

# Progettazione di interfacce

#5 - UX: Nuova architettura dell'informazione -  
Caso Ikea



Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il sito Ikea fino al 2016

L'organizzazione per ambienti rispecchia l'approccio adottato da Ikea nel punto vendita.

Fino al 2016, l'organizzazione dei prodotti Ikea è per ambienti della casa: *Cucina, Sala da pranzo, Soggiorno ecc.*



NEWS DA IKEA: [Bonus Fiscale per le ristrutturazioni ed acquisto mobili \(D.l. 63 del 04 Giugno 2013\)](#), leggi qui

Lo schema di classificazione è tassonomico, e in particolare poligerarchico: alcuni prodotti possono cioè trovarsi in più di una categoria. Così, ad esempio, gli asciugamani sono collocati sia in *Bagno > Tessili per bagno* sia in *Tessili e tappeti > Tessili per bagno*.

Esempio preso da qui: <https://www.lucarosati.it/blog/ikea-redesign>

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il problema dell'incoerenza

Questa scelta va incontro a un problema: non tutti i prodotti sono riconducibili a un ambiente specifico. È il caso ad esempio delle lampade, dei tappeti, delle sedie. Questo costringe perciò Ikea a introdurre un'incoerenza nel criterio di divisione: accanto a categorie come *Cucina, Sala da pranzo*, ecc. compaiono *Tessili, Illuminazione, Per il tuo business, Ikea dei piccoli*.

- *Cucina, Sala da pranzo* ecc. = divisione per ambiente
- *Tessili, Illuminazione* = divisione per tipo di prodotto
- *Per il tuo business, Ikea dei piccoli* = divisione per destinatario.



Benvenuto in IKEA Italia

Cerca



Compra online

Il tuo negozio IKEA  
IKEA FAMILY  
IKEA BUSINESS

Accedi o registrati  
Lista dei desideri  
Carrello

Tutti i prodotti

Novità

Soggiorno

Camera da letto

Cucine

Bagno

Tessili

Per il tuo business

Cameretta

Tutta la casa

NEWS DA IKEA: [Bonus Fiscale per le ristrutturazioni ed acquisto mobili \(D.I. 63 del 04 Giugno 2013\)](#), leggi qui

Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il redesign del 2017

Alla classificazione per ambienti, Ikea affianca una classificazione per tipo di prodotto (classificazione a faccette).



Lo schema di classificazione diventa a faccette: accesso per tipo di prodotto e accesso per ambiente. E' semplificato:

- Novità
- Prodotti
- Ambienti
- Idee
- Ristorante e bottega.

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il redesign del 2017

Questo permette di risolvere in buona misura il problema dell'incoerenza, e contemporaneamente di soddisfare le due principali strategie di ricerca dell'informazione: **browsing** (navigare generico) e **searching** (cercare qualcosa di specifico).

*Novità, Ambienti, Idee* intercettano il browsing, la ricerca esplorativa tipica di chi non ha le idee chiare o vuole fare un giro; *Prodotti, Ristorante e bottega* intercettano il searching, la ricerca mirata tipica di chi ha già le idee chiare e vuole andare dritto all'obiettivo. Un minimo di incoerenza resta comunque, con le sezioni *Novità* e *Ristorante e bottega*. Si tratta tuttavia di un'incoerenza trascurabile, perché funzionale agli obiettivi: vedere i nuovi prodotti (*Novità*), dare enfasi a una categoria popolare o rispondente a esigenze specifiche (*Ristorante e bottega*).



CERCA UN PRODOTTO O UN SERVIZIO



NOVITÀ

PRODOTTI ▾

AMBIENTI ▾

IDEE

RISTORANTE E BOTTEGA

DOVE SIAMO

Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il redesign del 2019

In termini di classificazione, la versione del 2019 non presenta novità rispetto a quella del 2017. Assistiamo invece a una riorganizzazione del menu principale:



La riorganizzazione introduce nuove voci, e le ordina in modo da mantenere vicine quelle affini, cioè quelle che rispondono alla medesima logica:

- *Prodotti, Ambienti* = faccette, criteri di accesso principali
- *Offerte, Novità* = esigenze specifiche
- *Dormire bene* = categoria del momento, una sorta di “menu di stagione”.

Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il redesign del 2020

Il menu di Ikea subisce una drastica semplificazione.



Lo schema di classificazione resta ancora quello a faccette, ma il menu principale viene ridotto a sole tre voci:

- Prodotti
- Ambienti
- Ispirazione.

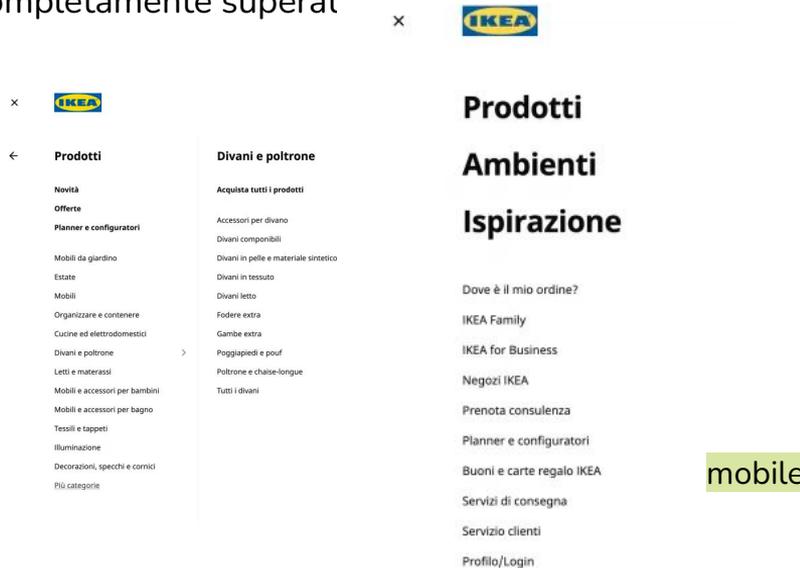
Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Il redesign del 2020

Il menu di Ikea subisce una drastica semplificazione.

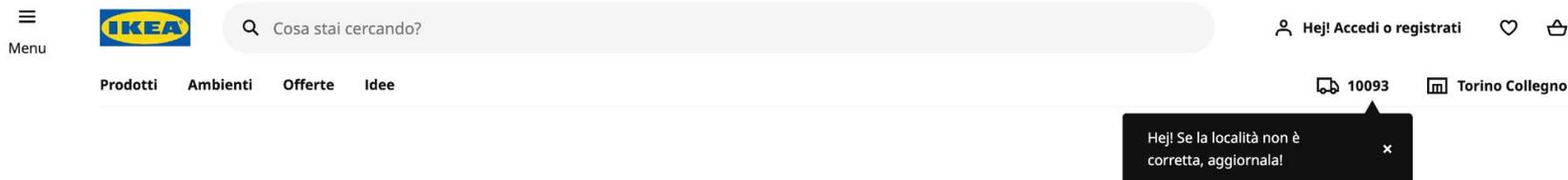
Tutte le altre voci vengono nascoste nel hamburger menu. Il problema dell'incoerenza è completamente superat



Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## Piccole modifiche del 2023



## Benvenuto in IKEA

### La crisi del modello del labirinto

L'evoluzione che abbiamo visto nel web sembra accompagnare (o anticipare) una parallela evoluzione del layout del punto vendita. L'omnicanalità ha modificato il comportamento d'acquisto: il negozio con percorsi obbligati, la netta separazione fra area espositiva e magazzino e quella fra online e offline non funzionano più.

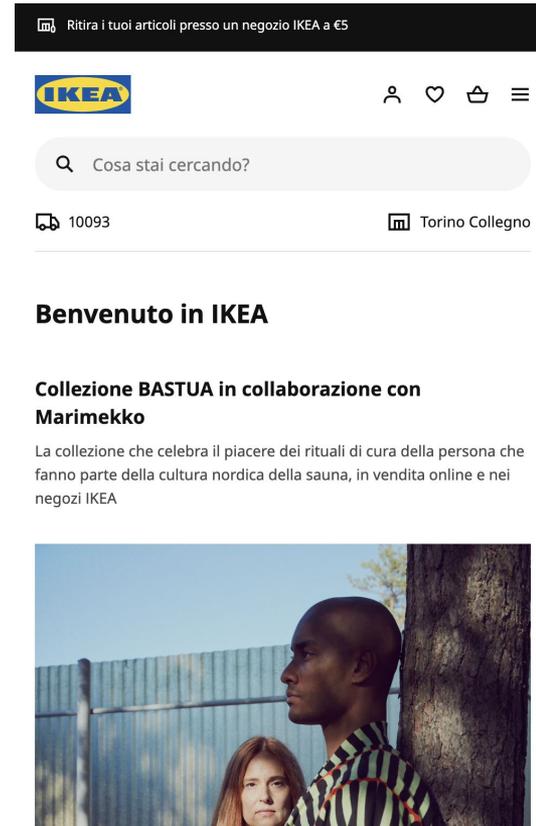
*“A essere entrato in crisi è proprio il modello di business del labirinto con una sola uscita, del carrello pieno spinto per centinaia di metri, del magazzino nel quale ritirare la merce da caricare in auto e scaricare a casa” (Vittorio Sabadin, [Gran Bretagna, Ikea chiude a Coventry: in crisi il modello del labirinto con una sola uscita](#)).*

Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

## In conclusione

Fino al 2016 il sito Ikea ha adottato un'organizzazione per ambienti della casa: classificazione di tipo tassonomico. Nel 2017 all'organizzazione per ambienti si affianca quella per tipo di prodotto: classificazione a faccette. La scelta risolve il problema dell'incoerenza e rende più flessibile la navigazione (browsing + searching). Nel 2020 si mantiene il modello di classificazione a faccette, ma avviene una drastica semplificazione del menu principale, ridotto a sole tre voci: *Prodotti*, *Ambienti*, *Ispirazione*. Diventate Idee nel 2022 con hamburger menù a fianco per il browsing



Progettazione di interfacce - UX

# Redesign IKEA architettura dell'informazione

FINE

