

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

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

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

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

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

ADA.14.01.07 - PROGETTAZIONE DELLA USER EXPERIENCE

FONTI

AGID - Linee guida per la promozione dei servizi digitali. Febbraio 2020

E-CF 4.0