

Case Study Auto Kurti Srl

Progettazione e sviluppo di una piattaforma digitale per la vendita di auto nuove e usate — dal concept Figma al gestionale su misura.

CLIENTE

Auto Kurti Srl

SETTORE

Automotive retail

OUTPUT

Sito + gestionale

URL

autokurti.it

STACK

**WordPress + plugin
custom**

ANNO

2025–2026

Trasformare il parco auto in un'esperienza digitale credibile

Auto Kurti opera a **Ponte a Egola (PI)** con un catalogo di veicoli nuovi e usati. L'obiettivo del progetto non era solo "avere un sito", ma costruire uno **strumento commerciale** che supporti la ricerca guidata, valorizzi ogni annuncio e semplifichi la gestione quotidiana del team.

Obiettivo primario: far trovare l'auto giusta in pochi passaggi, da mobile e desktop, con filtri intelligenti e schede chiare.

Obiettivo secondario: dare al concessionario un back-office front-end dedicato (lista annunci + builder) senza passare da wp-admin.

Cosa non volevamo

- Un tema WordPress generico con widget, sidebar e crediti visibili
- Form di contatto che si perde o finisce nella casella sbagliata
- Schede auto confuse, con troppi colori o gerarchie visive incoerenti
- Un'esperienza mobile che "si rompe" con gallerie lunghe o overflow orizzontale

Metriche di successo (qualitative)

3

click medi home → auto interessante

0

dipendenze da wp-admin per il team

100%

coerenza visiva Figma → produzione

Ricerca sintetica sul campo

Il research è stato condotto con interviste informali al titolare, osservazione delle richieste ricorrenti in showroom e analisi dei competitor locali. Non è stato un progetto accademico, ma un **design research operativo** orientato alle decisioni.

Insight 1 — Mobile first, decisione lenta

La maggior parte degli utenti scopre l'annuncio da smartphone, ma confronta prezzi e optional più volte prima di chiamare. Serve una scheda leggibile e filtri che non frustrino.

Insight 2 — Fiducia visiva

In automotive, l'aspetto "premium scuro" comunica cura del dettaglio. Rosso su nero richiama sportività senza sembrare discount.

Insight 3 — Gestione foto da telefono

Il team scatta in HEIC/iPhone. Il builder deve accettare formati reali, non solo JPG da desktop.

Insight 4 — Contatto diretto

Gli utenti vogliono WhatsApp/telefono/email visibili e un form che porti davvero alla casella del venditore.

Jobs To Be Done

Quando...	Voglio...	Per...
Ho un budget e un modello in mente	filtrare rapidamente il parco	non perdere tempo su auto fuori target
Trovo un'auto interessante	vedere foto e specifiche chiare	decidere se prenotare una visita
Arriva un nuovo veicolo	pubblicarlo in autonomia	non dipendere da un tecnico

Due profili guida per le decisioni



Marco Bianchi — 29 anni, neopatentato

Contesto: Cerca la prima auto entro €12.000, usa quasi solo lo smartphone. Teme costi nascosti e vuole capire subito se un'auto è adatta ai neopatentati.

Mobile

Budget-conscious

Filtro neopatentati

Confronto rapido

Frase tipica: «Voglio vedere solo quelle che posso guidare, con prezzo e km chiari.»



Laura Kurti — 42 anni, operatrice concessionaria

Contesto: Gestisce annunci, foto e prezzi. Non è sviluppatrice: ha bisogno di un pannello semplice, coerente col sito, con upload da telefono e modifica veloce.

Desktop

Builder annunci

HEIC upload

Lista articoli

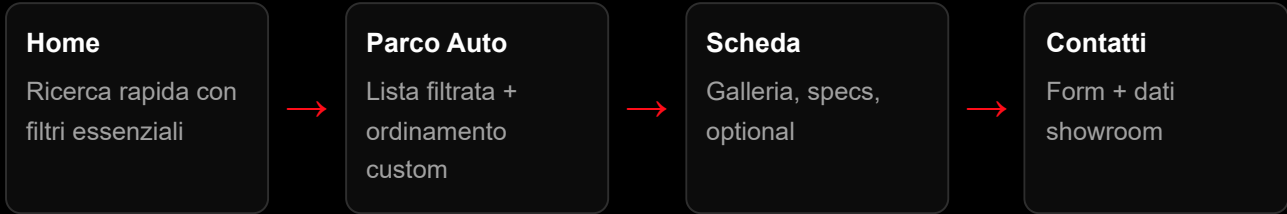
Frase tipica: «Carico le foto, compilo i campi e pubblico — senza entrare in WordPress.»

Implicazioni di design

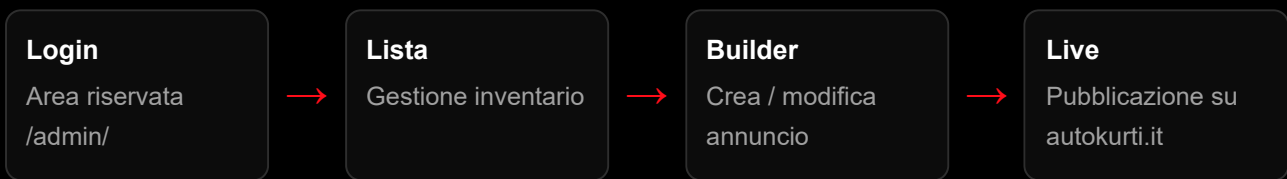
- **Marco** → filtri dipendenti, badge NEOPATENTATI, card verticali leggibili, fix overflow galleria mobile
- **Laura** → area riservata, builder ACF-driven, anteprime immagini, validazione campi inline

Flussi principali

Flusso acquirente



Flusso operatore



Mappe pagine

Pagina	Ruolo	Note
Home	Acquisizione + ricerca	Hero, barra filtri, auto in evidenza, servizi
Trova Auto	Conversione browsing	Filtri a tendina, paginazione, sort custom
Singola auto	Valutazione profonda	Highlight criteri di ricerca attivi
Contattaci	Lead	Form AJAX + mappa + orari
Area admin	Operations	Noindex, stile allineato al brand

PLACEHOLDER — MAPPA SITO



Inserire screenshot sitemap / wireframe navigazione

Design system automotive dark

Il linguaggio visivo deriva dai mockup Figma: **nero assoluto** come canvas, **rosso #FF0D19** come accento energetico, bianco per gerarchia e leggibilità. Il logo mantiene «KURTI» in rosso come anchor identitario.

Token	Valore	Uso
Background	#000000	Body, hero, sezioni principali
Surface / schede	#141414 → #0C0C0C desktop	Card, pannelli, form (+40% nero su desktop)
Accent	#FF0D19	CTA, badge, icone attive, logo KURTI
Testo evidenziato	#FFFFFF	Titoli, match ricerca, prezzi
Testo secondario	rgba(255,255,255,0.52)	Specifiche non in match

Tipografia

- **Bebas Neue** — header, footer, display ad alta presenza
- **Rajdhani** — UI, bottoni, schede tecniche, form
- Scala fluida mobile con `clamp()` e token `--akhp-ui-scale`

Iterazioni stilistiche dal feedback reale

- Testi rossi convertiti in **bianco** (rosso riservato ad accenti e logo)
- Badge **NEOPATENTATI** con fill rosso pieno per scansione immediata
- Menu «Ordina per» custom (#414141, bordo bianco, hover rosso) — non select nativo
- Desktop: header/footer neri puri, padding laterale 200px, zoom -10%

PLACEHOLDER — UI KIT



Inserire screenshot palette, bottoni, card, tipografia

Motore di ricerca a facet dinamici

La ricerca non è un semplice form statico: ogni select viene **ricalcolata in base agli altri filtri attivi**. Se l'utente sceglie Mercedes, il modello mostra solo modelli presenti in inventario compatibili; idem per categoria, alimentazione, cambio, range prezzo/km/anno.

Perché GET e non SPA

URL condivisibili, indicizzabili e bookmarkabili. I facet usano AJAX leggero; il submit porta a `/parco-auto/?marca=...`

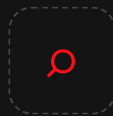
ACF come single source of truth

Campi «Dati Auto» alimentano form pubblico, builder admin e schede — zero duplicazione schema.

Comportamenti chiave

- Aggiornamento opzioni con debounce 250ms (marca immediata)
- Toggle neopatentati visibile solo se esistono auto compatibili nel subset
- Se zero risultati → messaggio + sezione «**Qualcosa di diverso...**» con scoring similarità
- Parametri ricerca persistono da lista → scheda → evidenziazione `is-search-match`

PLACEHOLDER — FILTRI DINAMICI



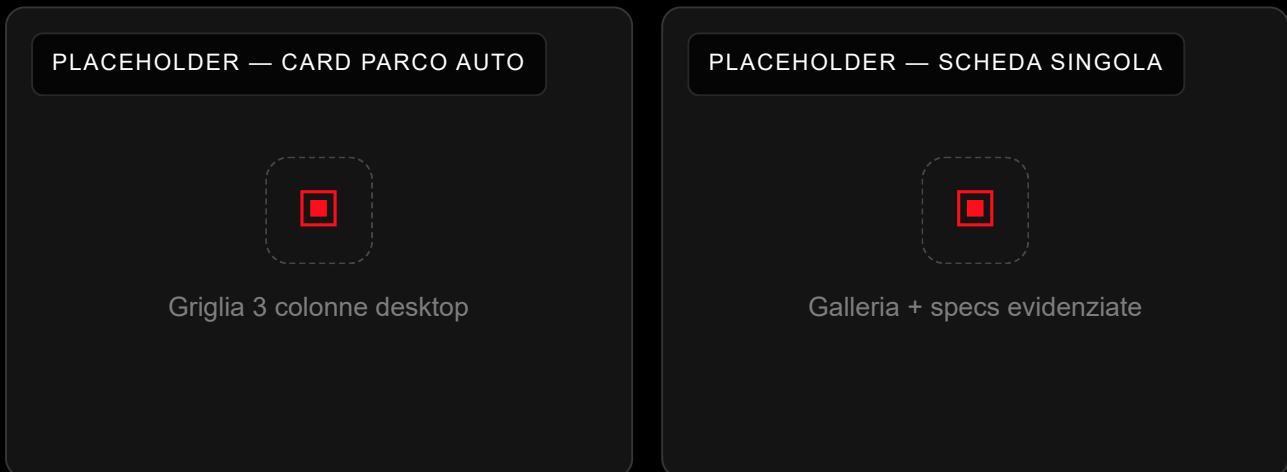
Screenshot: Parco Auto con marca selezionata e modello che si aggiorna
autokurti.it/parco-auto/

Card e scheda auto

Le card del parco auto usano un **layout verticale unificato** (mobile e desktop): immagine, titolo, griglia specs a 2 colonne fisse (4+4 attributi), prezzo e CTA. Su desktop, griglia a 3 card per riga.

Colonna sinistra	Colonna destra
Marca, Modello, Categoria, Anno	Km, Alimentazione, Cambio, Prezzo

Nella scheda singola, la galleria supporta molte foto con **scroll orizzontale contenuto** (fix overflow mobile: niente banda bianca laterale). Le specifiche in match con la ricerca dell'utente sono in **bianco grassetto**; le altre in grigio soft per ridurre rumore visivo.



CTA e contatto

Ogni scheda termina con invito al contatto. Il form «Contattaci» invia a **Autokurti723@gmail.com** con backup lead in pannello. Orari e indirizzo allineati a Google Business Profile.

Back-office senza WordPress

Invece di costringere il team a wp-admin, abbiamo costruito un'area riservata front-end con lo stesso design language del sito pubblico.

Modulo	Funzione
Login /admin/	Accesso con rate limiting; whitelist email + admin WP
Lista articoli	Tabella inventario, filtri, eliminazione AJAX, card su mobile
Builder annunci	Form completo, galleria drag, upload HEIC→JPEG, salvataggio AJAX
Gestione admin	Aggiunta/rimozione utenti autorizzati

Decisioni tecniche

- Immagini ottimizzate (max 1920px, WebP/JPEG) per performance
- Supporto HEIC da iPhone con conversione server-side
- Pagine admin noindex — SEO concentrata sul catalogo pubblico
- Bundle CSS/JS su disco con cache invalidation al salvataggio

PLACEHOLDER — BUILDER ANNUNCI



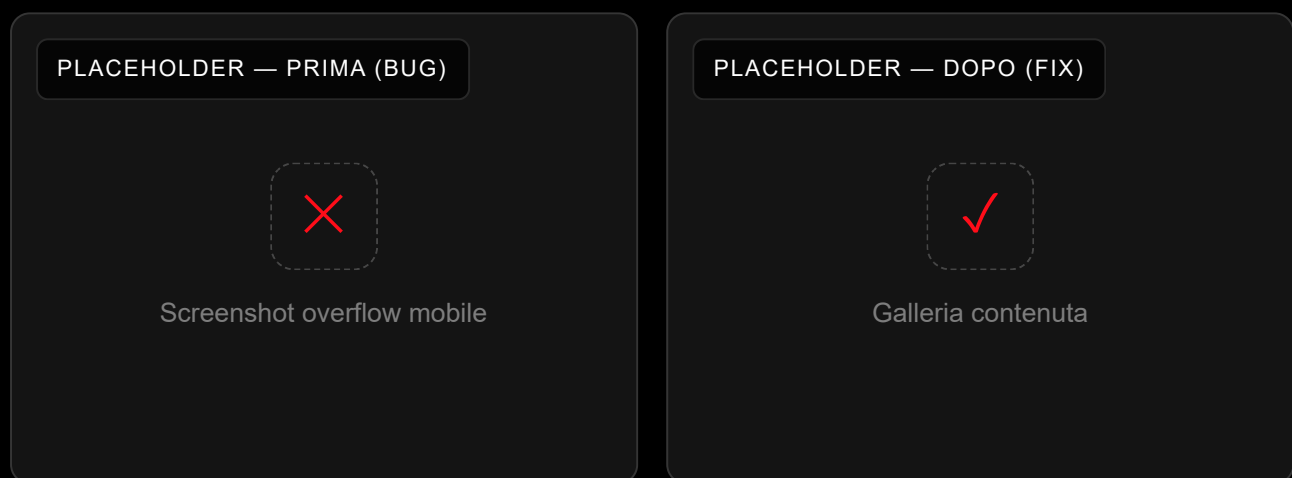
Screenshot: /builder-annunci/ con galleria e campi ACF
+ Lista articoli su desktop e mobile

Mobile-first, testato sul campo

Il sistema responsive usa token fluidi condivisi (`ak-responsive.css`) invece di breakpoint sparsi. Priorità: touch target $\geq 44\text{px}$, safe-area iOS, menu drawer full-screen, tabelle admin che diventano card.

Bug critico risolto — overflow galleria mobile

Con 10+ foto, la riga thumbnail allargava l'intera pagina (banda bianca a destra). **Causa:** griglia CSS `1fr` senza `minmax(0, 1fr)`. **Fix:** contenimento scroll, token `min-width`, `clip overflow` — libertà di scroll per l'utente senza rompere il layout.



SEO & discoverability

- Titolo sito: **Auto Kurti Srl**
- Meta description con indirizzo e orari
- Favicon custom servito da root + plugin
- Google Search Console verificato

Design iterativo con feedback continuo

Il progetto è cresciuto per rilasci incrementali (v1.10.x), ognuno con deploy FTP e flush cache OVH. Questo ha permesso di validare in produzione senza bloccare l'operatività del concessionario.

FASE 1 — FOUNDATION

Header/footer Figma, rimozione tema WP, permalink, pagine core (home, parco, contatti, singola auto).

FASE 2 — RICERCA & DATI

Facet ACF, form condiviso, highlight match, sezione «Qualcosa di diverso», gestionale lista + builder.

FASE 3 — POLISH UI

Contrasto specs, card layout unificato, menu sort custom, badge neopatentati, icone Figma sync.

FASE 4 — ROBUSTEZZA

Fix mobile overflow, HEIC upload, admin responsive, email form, SEO/favicon, tuning desktop (zoom, padding, nero).

Principi di lavoro

- **Minimo diff utile** — ogni iterazione risolve un problema reale segnalato
- **Plugin come UI layer** — niente dipendenza da tema fragile
- **Coerenza Figma** → **codice** — token e componenti riusabili

Un sito che vende auto e ne gestisce il catalogo

Auto Kurti Srl oggi ha una presenza digitale che riflette il posizionamento dello showroom: **curata, sportiva, affidabile**. L'utente trova l'auto con filtri intelligenti; il team pubblica annunci in autonomia; il brand resta coerente su ogni touchpoint.

Risultati

- Esperienza unificata mobile/desktop
- Ricerca facet-driven dal catalogo reale
- Gestionale su misura integrato
- Performance: bundle asset, cache, immagini ottimizzate

Prossimi passi (suggeriti)

- Screenshot reali al posto dei placeholder in questo documento
- Analytics eventi su filtri e CTA contatto
- Test A/B hero home e ordine card
- Integrazione WhatsApp click-to-chat in scheda

PLACEHOLDER — HOMEPAGE HERO



autokurti.it — hero + barra ricerca

Auto Kurti Srl — Via Antonio Gramsci 253, 56024 San Miniato PI

Lun–Ven 9:00–13:00 / 15:30–19:00 · autokurti.it