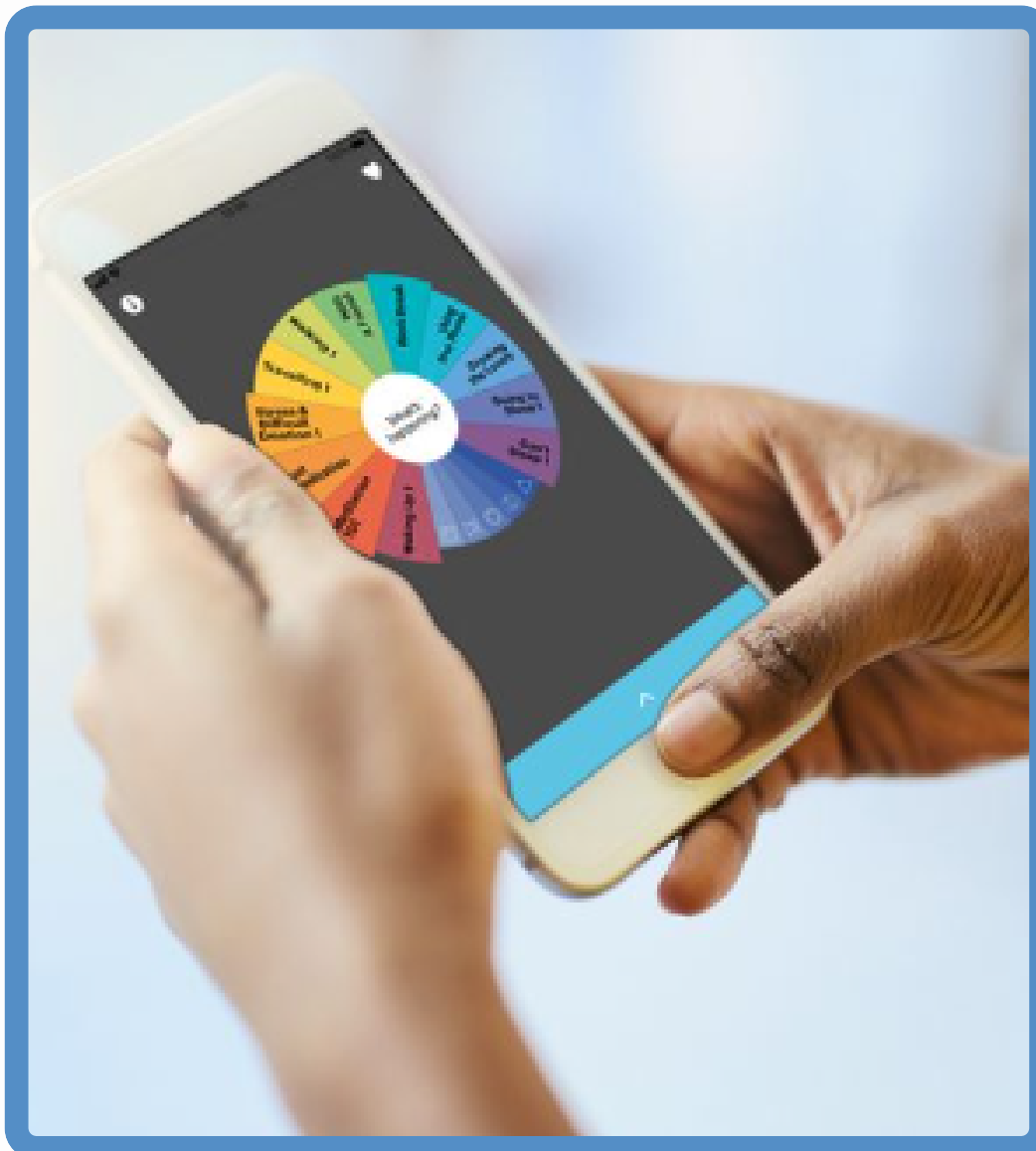
EMILIANA FORESTIERE



# INDICE

03	<u>Come nasce Buddhify</u>	21	<u>Sondaggio</u>
06	<u>Analisi euristica</u>	28	<u>Risultati</u>
10	<u>Criteri di usabilità</u>	30	<u>User Personas</u>
12	<u>Information architecture</u>	34	<u>User journey maps</u>
16	<u>Analisi dei competitors</u>	39	<u>User journey maps aggiornate</u>
19	<u>Osservazioni</u>	43	<u>Information architecture aggiornata</u>

# COME NASCE BUDDHIFY



**Rohan Gunatillake**, creatore dell'app **Buddhify**, ha iniziato a praticare la meditazione all'università, ma dopo aver iniziato a lavorare per una grande azienda tecnologica a **Londra**, si è reso conto che gli insegnamenti tradizionali di meditazione non si adattavano bene **alla vita frenetica** che viveva ogni giorno.

Questo lo ha portato a cercare un modo per **integrare la meditazione con la sua quotidianità**.

Ha scoperto così il potere della "**meditazione in movimento**", adattando le tecniche classiche alla vita di tutti i giorni, trasformando momenti come i viaggi in metropolitana o il lavoro al computer in opportunità per meditare.

Con la crescente popolarità della meditazione, molti amici gli chiedevano di consigliare un'app, ma non trovando nulla di adatto, **ha deciso di creare Buddhify**.

L'app è pensata per la meditazione **ovunque ci si trovi e in qualsiasi momento** ed è apprezzata da **migliaia di persone** in tutto il mondo.

## MISSIONE

La missione di Buddhify è offrire strumenti di meditazione che aiutino le persone a diventare autonome nella loro pratica, mantenendo autenticità e valori umani al centro dell'esperienza.

## VALORI

I valori di Buddhify si basano sull'indipendenza, l'autenticità, l'inclusione e il benessere della comunità. Buddhify valorizza le persone più del profitto, mantenendo integrità e successo commerciale insieme. L'innovazione è bilanciata con il rispetto per le tradizioni della pratica, e l'inclusione è fondamentale, con un team e un gruppo di insegnanti diversificati per rappresentare meglio la comunità.





ANALISI AS IS

# ANALISI EURISTICA

Ho condotto un'analisi delle versioni desktop e mobile, valutandole in base ai principi euristici di Nielsen per verificare il loro rispetto di tali criteri.

## 1. Visibilità dello stato del sistema

### PRO

- Le pagine hanno un titolo che permette all'utente di capire in che sezione si trova, aiutando l'utente a orientarsi nel sito.
- La newsletter presenta un messaggio di errore se non si rispetta il formato della mail informando l'utente dell'errore.

### CONTRO

- Passando il cursore sopra un qualsiasi link o pulsante, il puntatore cambia, ma non vi sono altri tipi di feedback.
- Passando il cursore sulle icone social queste si rimpiccioliscono.
- I pulsanti del sito non cambiano colore o animazione quando vengono premuti, non fornendo un chiaro segnale all'utente che l'azione è stata registrata.
- Dopo l'iscrizione alla newsletter, non viene mostrato alcun messaggio di conferma, lasciando l'utente incerto sull'esito dell'operazione.

## 2. Corrispondenza tra il sistema e il mondo reale

### PRO

- Il sito utilizza un linguaggio semplice.
- Nel sito vengono mostrati i prezzi e sono presentati in diverse valute.

### CONTRO

- Le categorie usate nel blog sono troppe e alcuni nomi non aiutano a comprendere immediatamente il loro contenuto.
- Nel sito viene usata ancora l'icona di Twitter invece di X.

### 3. Controllo e libertà dell'utente:

#### PRO

- I link all'interno del blog e nella sezione supporto consentono agli utenti di esplorare contenuti correlati.
- I collegamenti alle versioni dell'app per iOS e Android sono facilmente individuabili.

#### CONTRO

- Il breadcrumb è presente solo nella sezione supporto e nel blog, non nel resto del sito.
- Manca una barra di ricerca per accedere rapidamente a contenuti specifici all'interno del sito.
- Non è presente un tasto home e per tornare alla homepage, è necessario cliccare sul logo.

### 4. Coerenza e standard:

#### PRO

- I titoli usati per le pagine sono coerenti con il loro contenuto.
- La tipografia usata è coerente all'interno delle pagine.
- Le sezioni principali del sito sono sempre visibili nell'header.
- I link hanno uno stile coerente.

#### CONTRO

- La struttura del testo in alcune pagine è giustificata al centro, rispetto ad altre pagine giustificate a sinistra.
- L'organizzazione delle sezioni nel menu della versione mobile è diversa da quella della versione desktop.
- I titoli di sezione nel menu appaiono cliccabili, ma non conducono a nessuna pagina.
- Nella versione mobile il menu non include alcune sezioni presenti nella versione desktop.

### 5. Prevenzione degli errori:

#### PRO

- Quando si inserisce la mail in un formato sbagliato nella newsletter, il sistema mostra un errore.

#### CONTRO

- Quando si inserisce la mail nel formato sbagliato nel form della newsletter il sistema dà l'errore solo dopo che l'utente ha cliccato il pulsante per inviare.

## 6. Riconoscimento piuttosto che richiamo:

### PRO

- Nel campo della newsletter viene suggerito che bisogna inserire la propria mail.
- Icone come quella del menu e dei social sono riconoscibili.
- I link hanno un formato che li rende riconoscibili.

### CONTRO

- L'uso dei colori nelle pagine non segue uno schema definito.
- Nel blog non viene indicato il tempo di lettura stimato, costringendo l'utente a valutare autonomamente la lunghezza dell'articolo.

## 7. Flessibilità e efficienza d'uso

### PRO

- Nella sezione Blog il sistema suggerisce altri articoli a seconda del tema dell'articolo appena letto tramite categorie.
- Il blog offre un filtro per categorie, facilitando l'accesso ai contenuti in base agli interessi dell'utente.

### CONTRO

- Nella sezione Blog esiste un solo tipo di filtro.
- Manca un pulsante per tornare in cima alla pagina.
- Il sito offre solo supporto via email.
- Per accedere ad altre pagine informative sull'app bisogna scorrere il testo nella sezione "The app".
- L'header rimane fissato in alto solo nella homepage.

## 8. Design estetico e minimalista

### PRO

- Il font usato è leggibile.
- I colori usati all'interno del sito richiamano i colori del logo.
- La leggibilità dei testi è resa più semplice dalla divisione in paragrafi.

### CONTRO

- I loghi nel footer sono troppo vicini tra loro.
- Il sito non è ottimizzato per dimensioni tra 1024px e 1050px di larghezza.
- In alcune pagine come "Why we are different" e "Our story" le immagini prendono troppo spazio, mettendo in ombra i testi nascosti tra le immagini.

## 9. Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e recuperare dagli errori

### PRO

- C'è una sezione Support per gli utenti facilmente raggiungibile dal menu.
- Quando il form per registrarsi alla newsletter indica errore nel formato della mail inserita, è possibile modificare la mail facilmente.

### CONTRO

- I video presenti nelle pagine non sono visualizzabili perché sono collegati a un account Youtube che non esiste più.
- Il form della newsletter segnala solo l'errore relativo al simbolo "@" mancante, senza fornire suggerimenti più dettagliati per altri tipi di errore.
- La sezione di supporto nella versione mobile è raggiungibile solo tramite link nel footer.

## 10. Aiuto e documentazione:

### PRO

- Il sito dispone di una sezione di supporto dedicata, facilitando l'accesso alle informazioni per gli utenti.
- Nella sezione Support i passaggi che l'utente deve seguire per effettuare un'azione (es. cancellare membership) sono indicati in maniera chiara tramite punti.

### CONTRO

- Il form per l'iscrizione alla newsletter non include la normativa sulla privacy.

## CRITERI DI USABILITÀ

### Learnability

Il sito è abbastanza semplice e non presenta funzioni complesse, anche se passare dalla versione desktop o tablet alla versione mobile può creare un po' di confusione negli utenti a causa di alcune differenze.

### Efficiency

Nel sito i link per scaricare l'app sono subito disponibili, ci sono le informazioni base sull'applicazione, però manca una barra di ricerca o strumenti che permettano all'utente di trovare rapidamente le informazioni desiderate.

### Memorability

Già dal primo uso è abbastanza semplice ricordare come ci si muove tra le pagine, in quanto il sito non presenta funzioni complesse.

### Errors

Nel sito gli errori sono segnalati con messaggi molto semplici, ma che fanno intuire in che modo rimediare.

### Satisfaction

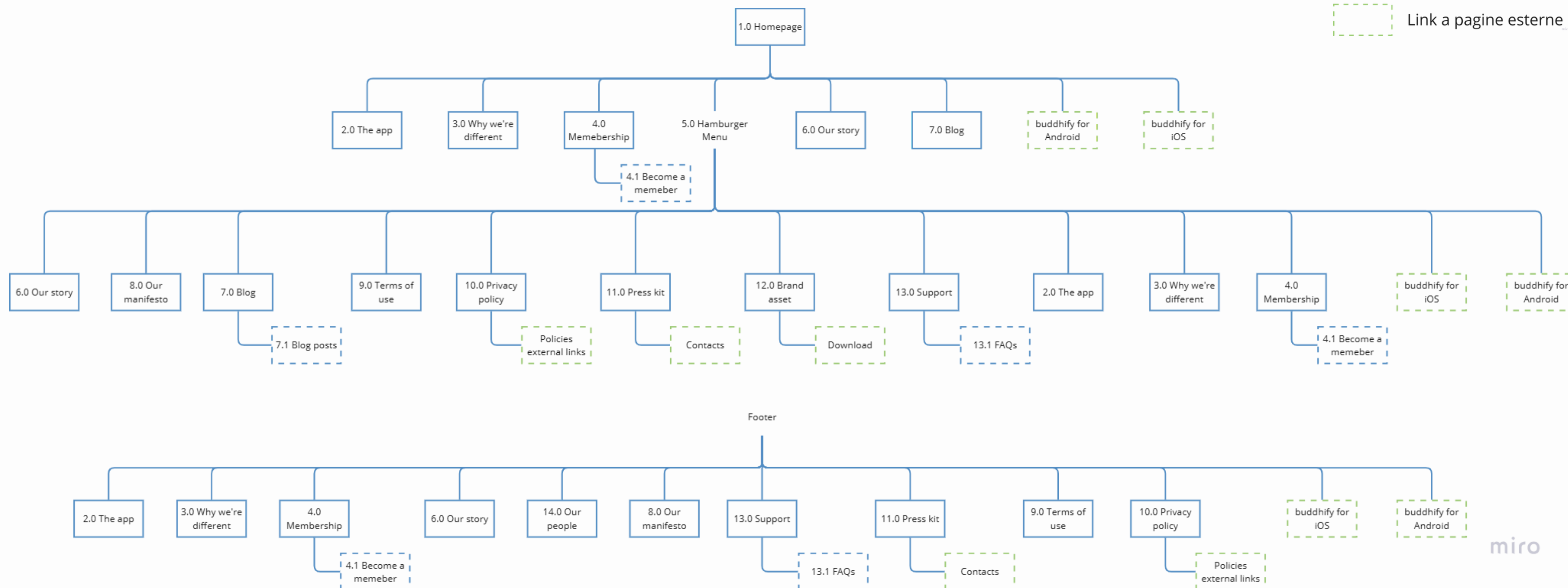
L'utilizzo del sito è piacevole grazie al fatto che le pagine contengono spazi bianchi e non sono pieni di informazioni, ma allo stesso tempo è reso sgradevole dal fatto che per alcune informazioni bisogna navigare tra diverse pagine prima di trovare quella che serve all'utente.

# INFORMATION ARCHITECTURE

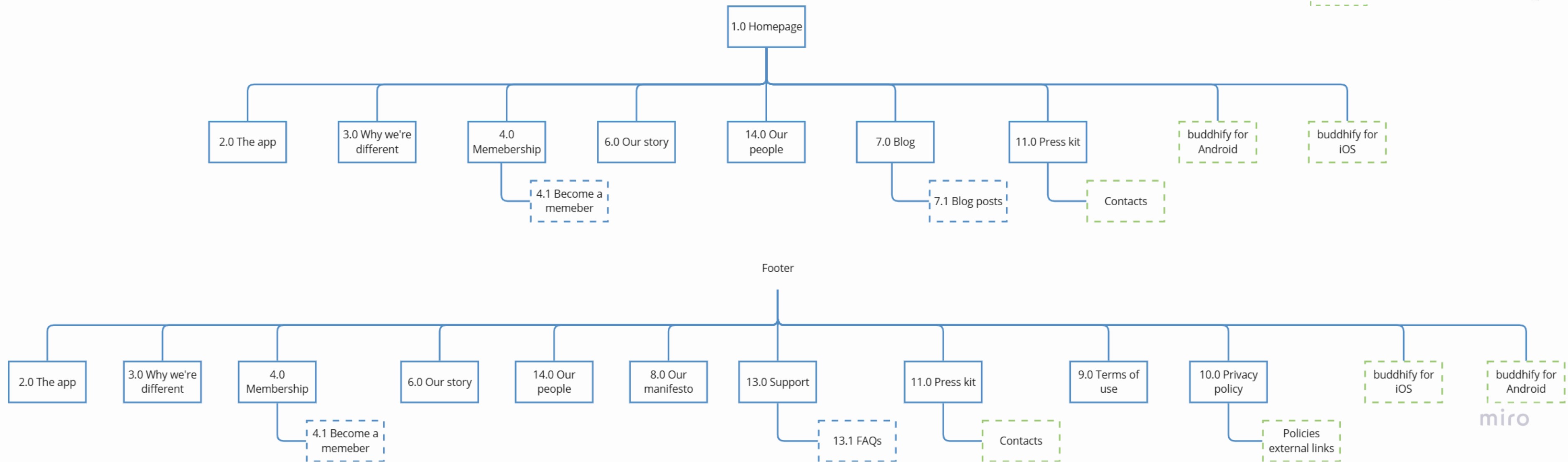
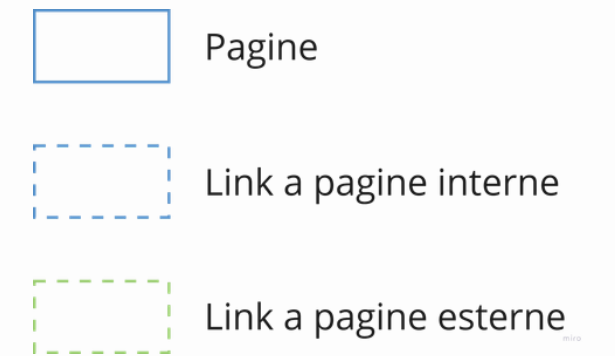


L'attuale architettura del sito desktop è la seguente:

- Pagine
- Link a pagine interne
- Link a pagine esterne



L'attuale architettura del sito mobile è la seguente:



## 1.0 Homepage

La pagina principale del sito dove si trova un'introduzione all'app e i link collegati allo store per scaricarla.

## 6.0 Our story

Una pagina che racconta la nascita di Buddhify e la storia che ha portato alla sua creazione.

## 10.0 Privacy policy

Pagina con il trattamento dei dati personali e link esterni alle normative sulla privacy.

## 14.0 Our people

Pagina che presenta i membri del team di buddhify.

## 2.0 The app

Una pagina dedicata alla presentazione dell'applicazione, con informazioni sui benefici e le caratteristiche principali.

## 7.0 Blog

Una serie di articoli informativi e riflessivi su meditazione e mindfulness.

## 11.0 Press kit

Sezione dedicata ai media, con contatti per richieste di interviste e materiale per la stampa.

## buddhify for iOS

Link diretto per il download dell'app dall'App Store di iOS.

## 3.0 Why we're different

Una sezione che evidenzia cosa distingue Buddhify dai concorrenti e cosa la rende unica.

## 8.0 Our manifesto

Pagina che illustra i valori dell'azienda e la sua mission.

## 12.0 Brand asset

Sezione con risorse multimediali scaricabili, come loghi e altri asset per rappresentare il brand Buddhify.

## buddhify for Android

Link diretto per il download dell'app dal Google Play Store.

## 4.0 Membership

Una pagina che offre una descrizione su come diventare membro della community Buddhify, i prezzi e i vantaggi associati

## 9.0 Term of use

Pagina che descrive i termini e le condizioni per l'utilizzo dell'app.

## 13.0 Support

Una pagina di assistenza con risorse e link ad articoli che possono aiutare l'utente a risolvere problemi o comprendere meglio l'app.



# COMPETITORS





## ANALISI DEI COMPETITORS

Ho effettuato l'analisi considerando i seguenti competitors:

		<b>InsightTimer</b>	
<p>Headspace è una piattaforma leader nel settore della salute mentale, che offre meditazioni guidate, esercizi di respirazione e programmi per migliorare il sonno e ridurre lo stress. L'app è riconosciuta per la sua interfaccia intuitiva e per l'ampia gamma di contenuti basati su evidenze scientifiche, rendendola ideale sia per principianti che per meditatori esperti.</p>	<p>Calm è un'app dedicata al benessere mentale, che fornisce meditazioni guidate, storie per il sonno narrate da voci rilassanti e musica per la concentrazione. È particolarmente apprezzata per la qualità dei suoi contenuti e per le funzionalità che favoriscono un sonno migliore e una riduzione dell'ansia.</p>	<p>InsightTimer è una piattaforma gratuita che offre una vasta libreria di oltre 200.000 meditazioni guidate e suoni rilassanti, con più di 80 nuovi brani aggiunti quotidianamente. Si distingue per la sua comunità globale di insegnanti e utenti, offrendo una vasta gamma di pratiche per tutti i livelli di esperienza.</p>	<p>Happier è un'app focalizzata sulla promozione della gratitudine e del benessere emotivo. Attraverso esercizi di mindfulness, riflessioni positive e strumenti per sviluppare un atteggiamento più resiliente, aiuta gli utenti a coltivare la felicità nella vita quotidiana.</p>

# ANALISI DEI COMPETITORS

Presentazione competitors

		 headspace		InsightTimer	 HAPPIER
<b>URL</b>	<a href="https://buddhify.com/">https://buddhify.com/</a>	<a href="https://www.headspace.com/">https://www.headspace.com/</a>	<a href="https://www.calm.com/">https://www.calm.com/</a>	<a href="https://insighttimer.com/">https://insighttimer.com/</a>	<a href="https://www.happierapp.com/">https://www.happierapp.com/</a>
<b>Download</b>	100.000+	10Mln+	50Mln+	5Mln+	500.000+
<b>Anno</b>	2014	2012	2014	2010	2017
<b>Prezzo</b>	Acquisto unico 4,09€ Membership 24€/anno	Annuale 4,83€/mese Mensile 12,99€/mese	Free con acquisti in-app da 0,77€ a 349,99€	Free con acquisti in-app da 1,99€ a 229,99€ MemberPlus 59,99\$/anno 9,99\$/mese	Free con acquisti in-app da 4,99€ a 104,99€ Annuale 99,99\$ Mensile 14,99\$

	Login (fruibile da web)	Barra di ricerca	Chatbot	FAQ	Responsive design	Blog	Recensioni	Newsletter	Prova gratuita	Sitemap	Multilingua
	✗	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓
InsightTimer	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✓
	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗

## OSSERVAZIONI

Rispetto alla concorrenza, Buddhify presenta alcune lacune in termini di funzionalità sul sito che potrebbero contribuire a farlo emergere. L'implementazione di queste caratteristiche non solo migliorerebbe l'esperienza utente con l'app, ma potrebbe anche convincere gli utenti che Buddhify è la soluzione ideale per le loro esigenze.

- **Prova gratuita:** offrire una prova gratuita prima di impegnarsi finanziariamente consentirebbe agli utenti di valutare se l'app soddisfa le loro esigenze.
- **Chatbot:** l'integrazione di un chatbot permetterebbe di indirizzare in maniera più rapida gli utenti verso la risoluzione dei problemi che potrebbero verificarsi.
- **Supporto multilingue:** Buddhify si propone come un'app aperta a tutte le etnie e culture. Per essere veramente inclusiva e coerente con il proprio brand sarebbe opportuno ampliare l'offerta linguistica, rendendo l'app accessibile a un pubblico ancora più vasto.

UTENTI



## SONDAGGIO

**Obiettivo**

Analizzare le abitudini di meditazione degli utenti, verificare se hanno scaricato app dedicate e valutare il ruolo dei siti web ufficiali nel processo decisionale, comprendendo quanto siano utilizzati per ottenere informazioni sui contenuti prima del download.

**Metodologia**

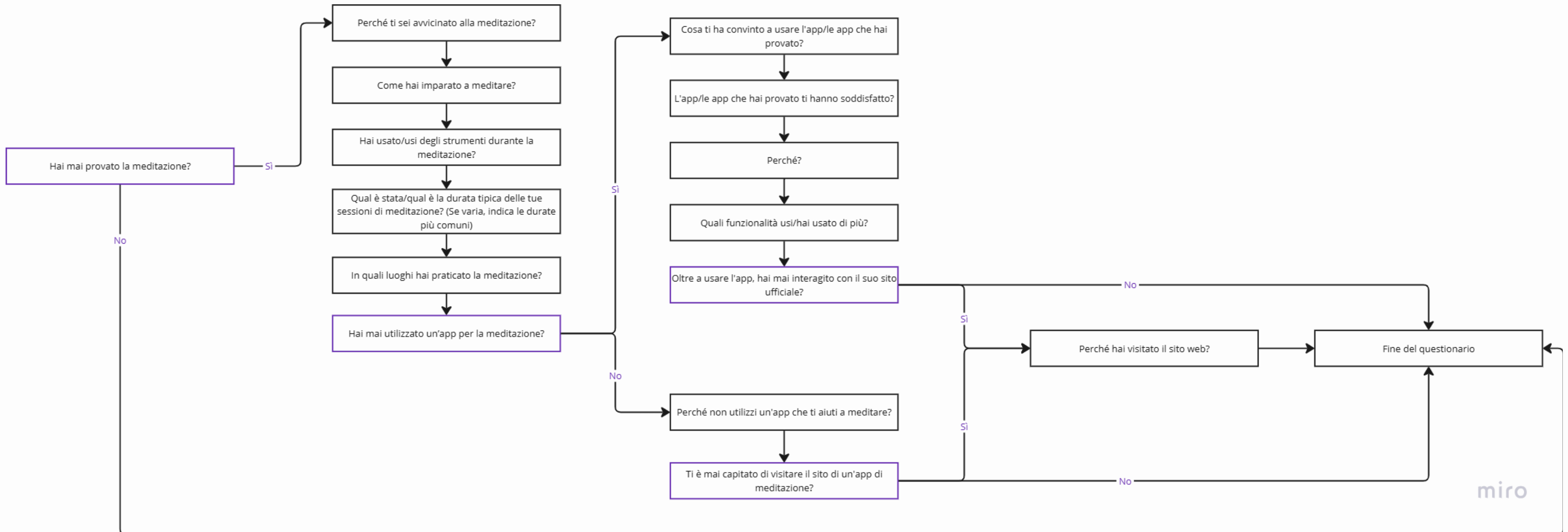
Il sondaggio è stato condotto tramite un questionario di 18 domande, tra cui la prima, "Hai mai provato la meditazione?", che ha svolto una funzione di filtro per selezionare l'utenza pertinente e raccogliere dati coerenti con gli obiettivi della ricerca. Le restanti domande si diramavano in base alle risposte fornite, permettendo di raccogliere informazioni più dettagliate e specifiche.

**Target**

Persone dai 18 anni che hanno provato la meditazione.

# SONDAGGIO

Il questionario inizia con una domanda utile a selezionare gli utenti utili ai fini del questionario. Durante il questionario ci sono delle domande che si dividono per poter trarre informazioni utili e punti di vista da diversi tipi di utenti.



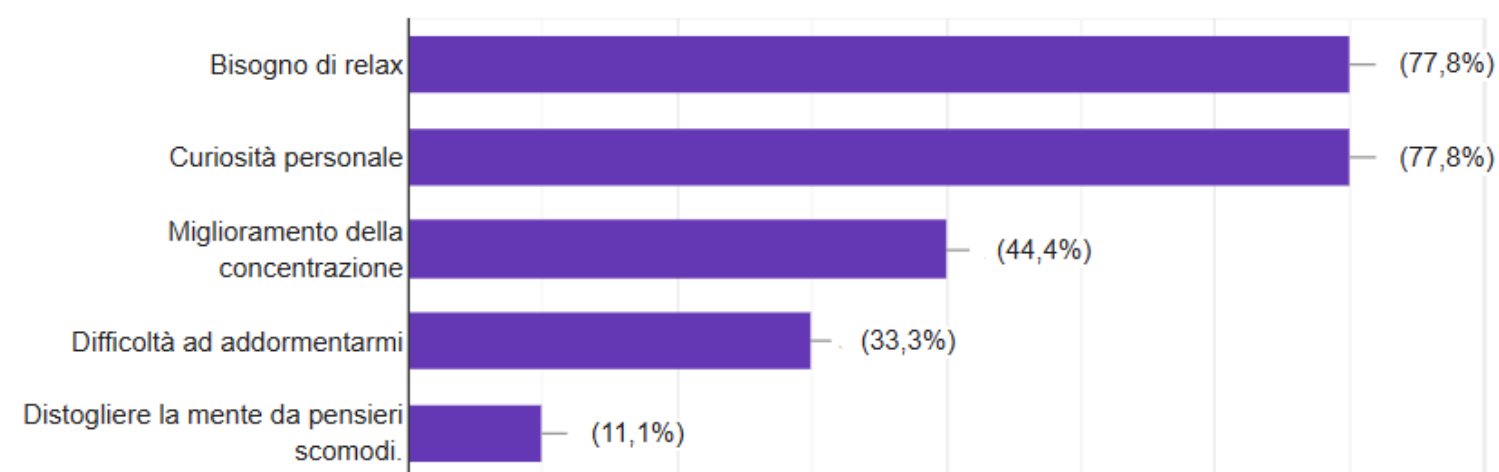
miro

## SONDAGGIO

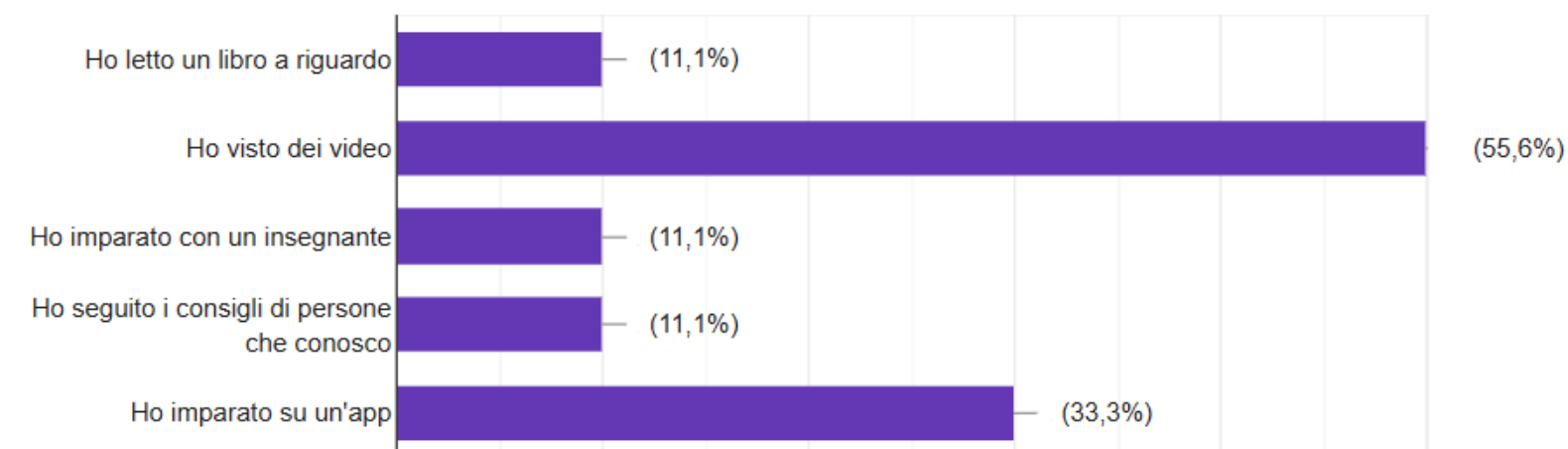
- Conoscere le ragioni che spingono le persone a meditare, la durata media delle loro sessioni e quali strumenti accompagnano la loro meditazione permetterà di scegliere in maniera più efficace cosa evidenziare nella homepage del sito e integrare le risorse mancanti.
- Sapere come gli utenti iniziano a meditare aiuterà a comprendere se effettivamente buddhify risponde ai bisogni degli utenti, poiché il suo obiettivo è quello di guidare gli utenti all'inizio per poi spingerli a meditare in modo indipendente.
- Capire quali informazioni cercano gli utenti sul sito permetterà di mettere in evidenza gli elementi essenziali e rendere queste informazioni subito disponibili agli utenti.
- Capire quali sono i fattori che spingono l'utente a scegliere una determinata app permetterà di valutare quali di questi non sono presenti nell'app ed eventualmente integrarli.

# RISULTATI

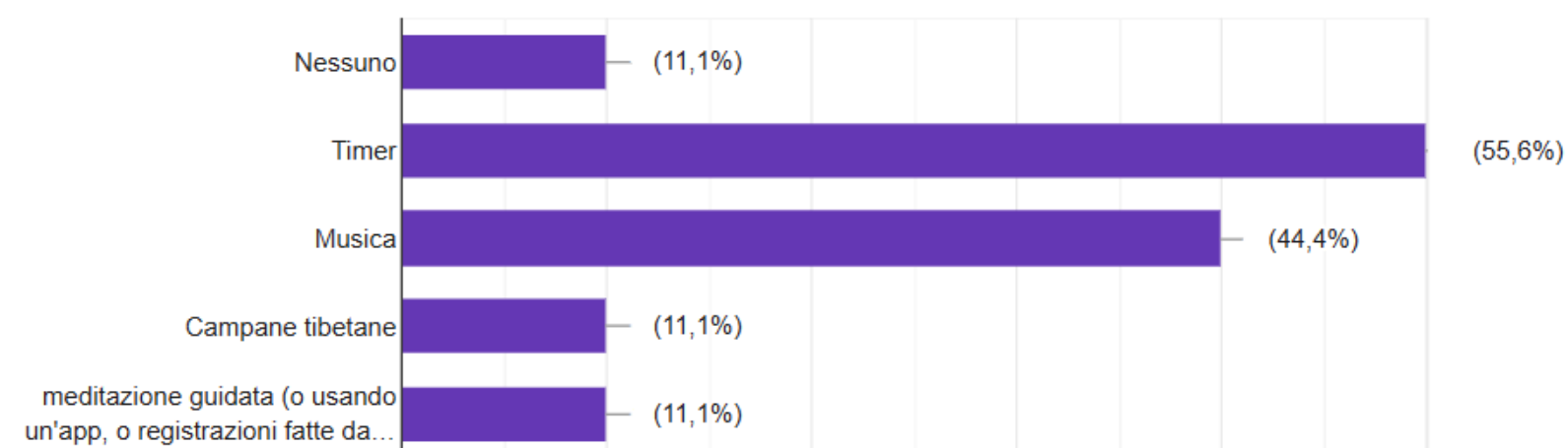
Perché ti sei avvicinato alla meditazione?



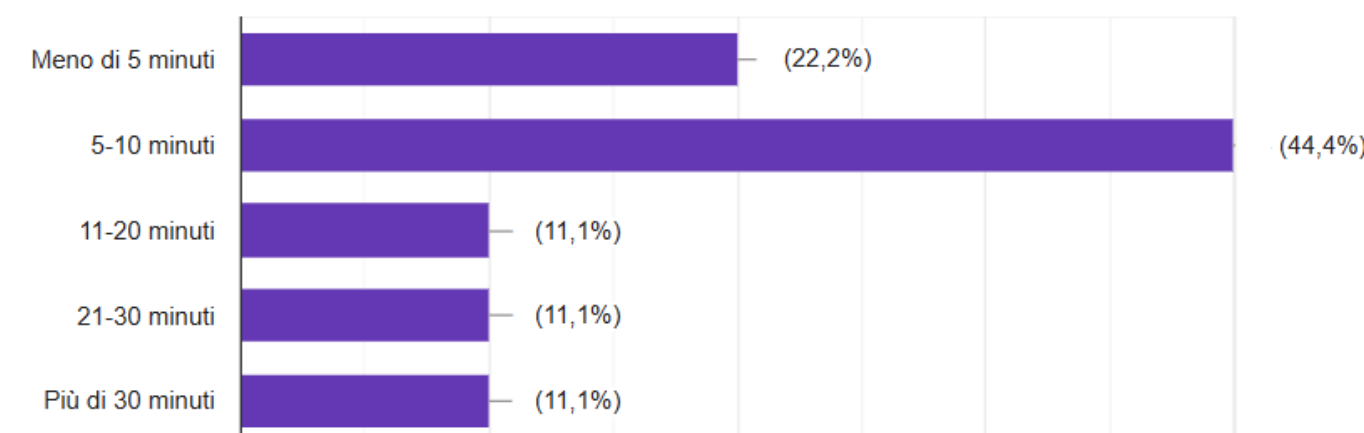
Come hai imparato a meditare?



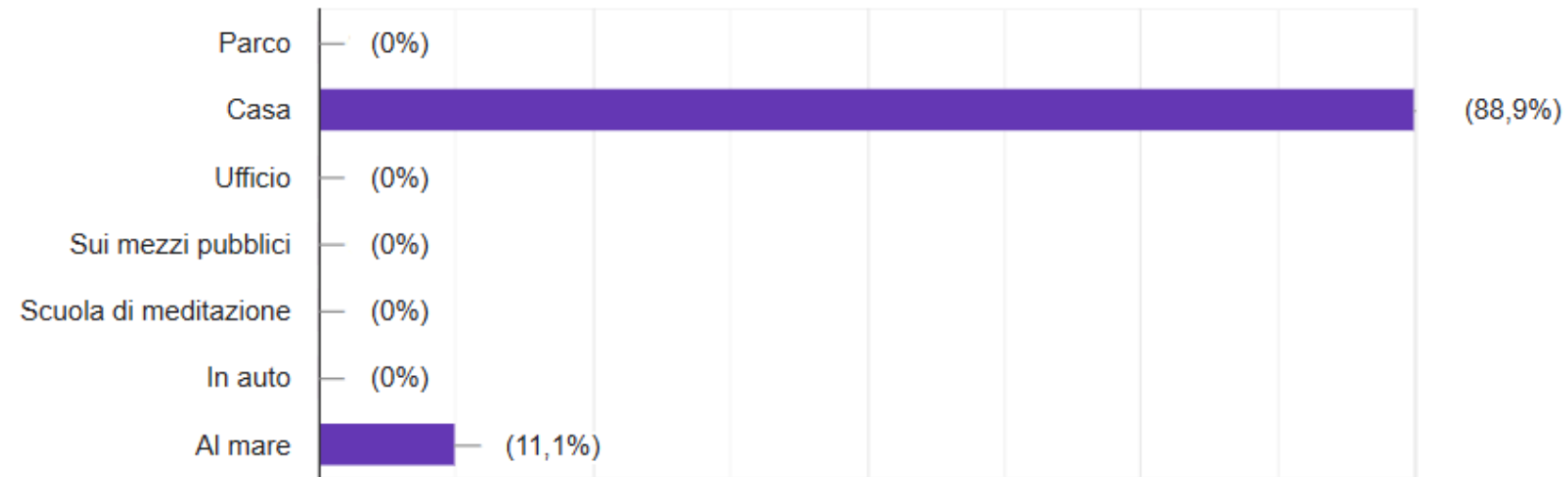
Hai usato/usi degli strumenti durante la meditazione?



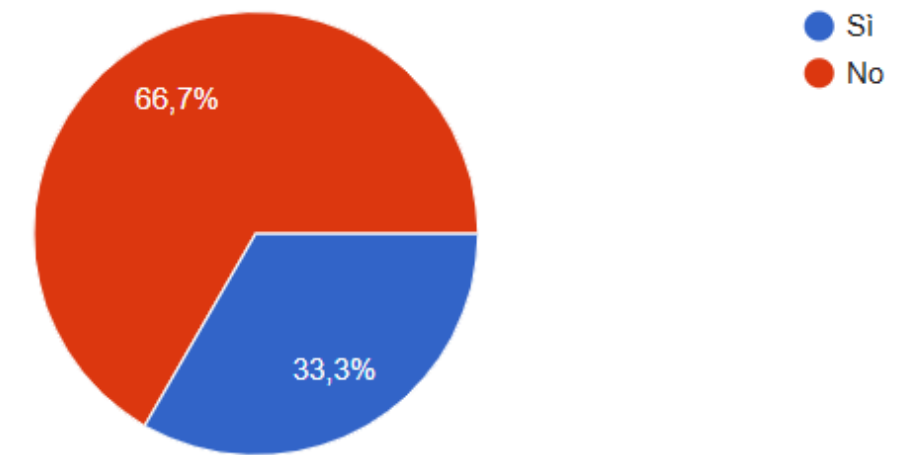
Qual è stata/qual è la durata tipica delle tue sessioni di meditazione? (Se varia, indica le durate più comuni)



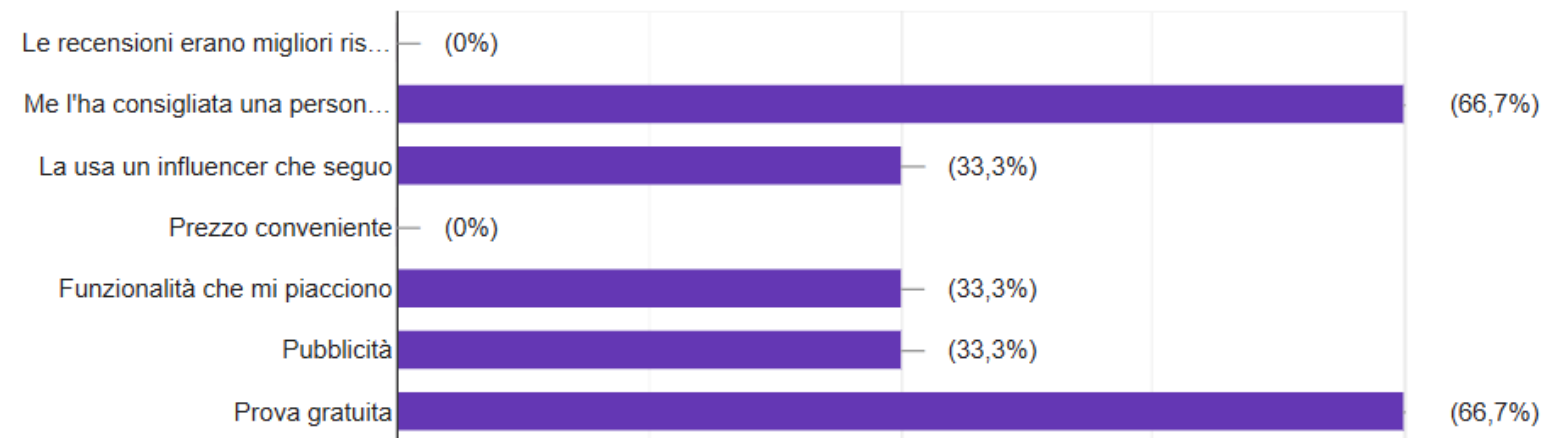
In quali luoghi hai praticato la meditazione?



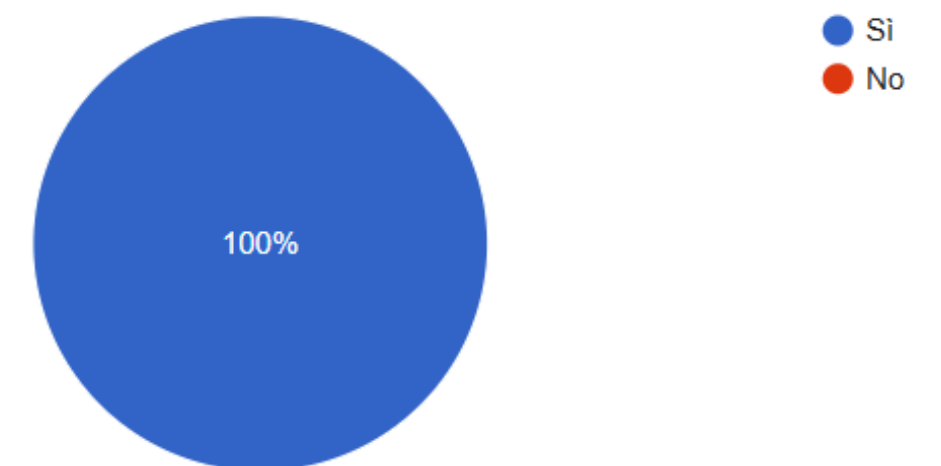
Hai mai utilizzato un'app per la meditazione?



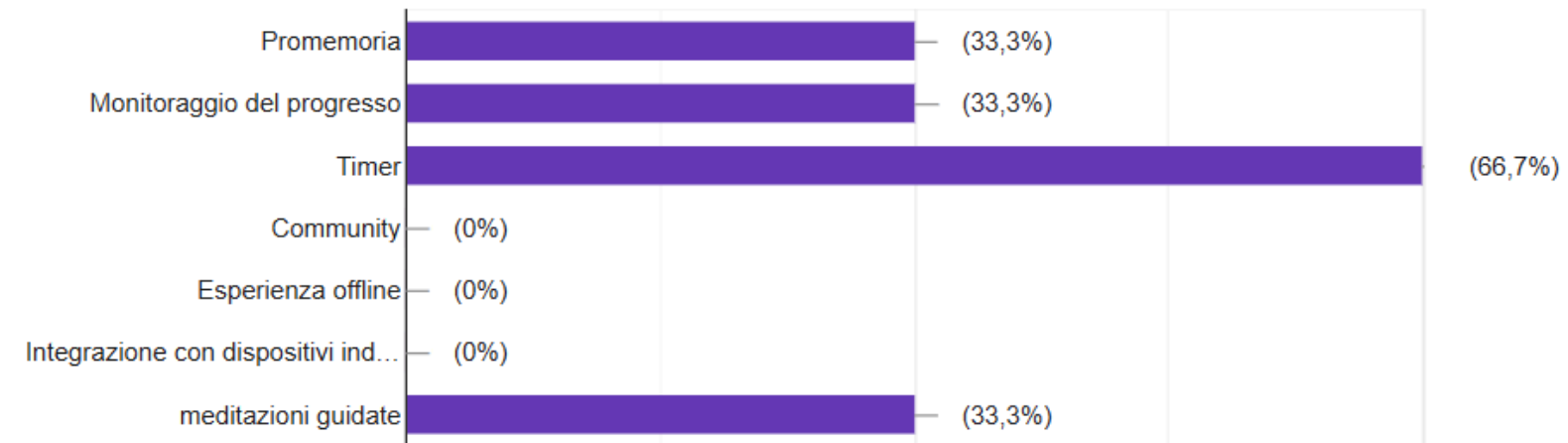
Cosa ti ha convinto a usare l'app/le app che hai provato?



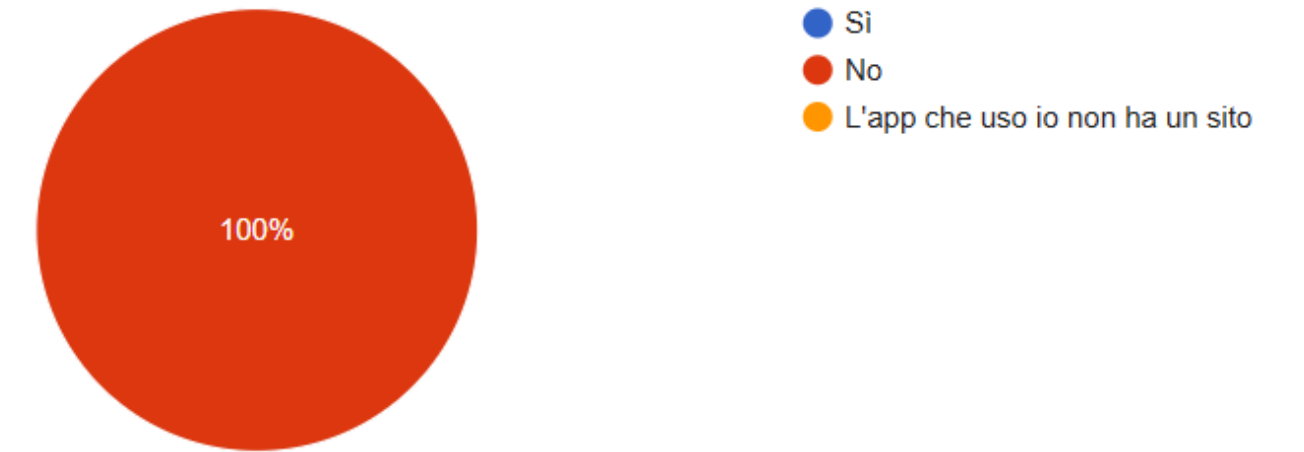
L'app/le app che hai provato ti hanno soddisfatto?



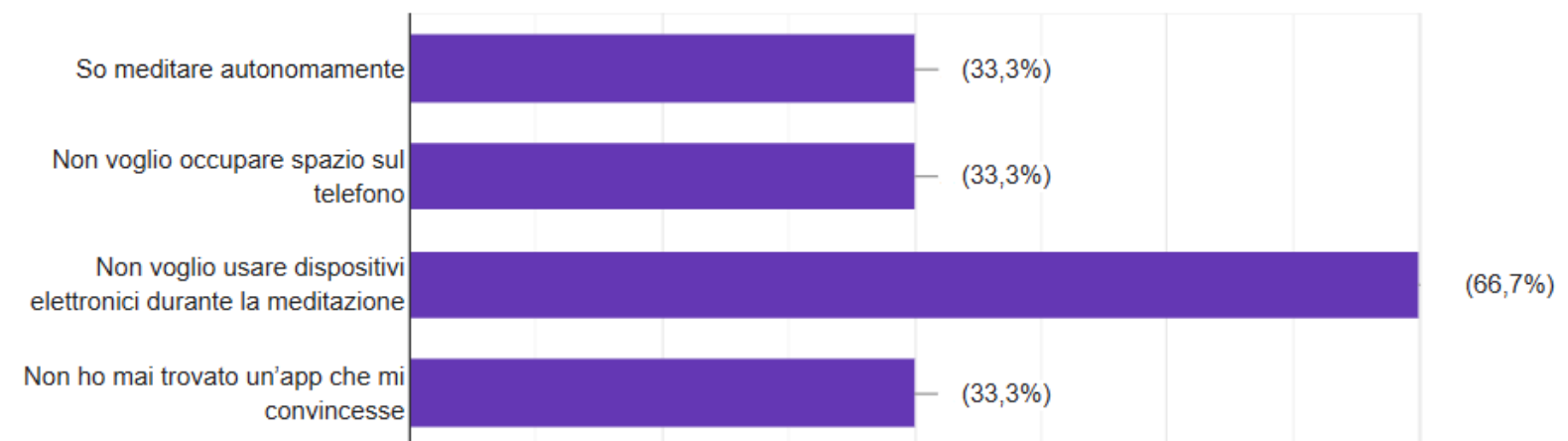
Quali funzionalità usi/hai usato di più?



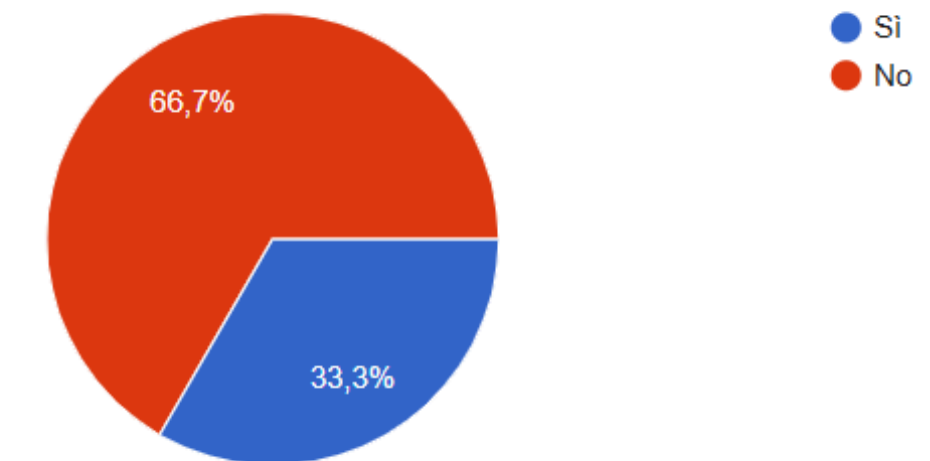
Oltre a usare l'app, hai mai interagito con il suo sito ufficiale?



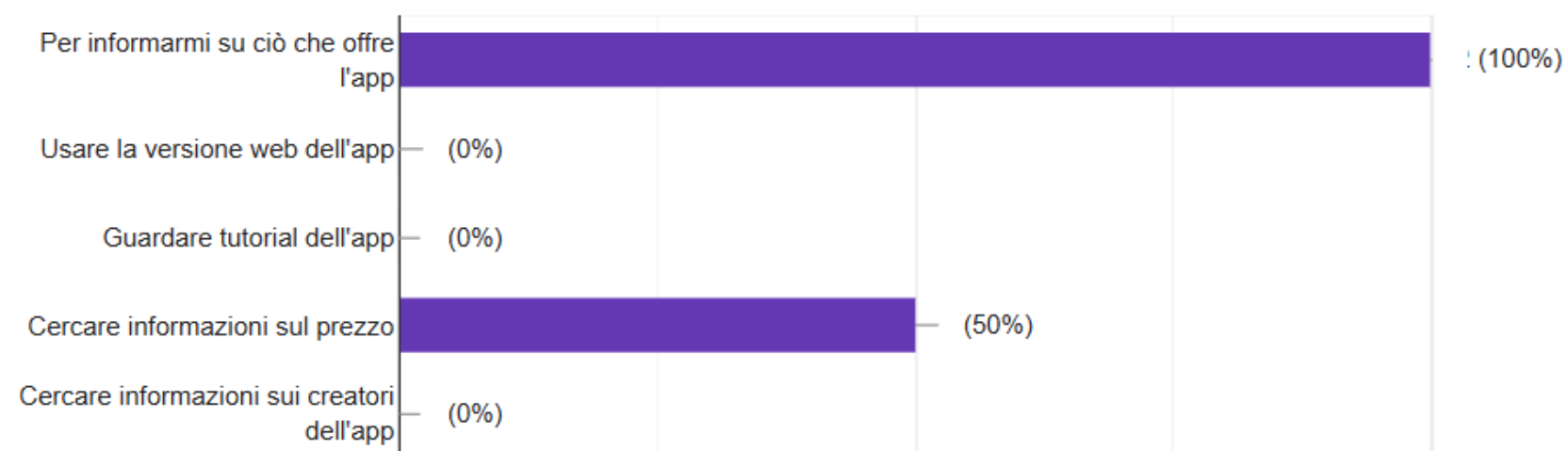
Perché non utilizzi un'app che ti aiuti a meditare?



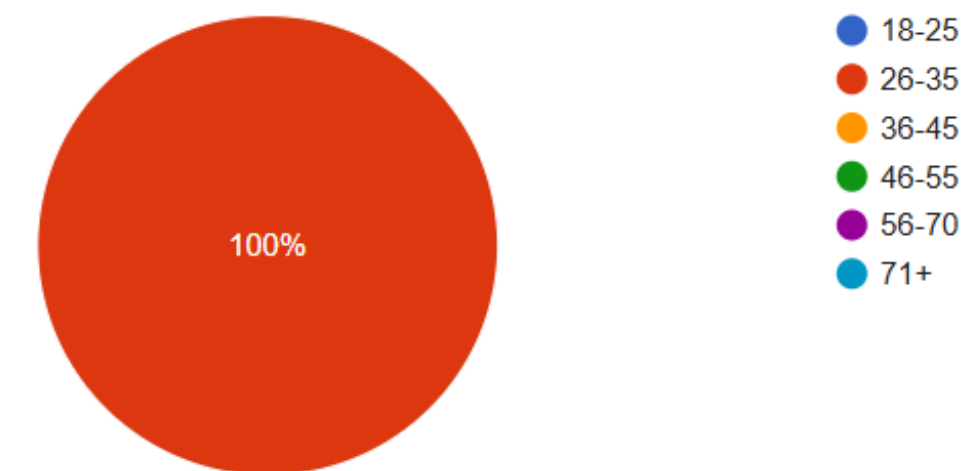
Ti è mai capitato di visitare il sito di un'app di meditazione?



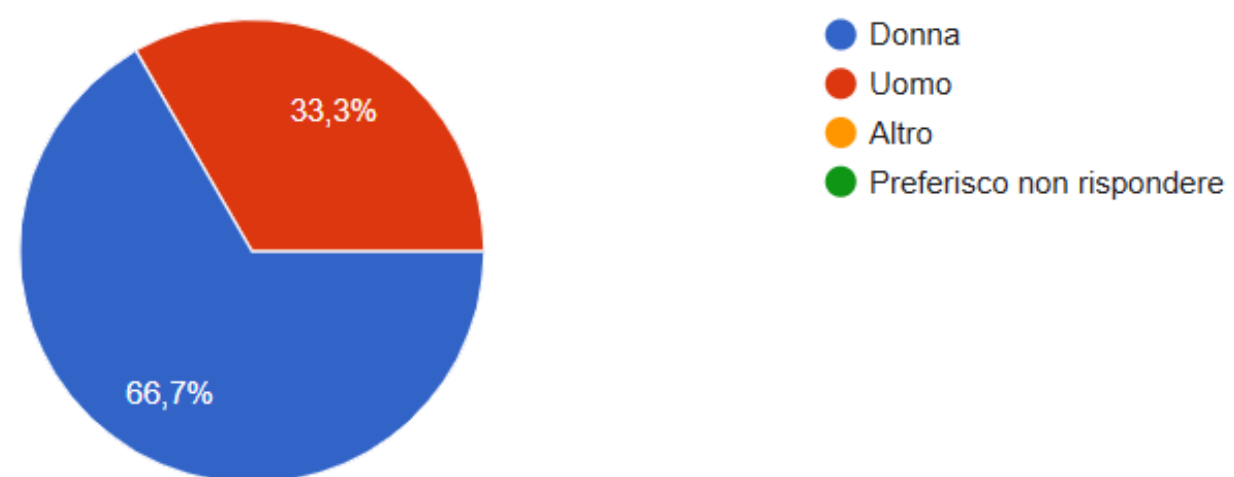
Perché hai visitato il sito web?



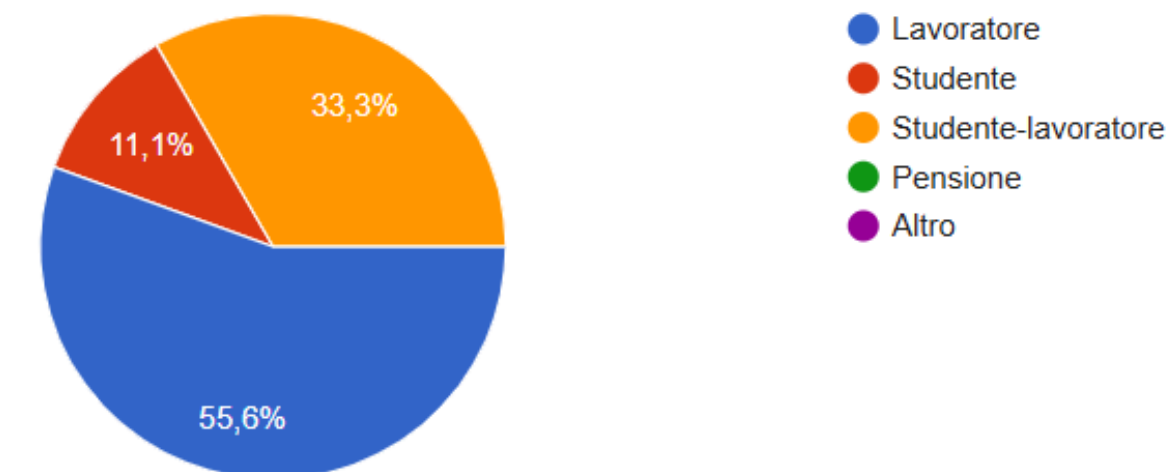
Età:



Sesso:



Occupazione:



## RISULTATI

Dal questionario è emerso che:

Il target di riferimento è costituito principalmente da **giovani adulti**, prevalentemente **donne**, che cercano strumenti per il **rilassamento** e la **gestione dello stress**.

Questi utenti preferiscono apprendere e praticare la meditazione attraverso **piattaforme digitali**, usufruendo di **sessioni brevi** gestite tramite **timer**.

Le funzionalità che **monitorano i progressi** e offrono **promemoria** sono particolarmente apprezzate, così come la possibilità di personalizzare l'esperienza con elementi come la **musica** di sottofondo.

Le applicazioni che offrono **prove gratuite** e si diffondono tramite **passaparola** hanno maggiori probabilità di essere scaricate e utilizzate.

Tuttavia, è importante considerare che, dopo aver acquisito le competenze di base, molti utenti scelgono di continuare la pratica in **autonomia**, riducendo l'uso continuativo dell'applicazione.



# USER PERSONAS

# Laura

“Ogni giorno torno a casa stanca e con la testa piena di pensieri...”

Laura vive a Milano, ogni giorno alterna gli studi in moda a un lavoro part-time. È sempre alla ricerca di modi per rilassarsi e migliorare la sua concentrazione e desidera diventare una designer di successo senza sacrificare il suo benessere.

## Obiettivi:

- Trovare un equilibrio tra lavoro e vita privata
- Ridurre lo stress da studio
- Migliorare la qualità del sonno
- Integrare la meditazione nella routine quotidiana senza troppo impegno

## Frustrazioni:

- Sensazione di avere sempre troppi pensieri
- Difficoltà a mantenere la costanza nella pratica
- Troppe distrazioni quando cerca di rilassarsi

24 anni

Studentessa-Lavoratrice

# Fabio

“Devo trovare una soluzione per i miei blocchi creativi, altrimenti il mio lavoro ne risentirà”

Fabio lavora come graphic designer e alterna giornate frenetiche a momenti di stallo creativo. È curioso di esplorare la meditazione per migliorare la produttività e ridurre l'ansia.

## Obiettivi:

- Utilizzare la meditazione per aumentare la concentrazione sul lavoro
- Monitorare i progressi per vedere miglioramenti concreti
- Avere uno strumento facile e veloce da usare nei momenti di pausa

## Frustrazioni:

- Non sa da dove iniziare e teme che la meditazione richieda troppo impegno
- Molte app richiedono un abbonamento per funzionalità avanzate
- Difficoltà nel creare un'abitudine stabile

35 anni  
Graphic designer

# Marta

“Questo lavoro mi riempie troppo le giornate e la testa. A volte perdo la lucidità.”

Marta lavora come Marketing Manager in una multinazionale, viaggia spesso per lavoro e avendo un ruolo di responsabilità si sente spesso sopraffatta da tutto il lavoro che ha da fare.

## Obiettivi:

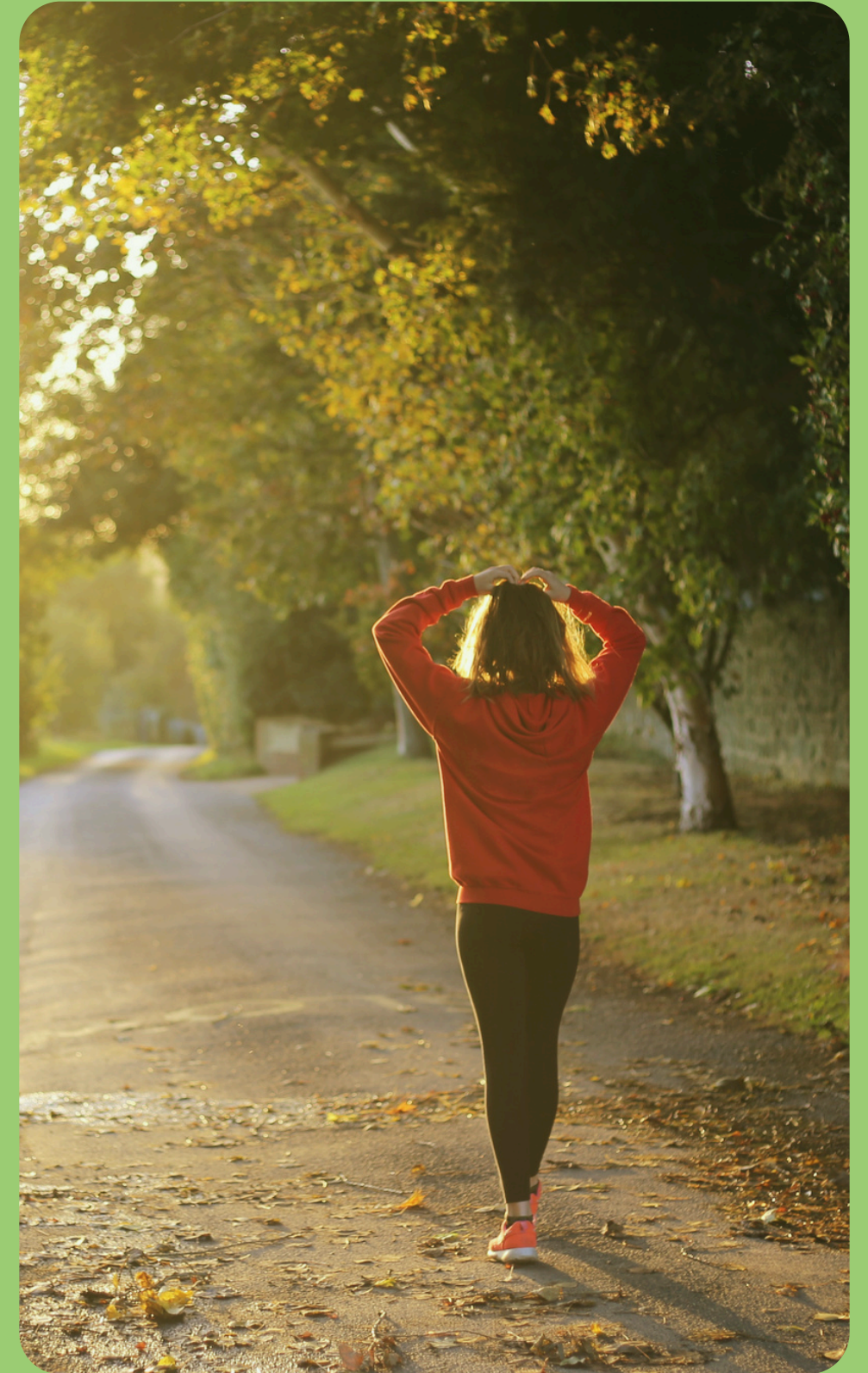
- Trovare momenti di relax durante i viaggi e le attese
- Utilizzare la meditazione per gestire lo stress e mantenere la lucidità mentale
- Avere strumenti semplici e immediati per rilassarsi tra una riunione e l'altra

## Frustrazioni:

- Poco tempo a disposizione
- Difficoltà a disconnettersi mentalmente dal lavoro
- Spesso si trova in ambienti rumorosi o con poca privacy, rendendo difficile concentrarsi

32 anni  
Marketing Manager

# USER JOURNEY MAPS





24 anni  
Studentessa-Lavoratrice

Obiettivo: Laura sente il bisogno di rilassarsi e migliorare la concentrazione tra studio e lavoro.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	DECISIONE	AZIONE
<b>Azioni</b>	Parlando con un amico scopre Buddhify	Legge le funzionalità dell'app, esplora il blog, cerca immagini o video dimostrativi, ma molti media non funzionano	Scopre che l'app è a pagamento, ma non ha avuto modo di provare se fa al caso suo	Abbandona l'idea di scaricare buddhify
<b>Emozioni</b>	Curiosa e speranzosa di aver trovato una soluzione  "Con questa app magari starò meglio" 😄	Interessata alle funzionalità, ma frustrata a causa dei media non funzionanti  "C'è un video dimostrativo dell'app, ma non funziona il link..." 😟	Delusa perché non può provare l'app prima di comprarla  "E se poi non mi ci trovo bene? Avrò speso soldi inutilmente..." 😞	Insicura che Buddhify faccia al caso suo  "Non so se fidarmi e se ne vale la pena." 😞
<b>Opportunità</b>		Aggiornare i media presenti nel sito	Inserire una prova gratuita	

Obiettivo: Fabio è in un periodo di stallo creativo e cerca soluzioni per migliorare la concentrazione.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	APPROFONDIMENTO	AZIONE
<p>Azioni</p>	Cercando su internet scopre Buddhify	Cerca se il tipo di meditazione che potrebbe fare al caso suo è presente nell'app	Cerca dei contenuti gratuiti sul sito per vedere cosa contiene l'app	Cerca altre app di meditazione
<p>Emozioni</p>	<p>Curioso sulle funzionalità dell'app</p> <p>"Sembra interessante e poco impegnativa, vediamo cosa offre..." </p>	<p>Confuso sui diversi nomi delle sessioni di meditazione senza dettagli</p> <p>"Ci sono tanti tipi di meditazione, ma non capisco la differenza" </p>	<p>Deluso e nervoso perché non trova alcun tipo di contenuto sul sito per poter provare l'app</p> <p>"Non capisco non perché non ci sia nemmeno un esempio di meditazione..." </p>	<p>Diffidente riguardo a Buddhify</p> <p>"Come posso fidarmi di un sito che non mi mostra come è effettivamente il prodotto?" </p>
<p>Opportunità</p>		Inserire dei dettagli sui vari tipi di meditazione	Inserire contenuti esemplificativi per far capire all'utente cosa aspettarsi dall'app	

miro

35 anni  
Graphic designer

Obiettivo: Marta ha poco tempo tra riunioni e scadenze, e cerca un modo rapido per rilassarsi.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	APPROFONDIMENTO	AZIONE
<b>Azioni</b>	Sui social scopre Buddhify	Vuole cercare informazioni velocemente all'interno del sito, ma non trova una barra di ricerca	Apri le varie pagine ma trova troppo testo e non ha tempo di leggere tutto	Chiude la pagina del sito
<b>Emozioni</b>	Curiosa se possa fare al caso suo  "Vediamo velocemente se vale la pena utilizzare questa app" 😨	Stressata dal fatto di non poter cercare velocemente le informazioni utili  "Adesso dovrò cercare per tutto il sito se c'è quello che servirebbe a me..." 😞	Nervosa perché non ha più tempo e non ha potuto verificare se l'app facesse al caso suo  "Non ho tempo di leggere tutte queste scritte" 😫	Sfiduciata dal fatto di poter trovare una app che possa fare al caso suo  "Chissà se troverò mai qualcosa che possa aiutarmi" 😞
<b>Opportunità</b>		Inserire una barra di ricerca per trovare parole chiave all'interno del sito	Inserire informazioni utili sulla homepage in maniera semplificata e facilmente individuabile	

miro



32 anni  
Marketing Manager

## COSA È EMERSO

### **Migliorare la fiducia e la consapevolezza dell'utente**

- Un sito aggiornato e corredato di materiali multimediali che mostrano i contenuti dell'app aiuta l'utente a fidarsi di più e a prendere una decisione consapevole sull'acquisto.
- Offrire una prova gratuita consente all'utente di valutare se l'app soddisfa le proprie esigenze prima di procedere con l'acquisto.

### **Facilitare la navigazione e l'accesso alle informazioni**

- L'inserimento di una barra di ricerca semplifica la navigazione, permettendo all'utente di trovare rapidamente le informazioni necessarie, ricevere supporto o individuare contenuti di interesse.
- Semplificare i contenuti con testi più chiari e meglio organizzati migliora la comprensione delle funzionalità dell'app.

### **Rendere più chiari i contenuti dell'app**

- Fornire maggiori dettagli sui contenuti disponibili aiuta l'utente a capire se l'app risponde alle sue esigenze.
- Inserire esempi concreti di ciò che l'utente può trovare all'interno dell'app offre un primo approccio chiaro e facilita la comprensione delle funzionalità e dei contenuti proposti.

USER JOURNEY  
MAPS  
AGGIORNATE












Obiettivo: Laura sente il bisogno di rilassarsi e migliorare la concentrazione tra studio e lavoro.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	DECISIONE	AZIONE
<b>Azioni</b>	Parlando con un amico scopre Buddhify	Legge le funzionalità dell'app, esplora il blog, cerca immagini o video dimostrativi	Scopre che l'app ha una prova gratuita e decide di usufruirne	Scarica Buddhify e inizia a fare qualche sessione di meditazione
<b>Emozioni</b>	Curiosa e speranzosa di aver trovato una soluzione  "Con questa app magari starò meglio" 😄	Felice  "Grazie a questi video dimostrativi posso capire se l'app fa per me" 😄	Fiduciosa di poter trovare in Buddhify l'app che stava cercando  "La proverò per un po' di giorni, non vedo l'ora" 🙌	Rilassata e soddisfatta  "Finalmente inizio a sentirmi meglio" 😌
<b>Opportunità</b>		Media sul sito aggiornati	Resa disponibile una prova gratuita	

miro

24 anni  
Studentessa-Lavoratrice

Obiettivo: Fabio è in un periodo di stallo creativo e cerca soluzioni per migliorare la concentrazione.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	APPROFONDIMENTO	AZIONE
 Azioni	Cercando su internet scopre Buddhify	Cerca se il tipo di meditazione che potrebbe fare al caso suo è presente nell'app	Cerca dei contenuti gratuiti sul sito per vedere cosa contiene l'app	Scarica Buddhify e prosegue con la meditazione
 Emozioni	Curioso sulle funzionalità dell'app  "Sembra interessante e poco impegnativa, vediamo cosa offre..." 	Interessato ai dettagli dei vari tipi di meditazione  "Wow ci sono tanti tipi di meditazione! Quello che mi serve adesso è questo." 	Contento e curioso di poter provare alcuni contenuti per valutare se acquistare l'app  "Vediamo come si svolge questo tipo di meditazione..." 	Soddisfatto  "Finalmente ho trovato un aiuto per quando mi sento bloccato!" 
 Opportunità		Inseriti i dettagli dei vari tipi di meditazione	Inseriti dei materiali di prova per far testare all'utente le sessioni di meditazione	

miro

35 anni  
Graphic designer

Obiettivo: Marta ha poco tempo tra riunioni e scadenze, e cerca un modo rapido per rilassarsi.

Journey phases	SCOPERTA	RICERCA	APPROFONDIMENTO	AZIONE
<b>Azioni</b>	Sui social scopre Buddhify	Scorre la homepage in cerca di informazioni sui tipi di meditazione	Vuole approfondire un aspetto dell'app e usa la barra di ricerca	Scarica Buddhify e inizia a usarla durante i viaggi
<b>Emozioni</b>	Curiosa se possa fare al caso suo  "Vediamo velocemente se vale la pena utilizzare questa app" 🤔	Soddisfatta di aver trovato in fretta l'informazione che cercava  "Fantastico! Ho trovato subito le informazioni che cercavo" 😄	Sollevata dal fatto di poter cercare velocemente quello che vuole  "Meno male che c'è una barra di ricerca." 😊	Felice di aver trovato un'app che possa aiutarla  "Durante i miei viaggi potrò rilassarmi un po' per arrivare più in forma di prima" 😌
<b>Opportunità</b>		Inserite informazioni chiave sulla homepage	Inserita una barra di ricerca all'interno del sito	

miro

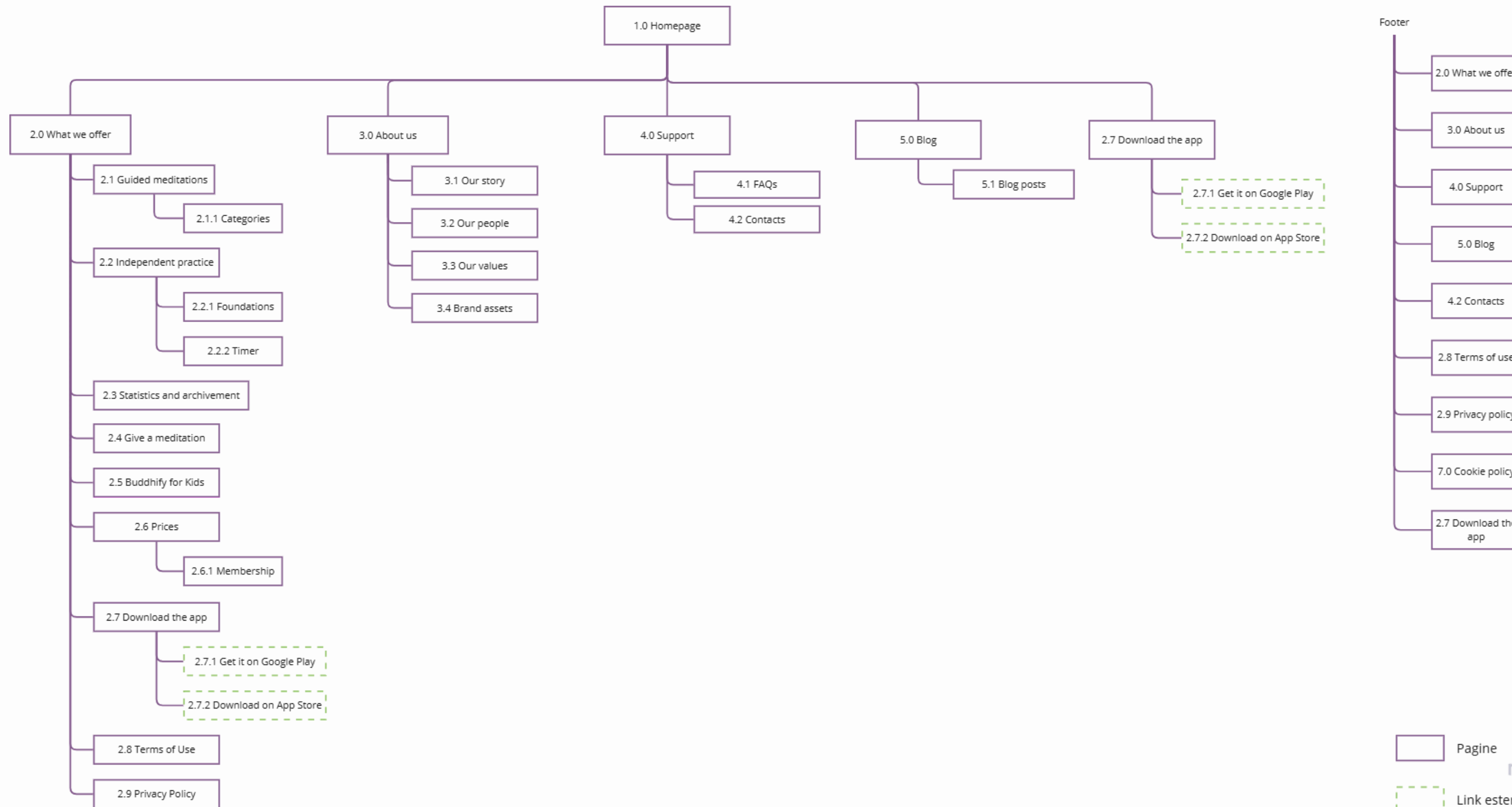


32 anni  
Marketing Manager



# INFORMATION ARCHITECTURE AGGIORNATA

L'architettura del sito è stata modificata nel seguente modo sia per la versione desktop che per quella mobile:



## MODIFICHE EFFETTUATE

- La pagina **“The app”** diventerà **“What we offer”**, al suo interno inserirò tutte le sezioni che parlano dell’app e dei contenuti che offre Buddhify, organizzate in modo da far risaltare ogni caratteristica e funzionalità dell’app e i suoi contenuti.
- La pagina **“About us”** conterrà informazioni sui creatori, i loro valori e la loro storia.
- Ho aggiunto la pagina **“Support”** per racchiudere in un’unica pagina le domande frequenti e i contatti per ottenere supporto o entrare in contatto con i membri del team per qualsiasi esigenza.
- Nel footer ci sarà la possibilità di trovare direttamente a portata **“Term of use”** e **“Privacy policy”**, insieme alla **“Cookie policy”**.



**Grazie per l'attenzione**

**EMILIANA FORESTIERE**