EUROBET

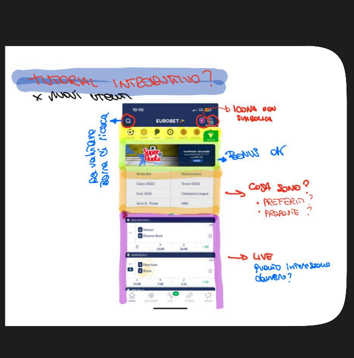
Home page redesign of Eurobet App

Project overview

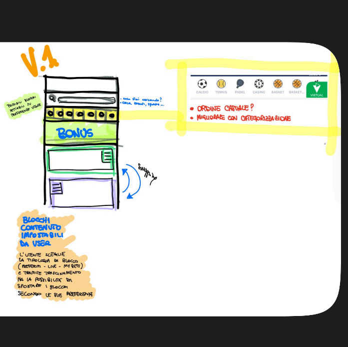
La sfida di redesign dell'app Sport Eurobet ha come obiettivo principale il miglioramento dell'usabilità e dell'esperienza utente, mantenendo invariate le funzionalità esistenti. Questo case study documenta il processo di ricerca, analisi, progettazione e testing, con un focus particolare su una specifica sezione dell'app: la Home Page.

ESPLORAZIONE E FAMILIARIZZAZIONE

Il primo passo nel processo di redesign è stato l'esplorazione iniziale e la familiarizzazione con l'app Sport Eurobet. Ho iniziato scaricando l'app e iscrivendomi come un nuovo utente per testare tutte le funzionalità disponibili. Questo mi ha permesso di acquisire una comprensione pratica e diretta dell'esperienza utente attuale.



Durante questa fase esplorativa, ho testato vari aspetti dell'app, inclusa la navigazione tra le diverse sezioni, la ricerca di eventi sportivi, il piazzamento di scommesse e l'utilizzo di funzioni aggiuntive come il le promozioni. Parallelamente, ho realizzato alcuni sketch per documentare le prime impressioni e analisi, annotando le aree di forza e le debolezze dell'app.



Questa attività iniziale di immersione nel prodotto è stata fondamentale per entrare in confidenza con l'app e identificare i principali punti critici e le opportunità di miglioramento. Le osservazioni raccolte durante questo step preliminare hanno costituito la base per le successive fasi del processo di redesign, guidando la direzione della ricerca utente e delle soluzioni progettuali.

Design Process: Emphatize

Il primo vero step del mio processo di design comincia con l'empatizzazione, ovvero l'inizio della ricerca UX. Ho ritenuto indispensabile elaborare un piano di ricerca strutturato, suddiviso in tre fasi, ciascuna con obiettivi specifici.

FASE 1: RICERCA QUANTITATIVA

FIGMA PAGE: "UX RESEARCH - QUANTITATIVE 1 - SONDAGGI E QUESTIONARI"

In questa fase, l'obiettivo principale è stato segmentare il target di riferimento attraverso una profilazione demografica e comportamentale, per capire verso quali utenti dobbiamo orientare il nostro lavoro, quindi analizzare in maniera approfondita e identificare le prime aree potenzialmente deficitari. Ho deciso di raggiungere questo obiettivo utilizzando metodologie e strumenti **quantitativi**, come questionari per la profilazione degli utenti e sondaggi di gradimento per far emergere i primi pain points generali.

Per svolgere questa ricerca, abbiamo previsto la somministrazione digitale dei questionari e dei sondaggi, coinvolgendo un campione rappresentativo e statisticamente significativo di utenti. Il campione, calcolato matematicamente secondo le regole statistiche, è stato fissato a 384 partecipanti.

Questa fase ci ha permesso di raccogliere sufficienti dati da analizzare e individuare principalmente 4 tipologie di utenti:

1. **Appassionati di sport:** Gli utenti che seguono attivamente gli eventi sportivi e sono interessati a scommettere su di essi.
2. **Giocatori occasionali:** Coloro che scommettono di tanto in tanto per divertimento durante eventi sportivi rilevanti.
3. **Giocatori esperti:** Gli utenti con una conoscenza approfondita delle scommesse, che scommettono regolarmente e potrebbero fare scommesse più complesse.
4. **Nuovi utenti:** Coloro che sono nuovi nel mondo delle scommesse sportive e potrebbero aver bisogno di una guida o di istruzioni più dettagliate sull'utilizzo dell'app.

Design Process: Emphatize & Define

Nella seconda fase, ci siamo concentrati sull'approfondimento delle informazioni raccolte sui target individuati nella fase precedente, utilizzando metodologie qualitative. L'obiettivo era estrapolare insight principali e definire problem statement chiari.

FASE 2: RICERCA QUALITATIVA

FIGMA PAGE: "UX RESEARCH - QUALITATIVE"

Inizialmente, abbiamo organizzato focus group con utenti rappresentativi del nostro target. Durante questi incontri, abbiamo creato empathy maps individuali, che sono poi state aggregate in empathy maps collettive. Questo ci ha permesso di ottenere una visione più dettagliata dei pain points e degli insight relativi all'esperienza utente. Queste informazioni approfondite ci hanno guidato nella creazione di User Personas, rappresentazioni archetipiche dei nostri utenti principali.

Per arricchire ulteriormente la nostra comprensione, abbiamo condotto interviste approfondite con utenti che presentavano le caratteristiche delle nostre User Personas. Le interviste ci hanno fornito una panoramica più dettagliata delle loro esigenze, frustrazioni e aspettative.

Inoltre, abbiamo sviluppato una User Journey per ciascuna persona, ipotizzando come si comporterebbero in vari scenari di utilizzo dell'app. Questo ci ha aiutato a visualizzare il percorso dell'utente e a individuare punti critici e opportunità di miglioramento.

Grazie a questa combinazione di strumenti e informazioni, siamo riusciti a definire chiaramente i problemi e le necessità degli utenti. Questo ci ha permesso di formulare dei problem statement specifici, che hanno guidato le successive fasi del nostro processo di redesign.

Design Process: Define

In questa terza fase, abbiamo ritenuto necessario condurre ulteriori ricerche quantitative sotto forma di usability test. L'obiettivo era ottenere metriche precise e quantificabili che ci avrebbero permesso di confrontare i dati raccolti prima e dopo il redesign, e di stimare i miglioramenti ottenuti.

FASE 3: USABILITY TESTS

FIGMA PAGE: "UX RESEARCH - QUANTITATIVE 2 - USABILITY TEST"

Le metriche chiave che abbiamo deciso di misurare sono state il Tempo per completare il compito, il tasso di successo e il tasso di errore.

Tempo per completare il compito: Misurando il tempo impiegato dagli utenti per completare specifiche attività, possiamo identificare eventuali punti di attrito e valutare se le modifiche apportate riducono i tempi di esecuzione, migliorando l'efficienza complessiva dell'app.

Tasso di successo: Un alto tasso di successo indica che l'interfaccia è intuitiva e facilmente navigabile, mentre un basso tasso di successo può indicare che gli utenti incontrano difficoltà o che l'interfaccia è confusa. Monitorare questa metrica ci aiuta a valutare l'efficacia delle nostre soluzioni di design.

Tasso di errore: Un alto tasso di errore può indicare problemi di usabilità, come una navigazione poco chiara o un design che porta a fraintendimenti. Ridurre il tasso di errore è cruciale per migliorare l'esperienza utente complessiva e rendere l'app più affidabile.

Design Process: Ideate

Dopo aver empatizzato con gli utenti e definito i problemi principali da risolvere, siamo passati alla fase di ideazione del nostro processo di design. Le fasi di ricerca ci hanno permesso di individuare tre problemi su cui lavorare:

1. **Migliorare l'usabilità e l'accessibilità**
2. **Personalizzazione dell'interfaccia**
3. **Aumento dell'engagement**

Sulla base di questi principi, sono andato ad organizzare il lavoro andando ad individuare i pain points relativi della home page e ad ideare delle soluzioni mirate che di seguito analizzeremo nel dettaglio nel dettaglio.

PAIN POINTS

- **Confusione nella barra di selezione degli eventi:**
La barra di selezione degli eventi presenta una categorizzazione confusa, mescolando sport, spettacolo e politica. Questa mancanza di ordine logico può causare disorientamento e frustrazione negli utenti. Una categorizzazione chiara e logica è essenziale per facilitare la navigazione e migliorare l'esperienza utente.

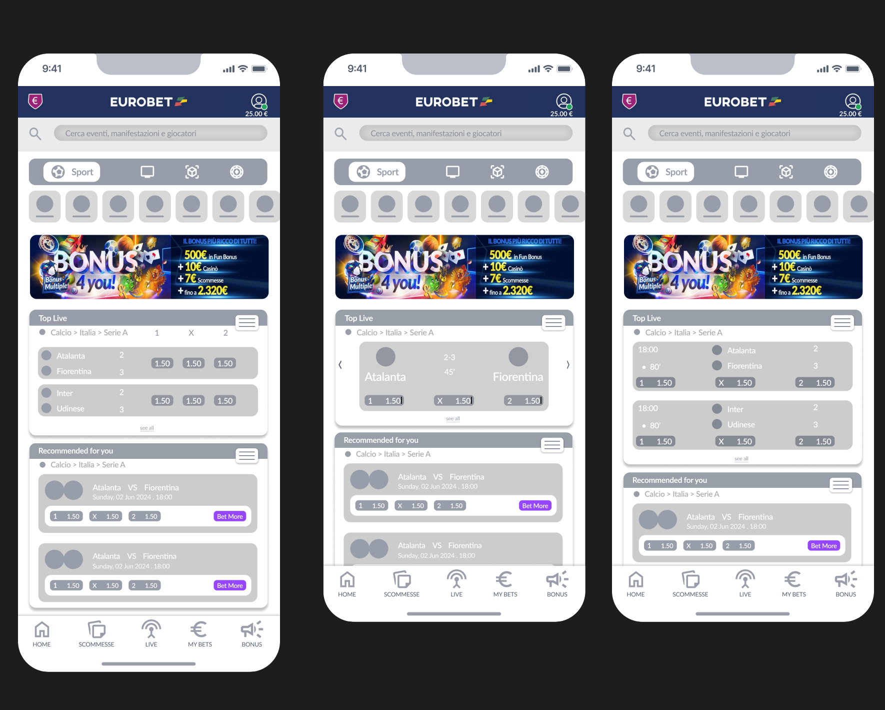
- **Tasto "Virtual" per gli eventi virtuali:**
Il tasto per gli eventi virtuali è posizionato in primo piano sopra la barra di selezione, ma appare come un oggetto estraneo e fuori contesto. La coerenza visiva e funzionale dell'interfaccia è cruciale per evitare distrazioni e migliorare l'usabilità.

- **Box sotto il bonus:**
La box posizionata sotto il bonus presenta alcune categorie di eventi ma non comunica chiaramente la sua funzione, risultando poco esplicativa. Ogni elemento dell'interfaccia deve avere una funzione chiara e facilmente comprensibile per l'utente.

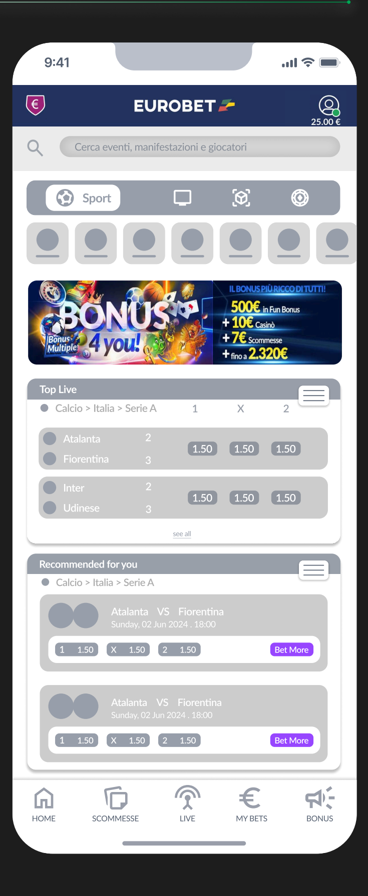
- **Eventi in tempo reale:**
Occupano tutto il resto della home page, ma potrebbero non essere interessanti o necessari per tutti gli utenti. La personalizzazione dei contenuti visualizzati in home page può migliorare la rilevanza e l'engagement.

Design Process: Ideate

Il processo di progettazione delle soluzioni adottato è stato composto da una prima fase di wireframing, al fine di elaborare e sviluppare velocemente diverse versioni lo-fi e valutare quelle più valide con cui avanzare, seguita da una fase di sviluppo di mockup mid-fi che mi hanno permesso di integrare nelle soluzioni elementi affini alla sfera UI.



SOLUZIONI

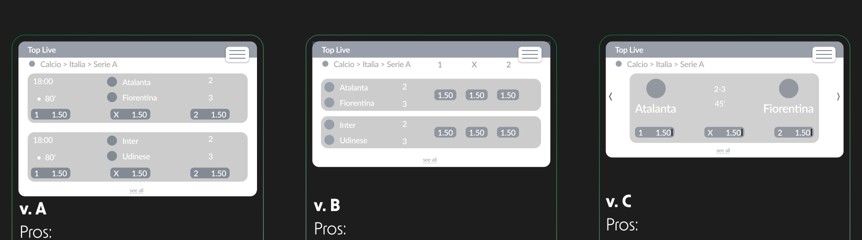


- **Revisione del top e della barra di selezione degli eventi:**
Sulla parte superiore ho implementato una search bar diretta, evitando quindi il doppio passaggio precedente (tap su icona e poi input su pagina di ricerca che si apre). Ciò mi ha permesso anche di spostare l'icona delle My Bets sulla sinistra attribuendo alle due aree funzioni diverse, in base alla "law of proximity".

Inerentemente alla bar di selezione degli eventi ho inserito una ulteriore barra che funge da filtro nella ricerca di una tipologia di eventi, nella quale ho integrato anche la sezione virtual eliminando l'estraneità della versione originale. Questo migliorerà la chiarezza, facilitando la navigazione e la selezione degli eventi.

- **Top live e Recommended box:**
Per affrontare i problemi relativi allo spazio degli eventi live e della box sotto bonus, ho adottato una soluzione che prevede la loro trasposizione in una struttura a box che funge da preview interattiva, consentendo di visualizzare diversi contenuti in modo organizzato e personalizzato. Ciò permette di utilizzare in maniera intelligente lo spazio, comunicare la loro funzione e offrire più contenuti aumentando l'interattività attraverso gesture (swipe) e CTA.

La struttura della box "live" è passata attraverso lo studio di diverse versioni, questo per dare maggiore profondità di interazione e valutare pro e contro di ognuna.



v. A
Pros:
- Display di maggior informazioni possibile

Cons:
- Ricerca troppo macchinosa delle informazioni

v. B
Pros:
- Display lineare delle informazioni
- Layout molto comune

Cons:
- Poca originalità

v. C
Pros:
- Focus singolo
- UI accattivante
- Alta interattività tramite swipe

Cons:
- Scarsa funzione di preview

Inoltre ho previsto che il contenuto e la posizione delle varie box siano variabili attraverso un sistema di drag&drop, ciò per offrire un esperienza altamente customizzata sulle preferenze dell'utente.

MOCKUP MID-FI

Durante la fase di ideazione, l'uso di mockup mid-fi si è rivelato fondamentale per integrare e affinare ulteriori soluzioni volte a migliorare l'accessibilità e l'esperienza utente complessiva. Hanno permesso di identificare opportunità per dare gerarchia e mettere in evidenza informazioni chiave e dati importanti in modo più chiaro e intuitivo. Questo include l'uso di tipografia, colori e icone per attirare l'attenzione su elementi cruciali come risultati delle scommesse, CTA e aggiornamenti in tempo reale e di proporne di ulteriori:

- **Dark e Color mode:**
Una delle principali integrazioni derivate dall'uso dei mockup mid-fi è stata l'introduzione di versioni dark mode e color mode dell'interfaccia. La dark mode offre un'alternativa visiva che riduce l'affaticamento degli occhi e migliora l'usabilità in condizioni di scarsa illuminazione. La color mode, invece, garantisce un contrasto adeguato e una leggibilità ottimale, rispettando le linee guida per l'accessibilità.

Design Process: Prototype

Open prototype

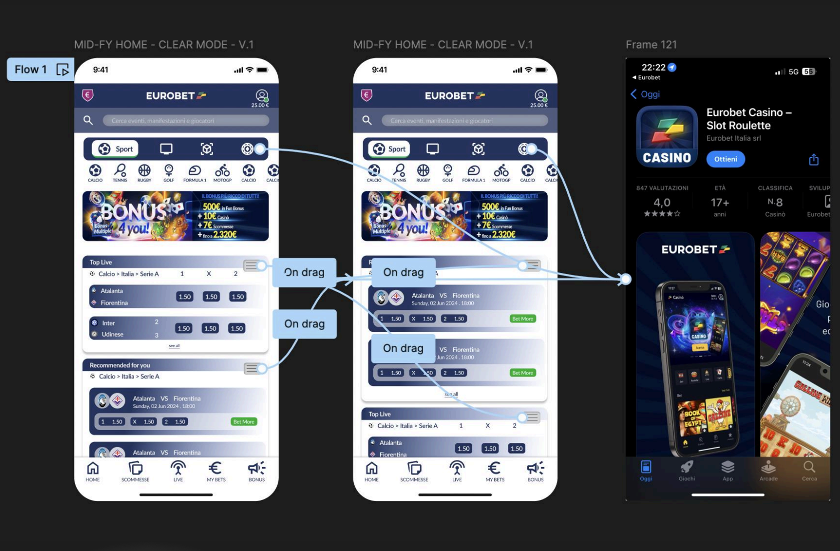
Infine, abbiamo realizzato un prototipo per integrare e testare le nuove soluzioni progettuali. Questo prototipo non solo include le modifiche strutturali e di layout identificate durante le fasi precedenti, ma aggiunge anche animazioni.

ANIMAZIONI

FIGMA PAGE: "PROTOTYPE"

Ad esempio quella sulla barra di selezione degli eventi, per rendere la navigazione più fluida e dinamica. Inoltre aiutano a guidare l'attenzione dell'utente, facilitano la comprensione delle transizioni tra diverse sezioni e migliorano l'estetica complessiva dell'app.

Inoltre il prototipo ci permette di testare le nuove soluzioni sottoponendole ad un nuovo campione di utenti, secondo le pratiche e metodologie utilizzate in fase di ricerca, ottenendo dei nuovi dati da confrontare con quelli ottenuti in precedenza e dandoci una misura delle soluzioni proposte.



Conclusioni Improvements

Nonostante l'app sia già valida, ritengo ci sono ancora alcune aree che potrebbero beneficiare di ulteriori miglioramenti.

Un possibile miglioramento riguarda l'implementazione di un tutorial introduttivo per i nuovi utenti. Un tutorial ben progettato potrebbe guidare i nuovi utenti attraverso le principali funzionalità dell'app, riducendo la curva di apprendimento e migliorando la loro esperienza iniziale con il prodotto. Questo potrebbe includere tour guidati, suggerimenti interattivi e risposte alle domande frequenti, facilitando l'orientamento e l'uso efficace dell'app fin dal primo accesso

Un'altra area che necessita a mio avviso di un forte miglioramento è la sezione delle statistiche e i suoi accessi. Attualmente, questa sezione prevede user flows complessi che rendono l'esperienza utente macchinosa e poco intuitiva. Per gli utenti che si affidano alle statistiche per prendere decisioni informate sulle scommesse, è cruciale che l'accesso a questi dati sia semplice e diretto. Proporrei una revisione completa della navigazione e dell'interfaccia della sezione statistiche, con l'obiettivo di semplificare i flussi e migliorare la presentazione delle informazioni. Questo potrebbe includere l'implementazione di filtri intuitivi, visualizzazioni di dati più chiare e l'integrazione di accessi rapidi da diverse parti dell'app.

In conclusione, la mia proposta di redesign ha voluto avere lo scopo di migliorare l'usabilità, l'accessibilità e l'engagement dell'home, ma le aree del tutorial introduttivo per i nuovi utenti e la sezione delle statistiche rappresentano opportunità di ulteriore ottimizzazione per garantire un'esperienza utente ancora più fluida e soddisfacente.