

Social networking: technologies and applications

MODULO Social Design 4

gabriella.taddeo@polito.it



concept/contest

Narrare la minimal value proposition in 5 step

Analisi utenti

	DIMENSIONE1	DIMENSIONE2	DIMENSIONE3
INTERVISTATO1	X	Y	Z
INTERVISTATO2	M	P	O
INTERVISTATO3	X	F	Z

Analisi utenti

	DIMENSIONE1	DIMENSIONE2	DIMENSIONE3
INTERVISTATO1	X	Y	Z
INTERVISTATO2	M	P	O
INTERVISTATO3	X	F	Z

Persona e user scenario



Timothy Powell

P. Eng, Civil Engineer
GeoLine Engineering
Age: 52

"Speed trumps security when it comes to exchanging documents. It's not worth jumping through hoops to protect a document that nobody's interested in but me and the client."

Sends 12 documents/week at nearly 100 MB each **via FTP**

Sends 8 documents/week under 5 MB each **via email**

Receives 15 documents/week under 5 MB each **via email**

Receives 15 hand-edited CAD drawings/week **via fax**

Exchanges primarily PDF and Microsoft Word files

Employs couriers only for shipping physical goods

Internet use is mostly limited to a website that hosts discussion groups for civil engineers. Purchases flights, hotels, and conference registrations twice per year.

Goal: Get everything done before heading home. Timothy has a lot of work to stay on top of and firm deadlines that cannot be missed. Speed is a competitive advantage for GeoLine, so it's essential that delays do not occur. Timothy hates working at night, too, so he makes the most of his hours at the office.

Goal: Cover his back and avoid blame. In Timothy's industry, projects usually go far over budget and are completed late, at which point all the subcontractors involved begin pointing fingers at each other. Timothy needs detailed records that prove he completed exactly what was expected of him and his company.

Timothy Powell is famous among his coworkers for once visiting a construction site and remarking to the client, "Look, you may build bridges, but I design them. And that's the most critical part!" He may not have made a friend that day, but Timothy was unconcerned. He doesn't suffer fools, just as he won't put up with anything that stands in the way of getting his job done. Timothy's work is extremely deadline-driven. His clients demand aggressive schedules and expect him to stick to them, as timing is crucial when coordinating subcontractors and suppliers on a large construction project.

"On a great day, I'm able to get everything out the door and into our client's hands. Never, ever let anything come between you and that door!" Timothy struggles with this all the time. With at least three major projects underway, it takes an enormous effort to produce his CAD drawings on schedule. As a result, he ships most of his documents at the end of the day, just before leaving the office around 5:30 pm.

Creare una persona e un user scenario

- La tecnica delle *personae* (dal latino, maschere) è utilizzata come strumento del design user centered per modellizzare il proprio target costruendo un utente tipo, che incarna e faccia visualizzare quali sono le abitudini, lo stile di vita, le necessità reali del proprio target.
- E' usata dai designer per uscire dall'astrazione e immaginare cosa davvero farebbe e vorrebbe il proprio utente tipo con la nostra applicazione; attraverso la ricchezza di dettagli realistici e la resa narrativa permette al designer di entrare nei panni del proprio target, abbandonando propri bias interpretativi per avvicinarsi al punto di vista dell'utente.
- Creare 2 *personae* del proprio target

Creare una persona e un user scenario

- Una volta creata la *persona* scrivere uno *user scenario*:

Nello user scenario si racconta, in circa 1 cartella, un episodio tipo in cui la persona si trova nella situazione di poter o voler utilizzare la nostra applicazione/servizio. Lo user scenario si imposta secondo un modello narratologico classico:

1. situazione iniziale di equilibrio (routine)
2. problema
3. Descrizione modo in cui l'utente risolve il problema oggi.

Allo user scenario attuale, si aggiunge poi, quando il nostro servizio è completo e modellizzato, lo user scenario che mostra **COME L'UTENTE RISOLVERA' IL PROBLEMA CON IL NOSTRO SERVIZIO**, evidenziando i vantaggi della nuova user experience rispetto al passato.

Creare una persona e un user scenario

Lo user scenario è spesso uno storyboard visivo che permette di visualizzare dove, come e perché l'utente userà il nostro servizio



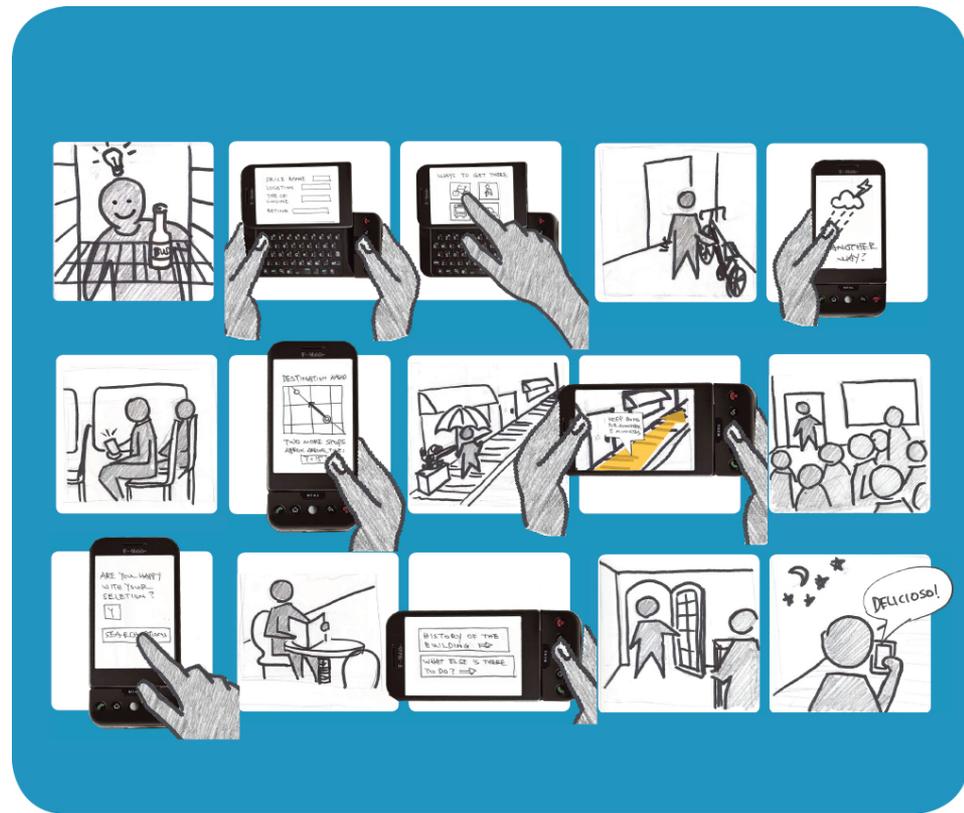
① DECORATING MIRROR w/ NOTES, PHOTOS, MAGAZINE CLIPPINGS



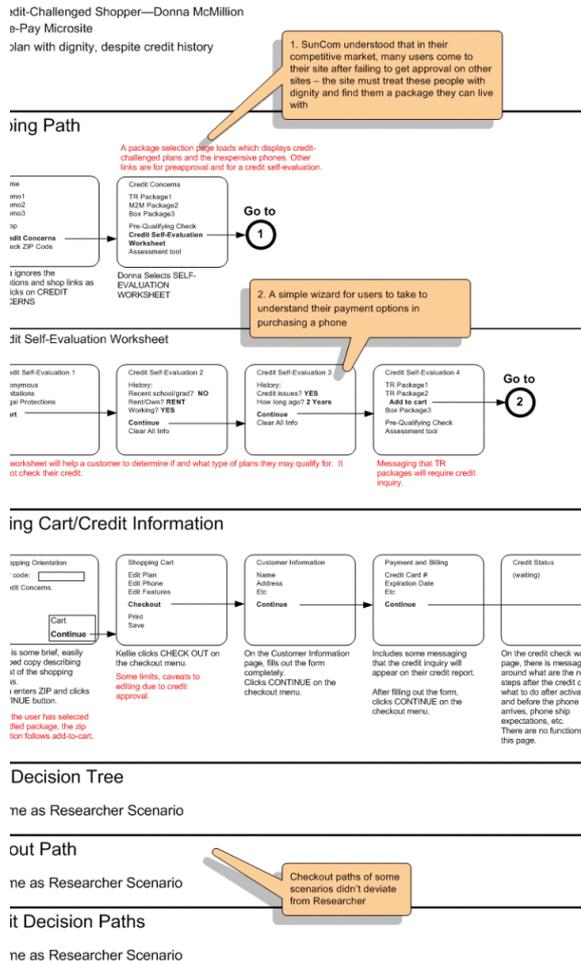
② USING TWEEZERS w/ COMPACT MIRROR

Lo user scenario per l'architettura dell'informazione

Lo user scenario aiuta il designer a modellizzare l'interfaccia in base al reale flusso di azione dell'utente, e non a generici e precostituiti menu. In base ad esso è possibile costruire il flow chart dell'applicazione

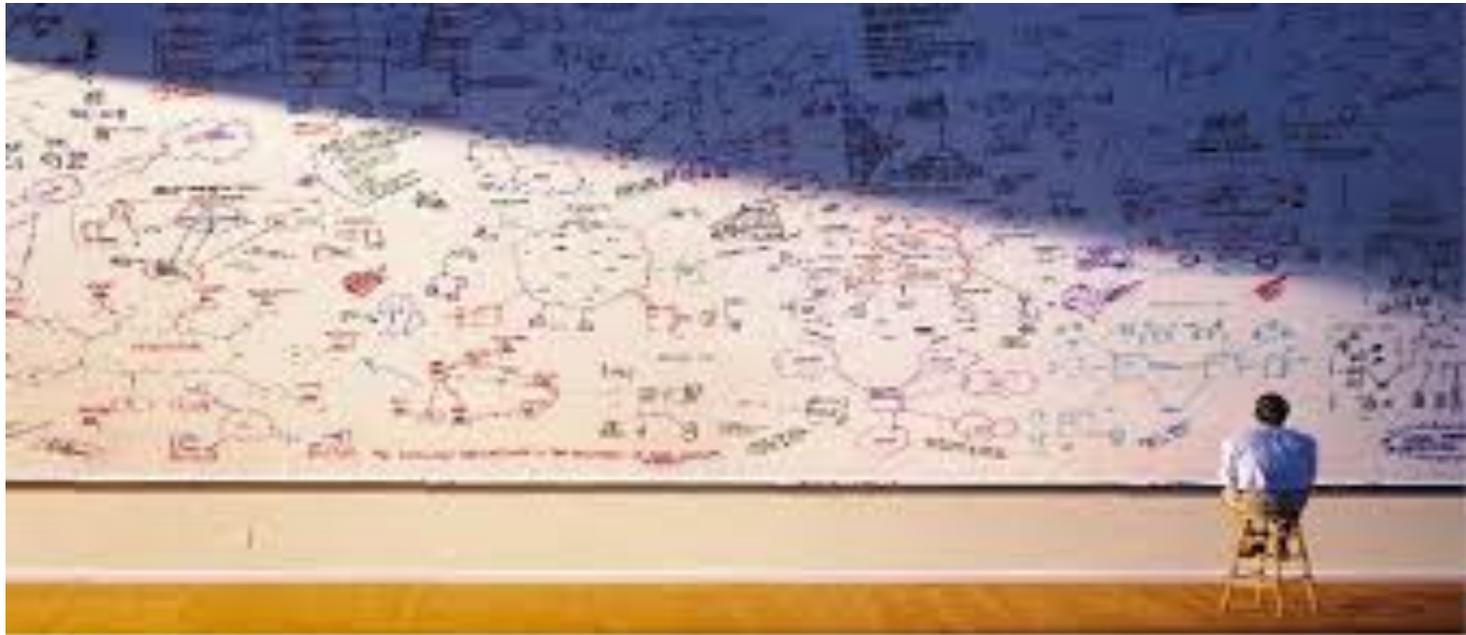


Lo user scenario per l'architettura dell'informazione



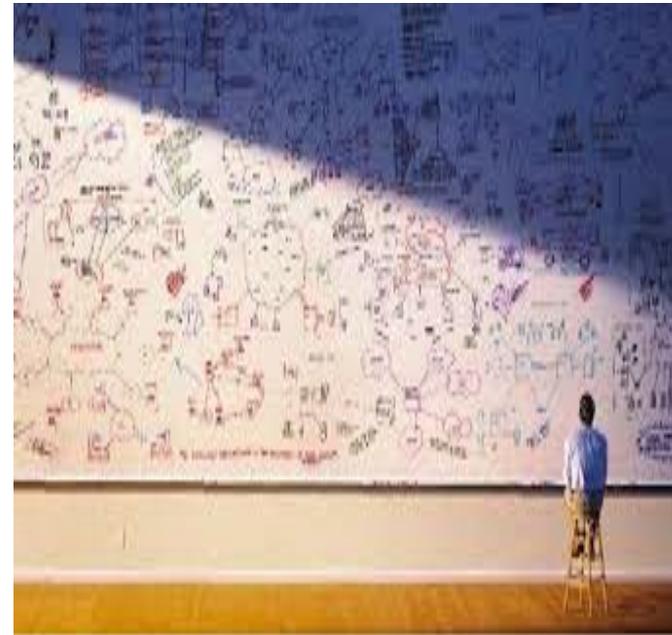
http://www.chasswedberg.com/suncom_scenario_flows.html

Funzionalità chiave



Funzionalità chiave

Grazie all'analisi degli utenti, alla persona e all'user scenario possiamo individuare le funzionalità centrali del nostro servizio. Bisogna individuarne **UNA CENTRALE**, che costituirà il concept del servizio e ci aiuterà a creare anche il branding (nome, identità visiva, strategie pubblicitarie), e al massimo altre 2 di corredo.



benchmarking: perchè siamo unici



benchmarking: perchè siamo unici

Evidenziare perché il nostro servizio è unico: cosa comporta di DIVERSO o semplicemente MIGLIORE, rispetto alle soluzioni (tecnologiche e non) che attualmente l'utente utilizza nel suo quotidiano. Questo passaggio è fondamentale per capire se il nostro servizio può farsi spazio sul mercato.

