

RIEPILOGO SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Realizzare analisi della User Experience di prodotti digitali e profilazioni degli utilizzatori, anche sulla base di elementi di contesto e dei trend del mercato

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Identificazione dimensioni esperienziali e tipologie di utenti: **2 casi**

Dimensione 2 - Analisi della user experience: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 2 - Intervenire nella progettazione del prodotto digitale assicurando l'impiego di criteri di Universal Design e di ottimizzazione della User Experience

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Progettazione della soluzione: **4 casi**

Dimensione 2 - Ottimizzazione user experience: **2 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

RISULTATO ATTESO 3 - Curare la comunicazione relativa alle funzionalità e all'utilizzo del prodotto digitale, anche a partire dalla progettazione di mock-up e prototipi interattivi, garantendone la suitability (correttezza, completezza, efficacia, disponibilità, ecc.)

CASI ESEMPLIFICATIVI:

Dimensione 1 - Comunicazione: **3 casi**

RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE (RSV)

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 1 - Realizzare analisi della User Experience di prodotti digitali e profilazioni degli utilizzatori, anche sulla base di elementi di contesto e dei trend del mercato

1 - IDENTIFICAZIONE DIMENSIONI ESPERIENZIALI E TIPOLOGIE DI UTENTI

Grado di complessità 1

1.1 RACCOLTA INFORMAZIONI

Rilevare mediante intervista/modalità strutturata le caratteristiche del prodotto digitale con riferimento ai suoi utilizzatori e al mercato di riferimento

1.1 CARATTERIZZAZIONE DELL'UTENZA

Individuare e caratterizzare i target di riferimento del prodotto digitale, tenendo conto dei relativi fabbisogni

2 - ANALISI DELLA USER EXPERIENCE

Grado di complessità 1

2.1 RILEVAZIONE MEDIANTE INTERVISTE

Realizzare l'analisi delle esigenze dei target di utilizzatori rilevando le diverse tipologie di esperienze attraverso interviste, focus group di utilizzatori

2.1 TRACKING ATTIVITÀ UTENTE

Rilevare i comportamenti dei target di utilizzatori attraverso strumenti di analitica e di tracciamento in tempo reale delle attività dell'utente

2.1 SENSORISTICA

Rilevare i comportamenti dei target di utilizzatori registrandone le attività (movimenti del mouse, clicks, scorrimenti ecc.) di interazione con il prodotto

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 1

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Caratteristiche dei prodotti digitali
- Mercati di utilizzatori
- Target di utilizzatori
- Strumenti di analitica e di tracciamento in tempo reale delle attività degli utenti

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Tecniche di rilevazione delle caratteristiche di target e mercati di utilizzatori
- Tecniche di caratterizzazione dei target di utilizzatori
- Tecniche di rilevazione delle esigenze degli utilizzatori attraverso interviste
- Tecniche di tracciamento e di utilizzazione di sensoristica

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Caratteristiche di mercati e target di utilizzatori rilevati
- User experience rilevata

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dei prodotti digitali
2. L'insieme delle tecniche di rilevazione delle caratteristiche di target e mercati di utilizzatori
3. Le tecniche di caratterizzazione dei target di utilizzatori
4. L'insieme delle tecniche di rilevazione delle esigenze degli utilizzatori
5. Un set di caratteristiche di prodotti digitali

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. prova prestazionale: per almeno tre tipologie di prodotto digitale, impostazione della caratterizzazione degli utilizzatori e delle attività di analisi della user experience individuando le modalità di identificazione delle esigenze più idonee in relazione al tipo di prodotto
2. colloquio tecnico relativo ai criteri ed ai parametri di rilevazione della user experience attesa in relazione alla tipologia di prodotto

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 2 - Intervenire nella progettazione del prodotto digitale assicurando l'impiego di criteri di Universal Design e di ottimizzazione della User Experience

1 - PROGETTAZIONE DELLA SOLUZIONE

Grado di complessità 2

1.2 REALIZZAZIONE WIREFRAME

Progettare wireframe, per presentare le funzionalità ed i meccanismi di interfaccia che devono essere garantiti nello sviluppo del prodotto

1.2 PROTOTIPAZIONE

Progettare i prototipi collocando i contenuti nei rispettivi spazi predefiniti (o utilizzando placeholder temporanei) e realizzando tutte le schermate previste per rappresentare tutte le funzionalità del prodotto ai fini delle successive fasi di sviluppo

1.2 DEFINIZIONE ARCHITETTURE DELL'INFORMAZIONE

Strutturare i contenuti che devono essere rappresentati nell'interfaccia del prodotto digitale in fase di creazione

Grado di complessità 1

1.1 TEST DI USABILITÀ

Effettuare test di usabilità del prodotto digitale per verificarne la funzionalità

2 - OTTIMIZZAZIONE USER EXPERIENCE

Grado di complessità 2

2.2 INTEGRAZIONE DELLA PROGETTAZIONE DEL PRODOTTO IN RELAZIONE AI PRINCIPI DI UNIVERSAL DESIGN

Integrare nella progettazione del prodotto direttrici di Universal Design (interfacce standardizzate, adattabilità dei prodotti ecc.) per garantire la piena fruibilità dell'esperienza di utilizzo da parte di tutte le tipologie di utilizzatori

Grado di complessità 1

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

2.1 INTEGRAZIONE DELLA PROGETTAZIONE DEL PRODOTTO IN RELAZIONE AD ERGONOMIA, ACCESSIBILITÀ

Integrare la progettazione del prodotto secondo criteri ergonomici e di accessibilità (dimensione tasti, contrasto colori ecc.) al fine di ottimizzarne la user experience

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 2

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Progetto di prodotti digitali
- Principi di Universal Design dei prodotti digitali
- Principi di ergonomia ed accessibilità dei prodotti digitali
- Ambienti/strumenti per la prototipazione

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di ottimizzazione dei prodotti digitali in relazione a design, ergonomia e accessibilità
- Tecniche di testing delle funzionalità
- Metodi e tecniche di progettazione di wireframe
- Metodi e tecniche di progettazione di mock-up
- Metodi e tecniche di strutturazione e formalizzazione delle informazioni per lo sviluppo del prodotto

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Progettazione del prodotto digitale integrata con principi di Universal Design e criteri di ergonomia ed accessibilità
- Funzionalità del prodotto testate
- Prototipi progettati
- Informazioni per lo sviluppo del prodotto definite e formalizzate

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dei prodotti digitali
2. L'insieme delle tecniche di ottimizzazione dei prodotti digitali in relazione a design, ergonomia e accessibilità
3. Le tecniche di testing delle funzionalità
4. Le tecniche di progettazione di wireframe
5. Le tecniche di progettazione di mock-up
6. Le tecniche di strutturazione e formalizzazione delle informazioni per lo sviluppo del prodotto
7. Un set di progetti di prodotti digitali, accompagnati dagli esiti della rilevazione della user experience

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. prova prestazionale: per almeno tre tipologie di prodotto digitale, individuazione degli ambiti di ottimizzazione in relazione a fruibilità, ergonomia e accessibilità
2. colloquio tecnico finalizzato a dettagliare le motivazioni delle scelte di ottimizzazione per ciascuna delle tipologie di prodotto

SCHEDA DI CASO

RISULTATO ATTESO 3 - Curare la comunicazione relativa alle funzionalità e all'utilizzo del prodotto digitale, anche a partire dalla progettazione di mock-up e prototipi interattivi, garantendone la suitability (correttezza, completezza, efficacia, disponibilità, ecc.)

1 - COMUNICAZIONE

Grado di complessità 2

1.2 PROGETTAZIONE STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Definire gli strumenti e le modalità più idonei (es. sito web, social media, newsletter, etc.) per presentare all'utenza esterna il prodotto digitale (caratteristiche, funzionalità, modalità d'uso, etc.)

Grado di complessità 1

1.1 CREAZIONE DI CONTENUTI DI COMUNICAZIONE DIGITALE

Produrre contenuti di comunicazione efficaci (testuali, video, grafici, etc.), organizzandoli sulla base dei canali e strumenti di diffusione, per fornire all'utente finale informazioni circa l'uso, le principali caratteristiche, le funzionalità e i vantaggi del prodotto digitale

1.1 PROGETTAZIONE MOCK-UP

Progettare un mock-up del prodotto digitale per illustrarne agli utenti finali le principali caratteristiche, le funzionalità e le modalità d'uso dello stesso

SCHEDA RISORSE A SUPPORTO DELLA VALUTAZIONE DEL RISULTATO ATTESO 3

RISORSE FISICHE ED INFORMATIVE TIPICHE (IN INPUT E/O PROCESS ALLE ATTIVITÀ)

- Progetto di prodotto digitale
- Strumenti di comunicazione
- Canali di comunicazione digitale

TECNICHE TIPICHE DI REALIZZAZIONE/CONDUZIONE DELLE ATTIVITÀ

- Metodi e tecniche di definizione di strategie di comunicazione
- Metodi e tecniche di creazione di contenuti di comunicazione digitale
- Metodi e tecniche di progettazione di un mock-up

OUTPUT TIPICI DELLE ATTIVITÀ

- Mock-up sviluppato
- Strategia di comunicazione definita
- Contenuti di comunicazione (video, testi, etc.) redatti

INDICAZIONI A SUPPORTO DELLA SCELTA DEL METODO VALUTATIVO E DELLA PREDISPOSIZIONE DELLE PROVE

ESTENSIONE SUGGERITA DI VARIETÀ PRESTAZIONALE

1. L'insieme dei prodotti digitali
2. L'insieme delle tecniche di definizione di strategie di comunicazione
3. L'insieme dei metodi e delle tecniche di creazione di contenuti di comunicazione digitale
4. L'insieme delle tecniche di progettazione di un mock-up
5. Un set di progetti di prodotti digitali

DISEGNO TIPO DELLA VALUTAZIONE

1. prova prestazionale: per almeno un progetto di prodotto digitale, Impostazione/realizzazione del relativo mock up
2. colloquio tecnico rivolto alla definizione della strategia e dei contenuti della comunicazione

FONTI

E-CF 4.0