

Agenti AI per UX/UI Design





Un chatbot intelligente al servizio dell'utente.

Indice

1. Introduzione

- Il sito web: Ecodream Design
- Le fasi precedenti del progetto
- Obiettivo

2. Analisi

- Analisi del sito web
- Analisi dei concorrenti
- Analisi del target
- Analisi del comportamento utente
- Problematica per l'utente - Opportunità per l'assistente

3. Definizione dell'assistente AI

- Tipologia dell'assistente progettato
- Tone of voice del chatbot
- Valore che porta all'esperienza

4. Progettazione dell'assistente AI

- Schermata con l'entry point dell'assistente
- Schermata della chat vuota all'apertura
- Schermata con il primo messaggio dell'utente
- Schermata con la risposta dell'assistente e feedback
- Mini flow messaggistica

5. Uso dell'AI

6. Riepilogo

1 Introduzione

MASTER UX/UI DESIGN

MARTA BRENTAN

AGENTI AI PER DESIGN

1. Introduzione

Il sito web

Ecodream Design: un e-commerce di borse, zaini e accessori ecosostenibili basato sul recupero e la valorizzazione di materiali di scarto.

Le fasi precedenti del progetto

Nelle fasi iniziali del progetto, è stata condotta l'analisi del sito attraverso le **10 euristiche di Nielsen** e le linee guida **WCAG 2.2**, che ha evidenziato gravi problemi di **usabilità** e **accessibilità**. Queste criticità sono state confermate dallo studio dei siti dei principali **concorrenti**, da cui sono emerse possibili soluzioni per rendere l'e-commerce di Ecodream Design più competitivo. Successivamente, tramite un **questionario online** somministrato a 22 persone, è stato individuato il target di riferimento per definire **quattro user personas** e relative **user journey**, che hanno permesso di individuare pain points e opportunità di miglioramento, messe successivamente in atto con la progettazione di **wireframe** e **prototipi** pronti per essere testati.

Obiettivo

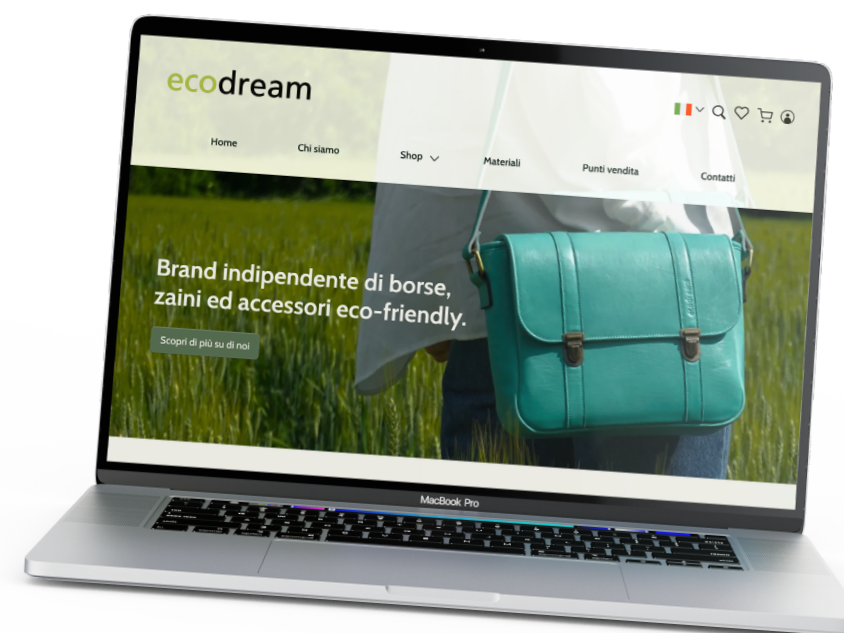
In questa fase del progetto andrò a progettare un **assistente AI** in grado di risolvere alcune problematiche riscontrate dagli utenti durante la navigazione del sito web versione **mobile**. I **chatbot testuali** stanno diventando parte integrante di prodotti digitali in svariati contesti, dalle app di customer support agli strumenti di e-commerce e di content delivery. La progettazione di una chatbot intelligente potrebbe rappresentare per Ecodream Design una **scorciatoia cognitiva** in grado di risolvere incertezze o addirittura abbandoni.

È importante però sottolineare che **non tutte le criticità** emerse possono essere risolte tramite l'introduzione di un assistente AI. Alcune problematiche, infatti, derivano da carenze strutturali dell'architettura dell'informazione e dell'interfaccia, che richiedono interventi di **redesign** e non possono essere delegate esclusivamente a una **soluzione conversazionale**.

10
Euristiche

WCAG
2.2

AI
chatbot



2 Analisi

MASTER UX/UI DESIGN

MARTA BRENTAN

AGENTI AI PER DESIGN

2. Analisi > **Analisi del sito web**



Dall’analisi euristica effettuata nella fase iniziale del progetto, sono emerse diverse problematiche legate **all’usabilità e all’accessibilità** del sito web di Ecodream Design, che di seguito andrò a riassumere:

Learnability Comprendere come acquistare sul sito non è difficoltoso, a rallentare le procedure sono alcuni dettagli che non inficiano l’azione principale da intraprendere, l’acquisto, bensì la scelta. Mancano il contatto con il negozio, i filtri e la barra di ricerca, le modalità di cambio e reso e termini e condizioni hanno troppo testo, l’acquisto di prodotti outlet è nascosto.	Efficiency In generale il sito è abbastanza efficiente perché i passaggi per acquistare i prodotti sono abbastanza facilmente percorribili. Nonostante ciò, la mancanza di filtri e barra di ricerca rende difficoltoso trovare velocemente i prodotti che si stanno cercando, la mancanza di una lista preferiti rallenta l’acquisto.	Memorability L’ordine e la lingua con cui sono distribuite e nominate le voci di menu non favoriscono una buona memorabilità. Quindi è possibile che dopo un periodo di non utilizzo del sito, l’utente si trovi di nuovo smarrito nella navigazione del sito.	Comprensibile Le informazioni e le operazioni dell’interfaccia utente hanno la possibilità di essere tradotte in 5 lingue differenti. Nonostante ciò, molte voci appaiono in lingua inglese. Inoltre, i componenti che hanno la stessa funzionalità all’interno di un insieme di pagine Web non sono identificati in modo coerente (vedi CTA).
Percepibile La maggior parte delle descrizioni e delle informazioni sono comprensibili per uno specifico target di riferimento, ovvero per coloro che sanno l’inglese e che hanno una solida conoscenza della moda sostenibile. Non sono fornite alternative testuali per qualsiasi contenuto non di testo in modo che questo possa essere trasformato in altre forme fruibili secondo le necessità degli utenti come stampa a caratteri ingranditi, Braille, sintesi vocale, simboli o un linguaggio più semplice.	Satisfaction Il sito non risulta totalmente piacevole da utilizzare, vi sono alcuni elementi minimalisti che garantiscono ordine e leggerezza, ma la lettura di grandi blocchi di testo e l’assenza di CTA attrattive inficiano l’esperienza.	Errors La maggior parte degli errori che commette l’utente sono risolti con semplici ma efficaci soluzioni. Nonostante ciò, il sito manca di una immediata live chat o FAQ o recensioni che potrebbero aiutare nella comprensione di errori e nella loro risoluzione autonoma.	Robusto Il contenuto non è abbastanza robusto per essere interpretato in maniera affidabile da una varietà di programmi utente, comprese le tecnologie assistive (nei moduli non c’è la possibilità di compilare automaticamente senza scrivere su tastiera paese, nome, ecc.)
	Utilizzabile Non tutte le funzionalità del contenuto sono utilizzabili tramite un’interfaccia e input di tastiera senza richiedere tempi specifici per la pressione dei singoli tasti.		ecodream

CTA incoerenti

Specifico target

Poca assistenza

Utente smarrito

Non ci sono FAQ

Mancanza di filtri

Testi troppo lunghi

Nessun ALT Text

Nessuna barra di ricerca

Non ci sono recensioni

Compilazione moduli non automatica

2. Analisi > **Analisi dei concorrenti**



Come anticipato, ho poi approfondito i siti web dei possibili **concorrenti** di Ecodream Design, giungendo alla conclusione che la maggior parte degli e-commerce analizzati hanno alcune funzionalità che Ecodream non ha ancora, come la **barra di ricerca**; la lista **preferiti**; **CTA** accattivanti; la possibilità di **filtrare** e ordinare i prodotti; un blog o delle **recensioni** che permettano di **fidelizzare i clienti** e soprattutto una **chat live**, delle **FAQ** o un **supporto immediato** per il cliente.

Ciò che invece Ecodream offre **in più** rispetto alla maggior parte degli altri siti analizzati è la possibilità di poter diventare facilmente **rivenditore** dei prodotti, dunque di fare **business** nel mondo della moda sostenibile; la possibilità di acquistare i **materiali** in un'ottica di economia circolare e, soprattutto, l'ampio bagaglio di conoscenze, descrizioni e approfondimenti che offre in termini di **tematiche sostenibili** e **cura del prodotto**.

Questo “valore sostenibile” potrebbe però diventare un reale valore aggiunto se non ci fossero **blocchi di testo** eccessivamente **lungi**, **gerarchia debole** e **informazioni complesse**. La mole di contenuto scritto non solo inficia **l'unicità** del brand, ma rende lo **scopo** del sito (un e-commerce e non un blog) poco comprensibile e immediato.



Mancano recensioni

Mancano FAQ

Condizioni di spedizione

Lista preferiti

Blog?

E-commerce?

Unicità e scopo

chat live

Cura del prodotto

Nessuna barra di ricerca

Concorrenti

Blocchi di testo

Filtri e ordinamento

Rivenditori

2. Analisi > **Analisi del Target**

Purtroppo il sito di Ecodream Design non offre molti dati utili per l'analisi del target, come recensioni o riferimenti a un pubblico specifico. Dunque ho condotto ricerche al di fuori del sito web.

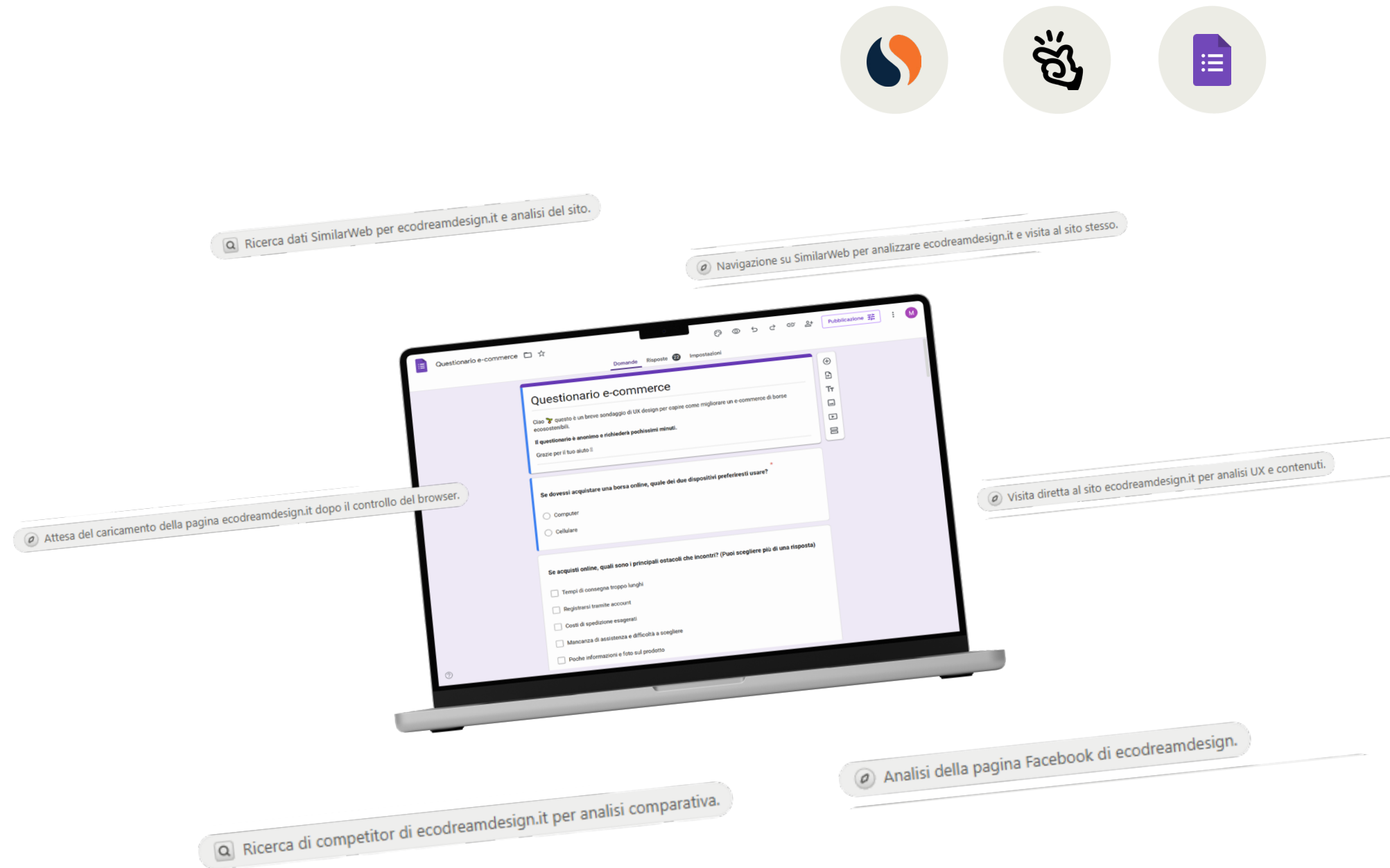
Survey con Google Forms

Tramite la mia survey condotta su **22 persone tramite Google form**, ho raccolto dati importanti per comprendere ciò che **gli utenti in target si aspettano di trovare in un e-commerce**: la maggior parte delle persone (72,7 %) desidera che in un e-commerce i prodotti siano ordinati per modelli e che ci siano le funzioni di **filtro e ordinamento** (63,6 %), che per ora mancano sul sito di Ecodream. Il 31,8% si aspetta di trovare facilmente le modalità di spedizione e il 22,7 % ritiene importante la presenza della **barra di ricerca**, anche questa mancante. Il sito di Ecodream non ha una buona funzione di **assistenza** agli acquisti online e non ha neanche **Faq o recensioni**, che risultano invece essere fondamentali per il 50% degli intervistati.

Manus con Similarweb

Tramite l'analisi condotta da Manus con SimilarWeb, ho analizzato il traffico e le prestazioni del sito web. Ecodream si posiziona in una fascia di mercato **medio-alta**, puntando sulla qualità del "fatto a mano" e sull'etica ambientale, quindi su una **nicchia specializzata**. Nonostante ciò, **c'è margine di crescita** per keywords specifiche legate all'upcycling e alla moda sostenibile oltre che grandi blocchi di testo.

Dal punto di vista della **fiducia** e della **riprova sociale**, il sito manca di elementi fondamentali: le **recensioni**, che al momento non sono presenti in modo visibile sul sito.



Richiesta di assistenza

Nicchia specializzata

Problemi significativi

Utente smarrito

Inclusività?

Accessibilità?

Richiesta di filtri

Limiti di visibilità

Non ci sono keywords
specifiche

Non ci sono dati utili

Non ci sono recensioni

2. Analisi > **Analisi del comportamento utenti**



Per analizzare il comportamento degli utenti sul sito web da mobile, ho effettuato un breve user test tramite **Userbrain**.

Per sintetizzare e interpretare in modo coerente i dati raccolti durante il test di usabilità, ho utilizzato **Dovetail**, uno strumento di analisi qualitativa che consente di organizzare insight, osservazioni e citazioni emerse dalle sessioni di test.

Il test è stato condotto su un numero limitato di utenti, con un approccio esplorativo e qualitativo. L'obiettivo non era quello di ottenere risultati statisticamente rappresentativi, ma di individuare **criticità evidenti e pattern ricorrenti** durante la navigazione **mobile**.

In particolare, gli utenti hanno riconosciuto immediatamente il posizionamento del brand come **ecologico**, sostenibile e focalizzato su prodotti fatti a mano, ma hanno incontrato **difficoltà** a capire **che si trattava di un e-commerce**. La mancanza di **un'icona del carrello** visibile e la **separazione tra vetrina e shop online** hanno creato confusione durante il processo di acquisto.

Il processo di **checkout** presenta diverse lacune in termini di usabilità e feedback visivo.

L'assenza della **foto del prodotto nel carrello** riduce la fiducia dell'utente durante l'acquisto.

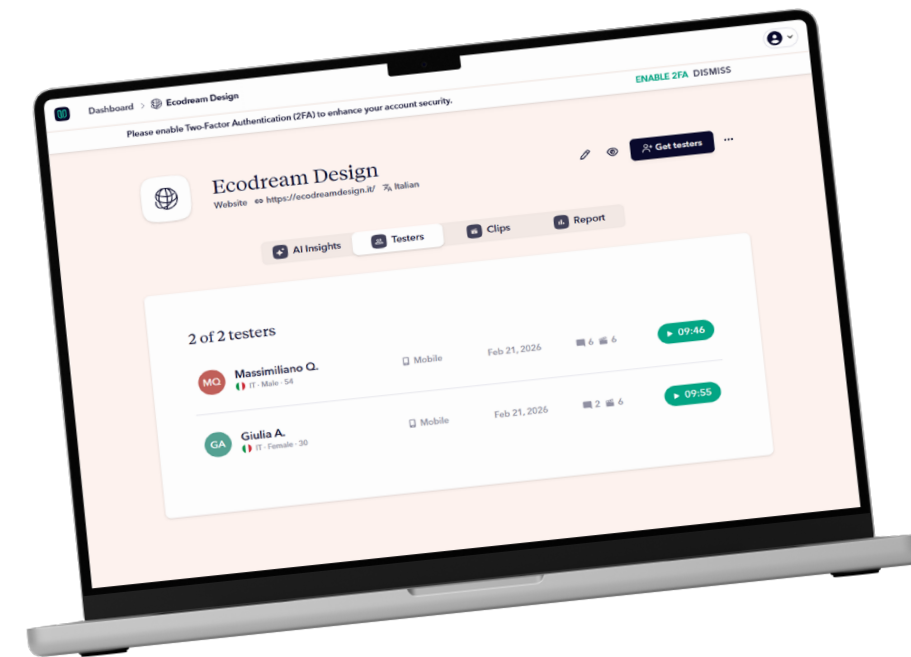
Il sistema di validazione dei dati è inadeguato, **non rilevando errori evidenti** come codici postali non validi.

Ulteriori problemi specifici includono: mancanza di pulsanti di invio nei **form**, elementi **vuoti** che possono disturbare gli screen reader, apertura di nuove **finestre/tab**, script inline **troppo lunghi**, peso **eccessivo** della pagina (1,1 MB).

“non si capisce che è un e-commerce oltre che pagina di vetrina”

“Non capisco se queste borse siano tutte nere o se io possa trovarne altre di colori diversi”

“non sapevo se fosse uno shop non ero sicura”



“Questa X non so cosa voglia dire, perché ci sia una X”.

“si potrebbe inserire lo stradario automatico per il completamento dell'indirizzo di spedizione”

“non c'è un'icona chiara del carrello e quindi non si capisce dove andare quando si è aggiunto un prodotto al carrello”

E-commerce?

Blog?

Sito vetrina?

Assenza foto prodotto

Lentezza

Form senza invio

Assenza filtri

Icona carrello

Errori trascurati

Peso eccessivo

Selettori duplicati
o compromessi

Descrizioni povere

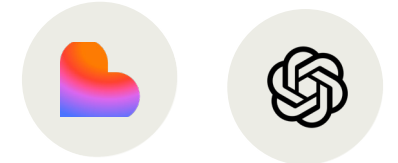
Mancanza di validazione
automatica

2. Analisi > **Problematiche per l'utente - Opportunità per l'assistente**

1. Mancanza di assistenza e riprova sociale Non ci sono FAQ, live chat, recensioni o supporto rapido. Gli utenti non trovano facilmente risposte su spedizioni, resi, materiali o indecisioni d'acquisto. Quando le trovano, sono sotto forma di testi eccessivamente lunghi da leggere. Problema riscontrato tramite analisi euristica e dei competitor. Indispensabile per il 50% delle persone secondo la mia survey.	1. Progettare un chatbot che supporta Un chatbot può rispondere in linguaggio naturale e immediato a domande come: "Quanto tempo ci mette ad arrivare?", "Posso fare un reso?", "Di che materiale è fatta questa borsa?", "Come posso diventare rivenditore?". E può esortare a lasciare delle recensioni dopo l'acquisto. Momenti tipici: dopo 30-40 secondi di scroll senza azione, l'AI può intervenire per sciogliere dubbi e assistere l'utente.
2. Mancanza di filtri e guida nella scelta prodotto Gli utenti non capiscono se esistano varianti colore, modelli e collezioni, differenze tra prodotti. A rallentare la scelta l'assenza di filtri e barra di ricerca. Problema riscontrato tramite analisi euristica, dei competitor e usability test Indispensabile per il 63,6 % delle persone secondo la mia survey	2. Progettare un chatbot che consiglia Un chatbot può fare domande come: "La cerchi per lavoro o per viaggio?", "Preferisci una borsa capiente o compatta?", "Ti serve impermeabile?". Momenti tipici: dopo aver aperto più prodotti senza aggiungerli al carrello, il chatbot potrebbe chiedere: "Ti aiuto a scegliere?".
3. Testi lunghi e complessi, blog o e-commerce? Blocchi di testo pesanti (vedi Termini e condizioni e pagina About), gerarchia debole, linguaggio tecnico. Gli utenti non capiscono se sono di fronte a un blog, un sito vetrina o un e-commerce. Problema riscontrato tramite analisi euristica, comparativa e usability test	3. Progettare un chatbot che guida Un chatbot può ridurre il carico cognitivo, semplificare spiegazioni, sintetizzare e adattare il livello di dettaglio personalizzato sul cliente, così come raccontare la storia del materiale o indirizzare a reels, video, post ed eventi formativi sul tema, magari organizzati da Ecodream Design.

3 Definizione dell'assistente AI

3. Definizione dell'assistente AI



Tipologia dell'assistente progettato

Sulla base dell'analisi del sito web appena conclusa, delle frizioni riscontrate dagli utenti e delle opportunità emerse, ho progettato un **chatbot AI** con ruolo primario di **consulente di prodotto**: l'obiettivo è supportare l'utente nella scelta consapevole di borse e zaini in base alle proprie esigenze.

Questo in primis permette all'utente di **identificare** il sito web come un **e-commerce**. E, attraverso domande mirate e suggerimenti **personalizzati**, aiuta a individuare il prodotto più adatto per utilizzo, stile di vita o preferenze, rendendo il **processo decisionale** più semplice e guidato.

In modo secondario, l'assistente svolge una funzione di **supporto operativo**, fornendo risposte sintetiche a domande frequenti su spedizioni, resi, cambi, materiali e cura dei prodotti. Questo riduce la necessità di cercare informazioni all'interno di **testi lunghi** o sezioni secondarie del sito.

Infine, contribuisce a rendere più accessibili i contenuti legati alla sostenibilità, **sintetizzando** informazioni complesse e traducendo i valori del brand in messaggi **chiari e comprensibili**.

Tone of voice

Il tone of voice dell'assistente è **coerente** con l'identità sostenibile, artigianale, specializzata ed etica del brand, ma adattato al contesto **e-commerce**.

È **chiaro, rassicurante** e orientato alla **sostenibilità**. Utilizza un linguaggio **semplice** ma **accurato**, capace di spiegare concetti legati alla sostenibilità senza risultare tecnico o distante, né eccessivamente banale o promozionale.

L'assistente evita pressioni commerciali e adotta un tono consulenziale, accompagnando l'utente nelle scelte e favorendo una relazione basata sulla **fiducia** e sulla **trasparenza**.

Valore che porta all'esperienza

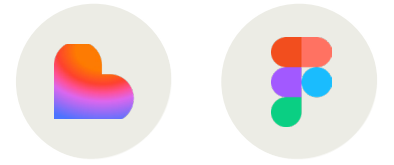
L'assistente non sostituisce la struttura del sito, ma agisce come **mediatore conversazionale**, riducendo incertezze e facilitando le decisioni nei momenti chiave del percorso d'acquisto.

Il valore principale risiede nel dare maggiore **riconoscibilità** all'e-commerce, chiarendo il suo **scopo** e rendendo più **fruibile** il **valore sostenibile** del brand, supportando **scelte consapevoli** e trasformando la navigazione in un'esperienza più **fluida**.

**Non deve sembrare un venditore.
Deve essere un consulente.**

4 Progettazione dell'assistente AI

4. Progettazione dell'assistente AI > Schermata con l'entry point dell'assistente



L'entry point dell'assistente è stato progettato come **elemento persistente** all'interno della navigazione mobile, posizionato in basso a destra per garantire visibilità costante senza interferire con i contenuti principali.

La scelta di mantenere l'icona dell'assistente **visibile** in ogni pagina risponde alla necessità di offrire supporto continuo durante tutto il percorso di acquisto, ma soprattutto in fase di esplorazione iniziale dell'e-commerce.

Il **micro messaggio** "Posso aiutarti?" è stato pensato invece per comparire alcuni **secondi dopo lo scroll**, con l'obiettivo di intercettare eventuali momenti di incertezza senza interrompere l'esperienza.

Design dell'icona e del micro messaggio

Il prototipo dell'icona e del micro messaggio è stato disegnato su [Figma](#) utilizzando i colori tipici del brand e del sito web attuale:

Colore d'accento #A9BB3E

Colore del testo #444444

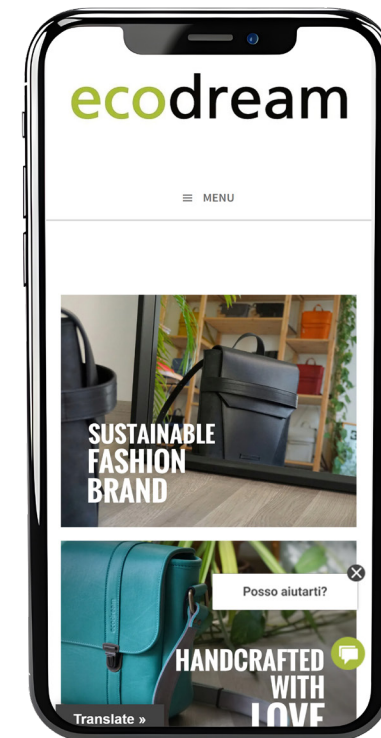
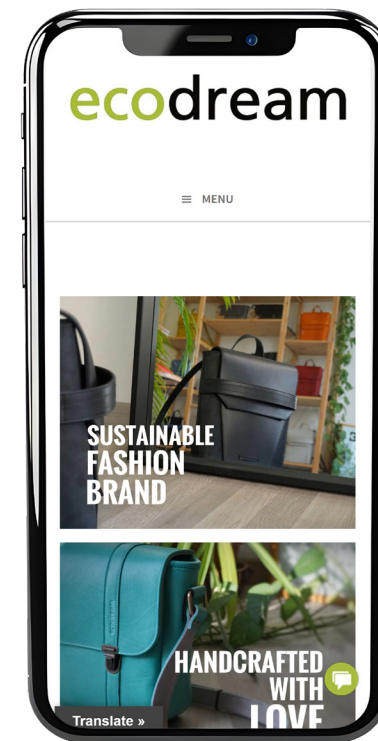
Colore di sfondo #FFFFFF

L'utilizzo del **verde d'accento** consente all'elemento di emergere visivamente senza risultare invasivo, mentre il testo in nero garantisce leggibilità (Rapporto di contrasto 4,58 : 1 - Livello WCAG 2.1 AA).

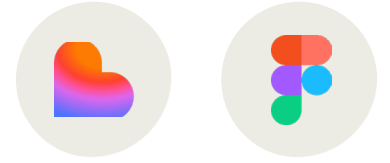
Il **corner radius** è stato impostato a 3 px, in coerenza con lo stile visivo attuale dell'e-commerce, caratterizzato da forme essenziali e linee nette.

L'effect utilizzato è **Drop shadow** con blur 4.

Il sito attuale usa un **font sans-serif** di sistema, per questo per il testo del mio assistente intelligente ho scelto un **Roboto pt 14**, ideale per mobile.



4. Progettazione dell'assistente AI > Schermata della chat vuota all'apertura



Al click sul micro messaggio “Posso aiutarti?” si apre l’**interfaccia conversazionale dell’assistente**.

La schermata è caratterizzata da un **titolo esplicativo**, “EcoDream Assistant Online • Risponde subito”, che chiarisce la natura, lo scopo e l’immediatezza del servizio. Sotto il titolo è presente una **breve descrizione** che sintetizza le funzionalità principali dell’assistente, orientandolo come consulente di prodotto e supporto informativo.

Per ridurre l’attrito iniziale, l’interfaccia propone tre **quick action** che permettono all’utente di iniziare l’interazione senza dover digitare manualmente. In alternativa, è sempre possibile utilizzare la **barra di input** “Scrivi un messaggio”.

Oltre all’inserimento testuale, l’assistente supporta: **input vocale**, per velocizzare l’interazione e migliorare l’accessibilità e il caricamento di immagini tramite il pulsante “+”, utile per richieste più contestualizzate (es. confronto prodotto o verifica materiale).

Questa struttura mira a rendere la chat inclusiva, flessibile e adatta a diverse preferenze di interazione.

Design della chat vuota

L’utilizzo del **nero per il testo e bianco per lo sfondo** consente alla chat di mostrarsi leggibile e semplice da utilizzare, e garantisce accessibilità (Rapporto di contrasto 9,74 : 1 - Livello WCAG 2.1 AA).

La scelta di un design essenziale e lineare è coerente con l’identità minimal del brand e consente di mantenere il focus sul contenuto conversazionale, evitando distrazioni visive.



4. Progettazione dell'assistente AI > Schermata con il primo messaggio dell'utente

La **prima interazione progettata** riproduce una richiesta realistica che un utente potrebbe rivolgere al proprio consulente sostenibile: “Vorrei uno zaino per il mio viaggio in Thailandia.”

Alla ricezione della richiesta, l'assistente mostra uno **stato di caricamento** prima di fornire la risposta. L'icona riprende la struttura del classico **spinner circolare**, ma viene reinterpretata attraverso elementi grafici a forma di foglia, in coerenza con il linguaggio visivo e i valori sostenibili del brand.

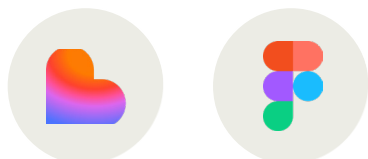
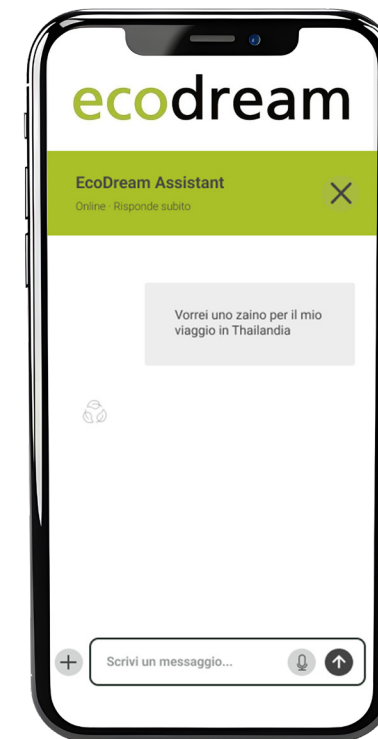
La scelta consente di mantenere la riconoscibilità dello stato di attesa, integrandolo nel sistema identitario dell'e-commerce.

Design della chat

L'utilizzo del **nero per il testo e bianco per lo sfondo** consente alla chat di mostrarsi leggibile e semplice da utilizzare, e garantisce accessibilità (Rapporto di contrasto 9,74 : 1 - Livello WCAG 2.1 AA).

Per distinguere le richieste dell'utente dalle risposte della chat, ho utilizzato una nuvoletta dello stesso nero #444444 del sito, ma schiarita del 10%.

Il **corner radius** è sempre di 3px così come l'effects è **Drop shadow** con blur 4.



4. Progettazione dell'assistente AI > Schermata con la risposta dell'assistente e feedback

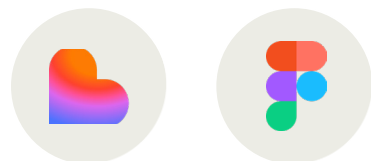
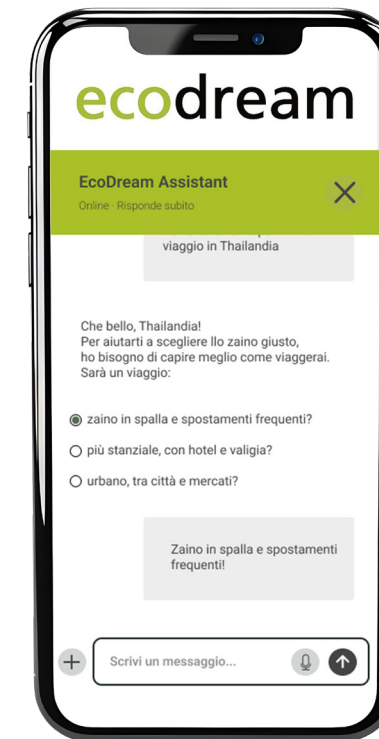
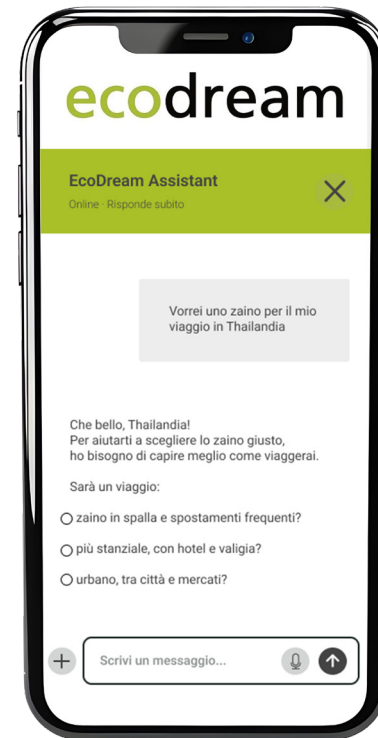
La **risposta dell'assistente** è progettata per mostrare **empatia** senza risultare eccessivamente entusiasta o promozionale. L'interazione non si limita a un messaggio informativo, ma invita l'utente a partecipare attivamente attraverso opzioni selezionabili (**radio button**), permettendogli di scegliere l'alternativa più vicina alle proprie esigenze.

Questa modalità consente al sistema di **raccogliere dati** utili in modo progressivo, affinando la consulenza e rendendo la risposta sempre più pertinente.

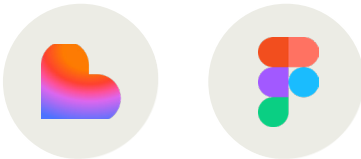
L'assistente non si limita quindi a rispondere a domande statiche, ma integra una **logica conversazionale dinamica**: le domande successive si adattano alle risposte fornite dall'utente e al suo comportamento di navigazione.

Questo anche perché il chatbot è integrato con il **catalogo prodotti** e con il **carrello dell'utente**, così da offrire un supporto realmente contestuale.

Infine, l'assistente **mantiene memoria** della sessione utente. Nel caso di un nuovo visitatore, può porre alcune domande introduttive per comprendere preferenze generali e suggerire la **creazione di un account**, utile per salvare prodotti, ricevere consigli personalizzati o monitorare acquisti futuri.



4. Progettazione dell'assistente AI > Micro-flow messaggistica



schermata con il primo messaggio dell'utente



schermata di caricamento risposta del chatbot



schermata con la prima risposta del chatbot



schermata con la prima risposta dell'utente



schermata con l'ultima risposta del chatbot

5 Uso dell'AI

MASTER UX/UI DESIGN

MARTA BRENTAN

AGENTI AI PER DESIGN

5.Uso dell’AI

Per questo progetto ho utilizzato i seguenti strumenti AI :



Manus: è stato utilizzato come supporto nella fase di **analisi del sito web tramite Similarweb** e per **trovare competitors** e organizzare le idee. Ha contribuito alla strutturazione delle riflessioni sull’analisi, aiutandomi a sintetizzare insight emersi e a definire in modo più chiaro il ruolo strategico dell’assistente AI all’interno dell’e-commerce.



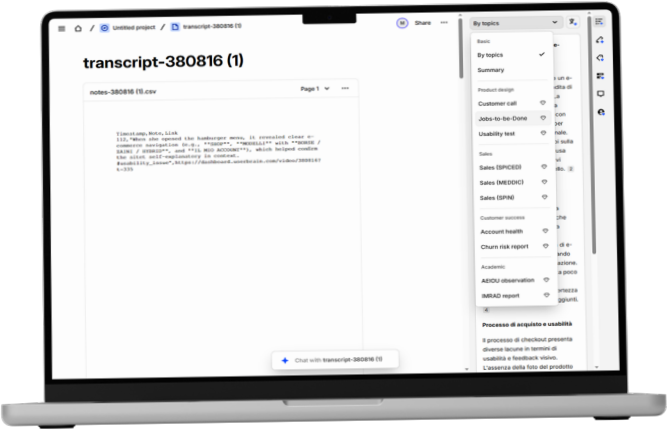
Dovetail: è stato impiegato per sintetizzare e analizzare l’usability test fatto con Userbrain. Mi ha permesso di **raccogliere trascrizioni video e organizzare osservazioni**, insight e criticità emerse durante la revisione dell’esperienza mobile, facilitando l’individuazione di **pattern ricorrenti** e problematiche prioritarie.



Lovable: Lovable è stato utilizzato in fase di **esplorazione dei flussi interattivi**. Attraverso la descrizione testuale, mi ha consentito di visualizzare rapidamente **possibili interazioni del chatbot**, prima di consolidare la soluzione su Figma. L’obiettivo non era sostituire la progettazione manuale, che io ho compiuto su Figma, quanto accelerare l’iterazione iniziale e testare diverse configurazioni di micro-flow conversazionale.



Chatgpt: ChatGPT è stato utilizzato come strumento di supporto trasversale durante tutto il progetto per esprimere al meglio concetti e verificare coerenza logica e solidità delle mie scelte progettuali.



6 Riepilogo

MASTER UX/UI DESIGN

MARTA BRENTAN

AGENTI AI PER DESIGN

6. Riepilogo

Il progetto nasce dall'analisi di un **e-commerce con una forte identità sostenibile** ma con evidenti criticità in termini di assistenza, orientamento e supporto alla scelta.

Le problematiche emerse (assenza di filtri, mancanza di barra di ricerca, testi lunghi e complessi, carenza di supporto immediato) generano **incertezza** e **ralentano** il processo decisionale.

In fase di prototipazione del **redesign** dell'intero sito web, avevo aggiunto una **chat tradizionale di assistenza**, perché Ecodream Design permette di ricevere assistenza riservata esclusivamente al consumatore finale e solo tramite whatsapp, senza accettare chiamate né sms.

Dopo questa prima ipotesi di **chat tradizionale di assistenza**, il concept si è invece evoluto verso un Chatbot AI con ruolo primario di **consulente di prodotto**.

L'assistente AI diventa un **facilitatore decisionale**: non si limita a rispondere, ma accompagna l'utente nei momenti di dubbio, riduce le frizioni e rende più chiaro lo scopo commerciale del sito.

La sua introduzione non è stata pensata come soluzione sostitutiva di interventi strutturali, **ma come strumento complementare** capace di mediare tra contenuto e utente.

Il valore del progetto non risiede soltanto nell'integrazione tecnologica, ma nella **progettazione di un'esperienza conversazionale coerente con l'identità del brand** e centrata sui bisogni reali degli utenti.



Contatti

Email: martabrentan@yahoo.com

Cellulare: +39 3470547503

Sito web: www.ammartaggio.com

Link a Figma: [clicca qui](#)