



PROGETTO DISCOVERY

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



“Il Carpooling come prima scelta per il trasporto per i pendolari”

Nel 2011 nasce “Bringme Carpooling & Autostop”. Uno dei primissimi portali di carpooling in Italia dotato di propria app e che supera 17.000 richieste di passaggio a settimana.

Nel 2014 nasce il ramo aziendale del servizio. Pensato per le esigenze dei pendolari che quotidianamente percorrono la tratta casa-lavoro.

Job Real Time Carpooling diventa poco a poco una solida realtà nel campo degli spostamenti condivisi prendendo per mano e portando avanti i propri valori di sostenibilità, inclusione e socialità.





INDICE

4 ANALISI DEL SITO WEB (AS IS)

Analisi Euristica di Jakob Nielsen

14 ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE

16 ANALISI COMPETITORS

Principali competitors

Analisi comparativa

19 TARGET

Target di riferimento

Pubblico interessato

User Personas identificate

27 SURVEY

Risultati

Riassunto del sondaggio



ANALISI AS IS DEL SITO WEB

Effettuata con il metodo “Analisi Euristica di Jakob Nielsen”

Breve introduzione

Gli UX designer hanno a disposizione le euristiche di usabilità come strumenti per valutare l'esperienza utente dei prodotti digitali.

Il sito di JojobRT è stato analizzato attraverso l'uso delle 10 euristiche individuate da Jakob Nielsen (pioniere dell'usabilità dei prodotti. Ex vice presidente della ricerca presso Apple Inc.)

Queste euristiche aiutano a valutare l'esperienza dell'utente sull'interfaccia e forniscono linee guida per misurarne l'usabilità e identificare eventuali problematiche da risolvere.





DESKTOP

Pro

- Durante il mouse hover il pulsante aumenta di dimensione indicando che è effettivamente un elemento cliccabile.
- Nel header viene evidenziata la pagina su cui si naviga tramite un cambio di colore rispetto alla voce del menu standard.
- Presenza di piccola icona popup in basso a destra, con finestra di dialogo, che incita al click sulla CTA per richiedere informazioni riguardo il servizio per le aziende.
- Nella pagina di richiesta informazioni con form relativo al servizio specifico è presente una headline che ricorda per quale servizio si sta chiedendo informazioni.
- Presenza di icona “loader” quando si invia il form di contatto.
- Messaggio di avvenuto invio del form di contatto.

Contro

- Durante il click sul pulsante non esiste un’indicazione direttamente sull’interfaccia che il pulsante abbia funzionato.
- Nessun messaggio di errore durante la compilazione errata dei form di contatto.
- Messaggio di avvenuto invio del form di contatto in lingua inglese durante la navigazione in lingua italiana.
- Mancata comunicazione dei successivi step dopo l’invio del form di contatto e nessuna pagina di ringraziamento.

MOBILE

Pro

- Il pulsante aumenta di dimensione al suo click suggerendo che l’elemento è effettivamente cliccabile.
- Presenza di icona “loader” quando si invia il form di contatto.
- Messaggio di avvenuto invio del form di contatto.

Contro

- Con l’esclusione delle pagine con form di contatto, non è chiaro in quale pagina si sta navigando.
- Non è presente un breadcrumb o un headline che ricordi in quale sezione del sito ci si trova.
- Durante il click sul pulsante non esiste un’indicazione direttamente sull’interfaccia che il pulsante abbia funzionato (se non direttamente dal caricamento nativo del browser).
- Messaggio di avvenuto invio del form di contatto in inglese durante la navigazione in lingua italiana.
- Mancata comunicazione dei successivi step dopo l’invio del form di contatto.
- Nessuna pagina di ringraziamento successiva all’invio del form di contatto.
- Il form di contatto “Carpooling PSCL” non funziona e non è presente nessun messaggio di errore.
- La pagina “Carpooling aziendale” presenta un’errore di visualizzazione.



DESKTOP

Pro

- L'header è fisso durante la navigazione consentendo velocità nel navigare verso altre sezioni del sito.
- L'icona per la chat con l'assistenza clienti presenta una "X" per chiudere l'overlay della schermata.
- Il click esterno verso il download dell'applicazione si apre in un'altra schermata consentendo un facile ritorno sul sito.

Contro

- Presente un popup per scaricare l'applicazione ma senza una "X" per chiudere il popup.
- Non sono presenti breadcrumb per muoversi attraverso la gerarchia delle pagine.
- Non è presente una pagina di ringraziamento dopo l'invio del form di contatto. Come risultato non viene data la possibilità di annullare o rivedere i dati inseriti.

MOBILE

Pro

- L'header di navigazione è fisso durante la navigazione lasciando sempre un accesso al menu mobile.
- Il menu mobile una volta aperto può essere chiuso con una "X"
- Una volta aperta la chat con l'assistenza viene data la possibilità di chiuderla con una "X" in alto a destra.
- Il click esterno verso il download dell'applicazione si apre in un'altra schermata consentendo una facile navigazione di ritorno sul sito.
- Presente un popup con CTA nella pagina "Carpooling aziendale" con una "X" per chiuderlo.

Contro

- Presente un popup di esagerate dimensioni per scaricare l'applicazione ma senza una "X" per chiuderlo.
- Non sono presenti breadcrumb per muoversi attraverso la gerarchia delle pagine.
- Non è presente una pagina di ringraziamento dopo l'invio del form di contatto. Come risultato non viene data la possibilità di annullare o rivedere i dati inseriti.



Corrispondenza tra il sistema e il mondo reale

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Sezione “i risultati del progetto” realizzata con terminologia vicina al pubblico di riferimento.
- Linguaggio chiaro, semplice e comprensibile ai potenziali utenti del servizio (privati, aziende, pubblica amministrazione), nel complesso, su tutto il sito web.

Contro

- Headline principale in homepage in lingua inglese, sebbene il sito sia in modalità italiano.
- Poca chiarezza del copy sulla differenza dei pacchetti per aziende.



Coerenza e standard

8

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Il logo di Jojob ha sempre la stessa versione di struttura su tutto il sito web, con una variante colore presente nel footer.
- Viene utilizzato sempre lo stesso font con le sue declinazioni.
- I colori del logo (e quindi del brand) vengono ripresi su tutto il sito.
- Se si clicca sul logo si viene rimandati alla homepage.
- La struttura delle varie pagine è uguale consentendo un minore sforzo di apprendimento da parte dell'utente.

Contro

- Nel footer è presente un altro logo che rappresenta l'azienda a capo del progetto Jojob, però non è spiegato in modo chiaro di cosa si tratta (neanche nella sezione “La nostra storia”).
- Il colore e lo stile dei pulsanti CTA cambia sempre a seconda della sezione/pagina in cui ci si trova. Questo può creare confusione e non radicalizza nella memoria dell'utente un pattern definito.
- Nel complesso c'è poca consistenza nell'utilizzo dei colori del brand su tutto il sito. Si respira un'aria di confusione grafica.
- Mancanza di una barra di ricerca.
- Non è possibile utilizzare il servizio di carpooling per i privati direttamente sul sito, ma solo attraverso l'applicazione (lo standard dell'industria e il principale competitor lo permette).

Prevenire l'errore

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Sono presenti le FAQ.
- Non presenza di sezioni invadenti che potrebbero rendere difficoltosa la navigazione e indurre in errori.

Contro

- FAQ poco visibili poiché accessibili solamente da certe pagine e dal footer.
- Con l'inserimento di una email formattata errata, non è presente un messaggio di errore che ricorda come il campo email deve essere compilato. Il messaggio di errore viene fuori solamente dopo aver provato a cliccare il pulsante invio.
- Con l'inserimento di un numero di telefono con quantità di cifre superiore alla normalità dei numeri di telefono, non è presente a video un messaggio di errore che ricorda la corretta formattazione del numero di telefono.
- Il campo email non prevede l'autocompletamento dell'appendice "@dominio.it" più diffusi.
- Non è presente nessun messaggio di aiuto alla compilazione del form.
- Assenza di breadcrumbs.

Riconoscimento più che ricordo

9

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Le pagine secondarie che spiegano il servizio specifico per i territori, aziende o privati hanno la stessa architettura di informazione.
- C'è un buon uso dei colori del brand per differenziare i servizi specifici (blu per le aziende, verde per i privati, rosso per i territori).

Contro

- Non è presente un breadcrumb nelle pagine secondarie per indicare il percorso e di conseguenza la gerarchia delle pagine.
- Non è presente una CTA che rimane fissa in basso allo scroll della pagina.
- Non è presente un eventuale barra di informazioni appena sopra al header utile per comunicare un concetto rapidamente cliccabile.

Flessibilità ed Efficienza

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Il layout delle pagine è semplice e pulito. Qualche animazione per dare ritmo.

Contro

- Non esiste una possibilità di personalizzare l'esperienza in base ai bisogni dell'utente (es. test con qualche domanda semplice per consigliare il pacchetto giusto).
- Da mobile il layout a volte è sfalsato e rende impossibile fruire le informazioni della pagina.
- Non esiste un percorso definito e assistito per accompagnare l'utente a lasciare i dati per essere ricontattato, ma solamente un form di contatto classico.

Estetica e progettazione minimalista

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Il sito ha un design semplice, le pagine sono composte da immagini e testi che sono coerenti tra loro.
- Nelle pagine sono presenti praticamente solo pulsanti di CTA che rimandano al form di contatto.
- È presente una gerarchia dei testi.
- Le grafiche sono coerenti con il concetto espresso e a loro riferito.
- Il sito presenta forme sinuose che danno un senso di tranquillità e un tocco di modernità.
- I paragrafi hanno una buona leggibilità. Da mobile un po' meno, occupando a volte tutto lo schermo.

Contro

- Le grafiche non seguono i colori e il tono del brand, sebbene siano coerenti con il contenuto.
- Il sito è stato progettato solamente per la versione desktop, lasciando la versione mobile come un semplice riadattamento responsive automatico. Alcune sezioni si vedono male, alcune sono mancanti. Nella pagina "Carpooling Aziendale", da mobile, il contenuto è completamente sfalsato e non fruibile.



Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e uscire dalle situazioni di errore

DESKTOP/MOBILE

Pro

- In caso di errore nel form della newsletter viene fornita la soluzione, ma solamente dopo aver provato a premere il pulsante di invio.
- Appare un avviso di completamento con successo dell'invio del form di contatto.

Contro

- Nulla da riscontrare.



Supporto e Documentazione

DESKTOP/MOBILE

Pro

- Presenza della pagina contatti direttamente nel menu header.
- Presenza della pagina FAQ
- Nella pagina contatti sono presenti numerosi indirizzi email specifici dei dipartimenti aziendali.
- Presente la live chat in tutto il sito in basso a destra (come da standard riconosciuto).

Contro

- Pagina FAQ poco raggiungibile (se non dal footer o dalla pagina contatti).
- Nelle pagine di spiegazione del servizio non viene anticipata e risposta alcuna potenziale domanda che potrebbe avere il target.

● CONSIDERAZIONI FINALI

In sintesi, il sito web presenta diversi aspetti positivi, tra cui un design pulito, linguaggio chiaro e un discreto feedback visivo durante l'interazione.

Tuttavia, alcune aree necessitano di miglioramenti.

La coerenza nei colori del brand, la chiarezza nelle call-to-action e l'ottimizzazione per dispositivi mobili sono tra gli aspetti più critici.

La mancanza di indicazioni durante e dopo l'invio del form e la presenza di errori di visualizzazione su mobile sono punti da affrontare con priorità.



Analisi applicazione Android/IOS

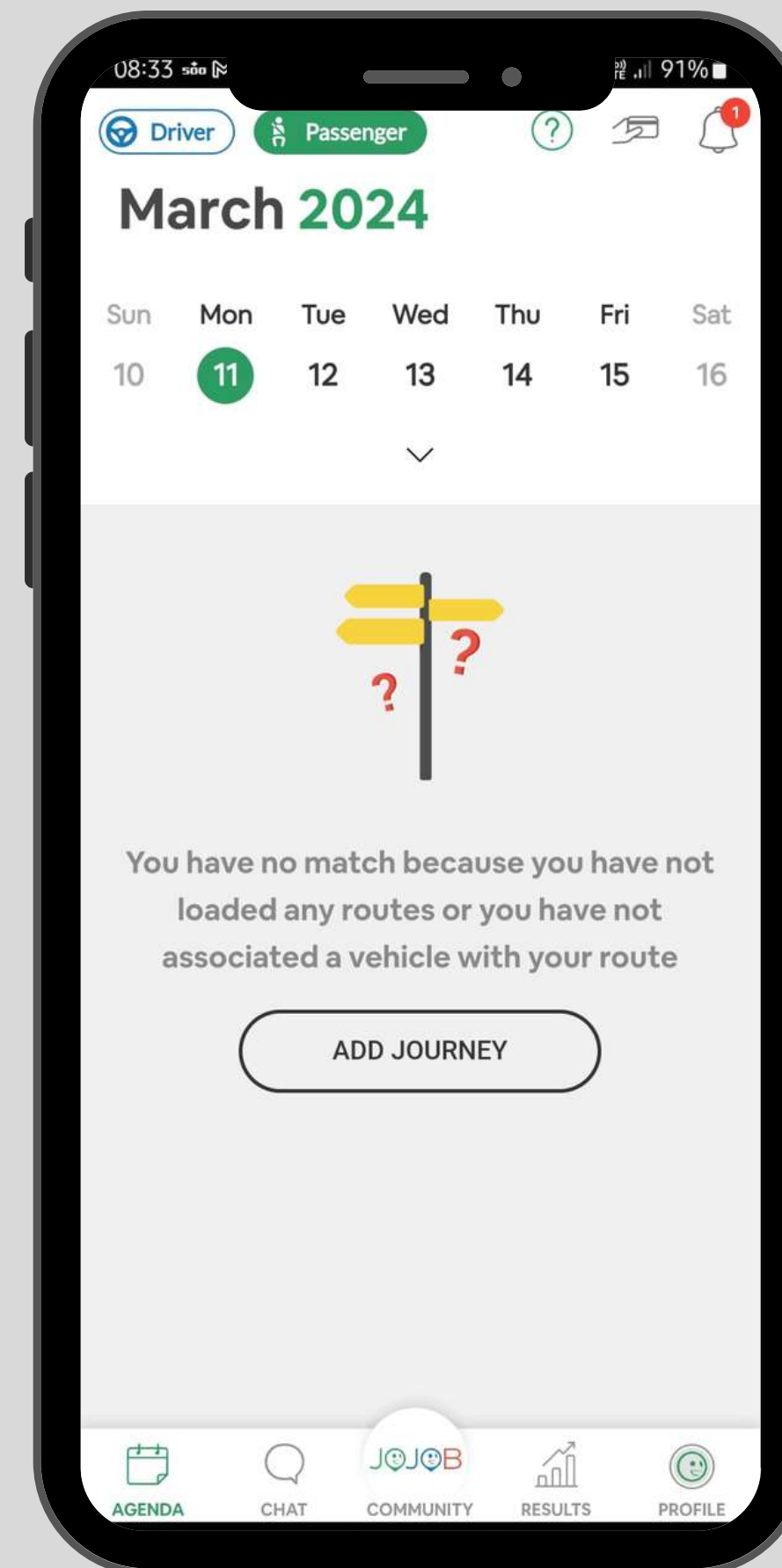
La media delle recensioni sullo store è di 2.7 stelle su 5.

La maggior parte delle persone si lamentano sulla poca informazione nel processo di registrazione e sui numerosi errori che non vengono prevenuti e anticipati.

Facendo una prova veloce dell'applicazione si nota comunque **una buona posizione delle informazioni e una ottima navigabilità.**

Le icone anticipano bene quella che sarà poi la sezione di destinazione collegata.

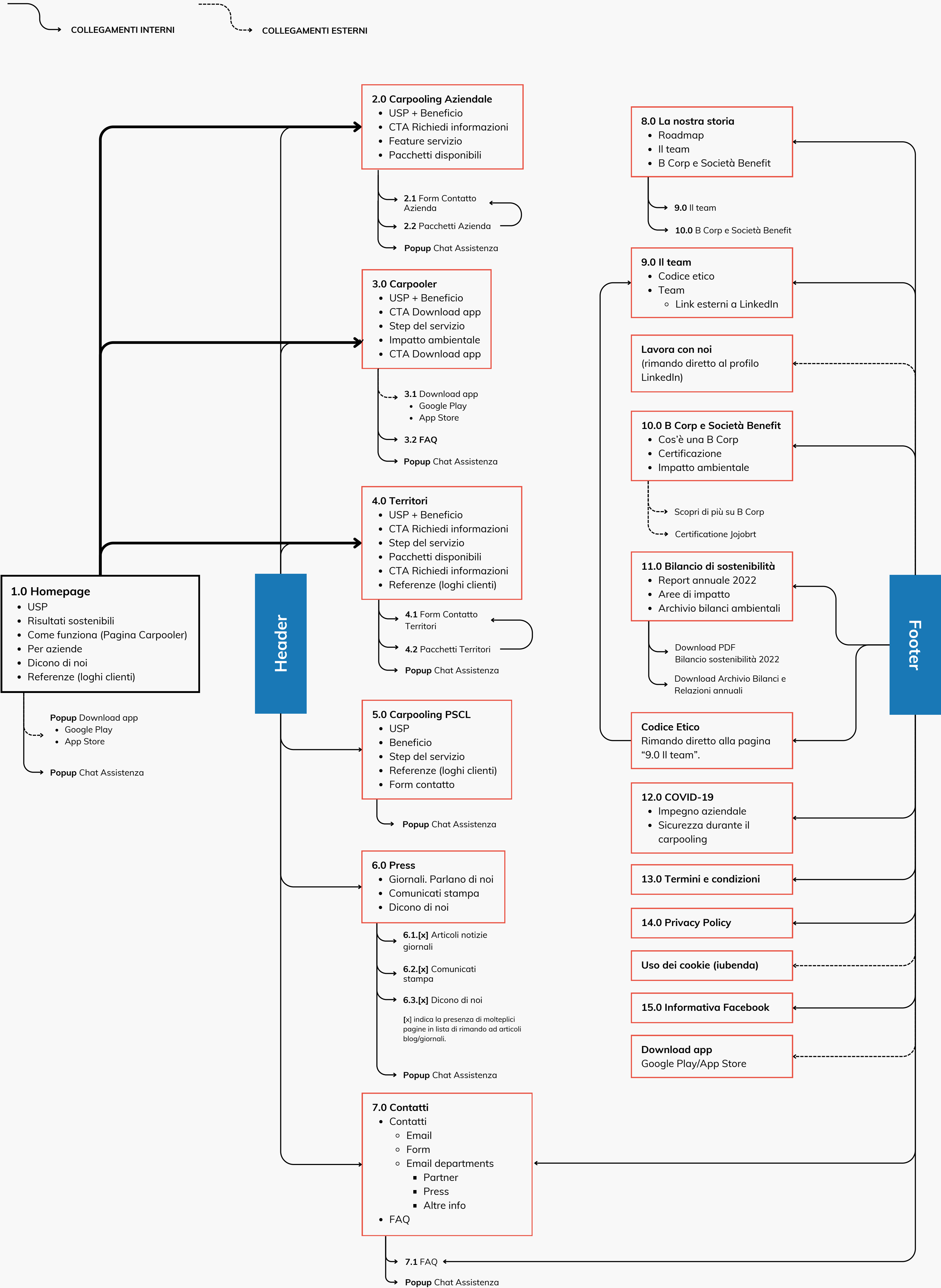
Presenta una sezione “Agenda” dove è possibile pubblicare un tragitto, la sezione chat per comunicare con i drivers, l'area community per il carpooling aziendale, la classifica e dati sull'impatto ambientale individuale e una schermata di impostazioni per poter gestire il profilo.





ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE

Mappatura del sito web e architettura delle pagine.





ANALISI COMPETITORS

I principali competitors di Jojob

Sul mercato ci sono un grande numero di progetti di carpooling ma solamente 3 si avvicinano molto al settore di Jojob che operano sul mercato italiano: BlaBlaCar, Moversi e Movesion.

HitchHike (che opera in Germania e Svizzera) e Ridesharing (che opera in Canada) vengono prese in considerazione per avere un riferimento in più e arricchire il confronto tra le aziende, acquisendo così maggiori input dal settore.

Nelle prossime slide viene effettuata un'analisi comparativa mettendo a confronto i siti web aziendali.

The logo for moversi, featuring the word "moversi" in a green, lowercase, sans-serif font. A green line arches over the "o", which has a red dot in its center.The logo for BlaBlaCar, featuring a blue speech bubble icon with a green dot inside, followed by the text "BlaBlaCar" in a dark blue, sans-serif font.The logo for HitchHike, featuring a yellow circle with the letters "Hi" in white, followed by the text "HitchHike" in a bold, dark grey, sans-serif font.The logo for MOVESION, featuring the word "MOVESION" in a large, white, sans-serif font, with the tagline "MOBILITY TOMORROW" in a smaller, white, sans-serif font below it.The logo for ridesharing.com, featuring a red location pin icon inside a white square, followed by the text "ridesharing.com" in a blue, sans-serif font.

						
CERTIFICATI AMBIENTALI						
DOMANDE FREQUENTI						
BLOG						
RECENSIONI						
REFERENZE						

MULTILINGUA

LIVE CHAT

WHATSAPP

CHI SIAMO

LAVORA
CON NOI



						
SEZIONE AZIENDE						
EMAIL DI SUPPORTO						
NEWSLETTER						
SOCIAL NETWORK						
BREADCRUMBS						

						
LOGIN / SIGN UP DA SITO						
USO DEL SERVIZIO DA WEB						
APPLICAZIONE SMARTPHONE						
STEP DEL SERVIZIO						
COOKIE BANNER (Privacy Policy)						



TARGET



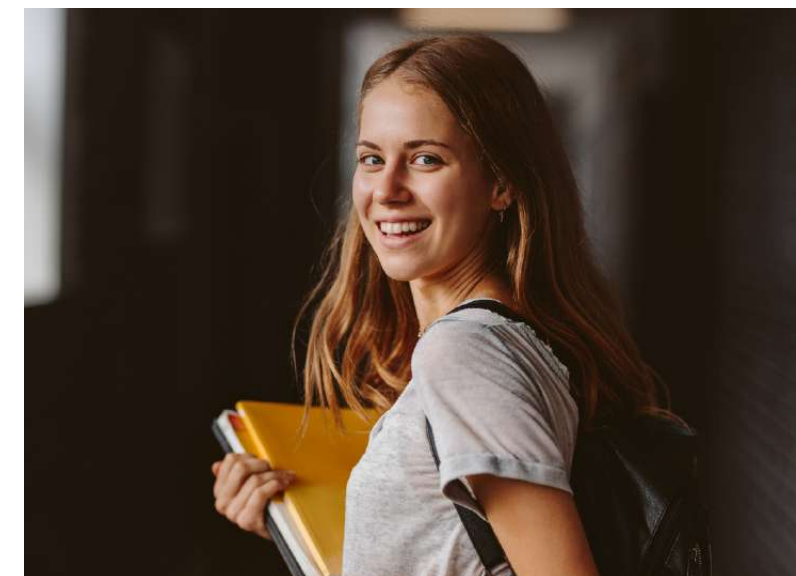
TARGET DI RIFERIMENTO

[Susan Shaheen, Ph.D., Adam Stocker, and Marie Mundler. BlaBlaCar Survey among its users, 2013](#)

Prendendo come riferimento un sondaggio del 2013 effettuato da BlaBlaCar tra i suoi utenti nel mercato francese, si evince che gli utilizzatori tipo del carpooling, e di conseguenza potenziali utenti nel corrispettivo mercato italiano, sono demograficamente variegati. Non presentano un netto target rispetto a età, genere, reddito e professione.

Il carpooling però è preferito da utenti che hanno la necessità di spostarsi da un punto A a un punto B senza aver pianificato con anticipo lo spostamento.

Sebbene in Francia non sia così popolare l'uso quotidiano del carpooling, cioè per spostamenti casa-lavoro-casa, si legge dai dati una maggiore richiesta di tragitti condivisi da parte di lavoratori che hanno turni fissi e che vivono a ridosso della grandi città.





TARGET DI RIFERIMENTO

[Susan Shaheen, Ph.D., Adam Stocker, and Marie Mundler. BlaBlaCar Survey among its users, 2013](#)

Alcuni dati chiave del sondaggio:

- Il 66% ha un reddito tra <10.000€ e 25.000€ all'anno.
- Circa il 50% possiede un titolo di studio primario o secondario.
- Gli utenti hanno tra i 18 e i 64 anni distribuiti in modo omogeneo.
- 46% sono uomini. 54% sono donne.
- 61% hanno un lavoro sedentario (da ufficio).
- 18% sono studenti.
- 77% vivono in zone urbane.
- Circa il 65% delle persone utilizzano il servizio una volta al mese o occasionalmente.
- 72% utilizza il servizio per svago e non per lavoro.

Conclusioni

Uno dei motivi per i quali le persone usano il carpooling è soprattutto per risparmiare sugli spostamenti. Questo è confermato dalla maggior parte degli utenti di BlaBlaCar che hanno un reddito medio inferiore a 25.000€. Gli utilizzatori più frequenti sono lavoratori di ufficio che vivono in zone urbane e da studenti.

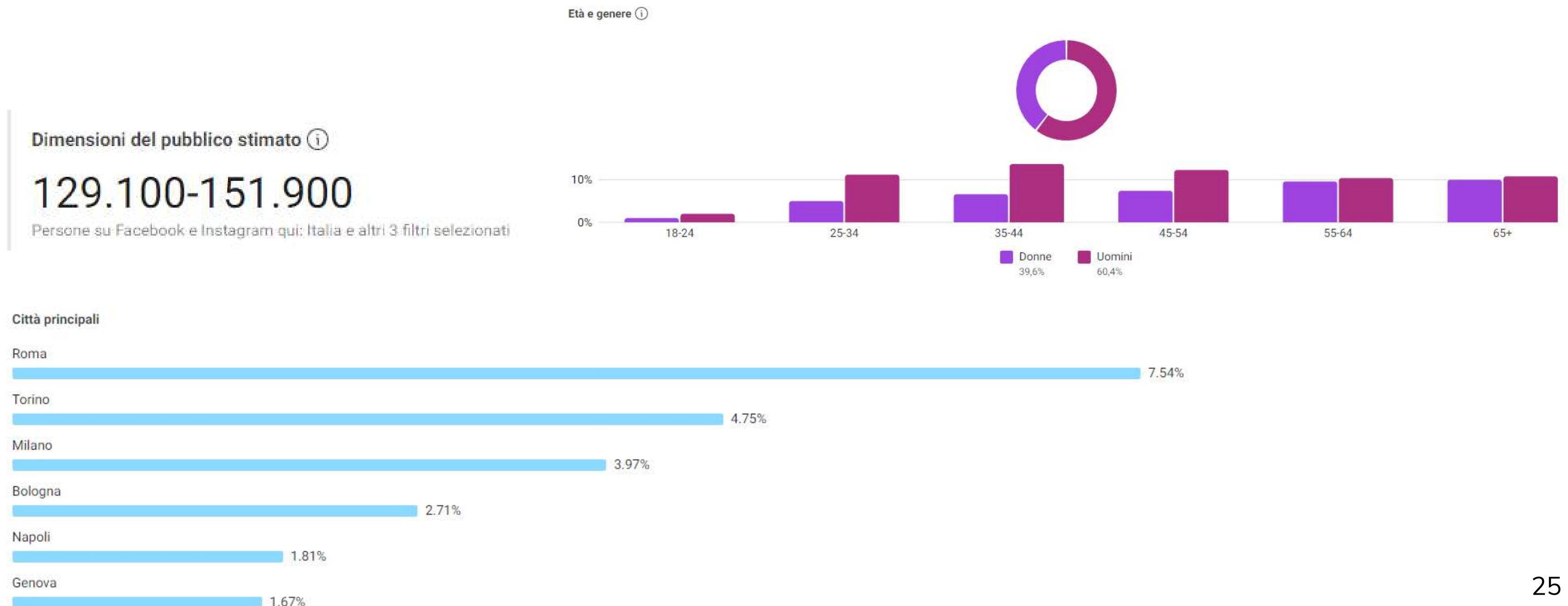
Il servizio è più frequentemente usato da persone con reddito basso.

Le persone con reddito tra la fascia di riferimento 10.000-25.000€ lo utilizzano principalmente per svago.

Quasi la totalità degli utenti utilizzano la propria auto quando non scelgono il carpooling.

PUBBLICO INTERESSATO

Secondo i dati di Facebook Audience Insights per interesse “carpooling” e “BlaBlaCar”.



USER PERSONAS IDENTIFICATE



Giulia - 27 anni

Membro del Team
dell'assessore
all'ambiente e verde
della provincia di Milano



Alessandro - 32 anni

Proprietario catena di
concessionarie auto



Martina - 22 anni

Studentessa di lingue
fuori sede a Padova



Giulia - 27 anni

Giulia è un'impiegata di 27 anni che lavora presso la Provincia di Milano e si occupa di progetti legati alla sostenibilità e mobilità. Il suo ruolo è incentrato sulla promozione di iniziative che migliorino la qualità della vita dei cittadini e riducano l'impatto ambientale.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza lei stessa mezzi sostenibili per muoversi in città.
- Tiene molto all'ambiente.
- Organizza e partecipa a eventi per coinvolgere la comunità nella condivisione dei mezzi.
- Desidera ridurre l'uso dell'auto privata tra i residenti della provincia attraverso il carpooling.

Obiettivi:

- Implementare soluzioni sostenibili a livello locale.
- Coinvolgere attivamente la comunità nella riduzione dell'impatto ambientale.
- Creare partnership con il settore privato per sostenere iniziative di carpooling.



Alessandro - 32 anni

Alessandro è il proprietario di una catena di concessionarie di automobili. Ha a cuore tutto il mondo della sostenibilità e il problema dell'inquinamento. Vuole estendere il suo impegno anche verso gli spostamenti casa-lavoro-casa dei suoi dipendenti.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza il carpooling come driver quando è in viaggio di lavoro per andare tra le sue concessionarie.
- Gli piace il calcio, il mondo vegetariano e vive con la sua fidanzata in una villetta.
- Possiede un'auto elettrica e ha fatto recentemente ristrutturare la sua abitazione con l'aiuto del bonus 110%.

Obiettivi:

- Implementare progetti di carpooling aziendale per ridurre l'impatto ambientale dei suoi viaggi e degli spostamenti casa-lavoro-casa dei suoi dipendenti.
- Coinvolgere attivamente i dipendenti nell'adozione di pratiche sostenibili mediante la somministrazione di corsi e incentivi monetari.



Martina - 22 anni

Martina è una studentessa fuori sede di 22 anni. Studia lingue in centro a Padova e ha una buona capacità tecnologica. Vuole contribuire alla riduzione dell'inquinamento ambientale e accrescere la sua capacità relazionale.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza spesso il carpooling per tornare a casa durante i weekend.
- Partecipa a iniziative sociali e ambientali.
- Ha un budget limitato e cerca modi economici per viaggiare.

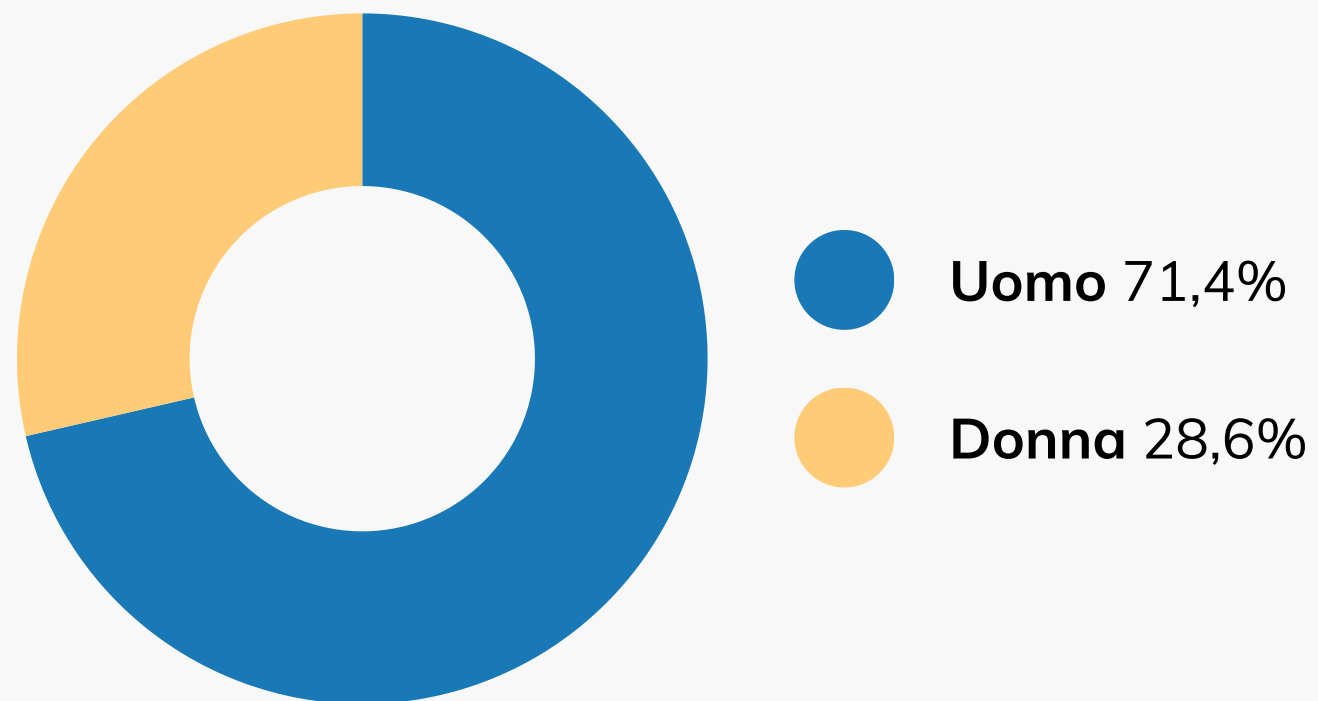
Obiettivi:

- Risparmiare denaro e contribuire all'ambiente.
- Connettersi con nuove persone e ampliare la sua rete sociale.
- Utilizzare un servizio di carpooling facile da usare e sicuro.

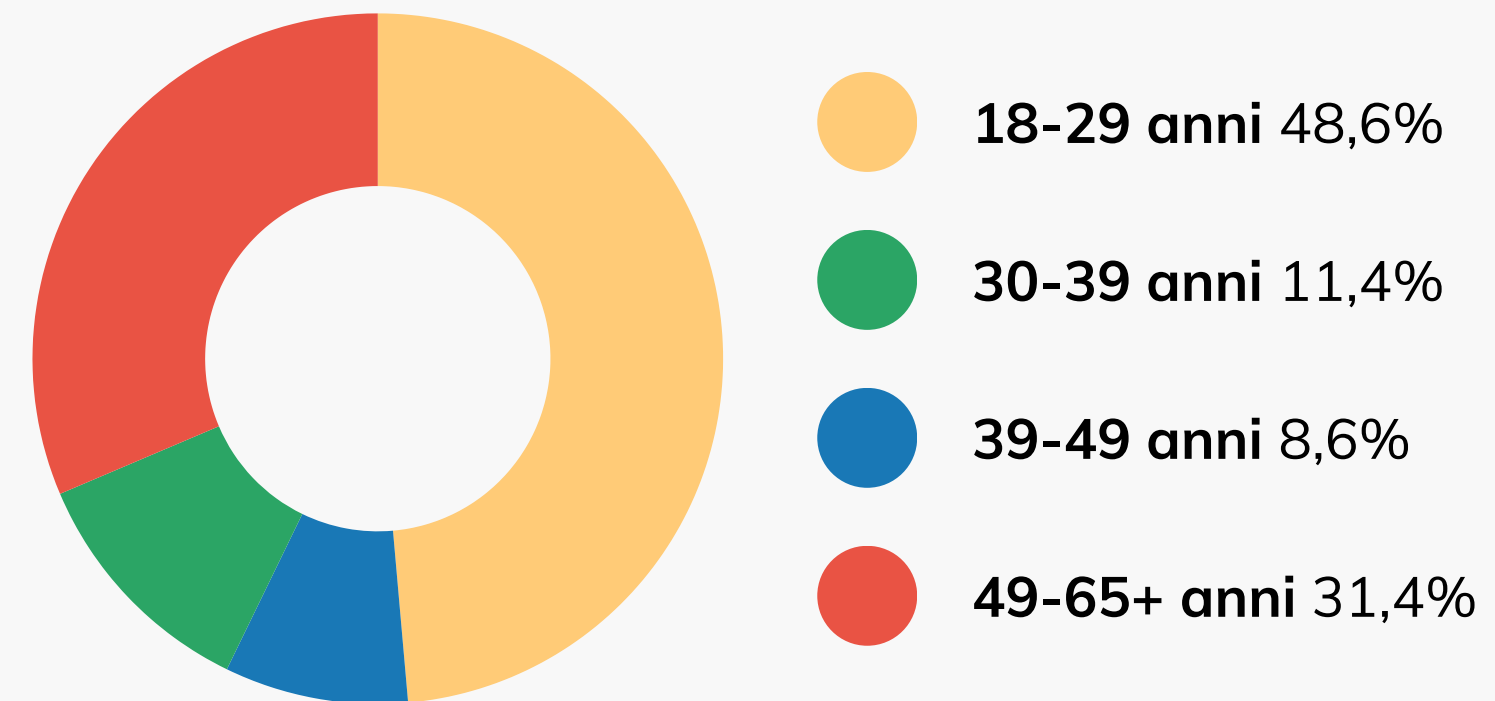


SURVEY

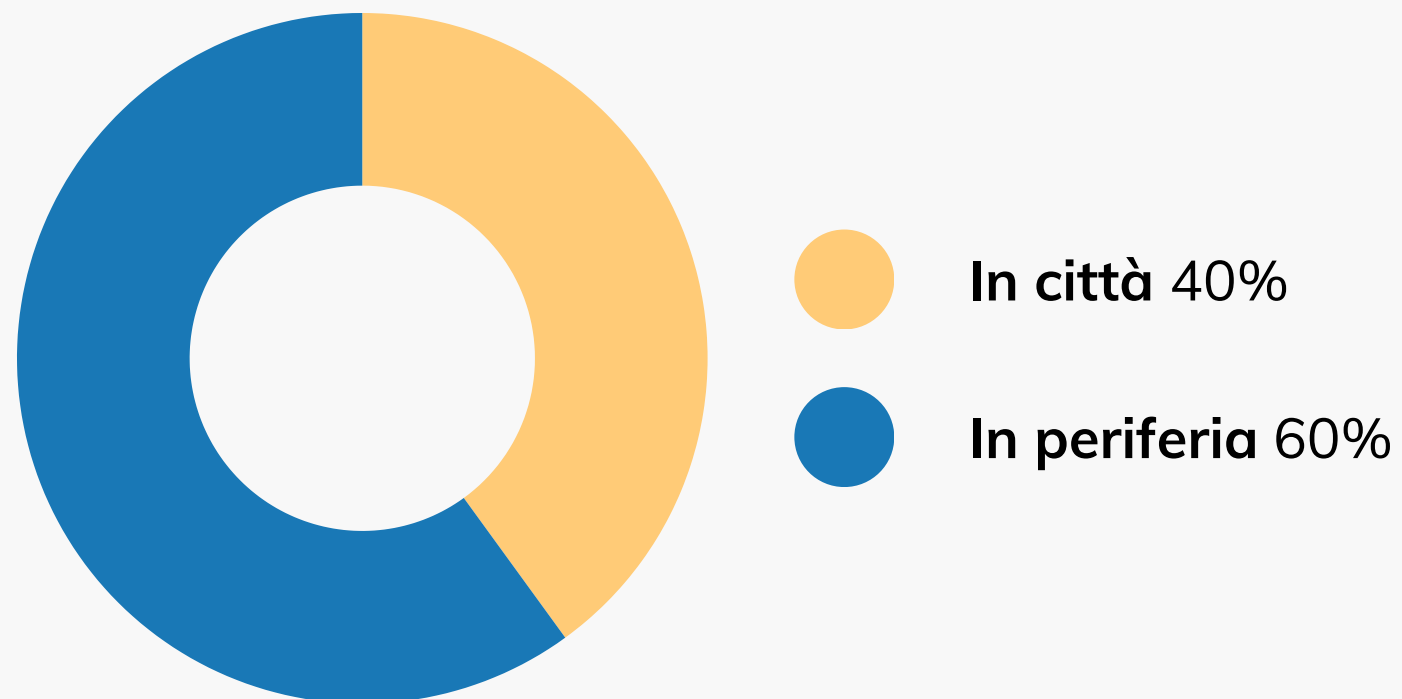
Indica il tuo genere



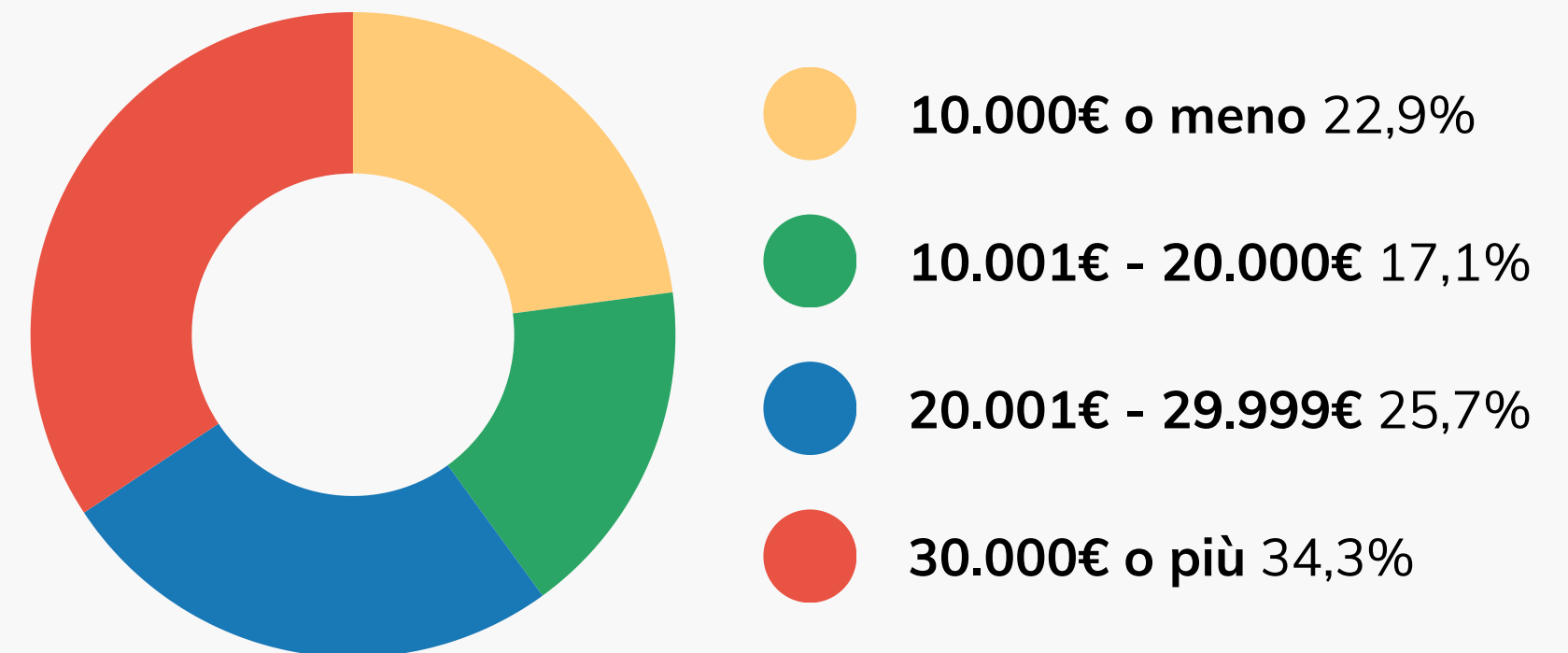
Indica il tuo range di età



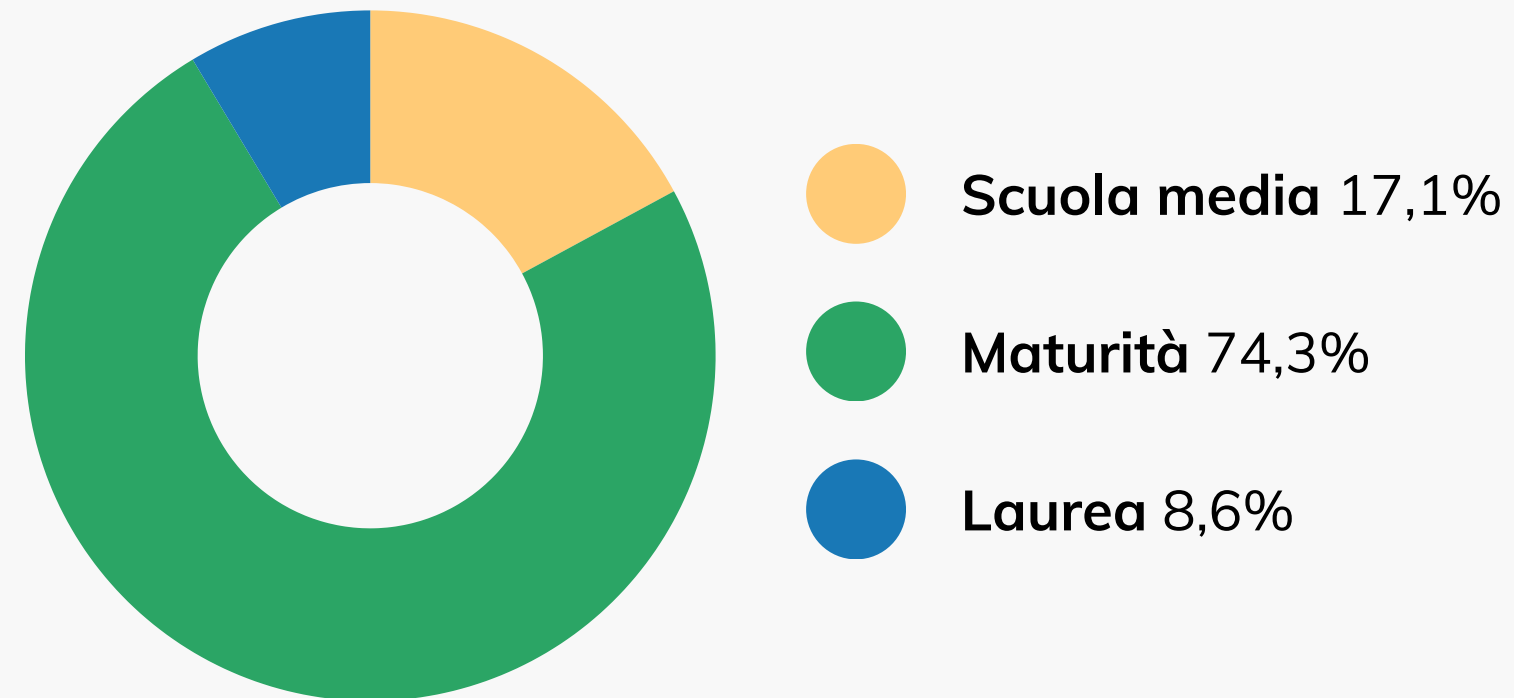
Dove vivi?



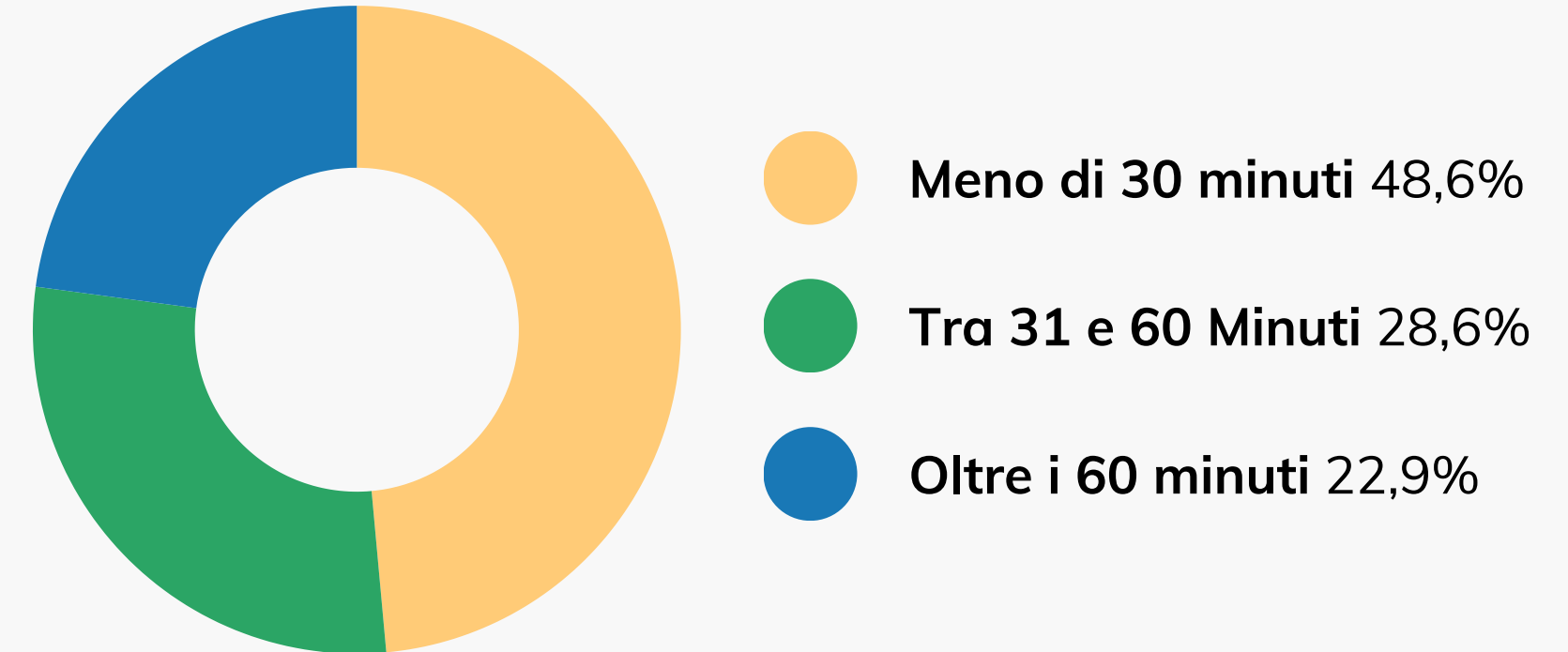
Qual è il tuo reddito annuale?



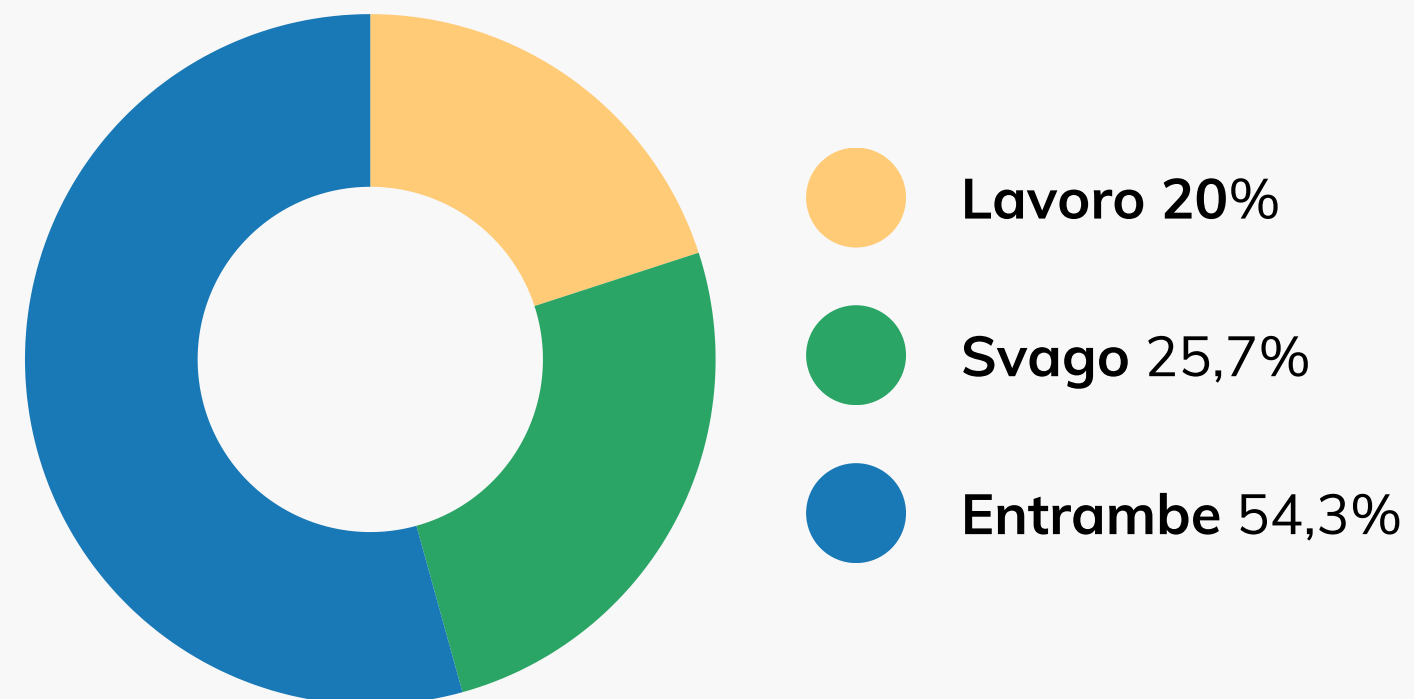
Qual è il tuo livello di istruzione?



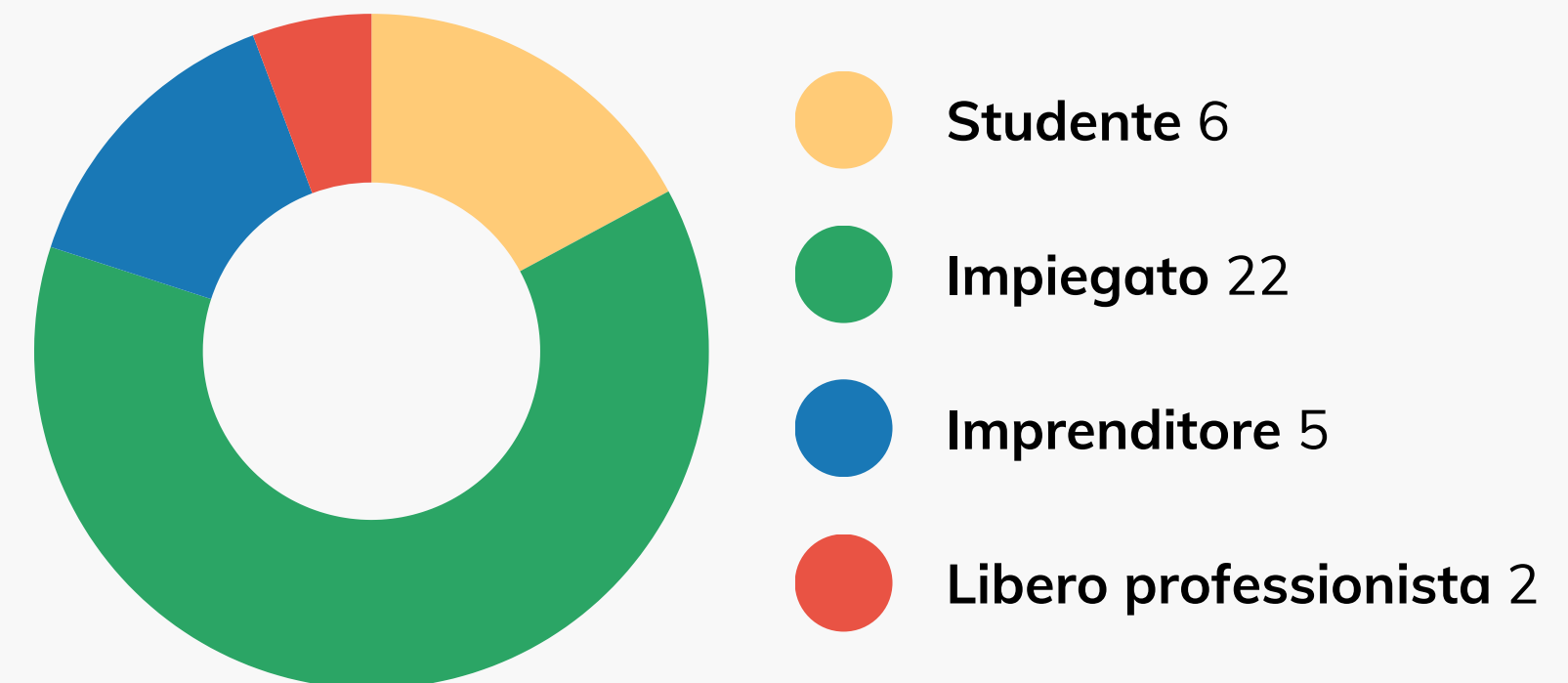
Quanto tempo trascorri in auto mediamente in un giorno?



Per cosa utilizzi la tua auto solitamente?



Qual è la tua professione?



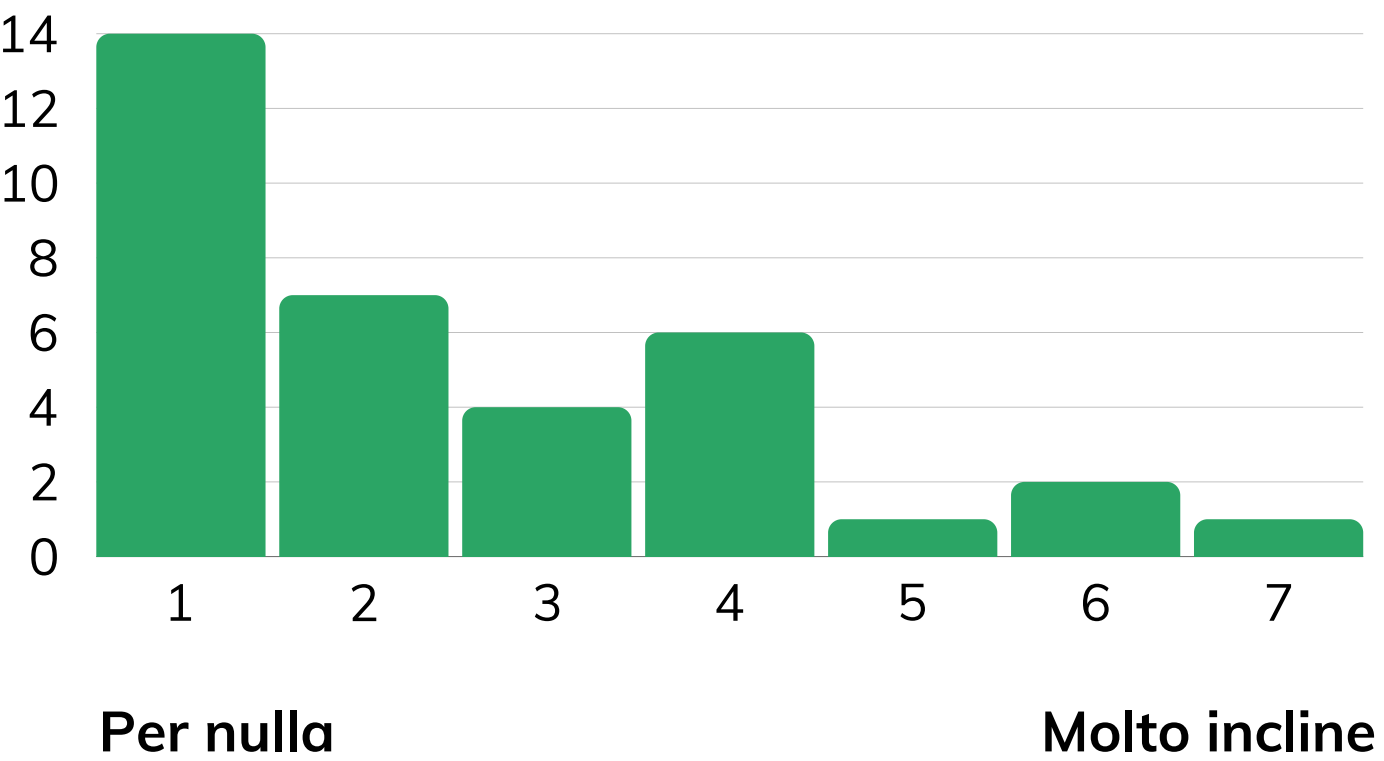
Conosci il carpooling?



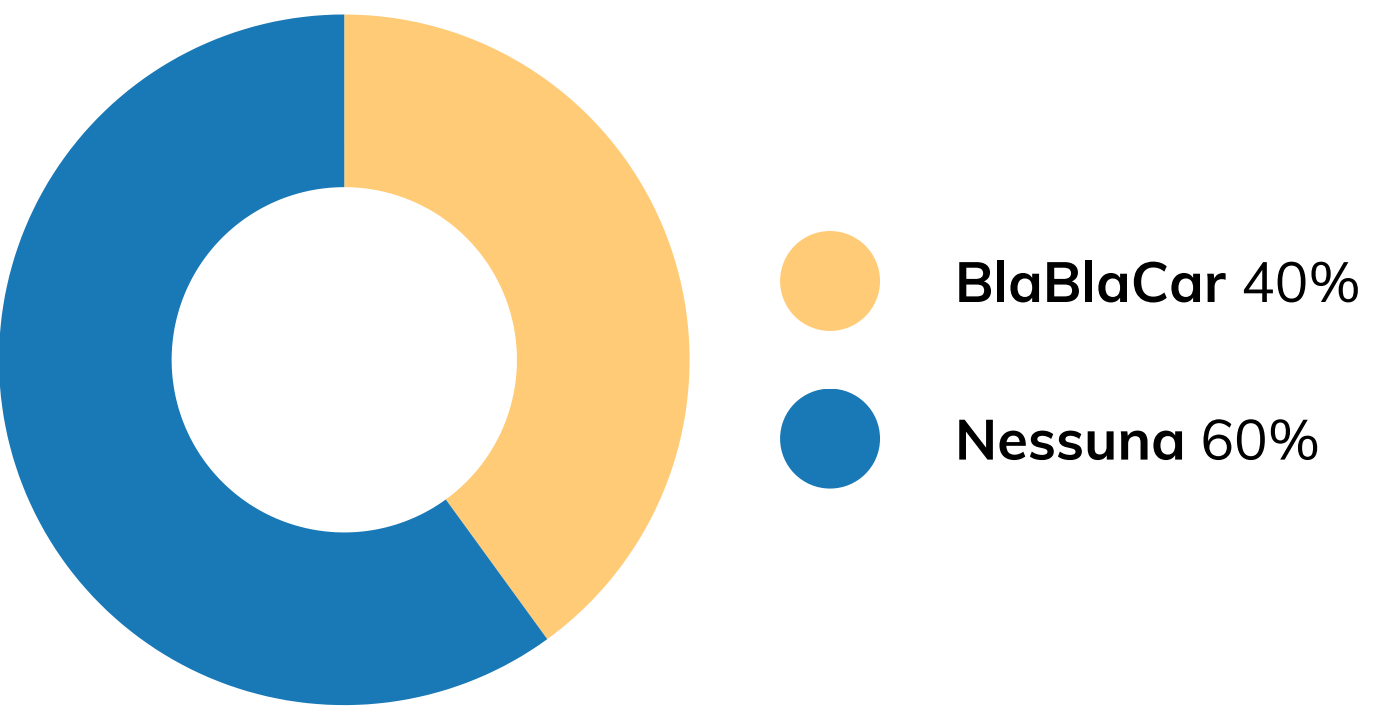
Hai mai utilizzato un servizio di carpooling?



Quanto sei incline a usare un servizio di carpooling?



Nomina qualche azienda di carpooling se la conosci



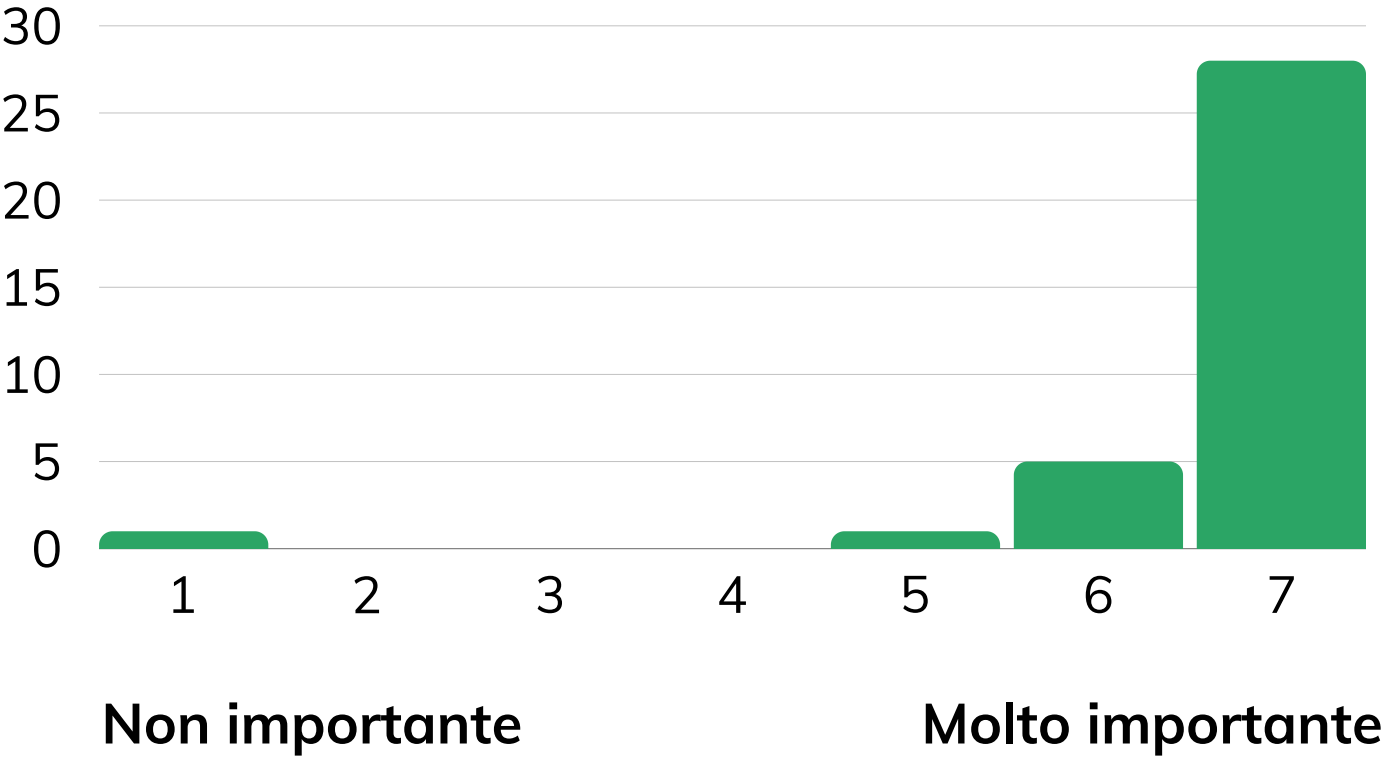


Secondo te, quali problemi risolve il carpooling?

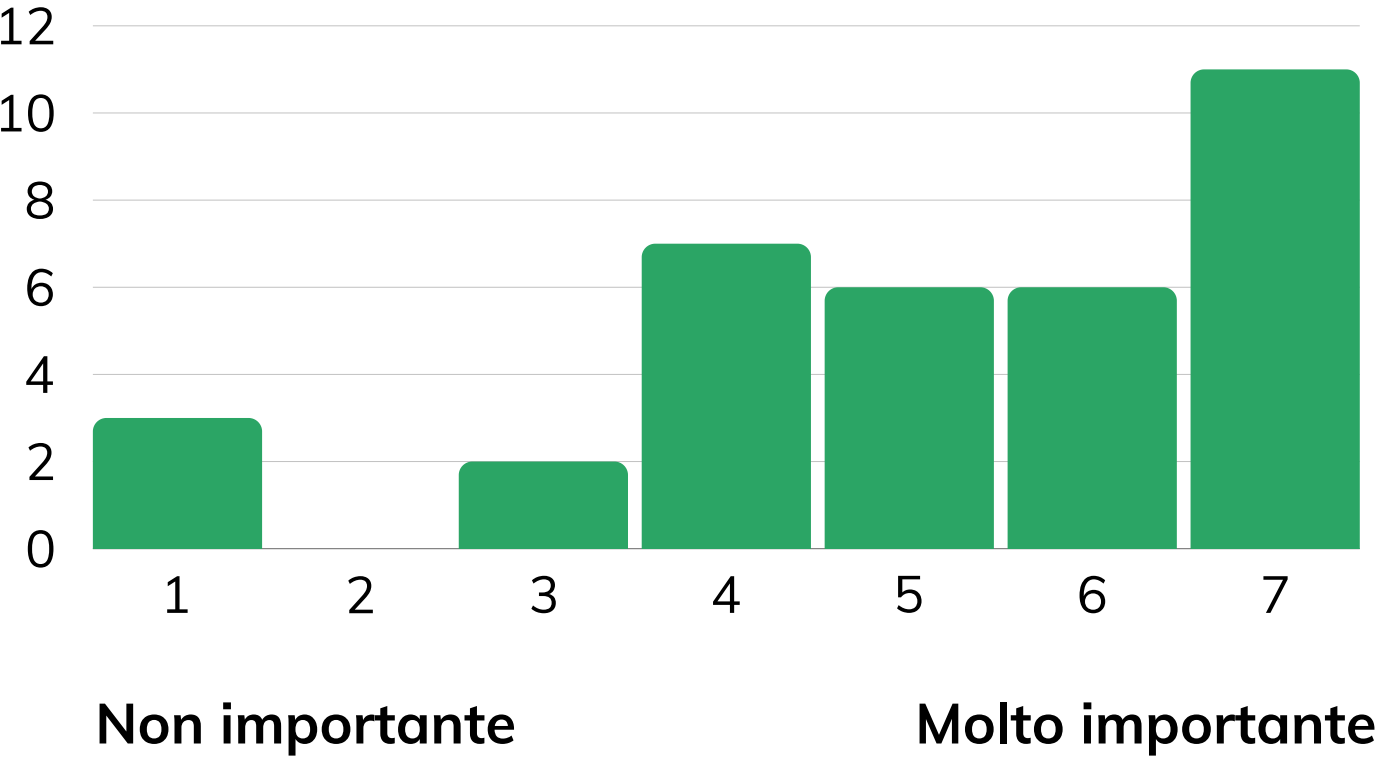
(risposte riportate per intero)

- Riduzione emissioni e costi, traffico eccessivo.
- Non lo so.
- Ambiente.
- Con i viaggi spot sicuramente è l'ideale, ma preferisco il treno e farmi i fatti miei.
- Congestione del traffico, inquinamento.
- Costi e tempi.
- Divisione di spese, prezzo migliori rispetto ai mezzi ordinali di trasporto
- Economici.
- Economico.
- Ingegnoso.
- Inquinamento ambientale e costi carburante di una famiglia.
- Inquinamento, spesa per carburante e autostrada, compagnia.
- Inquinamento, traffico, alte spese per carburante, autostrada.
- Costi carburante e quantità di gas di scarico.
- Meno auto che si utilizzano per persone singole.
- Meno traffico e inquinamento.
- Migliora il tasso di inquinamento, meno traffico, meno problema di parcheggi.
- Non saprei.
- Non so.
- Ridurre i consumi, i costi, inquinamento e traffico.
- Riduzione costi, diminuzione congestione strade, meno inquinamento.
- Riduzione delle emissioni e dei costi. Permette a molte più persone di spostarsi.
- Risparmiare.
- Risparmio denaro, affitto auto.
- Spese ridotte.
- Traffico.
- Troppe auto in giro.
- Trovare parcheggio, minore spesa a persona tra carburante e pedaggi, inquinamento.
- Risparmio economico.
- Traffico.
- Minor numero di auto circolanti, meno inquinamento, meno traffico.
- Non c'è spreco di benzina.

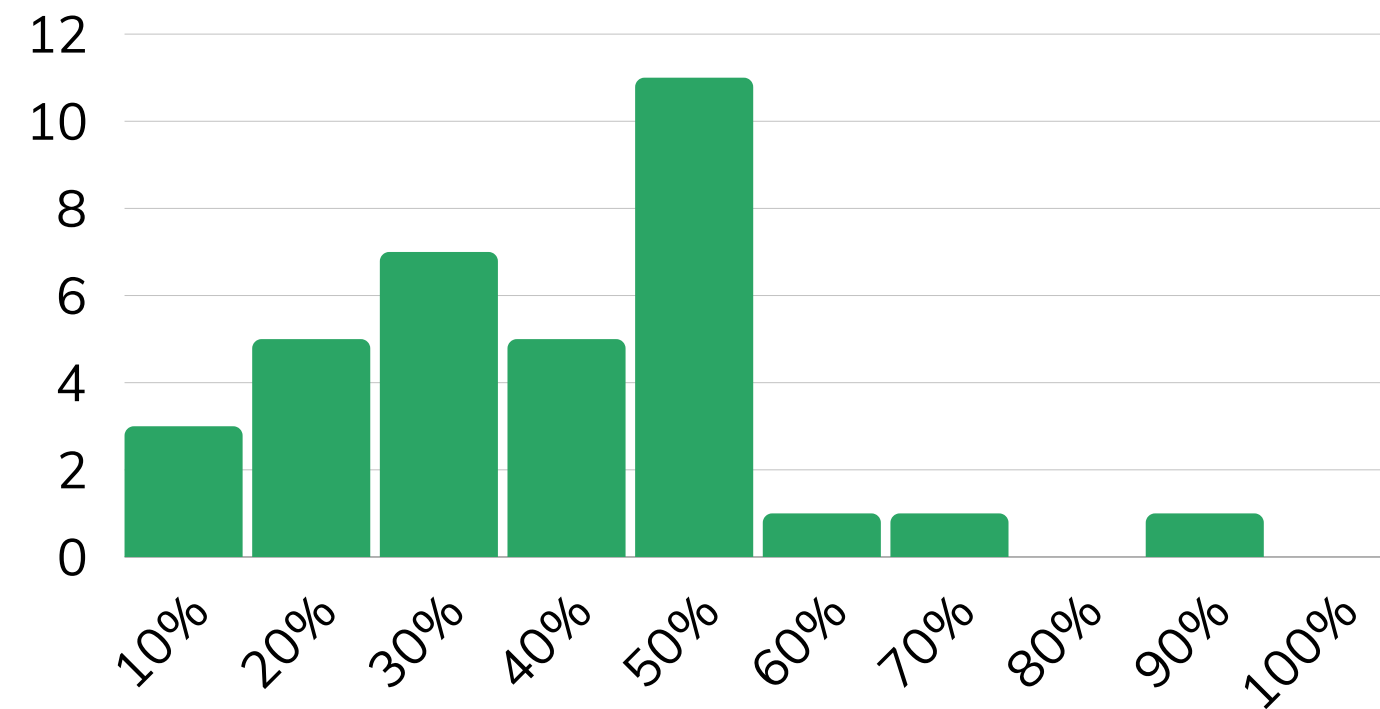
Quanto importante è per te sapere se le persone che condividono la propria auto siano affidabili e certificate dalla piattaforma di carpooling?



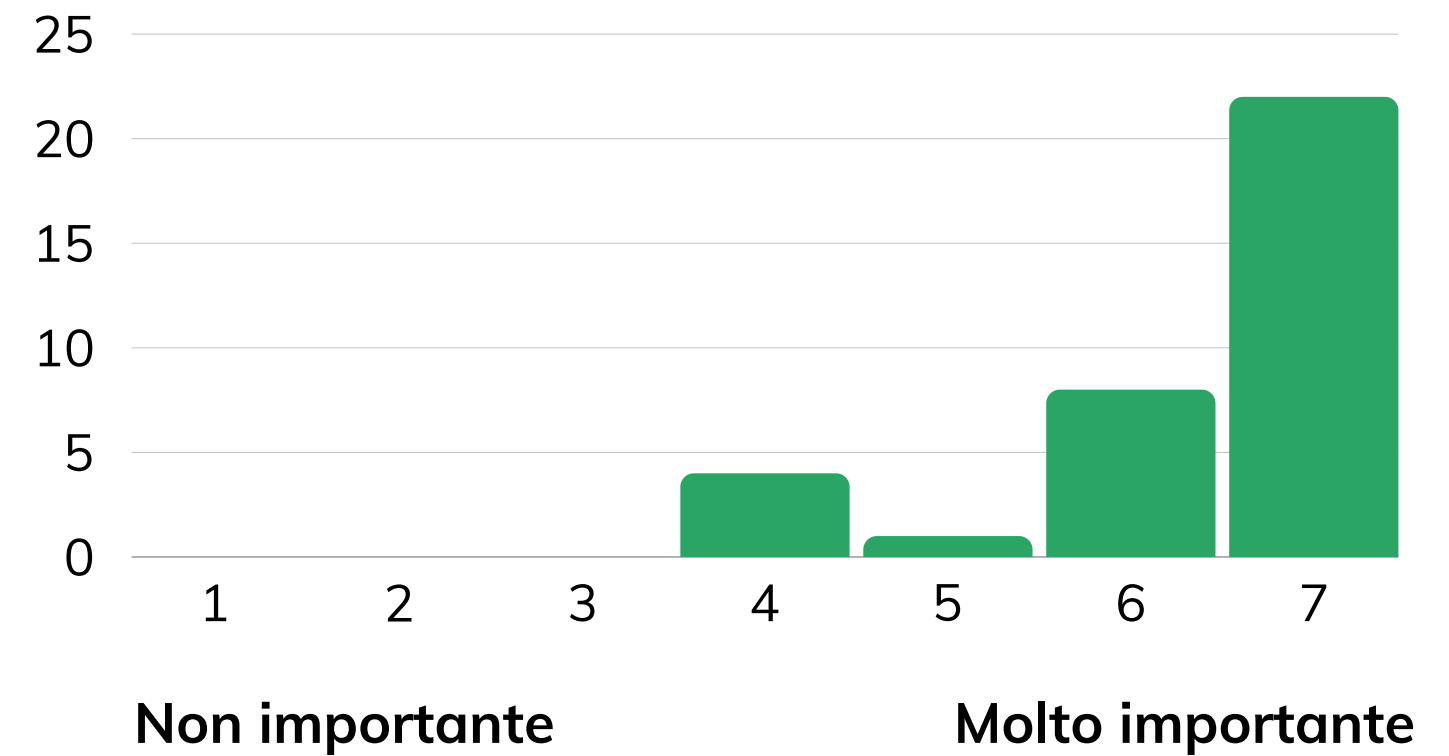
Quanto importante è per te risparmiare sui viaggi in auto in generale?



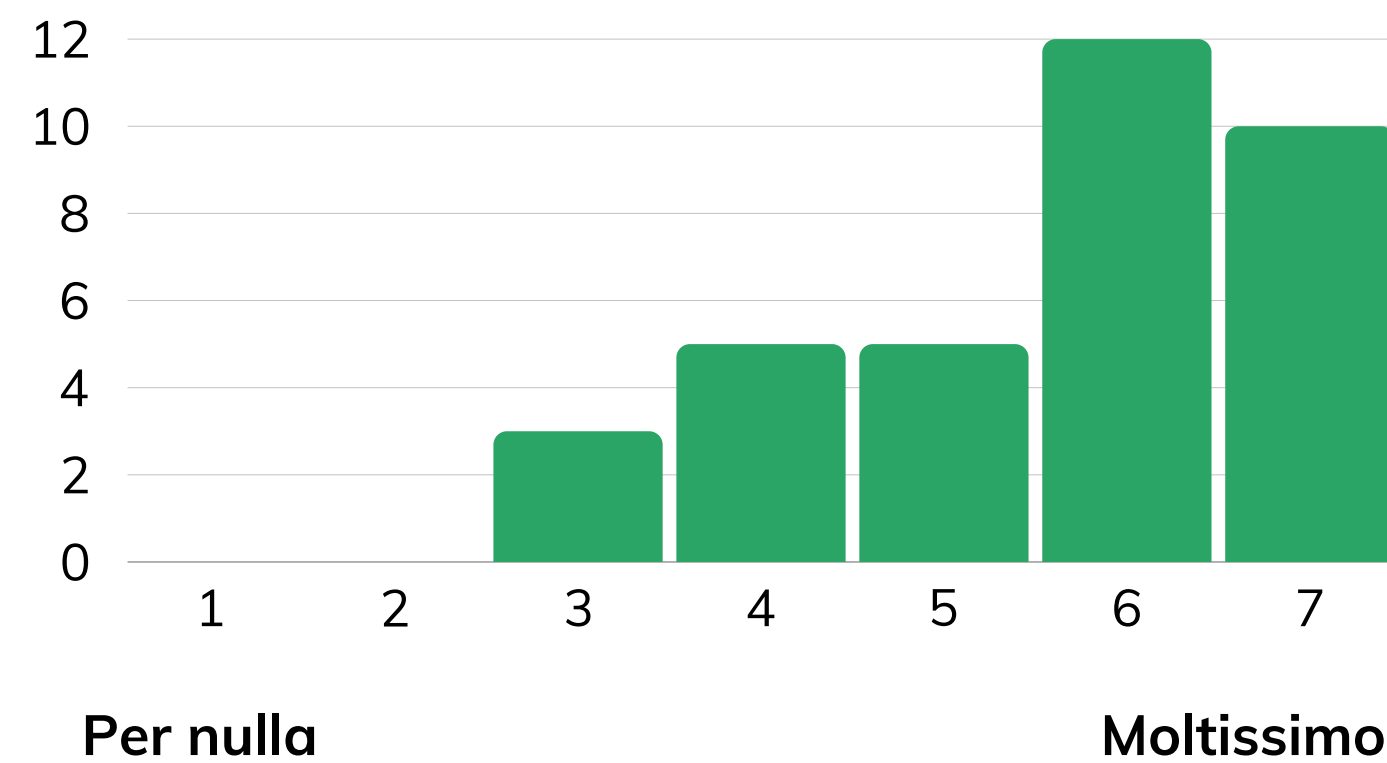
Quanto saresti disposto a pagare in meno (indica una percentuale) per un viaggio in auto utilizzando il carpooling?



Quanto reputi importante che il sito web del servizio di carpooling abbia un'interfaccia semplice e intuitiva per prenotare i viaggi o fare da autista?



Quanto fai affidamento sulle recensioni quando scopri un'azienda online?





Se non utilizzi attualmente il carpooling, quali sono le principali ragioni?

(risposte riportate per intero)

- Non sai mai chi potresti incontrare e se dovessi fare un viaggio di un paio di ore alla fine diventerebbe un inferno.
- Affidabilità delle persone e traffico.
- Non effettuo viaggi lunghi per decidere di usare il carpooling e spesso sono viaggi verso l'estero.
- Spostamenti per lavoro, difficile da unire con altre persone.
- Non ci ho mai pensato.
- Non disponibile nella mia zona.
- Lavoro per il 99% da casa e prima usavo i mezzi o mi spostavo con la mia auto.
- Non mi fido della guida di sconosciuti e non mi piace l'idea di stare in macchina con loro per tanto tempo.
- Non ne ho bisogno.
- Introversione, pace in silenzio.
- Non voglio dipendere da nessuno.
- Nessuno fa il tragitto che faccio io agli orari che vorrei io.
- Non mi fido della gente.
- Uso la mia auto.
- Nessuna (risposta di 8 persone).
- Non mi fido.
- Necessità di spostamenti "mirati" e con orari spesso abbastanza stretti, scarsa conoscenza mia generale dell'argomento, il fatto di avere sconosciuti nella propria auto o peggio ancora essere su un'auto di sconosciuti con altri sconosciuti.
- Mi sposto con i mezzi pubblici.
- Non lo conoscevo / non ho trovato annunci su internet. Attualmente non viaggio spesso.
- Non ho la macchina.
- Mi piace guidare il mio veicolo e non avere vincoli sul viaggio.
- Lavoro autonomo.
- Non mi sposto più di tanto per lunghe tratte e per quei pochi spostamenti che devo fare riesco tranquillamente ad usare mezzi di trasporto (principalmente treni/bus) che garantiscono una spesa non eccessiva.
- Il risparmio.
- Perché uso poco la macchina.
- I miei tragitti quotidiani sono troppo brevi per averne bisogno.
- La sede di lavoro non è in un punto favorevole a condividere il viaggio con altri. Gli orari di inizio e fine turno non coincidono con gli orari in cui normalmente gli altri si spostano. Inoltre non faccio viaggi per svago di lunghe distanze in macchina quindi non sento il bisogno di ridurre la spesa.



Hai altre considerazioni personali sul carpooling che vorresti condividere?

(risposte riportate per intero)

- L'unico timore che avrei è la paura di chi farà il viaggio con me che sia qualcuno di poco pulito, qualcuno che parla troppo ecc...
- Fornire tante garanzie sulla sicurezza del servizio. Sarebbe utile pensare a un servizio studiato apposta per le donne incinta.
- Non sono in target con il servizio.
- Non è un sistema che userei ma più che altro perché non è adatto alle mie esigenze, però se qualcuno condivide gli stessi percorsi, se il sistema esiste ed è affidabile, se è monitorato ecc. perché no.
- Credo che la cosa fondamentale per una piattaforma del genere sia avere un sistema di verifica sia del guidatore e sia dei passeggeri.
- Adoro fare carpooling con la mia auto.



RIASSUNTO DEL SONDAGGIO

Il sondaggio è stato sottoposto a un totale di **35 partecipanti**, dei quali 25 uomini e 10 donne. Il pubblico è stato selezionato da gruppi Whatsapp, amici e parenti. L'età dei partecipanti era molto variegata ricevendo così maggiori dati a 360°. La maggior parte ha tra i 18 e 29 anni (**48,6%**) seguito dal gruppo di 49-65+ (**31,4%**).

Il **60%** del pubblico ha un reddito annuale superiore ai 20.000€/anno e la stessa percentuale dice di vivere in periferia rispetto che in città.

22 persone su 35 sono impiegate, **7 su 35** sono imprenditori/liberi professionisti e **6 su 35** sono studenti.

La maggior parte dei partecipanti utilizza l'auto sia per svago che per lavoro e quasi la metà utilizza l'auto per meno di 30 minuti al giorno. L'altra metà divisa tra un utilizzo di più di 30 minuti e più di 60 minuti.

Secondo le mie aspettative prima del sondaggio, il concetto di carpooling non sarebbe stato accolto a pieni voti. Vediamo ora i dati:

Solamente il **48,6%** conosceva il carpooling prima di questo sondaggio e il **60%** non lo ha mai utilizzato.

Quasi la metà dei partecipanti **non è incline** (scala di preferenza dove 1=non incline a 7=molto incline).

Interessante vedere le risposte alla domanda aperta "Secondo te, quali problemi risolve il carpooling" e "Se non utilizzi attualmente il carpooling, quali sono le principali ragioni?". **Quasi tutti i partecipanti** hanno espresso che il carpooling aiuterebbe con la diminuzione dell'inquinamento, del traffico e della difficoltà di trovare parcheggi. Oltre al risparmio sui costi dei viaggi (pedaggio e carburante).

Pochissimi hanno pensato all'aumento della socialità che ne può derivare dal carpooling. Inoltre, le ragioni per le quali non hanno mai utilizzato il carpooling risiede nella riservatezza e nella flessibilità che vorrebbero mantenere per i loro viaggi.

La maggior parte delle persone desiderano un'interfaccia pulita ed efficiente, un'assistenza clienti presente e un programma di certificazione dei driver. Più del **50%** desidera risparmiare tra il 10% e il 50% rispetto a un viaggio in singolo.



GRAZIE
PER LA LETTURA

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO DISCOVERY 2

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



INDICE

3 RECAP ANALISI DEL SITO WEB

Sondaggio somministrato - dati chiave emersi

Competitors

Analisi sito web

6 USER PERSONAS

11 USER JOURNEY ATTUALE

15 NUOVA USER JOURNEY

19 NUOVA SITEMAP

21 PAGINE MODIFICATE



Recap analisi fase 1

L'analisi as is effettuata nella fase 1 e il sondaggio somministrato a una platea di persone piuttosto variegata hanno fatto emergere quanto il carpooling sia **un mercato con numerosi angoli, approcci e considerazioni soggettive**. Un pubblico variegato ma che nel complesso desidera e vorrebbe utilizzare questo progetto di mobilità sostenibile. **L'importante è che sia sicuro e controllato**. Questo vale soprattutto per l'uso privato, ma anche se utilizzato da pendolari dietro iniziativa aziendale o una pubblica amministrazione.

Una parte del target, nonostante la forte consapevolezza sui benefici che porterebbe l'uso del carpooling, **trova un ostacolo nell'effettivo impatto emotivo del suo utilizzo**, da un punto di vista sociale e di riservatezza.

Andiamo ora ad approfondire le user personas già identificate nella prima fase di analisi, a vedere cosa prova emotivamente l'utente in target e cosa succede nella sua mente quando utilizza il sito web per compiere un'azione specifica. Infine, verrà migliorata l'alberatura del sito web per rendere più efficiente la navigazione.



Sondaggio somministrato

Dati chiave emersi

35 partecipanti, dei quali 25 uomini e 10 donne. La maggior parte ha tra i 18 e 29 anni (48,6%) seguito dal gruppo di 49-65+ (31,4%).

Il 60% del pubblico ha un reddito annuale superiore ai 20.000€/anno e la stessa percentuale dice di vivere in periferia rispetto che in città.

22 persone su 35 sono impiegate, 7 su 35 sono imprenditori/liberi professionisti e 6 su 35 sono studenti.

La maggior parte dei partecipanti utilizza l'auto sia per svago che per lavoro e quasi la metà utilizza l'auto per meno di 30 minuti al giorno. L'altra metà divisa tra un utilizzo di più di 30 minuti e più di 60 minuti.

Solamente il 48,6% conosceva il carpooling prima di questo sondaggio e il 60% non lo ha mai utilizzato.

Quasi la metà dei partecipanti non è incline (scala di preferenza dove 1=non incline a 7=molto incline).

Quasi tutti i partecipanti hanno espresso che il carpooling aiuterebbe con la diminuzione dell'inquinamento, del traffico e della difficoltà di trovare parcheggi. Oltre al risparmio sui costi dei viaggi (pedaggio e carburante).

Pochissimi hanno pensato all'aumento della socialità che ne può derivare dal carpooling. Inoltre, le ragioni per le quali non hanno mai utilizzato il carpooling risiede nella riservatezza e nella flessibilità che vorrebbero mantenere per i loro viaggi.

La maggior parte delle persone desiderano un'interfaccia pulita ed efficiente, un'assistenza clienti presente e un programma di certificazione dei conducenti.

Più del 50% desidera risparmiare tra il 10% e il 50% rispetto a un viaggio in singolo.



Competitors

Job si posiziona nel mercato del carpooling con un approccio che raggruppa **tutti i possibili utilizzi e applicazioni**.

Si propone ai privati che desiderano condividere il proprio mezzo o effettuare un viaggio in compagnia dividendo i costi, alle pubbliche amministrazioni per supportare progetti di mobilità sostenibile e alle aziende per dare la possibilità ai propri dipendenti di ridurre l'impatto ambientale degli spostamenti casa-lavoro-casa.

La maggior parte dei competitors si propongono solamente ai privati con un focus concretamente meno importante sulle aziende.

In questo momento storico, dove le aziende sono accusate di essere il principale consumatore di energia, è importante per loro adottare soluzioni e progetti sostenibili. **Qui si posiziona JobRT come leader, anche a giudicare dal suo posizionamento sui motori di ricerca verticalmente al carpooling aziendale.**

Analisi sito web

Nella fase 1 è stata effettuata un'analisi "as is" (come è ora) del sito web per far emergere i punti di forza e debolezza seguendo la struttura dell'analisi euristica di Nielsen.

Per ogni punto analizzato sono emerse criticità soprattutto sulla struttura grafica e su errori di visualizzazione. Ma anche su come le informazioni e relativi testi sono stati strutturati.

Da qui si parte per migliorare l'esperienza utente generale e per rendere la sua navigazione fluida ed efficiente con il solo obiettivo di acquisire traffico e generare conversioni/contatti.





USER PERSONAS

Chi è il pubblico di riferimento?

USER PERSONAS IDENTIFICATE



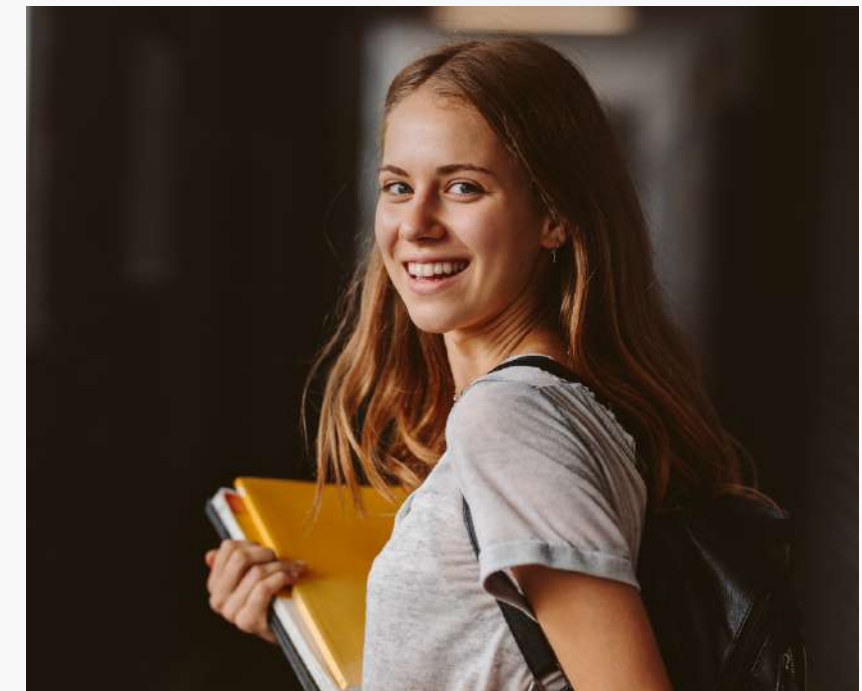
Giulia - 27 anni

Membro del Team
dell'assessore
all'ambiente e verde
della provincia di Milano



Alessandro - 32 anni

Proprietario catena di
concessionarie auto



Martina - 22 anni

Studentessa di lingue
fuori sede a Padova



Giulia - 27 anni

Giulia è un'impiegata di 27 anni che lavora presso la Provincia di Milano e si occupa di progetti legati alla sostenibilità e mobilità. Il suo ruolo è incentrato sulla promozione di iniziative che migliorino la qualità della vita dei cittadini e riducano l'impatto ambientale.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza lei stessa mezzi sostenibili per muoversi in città.
- Tiene molto all'ambiente.
- Organizza e partecipa a eventi per coinvolgere la comunità nella condivisione dei mezzi.
- Desidera ridurre l'uso dell'auto privata tra i residenti della provincia attraverso il carpooling.

Obiettivi:

- Implementare soluzioni sostenibili a livello locale.
- Coinvolgere attivamente la comunità nella riduzione dell'impatto ambientale.
- Creare partnership con il settore privato per sostenere iniziative di carpooling.

Frustrazioni:

- **Non ha avuto esperienze positive con altre aziende che forniscono servizi di sostenibilità pubblica.**
- La cittadinanza non ha ancora accolto a pieni voti i progetti sostenibili messi in atto in passato.



Alessandro - 32 anni

Alessandro è il proprietario di una catena di concessionarie di automobili. Ha a cuore tutto il mondo della sostenibilità e il problema dell'inquinamento. Vuole estendere il suo impegno anche verso gli spostamenti casa-lavoro-casa dei suoi dipendenti.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza il carpooling come conducente quando è in viaggio di lavoro per andare tra le sue concessionarie.
- Gli piace il calcio, il mondo vegetariano e vive con la sua fidanzata in una villetta.
- Possiede un'auto elettrica e ha fatto recentemente ristrutturare la sua abitazione con l'aiuto del bonus 110%.

Obiettivi:

- Implementare progetti di carpooling aziendale per ridurre l'impatto ambientale dei suoi viaggi e degli spostamenti casa-lavoro-casa dei suoi dipendenti.
- Coinvolgere attivamente i dipendenti nell'adozione di pratiche sostenibili mediante la somministrazione di corsi e incentivi monetari.

Frustrazioni:

- Non ha ancora trovato un'azienda ben posizionata sul mercato che offrisse un buon prodotto di mobilità sostenibile per lavoratori.
- Difficile trovare un consulente nel campo della sostenibilità aziendale che possa suggerire campagne efficaci.



Martina - 22 anni

Martina è una studentessa fuori sede di 22 anni. Studia lingue in centro a Padova e ha una buona capacità tecnologica. Vuole contribuire alla riduzione dell'inquinamento ambientale e accrescere la sua capacità relazionale.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza spesso il carpooling per tornare a casa durante i weekend.
- Partecipa a iniziative sociali e ambientali.
- Ha un budget limitato e cerca modi economici per viaggiare.

Obiettivi:

- Risparmiare denaro e contribuire all'ambiente.
- Connettersi con nuove persone e ampliare la sua rete sociale.
- Utilizzare un servizio di carpooling facile da usare e sicuro.

Frustrazioni:

- Le sono capitati viaggi dove si è trovata male con il driver poichè non era certificato/senza recensioni.
- L'azienda competitor principale ha un'assistenza clienti poco efficace e difficile da raggiungere in modo veloce.



USER JOURNEY ATTUALE

Il processo dell'utente all'interno del sito web



Scenario:

Giulia vuole trovare un'azienda/consulente per cercare di adottare progetti di mobilità sostenibile per la provincia. Apre Google e digita "Mobilità sostenibile per i territori"

Obiettivi e aspettative:

Giulia si aspetta di trovare un'azienda o un consulente che mette a disposizione degli strumenti e della conoscenza per incentivare il più possibile la cittadinanza a utilizzare mezzi di mobilità sostenibile. Si immagina di interfacciarsi con esperti del settore e aziende del settore.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Territori"

Pagina Richiesta Informazioni

Attività:

Trova su Google un articolo di Adnkronos che scrive a proposito di Torino e Firenze con il loro inizio di un progetto di mobilità sostenibile.

Legge che l'azienda promotrice del progetto sostenibile è JojobRT.

Entra nel loro sito e naviga la homepage. Trova i risultati ambientali ed economici del progetto di carpooling. Poi naviga nella sezione "Territori".

Naviga la pagina relativa ai territori, legge cosa è incluso nel servizio ma si aspetta di vedere una demo o capire di più cosa c'è dietro al servizio. Clicca poi sul pulsante per richiedere informazioni.

Si apre una pagina in una nuova finestra. Trova l'elenco di quello che è incluso nel servizio ma senza una spiegazione dettagliata. Clicca "Richiedi informazioni" e chiede di compilare un modulo. Lascia i dati ma rimane perplessa su cosa offrono sul serio nella pratica.

Touchpoints:

- Google
- Articolo su Adnkronos.com

Sito web di JojobRT

- Homepage
- Pagina territori

Sito web di JojobRT

- Pagina territori
- Pagina Richiedi informazioni

Sito web di JojobRT

- Pagina Richiedi informazioni
- Pagina form di contatto



"Interessante! Potrei proporlo in commissione alla prossima riunione"



"Bell'idea coinvolgere i pendolari per il carpooling. Vediamo cosa offrono per i territori"



"Interessante, ma effettivamente cosa offrono?"



"Ho lasciato il mio contatto però non ho capito bene nello specifico cosa offrono. Speriamo che mi inviano qualcosa di più specifico"

Criticità e dirette opportunità:

- Focus più dettagliato su casi studio e risultati.

- Mancanza di immagini/video del servizio effettivo e di descrizioni dettagliate.

- Non è chiaro cosa succede dopo l'invio del form.



Scenario:

Martina desidera cambiare app di carpooling perchè le è capitato di avere brutte esperienze con l'attuale che utilizza. Vorrebbe un servizio più sicuro, controllato e con un'assistenza vicina ai bisogni dei clienti.

Obiettivi e aspettative:

Martina si aspetta di trovare un'altra applicazione che possa garantire più sicurezza e affidabilità per i viaggi in condivisione. Vorrebbe inoltre provare a utilizzare il carpooling per il tragitto casa-università, invece di utilizzare i mezzi pubblici.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Carpooler"

Pagina FAQ

Attività:

Digita su Google "app di carpooling in Italia" e capita su un articolo blog dove elenca le principali applicazioni e relative loro caratteristiche. Viene a conoscenza dell'azienda italiana JojobRT con sede a Torino. Clicca ed entra nel sito.

Atterra sulla homepage e legge la sezione del servizio in step. Clicca su "Scopri di più". Vorrebbe capire se esiste un percorso abituale di carpooler tra la sua università e dove vive.

Nota che esiste un'applicazione mobile, legge come funziona il servizio e l'impatto ambientale in positivo che ne consegue. Si aspetta di trovare una sezione dove è possibile inserire un tragitto e vedere quanto costa in media, ma non lo trova. Legge le FAQ.

Legge le principali FAQ relativamente al servizio tra privati, ma non trova nessuna garanzia di affidabilità dei guidatori.

Scarica comunque l'app per vedere come funziona.

Touchpoints:

- Google
- Articolo blog

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina carpooler

- Sito web di JojobRT
- Pagina carpooler
 - Pagina FAQ

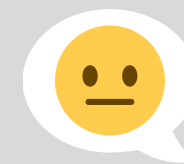
- Sito web di JojobRT
- Pagina FAQ



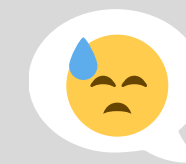
Ho bisogno di cambiare app. Vorrei vedere se c'è un tragitto abituale tra casa e università."



"Carino il sito web. Il servizio sembra semplice. Vediamo di più"



"Non riesco a capire quanto può costare un tragitto e se è sicuro"



"Mi piace che l'azienda sia italiana però non mi ha trasmesso nulla di entusiasmante"

Criticità e dirette opportunità:

- Organizzazione dei contenuti facendo risaltare ancora di più i punti di forza.

- Mancanza di anteprima tragitti in carpooling offerti in tempo reale per visualizzarli subito su sito web.

- Implementazione di un programma di affidabilità dei conducenti e maggiori FAQ.



Scenario:

Alessandro possiede una concessionaria di automobili e vorrebbe implementare dei progetti sostenibili tra i suoi dipendenti, tra cui incentivare il carpooling per il tragitto casa-lavoro-casa.

Obiettivi e aspettative:

Alessandro si aspetta di trovare una soluzione di carpooling aziendale chiara e di facile implementazione con un supporto umano costante dall'azienda fornitrice in modo tale da costruire un progetto sostenibile che duri nel tempo e che dia i risultati sperati.

Fasi:

Ricerca su Google

Pagina "Carpooling Aziendale"

Pagina Richiedi informazioni

Attività:

Era già a conoscenza di JojobRT in quanto aveva letto un articolo blog recentemente che parlava di carpooling. Digita Jojob su Google e clicca direttamente sulla sottocategoria "Carpooling Aziendale".

Atterra sulla pagina dedicata al carpooling aziendale e legge il primo testo che gli appare. Si ritrova con il suo bisogno e continua la navigazione più in basso notando gli step del servizio e come funziona.

Arriva alla sezione dei "pacchetti" disponibili per le aziende ma non capisce la differenza tra i due. Clicca su "Scopri di più" e gli si apre un'altra pagina con ancora i 2 pacchetti. Questa volta più dettagliati. Ancora però non capisce la differenza. Clicca su "Richiedi informazioni" ma si apre da entrambi i pulsanti lo stesso form.

Vorrebbe parlare con un referente aziendale al telefono ma nella pagina non trova nessun numero.

Compila il form di contatto e si aspetta di poter fare una chiamata conoscitiva con il capo progetto per capire di più sul servizio.

Touchpoints:

- Google

- Sito web di JojobRT
- Pagina Carpooling Aziendale

- Sito web di JojobRT
- Pagina territori
 - Pagina FAQ

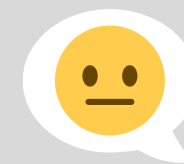
- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni



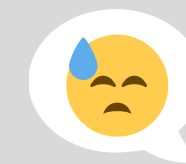
Avevo letto di Jojob, vediamo se offrono qualcosa per le aziende"



"Beh, mi sembra di essere nel posto giusto. Hanno una soluzione apposta per le aziende."



"Il servizio è chiaro ma non capisco cosa è incluso e cosa devo fare io."



"Non mi è molto chiaro il servizio e cosa comprende. Mi aspetto una maggiore chiarezza durante uno scambio diretto con loro."

Criticità e dirette opportunità:

- Maggiore chiarezza per gli step del servizio con video/immagini reali.

- Mancanza di dettagli specifici su cosa comprendono i vari pacchetti e le relative differenze.

- Maggiore chiarezza su cosa succede dopo l'invio del form.



NUOVA USER JOURNEY

Il processo dell'utente all'interno del sito web



Scenario:

Giulia vuole trovare un'azienda/consulente per cercare di adottare progetti di mobilità sostenibile per la provincia. Apre Google e digita "Mobilità sostenibile per i territori"

Obiettivi e aspettative:

Giulia si aspetta di trovare un'azienda o un consulente che mette a disposizione degli strumenti e della conoscenza per incentivare il più possibile la cittadinanza a utilizzare mezzi di mobilità sostenibile. Si immagina di interfacciarsi con esperti del settore e aziende del settore.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Territori"

Pagina Richiesta Informazioni

Attività:

Trova su Google un articolo di Adnkronos che scrive a proposito di Torino e Firenze con il loro inizio di un progetto di mobilità sostenibile.

Legge che l'azienda promotrice del progetto sostenibile è JojobRT. Entra nel loro sito e naviga l'homepage. Trova i risultati ambientale ed economici del progetto Legge anche le recensioni di privati e aziende. Poi naviga nella sezione "Territori".

Naviga la pagina relativa ai territori e legge come funziona il servizio. Subito dopo trova un interessante caso studio di un territorio e i risultati ottenuti. Trova un video dimostrativo del servizio e una demo della piattaforma di monitoraggio. Clicca su "Scopri di più"

Si apre una pagina in una nuova finestra. Trova l'elenco di quello che è incluso nel servizio con la spiegazione dettagliata di benefici specifici. Clicca su "Richiedi informazioni" e compila il modulo per fissare una consulenza gratuita.

Touchpoints:

- Google
- Articolo su Adnkronos.com

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina territori

- Sito web di JojobRT
- Pagina territori
 - Pagina Richiedi informazioni

- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni
 - Pagina form di contatto



"Interessante! Potrei proporlo in commissione alla prossima riunione"



"Bell'idea coinvolgere i pendolari per il carpooling. Vediamo cosa offrono per i territori"



"Interessante caso studio. Secondo me potremmo fare una cosa simile per la mia provincia!!"



"Non vedo l'ora di parlare con qualcuno per capire costi e come si può iniziare. Poi propongo il tutto in commissione"

Soluzioni adottate:

- Implementazione delle recensioni.

- Implementazione di casi studio, recensioni e testimonianze dei territori, oltre a una demo del portale

- Servizio dettagliatamente descritto con invito a una consulenza gratuita in videochiamata.



Scenario:

Martina desidera cambiare app di carpooling perchè le è capitato di avere brutte esperienze con l'attuale che utilizza. Vorrebbe un servizio più sicuro, controllato e con un'assistenza clienti vicina ai bisogni dei clienti.

Obiettivi e aspettative:

Martina si aspetta di trovare un'altra applicazione che possa garantire più sicurezza e affidabilità per i viaggi in condivisione. Vorrebbe inoltre provare a utilizzare il carpooling per il tragitto casa-università, invece di utilizzare i mezzi pubblici.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Carpooler"

Attività:

Digita su Google "app di carpooling in Italia" e capita su un articolo blog dove elenca le principali applicazioni e relative loro caratteristiche. Viene a conoscenza dell'azienda italiana JojobRT con sede a Torino. Clicca ed entra nel sito

Atterra sulla homepage e legge la sezione del servizio in step. Trova alcune recensioni e i giornali dove è stata menzionata l'azienda. Trova la sezione di simulazione dei tragitti dove si vede il costo medio e l'impatto ambientale. Clicca su "Scopri di più".

Nota che esiste un'applicazione mobile, legge come funziona il servizio e l'impatto ambientale in positivo che ne consegue. Trova delle recensioni recenti e verificate e alcuni video testimonianza di carpooler pendolari. Trova una sezione dove si vedono le offerte di condivisione viaggio attuali.

Arriva alla sezione dei benefici e trova un programma di certificazione dei conducenti in modo da minimizzare al massimo gli inconvenienti durante i tragitti. Inoltre trova i contatti di assistenza immediata in caso di bisogno. Scarica l'applicazione e si iscrive.

Touchpoints:

- Google
- Articolo blog

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina carpooler

- Sito web di JojobRT
- Pagina carpooler
 - Pulsante per scaricare l'app.



Ho bisogno di cambiare app. Vorrei vedere se c'è un tragitto abituale tra casa e università."



"Carino il sito web. Il servizio sembra semplice. Vediamo di più"



"Sembra che sia un'azienda seria. Le persone sono contente del servizio!"



"Ohh.. proprio quello che cercavo. Conducenti certificati e assistenza immediata. Scarico l'app subito."

Soluzioni adottate:

- Implementazione di sezione con recensioni, menzioni e simulazione di un tragitto.

- Implementazione di video testimonianze e offerte di tragitto aggiornate in tempo reale filtrabili in base alla rotta.

- Maggiore chiarezza sui benefici per l'utente e implementazione programma di certificazione conducenti.



Scenario:

Alessandro possiede una concessionaria di automobili e vorrebbe implementare dei progetti sostenibili tra i suoi dipendenti, tra cui incentivare il carpooling per il tragitto casa-lavoro-casa.

Obiettivi e aspettative:

Alessandro si aspetta di trovare una soluzione di carpooling aziendale chiara e di facile implementazione con un supporto umano dall'azienda fornitrice in modo tale da costruire un progetto sostenibile che duri nel tempo e che dia i risultati sperati.

Fasi:

Ricerca su Google

Pagina "Carpooling Aziendale"

Pagina Richiedi informazioni

Attività:

Era già a conoscenza di JojobRT in quanto aveva letto un articolo blog recentemente che parlava di carpooling. Digita Jojob su Google e clicca direttamente sulla sottocategoria "Carpooling Aziendale".

Si riconosce con il suo bisogno e pensa di essere nella pagina giusta. Continua la navigazione più in basso notando gli step del servizio, come funziona, l'impatto ambientale, dei casi studio reali e delle recensioni.

Arriva alla sezione dei "pacchetti" disponibili per le aziende e riesce a capire la differenza tra i due, che nel complesso è solo di natura commerciale e strategica. Anche il pacchetto più piccolo garantisce una buona base di inizio del progetto. Ogni servizio offerto è spiegato dettagliatamente con un focus sui benefici diretti. Clicca su "Richiedi Informazioni"

Compila il form di contatto per partecipare a una chiamata conoscitiva con il capo progetto per capire di più sul servizio, i costi e i vari step per l'implementazione.

Ancora più sotto c'è un altro caso studio.

Touchpoints:

- Google

- Sito web di JojobRT
- Pagina Carpooling Aziendale

- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni



Avevo letto di Jojob, vediamo se offrono qualcosa per le aziende"



"Beh, mi sembra di essere nel posto giusto. Hanno una soluzione apposta per le aziende."



"Il processo di messa in moto del servizio sembra chiaro. Vedo anche altre aziende che l'hanno fatto!"



"Mi hanno convinto. Compilo il form di contatto così fisso una consulenza gratuita!"

Soluzioni adottate:

- Maggiore chiarezza per gli step del servizio con video/immagini reali, recensioni e casi studio.

- Implementazione di dettagli specifici su cosa comprendono i vari pacchetti e le relative differenze.

- Maggiore chiarezza su cosa succede dopo l'invio del form.

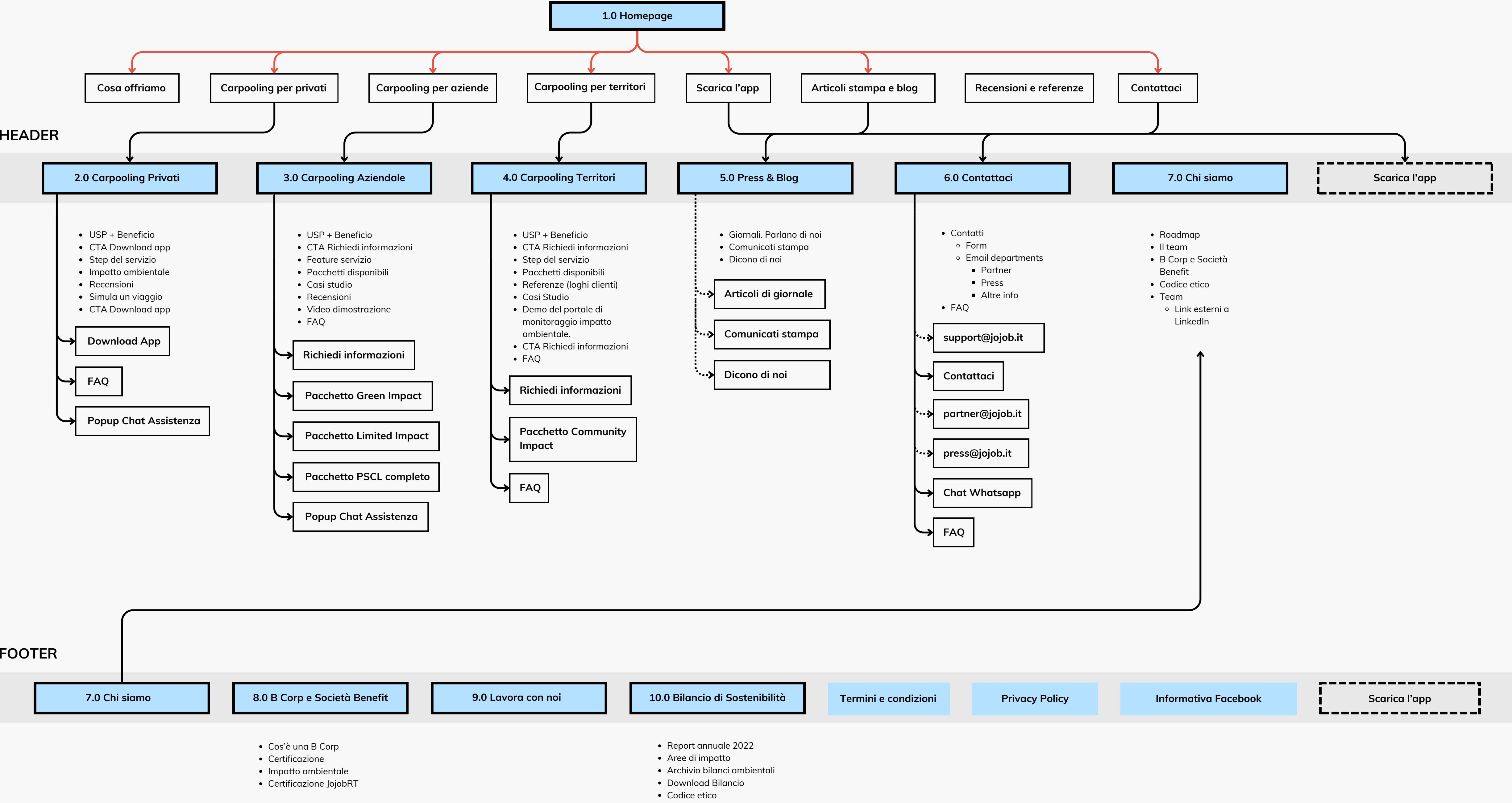


NUOVA SITE MAP

Come sono organizzate le pagine?

SITE MAP REVISIONATA

LEGENDA





PAGINE MODIFICATE

Homepage

La pagina è stata riprogettata per seguire una struttura che porta l'utente a scoprire cosa fa l'azienda. Da “cosa offriamo” ai “servizi” fino agli articoli stampa, recensioni e referenze e pulsante per Scaricare l'applicazione o mettersi in contatto con i vari canali di assistenza.

Carpooling Aziendale

Asset molto importante in questa pagina sono i casi studio delle aziende che hanno già implementato il carpooling aziendale. Oltre a una video dimostrazione del tool di monitoraggio e le recensioni.

Carpooling Privati

Sono state aggiunte sezioni che riguardano le recensioni, un tool di simulazione viaggio per vedere i costi per l'utente e il suo impatto ambientale derivante dal viaggio in condivisione. Struttura che nel complesso sensibilizza, educa e porta all'azione l'utente.

Carpooling Territori

Molto simile alla pagina “Carpooling aziendale” ma con contenuti verticali per i territori.

Chi siamo

Profondamente riprogettata per includere “La nostra storia”, “il team” e “valori e missioni”. Alla fine con un rimando alla certificazione B Corp e al codice etico.

Contatti

Aggiunta possibilità di entrare in chat Whatsapp.



GRAZIE
PER LA LETTURA

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO ACCESSIBILITÀ 1

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



3	INTRODUZIONE
4	USER PERSONAS
6	CARMELA - 47 ANNI
7	CRISTINA - 25 ANNI
8	CLAUDIO - 30 ANNI
9	USER JOURNEY ATTUALE DELLE USER PERSONAS
13	CRITICITÀ RILEVATE E OPPORTUNITÀ
14	NUOVA USER JOURNEY
18	ESEMPI ELEMENTI UI DA RIVEDERE
19	SEZIONE ABOVE THE FOLD
20	SEZIONE COME FUNZIONA
21	SEZIONE DICONO DI NOI
22	VISUALIZZAZIONE ERRATA DA MOBILE
23	FOCUS SUL CONTRASTO TRA TESTI E SFONDO

INDICE

Introduzione

Durante la fase di scoperta, abbiamo individuato i punti cruciali che richiedono un aggiornamento del nostro sito web al fine di ottimizzare l'esperienza di navigazione degli utenti. **Abbiamo definito profili utente che non incontrano difficoltà di tipo fisico o cognitivo durante la navigazione del sito.**

Secondo l'ultima indagine dell'Istat, in Italia vivono circa **3,1 milioni di persone con disabilità** di natura permanente, temporanea o legata a specifiche situazioni. È importante garantire che anche loro possano accedere alla tecnologia digitale **in modo efficace e senza ostacoli**. Pertanto, è fondamentale progettare un'interfaccia che segua linee guida specifiche.

“—

L'accessibilità è la capacità di una persona di accedere a un prodotto, servizio o ambiente indipendentemente dalle proprie capacità fisiche o cognitive.





USER PERSONAS

Chi è il pubblico di riferimento che può presentare disabilità?



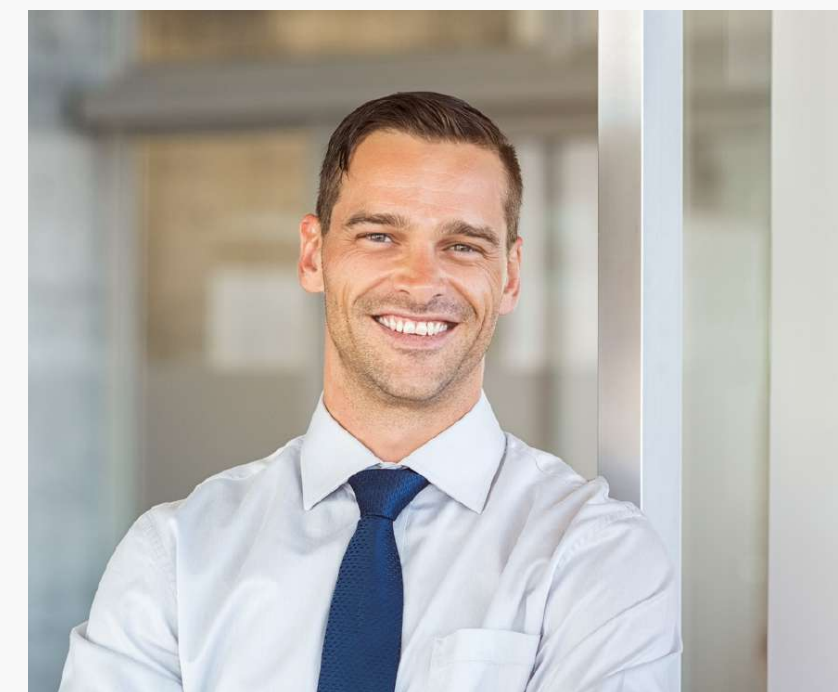
Carmela - 47 anni

Assessore alla mobilità
della città di Roma.



Cristina - 25 anni

Studentessa di economia
fuori sede a Milano.



Claudio - 30 anni

Proprietario azienda
alimentare in provincia di
Parma.

Carmela - 47 anni

“—
“Vorrei navigare sul web con la stessa naturalezza con cui ormai vivo la mia vita quotidiana.”



Carmela fa parte del team dell'assessore alla mobilità della città di Roma, ha 47 anni e si occupa di promuovere e seguire i progetti legati alla sostenibilità e mobilità cittadina. Il suo obiettivo quotidiano è migliorare la qualità degli spostamenti dei cittadini e il loro impatto ambientale. **Carmela è dislessica da sempre.** Ha costruito la sua vita adattandosi al suo tipo di persona. Non ha problemi a parlare della sua condizione.

Capacità e abitudini tecnologiche:

Carmela ha vissuto l'evoluzione della tecnologia digitale nella sua interezza e si è adattata molto bene tenendo conto della sua dislessia. Lavora quotidianamente al computer e a volte utilizza degli screen reader e tool di zoom dei testi. Riesce a essere indipendente.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza i mezzi pubblici per muoversi in città.
- Tiene molto all'ambiente. A casa fa la raccolta differenziata e ricicla molte cose che utilizza.
- Appassionata di cucina.

Obiettivi:

- Implementare soluzioni sostenibili a livello locale.
- Coinvolgere attivamente la comunità nella riduzione dell'impatto ambientale.
- Creare partnership con il settore privato per sostenere iniziative sostenibili.
- Essere sicura di sé nella navigazione e trovare siti web accessibili.

Frustrazioni:

- Quando naviga online a volte si trova in difficoltà con alcuni siti web che utilizzano un linguaggio troppo articolato e confusionario, con poco focus sulle disabilità più nascoste.
- I progetti di mobilità sostenibile finora messi in piedi non hanno avuto il successo sperato.

Cristina - 25 anni

“Credo sia arrivato il momento di mettersi in gioco e di fare esperienze nuove.”



Cristina è una studentessa di economia fuori sede a Milano. Ama ascoltare musica e fare lunghe passeggiate con il suo cane Matilde. Da quando ha 12 anni soffre di una **cecità parziale a causa di un trauma fisico** che le ha condizionato la sua adolescenza. Nonostante questa sua disabilità affronta le giornate in modo solare e determinato. Ultimamente si è interessata molto alla sostenibilità ambientale e vorrebbe utilizzare il carpooling per tornare a casa nei weekend. Non utilizza mai il treno poichè la mette a disagio.

Capacità e abitudini tecnologiche:

Non usa molto spesso il computer. Usa praticamente sempre il telefono per navigare su internet. Utilizza lo screen reader.

Comportamenti e interessi:

- Si interessa di tematiche ambientali e prova nel suo piccolo a lasciare un impronta positiva.
- Vorrebbe partecipare a iniziative sociali e ambientali. Fa parte di un gruppo di studio presso l'università.
- Cerca modi economici per viaggiare.

Obiettivi:

- Risparmiare denaro e contribuire all'ambiente.
- Connettersi con nuove persone e ampliare la sua rete sociale.
- Trovare un servizio di carpooling facile da usare e certificato anche per persone con disabilità.

Frustrazioni:

- Trova a volte difficile navigare siti web di aziende meno importanti che tralasciano la parte di accessibilità.
- Non riesce a essere autonoma quanto vorrebbe nella sua vita digitale.
- Vive la sua condizione in modo pesante dal punto di vista sociale.

Claudio - 30 anni

“—
| “Voglio rendere sostenibili gli spostamenti dei miei dipendenti a tutti i costi.”



Claudio è il proprietario di un'azienda alimentare della provincia di Parma. È sposato e ha 2 figli. Ha a cuore tutto il mondo della sostenibilità e il problema dell'inquinamento. Vuole estendere il suo impegno anche verso gli spostamenti casa-lavoro-casa dei suoi dipendenti. **Da circa un anno soffre di artrite reumatoide.** Ha difficoltà a usare il mouse per tanto tempo. Purtroppo passa tante ore al computer, quindi deve trovare un modo per non affaticarsi. Attualmente usa la tastiera per navigare sul web e vorrebbe cominciare a utilizzare dei software di voice recognition.

Capacità e abitudini tecnologiche:

Conosce molto bene il computer e si destreggia con efficacia nell'utilizzo delle moderne tecnologie digitali. Deve ancora abituarsi a usare i software di ausilio alla navigazione.

Comportamenti e interessi:

- Utilizza un'auto elettrica per i suoi spostamenti.
- Appassionato di aerei. Possiede la licenza da pilota privato.

Obiettivi:

- Implementare progetti di mobilità sostenibile per i suoi dipendenti. Sia all'interno dell'azienda che per gli spostamenti casa-lavoro-casa.
- Coinvolgere attivamente i dipendenti nell'adozione di pratiche sostenibili mediante la somministrazione di corsi.

Frustrazioni:

- Sebbene la sua situazione lo richieda, trova difficile utilizzare la tastiera per navigare i siti web.
- A volte non ha tempo per svolgere i task al computer utilizzando metodi alternativi di navigazione. Vorrebbe un'esperienza utente veloce ed efficace.



USER JOURNEY ATTUALE

Il processo dell'utente all'interno del sito web. Focus sull'accessibilità



Scenario:

Carmela vuole trovare un'azienda/consulente per cercare di adottare progetti di mobilità sostenibile per la provincia. Apre Google e digita "Mobilità sostenibile per i territori".

Obiettivi e aspettative:

Carmela si aspetta di trovare un'azienda o un consulente che mette a disposizione degli strumenti e della conoscenza per incentivare il più possibile la cittadinanza a utilizzare mezzi di mobilità sostenibile. Soprattutto un sito web accessibile, semplice da capire e da navigare.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Territori"

Pagina Richiesta Informazioni

Attività:

Utilizzando uno screen reader che legge i titoli dei risultati di ricerca di Google trova un articolo di Adnkronos che scrive a proposito di Torino e Firenze con il loro inizio di un progetto di mobilità sostenibile menzionando JojobRT.

Entra nel loro sito e naviga la homepage. Ha un po' di difficoltà a capire il testo a causa del tipo di font, trova difficile seguire le informazioni perchè ci sono molte animazioni che confondono. Riesce a capire di cosa si tratta il servizio con l'ausilio delle grafiche e illustrazioni. Trova nel menu in alto la sezione territori e ci clicca.

Si trova davanti un muro di testo davvero difficile da leggere. Si avvale dello screen reader e scopre cosa possono fare per i territori. Si aspetta di trovare un video esplicativo/demo per capire meglio ma non lo trova. Scopre gli step del servizio con l'ausilio delle grafiche e clicca su "Scopri di più".

Si apre una pagina in una nuova finestra. Trova l'elenco di quello che è incluso nel servizio ma trova difficoltà a leggere per la grandezza del carattere e il colore con poco contrasto. Clicca "Richiedi informazioni". Riesce a compilare il modulo con lo screen reader.

Touchpoints:

- Google
- Articolo su Adnkronos.com

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina territori

- Sito web di JojobRT
- Pagina territori
 - Pagina Richiedi informazioni

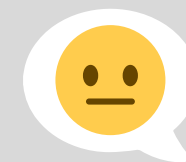
- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni
 - Pagina form di contatto



"Interessante! Potrei proporlo in commissione alla prossima riunione"



"Molto interessante, ho avuto un po' di difficoltà a leggere ma ho capito nel complesso cosa fanno"



"A volte le pagine sono confusionarie e i contenuti difficili da capire. Non è immediato senza alternative ai testi"



"Ho lasciato il mio contatto con non poche difficoltà anche perchè è l'unica azienda che ho trovato che propone il servizio che ci serve"

Criticità e dirette opportunità:

- Font leggibile ma a volte con muro di testo poco leggibile a prima vista.

- Mancanza di video per raccontare il prodotto in modo più efficace.
- Mancanza di attributi alt nelle immagini/grafiche.

- Poco contrasto tra testo e sfondo.



Scenario:

Cristina è una studentessa fuori sede che vive a Milano. Ultimamente si è interessata a metodi di mobilità sostenibile e vorrebbe provare il carpooling tra privati per tornare a casa il weekend, il treno la spaventa

Obiettivi e aspettative:

Cristina vorrebbe un'applicazione di carpooling che possa garantire sicurezza e affidabilità, anche per utenti con difficoltà. Vorrebbe inoltre provare a utilizzare il carpooling per il tragitto casa-università, invece di utilizzare i mezzi pubblici.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione “Carpooler”

Pagina FAQ

Attività:

Apri Google dal tuo telefono e cerca “app di carpooling in Italia” con la tua voce.
Capiti su un articolo blog dove elenca le principali applicazioni. Viene a conoscenza dell’azienda italiana JojobRT. Clicchi ed entri nel sito.

Atterra sulla homepage e noti che lo screen reader riconosce i testi in un ordine errato. Provi a incrementare il font, ma si vede tutto male. Ascolti i testi della sezione del servizio in step. Clicchi su “Scopri di più”. Vorrebbe capire dalle domande frequenti se esiste un programma di affidabilità.

Viene a conoscenza che esiste un’applicazione mobile e l’impatto ambientale in positivo dall’utilizzo del carpooling. Si aspetta di trovare una sezione dove è possibile inserire un tragitto e vedere quanto costa in media, ma non lo trova. Procede alle FAQ.

Legge le principali FAQ relativamente al servizio tra privati, ma non trova nessuna garanzia di affidabilità dei guidatori o qualcosa che menzioni l’inclusività per persone con disabilità. Esce dal sito dispiaciuta perché non la convince. Non le ha trasmesso fiducia.

Touchpoints:

- Google
- Articolo blog

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina carpooler

- Sito web di JojobRT
- Pagina carpooler
 - Pagina FAQ

- Sito web di JojobRT
- Pagina FAQ



Vorrei provare il carpooling per tornare a casa il weekend. Non voglio usare BlaBlaCar, me ne hanno parlato male.



Non si capisce molto l'ordine dei testi, ma qualcosa ho capito. C'è qualche garanzia di affidabilità?



“Non riesco a capire quanto può costare un tragitto e se è sicuro”



Non ha nessun programma di affidabilità. Ritengo sia essenziale per me. Vabbè, mi sa che lascio perdere.

Criticità e dirette opportunità:

- Gerarchia dei testi con tag errati.

- Mancanza di anteprima tragitti in carpooling offerti in tempo reale.
- Poca cura nei testi per portare l'utente a fidarsi dell'app.

- Nessun programma di affidabilità dei conducenti e maggiori FAQ su garanzie.



Scenario:

Claudio è proprietario di un'azienda alimentare e vorrebbe implementare dei progetti di mobilità sostenibile tra i suoi dipendenti. Apre Google e cerca "Progetti di mobilità sostenibile."

Obiettivi e aspettative:

Claudio si aspetta di trovare una soluzione di carpooling di facile implementazione con un supporto costante dall'azienda fornitrice in modo tale da costruire un progetto sostenibile che duri nel tempo e che dia i risultati sperati. Spera di trovare un sito web facile da usare con pochi passaggi per arrivare a richiedere informazioni sul servizio.

Fasi:

Ricerca su Google

Pagina "Carpooling Aziendale"

Pagina Richiedi informazioni

Attività:

Era già a conoscenza di JojobRT in quanto aveva letto un articolo blog recentemente che parlava di carpooling aziendale. Digita Jojob su Google utilizzando la tastiera e clicca direttamente sulla sottocategoria "Carpooling Aziendale".

Atterra sulla pagina dedicata al carpooling aziendale e legge l'intestazione e la descrizione. Continua la navigazione più in basso notando gli step del servizio e come funziona.

Arriva alla sezione dei "pacchetti" disponibili per le aziende ma non capisce la differenza tra i due. Clicca su "Scopri di più" e gli si apre un'altra pagina con ancora i 2 pacchetti. Questa volta più dettagliati. Ancora però non capisce la differenza. I pulsanti sono molto grandi e facili da premere ma con passaggi inutili e ripetitivi.

Vorrebbe parlare con un referente aziendale al telefono ma nella pagina non trova nessun numero. Compila il form di contatto utilizzando la tastiera con facilità. Si aspetta di poter fare una chiamata conoscitiva con il capo progetto per capire di più sul servizio.

Touchpoints:

- Google

- Sito web di JojobRT
- Pagina Carpooling Aziendale

- Sito web di JojobRT
- Pagina territori
 - Pagina FAQ

- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni



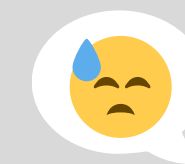
"Avevo letto di Jojob, vediamo cosa offrono per le aziende."



"Beh, mi sembra di essere nel posto giusto. Hanno una soluzione apposta per le aziende."



"Il servizio è chiaro ma non capisco cosa è incluso e cosa devo fare io. Inoltre la navigazione è confusionaria."



"Non mi è molto chiaro il servizio e cosa comprende. Mi aspetto una maggiore chiarezza durante uno scambio diretto con loro."

Criticità e dirette opportunità:

- Poca chiarezza per gli step del servizio con video/immagini reali.

- Mancanza di dettagli specifici sui pacchetti.
- Passaggi di pagine superflui.

- Maggiore chiarezza su cosa succede dopo l'invio del form.

Criticità rilevate

- Stile del font leggibile ma a volte i testi sono mal raggruppati rendendo il corpo poco leggibile a prima vista.
- Mancanza di video per raccontare il prodotto in modo più efficace.
- Mancanza di attributo testuale alternativo nelle immagini/grafiche ("alt").
- Poco contrasto tra testo e sfondo (soprattutto nel menu header).
- Gerarchia dei testi con tag sbagliati.
- Mancanza di anteprima tragitti in carpooling offerti in tempo reale (utile per visitatori in target per carpooling privati).
- Poca cura e semplicità nei testi per creare fiducia nell'utente visitatore.
- Nessun programma di affidabilità dei conducenti e poche FAQ su garanzie.
- Poca chiarezza degli step del servizio.
- Mancanza di video/immagini reali del servizio.
- Mancanza di dettagli specifici sui pacchetti.
- Processo per arrivare a contattare l'azienda macchinoso e con tanti touchpoints (interazioni).
- Pulsanti che aprono pagine in nuove tab del browser.
- Poca chiarezza su cosa succede dopo azioni da parte dell'utente (es. invio del form di contatto).

Opportunità e interventi

- Migliore organizzazione dei testi per renderli leggibili e fruibili, facilitando la scansione dell'occhio.
- Utilizzo di un linguaggio diretto e semplice.
- Pulsanti e CTA più grandi e visibili.
- Implementazione di video/infografiche per spiegare meglio il servizio e mostrare una demo del gestionale/applicazione.
- Inserire i sottotitoli/trascrizione nei video presentazione.
- Possibilità di cambiare il colore dello sfondo del sito "white/black".
- Implementazioni dell'attributo "alt" nei tag delle immagini/grafiche.
- Implementazione dell'attributo "aria-label" in tag HTML non leggibili nativamente dalle tecnologie assistive (es. screen reader).
- Miglioramento dei rapporti di contrasto tra testi e sfondo.
- Corretta gerarchia dei titoli.
- Implementazione di sezione dove vedere i tragitti offerti in tempo reale dagli utenti dell'app al fine di poter simulare anche un viaggio e relativi costi.
- Revisione del copy per renderlo più efficace usando leve di neuromarketing.
- Revisione delle FAQ andando incontro in modo più diretto alle potenziali domande degli utenti.
- Prevedere l'implementazione di un programma di certificazione dei guidatori per rendere più sicura e accessibile la piattaforma.
- Revisione features specifiche dei pacchetti.
- Snellimento del processo di conversione per la compilazione del form di contatto.
- Eliminazione dell'apertura delle pagine in nuove tab.
- Maggiore comunicazione all'utente, da parte dell'interfaccia, su quello che sta succedendo durante la navigazione e dopo le interazioni/azioni.



NUOVA USER JOURNEY

Il processo dell'utente all'interno del sito web. Focus sull'accessibilità



Scenario:

Carmela vuole trovare un'azienda/consulente per cercare di adottare progetti di mobilità sostenibile per la provincia. Apre Google e digita "Mobilità sostenibile per i territori".

Obiettivi e aspettative:

Carmela si aspetta di trovare un'azienda o un consulente che mette a disposizione degli strumenti e della conoscenza per incentivare il più possibile la cittadinanza a utilizzare mezzi di mobilità sostenibile. Soprattutto un sito web accessibile, semplice da capire e da navigare.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Territori"

Pagina Richiesta Informazioni

Attività:

Utilizzando uno screen reader che legge i titoli dei risultati di ricerca di Google trova un articolo di Adnkronos che scrive a proposito di Torino e Firenze con il loro inizio di un progetto di mobilità sostenibile menzionando JojobRT.

Entra nel loro sito e naviga la homepage. Il font ha un buon contrasto e i testi sono semplici. Riesce a capire subito il servizio con l'ausilio delle grafiche che spiegano il servizio passo passo. Trova nel menu in alto la sezione territori e ci clicca.

La gerarchia dei testi è chiara e capisce subito i benefici di questo servizio per i territori. Guarda un video con sottotitoli che riassume come funziona il servizio step by step, con testimonianze. Trova un elenco ben organizzato che riassume cosa è incluso. Clicca su "Richiedi informazioni" e si apre un form di contatto.

Compila il form di contatto che utilizza un metodo a "step" rendendo il processo di optin chiaro e facile, senza ulteriori distrazioni. I campi hanno le label, nel caso volesse utilizzare lo screen reader. Dopo l'invio, viene comunicato i prossimi step che Carmela si aspetta di trovare.

Touchpoints:

- Google
- Articolo su Adnkronos.com

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina territori

- Sito web di JojobRT
- Pagina territori

- Sito web di JojobRT
- Pagina form di contatto



"Interessante! Potrei proporlo in commissione alla prossima riunione."



"Molto interessante e chiaro cosa fanno. Il sito è semplice da usare anche per me."



"Cosa comprende il servizio è molto chiaro, in più ti seguono passo passo per l'implementazione!"



Sono molto contenta perchè hanno progettato il sito in modo semplice ed efficace, anche per una come me.

Soluzioni adottate:

- Uso di un font più leggibile con un contrasto di almeno 4.5:1.
- Uso di grafiche e immagini a supporto dei testi.

- Testi organizzati in modo efficace con informazioni e frasi di lessico semplice.
- Implementazione video e testimonianze.

- Form di contatto a step per rendere la compilazione meno dispendiosa in termini di energia.



Scenario:

Cristina è una studentessa fuori sede che vive a Milano. Ultimamente si è interessata a metodi di mobilità sostenibile e vorrebbe provare il carpooling tra privati per tornare a casa il weekend, il treno la spaventa

Obiettivi e aspettative:

Cristina vorrebbe un'applicazione di carpooling che possa garantire sicurezza e affidabilità, anche per utenti con difficoltà. Vorrebbe inoltre provare a utilizzare il carpooling per il tragitto casa-università, invece di utilizzare i mezzi pubblici.

Fasi:

Ricerca su Google

Entra nel sito web di JojobRT

Sezione "Carpooler"

Pagina FAQ

Attività:

Apri Google dal suo telefono e cerca "app di carpooling in Italia" con la sua voce. Utilizzando lo screen reader clicca su un articolo blog dove elenca le principali applicazioni. Viene a conoscenza dell'azienda italiana JojobRT. Entra nel loro sito

Atterra sulla homepage e usa lo zoom della pagina per provare a leggere l'intestazione. Utilizza lo screen reader per gli altri testi. L'ascolto risulta di facile comprensione. Le immagini e le grafiche vengono lette e descritte. C'è anche un video spiegazione. Clicca sul pulsante "Scopri di più" che risulta visibile con un ottimo contrasto colore.

Nota l'esistenza dell'applicazione mobile e l'impatto ambientale in positivo dall'utilizzo del carpooling. Trova una sezione molto intuitiva da consultare, anche con la voce, dove si vedono i tragitti offerti dai driver in tempo reale. Procede alle FAQ per capire se esiste un programma di certificazione dei driver, per un viaggio ancora più sicuro soprattutto per lei.

Legge le principali FAQ relativamente al servizio tra privati utilizzando lo screen reader. Con sollievo viene a conoscenza del programma di certificazione dei driver e un'assistenza dedicata alle persone con disabilità che vorrebbero utilizzare il servizio. Contenta di tutto ciò, Cristina si iscrive e scarica l'applicazione.

Touchpoints:

- Google
- Articolo blog

- Sito web di JojobRT
- Homepage
 - Pagina carpooler

- Sito web di JojobRT
- Pagina carpooler
 - Pagina FAQ

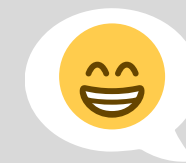
- Sito web di JojobRT
- Pagina FAQ



Ho sentito del carpooling, vediamo se può fare al caso mio!



Il servizio è molto chiaro e sembra anche usato da tante persone!



Sembra tutto interessante, inoltre le informazioni sono molto chiare anche utilizzando lo screen reader.



Ottimo, hanno un programma di affidabilità dei driver e un supporto dedicato. Mi iscrivo

Soluzioni adottate:

- Font e lessico semplice. Gerarchia con i tag corretta.
- Immagini con attributo "alt"
- Video spiegazione con trascrizione

- Implementazione sezione dei viaggi in tempo reale
- Implementazione testimonianze.

- FAQ chiare e che rispondono alle reali necessità del pubblico.



Scenario:

Claudio è proprietario di un'azienda alimentare e vorrebbe implementare dei progetti di mobilità sostenibile tra i suoi dipendenti. Apre Google e cerca "Progetti di mobilità sostenibile."

Obiettivi e aspettative:

Claudio si aspetta di trovare una soluzione di carpooling di facile implementazione con un supporto costante dall'azienda fornitrice in modo tale da costruire un progetto sostenibile che duri nel tempo e che dia i risultati sperati. Spera di trovare un sito web facile da usare con pochi passaggi per arrivare a richiedere informazioni sul servizio.

Fasi:

Ricerca su Google

Pagina "Carpooling Aziendale"

Pagina Richiedi informazioni

Attività:

Era già a conoscenza di JojobRT in quanto aveva letto un articolo blog recentemente che parlava di carpooling aziendale. Digita Jojob su Google e utilizzando la tastiera clicca direttamente sulla sottocategoria "Carpooling Aziendale".

Atterra sulla pagina dedicata al carpooling aziendale e legge il primo testo che gli appare. Si ritrova con il suo bisogno e continua la navigazione più in basso notando gli step del servizio e come funziona. Utilizza la tastiera che segue tutti gli elementi cliccabili in ordine.

Arriva alla sezione dei 2 "pacchetti" disponibili per le aziende con chiaramente definita la loro differenza. Trova un video dimostrativo della piattaforma e dei casi studio. Torna a utilizzare il mouse cliccando sulla CTA "Richiedi informazioni". Il movimento all'interno della pagina è fluido e breve, grazie anche ai pulsanti di modesta dimensione e ai testi brevi ed efficaci.

Si apre la pagina del form dove riesce a navigare con la tastiera per la compilazione. Ci sono anche altri metodi di contatto tra cui telefono e Whatsapp.

Decide di chiamare al telefono invece di compilare o chattare per fare meno fatica.

Touchpoints:

- Google

- Sito web di JojobRT
- Pagina Carpooling Aziendale

- Sito web di JojobRT
- Pagina Richiedi informazioni



Avevo letto di Jojob, vediamo cosa offrono per le aziende"



"Beh, mi sembra di essere nel posto giusto. Hanno una soluzione apposta per le aziende."



"Riesco a capire bene cosa offrono anche con l'ausilio del video. Navigazione veloce ed efficace"



"Mi hanno convinto, li contatto al telefono dato che dovrebbero essere aperti così non mi sforzo"

Soluzioni adottate:

- Font leggibile e contrasto adeguato.
- Pochi scroll per arrivare alle informazioni chiave

- Implementazione di video dimostrativi e casi studio.
- Contenuti organizzati per una navigazione breve utilizzando il mouse.

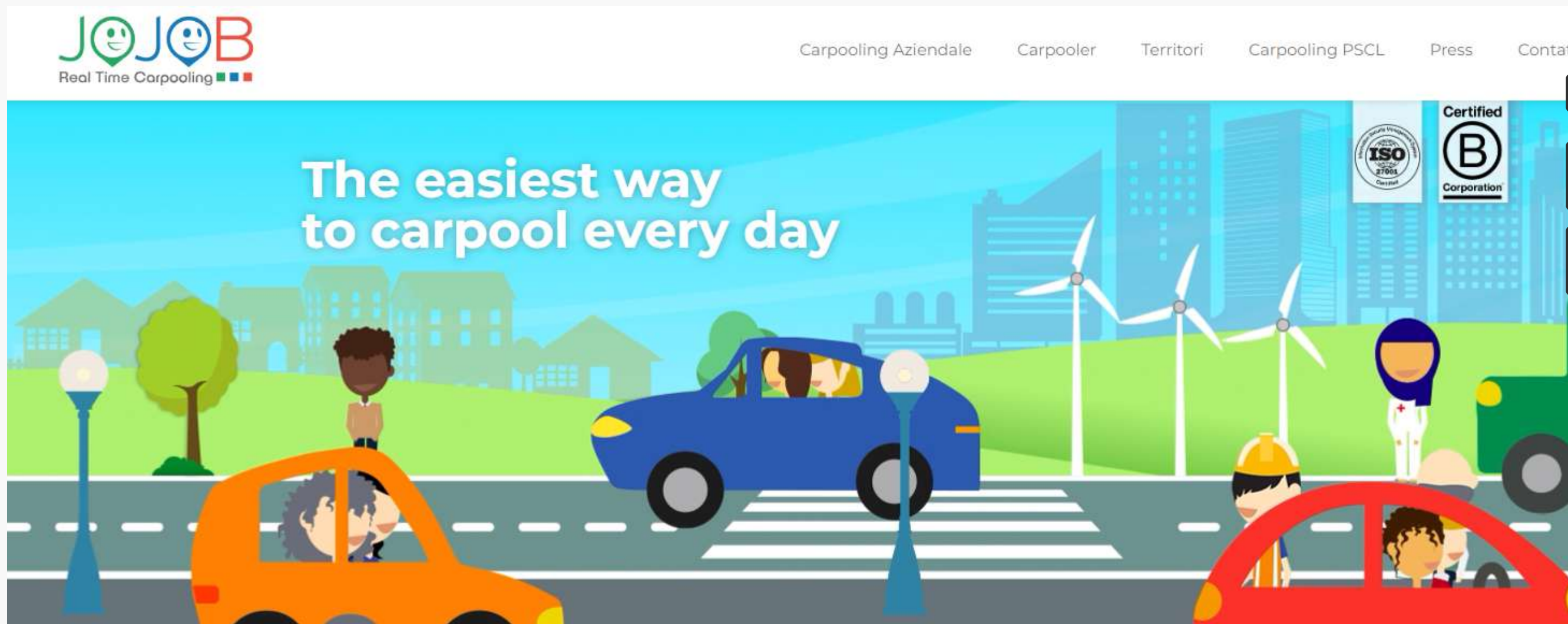
- Maggiore chiarezza sui benefici per l'utente e implementazione programma di certificazione conducenti.
- Più possibilità di contatto.



ESEMPI DI ELEMENTI UI DA RIVEDERE

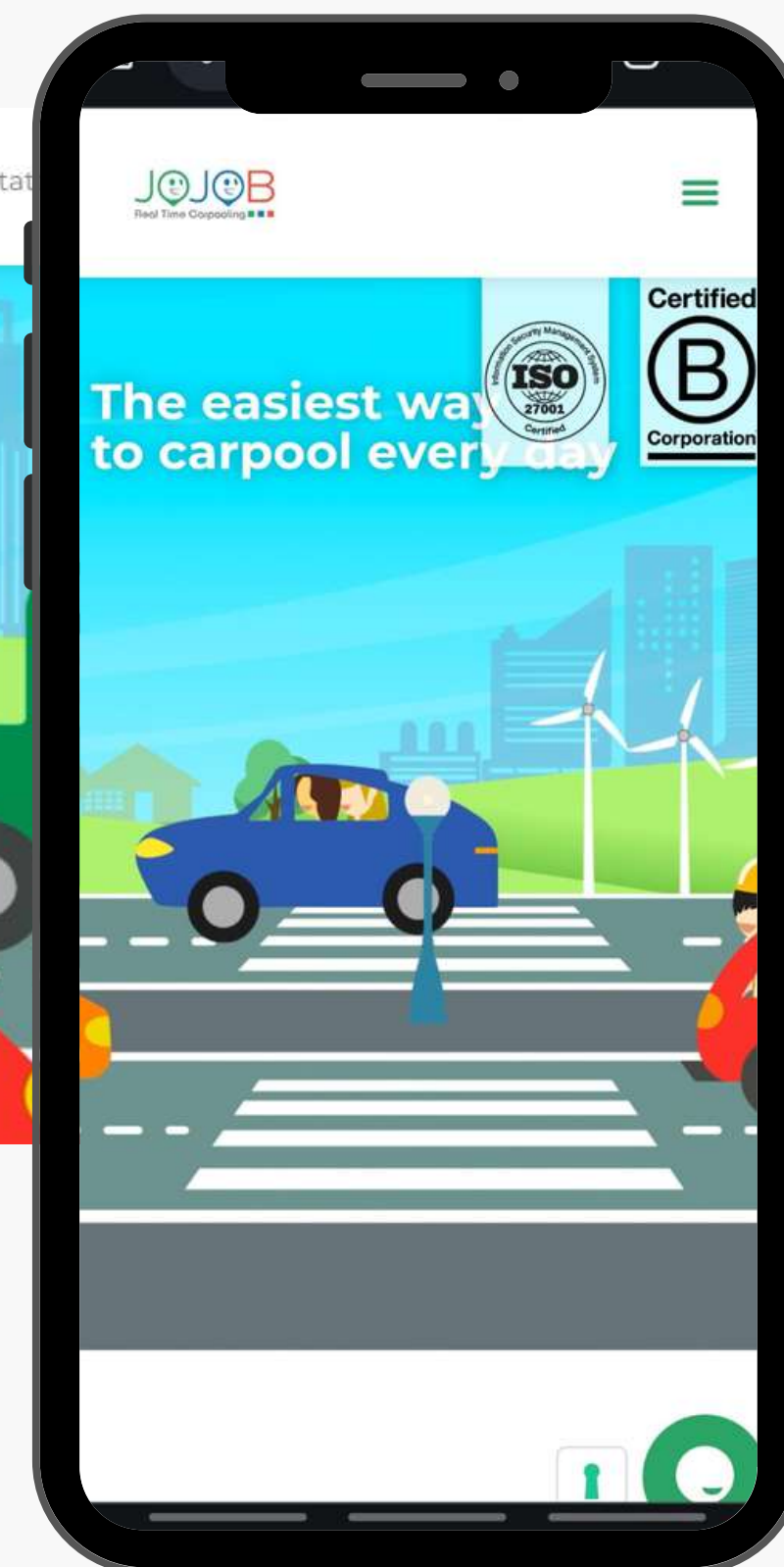
Cosa è necessario rivedere a livello di UX/UI?

Sezione iniziale della homepage (above the fold)



- Contrasto colore tra font e sfondo non sufficiente.
- Animazione molto pesante che può confondere e disorientare persone con difficoltà cognitive.
- Assenza di attributo alt per le immagini.

- Da mobile il logo e il pulsante del menu sono piccoli.
- Tag HTML dell'headline errato



Sezione “come funziona”





Scarica l'app

Scarica gratuitamente l'app Jojob Real Time Carpooling, registrati e inserisci il tuo tragitto casa-lavoro. **JojobRT ti proporrà i carpoolers più adatti a Te!**



Pianifica i tuoi viaggi

Scegli la proposta più adatta alle tue esigenze e pianifica i tuoi viaggi. Puoi pianificarli in anticipo o all'ultimo minuto e con la chat integrata potrai sempre parlare con il tuo equipaggio. **JojobRT non ti lascia a piedi!**



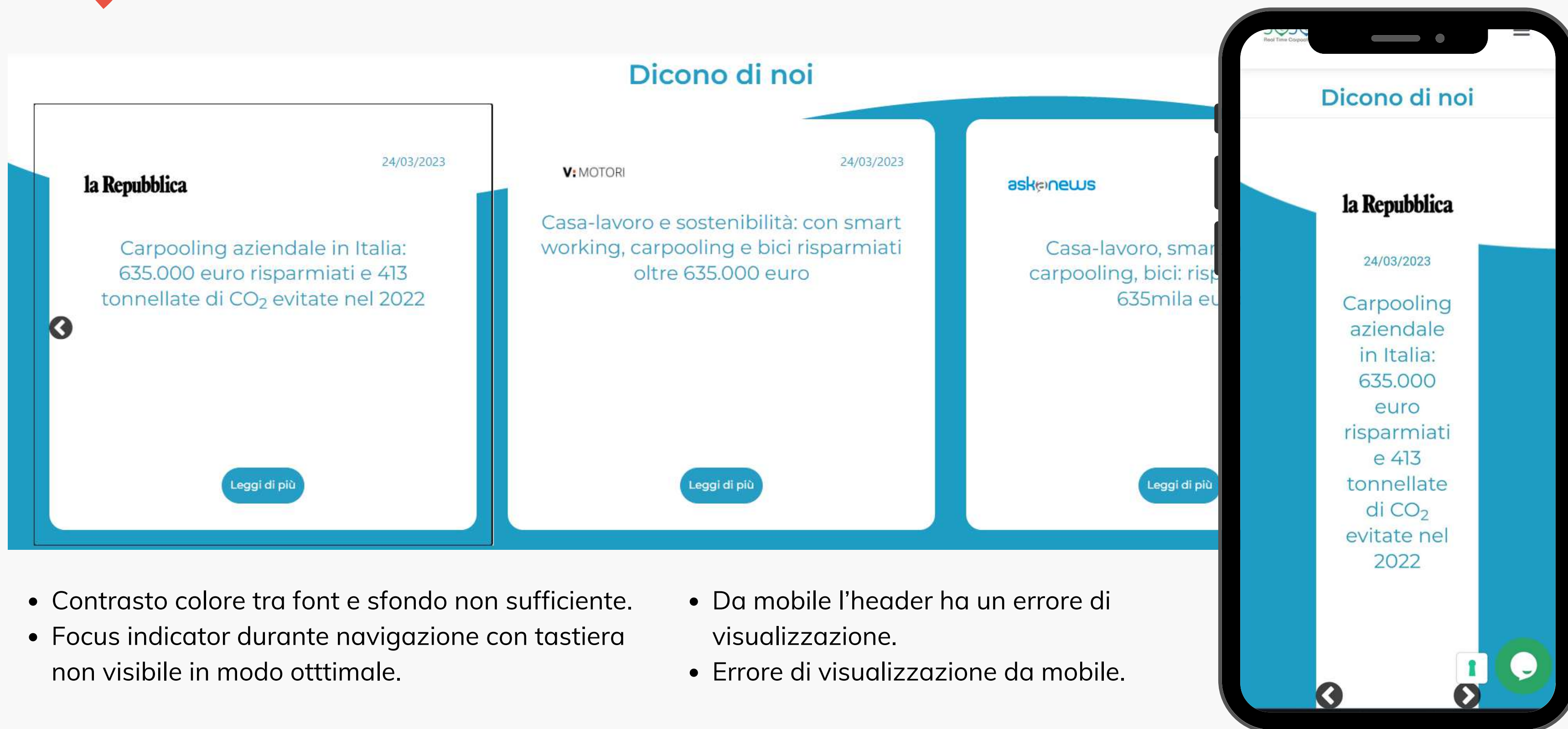
Condividi e sali a bordo!

Condividi i tragitti e i costi. Fai del bene all'ambiente e alle tue tasche. La soluzione c'è, **devi solo salire a bordo. Ti aspettiamo su JojobRT!**

- Contrasto colore tra font e sfondo non sufficiente.
- Paragrafi con font troppo piccolo.
- Da mobile l'header ha un errore di visualizzazione.
- Tag HTML dell'headline errato.



Sezione “Dicono di noi”



- Contrasto colore tra font e sfondo non sufficiente.
- Focus indicator durante navigazione con tastiera non visibile in modo ottimale.
- Da mobile l'header ha un errore di visualizzazione.
- Errore di visualizzazione da mobile.

Visualizzazione errata su mobile



Focus sul contrasto tra testi e sfondo



Il rapporto di contrasto tra testo e sfondo è importante non solo per gli utenti con disabilità (per garantire loro una lettura fluida e senza fatica), ma anche per tutti gli altri utenti, in quanto, in generale, **un sito web è efficace e piacevole se al tempo stesso quello che contiene venga letto e compreso con facilità.**

In tutto il sito è presente un contrasto colore che non rispetta le linee guida WCAG (es. testi del menu e contenuti su sfondo color brand azzurro di JojobRT)

Normal Text

WCAG AA: **Fail**

WCAG AAA: **Fail**

The five boxing wizards jump quickly.

Large Text

WCAG AA: **Pass**

WCAG AAA: **Fail**

The five boxing wizards jump quickly.

Graphical Objects and User Interface Components

WCAG AA: **Pass**

Text Input



GRAZIE
PER LA LETTURA

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO ACCESSIBILITÀ 2

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



3	INTRODUZIONE
4	PROBLEMATICHE EMERSE
ANALISI	
5	HOMEPAGE
10	CARPOOLING AZIENDALE
15	RICHIEDI INFORMAZIONI
17	IL TEAM
19	FAQ
21	BONUS: CHAT ASSISTENZA
24	PROPOSTE DI INTERVENTO
31	LINEE GUIDA DI RIFERIMENTO
33	CONSIDERAZIONI FINALI

INDICE

Introduzione

Durante la prima fase di analisi dell'accessibilità, abbiamo individuato le user personas con probabili disabilità e come loro si muovono all'interno del processo di esperienza utente attuale del sito web. Poi abbiamo ipotizzato degli scenari dove, implementando features e risolvendo le criticità, gli utenti avrebbero avuto un'esperienza complessiva positiva, tenendo conto dei principi di accessibilità.

Analizzeremo ora, in formato mobile, le principali 5 pagine del sito web allo stato attuale mettendo in risalto le criticità a livello di accessibilità e le proposte di intervento per risolverle.

Le pagine in esame (testi cliccabili per visitare le pagine web relative):

- [Homepage](#)
- [Carpooling aziendale](#) (si prende in esame solamente questa pagina del servizio. Le altre pagine dei servizi sono per struttura uguali).
- [Il team](#)
- [FAQ](#)
- [Richiedi informazioni](#)

Per effettuare l'analisi di accessibilità sono stati utilizzati i seguenti tool di supporto:

- SiteImprove Accessibility Checker • Screen Reader
- Contrast Checker • Wave Evaluation Tool



Problematiche emerse - sintesi

Dall'analisi delle pagine sono emerse delle **problematiche ricorrenti comuni**.

Si segnalano le principali.

- Mancanza di attributo “alt” nelle immagini e nelle grafiche che richiedono di essere lette dai software di screen reader.
- Alcuni elementi essenziali non sono visibili agli occhi dei software di screen reader.
- Contrasto colore dei testi e/o icone non sufficiente secondo la normativa WCAG.
- Problemi di visualizzazione, soprattutto da mobile, di varie sezioni in molte pagine del sito web,
- Elementi raggruppati non correttamente e testi non formattati in modo da essere leggibili e fruiti con il minor sforzo possibile.
- Navigazione da tastiera non fluida senza elementi visibili di interazione.

Nelle prossime slide, per ogni pagina, vengono presentate le criticità rilevate e le relative proposte di intervento.

Successivamente verranno mostrate graficamente alcune sezioni del sito dove sono presenti problematiche che necessitano di una riforma per **rientrare nelle linee guida WCAG per l'accessibilità** (linee guida obbligatorie/suggerite per rendere le piattaforme digitali accessibili).





HOMEPAGE

Analisi accessibilità

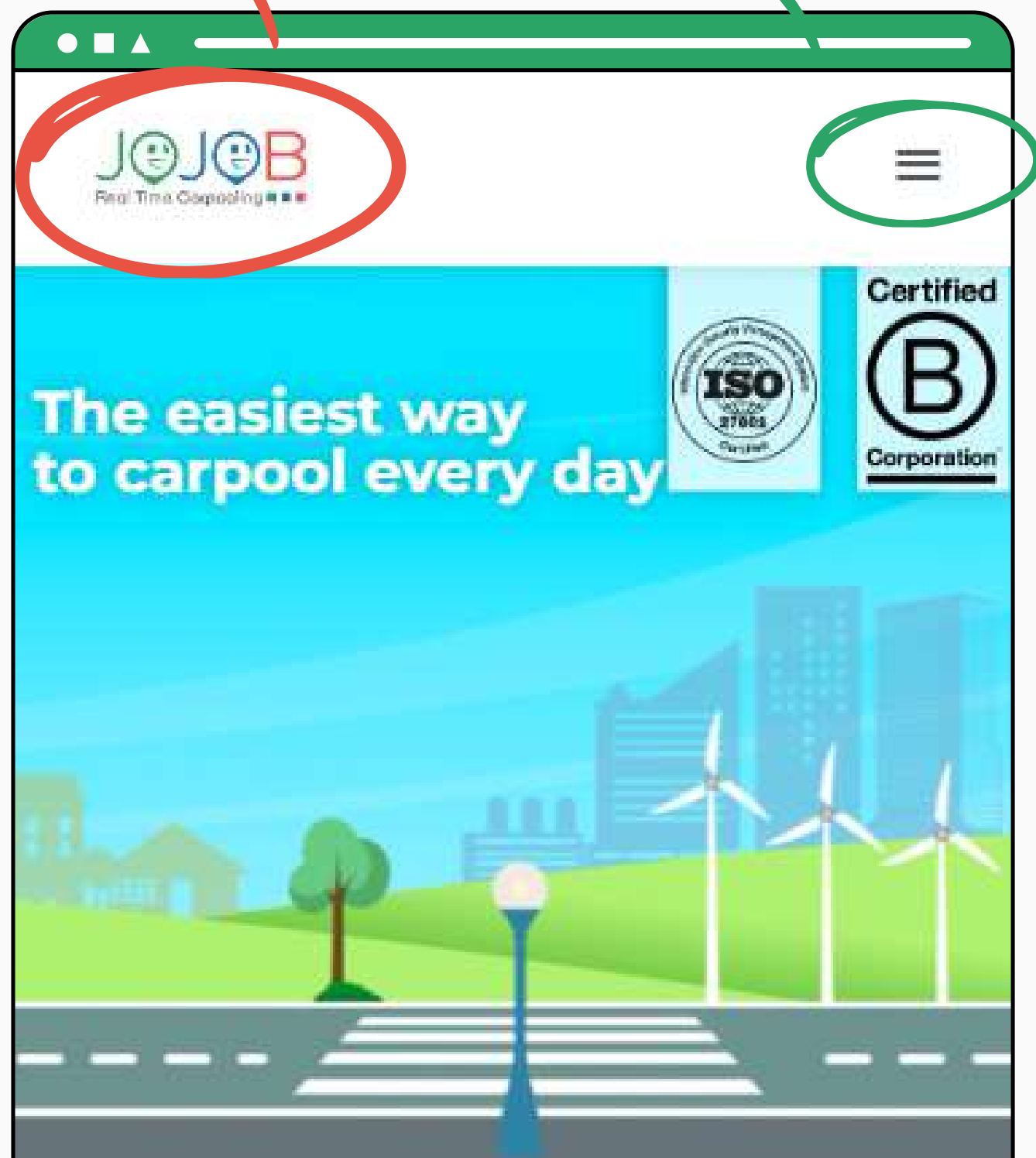


HOMEPAGE

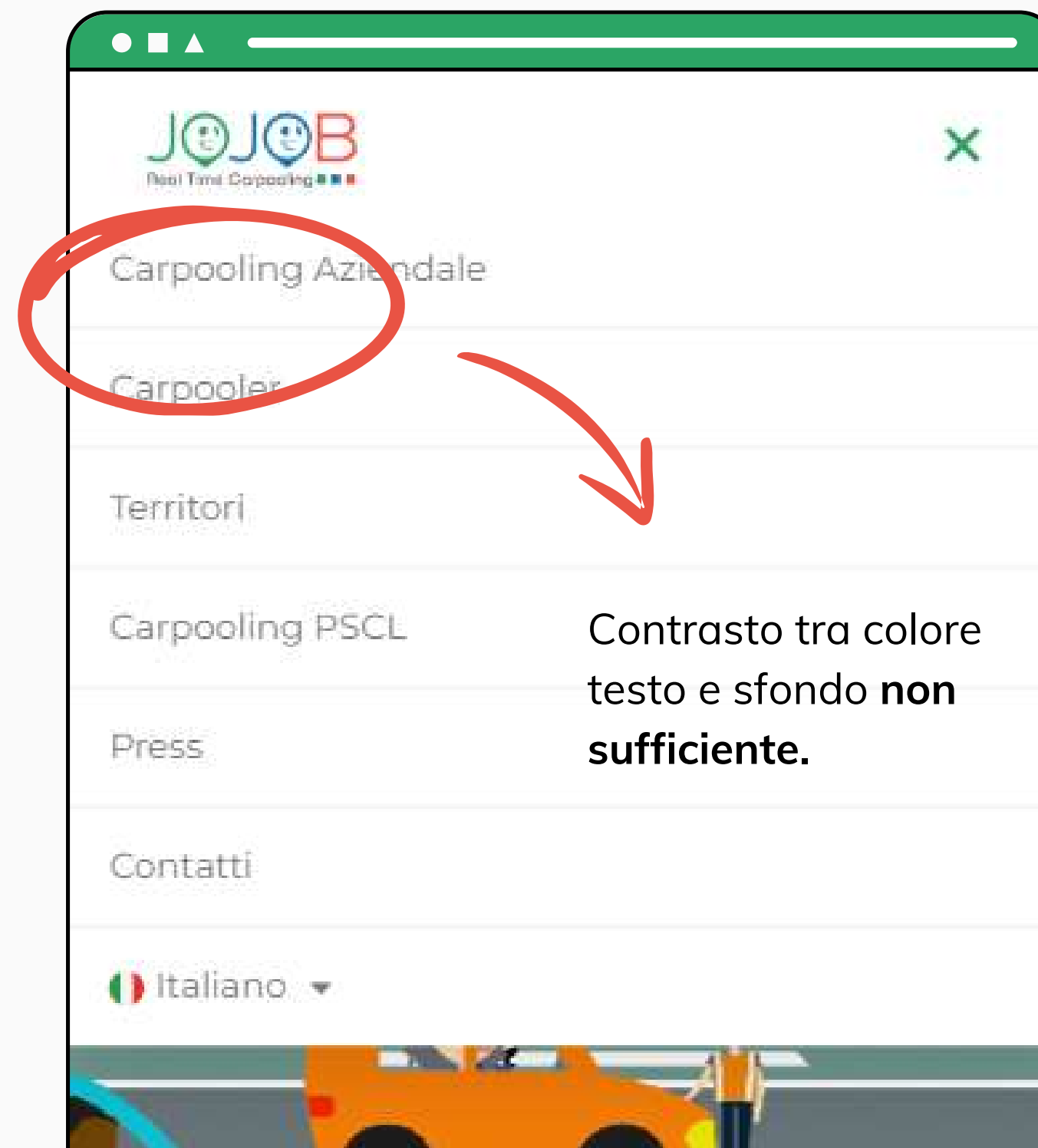
- ✗ Animazione in above the fold (appena si apre la pagina) che può confondere e disorientare persone con difficoltà di concentrazione. Linea guida di riferimento.
- ✗ Le frecce di navigazione del carosello “dicono di noi” non sono evidenziate con focus indicator durante la navigazione con tastiera. Linea guida di riferimento.
- ✗ I pulsanti hanno lo stesso testo, ma portano in pagine differenti. Potrebbe essere confusionario se non viene spiegata chiaramente la differenza delle sezioni di destinazione. Linea guida di riferimento.
- ✗ Numerosi testi e icone non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG. Linea guida di riferimento.
- ✗ Alcuni elementi della pagina sono disposti male e non garantiscono una gerarchia visuale degli stessi.
- ✗ Alcuni elementi, come i pulsanti, potrebbero avvalersi di attributo *aria-label* per una più efficace navigazione con screen reader. Linea guida di riferimento.
PS: l'attributo *aria-label*, se presente, viene usato dai software di screen reader per restituire all'utente la descrizione e azione di quell'elemento.
Es. Pulsante “Scopri di più” con attributo *aria-label* “Vai alla sezione per Territori”, il software restituisce vocalmente quest'ultimo, tralasciando il testo del pulsante.
- ✗ Le immagini che necessitano di essere visibili anche a chi utilizza gli screen reader non possiedono un attributo “alt”. Linea guida di riferimento.

Attributo “alt”
del logo **non**
presente.

Contrasto icona
sufficiente: **7.06:1**
Minimo: 3:1



HOMEPAGE & MENU





Icone e testi **non spaziati correttamente**. L'occhio non riesce a capire la gerarchia delle informazioni.

Attributo "alt" presente per le icone (non obbligatorio poichè decorative).
Testo principale con sufficiente contrasto.

Testo secondario con contrasto *insufficiente*: **4.29:1**

Minimo: 4.5:1

Problema di UI mobile. Carosello articoli di giornale non ottimizzato. Pulsante CTA piccolo con problema di contrasto.



Testo non in grassetto con contrasto non sufficiente: **3.13:1**

Minimo: 4.5:1

Testo giustificato: non facilita la lettura.





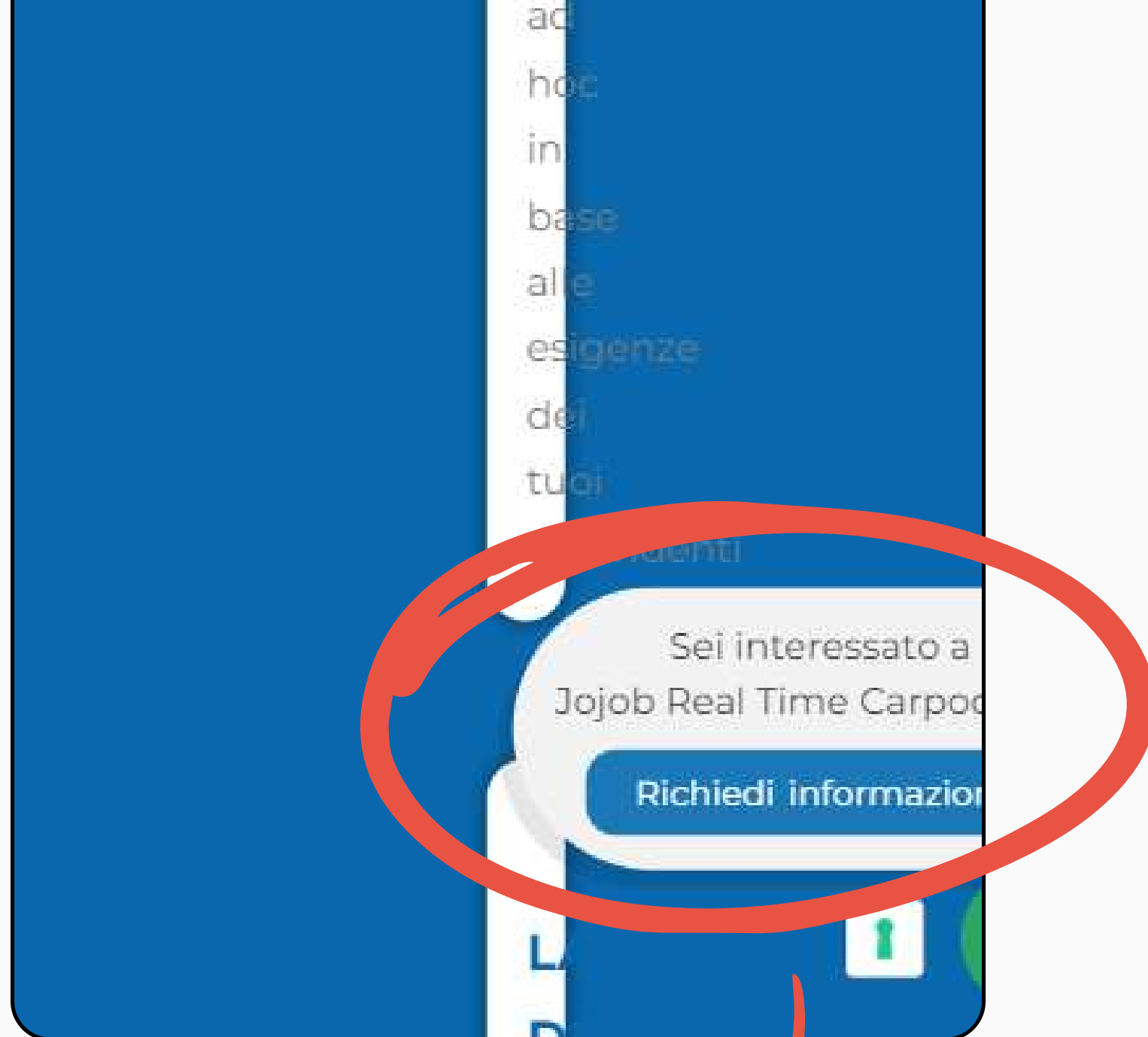
CARPOOLING AZIENDALE

Analisi accessibilità



CARPOOLING AZIENDALE

- ✗ Animazione del titolo in above the fold (appena si apre la pagina) può confondere e disorientare persone con difficoltà di concentrazione. Inoltre essendo un elemento essenziale della pagina dovrebbe essere fisso e di facile lettura. Linea guida di riferimento.
- ✗ I pulsanti non sono realizzati con il tag “button” risultando difficili da identificare per i software di screen reader. Linea guida di riferimento.
- ✗ Il focus indicator non è personalizzato nel colore risultando poco visibile in corrispondenza di certi elementi. Linea guida di riferimento.
- ✗ Numerosi errori di visualizzazione penalizzano la credibilità e la professionalità dell’azienda. La pagina non è leggibile per intero.
- ✗ Anche in questa pagina, i testi paragrafo non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.
- ✗ In questa pagina, l’header non è fisso in alto.
- ✗ Le immagini che necessitano di essere visibili anche a chi utilizza gli screen reader non possiedono un attributo “alt”. Linea guida di riferimento.



Errore di visualizzazione della chat di assistenza clienti.



Pulsante con attributo ARIA nascosto "true": i software screen reader saltano questo elemento.

Errore di visualizzazione della sezione “come funziona il servizio”.

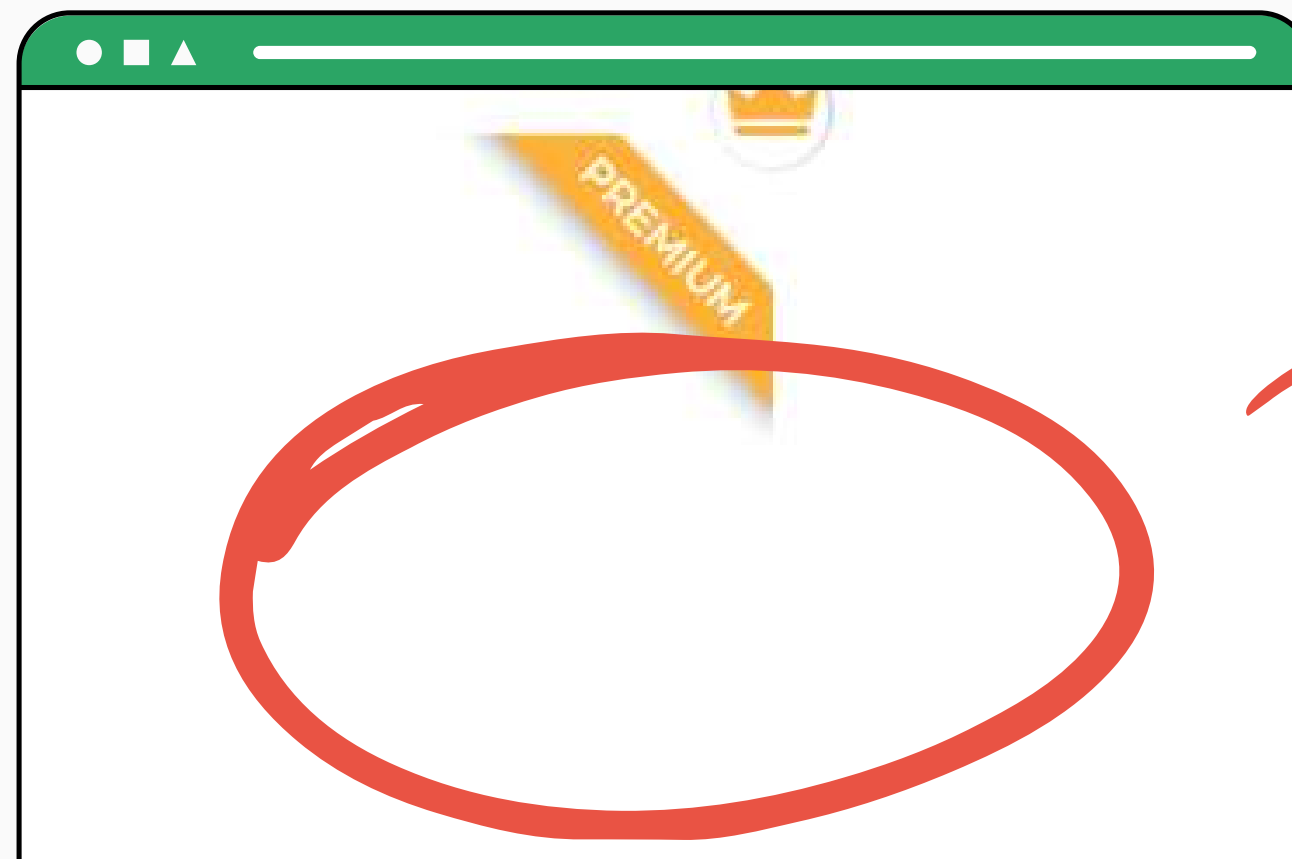
Come renderemo il carpooling casa-lavoro **un successo** in azienda

ANALISI
DELL'AZIENDA

Desktop:

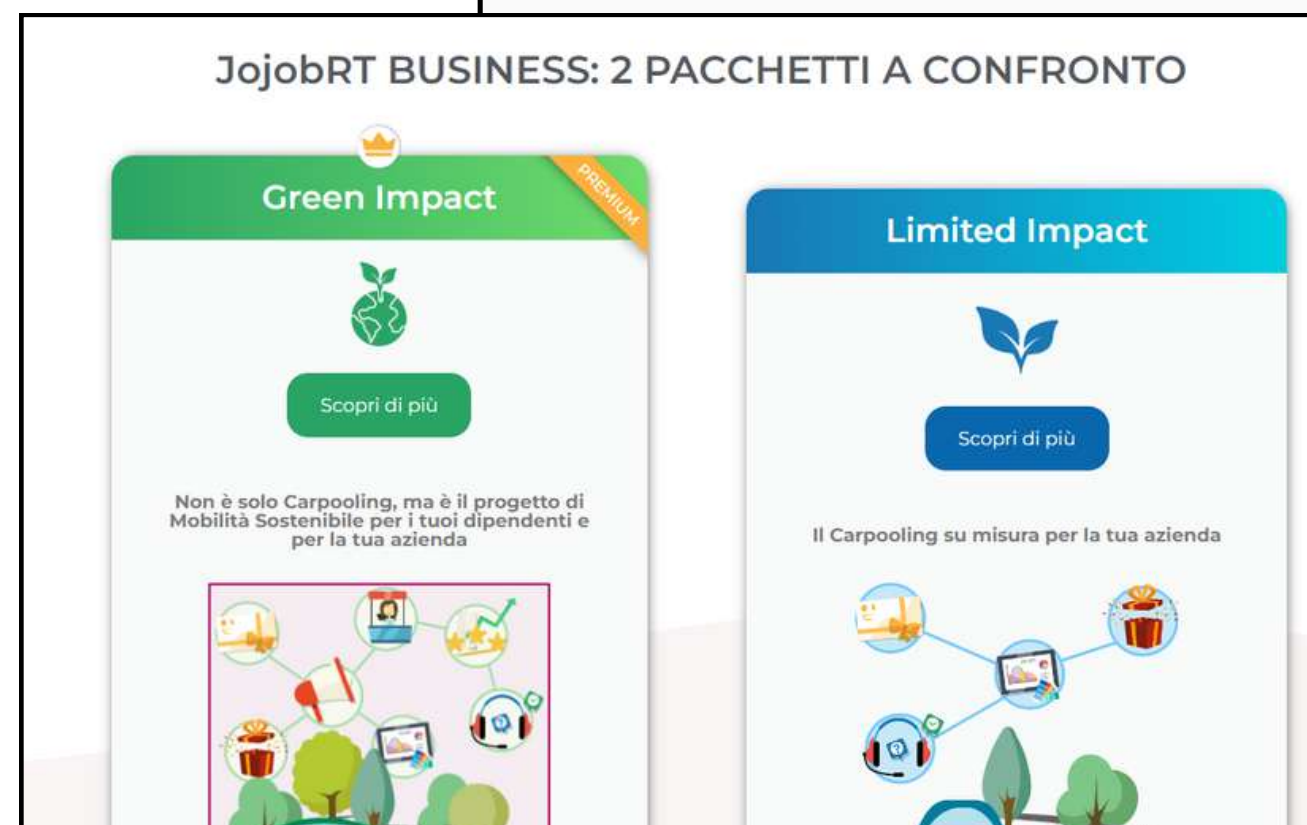
Attributo “alt” delle grafiche non presente correttamente poichè decorative.





Errore di visualizzazione da mobile.
Testi con **contrasto insufficiente**.

Desktop:





RICHIEDI INFORMAZIONI

Analisi accessibilità

RICHIEDI INFORMAZIONI

- ✗ I testi non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.
- ✗ Il pulsante di invio form presenta l'attributo aria-hidden = true che impedisce agli screen reader di leggere il pulsante.
- ✗ Il focus indicator è inesistente in tutti i campi del form. Linea guida di riferimento.

The screenshot shows a mobile application interface for requesting information. It features a green header bar with standard mobile OS navigation icons. The form contains several input fields: 'Email *', 'Telefono *', 'Azienda *', and 'Numero dipendenti*'. Below these is a checkbox for 'Acconsento al trattamento dei dati personali ai fini dell'evasione della mia richiesta.' and a blue button labeled 'Richiedi informazioni' with a white arrow icon. Three red circles highlight accessibility issues: the first circle is around the 'Telefono *' label, the second is around the 'Richiedi informazioni' button, and the third is around the 'Numero dipendenti*' label. The text in the form is light gray, and the button has a subtle focus indicator.

Email *

Email

Telefono *

Telefono

Azienda *

Azienda

Numero dipendenti*

☐ Acconsento al trattamento dei dati personali ai fini dell'evasione della mia richiesta.

Richiedi informazioni



IL TEAM

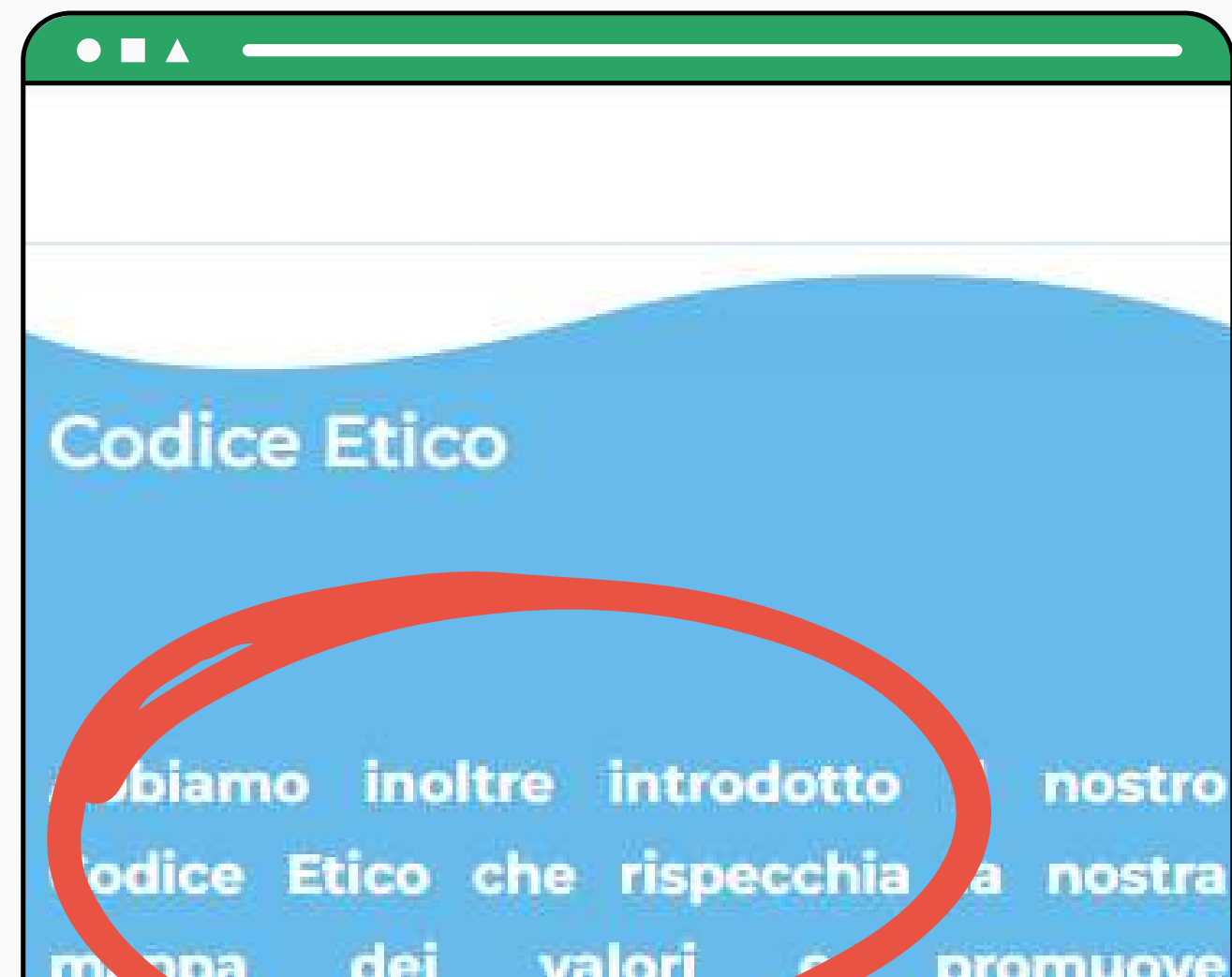
Analisi accessibilità

IL TEAM

Testo con contrasto

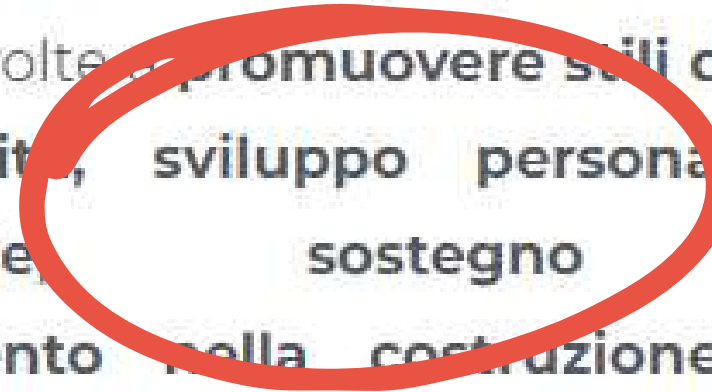
insufficiente. 2.12:1

Inoltre, testo giustificato: **rende la lettura faticosa.** Linea guida.



Il nostro team

Il nostro impegno verso ogni componente del Team si contraddistingue per una serie di iniziative volte a **promuovere stili di vita sani, crescita, sviluppo personale e professionale, sostegno e coinvolgimento nella costruzione del benessere della propria comunità.**



Testo con contrasto sufficiente, ma giustificato: **rende la lettura faticosa.** Linea guida.





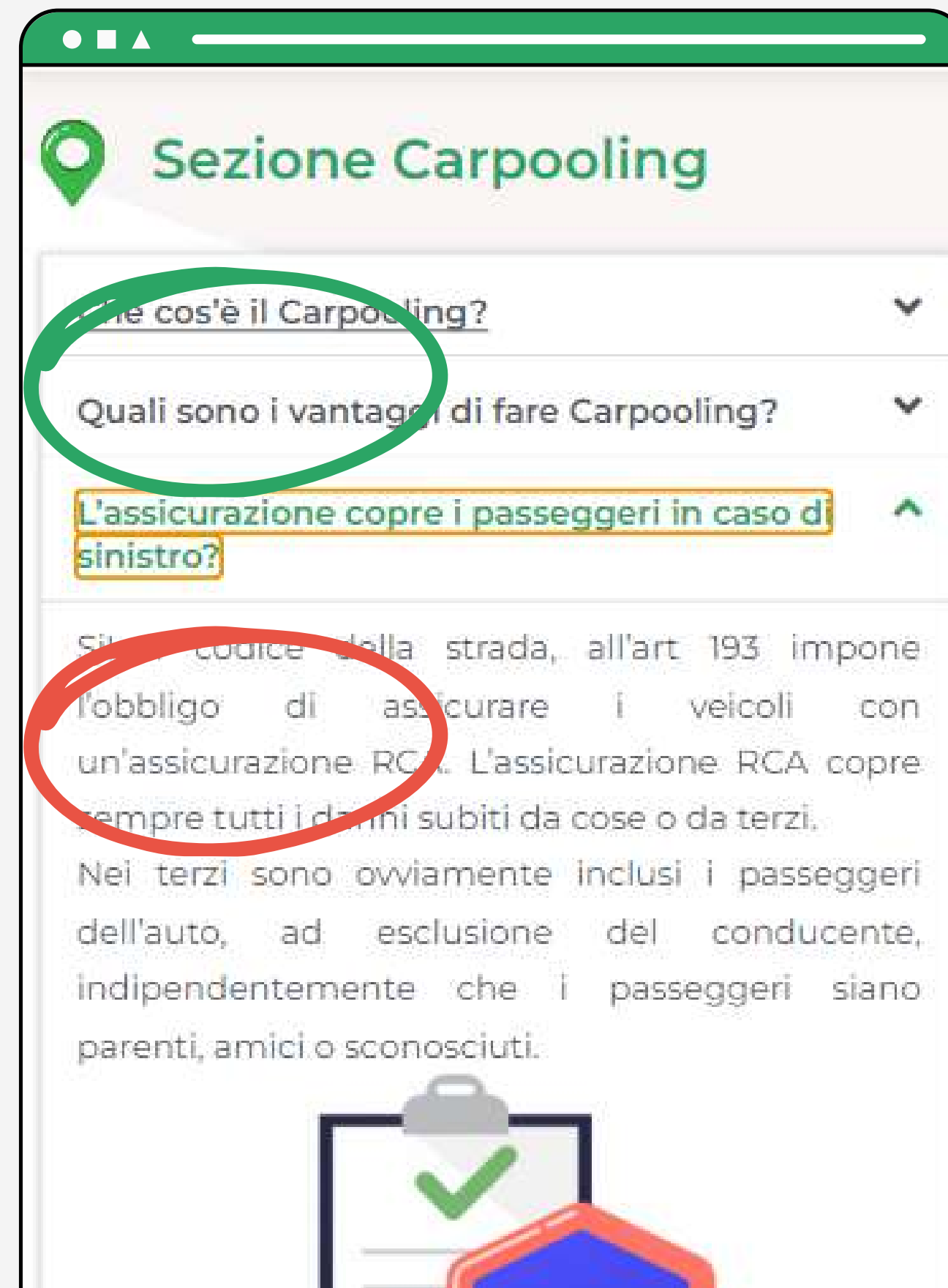
FAQ

Analisi accessibilità

FAQ

Corretto flusso di navigazione utilizzando il tasto "tab" sulla tastiera.

Testo con **contrasto insufficiente e giustificato**, quindi poco leggibile a causa delle continue variazioni di spaziatura.
Linea guida.

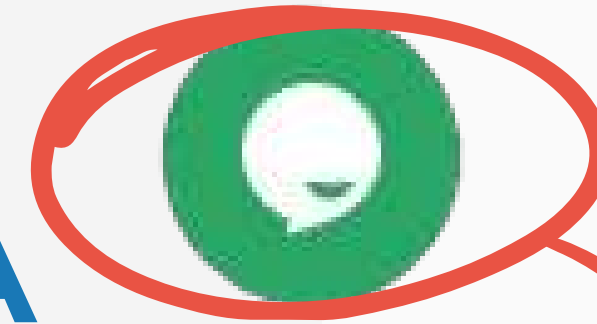




BONUS: CHAT ASSISTENZA

Analisi accessibilità

CHAT ASSISTENZA



Testo con contrasto
insufficiente. 3.12:1
Linea guida.

Durante la navigazione
da tastiera, l'icona della
chat di assistenza non
possiede un focus
indicator.
Linea guida.

Il focus indicator è ben
visibile e **con un**
contrasto sufficiente
come da linee guida
WCAG.

Per favore compila il form
sottostante e noi torneremo da te
al più presto possibile!

* Nome

* Indirizzo email

* Messaggio

 Add free live chat to your site

CHAT ASSISTENZA

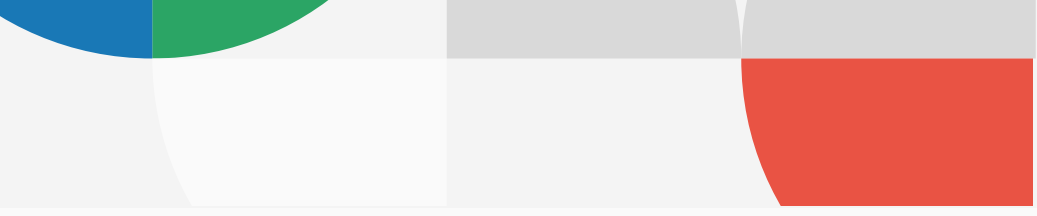
Il pulsante di invio form
**non possiede un focus
indicator.** Non è chiaro
quando si può interagire
con l'elemento
utilizzando la tastiera.
Linea guida.

A chat form with a green header bar. It contains three input fields, each with a red border and a red label "Questo campo è obbligatorio" above it. The first field is empty. The second field contains the text "* Indirizzo email". The third field contains the text "* Messaggio". Below the fields is a green submit button with a white right-pointing arrow and the text "Invia". A red circle highlights the submit button. At the bottom of the form is a white bar with a small green chat icon and the text "Add free live chat to your site".



PROPOSTE DI INTERVENTO

Accessibilità



HOMEPAGE



Animazione in above the fold che può confondere e disorientare persone con difficoltà di concentrazione.



La sezione above the fold è cruciale. Chiarezza del messaggio, senza elementi che possono confondere. Headline, USP e CTA. Grafica/immagine a supporto.



Le frecce di navigazione del carosello “dicono di noi” non sono evidenziate con il focus indicator durante la navigazione con tastiera.



Gli elementi devono essere chiaramente indicati quando vengono raggiunti con la navigazione da tastiera utilizzando un focus indicator con contrasto sufficiente.



I pulsanti nella pagina hanno lo stesso testo, ma portano in pagine differenti. Può essere confusionario se non viene spiegata chiaramente la differenza.



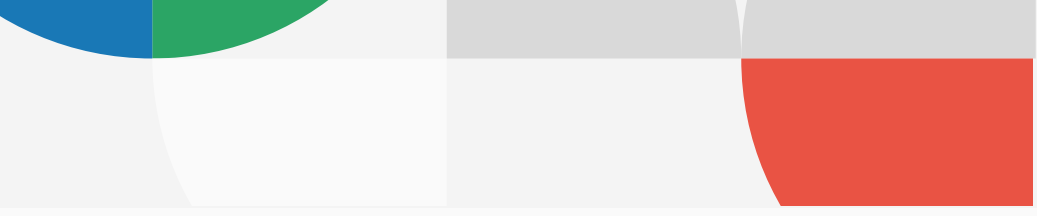
I pulsanti, per essere più efficaci, devono avere un testo che parla della pagina a cui portano (es. “Vai ai pacchetti per territori”).



Numerosi testi non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.



I testi devono avere un sufficiente contrasto tra il loro colore e lo sfondo dove sono posizionati.



HOME PAGE



Problema di UI mobile in generale. Carosello articoli di giornale non ottimizzato. Icone e testi non spaziati correttamente. L'occhio non riesce a capire la gerarchia delle informazioni.



Utilizzare un corretto spaziamento per organizzare gli elementi correlati. Prevedere testi semplici, efficaci e formattati per una facile lettura (non giustificato, ma allineato a sinistra). Obiettivo: portare l'utente all'azione desiderata con pochi click.



Attributo "alt" delle immagini non decorative **non presente.**



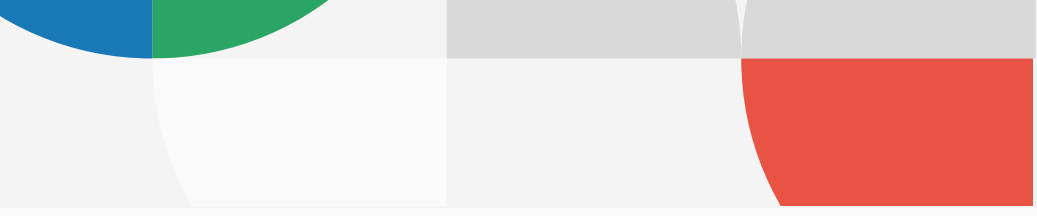
In tutte le immagini/grafiche (che vogliamo siano visibili agli occhi dei software di screen reader) l'attributo "alt" deve essere presente, descrivendo in breve cosa contiene e cosa rappresenta l'immagine.



Alcuni elementi, come i pulsanti, potrebbero avvalersi di "aria-label" per una più efficace navigazione con gli screen reader.

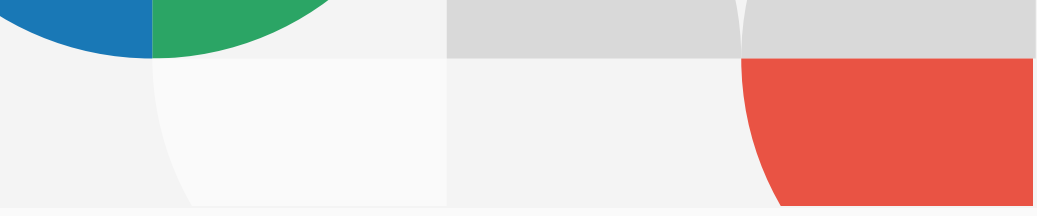


Revisione profonda degli elementi dove l'attributo aria-label è consigliato ed efficace (pulsanti, link, etc...).



CARPOOLING AZIENDALE

	I pulsanti non sono realizzati con il tag “button” risultando difficili da identificare come tali da parte dei software di screen reader.		Revisione tag HTML dei pulsanti implementando un attributo aria-label che identifichi la natura del pulsante e la sua destinazione.
	Il focus indicator non è personalizzato nel colore risultando poco visibile su certi elementi.		Focus indicator con contrasto colore adeguato tenendo conto di tutti i colori di sfondo del sito web dove deve essere presente.
	Numerosi errori di visualizzazione penalizzano la credibilità e la professionalità dell'azienda. La pagina non è leggibile.		Tutti gli elementi creati in versione desktop devono essere adattati per essere fruibili anche in versione mobile.
	In questa pagina, l'header non è fisso in alto.		L'header fisso garantisce una veloce navigazione in altre pagine presenti nel menu a tendina.
	Anche in questa pagina, i testi paragrafo non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.		I testi devono avere un sufficiente contrasto tra il loro colore e lo sfondo dove sono posizionati.



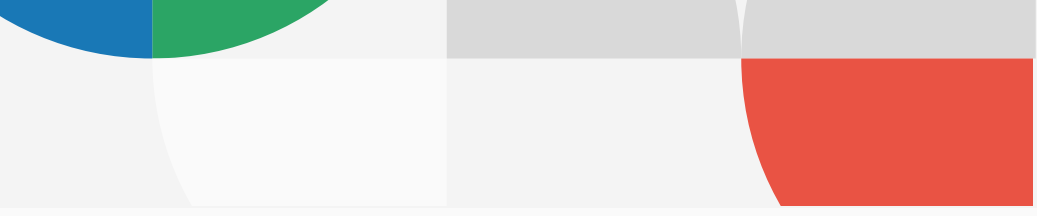
CARPOOLING AZIENDALE



Animazione del titolo in above the fold (appena si apre la pagina) può confondere e disorientare persone con difficoltà di concentrazione. Inoltre essendo un elemento essenziale della pagina dovrebbe essere subito visibile e comunicare il messaggio immediatamente.



Prevedere un headline iniziale fisso, chiaro, semplice ed efficace. Font leggibile e colore con contrasto adeguato.



RICHIEDI INFORMAZIONI

	Il focus indicator non è presente nei campi del form.		Implementazione del focus indicator con contrasto colore adeguato nei campi del form per restituire all'utente un feedback di navigazione con tastiera.
	I testi e i titoli non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.		I testi devono avere un sufficiente contrasto tra il loro colore e lo sfondo dove sono posizionati.
	Pulsante di invio form con attributo aria-hidden = true. Non viene letto dagli screen readers.		Utilizzando l'attributo aria-hidden = true, l'elemento che lo possiede non viene visto e letto dai software di screen reader. Il pulsante di invio form deve essere obbligatoriamente senza quell'attributo.



IL TEAM & FAQ

 Testi formattati in modo “giustificato”.

 Per facilitare la lettura è consigliato un allineamento a sinistra e paragrafi non più lunghi di 3 righe.

 I testi e i titoli non hanno abbastanza contrasto come da linee guida WCAG.

 I testi devono avere un sufficiente contrasto tra il loro colore e lo sfondo dove sono posizionati.

CHAT ASSISTENZA

Stesse criticità e implementazioni delle altre pagine come da analisi in [pagina dedicata](#).



LINEE GUIDA DI RIFERIMENTO

LINEE GUIDA DI RIFERIMENTO

Le proposte di intervento relative alle 5 pagine prese in esame valgono per l'intero sito web. Di seguito vengono nuovamente riportate le fonti delle linee guida per l'accessibilità dei contenuti web (regolamentazione WCAG) **relative alle criticità comuni riscontrate**:

- Elementi animati (possono confondere e disorientare le persone).
- Focus indicator.
- Testo dei pulsanti uguale ma con destinazioni differenti.
- Uso degli headlines.
- Contrasto colore tra sfondo e testi/elementi visivi.
- Attributo "alt" per le immagini.
- Utilizzo del tag corretto per i pulsanti (non WCAG)
- Navigazione da tastiera.

[Clicca qui per tutte le linee guida divise per obiettivi.](#)

Alcuni problemi riscontrati, come la grandezza dei testi e dei pulsanti, la formattazione o puntualizzazione su errori di visualizzazione di alcune sezioni non sono supportati da specifica regolamentazione, ma sono proposte di miglioramento generali per una migliore navigazione, a prescindere dal tipo di utente.





CONSIDERAZIONI FINALI

CONSIDERAZIONI FINALI

Questa seconda fase, dove sono state analizzate le 5 principali pagine, ha portato alla luce le criticità che impediscono al sito web di essere al 100% (o quasi) accessibile.

Le criticità più importanti rilevate sono il contrasto tra testi e sfondo non sufficiente, l'utilizzo di tag HTML errati e gli errori di visualizzazione da mobile.

Oltre ai problemi individuati si riscontra una navigazione complessa, con informazioni che si ripetono in molte pagine senza una consistenza fluida e lineare. I testi sono eccessivamente lunghi, formattati in modo errato ma comunque molto chiari e semplici nel linguaggio.

L'attuale design del sito web non facilita la lettura delle informazioni, le pagine sono tra loro consistenti ma danno un senso di poca organizzazione.

L'analisi è stata effettuata prevalentemente utilizzando il sito web in formato mobile, ma le stesse criticità e implementazioni valgono anche per la versione desktop.

Le informazioni sono comunque ricche e utilizzabili come base per una riprogettazione UX/UI efficace e d'impatto.





GRAZIE
PER LA LETTURA

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO WIREFRAMING 1

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



3 ESERCIZIO PRELIMINARE BLABLACAR

WIREFRAMING JOJOBRT

13 INTRODUZIONE E SPECIFICHE

19 HOMEPAGE

22 CARPOOLING AZIENDALE

27 CARPOOLING PER PRIVATI

31 FAQ

32 IL TEAM

35 CONTATTI E CHAT ASSISTENZA

37 WIREFLOW

40 SITEMAP AGGIORNATA

INDICE



ANALISI PRELIMINARE

BlaBlaCar

BlaBlaCar.it

La prima parte del progetto Wireframing prevede un'analisi generale e la replica, con wireframe in alta fedeltà, delle seguenti 3 pagine di BlaBlacar.it

- Homepage
- Pubblica un passaggio
- Auto condivisa

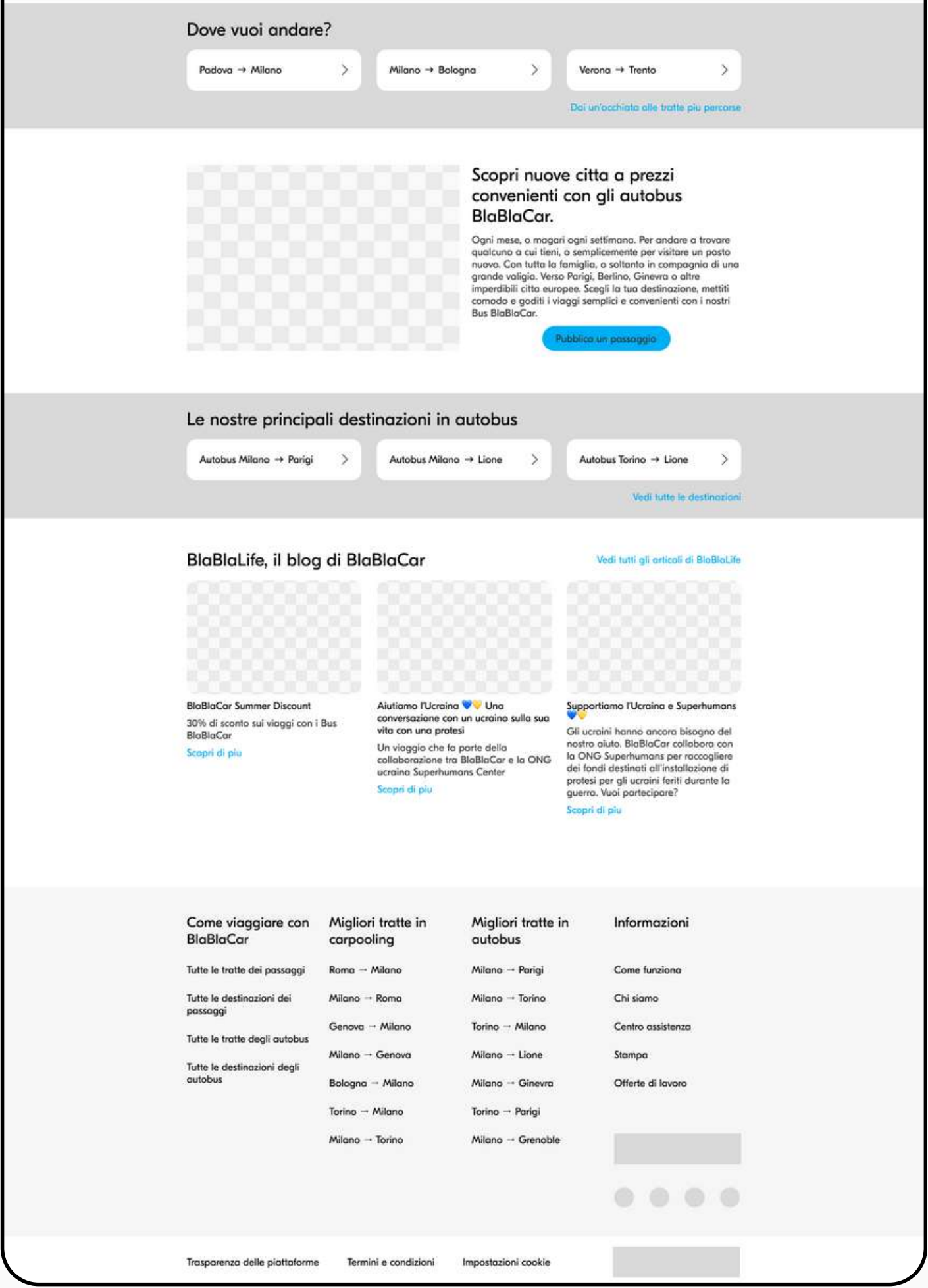
L'obiettivo è prendere dimestichezza con gli spazi, con gli elementi e soprattutto capire il motivo dietro le scelte progettuali che i professionisti UX di BlaBlacar.it hanno fatto.



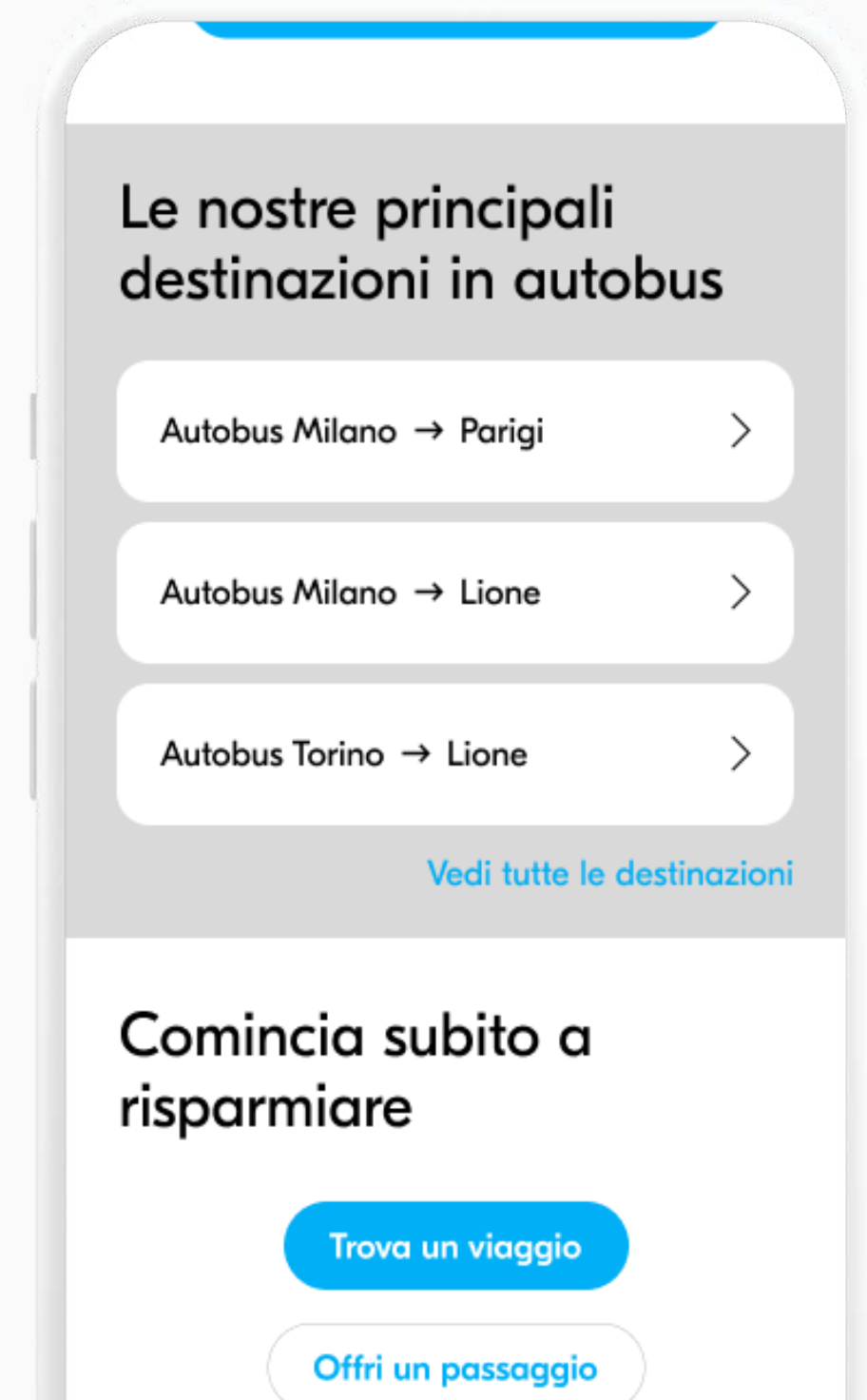
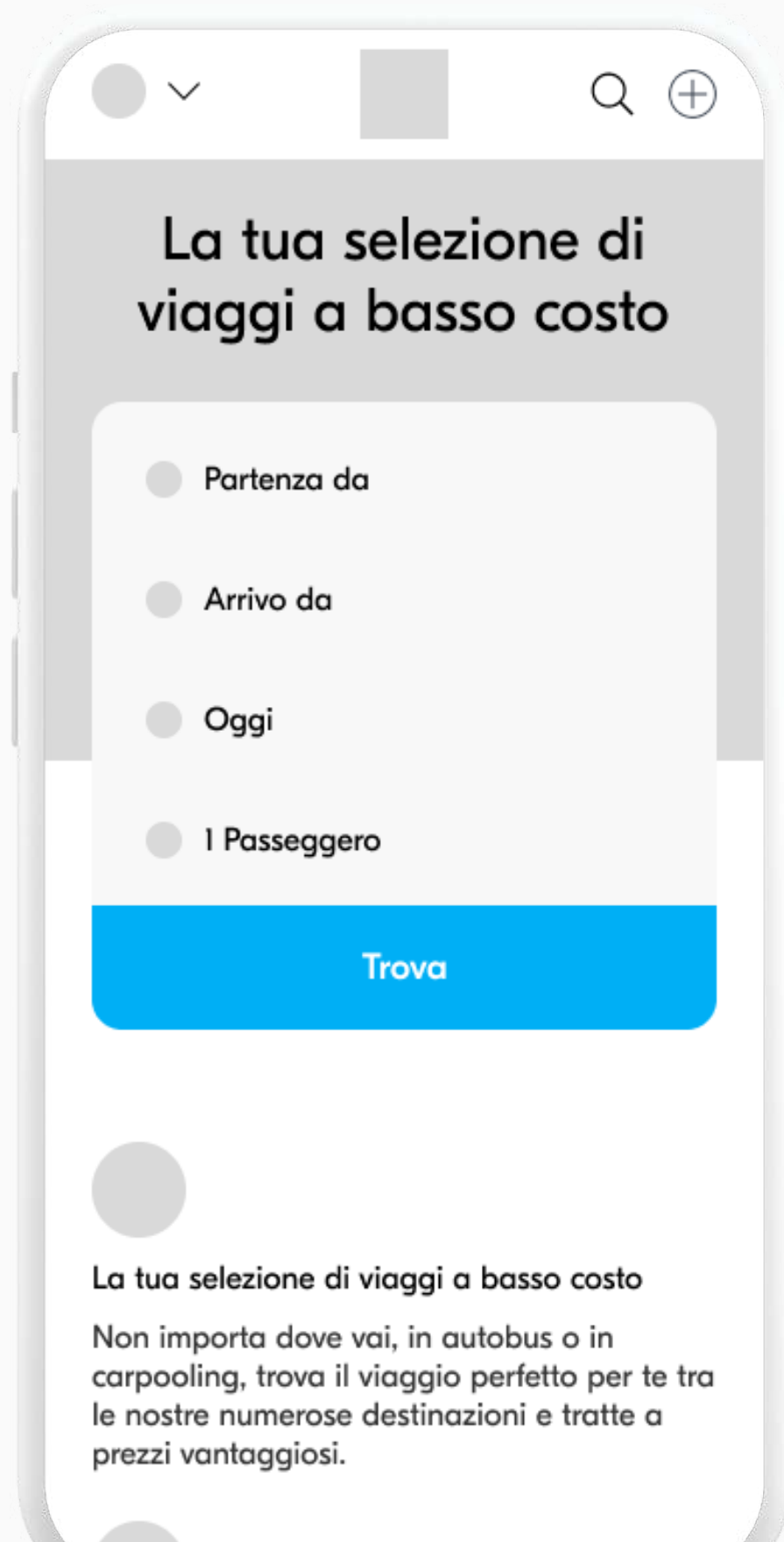
[Guarda i wireframe
su Figma!](#)



Homepage - Desktop



Homepage - Mobile



Pubblica un passaggio

Auto condivisaAutobus

CercaPubblica un passaggio

Diventa un conducente BlaBlaCar e risparmia sulle spese di viaggio trovando altri passeggeri.

Partenza da

Arrivo da

1 Passeggero

Risparmia fino a 76 EUR nel tuo primo viaggio.

Pubblica un passaggio

Guida. Condividi. Risparmia.

Guida.
Non cambiare programma! Parti per quel viaggio che avevi in mente e sfrutta al meglio i posti disponibili in auto.

Condividi.
Viaggia in compagnia. Condividi un'esperienza memorabile con passeggeri dai profili più vari.

Risparmia.
Pedaggi, benzina, ricarica elettrica... Dividi le spese con altri passeggeri.

Unisciti ai 21 milioni di conducenti che usano BlaBlaCar

Piu di 100 milioni di utenti BlaBlaCar nel mondo

Oltre 40 milioni di viaggi condivisi all'anno

5 anni su BlaBlaCar, decine di viaggi, tanti incontri e scambi, mai una delusione. GRAZIE!
Simon

Pubblica il tuo passaggio in pochi minuti



- Crea un account su BlaBlaCar
- Aggiungi una foto profilo, qualche informazione su di te e il tuo numero di telefono per infondere fiducia agli altri utenti.
- Pubblica il tuo passaggio
- Indica i luoghi di partenza e di arrivo, specifica la data di viaggio e controlla il nostro prezzo consigliato per avere più possibilità di trovare i tuoi primi passeggeri e di ricevere i primi feedback.
- Accetta le richieste di prenotazione
- Leggi i profili dei passeggeri e accetta le loro richieste di prenotazione. E così facile iniziare a risparmiare sulle spese di viaggio!

Siamo qui per aiutarti in qualsiasi momento

- Al tuo servizio 24/7

Il nostro team è a tua disposizione per rispondere a qualsiasi domanda tramite e-mail o social media.
- BlaBlaCar al tuo fianco

Vogliamo che tu ottenga il massimo da BlaBlaCar. Ecco perché ti offriamo regolarmente suggerimenti e promemoria per aumentare le tue possibilità di ricevere richieste di prenotazione da parte dei passeggeri.
- Informazioni sicure al 100%

Il nostro team si impegna a garantire la protezione dei dati, che restano sempre strettamente riservati grazie ai nostri strumenti di monitoraggio, crittografia e navigazione sicura.

Tutto ciò di cui i conducenti hanno bisogno, nel nostro Centro Assistenza

- Come posso stabilire il contributo da richiedere ad ogni passeggero?

Quando pubblichi un'offerta di viaggio, ti suggeriamo un prezzo da richiedere ad ogni passeggero. Questo sistema ti aiuta ad impostare un contributo equo per i tuoi viaggi (così avrai più...

Continua a leggere
- Ho scelto che i miei passeggeri paghino online: quando riceverò l'accredito?

Hai deciso che i tuoi passeggeri assicurino il loro posto tramite il pagamento online direttamente su BlaBlaCar? In questo caso, se il viaggio con il passeggero è andato come previsto, ti invieremo...

Continua a leggere
- Ho riscontrato un errore nel mio annuncio. Che cosa devo fare?

La cosa migliore da fare è modificare il viaggio non appena ti accorgi dell'errore. Se non puoi modificarlo perché i passeggeri hanno già prenotato, contattali e spiegagli l'errore. Se non sono...

Continua a leggere
- In qualità di conducente, come faccio ad annullare un viaggio che non potrò più effettuare?

Non preoccuparti, ci vuole solo un minuto per annullare un viaggio. Ovviamente è più facile se non hai ancora trovato passeggeri. Ma in ogni caso, puoi andare sulla pagina Passaggi...

Continua a leggere

Visita il nostro centro assistenza

Pubblica un passaggio

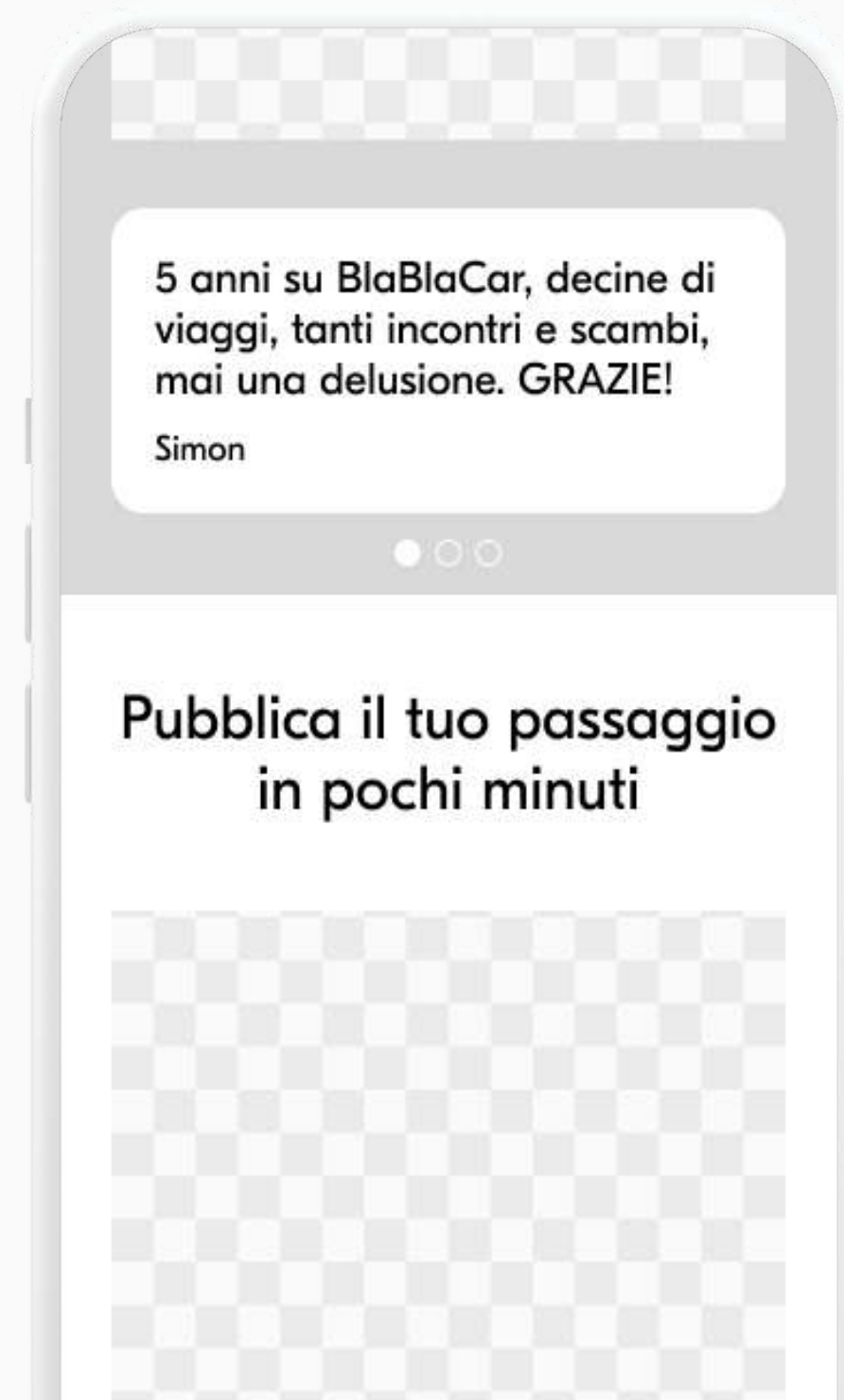
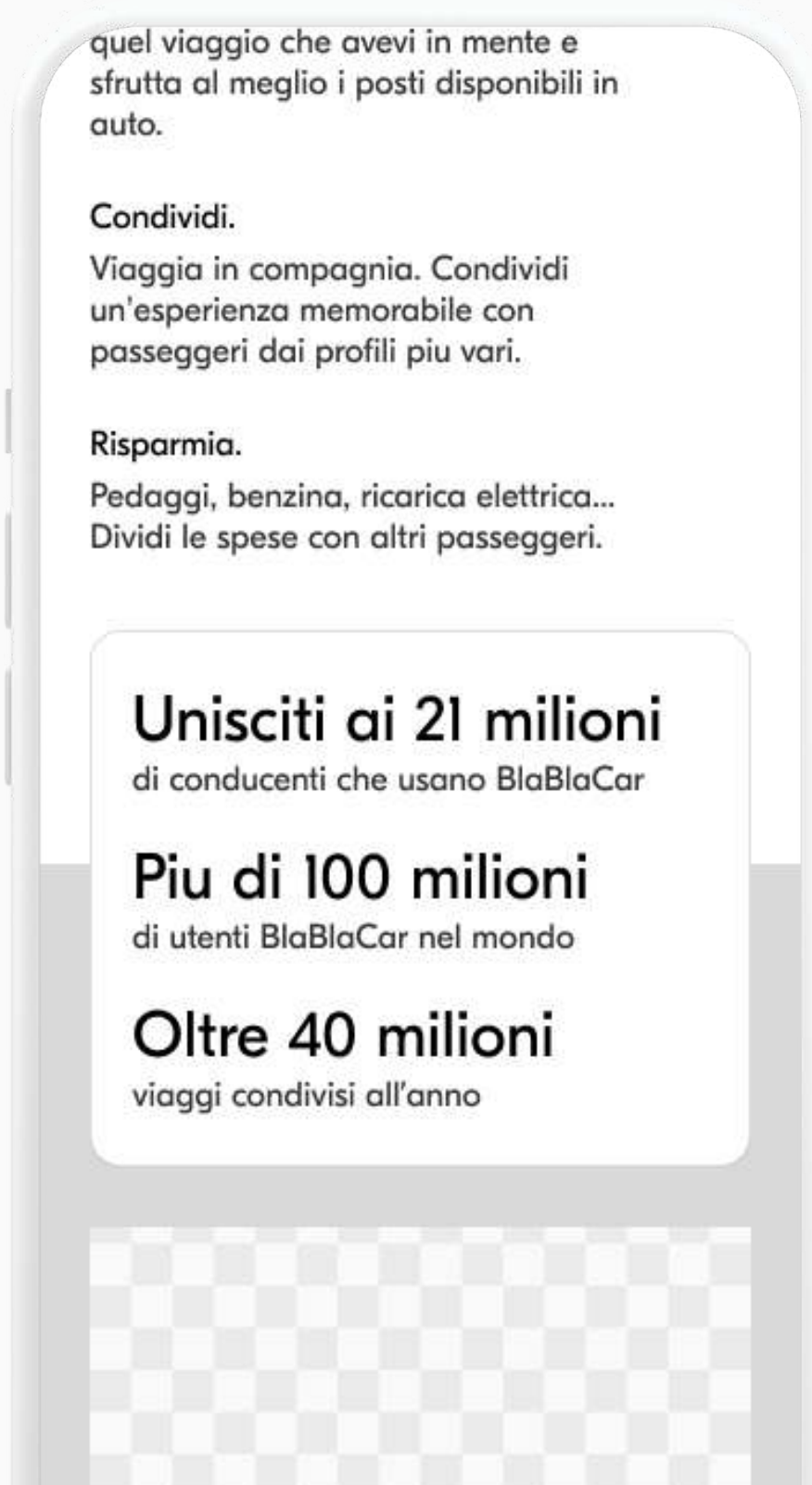
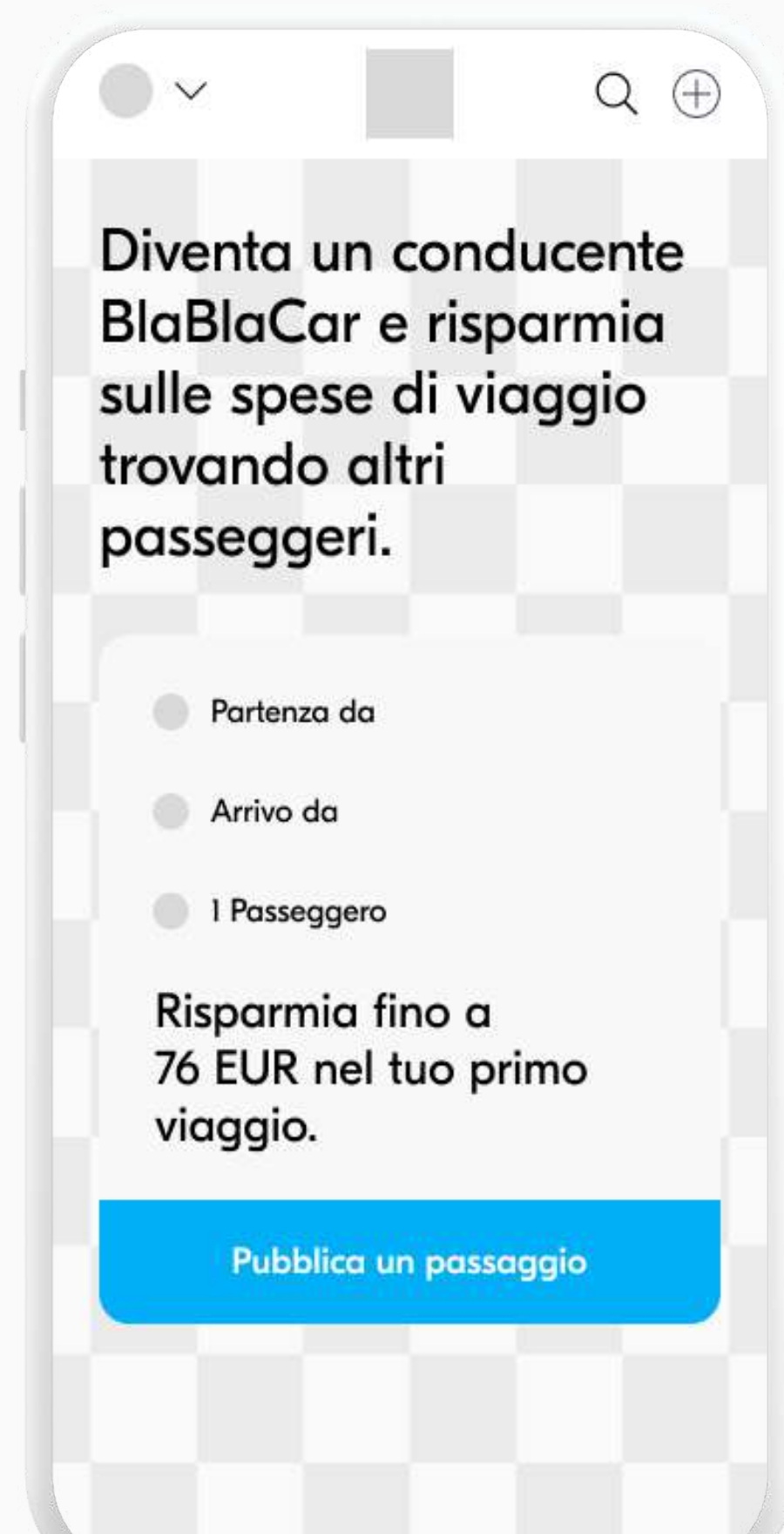
Come viaggiare con BlaBlaCar	Migliori tratte in carpooling	Migliori tratte in autobus	Informazioni
Tutte le tratte dei passaggi	Roma → Milano	Milano → Parigi	Come funziona
Tutte le destinazioni dei passaggi	Milano → Roma	Milano → Torino	Chi siamo
Tutte le tratte degli autobus	Genova → Milano	Torino → Milano	Centro assistenza
Tutte le destinazioni degli autobus	Milano → Genova	Milano → Lione	Stampa
	Bologna → Milano	Milano → Ginevra	Offerte di lavoro
	Torino → Milano	Torino → Parigi	
	Milano → Torino	Milano → Grenoble	

Trasparenza delle piattaforme

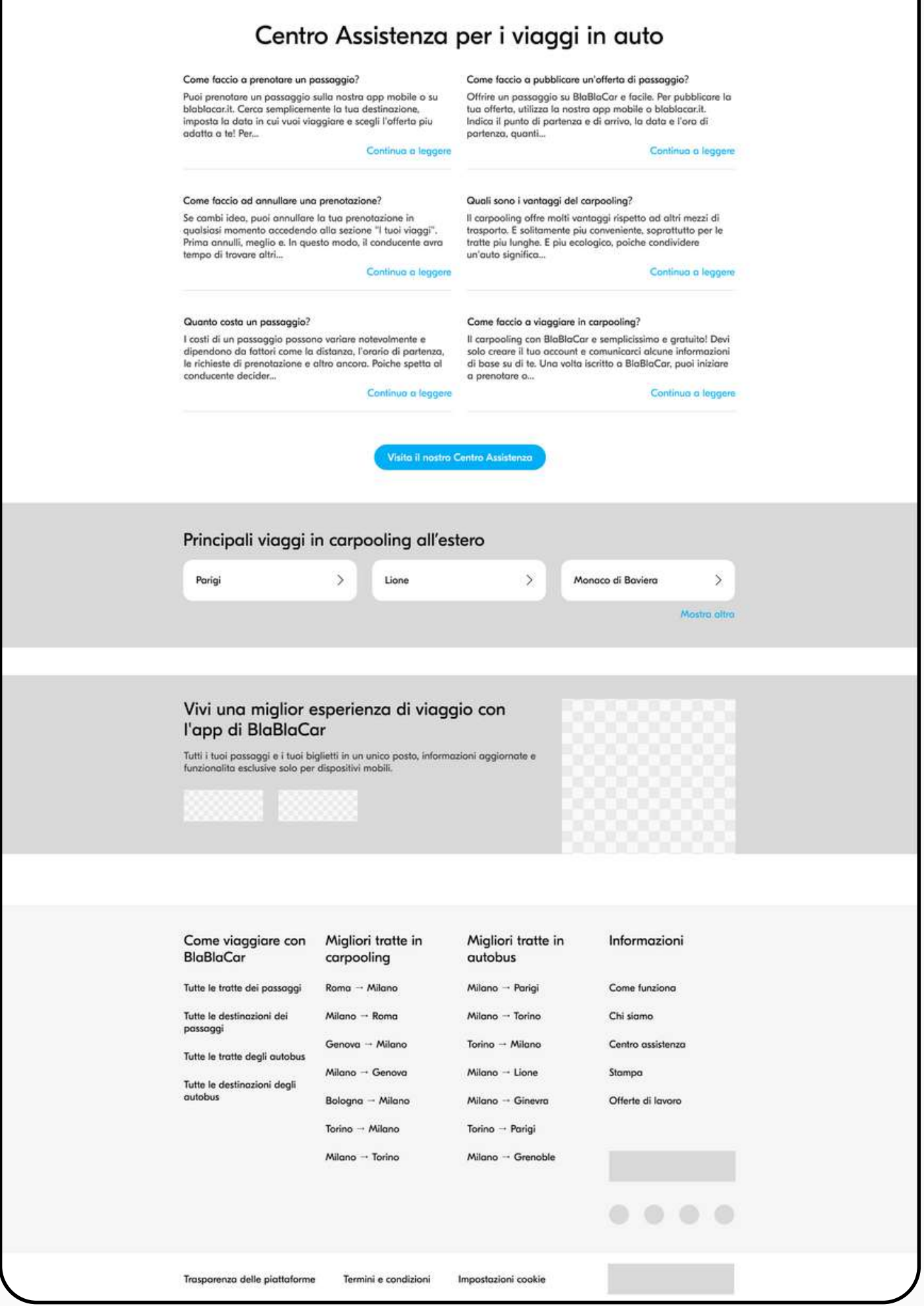
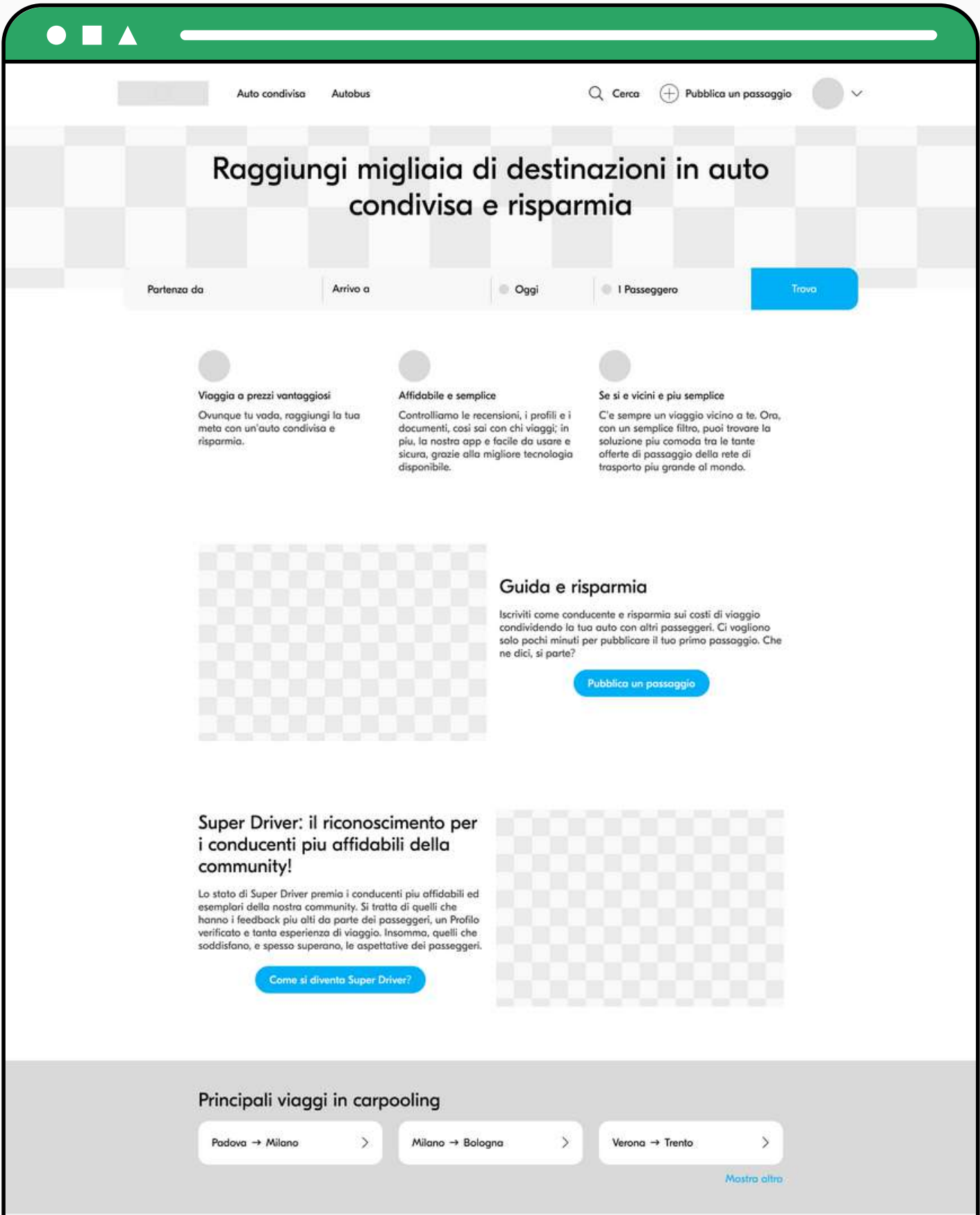
Termini e condizioni

Impostazioni cookie

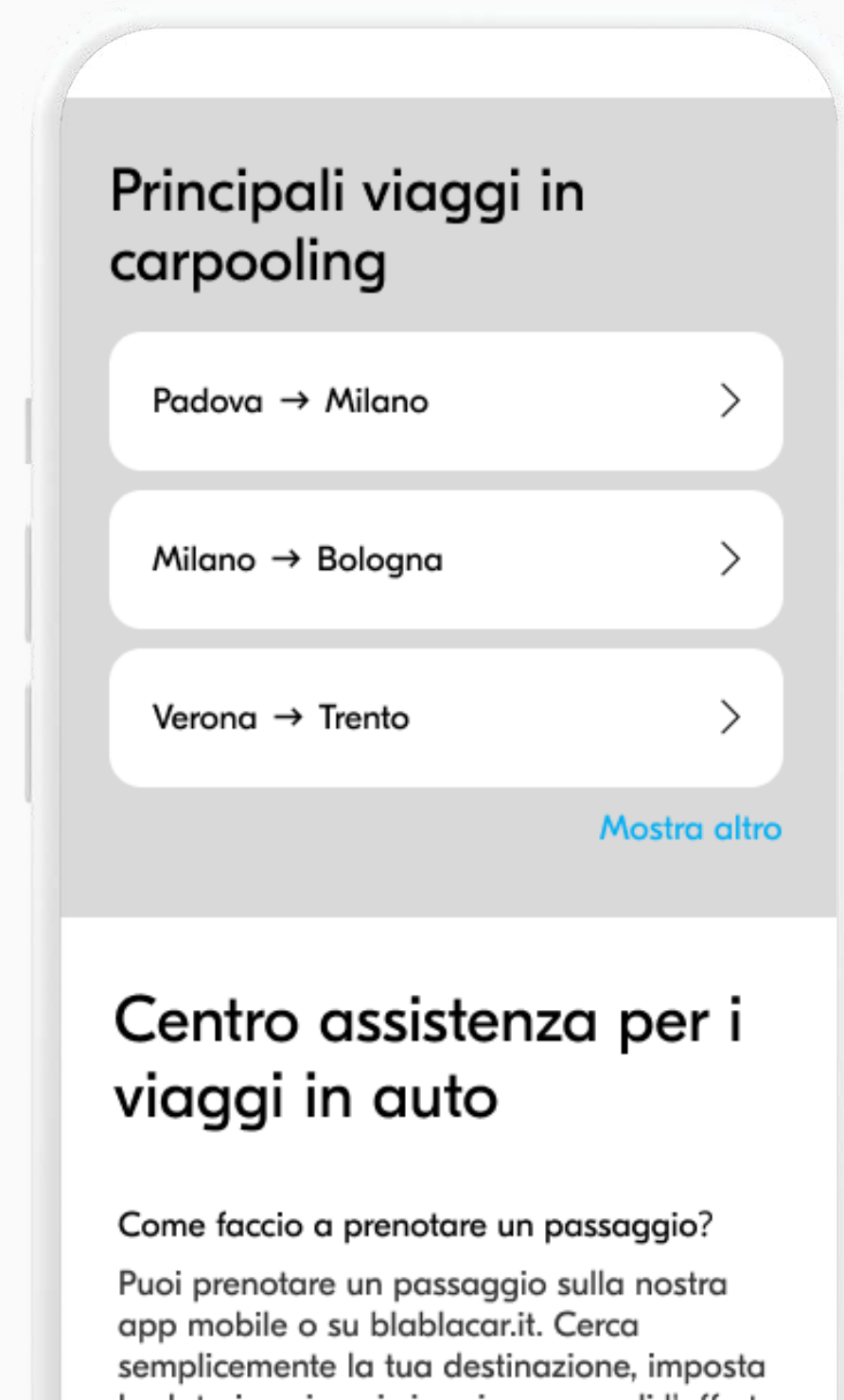
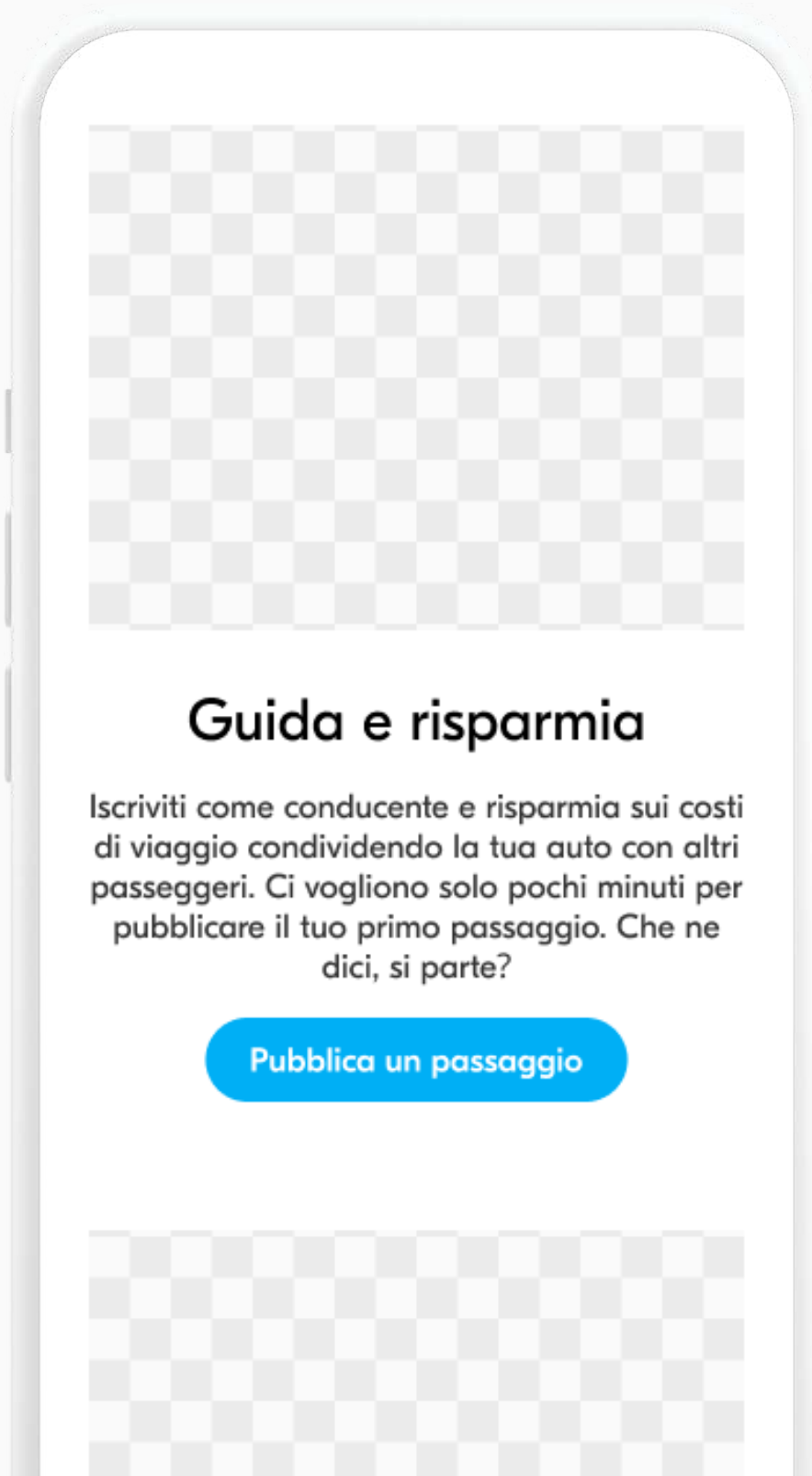
Pubblica un passaggio - Mobile



Auto condivisa



Auto condivisa - Mobile

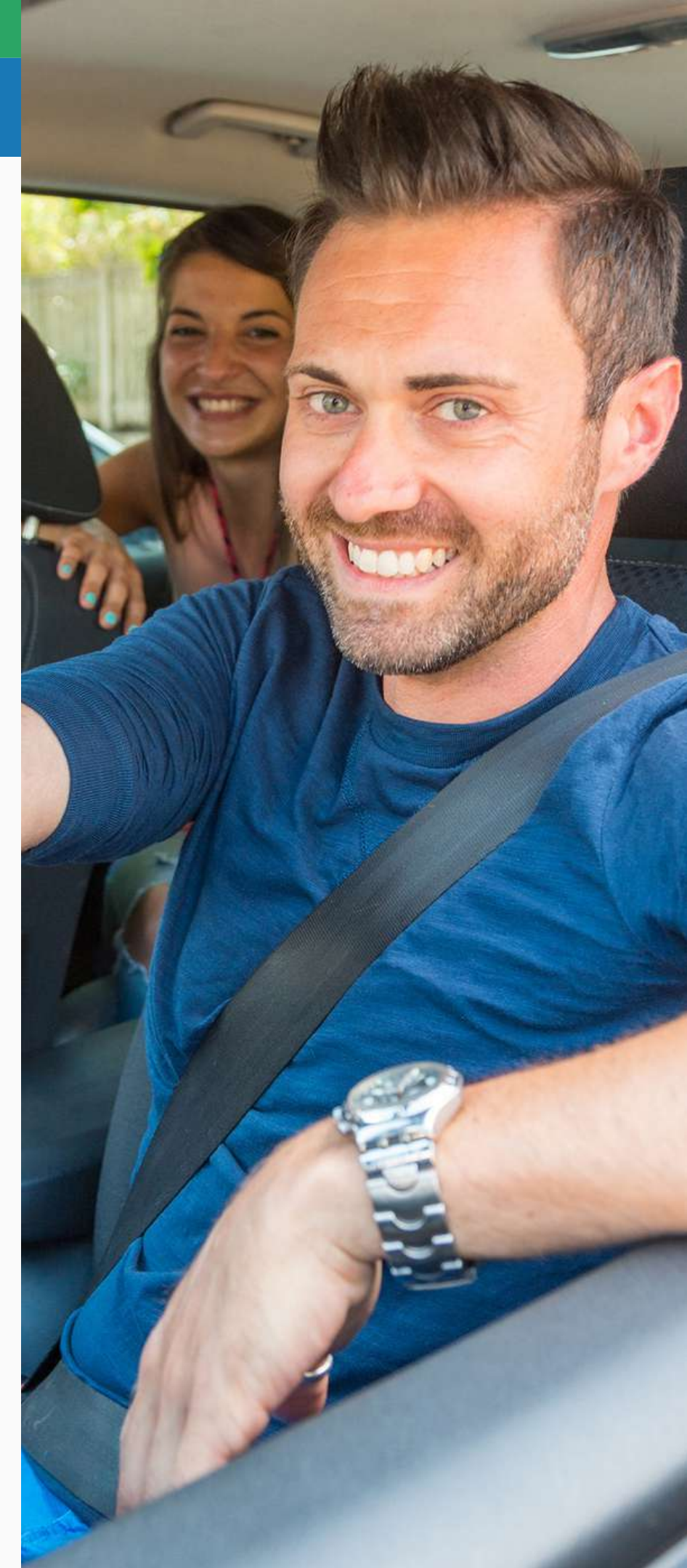


Considerazioni

Il sito di BlaBlaCar è stato costruito basandosi su vari aspetti di UX/UI. La maggior parte delle scelte in fase di progettazione sono state prese per facilitare l'utente ad arrivare all'azione finale: **trovare un passaggio** oppure **pubblicare un passaggio**.

- La barra di navigazione in alto offre un accesso rapido alle principali funzionalità del sito, come "Cerca un passaggio", "Diventa un autista" e le pagine del servizio "Carpooling" e "Autobus".
- La homepage è strutturata in modo semplice e lineare, presenta tutti i punti di forza del servizio e prova a rispondere immediatamente ai potenziali dubbi dell'utente.
- Possibilità di cercare da subito un passaggio inserendo i dati richiesti. Porta su una pagina dove ci sono le offerte in tempo reale degli autisti. La prenotazione si effettua in 5 click (compreso l'accesso all'area riservata). Flusso lineare e senza impedimenti con tutte le informazioni necessarie all'utente in ottima vista.
- La tipografia è ben leggibile ma a volte i paragrafi sono densi di parole risultando pesanti agli occhi. Da rivedere l'accessibilità delle pagine (es. contrasti non sufficienti).
- I pulsanti, sebbene siano stati realizzati con colore bianco e azzurro, sono coerenti con il brand e con un contrasto sufficiente rispetto allo sfondo dove sono posizionati.

In tutte le pagine c'è coerenza di design, i colori sono ben dosati e rendono piacevole navigare il sito web. Una delle criticità più importanti è la difficoltà a mettersi in contatto con il servizio clienti e il non rispetto di alcune linee guida di accessibilità.





NUOVI WIREFRAME

JojobRT - Desktop

Introduzione

La seconda parte prevede la realizzazione di 5 wireframe desktop in alta fedeltà tenendo conto dell'analisi in fase di Discovery. Sono state riprogettate le seguenti pagine:

- Homepage
- Carpooling Aziendale
- Carpooler (privati)
- Chi siamo
- FAQ
- Contatti

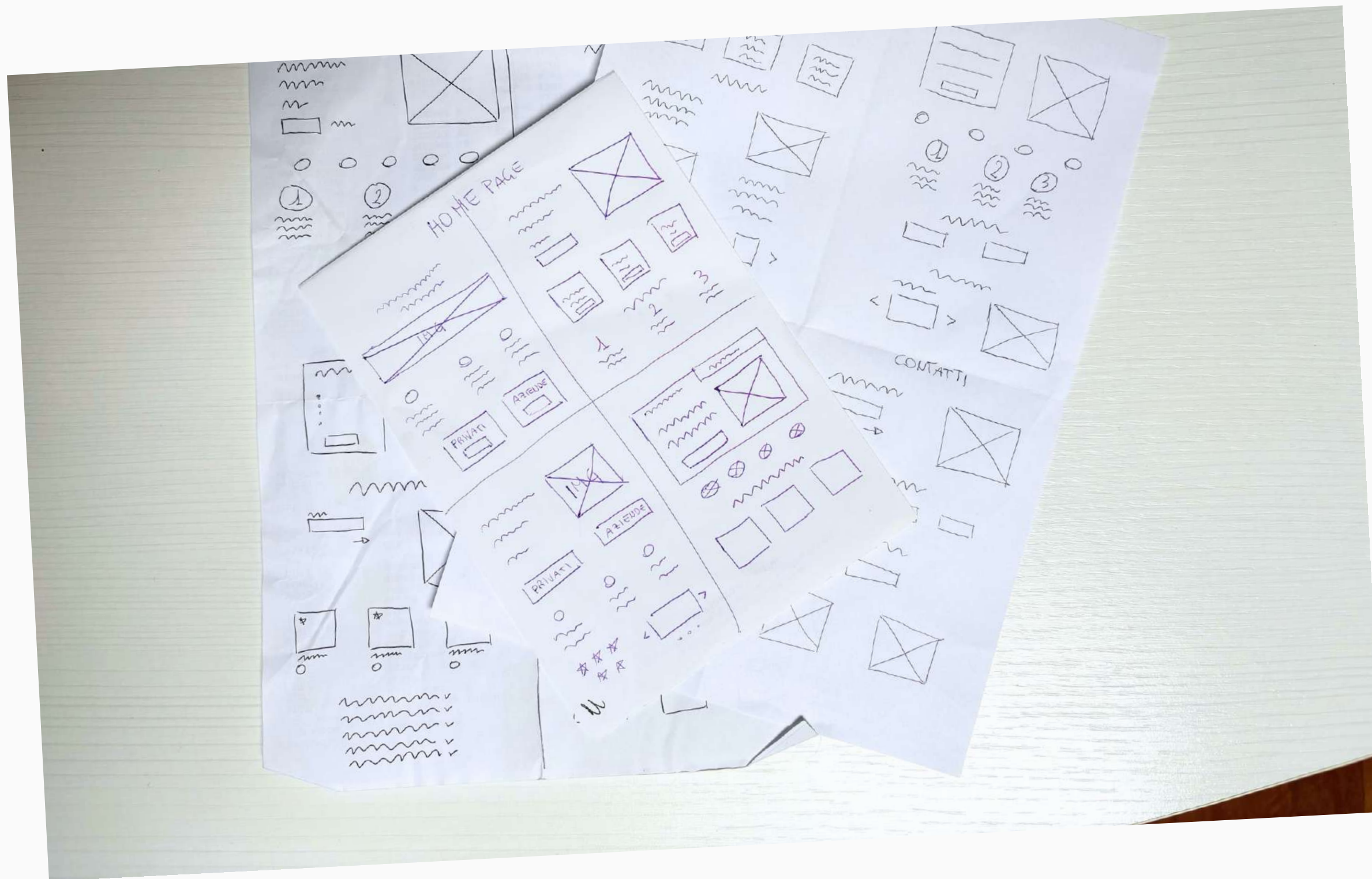
Per ogni pagina si definiscono le migliorie effettuate e i ragionamenti dietro alle scelte di riprogettazione. Nella prossima pagina si possono osservare degli sketch effettuati su carta per un iniziale brainstorming.



[Guarda i wireframe
su Figma!](#)



Sketch su carta

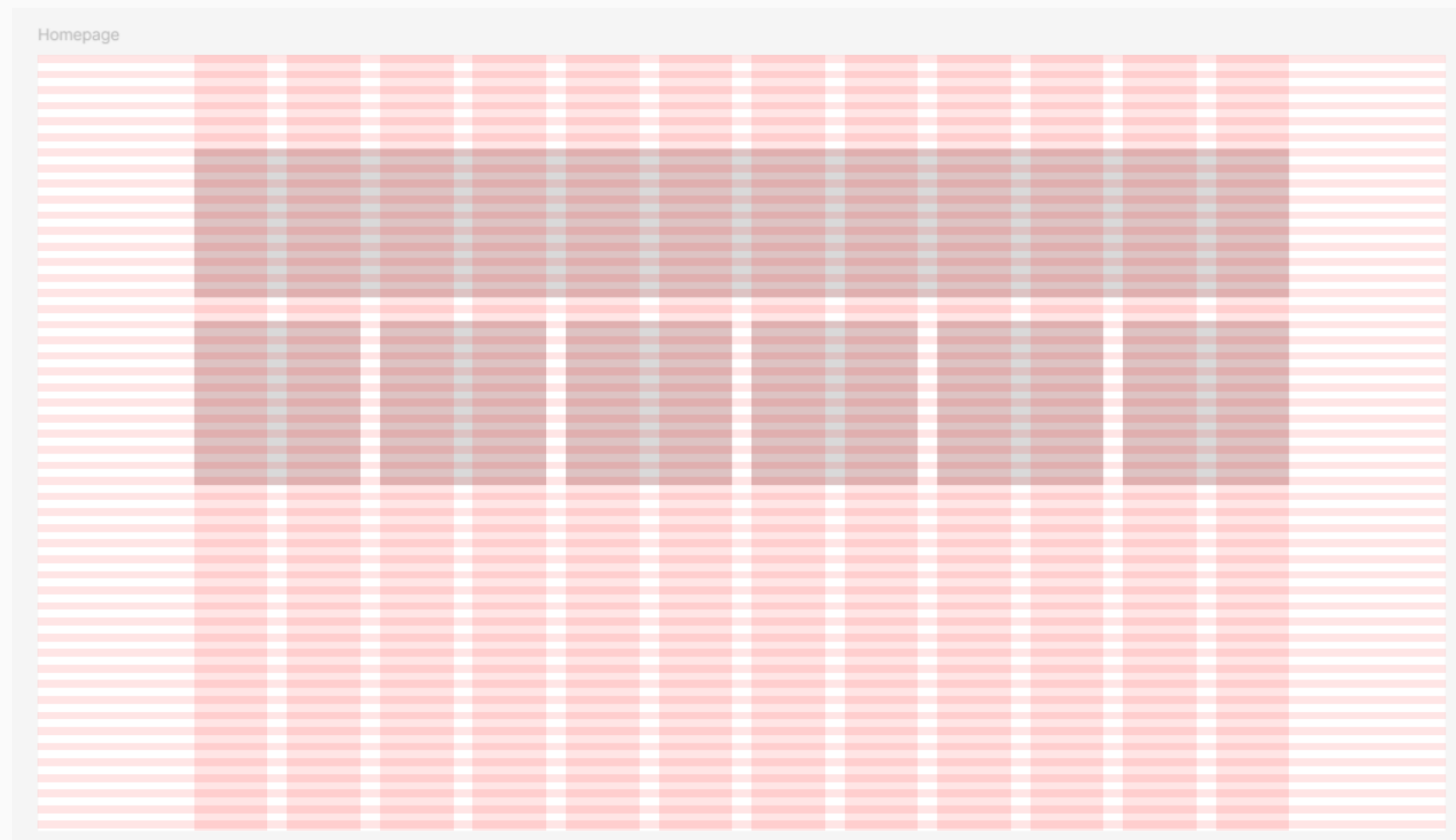


Griglia

I wireframe hanno come base una griglia verticale di **12 colonne** larga **1120px** con un **gutter di 16px** e **margin** di **160px**.

La griglia orizzontale è di **8px** con **gutter di 8px**.

Quest'ultima è stata settata per dare consistenza durante il design per il dimensionamento e la spaziatura degli elementi.



Scala Tipografica

Il font è stato scelto sia per i titoli che per il corpo del testo.

Nonostante abbia usato lo stesso font per titolo e corpo del testo, le sue varianti di grandezza consentono di ottenere, comunque, un'ottima gerarchia tra titoli e paragrafi.

Font: Muli

La scala tipografica è stata realizzata partendo da una dimensione di **16px per il body** (a lato sottolineato in azzurro). Incrementando la dimensione fino alla dimensione per **H1 di 48px**. **Altezza della linea del 150%** (per seguire linee guida di accessibilità).

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

Text styles

Ag H1 - 48/150

Ag H2 - 40/150

Ag H3 - 32/150

Ag H4 - 28/150

Ag H5 - 24/150

Ag H6 - 20/150

Ag Paragrafo - 16/150

Ag Small - 12/150

RIASSUNTO DELLE CRITICITÀ E OPPORTUNITÀ

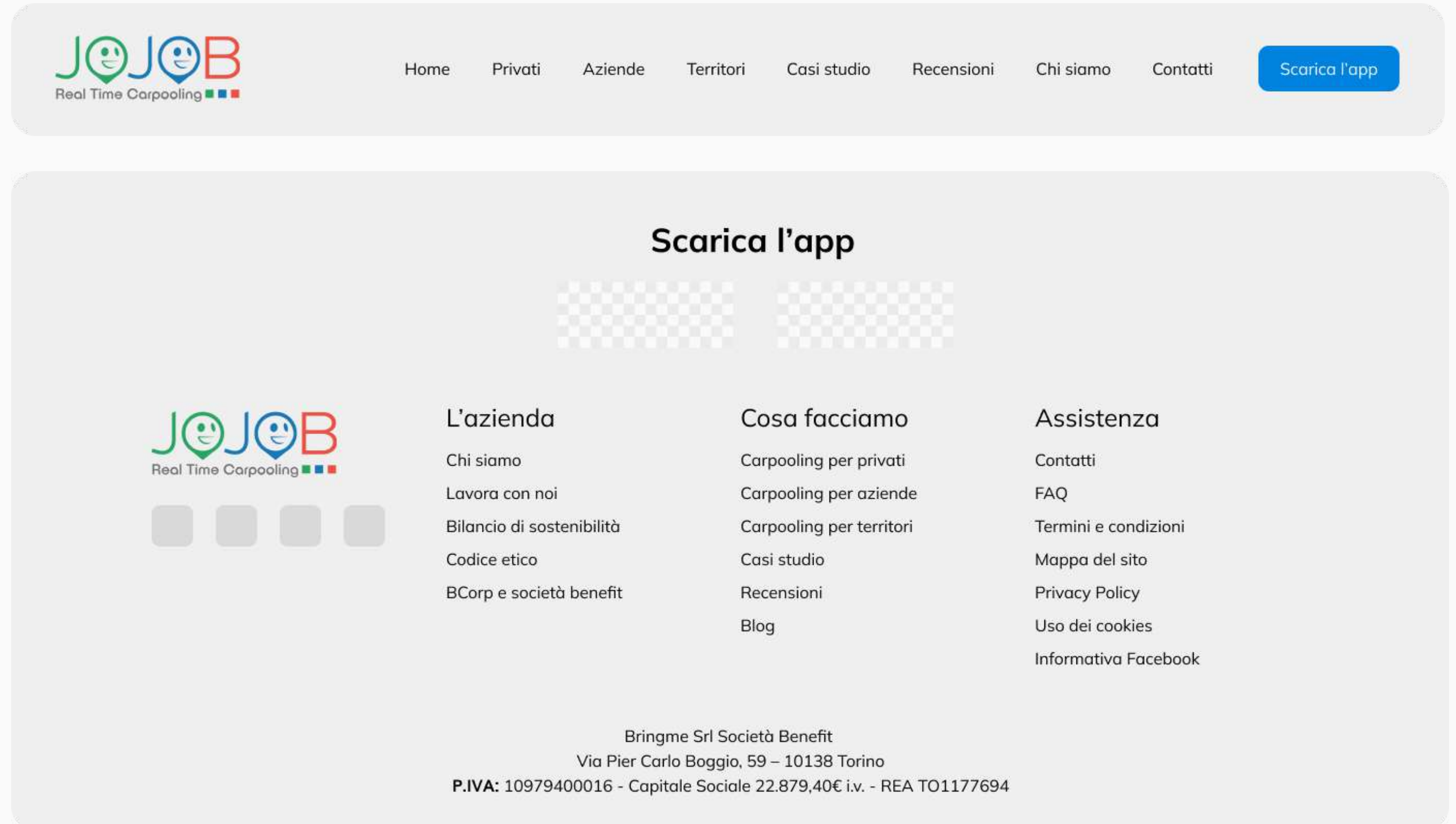
✗ Mancanza di casi studio e risultati dei progetti.	→	✓ Implementazione sezione casi studio con risultati.
✗ Mancanza di immagini/video del servizio effettivo e di descrizioni dettagliate.	→	✓ Implementazione screenshot/grafiche del servizio e testi descrittivi migliori.
✗ Punti di forza non in risalto.	→	✓ Migliorare i testi facendo leva sui punti di forza.
✗ Nessuna anteprima dei viaggi disponibili e costi del passaggio.	→	✓ Simulazione di viaggio e anteprima costi/viaggi disponibili.
✗ Mancanza di FAQ esaustive e garanzie rispetto ai viaggi condivisi.	→	✓ Migliorare e aggiungere FAQ con focus sulle garanzie offerte.
✗ Nessun anteprima/demo del portale per aziende.	→	✓ Aggiungere possibilità di effettuare una demo e vedere anteprima del portale aziendale tramite immagini/video.
✗ Pochi dettagli specifici riguardo cosa comprendono i pacchetti per aziende.	→	✓ Implementazione sezione di comparazione dettagliata tra i pacchetti aziendali disponibili.
✗ Nessuna recensione presente.	→	✓ Sezione con recensioni da utenti di tutti i pubblici di riferimento di JojobRT (privati, aziende, PA).

HEADER & FOOTER

Header con layout classico pensato per comprendere le pagine più importanti e strategiche di JojobRT.

Il footer contiene tutte le pagine accessibili del sito web con un rimando alla Mappa del sito completa.

Oltre a contenere le info aziendali e i collegamenti social.



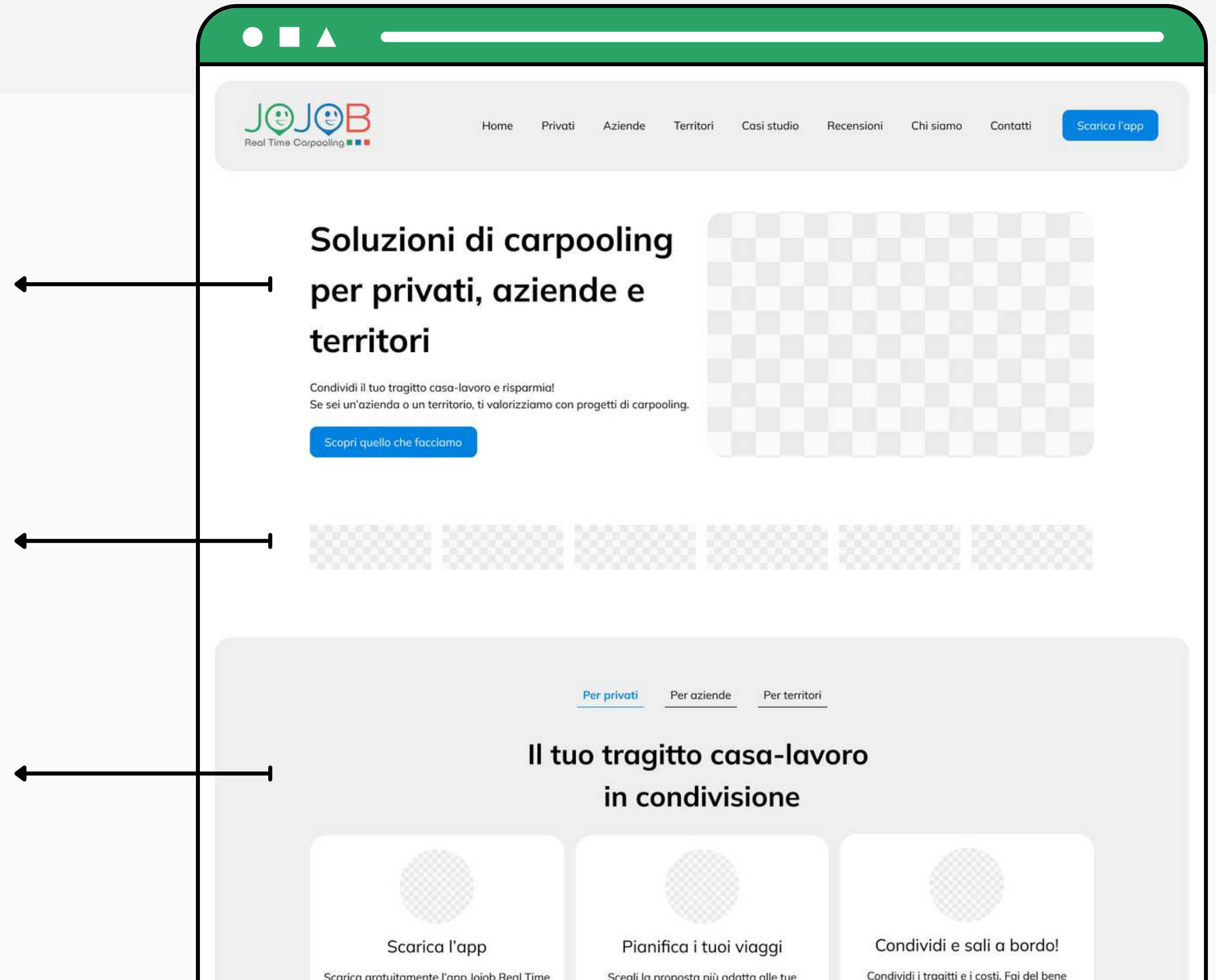
HOMEPAGE

SEZIONE ABOVE THE FOLD

Messaggio chiaro e conciso sul prodotto e sui servizi che fornisce JojobRT. CTA di rimando alla sezione sotto per scoprire nello specifico i prodotti/servizi differenziati per pubblico di riferimento.

Data la presenza di numerosi articoli di giornale, si è prevista una sezione di loghi delle testate per stimolare la riprova sociale e l'autorità.

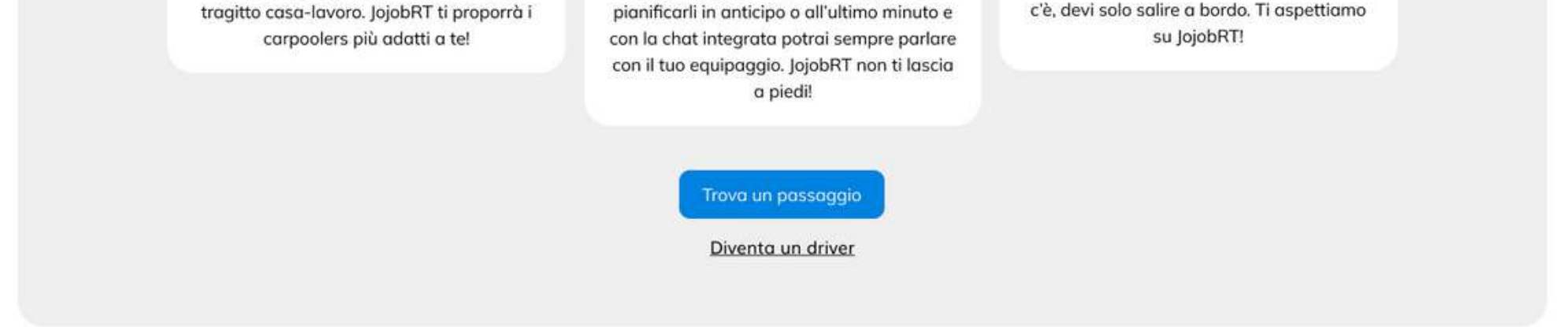
Sezione su “come funziona il servizio” differenziato per destinatario d'uso con comode tab cliccabili. Il contenuto e CTA cambiano dinamicamente in base al click “Per privati - Per aziende - Per territori”.



HOME PAGE

Recensioni filtrabili per tipologia di cliente (da privati, da aziende, da pubblica amministrazione) per agevolare l'utente a ricercare testimonianze di suo interesse.

Sezione impatto dei progetti di carpooling per sensibilizzare l'utente sulla loro importanza per l'ambiente.



Cosa dicono di noi

Filtra recensioni ▾



Lorenzo C.
Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."



Giuseppe T.
CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."



Luisa D.
HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."



Roberto S.
Sindaco Basiano

"La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."



Marco T.
Utente privato

"Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."



Francesca R.
Utente privato

"Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

[Leggi tutte le recensioni](#)

L'impatto dei nostri progetti



4.104.825

Kg di CO₂ risparmiata



6.368.569

€ risparmiati



205.242

alberi equivalenti

Homepage

Articoli di giornale che parlano di JojobRT come riprova sociale.

Sezione FAQ con domande frequenti più diffuse con rimando alla pagina dedicata di assistenza & FAQ.

Studio di JojobRT sul carpooling aziendale. Rimando alla pagina dedicata.

4.104.825
Kg di CO₂ risparmiata

6.368.569
€ risparmiati

205.242
alberi equivalenti

Gli articoli che parlano di noi

Gazzetta MOTORI

30/05/2024

Casa-lavoro in auto, il pieno di benzina costa 3 mila euro l'anno

[Leggi l'articolo](#)

la Repubblica

22/03/2024

Carpooling: quanto si risparmia e quanto si riducono le emissioni di CO₂ condividendo l'auto

[Leggi l'articolo](#)

asknews

24/03/2023

Casa-lavoro, smart working, carpooling, bici: risparmio 2022 635mila euro

[Leggi l'articolo](#)

NORDEST ECONOMIA

01/09/2022

Al lavoro a piedi, in bici o in carpooling, Breton premia i dipendenti

[Leggi l'articolo](#)

[Sfoglia tutti gli articoli](#)

Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

[Leggi tutte le FAQ](#)

Che cos'è il carpooling?



Quali sono i vantaggi di fare Carpooling?



L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?



Come si pubblica un viaggio?



E se non trovo nessun passaggio?



Si può cancellare un viaggio?



Carpooling aziendale: i dati di JojobRT

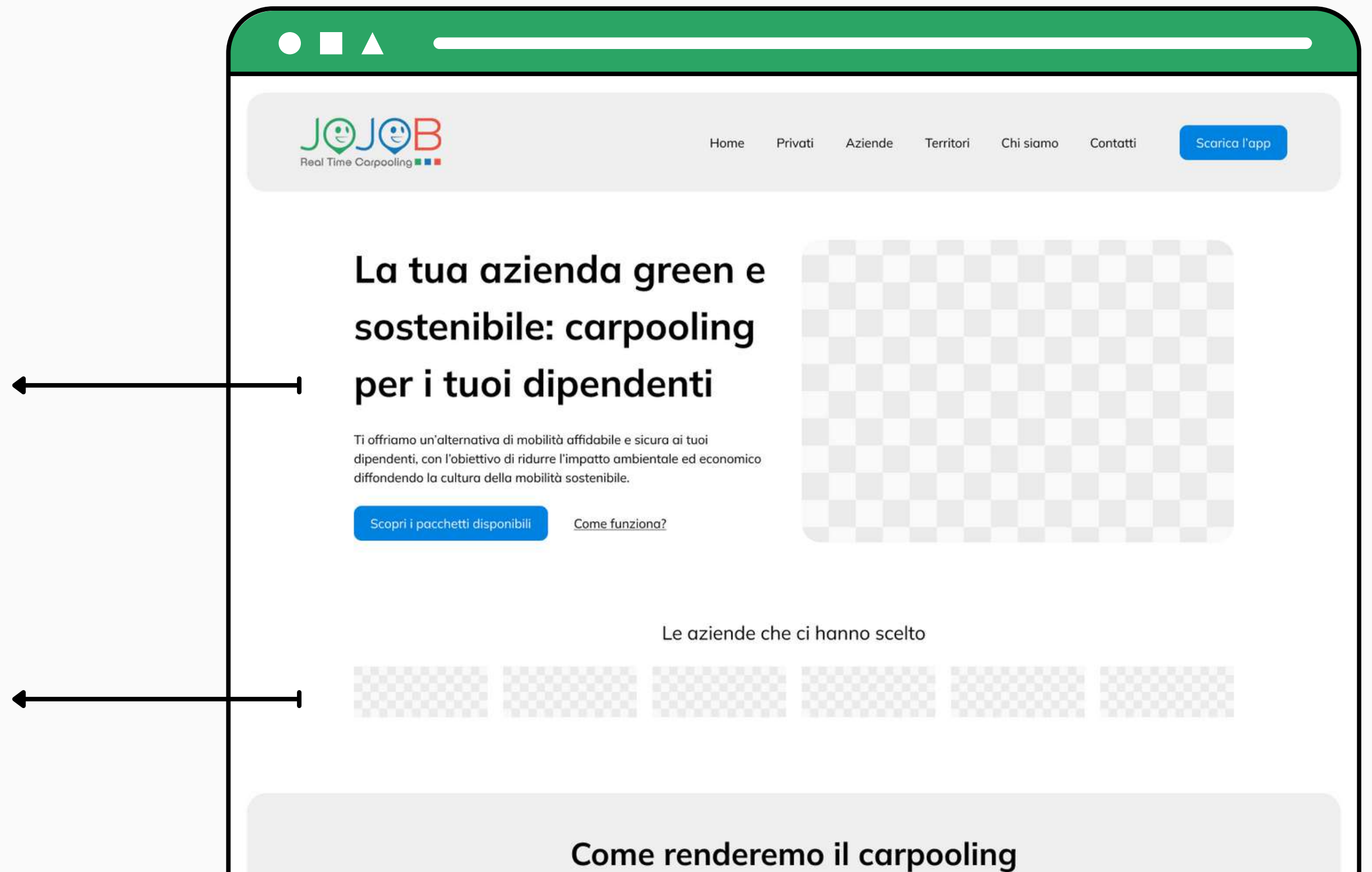
[Leggi i risultati](#)

CARPOOLING AZIENDALE

SEZIONE ABOVE THE FOLD

Unique Selling Proposition e descrizione con CTA primaria per scoprire i pacchetti riservati alle aziende e CTA secondaria per capire come funziona il servizio (di rimando alla sezione successiva con card progressive).

Aziende che hanno scelto di lavorare con JojobRT per stimolare la riprova sociale.



CARPOOLING AZIENDALE

Card di spiegazione del servizio step by step con CTA di rimando ai pacchetti disponibili.

Video spiegazione (con trascrizione) del servizio dove viene mostrato il portale affidato alle aziende per monitorare il progetto di carpooling aziendale. CTA di rimando al form a fine pagina per richiedere la demo del servizio.

Come renderemo il carpooling casa-lavoro un successo



Analisi dell'azienda

Creeremo la community aziendale ad hoc in base alle esigenze dei tuoi dipendenti.



Lancio del servizio

Insieme organizzeremo il miglior lancio del servizio in azienda con i materiali personalizzati, formazione e supporto ad ogni singolo dipendente.



Campagne accattivanti

Incentiveremo i tuoi dipendenti all'utilizzo del carpooling, tramite cashback e gift card.



Monitoraggio in real time

Potrai visualizzare in real time i risultati in termini di CO2, risparmio economico e di utilizzo.

Scopri i pacchetti disponibili

Vuoi toccare con mano tutto il processo?

Ti offriamo un'alternativa di mobilità affidabile e sicura ai tuoi dipendenti, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale ed economico diffondendo la cultura della mobilità sostenibile.

Richiedi una demo del servizio



Trascrizione del video ▾

Pacchetti disponibili

Il più scelto

Green Impact

Limited Impact

Creazione Community

CARPOOLING AZIENDALE

PACCHETTI DISPONIBILI

Due tipi di pacchetti posizionati a comparazione con le caratteristiche incluse e non. Piccola descrizione sotto le caratteristiche che richiedono di essere spiegate.

CTA finale per richiedere demo del servizio.



Pacchetti disponibili		
	Il più scelto	
	Green Impact	Limited Impact
Creazione Community Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Materiali di comunicazione	✓	✓
Pannello di controllo dati globali e nominali Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Analisi azienda	✓	✓
Attivazione fisica/digitale	✓	✓
Affiancamento lancio servizio	✓	✓
Campagne Marketing Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✗
Campagne personalizzate	✓	✗
Possibili personalizzazioni Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Abilitazione sezione PSCL	✓	✗
Comunicazione esterna	✓	✗
Supporto utenti	✓	✓
Possibilità di attivazione servizi extra Cashback, Bici & Piedi, Smart Working, Navette, PSCL, Carbon Neutral Richiedi una demo del servizio		

CARPOOLING AZIENDALE

Sezione recensioni filtrabili per tipologia di cliente (da privati, da aziende, da pubblica amministrazione) per agevolare l'utente a ricercare testimonianze provenienti esclusivamente da aziende.



Comunicazione esterna	✓	✗
Supporto utenti	✓	✓
Possibilità di attivazione servizi extra Cashback, Bici & Piedi, Smart Working, Navette, PSCL, Carbon Neutral Richiedi una demo del servizio		

Cosa dicono di noi

Filtra recensioni ▾



Lorenzo C.
Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."



Giuseppe T.
CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."



Luisa D.
HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."



Roberto S.
Sindaco Basiano

"La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."



Marco T.
Utente privato

"Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."



Francesca R.
Utente privato

"Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

L'impatto dei nostri progetti



CARPOOLING AZIENDALE

CASI STUDIO

Selezione di casi studio aziendali per mostrare i risultati ottenuti e il metodo di lavoro seguito.

FORM DI RICHIESTA DEMO

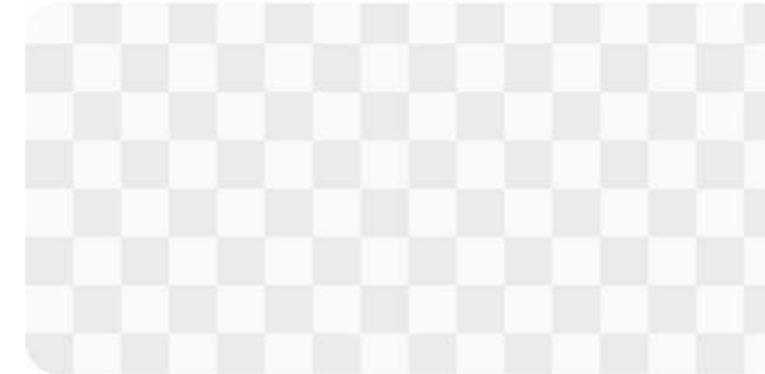
Form step by step (per agevolare e minimizzare lo sforzo di compilazione) per richiedere demo del servizio. Link sottostante meno visibile per procedere alla pagina con form di contatto tradizionale.

4.104.825
Kg di CO₂ risparmiata

6.368.569
€ risparmiati

205.242
alberi equivalenti

Casi studio

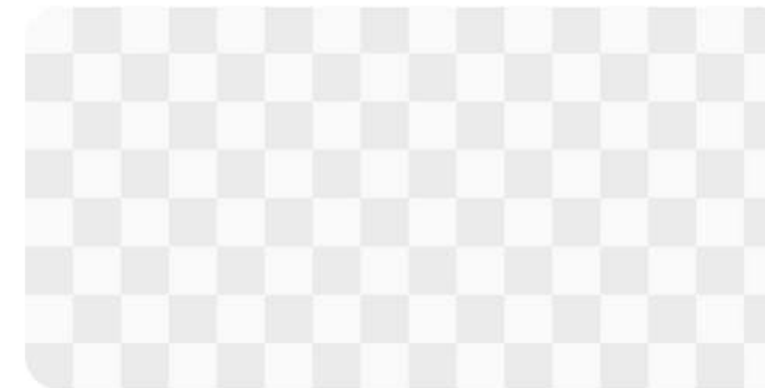


+3500 passaggi effettuati in un anno

Airflow SPA

Cosa abbiamo effettuato?

Fornitura e formazione per il portale aziendale.
Attività di promozione all'interno dell'azienda e consulenza specifica sul servizio.
Costante supporto per il progetto per aumentare la partecipazione.



+120 dipendenti hanno aderito in 1 mese dal lancio

Giacometti Auto SRL

Cosa abbiamo effettuato?

Attività di promozione all'interno dell'azienda e consulenza specifica sul servizio.
Corsi e giornate di sensibilizzazione sull'ambiente.

[Carica più casi studio](#)

Richiedi la demo

Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda

Inserisci il tuo nome:

Avanti →

E' ancora troppo presto per la demo?
[Contattaci e parlaci della tua azienda](#)

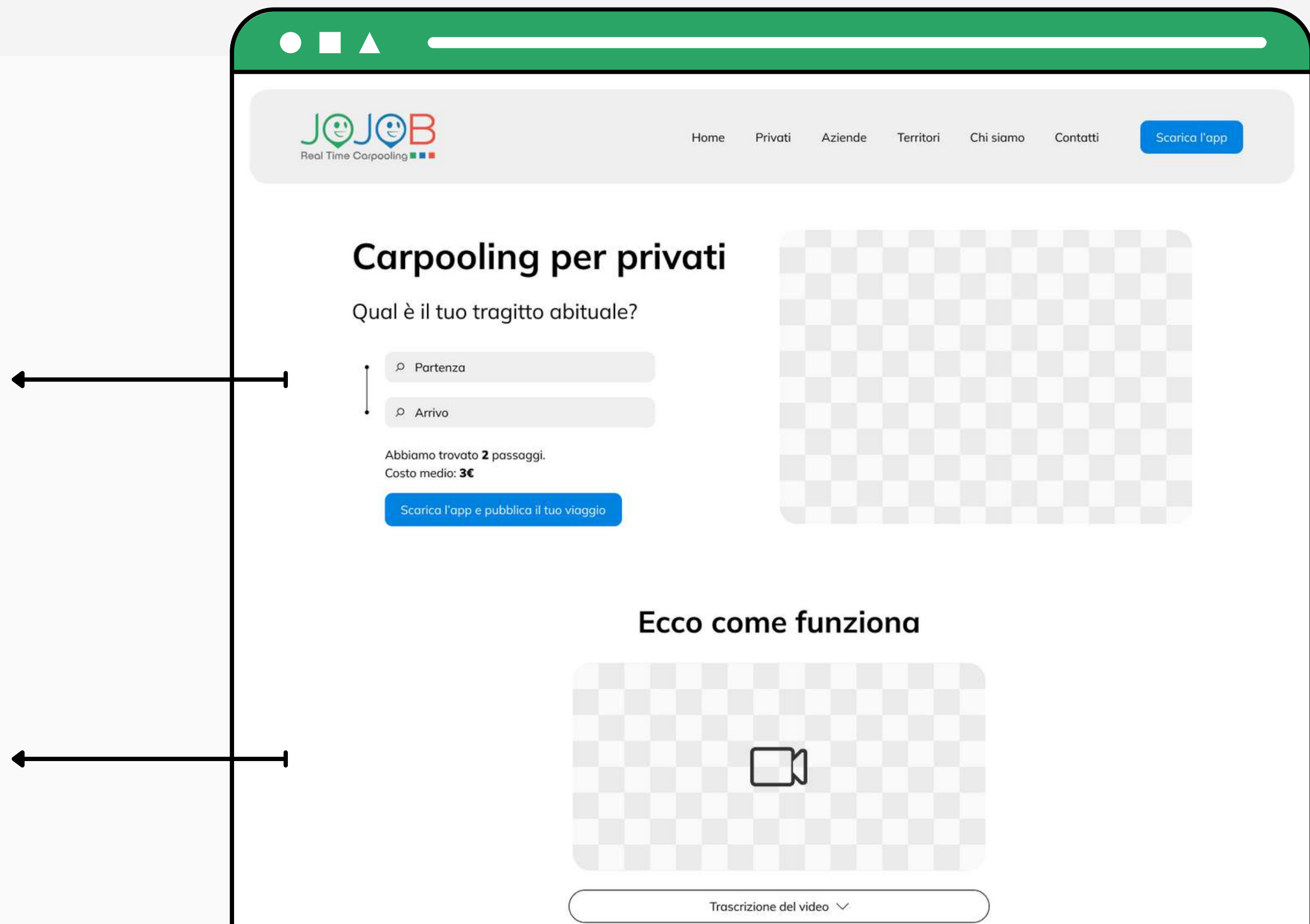
CARPOOLING PRIVATI

SEZIONE ABOVE THE FOLD

Calcolo in tempo reale di costi e passaggi disponibili inserendo il tragitto abituale dell'utente.

CTA per scaricare l'applicazione mobile.

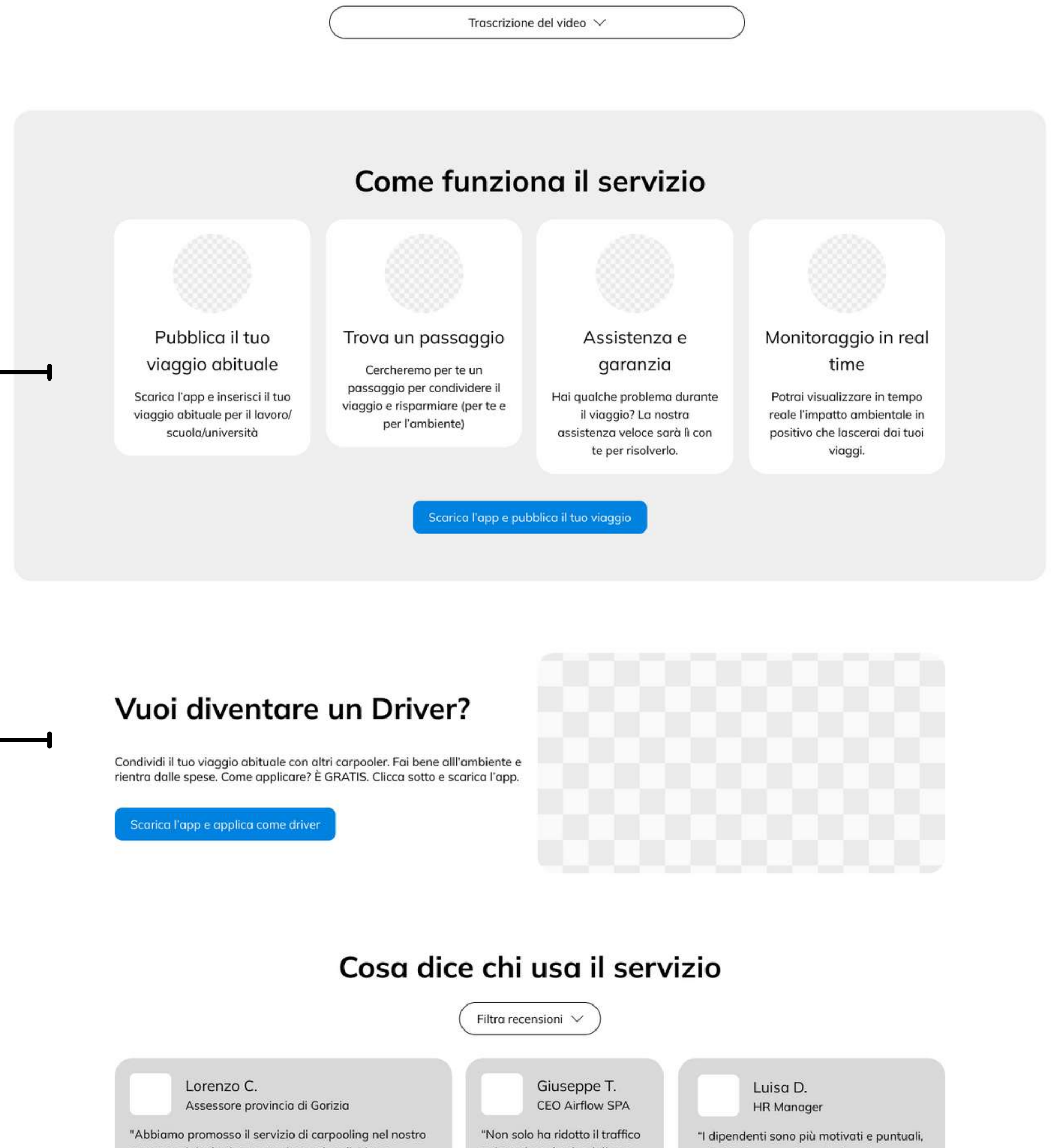
Video su come funziona il servizio per privati e come si utilizza l'applicazione (con trascrizione per migliorare l'accessibilità).



CARPOOLING PRIVATI

Card di spiegazione del servizio step by step con CTA di rimando per scaricare l'applicazione mobile.

Sezione diventa un Driver con CTA per applicazione mobile.



CARPOOLING PRIVATI

Sezione recensioni filtrabili per tipologia di cliente (da privati, da aziende, da pubblica amministrazione) per agevolare l'utente a ricercare testimonianze provenienti da privati.

Risultati ambientali derivanti dai progetti di carpooling.

Condividi il tuo viaggio abituale con altri carpooler. Fai bene all'ambiente e rientra dalle spese. Come applicare? È GRATIS. Clicca sotto e scarica l'app.

Scarica l'app e applica come driver

Cosa dice chi usa il servizio

Filtra recensioni



Lorenzo C.
Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."



Giuseppe T.
CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."



Luisa D.
HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."



Roberto S.
Sindaco Basiano

"La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."



Marco T.
Utente privato

"Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."



Francesca R.
Utente privato

"Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

L'impatto dei nostri progetti



4.104.825

Kg di CO₂ risparmiata



6.368.569

€ risparmiati



205.242

alberi equivalenti

CARPOOLING PRIVATI

Sezione di focus sulla garanzia di certificazione dei driver. CTA di rimando alla pagina FAQ corrispondente.

FAQ specifiche sul carpooling per privati.

L'impatto dei nostri progetti



4.104.825
Kg di CO₂ risparmiata



6.368.569
€ risparmiati



205.242
alberi equivalenti

Programma viaggio sicuro

I driver in piattaforma sono selezionati e verificati per garantirti un viaggio condiviso sicuro e senza pensieri.

Scopri di più sul programma di certificazione



Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?



Quali sono i vantaggi di fare Carpooling?



L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?



Come si pubblica un viaggio?



E se non trovo nessun passaggio?



Si può cancellare un viaggio?



Scarica l'app

FAQ

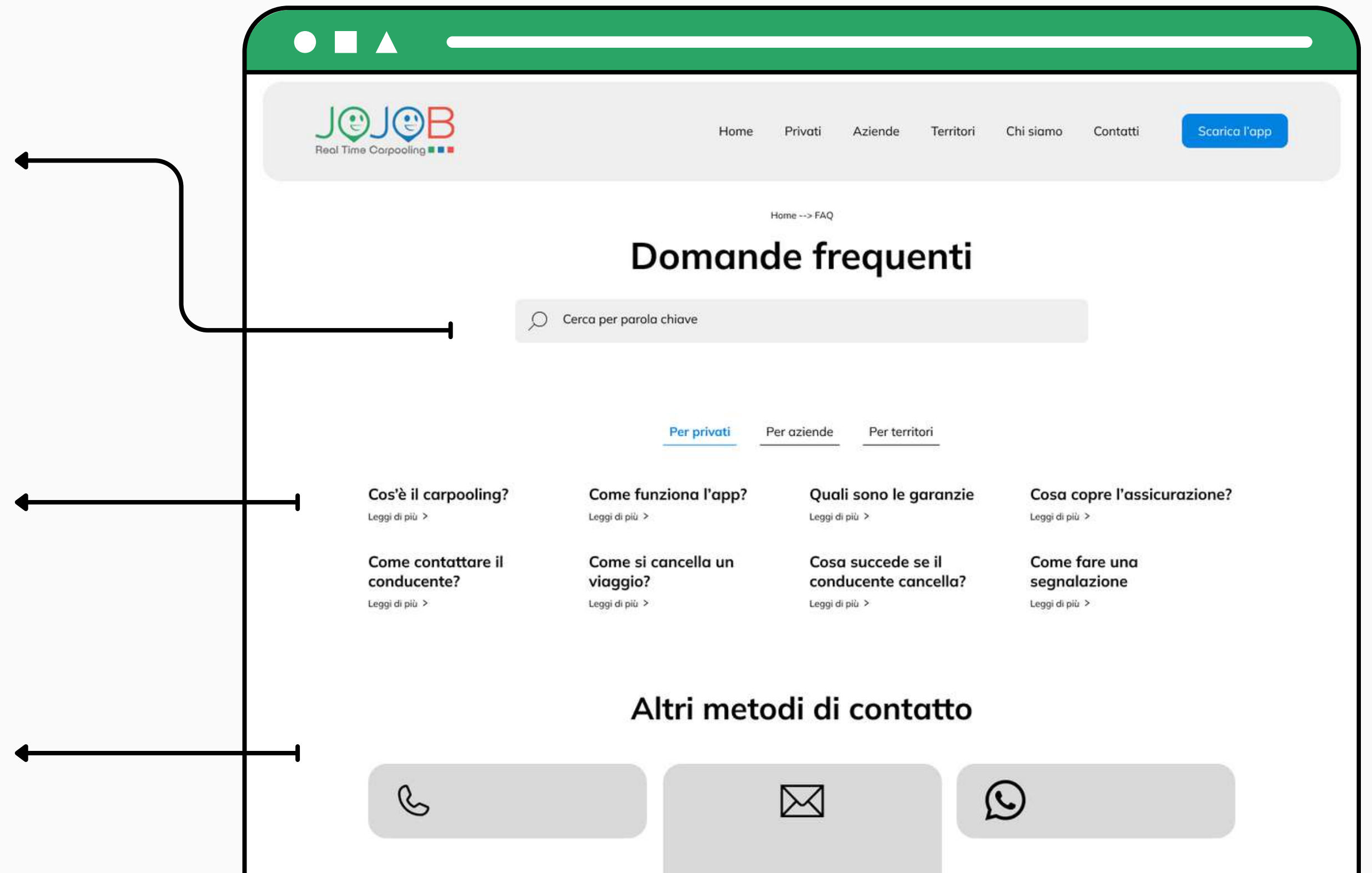
ABOVE THE FOLD

Headline con breadcrumb.

Possibilità di ricercare un articolo di supporto sulla base di parole chiave.

Articoli FAQ divisi per pubblico di riferimento.

Altri metodi di contatto in evidenza.



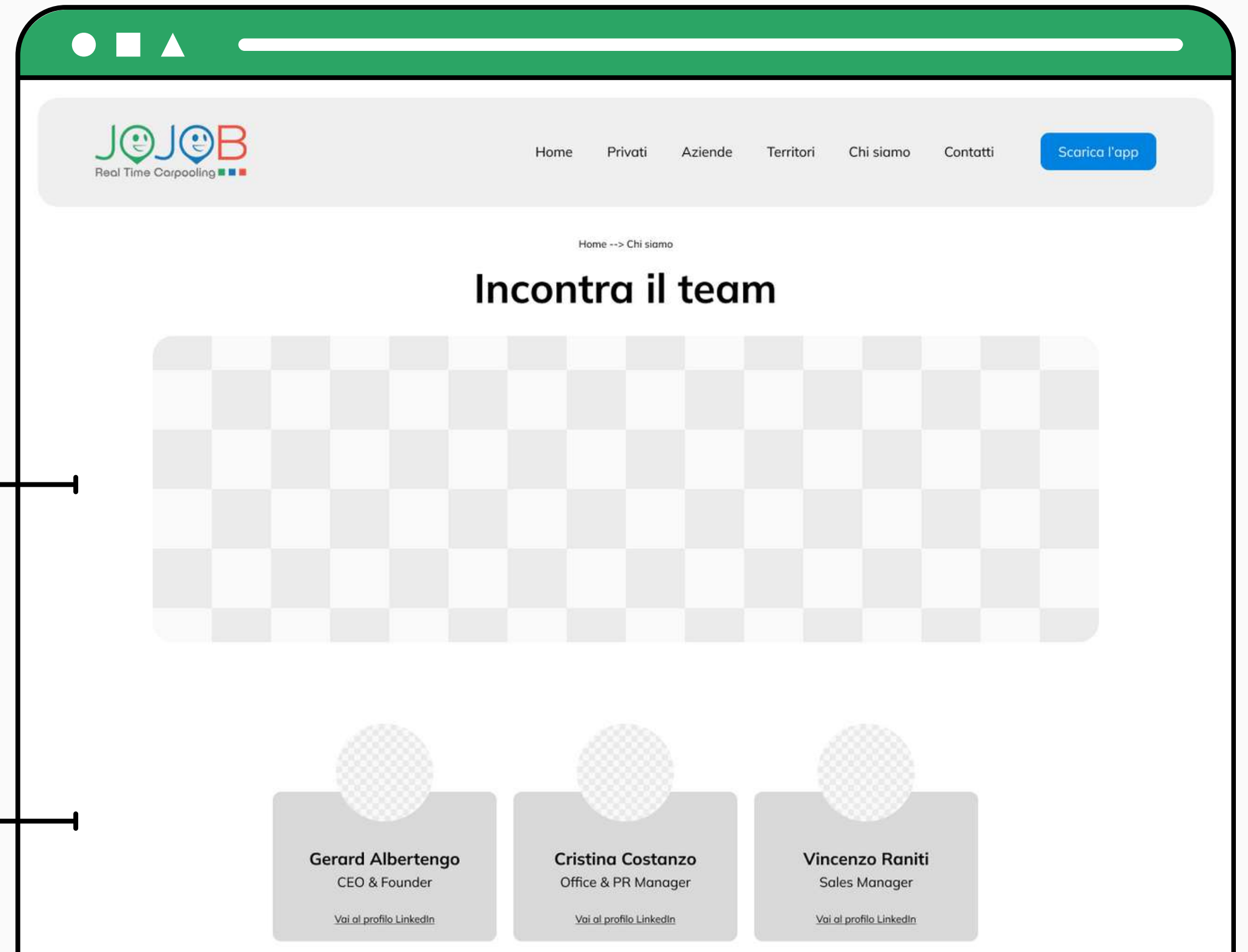
IL TEAM

ABOVE THE FOLD

Headline con breadcrumb.

Immagine del team in prima posizione per trasmettere subito la realtà aziendale.

Elenco team con foto.



IL TEAM

MISSION AZIENDALE

Breve sezione per mission e valori aziendali.

STORIA DELL'AZIENDA

Timeline della storia aziendale divisa per date e relativa descrizione in successione.

Il Carpooling come prima scelta per il trasporto per i pendolari

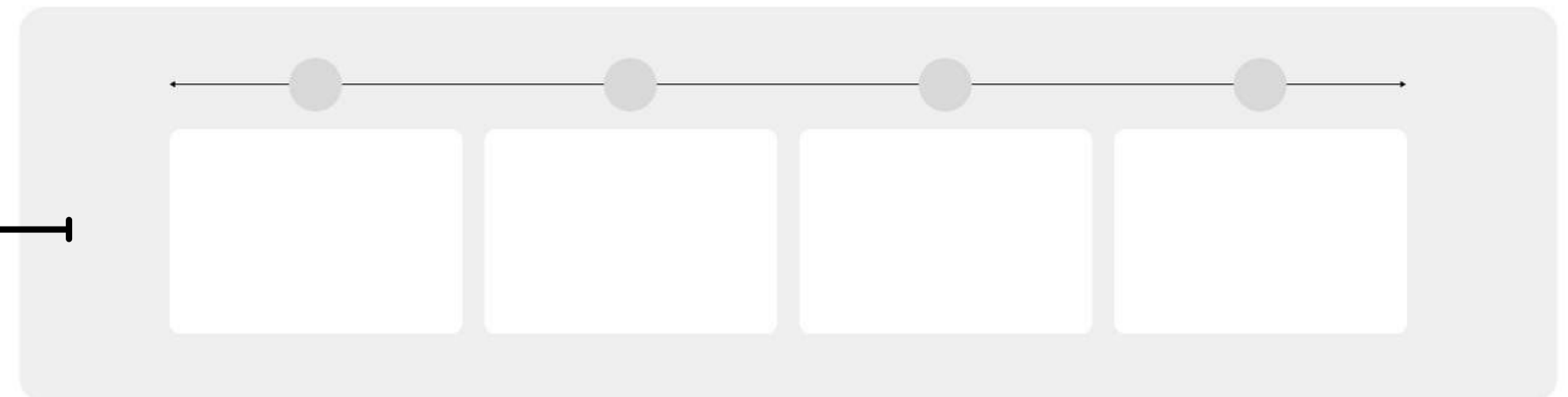
JojobRT si impegna a promuovere la mobilità sostenibile tramite soluzioni innovative di carpooling aziendale, migliorando la qualità della vita lavorativa e riducendo l'impatto ambientale.

Abbiamo creato un sistema di trasporto più efficiente e green, risparmiando risorse, facile da implementare e di grande successo tra le aziende già nostre partner.

Valori chiave includono la sostenibilità, la collaborazione tra aziende e dipendenti, e l'innovazione per promuovere un futuro più ecologico e conveniente per tutti.



Come siamo nati

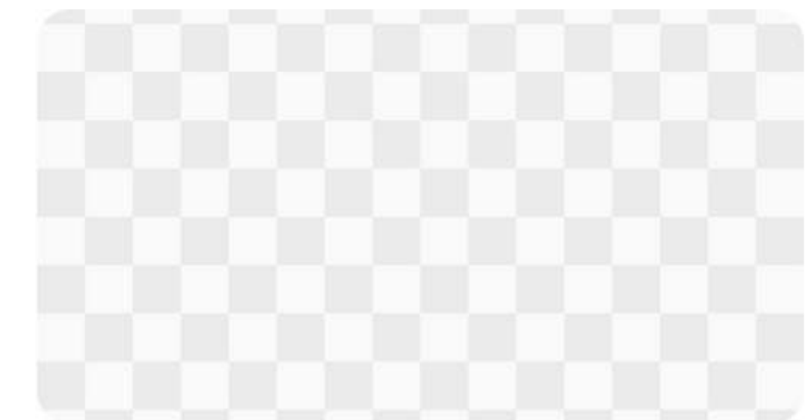


B Corp e Società Benefit

Bringme Srl è una Società Benefit e B Corp.

Scopri il nostro impegno per perseguire quello che per noi è sempre stato il primo obiettivo: la sostenibilità.

[Scopri di più](#)



IL TEAM

Sezione B Corp, Società benefit.
Rimando alle pagine di riferimento.

B Corp e Società Benefit

Bringme Srl è una Società Benefit e B Corp.
Scopri il nostro impegno per perseguire quello che per noi è sempre stato
il primo obiettivo: la sostenibilità.

Scopri di più

Codice Etico

Abbiamo inoltre introdotto il nostro Codice Etico che rispecchia la nostra
mappa dei valori e promuove comportamenti virtuosi

Leggilo ora

Rimando al codice etico aziendale.

CTA di rimando alle pagine dedicate
per ogni pubblico di riferimento.

Per privati

Per aziende

Per territori

**Il tuo tragitto casa-lavoro
in condivisione**

Trova un passaggio

CONTATTI

FORM DI CONTATTO

Form diviso per tipologia di utente
realizzato a “step” per minimizzare lo
sforzo di compilazione.

Altri metodi di contatto in evidenza.

The image shows a web browser window displaying the 'Contatti' (Contacts) page of the JOJOB website. The page has a green header with the JOJOB logo and navigation links: Home, Privati, Aziende, Territori, Chi siamo, and Contatti. A blue button labeled 'Scarica l'app' is in the top right. Below the header, a breadcrumb trail reads 'Home --> Contatti'. The main heading is 'Contatti'. There are three tabs: 'Per privati', 'Per aziende' (which is active), and 'Per territori'. The 'Per aziende' tab contains a form titled 'Parlaci della tua azienda' with the text 'Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda'. Below this is a text input field labeled 'Nome della tua azienda:' and a blue button labeled 'Continua →'. At the bottom of the page, there is a section titled 'Altri metodi di contatto' with three buttons: a phone icon, an email icon, and a WhatsApp icon. Three horizontal arrows point from the left towards the page, with labels: 'Headline con breadcrumb.' pointing to the breadcrumb, 'FORM DI CONTATTO' pointing to the company contact form, and 'Altri metodi di contatto in evidenza.' pointing to the contact method buttons.

Headline con breadcrumb.

FORM DI CONTATTO

Altri metodi di contatto in evidenza.

CHAT ASSISTENZA

CHAT ASSISTENZA

In basso a destra in ogni pagina è presente una chat di assistenza per entrare in contatto con il team.

La procedura e il flusso di contatto è già ottimizzato ed efficace allo stato attuale.



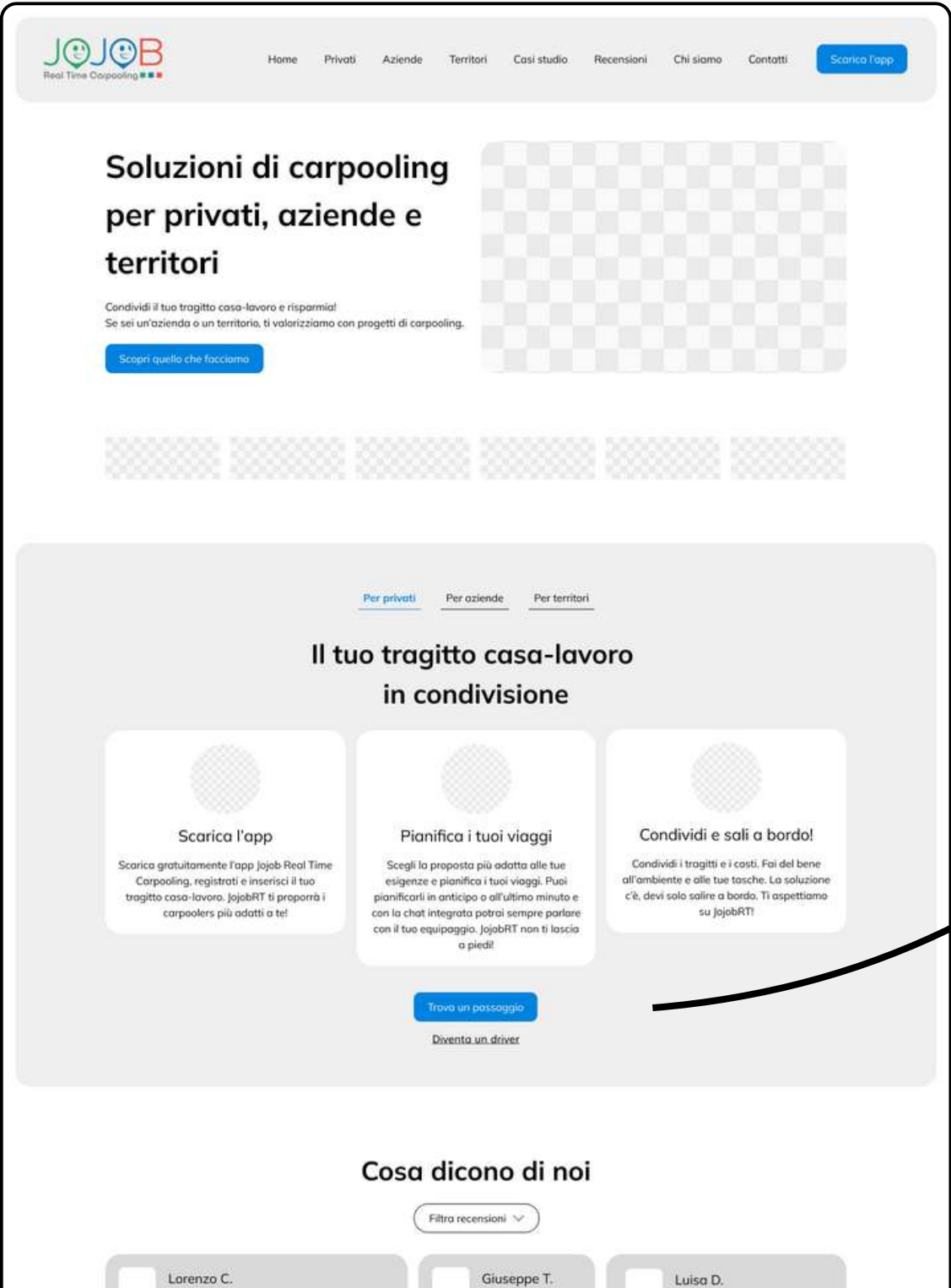


WIREFLOW

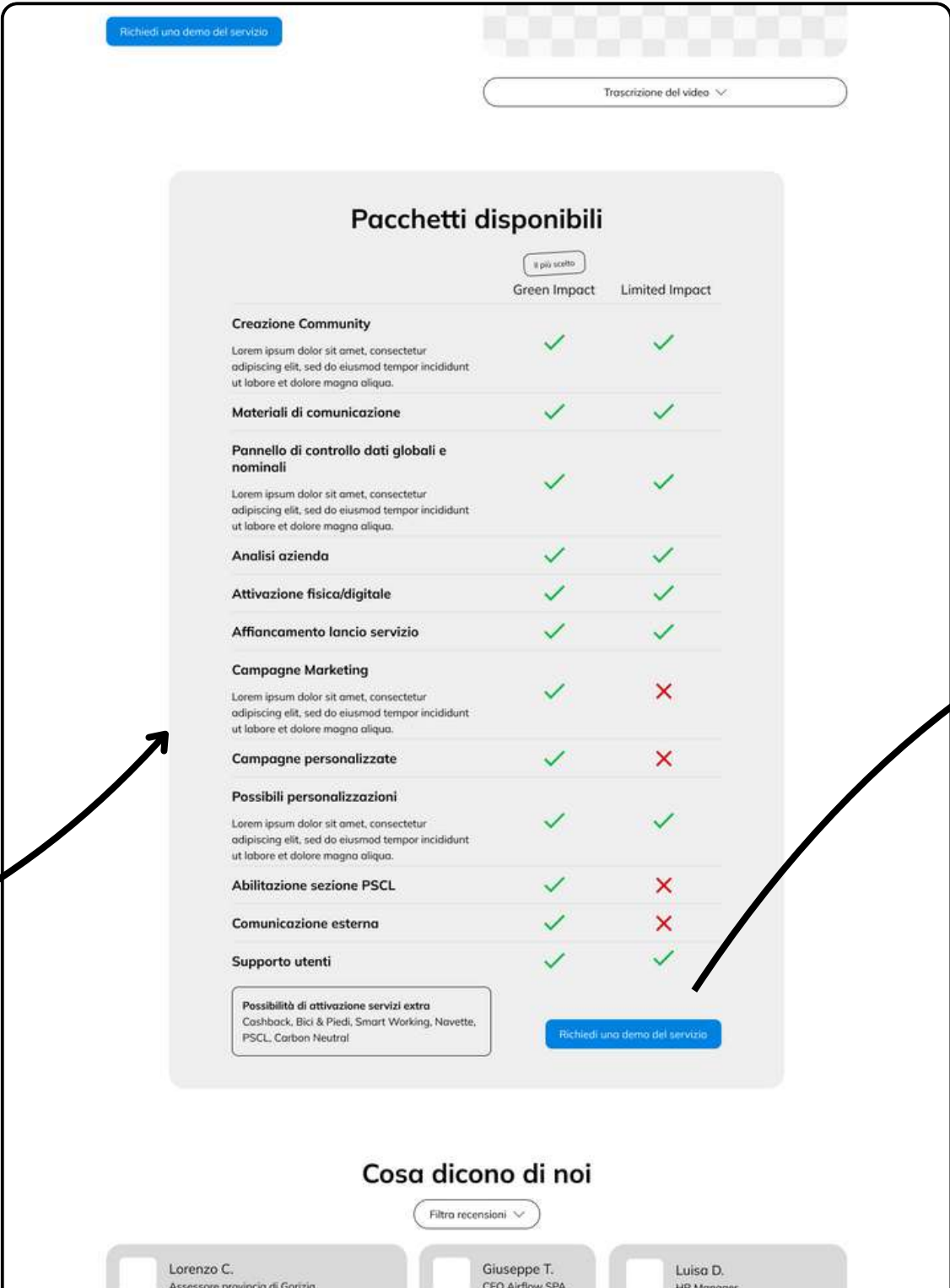
Pubblico di riferimento - Privati e Azienda

WIREFLOW - CARPOOLING AZIENDALE

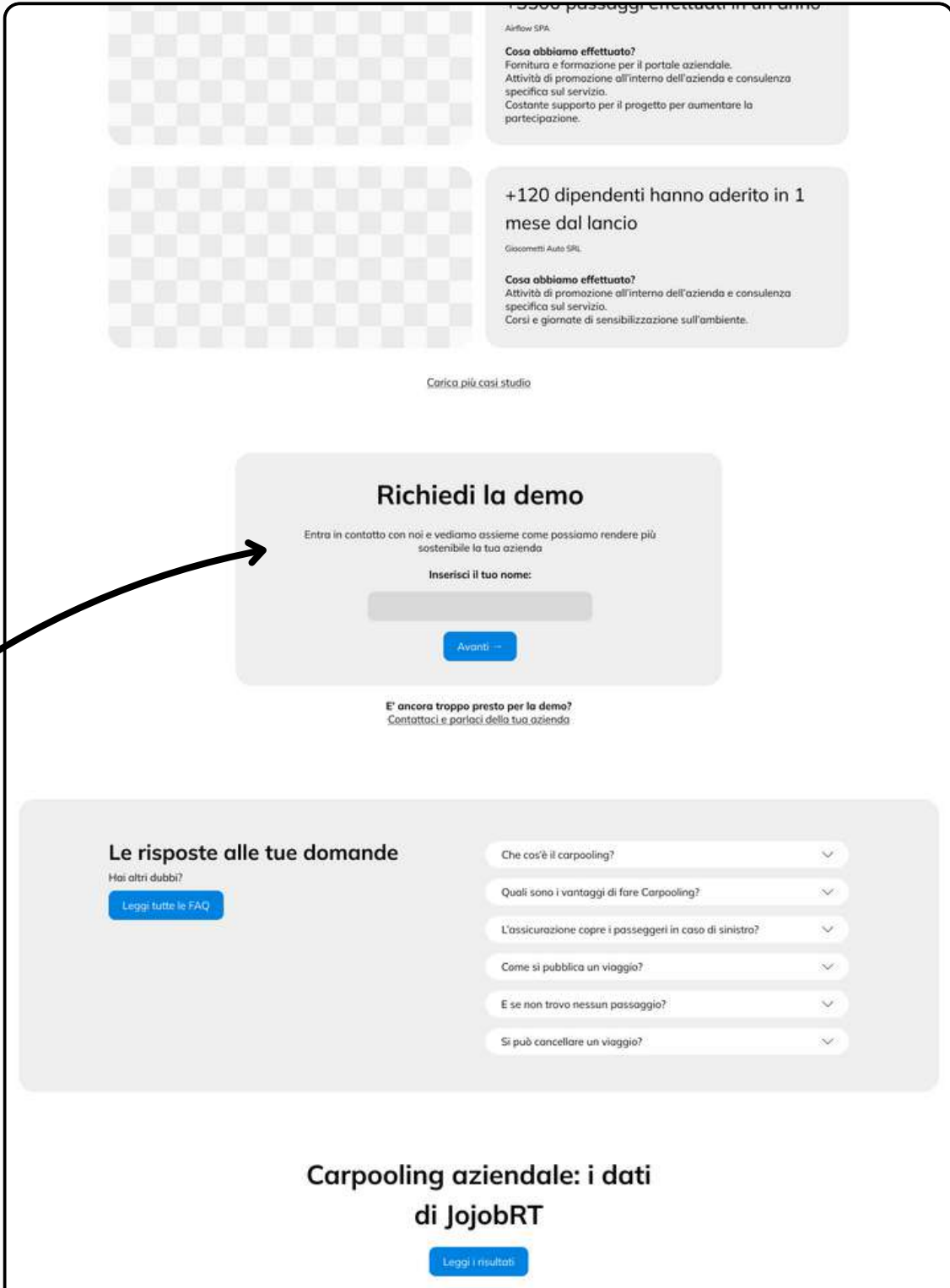
1.0 Homepage



3.0 Carpooling aziendale

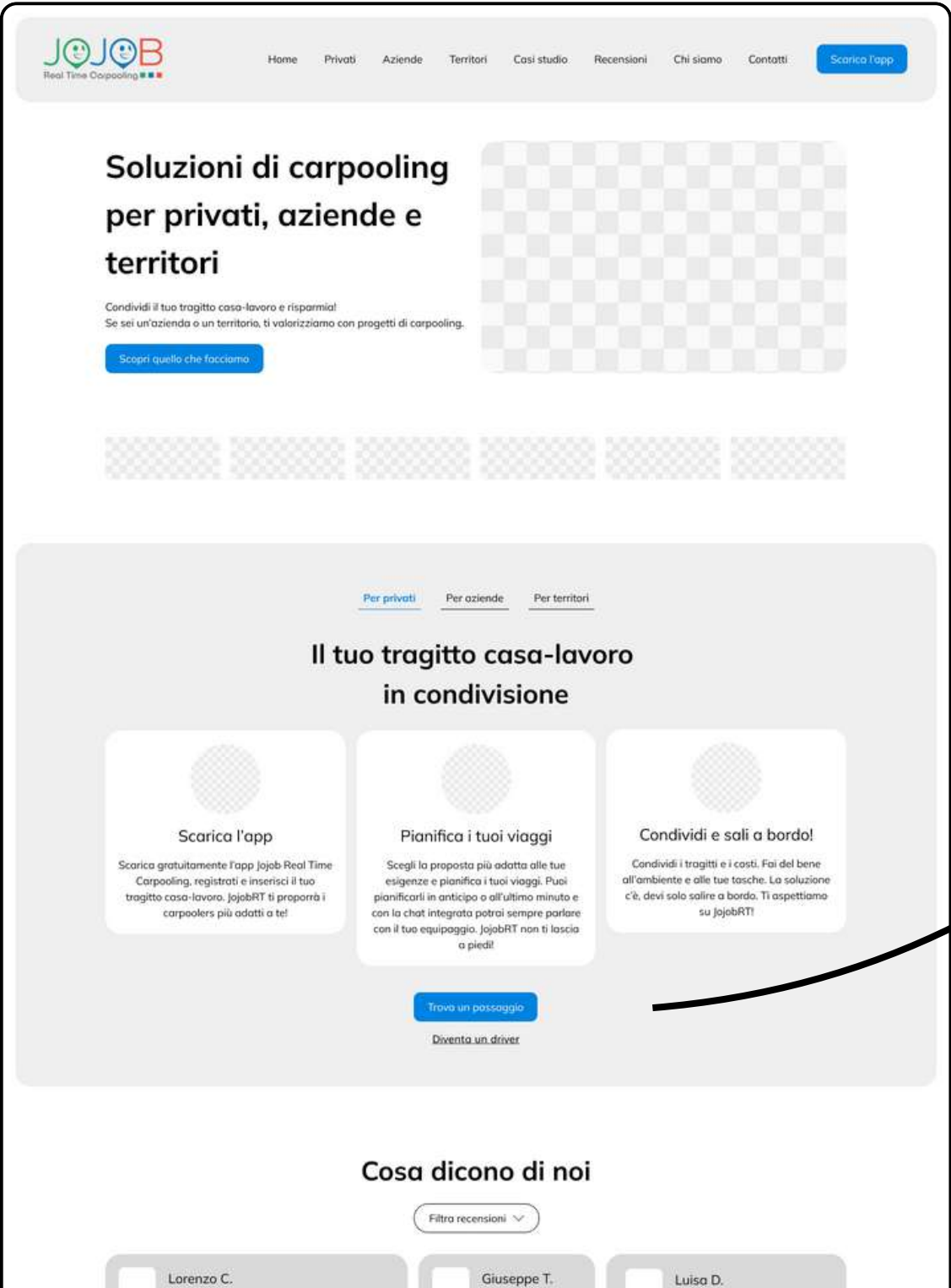


Carpooling aziendale
sezione “Richiedi demo”

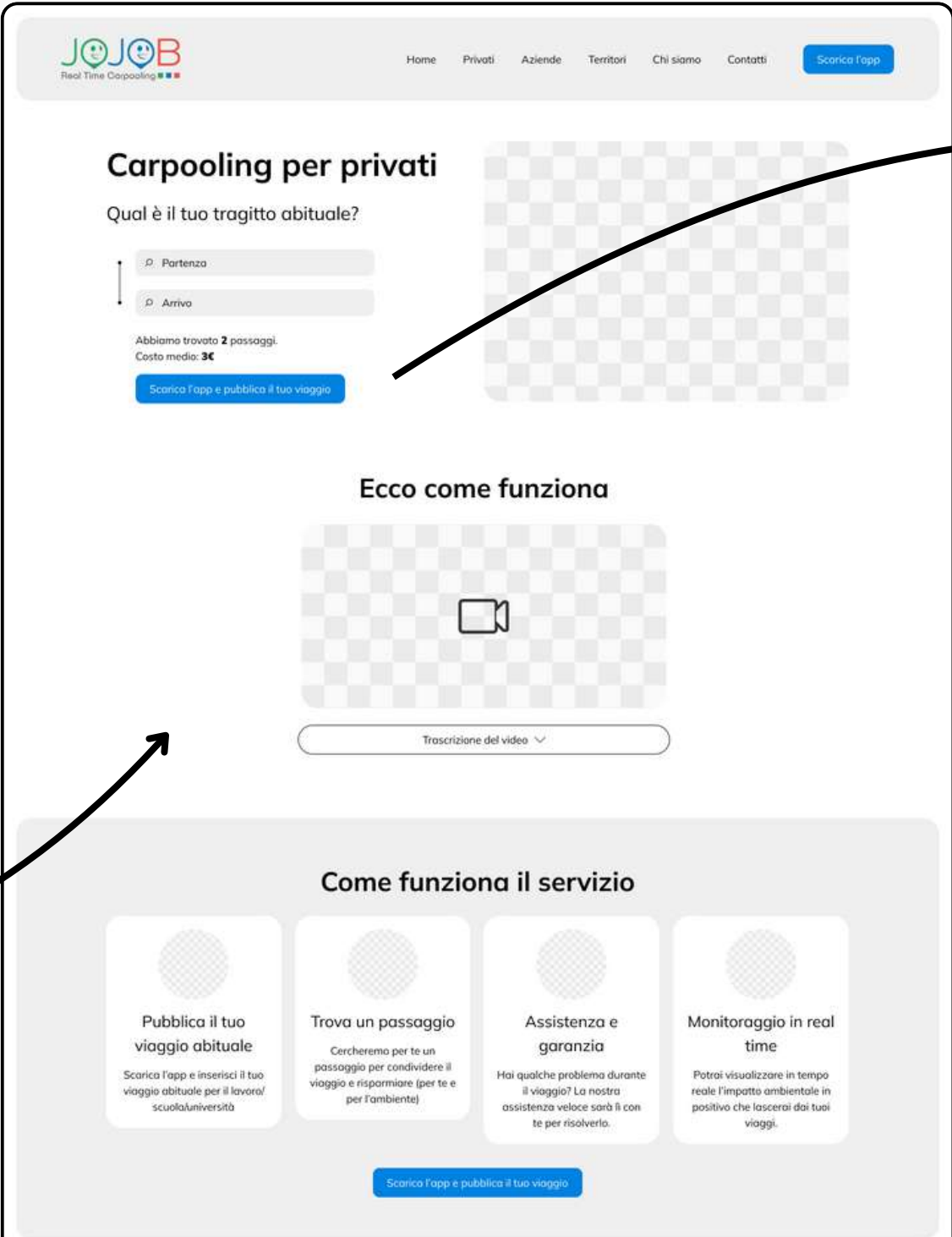


WIREFLOW - CARPOOLING PRIVATI

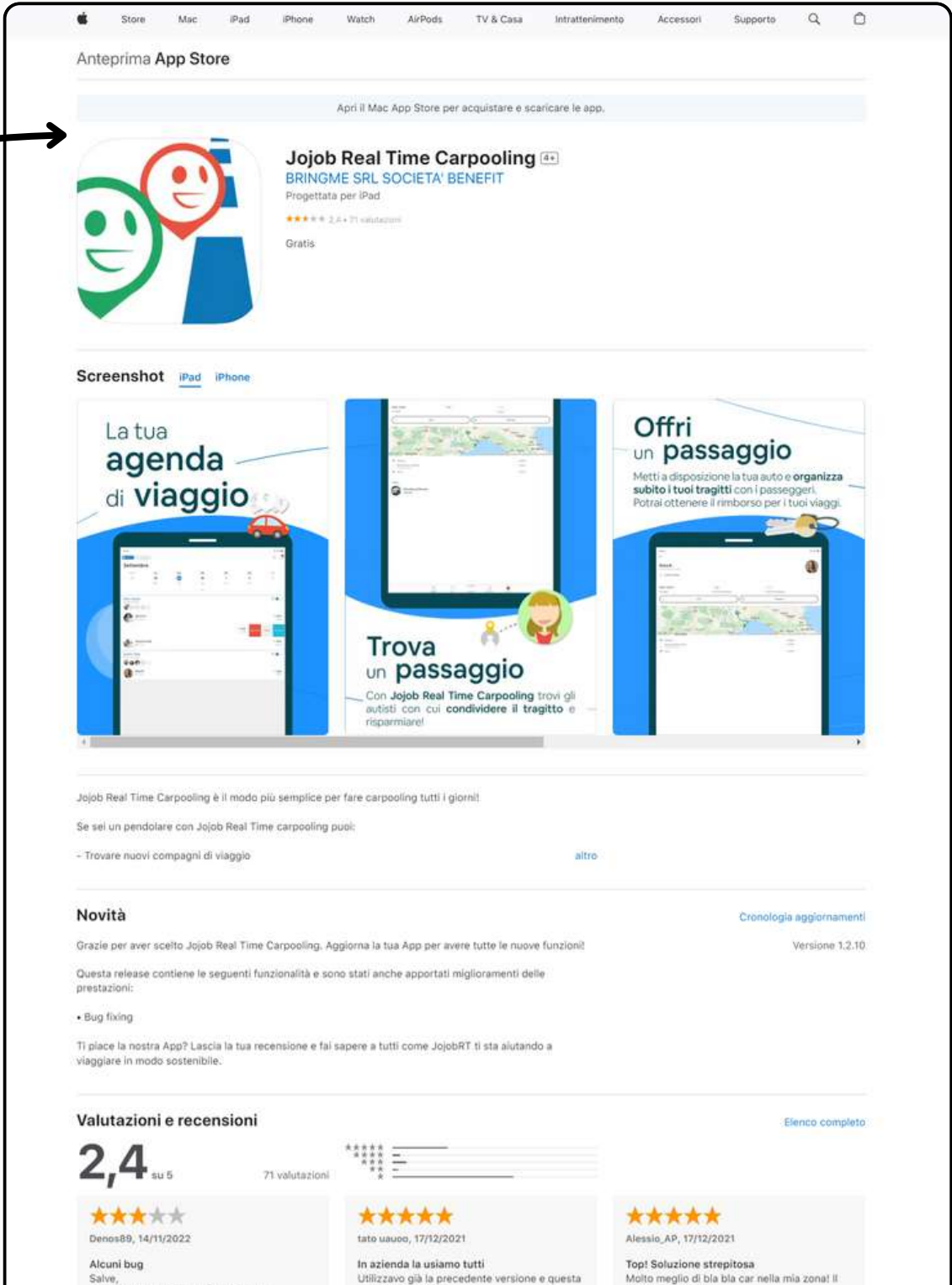
1.0 Homepage



2.0 Carpooling Privati



Pagina Download App

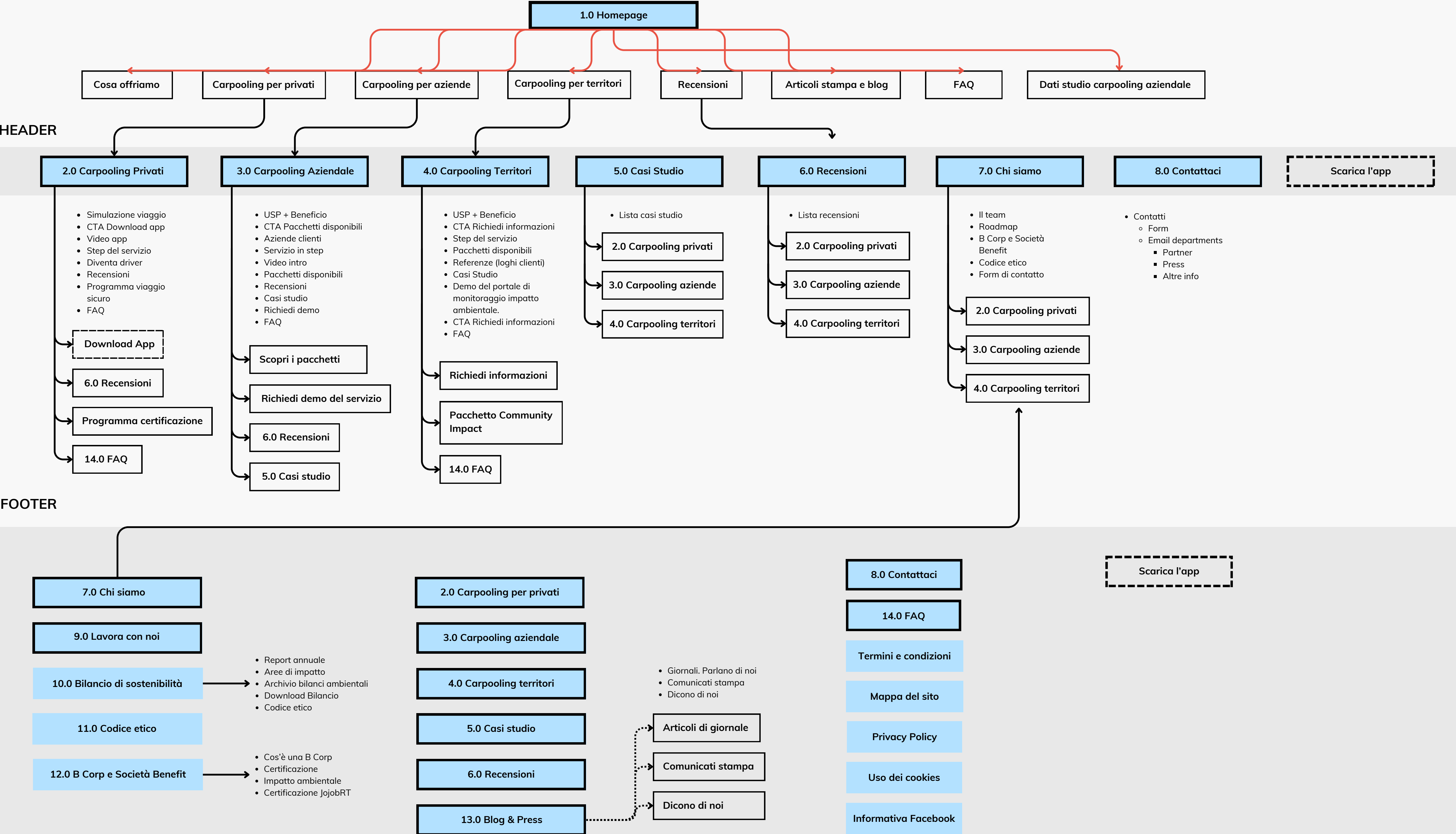




SITEMAP AGGIORNATA

SITE MAP REVISIONATA

LEGENDA





GRAZIE
PER L'ATTENZIONE

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO WIREFRAMING 2

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella



WIREFRAME MOBILE

04	INTRODUZIONE
05	GRIGLIA
06	SCALA TIPOGRAFICA
07	HEADER & FOOTER
08	HOMEPAGE
09	CARPOOLING AZIENDALE
11	CARPOOLING PRIVATI
12	FAQ
13	IL TEAM
14	CONTATTI
15	CHAT ASSISTENZA
16	CONSIDERAZIONI

INDICE



WIREFRAME MOBILE

Introduzione

In questa presentazione saranno introdotti i wireframe delle seguenti pagine in versione mobile:

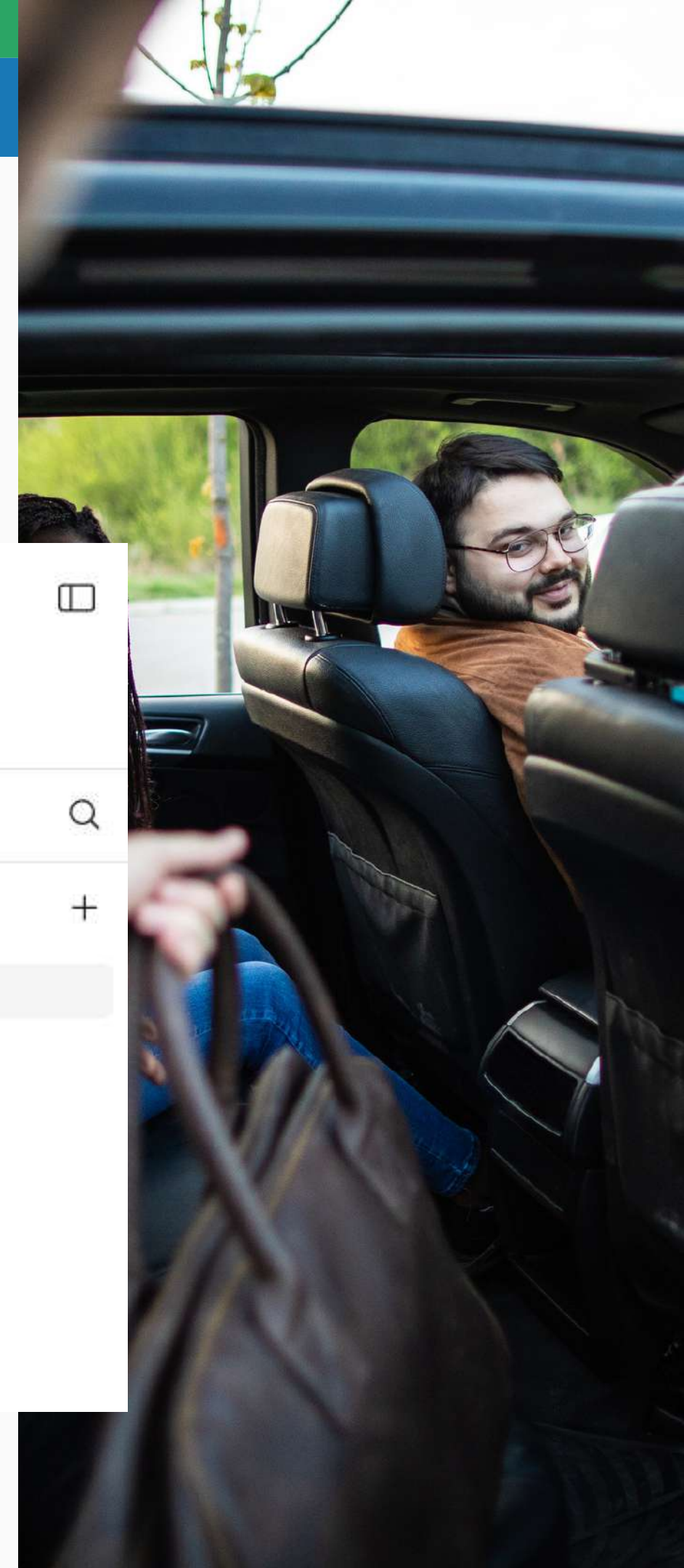
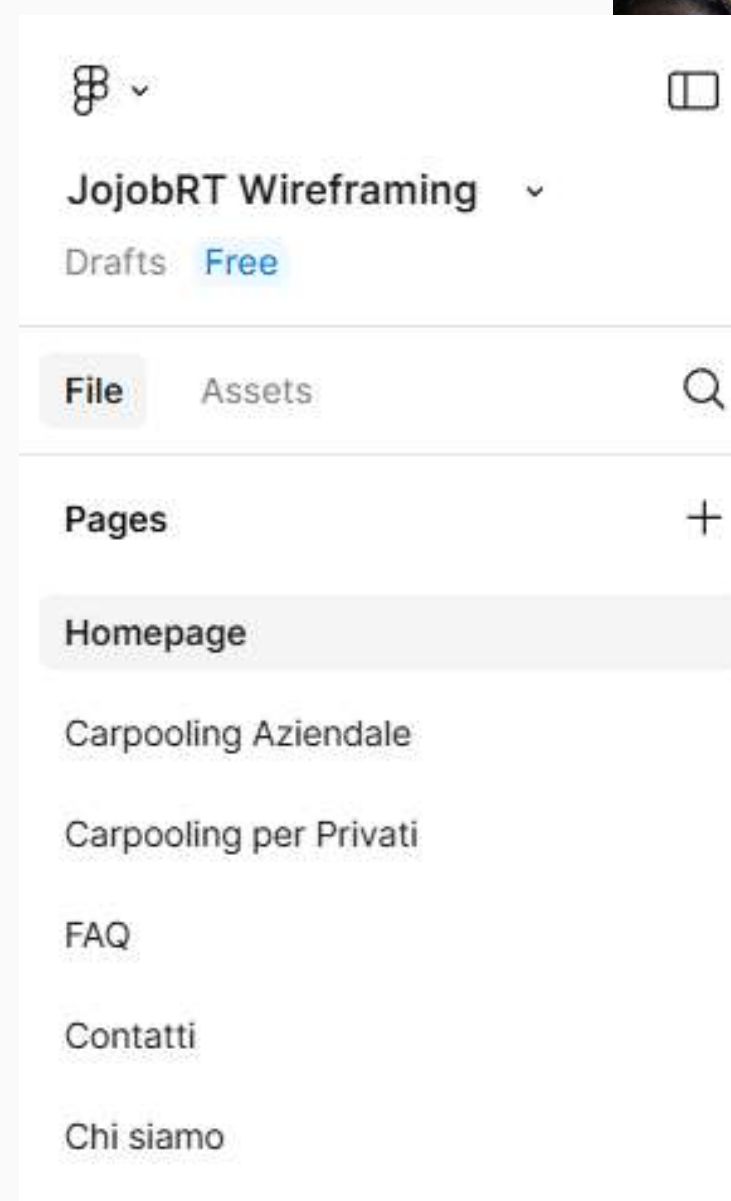
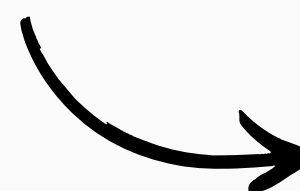
- Homepage
- Carpooling Aziendale
- Carpooler (privati)
- Chi siamo
- FAQ
- Contatti

Come per i wireframe desktop, verranno commentate le scelte e i ragionamenti effettuati per ogni pagina.

Verranno mostrate solo le sezioni principali. **Il wireframe completo di ciascuna pagina è consultabile cliccando il link sottostante, navigando nelle varie pagine realizzate.**



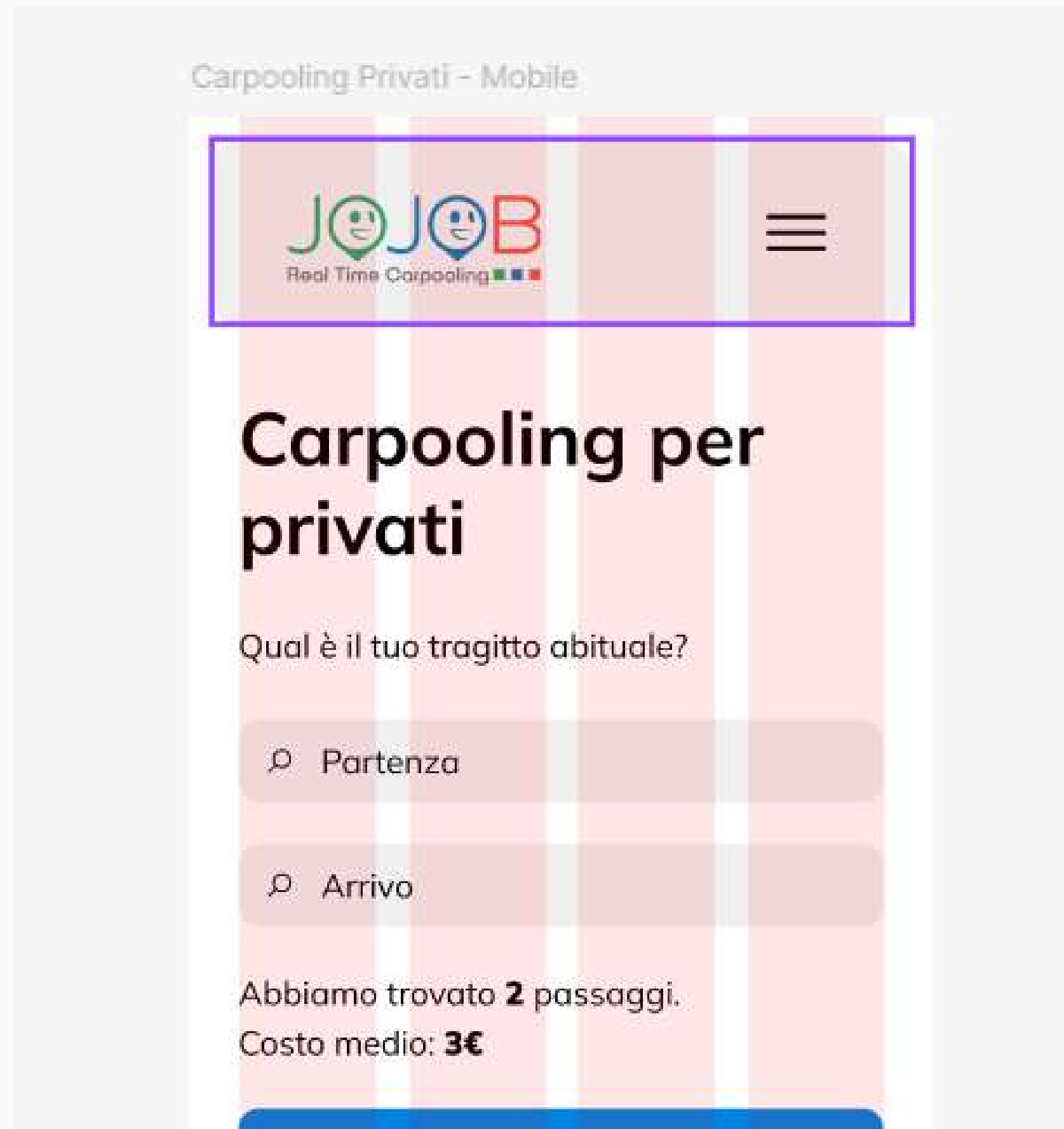
[Guarda i wireframe mobile su Figma!](#)



Griglia

I wireframe hanno come base una griglia verticale di **4 colonne** con un **gutter di 16px** e **margin** di 24px.

Il progetto è su una base di 360px di larghezza.



Scala Tipografica

Font: Mulí

La scala tipografica è stata leggermente ridotta rispetto alla versione desktop per dare più consistenza stilistica.

Si parte da una dimensione di **16px** per il **body** fino a **36px** per **H1**. Altezza della linea: **120%**.

Si è prevista una dimensione più piccola di 12px per eventuali usi ulteriori.

Scala tipografica Mobile

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

Ag H1 - Mobile - 36/120

Ag H2 Mobile - 32/120

Ag H3 Mobile - 30/120

Ag H4 Mobile - 28/120

Ag H5 Mobile - 24/120

Ag H6 Mobile - 20/120

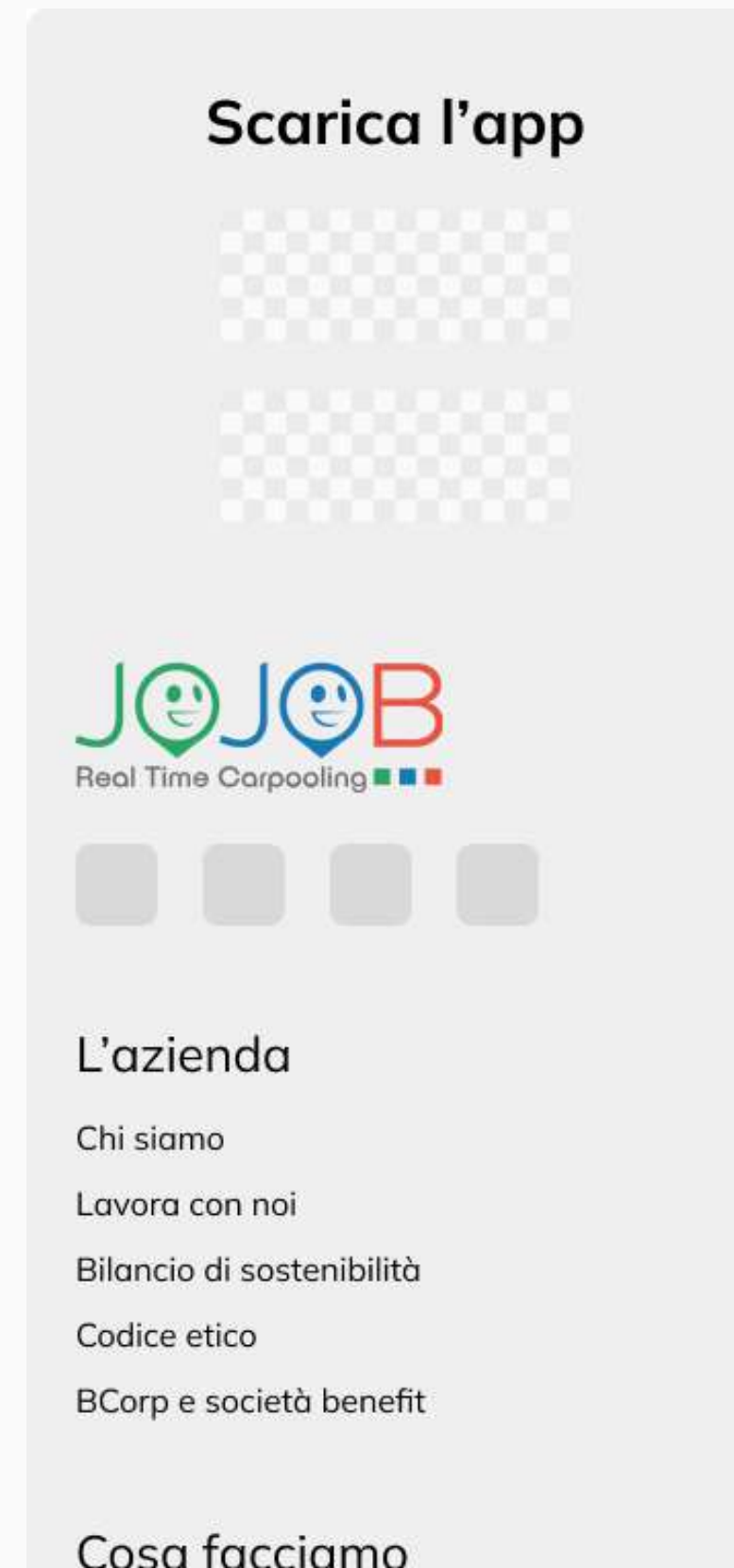
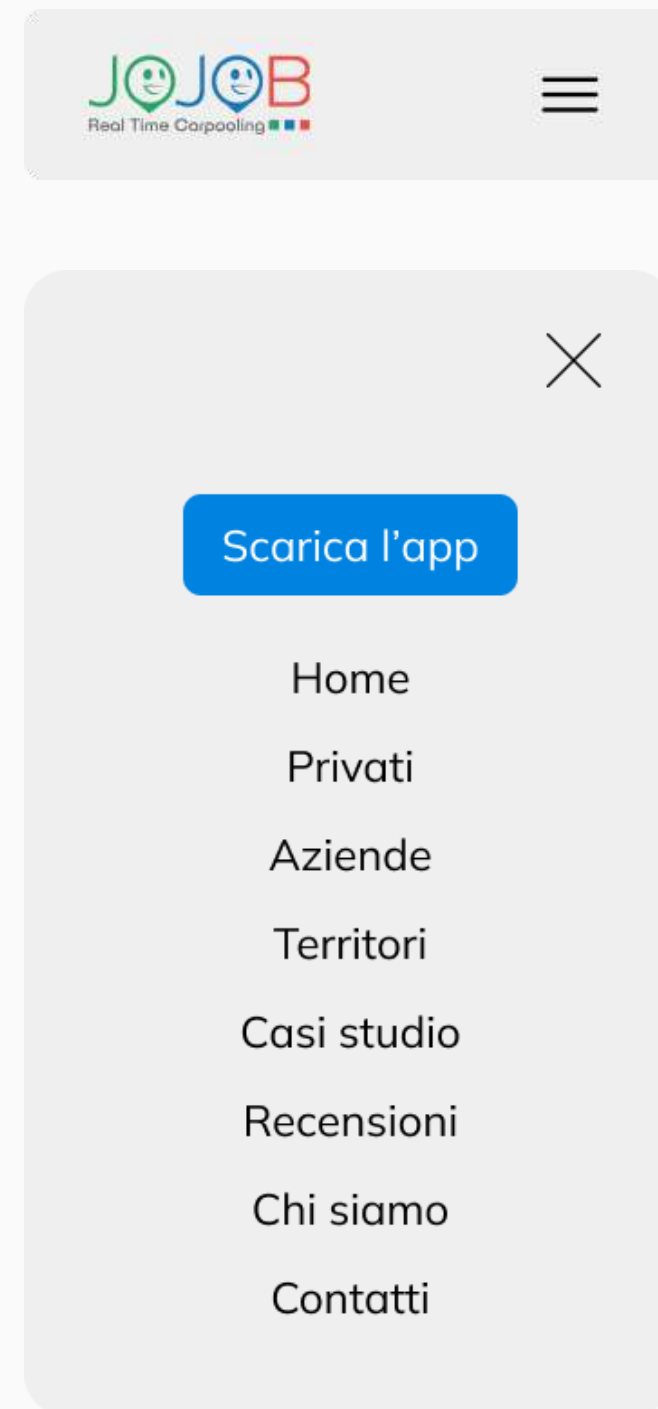
Ag Paragrafo - 16/150

Ag Small - 12/150

HEADER & FOOTER

Header mobile con tendina a comparsa “slide-in” per navigare le varie pagine del menu.

Il footer contiene tutte le informazioni già impostate nel footer desktop.



Cosa facciamo

Carpooling per privati
Carpooling per aziende
Carpooling per territori
Casi studio
Recensioni
Blog

Assistenza

Contatti
FAQ
Termini e condizioni
Mappa del sito
Privacy Policy
Uso dei cookies
Informativa Facebook

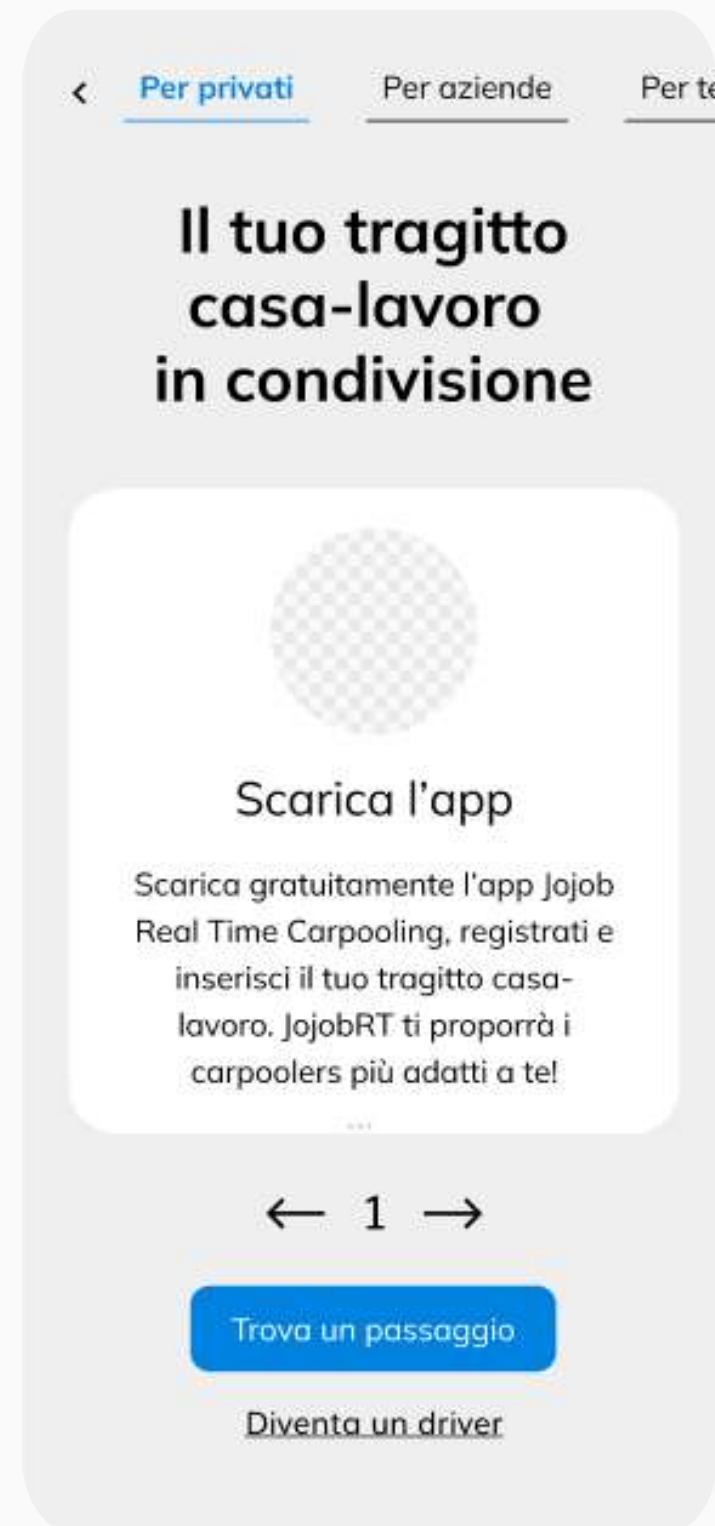
Bringme Srl Società Benefit
Via Pier Carlo Boggio, 59 – 10138 Torino
P.IVA: 10979400016 - Capitale Sociale
22.879,40€ i.v. - REA TO1177694

HOME PAGE

SEZIONE COME FUNZIONA IL SERVIZIO

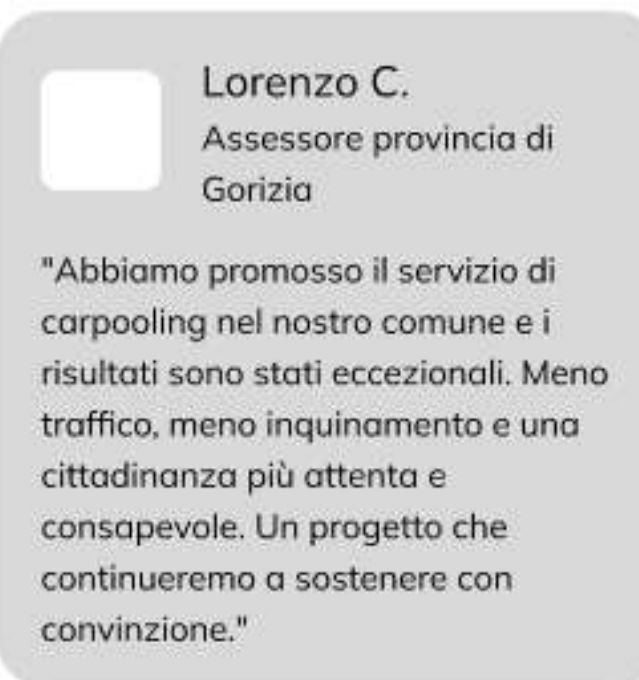
Per dare la possibilità all'utente di comprendere il servizio di suo interesse è stata prevista una tab superiore dove si può selezionare il target di riferimento e utilizzare il carosello sottostante per scorrere gli step del servizio.

La CTA inferiore cambia dinamicamente in base alla tab selezionata.



Cosa dicono di noi

Filtra recensioni ▼



Leggi tutte le recensioni

SEZIONE RECENSIONI

Finestra per filtrare le recensioni in base al target di riferimento.

Carosello per scorrere le recensioni utilizzando le frecce sottostanti o direttamente con il dito sulle card.

CARPOOLING AZIENDALE

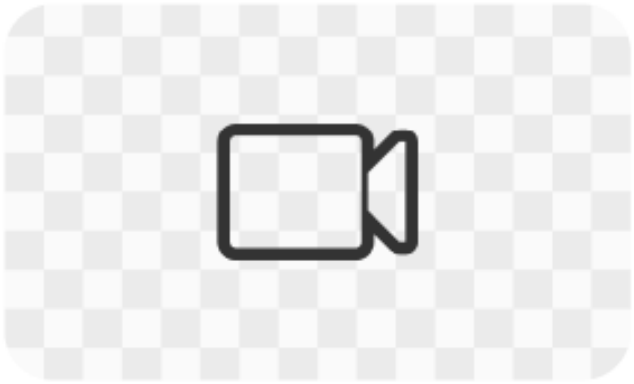
SEZIONE VIDEO

Viene mantenuta la sezione del video per spiegare il servizio del carpooling aziendale con trascrizione. Inoltre, il video presenta i sottotitoli per essere fruito anche senza volume.

Vuoi toccare con mano tutto il processo?

Ti offriamo un'alternativa di mobilità affidabile e sicura ai tuoi dipendenti, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale ed economico diffondendo la cultura della mobilità sostenibile.

Richiedi una demo del servizio



Trascrizione del video ▾

Pacchetti disponibili

Il più scelto

Green Impact

La scelta base

Limited Impact

Creazione Community

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

✓

✓

Materiale di comunicazione

✓

✓

Pannello di controllo dati globali e nominali

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna

SEZIONE PACCHETTI

Il confronto tra i pacchetti disponibili è stato pensato per essere fruibile anche da mobile in modo efficiente e comprensibile.

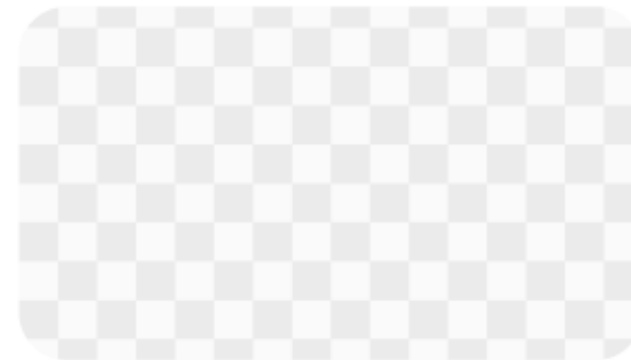
Le bande grigie che fanno “da riquadro” al pacchetto di riferimento continuano fino alla fine della tabella per mantenere la divisione visiva e consentire un confronto delle caratteristiche utilizzando le icone di “check mark verde” e di “x rossa”.

CARPOOLING AZIENDALE

SEZIONE CASI STUDIO

Vengono mostrati i casi studio più rilevanti con la possibilità di caricarne visivamente altri direttamente nella pagina stessa.

Casi studio



**+3500 passaggi
effettuati in un anno**

Airflow SPA

Cosa abbiamo effettuato?

Fornitura e formazione per il portale aziendale.

Attività di promozione all'interno dell'azienda e consulenza specifica sul servizio.

Costante supporto per il progetto per aumentare la partecipazione.

Richiedi la demo

Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda

Inserisci il tuo nome:

Avanti →

E' ancora troppo presto per la demo?
[Contattaci e parlaci della tua azienda](#)

SEZIONE FORM

Il form di contatto è stato realizzato per essere compilato a step diminuendo lo sforzo cognitivo da parte dell'utente.

CARPOOLING PRIVATI

SEZIONE ABOVE THE FOLD

Modulo di calcolo di un tragitto specifico dove viene restituito il risultato delle offerte di passaggio attualmente presenti in piattaforma e il loro relativo costo.

CTA per scaricare l'applicazione e trovare un passaggio.

Carpooling per privati

Qual è il tuo tragitto abituale?

Partenza

Arrivo

Abbiamo trovato **2** passaggi.
Costo medio: **3€**

Scarica l'app e trova un passaggio

Come funziona il servizio



Pubblica il tuo viaggio abituale

Scarica l'app e inserisci il tuo viaggio abituale per il lavoro/scuola/università

← 1 →

Scarica l'app e pubblica il tuo viaggio

SEZIONE COME FUNZIONA

Carosello con gli step del servizio. Presenza del numero della pagina tra le due frecce per aiutare a comprendere la presenza di più card da scorrere.

FAQ

Barra di ricerca per trovare le domande frequenti di interesse per parola chiave.

Tab scorrevole superiore per filtrare le FAQ di riferimento in base alla categoria di appartenenza.

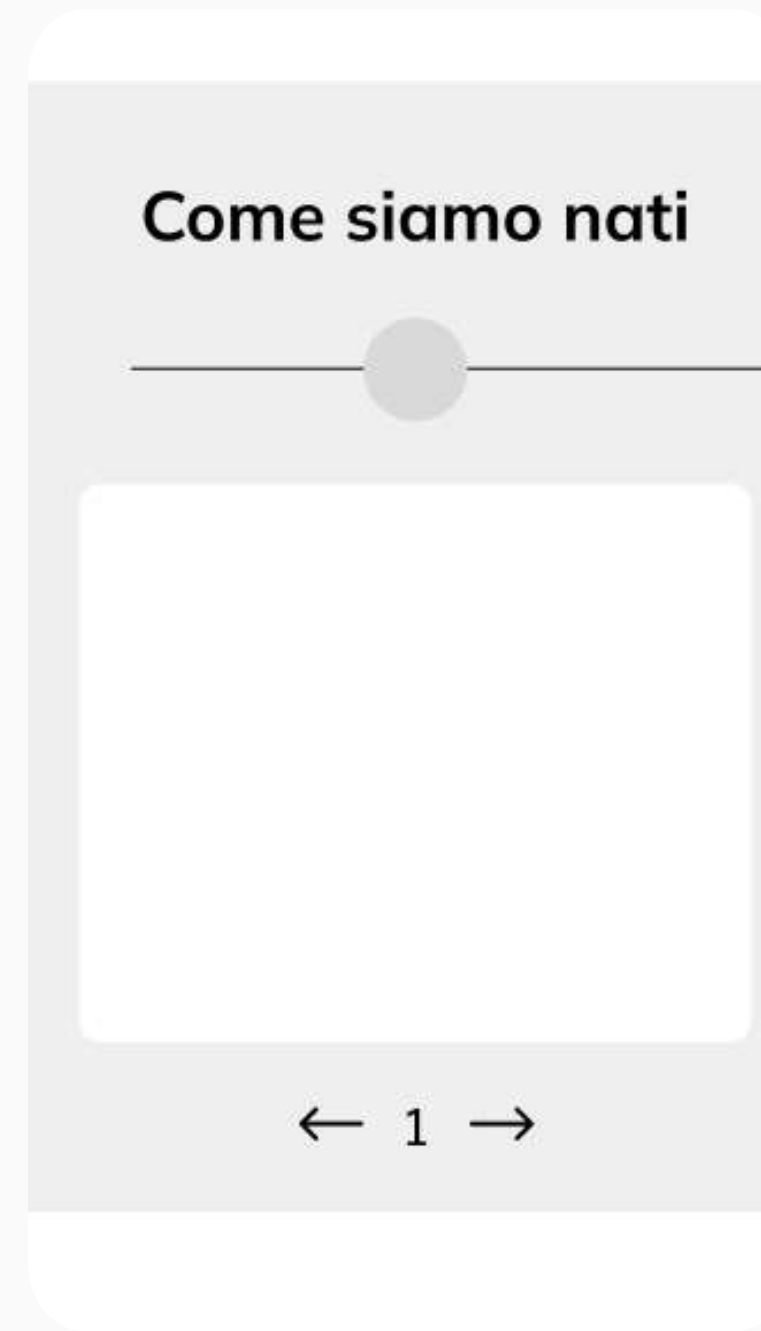
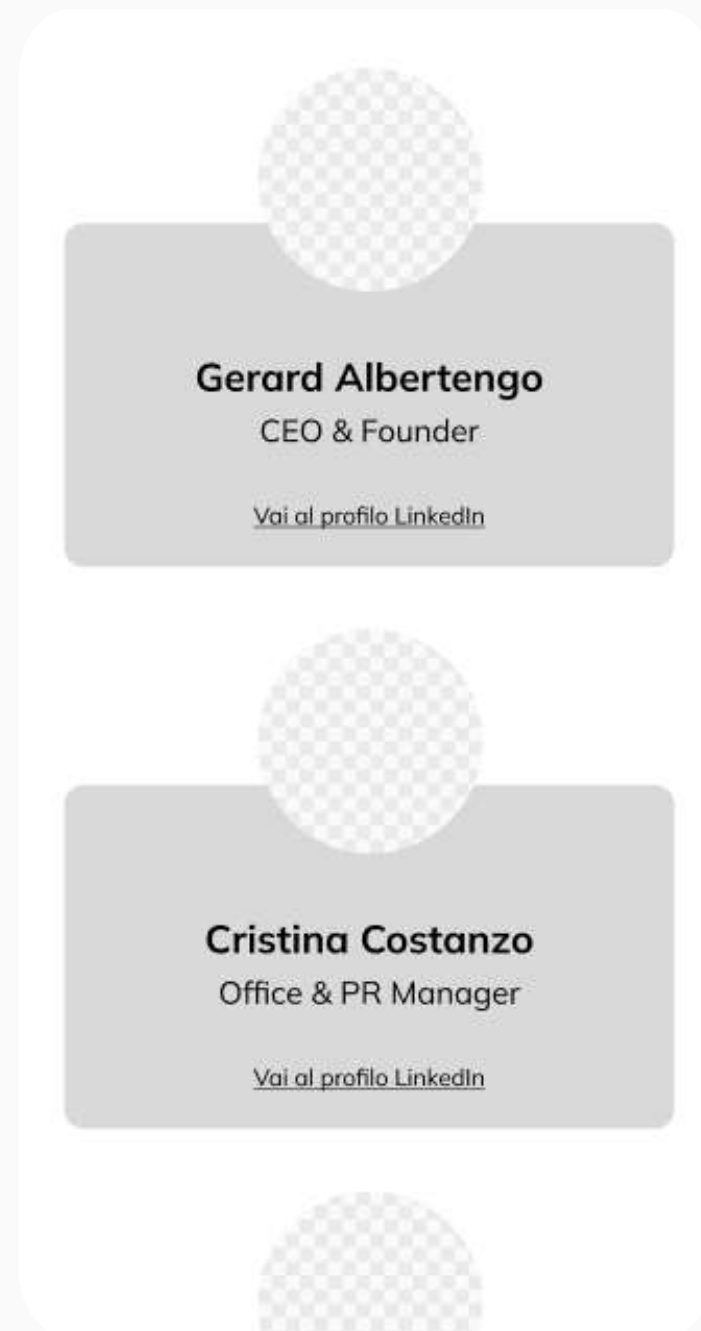


IL TEAM

SEZIONE TEAM

Lista completa del team per dare focus e importanza a tutte le persone del team JojobRT.

Eventualmente si può prevedere un metodo di tab filtranti in base al settore aziendale (marketing, commerciale, etc...)



CAROSELLO STORIA

Carosello con timeline per raccontare la storia e la nascita dell'azienda.

CONTATTI

FORM DI CONTATTO

Pagina contatti generale con presenza di form specifici per ogni servizio navigabili con una tab superiore.

Home --> Contatti

Contatti

Privati

Per aziende

Per territori

>

Parlaci della tua azienda

Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda

Nome della tua azienda:

Continua →



CHAT ASSISTENZA

CHAT ASSISTENZA

In basso a destra in ogni pagina è presente una chat di assistenza per entrare in contatto con il team.

La procedura e il flusso di contatto è già ottimizzato ed efficace allo stato attuale, anche in versione mobile.



Considerazioni

I wireframe in versione mobile sono stati progettati per garantire un'esperienza d'uso fluida e priva di ostacoli legati all'usabilità.

Lo spazio limitato degli schermi mobili riduce le possibilità creative nella disposizione degli elementi, richiedendo una progettazione ancora più accurata. Del resto, oltre il 54% degli accessi a internet avviene da smartphone (fonte: [Kinsta.com](https://www.kinsta.com)).

Un altro aspetto da considerare è il tempo di utilizzo: gli utenti che navigano da PC trascorrono in media il 40% di tempo in più online rispetto a chi utilizza dispositivi mobili (fonte: [neting.it](https://www.neting.it)).

Questi dati sottolineano l'importanza di adottare **un approccio universale** nella progettazione di interfacce e applicativi web.





GRAZIE
PER L'ATTENZIONE

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com



PROGETTO USER INTERFACE 1

UX/UI DESIGN MASTER

Simone Apicella

INDICE

UI DESKTOP

03	RIEPILOGO
06	UI KIT
13	NUOVA UI
22	USER FLOW



RIEPILOGO

RIEPILOGO

DISCOVERY:

Analisi dettagliata del pubblico target, al fine di comprendere appieno le loro necessità e aspettative. Ho condotto sondaggi e interviste con un campione rappresentativo di utenti, raccogliendo dati sia qualitativi che quantitativi. Queste informazioni hanno messo in evidenza le principali sfide e i bisogni degli utenti, fornendo una base su cui sviluppare le fasi successive del progetto.

ACCESSIBILITÀ:

Dopo aver completato i wireframe, ho effettuato un'analisi scrupolosa per verificare che l'interfaccia fosse pienamente accessibile (es. contrasto cromatico, leggibilità del testo, navigazione tramite tastiera e l'uso di descrizioni alternative per le immagini).



RIEPILOGO

WIREFRAMING:

Partendo dai dati ottenuti, ho sviluppato wireframe in alta fedeltà. Questi wireframe hanno permesso di realizzare una versione chiara della struttura e del flusso delle interazioni, garantendo che gli obiettivi e bisogni principali degli utenti rimanessero al centro del processo.

USER INTERFACE:

In questa fase, i wireframe sono stati trasformati in un prototipo funzionale, integrando elementi come tipografia, palette cromatiche, icone e dettagli visivi. Il risultato finale è stato un'interfaccia esteticamente curata e funzionale, pronta per essere sottoposta a indagini e user test.



UI KIT

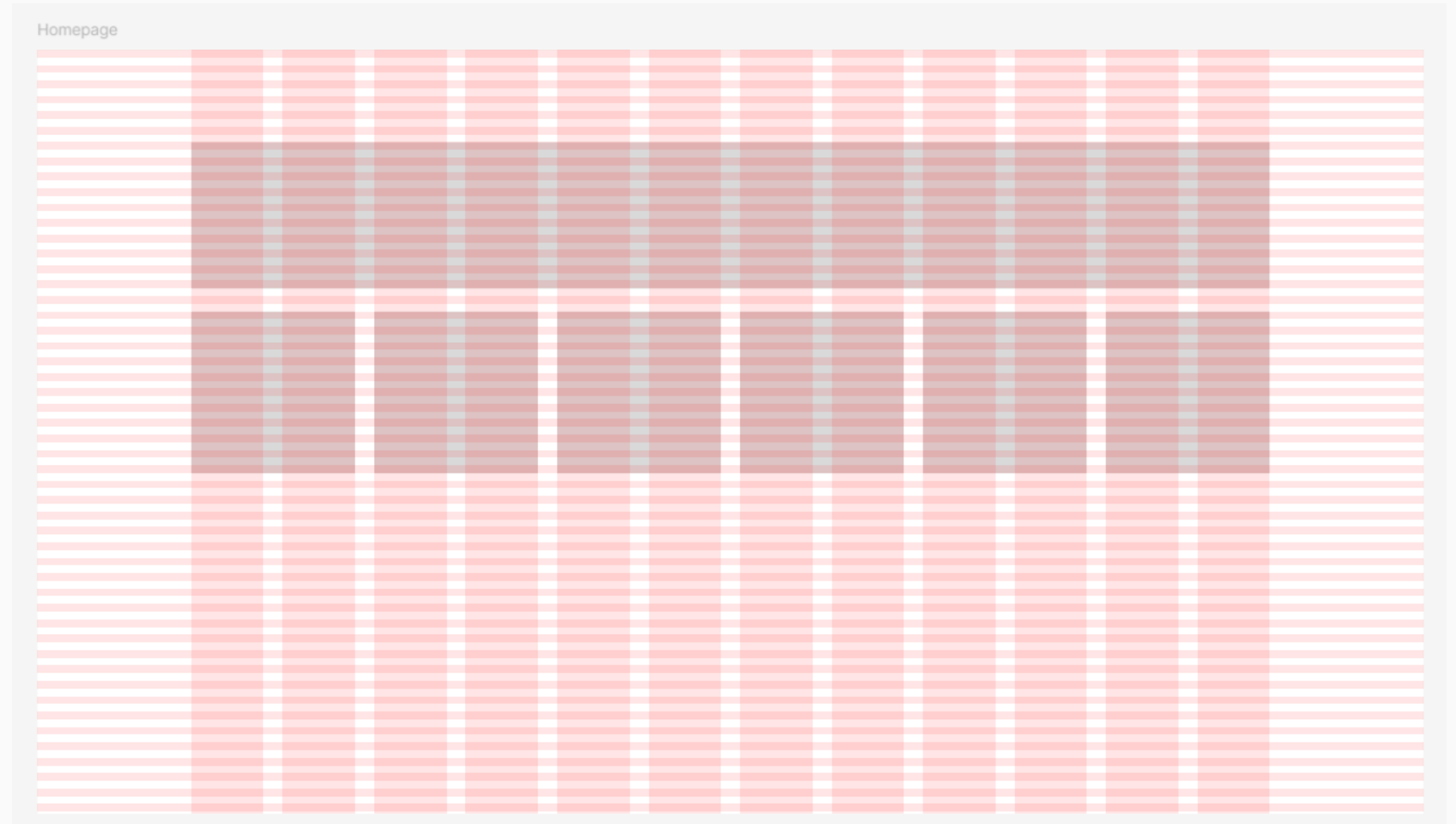
I componenti e le linee guida grafiche del nuovo design

GRIGLIA

I wireframe hanno come base una griglia verticale di **12 colonne** larga **1120px** con un **gutter di 16px** e **margin** di **160px**.

La griglia orizzontale è di **8px** con **gutter di 8px**.

Quest'ultima è stata impostata per dare consistenza durante il design per il dimensionamento e la spaziatura degli elementi.



SCALA TIPOGRAFICA

Il font è stato scelto sia per i titoli che per il corpo del testo.

Nonostante sia stato usato lo stesso font per titolo e corpo del testo, le sue varianti di grandezza consentono di ottenere, comunque, un'ottima gerarchia tra titoli e paragrafi.

Font: Muli

La scala tipografica è stata realizzata partendo da una dimensione di **16px per il body** (a lato sottolineato in azzurro). Incrementando la dimensione fino a 48px per **H1**. **Altezza della linea pari al 150%** (per seguire linee guida di accessibilità).

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

The easiest way to carpool every day

Text styles

Ag H1 - 48/150

Ag H2 - 40/150

Ag H3 - 32/150

Ag H4 - 28/150

Ag H5 - 24/150

Ag H6 - 20/150

Ag Paragrafo - 16/150

Ag Small - 12/150

PALETTE COLORI

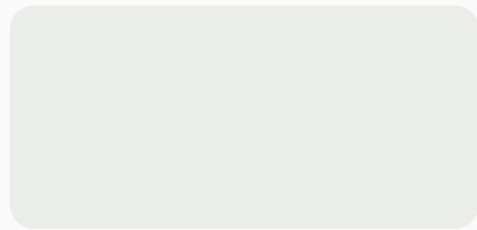
Colori primari



#004838



#11876D



#EBEDE8

Colori secondari



#073127



#181818 - Testo



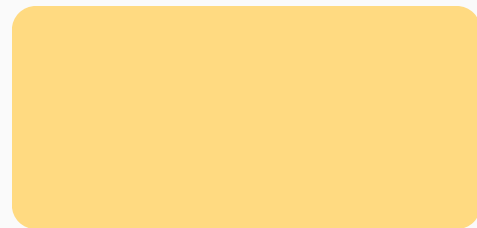
#333F3C



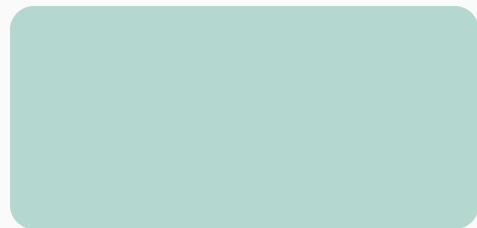
#919191



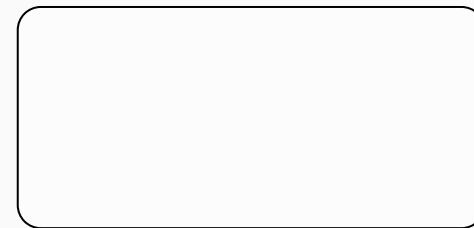
#BB8B1B



#FFDA81



#4D11876D



#FCFCFC

La palette colori è basata sul VERDE essendo la principale tinta che richiama immediatamente il mondo dell'ecologia e del green, pilastri della sostenibilità e della missione di JojobRT.

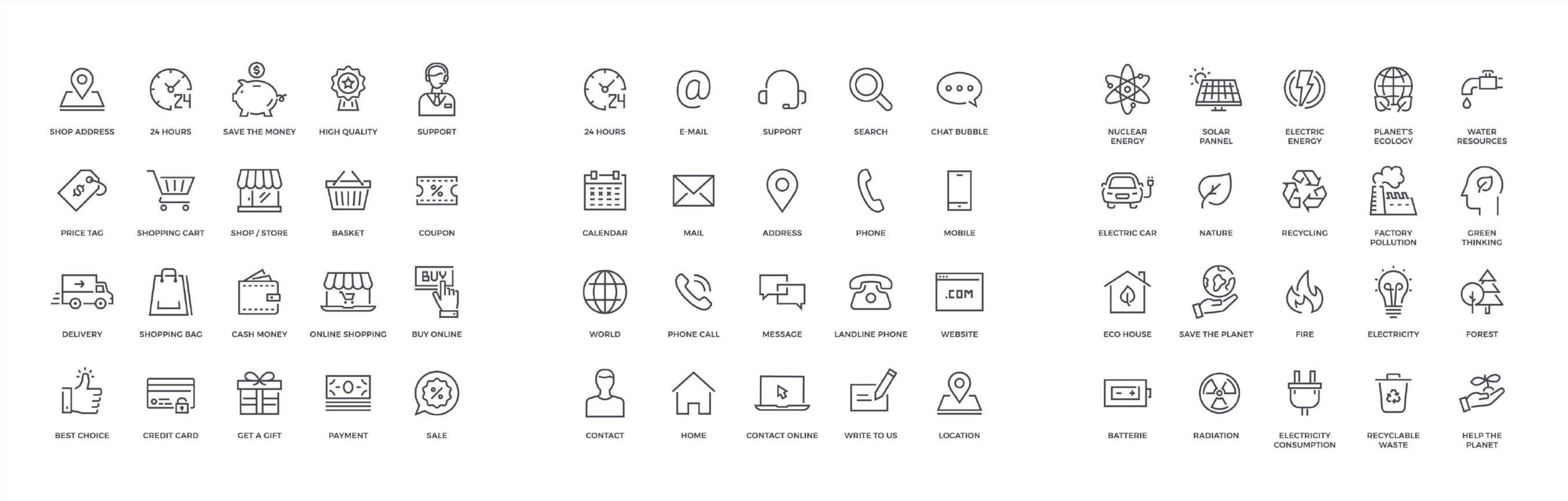
I colori primari rappresentano la percentuale più alta di utilizzo, cercando di bilanciarli con la regola del 70%-20%-10%.

I colori secondari supportano la UI.

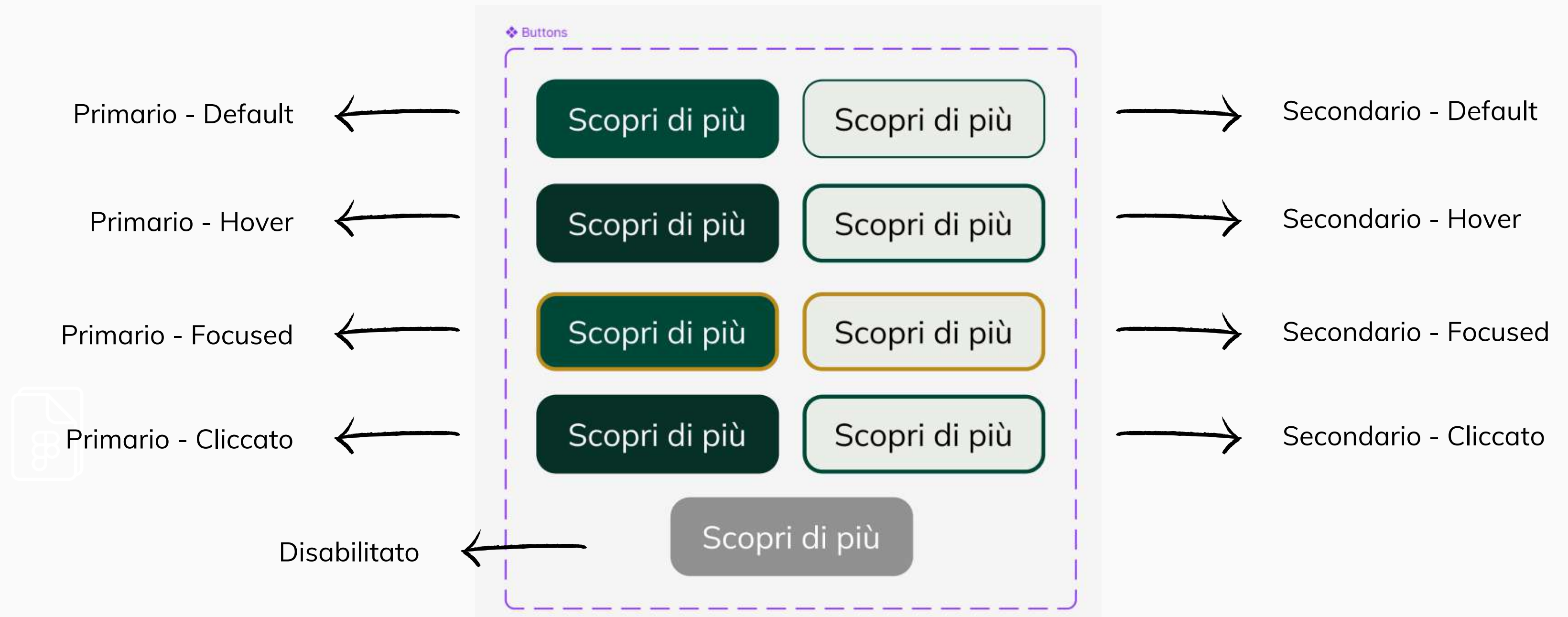
Tutti i colori, considerando come sfondo principale del sito il colore #FCFCFC, hanno superato i requisiti per il contrasto secondo le linee guida di accessibilità.

SET ICONE

Le icone a supporto della UI sono state selezionate per garantire e comunicare finezza e professionalità. Sono state realizzate dal graphic designer filborg (pubblicate su Envato Elements). Sono state completamente autorizzate per l'uso commerciale.



PULSANTI

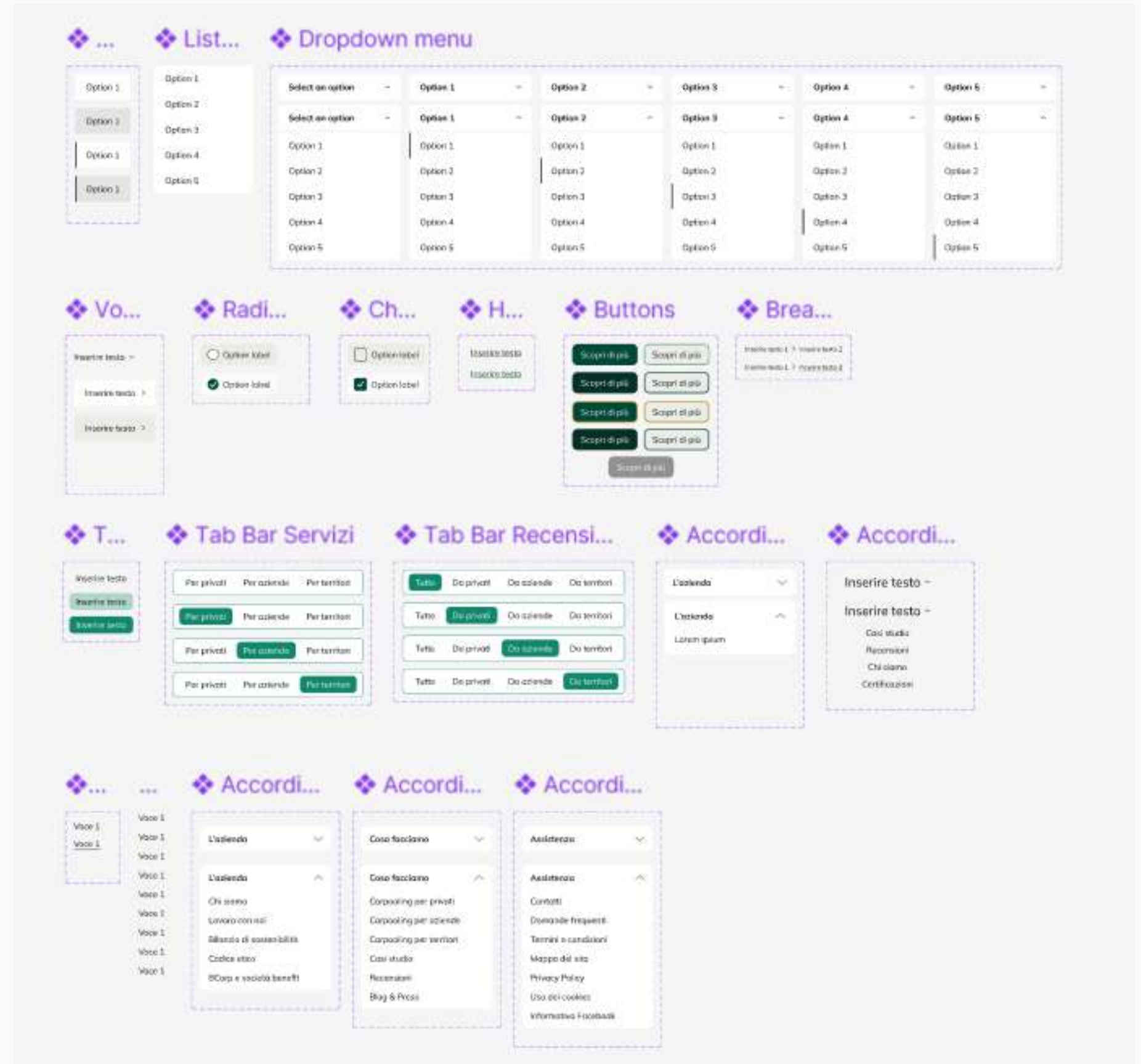


UI KIT COMPLETA

Tutti gli elementi utilizzati nel prototipo.



[Guarda la UI completa su Figma!](#)



NUOVA UI

Desktop

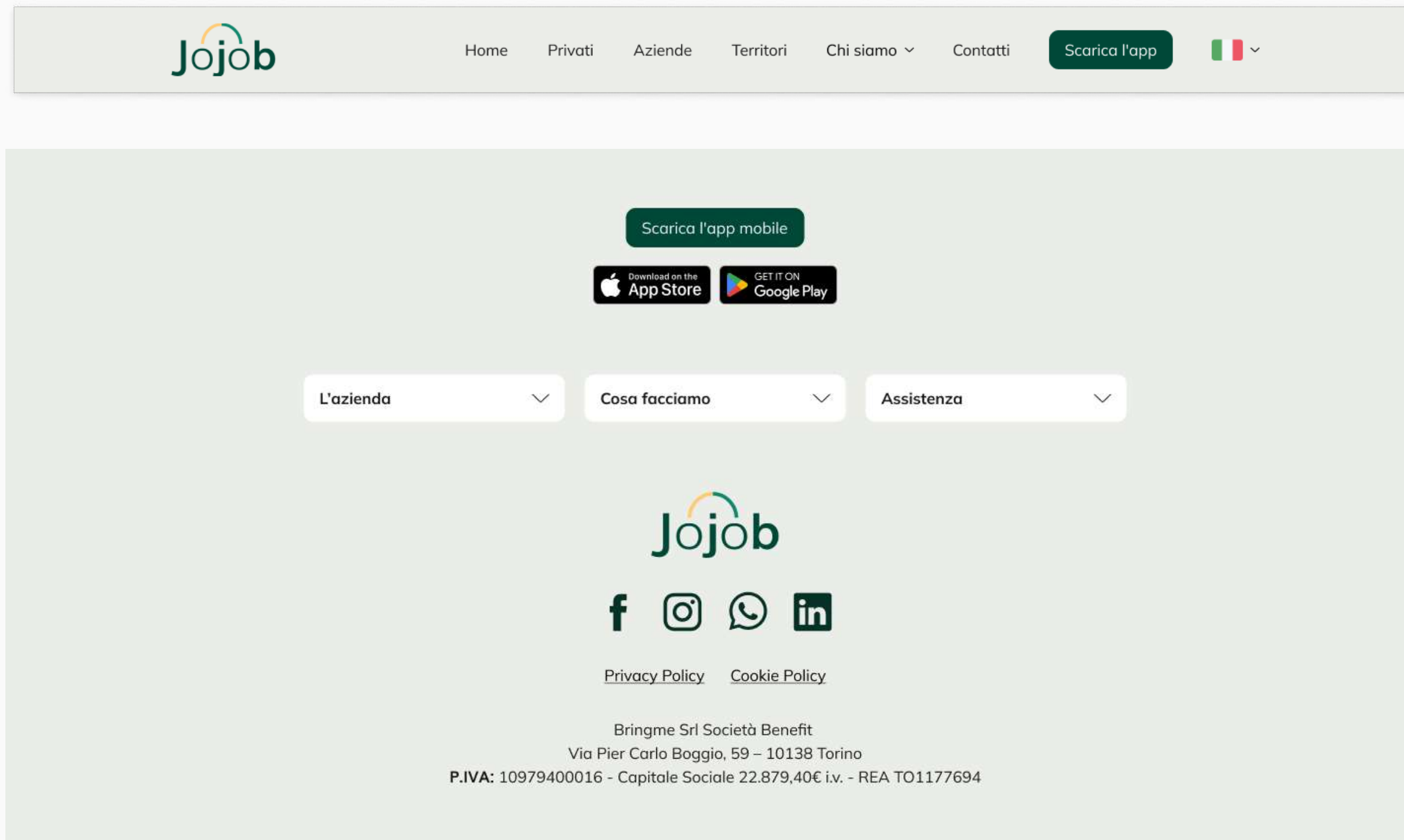


[Guarda il progetto
completo su Figma!](#)

HEADER & FOOTER



[Guarda il progetto completo su Figma!](#)



HOME PAGE



Guarda il progetto completo su Figma!

Jojob

HomePrivatiAziendeTerritoriChi siamoContattiScarica l'app

Soluzioni di carpooling per privati, aziende e territori

Condividi il tuo tragitto casa-lavoro e risparmi! Se sei un'azienda o un territorio, ti valorizziamo con progetti di carpooling.

Scopri di più

Le aziende con cui lavoriamo

Per privatiPer aziendePer territori

Il tuo tragitto casa-lavoro in condivisione

Scarica l'app

Scarica gratuitamente l'app Jojob Real Time Carpooling, registrati e inserisci il tuo tragitto casa-lavoro. JojobRT ti proporrà i carpoolers più adatti a te!

Pianifica i tuoi viaggi

Scegli la proposta più adatta alle tue esigenze e pianifica i tuoi viaggi. Puoi pianificarli in anticipo o all'ultimo minuto e con la chat integrata potrai sempre parlare con il tuo equipaggio. JojobRT non ti lascia a piedi!

Condividi e sali a bordo!

Condividi i tragitti e i costi. Fai del bene all'ambiente e alle tue tasche. La soluzione c'è, devi solo salire a bordo. Ti aspettiamo su JojobRT!

Trova un passaggio ora

Diventa un driver

Cosa dicono di noi

TutteDa privatiDa aziendeDa territori

Lorenzo C.

Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."

Giuseppe T.

CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."

Luisa D.

HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."

Roberto S.

Sindaco Basiglio

"La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."

Marco T.

Utente privato

"Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."

Francesca R.

Utente privato

"Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

L'impatto dei nostri progetti

4.104.825
Kg di CO₂ risparmiata

6.368.569
€ risparmiati

205.242
alberi equivalenti

Gli articoli che parlano di noi

Gazzetta MOTORI

30/05/2024

Casa-lavoro in auto, il pieno di benzina costa 3 mila euro l'anno

Leggi l'articolo

la Repubblica

22/03/2024

Carpooling: quanto si risparmia e quanto si riducono le emissioni di CO₂ condividendo l'auto

Leggi l'articolo

ask-nexus

24/03/2023

Casa-lavoro, smart working, carpooling, bici: risparmio 2022 635mila euro

Leggi l'articolo

NORDEST ECONOMIA

01/09/2022

Al lavoro a piedi, in bici o in carpooling, Breton premia i dipendenti

Leggi l'articolo

Sfoglialtutti gli articoli

Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?

Quali sono i vantaggi di fare carpooling?

L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?

Come si pubblica un viaggio?

E se non trova nessun passaggio?

Si può cancellare un viaggio?

Gazzetta MOTORI

30/05/2024

Casa-lavoro in auto, il pieno di benzina costa 3 mila euro l'anno

Leggi l'articolo

la Repubblica

22/03/2024

Carpooling: quanto si risparmia e quanto si riducono le emissioni di CO₂ condividendo l'auto

Leggi l'articolo

ask-nexus

24/03/2023

Casa-lavoro, smart working, carpooling, bici: risparmio 2022 635mila euro

Leggi l'articolo

NORDEST ECONOMIA

01/09/2022

Al lavoro a piedi, in bici o in carpooling, Breton premia i dipendenti

Leggi l'articolo

Sfoglialtutti gli articoli

Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?

Quali sono i vantaggi di fare carpooling?

L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?

Come si pubblica un viaggio?

E se non trova nessun passaggio?

Si può cancellare un viaggio?

Carpooling aziendale: i dati di JojobRT

Leggi di più

Scarica l'app mobile

App Store

Google Play

L'azienda

Cosa facciamo

Assistenza

Jojob

f

Instagram

WhatsApp

LinkedIn

Privacy Policy

Cookie Policy

Bringme Srl Società Benefit

Via Pier Carlo Boggio, 59 - 10138 Torino

P.IVA: 10979400016 - Capitale Sociale 22.879.40€ I.v. - REA TO1177694

Cosa dicono di noi

TutteDa privatiDa aziendeDa territori

CARPOOLING AZIENDALE



Guarda il progetto completo su Figma!

Jojob

HomePrivatiAziendeTerritoriChi siamoContatti

Scarica l'app

🇮🇹

Home > Aziende

La tua azienda green e sostenibile: carpooling per i tuoi dipendenti

Ti offriamo un'alternativa di mobilità affidabile e sicura ai tuoi dipendenti, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale ed economico diffondendo la cultura della mobilità sostenibile.

Scopri i pacchetti disponibiliCome funziona

Le aziende con cui lavoriamo



Come renderemo il carpooling casa-lavoro un successo

Analisi dell'azienda

Creeremo la community aziendale ad hoc in base alle esigenze dei tuoi dipendenti.

Lancio del servizio

Insieme organizzeremo il miglior lancio del servizio in azienda con i materiali personalizzati, formazione e supporto ad ogni singolo dipendente.

Campagne accattivanti

Incentiveremo i tuoi dipendenti all'utilizzo del carpooling, tramite cashback e gift card.

Monitoraggio in real time

Potrai visualizzare in real time i risultati in termini di CO2, risparmio economico e di utilizzo.

Scopri di più

Vuoi toccare con mano tutto il processo?

Ti offriamo un'alternativa di mobilità affidabile e sicura ai tuoi dipendenti, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale ed economico diffondendo la cultura della mobilità sostenibile.



tutto il processo?

Ti offriamo un'alternativa di mobilità affidabile e sicura ai tuoi dipendenti, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale ed economico diffondendo la cultura della mobilità sostenibile.

Richiedi una demo del servizio



Trascrizione del video

Pacchetti disponibili

	Green Impact	Limited Impact
Creazione Community Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Materiali di comunicazione	✓	✓
Pannello di controllo dati globali e nominali Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Analisi azienda	✓	✓
Attivazione fisica/digitale	✓	✓
Affiancamento lancio servizio	✓	✓
Campagne Marketing Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✗
Campagne personalizzate	✓	✗
Possibili personalizzazioni Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.	✓	✓
Abilitazione sezione PSCL	✓	✗
Comunicazione esterna	✓	✗
Supporto utenti	✓	✓

Possibilità di attivazione servizi extra
Cashback, Bici & Piedi, Smart Working, Navette, PSCL, Carbon Neutral

Richiedi informazioni

Cosa dicono di noi

TuttoDa privatiDa aziendeDa territori

Lorenzo C.
Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."

Giuseppe T.
CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."

Luisa D.
HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."

Roberto S.

Marco T.

Francesca B.

L'impatto dei nostri progetti

4.104.825

Kg di CO2 risparmiati

6.368.569

€ risparmiati

205.242

alberi equivalenti

Casi studio

Airflow S.P.A.

+3500 passaggi effettuati in un anno

Cosa abbiamo effettuato?

Fornitura e formazione per il portale aziendale. Attività di promozione all'interno dell'azienda e consulenza specifica sul servizio. Costante supporto per il progetto per aumentare la partecipazione.

Giacometti Auto S.R.L.

+120 dipendenti hanno aderito in 1 mese dal lancio

Cosa abbiamo effettuato?

Attività di promozione all'interno dell'azienda e consulenza specifica sul servizio. Corsi e giornate di sensibilizzazione sull'ambiente.

Carica più casi studio

Richiedi la demo

Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda

Inserisci il nome dell'azienda

Avanti

E' ancora troppo presto per la demo?
Contattaci e parliaci della tua azienda



Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?

Quali sono i vantaggi di fare carpooling?

L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?

Come si pubblica un viaggio?

E se non trovo nessun passaggio?

CARPOOLING PRIVATI



Guarda il progetto completo su Figma!

Jojob

HomePrivatiAziendeTerritoriChi siamoContattiScarica l'app

Home > Privati

Carpooling per privati

Qual è il tuo tragitto abituale?

Inserisci luogo di partenza:

Partenza

Inserisci luogo di arrivo:

Arrivo

Abbiamo trovato 2 passaggi.

Costo medio: 3€

Vedi i passaggi disponibili

Scarica l'app

Ecco come funziona

Trascrizione del video

Il tuo tragitto casa-lavoro in condivisione

Scarica l'app

Scarica gratuitamente l'app Jojob Real Time Carpooling, registrati e inserisci il tuo tragitto casa-lavoro. JojobRT ti proporrà i carpoolers più adatti a te!

Pianifica i tuoi viaggi

Scegli la proposta più adatta alle tue esigenze e pianifica i tuoi viaggi. Puoi pianificarli in anticipo o all'ultimo minuto e con la chat integrata potrai sempre parlare con il tuo equipaggio. JojobRT non ti lascia a piedi!

Trava un passaggio ora

Diventa un driver

Condividi e sali a bordo!

Condividi i tragitti e i costi. Fai del bene all'ambiente e alle tue tasche. La soluzione c'è, devi solo salire a bordo. Ti aspettiamo su JojobRT!

Vuoi diventare un Driver?

Condividi il tuo viaggio abituale con altri carpooler. Fai bene all'ambiente e rientra dalle spese. Come applicare? È GRATIS. Clicca sotto e scarica l'app.

Scarica l'app e applica come driver

Cosa dicono di noi

TutteDa privatiDa aziendeDa territori

Lorenzo C.
Assessore provincia di Gorizia

"Abbiamo promesso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."

Giuseppe T.
CEO Airflow SPA

"Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."

Luisa D.
HR Manager

"I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."

Roberto S.
Sindaco Basiano

"La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."

Marco T.
Utente privato

"Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."

Francesca R.
Utente privato

"Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

L'impatto dei nostri progetti

4.104.825
Kg di CO₂ risparmiati

6.368.569
€ risparmiati

205.242
alberi equivalenti

Programma viaggio sicuro

I driver in piattaforma sono selezionati e verificati per garantirti un viaggio condiviso sicuro e senza pensieri.

Scopri di più sul programma di certificazione

Programma viaggio sicuro

I driver in piattaforma sono selezionati e verificati per garantirti un viaggio condiviso sicuro e senza pensieri.

Scopri di più sul programma di certificazione

Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?

Quali sono i vantaggi di fare carpooling?

L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?

Come si pubblica un viaggio?

E se non trovo nessun passaggio?

Si può cancellare un viaggio?

Scarica l'app mobile

Download on the App StoreGET IT ON Google Play

L'azienda

Cosa facciamo

Assistenza

Jojob

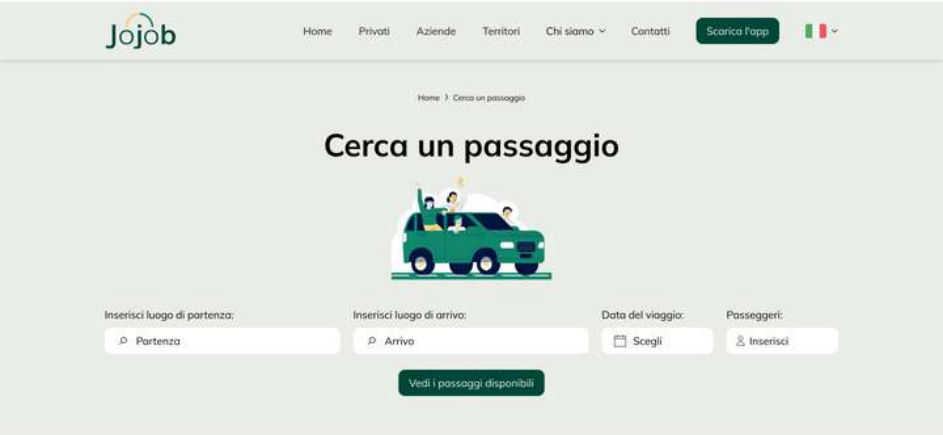
[Privacy Policy](#)[Cookie Policy](#)

Bringme Srl Società Benefit
Via Pier Carlo Boggio, 59 - 10138 Torino
P.IVA: 10979400016 - Capitale Sociale 22.879.40€ i.v. - REA TO1177694

CERCA PASSAGGIO



Guarda il progetto completo su Figma!



Ordinamento e filtri della ricerca

Orario di partenza 08:00 Verona P.N. → Bologna Aeroporto 16,20€ / persona Alessandro • 5.0 (1) Tesla Model 3 • Posti liberi: 2 Vedi viaggio	Orario di partenza 08:15 Verona P.N. → Bologna Aeroporto 15,50€ / persona Guido • 4.7 (1) Ford Fiesta • Posti liberi: 3 Vedi viaggio	Orario di partenza 09:00 Verona P.N. → Bologna Aeroporto 15,00€ / persona Martina • 5.0 (1) Ford Fiesta • Posti liberi: 1 Vedi viaggio	Nessun altro passaggio disponibile Affina ricerca Modifica filtri
--	---	---	--

Come funziona il servizio



Trascrizione del video

Cosa dicono di noi

Tutte Da privati Da aziende Da territori

Lorenzo C. Assessore provincia di Gorizia "Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."	Giuseppe T. CEO Airflow SPA "Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."	Luisa D. HR Manager "I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."
Roberto S. Sindaco Basiglio "La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."	Marco T. Utente privato "Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."	Francesca R. Utente privato "Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

Vuoi diventare un Driver?

Condividi il tuo viaggio abituale con altri carpooler. Fai bene all'ambiente e rientra dalle spese. Come applicare? È GRATIS. Clicca sotto e scarica l'app.

Scarica l'app e applica come driver



Cosa dicono di noi

Tutte Da privati Da aziende Da territori

Lorenzo C. Assessore provincia di Gorizia "Abbiamo promosso il servizio di carpooling nel nostro comune e i risultati sono stati eccezionali. Meno traffico, meno inquinamento e una cittadinanza più attenta e consapevole. Un progetto che continueremo a sostenere con convinzione."	Giuseppe T. CEO Airflow SPA "Non solo ha ridotto il traffico nei parcheggi aziendali, ma ha anche migliorato la coesione tra i team."	Luisa D. HR Manager "I dipendenti sono più motivati e puntuali, e l'iniziativa ha rafforzato il nostro impegno verso l'ambiente."
Roberto S. Sindaco Basiglio "La comunità ha risposto positivamente, dimostrando che la collaborazione e l'innovazione possono davvero fare la differenza."	Marco T. Utente privato "Il sistema di prenotazione è semplice e ho sempre trovato compagni di viaggio affidabili."	Francesca R. Utente privato "Utilizzo il servizio di carpooling per recarmi al lavoro ogni giorno, e non potrei essere più soddisfatta! Non solo risparmio sui costi della benzina, ma ho anche fatto nuove amicizie durante il tragitto. È una soluzione ecologica e conveniente che consiglio a tutti!"

Leggi tutte le recensioni

L'impatto dei nostri progetti

4.104.825 Kg di CO₂ risparmiati	6.368.569 € risparmiati	205.242 alberi equivalenti
---	------------------------------------	---------------------------------------

Programma viaggio sicuro

I driver in piattaforma sono selezionati e verificati per garantirti un viaggio condiviso sicuro e senza pensieri.

Scopri di più sul programma di certificazione



Programma viaggio sicuro

I driver in piattaforma sono selezionati e verificati per garantirti un viaggio condiviso sicuro e senza pensieri.

Scopri di più sul programma di certificazione



Le risposte alle tue domande

Hai altri dubbi?

Leggi tutte le FAQ

Che cos'è il carpooling?	▼
Quali sono i vantaggi di fare carpooling?	▼
L'assicurazione copre i passeggeri in caso di sinistro?	▼
Come si pubblica un viaggio?	▼
E se non trovo nessun passaggio?	▼
Si può cancellare un viaggio?	▼

Scarica l'app mobile



L'azienda ▼ Cosa facciamo ▼ Assistenza ▼

Jojob



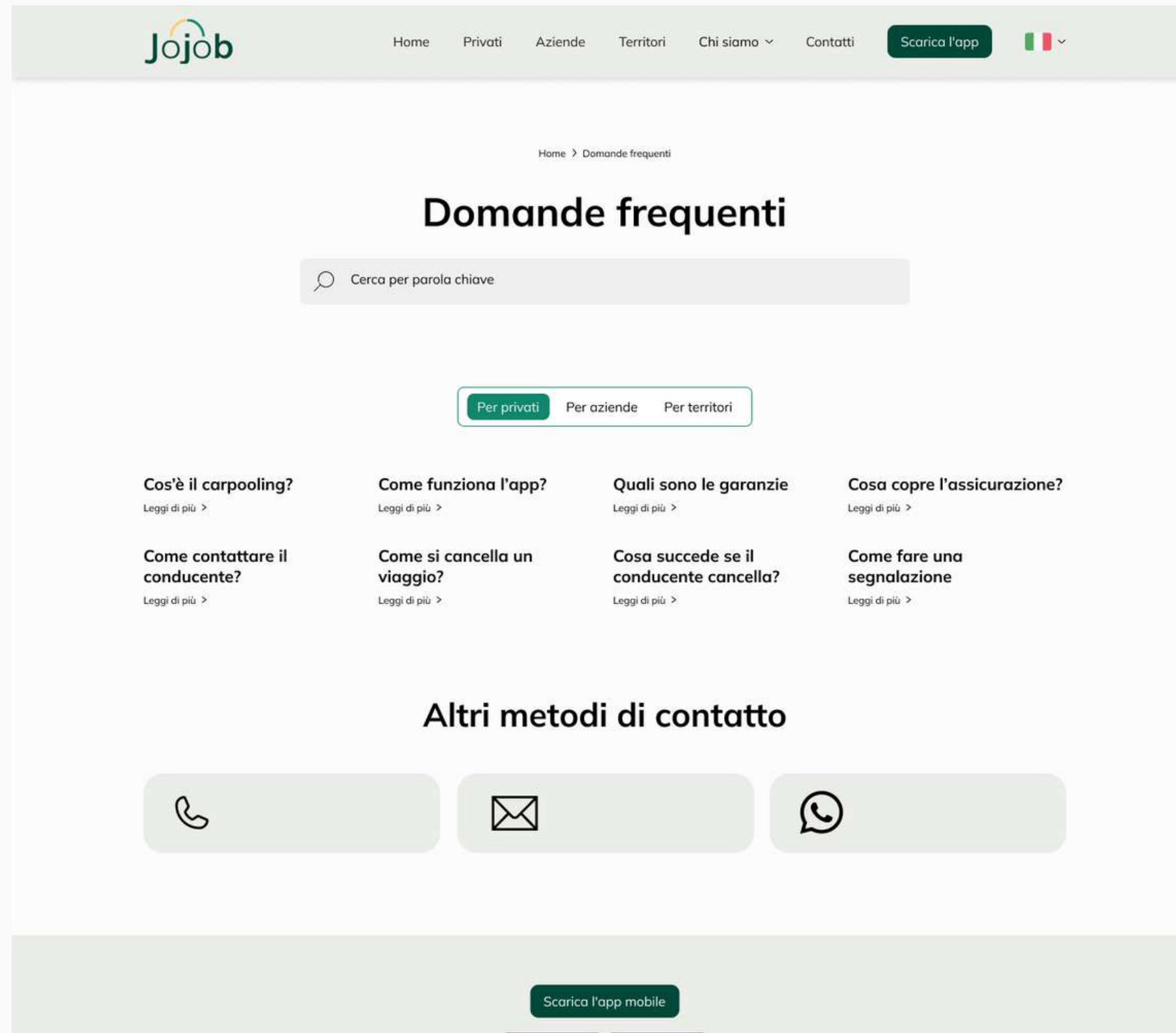
Privacy Policy Cookie Policy

Bringme Srl Società Benefit
Via Pier Carlo Boggio, 59 - 10138 Torino
P.IVA: 10979400016 - Capitale Sociale 22.879.40€ i.v. - REA TO1177694

FAQ - DOMANDE FREQUENTI



[Guarda il progetto completo su Figma!](#)



CONTATTI



[Guarda il progetto completo su Figma!](#)



[Home](#) [Privati](#) [Aziende](#) [Territori](#) [Chi siamo](#) [Contatti](#) [Scarica l'app](#) 

[Home](#) > [Contatti](#)

Contatti

[Per privati](#) [Per aziende](#) [Per territori](#)

Parlaci della tua azienda

Entra in contatto con noi e vediamo assieme come possiamo rendere più sostenibile la tua azienda

Nome della tua azienda:

[→ Continua](#)

Altri metodi di contatto







CHI SIAMO



Guarda il progetto completo su Figma!

Home > Chi siamo

Incontra il team



Gerard Albertengo
CEO & Founder
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Cristina Costanza
Office & PR Manager
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Vincenzo Raniti
Sales Manager
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Antonio Polia
CTO
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Sara Negro
Customer service manager
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Giorgia Riso
Web Designer
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Carlos Luis Petit
Sales Account Italia e Spagna
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Nadeem Iqbal
Senior Backend Developer
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Barbara Romeo
Amministrazione
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Alessandro Bongiovanni
Customer Service Account
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Andrea Callegher
Sales Account Italia
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Vincenzo Aquilino
Sales Account Italia
[Vai al profilo LinkedIn](#)

Il Carpooling come prima scelta per il trasporto per i pendolari

JojobRT si impegna a promuovere la mobilità sostenibile tramite soluzioni innovative di carpooling aziendale, migliorando la qualità della vita lavorativa e riducendo l'impatto ambientale.

Abbiamo creato un sistema di trasporto più efficiente e green, risparmiando risorse, facile da implementare e di grande successo tra le aziende già nostre partner.

Valori chiave includono la sostenibilità, la collaborazione tra aziende e dipendenti, e l'innovazione per promuovere un futuro più ecologico e conveniente per tutti.



Il Carpooling come prima scelta per il trasporto per i pendolari

JojobRT si impegna a promuovere la mobilità sostenibile tramite soluzioni innovative di carpooling aziendale, migliorando la qualità della vita lavorativa e riducendo l'impatto ambientale.

Abbiamo creato un sistema di trasporto più efficiente e green, risparmiando risorse, facile da implementare e di grande successo tra le aziende già nostre partner.

Valori chiave includono la sostenibilità, la collaborazione tra aziende e dipendenti, e l'innovazione per promuovere un futuro più ecologico e conveniente per tutti.



Come siamo nati

2021

Nasce "Bringme Carpooling & Autostop"
Uno dei primissimi portali di carpooling in Italia dotato di propria app e che supera 17.000 richieste di passaggio a settimana

2023

La startup crea la società di capitali.
Con l'apporto di un seed investment da parte di un fondo italiano diviene una società di capitali e fornitore di un servizio dedicato di carpooling per gli studenti dell'Università Sapienza di Roma.

2024

Nasce Jojob Carpooling Aziendale
Un servizio completamente studiato e progettato per rispondere alle esigenze dei pendolari che quotidianamente percorrono la tratta casa - lavoro.

2025

Le prime aziende su Jojob
A marzo viene commercializzato Jojob Carpooling Aziendale e

B Corp e Società Benefit

Bringme Srl è una Società Benefit e B Corp. Scopri il nostro impegno per perseguire quello che per noi è sempre stato il primo obiettivo: la sostenibilità.

[Scopri di più](#)

Certified



Corporation

This company meets the highest standards of social and environmental impact

Codice Etico

Abbiamo inoltre introdotto il nostro Codice Etico che rispecchia la nostra mappa dei valori e promuove comportamenti virtuosi

[Leggi ora](#)



2021

Nasce "Bringme Carpooling & Autostop"
Uno dei primissimi portali di carpooling in Italia dotato di propria app e che supera 17.000 richieste di passaggio a settimana

2023

La startup crea la società di capitali.
Con l'apporto di un seed investment da parte di un fondo italiano diviene una società di capitali e fornitore di un servizio dedicato di carpooling per gli studenti dell'Università Sapienza di Roma.

2024

Nasce Jojob Carpooling Aziendale
Un servizio completamente studiato e progettato per rispondere alle esigenze dei pendolari che quotidianamente percorrono la tratta casa - lavoro.

2025

Le prime aziende su Jojob
A marzo viene commercializzato Jojob Carpooling Aziendale e

B Corp e Società Benefit

Bringme Srl è una Società Benefit e B Corp. Scopri il nostro impegno per perseguire quello che per noi è sempre stato il primo obiettivo: la sostenibilità.

[Scopri di più](#)

Certified



Corporation

This company meets the highest standards of social and environmental impact

Codice Etico

Abbiamo inoltre introdotto il nostro Codice Etico che rispecchia la nostra mappa dei valori e promuove comportamenti virtuosi

[Leggi ora](#)



[Per privati](#) [Per aziende](#) [Per territori](#)

Il tuo tragitto casa-lavoro in condivisione

[Trova un passaggio](#)

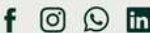
[Scarica l'app mobile](#)



L'azienda

Cosa facciamo

Assistenza



[Privacy Policy](#) [Cookie Policy](#)

Bringme Srl Società Benefit
Via Pier Carlo Baggio, 59 - 10138 Torino
P.IVA: 10979400016 - Capitale Sociale: 22.879,40€ i.v. - REA TO1177694

[Per privati](#) [Per aziende](#) [Per territori](#)

USER FLOW

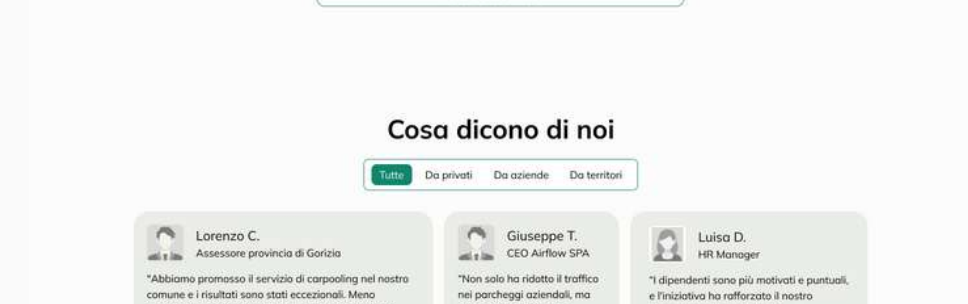
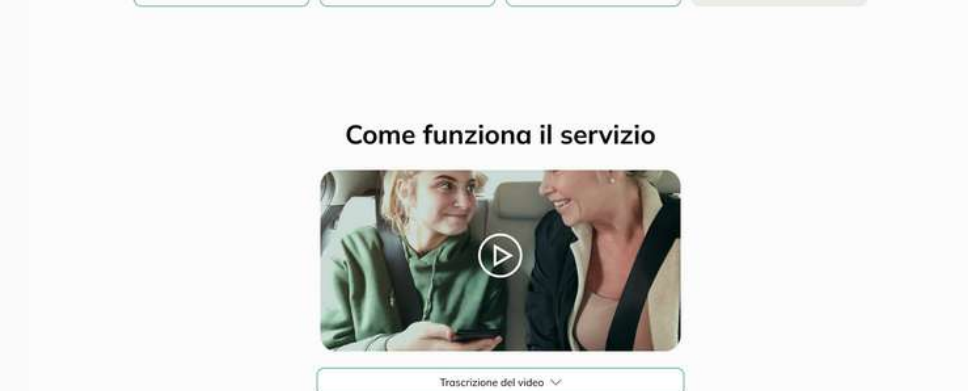
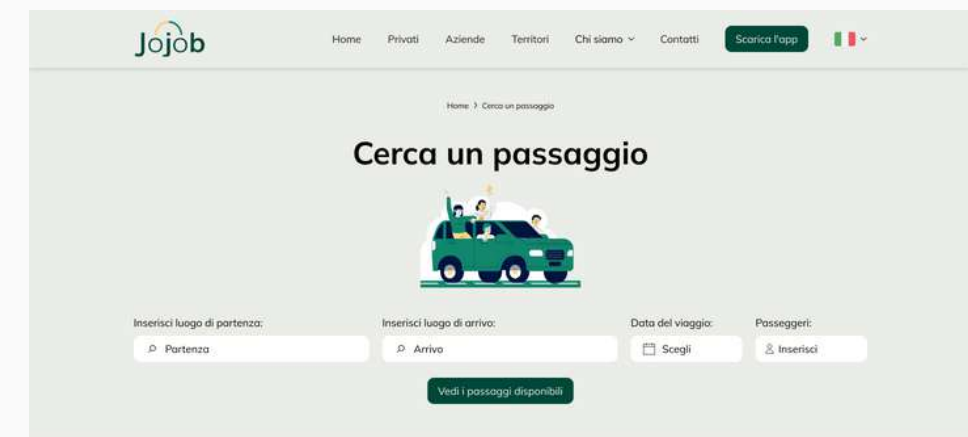
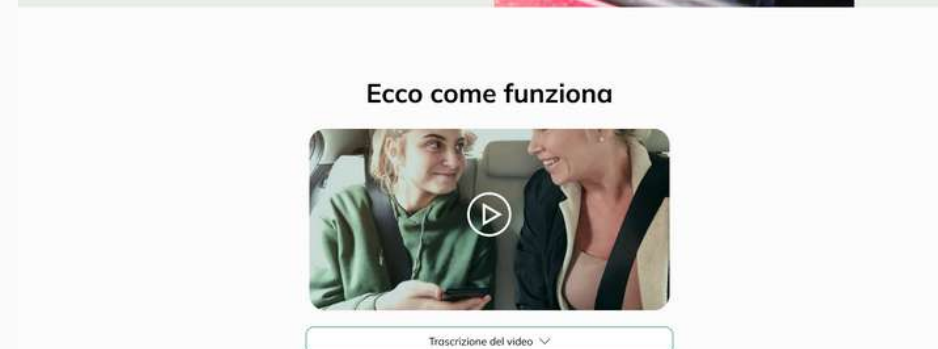
Desktop

USER FLOW - PRIVATI

Homepage

Carpooling privati

Cerca un passaggio

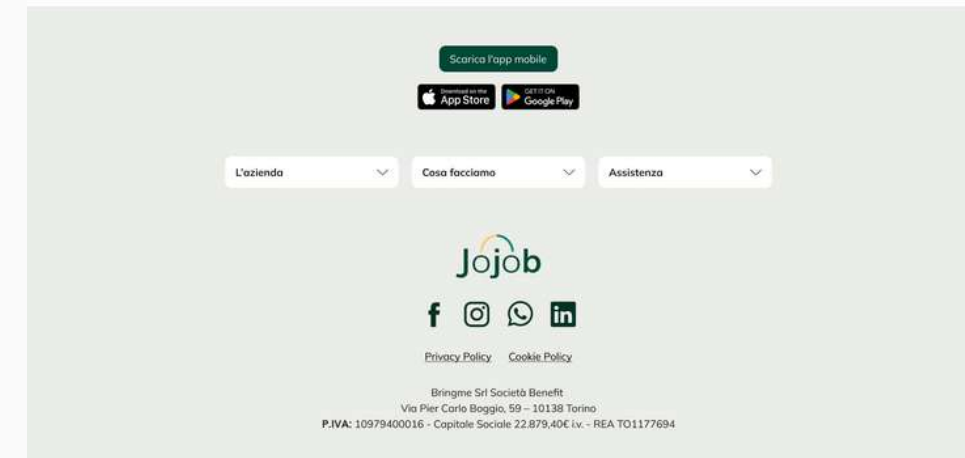
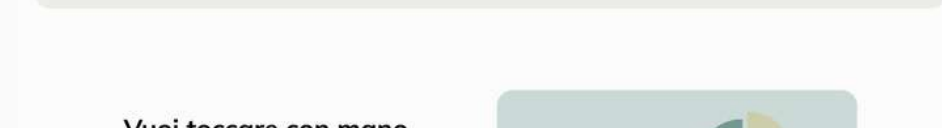
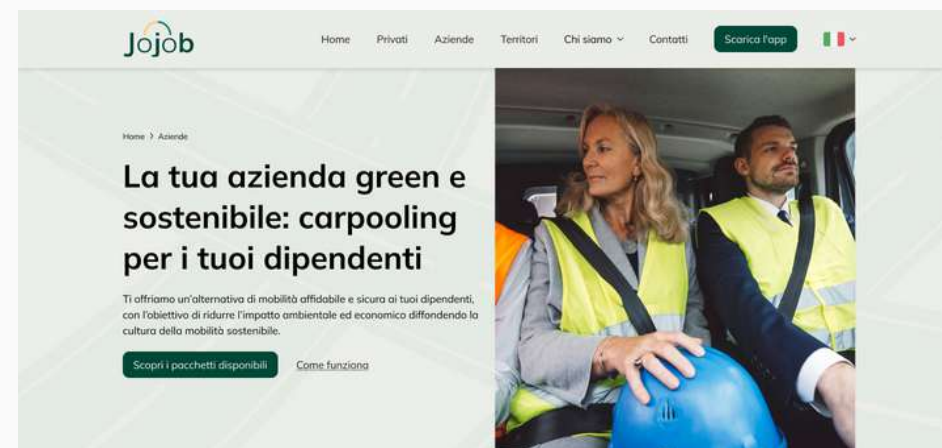


USER FLOW - AZIENDE

Homepage

Carpooling aziendale

Contatti





GRAZIE
PER L'ATTENZIONE

Simone Apicella
simonduemila@gmail.com