

# Evolutionary experience design

---

Luca Mascaro



## ΠΑΝΤΑ ΡΕΪ ΩΣ ΠΟΤΑΜΟΣ (Tutto scorre come un fiume) - Eraclito

Il filosofo greco ammoniva che “Non si può discendere due volte nel medesimo fiume e non si può toccare due volte una sostanza mortale nel medesimo stato, ma a causa dell’impetuosità e della velocità del mutamento essa si disperde e si raccoglie, viene e va”.

Se tutto cambia, come è possibile realizzare un’esperienza digitale di successo e soprattutto, come è possibile fare in modo che tale successo non sia un fenomeno effimero, ma una caratteristica stabile nel tempo?

### L’origine

Ogni processo di design è una rappresentazione, un modello a cui la realtà dovrebbe conformarsi, secondo le aspettative del designer e dei committenti. Come ogni ipotesi, deve essere confermata dal confronto con il reale, ma non c’è garanzia che questo confronto abbia un esito positivo. Un progetto, quindi, non va confuso con la realtà e, all’atto della sua applicazione, potrebbe non rivelarsi efficace e di conseguenza fallire.

Molti processi di design, come l’**User Centered Design** e l’**Agile Design**, hanno tenuto conto di questa differenza e hanno previsto strategie e procedure per tenere sotto controllo, o per lo meno per ridurre, l’inevitabile distorsione che esiste tra i due universi e fare così in modo che l’idea progettuale sia aderente alle aspettative dei committenti e degli utenti e che produca un’esperienza di successo.

Per successo non si intendono i meri ricavi, ma l’adozione del prodotto da parte degli utenti. È dimostrato che i prodotti che hanno un maggiore successo, anche commerciale, sono quelli che offrono una migliore esperienza d’uso e che quindi vengono scelti con maggiore frequenza da parte delle persone. Se l’utente è messo in condizione di scegliere allora, a parità di costo, sceglierà il prodotto che gli garantirà l’esperienza migliore<sup>1</sup>.

Tutti i soggetti coinvolti, in particolare i committenti, si aspettano che il progetto abbia successo immediatamente e che possa arrivare velocemente sul mercato e cominciare così a generare profitto. Tuttavia queste aspettative possono essere drasticamente ridimensionate da una conoscenza nulla o parziale del contesto oppure dal semplice fatto che la realtà non è immutabile e cambia. In particolare possono intervenire fattori quali:

- **ignoranza del dominio di applicazione:** ci si affida unicamente alla bontà del progetto iniziale e alle capacità del team di design. La validazione è fatta al momento del rilascio, con tutti i rischi e le - brutte - sorprese del caso.
- **mancata visione d'insieme:** i tentativi di adeguamento del progetto alla realtà sono condotti in modo arbitrario e asistemico, senza collegarli al progetto nella sua complessità.
- **eccesso di analisi:** prima di agire si esamina in modo minuzioso il dominio, cercando di individuarne tutte le variabili. Al momento del rilascio, però, la realtà potrebbe non essere più la medesima.

[...] i progetti devono ammettere il mutamento [...] i prodotti o servizi digitali di successo sono quelli capaci di evolvere costantemente l'esperienza offerta in accordo con i bisogni degli utenti finali

Negli ultimi sei anni Sketchin ha applicato su più di 100 progetti i processi e i metodi dello **User Centered Design** e dell'**Agile Design**. Questi permettono di progettare e realizzare prodotti e servizi digitali di ottima qualità garantendo un controllo sul processo di sviluppo, ma allo stesso tempo si sono dimostrati troppo lenti oppure inadatti a creare esperienze digitali capaci di mantenere elevati i propri standard nel lungo periodo.

L'User Centered Design e l'Agile Design si sono rivelati in molti casi inadeguati a generare esperienze caratterizzate da un costante successo. Il primo si concentra sul rilascio di una prima versione di elevata qualità, tralasciando il vantaggio che il prodotto trarrebbe da una trasformazione continua in accordo con l'evoluzione del mercato e delle aspettative degli utenti. Il secondo, invece, manca di una visione complessiva del progetto e le iterazioni rischiano così di sviluppare prodotti che saranno poi rigettati dal mercato.

Un approccio meno rischioso richiederebbe di cambiare paradigma e pensare al progetto e al processo di design come un oggetto nella storia e quindi soggetto a un inevitabile cambiamento. In altre parole, **i progetti devono ammettere il mutamento.**

**Oggi, i prodotti e i servizi digitali di successo sono quelli capaci di evolvere costantemente l'esperienza offerta in accordo con i bisogni dell'utente finale<sup>2</sup>;** ne sono un esempio brand come Google, Facebook, Apple, solo per citarne alcuni dei più celebri.

Dopo quasi un anno di ricerca e di sperimentazione il cui scopo era superare il limite dei tradizionali processi di design, Sketchin ha sviluppato **evo – evolutive experience design**, un approccio progettuale all'esperienza d'uso finalizzato a generare valore nel tempo che reinterpretava le più diffuse metodologie e si focalizza sull'evoluzione dell'esperienza d'uso al fine di migliorare nel tempo il prodotto o il servizio a cui si applica.

## Le caratteristiche di evo

**evo** unisce rapidità di rilascio e accuratezza a un'attenzione specifica nel massimizzare il successo dell'esperienza digitale che viene realizzata grazie al suo impiego.

**Il progetto non è concepito come un evento unico e definitivo, ma come un processo evolutivo in grado di migliorare nel tempo il soggetto a cui si applica.**

Alla base dello sviluppo di **evo** sta la volontà di trovare un equilibrio tra il successo del delivery e la possibilità di offrire un'esperienza d'uso gradevole ed efficace; lo scopo è massimizzare nel tempo sia il successo del cliente che la soddisfazione dell'utente finale<sup>3</sup>.

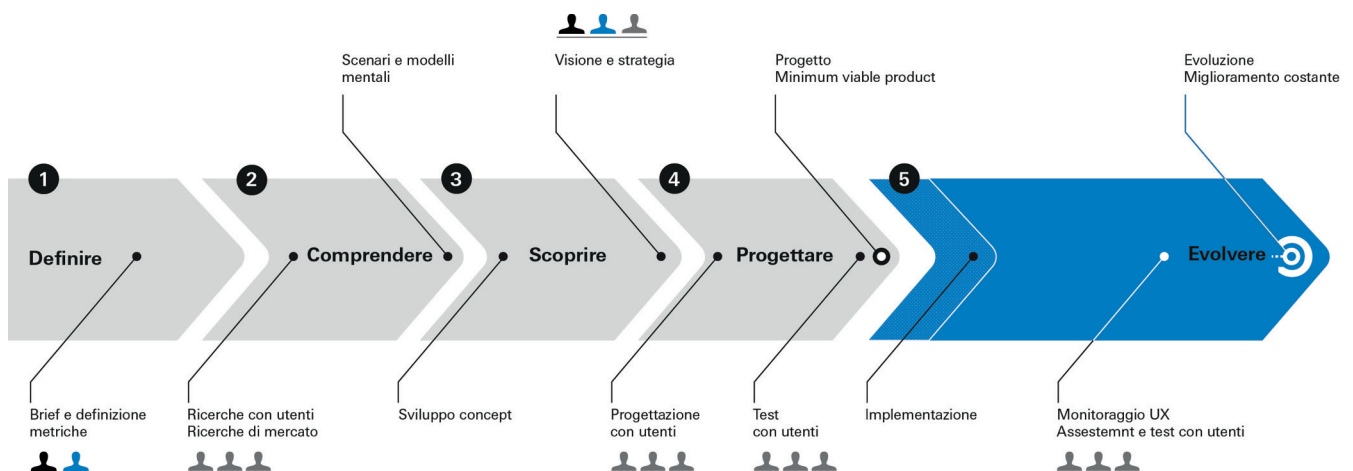
Per fare questo, **evo** è stato concepito per non entrare in conflitto con gli altri processi esistenti<sup>4</sup>, ma per essere adattato ai diversi tipi di progetto grazie alla flessibilità delle attività previste per ciascuna delle due fasi.

## Le fasi del processo

Il processo di evolutive experience design si compone di 5 fasi: **definire, comprendere, scoprire, progettare, evolvere**.

Le prime quattro sono finalizzate a portare rapidamente sul mercato una prima versione del prodotto che sia di buona qualità e che si focalizzi sugli elementi fondamentali per il suo funzionamento. La quinta e ultima fase consiste in una continua analisi critica del progetto volta a svilupparne le potenzialità, attraverso un continuo monitoraggio dei risultati e dell'esperienza d'uso utile per definire le linee guida per l'evoluzione continua del design.

L'approccio alla base permette ad una nuova idea imprenditoriale o un servizio che si deve rinnovare di arrivare sul mercato in un tempo ragionevole, per poi raggiungere un livello ottimale nell'arco di 12/18 mesi.



## 1. Definire

In questa fase si crea una visione comune e condivisa tra tutto il team del progetto e dei suoi esiti auspicati<sup>5</sup>. Tutti i soggetti si allineano su cosa si vuole progettare, sugli obiettivi che si intende raggiungere e si prefigurano i risultati ideali (cosa farà questo progetto? verso chi? con che scopo?)

Si elabora così una visione strategica comune e si definiscono le linee guida che saranno alla base dell'intero futuro processo di design.

Queste considerazioni vengono collegate a metriche oggettive in modo da renderle quantificabili e poter porre le basi per i successivi cicli di monitoraggio.

## 2. Comprendere

Le indicazioni ricavate nella prima fase di **evo** vengono messe a confronto con la realtà per verificare la congruenza della visione strategica con il contesto di applicazione.

Attraverso la ricerca con gli utenti si indagano il contesto, l'esperienza e i bisogni delle persone allo scopo di creare una solida base su cui costruire un prodotto efficace e di successo.

La ricerca si focalizza solo sulle attività sufficienti a consentire un primo delivery di qualità; questa scelta è giustificata dalla capacità della fase di evoluzione di sopperire alle eventuali lacune di indagine relative all'utente e al contesto nel tempo.

Questa fase è contraddistinta dall'applicazione delle attività di ricerca con gli utenti<sup>6</sup> che il team di design reputa più efficaci per ciascun caso specifico, così da ottenere una visione complessiva, anche se non esaustiva, delle esigenze degli utenti.

## 3. Scoprire

A partire dagli elementi ricavati dalle prime due fasi, in una serie di sessioni dedicate, il team di design sviluppa alcune visioni del prodotto e dell'esperienza che gli utenti potranno vivere attraverso tecniche di concept design e service design. Il confronto critico con tutti gli stakeholders su queste soluzioni, attraverso workshop di co-design, permette di raggiungere un'ampia condivisione della visione progettuale e degli sviluppi del prodotto nel medio periodo.

Al termine di questa fase si definisce come sarà la prima versione del prodotto (modelli, comportamenti, interfacce concettuali) e si pianificano le sue strategie di rilascio.

## 4. Progettare

Lo scopo di questa fase è rilasciare un **minimum viable product**<sup>7</sup>, un prodotto minimo, ma funzionante e di buona qualità tecnica. Occorre sottolineare come il successo di questo primo prodotto non sia per nulla garantito, ma rappresenta la base dei futuri sviluppi. Il progetto sviluppato in questa fase è la materia grezza di cui si esploreranno le potenzialità nella fase di evoluzione.

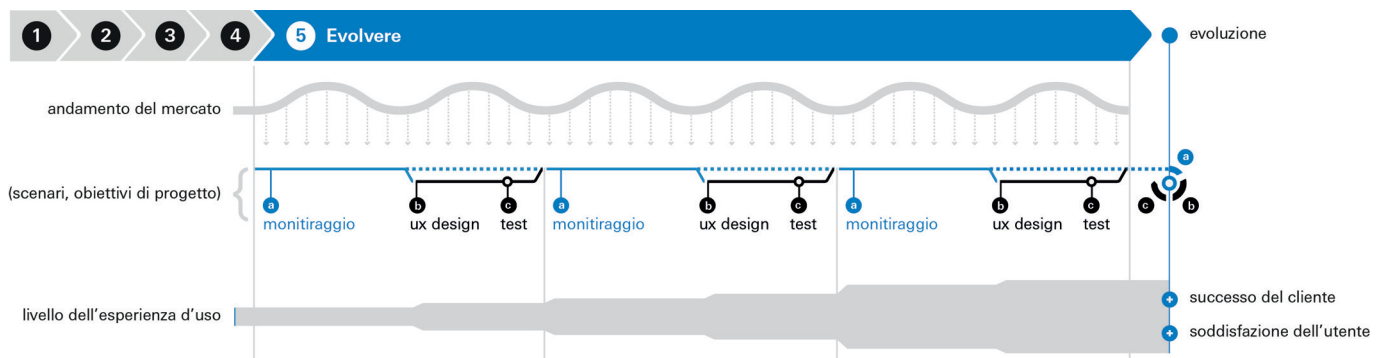
La fase di progettazione dell'esperienza d'uso affronta lo studio della forma, della funzione, dell'estetica e della comunicazione del prodotto o del servizio digitale. La progettazione può essere svolta anche seguendo approcci tradizionali, come le tecniche utilizzate nello User Centered Design o nell'Agile Design, con la grande differenza che in questo caso si interviene su un prodotto "semplificato" che potrà e dovrà evolvere in seguito.

## 5. Evolvere

Dopo la fase di implementazione tecnica, il primo rilascio e i test con utenti finali, comincia la fase che contraddistingue **evo**. **Il prodotto o il servizio sono costantemente monitorati nel reale contesto d'utilizzo**<sup>8</sup>.

Il monitoraggio permette di identificare le criticità e le opportunità di miglioramento e di confrontarle nel tempo. Il protocollo di monitoraggio misura alcune curve di esperienza che rappresentano quello che gli utenti vivono in contesti reali ed identificano i rischi (pain point) e le opportunità (win point), ricavando così indicazioni precise su come migliorare il prodotto. Attraverso la comparazione nel tempo degli indicatori così ottenuti, è possibile tenere sotto controllo l'evoluzione qualitativa dell'esperienza d'uso offerta.

Sulla base delle informazioni ricavate dalle attività di monitoraggio, vengono pianificate ed eseguite, a cadenza regolare, le attività di design che permettono di **evolvere il prodotto, massimizzando** così i **risultati**.



## Conclusioni

Grazie a questo nuovo processo è possibile sopperire alle principali criticità riscontrate con le altre metodologie di progettazione, una convinzione suffragata dai risultati ottenuti con i primi progetti realizzati adottando **evo**.

Le storiche incompatibilità tra obiettivi di business e design, in questo modo, tendono ad affievolirsi perché **evo** tiene ugualmente in considerazione le due dimensioni, appianandone in fasi successive eventuali divergenze.

**La qualità del risultato migliora nel tempo per allinearsi agli obiettivi di business, mantenendo allo stesso tempo elevata la soddisfazione dell'utente finale.**

Un processo di design capace di generare continuamente valore si costruisce nel tempo al pari dei prodotti e dei servizi che contribuisce a realizzare.

1. Bodine K., Dorsey M., Why Customer Experience? Why Now?, Forrester, 2011.
2. Ibidem.
3. Sui benefici dell'esperienza d'uso in termini di ROI, cfr. Di Mari F., Perotti M., Uno studio sulla UX offerta dalle imprese, Sketchin, 2012.
4. Cfr. pag.3.
5. Con team di progetto si intende l'insieme composto dal team di design, dai clienti, dagli sviluppatori e da tutti i soggetti rilevanti coinvolti.
6. Field studies, interviste, survey, test d'usabilità, contextual inquiry...
7. Cfr. Rise E., The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, Crown Business, 2011.
8. Attraverso tecniche di UX monitoring e test RITE.



**evo** è un approccio progettuale all'esperienza d'uso finalizzato a generare valore nel tempo.

**evo** è un marchio registrato di proprietà di Sketchin.

## sketchin

**Siamo uno studio di progettazione dell'esperienza d'uso su prodotti e servizi digitali.**

Lavoriamo con la vostra azienda per **scoprire, progettare** ed **evolvere** prodotti e servizi digitali di successo grazie al coinvolgimento delle persone che li utilizzeranno.

Siamo specializzati nell'evolvere, migliorandola, l'esperienza d'uso dei vostri prodotti e servizi digitali nel tempo.