

Jacopo Pasquini, Simone Giomi,
Maria Cristina Caratozzolo

#UX DESIGNER

Progettare l'esperienza digitale
tra marketing, brand experience e design



FrancoAngeli

Professioni Digitali

Le professioni di domani, raccontate dai protagonisti di oggi

Direzione di Alberto Maestri

Il paradigma digitale ha aperto opportunità straordinarie, per chiunque. Innovazione, dati, omni-canalità sono solo alcune delle keyword alla base di questa profonda rivoluzione: per i professionisti di oggi e domani diventa fondamentale rimanere aggiornati e competenti in uno scenario così dinamico, fluido, stimolante. In questo contesto Professioni Digitali propone una collezione di guide pratiche raccontate dai protagonisti di oggi: autori che hanno saputo fare la differenza nel proprio settore diventando fonte di ispirazione per tanti. Una Collana dedicata a consulenti, freelancer, professionisti che desiderano aggiornare le proprie competenze e a quanti hanno da poco intrapreso la via del digitale. Libri agili, pratici e concreti, ricchi di consigli, casi studio, testimonianze e contributi di grandi esperti nazionali e internazionali, pensati per approfondire competenze specifiche e le metodologie più innovative.

Il dialogo continua su...

 blog.francoangeli.it/professionidigitali

 FrancoAngeliDigitale



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità.

Jacopo Pasquini, Simone Giomi,
Maria Cristina Caratozzolo

#UX DESIGNER

Progettare l'esperienza digitale
tra marketing, brand experience
e design

Prefazione di Sebastiano Bagnara

Progetto grafico della copertina: Gianni Camusso
In copertina: © Shutterstock

Copyright © 2018 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it.

A Oronzo, amico e Prof.
Maria Cristina Caratozzolo

A Ya-Hsin
Simone Giomi

A Mia e Neri
Jacopo Pasquini

Indice

Prefazione , di <i>Sebastiano Bagnara</i>	pag.	11
Introduzione	»	15
A chi ci rivolgiamo	»	16
1. Che cos'è la User experience (UX)?	»	19
1. Dagli Human Factors alla UX	»	19
2. Definire la User experience	»	24
3. Lo UX design esiste... o no?	»	27
4. Tutti (o quasi) parlano di UX	»	29
<i>Gli errori più comuni delle aziende che vogliono fare UX</i>		
di Antonella Turchetti	»	31
<i>UX design, fra metodo e cultura</i>		
di Venanzio Arquilla e Davide Genco	»	34
2. Professione UX designer	»	39
1. Che cosa deve sapere: conoscenze trasversali	»	39

2. Che cosa deve saper fare: competenze specifiche	pag.	47
3. Con chi deve collaborare: le professionalità complementari	»	51
4. Che tipo di professionista è: lo UX designer nei progetti digitali	»	53
<i>Consigli e percorsi per diventare UX designer</i> di Maria Cristina Caratozzolo	»	57
3. Il metodo di lavoro	»	61
1. Lo User Centered Design (UCD)	»	61
2. L'approccio PACT	»	64
3. Le fasi dello UCD: l'analisi	»	65
<i>Do you believe in personas?</i> intervista a Chiara Danese	»	74
4. Le fasi dello UCD: Progettazione	»	79
5. Le fasi dello UCD: Valutazione e Riprogettazione	»	84
<i>VisitDolomitiPaganella – Un Redesign di forma e sostanza</i>	»	88
6. Cosa succede dopo?	»	93
<i>Né Booking né Airbnb: solo Sharewood. Case history di un marketplace</i> di Giulia Trombin	»	94
<i>Accredia – Digital transformation Case Study</i>	»	103
di Carlo Frinolli Puzilli	»	103
4. L'Esperienza Digitale	»	112
1. Dove finisce il digital marketing, dove inizia lo UX design?	»	112

2. Quanto costa e quanto rende la UX?	pag.	116
3. Dalla User experience alla Digital experience	»	121
Le 4 non-regole dello UX designer	»	129
1. Non solo tecnologia	»	129
2. Non solo uno step nel processo	»	130
3. Non solo “user”	»	130
4. Non solo “designer”	»	131
<i>Creare una Brand experience di una commodity. Il caso Prysmian Group di Davide Cocchi</i>	»	132
<i>Brand experience design. Perché l’esperienza di marca è una sola di Antonio Paolo</i>	»	137
Ringraziamenti	»	141
Gli Autori	»	143
Bibliografia	»	145
Sitografia	»	146

Prefazione

di Sebastiano Bagnara*

Questo libro rappresenta un'eccezione. Splendida e paradossale.

Paradossale, perché da un po' di tempo, pressoché tutti i libri e gli articoli, anche sulla stampa quotidiana, che hanno a che fare con il lavoro, muovono da una "certezza": siamo vicini alla fine del lavoro. E si domandano cosa succederà del lavoro umano. Anzi, alcuni affermano che nel futuro, anche prossimo, gli umani non serviranno: *Humans need not apply*, come recita il titolo del libro di Henry Kaplan¹.

La fine del lavoro è ormai diventata un mantra, un luogo comune del pensiero unico.

Invece Maria Cristina Caratozzolo, Simone Giomi e Jacopo Pasquini vanno in una direzione opposta. Descrivono una professione emergente e che sta incontrando un certo successo.

E questa impostazione assolutamente ottimistica è si-

* Associato di Ricerca presso l'Istituto di Scienze e Tecnologie del CNR, docente di Human Factors presso la UniRsm, preside della Facoltà di Psicologia dell'Università Telematica Uninettuno e Presidente di BSD srl, Sebastiano Bagnara è uno dei massimi esperti internazionali di ergonomia e interfacce uomo-macchina.

¹ Kaplan H., *Human need not apply: A guide to wealth and work in the age of artificial intelligence*, Yale University Press, 2015 (trad. it. *Le persone non servono. Lavoro e ricchezza nell'epoca dell'intelligenza artificiale*, LUISS University Press).

curamente splendida: anziché preoccuparsi del lavoro che se ne va, parlano di un mestiere che è nato da poco e si sta ancora sviluppando e per il quale prevedono un bel futuro. Il *designer dell'esperienza dell'utente*. La nascita è speranza!

E di questa professione descrivono in dettaglio il contenuto del lavoro: dicono di che cosa si occupa questo nuovo mestiere. Precisano quali competenze, conoscenze e abilità possiede, quali metodi e tecniche usa e quali sono i risultati che ottiene e in quali scenari attualmente opera e opererà nel futuro.

E non è frutto di pura elaborazione teorica, di immaginazione. Gli autori fanno questo mestiere! Il che dà al libro, e alle cose scritte in esso, un senso di realtà, ben lontano dall'elaborazione fantastica.

Il senso di realtà è dato dalla considerazione che la progettazione del futuro deve necessariamente tradursi in oggetti e servizi che qualcuno userà: l'utente. Pure nel mondo in cui diventano centrali, l'intelligenza artificiale, l'automazione, il virtuale, anche l'oggetto, il servizio più interattivo sarà inutile se qualcuno non lo usa, non si accorge che esiste, non fa esperienza con esso. E l'utente, l'uomo o la donna, il cittadino non solo non userà, ma eviterà per quanto gli sarà possibile gli oggetti e i servizi che ritiene la/lo possano condurre a esperienze sgradevoli. Preferirà sempre le esperienze piacevoli e gratificanti. Il che non vuol dire necessariamente facili, e poco impegnative: le esperienze possono essere anche molto impegnative, al limite faticose; se portano anche soddisfazione, fiducia in se stessi, sono sfidanti e migliorano il rapporto con gli altri. Allora sono piacevoli non solo nel farle, ma anche nel ricordarle.

Progettare oggetti e servizi con queste caratteristiche e qualità è il lavoro del *designer dell'esperienza*. E siccome l'esperienza, le aspettative e i desideri umani evolvono e mutano nel tempo, con le condizioni di vita e, perché no?,

anche con le tecnologie disponibili, è quasi ovvio aspettarsi che questo mestiere non avrà vita breve.

Questo libro descrive bene i primi, ma non incerti passi della nuova professione. Dà modo di vedere come nasce il futuro: dal basso, dalle esperienze personali.

Desidero concludere dichiarando senza falso pudore che sono particolarmente felice di scrivere questa breve presentazione perché gli autori provengono dal Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione all'Università di Siena a cui ho contribuito e a cui resto particolarmente affezionato: un gran bel corso di studi! Sono stati studenti molto bravi, hanno creato insieme con tanti altri, che fra l'altro provenivano da *tutte* le regioni d'Italia, un ambiente di apprendimento e di vita unici. E hanno dimostrato di essere bravi anche dopo. Bravi nella professione e bravi nel riflettere sulla loro professione, come dimostra questo libro. Maria Cristina, Simone e Jacopo, bravi!

Introduzione

Una fotografia cattura un istante in un determinato momento. Nello stesso modo, questo libro è uno scatto che immortalata il ruolo e il lavoro dello UX designer durante l'era della digitalizzazione esperienziale.

Siamo tre professionisti attivi nel campo della comunicazione da vent'anni e le pagine che leggerete sono il frutto del nostro lavoro. In particolare, il volume ha l'obiettivo di raccontare il nostro mestiere quotidiano e la nostra prospettiva professionale, che si traduce nella relazione e nell'intersezione tra il marketing, la comunicazione e il design: faremo pertanto un viaggio nel mondo dell'esperienza d'uso che, oggi più che mai, è il collante alla base di ogni strategia di brand che si rispetti e sulla quale si configurano le decisioni e le scelte, da quelle più alte di business fino alle soluzioni di interfaccia grafica.

Questo saggio dunque non è un manuale, quanto una guida pragmatica che contiene modelli teorici e riferimenti alla letteratura, ma anche e soprattutto indicazioni sugli strumenti della UX, sui modelli da imitare nella pratica quotidiana e sul giusto approccio di co-progettazione da seguire.

Il testo si compone di quattro capitoli.

Nel capitolo 1, *Che cos'è la User experience (UX)?*, spie-

gheremo lo scenario attuale e ipotizzeremo le rotte evolutive future dello User experience design.

Nel capitolo 2, *Professione UX designer*, dettaglieremo le skill necessarie e definiremo i requisiti per lo svolgimento delle attività.

Nel capitolo 3, *Il metodo di lavoro*, chiariremo i passi del processo iterativo, le fasi e i tool indispensabili.

Nel capitolo 4, *L'Esperienza Digitale*, tratteremo il filo conduttore dell'experience.

Ogni capitolo può essere considerato autonomo, tuttavia, per godere appieno dei vantaggi formativi, suggeriamo una lettura sequenziale e progressiva del volume.

A chi ci rivolgiamo

Il nostro background è radicato nella comunicazione e nell'interaction design, ma ci vogliamo rivolgere a un pubblico non necessariamente di addetti ai lavori. La User experience sta dilagando in molti ambiti e sono sempre di più le persone interessate, non soltanto dal punto di vista lavorativo: a tutte loro offriamo l'occasione di avvicinarsi al tema, con un primo passo che non necessita di propedeuticità didattica.

Il libro è utile a chi muove i primi passi nel panorama della UX e, nello stesso tempo, a chi è già attivo in questo mondo. Non a caso, nelle pagine che seguiranno scoprirete un pacchetto completo di teorie e di tecniche, corredato da best practice di settore, da indicazioni, link e spunti da approfondire:

- le aziende capiranno l'influenza dell'esperienza nel percepito, nel vissuto e nel ricordo delle loro marche;
- le digital agency troveranno un metodo e un processo interno applicabile da subito nei progetti per i loro clienti;

- i freelance potranno arricchire il proprio vocabolario, potranno valorizzare le proprie conoscenze e affinare le proprie competenze;
- gli studenti avranno chiara la panoramica di un mestiere affascinante e davvero tanto richiesto sul mercato del lavoro.

A tutti voi, buona lettura!

Se volete scriverci, ci trovate qui:

<http://pasquiniassociati.studio/>

<http://ux.boutique>

1. Che cos'è la User experience (UX)?

“The difference between a smart phone and a dumb one is a smart UX designer”.

Così Alan Cooper – in un'intervista del 2012¹ – motivava il perché lo User experience design fosse importante, aggiungendo: “More and more analog products have digital components, from automobiles to pill bottles to light bulbs, and that means we have to pay attention to their interaction design and User experience”.

1. Dagli Human Factors alla UX

Si potrebbe dire che lo studio della relazione fra uomini e tecnologie sia nato con le tecnologie stesse, motore e conseguenza insieme di un processo di continua evoluzione, risposta alla insopprimibile tendenza dell'uomo a modificare l'ambiente che lo circonda e a escogitare nuove forme di azione e interazione.

È però dalla metà del secolo scorso che l'interesse per le caratteristiche fisiche e per le componenti psico-cognitive degli oggetti tecnologici (soprattutto quelli di supporto

¹ <https://www.cooper.com/journal/2012/11/what-is-user-experience-design>.