

TWITCH REDESIGN

UX / UI Case Study



INDICE

1. BRAND

- [1.1 Introduzione](#)
- [1.2 Logo attuale](#)
- [1.3 Nuovo logo](#)
- [1.4 Tipografia](#)
- [1.5 Palette](#)
- [1.6 Icone](#)

2. ANALISI AS IS

- [2.1 Analisi euristica](#)
- [2.2 Usabilità](#)
- [2.3 IA Map](#)
- [2.4 Contenuti del sito](#)
- [2.5 Competitors](#)
- [2.6 Analisi S.W.O.T.](#)
- [2.7 Survey](#)
- [2.8 User Persona](#)
- [2.9 User Journey Map](#)

3. WIREFRAMING

- [3.1 Homepage / Desktop](#)
- [3.2 Watch / Desktop](#)
- [3.3 Canale / Desktop](#)
- [3.4 Info / Desktop](#)
- [3.5 Video / Desktop](#)
- [3.6 Homepage / Mobile](#)
- [3.7 Watch / Mobile](#)
- [3.8 Canale / Mobile](#)
- [3.9 Info / Mobile](#)
- [3.10 Video / Mobile](#)
- [3.11 Wireflow](#)

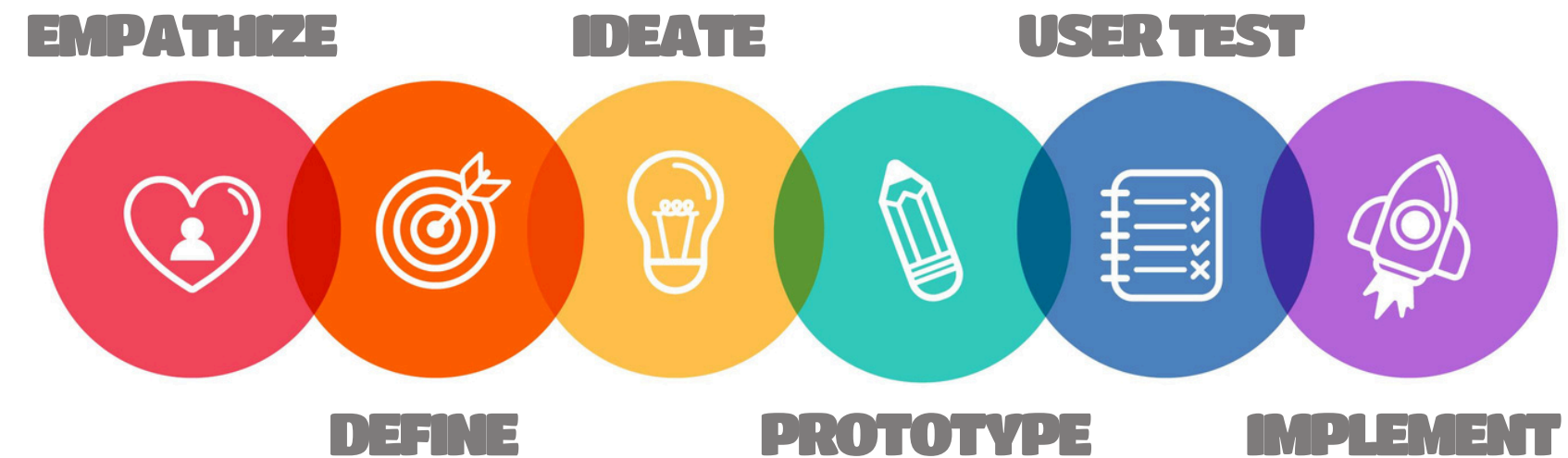
4. USER INTERFACE

- [4.1 Design System](#)
- [4.2 Header / Footer](#)
- [4.2 Login e Sub](#)
- [4.3 Homepage / Desktop](#)
- [4.4 Watch / Desktop](#)
- [4.5 Canale / Desktop](#)
- [4.6 Info / Desktop](#)
- [4.7 Video / Desktop](#)
- [4.8 Homepage / Mobile](#)
- [4.9 Watch / Mobile](#)
- [4.10 Canale / Mobile](#)
- [4.11 Info / Mobile](#)
- [4.11 Video / Mobile](#)

5. USER TEST

- [5.1 Il test](#)
- [5.2 Utenza e obiettivi](#)
- [5.3 Conduzione del test](#)
- [5.4 5 second test / Homepage](#)
- [5.5 Risultati](#)
- [5.6 5 second test / Canale](#)
- [5.7 Risultati](#)
- [5.8 Modifiche post test](#)

DESIGN THINKING PROCESS



GRAFICA

INTRODUZIONE

Twitch nasce nel 2011 come piattaforma di streaming live dedicata principalmente al mondo del gaming, ereditando l'esperienza di Justin.tv. Nel 2014 viene acquisita da Amazon, che ne ha consolidato la crescita e l'ha resa oggi il punto di riferimento globale per il live streaming interattivo.

Negli anni, Twitch ha ampliato la propria offerta, includendo musica, talk show, sport ed eventi IRL, diventando così un ecosistema di intrattenimento a 360 gradi.

Ho scelto Twitch come caso di studio perché rappresenta una piattaforma in continua evoluzione, che unisce tecnologia, community e modelli di business innovativi.

È un esempio interessante per analizzare come design e usabilità influenzino l'esperienza di milioni di utenti ogni giorno, e come la sfida di crescere mantenendo la propria identità possa tradursi in scelte progettuali cruciali.

MISSION

La mission di Twitch è creare un senso di appartenenza, dando a chi trasmette la possibilità di costruire comunità vive e partecipative.

VISION

La vision guarda a un mondo in cui il live streaming non è solo consumo di contenuti, ma uno spazio condiviso, capace di connettere persone in tempo reale e di trasformare la fruizione in un'esperienza collettiva.

GRAFICA

LOGO ATTUALE

Il logo di Twitch si fonda su un'identità visiva profondamente legata alla cultura videoludica e al suo immaginario. Il simbolo più rappresentativo è il Glitch, una piccola mascotte nata nel 2012 come icona di errore all'interno della piattaforma.

L'elemento, inizialmente concepito come un semplice indicatore di malfunzionamento, è progressivamente diventato un vero emblema del brand. La sua forma è quella di un cubo con un angolo tagliato a 45° e due piccole fessure che ricordano occhi ammiccanti e richiama immediatamente l'estetica dei fumetti e dei videogiochi degli anni '80, restituendo un senso di divertimento, familiarità e leggerezza.

Oggi, il Glitch rappresenta l'essenza stessa di Twitch: un simbolo immediatamente riconoscibile, capace di comunicare appartenenza alla community anche senza mostrare il nome del marchio.



GRAFICA LOGO ATTUALE

Accanto alla mascotte troviamo il logotipo, composto dalla scritta “twitch” in minuscolo. Le lettere sono bianche, solide e accompagnate da un’ombra geometrica viola, creando un effetto tridimensionale distintivo.

Anche qui emergono richiami al mondo retro-gaming: diverse lettere presentano un caratteristico taglio a 45°, un dettaglio che contribuisce a definire un’identità visiva coerente con il linguaggio grafico della mascotte. L'intero sistema tipografico comunica immediatezza, giocosa modernità e una forte continuità con lo stile visivo dei videogiochi degli anni '80 e '90.

Nel complesso, il logo di Twitch riesce a fondere ironia, nostalgia e riconoscibilità, trasformando un semplice simbolo in un elemento culturale condiviso dalla sua vasta community.



GRAFICA

LOGO ATTUALE



GRAFICA

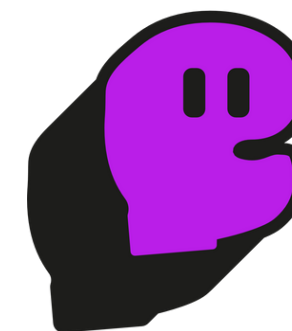
NUOVO LOGO

Il nuovo logo reinterpreta l'identità di Twitch con un'estetica più morbida, espressiva e orientata alla cultura pop contemporanea. La parola "twitch" assume forme fluide e gonfiate, quasi "bubble-style", richiamando l'energia spontanea delle community e il linguaggio visivo dell'animazione e degli sticker digitali.

Il colore viola rimane il principale elemento di continuità con il brand, mentre l'ombra nera accentuata aggiunge profondità e personalità, avvicinando il logo al mondo della street art e del fumetto. L'etichetta "ON AIR" introduce un riferimento diretto al mondo del live streaming, trasformandola in un vero segnale di presenza e attività creativa.

L'elemento più distintivo è la sostituzione della "c" con una versione rivisitata del Glitch, trasformato in una mini-mascotte più espressiva e integrata nel flusso tipografico. Non è più solo un simbolo accessorio, ma diventa parte del nome stesso, rendendo il brand più personale, riconoscibile e coerente con il mondo dei creator.

Il risultato è un marchio più giocoso, inclusivo e immediatamente riconoscibile, che rappresenta Twitch non solo come piattaforma, ma come spazio dinamico dove creator e community "vanno in onda" insieme.



GRAFICA

SAFE ZONE



GRAFICA

UTILIZZO BIANCO E NERO

ON AIR
twitén

ON AIR
twitén

GRAFICA
CANALE

ON AIR
twitén

ON AIR
twitén

GRAFICA

**DIMENSIONI E
SCALABILITÀ**



GRAFICA UTILIZZO SU COLORI

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

ON AIR
twitēh

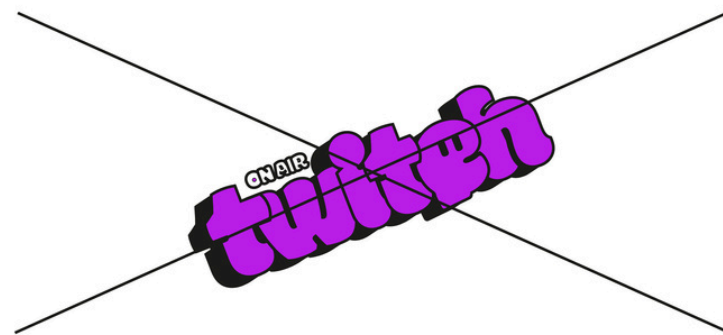
ON AIR
twitēh

GRAFICA

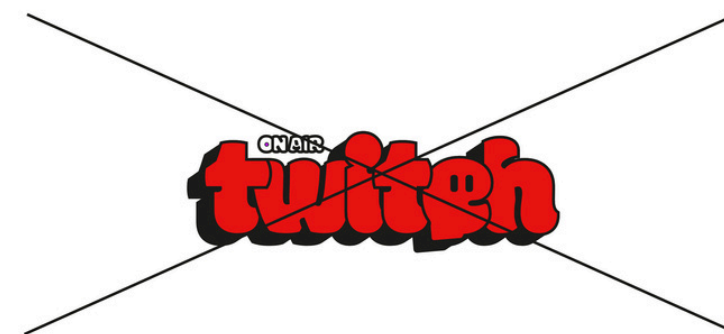
USI IMPROPRI



Non modificare proporzioni



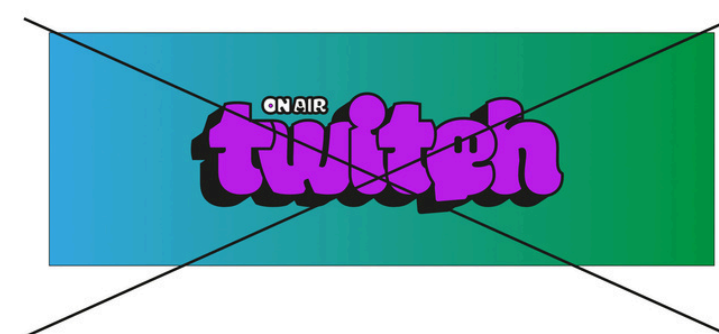
Non inclinare il logo



Non applicare colorazioni non previste



Non applicare effetti al logo



Non applicare sfondi al logo

GRAFICA

TIPOGRAFIA

Il logo utilizza Titan One per esprimere un’identità più giocosa e accessibile. Il font, con le sue forme morbide e voluminose, rafforza l’estetica pop e cartoon del nuovo concept, rendendo il marchio immediatamente riconoscibile.

La sua struttura bold permette inoltre un ottimo impatto visivo e garantisce leggibilità anche nei formati più ridotti.

TITAN,ONE

titan,one

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Ll, Mm, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Xx, Yy, Zz

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! “ £ \$ % & / () = ?

Bold Regular Medium

GRAFICA PALETTE COLORI

La palette colori proposta si basa su tre tonalità principali: magenta, nero e bianco, una combinazione che mantiene l'identità energica e distintiva di Twitch, rafforzandone al tempo stesso la modernità.

Il magenta diventa il colore caratterizzante: vivace e immediato, richiama energia, creatività e presenza live, rendendo il brand riconoscibile e perfettamente allineato al mondo dell'intrattenimento digitale.

Il nero funge da base solida e di carattere, aumentando il contrasto e dando maggiore profondità al logo e agli elementi grafici. È un colore già parte del DNA visivo di Twitch, e qui viene mantenuto per preservare continuità e riconoscibilità.

Il bianco, infine, introduce chiarezza ed equilibrio. Funziona come spazio respirabile e come elemento che mette in risalto le forme più morbide del logo, migliorandone la leggibilità e conferendo un aspetto più pulito e professionale.

Questa palette compatta e ad alto contrasto combina personalità e funzionalità, garantendo un'identità visiva forte, moderna e immediatamente associabile alla piattaforma.

01

Hex #A7549B

CMYK 40, 77, 0, 0

RGB 167, 84, 155

02

Hex #1D1D1B

CMYK 69, 65, 67, 76

RGB 29, 29, 27

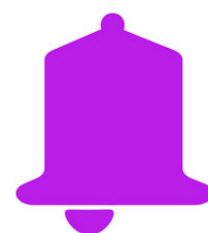
03

Hex #FFFFFF

CMYK 0, 0, 0, 0

RGB 255, 255, 255

GRAFICA ICONE





ANASISI
ASIS

ANALISI EURISTICA

VISIBILITÀ DELLO STATO DEL SISTEMA

PRO

- E' presente l'hover su tutti gli elementi cliccabile
- Per ogni elemento su cui il cursore si posa, un pop-up informativo appare per descrivere o definire l'elemento
- Quando la chat è attiva, lo stato active della barra di testo è ben visibile
- Presenti delle notifiche badge ben visibili per l'utente

CONTRO

- Il buffer del player non specifica la causa del problema, che sia connessione debole, crash della live o problemi del server
- C'è un ritardo di circa un minuto da quando un canale va live a quando viene mostrato sulla barra laterale, tra i canali live

CORRISPONDENZA TRA SISTEMA E MONDO REALE

PRO

- Chiarezza nella riconoscibilità di elementi importanti come il follow , gli abbonamenti e i bits

CONTRO

- Le icone dei bits e delle notifiche sono fuori dallo standard convenzionale
- La funzione “Hype train” è resa poco chiara nell'esposizione dei suoi benefici, spingendo l'utente a ottenere più informazioni con più passaggi in poco spazio
- Poca chiarezza nella funzione “Turbo” la cui CTA dichiara di rimuovere la pubblicità, similmente a quanto dichiarato per le sub

CONTROLLO E LIBERTÀ DELL'UTENTE

PRO

- Durante la visione di una live, è possibile vedere quali altri canali sono live tra i consigliati e i seguiti, senza abbandonare la pagina
- Il sito chiede sempre una conferma all'utente prima di procedere con un'azione irreversibile

CONTRO

- Impossibilità di controllare il player durante la live
- Assenza di un'opzione di preferenza per nascondere un canale dal proprio algoritmo
- Assenza di una modalità picture-in-picture in alcune sezioni del sito

ANALISI EURISTICA

COERENZA E STANDARD

PRO

- L'estetica generale e i termini utilizzati nel sito mantengono una coerenza per tutti i suoi elementi

CONTRO

- I link non sono sempre distinguibili dagli elementi non interattivi
- Il footer è inserito nell'header in una pagina nascosta, senza nomi o riferimenti
- Le stories che vengono visualizzate non si differenziano in alcun modo da quelle ancora da visualizzare
- Alcune pagine contengono delle CTA primarie e uguali pur ambendo a funzioni differenti

PREVENZIONE DEGLI ERRORI

PRO

- Quando l'invio di un messaggio fallisce o una transizione viene negata, l'utente viene informato dell'errore con la relativa descrizione

CONTRO

- Il pulsante Chat Paused, al click, riporta alla chat in tempo reale dopo averla stoppata, mancando però di fornire chiaramente questa funzione
- Acquistando un abbonamento sono presenti due CTA che chiedono conferma dell'acquisto ma con funzioni differenti, causando un possibile errore
- La funzionalità Turbo viene descritta da una CTA come "Rimuovi le pubblicità", non differenziando la funzione da una normale sub

RICONOSCIMENTO PIUTTOSTO CHE MEMORIZZAZIONE

PRO

- La barra laterale aiuta l'utente a riconoscere subito i canali che segue e che riconosce, quali sono in live e quali no

CONTRO

- L'organizzazione degli elementi è dispersiva, spesso alcuni elementi si ripetono e le pagine sono strutturate in maniera eccessivamente simile
- La grande mole di categorie rende lo scroll verticale della pagina lungo e confusionario
- La chat non segue una gerarchia visiva ben definita, salvo il colore del nome dell'utente

ANALISI EURISTICA

FLESSIBILITÀ ED EFFICIENZA D'USO

PRO

- Il processo di iscrizione e la sottoscrizione dell'abbonamento sono processi

CONTRO

- Visitare il profilo di uno streamer può richiedere più passaggi del dovuto
- Alcuni elementi della chat, ad esempio i top donatori, non sono immediatamente riconoscibili a chi è nuovo

DESIGN ESTETICO E MINIMALISTA

PRO

- Ogni miniatura contiene le giuste informazioni, esaustive, passando sopra con il cursore

CONTRO

- Alcuni elementi vengono ripetuti nella stessa schermata, creando confusione e sovraccaricando l'utente di informazioni

AIUTARE GLI UTENTI A RICONOSCERE GLI ERRORI

PRO

- Durante la fase di login e registrazione,, tutti gli errori di compilazioni vengono segnalati in modo corretto

CONTRO

ANALISI EURISTICA

AIUTO E DOCUMENTAZIONE

PRO

- Documentazione presente...

CONTRO

- ... ma nascosta in un footer dalla posizione poco intuibile

ANALISI AS IS **USABILITÀ**

LEARNABILITY

Il primo approccio al sito risulta confusionario, causa di una moltitudine di contenuti poco differenziati e con una gerarchia poco evidente. L'utente nuovo in special modo risulta spaesato.

EFFICIENCY

La difficoltà nell'esecuzione di task sul sito non è complessa di per sé, ma risulta più complesso comprenderne il processo senza conoscere il sito e le sue dinamiche.

ERRORS

Il sito si comporta molto bene nella segnalazione degli errori, evitando senza troppi problemi che l'utente compia azioni indesiderate o irreversibili

MEMORABILITY

Nonostante la navigazione possa risultare riconoscibile per un utente esperto, vi sono comunque elementi che risultano stranianti per ogni tipo di utenza, dall'utilizzo di terminologie ambigue o da elementi che fuoriescono dallo standard.

SATISFACTION

Il sito è spiacevole da navigare. L'utilizzo delle pagine come "Sfoglia" e "Seguito" è piuttosto ostica, portando l'utente a navigare quasi unicamente tramite la barra di ricerca per semplicità d'approccio, piuttosto che affidarsi alla navigazione del sito.

GRAFICA

ANALISI

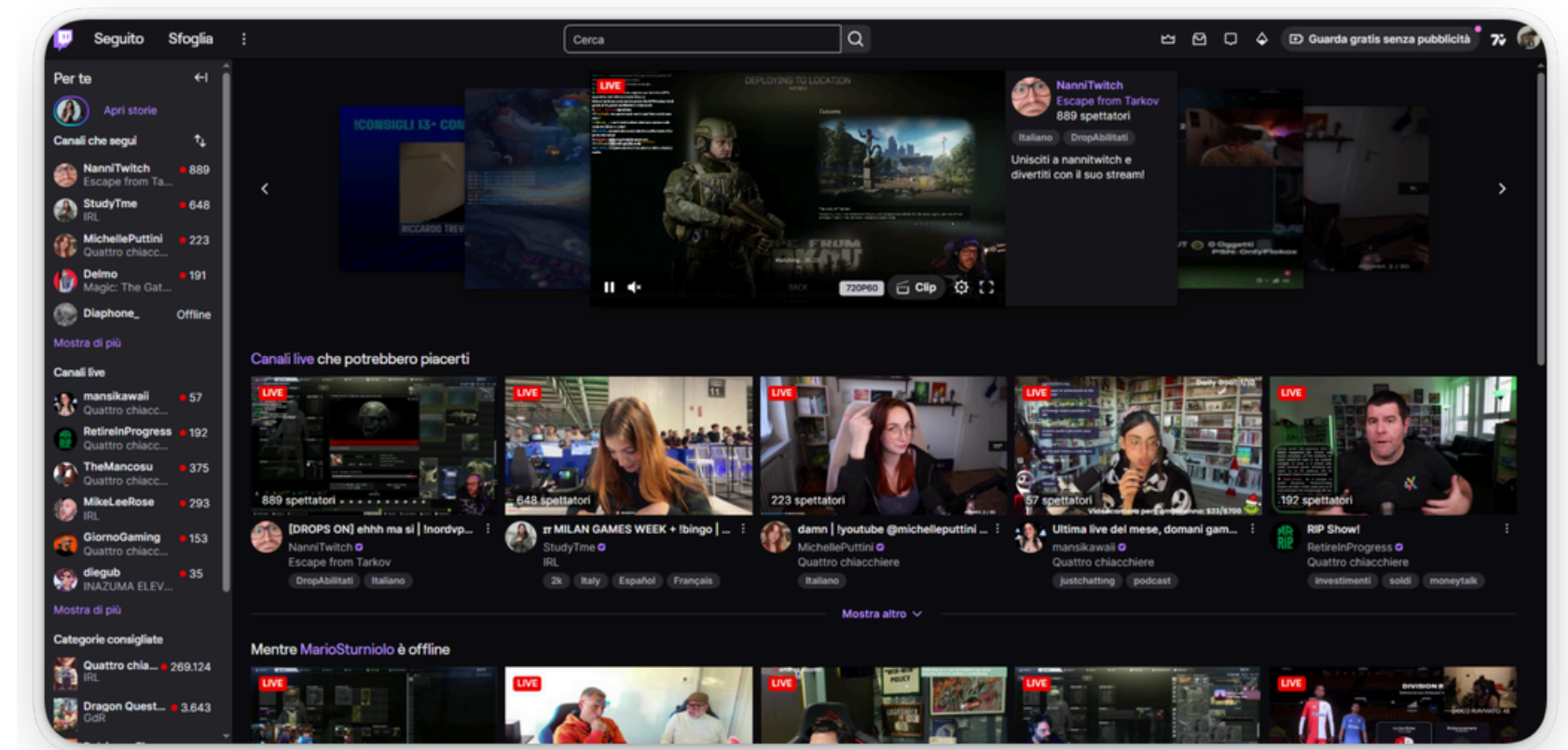
DELL'ESPERIENZA

L'esperienza utente di Twitch presenta un equilibrio delicato tra ricchezza dei contenuti e difficoltà di accesso per chi usa la piattaforma per la prima volta. La learnability è limitata: la homepage è densa e poco gerarchizzata, rendendo complesso orientarsi nei primi secondi.

La gestione degli errori è invece solida, con feedback chiari che prevengono interazioni indesiderate. L'efficienza dipende dall'esperienza dell'utente: le azioni di base sono semplici, ma la mancanza di percorsi evidenti rallenta chi non è già familiare con l'interfaccia.

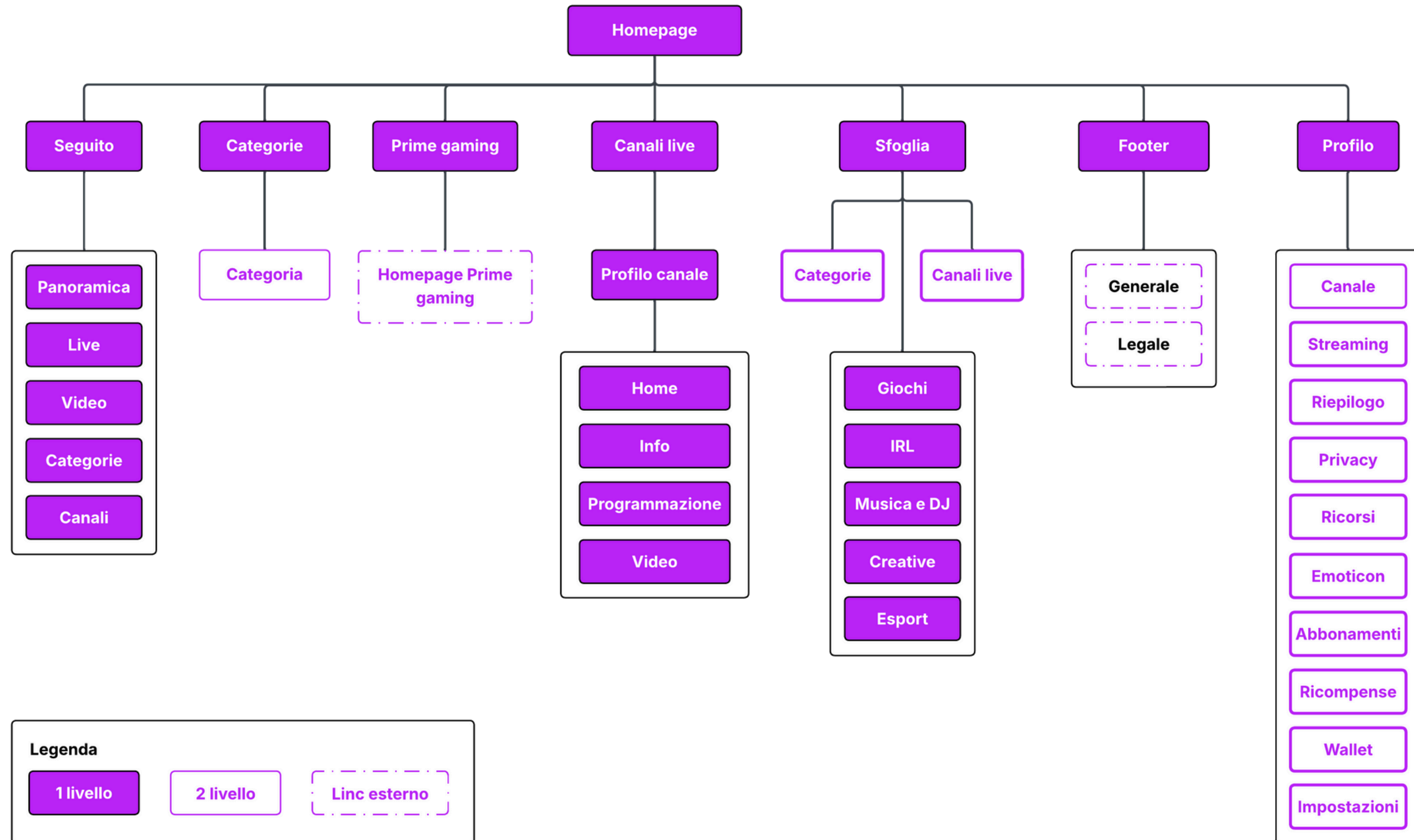
La satisfaction risulta ridotta a causa di una navigazione poco intuitiva, che spesso spinge gli utenti a usare direttamente la barra di ricerca. La memorability è solo parzialmente efficace: terminologie e elementi visivi poco chiari possono confondere anche gli utenti abituali.

In sintesi, Twitch beneficerebbe di una revisione dell'architettura informativa e dell'interfaccia per aumentarne chiarezza, coerenza e fluidità, migliorando l'esperienza sia per nuovi utenti sia per chi utilizza la piattaforma da tempo.



ANALISI AS IS

IA MAP



ANALISI AS IS

CONTENUTO DEL SITO

HOME PAGE

La pagina principale di Twitch, dove vengono evidenziati i canali in evidenza, i consigli personalizzati e gli eventi live più popolari del momento.

SEGUITI

Area personalizzata che mostra i canali seguiti dall'utente, con le dirette attive, i contenuti recenti e le notifiche relative agli streamer preferiti.

SFOGLIA

Sezione dedicata alla scoperta dei contenuti: qui gli utenti possono esplorare giochi, categorie o canali in base ai trend del momento e alle proprie preferenze.

PRIME GAMING

Pagina dedicata ai vantaggi riservati agli abbonati Amazon Prime: ricompense in-game, abbonamenti gratuiti ai canali e contenuti esclusivi.

ANALISI AS IS

CONTENUTO DEL SITO

SFOGLIA

Il primo approccio al sito risulta confusionario, causa di una moltitudine di contenuti poco differenziati e con una gerarchia poco evidente. L'utente nuovo in special modo risulta spaesato.

PROFILO

Pagina personale dell'utente o dello streamer, con biografia, programmazione, clip salvate, video passati e impostazioni del canale.

CANALI LIVE

Sezione che raccoglie tutte le dirette attualmente attive, filtrabili per lingua, categoria o popolarità

FOOTER

Area inferiore del sito con link utili: informazioni legali, contatti, social media, impostazioni della community e policy sulla privacy.

CATEGORIE

Pagina che organizza i contenuti di Twitch per tipologia: videogiochi, Just Chatting, musica, sport e molto altro, per facilitare la ricerca tematica.

ANALISI AS IS

ANALISI DEL TARGET

Il target principale di Twitch è composto prevalentemente da utenti giovani, tra i 16 e i 35 anni, con una forte familiarità con il mondo digitale e una propensione alla partecipazione attiva nelle community online. Si tratta di un pubblico eterogeneo ma accomunato dall'interesse per l'intrattenimento live, il gaming, la cultura pop e la possibilità di interagire in tempo reale con i creator.

Accanto ai viewer più appassionati, esiste anche una fascia di utenti occasionali che utilizza la piattaforma come spazio sociale o come seconda fonte di intrattenimento, ad esempio durante altre attività. Infine, una parte significativa del target è costituita dai creator stessi, che vedono in Twitch una piattaforma per esprimersi, costruire una community e monetizzare i propri contenuti.

Comprendere le esigenze, le abitudini e le aspettative di questi diversi segmenti è fondamentale per una rielaborazione del sito che ne migliori l'esperienza complessiva, rendendo la piattaforma più intuitiva, accessibile e coinvolgente.

ANALISI AS IS

ANALISI COMPETITOR



Youtube

Combina la potenza della piattaforma video di Google con lo streaming live, offrendo qualità e monetizzazione solide, ma con una community meno interattiva rispetto a Twitch.



Facebook Gaming

Nuova realtà in crescita, si distingue per un modello di monetizzazione 95/5 a favore dei creator. Meno affermata, ma con forte potenziale competitivo.



TikTok

Sfrutta la rete di Facebook per promuovere il gaming live, con un accesso semplice e ampia visibilità, ma poca identità come piattaforma dedicata agli streamer.



Kick

Punta su contenuti rapidi e mobile-first, favorendo la scoperta tramite algoritmo. È immediato ma meno adatto a sessioni lunghe o contenuti approfonditi.































L'analisi dei competitor è una fase essenziale del processo UX/UI, poiché permette di comprendere il contesto competitivo e individuare opportunità di miglioramento. Nel caso di Twitch, confrontare le principali piattaforme di streaming consente di analizzare punti di forza, debolezze e tendenze del mercato, fornendo spunti utili per ottimizzare l'esperienza utente.

L'analisi si sviluppa attraverso la selezione dei competitor più rilevanti e la mappatura delle loro funzionalità chiave, mettendo in evidenza cosa funziona meglio e dove esistono lacune.

I benefici sono concreti: comprendere gli standard del settore, ispirare innovazioni mirate e orientare le scelte progettuali verso un design più efficace e centrato sulle esigenze reali degli utenti.
























ANALISA AS IS

ANALISA COMPETITORS

FEATURES					
Responsive					
Sign up/login					
Live chat					
Link app					
FAQ					





























ANALISI AS IS

ANALISI COMPETITORS

FEATURES					
Newsletter					
Abbonamenti					
Split Monterizzazione	70/30	NON CHIARO	LIVE GIFTS	95/5	70/30
Qualità video					
Player live		Limitato			SOLO NEI VOD


























ANALISI AS IS

ANALISI COMPETITORS

FEATURES					
Valuta interna					
VOD				si, ma limitati nel tempo	si, ma limitati nel tempo
Direct privati					
Ricerca avanzata					
Statistiche video					

ANALISI AS IS

ANALISI COMPETITORS

FEATURES					
Metodi pagamento alternativi					
Co-stream					
Notifica live					
PIP					

ANALISI AS IS

ANALISI

COMPETITORS

Twitch rimane la piattaforma di riferimento per lo streaming live e la costruzione di community, ma mostra limiti crescenti in termini di usabilità e chiarezza dell'interfaccia. La complessità dei contenuti e la navigazione poco intuitiva rendono difficile l'esperienza per i nuovi utenti e ostacolano la scoperta di canali emergenti.

YouTube Live offre una migliore integrazione tra live e contenuti on-demand, mentre TikTok Live eccelle nella scoperta e nella personalizzazione grazie al suo algoritmo. Facebook Gaming punta sulla forza della piattaforma social, e Kick si distingue per una politica di revenue più vantaggiosa per i creator.

Rispetto ai competitor, Twitch necessita di un redesign volto a semplificare la struttura, migliorare la personalizzazione e potenziare la fruibilità, per garantire un'esperienza più fluida e coinvolgente anche ai viewer meno esperti.



ANALISI AS IS

ANALISI S.W.O.T.

STRENGTHS

- Leadership consolidata nel settore dello streaming live.
- Community ampia e altamente fidelizzata.
- Identità visiva riconoscibile e coerente con il brand.
- Funzioni social integrate (chat live, emote, badge) che favoriscono l'interazione.
- Solide opportunità di monetizzazione per i creator (abbonamenti, bit, pubblicità).
- Sistema di raccomandazioni efficace per i canali seguiti.

OPPORTUNITIES

- Possibilità di semplificare la struttura e migliorare la discoverability dei contenuti.
- Introduzione di funzioni predittive e personalizzate basate sulle preferenze utente.
- Potenziamento dell'esperienza social e mobile.
- Maggiore accessibilità e coerenza tra sezioni live e on-demand.

WEAKNESSES

- Esperienza poco intuitiva per i nuovi utenti.
- Gerarchia visiva e informativa confusa, con troppe sezioni in homepage.
- Architettura dell'informazione frammentata.
- Scarsa personalizzazione della navigazione per i viewer.
- Difficoltà nel raggiungere funzioni secondarie (clip, VOD, categorie).
- Comunicazione del valore del brand poco chiara verso gli utenti occasionali.

THREATS

- Crescente competitività di YouTube Live, TikTok Live e Kick.
- Migliori condizioni economiche per i creator offerte dai competitor.
- Algoritmi di raccomandazione più efficaci sulle altre piattaforme.
- Rischio di perdita di utenti a causa di un'esperienza complessa o sovraccarica.
- Percezione di scarsa innovazione rispetto ai nuovi standard UX/UI del mercato.

SURVEY

ANALISI AS IS

OBIETTIVI DEL SONDAGGIO

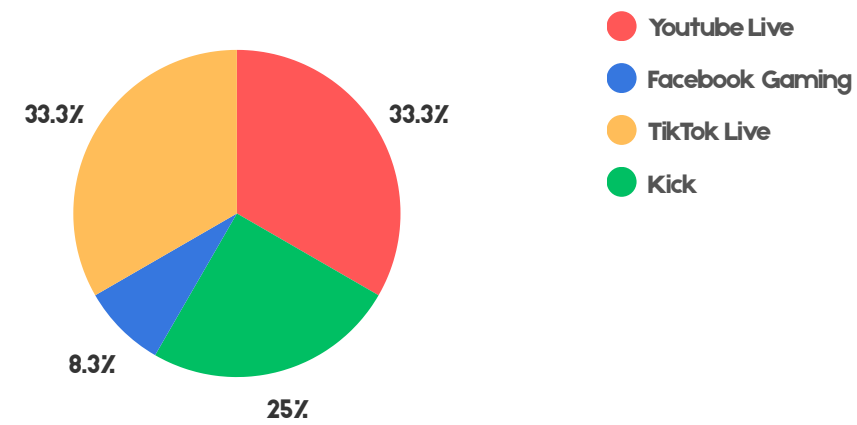
Per migliorare l'esperienza complessiva della piattaforma e guidare il redesign dell'interfaccia, abbiamo condotto un questionario mirato a raccogliere informazioni sulle percezioni, le difficoltà e le abitudini d'uso degli utenti di Twitch. Il sondaggio è stato rivolto a un gruppo selezionato di persone, con l'obiettivo di ottenere risposte utili e rappresentative. In particolare, l'indagine mirava a:

- Comprendere le principali difficoltà d'uso: individuare quali elementi dell'interfaccia risultano poco chiari, dispersivi o complessi da navigare.
- Analizzare le priorità degli utenti: capire quali sezioni e funzionalità vengono utilizzate di più e quali, invece, risultano superflue o trascurate.
- Valutare la chiarezza dell'architettura informativa: verificare se la struttura dei contenuti risulta intuitiva, facilmente apprensibile e coerente.
- Identificare opportunità di miglioramento: raccogliere spunti utili per ottimizzare la homepage, i percorsi di navigazione e la visibilità delle azioni principali.

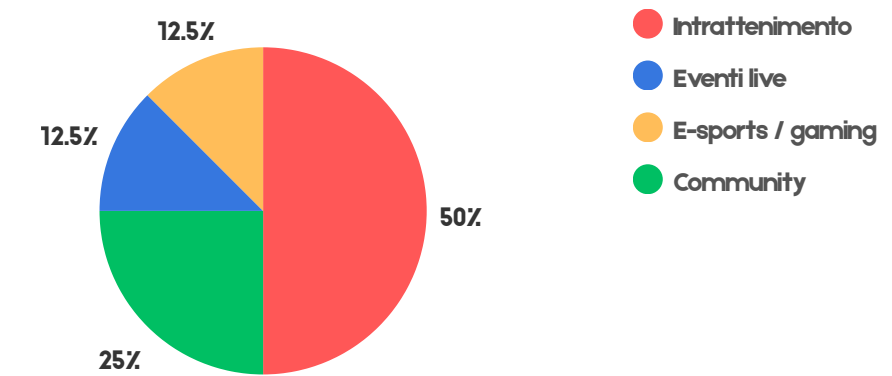
Nonostante un numero contenuto di partecipanti, il tasso di risposta è stato elevato e ha confermato un forte interesse verso il miglioramento della piattaforma. I dati emersi costituiscono una base fondamentale per orientare le scelte progettuali e affinare l'esperienza utente.

Nei prossimi punti verranno analizzati i principali risultati del questionario e le implicazioni per lo sviluppo del nuovo design.

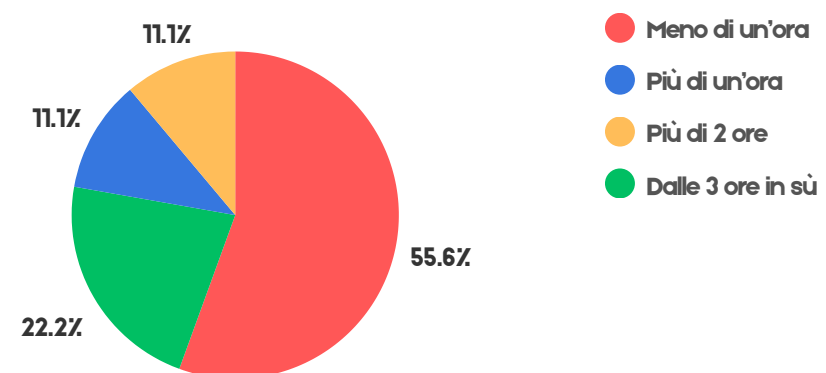
Quale dei seguenti servizi di streaming conosci?



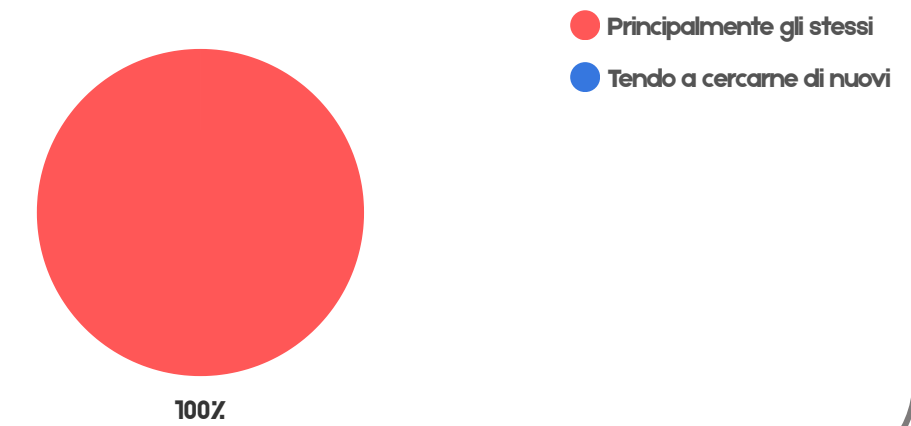
Per quale motivo usi Twitch?



Quanto tempo trascorri mediamente su Twitch in una sessione?



Segui sempre gli stessi canali o cerchi nuovi creator?

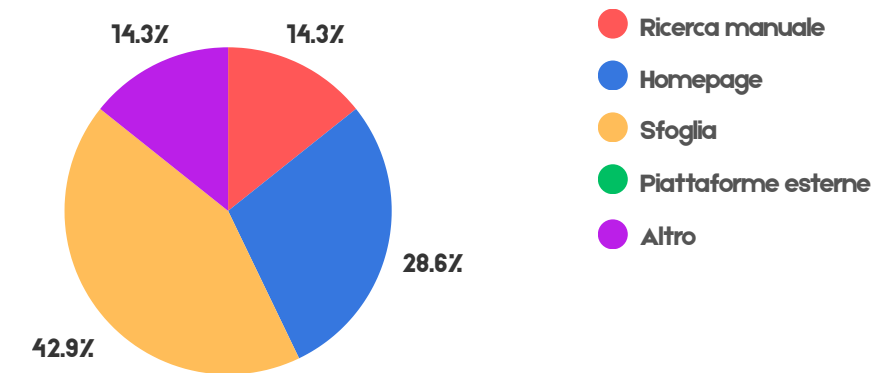


Se sì, come mai tendi a seguire principalmente gli stessi?

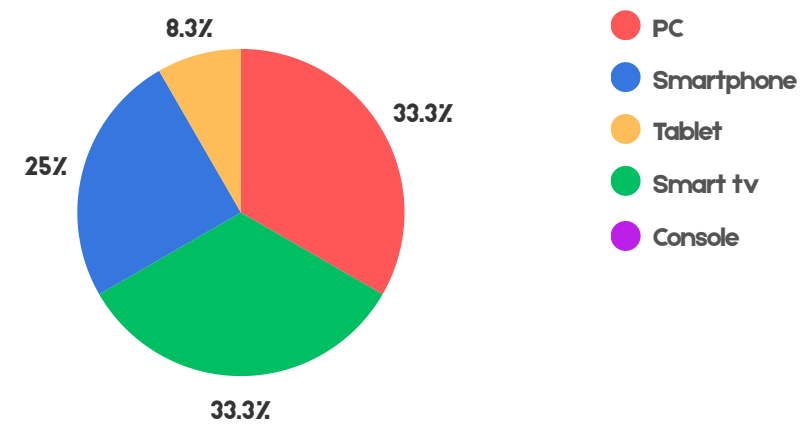
User 1. "Mi divertono"

User 2. "Perchè so già di divertirmi guardando loro"

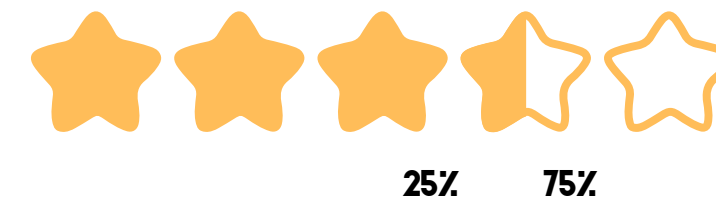
Come hai scoperto gli streamer che segui attualmente?



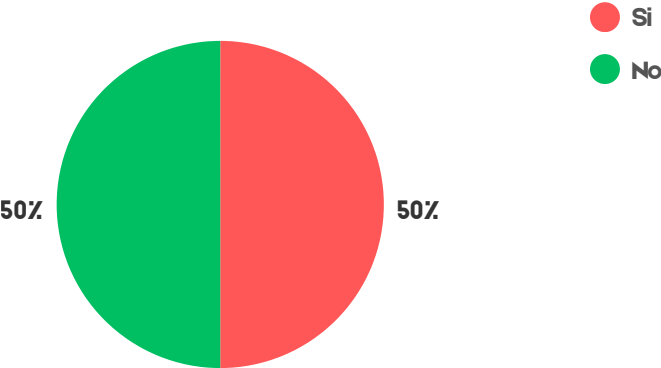
Quali dispositivi utilizzi per usufruire dei servizi di Twitch?



Come valuteresti la navigazione sul sito?



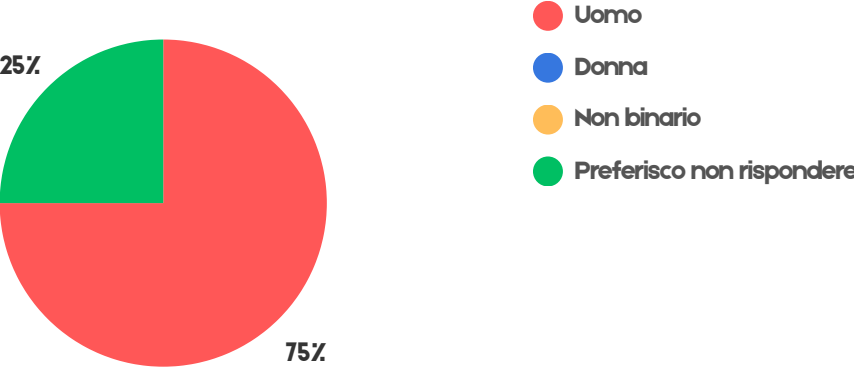
Hai mai avuto difficoltà a capire come interagire con un canale o contenuto?



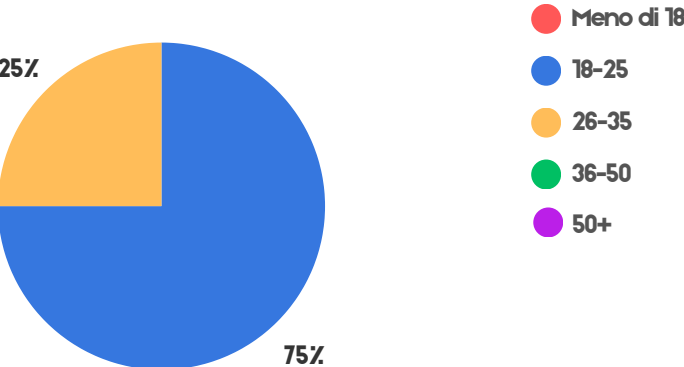
Se potessi cambiare una cosa, quale sarebbe?

- User 1. "Un po' tutto. È molto piatto e monotono, poco colorato e preferirei fosse più ordinato"
- User 2. "mettere l'abbonamento prime su cellulare"
- User 1. "L'accesso al proprio canale è un po' confusionario"
- User 2. "Stabilità dei server e migliorerei l'applicazione da cellulare"

Qual è il tuo genere



Qual è la tua età



ANALISI AS IS

USER PERSONA



LUCA

47 anni

BIOGRAFIA

Luca è uno studente che dedica buona parte del tempo libero al gaming e alla visione di contenuti live. Alterna Twitch, YouTube Live e Discord, seguendo tornei e streamer internazionali. È sempre alla ricerca di esperienze autentiche e di una community con cui condividere passioni.

OBIETTIVI

- Scoprire nuovi contenuti di gioco e creator emergenti.
- Partecipare attivamente alle community legate ai propri titoli preferiti.
- Restare aggiornato su eventi competitivi o novità tech.

FRUSTRAZIONI

- Piattaforme diverse che frammentano la sua esperienza (deve passare da YouTube a Twitch a Discord).
- Difficoltà nel trovare stream in lingue specifiche o su giochi meno mainstream.
- Pubblicità o contenuti consigliati non pertinenti ai suoi interessi reali.

MOTIVAZIONI

- Passione per il gaming competitivo e la cultura geek.
- Desiderio di connessione sociale e riconoscimento nella community.
- Interesse per contenuti spontanei e interattivi.

ANALISI AS IS

USER PERSONA



MARTINA

20 anni

BIOGRAFIA

Martina lavora nel settore digitale e trascorre molto tempo sui social. Utilizza piattaforme come YouTube, TikTok Live e Twitch per intrattenersi e rilassarsi la sera. Ama i format interattivi e i contenuti creativi, ma non ha sempre tempo di esplorare nuove live.

OBIETTIVI

- Trovare intrattenimento veloce e coerente con i suoi interessi.
- Seguire creator che parlano di lifestyle, arte o contenuti leggeri.
- Scoprire live che non richiedano troppo coinvolgimento.

FRUSTRAZIONI

- Saturazione di contenuti: troppe piattaforme, troppe notifiche.
- Difficoltà a mantenere un'abitudine costante di visione.
- Algoritmi che tendono a privilegiare contenuti "virali" rispetto a quelli più di nicchia.

MOTIVAZIONI

- Ricerca di momenti di relax e svago dopo il lavoro.
- Curiosità verso format innovativi e creator indipendenti.
- Interesse a sostenere i propri content creator preferiti.

ANALISI AS IS

USER PERSONA



ALEX
31 anni

BIOGRAFIA

Alessandro è un utente curioso ma selettivo. Usa le piattaforme di streaming per informarsi o seguire eventi di tecnologia e sport. Si collega da smart TV o tablet, spesso in background mentre lavora. Preferisce esperienze semplici e poco dispersive.

OBIETTIVI

- Accedere facilmente a contenuti informativi e talk.
- Usare lo streaming come alternativa alla TV tradizionale.
- Gestire i contenuti in modo flessibile (pausa, ripresa, VOD).

FRUSTRAZIONI

- Troppe app e servizi separati per un uso occasionale.
- Scarsa coerenza tra le interfacce (ogni piattaforma funziona in modo diverso).
- Difficoltà a trovare rapidamente contenuti di qualità senza perder tempo nei suggerimenti.

MOTIVAZIONI

- Interesse per tecnologia e innovazione.
- Voglia di contenuti live autentici e meno “patinati”.
- Ricerca di semplicità e immediatezza.



MARCO, 47 ANNI


ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP

Status	fidanzato
Luogo	Perugia
Professione	corriere

Dispositivi utilizzati



Social di riferimento



SCOPERTA

NAVIGAZIONE

SHARE

ACQUISTO

Azione


Pensieri e emozioni

Touch points

Pain points

Opportunità

Scrollando sui social si imbatte in clip di streamer che giocano ai suoi e-sports preferiti




“A quanto pare posso guardare qualcuno giocare per prendere spunti.”

YouTube, TikTok, passaparola tra amici.

Difficoltà nel capire subito la struttura del sito e la funzione delle categorie.

Esplora la piattaforma, cerca i suoi giochi preferiti (es. Valorant, League of Legends) e gli streamer che li eseguono




“È pieno di contenuti, sono un po confuso. Sembra tutto uguale”

Homepage, barra di ricerca, schede canale, player video.

Troppe informazioni nella homepage, difficile navigare tra i canali. La scoperta non è immediata.

Migliorare la struttura delle pagine, instaurare una gerarchia dei contenuti più chiara

Partecipa alla chat, condivide clip sui social o server Discord.




“Non riesco a capire come salvare o condividere questa clip, è tutto un po’ confuso.”

Utilizza la chat live, condivide le clip con gli amici

Numero di passaggi eccessivo per creare o visionare le clip

La creazione di clip deve avvenire in maniera più immediata, senza interrompere il flusso di visione

Vuole abbonarsi a un canale per supportare lo streamer e ottenere vantaggi (emote, badge, chat esclusiva).



“Sto tentando di abbonarmi tramite Prime da telefono, ma non riesco a trovare l’opzione, ho perso più di 10 minuti!

Pulsante “Abbonati” da smartphone.

Processi di pagamento poco chiari o con troppi passaggi, servizio prime non utilizzabile dal sito smartphone.

Introdurre la funzione di abbonamento tramite Prime anche da smartphone



MARTINA ,20 ANNI

ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP

Status	sposata
Luogo	Forlì
Professione	Data Scientist

Dispositivi utilizzati



Social di riferimento



SCOPERTA

NAVIGAZIONE

SHARE

ACQUISTO

Azione

Pensieri e emozioni

Touch points

Pain points

Opportunità

Vede una live di una creator lifestyle su TikTok o Instagram e clicca sul link a Twitch.



“Non sapevo facesse ancora la streamer. Finalmente posso vederla in diretta, che bello!”

TikTok Live, Instagram bio, Twitch mobile website

Passaggio poco fluido dai social a Twitch, mancanza di registrazione tramite servizi terzi (es. Google).

Naviga tra i canali consigliati, guarda talk e format leggeri.




“Oddio, è pieno di pulsanti e pop-up, non capisco dove cliccare. Non sto dietro alla chat, è confusa”

App mobile Twitch, canale creator, chat, categorie consigliate.

Homepage e feed poco personalizzati per i gusti lifestyle.

Migliorare la struttura delle pagine, instaurare una gerarchia dei contenuti più chiara

Tenta di partecipare alla chat, condivide clip con gli amici.



“Ugh, la live è già iniziata, ma non riesco a recuperarmi l'inizio. Non c'è un player live?”

Pulsante “Condividi”, link esterni, social personali

Condivisione poco ottimizzata da mobile, poca chiarezza della chat, assenza di un player live

Implementare un player live che permetta all'utente di visualizzare la parte di live che preferisce

Decide di abbonarsi al canale per accedere ai contenuti esclusivi e supportare il creator.



“Non capisco come fare l'abbonamento, sembra tutto pensato per PC.”

App store, sistema di pagamento mobile, profilo creator.

Checkout non integrato con i sistemi rapidi di pagamento mobile.

Rendere più chiara la procedura di abbonamento da smartphone, rendere più semplificato il pagamento



ALEX, 37 ANNI

ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP

Status	single
Luogo	Torino
Professione	Web Designer

Dispositivi utilizzati



Social di riferimento



SCOPERTA

NAVIGAZIONE

SHARE

ACQUISTO

Azione

Pensieri e emozioni

Touch points

Pain points

Opportunità

Scopre un evento tech in diretta tramite un articolo o notifica su YouTube

😊

“Posso seguire i tornei di Street Fighter 6 da qui, niente male!”

YouTube, articoli online, motori di ricerca, link diretti

Accede al sito Twitch via browser o smart TV, cerca il canale dell'evento.

🤔

“Stavo guardando l'altro giorno, come la recupero? Non c'è un modo più rapido?”

Browser desk top, YouTube feed, Instagram

Mancanza di una sezione “Continua a guardare” nella homepage

Commenta sporadicamente o invia il link dell'evento a colleghi.

💡

“Vorrei partecipare alla chat, ma è molto confusa, Che significano tutte queste icone?”

Pulsante “Condividi”, email, chat live.

Icane utilizzate, mancanza di gerarchie visiva nella chat

Si iscrive per seguire altri eventi futuri o supportare il canale.

😞

“Non capisco come posso donare, cosa sarebbero i bits? Non ci sto capendo nulla.”

Icona “Bits” nella homepage, sezione “Bits” nella chat

Poca chiarezza sulla valuta e i sistemi di supporto e pagamento del sito

Rendere più immediato l'accesso a contenuti interrotti

Semplificare la comunicazione tramite icone, migliorare la gerarchia della chat

Facilitare le procedure di donazione/abbonamento e migliorare la comunicazione sulla valuta interna “Bits”



USER JOURNEY MAP

updated



MARCO, 47 ANNI

ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP
update

<div>Status<div>fidanzato</div></div> <div>Luogo<div>Perugia</div></div> <div>Professione<div>corriere</div></div>		<div>Dispositivi utilizzati</div> <div><div></div><div></div></div>		<div>Social di riferimento</div> <div><div></div><div></div><div></div></div>	
SCOPERTA		NAVIGAZIONE		SHARE	
<div>Scopre un nuovo torneo tramite YouTube e accede a Twitch.</div> <div><div></div></div> <div>“Ottimo, Twitch ha tutto quello che cerco!”</div> <div>YouTube, homepage Twitch, sezione eSports.</div> <div>Navigazione confusa, troppi contenuti irrilevanti.</div>		<div>Trova facilmente la categoria “eSports” con i tornei live più seguiti.</div> <div><div></div></div> <div>“Molto meglio, trovo subito i tornei e gli streamer che mi interessano.”</div> <div>Menu riorganizzato, canali consigliati, filtri intuitivi.</div> <div>Clip poco accessibili.</div>		<div>Durante la visione, crea clip in un click senza interrompere la live.</div> <div><div></div></div> <div>“Wow, posso tagliare e condividere i momenti migliori al volo!”</div> <div>Pulsante clip integrato nel player, condivisione social diretta.</div> <div>Checkout mobile macchinoso.</div>	
		<div>Migliorare la struttura delle pagine, instaurare una gerarchia dei contenuti più chiara</div>		<div>Implementare un player live che permetta all’utente di visualizzare la parte di live che preferisce</div>	
				<div>Si abbona al canale preferito usando Prime direttamente da mobile.</div> <div><div></div></div> <div>“Fantastico, abbonarsi con Prime da telefono è facilissimo.”</div> <div>Pagina abbonamenti mobile, login Prime.</div>	
				<div>Rendere più chiara la procedura di abbonamento da smartphone, rendere più semplificato il pagamento</div>	

Azione

Pensieri e emozioni

Touch points









Pain points

Opportunità capitalizzate



MARTINA ,20 ANNI

ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP
update

	<div>Statussposata</div> <div>LuogoForlì</div> <div>ProfessioneData Scientist</div>	<div>Dispositivi utilizzati</div> <div></div>	<div>Social di riferimento</div> <div></div>	
	SCOPERTA	NAVIGAZIONE	SHARE	ACQUISTO
Azione	<div>Scopre una nuova streamer su TikTok e apre la live su Twitch mobile.</div>	<div>Trova facilmente la live e naviga con fluidità grazie a una homepage semplificata.</div>	<div>Usa il player per tornare indietro o rivedere momenti divertenti.</div>	<div>Completa l'abbonamento in pochi passaggi con pagamento mobile.</div>
Pensieri e emozioni	<div> “Ottimo, posso seguirla direttamente qui su Twitch!”</div>	<div> “Che bello, è tutto più ordinato e facile da usare.”</div>	<div> “Posso tornare indietro nella live! Finalmente!”</div>	<div> “Pagare e abbonarsi è stato semplice, senza dover cercare nulla.”</div>
Touch points	<div>TikTok bio link, Twitch app mobile.</div>	<div>Homepage, ricerca, canale live.</div>	<div>Player live con funzione replay, chat.</div>	<div>Pagina abbonamento, wallet mobile o carta.</div>
Pain points	<div>Transizione social → app poco fluida.</div>	<div>Navigazione confusa, troppi elementi visivi</div>	<div>Nessuna funzione di rewind.</div>	<div>Checkout complesso da smartphone.</div>
Opportunità capitalizzate		<div>Migliorare la struttura delle pagine, instaurare una gerarchia dei contenuti più chiara</div>	<div>Implementare un player live che permetta all'utente di visualizzare la parte di live che preferisce</div>	<div>Rendere più chiara la procedura di abbonamento da smartphone, rendere più semplificato il pagamento</div>



ALEX, 37 ANNI

ANALISI AS IS
USER JOURNEY MAP
update

Statussingle

LuogoTorino

ProfessioneWeb Designer

Dispositivi utilizzati



Social di riferimento



SCOPERTA

NAVIGAZIONE

SHARE

ACQUISTO

Azione


Pensieri e emozioni

Touch points

Pain points

Opportunità capitalizzate

Scopre una live tech tramite un articolo e apre Twitch da desk top.




“Twitch ora riconosce dove avevo lasciato la live, ottimo!”

Articolo esterno, Twitch desk top.

Difficile riprendere contenuti interrotti.

Accede rapidamente ai contenuti interrotti e trova subito la live precedente.




“La chat è molto più chiara, riesco a seguire anche i messaggi importanti.”

Sezione “Continua a guardare”, chat live.

Chat caotica, icone poco leggibili.

Rendere più immediato l’accesso a contenuti interrotti

Interagisce in chat con icone più leggibili e messaggi organizzati.



“Tutto funziona bene, finalmente riesco a interagire senza confusione.”

Icone e messaggi evidenziati.

Scarsa chiarezza sulla valuta interna.

Semplificare la comunicazione tramite icone, migliorare la gerarchia della chat

Dona bits e si abbona con chiarezza sul valore e sulle opzioni di pagamento.



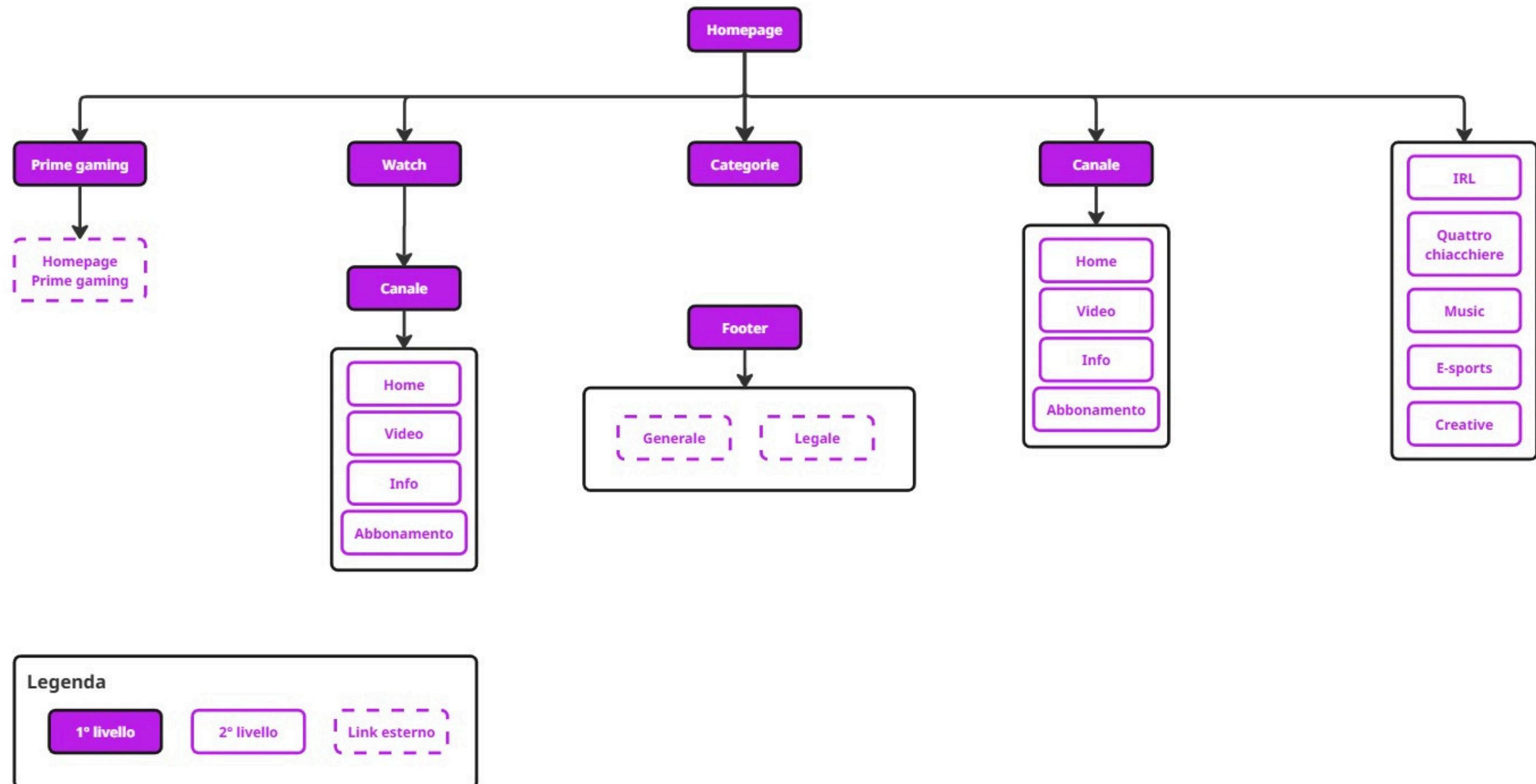
“Ora capisco davvero come funzionano i bits, e fare una donazione è semplice.”

Pagina abbonamenti, sistema Bits.

Facilitare le procedure di donazione/abbonamento e migliorare la comunicazione sulla valuta interna “Bits”

ANALISI AS IS

NUOVA IA MAP



WIREFRAMING

WIREFRAMING

PAGINE ANALIZZATE

La fase di wireframing rappresenta un momento cruciale del progetto UX/UI, in quanto consente di tradurre l'analisi condotta in proposte concrete di layout e navigazione. I wireframe permettono di visualizzare la struttura delle pagine, la gerarchia dei contenuti e i flussi principali, senza ancora entrare nel dettaglio grafico, concentrandosi quindi sull'esperienza utente e sulla funzionalità.

In questa fase, il focus è su chiarezza, accessibilità e facilità di navigazione, assicurandosi che gli utenti possano orientarsi facilmente e raggiungere i contenuti desiderati senza frustrazione.

Per il progetto Twitch, la riprogettazione riguarderà le seguenti pagine principali:

- **Homepage:** punto di ingresso principale, dove guidare l'utente verso live e categorie rilevanti.
- **Watch:** hub per poter guardare le live desiderate, passando dall'una all'altra con facilità
- **Profilo canale / Home:** spazio del creator, con programmazione settimanale, cta per le sub e video recenti.
- **Profilo canale / Info:** - spazio in cui il creator condivide le informazioni inerenti al suo canale, le revenue, i link social.
- **Profilo canale / Video:** - spazio dedicato ai VOD del creator, con possibilità di visionare le stream terminate, le playlist e le clip.

Attraverso questi wireframe sarà possibile testare e ottimizzare i flussi di navigazione, migliorando la gerarchia dei contenuti e riducendo il sovraccarico informativo riscontrato nella versione attuale del sito.

LINK AI WIREFRAME

WIREFRAMING – DESKTOP

HOMEPAGE

MODIFICHE PRINCIPALI:

- Riorganizzazione della gerarchia visiva per rendere più chiaro il flusso di navigazione.
- Riduzione dei contenuti ridondanti e miglior bilanciamento degli spazi.
- Inserimento di un footer tradizionale in fondo alla pagina (prima era nascosto nell'header).
- Miglior visibilità della barra di ricerca e semplificazione del menu di navigazione.

OBIETTIVI E BENEFICI:

- Favorire l'orientamento dell'utente, soprattutto dei nuovi visitatori.
- Ridurre il sovraccarico informativo.
- Ripristinare una struttura coerente con gli standard moderni.
- Migliorare l'accesso a informazioni istituzionali e di supporto.



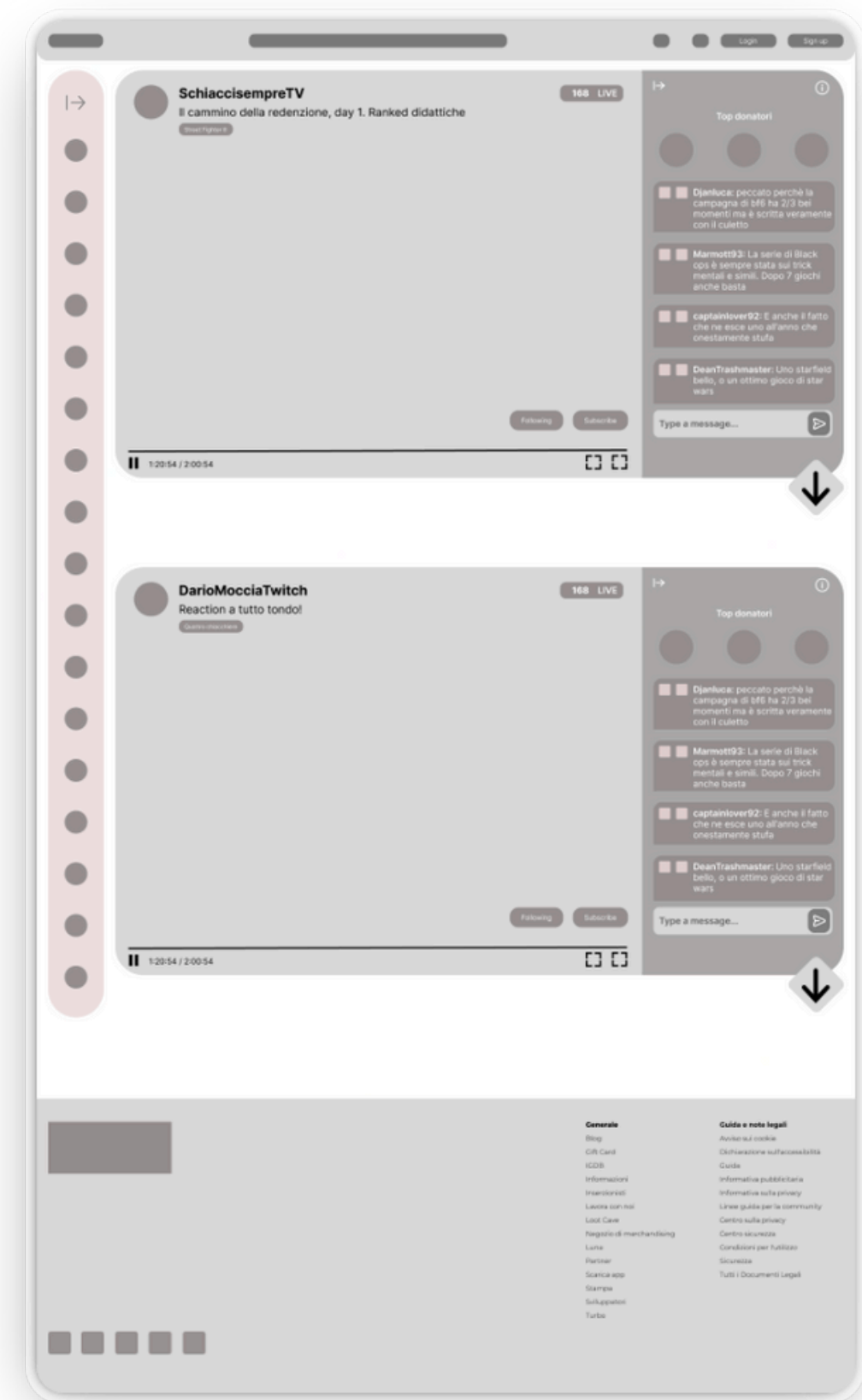
WIREFRAMING – DESKTOP WATCH

MODIFICHE PRINCIPALI:

- Introduzione di una pagina dedicata alla visione dinamica delle live.
- Possibilità di passare rapidamente da una live all'altra dei creator seguiti tramite frecce direzionali (in alto/in basso).
- Struttura più interattiva e fluida rispetto alla pagina isolata del sito originale.
- Mantenimento di un layout pulito, con player centrale, chat chiara e footer completo.

OBIETTIVI E BENEFICI:

- Rendere la visione delle live più continua e immersiva.
- Consentire un'esplorazione rapida dei canali seguiti, senza tornare alla homepage.
- Migliorare il coinvolgimento e il tempo medio di permanenza.
- Favorire la scoperta dei contenuti in modo naturale e immediato.



WIREFRAMING – DESKTOP

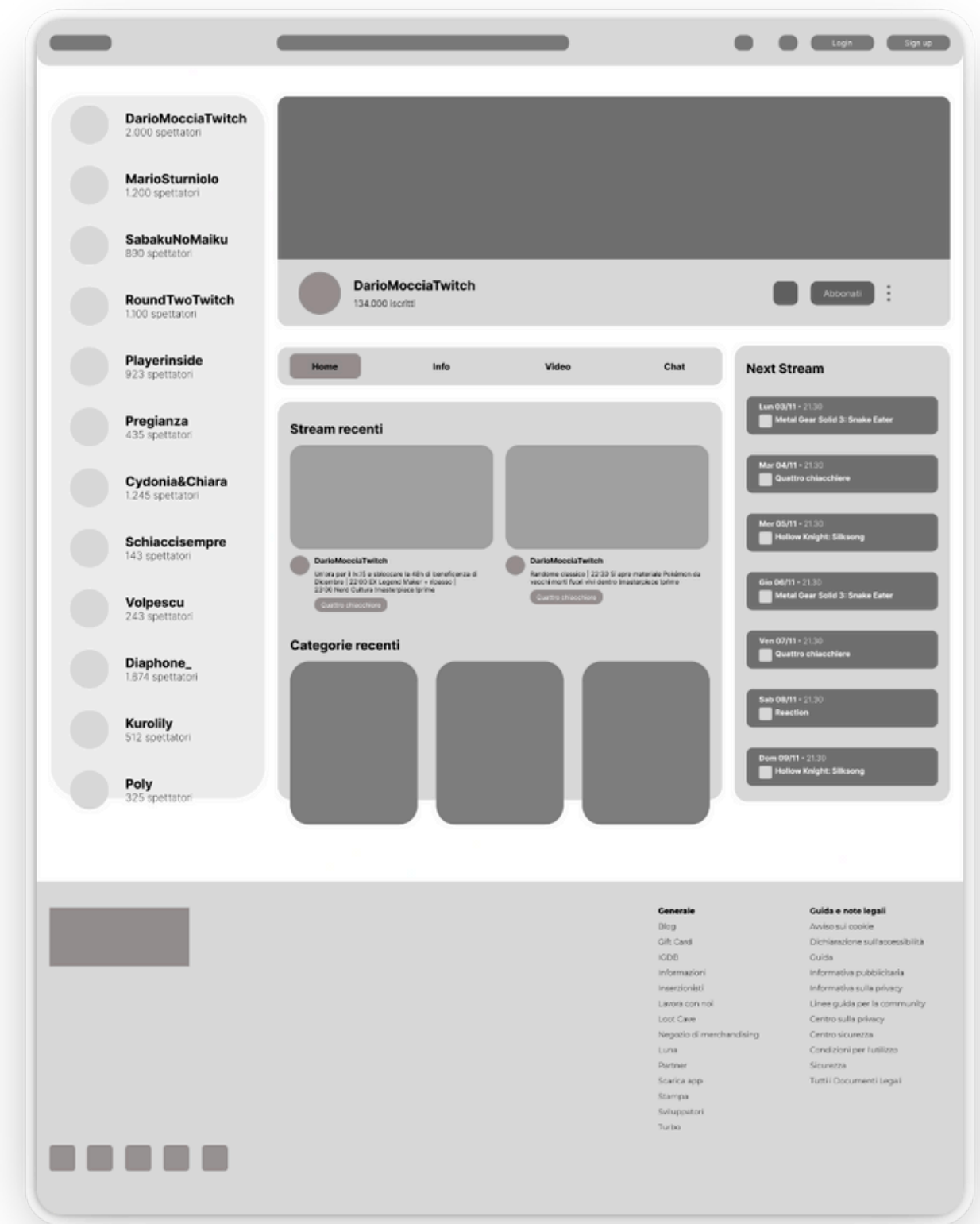
CANALE

MODIFICHE PRINCIPALI:

- Centralizzazione delle informazioni principali del creator in un'unica pagina.
- Inserimento della programmazione settimanale nella colonna laterale destra (prima era in una pagina separata).
- Aggiunta dei caricamenti recenti sotto il player.
- Introduzione di una classifica delle categorie più streammate.
- Pulizia della gerarchia visiva e riduzione della competizione tra elementi.
- Riposizionamento del footer nella parte inferiore della pagina.

OBIETTIVI E BENEFICI:

- Offrire una panoramica completa del canale senza navigazioni aggiuntive.
- Aumentare la facilità di scoperta dei contenuti e dei momenti di live.
- Fornire un'identità chiara e immediata del creator.
- Migliorare l'esperienza generale di esplorazione e fidelizzazione.



WIREFRAMING – DESKTOP

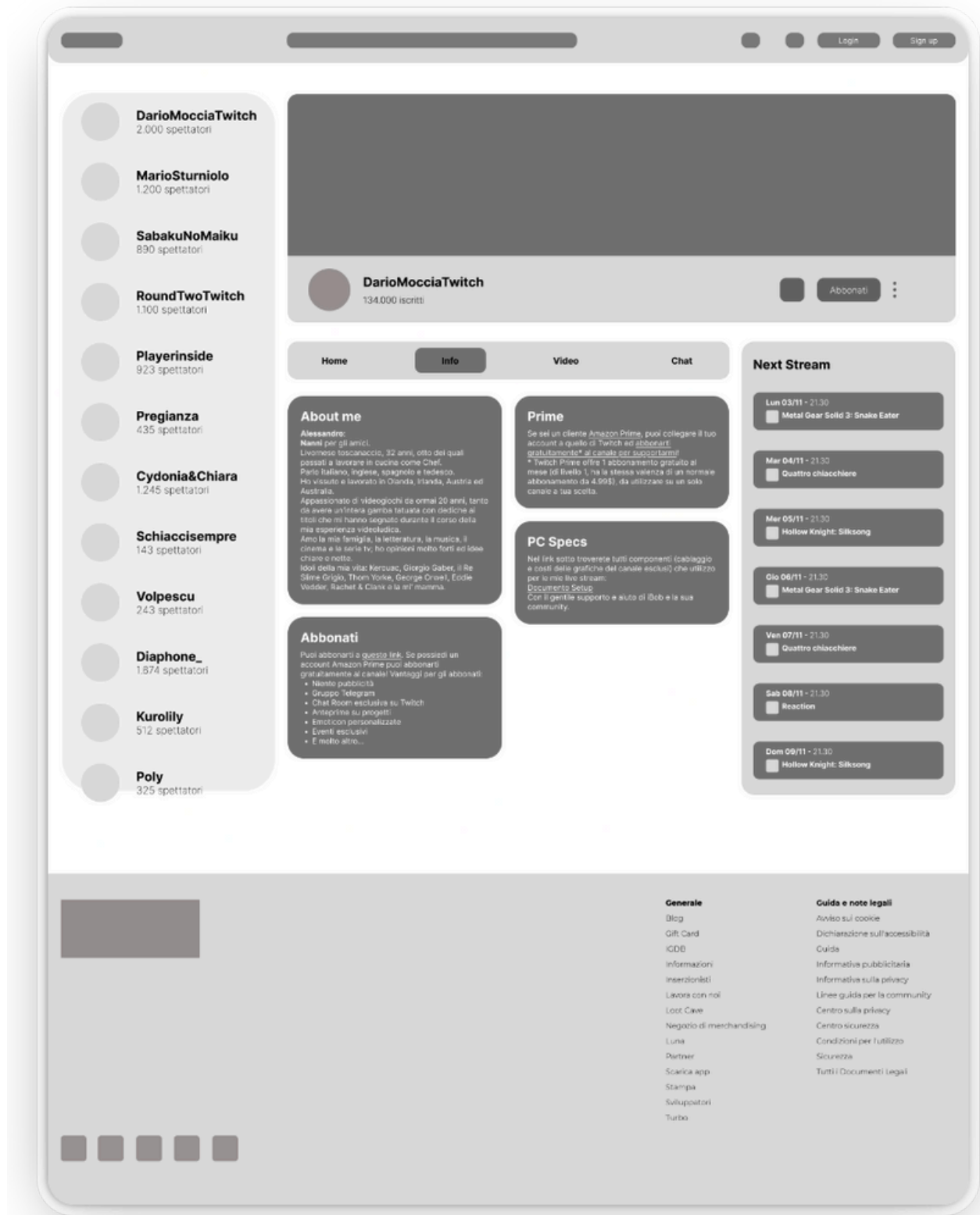
CANALE – INFO

MODIFICHE PRINCIPALI:

- Creazione di una sezione dedicata alle informazioni del creator, separate dai contenuti multimediali.
- Riorganizzazione dei testi e delle aree descrittive in blocchi chiari e coerenti (bio, orari, link esterni, regole della chat, collaborazioni, ecc.).
- Maggiore attenzione alla leggibilità e all'uso dello spazio bianco per evitare affollamento visivo.

OBIETTIVI E BENEFICI:

- Valorizzare la personalità e il brand del creator.
- Consentire una fruizione ordinata delle informazioni principali.
- Allinearsi alle best practice di piattaforme come YouTube o Kick, dove la sezione informativa è chiaramente distinta dai contenuti live.



WIREFRAMING – DESKTOP

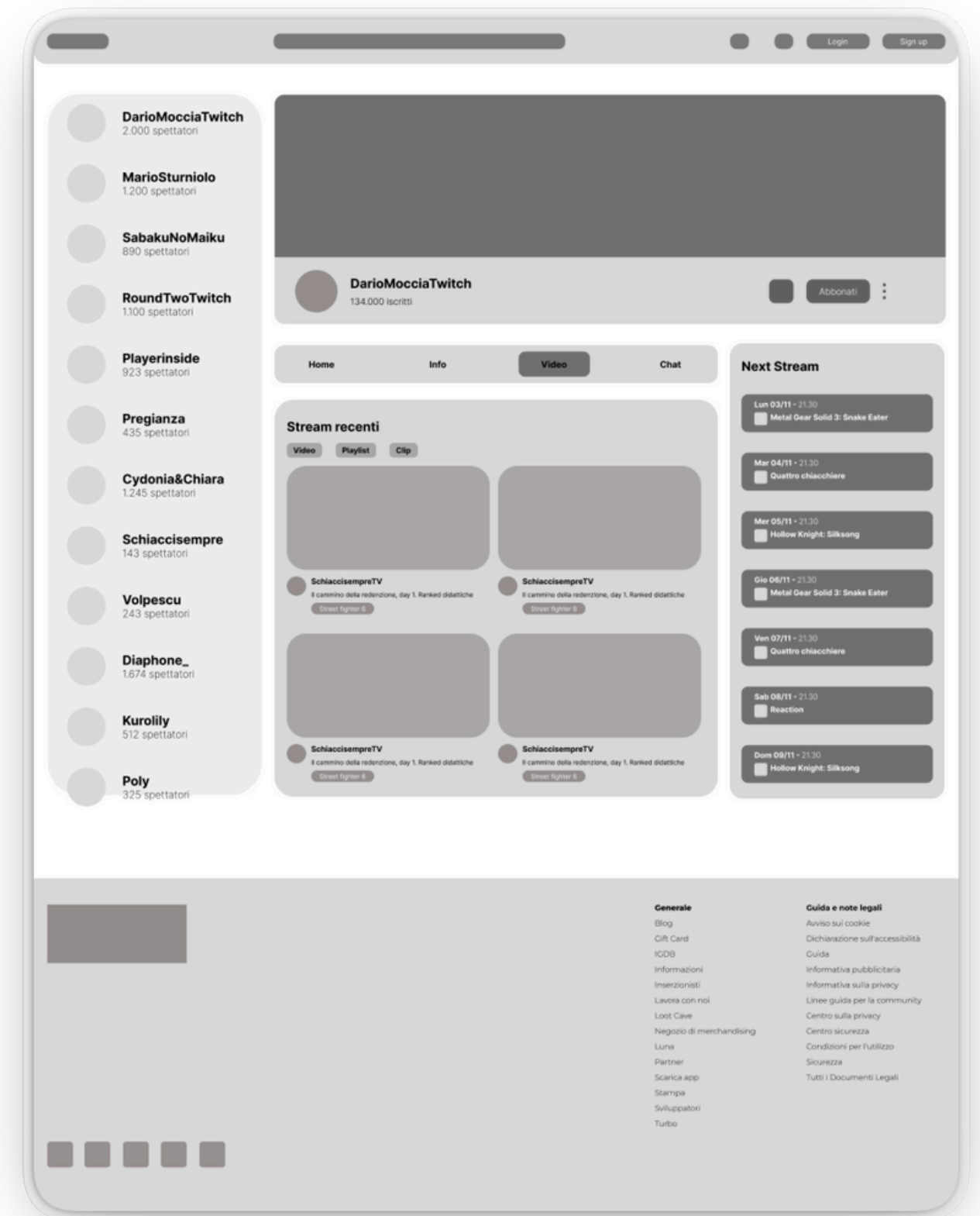
CANALE – VIDEO

MODIFICHE PRINCIPALI:

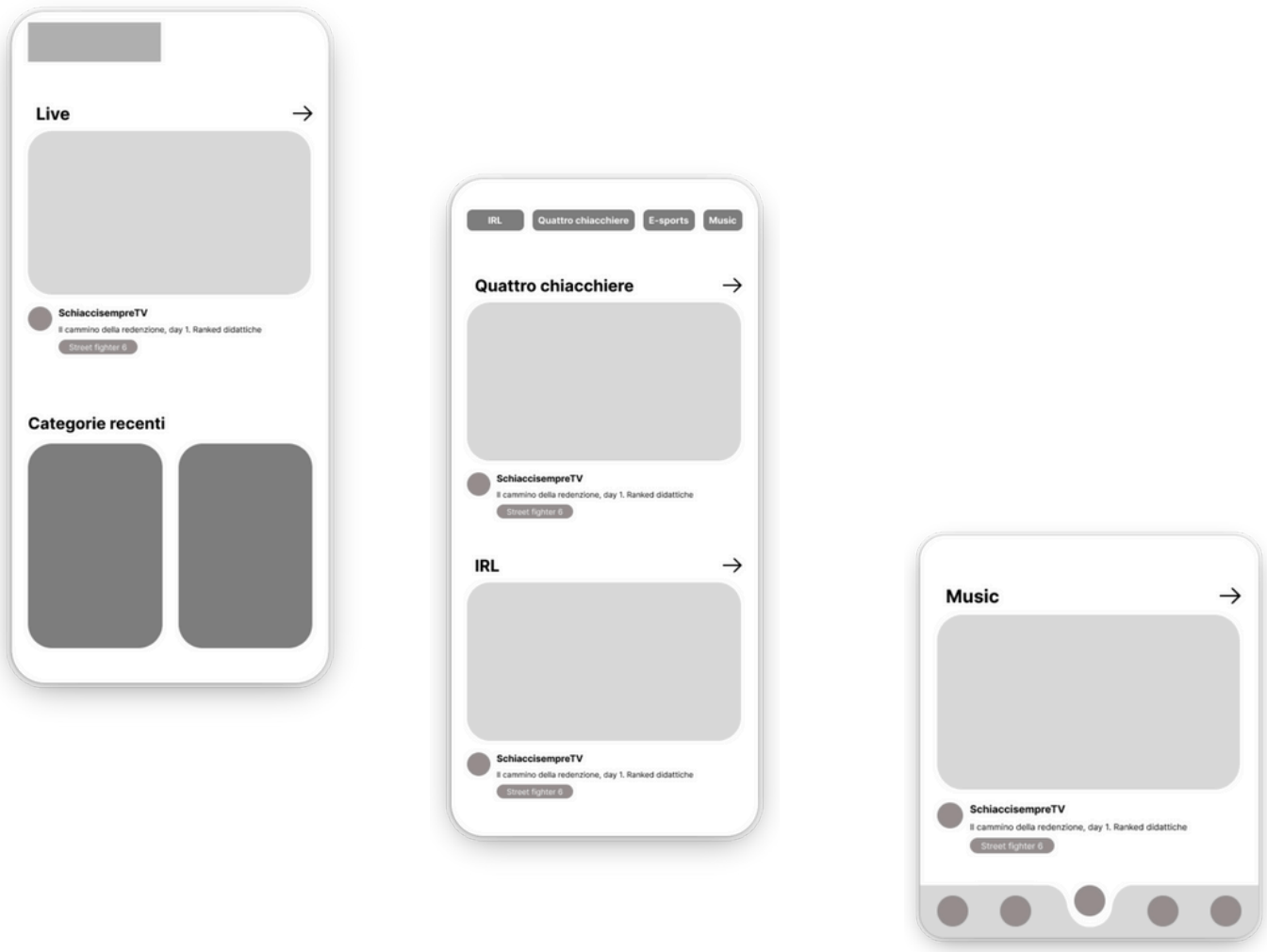
- Introduzione di una pagina video dedicata, accessibile tramite filtro (“Video recenti”, “Playlist”, “Clip”).
- Layout modulare e ordinato per una navigazione visiva più fluida.
- Uniformità visiva tra anteprime video e categorie.
- Rimozione della dispersione di contenuti che, su Twitch, risultano spesso distribuiti in schede poco intuitive.

OBIETTIVI E BENEFICI:

- Centralizzare tutti i contenuti registrati del canale.
- Facilitare la ricerca di video specifici o di clip popolari.
- Offrire un’esperienza di archivio chiara e facilmente esplorabile, senza uscire dal contesto del canale.



WIREFRAMING – MOBILE HOMEPAGE

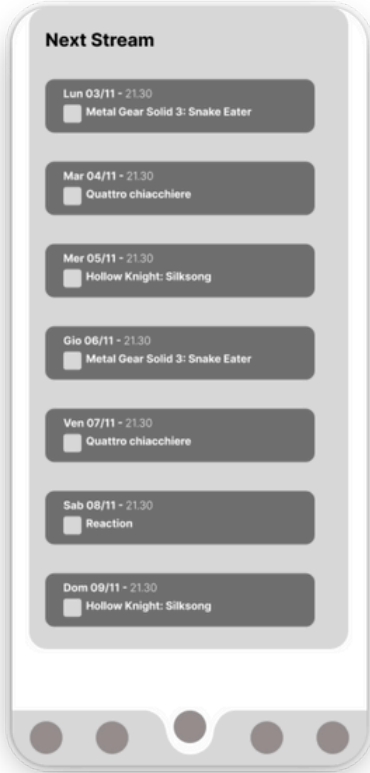
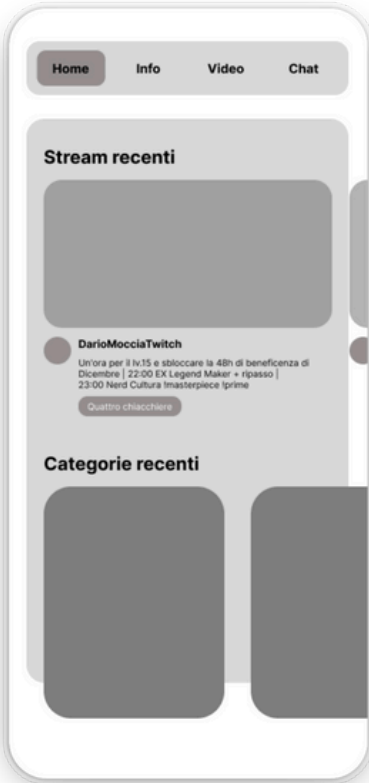
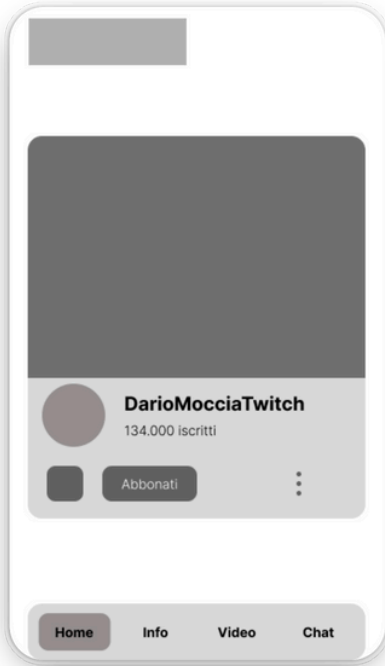


WIREFRAMING – MOBILE WATCH



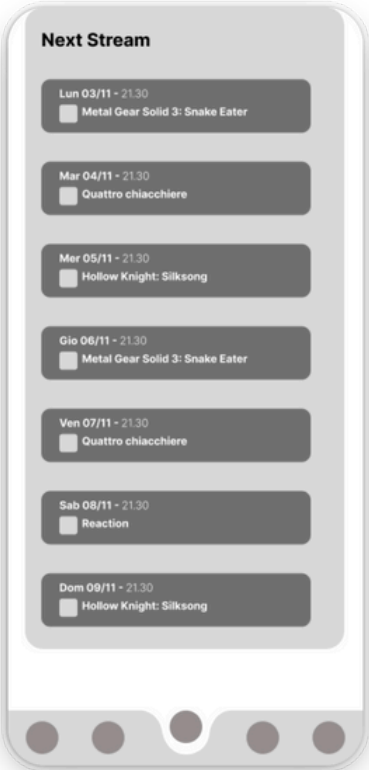
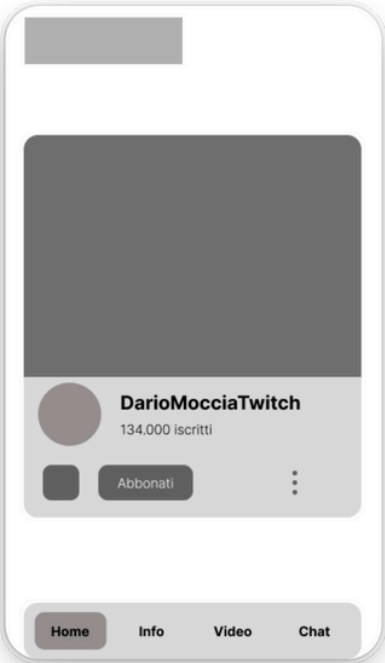
WIREFRAMING – MOBILE

CANALE – HOME



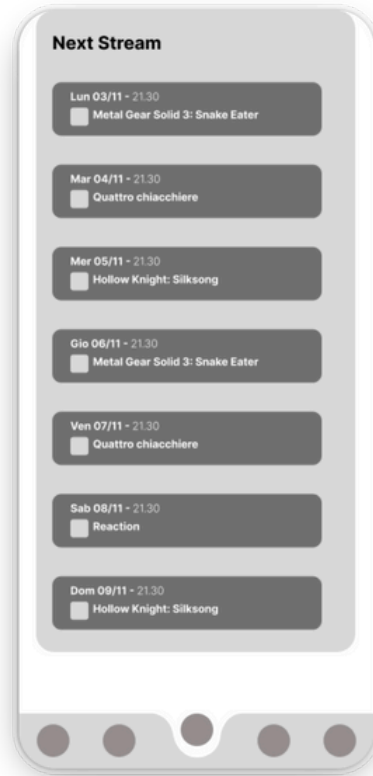
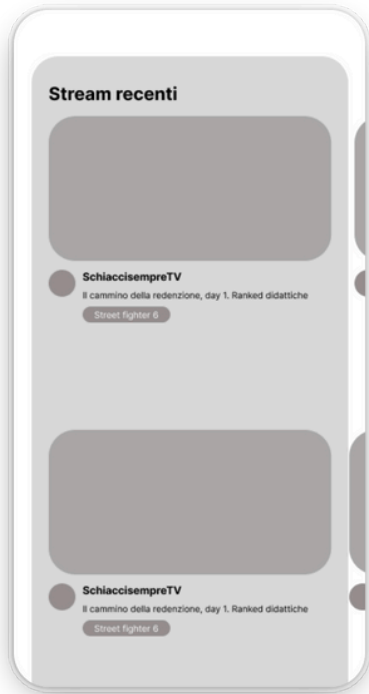
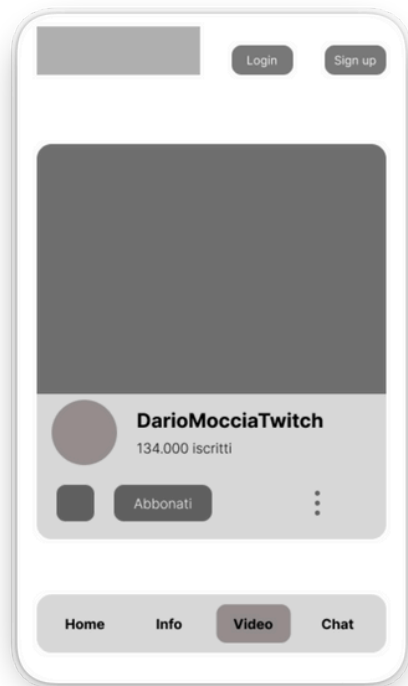
WIREFRAMING – MOBILE

CANALE – INFO



WIREFRAMING – MOBILE

CANALE – VIDEO



WIREFRAMING

WIREFLOW





USER INTERFACE

DESIGN

SYSTEM

USER INTERFACE

SCALA TIPOGRAFICA

FONT

Per questo progetto è stato scelto Inter come font principale dell'interfaccia, utilizzato nei pesi Regular, Semibold e Bold. Inter è un carattere altamente leggibile, progettato specificamente per gli ambienti digitali: garantisce chiarezza anche in condizioni di densità informativa elevata, risultando ideale per un ecosistema ricco e dinamico come Twitch.

La sua neutralità, combinata a un design moderno e pulito, permette di mantenere coerenza visiva in tutte le sezioni del sito, valorizzando i contenuti senza distrarre l'utente.

L'uso combinato dei diversi pesi consente inoltre di costruire una gerarchia tipografica chiara, agevolando la scansione delle informazioni e migliorando l'esperienza complessiva di navigazione.

INTER

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890#%&()! = + ?

SCALA TIPOGRAFICA

A A A
16PX 21PX 28PX

16 px medium per il corpo del testo

21 px BOLD per i titoli terziari

28 px BOLD per i titoli secondari

42 px BOLD per i titoli primari

USER INTERFACE

GRIGLIA

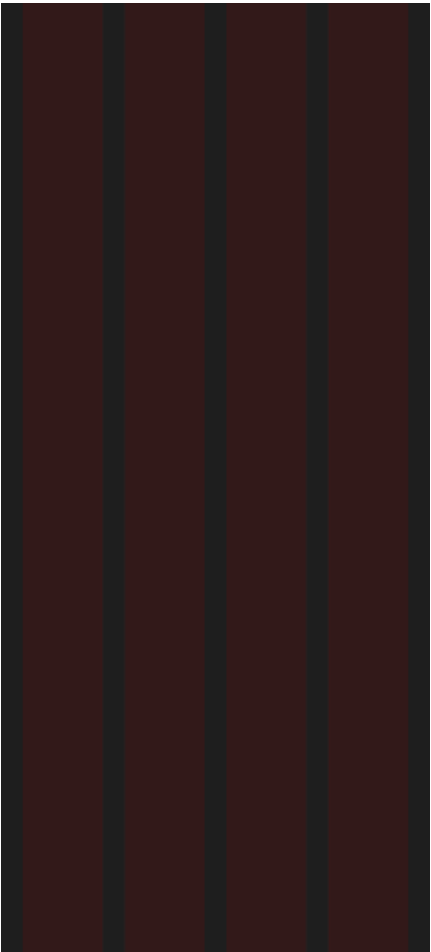
DESKTOP

- 12 colonne
- Margin 20
- Guttter 20



MOBILE

- 4 colonne
- Margin 20
- Guttter 20



USER INTERFACE

COLOR PALETTE

La palette cromatica è stata definita per garantire coerenza visiva, accessibilità e riconoscibilità dell'interfaccia. Le scelte mantengono fedele continuità con la proposta originale, intervenendo solo sulla tonalità dei colori al fine di ottimizzare la leggibilità e il contrasto, in conformità con i principi di accessibilità e usabilità.

Primari



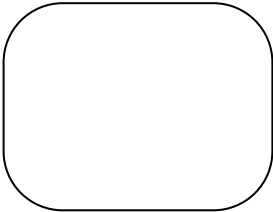
#BA1EE8

Secondari

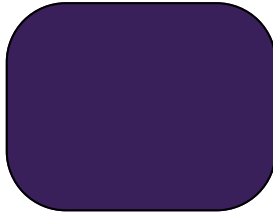


#141313

Status



#FFFFFF



#39205A

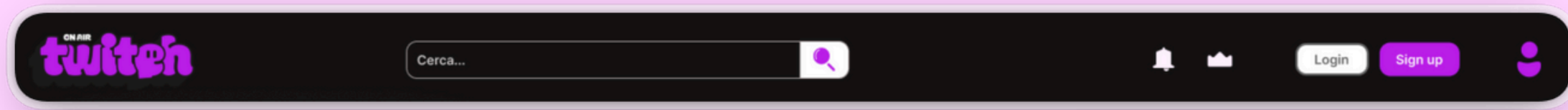


#000000



#7E7B7B

USER INTERFACE HEADER E FOOTER / DESKTOP



L'header desktop è stato semplificato mantenendo solo gli elementi essenziali. Le sezioni “Sfoglia” e “Seguiti”, risultate poco utili dal sondaggio, sono state rimosse e integrate direttamente nell'homepage. Restano invece le funzionalità principali: barra di ricerca, CTA per iscrizione e login, icone per notifiche e per l'account Prime. Il risultato è un header più leggero, chiaro e immediato, senza modificare le abitudini d'uso degli utenti.



Il nuovo footer adotta una struttura più chiara e tradizionale: una sezione ampia e organizzata che raccoglie link utili, linee guida, informazioni legali e collegamenti ai social. A differenza della versione precedente, nascosta nell'header e presentata come un elenco poco leggibile, ora le informazioni sono facilmente individuabili e coerenti con le aspettative degli utenti.

USER INTERFACE

HEADER E FOOTER / DESKTOP



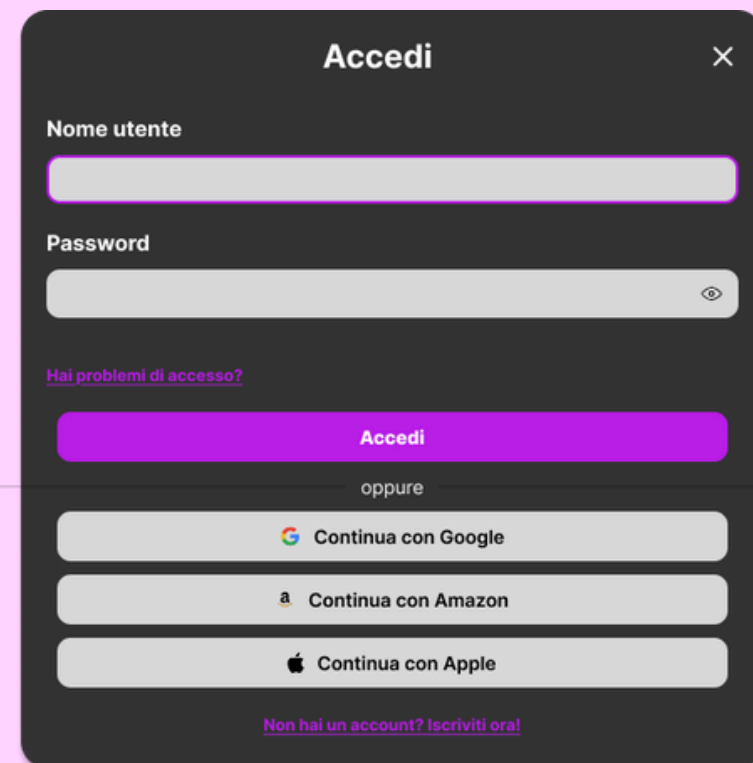
La navbar mobile è stata progettata per garantire massima immediatezza e usabilità su schermi ridotti. È composta da cinque icone centrali e facilmente raggiungibili con il pollice, ciascuna dedicata a un'azione chiave dell'esperienza su Twitch: la sezione "Home/Scopri", la ricerca, il pulsante centrale per creare o avviare contenuti, le notifiche e il profilo utente.

Il design è essenziale e leggibile, con un contrasto elevato e l'accento viola sul pulsante principale, che aiuta a evidenziare l'azione primaria. La struttura semplice e simmetrica riduce il carico cognitivo e rende più fluida la navigazione su mobile.

USER INTERFACE

LOGIN E ABBONAMENTO

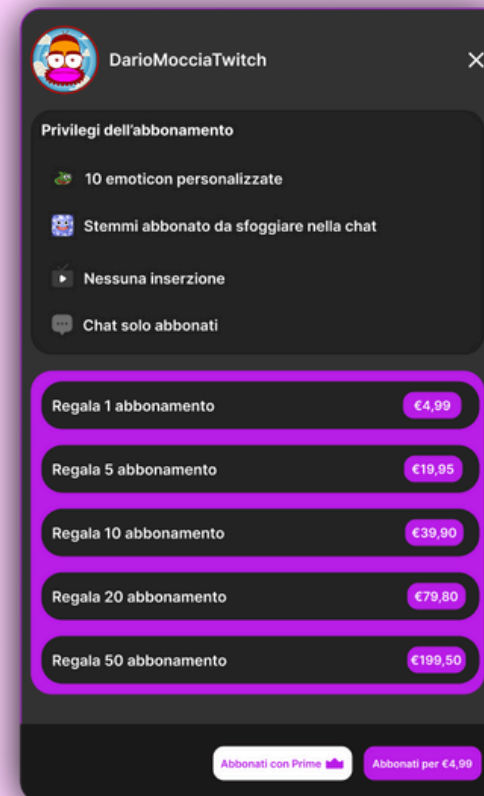
FINESTRA DI LOGIN



A login window titled "Accedi" with a close button. It contains two input fields for "Nome utente" and "Password". Below the password field is a link "Hai problemi di accesso?". A large blue button labeled "Accedi" is followed by the word "oppure". Below this are three buttons for social login: "Continua con Google", "Continua con Amazon", and "Continua con Apple". At the bottom is a link "Non hai un account? Iscriviti ora!".

Un'interfaccia compatta e immediata che consente all'utente di accedere rapidamente alla piattaforma. Oltre alle credenziali standard, offre l'accesso tramite servizi di terze parti per ridurre gli attriti e velocizzare l'ingresso nelle funzionalità principali.

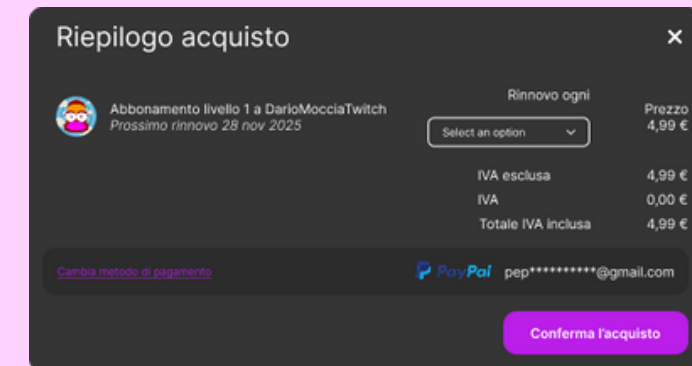
CHECKOUT



A checkout window titled "DarioMocciaTwitch" with a close button. It shows "Privilegi dell'abbonamento" with a list of benefits: "10 emoticon personalizzate", "Stemmi abbonato da sfogliare nella chat", "Nessuna inserzione", and "Chat solo abbonati". Below this is a list of subscription options: "Regala 1 abbonamento" (€4,99), "Regala 5 abbonamento" (€19,95), "Regala 10 abbonamento" (€39,90), "Regala 20 abbonamento" (€79,80), and "Regala 50 abbonamento" (€199,50). At the bottom are two buttons: "Abbonati con Prime" and "Abbonati per €4,99".

Un modulo chiaro e focalizzato che compare quando l'utente decide di abbonarsi. Presenta in modo semplice e comprensibile le opzioni disponibili, aiutando l'utente a confrontarle e scegliere la soluzione più adatta senza distrazioni.

RIEPILOGO



A purchase summary window titled "Riepilogo acquisto" with a close button. It shows the subscription details: "Abbonamento livello 1 a DarioMocciaTwitch" and "Prossimo rinnovo 28 nov 2025". A dropdown menu shows "Rinnovo ogni" with "Select an option". The price is "Prezzo 4,99 €". Below this is a table showing "IVA esclusa 4,99 €", "IVA 0,00 €", and "Totale IVA inclusa 4,99 €". At the bottom is a link "Cambia metodo di pagamento" and a PayPal logo with the email "pep*****@gmail.com". A large blue button labeled "Conferma l'acquisto" is at the bottom right.

L'ultimo passaggio del funnel, studiato per essere rassicurante e trasparente. Mostra un riepilogo completo dell'abbonamento selezionato e delle informazioni di pagamento, permettendo all'utente di confermare l'acquisto con consapevolezza e senza ambiguità.

WIREFRAMING – DESKTOP HOMEPAGE

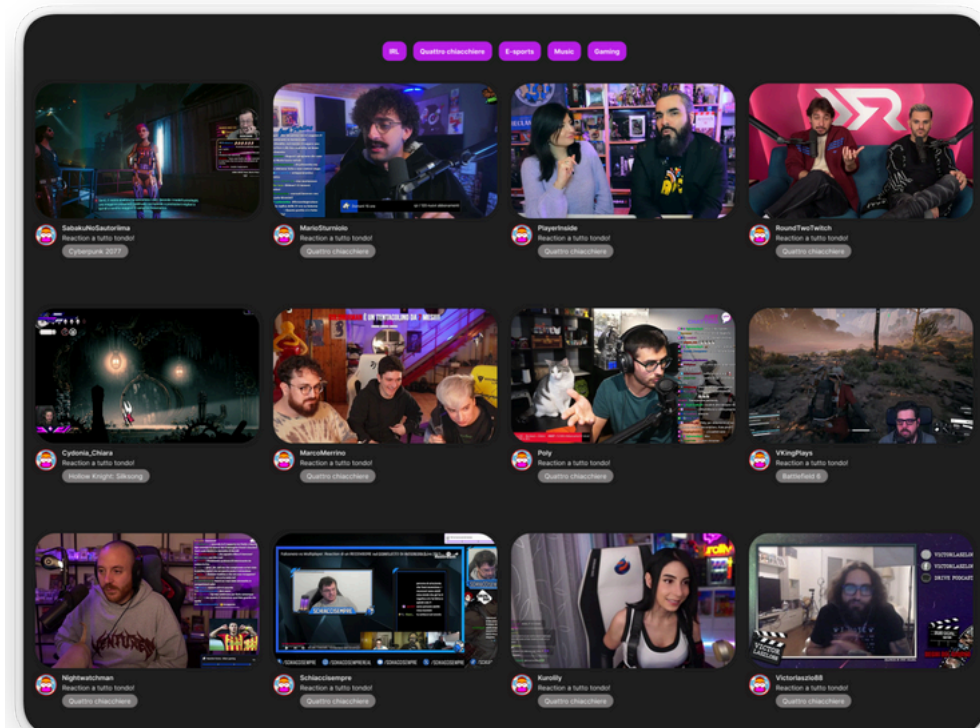
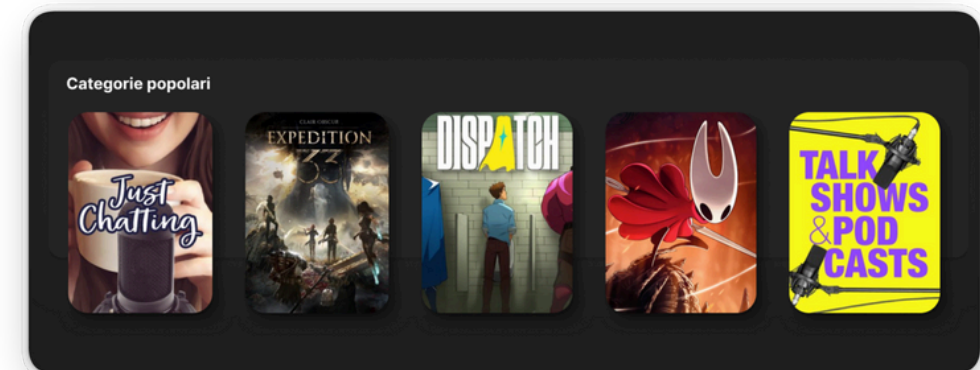
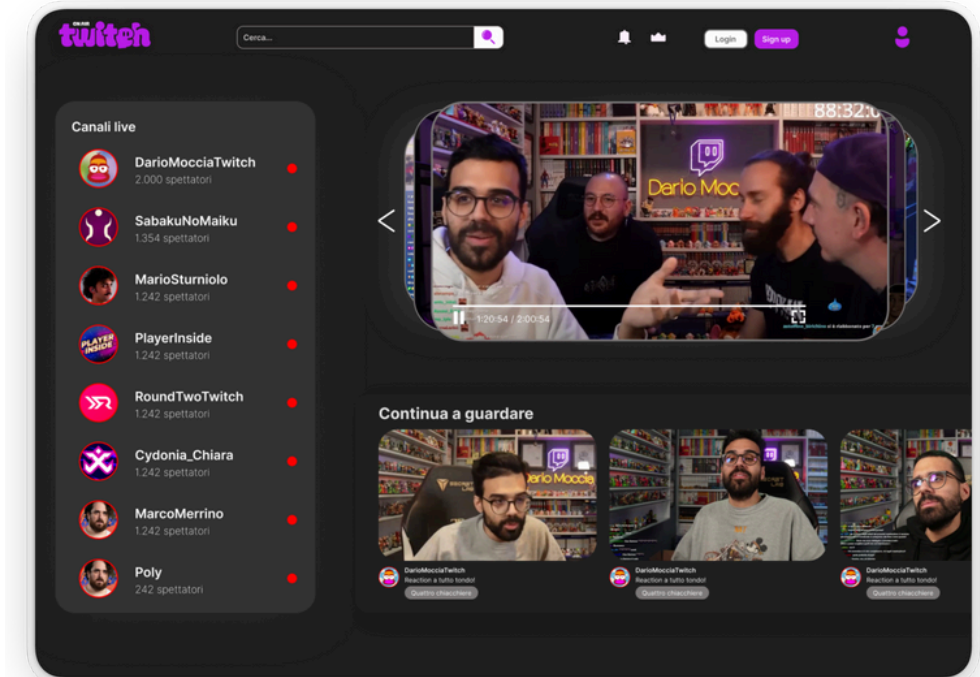
La nuova homepage propone una struttura dell'Hero più ordinata e orientata alla conversione: il carousel resta presente, ma viene arricchito con pulsanti ben visibili per iscriversi e abbonarsi, così da guidare l'utente sin dai primi secondi. Anche la barra laterale dei canali seguiti mantiene il suo ruolo, ma viene resa più evidente e leggibile, correggendo una delle principali debolezze dell'attuale Twitch.

Inoltre, la funzione della vecchia pagina “Sfoglia” viene integrata direttamente nell’homepage, eliminando ridondanze e semplificando la navigazione.

Nella parte principale della pagina l’esperienza diventa più moderna e coerente. Viene introdotta la sezione “Continua a guardare”, completamente assente nell’attuale versione, che permette all’utente di riprendere subito le live interrotte, seguendo lo standard delle principali piattaforme di streaming.

Subito sotto, un sistema di filtri chiaro consente di selezionare velocemente una macrocategoria, generando una lista ordinata di live coerenti con gli interessi dell’utente.

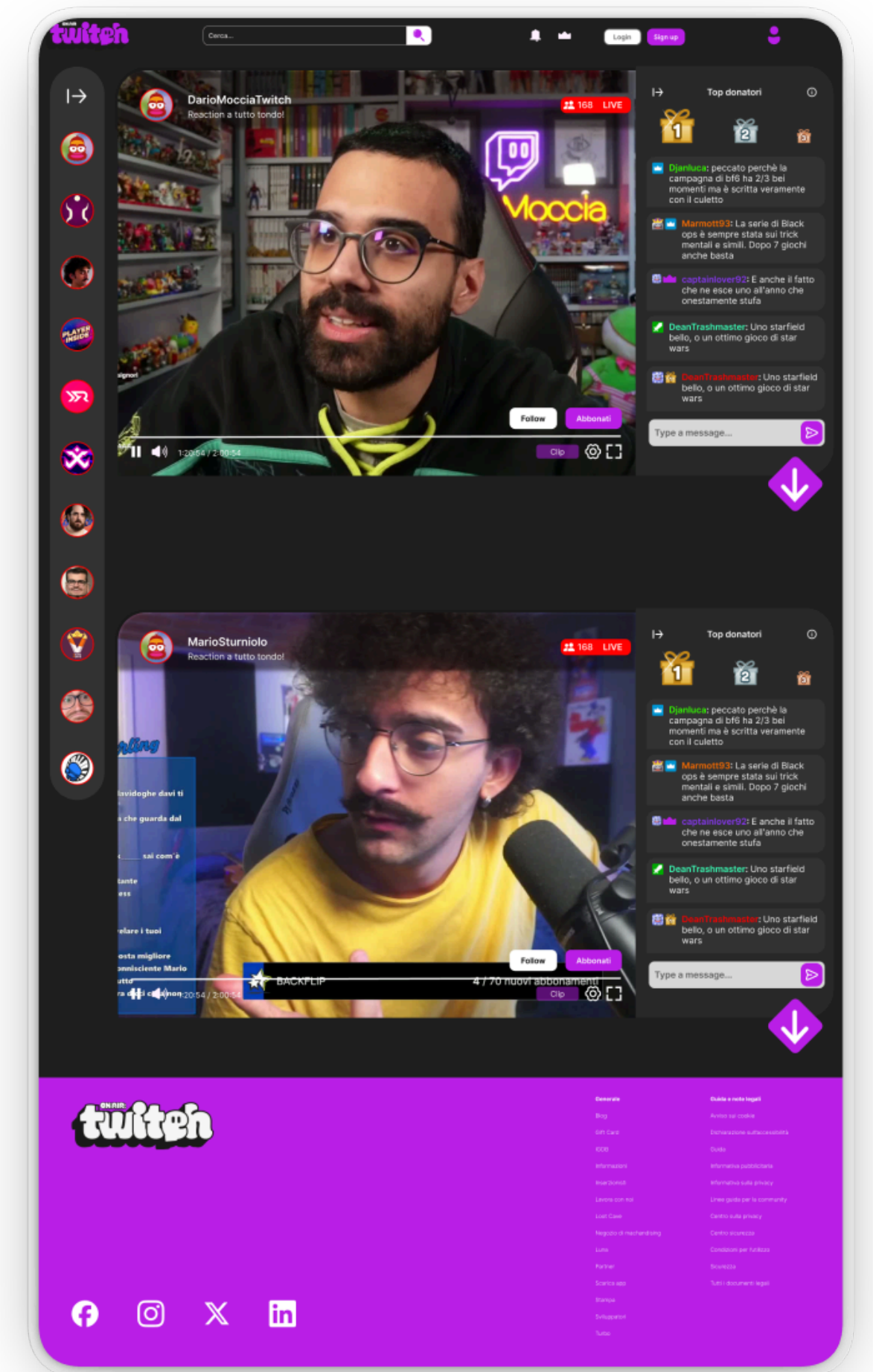
L'intera struttura risulta così più fluida, intuitiva e priva di ripetizioni, facilitando la scoperta dei contenuti e migliorando l'esperienza complessiva sia per utenti nuovi che abituali.



WIREFRAMING – DESKTOP WATCH

La nuova pagina Watch offre un'esperienza di visione più immersiva e navigabile. Una volta selezionata una live, il contenuto viene mostrato in formato più ampio e, tramite una freccia laterale, l'utente può scorrere verticalmente tra le altre live dei canali seguiti, passando rapidamente da uno stream all'altro senza cambiare pagina. La lista dei canali seguiti resta accessibile ma in modalità collapsed, così da non appesantire l'interfaccia.

La chat viene riorganizzata con messaggi racchiusi in box ordinati e più leggibili, eliminando elementi ridondanti come i Bits. Lo stream integra finalmente un vero player di controllo e i pulsanti principali vengono posizionati direttamente sulla live, rimanendo visibili per chi non è abbonato ma risultando più coerenti e meno invasivi. Nel complesso, la pagina diventa più chiara, moderna e orientata alla continuità della visione.

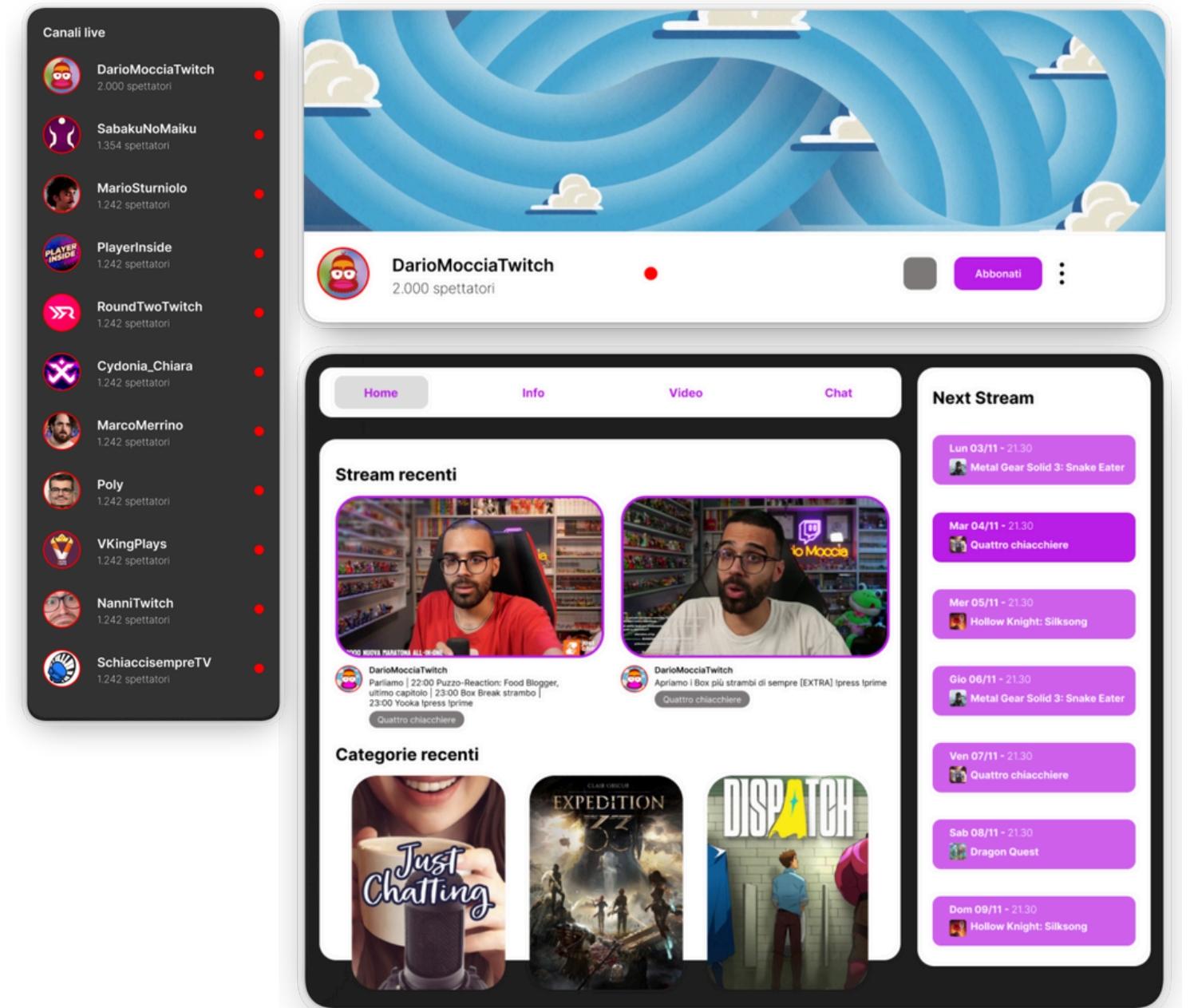


WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE

La pagina del canale si apre mantenendo a sinistra la lista dei canali live seguiti, mentre sulla destra compare l'intera area dedicata al canale selezionato. La parte superiore raccoglie immagine del profilo, copertina, titolo del canale e numero di iscritti, con le principali azioni sulla destra: abbonarsi, seguire e accedere al menu opzioni. Subito sotto è presente la barra di navigazione, con le sezioni Home, Info, Video e Chat.

La sezione Home mostra un pannello con le ultime live effettuate e le categorie più streammate di recente, mentre sul lato destro un pannello verticale presenta la programmazione delle live della settimana, completa di titoli e date.



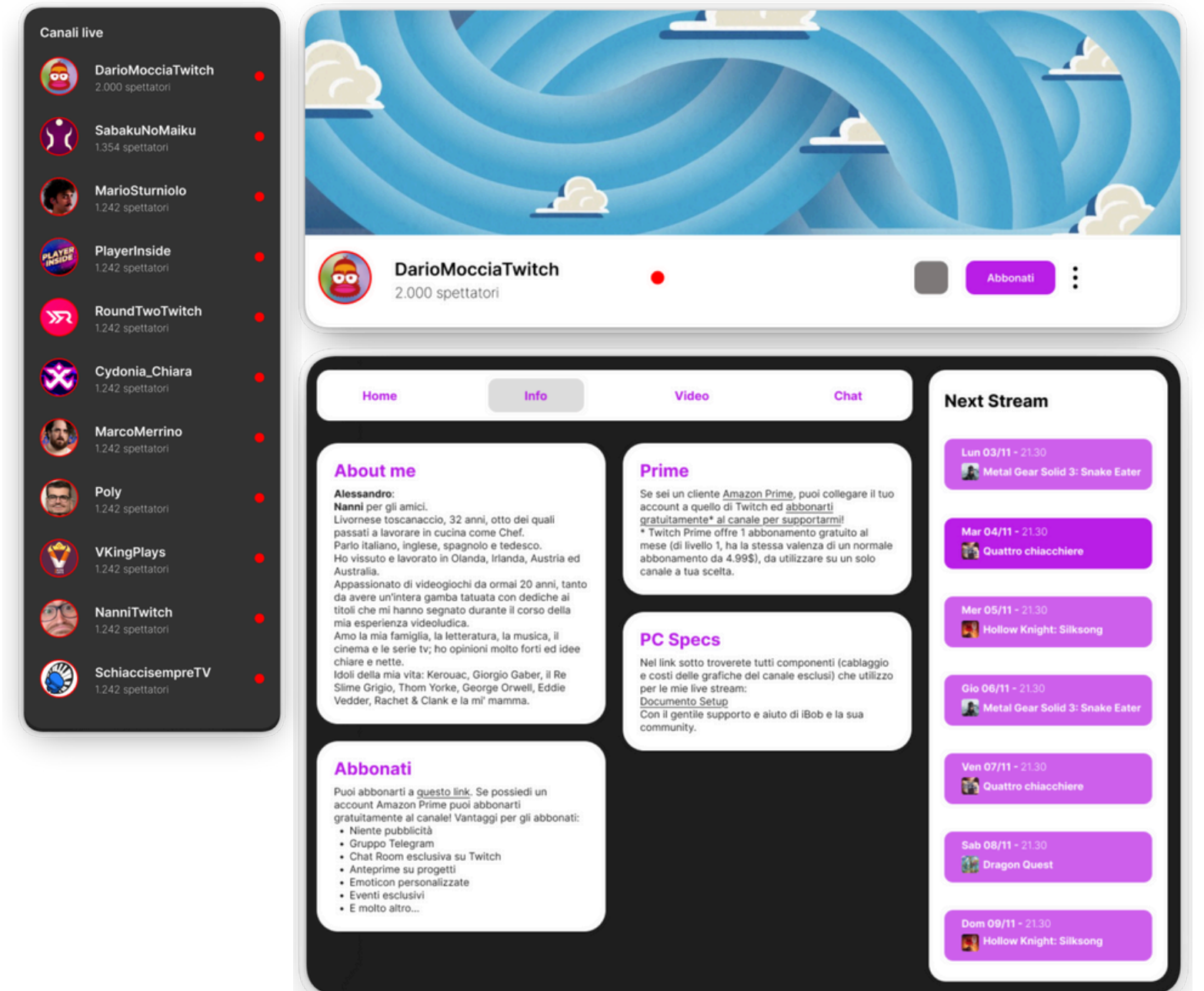
WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE – INFO

La sezione Info offre uno spazio completo dedicato alla presentazione del canale e del creator. Una volta selezionata, la pagina mostra una serie di pannelli organizzati verticalmente, pensati per dare all'utente una panoramica immediata ma approfondita.

Il primo pannello contiene le informazioni generali sullo streamer: una breve biografia, il tipo di contenuti che produce, la frequenza delle live e qualsiasi dettaglio utile a comprenderne identità e stile. Subito dopo è presente un pannello dedicato agli abbonamenti, che illustra in modo chiaro i diversi livelli disponibili, i relativi benefit e i vantaggi esclusivi riservati alla community degli iscritti.

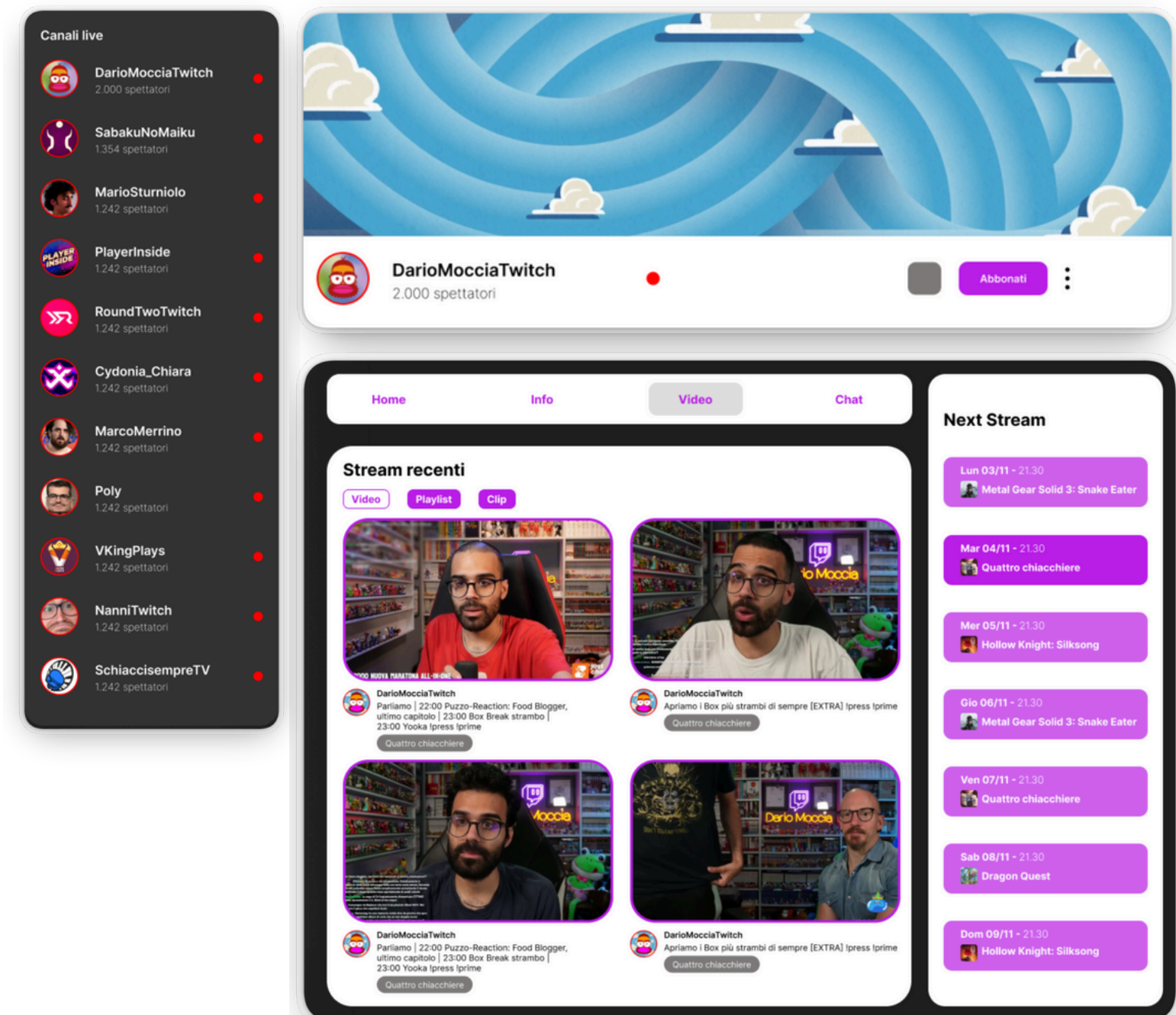
A seguire, un riquadro raccoglie tutti i canali social ufficiali del creator, facilitando il collegamento con le varie piattaforme della community. Chiude la sezione un pannello completamente personalizzabile, dove lo streamer può inserire tutte le informazioni aggiuntive che desidera condividere: regole della chat, linee guida, progetti futuri o qualsiasi altro contenuto ritenuto rilevante.



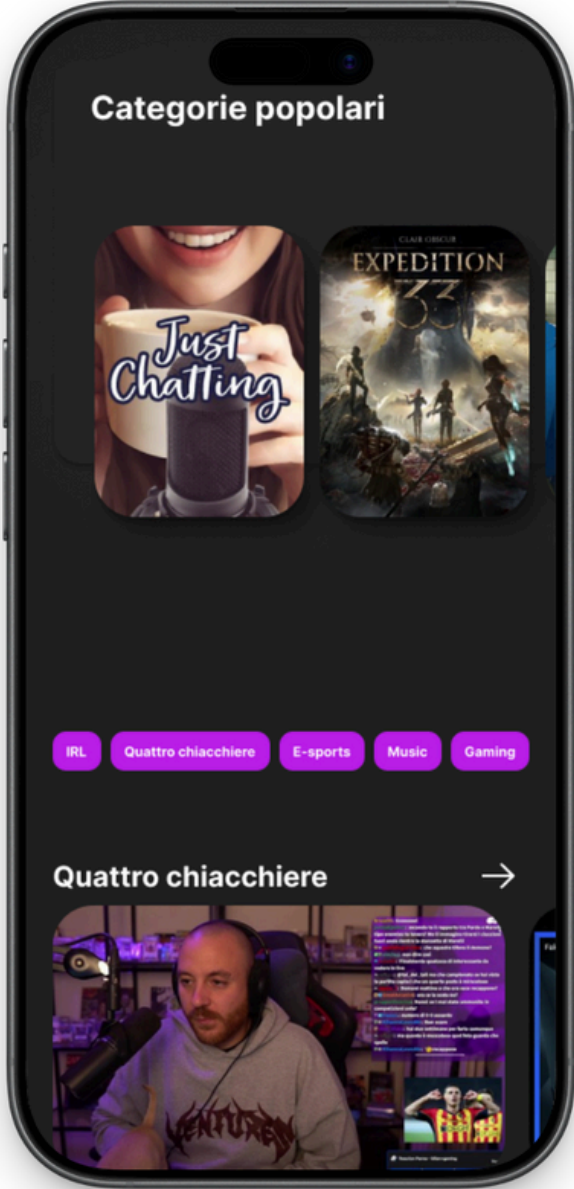
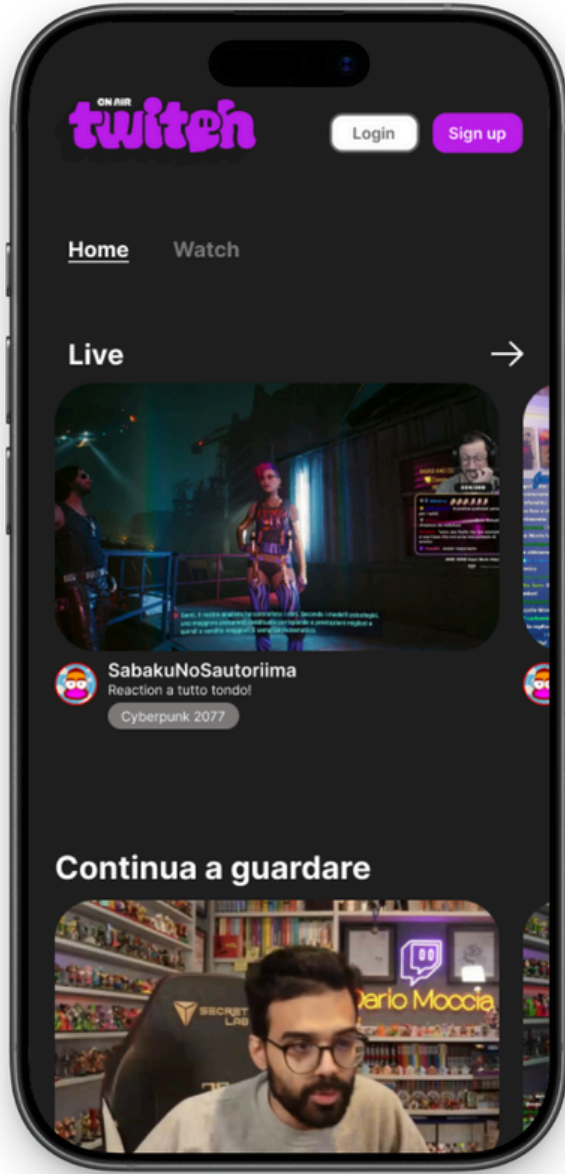
WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE – VIDEO

A concludere abbiamo la sezione “Video” dedicata alle stream del creator in questione. Rimangono ovviamente i precedenti elementi come la programmazione e la sezione con la CTA per la sub, ma qui la pagina propone tutte le stream del creator, divise tra VOD e Playlist, qualora il creator le abbia create, e clip, con la possibilità di passare da un contenuto all’altro tramite il filtro posto sulla parte superiore del riquadro di riferimento.

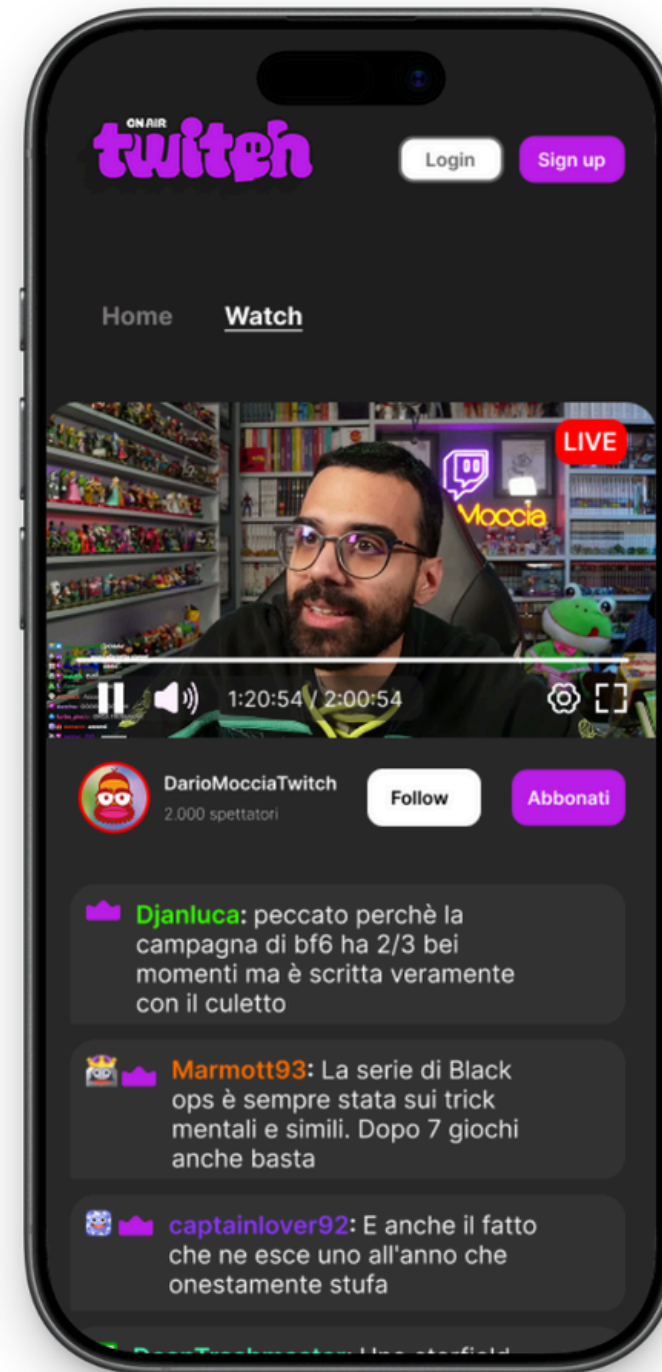


WIREFRAMING – DESKTOP
HOMEPAGE



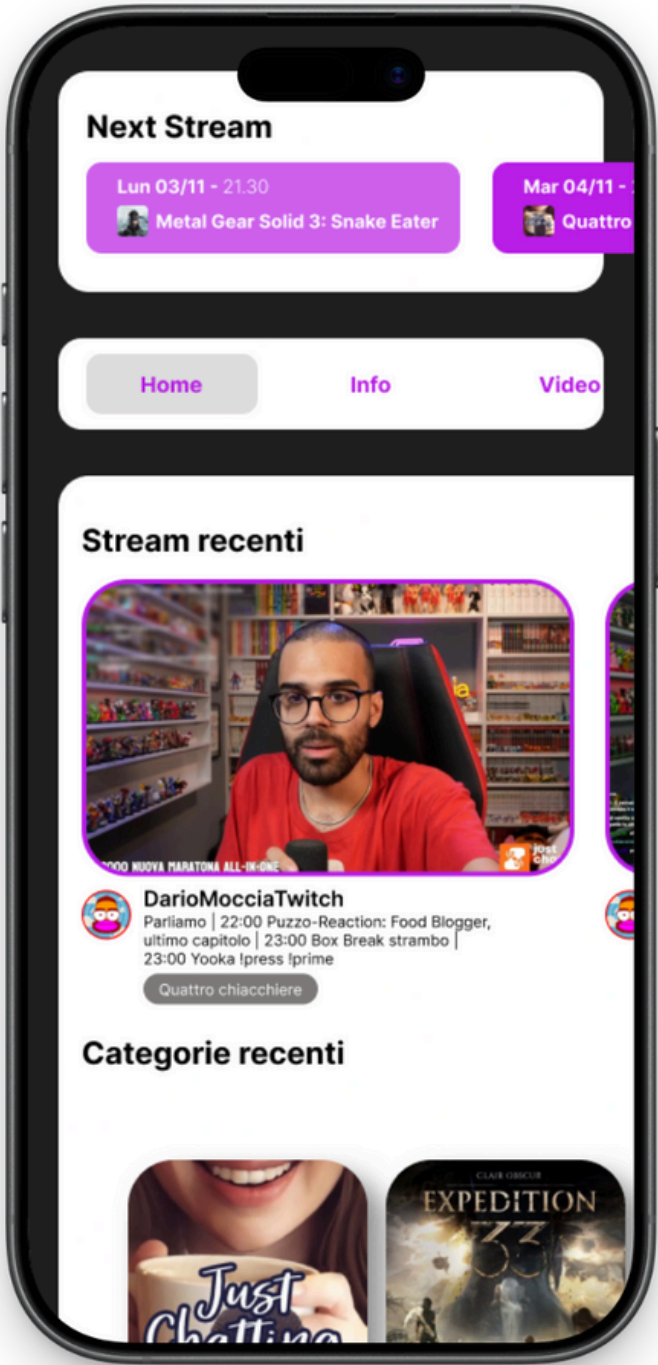
WIREFRAMING – DESKTOP

WATCH



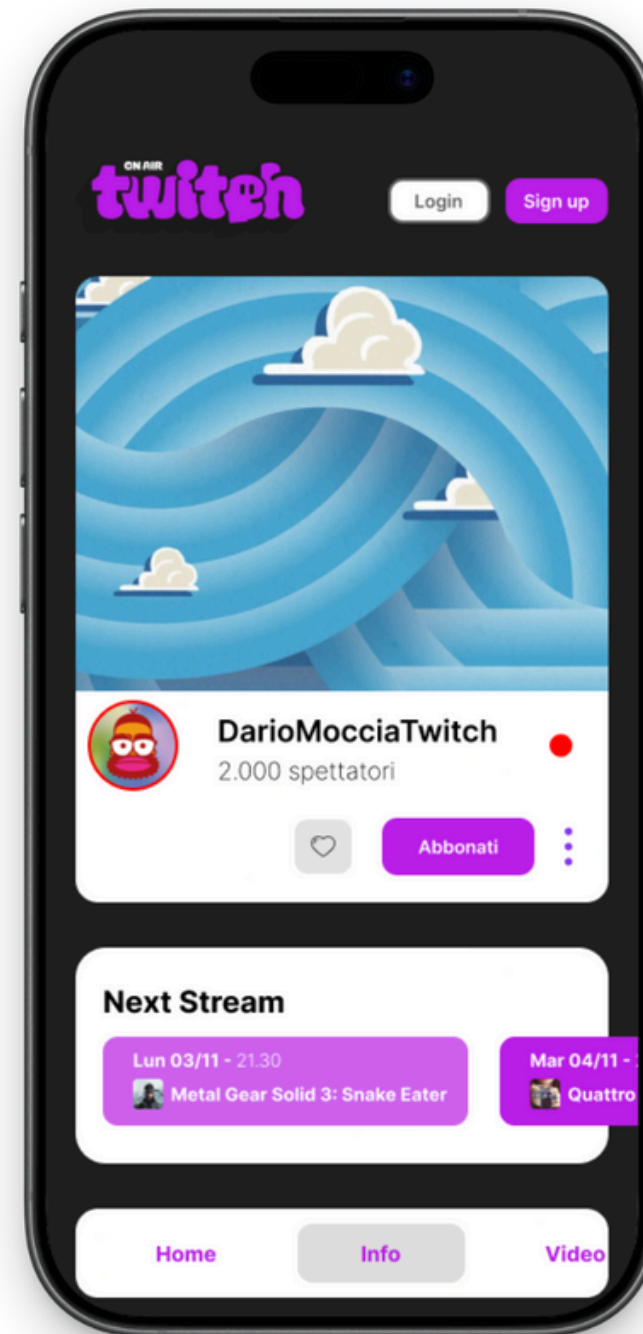
WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE



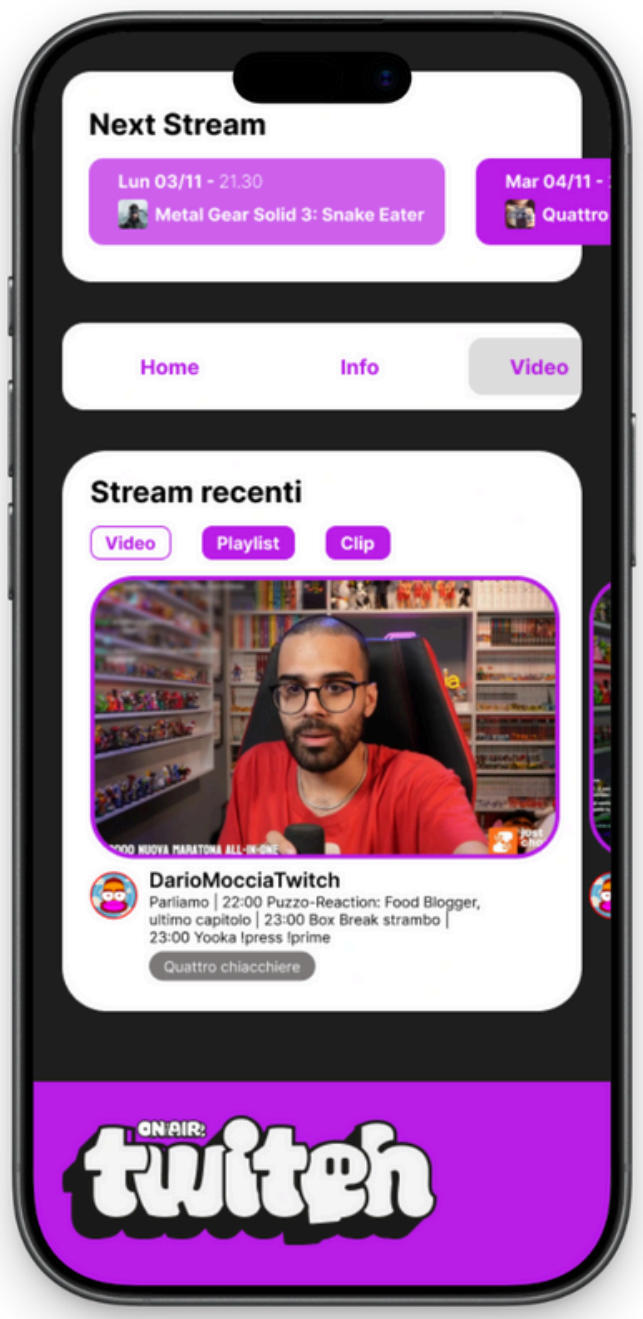
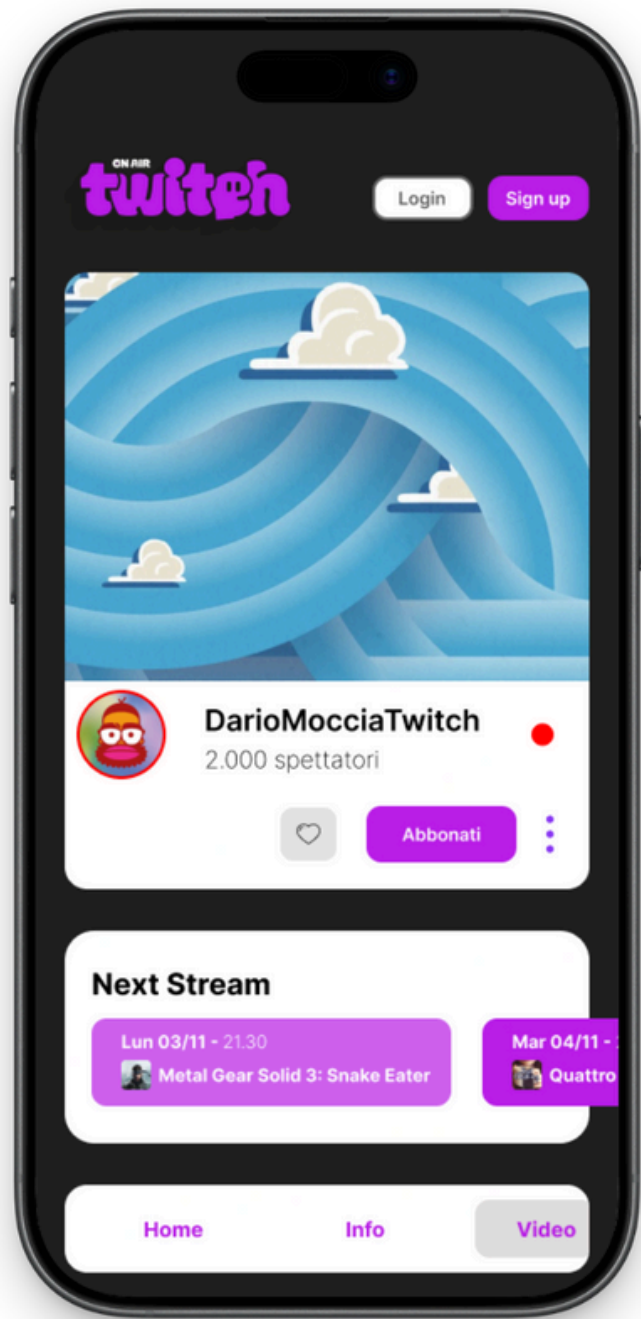
WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE – INFO



WIREFRAMING – DESKTOP

CANALE – VIDEO





USER TEST

USER TEST

IL TEST

TIPO DI TEST E METODOLOGIA

È stato utilizzato un 5-Second Test, svolto in modalità non moderata e da remoto, tramite Maze. L'utente visualizza l'interfaccia per cinque secondi e successivamente risponde a domande mirate di riconoscimento, percezione e chiarezza.

MOTIVI DELLA SCELTA

Il 5-second test è stato scelto perché permette di valutare ciò che un utente percepisce nell'impatto visivo iniziale, ovvero nei primissimi istanti di esposizione all'interfaccia.

È particolarmente utile quando l'obiettivo è comprendere:

- se la gerarchia visiva è chiara a colpo d'occhio,
- se l'utente capisce subito “di cosa parla” la pagina,
- se l'interfaccia risulta disordinata o confusa,
- se elementi chiave (come una CTA di conversione) vengono notati immediatamente.

Per una homepage come quella di Twitch, ricca di contenuti e sezioni, questo test permette di verificare rapidamente l'efficacia del layout, prima ancora dell'interazione.



USER TEST

UTENZA E OBIETTIVI

TARGET

- utenti abituali e occasionali di piattaforme di streaming,
- persone con familiarità media con interfacce digitali,
- utenti non professionisti, così da raccogliere percezioni spontanee.

La varietà del target permette di valutare l'immediatezza dell'interfaccia per diversi livelli di esperienza.

PIANO DI RECRUITING

- condivisione del link Maze su social e community,
- selezione non filtrata per massimizzare la spontaneità,
- partecipazione aperta a chiunque rientrasse nel target digitale generico.

Il recruiting snello è coerente con la natura rapida e "lightweight" del test.

OBIETTIVI PRINCIPALI

- verificare se l'utente percepisce l'interfaccia come chiara e ordinata;
- valutare il livello di navigabilità intuibile a prima vista;
- capire quali elementi attirano l'attenzione nell'impatto iniziale;
- misurare se la CTA "Abbonati" riceve la giusta enfasi visiva;
- individuare eventuali elementi che generano confusione.

ASPETTATIVA

- venissero riconosciuti gli elementi più importanti (banner, categorie, CTA);
- la struttura apparisse coerente e facilmente leggibile;
- nessun contenuto risultasse dominante in modo indesiderato.

USER TEST

CONDUZIONE DEL TEST

MESSAGGIO DI BENVENUTO

Un'introduzione semplice che informa l'utente che parteciperà a un test rapido di percezione.

FUNZIONE DEL TEST

Spiegazione sintetica: l'utente vedrà un'interfaccia per pochi secondi e poi dovrà rispondere a domande basate su ciò che ricorda o ha percepito.

DOMANDE DI FOLLOW-UP

- Qual è stato il primo elemento che ha catturato la tua attenzione?
- La pagina ti è sembrata chiara o confusa nei primi secondi? Perché?
- Hai percepito una CTA o un invito all'azione? Se sì, quale?
- Cosa pensi che questa pagina ti permetta di fare?
- L'aspetto generale ti ha trasmesso ordine o sovraccarico?

RINGRAZIAMENTI

Un messaggio breve che chiude il test e informa che le risposte sono state registrate.

MESSAGGIO DI BENVENUTO

Benvenuto

Sei stato invitato a partecipare a un'attività di ricerca. Non ci sono risposte giuste o sbagliate, rispondi semplicemente in modo naturale. Il tuo contributo aiuta a creare esperienze migliori.

RINGRAZIAMENTI

Grazie

Apprezziamo il tempo e l'impegno che hai dedicato nel condividere la tua prospettiva. Il tuo contributo aiuta a creare esperienze migliori per tutti.

USER TEST

5-SECOND TEST / HOMEPAGE

MESSAGGIO DI BENVENUTO

“Tra un momento visualizzerai una schermata per pochi secondi. Dopo la sua scomparsa ti verranno poste alcune domande. Non serve preparazione: rispondi in modo spontaneo.”

INTRODUZIONE ALLE TASK

Concentrarsi sull'immagine

Si visualizzerà un'immagine per un tempo limitato. Cercate di capire di cosa tratta l'immagine e ricordate quante più informazioni possibili.

DOMANDE POST TASK

- Che pagina credi fosse?
- Qual è stata la prima cosa che hai notato?
- Ti è sembrato immediatamente chiaro chi fosse lo streamer e il tipo di contenuti disponibili?
- Hai notato pulsanti principali per abbonarsi al canale?
- In una parola, come descriveresti il layout?
- Ti sembrava facile capire cosa fare dopo 5 secondi?

USER TEST

RISULTATI HOMEPAGE

1. Riconoscibilità della pagina

- Risultato complessivo: molto alta
- Tutti i partecipanti hanno identificato correttamente la piattaforma come Twitch, indice di una buona coerenza visiva con il brand.

2. Primo elemento notato

- Pattern forte: il riquadro centrale con la live è stato l'elemento più visto nei primi 5 secondi.

Insight - Conferma che la gerarchia visiva guida l'attenzione verso il contenuto principale.

3. Chiarezza su chi sia lo streamer e che contenuto offra

- Risposte positive: 3 su 5
- Criticità: 2 utenti non hanno capito immediatamente di che streamer si trattasse.

Insight - Necessaria una maggiore evidenza per nome, thumbnail e contesto della live.

USER TEST

RISULTATI HOMEPAGE

4. Visibilità della CTA “Abbonati”

- Risposte positive: 2 su 5
- Risposte negative: 3 su 5
- → La CTA non è percepita come elemento prioritario: potrebbe essere poco contrastata o troppo distante dal focus visivo iniziale.

5. Percezione del layout

- “Ordinato”: 3 utenti
- “Confuso”: 2 utenti

Insight - La struttura generale è percepita come pulita da alcuni, ma altri segnalano carenza di coerenza o contrasto troppo forte (es. bianco/nero).

6. Facilità di capire cosa fare

- Sì: 3 utenti
- No: 2 utenti

Insight - Una parte del campione fatica a orientarsi nei primi istanti, segno che il flusso iniziale può essere semplificato.

USER TEST

5-SECOND TEST / CANALE

MESSAGGIO DI BENVENUTO

“Tra un momento visualizzerai una schermata per pochi secondi. Dopo la sua scomparsa ti verranno poste alcune domande. Non serve preparazione: rispondi in modo spontaneo.”

INTRODUZIONE ALLE TASK

Concentrarsi sull'immagine

Si visualizzerà un'immagine per un tempo limitato. Cercate di capire di cosa tratta l'immagine e ricordate quante più informazioni possibili.

DOMANDE POST TASK

- Cosa ricordi maggiormente della pagina?
- Hai visto un pulsante o una sezione che invitasse ad abbonarti o seguire il creator?
- Che cosa pensi che permetta di fare questa piattaforma?
- Secondo te, dove dovresti cliccare per iniziare a guardare uno streaming?
- Com'è stata la tua prima impressione in termini di ordine e chiarezza?
- In una scala da 1-5, quanto ti è chiaro di cosa tratti la pagina?

LINK AI RISULTATI

USER TEST

RISULTATI CANALE

1. Comprensione immediata della piattaforma

Gli utenti hanno riconosciuto senza difficoltà la natura della piattaforma: tutti hanno associato la pagina a un servizio di visualizzazione di contenuti in diretta o più in generale a una piattaforma di streaming.

Insight: la struttura generale comunica correttamente lo scopo del servizio anche in pochi secondi.

2. Elemento che ha catturato maggiormente l'attenzione

Gli utenti hanno ricordato soprattutto:

- il riquadro centrale dedicato allo streaming,
- i contenuti immediatamente sotto,

Insight: la gerarchia visiva dell'area centrale è forte e cattura rapidamente l'attenzione. La presenza di creator riconoscibili aumenta la memorabilità.

3. Percezione di ordine e chiarezza

Tutti i partecipanti hanno descritto la pagina come:

- “Chiara”
- “Molto chiara”

Insight: rispetto alla prima schermata testata, questa composizione risulta più leggibile e ordinata, offrendo un impatto visivo più coerente.

USER TEST

RISULTATI CANALE

4. Riconoscimento della sezione o pulsante per l'abbonamento

I risultati sono variabili:

- alcuni utenti non ricordano la presenza di una CTA legata all'abbonamento,
- altri dichiarano di averla vista.

Insight: la CTA non è percepita in maniera uniforme, segnale che la sua visibilità potrebbe non essere sufficiente o non abbastanza distinta dal resto della UI.

5. Dove l'utente clicherebbe per iniziare lo streaming

Le risposte evidenziano due comportamenti intuitivi:

- click nell'area centrale dello streaming,
- click nella sidebar laterale, dove sono elencati canali seguiti o consigliati.

Insight: gli utenti comprendono correttamente le due aree funzionali principali. La presenza della sidebar è intuitiva e riconosciuta come luogo di navigazione verso altri canali.

6. Chiarezza complessiva del contenuto

Tutti i partecipanti hanno valutato la chiarezza della pagina con 5/5.

Insight: la pagina risulta estremamente comprensibile, e comunica il proprio scopo in modo immediato ed efficace.

USER TEST

MODIFICHE POST TEST

A seguito dei risultati ottenuti nei test precedenti, la progettazione finale del sito ha visto la modfiica di alcune sezioni, con l'obiettivo di migliorarne la qualità generale nonché l'efficienza in termini di usabilità e conversione.

Il principale problema rilevato ha riguardato la scarsa visibilità della CTA per abbonarsi, fulcro dell'intera esperienza di conversione del sito. In questo caso si è intervenuti leggermente sulla grandezza e il peso della CTA in questione, ma specialmente nella forza visiva delle CTA presenti intorno, che in alcuni casi, avendo lo stesso peso della CTA per le sub, rischiavano di rendere il punto focale meno chiaro.

Sono passato poi a intervenire leggermente sulla coerenza visiva: essendo il sito nelle prime due pagine in una colorazione prevalentemente scura, alcuni utenti hanno evidenziato il distacco che questo stile aveva una volta visitate le pagine canale, interrompendo quella coerenza visiva che contribuisce anche a mettere l'utente a proprio agio, migliorando anche la gerarchia di alcuni elementi del sito.

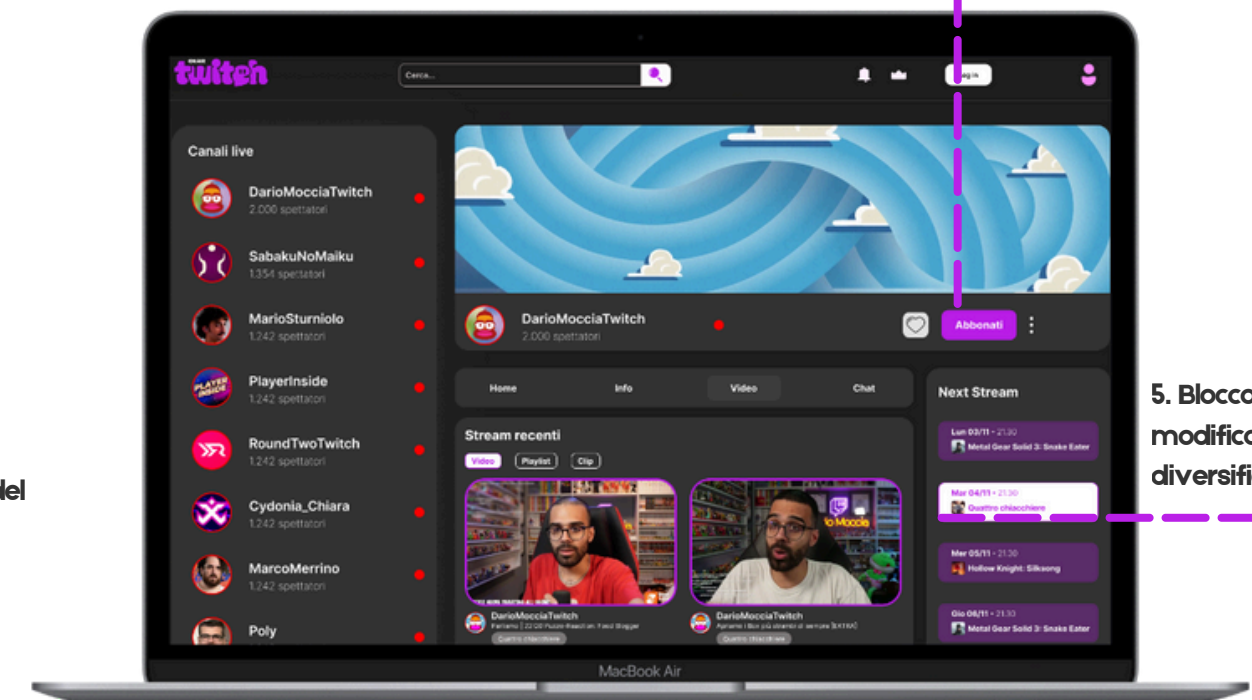
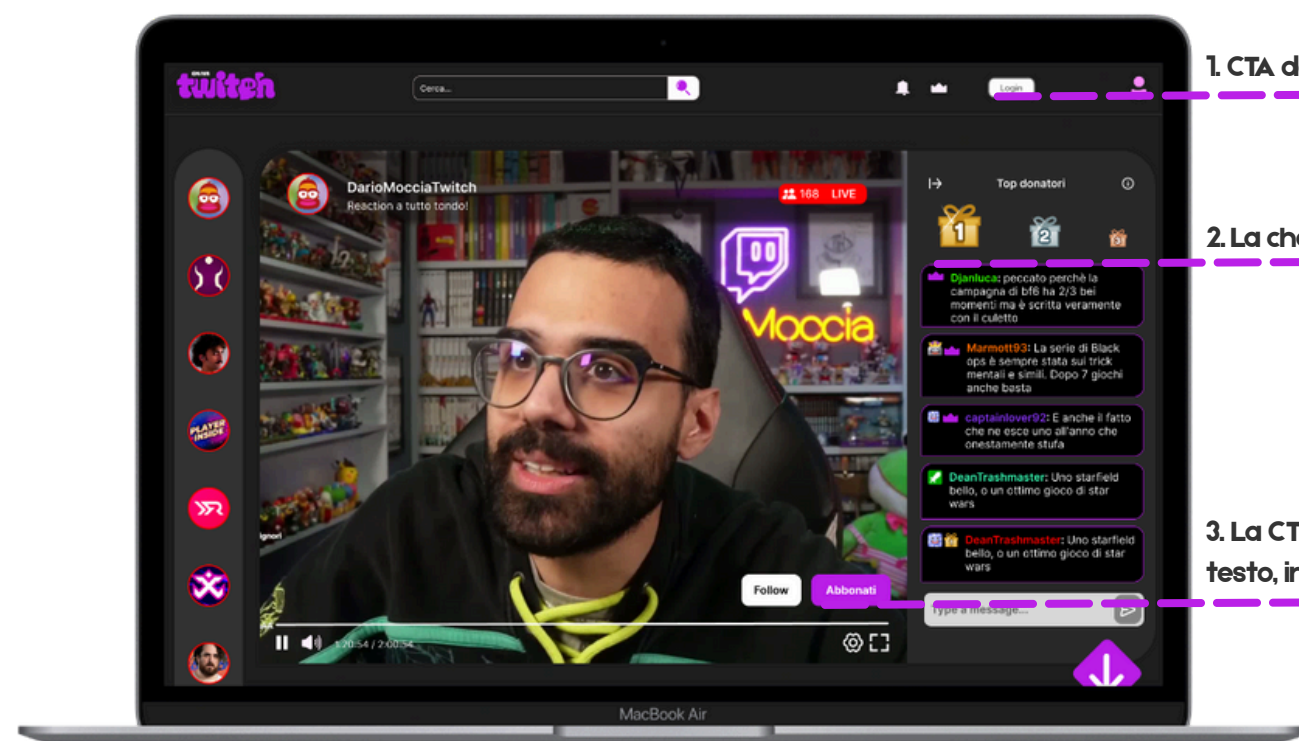
4. La CTA dell'abbonamento è stata ingrandita e aumentata la dimensione del testo, in ogni sua versione per ciascuna pagina

1. CTA del login resa univoca per registrazione e login

2. La chat assume una gerarchia visiva ben chiari

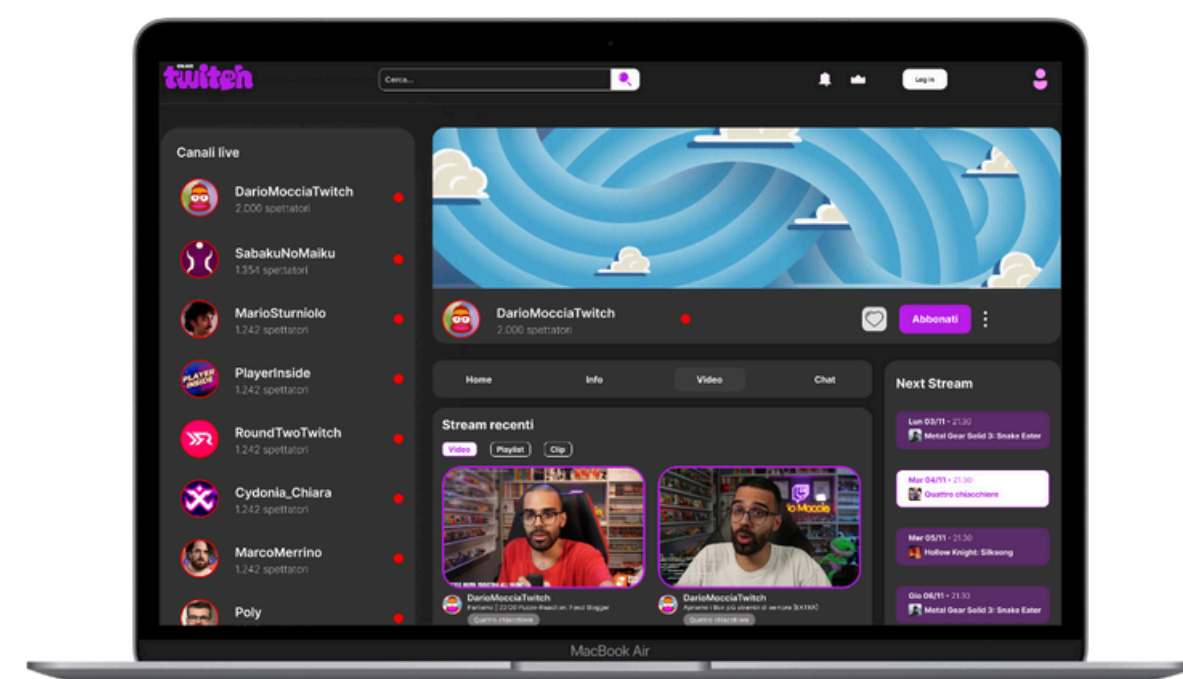
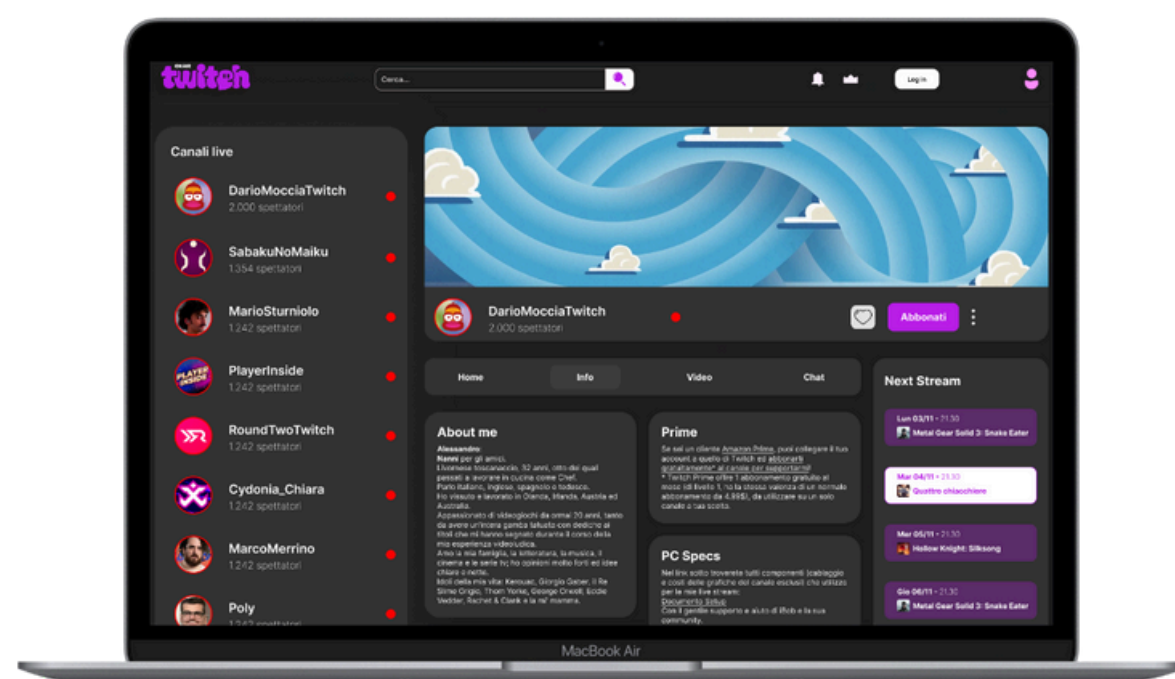
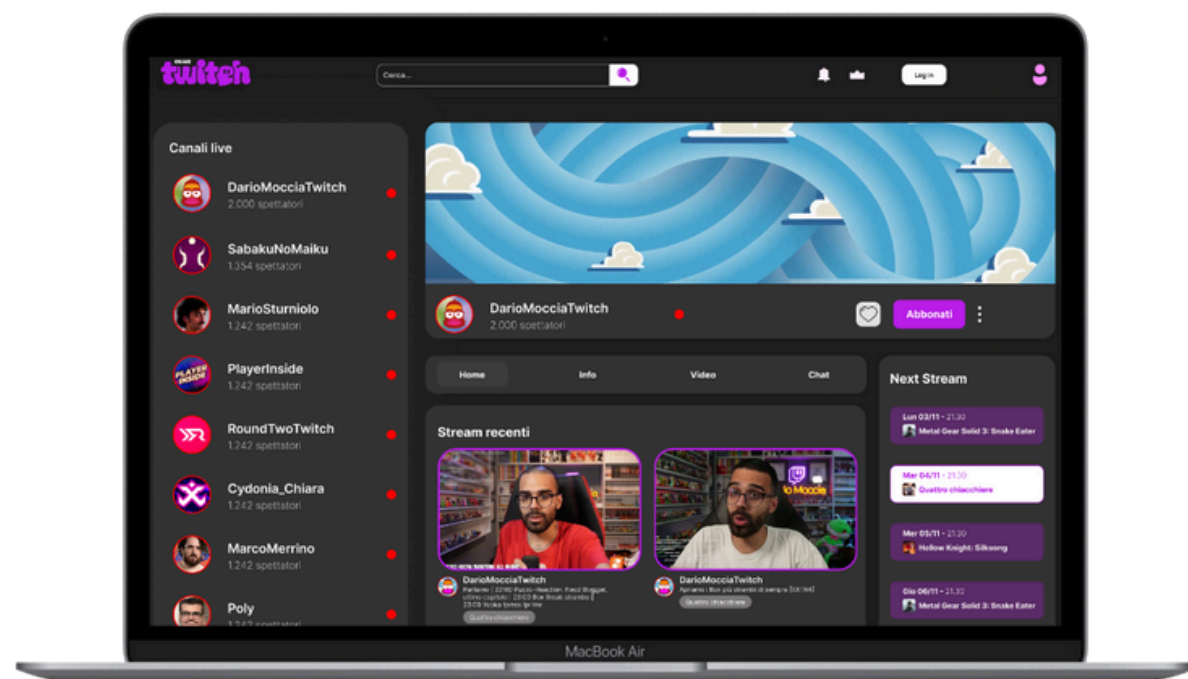
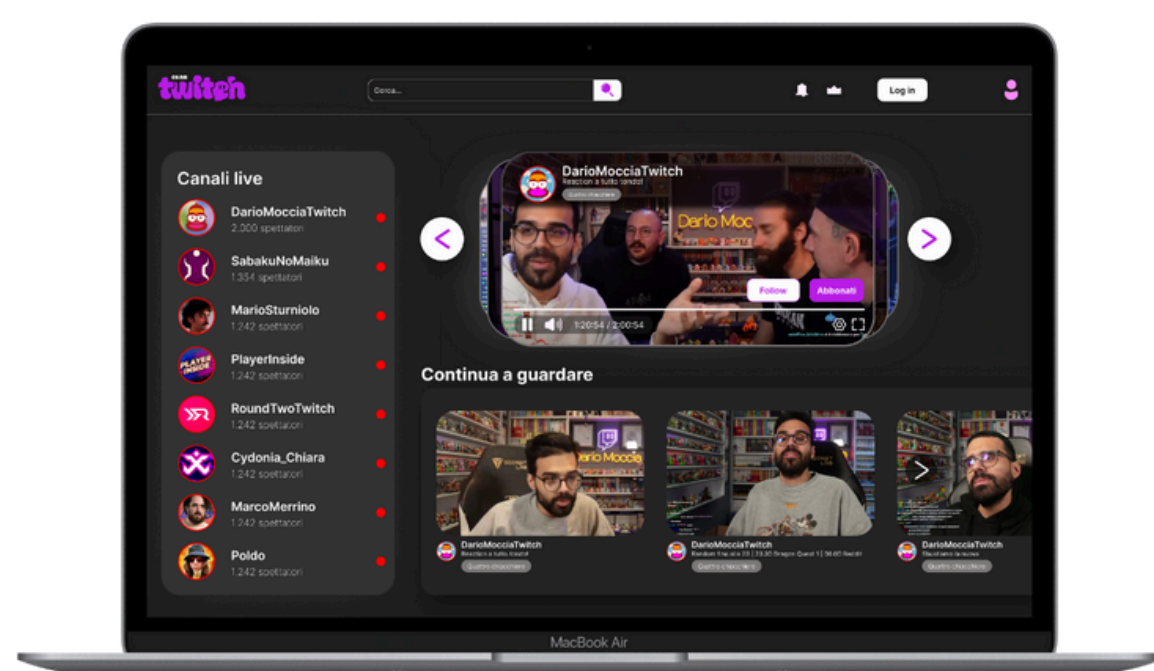
3. La CTA dell'abbonamento è stata ingrandita e aumentata la dimensione del testo, in ogni sua versione per ciascuna pagina

5. Blocco programmazione modificato per diversificarlo dalla CTA primaria



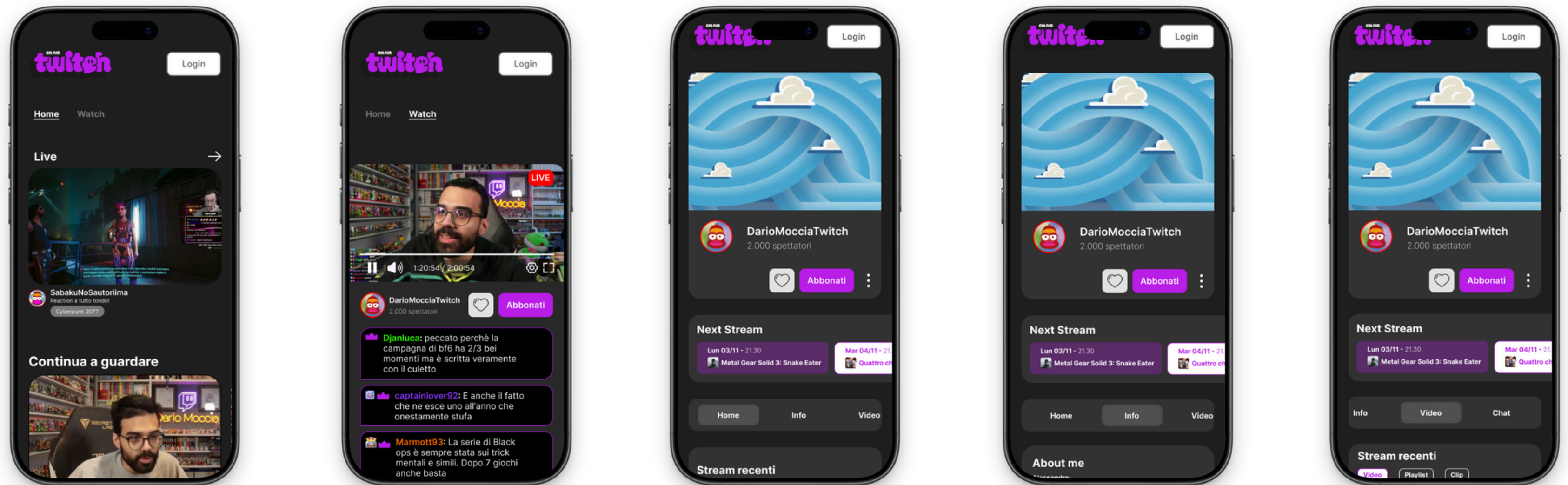
USER TEST

MODIFICHE POST TEST



USER TEST

MODIFICHE POST TEST



GRAZIE PER L'ATTENZIONE