

Roberta Crippa

Netflix Home Project

Visual Design

Indice

04	Proposta: Netflix Home	30	Scenario Stagione 2
06	Soluzioni ed obiettivi	32	Lancio Stagione 2
08	Target	34	Netflix Home 3D
10	Visual identity	38	Sistema Host-to-earn
12	Logo, simbolo e claim	40	Wednesday Room
16	Scenario Stagione 1	42	Squid Game Room
18	Lancio Stagione 1	44	Bridgerton Room
20	Homepage	46	Advertising Offline
24	Contenuto	50	Advertising Online
26	Netflix Home 2D		
28	Profilo	52	Appendice

Proposta

NETFLIX HOME

2023 | Italiano

Per rilanciare la piattaforma di Netflix e rispondere ad alcune delle problematiche ad essa connesse, dando seguito ai cambiamenti già messi in atto dal servizio stesso (design interattivo, community sui social network, partnership con Teleparty per la visione dei contenuti insieme ad altri utenti, proiezione del film 'The Grey Man' nel Metaverso di Decentraland), nasce la proposta 'Netflix Home', suddivisa in due momenti, le stagioni.

Stagione 1: Netflix Home 2D



Prende forma un layout nuovo ed interattivo: Netflix diventa una piattaforma streaming nella quale visionare i contenuti Netflix dalla pagina 'Netflix Home' insieme ai propri amici, comunicando con loro, scambiandosi interazioni e commenti nella chat durante la visione, oppure raccomandando e lasciando recensioni nella pagina del contenuto.

Stagione 2: Netflix Home 3D



Netflix entra nel Metaverso di Decentraland. La 'Netflix Home', la casa virtuale del brand, sarà un'estensione 3D della socialità nata all'interno della piattaforma 2D: qui si potranno vedere i film insieme ai propri amici in stanze completamente personalizzabili dagli utenti stessi. L'esperienza sarà gameficata ed interattiva.

Soluzioni

LE SOLUZIONI AL PROBLEMA

In risposta alle problematiche emerse nel corso dell'analisi del brand, il progetto Netflix Home si propone di trovare soluzioni pratiche e semplici per poter ovviare al problema, ad esempio, della condivisione dell'account. Creando un profilo 'social' all'interno della nuova piattaforma interattiva del brand, ogni utente avrà un unico abbonamento, il proprio, con il quale gestire il profilo. Il problema della condivisione abusiva svanisce quindi grazie al valore che ha il nuovo profilo Netflix. Riguardo all'affermazione delle piattaforme

concorrenti e alla scarsa personalizzazione dell'esperienza di visione, il progetto si propone di creare momenti di condivisione e di divertimento all'interno della piattaforma. L'utente diventa più indipendente grazie alla possibilità di personalizzare la piattaforma e di organizzare i contenuti. Inoltre, Netflix torna ad essere il pioniere dei servizi streaming interagendo con una nuova tecnologia, il Metaverso.

01. Rispondere alle problematiche emerse dall'analisi del brand e dal sondaggio di opinione, proponendo soluzioni possibili che possano anche durare nel tempo.

02. Rendere la piattaforma di Netflix più social ed interattiva rispetto a quanto lo sia oggi. La condivisione e la socialità sono alla base del progetto 'Netflix Home'.

03. Collegare la piattaforma Netflix al nuovo mondo del Metaverso, creando qualcosa che rispecchi i valori del brand, quali la condivisione, la convivialità, il racconto di una storia ed il divertimento.

Obiettivi

re-design piattaforma

Il nuovo layout della piattaforma è indirizzato al target di mercato del brand, ovvero a tutti gli utenti iscritti alla piattaforma.

casa nel Metaverso

Il pubblico dei Millennials, della Gen Z e dei ragazzi appassionati dei videogiochi è il primo ad avvicinarsi al mondo del Metaverso, complice il fatto che alcuni già dispongono dei dispositivi tecnologici necessari per vivere l'esperienza, quali visori VR, guanti o indumenti appositi, e che conoscono bene la tecnologia ed il mondo del gaming.

A chi si indirizza il progetto?

Target



Figura 01

Visual identity

color palette

I colori che vengono utilizzati per il progetto 'Netflix Home' sono i classici colori del brand.

NETFLIX WHITE

RGB 245 245
241
CMYK 2 1 3 0

NETFLIX DARK RED

RGB 178 7 16
CMYK 18 100
100 10

NETFLIX GREY

RGB 34 31 31
CMYK 68 66 64
66

NETFLIX RED

RGB 229 9 20
CMYK 0 96 93 2

icone

I simboli e le icone ideati per il progetto sono soprattutto quelli 'social', come l'icona del 'like', l'icona del profilo o le icone dei messaggi e delle notifiche.

social



classici



tipografia

Il font scelto è lo stesso font che Netflix è solito usare, 'Netflix Sans' in light, regular, **medium** e **bold**.

Aa Netflix Sans
Light
Regular
Medium
Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Logo, simbolo e claim

logo

Il logo ideato per questo progetto non sostituisce il logo di Netflix, ma diventa un'estensione di quello esistente.

simbolo

Il simbolo del nuovo logo del progetto rimane la 'N' rappresentativa di Netflix, nei due colori Netflix Red e Netflix Dark Red.



'YOUR MOVIE NIGHT'

project claim

Il claim del progetto compare al di sotto del simbolo e del logo e descrive perfettamente ciò che rappresenta il progetto 'Netflix Home': la propria serata film - o serie tv - organizzata all'interno della piattaforma e della casa Netflix nel Metaverso, la 'HOME'.

La parola 'YOUR' è evidenziata rispetto al resto della frase per sottolineare la totale personalizzazione da parte dell'utente della serata che Netflix offre.

Scenario

Stagione 1

L'ATTUALE DESIGN DI NETFLIX

Dal sondaggio di opinione condotto per questo progetto sono emersi alcuni difetti della piattaforma web come, ad esempio, la scarsa organizzazione in categorie: troppe ed organizzate da Netflix senza una chiara logica. Non vi è inoltre la presenza di filtri che aiutino l'utente in una ricerca più mirata, e ciò genera disagio tra gli utenti, in quanto il tempo impiegato per cercare e trovare un contenuto da guardare risulta eccessivamente lungo.

Inoltre, la piattaforma non offre l'opzione di personalizzare la propria esperienza di visione, o la possibilità di socializzare tra gli utenti che possiedono l'abbonamento: l'unico rapporto esistente è tra il fruitore e l'azienda, tramite il 'mi piace', 'mi piace molto', 'non mi piace' e le raccomandazioni da parte del brand. L'utente infatti non ha modo di gestire la propria esperienza organizzando la lista dei contenuti o la homepage.

Quale potrebbe essere la soluzione?

Come potrebbe Netflix stare al passo con i bisogni, sempre più personalizzati, dei propri utenti per rendere l'esperienza di visione ancora più interessante?

Lancio Stagione 1

Il re-design della piattaforma

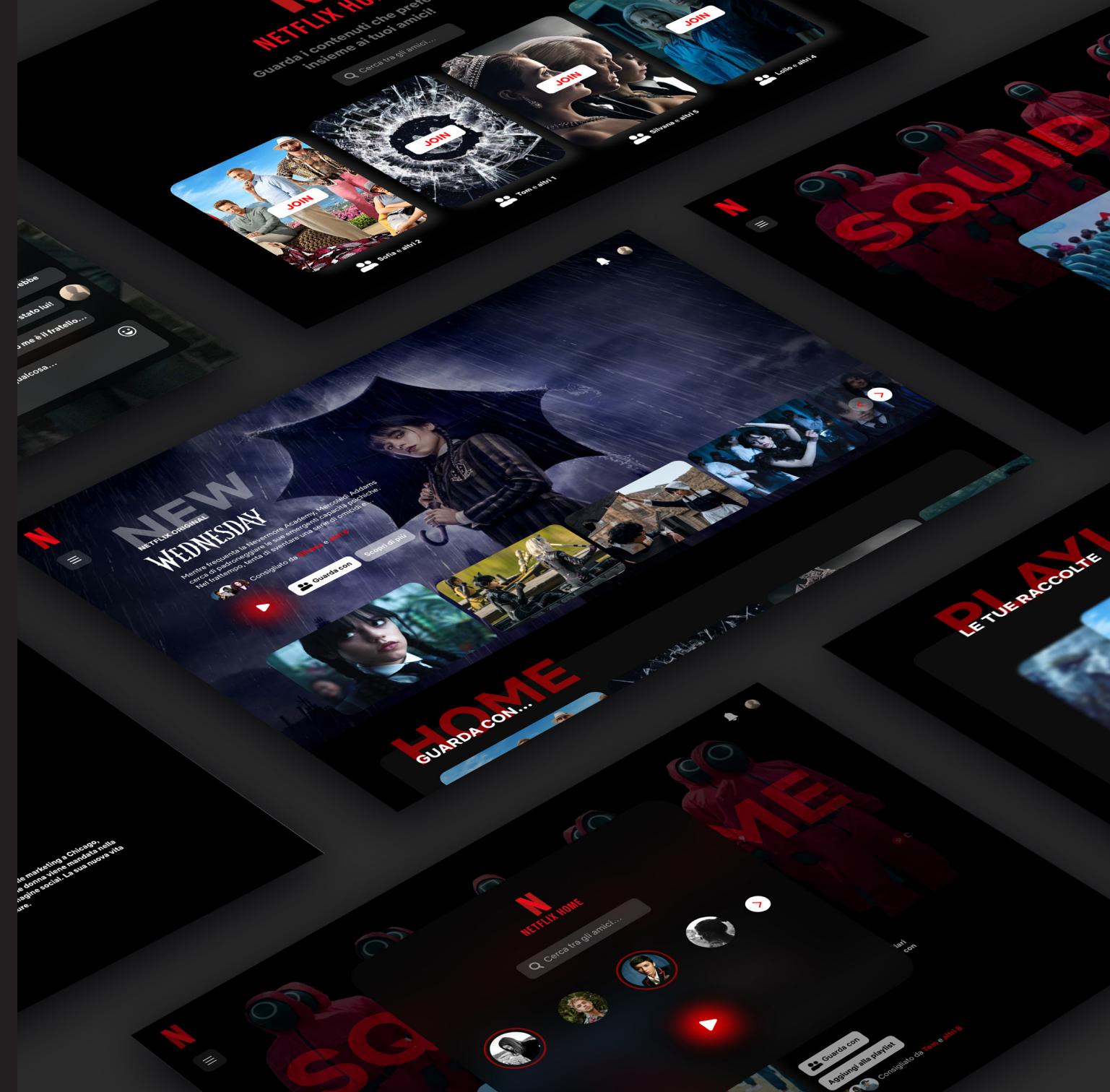
Il nuovo layout della piattaforma Netflix si propone di fornire più organizzazione e più personalizzazione ai propri utenti: potranno, ad esempio, cercare e scegliere le categorie dei film e delle serie tv che gli interessano maggiormente tramite i filtri posti nella home page e nella pagina 'cerca'. Un'iconografia più chiara, che mantiene la stessa visual identity del brand ma propone un layout più semplice, intuitivo e moderno.

Nasce inoltre la parte più social del progetto: gli utenti, tramite il loro abbonamento, potranno creare un proprio profilo nel quale salvare, in 'playlist' organizzate, i contenuti preferiti, già visti, oppure suddividerli in categorie ancora più personali, come 'weekend' e 'love'.

Con il profilo potranno seguire e farsi seguire dagli amici, condividendo in chat o nella scheda dei contenuti recensioni, punteggi e reazioni.

Non è tutto: nella pagina 'Netflix Home' l'utente potrà prendere parte alla visione di tutti i contenuti insieme ai propri amici. Una chat presente all'interno della schermata di riproduzione permetterà loro di contattarsi e scambiare commenti riguardanti il film.

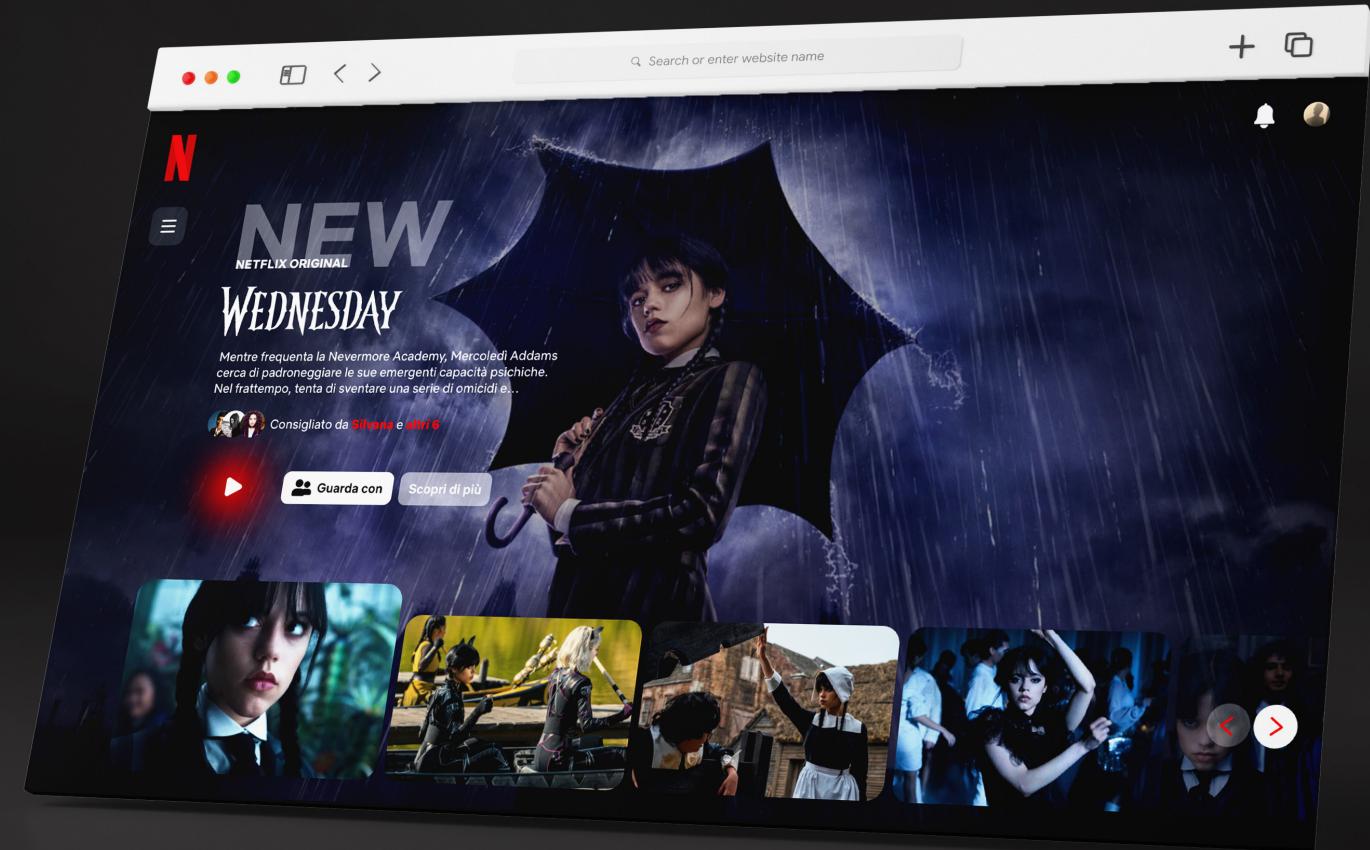
Netflix tuttavia non perderà il rapporto con gli utenti: tramite le recensioni, i commenti ed i voti lasciati dagli utenti sulle schede dei film, il brand avrà comunque la possibilità di analizzare i dati degli utilizzatori e le loro preferenze.



Homepage

Pagina principale di Netflix

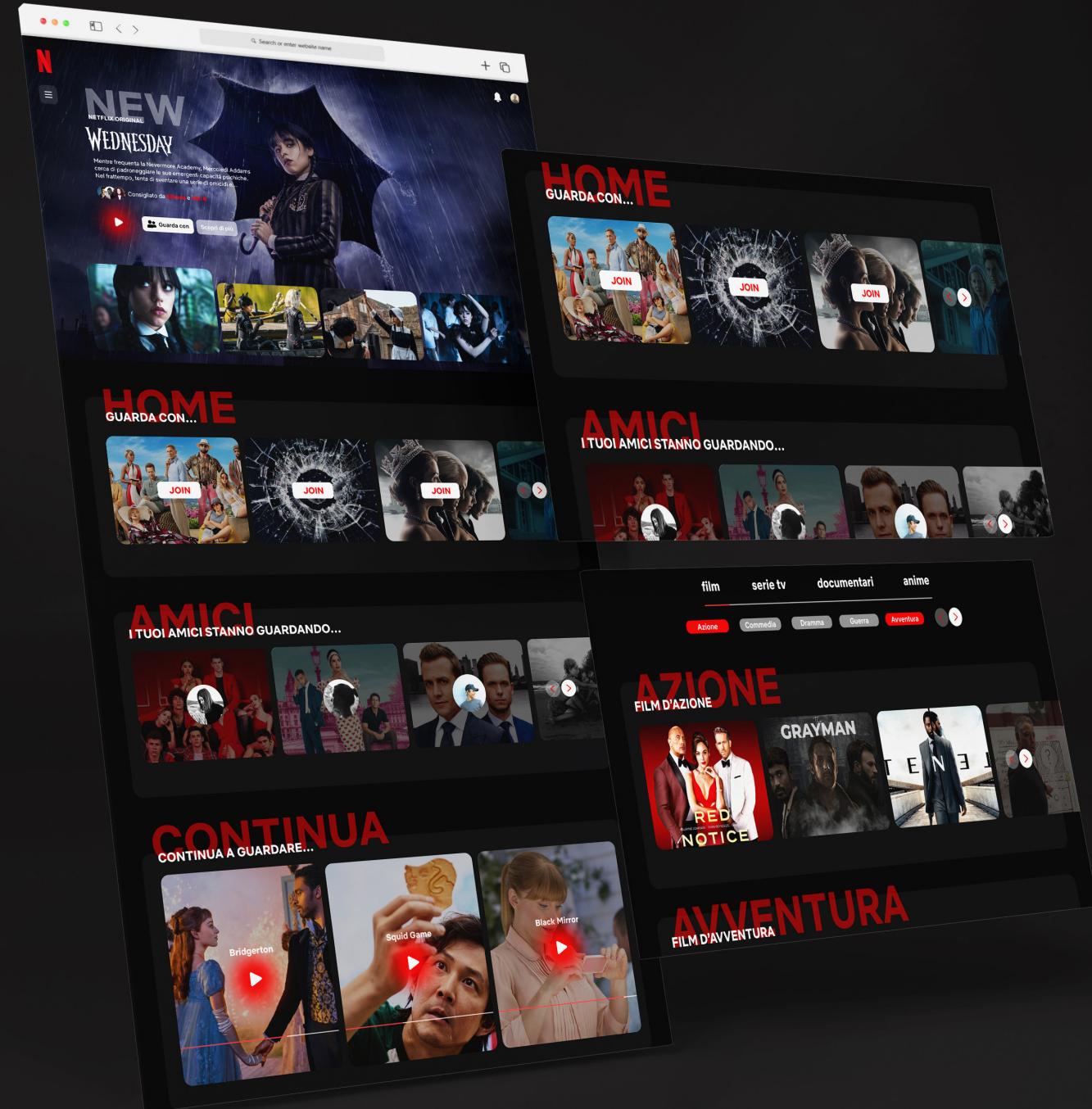
La home page del sito propone un menu ad 'hamburger' sotto il logo, che racchiude tutte le pagine presenti nel sito per evitare che intralcino la schermata principale. A destra sono presenti l'icona del profilo dell'utente e quella delle notifiche. Il primo contenuto che compare è l'ultima novità su Netflix. Il tasto 'play' risulta più evidente, per indurre l'utente a guardare subito il contenuto. Nascono due tasti importanti: la dicitura 'Consigliato da...', seguita dai vari amici che consigliano il contenuto, ed il tasto 'Guarda con', che permette la visione del contenuto in contemporanea con i propri amici.



Homepage

Pagina principale di Netflix

La homepage continua con la suddivisione nelle categorie più importanti impostate da Netflix: la categoria 'Home', nella quale raggiungere i propri amici nella visione di un contenuto, la categoria 'Amici', nella quale è possibile vedere l'attività degli amici, e la categoria 'Continua', nella quale riprendere la visione dei contenuti non ancora terminati. In seguito, impostando i filtri posti al di sotto, avverrà una ricerca di categorie di contenuti più mirata. Questo aiuterà l'utente ad avere una homepage organizzata secondo i propri gusti e le proprie ricerche.

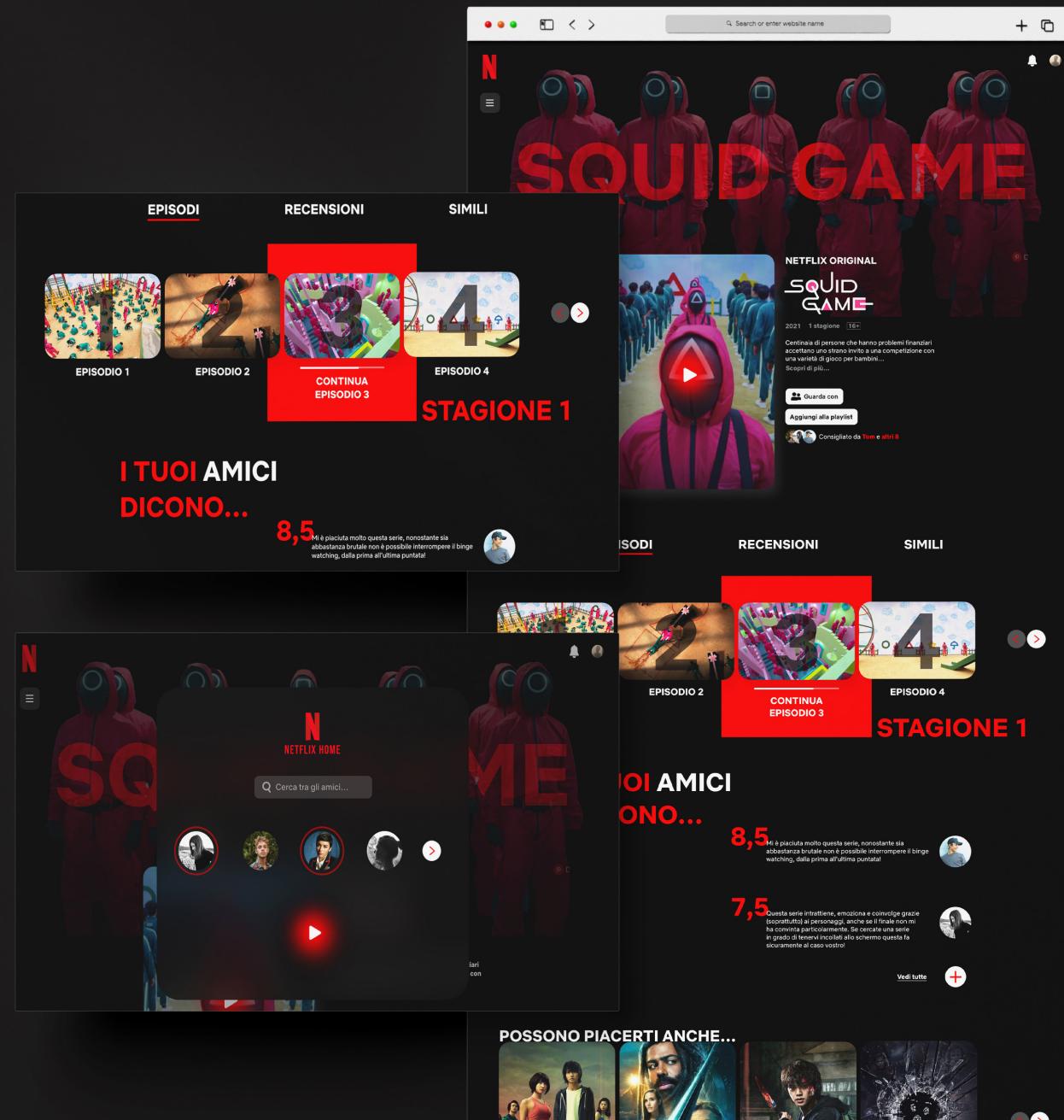


Contenuto

Pagina dei singoli contenuti

La pagina del contenuto subisce molteplici cambiamenti: il contenuto risulta più evidente, accostato ai tasti 'Guarda con' per guardarlo con i propri amici, 'Aggiungi a playlist' per aggiungerlo alla propria libreria, 'Condividi' per poter condividere il link del contenuto su altri social network, e 'Consigliato da' per poter vedere a quali amici è piaciuto. Al di sotto vengono presentati i diversi episodi, più evidenti grazie a numeri e colori, seguiti dalle recensioni e dai voti lasciati, in questo caso, alla serie tv. In basso, i contenuti simili consigliati per genere.

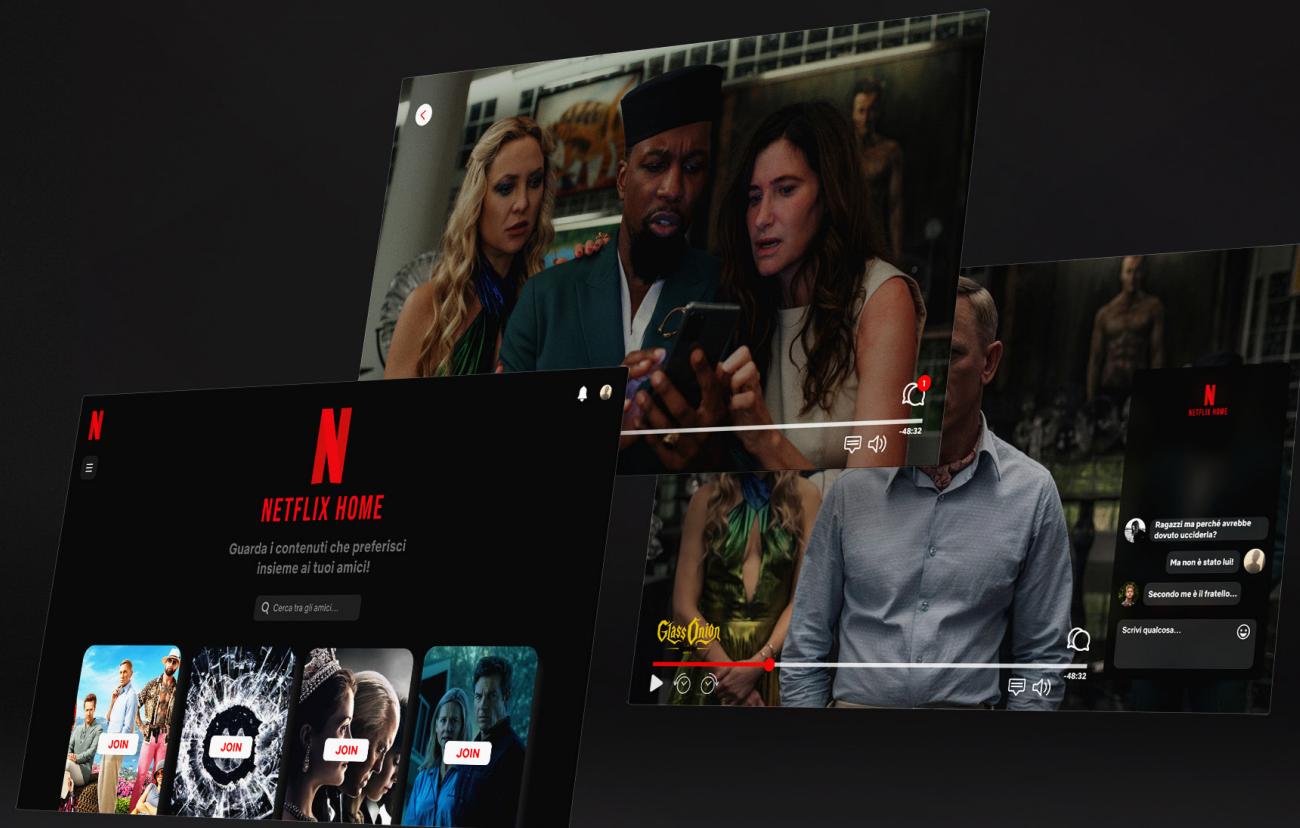
Premendo il tasto 'Guarda con' posto accanto al titolo della serie tv, si apre la schermata di invito 'Netflix Home', nella quale poter scegliere gli amici da invitare per la visione del contenuto.



Netflix Home 2D

Pagina social d'interazione

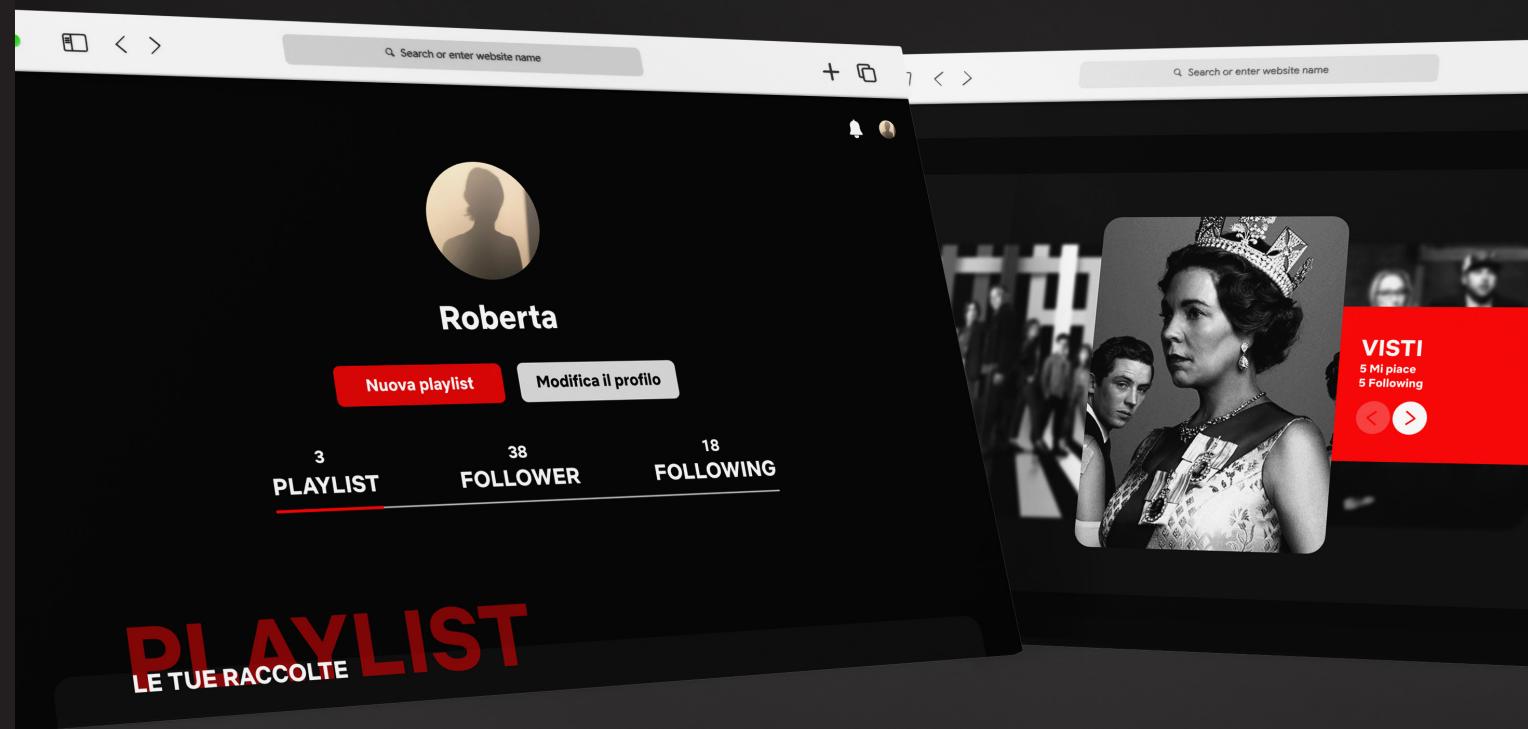
Dalla homepage si può accedere alla pagina 'Netflix Home'. All'interno della pagina più social della piattaforma saranno presenti diversi film, serie tv e documentari da poter guardare con i propri amici. Cliccando su 'JOIN' il film partirà in contemporanea su tutti i dispositivi connessi. Nella schermata di riproduzione del contenuto comparirà l'icona dei messaggi nella quale sarà possibile commentare istantaneamente il contenuto insieme agli amici connessi, condividendo emoji e reazioni.



Profilo

Pagina del proprio profilo

La pagina del profilo social propone le informazioni generali dell'utente ed il numero degli amici e delle 'playlist' che si possiedono. Le 'playlist' sono raccolte personalizzabili che ogni utente può creare a suo piacimento, inserendo i contenuti preferiti. Gli amici possono seguire (e quindi acquisire nella propria libreria) o mettere 'like' alle playlist dell'utente. Ciò permette una maggiore organizzazione dei propri contenuti.



Scenario

Stagione 2

L'INTRATTENIMENTO NEL METAVERSO

Verso la fine del 2021 nasce il progetto del Metaverso, e questo rivoluziona il modo di vedere l'intrattenimento: il Metaverso, infatti, propone un intrattenimento più immersivo, gameficato e personalizzato che mai. Gli utenti vogliono sentirsi parte di una comunità, provare emozioni nel vivere le esperienze condivise con gli amici.

Le ultime generazioni sono cresciute disponendo di connessioni ad internet molto veloci, abituate quindi ad essere sempre connesse tra loro.

Uno dei primi settori già entrati nelle esperienze immersive della realtà virtuale e del Metaverso è quello del gaming. La linea di confine tra gaming e intrattenimento ormai non è più così netta, complice anche la grande diffusione delle interazioni tra gli utenti online accentuata durante la pandemia. I giochi si stanno spostando nel Metaverso, creando entusiasmanti opportunità di esperienze diverse per i propri gamers. Ma come cambierà il mondo delle piattaforme streaming nel Metaverso?

Come unire il mondo dell'intrattenimento a quello del gaming?

Come unire la semplice visione di un contenuto ad un'esperienza più gameficata nel Metaverso?

Lancio Stagione 2

Netflix entra nel Metaverso

Oltre al nuovo layout della piattaforma, la proposta prevede l'entrata di Netflix nel Metaverso di Decentraland, il Metaverso più popolare del momento. Il progetto porta la socialità creatasi all'interno della piattaforma 2D anche nello spazio 3D, tenendo presente l'interesse che il brand ripone nei confronti dei giochi -inseriti da poco nella piattaforma- e del Metaverso -utilizzato da Netflix per la prima visione del film 'The Grey Man'.

La seconda stagione di Netflix Home prevede la nascita di una casa virtuale di Netflix all'interno della quale, con l'ausilio di un visore, è possibile entrare in alcune stanze completamente personalizzabili dagli utenti grazie ad arredo ed oggetti

proposti da Netflix a seconda del film o della serie tv scelti. Le stanze virtuali sono tutte provviste di televisori e casse audio di ultima generazione, che permettono la visione dei contenuti dai divani posizionati all'interno.

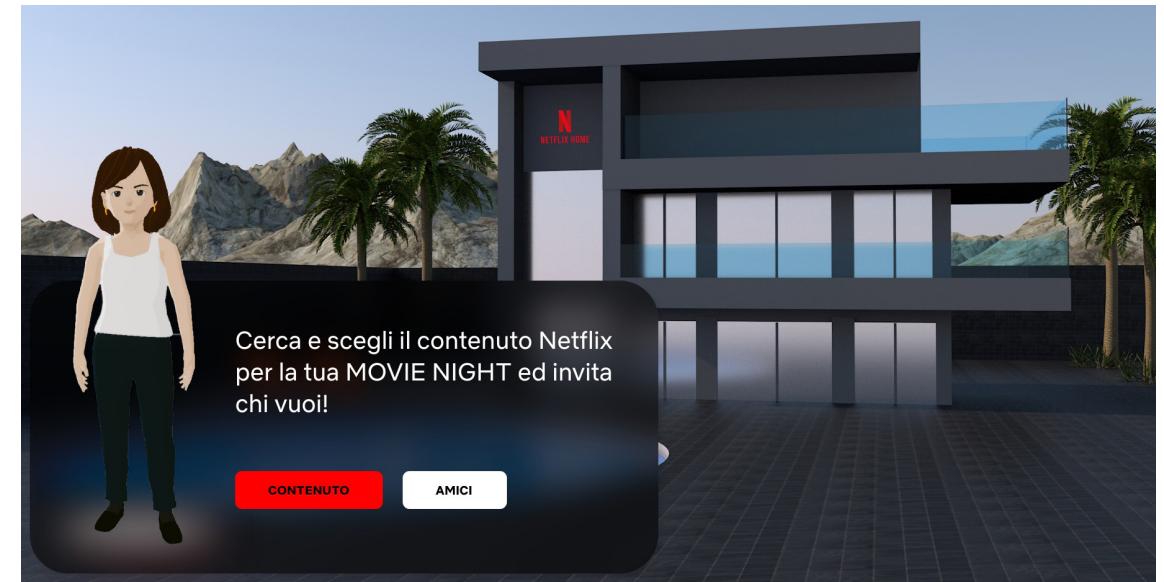
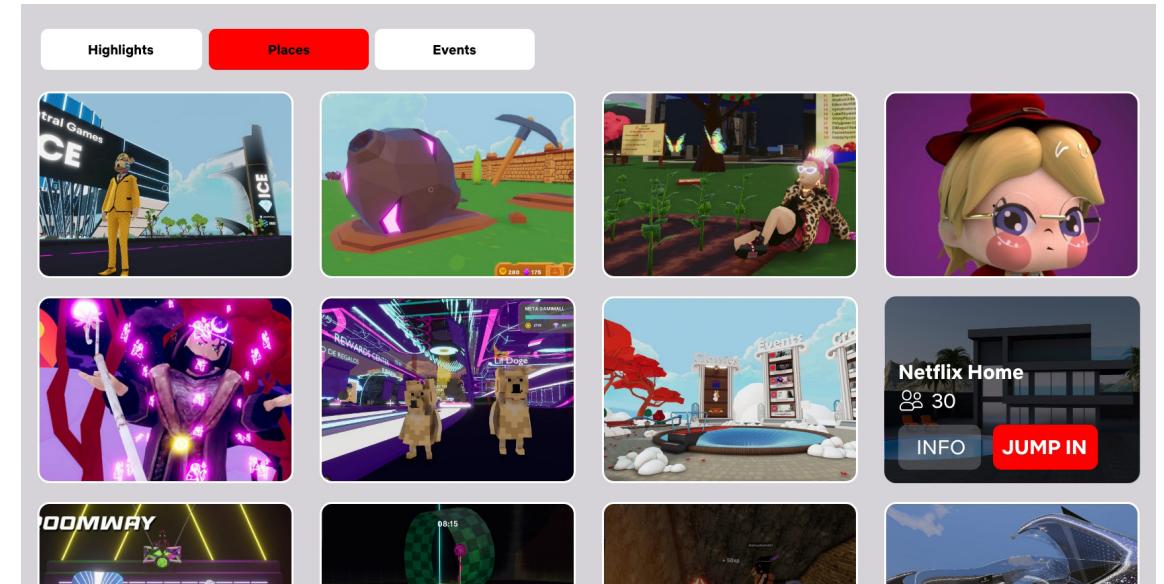
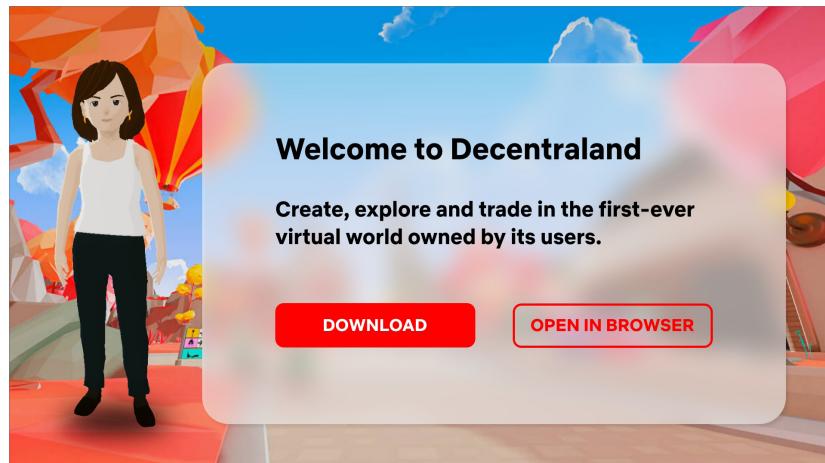
L'esperienza è anche gameficata: l'utente che organizza la serata nella stanza virtuale nel Metaverso viene giudicato come 'host' dagli ospiti che invita, i quali daranno un voto alla personalizzazione della stanza ed alla serata generale. Più serate di organizzano e più monete virtuali si ricevono. Le stesse monete virtuali possono essere in seguito depositate nel proprio portafoglio virtuale oppure essere utilizzate per comprare gli NFT della serie.



Netflix Home 3D

L'arrivo nella Netflix Home

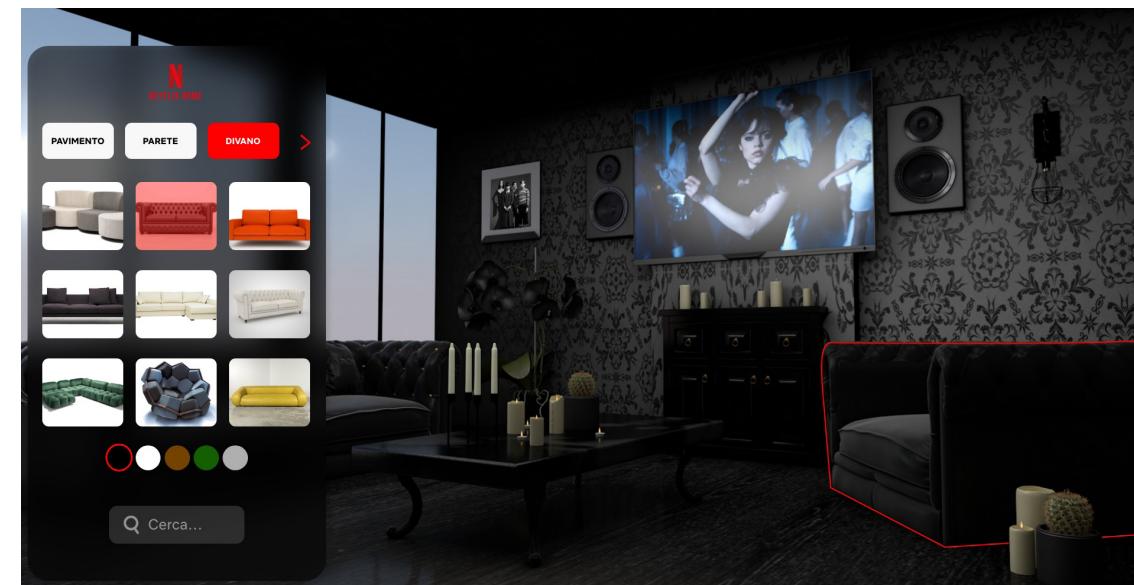
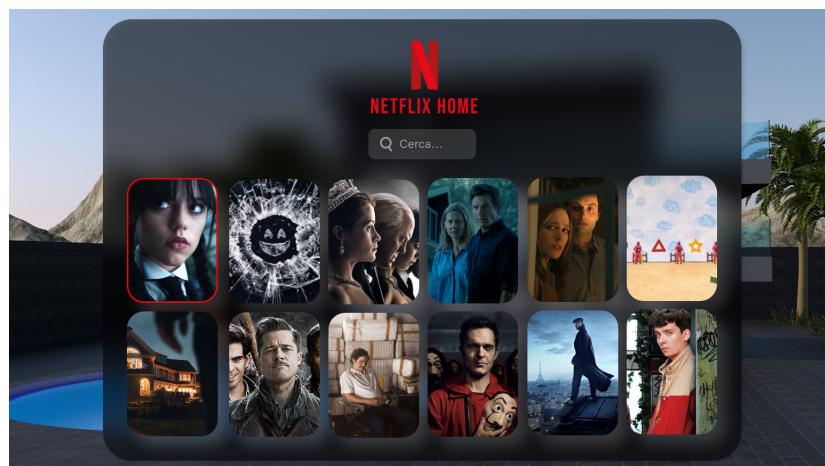
La Netflix Home si trova all'interno del Metaverso di Decentraland. Dopo essersi registrati ed aver scelto e personalizzato il proprio avatar sulla piattaforma del Metaverso, gli utenti possono selezionare la Netflix Home direttamente dalla pagina di ricerca dei luoghi di Decentraland. Una volta arrivati, hanno la possibilità di scegliere il contenuto da vedere e gli amici da invitare alla serata.



Netflix Home 3D

La personalizzazione delle stanze

Una volta scelto il contenuto da vedere e gli amici da invitare, inizia la personalizzazione della stanza. Netflix mette a disposizione diversi mobili ed oggetti d'arredo, come divani, quadri, lampadari, pareti e molto altro, con i quali sperimentare e personalizzare la propria stanza. Oltre al mobilio è possibile ottenere, con le proprie monete virtuali, alcuni NFT riguardanti il contenuto scelto, da poter esporre nella stanza e rivendere ai propri invitati.



Con la nascita della tecnologia della blockchain, degli NFT e delle criptovalute, sono nati i giochi cosiddetti 'play to earn', i quali stanno riscontrando un enorme successo. I giochi 'play-to-earn', in italiano 'gioca per guadagnare', sono particolari videogiochi attraverso i quali gli utenti hanno la possibilità di investire e di guadagnare denaro digitale semplicemente giocando: l'utente può accumulare oggetti o token NFT per poi rivenderli al fine di generare un proprio

reddito. Per giocare ad un gioco play-to-earn è fondamentale l'apertura di un e-wallet, un portafoglio digitale su cui depositare i token NFT o le criptovalute guadagnati all'interno del gioco. Questo sistema è di ispirazione per il progetto, per il quale nasce il termine 'host-to-earn': gli utenti Netflix, ospitando i propri amici nelle stanze virtuali, hanno la possibilità di guadagnare token NFT o denaro digitale per ogni serata offerta, da depositare sul proprio e-wallet.

Sistema

Host- to-earn

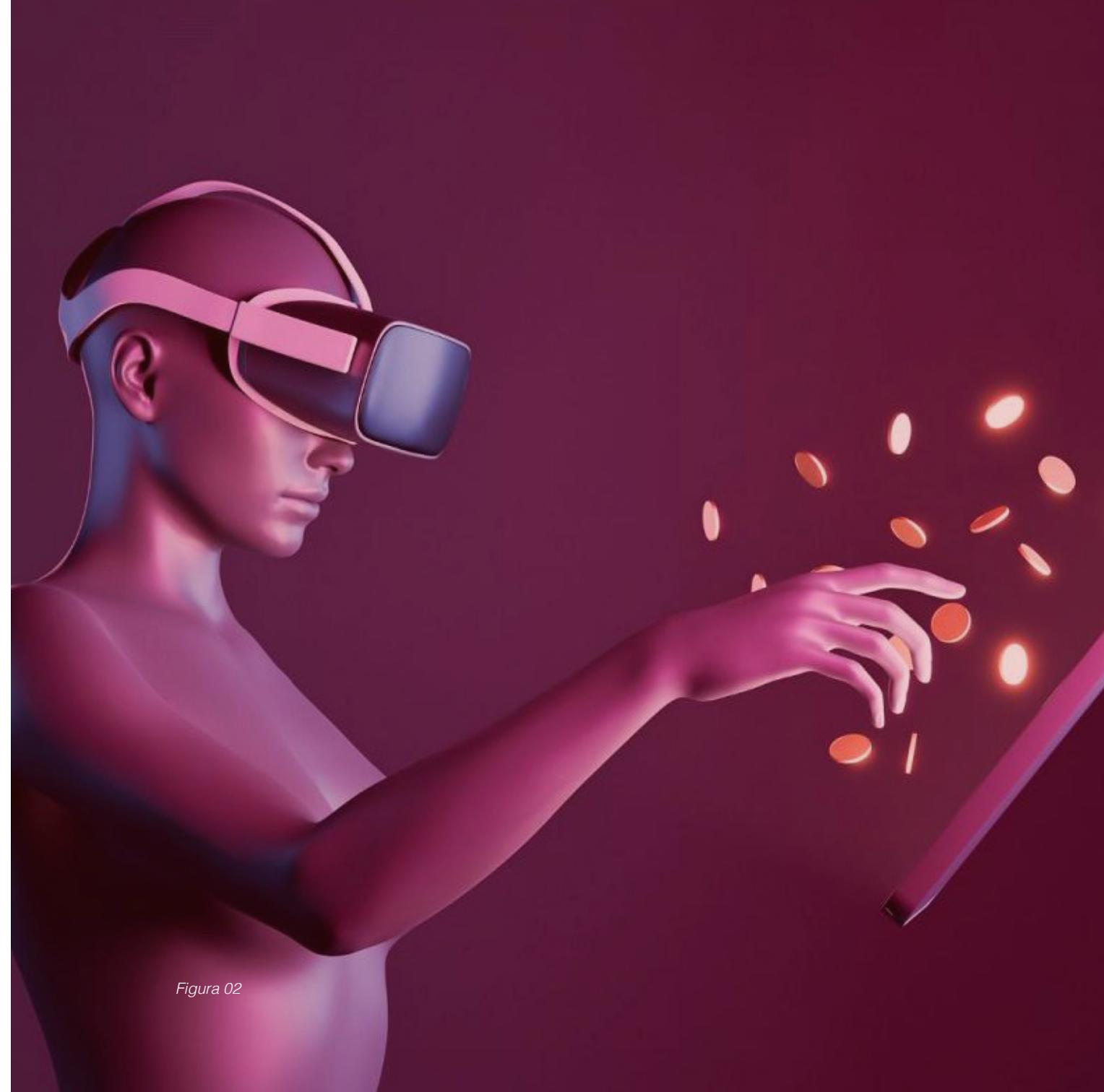


Figura 02

Wednesday Room



Squid Game Room

42



Bridgerton Room



Advertising

Offline

La comunicazione del progetto

La campagna pubblicitaria offline del progetto 'Netflix Home' vuole essere semplice ma d'effetto come tutte le campagne del brand. Poche frasi dirette affiancate da immagini che riportano alla proposta.



NETFLIX HOME
YOUR MOVIE NIGHT

**Pioneers, even in
the Metaverse.**



NETFLIX HOME
YOUR MOVIE NIGHT

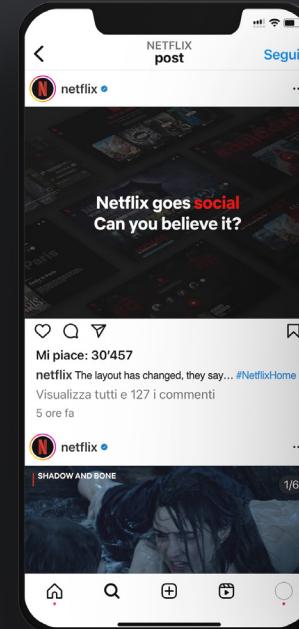
**Pioneers, even in
the Metaverse.**



Advertising Online

La comunicazione del progetto

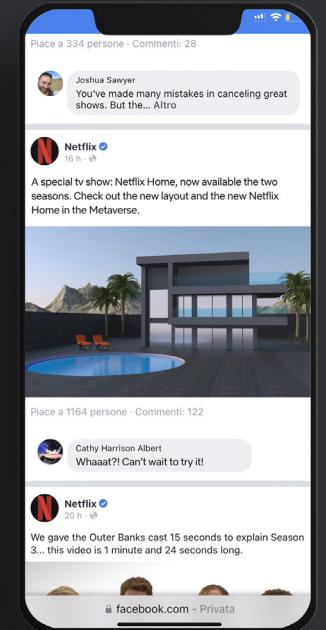
I social network, come visto nell'analisi del marchio, hanno un ruolo fondamentale per la comunicazione di Netflix. Vengono proposti quindi tre diversi linguaggi per le tre diverse applicazioni: diretto e conciso per Facebook, intrigante e misterioso per Instagram, simpatico e sfacciato per Twitter.



Instagram



Twitter



Facebook

Fonti delle figure

Figura 01

fonte: centennialbeauty.com

Figura 02

fonte: scaicomunicazione.com

