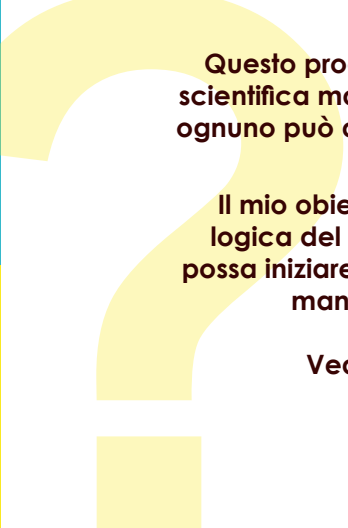




Questo procedimento non è una regola scientifica ma un procedimento testato che ognuno può adottare e modificare secondo le sue esigenze.

Il mio obiettivo è farti comprendere la logica del processo UX in modo che tu possa iniziare ad approcciarvi ai progetti in maniera più consapevole.

Vediamo subito gli step:

Intervista ai clienti il brief

Si inizia sempre da qua ed è un momento molto delicato: spesso il cliente non ha le idee chiare, lui non ha le competenze di un progettista, quindi é necessario fare domande molto specifiche a tutte le persone che avranno a che fare con il progetto:
il Direttore Marketing, il Project Manager, i vari soci, gli investitori, ecc.

Intervista ai clienti il brief

La nostra priorità in questo momento è conoscere in particolare:

Gli obiettivi di business;

Chi sono i loro utenti;

Qual è la loro storia pregressa;

Chi sono i loro competitor.

Intervista ai clienti il brief

Noi dobbiamo essere certi che tutte le persone coinvolte nel progetto abbiano gli stessi obiettivi. Non possiamo iniziare a lavorare e scoprire successivamente che uno dei soci aveva in mente una cosa, l'altro una del tutto diversa, l'altro ancora non era stato capace di spiegarsi bene.

Intervista ai clienti il brief

**Bisogna capire esattamente cosa dobbiamo fare
per poterlo fare al meglio. Le domande cui dobbiamo rispondere sono:**

cosa vuole ottenere il cliente?

Quali sono gli utenti a cui vuole rivolgersi?

Quale problema andiamo a risolvere?

Analisi degli obiettivi

Una volta raccolte tutte le informazioni preliminari, poniamoci queste domande: gli obiettivi del cliente sono realistici? Possiamo aiutarlo a raggiungerli? In generale, hanno senso?

In generale, se ci pare di notare una discrepanza tra il Risultato desiderato e la Soluzione proposta per raggiungerlo, è il caso di fermarci un momento a riflettere.

Analisi degli obiettivi

obiettivo non è accettabile se non è

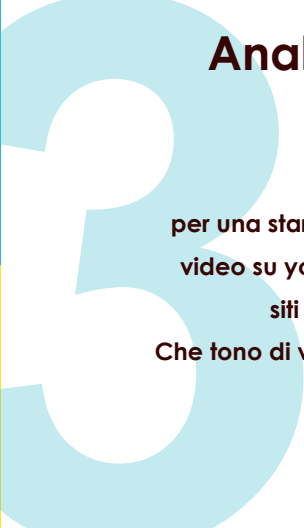
**Specifico, Misurabile, Azionabile,
Realistico e basato sul Tempo.**

Quindi: abbiamo chiari gli obiettivi lato cliente e sappiamo
di poter agire per raggiungerli.

Analisi dei concorrenti i competitor

l'analisi di competitor ci permette di capire cosa è presente nel mercato in questo momento e di prendere ispirazione dalle soluzioni adottate da altri professionisti.

I competitor sono sia i prodotti simili a quello che stiamo progettando, sia i prodotti che risolvono lo stesso problema del nostro.



Analisi dei concorrenti i competitor

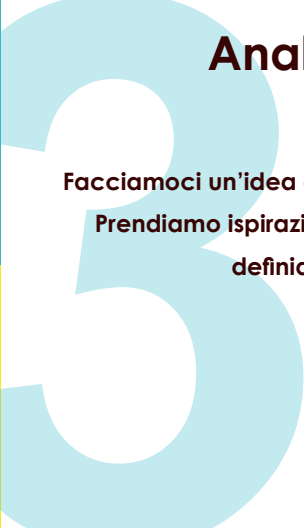
Facciamo un esempio:

per una startup del fitness quali soluzioni esistono?

video su you tube, social network, app di fitness,

siti web delle altre palestre ecc...

Che tono di voce utilizzano? Come sono progettate?



Analisi dei concorrenti i competitor

Facciamoci un'idea del mercato di riferimento e dei player in gioco.

**Prendiamo ispirazione dai pregi e i difetti del lavoro degli altri e
definiamo una prima bozza di concept.**

Analisi dei concorrenti i competitor

In questo caso possiamo usare l'analisi SWOT che è uno strumento di pianificazione strategica usato per valutare i punti di forza (Strengths), le debolezze (Weaknesses), le opportunità (Opportunities) e le minacce (Threats) di un progetto o in un'impresa o in ogni altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo debba svolgere una decisione per il raggiungimento di un obiettivo.

Analisi dei concorrenti i competitor

Individuati questi punti dobbiamo chiederci:

- come possiamo utilizzare e sfruttare ogni forza?
- come possiamo migliorare ogni debolezza?
- come si può sfruttare e beneficiare di ogni opportunità?
- come possiamo ridurre ciascuna delle minacce?

4 Applicazione del “design thinking”

Il Design Thinking non è altro che l'approccio alle soluzioni sulla base di problemi. In poche parole, ogni soluzione deve partire da un problema reale.

Chiediamoci:

La soluzione desiderata dal cliente risolve il problema indicato?

E Il problema indicato è un problema reale?

4 Applicazione del “design thinking”

Se una soluzione non risolve alcun problema, nessuno l'adotterà mai.

**Se un'azienda vuole che i propri utenti scarichino un'app inutile,
quell'azienda butterà dei soldi.**

**Non bisogna aver paura di essere critici con le idee del cliente. Anzi,
sarebbe meglio coinvolgerlo in questo genere di riflessioni in maniera
chiara e aperta.**

Creazione profili utenti ideali (User Personas)

Chi sono i nostri utenti ideali? Che bisogni hanno? Quali sono le loro aspettative?

In caso avessimo 3 gruppi di target – Freelance, Imprenditori e Project Manager – potremmo creare le seguenti Personas: Matteo, il freelance; Giorgio, l'imprenditore; Carla, la Project Manager.

Creazione profili utenti ideali (User Personas)

L'utilità delle user personas è duplice: primo, aiutano in presentazione con i clienti perché creano un'empatia; secondo, assicurano che le caratteristiche degli utenti di riferimento siano ben chiare a tutti, sia ai designer che ai clienti.

Creazione profili utenti ideali (User Personas)

Quali sono gli elementi da inserire in una User Persona?

Il nome della Persona;

Una foto (non deve sembrare stock/finta);

Il tipo di Persona;

Una breve bio;

Età e professione;

Obiettivi;

Bisogni.

Analizzare l'esperienza dell'utente (customer journey)

Adesso potremmo decidere di analizzare il viaggio dell'utente per avere una visione d'insieme del modo in cui interagirà con il nostro prodotto o servizio.

Se dovessimo progettare un sito di booking potremmo studiare tutte le fasi inerenti all'acquisto di un volo aereo:

Ricerca e Pianificazione > Definizione del volo > Prenotazione del volo > Post-Prenotazione > Viaggio > Post-Viaggio

Analizzare l'esperienza dell'utente (customer journey)

Cosa fa l'utente: cerca su google, compara i prezzi, inserisce le date, il numero di passeggeri, i dati di pagamento, ecc.;

Pensieri dell'utente: «Voglio andare in vacanza», «Dove spendo di meno?», ecc.;

Sentimenti dell'utente: frustrazione, gioia, confusione, noia...

Architettura dell'Informazione (information architecture)

L'Architettura dell'Informazione può essere definita la scienza dell'organizzazione delle informazioni: ci aiuta a capire dove disporre gli elementi e come collegarli tra di loro per garantirne una facile fruizione.

Noi sappiamo che un utente può arrivare sull'homepage, leggere le feature di prodotto e poi effettuare una registrazione, ma dobbiamo chiederci: a cosa è collegata la homepage? Quali sono i contenuti? E le altre pagine? E i sottoelementi?

Architettura dell'Informazione (information architecture)

Per fare questo dobbiamo creare una sitemap, ossia una mappa di tutte le pagine di un prodotto e delle loro relazioni.

Fare il “Wireframing”

I wireframe sono la struttura scheletrica delle schermate di un prodotto. Quando abbiamo definito l'alberatura di un prodotto e le possibili azioni che l'utente sarà in grado di performare, dobbiamo iniziare a progettare le schermate una per una.

Fare il “Wireframing”

Possiamo considerare il Wireframing come una fase di Sketching: all’inizio buttiamo giù le schermate con carta e penna usando degli stampabili come quelli di Sneakpeekit, per poi elaborarle con precisione utilizzando un software di grafica come Sketch, Cacao oppure Axure o Adobe xd.

Fare il “Wireframing”

Per il Wireframing non ci sono regole, bisogna fare pratica, ma ci sono alcuni consigli utili: studiamo una gerarchia visiva: impostiamo le cose più importanti perché siano più grandi ed evidenti, e segmentiamo il contenuto per una migliore fruizione (Chunking). Facciamo tante prove, cancelliamo e ridisegniamo, guardiamo le altre app e compariamo le soluzioni adottate.

Fare il “Wireframing”

Semplifichiamo la vita all'utente: se possiamo passare da 3 tap a 2, facciamolo (“Less is more”).

Cerchiamo di evitare i vicoli ciechi: l'utente clicca su un pulsante, va nella seconda schermata, vuole tornare indietro ma... non c'è il pulsante BACK!

Studiamo le linee guida dei sistemi operativi di riferimento: se stiamo progettando un'app per Android, andiamo a guardare il Material Design; se invece stiamo facendo per iOS, diamo un occhio a quelle di Apple!

Creare un prototipo e testare (prototyping & user testing)

Il Prototipo è una simulazione del prodotto. Può essere:

Non-Interattivo: prendiamo le schermate disegnate a penna oppure stampiamo le schermate fatte a computer, le mettiamo una sopra l'altra e voltiamo la pagina quando un utente clicca sul giusto elemento rappresentato sul foglio;

Creare un prototipo e testare (prototyping & user testing)

Interattivo: prendiamo le schermate fatte a computer oppure fotografiamo o scansiamo quelle disegnate a penna, quindi con un software come Marvel o InVision o Adobe xd, costruiamo un prototipo cliccabile e fruibile su un supporto digitale.

Sviluppare l'interfaccia grafica (User Interface, UI)

Abbiamo sviluppato i wireframe di tutto il prodotto, li abbiamo testati con gli utenti e abbiamo mostrato il prototipo al cliente, che ne è rimasto entusiasta. Perfetto! Adesso si passa alla fase di User Interface.

Sviluppare l'interfaccia grafica (User Interface, UI)

Ma come si sviluppa la UI?

Innanzitutto si crea una Moodboard, una tavola di ispirazioni grafiche per comunicare la personalità che il prodotto avrà;

Poi, si scelgono i font da utilizzare

Si costruisce una palette di colori

Si sceglie il tipo di immagini e il loro trattamento;

E infine si elaborano gli elementi principali (bottoni, form, livelli del testo, ecc.).

Sviluppare l'interfaccia grafica (User Interface, UI)

**Non esiste un procedimento universale, la grafica viene applicata, se ne controlla l'effetto, poi si decide cosa mantenere e cosa no.
Ci sono comunque dei requisiti che sarebbe meglio rispettare, vediamo quali:**

Sviluppare l'interfaccia grafica (User Interface, UI)

La UI riflette la personalità del prodotto: la UI per il sito istituzionale di una banca dovrà trasmettere certi valori (sicurezza, affidabilità, concretezza), mentre quella per un social di teenager ne comunicherà altri (vitalità, libertà, condivisione).

Sviluppare l'interfaccia grafica (User Interface, UI)

Deve contribuire all'usabilità del prodotto: gli elementi devono avere un aspetto che ne suggerisca la funzione (un pulsante deve sembrare cliccabile!).

Infine, deve contribuire alla creazione di una gerarchia visiva attraverso l'uso di Colore, Luminosità e Contrasto; per quanto riguarda i testi, attraverso l'adozione di diverse grandezze e stili (grassetto, corsivo, ecc.).

In conclusione TEST! TEST! TEST!

Alla fine di tutto, dopo aver vestito tutte le schermate con la UI definitiva, si può decidere di creare un nuovo prototipo e di eseguire degli ulteriori test sugli utenti. Dopo il lavoro dello UX/UI Designer arriva quello dei programmatori e, se noi impieghiamo una settimana a progettare un'app, a loro potrebbero servirne 4 per svilupparla, meglio essere sicuri che tutto perfetto prima di passarlo ai programmatori!