

Vincenzo Finocchi

QUIXA

Intervento all'incontro del Club CMMC

Ottimizzare UI e UX: Analisi



Nella versione as is
manca una VP chiara

L'immagine non richiama il tema trattato

Non vi sono riferimenti di label "Assicurazione Auto e simili" nei primi due scroll

Il configuratore occupa molto spazio verticale.
Da ottimizzare eliminando gli elementi superflui

Soprattutto da mobile è scomodo navigare le tab di prodotto.

Manca una presentazione più chiara dei prodotti assicurativi

La sezione in evidenza è utile. Andrebbe valorizzata con promozioni attive.

Manca una VP e dei benefit che spingano l'utente a scegliere Quixa rispetto ai competitors

Manca uno storytelling che accompagni l'utente.

Poca affordance degli elementi

Ottimizzare UI e UX: Analisi



Value Proposition

Questa sezione dedicata alla "Value Proposition di Quixa" è progettata per presentare la filosofia di come Quixa si propone sul mercato e i valori che la contraddistinguono.

L'obiettivo è veicolare l'approccio di Quixa alla protezione e alla salvaguardia dei propri clienti e dell'ambiente.

Avere una value proposition molto chiara è fondamentale per il posizionamento e per la fidelizzazione dei clienti.

Frame 630

Sezione commerciale: presentazione delle soluzioni con focus sui vantaggi pratici: trasparenza, flessibilità, risparmio

Interventi principali: Il Gantt

| Priorità | Items | MARZO | | APRILE | | | MAGGIO | | | | GIUGNO | | | | LUGLIO | | | | | |
|----------|--|-------|---|--------|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|--------|---|---|---|---|---|
| | | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 0 | My Quixa (nuova skin con icone adeguate) solo Motor | X | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Flusso Fast (5 pages) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Calcolo Page E-green style, Landing Page | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Flusso Slow (dataveicolo, dati personali, dati assicurativi) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1/2 | New Calcolo Page | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | GA4 H&F | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | GA4 quixa.it + Funnel Auto | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1/2 | Codice sconto stile Ecommerce | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | My Quixa (new skin 08/03 and new details pages) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ? | My Quixa no motor cards without redirect on Smart products | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Quixme (Hash DNI) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Home Page (missing Javascript) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Upselling, Thankyoupage | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Update font + color comunicazioni (post nuovo sito) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |