

# **Teorie e tecniche della progettazione Web Lezione 2**

Mario Verdicchio

Università degli Studi di Bergamo

Anno Accademico 2019-2020

# Lezione 2 (13 febbraio 2020)

- Processo UX minimo indispensabile

# Processo UX minimo

1. BS check
2. Benchmark generico
3. Definizione di user story e flow
4. Pattern benchmark per wireframe
5. Pattern benchmark per user interface
6. Presentazione al cliente


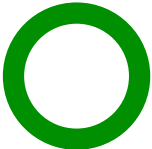
# 1. BS check

- Fare un colloquio approfondito con il cliente per stanare le “cavolate”, ossia idee sbagliate o irrealistiche che possono portare a seri problemi nel progetto
- Domande chiave:
  - Quali sono gli obiettivi di business?
  - Qual è il problema che il cliente vuole risolvere?
  - Il problema è un problema reale?
  - La soluzione desiderata dal cliente risolve tale problema?

# SMART

- Si tratta di un possibile framework per organizzare il BS check
- Introdotto da George Doran nel 1981 (Management Review 70(11): 35-36)
- Si tratta di un acronimo:
  - Specific
  - Measurable
  - Actionable
  - Realistic
  - Time-based


# Specific

- Ogni obiettivo deve essere definito in maniera chiara e non soggetto a interpretazioni
  - “Voglio aumentare le visite al mio sito web” 
  - “Voglio aumentare le visite mensili al mio sito web del 20%” 

# Measurable

- Ogni risultato richiesto deve essere misurabile

– “Voglio che i miei utenti si sentano più felici” 

– “Voglio un aumento delle donazioni da parte degli utenti del 15%” 

# Actionable

- Con un obiettivo chiaro e misurabile, abbiamo bisogno di mezzi per poterlo raggiungere
  - “Voglio che gli utenti del blog leggano gli articoli fino in fondo” ❌
  - “Voglio che gli utenti abbiano modo di interagire con i post del blog” ○
- Non c'è modo di costringere gli utenti a seguire gli articoli fino in fondo, mentre aggiungere bottoni per like o finestre per aggiungere commenti è un'azione possibile



# Realistic

- Eliminare obiettivi che non sono realistici
  - “Voglio che tutti gli utenti che visitano il sito web si iscrivano” ✗
  - “Voglio 100mila utenti nel primo mese di lancio della nostra startup” ✗
- Fare molta attenzione ai cosiddetti “falsi amici”: obiettivi che sembrano raggiungibili ma che in realtà non lo sono
  - “Vorrei che il mio sito avesse un tasso di conversione del 10%” ✗  
(Siti di e-commerce di buon successo hanno un tasso di conversione di circa 3%)

# Time-based

- Gli obiettivi devono avere un riferimento temporale
  - “Voglio 10mila nuovi utenti” ❌
  - “Voglio 1000 nuovi utenti al mese nei prossimi 6 mesi” ○
- Le proiezioni in questo contesto sono molto importanti e dobbiamo valutarle per essere sicuri di far fronte alle aspettative

## 2. Benchmark generico

- Nel processo UX completo, dopo aver concordato con il cliente gli obiettivi, dovremmo dedicarci all'analisi dei competitor e alla user research (con sondaggi e interviste)
- Quando non ci sono le risorse, dobbiamo ricorrere al benchmark generico: lo studio di iniziative simili alla nostra

# Studio di prodotti simili

- Come è stato strutturato?
- Perché sono state operate queste scelte?
- Perché l'interfaccia ha questo aspetto?
- Da che cosa possiamo prendere ispirazione e perché?
- Che cosa dovremmo evitare e perché?

# High-level concept

- Ci si può anche far ispirare da concetti di alto livello (di astrazione): non necessariamente corrispondenti in maniera concreta al prodotto che stiamo concependo, ma che ci permettono di ragionare per similitudine
- Esempi:
  - un Uber per la consegna a domicilio
  - un Booking per servizi di pulizia
  - uno Spotify per libri

# Risultato del benchmark generico

- Abbiamo ora un'idea generale del prodotto che verrà progettato e una lista di funzionalità

# 3. User story e user flow

- Le user story sono una tecnica per descrivere per mezzo di frasi le funzionalità di un prodotto e i relativi flussi degli utenti
- La struttura tipica di una user story è  
In qualità di <ruolo>  
io voglio <funzione o azione>  
in modo da <risultato desiderato>.

# Esempi di user story per Airbnb

- In qualità di **cliente** voglio **cercare case** in modo da **affittarne una**
- In qualità di **cliente** voglio **filtrare i risultati** in modo da **velocizzare la mia ricerca**
- In qualità di **host** voglio **inserire i dati della mia casa** in modo da **poterla affittare**
- In qualità di **host** voglio **ricevere notifiche** in modo da **poter approvare in maniera veloce le richieste di prenotazione**



# Versione semplificata delle user story

- In qualità di <ruolo> voglio <azione>
- Esempi:
  - In qualità di **cliente** voglio **registrarmi**
  - In qualità di **cliente** voglio **inserire le mie informazioni**
  - In qualità di **cliente** voglio **modificare le mie informazioni**

# User story grafica = user flow

- In qualità di **utente** voglio **fare login con email o social account**

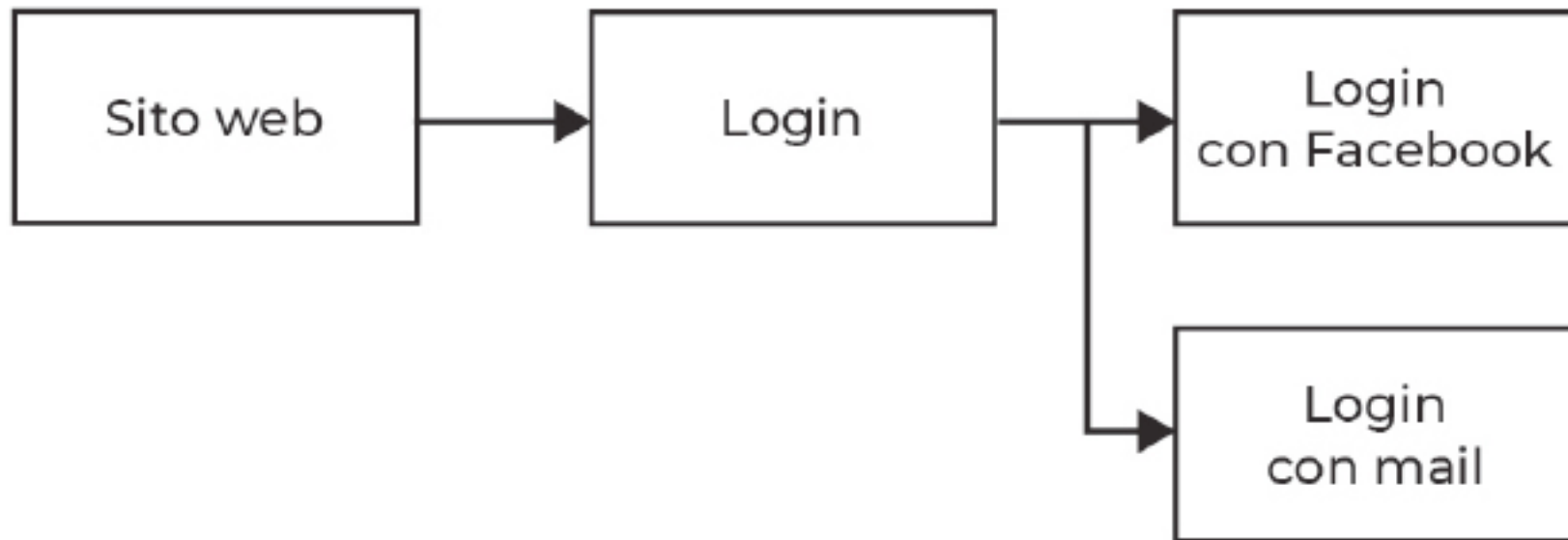


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

# Più user story in un unico user flow

- In qualità di **utente** voglio **fare login con email o social account**
- In qualità di **utente** voglio **una dashboard per avere una panoramica**

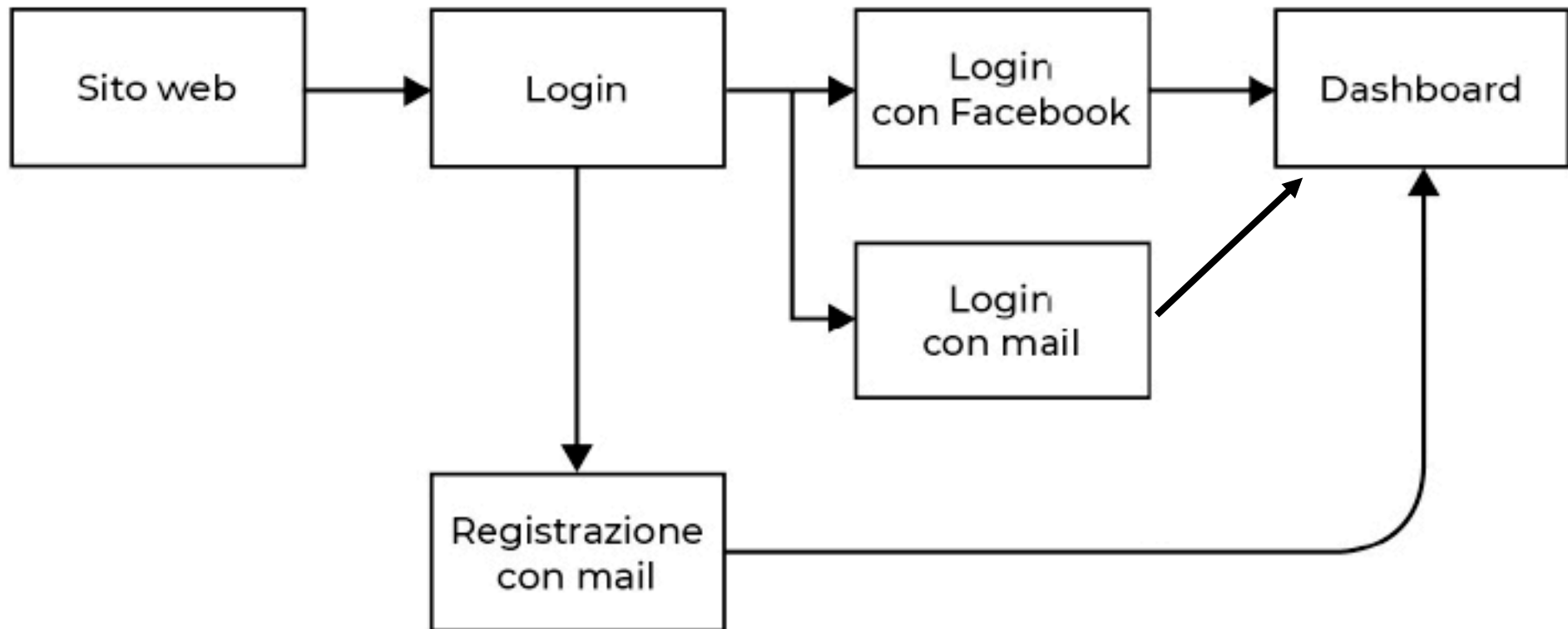


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

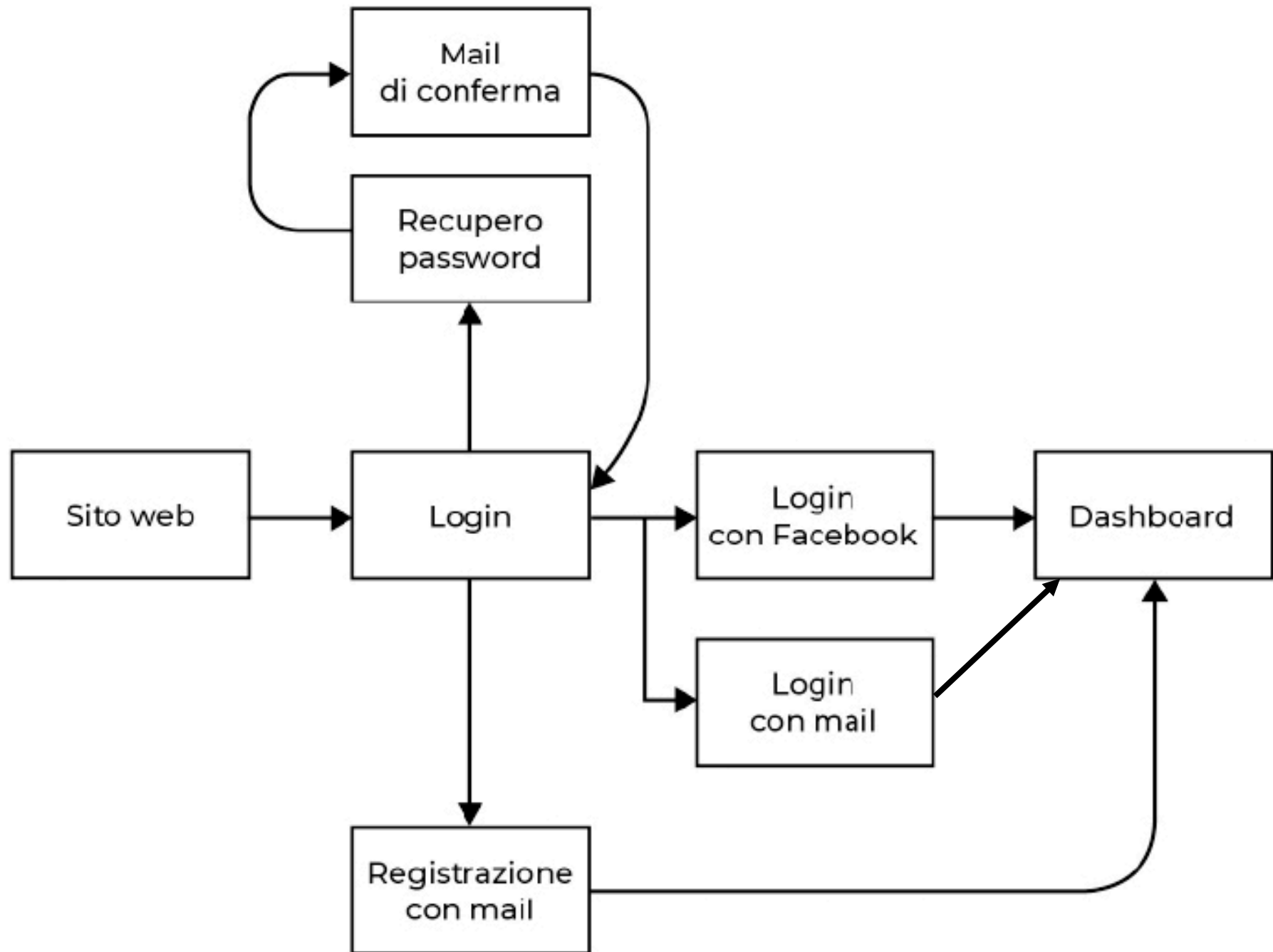


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

# User flow vs Information Architecture

- All'apparenza molto simili, sono in realtà due metodologie grafiche per esprimere aspetti diversi del nostro prodotto:
  - lo user flow mostra i possibili percorsi d'uso che un utente può intraprendere
  - la IA (o anche sitemap) mostra tutte le informazioni e i contenuti che un prodotto mette a disposizione dell'utente, e anche la loro organizzazione gerarchica

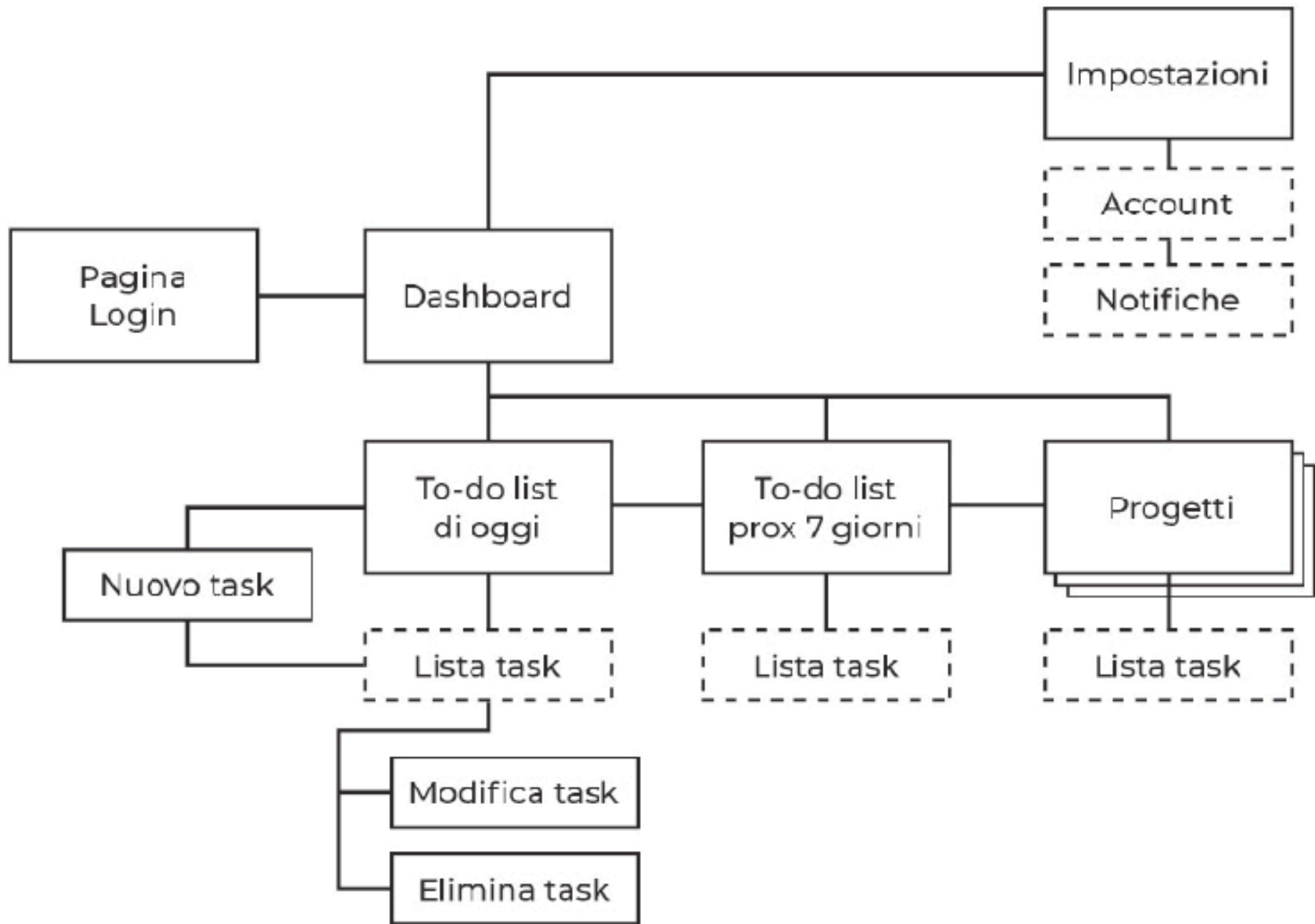


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

# Risultato di questo step

- Abbiamo la lista di tutte le azioni che gli utenti possono svolgere e la relativa rappresentazione grafica
- Una volta ottenuta l'approvazione del cliente, sappiamo che cosa dobbiamo andare a progettare

## 4. Pattern benchmark per wireframe

- Ora dobbiamo costruire le schermate che permetteranno all'utente di muoversi nella struttura determinata negli step precedenti
- Prendiamo come esempio l'ingresso nel sito:
  - Homepage > Pagina login > Dashboard
- La pagina login dovrà avere tutti gli elementi necessari perché l'utente possa svolgere tutte le azioni delle relative user story



# Da user story a wireframe: le story

- In qualità di **utente** voglio **effettuare il login con nome utente e password**
- In qualità di **utente** voglio **recuperare la password dimenticata**
- In qualità di **utente** voglio **registrare un nuovo account**

# Da user story a wireframe: gli elementi necessari

- In funzione di queste story, abbiamo bisogno nella pagina login di:
  - campi di inserimento di username e password
  - un bottone per confermare
  - un link per il recupero della password
  - un link per andare alla pagina di signup (registrazione di un nuovo account)

# Da user story a wireframe: il wireframe

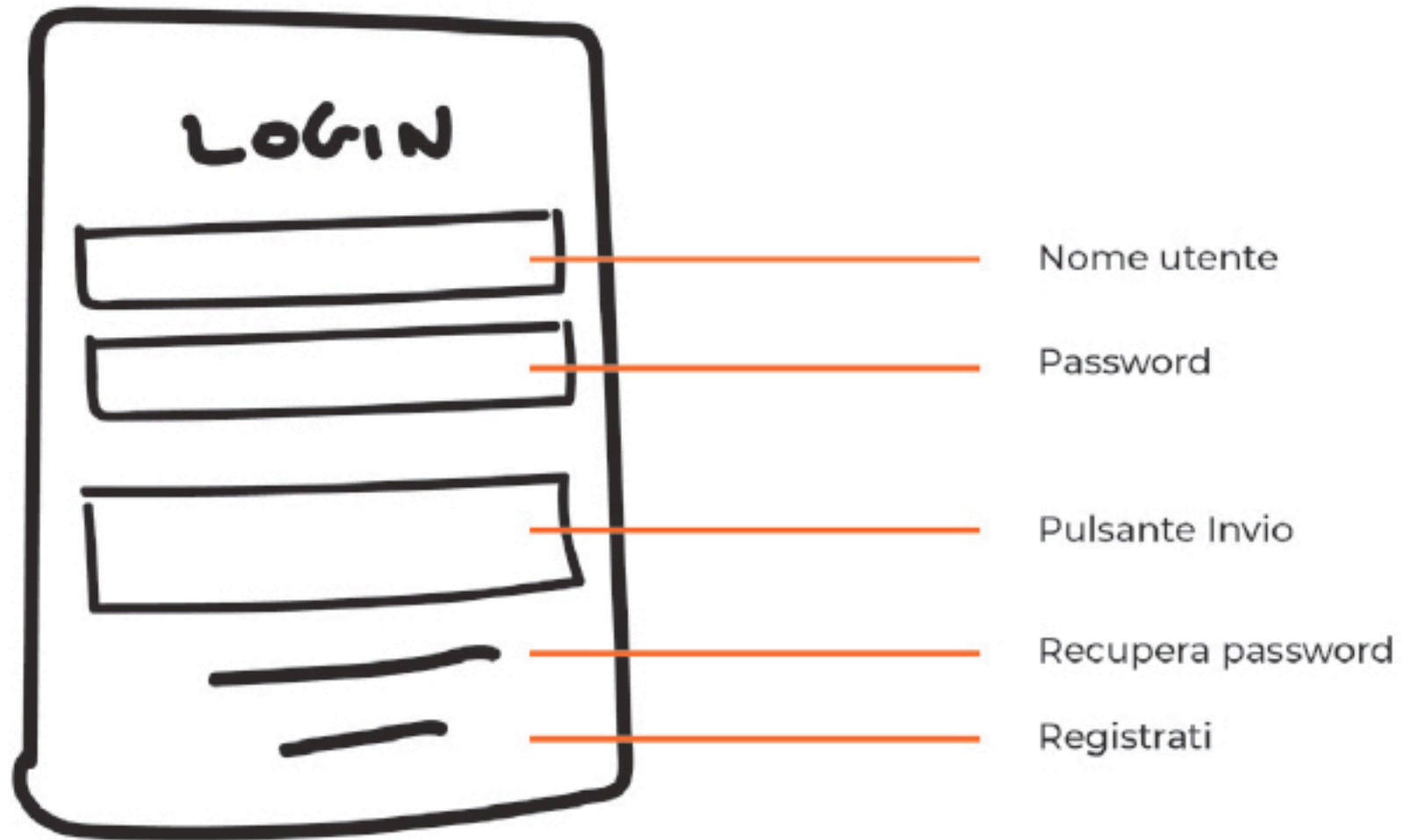


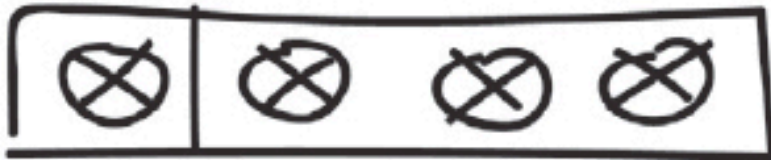
Figura tratta dal libro "Manuale di sopravvivenza per UX Designer" di Matteo di Pascale

# I pattern

- Pattern: schema; nel contesto dei wireframe, una struttura generica che usiamo per creare elementi all'interno delle nostre schermate
- Non solo è lecito, ma è anche consigliabile in questo step prendere ispirazione dai pattern più diffusi nei siti più di successo

# Esempi di pattern

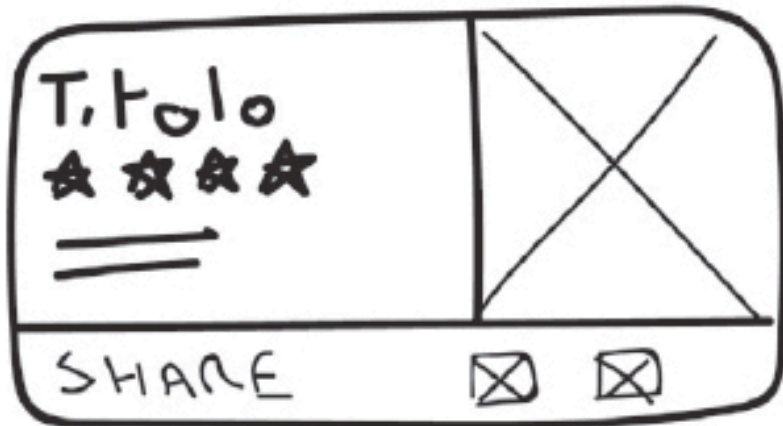
Tab Bar



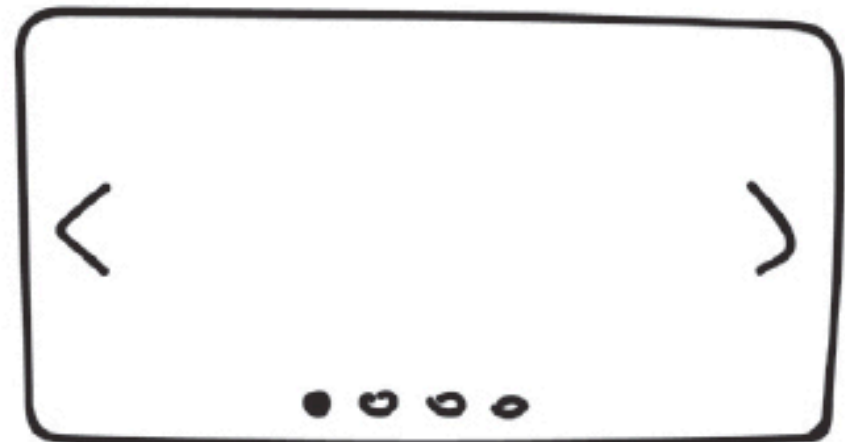
Burger Menu



Card di Google Maps



Slider



# Wireframe

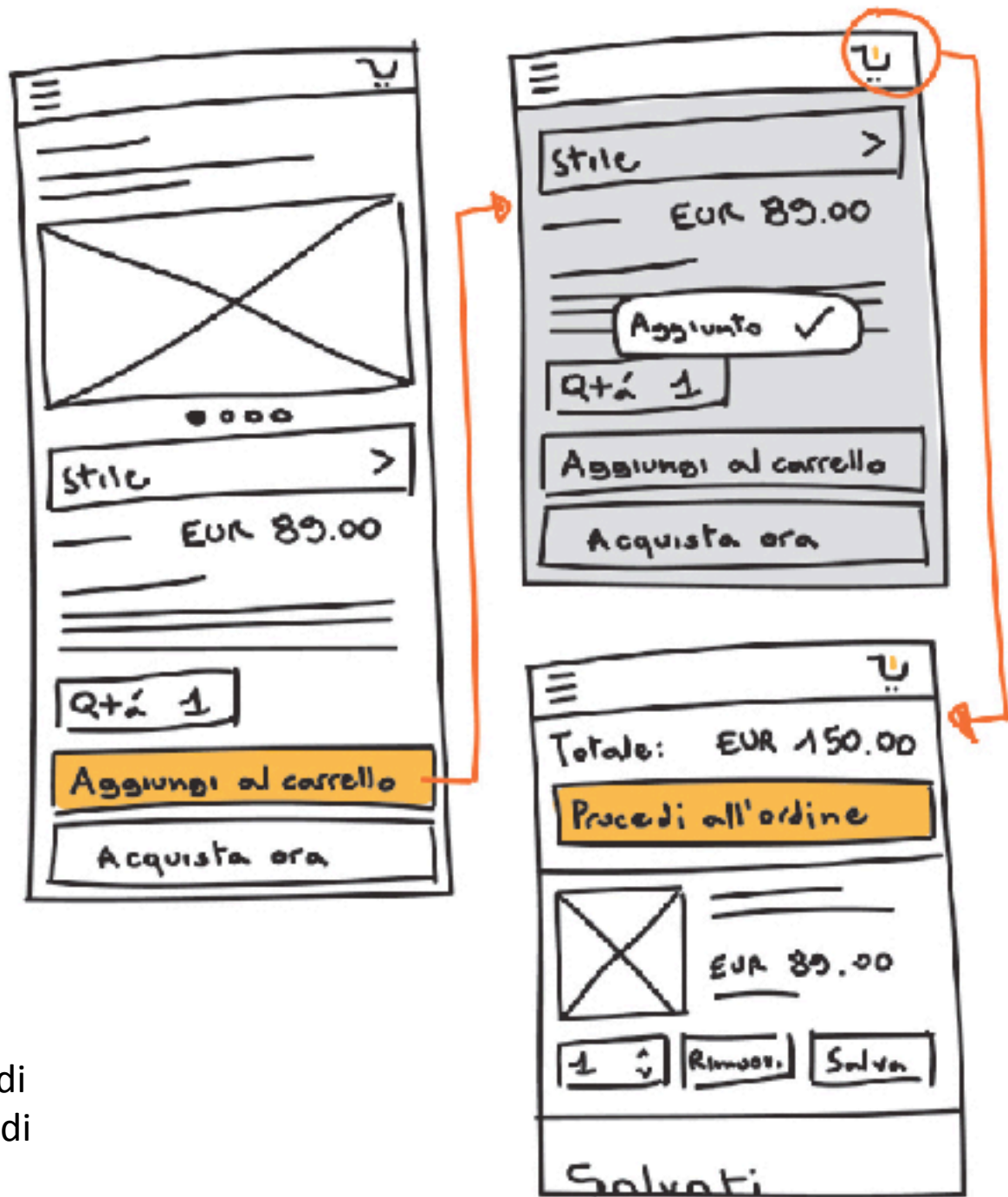


Figura tratta dal libro “Manuale di sopravvivenza per UX Designer” di Matteo di Pascale

# Esempio di ispirazione

- Un flow per una app di ricette:

login > dashboard > ricerca ricetta > leggi ricetta > inserisci ricetta nei preferiti

- analizzo schermate di login che considero efficaci (Airbnb, Spotify)
- studio la dashboard di Netflix, che propone elementi sulla base dei gusti dell'utente
- mi chiedo come sviluppare la funzione di ricerca (search) e mi ispiro a Facebook e LinkedIn
- studio come le singole ricette vengono presentate su Giallozafferano

# Risultato di questo step

- Abbiamo creato i wireframe di tutte le schermate prendendo ispirazione dai pattern dei prodotti già presenti sul mercato, facendo attenzione che tali pattern siano compatibili con le piattaforme di destinazione



# 5. Pattern benchmark per User Interface

- Si tratta di prendere ispirazione da prodotti esistenti, in particolare la loro veste grafica
- Di Pascale stesso, con un'indagine su Pinterest, ha scoperto i seguenti capisaldi:
  - ampio uso di gradienti
  - ombreggiature per elementi di rilievo
  - preferenza per immagini e illustrazioni scontornate
  - presenza di elementi con arrotondamenti importanti
  - font molto grandi per titoli e famiglie molto ricercate

# Risultato di questo step

- Una volta ottenuto l'OK dal cliente sull'aspetto grafico applicato a una schermata, applichiamo tale aspetto a tutte le schermate del wireframe, ottenendo così un prototipo non funzionante ma visivamente completo

# 6. Presentazione del lavoro

- Dobbiamo:
  - comunicare al cliente l'output del nostro lavoro in maniera chiara
  - comunicare la coerenza delle nostre scelte progettuali
- La presentazione non è basata sul risultato finale (schermate del prodotto), ma su una narrazione che segue il flusso del nostro lavoro, a partire dai bisogni del cliente, analisi dei competitor, etc...
- Le personas possono aiutarci in tale narrazione

# Personas



## Giovanni Meneghello

*Il manager*

### Professione

Direttore marketing

### Età

35

### Bio

Giovanni lavora in centro a Milano da tre anni, all'interno di un'agenzia dove ha una carriera promettente.

In genere esce dall'ufficio intorno alle nove di sera e non ha tempo per andare in palestra. Ha già provato in passato, tuttavia non riesce a mantenere un impegno costante.

### Goal

Giovanni vuole restare in forma e ridurre i livelli di stress sul lavoro, cercando però di ottimizzare al meglio il tempo speso per l'attività fisica.

### Bisogni

Divertirsi durante lo svolgimento dell'attività ed essere motivato costantemente a non mollare.

### Citazione

*«E chi ha tempo per la palestra? Già tanto se riesco a mangiare un panino!»*

## 6. Presentazione del lavoro

- Per mostrare come il prodotto funziona, possiamo usare il wireflow: un flusso di azioni da parte di un utente d'esempio attraverso le schermate del wireframe
- Wireframe + user flow = wireflow
- Se abbiamo già la UI completa, possiamo mostrare le schermate con tutta la grafica incorporata, e si parla di high-fidelity wireflow

# High-fidelity wireflow

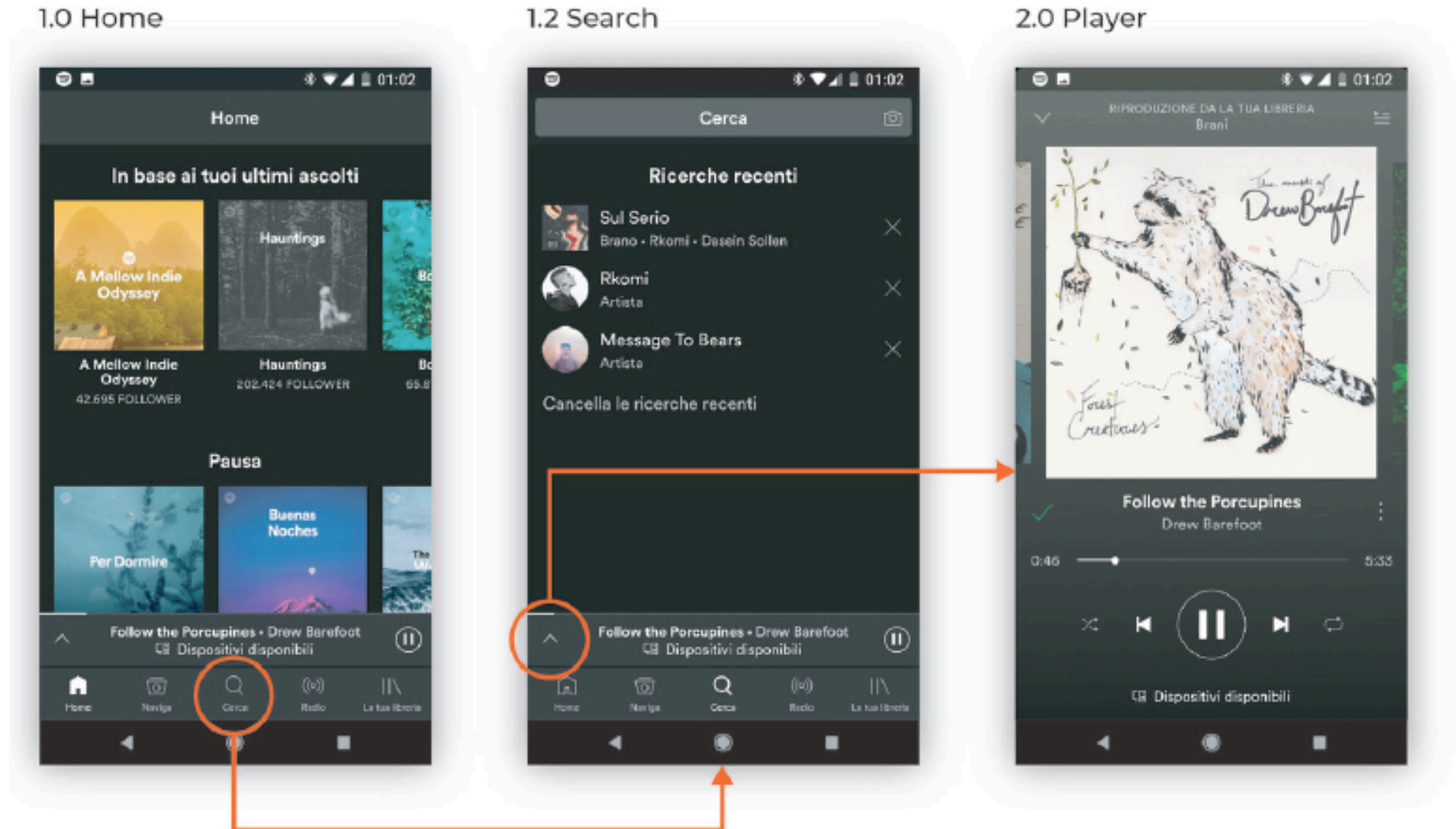


Figura tratta dal libro "Manuale di sopravvivenza per UX Designer" di Matteo di Pascale