

GRUPPO MORENO: RIDUZIONE BOUNCE RATE E NUOVA BRAND IDENTITY

Una user experience migliore grazie alla creazione di un sito web performante e di facile consultazione dove ogni dettaglio esprime la brand identity.



CLIENTE //

moreno

Con 35 anni di esperienza a garanzia della professionalità del servizio offerto al cliente, **Moreno Group** è il servizio di **car renting e vendita usato** presente nel territorio emiliano-romagnolo e lombardo. Trattasi di una realtà in continua evoluzione e attenta al cambio di esigenze dei propri clienti tanto che negli anni il gruppo ha dato vita anche a **Moreno Renting**, ramo dedicato al **noleggio a breve termine** di furgoni, pulmini, minibus, camion, veicoli refrigerati e altri mezzi indispensabili per molte categorie di lavoratori.

KICKOFF

SITUAZIONE //

Il cliente sentiva la necessità di attuare un **restyling profondo sia del sito web Moreno Corporate sia del sito web Moreno Renting**. In entrambi i casi, era necessaria una significativa operazione di restyling che agisse su due fronti: **omogeneità della brand identity** della realtà Moreno per avere un **miglior impatto sull'utenza** attuale e potenziale assieme a una **migliore esperienza utente** in modo che la consultazione delle informazioni contenute fosse rapida ed efficace. Per rendere ciò possibile, il nostro team ha previsto anche delle attività strutturali mirate a **potenziare il collegamento del sito web al CRM e ridurre il bounce rate** causato dalle tempistiche dilatate di caricamento dei siti web.

COMPETENZE //

- > Wordpress
- > UI/UX Design

OBIETTIVI //

- > **Risoluzione delle principali problematiche tecniche** all'interno dei due siti web in modo da ridurre l'elevato bounce rate
- > **Migliore integrazione con il CRM** dei lead provenienti dal sito web corporate
- > **Profondo restyling** della realtà Moreno al fine di creare una brand identity coerente
- > **Migliorare la user experience** con siti web intuitivi e reattivi



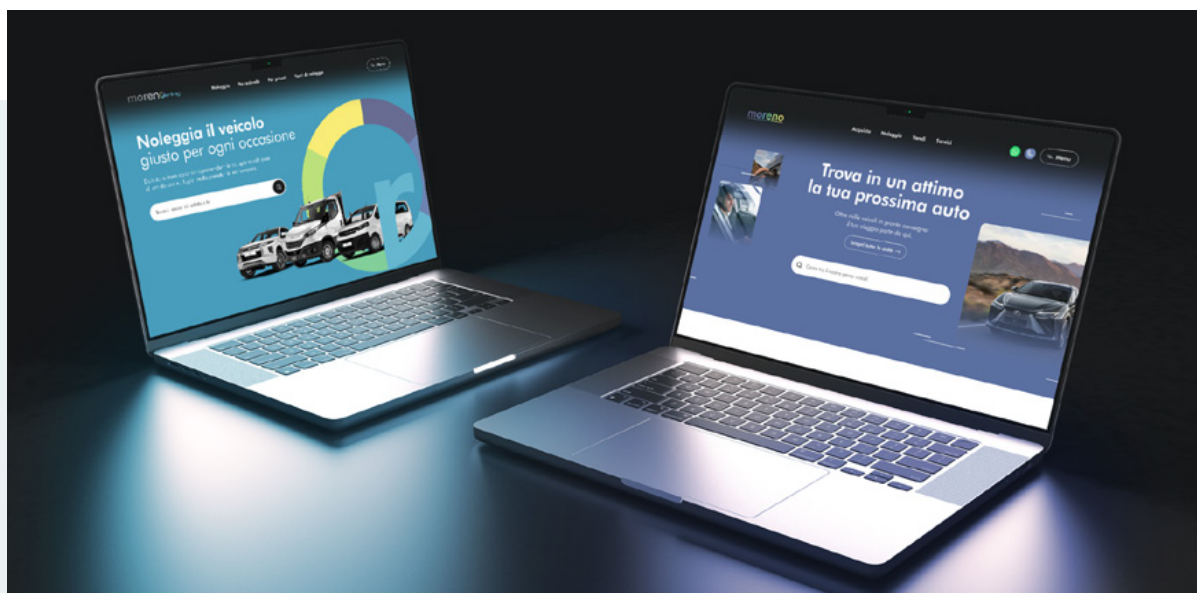
ATTIVITÀ

Chiarezza, intuitività e rapidità: ecco i dettami del progetto per Gruppo Moreno

01 // VELOCIZZARE IL COLLEGAMENTO COL CRM

La nostra strategia operativa è stata quella di lavorare sul sito web corporate del cliente in modo da **coordinare** il più possibile le varie attività a nostro carico. La **principale problematica** che caratterizzava il sito web Corporate era il **lento caricamento dei siti web** a cui gli utenti accedevano tramite le CTA inserite all'interno delle campagne pubblicitarie online. Ciò causava un **bounce rate non indifferente** che rendeva vano l'investimento del cliente nelle sue stesse campagne adv. Atterrando all'interno del sito, infatti, gli utenti si ritrovavano in una **landing page con tempi di download estremamente dilatati** senza però raggiungere l'effettivo caricamento delle informazioni che, di conseguenza, scoraggiava gli utenti stessi a rimanere all'interno del sito.

Per ovviare a questo problema, abbiamo condotto **un'approfondita analisi del sito** in questione e ci siamo concentrati a **ripensare la struttura e il collegamento dei dati del sito al CRM**. Una volta conclusa la nostra analisi, abbiamo notato come il CRM non fosse ben integrato all'interno del sito realizzato in WordPress e che fosse quindi necessario il caricamento manuale dei dati al suo interno da parte del personale di Moreno. È stata dunque **necessaria un'operazione di CRM integration** che potesse **facilitare sia la gestione dei dati in merito ai veicoli disponibili sia la riorganizzazione degli stessi**. Tale attività ha contribuito a **ridurre notevolmente il livello di bounce rate degli utenti** che, prima del nostro intervento, navigavano nell'elenco con difficoltà.



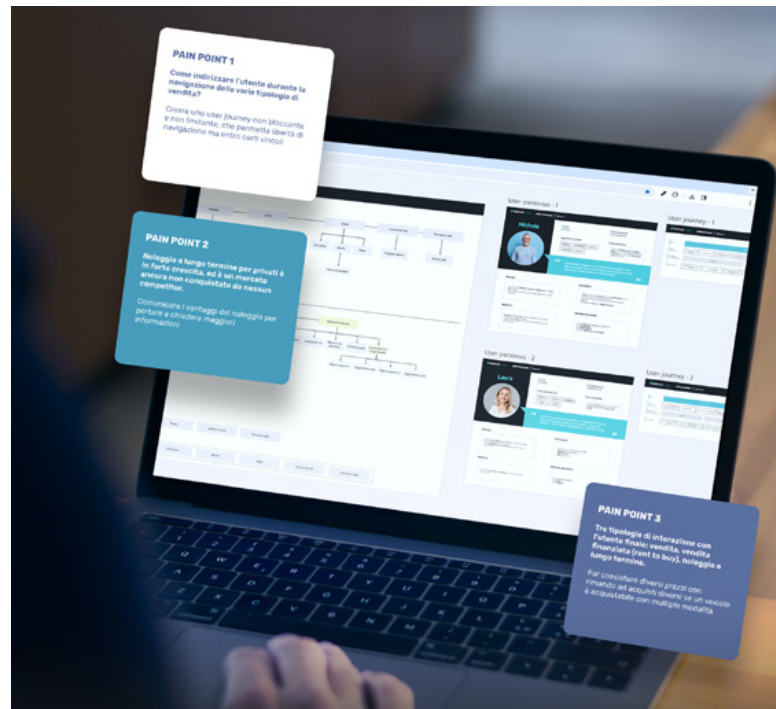
02 // ANALISI DELLA SITEMAP E RIDEFINIZIONE DEI FLUSSI

In questa fase del progetto, ci siamo concentrati sull'analisi della sitemap di entrambi i siti web per poter **analizzare la situazione iniziale e restituire la miglior esperienza utente nei nuovi siti web**. Ci siamo particolarmente concentrati sulla **navigazione degli utenti che raggiungevano i siti web tramite CTA**, passaggio ritenuto fondamentale per l'attività di marketing del cliente.

In prima battuta, abbiamo **definito gli user persona** a rappresentanza delle differenti tipologie di utente con relative azioni da cui poi **abbiamo costruito le user journey** per poter scomporre le varie azioni compiute come la ricerca di un veicolo e la visualizzazione dei dettagli del veicolo prescelto.

Da qui, abbiamo **individuato delle funzionalità da implementare** all'interno della nuova interfaccia che potessero **contribuire alla migliore user experience**.

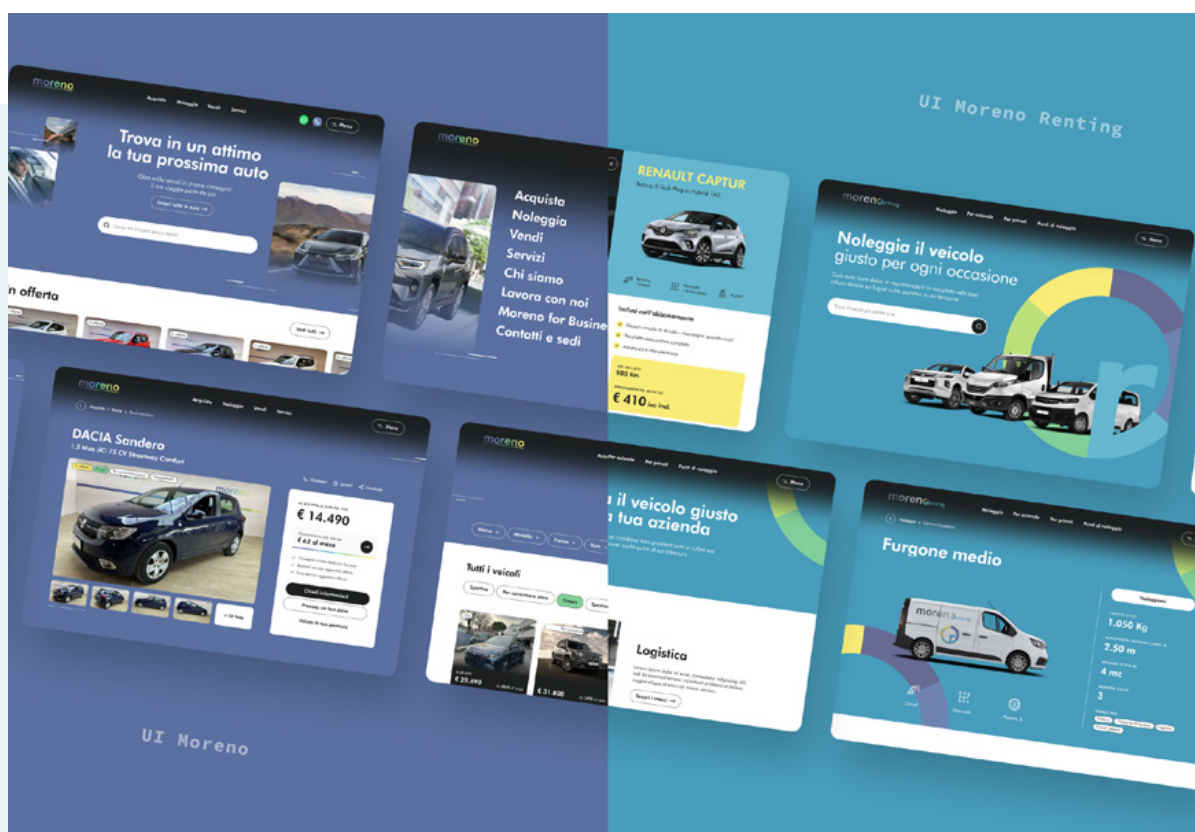
Per quanto riguarda **l'analisi dei flussi**, ci siamo mossi parallelamente sia sul sito web Corporate sia sul sito web Renting per **localizzare i pain point**, ovvero quei punti critici di attrito fra l'utente e il sito web in cui sta navigando. Tramite questa procedura abbiamo potuto **ripensare all'intera architettura in termini di intuitività e rapidità nella navigazione**.



03 // RESTYLING DEL DESIGN PER GARANTIRE LA MIGLIORE USER EXPERIENCE

In ultima battuta, il progetto ha previsto il **restyling completo** della realtà Moreno in modo che **l'utente trovasse piacevole la navigazione all'interno dei siti Corporate e Renting** ma che, allo stesso tempo, facesse in modo che la **consultazione** di questi ultimi per poter usufruire del servizio o reperirne informazioni fosse **intuitiva**.

Così come è stato fatto per la parte strutturale, il primo step è stato **ridefinire i benchmark** da prendere come riferimento durante tutta la fase di progettazione in modo da avere le idee chiare sul risultato finale. Entrambi i siti web erano limitati dalla **mancanza di un design caratterizzante** che, al contrario, si presentava confusionario, privo di una effettiva gerarchia visiva degli elementi d'interfaccia e di una coerenza visiva che limitava la piena fruibilità dei contenuti. Ciò **impediva la corretta navigazione all'interno dei siti web** verso i contenuti più rilevanti e funzionali alla conversione.



Tenendo bene a mente questi elementi di criticità, abbiamo **concepito un'interfaccia più personalizzata** e che includesse anche un **nuovo schema colori aderente alla brand identity**: il blu a rappresentanza dell'ufficialità del sito web Corporate mentre per il sito web Renting l'azzurro che, assieme ad altri colori, avrebbe dato un **taglio contemporaneo e fresco** in linea col sito web. Il risultato definitivo è uno **stile grafico più attuale, ordinato e minimale**, arricchito con animazioni e micro-interazioni capaci di **ottimizzare e rendere più memorabile l'esperienza utente**.

RISULTATI

// IL RISULTATO

La chiave del successo del progetto è stata senz'altro la **stretta collaborazione** che si è perpetuata durante l'intero progetto. A mano a mano che il progetto avanzava, il nostro team si premurava di **aggiornare costantemente il cliente alla ricerca di un confronto o di ulteriori soluzioni** che potessero essere ottimali per le sue esigenze.

Si tratta questa di **una pratica che adottiamo in ogni singolo progetto** e che ci garantisce la creazione di un prodotto digitale all'altezza sia delle aspettative del nostro team sia di quelle del cliente stesso. Inoltre, il cliente intende proseguire col nostro team per **l'implementazione delle nuove evolutive** come la **creazione di un terzo sito web** per il servizio di renting in abbonamento con cui Moreno vuole ampliare la sua offerta.

