

**UX/UI case study**

Settembre 2025



***STARSHOP.IT***

---

**Matteo Cavaliere**

Master in UX/UI design e AI





# Indice



## **I** Introduzione

- 2 Indice
- 3 Cos'è Starshop

## **1** Brand Identity

- 5 Logo
- 7 Scalabilità del Logo
- 8 Mockup
- 9 Color palette
- 10 Font
- 11 Icons

## **2** Discovery

- 13 Analisi as is
- 16 Valutazione Usabilità
- 17 Sitemap
- 18 Competitors
- 20 Analisi comparativa
- 24 Esito analisi comparativa
- 25 Survey e target
- 29 Risultati survey
- 30 User Personas e User Journey
- 36 New Sitemap
- 37 New User Journey

## **3** UX Wireframe

- 41 Griglia utilizzata
- 42 Wireframe Mobile
- 53 Wireframe Desktop
- 60 Wireflow 1
- 61 Wireflow 2

## **4** User Interface

- 63 Prototipo UI
- 64 Prototipo Mobile
- 71 Prototipo Desktop
- 78 Components

## **5** User Test

- 82 Usability Test
- 83 Maze
- 84 Esito User Test



# Cos'è Starshop



Il progetto nasce all'interno del mio percorso di **Master in UX/UI Design e AI** e ha come obiettivo la riprogettazione di **Starshop.it**, l'e-commerce ufficiale di **Star Comics**, una delle case editrici di fumetti più importanti in Italia. L'intento è quello di migliorare l'esperienza di navigazione e d'acquisto degli utenti, rafforzando al tempo stesso la **brand identity**.

Starshop rappresenta un punto di riferimento per i lettori e collezionisti di fumetti, offrendo un **catalogo ampio** e costantemente aggiornato. Tuttavia, il sito presenta alcune **criticità** a livello di usabilità e design che rischiano di limitare il suo grande potenziale, soprattutto in confronto ai competitor del settore.

Il settore dei fumetti e dei manga è in **forte crescita** negli ultimi anni, con un pubblico sempre più ampio e trasversale. Starshop, oltre a essere un punto di riferimento per i collezionisti, gode anche di una **forte presenza sui social**, dove la community si dimostra attiva e coinvolta. Un e-commerce ben progettato diventa quindi uno **strumento fondamentale** per intercettare e valorizzare questo interesse crescente.

Le motivazioni che hanno guidato il lavoro partono proprio da qui: creare un'esperienza più **chiara, intuitiva e coinvolgente** per gli utenti. La riprogettazione non punta soltanto a rendere più semplice e piacevole l'acquisto, ma anche a consolidare la presenza digitale di Starshop, **uniformando la comunicazione** del brand tra e-commerce e casa editrice.





# 1 Brand identity

---

Logo  
Mockup  
Color palette  
Font  
Icône



# Logo



## | Logo corrente

Il logo corrente di Starshop è sicuramente **semplice, versatile e funzionale** e queste sono ottime caratteristiche per un logo, ma presenta anche varie mancanze. In primis, è **facilmente confondibile**, essendo la stella un simbolo ampiamente utilizzato da numerosi marchi, ed in secondo luogo è **completamente scollegato** dal brand della casa editrice originaria di Star Comics.

Inoltre, anche il font utilizzato nel logotipo è molto lontano dal brand originale ed ha **poco impatto visivo**, rischiando così di venire oscurato dai competitors.



## | Logo nuovo

Per progettare il nuovo logo di Starshop, ho deciso di partire dal logo di **Star Comics**, marchio molto diffuso nel mondo del fumetto e molto più **moderno e riconoscibile**.

Ritengo che uniformare i due loghi possa **migliorare la comunicazione** di entrambi i brand creando una **narrazione comune** più efficace. Gli utenti potranno riconoscere così al primo sguardo il loro marchio di fumetti preferito e viceversa lo shop online migliore da cui comprarli.







## Costruzione del logo

Per il redesign del logo di Starshop.it, ho scelto di partire dall'identità visiva di **Star Comics**, con l'obiettivo di rafforzare la **coerenza** e la **riconoscibilità** tra i due brand. Ho affiancato al marchio un'icona a forma di borsa, simbolo universalmente riconosciuto dello shopping, per comunicare in modo immediato **la natura e-commerce** della piattaforma.

Il risultato è un logo che rappresenta lo **shop online ufficiale** dove acquistare i fumetti originali Star Comics.

## Logo Clearspace

Per assicurarsi una **leggibilità ottimale** del logo in ogni situazione, è necessario distanziare gli elementi circostanti di una distanza pari almeno alle **dimensioni della stella** presente nel nuovo logo di Starshop.





# Scalabilità del logo





# Mockup

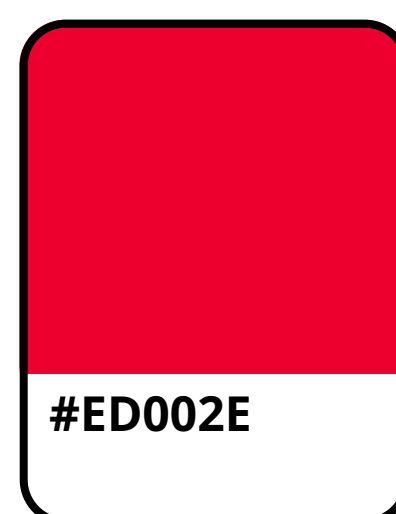
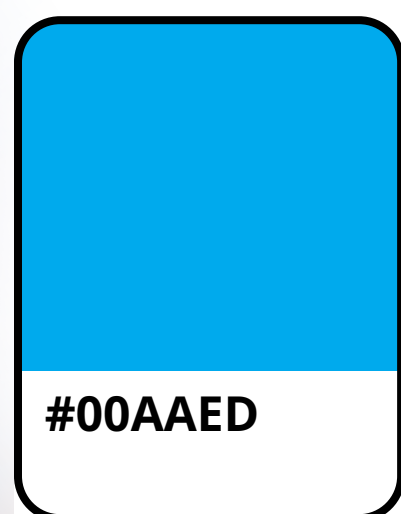




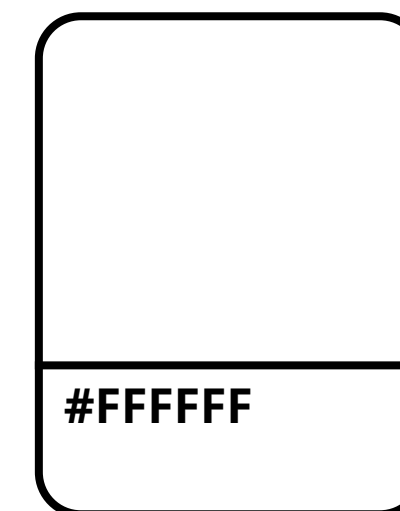
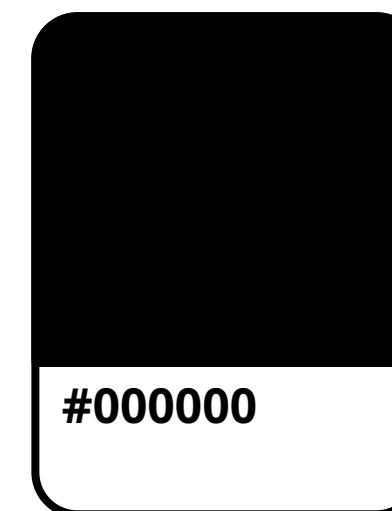
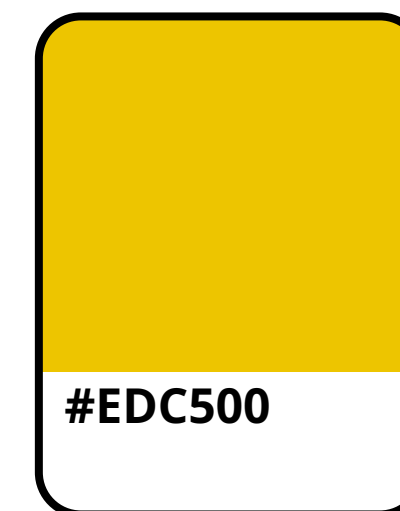
# Color palette



Per la nuova palette colori ho scelto un sistema basato sulla **triade cromatica**, così da ottenere un equilibrio visivo più armonico. I colori principali sono: **azzurro** (**#00AAED**), ripreso dal logo di Star Comics, **giallo** (**#EDE100**), ispirato al logo originale di Starshop.it ma adattato a una tonalità differente per integrarsi meglio con l'azzurro, e **rosso** (**#ED002E**), utilizzato in modo selettivo per mettere in risalto alcuni dettagli.



A questi si affiancano un blu scuro (**#003B52**) e un giallo scuro (**#EDC500**), impiegati negli stati hover degli elementi interattivi. La palette viene completata da nero (**#000000**) e bianco (**#FFFFFF**), che garantiscono leggibilità e versatilità nell'interfaccia.





# Font



Il logo di Star Comics è stato realizzato con il font **Segoe UI**, un sans-serif moderno, altamente **leggibile**, con linee pulite ed altamente **versatile** grazie alle numerose versioni disponibili come Regular, Italic, Semibold Bold, ed Heavy. Ho deciso quindi di mantenere questo font per il logo di Starshop e di utilizzarlo per i titoli, i paragrafi e gli elementi all'interno del redesign del sito web. In questo modo verrà creata una **coerenza visiva** all'interno di tutto il progetto creando maggiore **familiarità** negli utenti.

# Segoe UI

## | Bold italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789#%&()! = + ?***

## | Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789#%&()! = + ?**

## | Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789#%&()! = + ?



# Icone



Ho realizzato un set di cinque icone per le principali funzionalità di un e-commerce. La prima rappresenta l'**hamburger menu**, pensato per la versione mobile del sito, mentre la seconda rimanda alla **barra di ricerca**.

Per l'icona del **carrello** ho scelto di mantenere la borsa già utilizzata su Starshop.it, adattandola al nuovo logo per rafforzare il richiamo al brand.

La stella è stata utilizzata per identificare la **wishlist**: una forma molto diffusa online per rappresentare i prodotti preferiti. Per coerenza visiva e continuità con il brand, la stessa stella è stata inserita anche, in piccolo, nell'icona dedicata **all'account personale**.





# 2 Discovery

---

Analisi as is  
Sitemap  
Competitors  
Sondaggio  
User personas  
User Journey



# Analisi as is



Per individuare le **aree di intervento** nel redesign del sito Starshop.it, ho iniziato con un'analisi approfondita dell'attuale e-commerce, identificandone punti di forza e criticità. Ho applicato le **10 euristiche di Jakob Nielsen** per valutare l'usabilità sia della versione **desktop** che **mobile** del sito, ottenendo così una panoramica chiara dell'esperienza utente.

A supporto dell'analisi, ho inoltre ricostruito la **sitemap** del sito attuale.

## 1. Visibilità dello stato del sistema

### Pro

- Il sito informa l'utente delle azioni compiute come ad esempio l'aggiunta di elementi al carrello.
- Le breadcrumbs aiutano gli utenti ad orientarsi nella navigazione.

### Contro

- Le voci del menù non indicano la pagina corrente con un cambiamento di stato.
- Molti pulsanti non sono immediatamente identificabili e non presentano uno stato hover al passaggio del cursore.
- Alcuni elementi sembrano cliccabili quando invece non lo sono.

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

### Pro

- Il sito web di Starshop utilizza tutti i termini adeguati al settore avendo quindi un linguaggio facilmente comprensibile agli utenti.

### Contro

- Alcuni pulsanti effettuano azioni differenti da quelle indicate.
- Il pulsante che permette di aggiungere i prodotti al carrello è molto differente dallo standard di settore.



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

#### Pro

- Il sito permette all'utente di navigare in libertà senza limitazioni. Inoltre, presenta gli avvertimenti e i pulsanti necessari per annullare o ripetere le azioni compiute.

### | 4. Coerenza e standard

#### Contro

- Quando si clicca su alcuni pulsanti essi cambiano lingua e rimangono in una lingua differente.
- Design differente tra le pagine del sito: la pagina con i risultati della ricerca in particolare è molto differente dalle altre.
- Il menù dell'header ha elementi simili che si comportano in modo differente generando confusione negli utenti.
- Pulsanti che rimandano ad azioni simili hanno testi differenti.

### | 5. Prevenzione degli errori

#### Contro

- All'interno del sito web sono presenti solamente in parte dei messaggi che prevengono gli errori degli utenti. Ad esempio l'avviso per la cancellazione di elementi dal carrello è presente solo in una delle due pagine in cui sarebbe necessario.

### | 6. Riconoscimento piuttosto che ricordo

#### Pro

- Il sito web presenta tutte le indicazioni necessarie per permettere gli utenti di ricordare tutte le informazioni necessarie.

### | 7. Flessibilità ed efficienza d'uso

#### Contro

- Strshop.it non presenta una navigazione intuitiva per utenti principianti, in particolare i menù sono spesso poco chiari e non presentano tutte le informazioni necessarie.
- Non è presente una navigazione tramite tastiera.



## | 8. Design estetico e minimalista

- Pro**
- Gli elementi di design superflui sono ridotti al minimo puntando verso un design minimal delle interfacce.
- Contro**
- In alcuni elementi, come ad esempio in alcuni pulsanti, menu e descrizioni, non viene adottato un design minimalista.

## | 9. Aiutare gli utenti a riconoscere, diagnosticare e risolvere gli errori

- Pro**
- I messaggi di errore sono chiari e forniscono degli esempi su come risolvere il problema. Ad esempio: il messaggio di errore inserendo una mail non valida in fase di acquisto.

## | 10. Aiuto e documentazione

- Pro**
- Starshop.it presenta tutti gli aiuti e le informazioni necessari agli utenti attraverso un'apposita sezione del footer dove sono presenti i link a varie pagine contenenti le informazioni necessarie.



# Valutazione usabilità



## | Learnability

Starshop.it offre un **layout abbastanza intuitivo**, con categorie chiare. Tuttavia, l'interfaccia può risultare visivamente **sovraccarica**, specialmente alla prima visita. Migliorare la **gerarchia visiva** aiuterebbe i nuovi utenti ad orientarsi più facilmente.

## | Efficiency

Gli utenti esperti riescono a navigare con discreta **rapidità**, grazie alla presenza di **filtri utili**. Tuttavia, la ricerca richiede spesso termini precisi e il checkout è **frammentato** in più passaggi. Snellire il flusso d'acquisto e rendere le **schede prodotto più leggere** migliorerebbe significativamente l'efficienza.

## | Memorability

La struttura del sito è simile a quella di altri e-commerce, così gli utenti **si orientano facilmente** nelle visite successive. Mancano però elementi visuali distintivi che rendano l'esperienza memorabile. **Aggiungere dettagli riconoscibili** e personalizzazione aumenterebbe la familiarità nei ritorni.

## | Errors

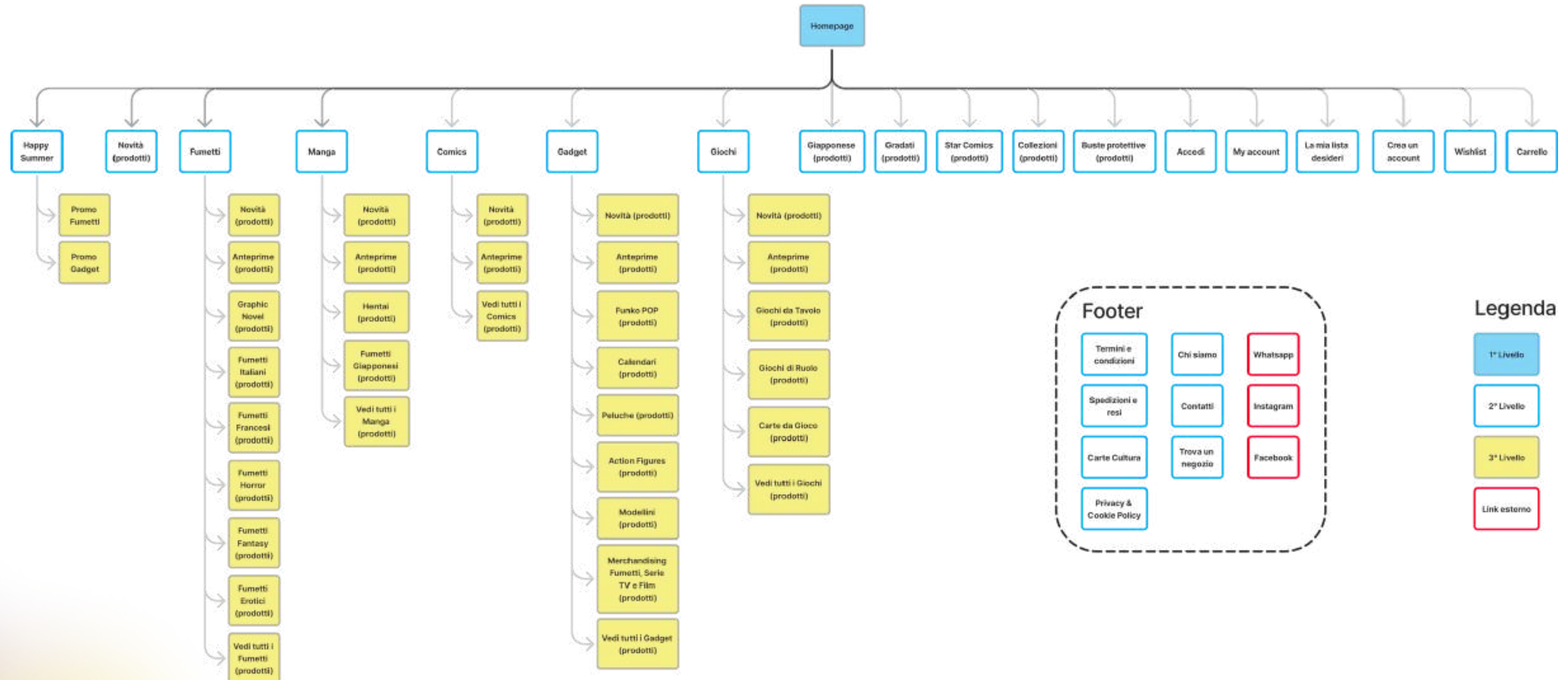
Il sito **gestisce bene** la maggior parte degli errori, con feedback chiari e funzionali. C'è ancora margine per migliorare la tolleranza nella ricerca e nel checkout, ma nel complesso l'implementazione è **efficace**.

## | Satisfaction

Un grande punto di forza di Starshop.it è **l'ampio catalogo** di prodotti. Tuttavia, l'interfaccia risulta spesso **sovraccarica** e **visivamente confusa**, compromettendo la qualità complessiva dell'esperienza utente.



# Sitemap





# Competitors



Per poter comprendere ancora più a fondo i punti di **forza** e di **debolezza** di Starshop, ho selezionato sei competitors principali con i quali condurre **un'analisi comparativa**. Tra questi vi sono alcune delle principali case editrici ed e-commerce del settore.

Questo confronto ha lo scopo di individuare **opportunità di miglioramento** e aree di intervento da sviluppare nella fase di redesign del sito web.



Fondata nel 1987, Star Comics è una delle principali case editrici italiane di manga e fumetti. Con un ampio catalogo e una presenza consolidata sul mercato, si posiziona come punto di riferimento per gli appassionati del genere giapponese in Italia.



Panini Comics è uno dei principali attori dell'editoria fumettistica in Italia, con un'offerta che spazia dai manga ai fumetti americani, tra cui Marvel e DC. Ha una forte distribuzione e una brand awareness molto alta, anche fuori dal target di nicchia.





J-POP è il marchio di Edizioni BD dedicato ai manga e alla cultura pop giapponese. Negli ultimi anni ha guadagnato grande popolarità grazie a titoli di successo e a una proposta editoriale attenta alle tendenze del momento, rivolgendosi a un pubblico giovane e appassionato.



Manga Yo è un e-commerce dedicato interamente ai manga, con un'offerta vasta e aggiornata. Si rivolge principalmente a un pubblico giovane e digitalmente attivo, proponendo spesso bundle, edizioni speciali e articoli esclusivi legati al mondo giapponese.



MyComics.it è una piattaforma di vendita online specializzata in manga e fumetti. Sebbene di dimensioni più contenute rispetto ai grandi editori, si distingue per l'attenzione al cliente e una proposta mirata a un pubblico di collezionisti e lettori abituali.










Il Covo del Nerd è un negozio online e fisico specializzato in prodotti nerd e pop culture, tra cui manga, fumetti, gadget, giochi da tavolo e action figure. Il suo posizionamento è fortemente legato alla community geek, con un'identità di brand informale e appassionata.










# Analisi comparativa










							
Navigazione intuitiva	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sito responsive	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Loading time veloce	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✓
CTA chiare	⚠	✗	✓	✓	✓	✓	⚠
Pulsante "Back to top"	✓	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Filtri ricerca ben fatti	✗	✗	✓	⚠	⚠	⚠	✓
Wishlist disponibile	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗










	 STARSHOP.IT	 STAR COMICS	 PANINI	 J-POP	 MANGA YO!	 MY/COMICS.it	 Il Covo del Nerd
Account personale	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Selezione lingua disponibile	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Stato hover sugli elementi	⚠	⚠	✓	✓	✓	✗	✓
Elementi cliccabili chiari	✗	⚠	✓	✓	✓	✓	✓
Coerenza stilistica	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Brand identity forte	⚠	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Design moderno	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗
FAQ	✗	✗	✓	✓	✓	✗	✓



	 STARSHOP.IT	 STAR COMICS	 PANINI	 J-POP	 MANGA YO!	 MY/COMICS.it	 Il Covo del Nerd
Ampio catalogo di fumetti	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗
Ampio catalogo di manga	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
Ampio catalogo di statuine e giochi	✓	✗	✗	✗	⚠	✓	✓
Fumetti gradati	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Prodotti consigliati pertinenti	✗	⚠	✓	✓	⚠	⚠	✓
Recensioni prodotti presenti	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✓
Attivi sui social media	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓



							
Checkout veloce	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Disponibilità in tempo reale	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Modalità di pagamento multiple	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Esperienza mobile gradevole	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Descrizione prodotti ben fatta	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Sezione "Novità" ben visibile	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Newsletter	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗



# Esito analisi comparativa

Attraverso il confronto con i principali competitors del settore, ho individuato diverse **opportunità di miglioramento** e **aree critiche** su cui intervenire per ottimizzare l'esperienza di navigazione e acquisto degli utenti.

È emerso che il sito di Starshop presenta alcune **criticità**, soprattutto in termini di **usabilità** e **coerenza del design**, sia a livello di singoli elementi che dell'interfaccia nel suo complesso. Queste carenze compromettono uno dei principali punti di forza del brand: il suo **vasto catalogo di prodotti**.

Un'altra area particolarmente debole è la **pagina prodotto**, dove numerosi dettagli risultano poco curati e necessitano di un attento **redesign** per valorizzare appieno le potenzialità di Starshop.it.

## Proposte di miglioramento

- **Uniformare** lo stile visivo e adottare un **design più moderno**
- Rendere più evidenti e comprensibili gli elementi interattivi e le **CTA**
- **Ampliare** e raffinare i filtri di ricerca per facilitare la navigazione
- Arricchire la pagina prodotto con **informazioni dettagliate** e rilevanti
- **Migliorare** la pertinenza dei prodotti suggeriti per incentivare l'acquisto





# Survey e target

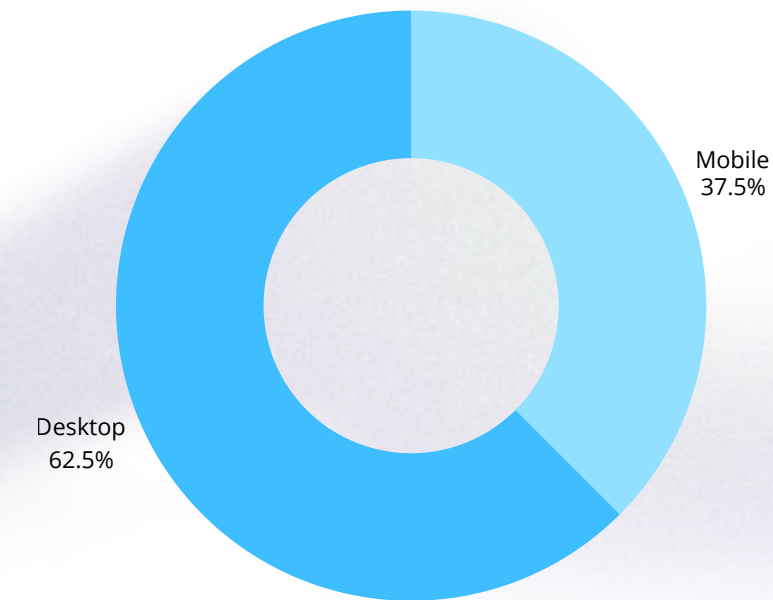


L'obiettivo di questo sondaggio è **verificare la validità** delle proposte di miglioramento individuate in fase di analisi e comprendere quali siano **le reali esigenze** degli utenti. I dati raccolti mi permetteranno di approfondire la conoscenza dei visitatori del sito, fornendo una base solida per la creazione di **user personas**, la definizione degli **user journey** e il successivo **redesign** del sito.

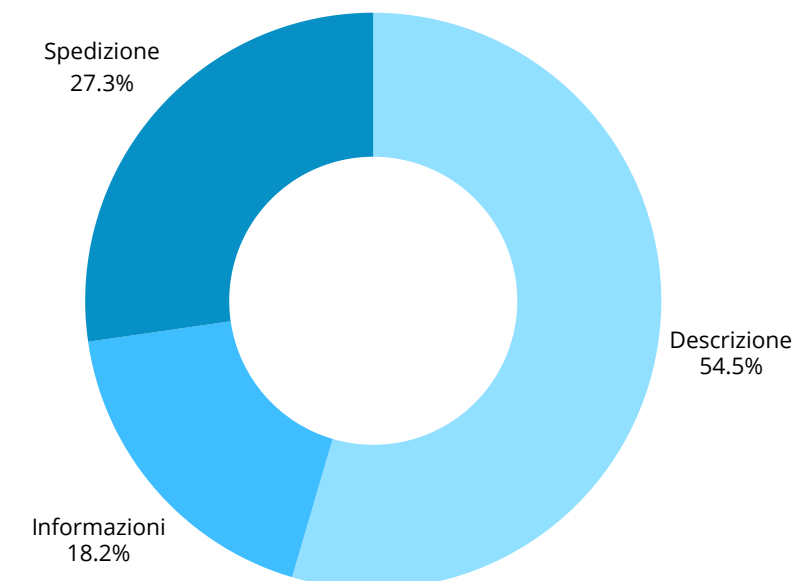
Il **target** di riferimento è ampio e diversificato, e comprende diverse fasce della popolazione:

- **Giovani lettori**, ovvero ragazzi appassionati di fumetti e manga.
- **Adulti tra i 25 e i 55 anni**, tra i quali è cresciuto negli ultimi anni l'interesse per il collezionismo.
- **Adulti oltre i 55 anni**, collezionisti a loro volta o genitori e nonni che acquistano online per i figli o i nipoti.

## 1. Quale dispositivo usi maggiormente per acquistare online?

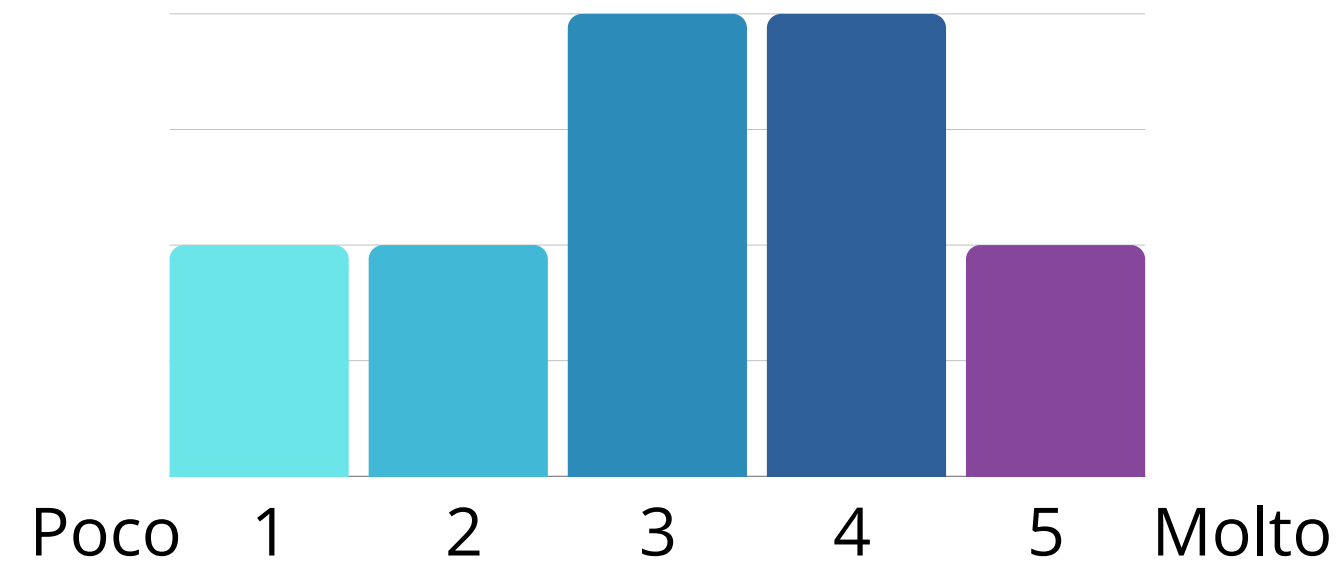


## 2. Visualizzando un prodotto, cosa ritieni più importante tra: descrizione, informazioni tecniche, informazioni di spedizione

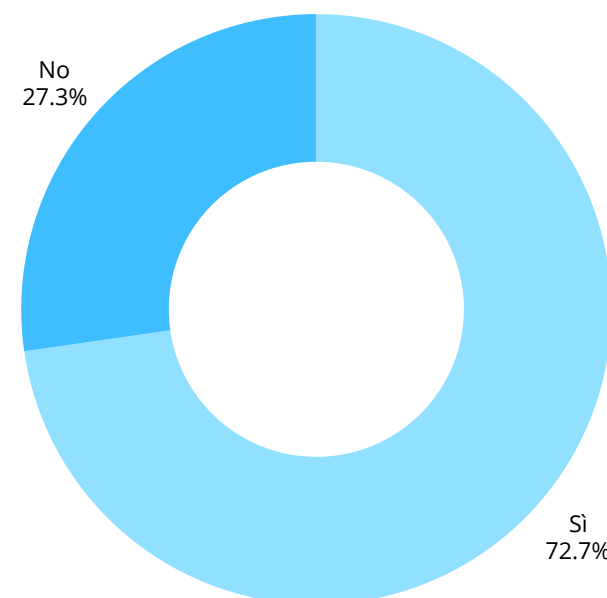




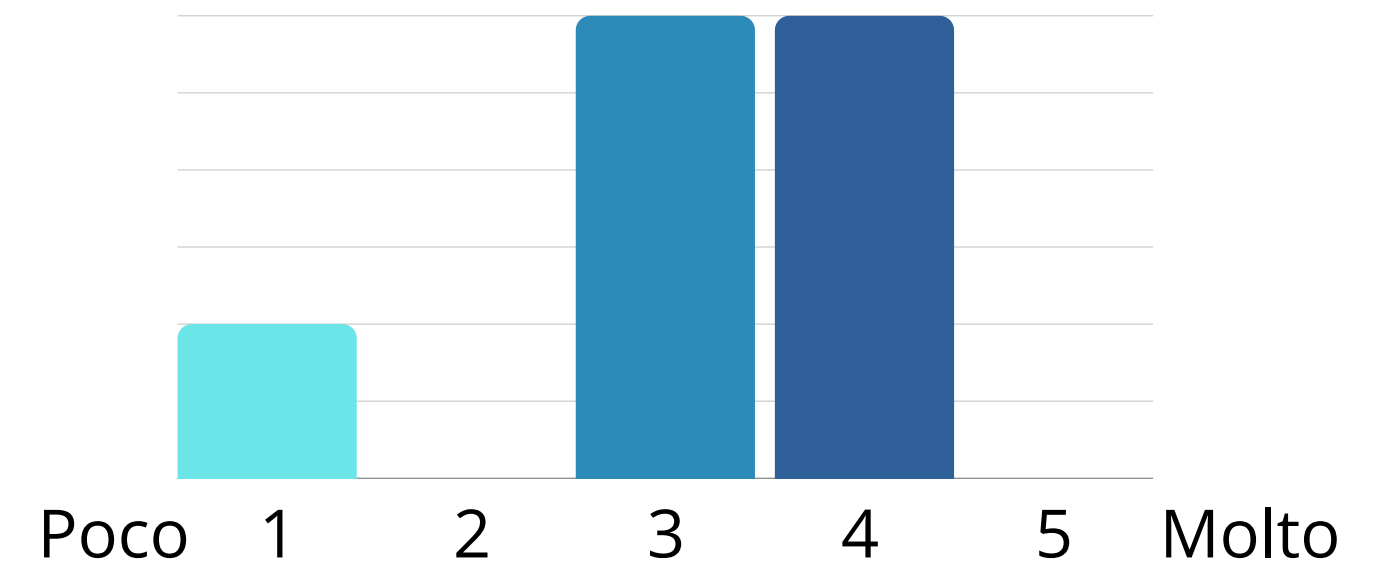
**3. Quanto influiscono le recensioni degli altri utenti sulle tue decisioni di acquisto?**



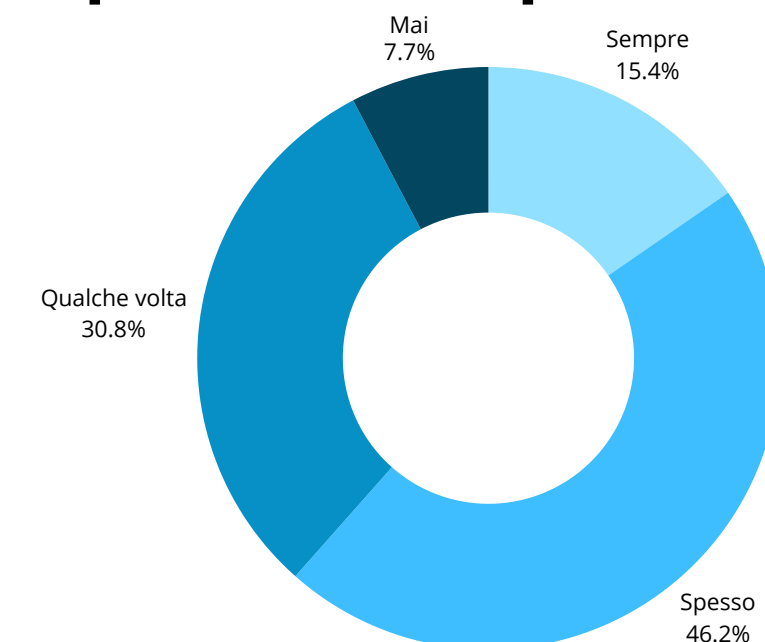
**4. Una navigazione complicata, ti ha mai portato ad abbandonare un acquisto online?**



**5. Quanto ti fidi di un sito in base al suo design e layout?**

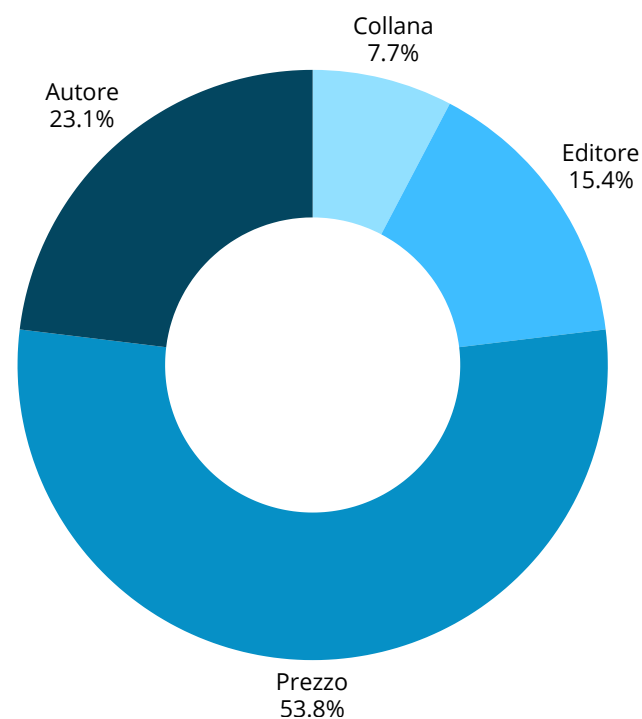


**6. Ti capita di consultare prodotti correlati o consigliati quando fai acquisti online?**

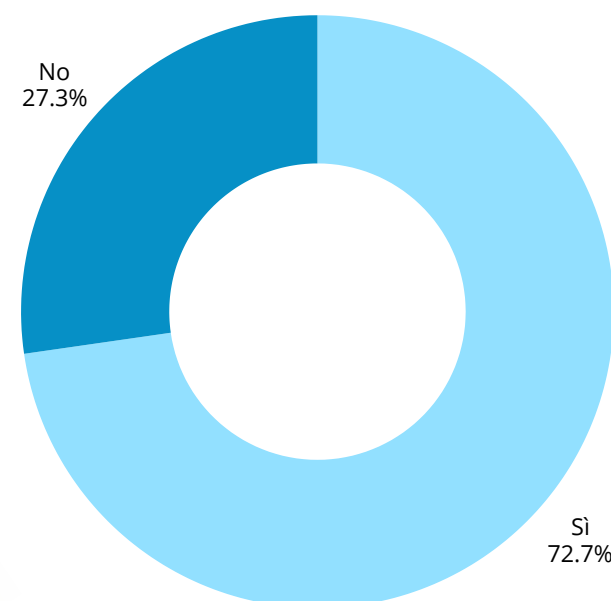




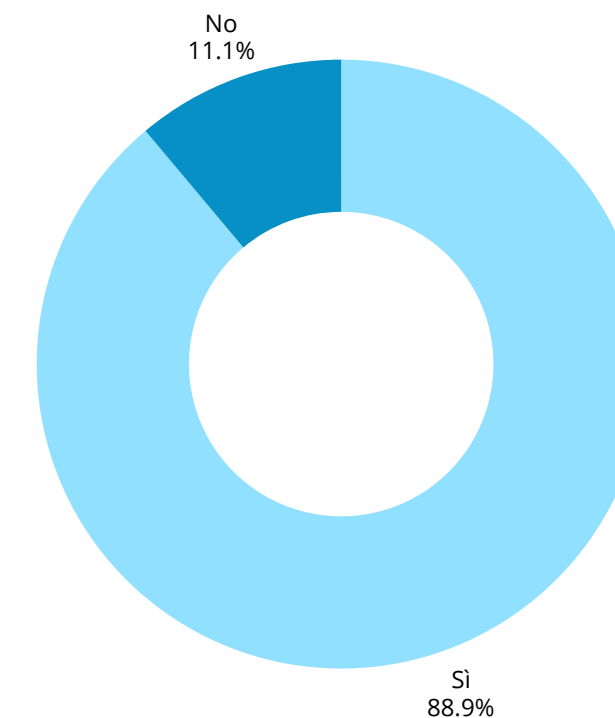
## 7. Ti è mai capitato di utilizzare un filtro di ricerca? Se sì per cosa l'hai utilizzato?



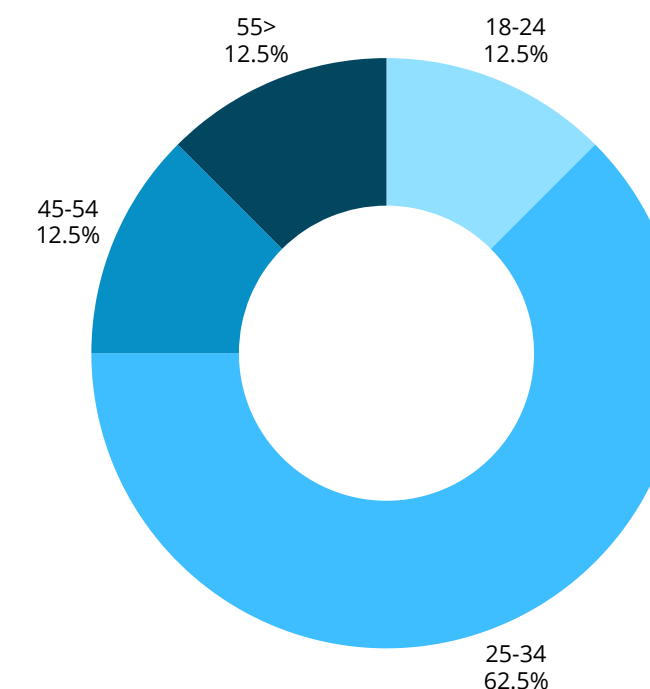
## 8. Avere dei filtri di ricerca poco precisi e poco personalizzati, ha mai influito sulle tue decisioni di acquisto?



## 9. Una descrizione poco chiara di un prodotto, ha mai influito sulle tue decisioni di acquisto?

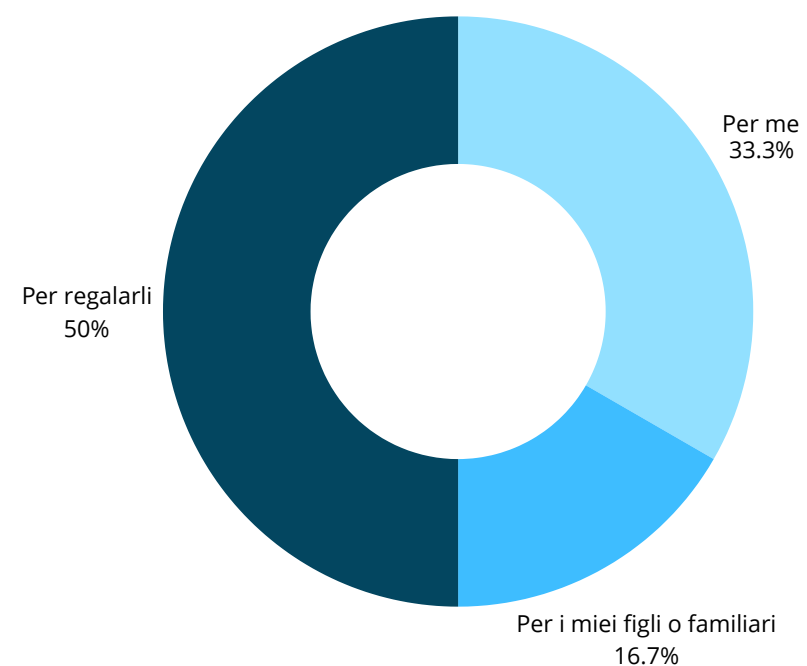


## 10. Quanti anni hai?

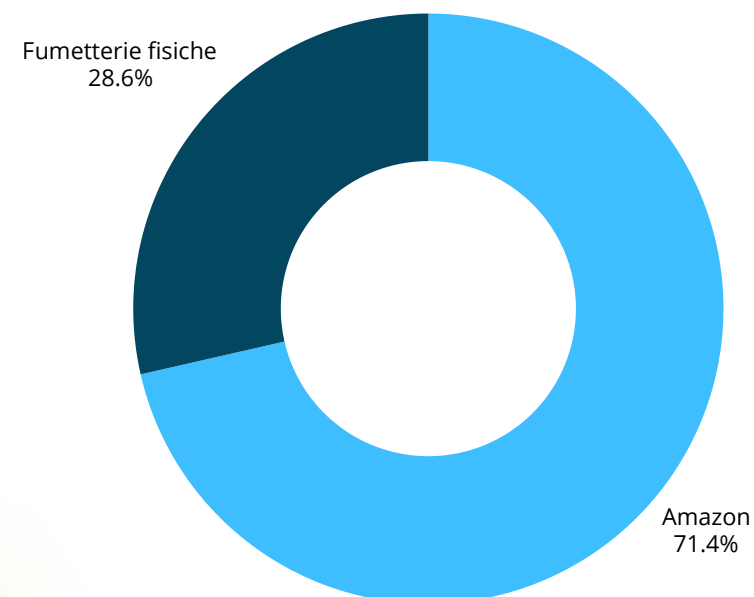




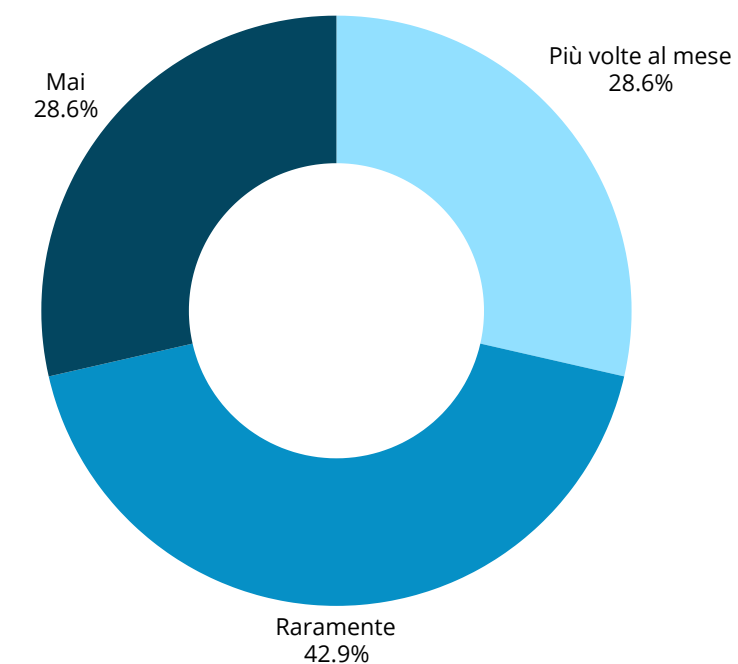
## 11. Per chi acquisti solitamente fumetti online?



## 12. Dove acquisti più spesso?



## 13. Quanto spesso navighi e acquisti da e-commerce di fumetti?





# Risultati



Dai risultati del sondaggio è emerso un **riscontro positivo** rispetto alle ipotesi iniziali emerse dalla fase di Discovery: gli utenti apprezzano in particolare la presenza di **filtri di ricerca ben strutturati**, di **prodotti correlati pertinenti** e considerano fondamentale la **completezza delle informazioni e delle descrizioni** dei fumetti.

Un dato significativo riguarda inoltre le **abitudini di acquisto**: la maggior parte degli utenti preferisce rivolgersi alla **grande distribuzione**, come Amazon, o alle **fumetterie fisiche**, piuttosto che ai siti specializzati. Questo evidenzia la necessità per Starshop.it di **rafforzare ulteriormente** il proprio posizionamento online, offrendo un'esperienza d'acquisto più **chiara, affidabile e competitiva**.





# Marco



*"Vorrei trovare altri manga come quello che sto leggendo, ma non so bene da dove iniziare."*

**Età:** 21

**Occupazione:** Studente

**Località:** Bologna

**Stipendio:** Basso

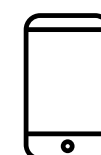
**Conoscenza del settore:**



**Competenze digitali:**



**Device utilizzati:**



Marco vive a Bologna e studia Scienze della Comunicazione. Ha iniziato a leggere manga da poco grazie agli amici e si sta appassionando velocemente. Acquista quasi sempre online, soprattutto da smartphone, perché non ha una fumetteria vicina. Ama scoprire nuove serie, ma spesso fatica a trovare titoli simili a quelli che già apprezza a causa di suggerimenti poco pertinenti o descrizioni troppo brevi.

## Obiettivi

- Scoprire titoli simili ai suoi preferiti
- Comprare velocemente senza perdere tempo

## Frustrazioni

- Prodotti consigliati poco pertinenti
- Descrizioni poco chiare e non utili per decidere

## Motivazioni

- Aumentare la propria collezione
- Condividere letture con gli amici



# User journey

## Scenario

Marco ha iniziato a leggere fumetti da poco e si è appassionato a Superman, ma vorrebbe leggere di qualche altro supereroe. Ha deciso di cercare tra i prodotti consigliati dei suoi fumetti preferiti per trovare qualcosa di interessante.

## Obiettivi/Aspettative

- Cercare qualche fumetto nuovo da leggere.
- Trovare prodotti consigliati pertinenti.

	Scoperta	Navigazione	Approfondimento	Abbandono
Attività	<div>1. Conosce Starshop sui social media.</div> <div>2. Cerca il loro e-commerce e approda nella homepage.</div>	<div>1. Nella barra di navigazione cerca il suo fumetto preferito.</div>	<div>1. Scorre la pagina cercando i prodotti consigliati.</div> <div>2. Trova solamente prodotti poco pertinenti</div>	<div>1. Abbandona il sito senza acquistare per cercare altri e-commerce più completi.</div>
Pensieri	<div>"Dai social mi ispirano fiducia! Vediamo il loro sito"</div>	<div>"Eccolo! È il fumetto che mi piace un sacco"</div>	<div>"Ma questi non centrano nulla..."</div>	<div>"Conviene cercare altrove"</div>
Aspettative	<div>Trovare uno shop ricco di prodotti dove acquistare fumetti.</div>	<div>Raggiungere la pagina del prodotto ricercato.</div>	<div>Trovare prodotti consigliati pertinenti.</div>	<div>Si mette a cercare su siti differenti altri prodotti consigliati.</div>
Emozioni	<div><div><div><div>😊</div><div>Forte interesse</div></div></div></div> <div><div><div><div>🤩</div><div>Curiosità</div></div></div></div>	<div><div><div><div>🤩</div><div>Curiosità</div></div></div></div>	<div><div><div><div>😡</div><div>Frustrazione</div></div></div></div>	<div><div><div><div>😞</div><div>Delusione</div></div></div></div>
Touchpoints	<div><div>• Instagram</div><div>• Homepage</div></div>	<div><div>• Pagina prodotto</div></div>	<div><div>• Pagina prodotto</div></div>	<div><div>• Google</div></div>
Pain points e opportunità			<div>Migliorare la sezione "consigliati" delle pagine prodotto in quanto ora è molto carente.</div>	





# Alessandro



*"Se devo scorrere venti pagine per trovare un'edizione gradata, lascio perdere."*

**Età:** 39

**Occupazione:** Informatico

**Località:** Milano

**Stipendio:** Alto

**Conoscenza del settore:**



**Competenze digitali:**



**Device utilizzati:**



Alessandro vive a Milano e colleziona fumetti da oltre vent'anni, con un occhio di riguardo per prime edizioni e volumi gradati. È un acquirente esperto e molto esigente: preferisce navigare da computer per vedere meglio immagini e dettagli, e si affida a filtri di ricerca avanzati. Quando il sito non gli permette di selezionare in modo preciso ciò che cerca, tende ad abbandonarlo.

## Obiettivi

- Filtrare velocemente per condizioni e rarità
- Acquistare pezzi da collezione senza errori

## Frustrazioni

- Filtri di ricerca imprecisi o assenti
- Impossibilità di ordinare per stato/gradazione

## Motivazioni

- Trovare edizioni rare da aggiungere alla collezione
- Investire in fumetti di valore







# User journey

## Scenario

Collezionista da anni, Alessandro si è appassionato sempre di più ai fumetti gradati ed è molto selettivo, gli piace cercare a lungo e con filtri di ricerca approfonditi. Condivide questa passione con Francesco che gli ha suggerito Starshop.

## Obiettivi/Aspettative

- Trovare fumetti gradati interessanti da collezionare.
- Effettuare ricerche approfondite.

	Scoperta	Navigazione	Ricerca	Abbandono
Attività	<div>1. Ha saputo da un amico che su Starshop vendono fumetti gradati.</div> <div>2. Decide di visitare il sito.</div>	<div>1. Trova la pagina dedicata ai fumetti gradati sul menù di navigazione e la raggiunge.</div> <div>2. Gli sembra poco organizzata.</div>	<div>1. Utilizza i filtri ma vede che sono pochi e poco chiari.</div> <div>2. Questo genera frustrazione in lui.</div>	<div>1. Abbandona il sito per cercare altri e-commerce con filtri ricerca più completi.</div>
Pensieri	<div>“Francesco mi ha suggerito questo sito, vediamo com’è”</div>	<div>“La pagina è questa, ma sembra poco organizzata”</div>	<div>“Questi filtri non servono a molto”</div>	<div>“Meglio cercare da qualche altra parte”</div>
Aspettative	<div>Trovare uno shop ricco di prodotti dove acquistare fumetti.</div>	<div>Raggiungere la pagina del prodotto ricercato.</div>	<div>Poter filtrare i prodotti nel modo più ottimale possibile.</div>	<div>Tornare sul web a cercare altri siti con filtri migliori.</div>
Emozioni	<div> Interesse</div>	<div>Dubbio </div>	<div>Frustrazione </div>	<div>Delusione </div>
Touchpoints	<div>• Homepage</div>	<div>• Pagina gradati</div>	<div>• Pagina gradati</div>	<div>• Google</div>
Pain points e opportunità		<div>Creare una pagina più completa, magari con delle sezioni a tema in modo che sia più organizzata.</div>	<div>Migliorare i filtri rendendoli più completi, pertinenti e utili agli utenti.</div>	





# Giovanna



*"Vorrei capire subito se sto comprando il volume giusto per mio figlio."*

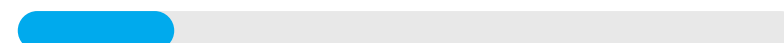
**Età:** 46

**Occupazione:** Impiegata

**Località:** Roma

**Stipendio:** Medio

**Conoscenza del settore:**



**Competenze digitali:**



**Device utilizzati:**



Giovanna vive a Roma ed è madre di due ragazzi adolescenti appassionati di fumetti. Compra online soprattutto per fare regali, affidandosi alle indicazioni dei figli e alle informazioni sul sito. Ha dei problemi di vista e per questo apprezza maggiormente interfacce chiare e pulsanti leggibili. Non conoscendo il settore trova difficoltà quando le descrizioni sono scarse e teme di ordinare il volume sbagliato.

## Obiettivi

- Capire facilmente trama e contenuto
- Acquistare il volume corretto senza errori

## Frustrazioni

- Testi e pulsanti poco leggibili
- Descrizioni scarse e non esaustive

## Motivazioni

- Fare un regalo apprezzato
- Risparmiare tempo nell'acquisto







# User journey

## Scenario

I figli di Giovanna sono appassionati di manga e lei vorrebbe far loro un regalo. Il problema è che non se ne intende proprio ed ha anche alcuni problemi alla vista. Per questo ha bisogno di descrizioni chiare ed elementi ben visibili.

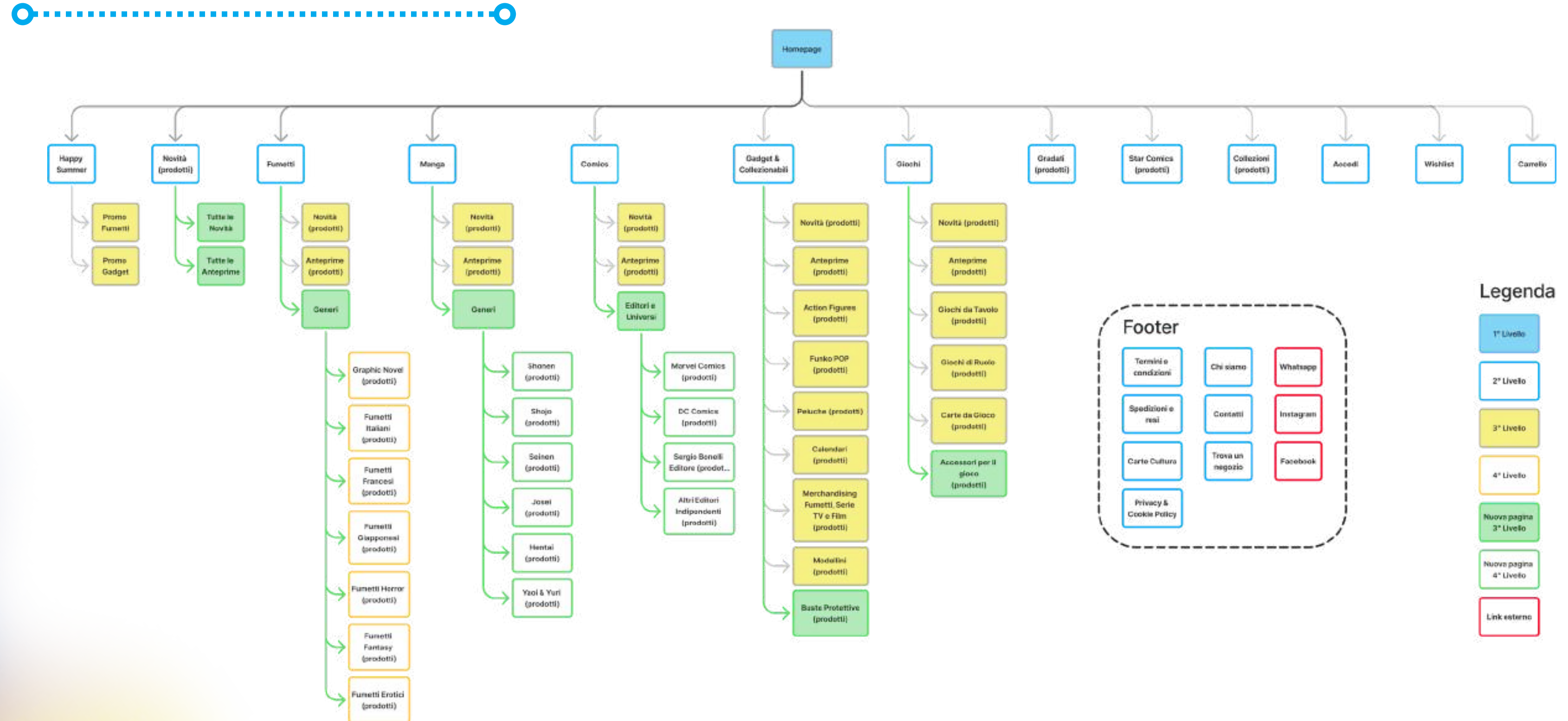
## Obiettivi/Aspettative

- Comprare manga adatti ai suoi figli.
- Trovare le descrizioni dei prodotti ben fatte in modo che la scelta sia facilitata.

	Scoperta	Navigazione	Approfondimento	Abbandono
Attività	<div>1. Cerca online un e-commerce specializzato in manga.</div> <div>2. Arriva alla homepage di Starshop.</div>	<div>1. Trova la pagina delle novità e la visita.</div> <div>2. Scorre cercando qualche immagine familiare.</div>	<div>1. Prova a leggere alcune informazioni di qualche volume familiare, ma fatica a leggere le descrizioni.</div>	<div>1. Abbandona il sito senza acquistare e torna su siti che ritiene più affidabili come Amazon.</div>
Pensieri	<div>"Spero che questo sito mi aiuti perché non ne capisco"</div>	<div>"Magari tra le novità trovo qualcosa di interessante"</div>	<div>"Non leggo bene, non so se siano i volumi giusti"</div>	<div>"È meglio comprare dove mi sento tranquilla"</div>
Aspettative	<div>Trovare un sito ricco di informazioni e ben leggibile.</div>	<div>Trovare volumi familiari da cui trovare altre informazioni.</div>	<div>Leggere le informazioni e le descrizioni dei prodotti.</div>	<div>Comprare i regali dove è sicura di ciò che compra.</div>
Emozioni	<div> Frustrazione</div> <div> Speranza</div>		<div>Frustrazione </div>	<div>Delusione </div>
Touchpoints	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Google</li><li>• Homepage</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina novità</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina prodotto</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Google</li></ul></div>
Pain points e opportunità			<div>Le informazioni delle pagine prodotto non sono chiare e facilmente leggibili. Occorre riprogettarle e migliorarle.</div>	



# New Sitemap





# New user journey: Marco

## Scenario

Marco ha iniziato a leggere fumetti da poco e si è appassionato a Superman, ma vorrebbe leggere di qualche altro supereroe. Ha deciso di cercare tra i prodotti consigliati dei suoi fumetti preferiti per trovare qualcosa di interessante.

## Obiettivi/Aspettative

- Cercare qualche fumetto nuovo da leggere.
- Trovare prodotti consigliati pertinenti.

	Scoperta	Navigazione	Approfondimento	Acquisto
Attività	<div>1. Conosce Starshop sui social media.</div> <div>2. Cerca il loro e-commerce e approda nella homepage.</div>	<div>1. Nella barra di navigazione cerca il suo fumetto preferito.</div>	<div>1. Scorre la pagina cercando i prodotti consigliati.</div> <div>2. Trova prodotti consigliati pertinenti a ciò che cercava.</div>	<div>1.Decide di acquistare il fumetto desiderato.</div>
Pensieri	<div>"Dai social mi ispirano fiducia! Vediamo il loro sito"</div>	<div>"Eccolo! È il fumetto che mi piace un sacco"</div>	<div>"Questo fumetto sembra del genere che mi piace!"</div>	<div>"Non vedo l'ora che mi arrivi casa!"</div>
Aspettative	<div>Trovare uno shop ricco di prodotti dove acquistare fumetti.</div>	<div>Raggiungere la pagina del prodotto ricercato.</div>	<div>Trovare prodotti consigliati pertinenti.</div>	<div>Acquistare il fumeto.</div>
Emozioni	<div><div>😊 Interesse</div></div>	<div><div>🤩 Curiosità</div></div>	<div><div>😍 Felicità</div></div>	<div><div>😞 Soddisfazione</div></div>
Touchpoints	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Instagram</li><li>• Homepage</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina prodotto</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina prodotto</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Carrello</li><li>• Checkout</li></ul></div>
Soluzioni			<div>Fornendo agli utenti prodotti consigliati più pertinenti, la probabilità che essi concludano l'acquisto aumenta.</div>	







# New user journey: Alessandro

## Scenario

Collezionista da anni, Alessandro si è appassionato sempre di più ai fumetti gradati ed è molto selettivo, gli piace cercare a lungo e con filtri di ricerca approfonditi. Condivide questa passione con Francesco che gli ha suggerito Starshop.

## Obiettivi/Aspettative

- Trovare fumetti gradati interessanti da collezionare.
- Effettuare ricerche approfondite.

	Scoperta	Navigazione	Ricerca	Acquisto
Attività	<div>1. Ha saputo da un amico che su Starshop vendono fumetti gradati.</div> <div>2. Decide di visitare il sito.</div>	<div>1. Trova la pagina dedicata ai fumetti gradati sul menù di navigazione e la raggiunge.</div> <div>2. Sembra ben organizzata.</div>	<div>1. Utilizza i filtri ma vede che sono ricchi di possibilità e chiari.</div> <div>2. Trova ciò che cerca.</div>	<div>1.Decide di acquistare il fumetto gradato desiderato.</div>
Pensieri	<div>"Francesco mi ha suggerito questo sito, vediamo com'è"</div>	<div>"La pagina è ben organizzata in sezioni utili"</div>	<div>"Grazie ai filtri sono riuscito a fare un'ottima ricerca"</div>	<div>"Non appena arriverà lo aggiungerò alla mia collezione"</div>
Aspettative	<div>Trovare uno shop ricco di prodotti dove acquistare fumetti.</div>	<div>Raggiungere la pagina del prodotto ricercato.</div>	<div>Poter filtrare i prodotti nel modo più ottimale possibile.</div>	<div>Acquistare il fumeto.</div>
Emozioni	<div>Interesse </div>	<div>Curiosità </div>	<div>Felicità </div>	<div>Soddisfazione </div>
Touchpoints	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Homepage</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina gradati</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina gradati</li></ul></div>	<div><ul style="list-style-type: none"><li>• Carrello</li><li>• Checkout</li></ul></div>
Soluzioni		<div>Creando sezioni pertinenti e riorganizzando la pagina si facilita la scelta per gli utenti.</div>	<div>Con dei filtri migliorati gli utenti possono trovare facilmente i prodotti in linea con i loro desideri.</div>	



# New user journey: Giovanna

## Scenario

I figli di Giovanna sono appassionati di manga e lei vorrebbe far loro un regalo. Il problema è che non se ne intende proprio ed ha anche alcuni problemi alla vista. Per questo ha bisogno di descrizioni chiare ed elementi ben visibili.

## Obiettivi/Aspettative

- Comprare manga adatti ai suoi figli.
- Trovare le descrizioni dei prodotti ben fatte in modo che la scelta sia facilitata.

	Scoperta	Navigazione	Approfondimento	Acquisto
Attività	<div>1. Cerca online un e-commerce specializzato in manga.</div> <div>2. Arriva alla homepage di Starshop.</div>	<div>1. Trova la pagina delle novità e la visita.</div> <div>2. Scorre cercando qualche immagine familiare.</div>	<div>1. Trova dei volumi familiari, riesce a leggere la descrizione.</div> <div>2. Riesce a trovare il seguito del manga preferito dai figli.</div>	<div>1. Decide di acquistare il manga desiderato per i suoi figli.</div>
Pensieri	<div>"Spero che questo sito mi aiuti perché non ne capisco"</div>	<div>"Magari tra le novità trovo qualcosa di interessante"</div>	<div>"Ecco il seguito del manga che piace ai ragazzi"</div>	<div>"Spero proprio che questo regalo gli piaccia"</div>
Aspettative	<div>Trovare un sito ricco di informazioni e ben leggibile.</div>	<div>Trovare volumi familiari da cui trovare altre informazioni.</div>	<div>Leggere le informazioni e le descrizioni dei prodotti.</div>	<div>Acquistare il manga.</div>
Emozioni	<div><div><div>Frustrazione</div><div></div></div><div>Speranza</div><div></div></div>		<div>Felicità</div> <div></div>	<div>Soddisfazione</div> <div></div>
Touchpoints	<div><div>• Google</div><div>• Homepage</div></div>	<div><div>• Pagina novità</div></div>	<div><div>• Pagina prodotto</div></div>	<div><div>• Carrello</div><div>• Checkout</div></div>
Pain points e opportunità			<div>Inserendo delle descrizioni e delle informazioni chiare i clienti possono trovare più facilmente ciò che stanno cercando.</div>	



# 3 UX Wireframe

---

Griglia  
Wireframe  
Wireflow

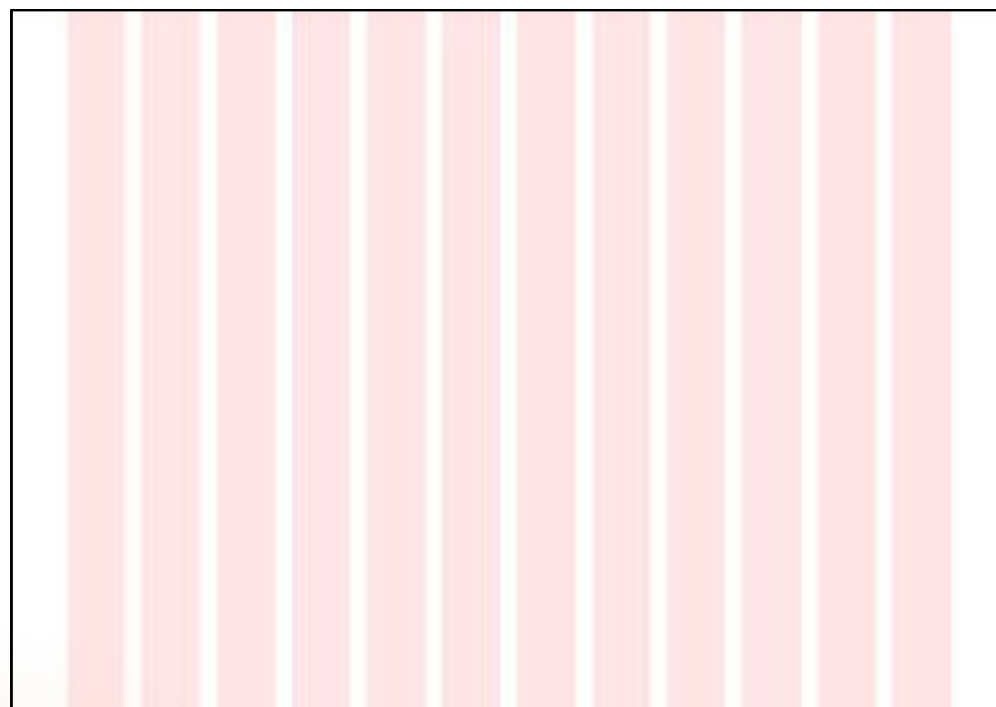


# Griglia utilizzata



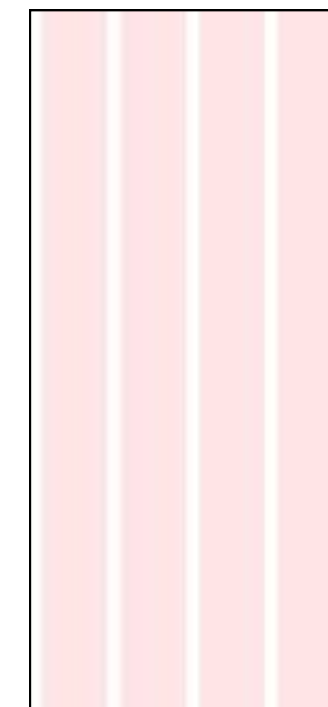
## Desktop

- 12 colonne
- Viewport: 1440px
- Margini: 80px
- Gutter: 24px



## Mobile

- 4 colonne
- Viewport: 393px
- Margini: 16px
- Gutter: 16px





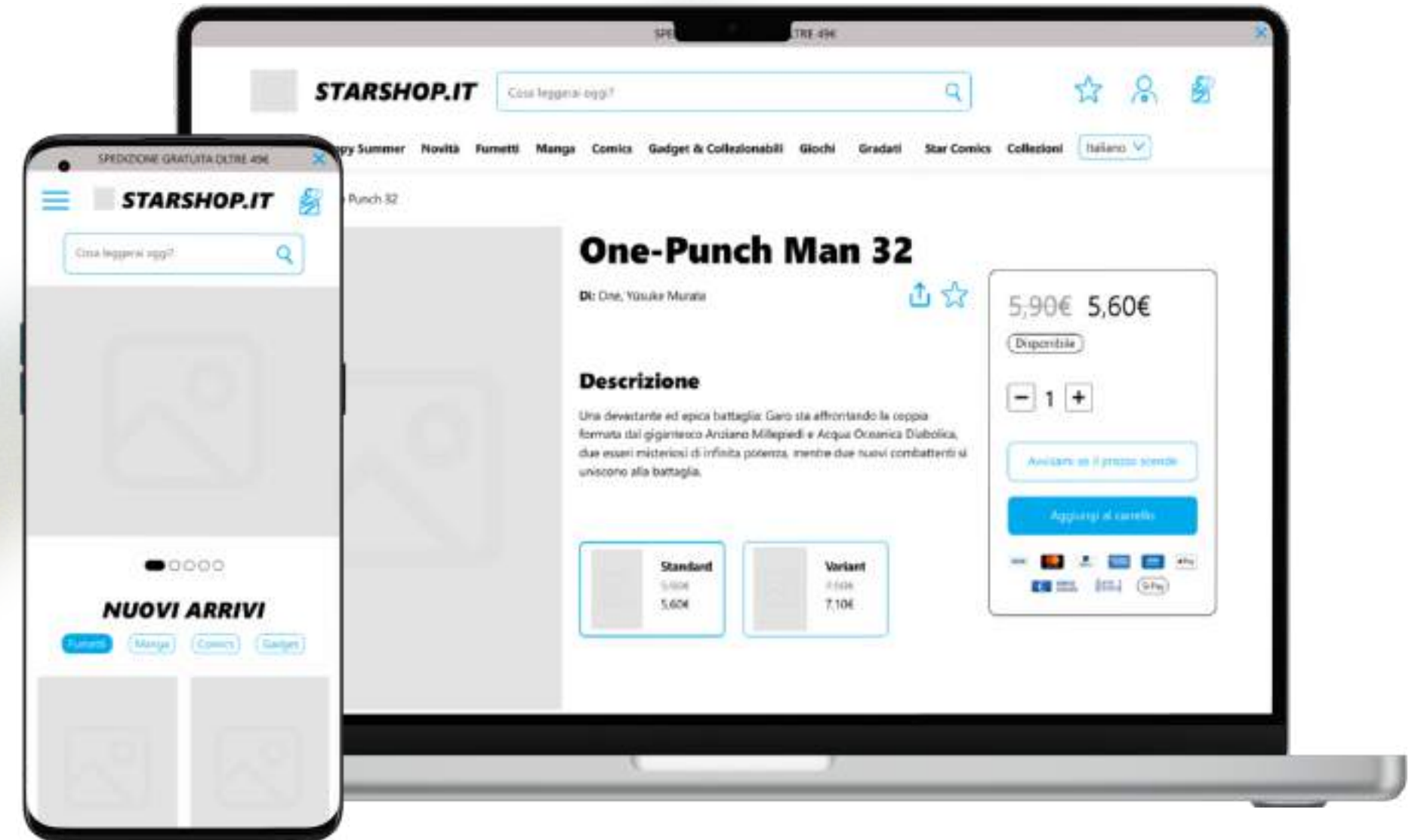
# Wireframe



La scelta dei cinque wireframe che ho realizzato è stata guidata dalle **user personas** e dalle principali criticità emerse nella fase di discovery. In particolare, mi sono concentrato sul rendere più chiaro e intuitivo l'utilizzo dei **filtri di ricerca**, sul migliorare la **fluidità del flusso di acquisto** e sul facilitare la **comprensione delle informazioni** e dei dettagli legati ai prodotti. Tutti i wireframe sono stati realizzati in versione mobile e desktop.

## | Pagine realizzate

- Homepage
- Pagina prodotto
- Pagina fumetti gradati
- Carrello
- Checkout





# Homepage

## Header

Per il redesign della homepage di Starshop.it sono partito **dall'header**. Ho aggiunto un'icona a forma di X alla barra annunci per permetterne la chiusura e riorganizzato le icone e il logo nell'header per **allinearli agli standard**. L'accesso all'account è ora integrato nel menù di navigazione.

## Sezione prodotti

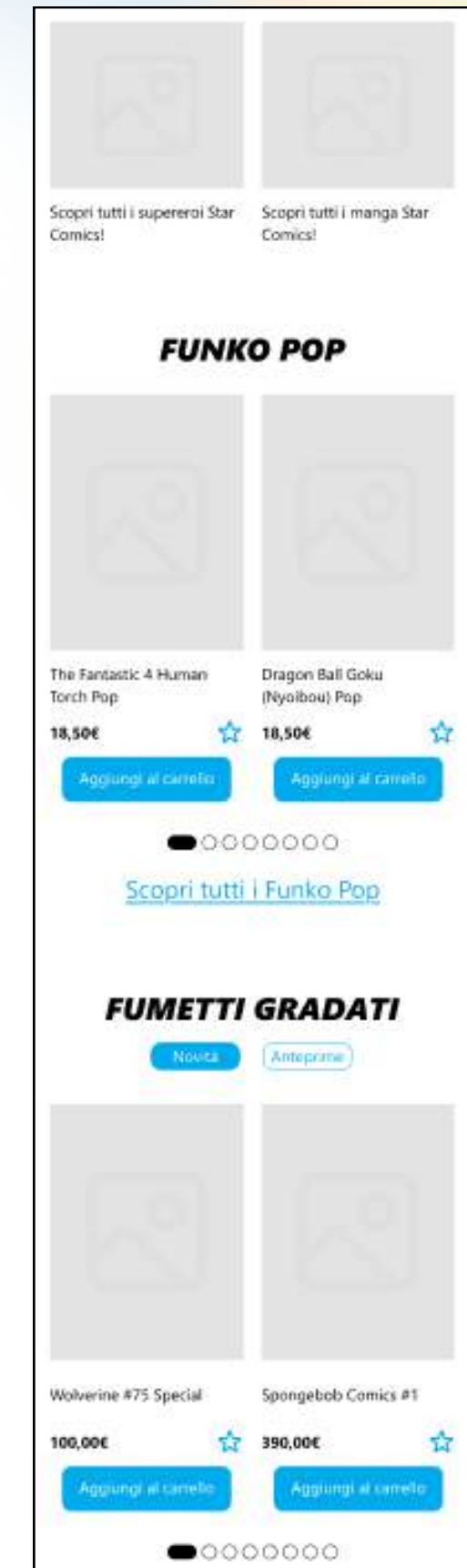
Ho eliminato i testi superflui per **semplificare la lettura** della pagina durante lo scorrimento e introdotto **badge interattivi** per filtrare rapidamente i prodotti.

## Barra di ricerca

Il testo placeholder è stato reso più **coinvolgente** e lo stile della barra è stato uniformato al resto del sito.

## Prodotti Star Comics

Successivamente ho inserito una sezione dedicata ai prodotti **Star Comics** per **valorizzare** i prodotti di punta della casa editrice.





# Recensioni e Footer

La sezione **recensioni** non si adattava perfettamente alle dimensioni di uno schermo mobile e per questo ho risistemato la disposizione degli elementi. Lo stile del **footer**, invece, è stato uniformato a quello del resto del sito web.

# Newsletter

La sezione dedicata alla **newsletter** conteneva un’elevata quantità di testo e le opzioni a disposizione degli utenti non erano presentate in modo efficace. Ho scelto di ridurre gli elementi superflui per **non scoraggiare** gli utenti e per dare **più valore alla CTA**.



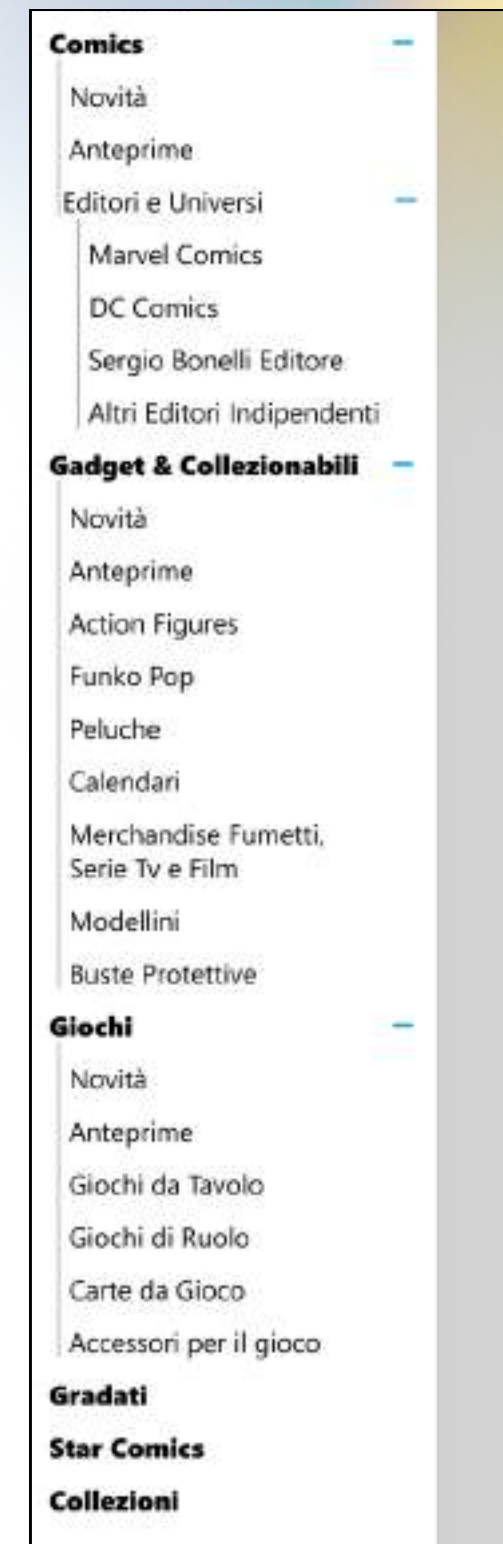
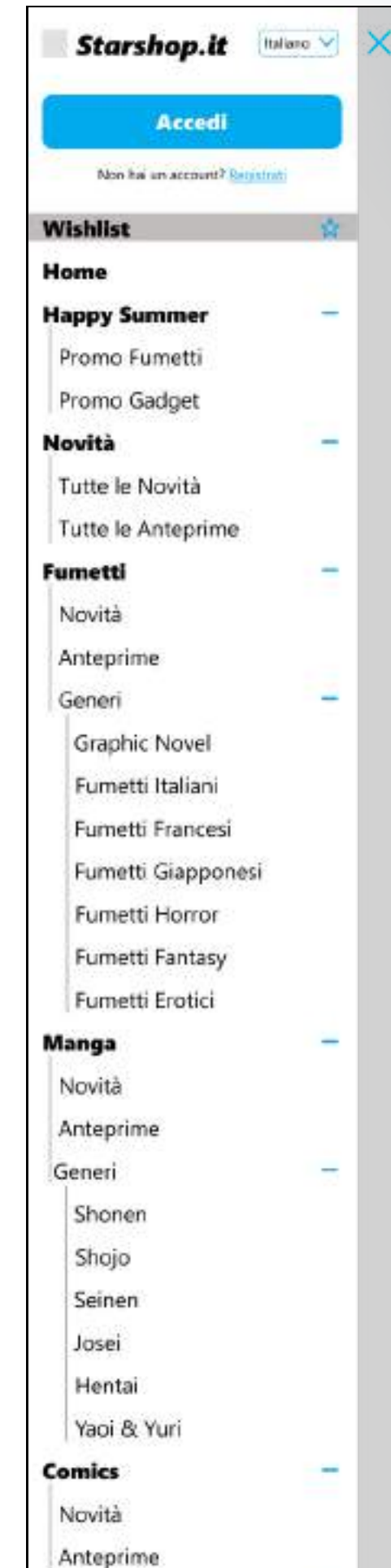
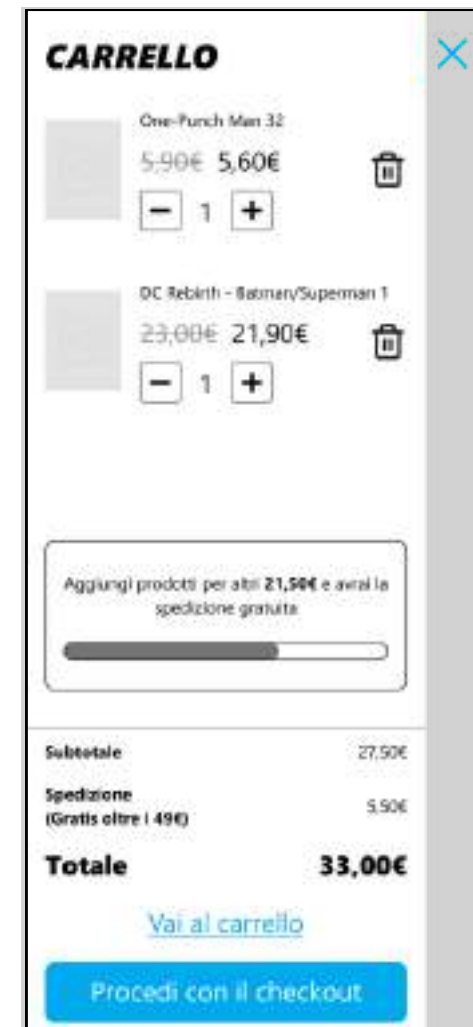


## Overlay Carrello

All'interno **dell'overlay** del carrello ho per prima cosa riorganizzato gli elementi e le informazioni presenti, per **adattarli meglio** ad uno schermo mobile. Successivamente ho inserito una barra che indichi agli utenti quanto manca al raggiungimento del traguardo della spedizione gratuita per **incentivare l'acquisto**.

## Menu

Nella parte alta del menu ho deciso di mettere in primo piano la possibilità di **accedere** al proprio account e la **wishlist**, mentre le pagine sono state **riorganizzate**.





# Pagina prodotto

## Informazioni

Una delle parti più critiche del sito di Starshop.it riguarda la **chiarezza delle informazioni** dei prodotti e come vengono presentate agli utenti. Ho riorganizzato, quindi, il loro **layout** in modo da renderle il più chiare possibile.

## Variant

Molti fumetti presentano **edizioni speciali** o edizioni con **cover variant** differenti. Ho introdotto quindi la possibilità di selezionare quale versione si vuole visualizzare.

## Breadcrumbs

Ho aggiunto delle breadcrumbs per **facilitare la navigazione** agli utenti.

## Recensioni

Le recensioni dei singoli prodotti **non erano presenti** nel sito, ma solamente le recensioni sul sito web generale. Le ho inserite in una sezione apposta nelle informazioni dei prodotti.





## Prodotti consigliati

Un'altra delle criticità emerse dalla fase di discovery era la **poca pertinenza** dei prodotti consigliati. Ho deciso di inserire quindi una sezione dedicata ai prodotti della stessa **serie** del volume selezionato ed una dedicata a prodotti acquistati spesso insieme da **altri utenti**.

## Overlay acquisto

Starshop.it presenta un overlay **fisso sempre visibile** nella parte bassa della pagina contenente il pulsante per aggiungere il prodotto al carrello e quello per inserirlo nella wishlist. Vi ho aggiunto il **prezzo** ed un **contatore** per indicare quanti prodotti si vuole acquistare.





# Fumetti Gradati

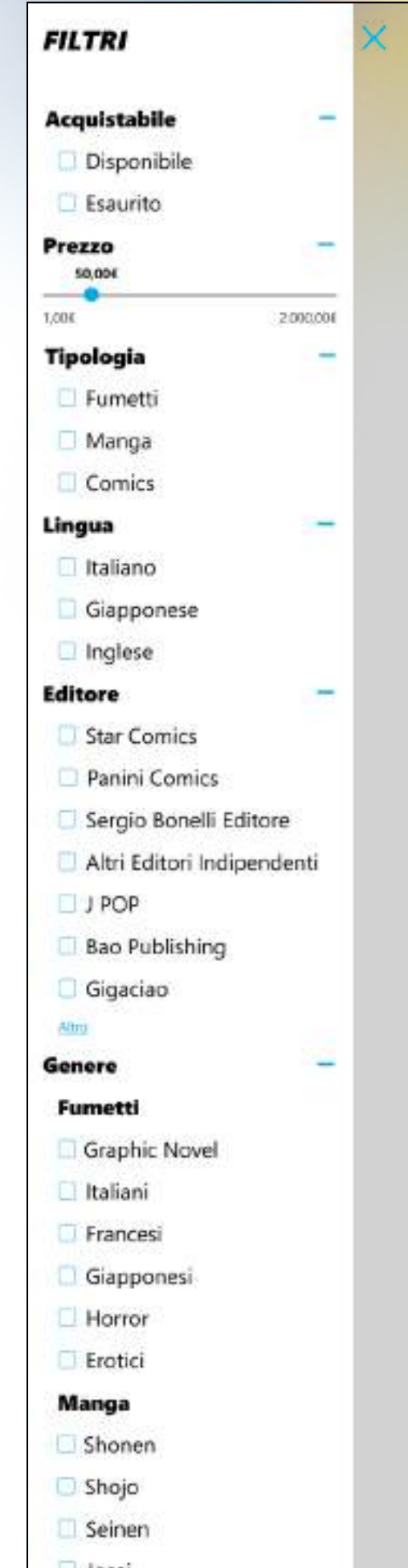
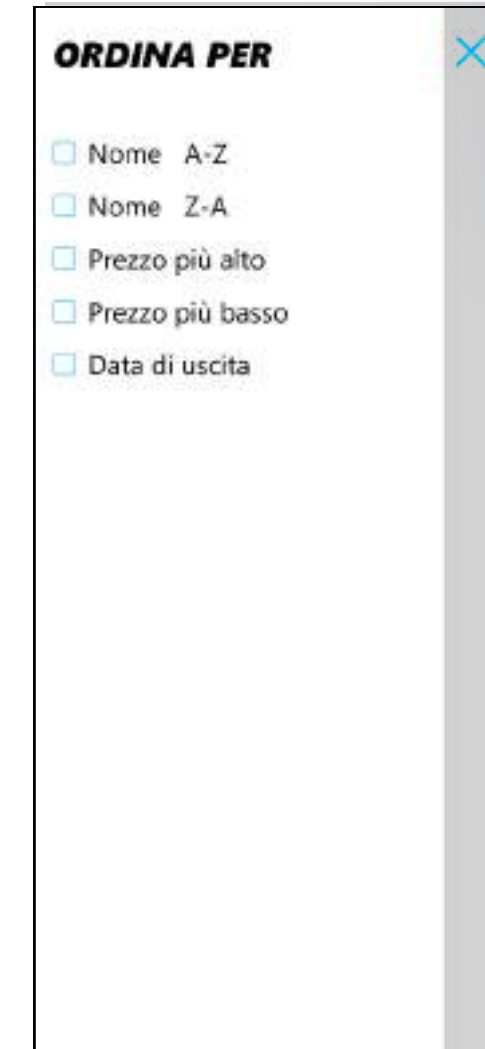


## Banner iniziale

Il disegno del banner iniziale non è in linea con il design generale della pagina. Ne ho quindi **uniformato lo stile** a quello del resto del sito.

## Filtri

I filtri sono una delle **maggiori criticità** del sito, li ho quindi integrati con maggiori opzioni selezionabili per portarli **in linea con lo standard** dei competitor.





# Informazioni

La sezione contenente le informazioni sui fumetti gradati contiene **informazioni utili** agli utenti che si avvicinano a questi prodotti. Ho modificato il layout di alcuni paragrafi per rendere la **lettura più scorrevole** ai lettori attraverso, ad esempio, un elenco puntato.

Dylan Dog #337 Signature Series

150,00€

Aggiungi al carrello

Death Of Superman 30th Anniversary

110,00€

Aggiungi al carrello

<

1 2 3 ...

>

FUMETTI GRADATI

In base a quali parametri avviene la valutazione

Ottenere un punteggio perfetto di 10 è quasi impossibile, soprattutto per i numeri più datati, che inevitabilmente tendono a deteriorarsi nel tempo. Nella maggior parte dei casi, anche quelli tenuti meglio ottengono un 9.8, e un 9.9; un 10 per i vecchi classici è quasi come avvistare un unicorno!

La valutazione di **manga**, fumetti e **comics** avviene secondo precisi criteri stabiliti dalla CGC. Ogni fumetto viene esaminato da esperti che ne valutano le condizioni generali in base a parametri specifici. Oltre al punteggio numerico, **essi ricevono anche un'etichetta colorata**, che rappresenta il tipo di conservazione e le eventuali caratteristiche aggiuntive.

Esistono 13 colori, ma i principali sono 4, ognuno con un significato ben preciso:

- **L'etichetta blu Universal** è la più comune e viene assegnata ai fumetti definiti "senza qualifiche". Sta ad indicare che essi non presentano autografi, non sono stati restaurati e non hanno parti mancanti significative;
- **L'etichetta gialla Signature** è riservata ai volumi autografati. Ricevono questa label solo quelli con autografi autentici al 100% perché eseguiti in occasione di eventi organizzati dalla CGC o in presenza di testimoni dell'ente;
- **L'etichetta verde Qualified** viene associata ad albi con difetti significativi, come pagine e punti metallici mancanti o autografi non autentici. Il difetto, di norma, viene sempre riportato sull'etichetta, al di sotto del titolo e della nota di pubblicazione;
- **L'etichetta viola Restored** è riservata ai numeri che sono stati sottoposti a restauro; ad esempio quelli che subiscono le pratiche di rifilatura e ripulitura, che ne ritoccano rispettivamente rilegatura e colore. Oltre a questi, come accennavamo poco fa, esistono altre etichette, come quella marrone che identifica i numeri dotati di Pedigree, oppure addirittura combinazioni di di colore, ad esempio: gialla e verde, gialla e viola, e così via...

Il valore di un fumetto gradato

La gradazione di un fumetto fornisce una valutazione chiara e oggettiva che aiuta a determinarne il valore di mercato.

Possedere un **gradato da collezione** non è solo una questione di valore economico, ma anche di prestigio: più il fumetto è ben conservato, maggiore sarà la sua rarità e il suo fascino. Uno con una valutazione alta, ad esempio 9.8 o 10, avrà sicuramente un prezzo molto più elevato rispetto a uno con una valutazione inferiore o con difetti evidenti. I prezzi, però, possono variare notevolmente anche rispetto alla rarità del pezzo, che può raggiungere cifre considerevoli, specialmente se si tratta di albi leggendari o edizioni limitate.

I più richiesti: gradati dei supereroi e di Topolino

Tra quelli più richiesti, esistono due filoni che suscitano particolare interesse. I più ricercati sono senza dubbio i **comics gradati** dedicati ai **supereroi**, ad esempio quelli legati all'universo Marvel e DC.

Volumi come Action Comics #1, che introdusse nel 1938, per la prima volta nella storia il personaggio di Superman, o Amazing Fantasy #15, in cui appare per la prima volta Spider-Man, sono tra i pezzi più ambiti.

Ambiti e dal fascino unico sono anche i gradati di **Topolino**, difficili da trovare, rarissime soprattutto le primissime pubblicazioni e da sempre molto ricercati le versioni italiane che quelle internazionali.

LE NOSTRE COLLEZIONI

[Scopri tutte le Collezioni](#)

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Resta aggiornato su nuove uscite, promozioni, eventi e molto altro nella nostra community!

E-mail

Rimaniamo in contatto!

Iscriviti

☐ Ho preso visione dell'informativa sulla [privacy](#)

☐ Accordo a ricevere e-mail personalizzate contenenti offerte, proposte commerciali e pubblicità, tramite le modalità indicate nell'[informative](#)

Utilizzo del sito

[Termini e condizioni](#)

[Spedizioni e resi](#)

[Carte cultura](#)

[Privacy e Cookie Policy](#)

Informazioni

[Chi siamo](#)

[Contatti](#)

[Trova un negozio](#)

Hai bisogno di aiuto?

**E-mail servizio clienti:**  
servizioclienti@starshop.it

**Whatsapp:**  
+39 075 9475538  
Lun-Ven | 09:00-18:00

**Assistenza telefonica:**  
+39 075 9475541  
Lun-Ven | 09:00-18:00

©2019 Starshop. All Rights Reserved.  
P.IVA 03924510542

VISA

MasterCard

Apple Pay

Google Pay

UnionPay

Paycom

Wireframe | Mobile

49



# Carrello



Ho realizzato la pagina del carrello mantenendo stile ed elementi simili all'overlay accessibile da tutte le pagine, come ad esempio la **barra** che indica agli **utenti** quanto manca loro per raggiungere la **spedizione gratuita**.

Altri elementi importanti sono:

- La sezione dove inserire un **codice sconto**, avente ora un nuovo stile coerente con il resto del sito
- Un'overlay fisso sempre visibile nella parte bassa contenente il **riepilogo dell'ordine** e il pulsante per procedere con **l'acquisto**
- Il pulsante per **svuotare il carrello**
- Una sezione contenente **prodotti suggeriti** in quanto acquistati in precedenza da altri utenti.





# Checkout



Il processo di checkout è ora suddiviso in **tre fasi** indicate in modo chiaro all'utente dalla **barra** posizionata in cima alla pagina così che egli sappia sempre a che punto si trova del processo, oltre a **stimolare** e **favorire** il completamento del processo di acquisto stesso. Tutte le parti presentano in alto la possibilità per l'utente di **accedere** al proprio account.

## Parte 1

La prima parte del processo di checkout riguarda le **informazioni di spedizione** e le informazioni personali per l'utente. Qui chi acquista può scegliere anche il **metodo di spedizione** desiderato e ha la possibilità di **creare un account** nuovo tramite una password e le informazioni qui inserite.

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1

2

3

Spedizione

Pagamento

Ricevuta

Hai già un account?

Accedi

INDIRIZZO DI SPEDIZIONE

E-mail\*

E-mail

Nome\*

Cognome\*

Mario

Rossi

Indirizzo\*

Via, Numero civico

Nazione\*

Italia

Provincia

Provincia, stato o regione

Città\*

Milano

CAP\*

00000

Numero di telefono\*

+39 000 0000 000

Verrà utilizzato dal corriere durante la consegna dell'ordine

☒ Crea un account gratuito

Crea una password\*

Password

La password deve avere almeno 8 caratteri e contenere una lettera maiuscola, un numero ed un carattere speciale

Metodo di spedizione

☐ InPost

3,50€

☒ Corriere Espresso (24h/48h)

5,50€

Riepilogo dell'ordine

Prodotti

• One-Punch Man S2

5,60€

• DC Rebirth - Batman/Superman 1

21,90€

Subtotale

27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€)

5,50€

Totale

33,00€

Procedi

Visa

MasterCard

Apple Pay

Google Pay

PayPal

Amazon

Carta Verde

Carta Blu

Carta Nera

Carta Verde

Carta Blu

Carta Nera

Informazioni sulla spedizione

Consegna standard in 2-5 giorni lavorativi (esclusi i giorni festivi)

Resi sempre possibili entro 14 giorni

Un omaggio per te! In ogni acquisto, una piccola sorpresa per ringraziarti

LE VOSTRE RECENSIONI

4.7/5

Recensioni Verificate

Sulla base di 7.395 recensioni sottoposte a verifica

★★★★☆

Vedi tutte le recensioni su questo sito

★★★★★ 5/5

Venditori 5 stelle! Spedizione super veloce! Ordinato lunedì sera

Recensione del 16/08/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/08/2025 di Fabio B.

★★★★★ 5/5

Ordine impeccabile!

Recensione del 16/08/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/08/2025 di Andrea B.



## Parte 2

All'interno della seconda parte del processo di checkout si trovano tutti i **metodi di pagamento** disponibili ed i relativi campi da compilare.

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1 Spedizione 2 Pagamento 3 Riepilogo

Hai già un account?

Accedi

**INFORMAZIONI DI PAGAMENTO**

**Riepilogo dell'ordine**

<b>Prodotti</b>	
• One-Punch Man 32	5,60€
• DC Rebirth - Batman/Superman 1	21,90€
<hr/>	
<b>Subtotale</b>	27,50€
<b>Spedizione</b> (Gratis oltre i 49€)	5,50€
<b>Totale</b>	<b>33,00€</b>

**Metodo di pagamento**

☒ Pagamento con Carte di credito e Debito e Prepagate

Numero di carta\*

0000-0000-0000-0000

Scadenza (MM/AA)\*

MM/AA

CVV\*

000

☐ PayPal

☐ Carte cultura

☐ Bonifico bancario

Acquista

☐ Ho preso visione dell'informativa sulla [privacy](#)

## Parte 3

La terza parte, invece, fornisce all'utente la **conferma** della buona riuscita del suo ordine insieme al relativo **riepilogo** dei prodotti acquistati.

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1 Spedizione 2 Pagamento 3 Riepilogo

Hai già un account?

Accedi

**ORDINE COMPLETATO CON SUCCESSO!**

Il tuo ordine è stato ricevuto e sarà elaborato immediatamente. La consegna avverrà entro 24-48 ore (esclusi i giorni festivi). Riceverai una mail di conferma con tutti i dettagli dell'acquisto.

**Riepilogo prodotti**

• One-Punch Man 32	5,60€
• DC Rebirth - Batman/Superman 1	21,90€

Continua a comprare

**Informazioni sulla spedizione**

- Consegna standard in 2-5 giorni lavorativi (esclusi i giorni festivi)
- Resi: sempre possibili entro 14 giorni
- Un omaggio per te! In ogni acquisto, una piccola sorpresa per ringraziarti

**LE VOSTRE RECENSIONI**

4.7/5 Sulla base di 7.399 recensioni sottoposte a verifica

★★★★☆ Vedi tutte le recensioni su [quindici.it](#)

★★★★★ 5/5

Venditori 5 stelle  
Spedizione super veloce  
Ordinato lunedì, pacco ricevuto venerdì

Recensione del 16/06/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/06/2025 di Fabio B.

★★★★★ 5/5

Ottimo imballaggio!

Recensione del 16/06/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/06/2025 di Andrea B.

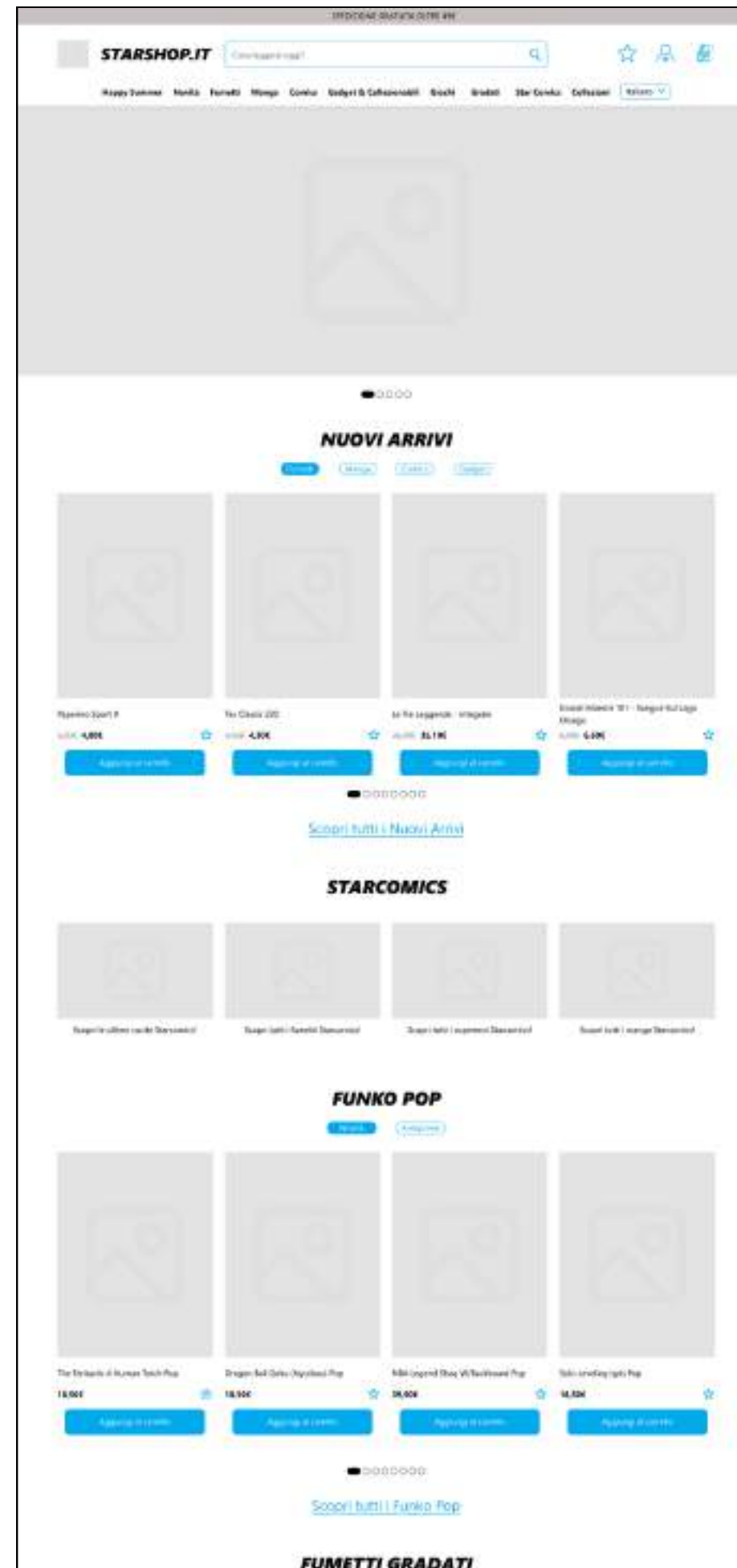
● ○ ○ ○ ○



# Homepage



Gli elementi e le sezioni della versione desktop sono i medesimi della versione mobile, ma presentano un **layout ottimizzato** per degli schermi aventi dimensioni maggiori.





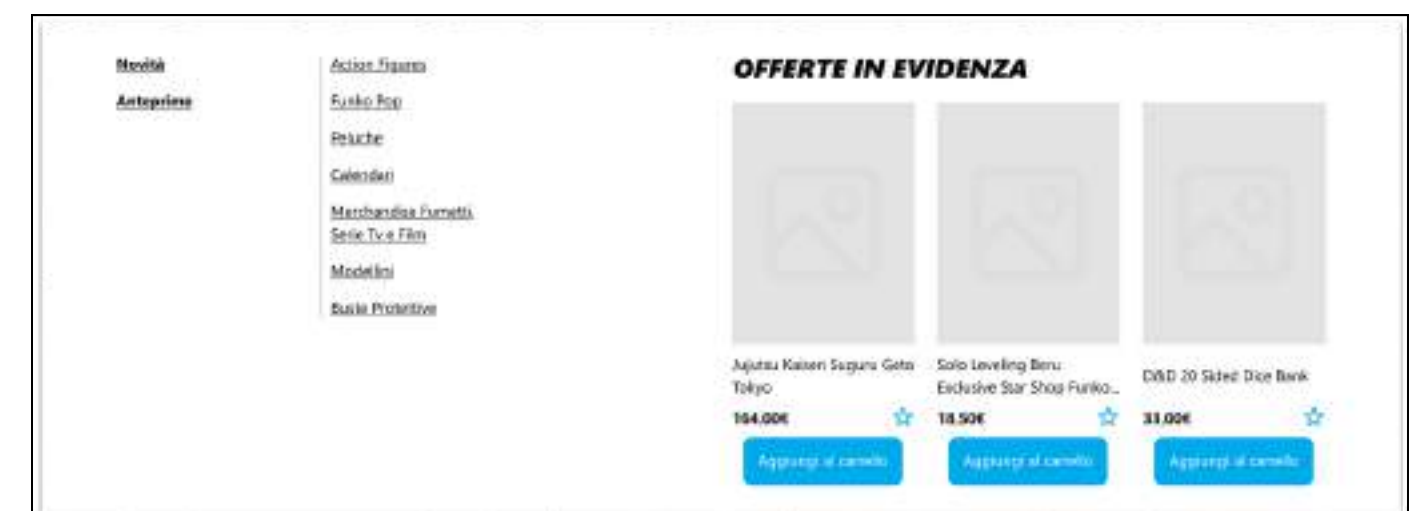
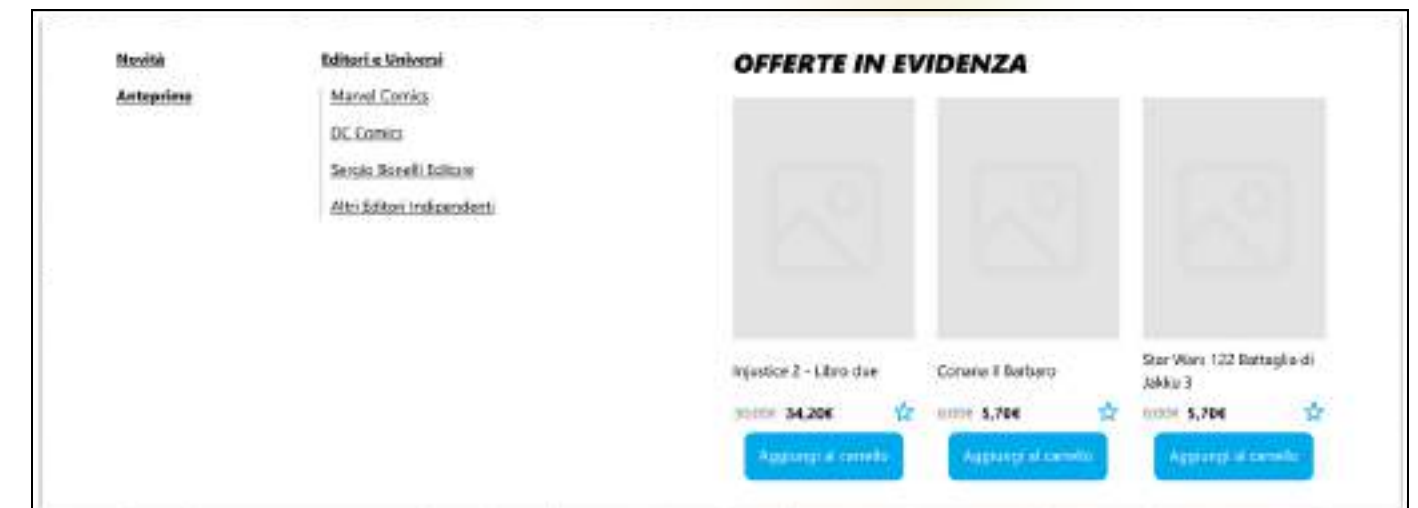
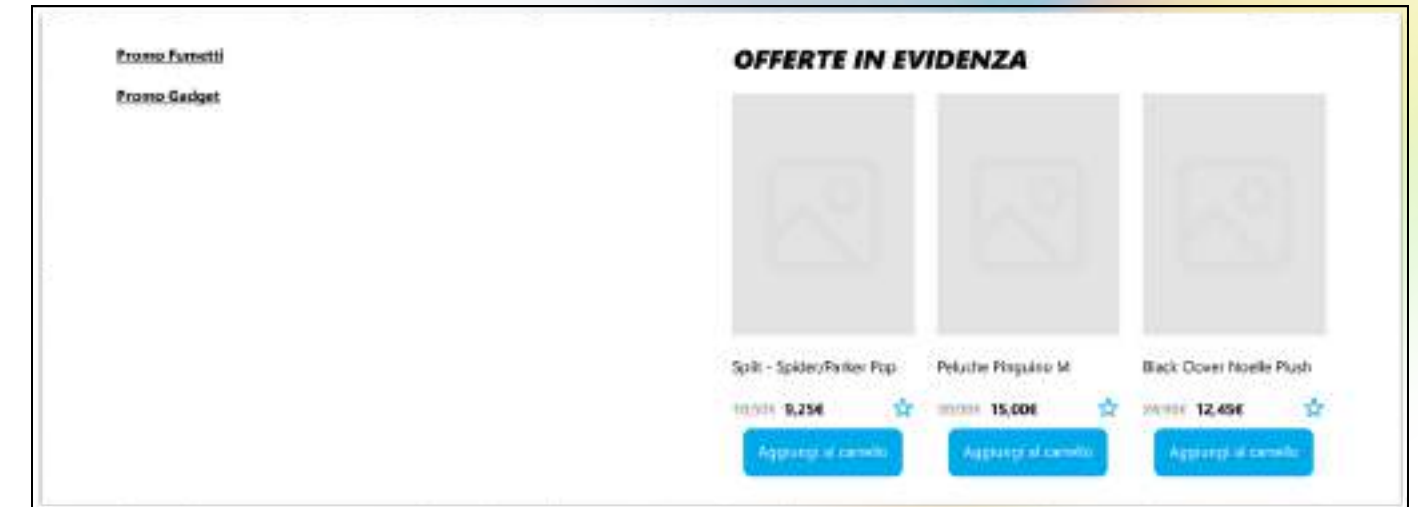
# Overlay Carrello

L'overlay del carrello presenta in versione desktop una struttura molto simile a quella mobile. Esso si posiziona nel **lato destro** dello schermo.

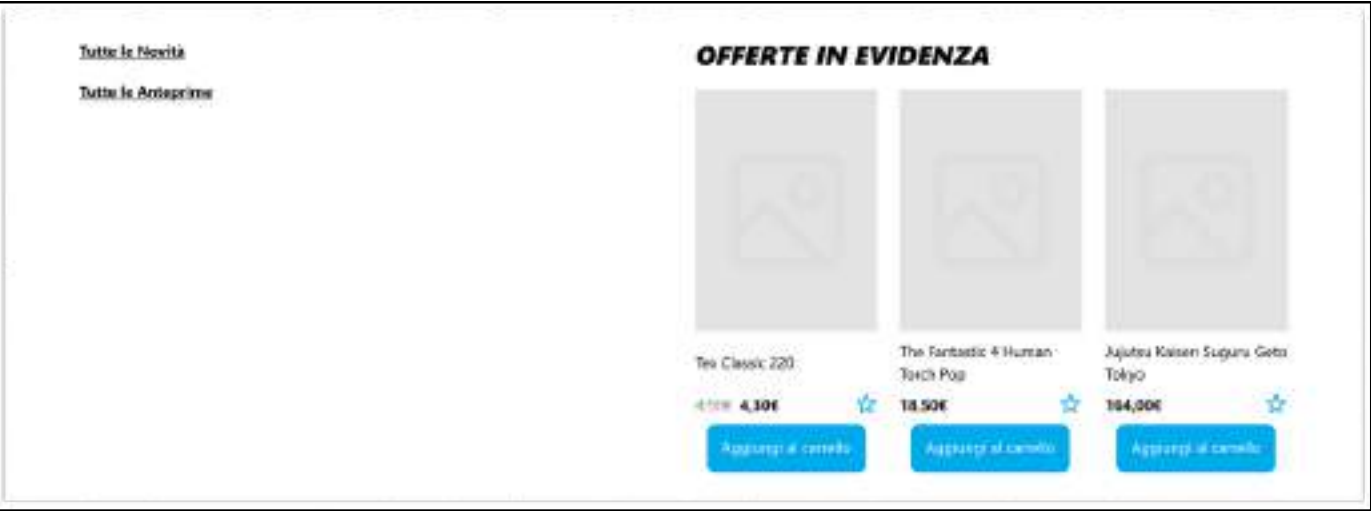
# Navbar

L'accesso alla maggior parte delle pagine del sito web avviene dalla **barra di navigazione**. Qui è possibile aprire i sottomenù relativi alla categoria selezionata.

Ho rivisitato il layout originale **uniformando lo stile** a quello del resto del sito e inserendo, sul lato destro, delle card contenenti dei **prodotti in offerta** coerenti alla categoria selezionata, per **incentivarne l'acquisto**.





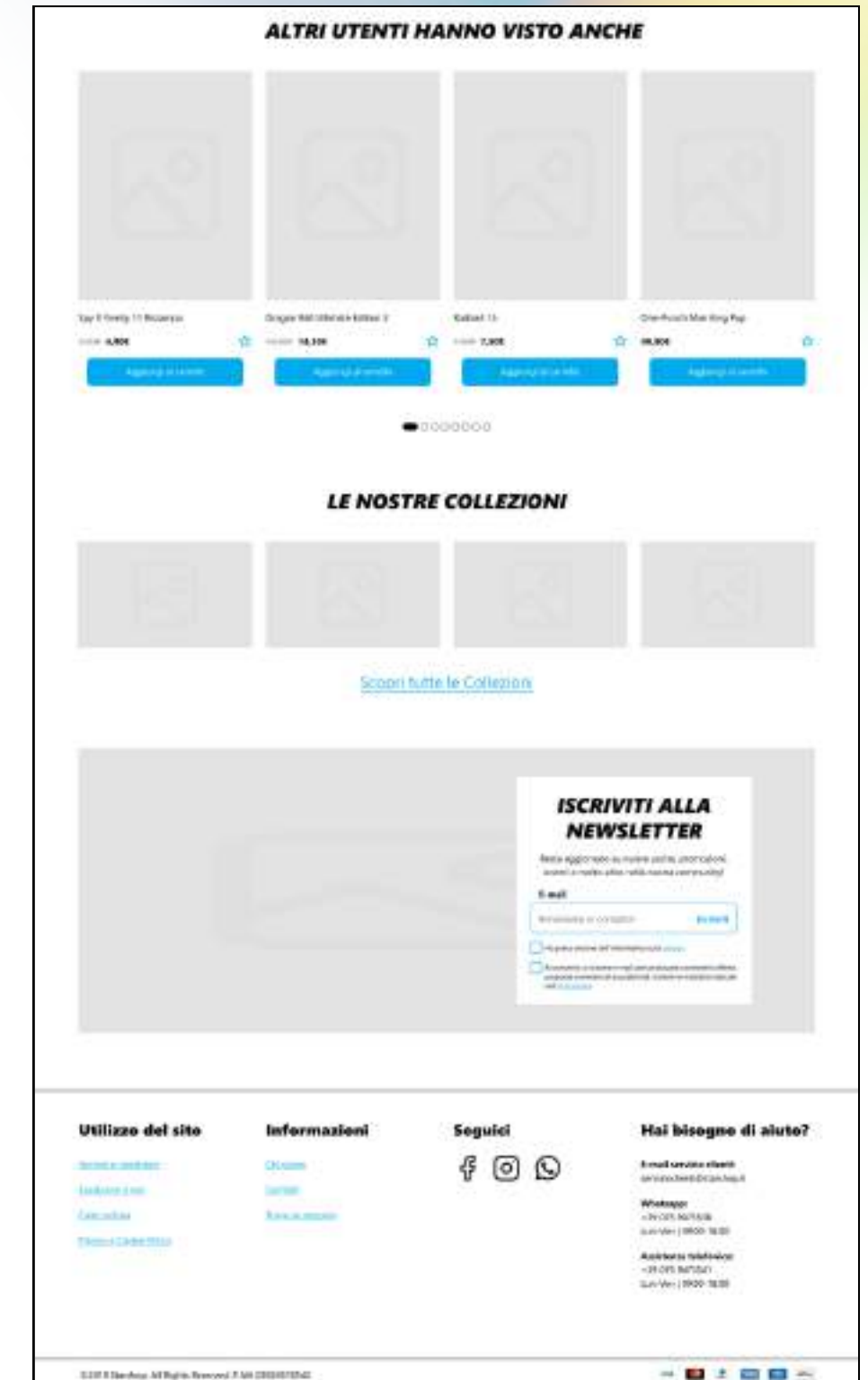
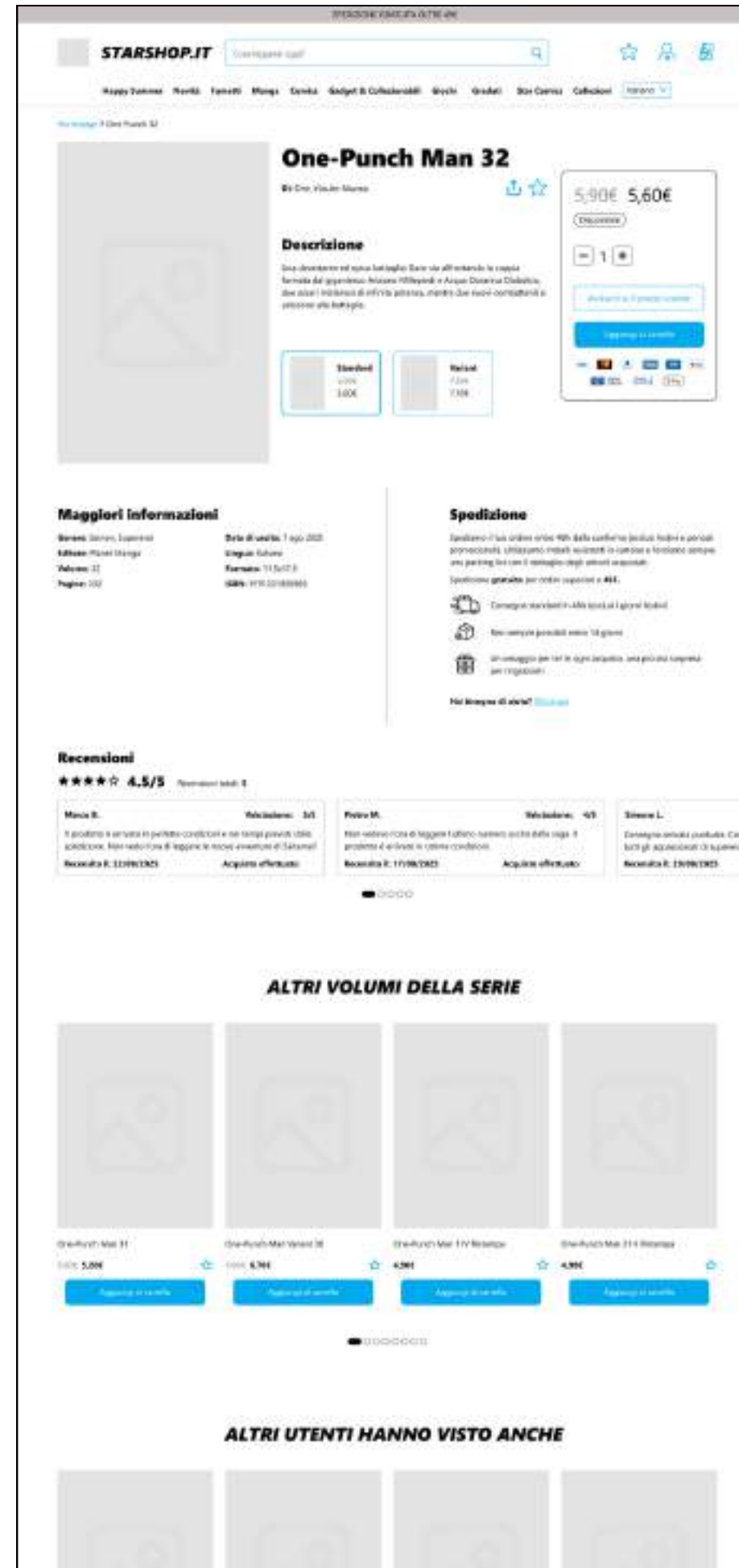




# Pagina prodotto

Il **focus principale** nel ridisegnare questa pagina è stato quello di rendere più **chiare e immediate** per gli utenti le informazioni relative al prodotto visualizzato.

Come nella versione mobile, ho introdotto la possibilità di **selezionare la versione** del prodotto da acquistare, che si tratti dell'edizione standard o di una speciale.





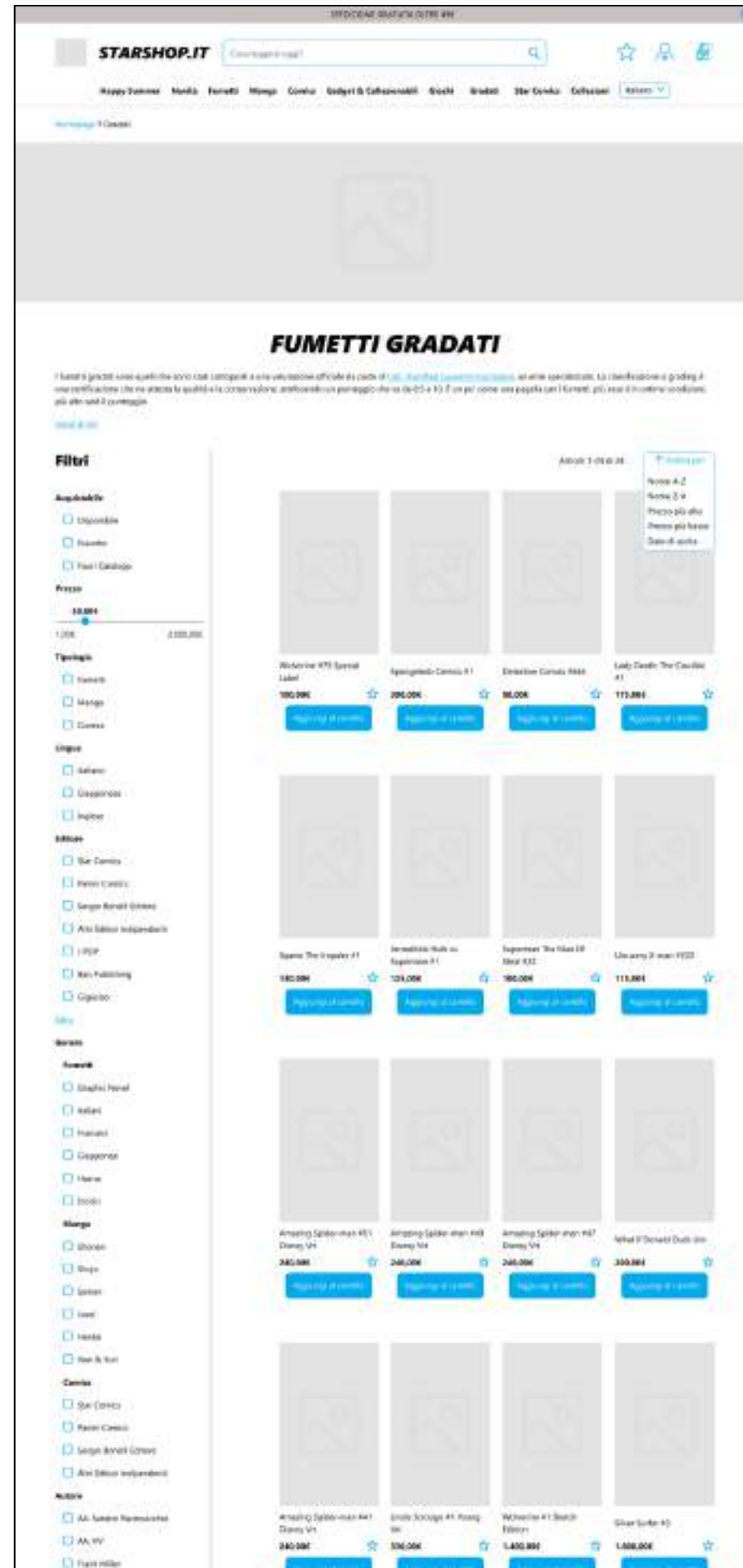
# Pagina gradati



Nel redesign di questa pagina, che fa da esempio per tutte le pagine del sito che presentano un elenco di prodotti, ho integrato e **riorganizzato i filtri** con maggiori opzioni selezionabili, mantenendo **lo stesso stile** utilizzato per la versione mobile.

La parte finale della pagina, invece, presenta **un layout differente** dei paragrafi, rispetto alla versione attuale presente su Starshop.it, così che la lettura dei testi sia **più scorrevole** per gli utenti.

Wireframe | Desktop



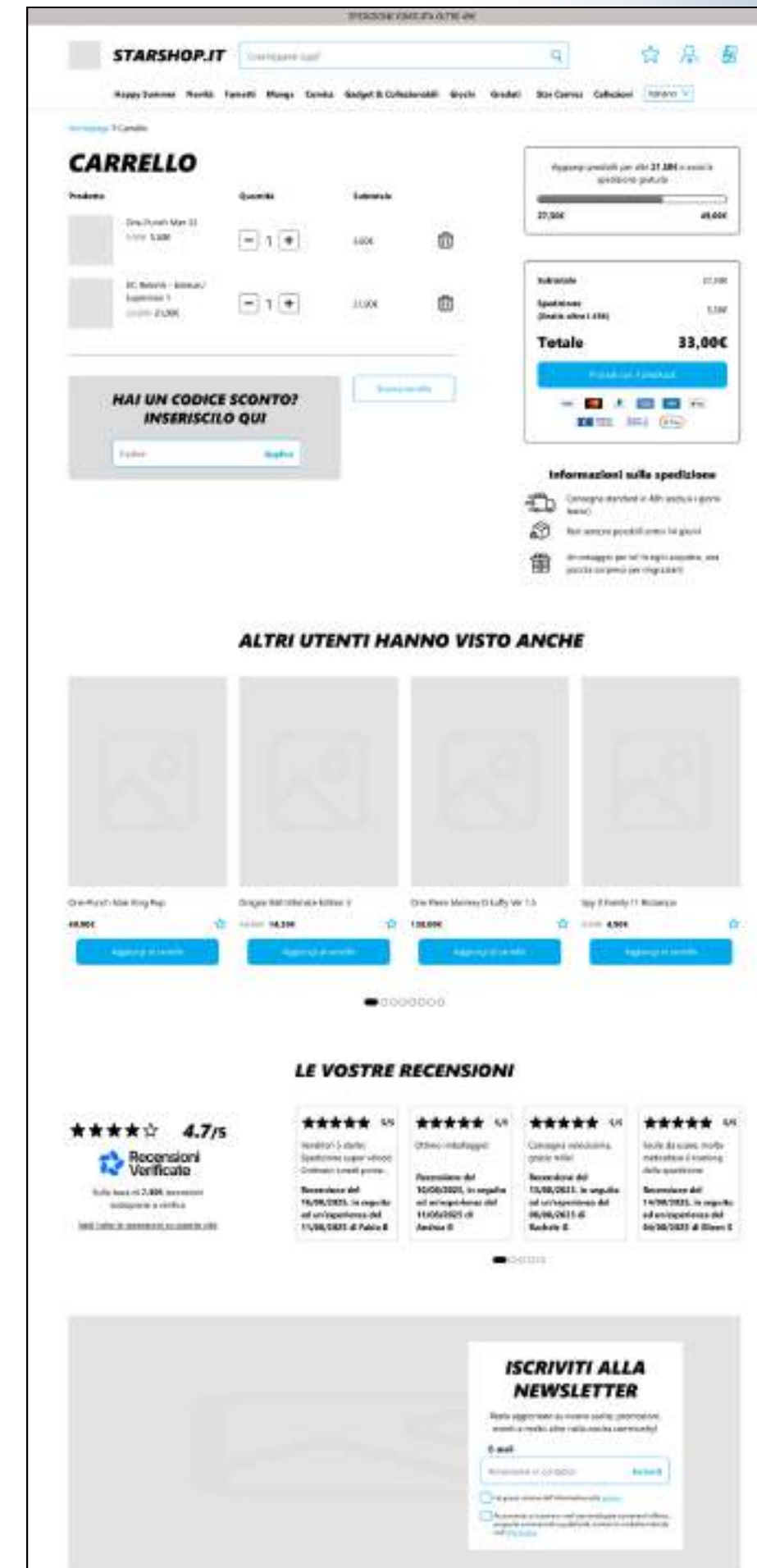


# Carrello



Così come nella versione mobile, anche qui sono presenti degli elementi coerenti con l'**overlay** apribile dall'header. Tra di essi troviamo:

- La sezione dove inserire un **codice sconto**
- Il **riepilogo dell'ordine** e il pulsante per procedere con l'**acquisto**
- La sezione contenente i **prodotti suggeriti**





# Checkout



Il layout della pagina dedicata al checkout mantiene tutti gli elementi presenti nella versione mobile, necessari all'utente per **finalizzare l'acquisto**. Anche in questa versione desktop il processo è suddiviso in **tre parti** e l'utente può visualizzare in ogni momento in quale parte egli si trovi dalla **barra** posizionata appositamente nella parte alta della pagina.

## Parte 1

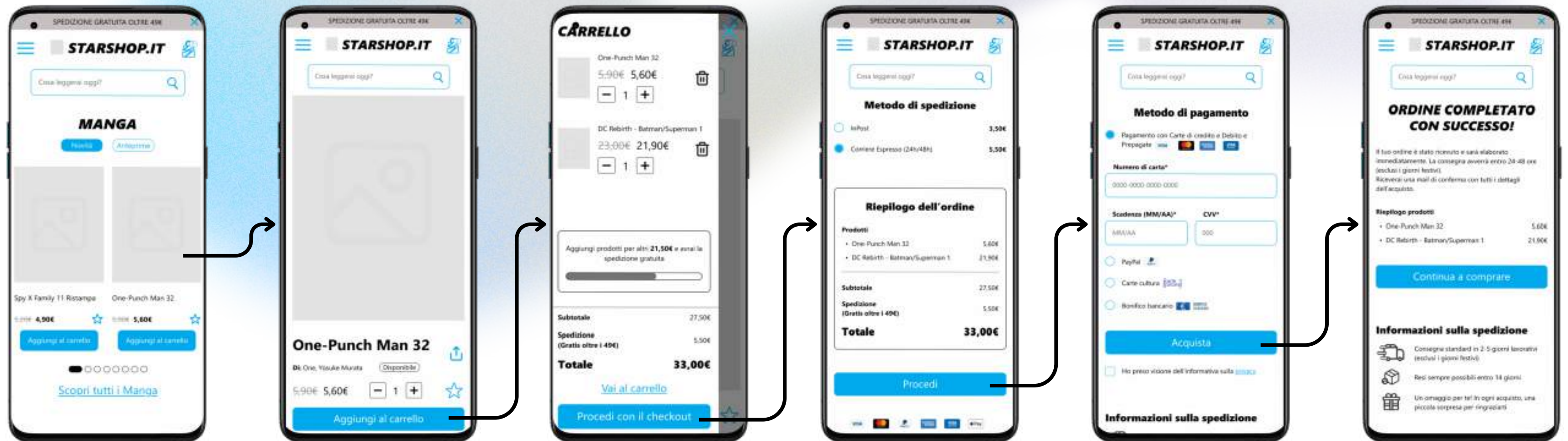
## Parte 2

## Parte 3



# Wireflow: Caso studio 1

Il wireflow dedicato a Giovanna simula il percorso di una mamma che vuole acquistare dei fumetti come regalo ai suoi figli. Dalla **homepage** individua un manga simile al preferito dei suoi figli, accede a una **pagina prodotto** chiara e leggibile, dove può comprendere facilmente le informazioni principali senza rischiare confusione. Una volta aggiunto l'articolo al **carrello**, apre l'**overlay** sintetico che le permette di procedere rapidamente all'acquisto. Il **checkout** è suddiviso in tre fasi distinte: **informazioni di spedizione**, **metodo di pagamento** e **conferma ordine**.

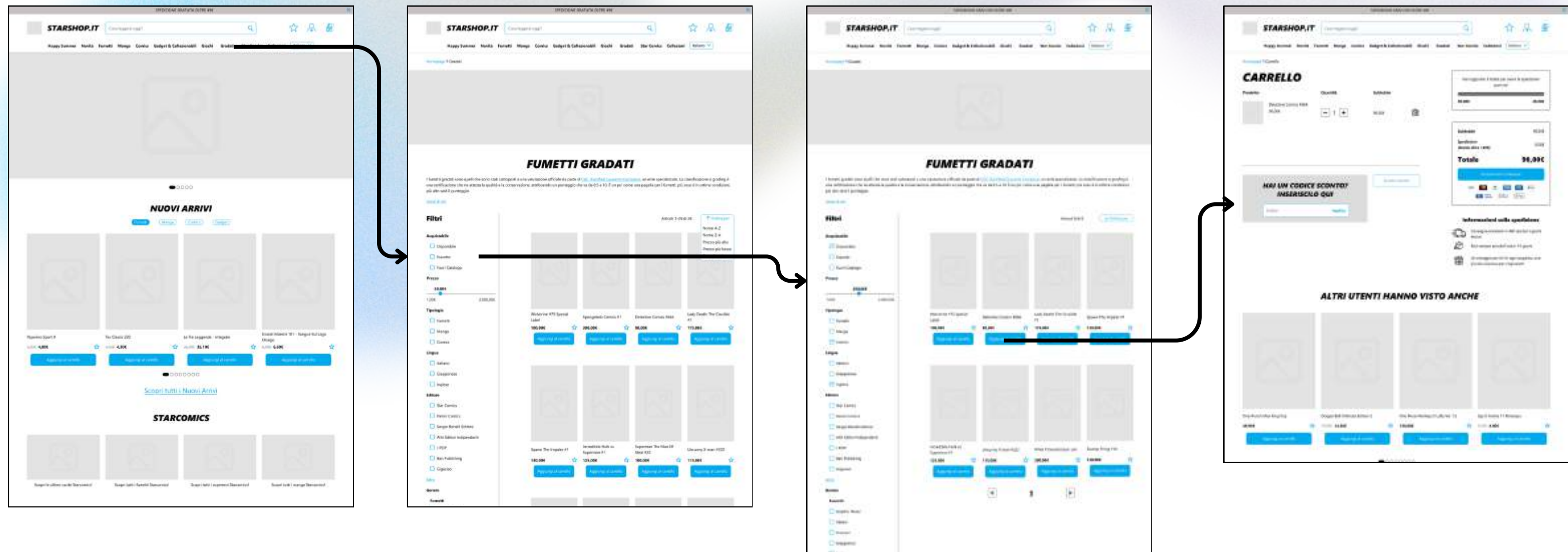




# Wireflow: Caso studio 2



Il wireflow dedicato ad Alessandro riproduce il percorso di un collezionista esperto alla ricerca di edizioni particolari. Dalla **homepage** accede direttamente alla sezione dedicata ai **fumetti gradati**, dove può applicare dei **filtri** per restringere la ricerca in base alle sue **preferenze**. Una volta individuato il prodotto desiderato, lo aggiunge al **carrello**. Questo flusso mette in evidenza la centralità dei filtri, elemento essenziale per utenti esigenti come Alessandro, che cercano precisione e velocità nella navigazione.





# 4 User Interface

---

Prototipo  
UI Mobile  
UI Desktop  
Components



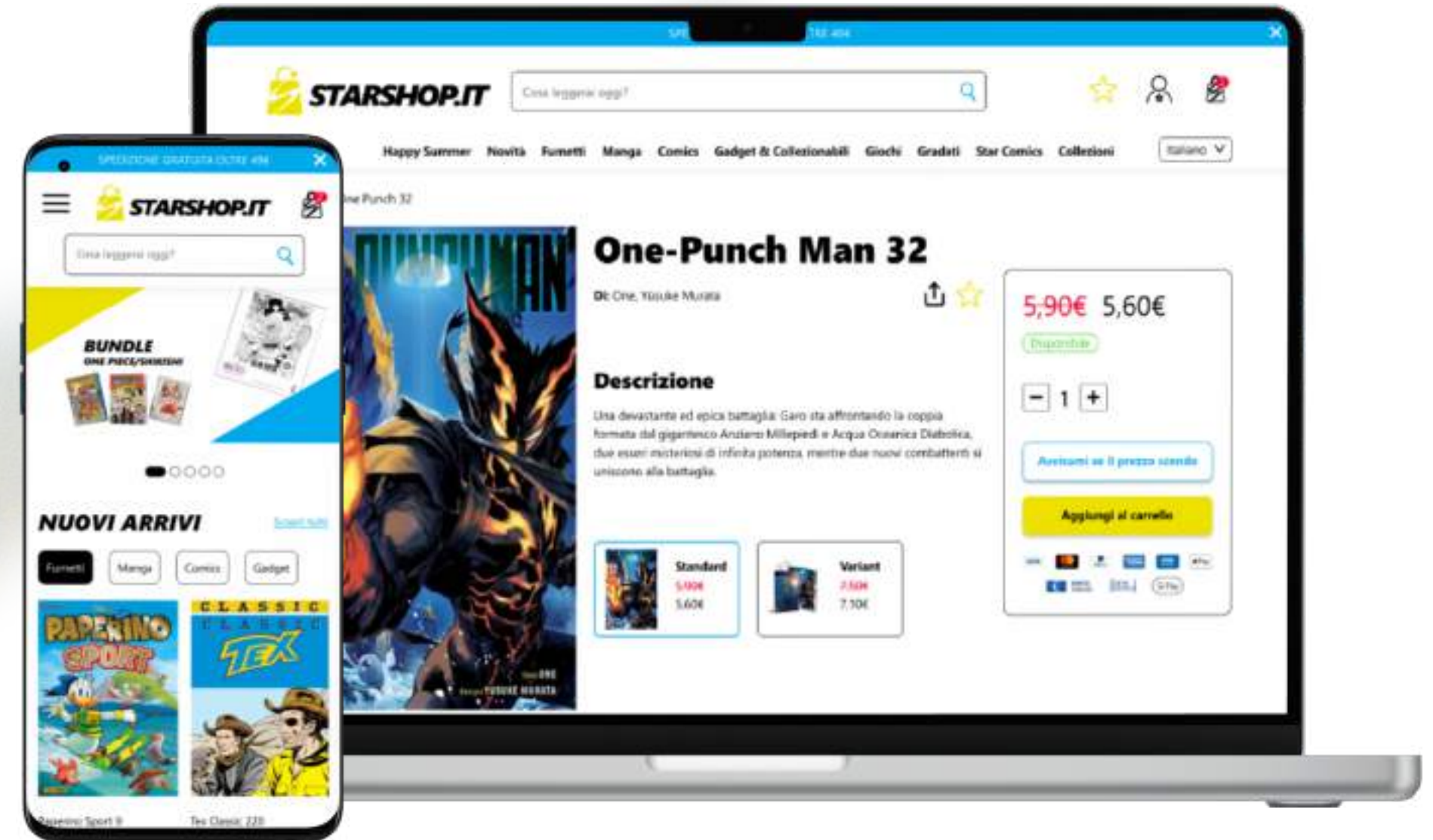
# Prototipo UI



Nel realizzare il prototipo UI ho scelto un design minimalista, in modo da **valorizzare al meglio i prodotti**. Poiché la maggior parte degli articoli in vendita su Starshop.it sono fumetti, già molto colorati di per sé, ho utilizzato i colori della palette cromatica per evidenziare gli elementi chiave del sito e **guidare l'utente** nelle azioni necessarie al completamento dell'acquisto.

Ho inoltre ridisegnato alcune **immagini promozionali** poste all'inizio delle pagine, rendendole coerenti con lo stile generale, e **sviluppato** tutti i **componenti interattivi** necessari al funzionamento del prototipo.

 **Link al Prototipo**



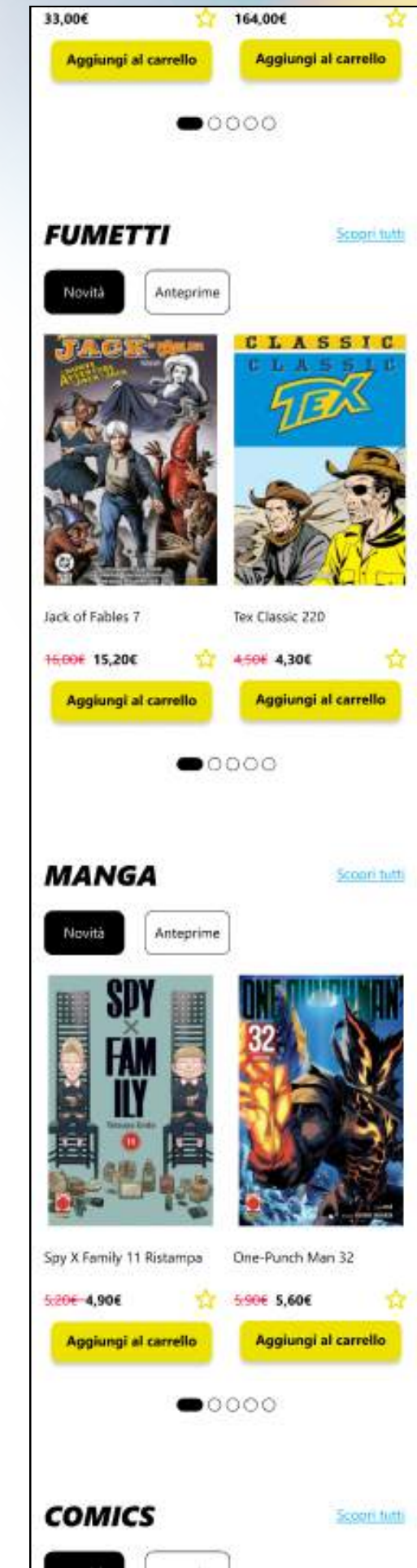


# Homepage

Nel realizzare la nuova UI di Starshop.it ho utilizzato il **giallo acceso** del logo per evidenziare gli elementi più importanti, come le **CTA primarie**, mentre ho utilizzato il **blu** di Star Comics per le **CTA secondarie**, i link e gli elementi in secondo piano. Il **rosso**, invece, è stato utilizzato per **alcuni dettagli** come il numero di prodotti nel carrello o i prezzi scontati.

## Sezione Star Comics

Ho realizzato **quattro riquadri** dedicati al mondo di **Star Comics**, ognuno con un'apposita immagine e che rimandano ai relativi prodotti. Così da **valorizzare** maggiormente il **brand** della cada editrice originaria.





COMICS

[Scopri tutti](#)

Novità

Anteprime



Star Wars 122 Battaglia di Jakku 3

Conan il Barbaro 11

6,90€ - 5,70€



6,90€ - 5,70€



Aggiungi al carrello

Aggiungi al carrello



LE VOSTRE RECENSIONI

4.7/5



Sulla base di 7.395 recensioni sottoposte a verifica



Vedi tutte le recensioni su questo sito



5/5

Venditori 5 stelle!  
Spedizione super veloce!  
Ordinato lunedì pome

Recensione del 16/08/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/08/2025 di Fabio B



4/5

Ottimo imballaggio!

Recensione del 16/08/2025, in seguito ad un'esperienza del 11/08/2025 di Andrea B



LE NOSTRE COLLEZIONI



[Scopri tutte le Collezioni](#)

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Resta aggiornato su nuove uscite, promozioni, eventi e molto altro nella nostra community!

E-mail

Rimaniamo in contatto!

Iscriviti

☐ Ho preso visione dell'informatica sulla [privacy](#)

☐ Accetto a ricevere e-mail personalizzate contenenti offerte, proposte commerciali e pubblicità, tramite le modalità indicate nell'[informativa](#)

Utilizzo del sito

Termini e condizioni

Spedizioni e resi

Carte cultura

Privacy e Cookie Policy



Informazioni

Chi siamo

Contatti

Trova un negozio

Hai bisogno di aiuto?

E-mail servizio clienti:

servizioclienti@starshop.it

Whatsapp:

+39 075 9475538

Lun-Ven | 09:00-18:00

Assistenza telefonica:

+39 075 9475541

Lun-Ven | 09:00-18:00

©2019 Starshop. All Rights Reserved.  
P.IVA 03924510542



Overlay Carrello

CARRELLO

One-Punch Man 32

5,90€ 5,60€

- 1 +

DC Rebirth - Batman/Superman 1

23,00€ 21,90€

- 1 +

Aggiungi prodotti per altri 21,50€ e avrai la spedizione gratuita

Subtotale

27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€)

5,50€

Totale

33,00€

Vai al carrello

Procedi con il checkout

Menu

STARSHOP.IT Italiano

Accedi

Non hai un account? [Registrati](#)

Wishlist

Home

Happy Summer

Novità

Fumetti

Manga

Comics

Gadget & Collezionabili

Giochi

Gradati

Star Comics

Collezioni



# Pagina Prodotto

Uno dei componenti interattivi che ho realizzato per il prototipo UI è la sezione contenente le **informazioni** dei prodotti visualizzati. Nell'immagine si vede in versione **"chiusa"**, ma cliccando sulla sezione desiderata essa si apre fornendo le informazioni desiderate.

## Overlay acquisto

Nella parte bassa della pagina troviamo **un'overlay fisso**, sempre presente mentre si naviga la pagina, contenente la CTA primaria per aggiungere il prodotto al carrello.



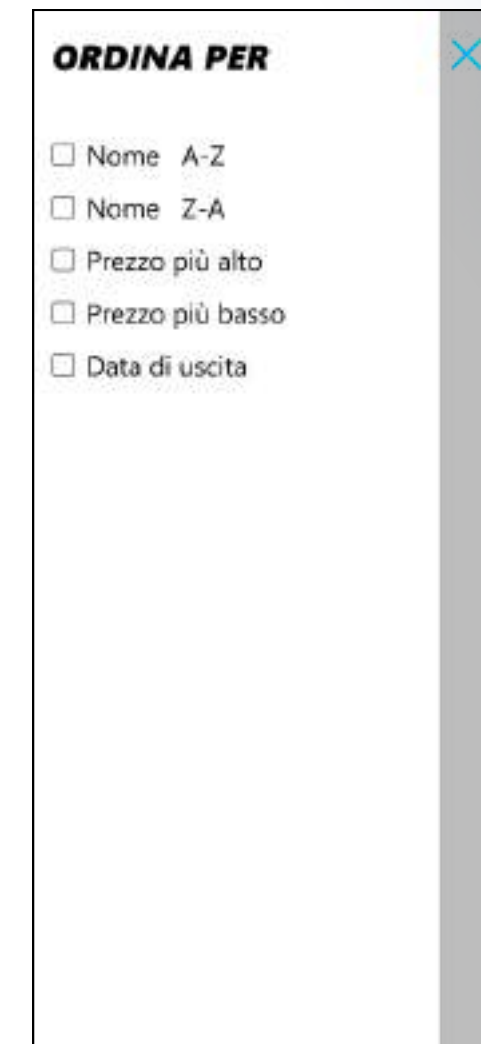


# Fumetti Gradati



All'inizio della pagina dedicata ai fumetti gradati, che fa da esempio a tutte le pagine simili contenenti un elenco di prodotti, troviamo un **breve testo informativo** con il relativo link **"Leggi di più"** che rimanda alla sezione in fondo alla pagina contenente maggiori informazioni.

I due **overlay**, invece, compaiono dopo aver cliccato sui relativi badge e sono anch'essi **interattivi**. Le checkbox sono selezionabili ed il **menu chiuso** contenente i filtri si apre selezionando la voce desiderata.





# Immagini

Oltre a riorganizzare il layout dei paragrafi per migliorarne la **leggibilità**, ho aggiunto un'ulteriore immagine a questa sezione per migliorare **l'armonia** tra il **testo** e gli altri **elementi** sia in versione mobile che desktop.

## FUMETTI GRADATI

*In base a quali parametri avviene la valutazione*

Ottenere un punteggio perfetto di 10 è quasi impossibile, soprattutto per i numeri più datati, che inevitabilmente tendono a deteriorarsi nel tempo. Nella maggior parte dei casi, anche quelli tenuti meglio ottengono un 9.8, e un 9.9: un 10 per i vecchi classici è quasi come avvistare un unicorno!

La valutazione di manga, fumetti e comics avviene secondo precisi criteri stabiliti dalla CGC. Ogni fumetto viene esaminato da esperti che ne valutano le condizioni generali in base a parametri specifici. Oltre al punteggio numerico, **essi ricevono anche un'etichetta colorata**, che rappresenta il tipo di conservazione e le eventuali caratteristiche aggiuntive.

Esistono 13 colori, ma i principali sono 4, ognuno con un significato ben preciso:

- L'**etichetta blu Universal** è la più comune e viene assegnata ai fumetti definiti "senza qualifiche". Sta ad indicare che essi non presentano autografi, non sono stati restaurati e non hanno parti mancanti significative;
- L'**etichetta gialla Signature** è riservata ai volumi autografati. Ricevono questa label solo quelli con autografi autentici al 100% perché eseguiti in occasione di eventi organizzati dalla CGC o in presenza di testimoni dell'ente;
- L'**etichetta verde Qualified** viene associata ad albi con difetti significativi, come pagine e punti metallici mancanti o autografi non autentici. Il difetto, di norma, viene sempre riportato sull'etichetta, al di sotto del titolo e della nota di pubblicazione;
- L'**etichetta viola Restored** è riservata ai numeri che sono stati sottoposti a restauro; ad esempio quelli che subiscono le pratiche di rifilatura e ripulitura, che ne ritoccano rispettivamente rilegatura e colore. Oltre a questi, come accennavamo poco fa, esistono altre etichette, come quella marrone che identifica i numeri dotati di Pedigree, oppure addirittura combinazioni di di colore, ad esempio: gialla e verde, gialla e viola, e così via...

## Il valore di un fumetto gradato

La gradazione di un fumetto fornisce una valutazione chiara e oggettiva che aiuta a determinarne il valore di mercato.

Possedere un **gradato da collezione** non è solo una questione di valore economico, ma anche di prestigio: più il fumetto è ben conservato, maggiore sarà la sua rarità e il suo fascino. Uno con una valutazione alta, ad esempio 9.8 o 10, avrà sicuramente un prezzo molto più elevato rispetto a uno con una valutazione inferiore o con difetti evidenti. I prezzi, però, possono variare notevolmente anche rispetto alla rarità del pezzo, che può raggiungere cifre considerevoli, specialmente se si tratta di albi leggendari o edizioni limitate.

Il fumetto è ben conservato, maggiore sarà la sua rarità e il suo fascino. Uno con una valutazione alta, ad esempio 9.8 o 10, avrà sicuramente un prezzo molto più elevato rispetto a uno con una valutazione inferiore o con difetti evidenti. I prezzi, però, possono variare notevolmente anche rispetto alla rarità del pezzo, che può raggiungere cifre considerevoli, specialmente se si tratta di albi leggendari o edizioni limitate.



## I più richiesti: gradati dei supereroi e di Topolino

Tra quelli più richiesti, esistono due filoni che suscitano particolare interesse. I più ricercati sono senza dubbio i **comics gradati** dedicati ai **supereroi**, ad esempio quelli legati all'universo Marvel e DC.

Volumi come Action Comics #1, che introdusse nel 1938, per la prima volta nella storia il personaggio di Superman, o Amazing Fantasy #15, in cui appare per la prima volta Spider-Man, sono tra i pezzi più ambiti.

Ambiti e dal fascino unico sono anche i gradati di **Topolino**, difficili da trovare, rarissime soprattutto le primissime pubblicazioni e da sempre molto ricercati le versioni italiane che quelle internazionali.



## LE NOSTRE COLLEZIONI



[Scopri tutte le Collezioni](#)

## ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Resta aggiornato su nuove uscite, promozioni, eventi e molto altro nella nostra community!

E-mail

Rimaniamo in contatto!

[Iscriviti](#)

☐ Ho preso visione dell'Informativa sulla [privacy](#)

☐ Accordo a ricevere e-mail personalizzate contenenti offerte, proposte commerciali e pubblicità, tramite le modalità indicate nell'[informativa](#)

## Utilizzo del sito

[Termini e condizioni](#)

[Spedizioni e resi](#)

[Carte cultura](#)

[Privacy e Cookie Policy](#)

## Informazioni

[Chi siamo](#)

[Contatti](#)

[Trova un negozio](#)

## Hai bisogno di aiuto?

**E-mail servizio clienti:**  
[servizioclienti@starshop.it](mailto:servizioclienti@starshop.it)

**Whatsapp:**  
+39 075 9475538  
Lun-Ven | 09:00-18:00

**Assistenza telefonica:**  
+39 075 9475541  
Lun-Ven | 09:00-18:00





# Carrello



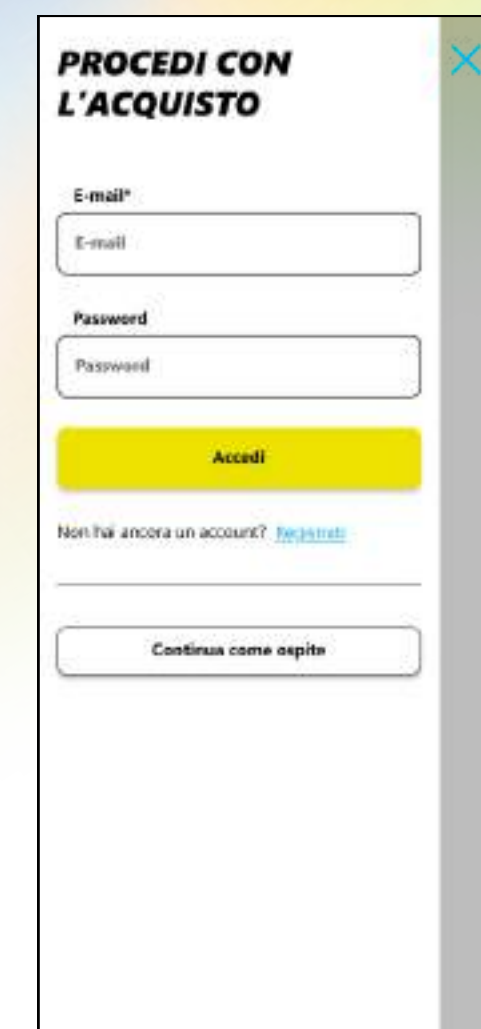
Ho realizzato la pagina del carrello mantenendo stile ed elementi simili all'overlay accessibile da tutte le pagine, come ad esempio la **barra** che indica agli **utenti** quanto manca loro per raggiungere la **spedizione gratuita**.

Altri elementi importanti sono:

- La sezione dove inserire un **codice sconto**, avente ora un nuovo stile coerente con il resto del sito
- Un'overlay fisso sempre visibile nella parte bassa contenente il **riepilogo dell'ordine** e il pulsante per procedere con **l'acquisto**
- Il pulsante per **svuotare il carrello**
- Una sezione contenente **prodotti suggeriti** in quanto acquistati in precedenza da altri utenti.



## Accesso





# Checkout



## Parte 1

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1

2

3

Spedizione

Pagamento

Ricevuta

INDIRIZZO DI SPEDIZIONE

E-mail\*

E-mail

Nome\*

Mario

Cognome\*

Rossi

Indirizzo\*

Via, numero civico

Nazione\*

Italia

Provincia

Provincia, stato o regione

Città\*

Milano

CAP\*

00000

Numero di telefono\*

+39 000 0000 000

☐ Crea un account gratuito

Crea una password\*

Password

La password deve avere almeno 8 caratteri e contenere: una lettera maiuscola, un numero ed un carattere speciale

Metodo di spedizione

☐ InPost 3,50€

☒ Corriere Espresso (24h/48h) 5,50€

Riepilogo dell'ordine

Prodotti

• One-Punch Man 32 5,60€

• DC Rebirth - Batman/Superman 1 21,90€

Subtotale 27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€) 5,50€

Totale 33,00€

VISA

MasterCard

Amex

UnionPay

Alipay

EUROCARD

Giropay

Q-Pay

Informazioni sulla spedizione

Consegna standard in 2-5 giorni lavorativi (esclusi i giorni festivi)

Resi sempre possibili entro 14 giorni

Un omaggio per te! In ogni acquisto, una piccola sorpresa per ringraziarti

Procedi

## Parte 2

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1

2

3

Spedizione

Pagamento

Ricevuta

INFORMAZIONI DI PAGAMENTO

Metodo di pagamento

☐ Pagamento con Carte di credito e Debito e Prepagate 

visa

MasterCard

Amex

UnionPay

Numero di carta\*

0000-0000-0000-0000

Scadenza (MM/AA)\*

MM/AA

CVV\*

000

☐ PayPal

☐ Carte cultura [Scopri di più](#)

☐ Bonifico bancario 

EUROCARD

Riepilogo dell'ordine

Prodotti

• One-Punch Man 32 5,60€

• DC Rebirth - Batman/Superman 1 21,90€

Subtotale 27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€) 5,50€

Riepilogo dell'ordine

Prodotti

• One-Punch Man 32 5,60€

• DC Rebirth - Batman/Superman 1 21,90€

Subtotale 27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€) 5,50€

Totale 33,00€

Informazioni sulla spedizione

Consegna standard in 2-5 giorni lavorativi (esclusi i giorni festivi)

Resi sempre possibili entro 14 giorni

Un omaggio per te! In ogni acquisto, una piccola sorpresa per ringraziarti

Acquista

☐ Ho preso visione dell'informativa sulla [privacy](#)

## Parte 3

SPEDIZIONE GRATUITA OLTRE 49€

STARSHOP.IT

Cosa leggerai oggi?

Homepage > Checkout

1

2

3

Spedizione

Pagamento

Ricevuta

ORDINE COMPLETATO CON SUCCESSO!

Il tuo ordine è stato ricevuto e sarà elaborato immediatamente. La consegna avverrà entro 24-48 ore (esclusi i giorni festivi). Riceverai una mail di conferma con tutti i dettagli dell'acquisto.

Riepilogo prodotti

• One-Punch Man 32 5,60€

• DC Rebirth - Batman/Superman 1 21,90€

Crea un account

Informazioni sulla spedizione

Consegna standard in 2-5 giorni lavorativi (esclusi i giorni festivi)

Resi sempre possibili entro 14 giorni

Un omaggio per te! In ogni acquisto, una piccola sorpresa per ringraziarti

Utilizzo del sito

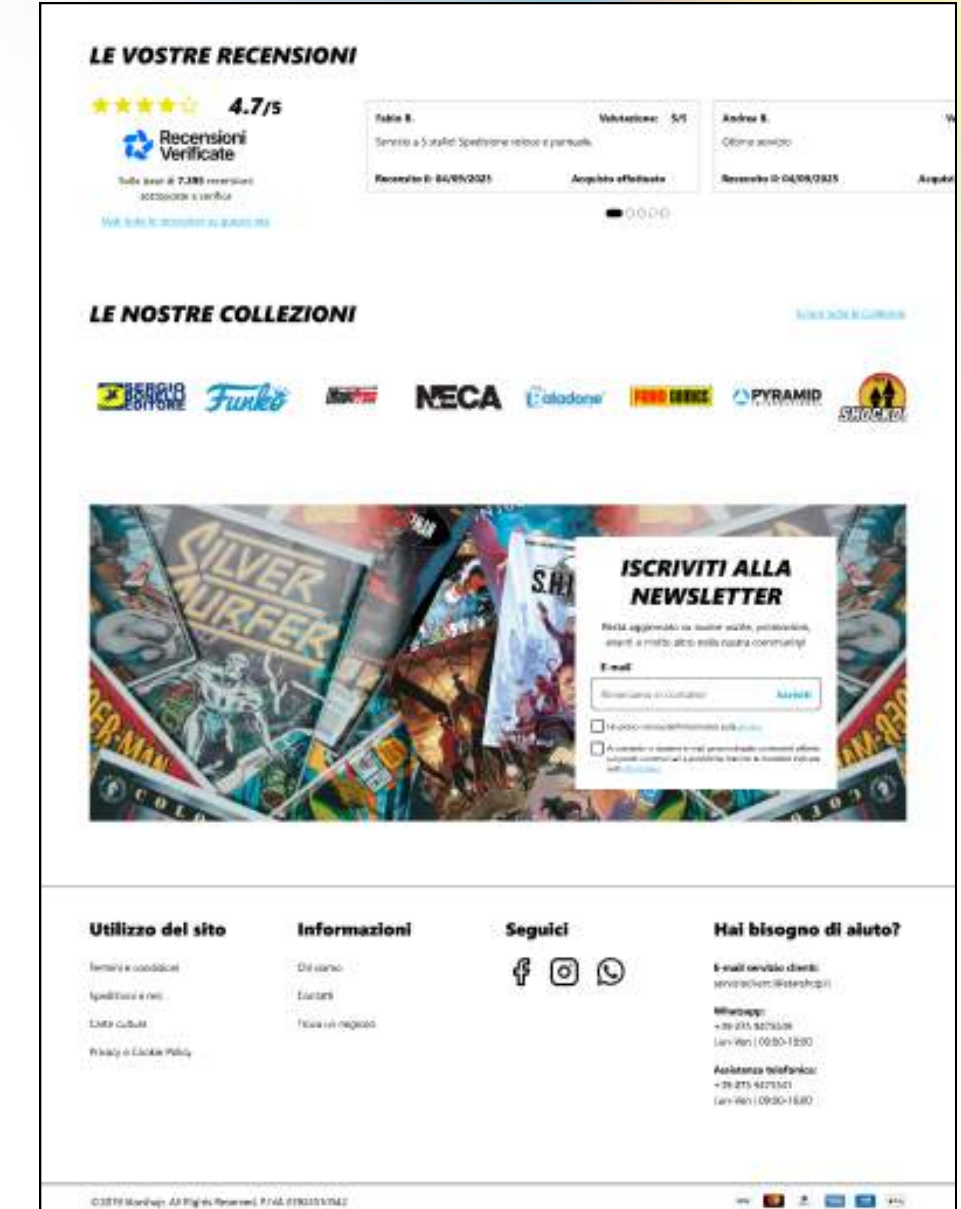
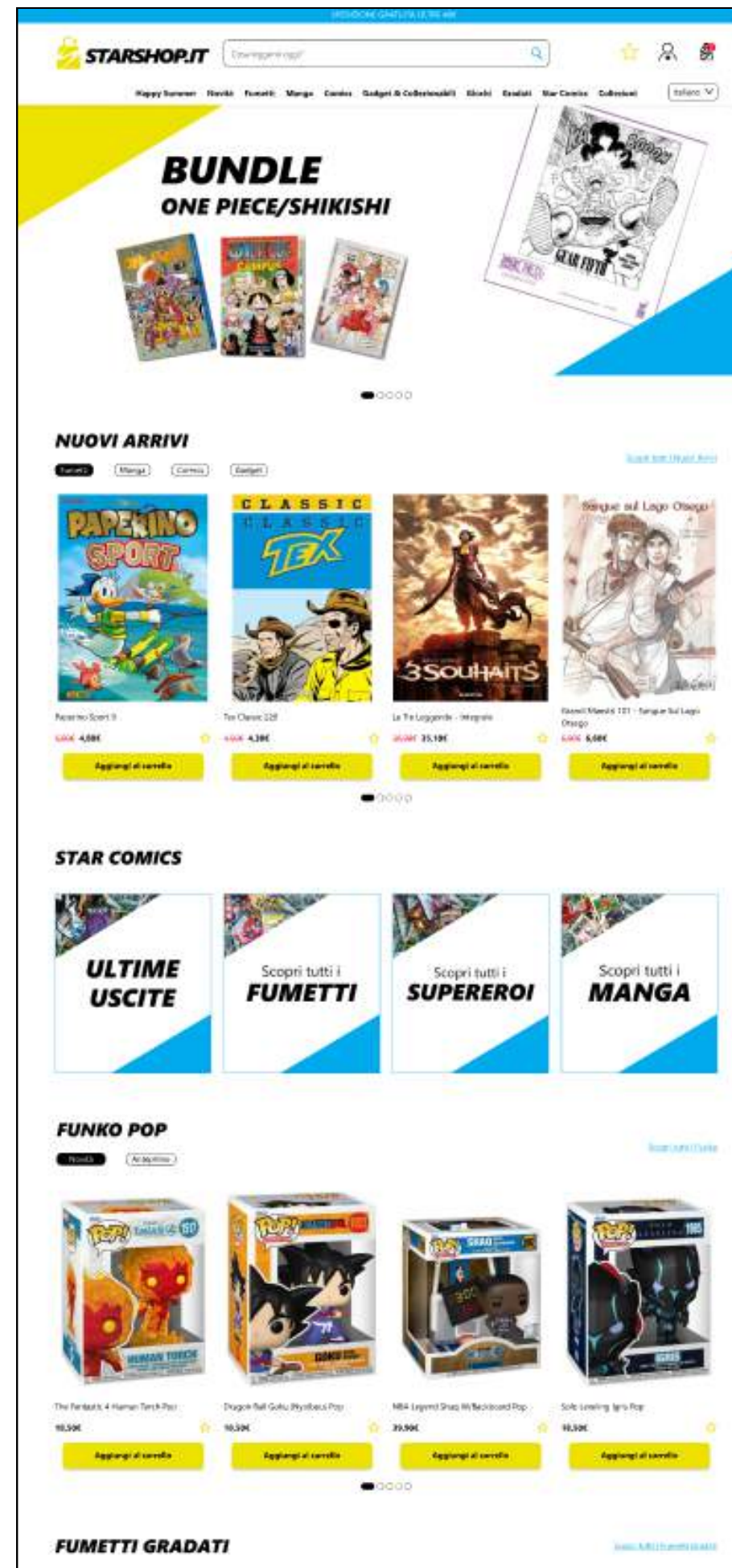
Termini e condizioni



# Homepage



Il redesign della pagina ha avuto come obiettivo quello di rafforzare la **brand identity**, comunicando fin dal primo sguardo la connessione tra **Starshop** e **Star Comics**. Questo è stato reso possibile grazie all'introduzione di una **sezione dedicata** ai prodotti Star Comics e alla valorizzazione **dell'offerta esclusiva** in primo piano.





## CARRELLO



One-Punch Man 32

~~5,90€~~ 5,60€

- 1 +



DC Rebirth - Batman/Superman 1

~~23,00€~~ 21,90€

- 1 +



Aggiungi prodotti per altri **21,50€** e avrai la spedizione gratuita



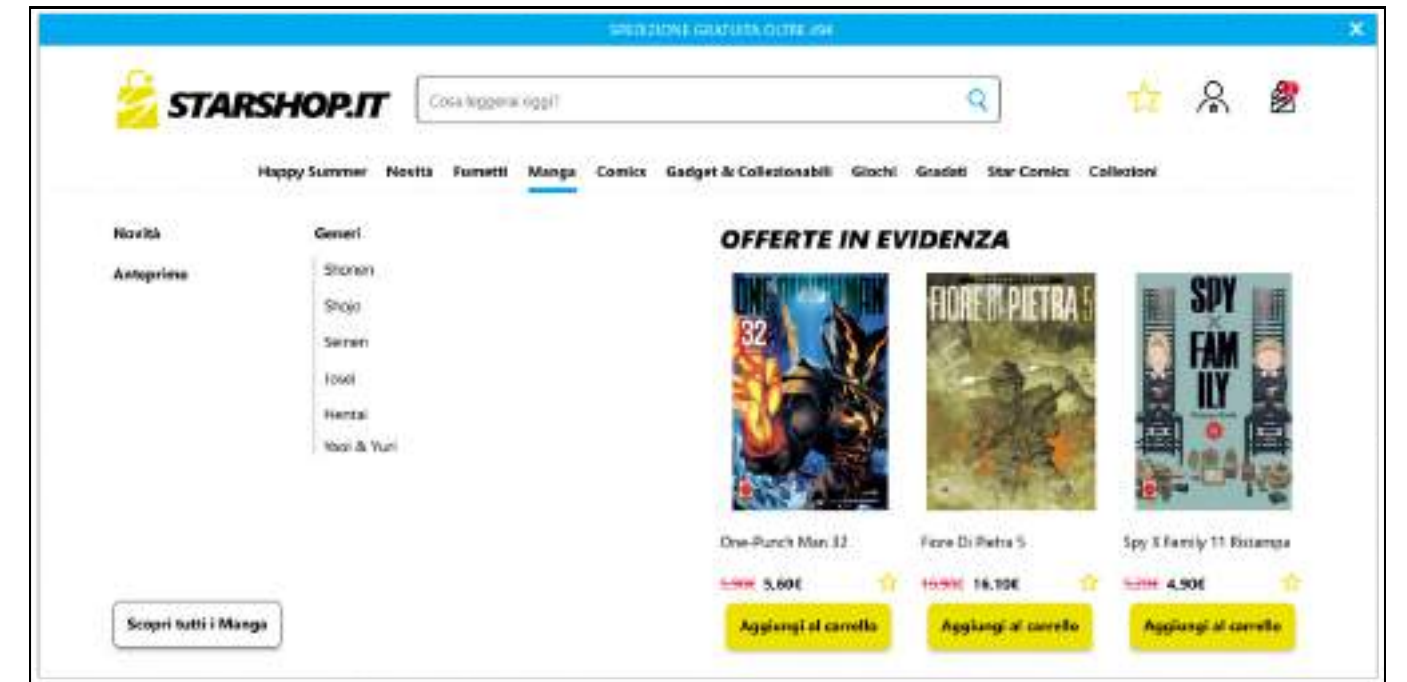
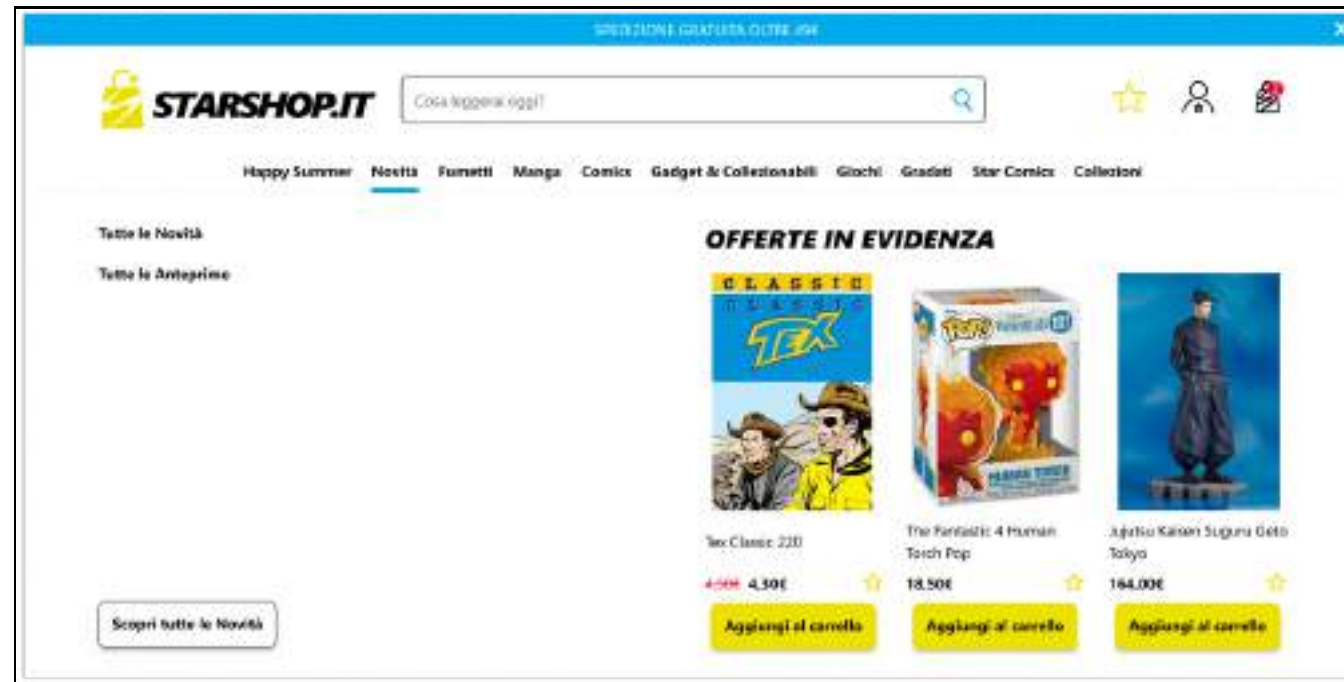
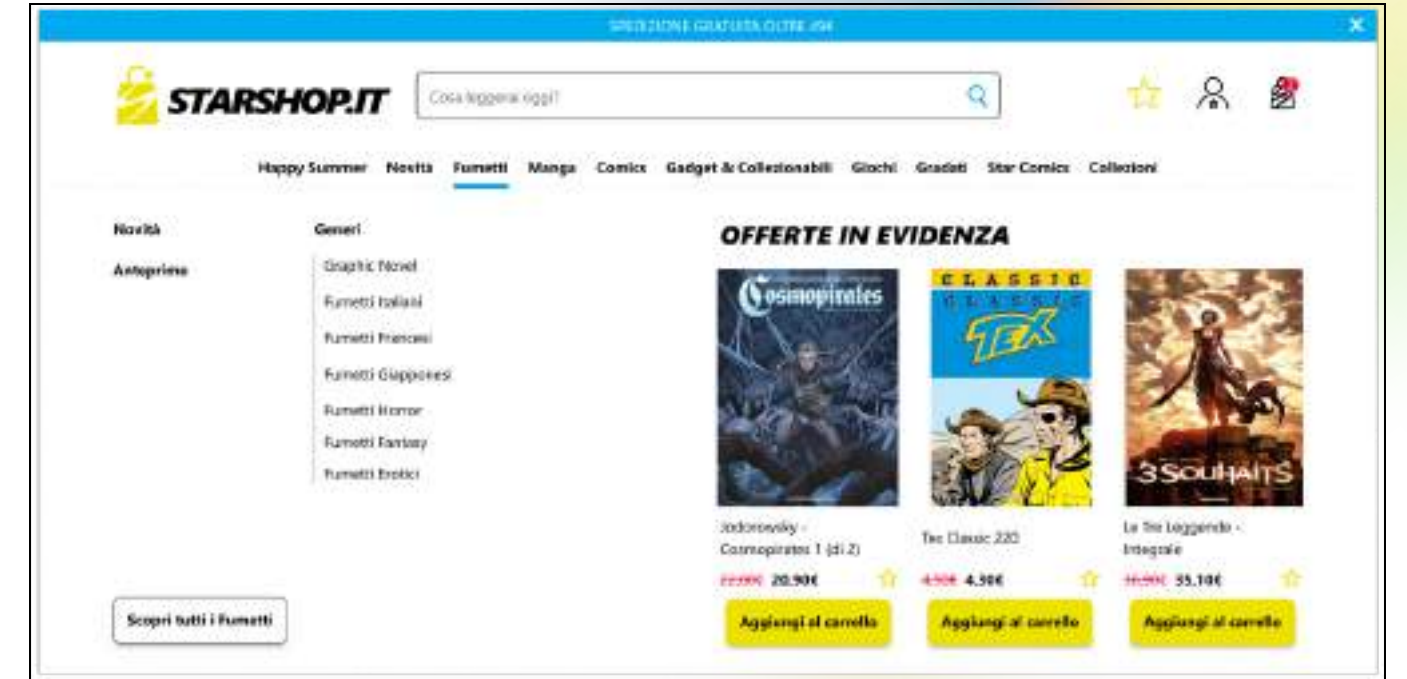
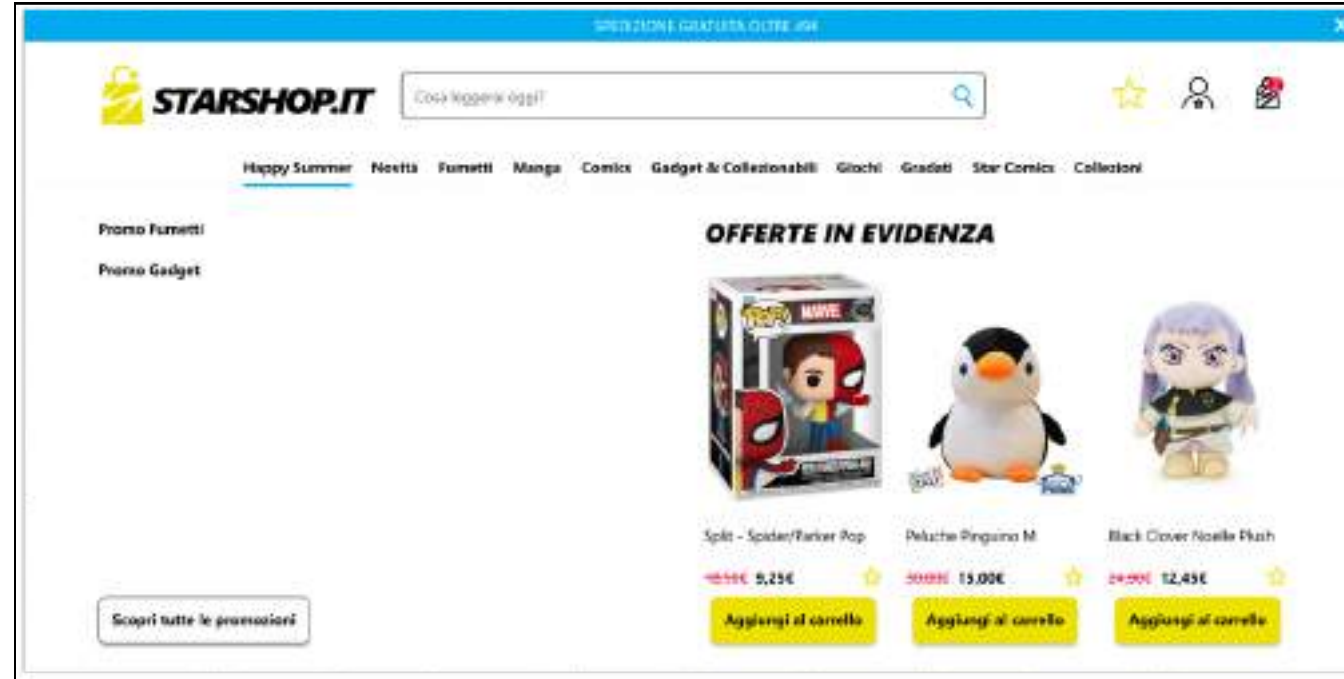
Subtotale 27,50€

Spedizione (Gratis oltre i 49€) 5,50€

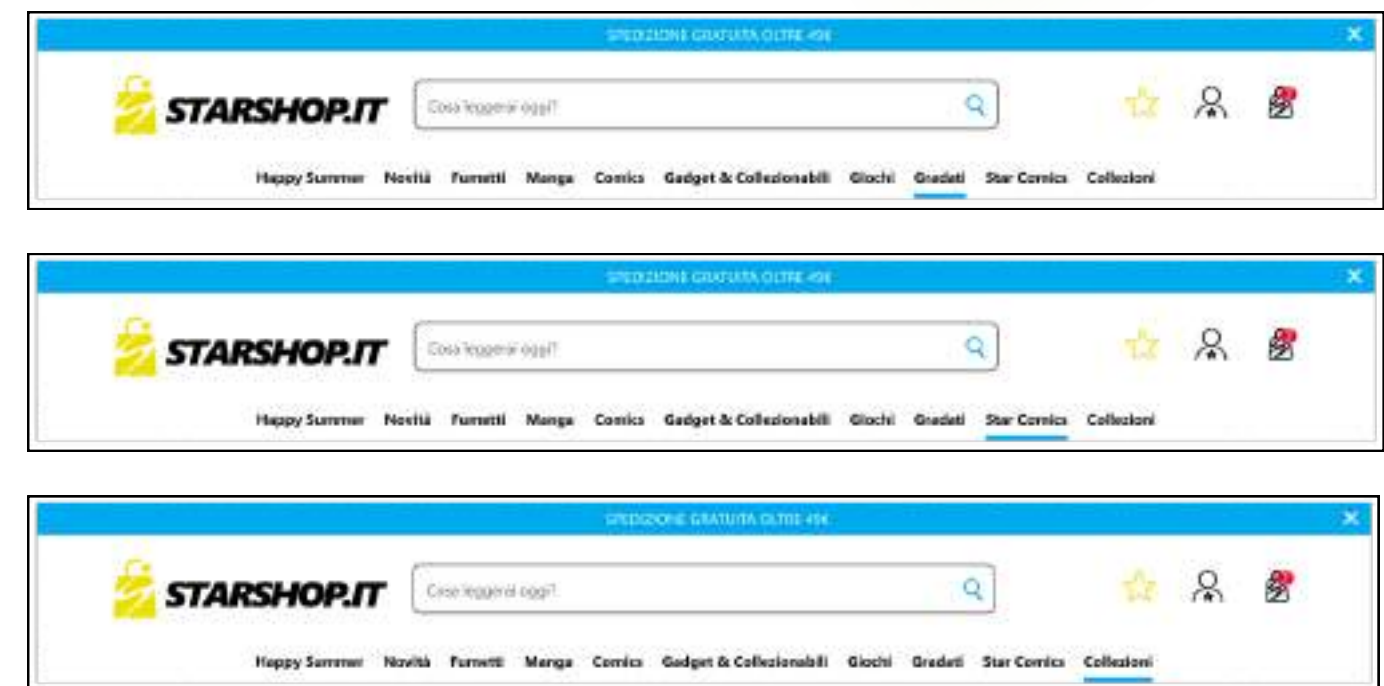
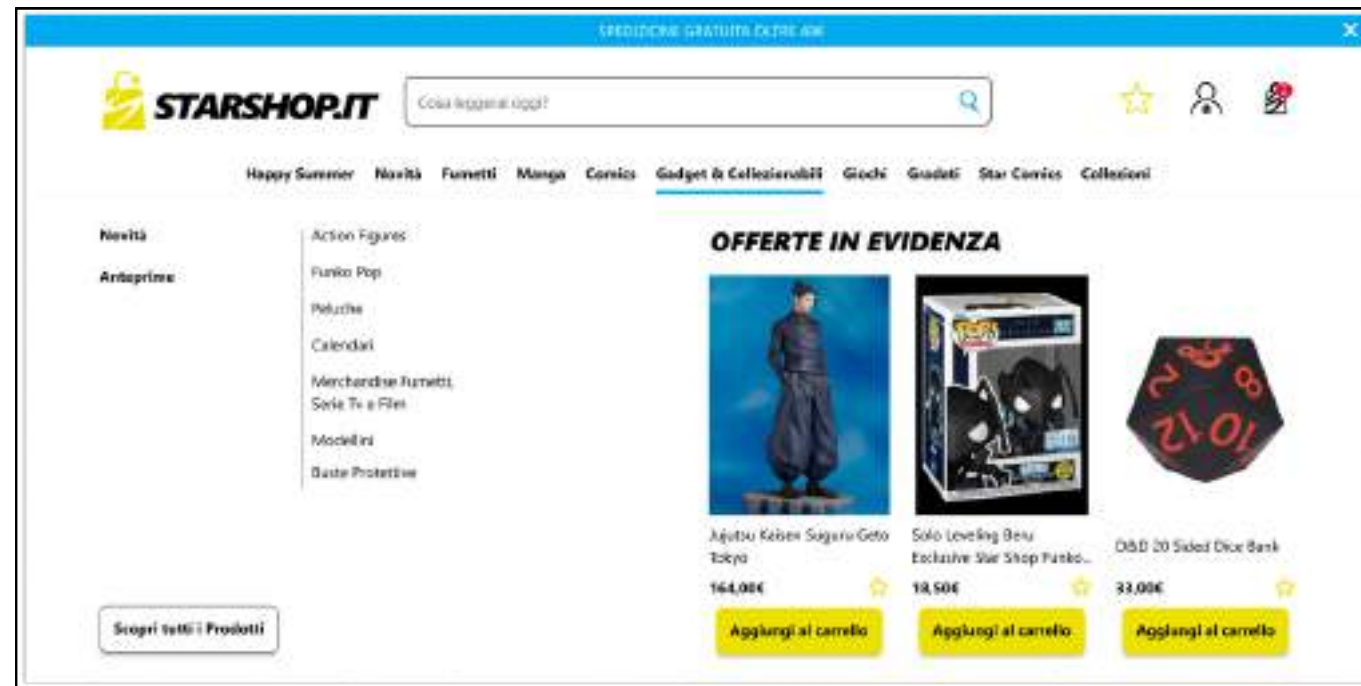
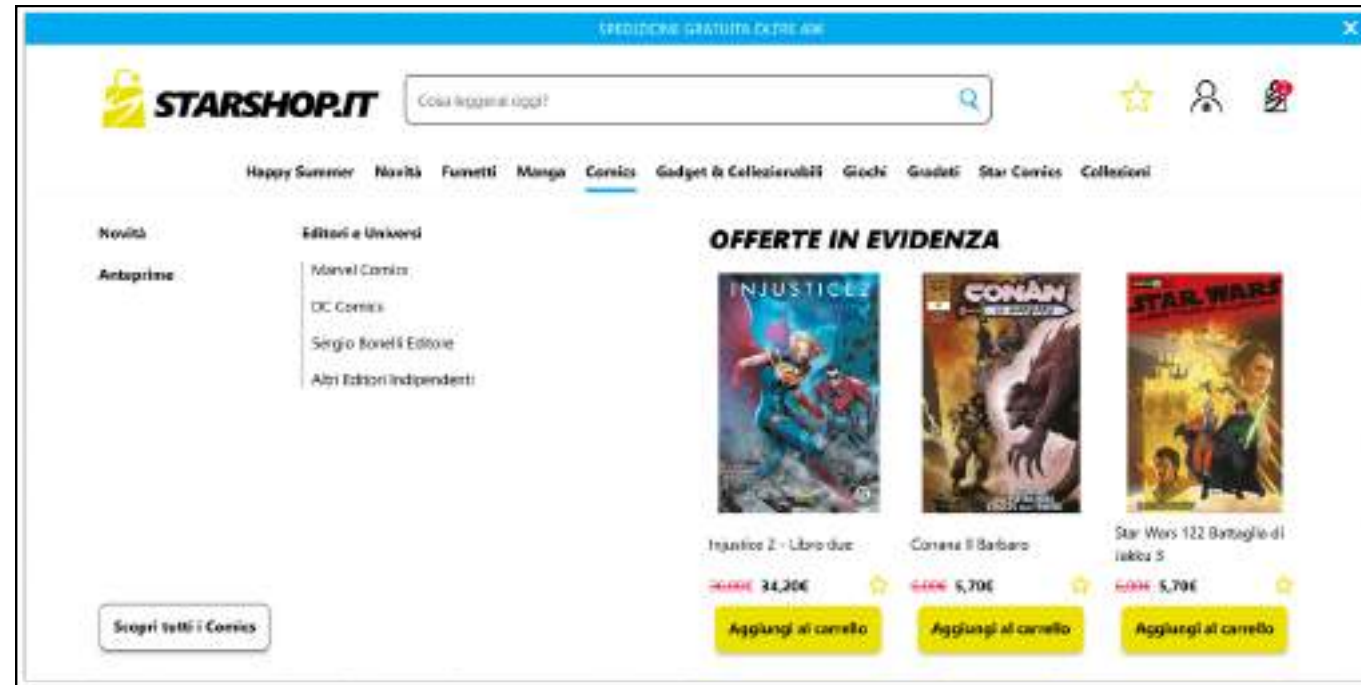
**Totale 33,00€**

[Vai al Carrello](#)

Procedi con il checkout





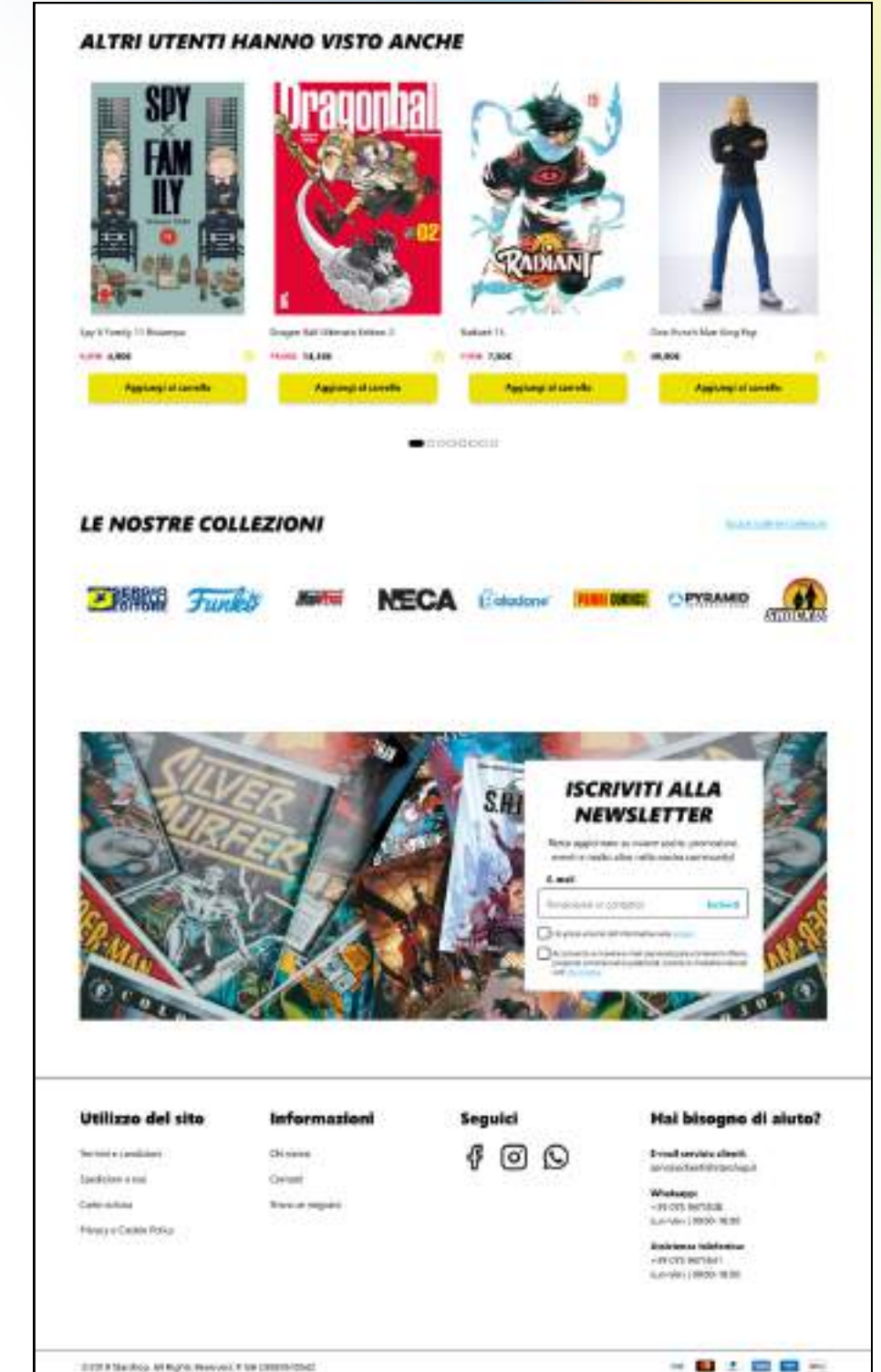
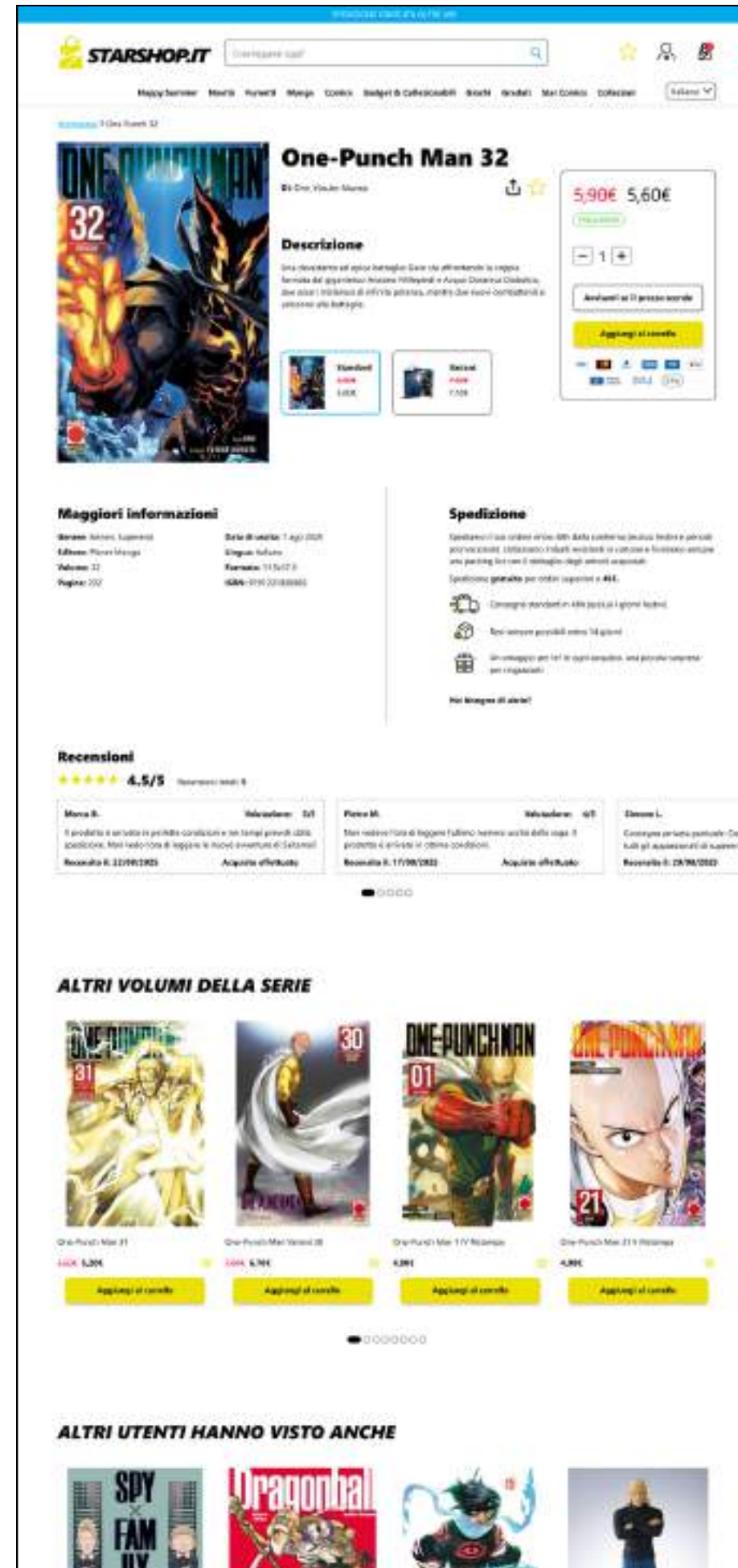




# Pagina prodotto

L'immagine del prodotto selezionato predomina la pagina a cui da **movimento**, risaltando sul design minimale che ho adottato nel redesign del sito web.

Sul lato destro dello schermo, invece, risaltano la **CTA** primaria e quella secondaria, ben visibili agli utenti così da **favorire l'acquisto**.



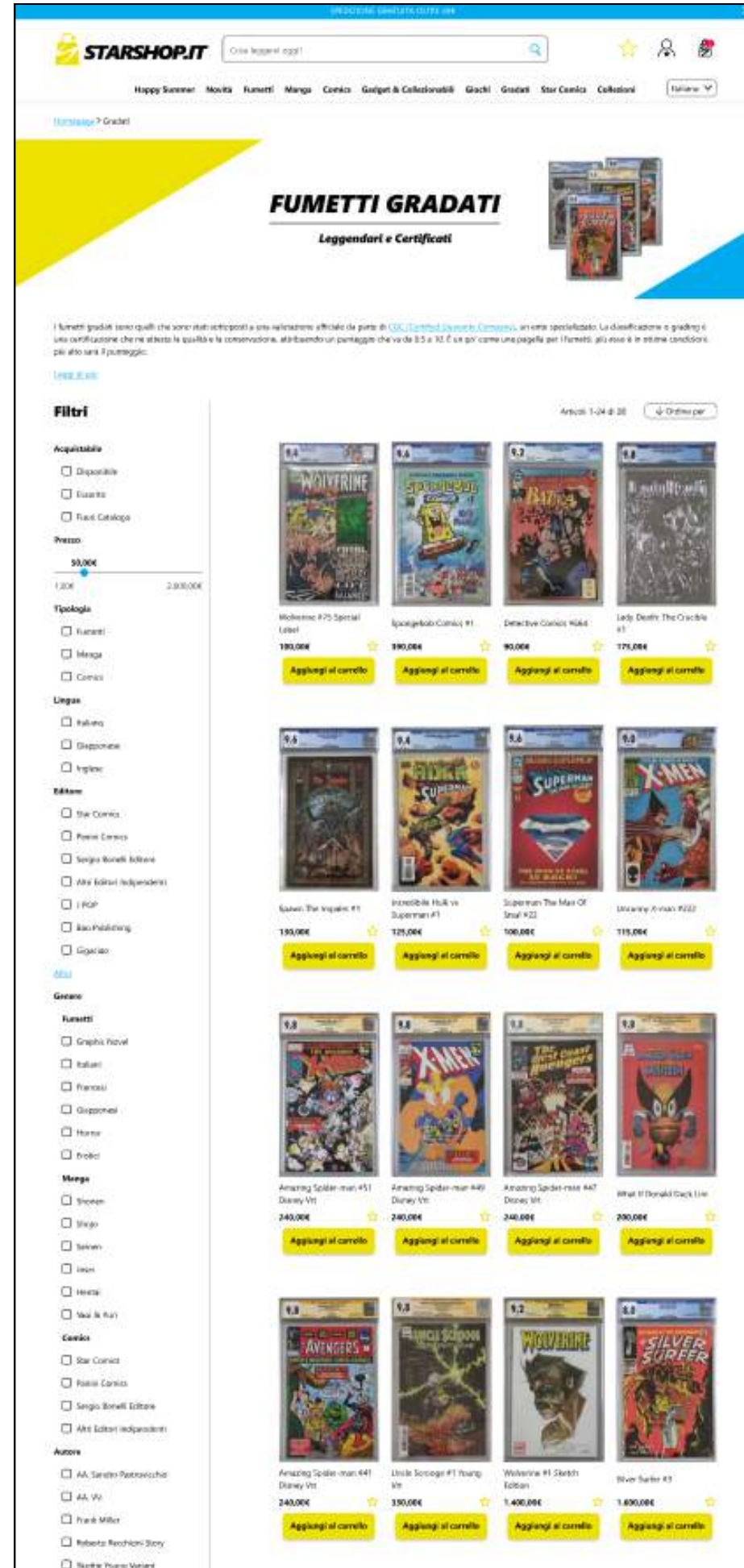


# Pagina gradati



La versione desktop delle pagine elenco presenta **tutti gli elementi** già presentati nella versione mobile del **prototipo UI**. I due overlay contenenti i filtri e la possibilità di ordinare i prodotti sono stati **integrati nella pagina**. Il primo è ora nell'apposita colonna sulla sinistra della pagina, il secondo invece è stato trasformato in un **menu dropdown apribile**.

User Interface | Desktop





# Carrello



All'interno di questa pagina, tra gli elementi **maggiormente in evidenza**, è presente il **box** per l'inserimento di un **codice sconto**. Si tratta di un elemento molto importante, in quanto contribuisce a **fidelizzare il cliente**, che percepisce un maggiore **senso di gratificazione**.

Come nella versione mobile del sito, ho realizzato un overlay che appare quando l'utente clicca per procedere con il checkout. In questo overlay viene fornita la possibilità di effettuare **l'accesso** o di procedere come **ospite**.

## Accesso

### PROCEDI CON L'ACQUISTO

E-mail\*

E-mail

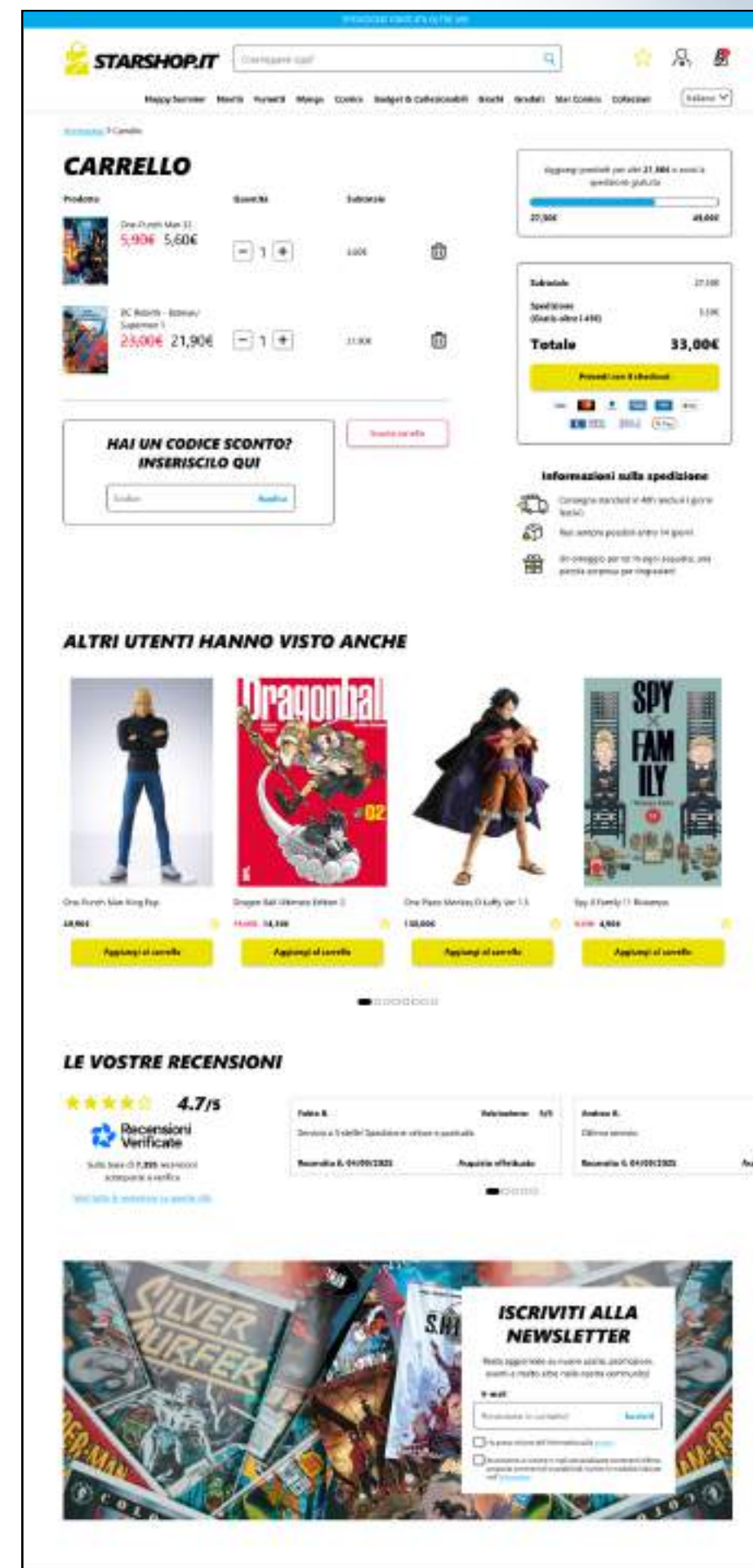
Password

Password

Accedi

Non hai ancora un account? [Registrati](#)

Continua come ospite





# Checkout



## Parte 1

STARSHOP.IT

Happy Summer | Novità | Personal | Magli | Camicie | Budget & Collezionabili | Scarpe | Abbigliamento | Meri Camicie | Collezioni

Indirizzo di spedizione

Cognome\*  
Nome\*  
Indirizzo\*  
Città\*  
Prov. (seleziona dalla lista)  
CAP\*  
C.A.P.\*  
Numero di telefono\*

Metodo di spedizione

Informazioni sulla spedizione

Riepilogo dell'ordine

Prodotti:

- One Punch Man 3D
- DC Batman - Batman/Superman 1

Subtotale: 27,30€

Spedizione (Standard 1-48h): 5,70€

**Totale: 33,00€**

## Parte 2

STARSHOP.IT

Happy Summer | Novità | Personal | Magli | Camicie | Budget & Collezionabili | Scarpe | Abbigliamento | Meri Camicie | Collezioni

Informazioni di pagamento

Regolamento con Carta di credito o Debito o Prepagata

Numero di carta\*

Scadenza BIMBA\*  
CVV\*

Informazioni sulla spedizione

Riepilogo dell'ordine

Prodotti:

- One Punch Man 3D
- DC Batman - Batman/Superman 1

Subtotale: 27,30€

Spedizione (Standard 1-48h): 5,70€

**Totale: 33,00€**

## Parte 3

STARSHOP.IT

Happy Summer | Novità | Personal | Magli | Camicie | Budget & Collezionabili | Scarpe | Abbigliamento | Meri Camicie | Collezioni

ORDINE COMPLETATO CON SUCCESSO!

Il tuo ordine è stato ricevuto e sarà elaborato immediatamente. La consegna avverrà entro 24-48 ore (esclusi i giorni festivi). Riceverai una mail di conferma con tutti i dettagli dell'acquisto.

Riepilogo prodotti:

- One Punch Man 3D
- DC Batman - Batman/Superman 1

Subtotale: 27,30€

Spedizione (Standard 1-48h): 5,70€

**Totale: 33,00€**

Informazioni sulla spedizione

Consegna standard in 48h (esclusi i giorni festivi)

Sei sempre pagabile entro 14 giorni

Un omaggio per te in ogni acquisto con la nostra sorpresa per ringraziarti

Utilizzo del sito

Informazioni

Seguici

Hai bisogno di aiuto?

Email servizio clienti: [service@starshop.it](mailto:service@starshop.it)

WhatsApp: +39 075 3475541  
Lun-Ven: 10:00-18:00

Numero telefonico: +39 075 3475541  
Lun-Ven: 10:00-18:00

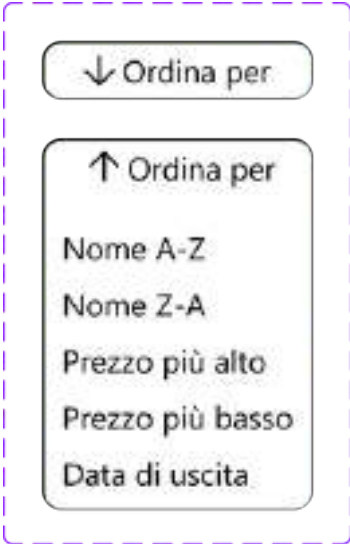


# Components

## Buttons



## Menu



## Elemento



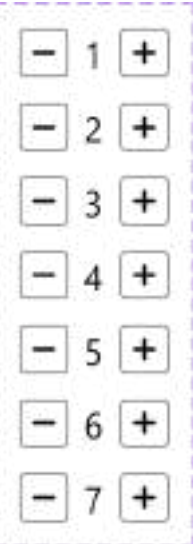
## Link



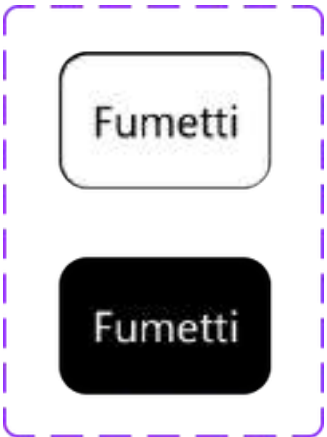
## Checkbox



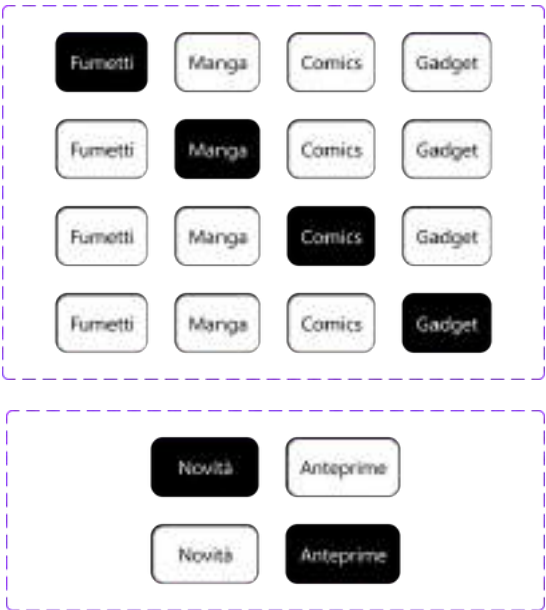
## Contatore



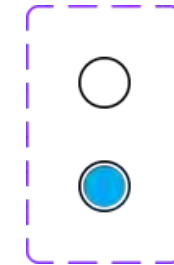
## Badge



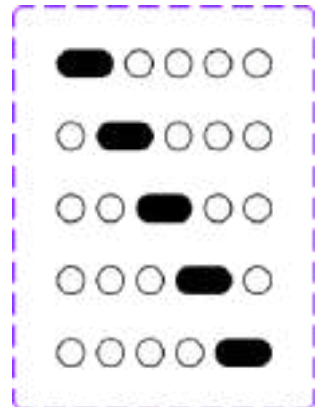
## Selettore



## Radio



## Pagine

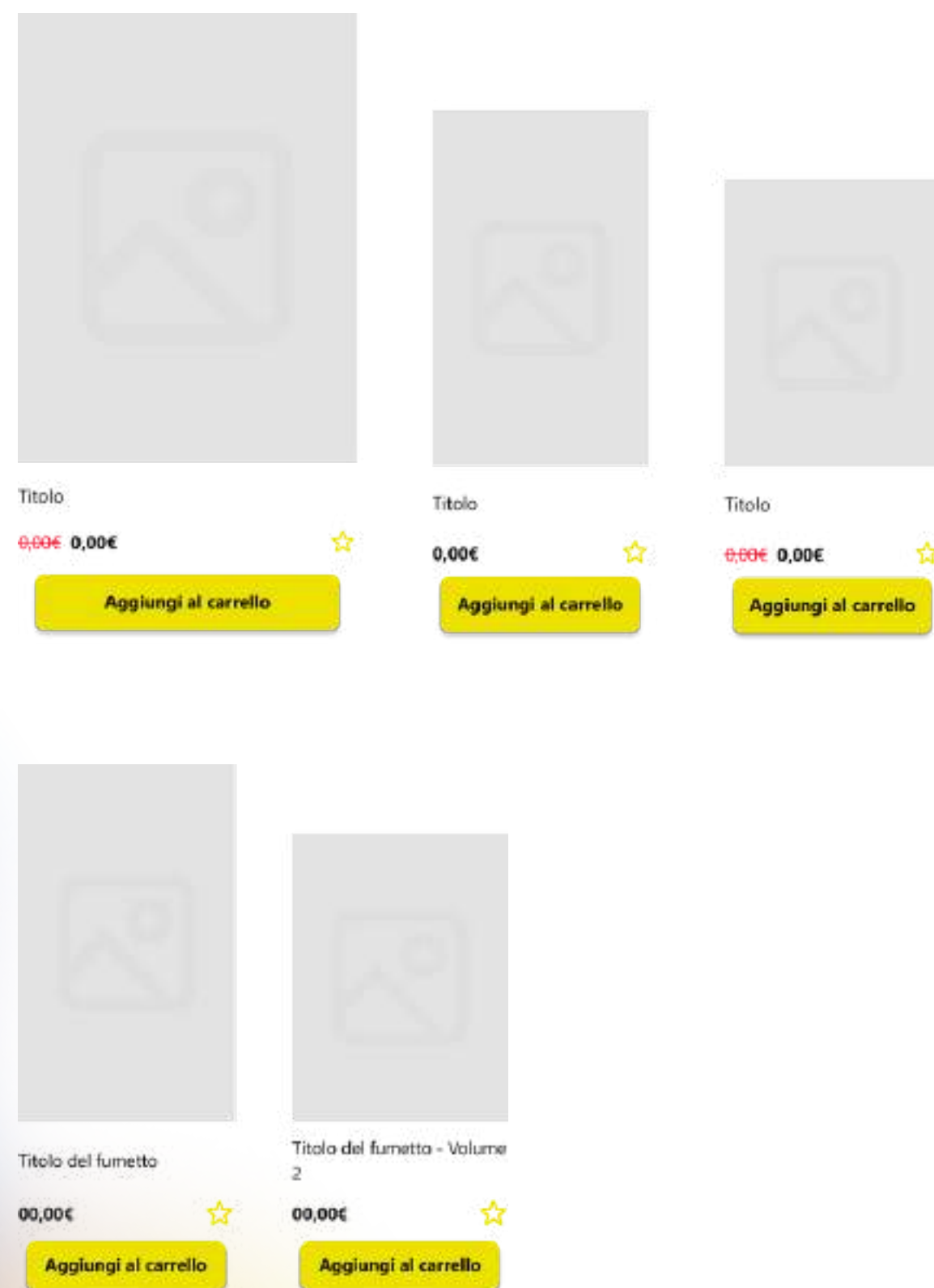


## Delete





# Cards



# Header



# Footer





# Informazioni prodotto

Descrizione

Maggiori informazioni

Spedizione

Recensioni

+

+

+

+

Descrizione

Maggiori informazioni

Spedizione

Recensioni

-

+

+

+

Descrizione

Maggiori informazioni

Spedizione

Recensioni

+

-

+

+

Descrizione

Maggiori informazioni

Spedizione

Recensioni

+

+

-

+

Descrizione

Maggiori informazioni

Spedizione

Recensioni

+

+

+

-

★★★★☆ 4.5/5

Recensioni totali: 5

Marco B.

Valutazione: 5/5

Il prodotto è arrivato in perfette condizioni e nei tempi previsti dalla spedizione. Non vedo l'ora di leggere le nuove avventure di Saltama!!

Recensito il: 22/08/2025

Acquisto effettuato



# 5 User Test

---

Usability Test



# Usability Test



Per validare il redesign, in particolare della versione **mobile**, ho realizzato un test di usabilità **non moderato** tramite Maze. Il compito assegnato agli utenti è di aggiungere un prodotto al carrello e completare il processo di acquisto, partendo dalla pagina prodotto.

Al termine del task, ho raccolto **feedback** tramite tre domande:

- una scala **da 1 a 10** per valutare la percezione di facilità del flusso,
- una domanda chiusa sulla **chiarezza** dei pulsanti di avanzamento nel checkout,
- una domanda aperta per raccogliere **considerazioni finali** sull'esperienza e sull'interfaccia.

Il test è stato condotto su una **versione precedente** del prototipo, prima dell'implementazione delle modifiche successive.

L'obiettivo è stato quello di verificare che il percorso di acquisto sia **chiaro** e **intuitivo** e individuare eventuali criticità nelle fasi finali del redesign.



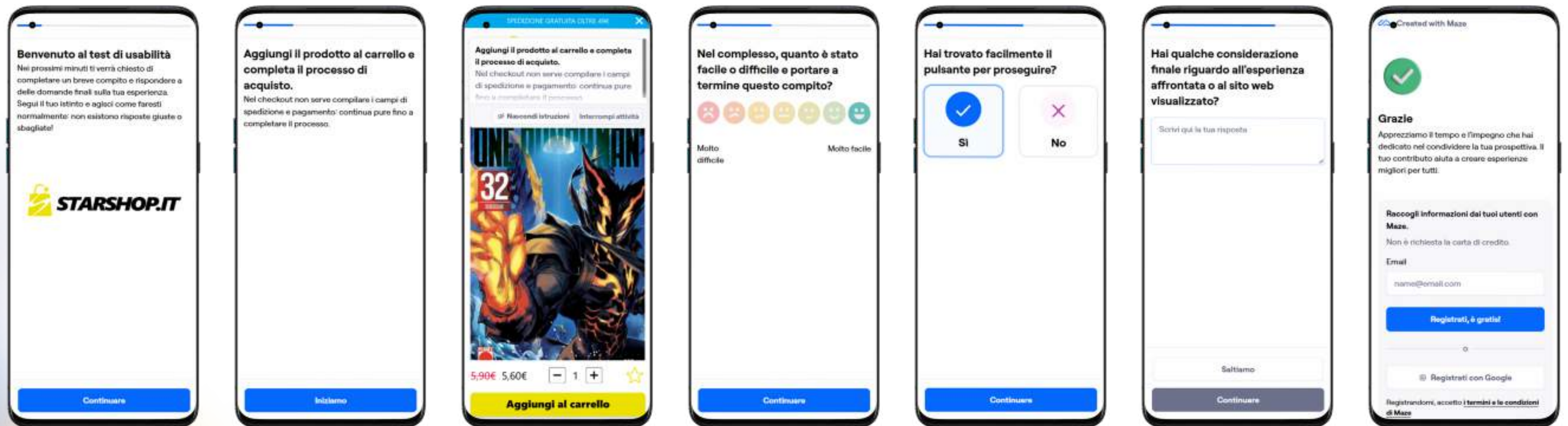


# Maze



Il test realizzato tramite Maze è suddiviso in varie fasi: una **pagina di benvenuto**, una schermata dove viene spiegata la **task**, il **prototipo**, le **tre domande** utili a valutare l'esperienza degli utenti e la schermata di **ringraziamento** a concludere il test.

 [Link al test Maze](#)





# Esito User Test



Lo user test ha dato esito **complessivamente positivo**: gli utenti hanno risposto in modo **favorevole** alle domande e sono riusciti a completare la task assegnata in **tempi brevi**. Solo una piccola parte ha riscontrato **qualche difficoltà** nell'individuare il pulsante per proseguire, segnalando **un aspetto da migliorare** nelle fasi successive del redesign. Le criticità emerse si riferiscono quindi al prototipo testato e sono state già **affrontate e risolte** nelle iterazioni presentate nelle slide precedenti.

## I Proposte di miglioramento

La principale proposta di miglioramento per il redesign di Starshop.it riguarda una **maggiore visibilità** delle CTA nella pagina dedicata al carrello e nel processo di checkout, in modo che siano **immediatamente individuabili** e permettano di **completare facilmente** il processo di acquisto.

Questa ottimizzazione è stata successivamente **implementata** nelle versioni aggiornate del prototipo, presentate nelle slide precedenti.



# Grazie per l'attenzione

**UX/UI case study di Matteo Cavaliere**  
**Master in UX/UI Design e AI**



[Link al file Figma del progetto](#)