

Introduzione allo UX Design



Genesi di questo corso

Dopo un percorso di studio, ho deciso di condividere le mie conoscenze e la mia passione per lo UX Design attraverso questo corso introduttivo.

L'idea è nata dopo aver seguito un corso di approfondimento in ambito UX Research ed aver organizzato i miei appunti tramite slide.

Con questo corso, voglio offrire una panoramica del mondo dello UX Design, delle professioni ad esso correlate e dei principali concetti che ne costituiscono il fondamento.

Sarà un'opportunità unica per comprendere meglio questo affascinante campo e per scoprire le opportunità che offre.

Argomenti del corso

Comprendere i processi dietro la UX Research può aiutarvi a creare un prodotto di successo. Per ottenere ciò, è necessario partire da un'idea e dotarla di un'ottima realizzazione e implementazione.

Queste slide possono fornire una base di conoscenza, sulla quale costruire per diventare un esperto del settore.

UX e UI

Partiamo quindi col primo argomento: cosa si intende per UX e UI.

UX - User Experience

UX è una parola inglese che può essere tradotta come "esperienza utente" e si riferisce all'insieme delle sensazioni, emozioni, attitudini e opinioni che un individuo sperimenta quando utilizza un prodotto, servizio o sistema.

In ambito informatico, il termine UX viene spesso utilizzato per fare riferimento alla progettazione di interfacce utente intuitive, accattivanti e facili da usare, sia in ambito web che mobile. L'obiettivo della progettazione UX è quello di rendere l'utilizzo di un prodotto il più piacevole e soddisfacente possibile per gli utenti, al fine di aumentarne l'adozione e la fidelizzazione.

ChatGPT

UI - User Interface

UI è l'interfaccia tra un'applicazione e l'utente. Utilizza elementi visivi come bottoni, menu a tendina, interfacce grafiche, ecc. La UI consente all'utente di interagire con l'applicazione e di accedere ai suoi servizi.

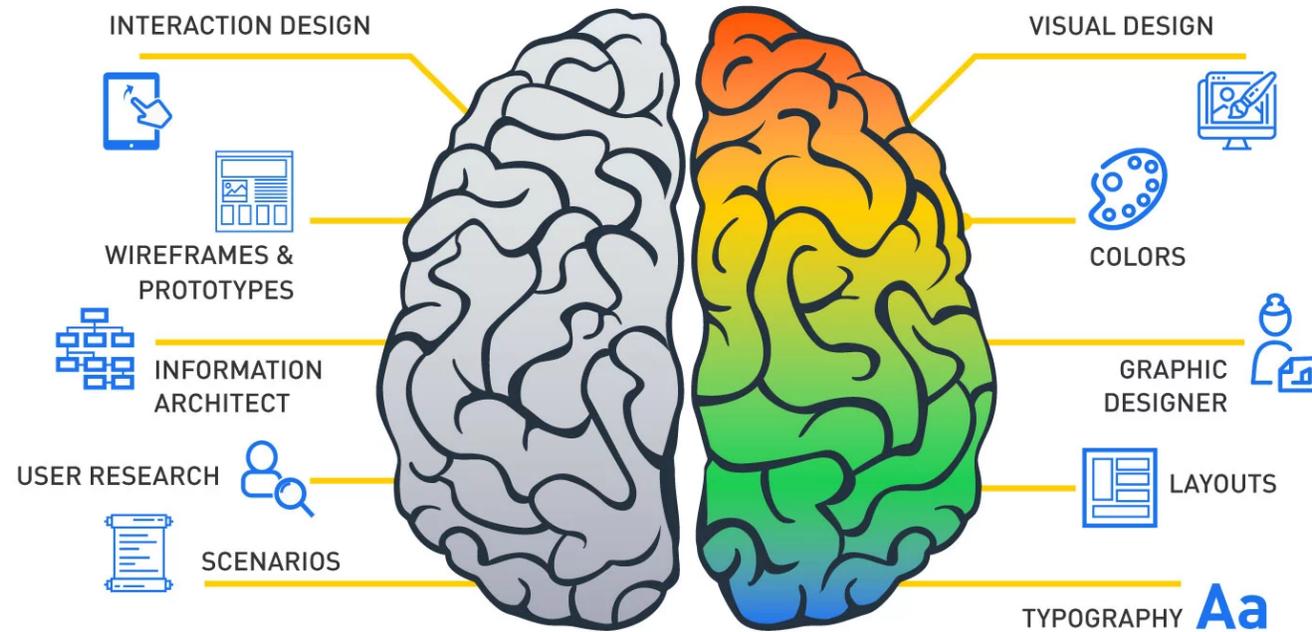
KNOWING THE DIFFERENCE BETWEEN

UX

&

UI

DESIGN



<https://imaginexp.com/a-pilot-to-the-difference-between-ui-and-ux/>

UX è un passo della trasformazione digitale

La trasformazione digitale è un **processo** in cui le organizzazioni usano le **tecnologie digitali** per modificare le loro operazioni, processi e prodotti.

L'obiettivo della trasformazione digitale è **migliorare l'efficienza**, la **produttività** e la **competitività**, aumentando il vantaggio competitivo dell'azienda.

Una trasformazione digitale ben eseguita può anche aiutare le organizzazioni a fornire un'esperienza cliente migliore, ad alimentare l'innovazione e a migliorare la redditività.

Centralità della trasformazione

Molte aziende hanno messo la UX al centro del proprio processo di comunicazione:

- **Apple** semplificando il design degli smartphone
- **Google** cambiando il modo col quale fare ricerca
- **Facebook** creando il concetto di social media

Perché investire in UX?

Uno studio del 2013 condotto da Forrester ha dimostrato che un **miglioramento delle prestazioni** di un sito web del 25% può **aumentare le conversioni** delle vendite del 74%.

Un altro studio del 2014 ha mostrato che il 74% degli utenti web considera la qualità dell'esperienza utente come il principale criterio di giudizio di un sito web.

Uno studio del 2015 ha scoperto che il 49% degli utenti web che hanno avuto un'**esperienza negativa** con un sito web sono **meno propensi a comprare** da quell'azienda in futuro.

Una ricerca del 2016 ha dimostrato che il 75% degli utenti giudica la **credibilità** di un'**azienda** sulla base dell'**aspetto del suo sito web**.

La spesa in UX rappresenta un investimento

Vantaggi

L'investimento in UX può avere un impatto positivo sulla performance di un'azienda. Una buona UX può aumentare il tasso di conversione, ridurre il tasso di abbandono del carrello della spesa, aumentare la soddisfazione e la fedeltà degli utenti e migliorare la reputazione di un'azienda.

Pirate Metrics : AARRR

AARRR è un acronimo che rappresenta un modello di crescita noto anche come "Pirate Metrics". Si tratta di una sequenza di cinque fasi fondamentali che un'azienda deve percorrere per ottenere successo.

Il modello AARRR viene utilizzato in ambito startup per identificare le aree su cui l'azienda deve concentrarsi per ottenere crescita e successo a lungo termine.

AARRR - AA

Acquisition: si tratta del **primo contatto** che gli utenti hanno con il prodotto o il servizio dell'azienda. In questa fase è importante **individuare le fonti di traffico** e le strategie di marketing più efficaci per attirare nuovi utenti.

Activation: si tratta della fase in cui gli **utenti diventano attivi** e iniziano a utilizzare il prodotto o il servizio. In questa fase è importante assicurare che gli utenti abbiano un'esperienza positiva e che comprendano come utilizzare il prodotto.

AARRR - RRR

Retention: si tratta della fase in cui **gli utenti continuano a utilizzare il prodotto o il servizio** nel tempo. In questa fase è importante mantenere gli utenti interessati e soddisfatti, in modo da ridurre il tasso di abbandono.

Referral: si tratta della fase in cui **gli utenti parlano del prodotto o del servizio** ai loro amici e conoscenti. In questa fase è importante creare un prodotto o un servizio che sia talmente soddisfacente da spingere gli utenti a consigliarlo ad altre persone.

Revenue: si tratta della fase in cui **gli utenti generano entrate** per l'azienda attraverso l'acquisto di prodotti o servizi o attraverso altre forme di monetizzazione. In questa fase è importante individuare le fonti di revenue più efficaci e implementare strategie per aumentare le entrate.

UX e AARRR

L'analisi dei dati prodotti nelle fasi del modello AARRR ci permette di evitare errori come ad esempio investire in acquisizione utenti, quando si è carenti dal punto di vista della loro attivazione.

Design di prodotti / servizi

Come devono essere strutturati i prodotti / servizi?

Design di prodotti / servizi - come strutturarli

Design thinking

Approccio basato su empatia, sperimentazione e creatività: si prova a sperimentare qualcosa di nuovo.

Service design

Efficienza dei servizi in base all'esperienza utente: si modificano i servizi in modo che incontrino meglio le richieste degli utenti.

UX Design

Rendere intuitivi e facili da usare i servizi: si semplificano gli usi da parte degli utenti.

Design thinking - di cosa si tratta?

Il design thinking è un approccio metodologico alla risoluzione dei problemi e alla creazione di nuove soluzioni basato sull'**empatia verso gli utenti**, la sperimentazione rapida e il pensiero creativo.

Il design thinking si basa sull'idea che sia possibile trovare **soluzioni innovative** ai problemi attraverso il **coinvolgimento attivo degli utenti** e la **sperimentazione di diverse opzioni**. In questo modo, il design thinking cerca di coniugare la **creatività** con il **pensiero strategico** e l'**analisi dei dati**.

Occorre rompere la segregazione dei dipartimenti per trovare insieme nuove soluzioni.

Service design - di cosa si tratta?

Il service design è una disciplina che si occupa della **progettazione di servizi basati sull'esperienza utente**. Il service design si concentra sulla creazione di **servizi efficienti**, coerenti e soddisfacenti per gli utenti, tenendo conto di tutti gli aspetti che influiscono sulla loro esperienza di utilizzo.

Il service design si basa sulla comprensione delle **esigenze e dei desideri degli utenti** e mira a creare servizi che siano facili da utilizzare, intuitivi e che rispondano alle loro aspettative. Inoltre, il service design cerca di **ottimizzare le interazioni tra gli utenti e il servizio**, al fine di rendere l'esperienza il più piacevole e soddisfacente possibile.

Il service design viene utilizzato in molti settori, come il turismo, il trasporto, la sanità, il retail e molti altri, al fine di progettare servizi efficaci e soddisfacenti per gli utenti.

UX Design - di cosa si tratta?

UX design è il processo di **progettazione di prodotti, servizi** o sistemi che tengono conto dell'**esperienza utente**. L'obiettivo dello UX design è quello di creare **prodotti, servizi** o sistemi che siano **intuitivi, facili da usare e soddisfacenti** per gli utenti, al fine di aumentarne l'adozione e la fidelizzazione.

Lo UX design si basa sulla **comprensione delle esigenze**, dei desideri e delle abitudini degli utenti, e utilizza metodi quali la ricerca, il testing e il design thinking per creare soluzioni che soddisfino queste esigenze. Inoltre, lo UX design tiene anche conto dell'impatto emotivo che un prodotto, un servizio o un sistema ha sugli utenti, al fine di creare un'esperienza coerente e piacevole.

Lo UX design viene spesso utilizzato in ambito informatico per progettare interfacce utente intuitive e accattivanti, sia in ambito web che mobile.

Metriche

Le metriche di valutazione del design sono degli strumenti che vengono utilizzati per misurare l'efficacia di un prodotto, di un servizio o di un sistema dal punto di vista dell'esperienza utente.

Metriche principali - 1

Soddisfazione utente: si tratta di una misura della soddisfazione degli utenti rispetto al prodotto, al servizio o al sistema. La soddisfazione utente può essere misurata attraverso sondaggi o interviste a campione, o utilizzando strumenti di analisi delle prestazioni come il Net Promoter Score (NPS).

Tasso di conversione: si tratta di una misura del numero di utenti che completano un'azione desiderata (ad esempio, il completamento di un modulo di registrazione o l'acquisto di un prodotto) rispetto al numero totale di utenti che hanno visitato il sito.

Metriche principali - 2

Tasso di abbandono: si tratta di una misura del numero di utenti che abbandonano il sito o l'applicazione prima di completare un'azione desiderata. Il tasso di abbandono può essere utilizzato per identificare problemi con la facilità d'uso o con la soddisfazione degli utenti.

Tempo di permanenza: si tratta di una misura del tempo che gli utenti trascorrono sul sito o sull'applicazione. Il tempo di permanenza può essere utilizzato per valutare l'interesse degli utenti per il contenuto o per il prodotto/servizio offerto.

Tasso di rimbalzo: si tratta di una misura del numero di utenti che lasciano il sito dopo aver visitato solo una pagina. Il tasso di rimbalzo può essere utilizzato per valutare quanto è attrattivo per gli utenti un sito o un'applicazione.

ROI

ROI (acronimo di Return on Investment) si riferisce al **ritorno economico ottenuto da un investimento**

Si tratta di una percentuale, osservata come un rapporto tra il profitto netto generato, rispetto al capitale investito inizialmente.

E' possibile calcolare il ROI utilizzando la seguente formula:

$$\text{ROI} = (\text{Profitto netto} / \text{Investimento iniziale}) \times 100$$

UX ROI

Lo UX ROI è il ritorno di investimento sulla UX. Può essere utilizzato per misurare il valore ottenuto da un progetto di UX o per confrontare il ritorno ottenuto da diversi progetti di UX.

UX ROI Esterno

Calcolare l'UX ROI può essere utile per determinare se un investimento in UX sia stato profittevole e per identificare le aree di UX su cui concentrarsi per ottenere il massimo ritorno. Tuttavia, il calcolo dell'UX ROI può essere complesso in quanto può essere difficile quantificare il valore dell'esperienza utente in termini monetari.

Per calcolare l'UX ROI, è necessario prima determinare il costo del progetto di UX e poi misurare l'impatto dell'investimento in UX sulla performance aziendale.

UX ROI Interno

Miglioramento dell'**efficienza interna di un'azienda**:

- Riduzione del tempo per effettuare un task
- Ridurre il numero degli errori di un utente col miglioramento di testi, la scelta di immagini più intuitive, la semplificazione dell'interfaccia
- Riduzione delle richieste di supporto: il supporto ha un costo che incide sui costi dell'azienda
- Riduzione del tempo legato alla formazione: più è complesso il nostro prodotto, più dovremo investire in formazione per poterlo utilizzare

Analisi dei dati

Per raccogliere delle informazioni che ci aiuteranno a capire meglio come si stanno comportando gli utenti, occorrono degli strumenti.

Questi strumenti ci aiuteranno a capire dove gli utenti si bloccano, su quali pagine entrano ed escono dal sito e altro ancora.

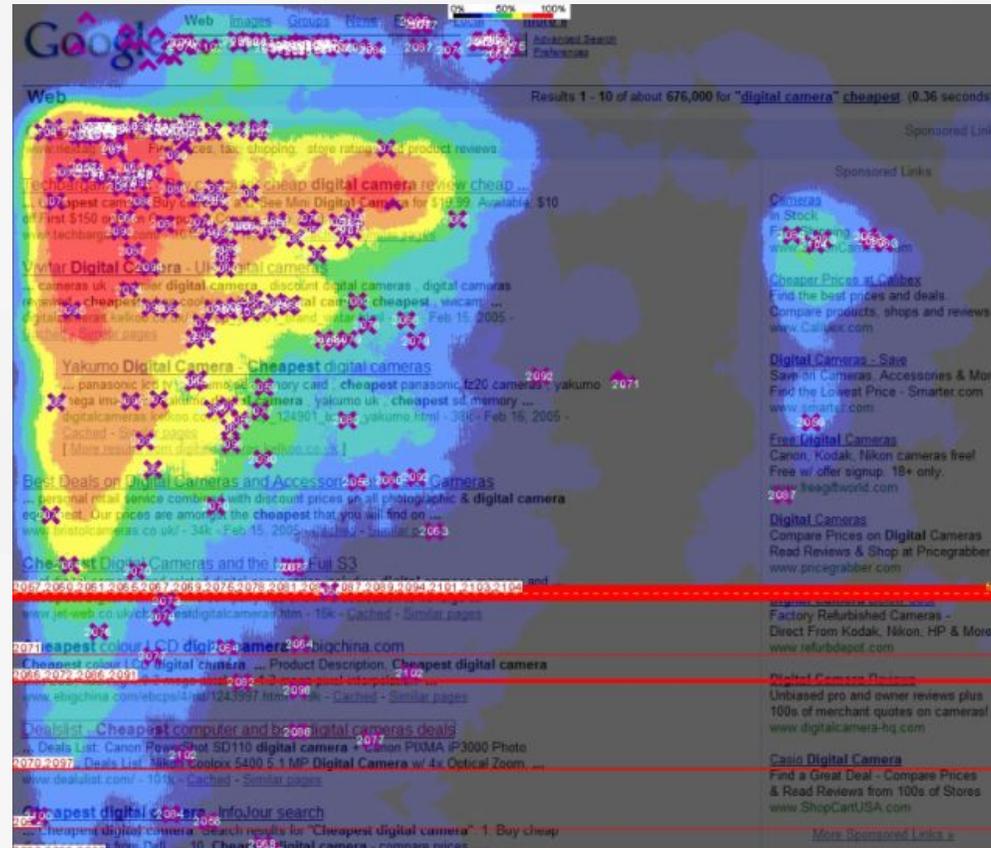
Visual Analytics

Le **click head map**, le **scroll map** e le **mouse movement heatmap** sono tutte tecniche di visual analytics utilizzate per analizzare l'attività degli utenti su un sito web o su un'applicazione.

Click heat map

Le **click heat map** mostrano le aree del sito o dell'applicazione che vengono cliccate con maggiore frequenza dagli utenti. Le "click heat map" possono essere utilizzate per identificare le aree più popolari del sito o dell'applicazione e per valutare l'efficacia del layout delle pagine.

Google heat map

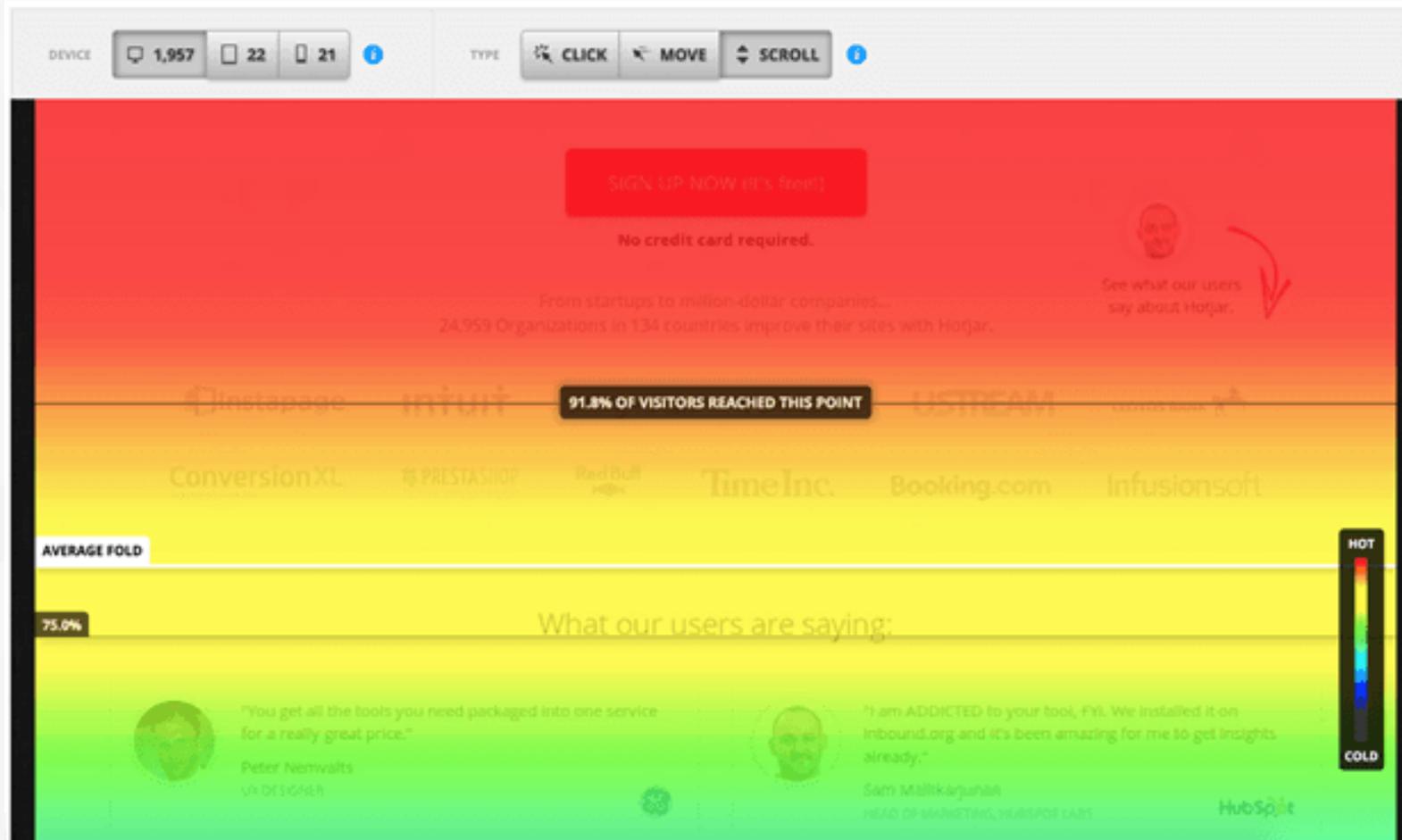


<https://www.technology.org/what-is-heat-map-examples.html>

Scroll map

Le **scroll map** mostrano fino a che punto gli utenti scorrono una pagina del sito o dell'applicazione. Le "scroll map" possono essere utilizzate per valutare l'interesse degli utenti per il contenuto di una pagina e per identificare eventuali problemi di usabilità che potrebbero impedire agli utenti di accedere a tutto il contenuto.

Scroll map esempio

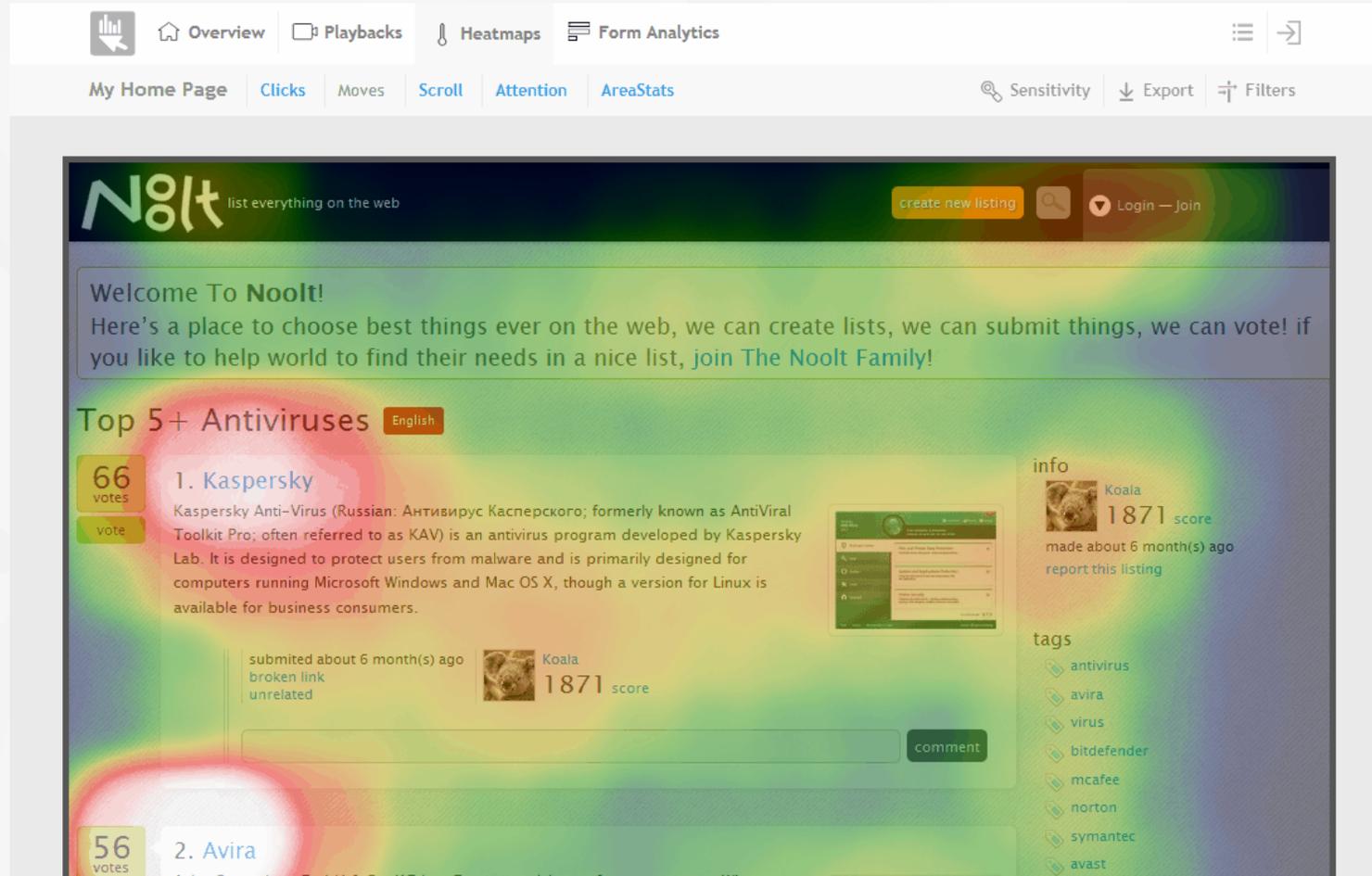


<https://www.hotjar.com/blog/scroll-maps/>

Mouse movement heatmap

Le **mouse movement heatmap** mostrano i movimenti del mouse degli utenti durante la navigazione sul sito o sull'applicazione. Le "mouse movement heatmap" possono essere utilizzate per valutare l'attenzione degli utenti su determinate aree del sito o dell'applicazione e per identificare eventuali problemi di usabilità o di interesse degli utenti.

Mouse movement heatmap esempio



<https://www.mousestats.com/products/mouse-move-heatmaps>

Intervista contestuale

L'intervista contestuale è una tecnica di **raccolta dati** utilizzata nell'analisi UX per comprendere meglio come gli utenti interagiscono con un prodotto, un servizio o un sistema in contesto reale.

L'intervista contestuale consiste nel condurre un'**intervista con gli utenti mentre utilizzano il prodotto**, il servizio o il sistema in questione, al fine di ottenere una comprensione più approfondita delle loro esigenze, dei loro comportamenti e delle loro sfide.

Le interviste contestuali sono particolarmente utili per **identificare problemi di usabilità** o di soddisfazione degli utenti che potrebbero non essere evidenti attraverso gli analytics.

Impatti del ROI Esterno

- Impatto sulle vendite: aumento dei prodotti venduti
- Impatto sulla fidelizzazione: dopo il primo acquisto gli utenti tornano nuovamente sul servizio
- Acquisizione di nuovi lead: gli utenti arrivano sul sito ed effettuano dei task
- Soddisfazione dei clienti
- Miglioramento del conversion rate

Altre metriche usate per la valutazione di e-commerce

- Prezzo medio di checkout

Il valore medio dei prodotti inseriti nel carrello del sito..

- CLV

Il CLV (acronimo di Customer Lifetime Value) è una metrica che indica il valore totale che un cliente porterà all'azienda durante il suo ciclo di vita con essa. Normalmente valutato nei 3 anni.

- Traffico organico

Il traffico organico è il traffico che proviene da fonti di ricerca naturali come i motori di ricerca, i social media, i link esterni e i contenuti di referral. Si tratta di una delle principali fonti di traffico per una maggior parte dei siti web.

Tutto bello, ma da dove partiamo per una progettazione UX?

Fasi della progettazione UX

Ci sono molte tecniche di progettazione, la più usata passa attraverso 4 fasi:

- 1 Ricerca delle esigenze dei propri utenti.
- 2 Creazione di un prototipo del servizio/prodotto.
- 3 Test su utenti reali.
- 4 Raccolta esigenze e reiterazione al punto 2.

Best Practice - 1

Partire dalle esigenze degli utenti: è importante comprendere le esigenze, i comportamenti e le sfide degli utenti per progettare un'esperienza utente efficace e soddisfacente.

Raggiungere un equilibrio tra utilità, usabilità e piacevolezza: è importante che un prodotto, un servizio o un sistema sia utile, facile da usare e piacevole per gli utenti.

Favorire l'accessibilità: è importante che un prodotto, un servizio o un sistema sia accessibile a tutti, indipendentemente dalle abilità o dalle limitazioni degli utenti.

Sviluppare una solida architettura dell'informazione: è importante organizzare le informazioni in modo logico e coerente per facilitarne la comprensione e l'utilizzo da parte degli utenti.

Best Practice - 2

Testare con gli utenti: è importante testare il prodotto, il servizio o il sistema con gli utenti per identificare eventuali problemi e apportare miglioramenti.

Fare un uso appropriato delle animazioni e dei suoni: le animazioni e i suoni possono essere utili per attirare l'attenzione degli utenti o per fornire feedback, ma è importante utilizzarli in modo appropriato e non eccessivo.

Mantenere un design coerente: è importante mantenere un design coerente all'interno di un prodotto, un servizio o un sistema per facilitarne l'utilizzo e la comprensione da parte degli utenti.

Alcune scuse per non lavorare sulla UX

- Mancanza di tempo: non ho tempo, il prodotto deve uscire entro una certa data.
- Mancanza di soldi: non ho un budget per la ricerca
- Non dobbiamo fare dei test perché conosciamo già i problemi
- Non servono degli utenti reali per i test, bastiamo noi
- Conosciamo i nostri utenti e sappiamo già cosa vogliono
- Se ne occupa già chi inserisce i contenuti

YOU != USER

by Jacob Nielsen

Le tue esigenze sono diverse da quelli dei tuoi clienti

Jacob Nielsen

Jacob Nielsen è uno dei più noti esperti di usabilità e di design dell'interazione al mondo.

Nielsen è conosciuto per i suoi contributi alla comprensione dell'usabilità e dell'esperienza utente, in particolare per le sue ricerche sulla lettura sullo schermo e sulle attività di ricerca sui motori di ricerca. Ha anche sviluppato il concetto di "desiderabilità", ovvero l'importanza di progettare prodotti, servizi e sistemi che siano non solo funzionali e facili da usare, ma anche piacevoli e soddisfacenti per gli utenti.

Nielsen è autore di numerosi libri e articoli sull'usabilità e sull'esperienza utente, ed è fondatore e principal analyst della Nielsen Norman Group, una società di consulenza che fornisce servizi di usabilità e di design dell'interazione.

Jakob Nielsen

Donald Norman

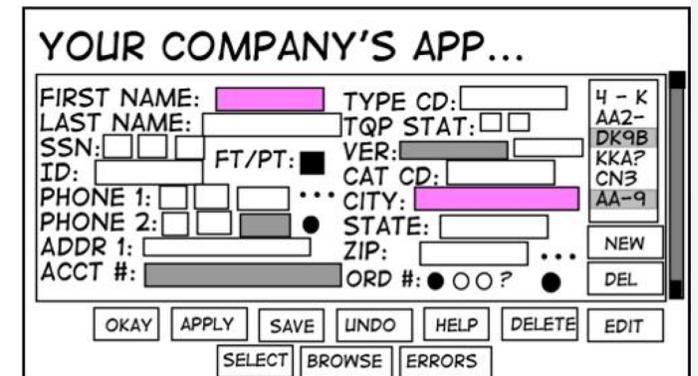
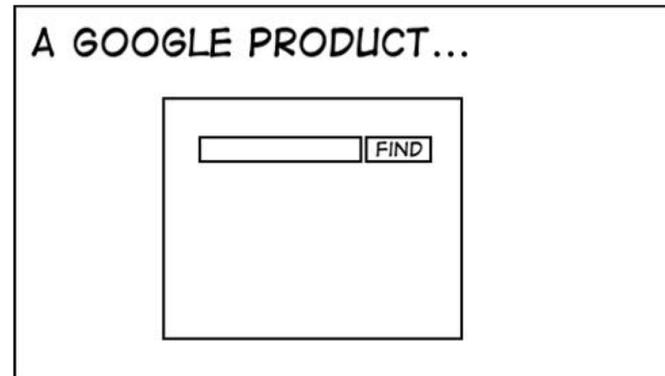
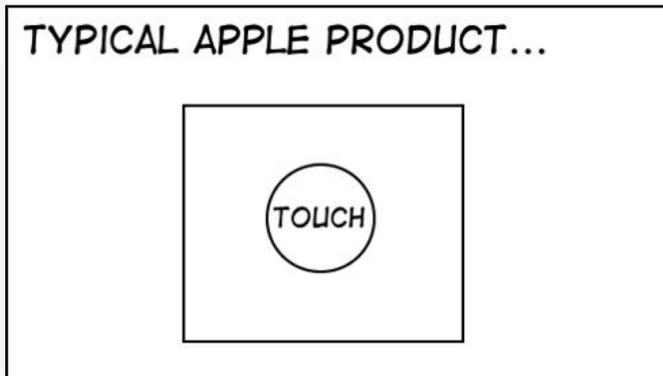
Donald Norman (25/12/1935) è uno psicologo della cognizione e un esperto di design dell'interazione uomo-computer. È noto soprattutto per il suo lavoro nel campo dell'usabilità e dell'esperienza utente (UX), e per aver coniato il termine User Experience Design, UX Design.

Norman è autore di numerosi libri e articoli sull'usabilità e sull'UX, tra cui il best seller "The Design of Everyday Things" (Il design delle cose quotidiane: in italiano "La caffettiera del masochista"), che ha contribuito a diffondere la consapevolezza dell'importanza dell'usabilità e dell'esperienza utente nella progettazione di prodotti e servizi.

Don Norman

Come pensiamo?

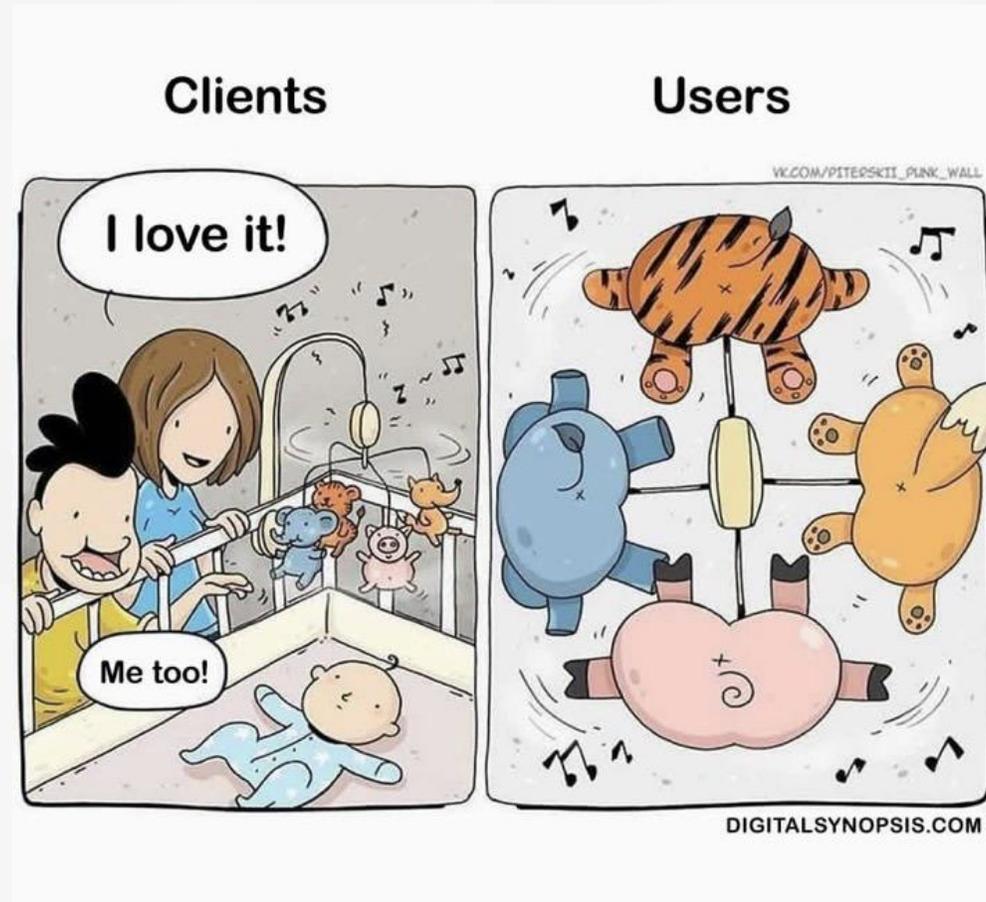
Se non mettiamo l'utente al centro della UX rischiamo di fare qualcosa che serve solo a noi



STUFFTHATHAPPENS.COM BY ERIC BURKE

<https://blog.prototypr.io/ui-guidelines-and-why-you-should-care-62d4d0da1595>

Cosa vede il cliente e cosa vede l'utente



<https://twitter.com/adsofbrands/status/1264540221036691468?lang=ga>

Quali lavori puoi fare in ambito UX Design?

UX Design è un campo molto ampio che può comprendere diversi ruoli. Alcuni dei lavori più comuni in questo campo sono:

Interaction Design: progettazione di interfacce utente e loro interazioni

Usabilità: valutazione dell'usabilità di un prodotto o di un'esperienza utente

Copywriting: scrittura di contenuti per un prodotto o un'esperienza utente

Interfaccia grafica: progettazione dell'aspetto visivo di un prodotto o di un'esperienza utente

Design dei contenuti: progettazione di contenuti per un prodotto o un'esperienza utente

Prototipazione: costruzione di prototipi per simulare un prodotto o un'esperienza utente

Accessibilità: progettazione di prodotti e servizi accessibili a tutti gli utenti

UX Research

Cos'è la UX Research?

La UX Research è **una disciplina che esplora le esperienze degli utenti** per comprendere come i prodotti, i servizi e le interfacce digitali possono soddisfare le loro necessità.

Utilizza una serie di metodi e tecniche, come **interviste, sondaggi, test di usabilità**, per raccogliere informazioni su come gli utenti percepiscono, usano e sentono in relazione ai prodotti. Queste informazioni vengono quindi utilizzate per progettare soluzioni migliori per gli utenti.

Fasi di una UX research

Per una corretta UX research è opportuno **definire un obiettivo, impostare dei test** che lo rappresentino, **analizzare i dati prodotti, rilevare i comportamenti degli utenti** in modo da migliorare ed adeguare quanto analizzato.

Test

Il primo passo è incontrare gli utenti in una **situazione di test**. Deve essere chiaro che si sta provando qualcosa e che ci sono dei task da completare.

In questo modo ci si focalizza sul prodotto/servizio: è possibile utilizzare di interfacce dinamiche o statiche, dipende dal livello di accuratezza al quale si è arrivati. Si analizza l'uso del prodotto e si raccolgono le prime impressioni.

È importante analizzare il contesto del test: è stato fatto un utilizzo al lavoro, da casa, in mobilità, in una certa zona geografica.

Occorre anche analizzare il gruppo di persone coinvolte, tramite interviste per conoscere i gruppi di interesse.

I dati

Dopo i test, **saranno i dati a raccontarci qualcosa.**

I dati possono essere raccolti sia tramite appositi software, che visivamente.

In entrambi i casi la raccolta dei dati è un passaggio fondamentale per poter capire cosa succede all'interno del prodotto che stiamo analizzando.

Rilevazioni

Esiste anche un altro momento di raccolta dati, dove gli **utenti sono lasciati liberi di usare il prodotto, al di fuori dei task assegnati**. Questo tipo di raccolta di permette di rilevare i comportamenti degli utenti mentre usano il sistema in modo libero.

In questo caso non ci sarà la presenza di un intervistatore.

Alcuni test utilizzabili in UX Research

Esistono molti che applicabili all'ambito della UX Research. Quelli più conosciuti sono:

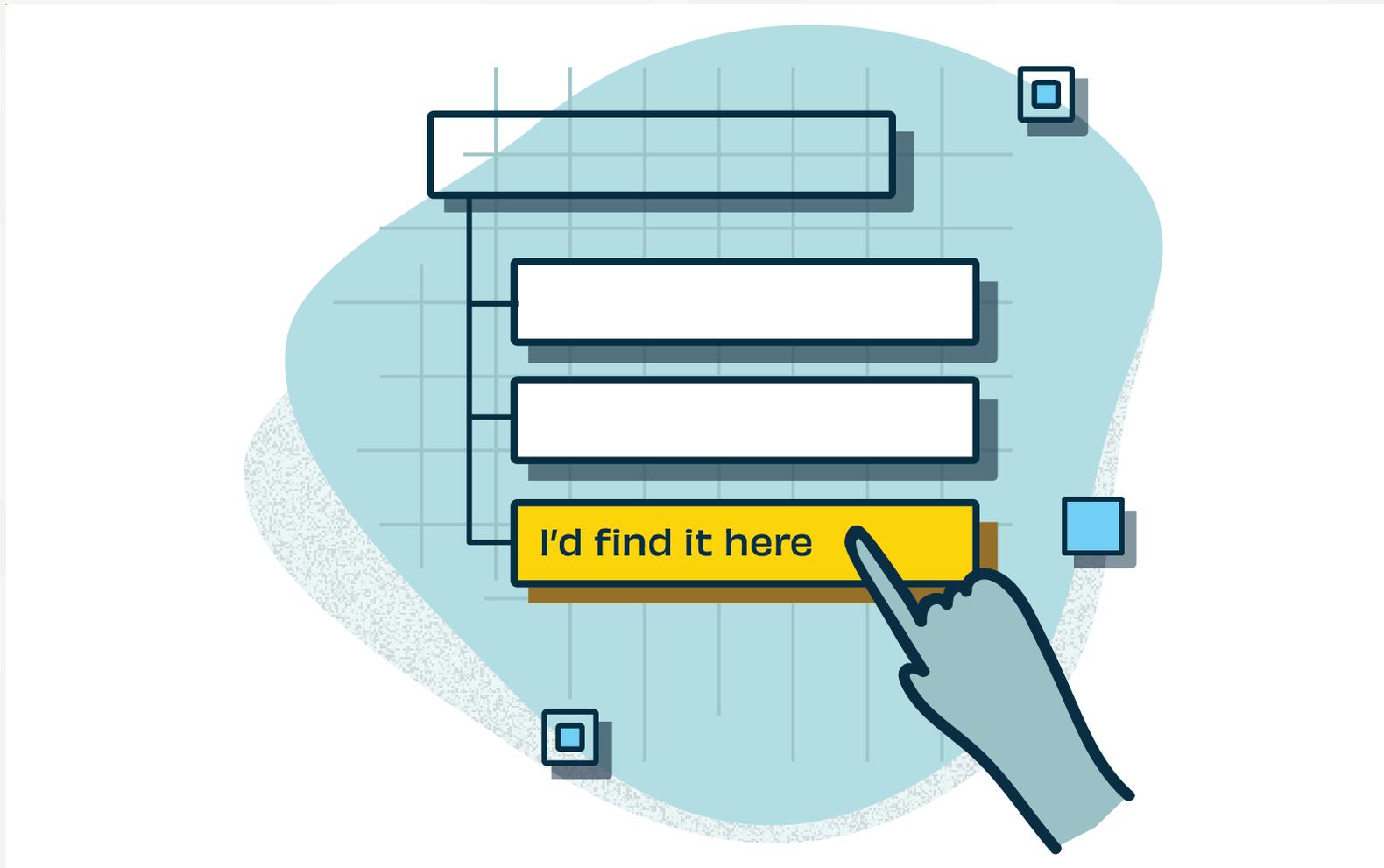
- Tree test
- Card sorting
- First Click
- Eye tracking study

Tree test

Il tree test è una tecnica di test dell'usabilità che viene utilizzata per valutare la **struttura di navigazione** di un sito web o di un'applicazione. Il tree test consiste nel presentare agli utenti un **elenco di opzioni di navigazione** (ad esempio, le voci del menu principale di un sito web) e chiedere loro di **individuare la voce di menu che ritengono più adeguata** per accedere a una determinata sezione del sito.

Il tree test è utile per verificare se la struttura di navigazione di un sito è intuitiva e facile da usare per gli utenti. A partire dai risultati del test, gli UX designer possono individuare eventuali problemi di usabilità e apportare miglioramenti alla struttura di navigazione del sito.

Il tree test può essere condotto online o di persona, utilizzando un software di test o una semplice lista di opzioni di navigazione. È importante che il tree test venga effettuato su un campione rappresentativo di utenti per ottenere risultati significativi.



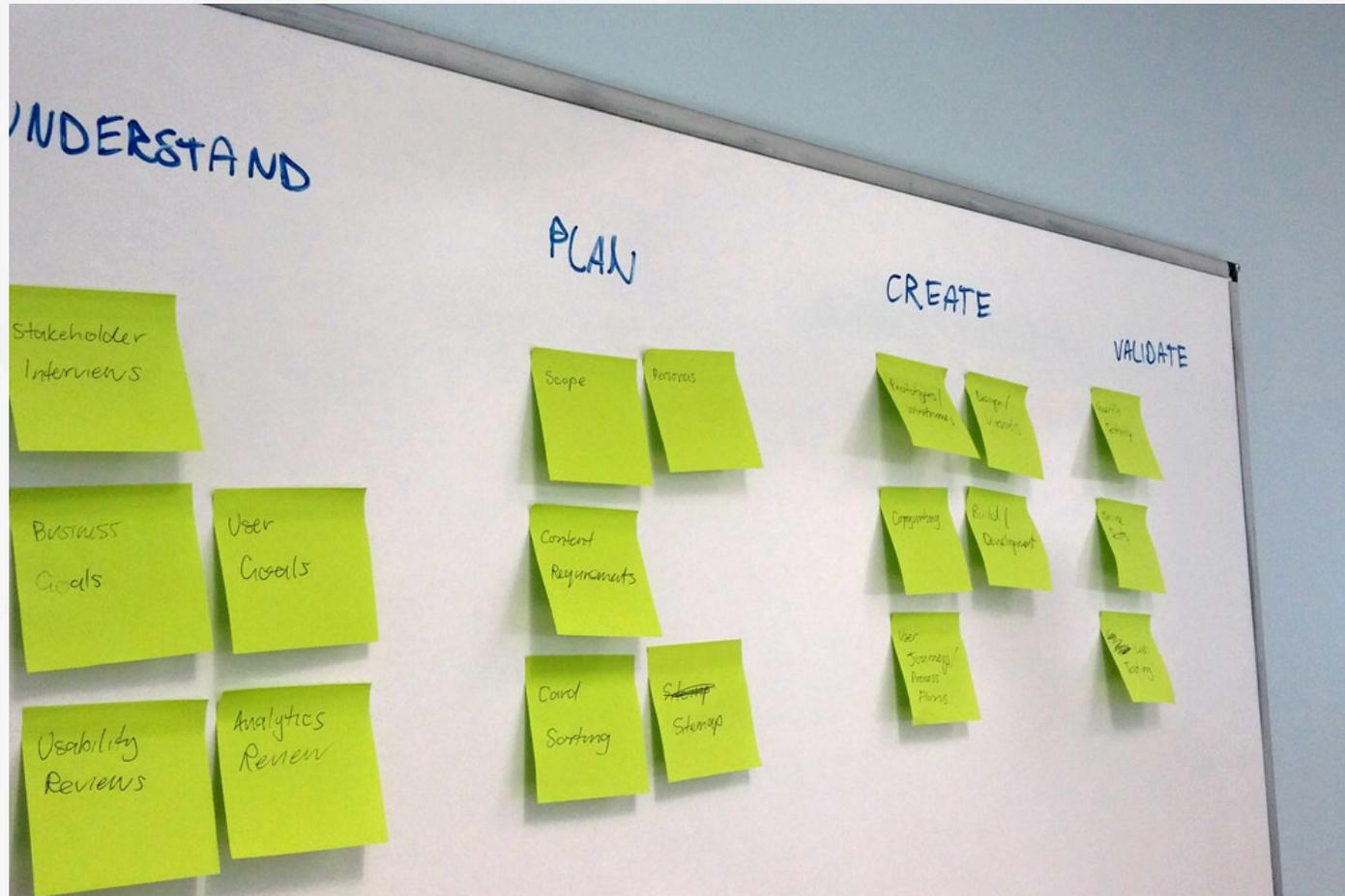
<https://blog.optimalworkshop.com/tree-testing/>

Card sorting

Il card sorting è una tecnica di progettazione dell'interazione che viene utilizzata per aiutare gli UX designer a **comprendere come gli utenti organizzano e categorizzano le informazioni**. Consiste nel presentare agli utenti un insieme di carte con delle informazioni su di esse (ad esempio, titoli di articoli o voci di menu) e chiedere loro di raggruppare le carte in modo coerente e di dare un titolo a ogni gruppo.

Il card sorting può essere condotto online o di persona, utilizzando un software apposito o semplicemente delle carte fisiche. È una tecnica utile per aiutare gli UX designer a comprendere come gli utenti pensano e organizzano le informazioni, e può essere utilizzata per progettare una struttura di navigazione.

Il card sorting è particolarmente utile quando si devono progettare categorie per un sito o per un'applicazione e si vuole capire come gli utenti le utilizzerebbero.



<https://www.smashingmagazine.com/2014/10/improving-information-architecture-card-sorting-beginners-guide/>

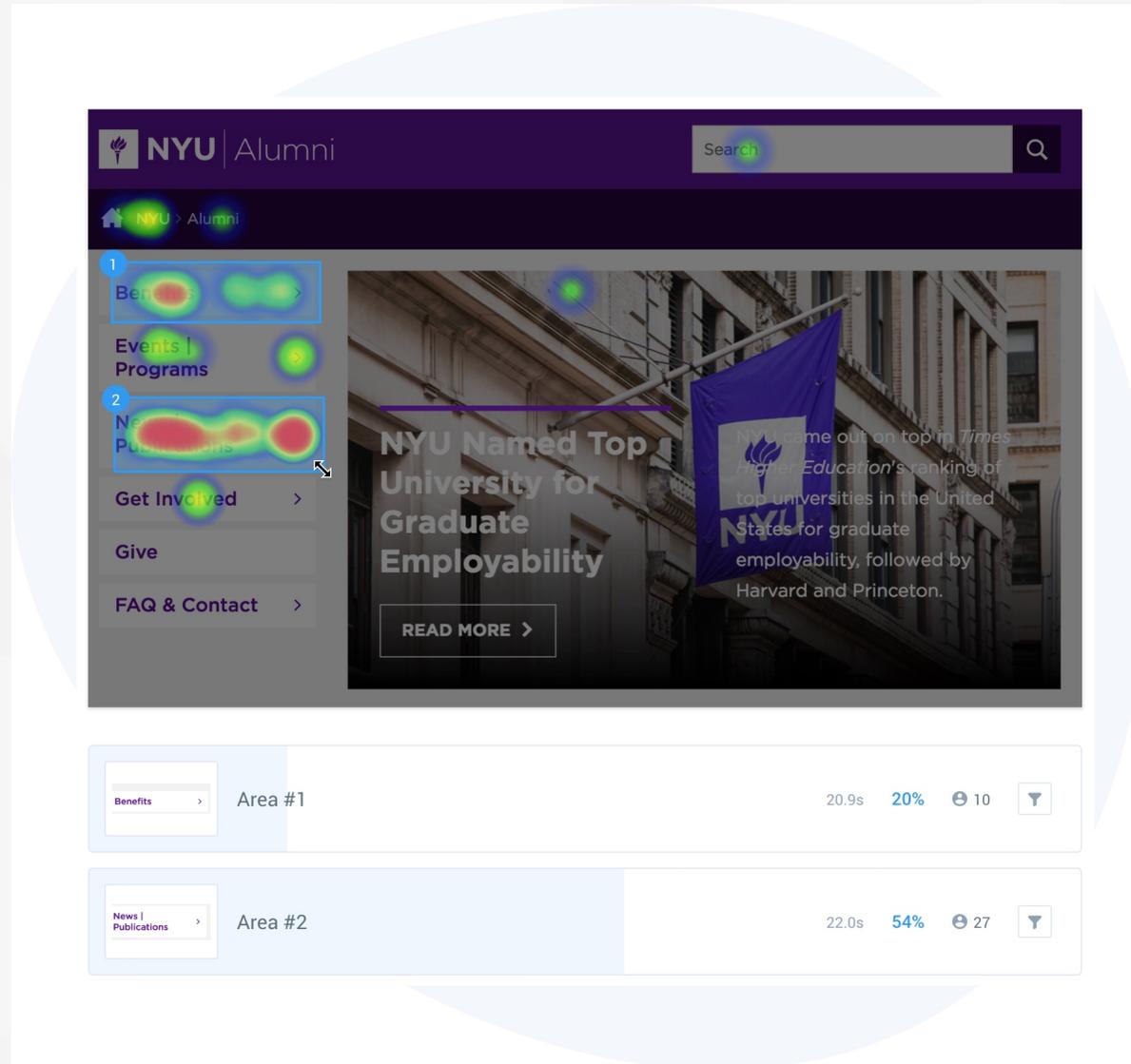
First Click

Il first click test (o primo clic test) è una tecnica di test dell'usabilità che viene utilizzata per valutare **l'efficacia della navigazione di un sito web o di un'applicazione**.

Consiste nel **presentare agli utenti una serie di link** o di voci di menu e chiedere loro di **cliccare sulla voce di menu che ritengono più adeguata** per accedere a una determinata sezione del sito.

Il first click test è utile per verificare se la navigazione di un sito è intuitiva e facile da usare per gli utenti. A partire dai risultati del test, gli UX designer possono individuare eventuali problemi di usabilità e apportare miglioramenti alla navigazione del sito.

Il first click test può essere condotto online o di persona, utilizzando un software di test o una semplice lista di opzioni di navigazione. È importante che il first click test venga effettuato su un campione rappresentativo di utenti per ottenere risultati significativi.



<https://usabilityhub.com/product/first-click-tests>

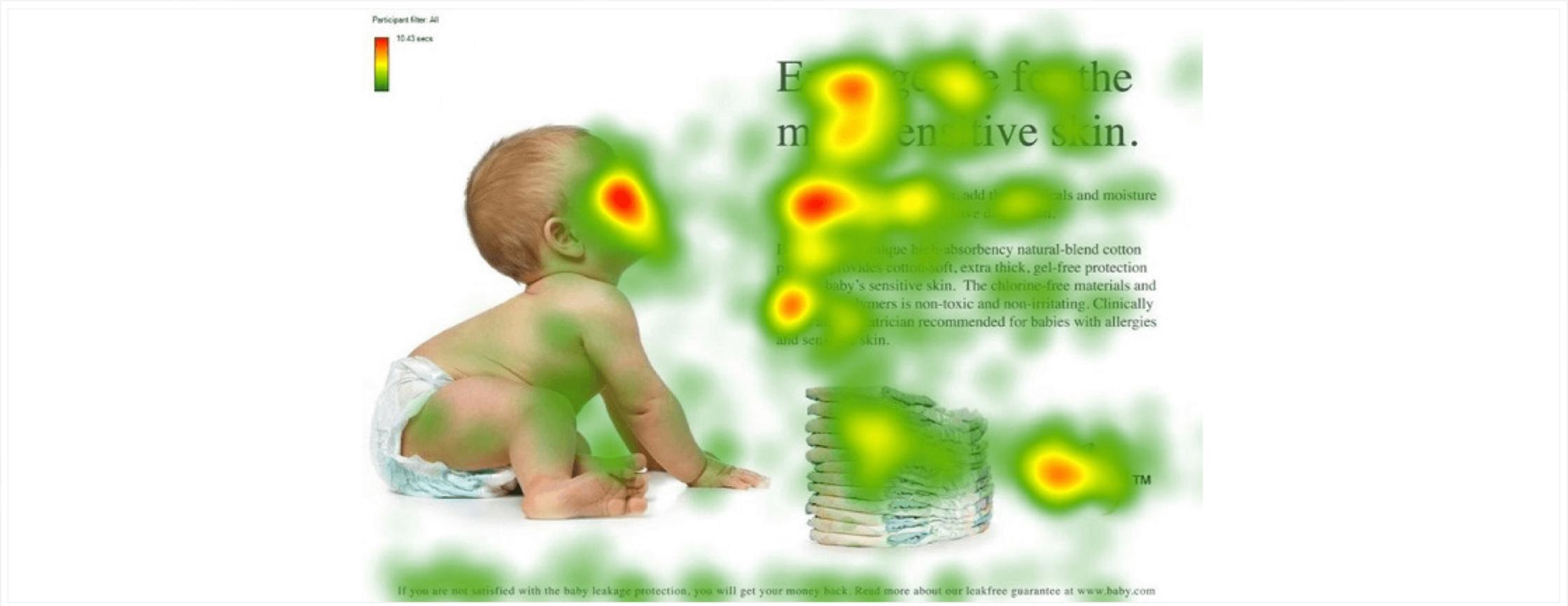
<https://github.com/matteobaccan/CorsoUX> versione del 2023-12-29 10:32

Eye tracking study

L'eye tracking study (o studio di tracciamento oculare) è una tecnica di test dell'usabilità che viene utilizzata per **valutare l'attenzione e il comportamento visivo degli utenti** durante l'utilizzo di un prodotto, di un servizio o di un sistema.

Consiste nel **utilizzare uno strumento di tracciamento oculare**, che può essere un apparecchio o un software, per registrare i movimenti degli occhi degli utenti mentre svolgono una determinata attività (ad esempio, la navigazione di un sito web o l'utilizzo di un'applicazione).

L'eye tracking study è utile per capire come gli utenti percepiscono e interagiscono con un prodotto o un servizio, e può essere utilizzato per individuare eventuali problemi di usabilità o per ottimizzare l'esperienza utente. L'eye tracking study può essere condotto sia di persona che online, ed è particolarmente utile per valutare l'impatto di elementi visivi come la posizione, il colore o il design di un prodotto o di un servizio.



<https://ergomania.eu/eye-tracking-in-practice/>

Quali test fare?

Dipende sempre da cosa dobbiamo studiare. Nel caso di un e-commerce potrebbe essere:

- Registrarsi al sito
- Mettere nel carrello un prodotto
- Acquistare un prodotto con carta di credito
- Richiedere assistenza
- Cercare la politica dei resi

Cosa vogliamo studiare?

Prima di analizzare qualcosa è necessario focalizzare l'obiettivo dello studio.

Di seguito alcuni esempi di obiettivi:

- La prima volta che viene utilizzato il prodotto o il servizio da parte di un utente
- L'utilizzo regolare del prodotto o del servizio da parte di utenti fidelizzati
- La versione preliminare del prodotto o del servizio
- La versione finale del prodotto o del servizio pronta per essere messa in produzione
- L'aggiunta di una nuova sezione al prodotto o al servizio
- Le possibili alternative a una modifica di una parte del prodotto o del servizio

Perché facciamo una UX Research?

Quali sono i motivi che ci spingono a fare una UX research?

- Ottenere nuove idee: brainstorming fra tutti i componenti dell'azienda
- Analizzare diverse opzioni: non sappiamo quale sia la scelta migliore su diverse opzioni
- Comprendere come gli utenti utilizzano il prodotto o il servizio: vogliamo indagare i comportamenti degli utenti
- Capire le ragioni dei comportamenti degli utenti: appresi i comportamenti vogliamo capirne le ragioni

Quando fare o non fare UX Research

Per valutare se è conveniente fare o meno una determinata attività, è importante considerare sia il **tempo** che verrà impiegato sia i **costi** che questa comporterà.

Le variabili tempi e costi sono sempre presenti in tutte le scelte. Occorre sempre mediare fra le esigenze di progetto e quanto i clienti sono disposti ad investire in una ricerca.

Prima e dopo



<https://uxdesign.cc/driving-business-with-user-experience-d7f934a41b29>

Prima e dopo - Novara



Prima e dopo - Novara - Parco dei bambini



La UX Research è costosa: come posso ridurre i costi?

Facciamoci delle domande

- Il prodotto ha installato un sistema di analytics che posso consultare?
- Ho un customer care che raccoglie le esigenze dei clienti?
- Ho già una ricerca fatta nel passato che posso integrare?

Condivisione dei dati

Anche in caso di risposte positive, non è detto che i dati siano accessibili o utilizzabili. Facciamoci quindi delle domande:

- I dati sono accessibili?
- I dati sono condivisi?
- I dati sono analizzati?
- I dati sono stati confrontati o aggregati?

Che impatti ho sul progetto?

Rispetto a quanto pianificato, la ricerca potrebbe declassare, aggiungere o rimuovere delle funzionalità.

- Evitiamo di spendere del tempo su una funzionalità che non serve
- Possiamo ridurre l'introduzione di funzionalità che non sono richieste
- Non introduciamo un'esigenza che non ha richiesto il mercato
- Mettiamo in evidenza una esigenza che non era emersa

Dopo una UX Research: sono disposto a fare dei sacrifici?

Quanta rigidità ho nel progetto?

- Sono disposto a rinunciare una funzionalità?
- Sono disposto a spostare le date di rilascio?
- Posso modificare un servizio in base ai risultati della ricerca?

Cambio di prodotto

User Experience: Planing and Implementation



<https://greentomato.academy/ux-ui-design-methodology-webinar/>

Dove posso avere dei vantaggi?

- Nuovi prodotti e servizi: analizzando feedback degli utenti potrebbero nascere nuove opportunità
- Miglioramento dei tassi di conversione dei prodotti esistenti
- Aumento della fedeltà (loyalty), della frequenza d'uso e promozione (advocacy) di un prodotto o servizio da parte degli utenti

Tutto molto bello, ma da dove iniziamo?

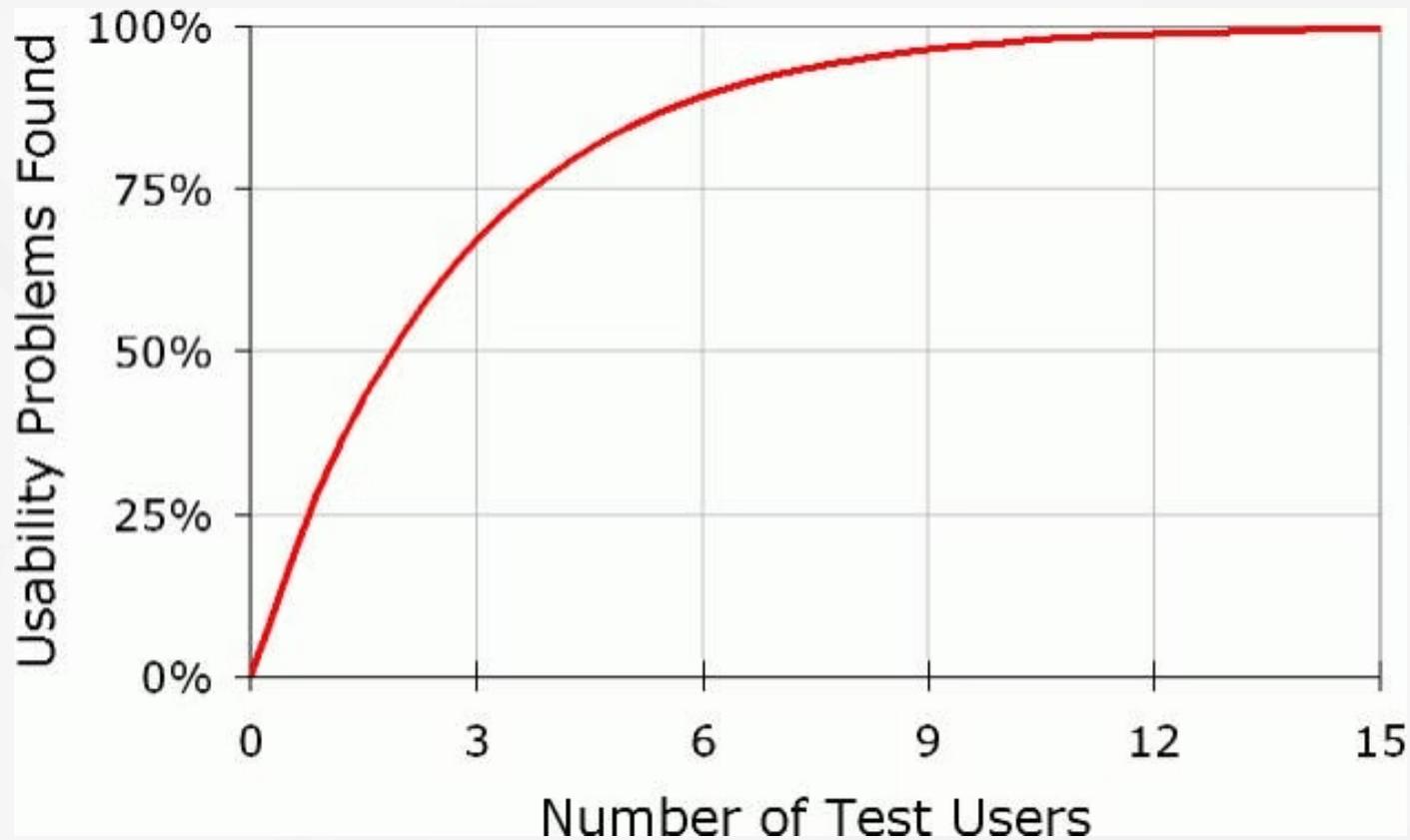
Quanti utenti ci servono per fare UX Research?

Il **numero di utenti** che serve per fare una UX Research **dipende dal tipo di studi** che si vogliono effettuare e dalle informazioni che si vogliono raccogliere. In generale, per ottenere risultati significativi è importante che la UX Research venga effettuata su un campione rappresentativo di utenti.

Per determinare il numero di utenti da coinvolgere in una UX Research, è importante considerare diversi fattori, come il tipo di prodotto o servizio che si sta valutando, il tipo di utenti che lo utilizzano, il tipo di test che si vuole effettuare e il livello di accuratezza richiesto.

In genere, per ottenere risultati accurati e rappresentativi, **è consigliabile coinvolgere almeno 10-15 utenti per ogni tipo di test**. Tuttavia, il numero di utenti può variare a seconda delle esigenze specifiche dello studio.

Utenti necessari a scoprire problemi di usabilità



Source: Jakob Nielsen's chart from his March 19 th, 2000 Alertbox Column.

Bastano 5 utenti?

Già con **5 utenti superiamo l'80% delle problematiche legate al prodotto.**

Chiaramente con un numero maggiore di utenti possiamo avere risultati migliori, ma già con 5 abbiamo delle risposte accettabili.

Anche in questo caso sono importanti le variabili di tempi e costi.

Quindi decidono gli utenti?

Le persone non vogliono macchine, ma cavalli più veloci

Questo aneddoto è spesso attribuito a Henry Ford, il fondatore della Ford Motor Company. Secondo la leggenda, quando Ford iniziò a produrre le sue prime automobili, molti potenziali acquirenti erano scettici e non vedevano l'utilità di questo nuovo tipo di trasporto. Per convincere i clienti dei vantaggi dell'automobile rispetto al cavallo, Ford avrebbe detto che la gente non voleva veramente una macchina, ma semplicemente un cavallo più veloce.

Questo aneddoto viene spesso citato per illustrare l'importanza di comprendere le esigenze e i desideri dei clienti e di progettare prodotti o servizi che rispondano a queste esigenze. Tuttavia, non ci sono prove storiche che confermano che Henry Ford abbia effettivamente fatto questa dichiarazione.

Gli utenti sanno cosa vogliono?

Bisogna tener presente che gli **utenti spesso non sono in grado di esprimere chiaramente le loro esigenze e i loro desideri**, e che le loro richieste non sempre corrispondono a ciò di cui hanno veramente bisogno.

Pertanto, è fondamentale che gli sviluppatori e i progettisti utilizzino metodi di indagine e di valutazione dell'usabilità per comprendere in modo approfondito le esigenze degli utenti e progettare soluzioni che rispondano a queste esigenze in modo efficace.

Gli utenti si rappresentano in modo corretto?

L'utente ha una visione chiara delle proprie azioni che potrebbe essere diversa dalla realtà?

Probabilmente sì: ci potrebbero essere sia dei bias cognitivi che la volontà di azzerare o aumentare i problemi riscontrati sui prodotti.

Unire quanto dichiarato dagli utenti ai dati ci permette di avere una visione più chiara

Serve una strategia di prodotto

Gli utenti ci aiutano a migliorare e adattare la strategia dei prodotti, ma non dovrebbero determinare la visione d'insieme che prende in considerazione altri fattori legati al business, al profitto e alle priorità di sviluppo dei prodotti e servizi.

L'importanza dei prototipi

In ambito UX Design, **un prototipo** è una **rappresentazione preliminare di un prodotto**, di un servizio o di un sistema, che viene utilizzata per testare e valutare l'usabilità e l'efficacia di una soluzione progettuale. **I prototipi possono assumere diverse forme**, a seconda delle esigenze specifiche dello studio e del livello di dettaglio desiderato. Ad esempio, i prototipi possono essere realizzati con strumenti di disegno o di modellazione 3D, o possono essere semplici schizzi o mockup realizzati su carta.

I prototipi sono uno strumento molto utile in ambito UX Design perché consentono di testare e valutare le soluzioni progettuali in modo rapido e a basso costo, prima di investire tempo e risorse nello sviluppo di un prodotto o di un servizio finito. I prototipi possono essere utilizzati per raccogliere feedback dagli utenti e per individuare eventuali problemi o difficoltà nell'utilizzo del prodotto o del servizio, al fine di apportare modifiche e miglioramenti prima della realizzazione definitiva.

Come posso realizzare dei prototipi

Ci sono molti strumenti che è possibile utilizzare per creare prototipi:

Strumenti di disegno e modellazione 3D, come Adobe Illustrator, Adobe Photoshop o Autodesk Fusion 360. Questi strumenti consentono di creare prototipi dettagliati e realistici, con un alto livello di fedeltà visiva.

Strumenti di prototipazione rapida, come InVision o Marvel. Questi strumenti consentono di creare prototipi interattivi partendo da immagini statiche o da schizzi, senza la necessità di conoscenze avanzate di design o di programmazione.

Strumenti di prototipazione low-fi, come carta e penna o adesivi Post-it. Questi strumenti sono molto rapidi e facili da utilizzare, e consentono di creare prototipi rudimentali ma efficaci per raccogliere feedback iniziali dagli utenti.

Quale strumento scegliere?

Dipende dalle esigenze specifiche dello studio e dal livello di dettaglio e interattività desiderato. È importante scegliere lo strumento più adeguato per testare e valutare le soluzioni progettuali in modo efficace e rapido.

Alcuni prodotti usabili in versione demo:

[Optimal Workshop](#)

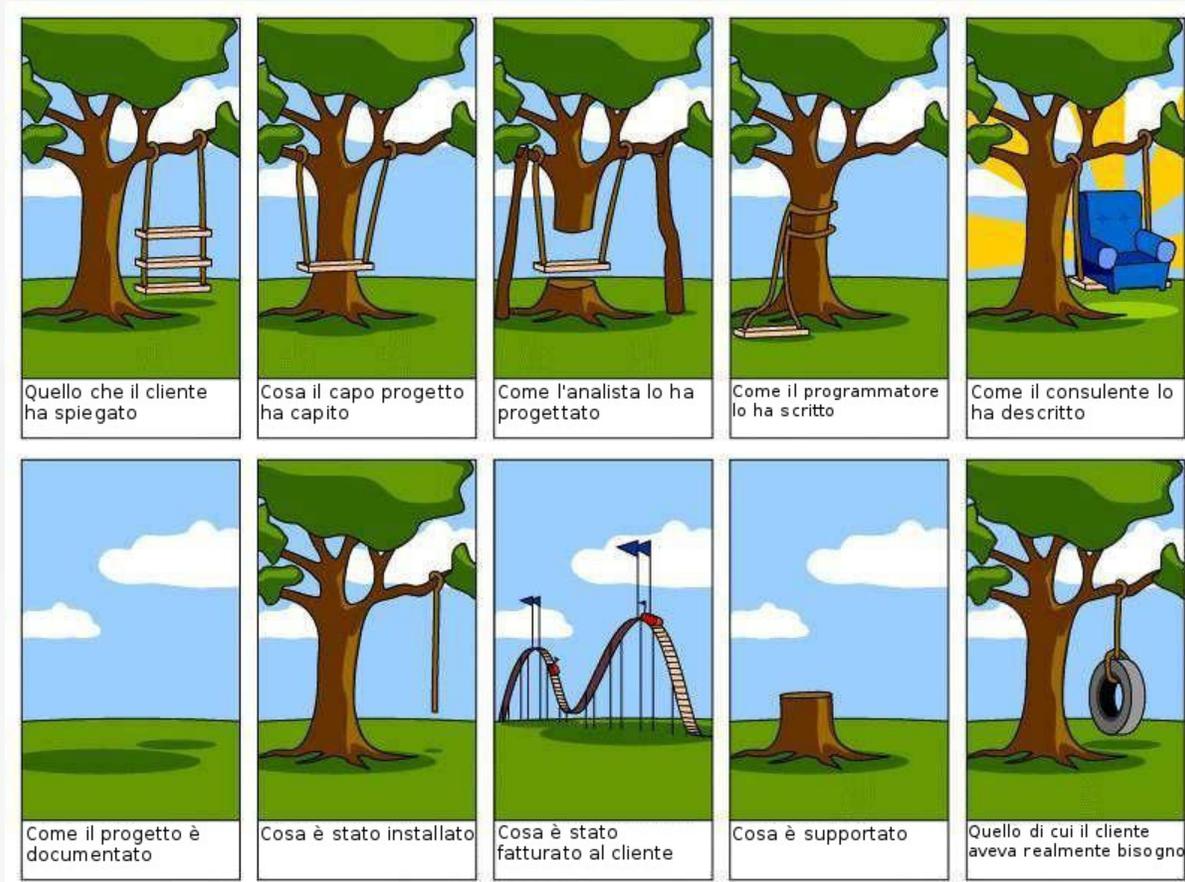
[Figma](#)

Demo

Test di utilizzo di [Draw.io](#)

<https://github.com/jgraph/drawio>

Metafora dell'altalena



<https://marcozordan.it/2018/08/quello-di-cui-il-cliente-aveva-realmente-bisogno/>

Analisi esperta (Expert Analysis)

Cos'è l'analisi esperta?

L'analisi esperta è un metodo di **indagine dell'usabilità** che si basa sulla valutazione del prodotto o del servizio **da parte di esperti del design o dell'usabilità**. L'analisi esperta consiste nell'osservare e nell'interagire con il prodotto o il servizio, al fine di individuare eventuali problemi o difficoltà nell'utilizzo e di formulare raccomandazioni per migliorare l'usabilità.

L'analisi esperta può essere utilizzata come uno **strumento di indagine complementare** ad altri metodi, come l'analisi dei dati o l'intervista agli utenti. Tuttavia, è importante tener presente che **gli esperti hanno una conoscenza approfondita delle tecniche di progettazione e di valutazione dell'usabilità**, e possono quindi avere una prospettiva diversa rispetto agli utenti non esperti. Pertanto, è importante tener conto anche delle osservazioni e dei feedback degli utenti effettivi per ottenere una valutazione dell'usabilità più completa e accurata.

Perché usare l'analisi esperta? - 1

Velocità: l'analisi esperta è generalmente più rapida di altri metodi di indagine

Profondità: gli esperti hanno una conoscenza approfondita delle tecniche di progettazione e di valutazione dell'usabilità, e sono quindi in grado di individuare problemi e suggerire soluzioni a livello di dettaglio maggiore rispetto agli utenti non esperti.

Generalizzabilità: i risultati dell'analisi esperta possono essere generalizzati a una popolazione più ampia di utenti, poiché gli esperti sono in grado di individuare problemi che potrebbero non essere evidenti per gli utenti non esperti.

Complementarità: l'analisi esperta può essere utilizzata come uno strumento di indagine complementare ad altri metodi

Perché usare l'analisi esperta? - 2

Risparmio di tempo e di costi: l'analisi esperta può consentire di risparmiare tempo e costi rispetto ad altri metodi di indagine, poiché richiede meno tempo per l'esecuzione.

Valutazione tempestiva: l'analisi esperta può essere effettuata in tempi più rapidi rispetto ad altri metodi di indagine.

Valutazione di nuove tecnologie: l'analisi esperta può essere utilizzata per valutare l'usabilità di nuove tecnologie o di soluzioni innovative.

Valutazione di prodotti o servizi complessi: l'analisi esperta è particolarmente adatta per la valutazione di prodotti o servizi complessi, che richiedono una conoscenza approfondita delle tecniche di progettazione e di valutazione dell'usabilità per essere compresi e valutati in modo accurato.

Perché non usare l'analisi esperta?

Dipendenza dall'esperienza degli esperti: i risultati dell'analisi esperta dipendono dall'esperienza e dalla competenza degli esperti valutatori.

Bias degli esperti: gli esperti possono avere un bias inconscio nella valutazione del prodotto o del servizio.

Limitata rappresentatività: l'analisi esperta non rappresenta necessariamente la percezione e l'esperienza degli utenti effettivi del prodotto o del servizio.

Costi: l'analisi esperta può essere più costosa di altri metodi di indagine, poiché richiede l'impiego di esperti specializzati e il loro tempo è generalmente più prezioso rispetto a quello degli utenti non esperti.

Limitata scalabilità: l'analisi esperta è generalmente meno scalabile rispetto ad altri metodi di indagine, poiché richiede una valutazione manuale.

Approcci dell'analisi esperta

Analisi euristica: valutazione di un prodotto o servizio in base a un insieme predefinito di principi di usabilità (gli euristici).

Analisi di design: valutazione in base a criteri di design, come l'aderenza alle linee guida di progettazione, la coerenza dell'interfaccia utente, la leggibilità del testo e altri aspetti di natura estetica e funzionale.

Analisi di task: valutazione in base alla capacità di supportare l'utente nell'esecuzione di un insieme specifico di compiti.

Analisi della user experience: valutazione in base all'impatto complessivo che ha sull'esperienza utente, considerando sia aspetti funzionali che emotivi.

Analisi cognitiva: valutazione in base all'impatto che ha sulla mente dell'utente, considerando i processi mentali coinvolti nell'utilizzo e le eventuali difficoltà.

Cosa sono gli euristici?

Gli euristici **sono i principi di usabilità** che rappresentano le "golden rules" della progettazione dell'interfaccia utente.

Gli euristici sono utilizzati nell'analisi euristica, uno degli approcci all'analisi esperta, per valutare la qualità dell'usabilità di un prodotto o di un servizio.

Gli euristici sono stati formulati da **Jakob Nielsen** e da **Don Norman**, e consistono in un insieme di **10 principi che devono essere seguiti per progettare interfacce utente efficaci e facili da usare**.

Visibilità dello stato del sistema: il sistema deve mantenere l'utente informato su ciò che sta accadendo, fornendo feedback tempestivo sull'esecuzione delle azioni dell'utente.

Corrispondenza tra sistema e mondo reale: il sistema deve parlare la stessa lingua degli utenti, utilizzando termini e concetti familiari e coerenti con le aspettative degli utenti.

Prevedibilità dell'azione dell'utente: le azioni dell'utente devono avere effetti prevedibili, in modo che l'utente sappia cosa aspettarsi in seguito a una determinata azione.

Reversibilità delle azioni: l'utente deve avere la possibilità di annullare o correggere le azioni che ha appena eseguito, senza conseguenze indesiderate.

Semplicità di utilizzo: il sistema deve essere semplice e facile da usare, evitando di richiedere all'utente conoscenze specialistiche o azioni complicate.

Aiuti visivi: il sistema deve fornire visualizzazioni di dati e di opzioni appropriate, che aiutino l'utente a comprendere meglio le informazioni e a prendere decisioni.

Consistenza: il sistema deve essere coerente nel modo in cui presenta le informazioni e gestisce le azioni dell'utente, in modo da evitare confusione e ambiguità.

Prevenzione degli errori: il sistema deve prevedere e prevenire gli errori che l'utente potrebbe commettere, offrendo opzioni di recupero e di ripristino in caso di problemi.

Riconoscimento piuttosto che ricordo: il sistema deve supportare la capacità di riconoscimento dell'utente piuttosto che la sua memoria, fornendo informazioni e opzioni in modo visivo e facilmente accessibile.

Aiuto e documentazione: il sistema deve fornire una documentazione e un supporto adeguati per aiutare l'utente a comprendere il funzionamento del prodotto o del servizio e a risolvere eventuali problemi.

Obiettivi di un'analisi esperta - 1

Gli obiettivi dell'analisi esperta possono variare a seconda dell'approccio utilizzato e del contesto in cui viene effettuata. In generale, però, gli obiettivi dell'analisi esperta possono essere i seguenti:

Valutare la qualità dell'usabilità di un prodotto o di un servizio: l'analisi esperta può essere utilizzata per verificare se un prodotto o un servizio soddisfa i criteri di usabilità stabiliti e se è facile e intuitivo da usare per gli utenti.

Identificare i problemi di usabilità e le opportunità di miglioramento: l'analisi esperta può aiutare a individuare le problematiche di usabilità che impediscono all'utente di utilizzare il prodotto o il servizio in modo efficace e a individuare opportunità per migliorare l'usabilità.

Obiettivi di un'analisi esperta - 2

Fornire raccomandazioni per il miglioramento dell'usabilità: l'analisi esperta può fornire suggerimenti concreti e supportare la progettazione di soluzioni per migliorare l'usabilità di un prodotto o di un servizio.

Valutare l'impatto dell'usabilità sulla user experience: l'analisi esperta può essere utilizzata per valutare come l'usabilità di un prodotto o di un servizio influisce sull'esperienza complessiva degli utenti, considerando sia aspetti funzionali che emotivi.

Supportare a prendere decisioni informate in merito alla progettazione dell'interfaccia utente: l'analisi esperta può fornire una base di conoscenze e di dati per supportare la progettazione di interfacce utente efficaci e facili da usare.

Come vengono sintetizzate le divergenze rispetto alle euristiche

Normalmente si tratta di schede dove sono indicati le criticità individuate.

- Descrizione della criticità.
- Quale euristica non viene rispettata
- Qual è la gravità del problema
- Cosa dovrebbe essere fatto per risolverlo
- Qual è la priorità di questo problema rispetto ad altri

Interaction design

Cos'è l'interaction design?

L'interaction design (IxD) è una disciplina che si occupa della **progettazione delle interazioni tra gli esseri umani e i sistemi tecnologici**, al fine di migliorare l'efficienza, l'efficacia e la soddisfazione degli utenti.

L'interaction design è una branca della progettazione dell'interfaccia utente e si basa sulla **comprensione delle esigenze, dei comportamenti e delle aspettative degli utenti**, nonché sulla conoscenza degli obiettivi del sistema e del contesto d'uso.

L'interaction design comprende la **progettazione di elementi visivi, di navigazione e di feedback, nonché la definizione di modelli di interazione e di flussi di lavoro**.

L'IxD si occupa anche della definizione di standard e di linee guida per la progettazione delle interfacce utente, al fine di garantire coerenza e facilità d'uso.

Cosa dovrebbe fare l'interaction design?

Semplificare le iterazioni



Fonte: presentazione Apple di iPhone



Fonte: presentazione Apple di iPhone

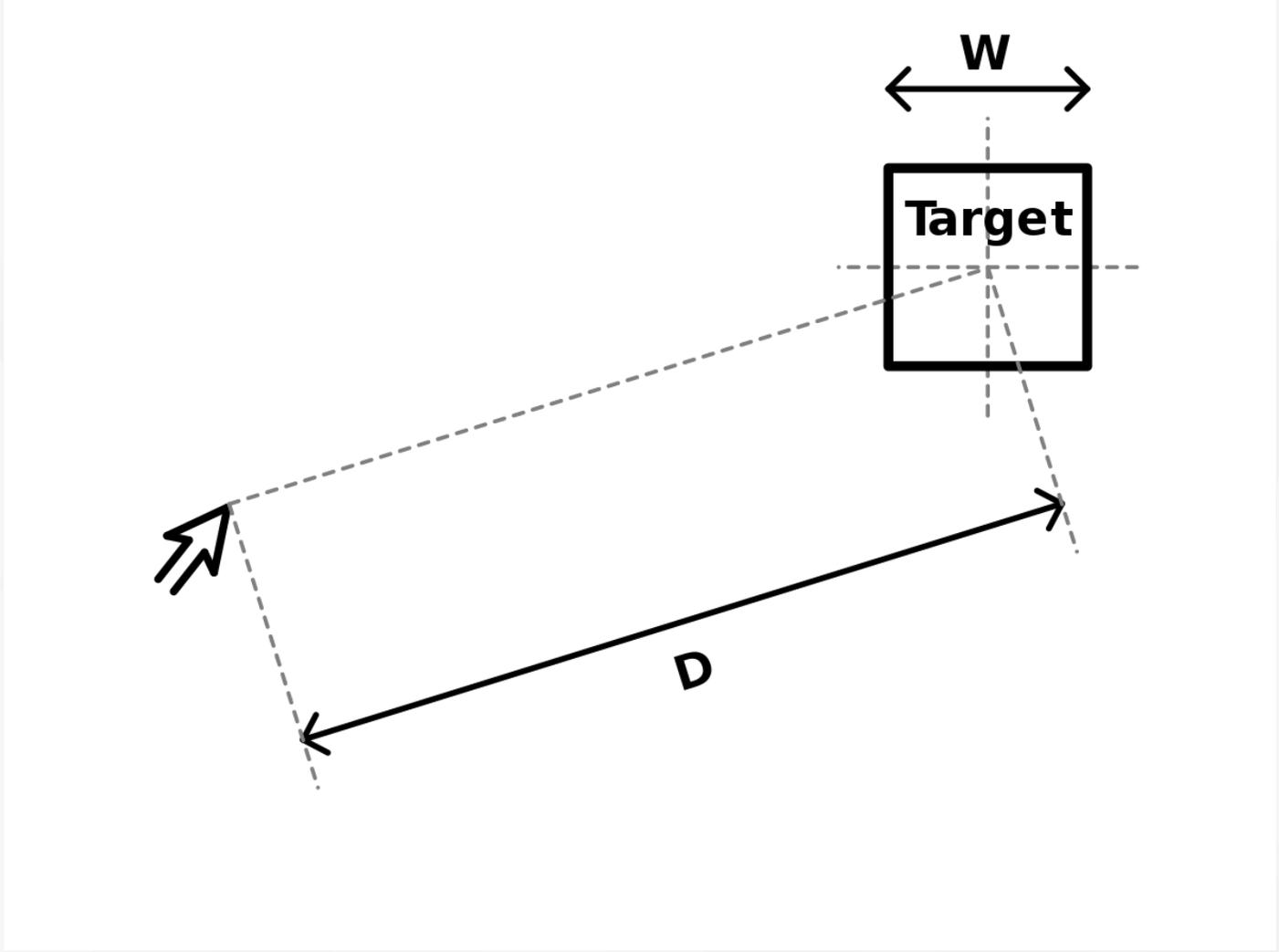
I principi dell'interaction design

Il principio di Paul Fitts

Il principio di Paul Fitts è una legge di progettazione dell'interfaccia utente che descrive **il tempo che impiega un utente per raggiungere un obiettivo sullo schermo con il puntatore del mouse.**

Il principio di Fitts afferma che il tempo necessario per raggiungere un obiettivo è inversamente proporzionale alla distanza dell'obiettivo e direttamente proporzionale alla sua dimensione. In altre parole, **più l'obiettivo è grande e vicino, meno tempo ci vorrà per raggiungerlo.**

Il principio di Fitts viene spesso utilizzato in progettazione dell'interfaccia utente per determinare la posizione e la dimensione ottimali degli elementi interattivi sullo schermo, al fine di rendere più efficiente e facile l'interazione dell'utente con il sistema.



https://en.wikipedia.org/wiki/Fitts's_law

Il principio di Hick-Hyman

Il principio di Hick-Hyman è una legge di progettazione dell'interfaccia utente che descrive **il tempo che impiega un utente per scegliere tra diverse opzioni o per eseguire un compito.**

Il principio di Hick-Hyman afferma che il tempo necessario per effettuare una scelta o per eseguire un compito è direttamente proporzionale al logaritmo del numero di opzioni o di passi necessari. In altre parole, **più ci sono opzioni o passi da considerare, più tempo ci vorrà per prendere una decisione** o per completare il compito.

Il principio di Hick-Hyman viene spesso utilizzato in progettazione dell'interfaccia utente per limitare il numero di opzioni presentate all'utente in una volta, al fine di rendere più efficiente e facile l'interazione con il sistema.

Il principio di Hick-Hyman - visuale



<https://bootcamp.uxdesign.cc/beginners-guide-to-hicks-law-3d855bbb3e8c>

Il principio di Larry Tesler

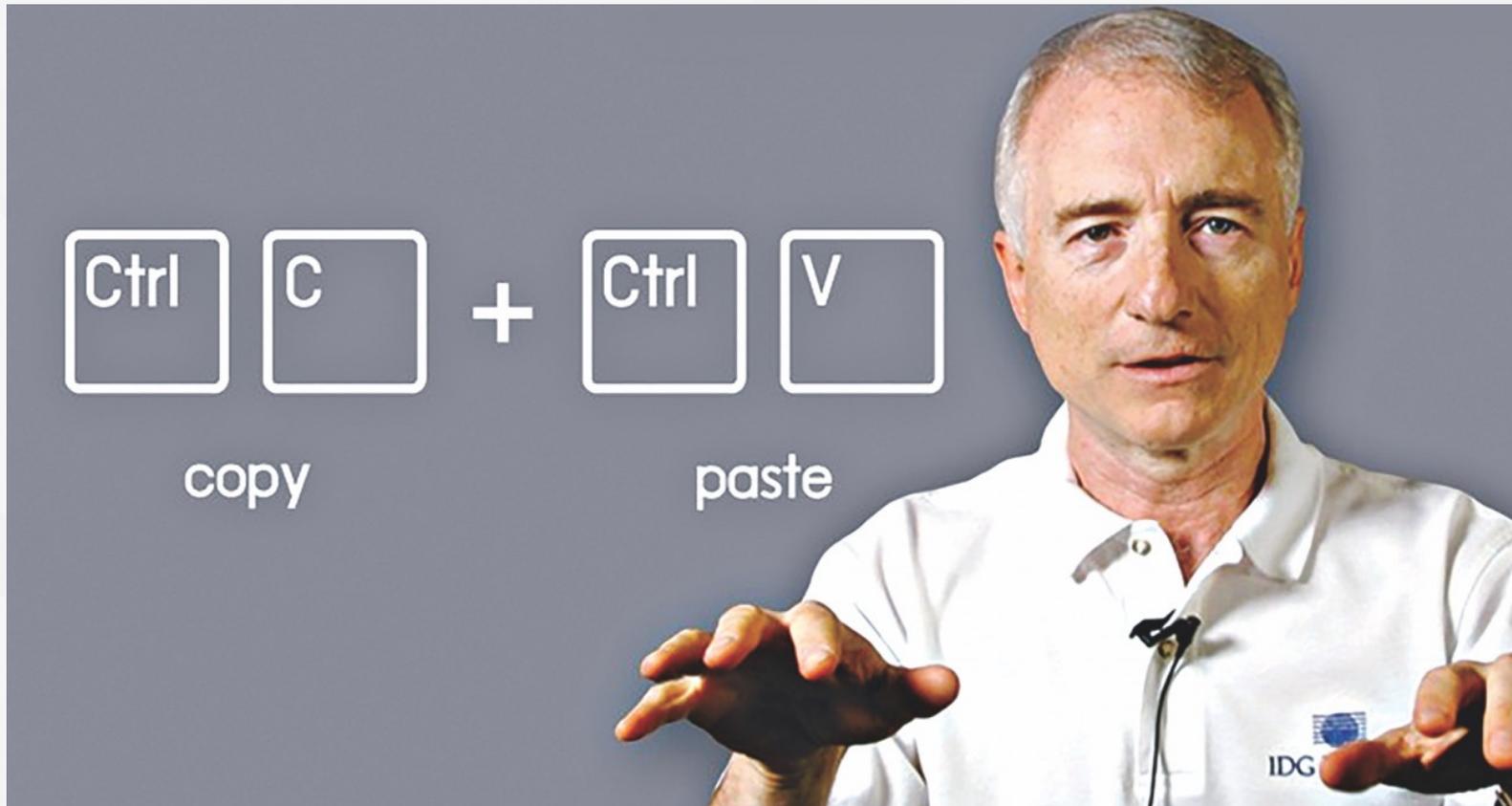
Il principio di Larry Tesler è una regola di progettazione dell'interfaccia utente che sostiene che **le funzionalità di un sistema dovrebbero essere separate dalle modalità di interazione con esse.**

Il principio di Tesler afferma che le funzionalità di un sistema, cioè ciò che il sistema fa, dovrebbero essere separate dalle modalità di interazione, cioè come l'utente interagisce con il sistema per ottenere quelle funzionalità.

In questo modo, **l'utente può scegliere la modalità di interazione più adeguata alle proprie preferenze e abilità**, senza essere influenzato dalle opzioni di funzionalità: **ex autocomplete.**

Il principio di Tesler viene spesso utilizzato in progettazione dell'interfaccia utente per creare sistemi flessibili e personalizzabili, che possono essere adattati alle diverse esigenze e abilità degli utenti.

Larry Tesler - il padre del copia e incolla



<https://uxdesign.cc/teslers-law-this-is-why-you-cannot-make-ux-any-simpler-d4c0706686a5>

Il principio di George Miller

Il principio di George Miller è una legge di progettazione dell'interfaccia utente che descrive **la quantità di informazioni che un utente può mantenere attive nella propria mente in un dato momento.**

Il principio di Miller afferma che la quantità di informazioni che un utente può mantenere attive nella mente è circa 7 ± 2 , cioè compresa **tra 5 e 9 elementi**. Questo significa che, per ottenere una buona comprensione e memoria delle informazioni, è importante presentare all'utente solo un numero limitato di elementi alla volta, evitando di sovraccaricarlo con troppe informazioni.

Il principio di Miller viene spesso utilizzato in progettazione dell'interfaccia utente per determinare la quantità ottimale di informazioni da presentare all'utente in una volta, al fine di rendere più facile e efficiente l'interazione con il sistema.



<https://www.pensierocritico.eu/numero-magico-7.html>

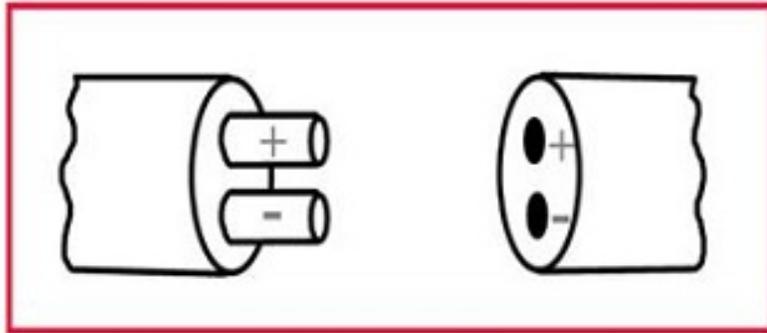
Il principio di Poka Yoke

Il principio di Poka Yoke è una filosofia di progettazione dell'interfaccia utente che mira a **prevenire gli errori o a rendere gli errori immediatamente evidenti**.

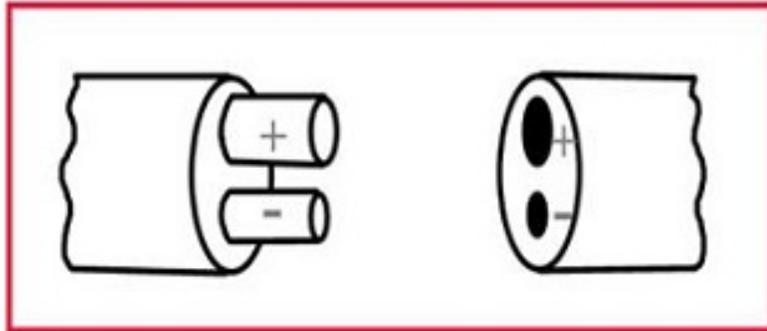
Il principio di Poka Yoke, che in giapponese significa "evitare gli errori" o "impedire gli errori", sostiene che gli errori sono inevitabili e che pertanto è importante progettare sistemi che rendano gli errori visibili o che li impediscano completamente.

Il principio di Poka Yoke viene spesso utilizzato in progettazione dell'interfaccia utente per prevenire errori comuni, come ad esempio l'inserimento di dati errati, e per rendere immediatamente evidenti gli errori che si verificano, al fine di facilitare la correzione e di evitare conseguenze negative.

Example of Mistake proofing



Without mistake proofing, we can have a mistake with irreversible damages



With mistake proofing, error is not possible

<https://www.processexam.com/six-sigma-tools-poka-yoke>

Cosa produciamo con l'interaction design

- Creazione di modelli su carta e/o in digitale
- Realizzazione di storyboard
- Creazione di mood board

Occorre creare molto materiale per far emergere delle idee da raffinare

Analisi dei processi

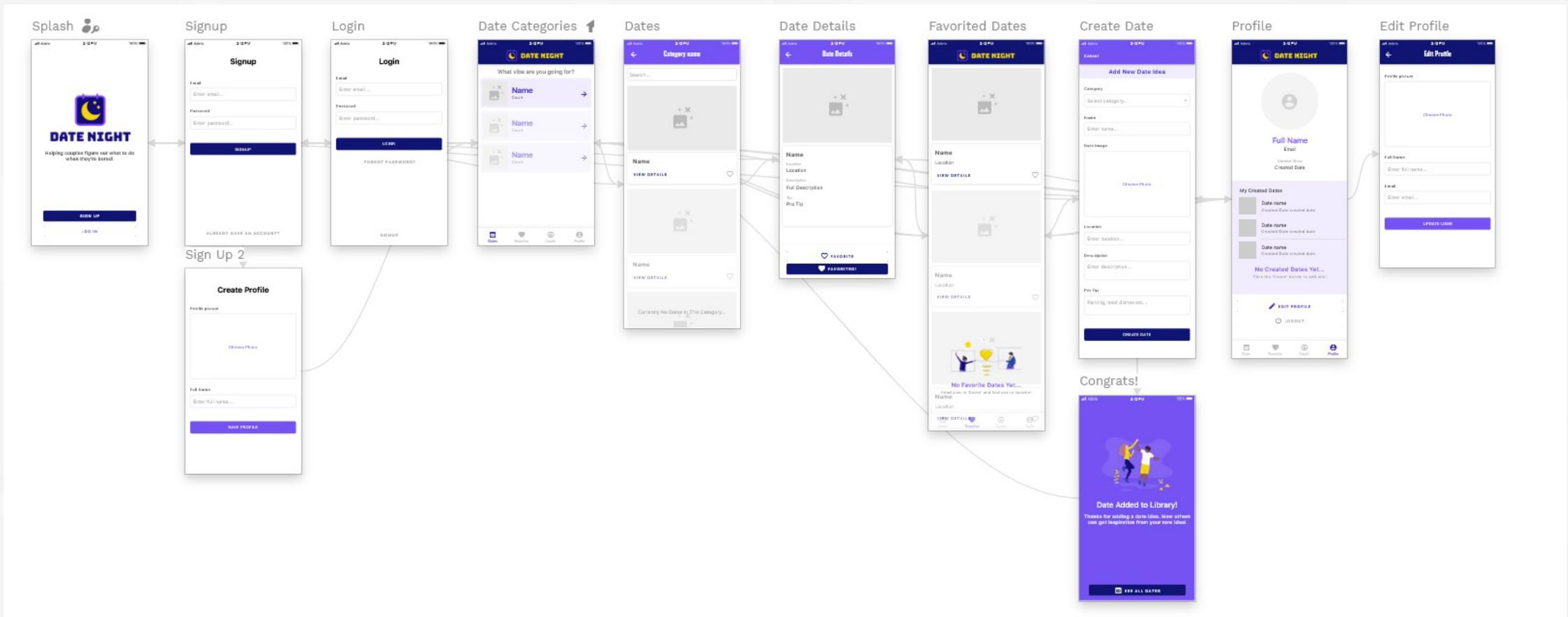
Perché ragionare a processi?

I processi all'interno di un progetto hanno un'importanza cruciale. Sapere come le informazioni si propagano in un sistema permette di migliorarne la struttura.

Per una corretta analisi dei processi occorre analizzare alcuni aspetti:

- Singoli task che gli utenti devono completare
- Casi d'uso
- Diagrammi di flusso delle informazioni

Disegno dei flussi



Esempio di progettazione APP con Adalo

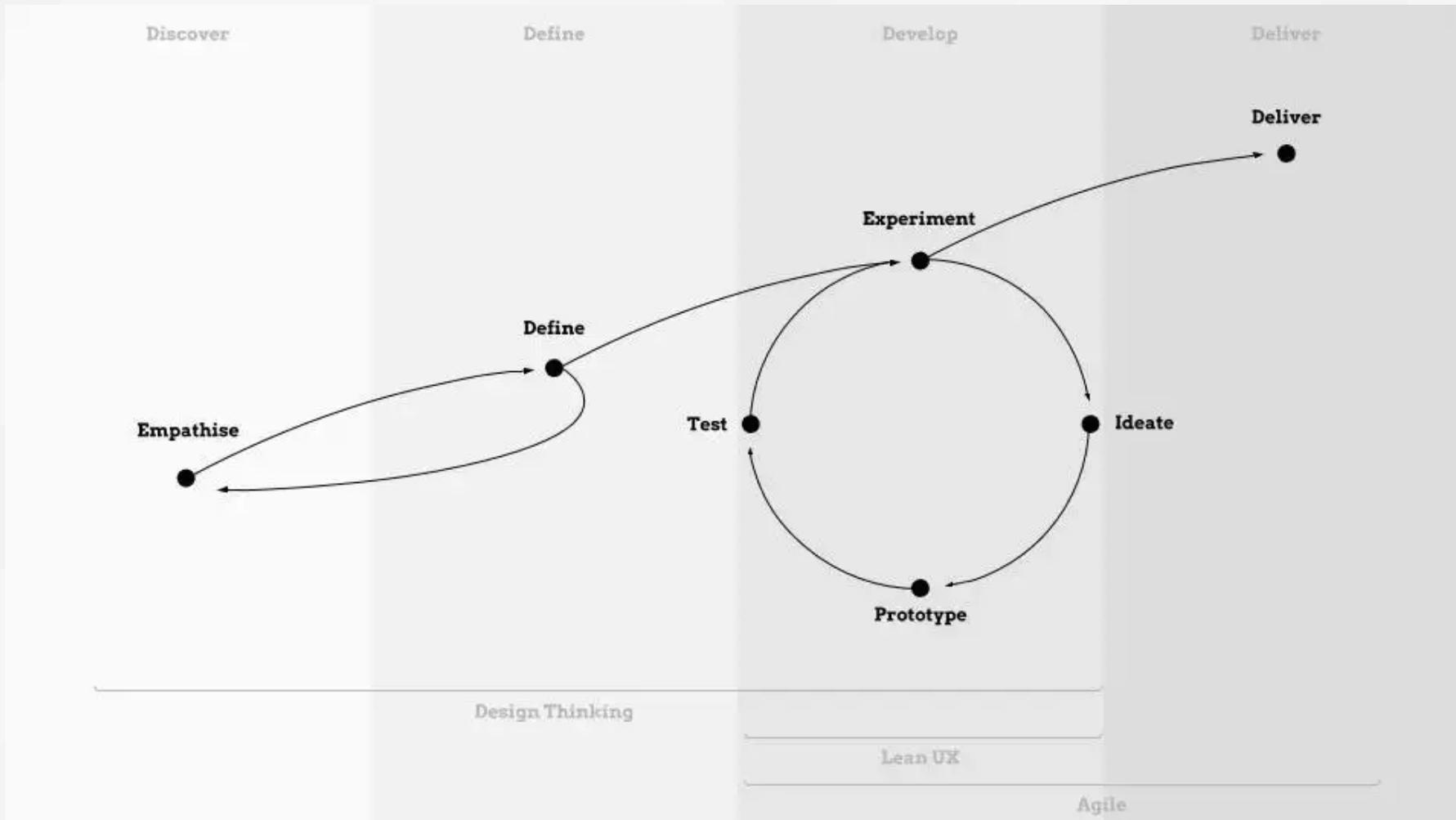
Il service design

Cos'è il service design?

Il service design è una disciplina che si occupa della **progettazione di servizi**. Si tratta di un approccio basato sulla progettazione di esperienze che mira a creare servizi di alta qualità e a misura di utente.

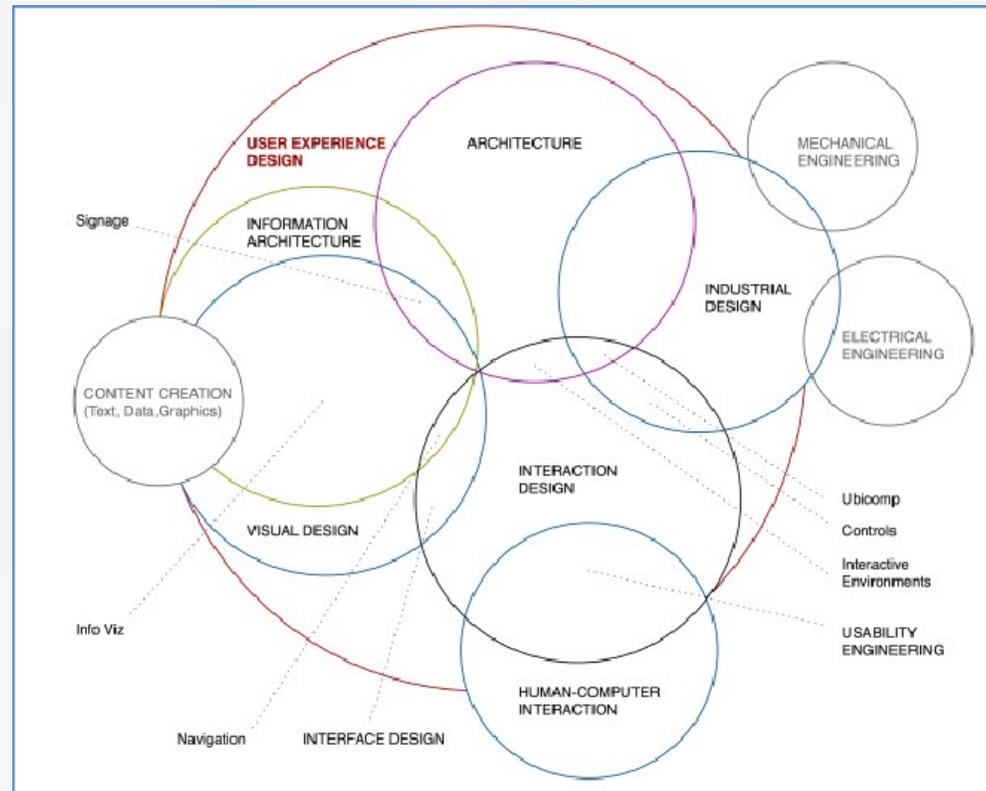
Il service design utilizza metodologie di **design thinking** e tecniche di co-creazione per analizzare le esigenze degli utenti e progettare servizi che rispondano a queste esigenze in modo efficace ed efficiente. Si basa sulla comprensione dei comportamenti, delle aspettative e delle necessità degli utenti per creare servizi che siano facili da usare, accessibili e soddisfacenti.

Il service design viene spesso utilizzato nell'ambito della progettazione di servizi pubblici, come ad esempio servizi sanitari, trasporti e servizi di welfare, ma anche nell'ambito dei servizi privati, come ad esempio servizi di e-commerce o servizi di assistenza clienti.



<https://medium.com/@christinabruun/service-design-methodology-78e41eca4ba9>

Discipline del design



https://www.researchgate.net/figure/The-Disciplines-of-User-Experience-Adapted-from-Saffer-D-2008_fig1_282673247

Tipologie di servizi

Esistono diverse tipologie di servizi:

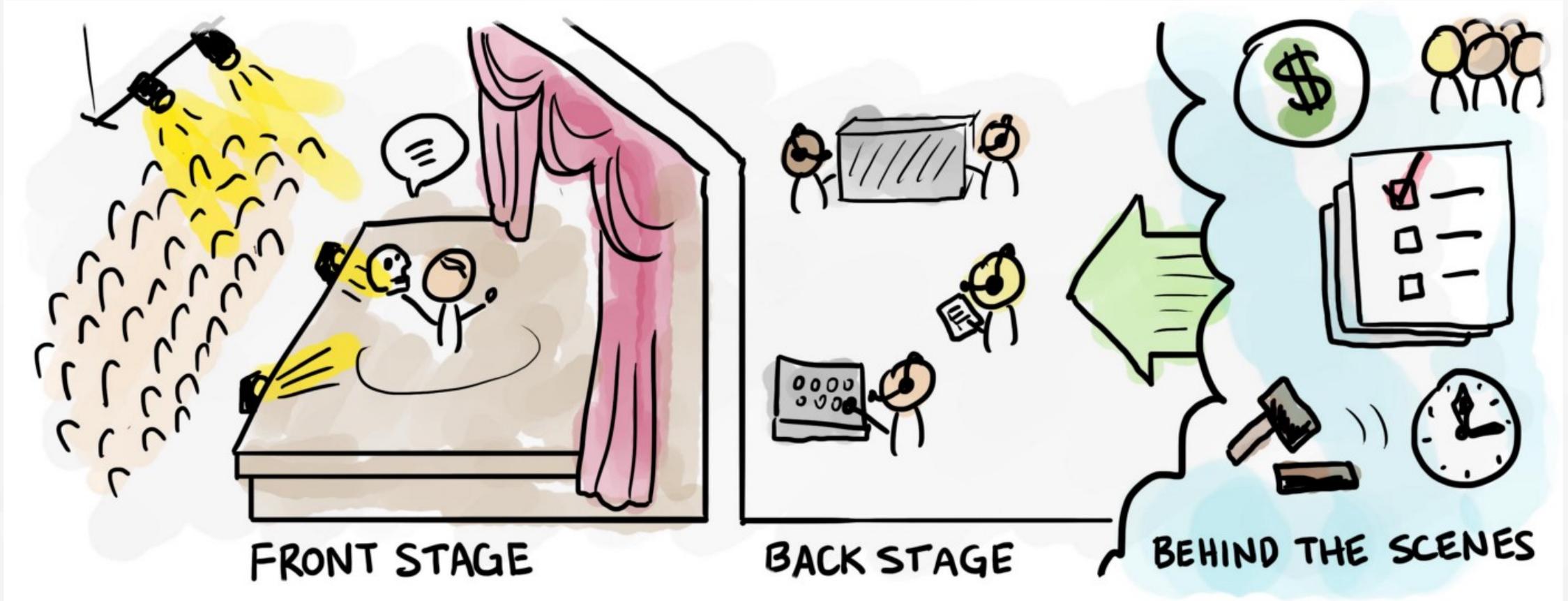
- Diretti: entro in un bar e bevo un caffè che viene creato al momento
- Indiretti: dopo che è stata cablata la mia zona con la fibra, chiedo l'allaccio ed usufruisco del servizio
- Multicanale: posso ordinare il pranzo da un ristorante usando il loro sito, la loro app o un servizio di food delivery
- Condivisi: car sharing, bike sharing
- Complessi: un volo aereo

Prodotto o servizio?



Come sono composti i servizi?

Palcoscenico, retroscena e dietro le quinte



<https://blog.practicalservicedesign.com/the-difference-between-a-journey-map-and-a-service-blueprint-31a6e24c4a6c>

E il cliente?

Capire i bisogni, i comportamenti e le esperienze dei nostri clienti ci aiuta a creare servizi migliori, che sappiano colpire nel segno a livello emotivo.

Conoscere le attività che i nostri clienti svolgono durante le loro giornate e le aziende con cui interagiscono ci permette di offrire soluzioni più mirate e di maggiore impatto.

Concetti del service design

Customer journey: il percorso che il cliente compie durante il suo utilizzo del servizio, dal primo contatto fino alla fine dell'esperienza.

Touchpoint: i punti di contatto tra il cliente e il servizio, come ad esempio il sito web, il call center, il punto vendita, etc.

Value proposition: il valore offerto dal servizio al cliente, che deve essere distintivo e rispondere alle esigenze e alle aspettative del cliente.

Sfide progettuali

Quali sono alcune delle sfide che dovrebbe affrontare il service design?

- Sfruttare l'opportunità di usare nuove piattaforme
- Estendere un prodotto con l'offerta di nuovi servizi
- Ripensare i servizi in ottica multicanale
- Progettare una nuova esperienza piacevole e distintiva
- Fornire il servizio in maniera efficiente e sostenibile nel tempo

Passare da una logica di prodotto a una di servizio

- Individuare nuove opportunità

Un prodotto è espandibile con nuovi servizi: supporto post vendita, manutenzioni. Il servizio potrebbe essere il prodotto stesso: OSMOTIC il depuratore è gratis, paghi solo la manutenzione annuale.

- Visione olistica del prodotto

Il termine olistico deriva dal termine greco "ολος" che significa "intero" o "tutto". Occorre avere un approccio globale o una visione che prende in considerazione tutti gli aspetti del problema o della situazione.

Co-creazione

Lo sviluppo di un prodotto deve riuscire ad aggregare più punti di vista:

- Progettare dei momenti di dialogo fra gli tutti attori coinvolti nel progetto: in molte aziende si ragiona a comparti stagni, bloccando la cooperazione fra settori diversi.
- Concretizzare gli spunti raccolti in una visione di progetto: valorizzazione delle idee interne ed esterne all'azienda
- Identificare una strategia a lungo termine: se i prodotti non riescono ad aggiornarsi e a competere nel lungo termine l'azienda rischia di terminare il proprio business.

Aziende che hanno scelto il service design

Netflix, Google, Spotify e Apple sono tutti esempi di aziende che hanno scelto la strada del Service Design.

Questo aspetto si nota dai loro modelli di business.

Perché Netflix addebita i clienti su base mensile invece che per film o perché Spotify offre anche solo abbonamenti mensili? Perché Apple è passata da iTunes ad Apple Music?

Tutte queste aziende stanno affiancando alla vendita di prodotti la vendita di servizi. Attraverso servizi ben progettati, i fornitori sperano di costruire e mantenere un rapporto con i clienti.

Riuscire a prevedere meglio le entrate permette di reinvestire in modo più efficace e prevedibile.

Come capire gli utenti

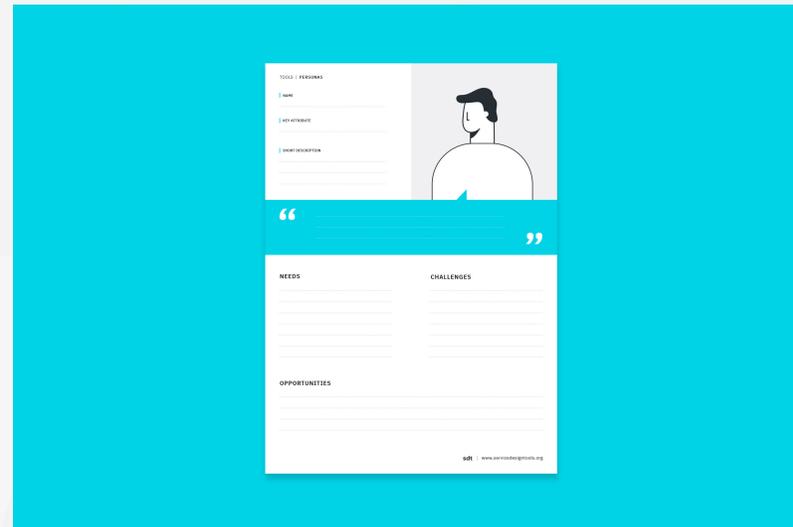
Per capire gli utenti occorre

- Analizzare i dati di servizio esistenti
- Analizzare la letteratura sul tema
- Analizzare aspetti meno conosciuti dell'utente o del suo modo di interagire

Strumenti per Capire gli utenti

Personas

Analisi e descrizione del comportamento utenti

A screenshot of a digital persona template form, likely from the Service Design Tools website. The form is white with a light blue header and footer, set against a solid cyan background. The header section includes a title 'TOTAL PERSONAS', a 'NAME' field, a 'PERSONALITY' field, and a 'PHOTO' field with a simple line-art illustration of a person's head and shoulders. Below the header is a large blue quote box with white quotation marks. The main body of the form is divided into three sections: 'NEEDS', 'CHALLENGES', and 'OPPORTUNITIES', each with several horizontal lines for text entry. The footer contains the text 'SDT | www.servicedesigntools.org'.

<https://servicedesigntools.org/tools/personas>

Customer Journey Map

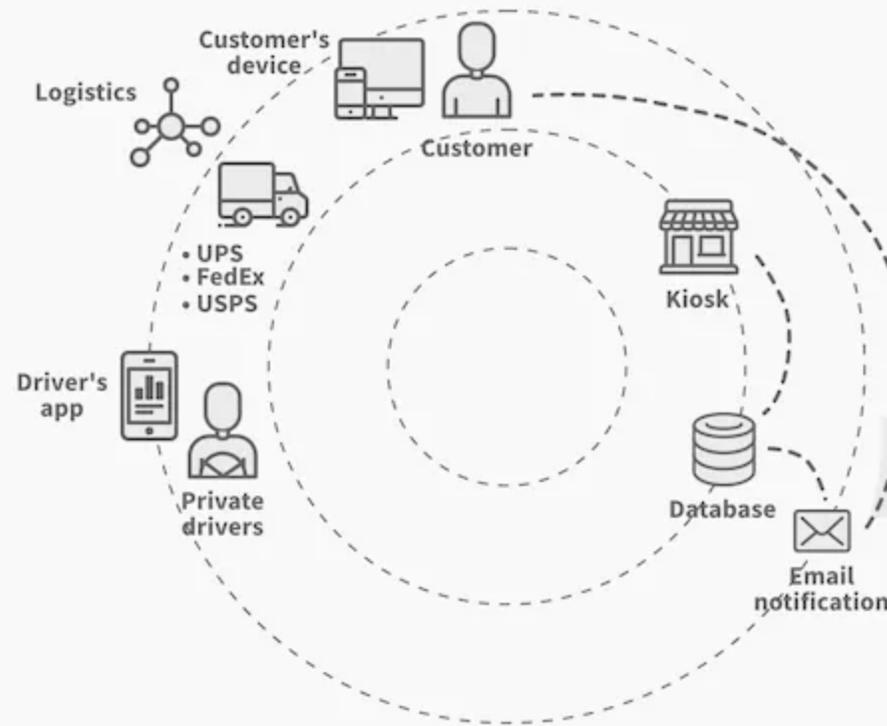
Comprensione dell'esperienza utente e dell'interazione col servizio



<https://giorgio-caruso.com/strategie-di-marketing/20-touchpoint/>

System Map

Comprensione delle dinamiche relazionali che governano il sistema



<https://www.interaction-design.org/literature/article/understand-the-service-design-process>

Quando condividere la visione di servizio?

Tramite l'organizzazione di workshop di co-design il designer deve rendere tangibile l'intangibile

Con quali strumenti è possibile condividere una visione di servizio?

- User Scenarios
Colloco la persona all'interno del servizio: chi è (personas), cosa fa (contesto), come interagisce (percorsi e punti di frizione)
- Service prototype
Creazione successiva di prototipi del servizio
- Value proposition del servizio
Valutazione dei vantaggi offerti dal servizio

Professione del service designer

- Ricerca
- Strategia
- Progettazione di dettaglio

Professioni

- Studi di design
- Startup
- Società di consulenza
- Ricerca accademica

Riferimenti

- Corso UX di [Carriere.it](#) in collaborazione con [Conflux](#)
- Wikipedia
- ChatGPT
- [Servicedesigntools](#)

Disclaimer

L'autore ha generato questo testo in parte con GPT-3, il modello di generazione del linguaggio su larga scala di OpenAI. Dopo aver generato la bozza della lingua, l'autore ha rivisto, modificato e rivisto la lingua a proprio piacimento e si assume la responsabilità ultima del contenuto di questa pubblicazione.

L'immagine di sfondo è stata generata con <https://app.haikei.app>