

Learning Friday

User experience

Luca Gallina, venerdì 21 aprile 2017



*“L'esperienza d'uso (più nota come **User experience** o **UX**) comprende tutti gli aspetti dell'interazione tra l'utente finale e l'azienda, i suoi servizi e i suoi prodotti”*

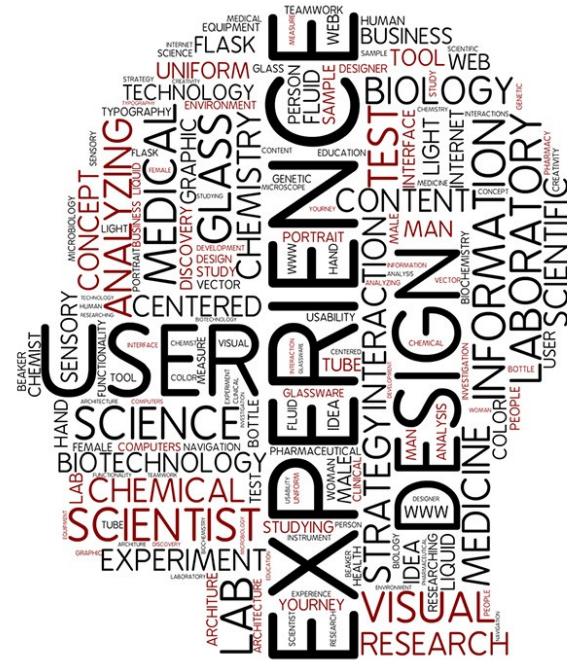
- Donald Norman and Jakob Nielsen

- Il primo requisito per una user experience esemplare è quello di soddisfare le specifiche esigenze del **cliente**, senza alcun problema o fastidio.
- Solamente in seguito la semplicità e l'eleganza del prodotto susciteranno nel **cliente** la gioia di possederlo e di usarlo.
- L'User Experience inoltre non deve essere confusa con l'User Interface (UI) di cui è solo una delle componenti.

Viene quindi messa in evidenza la soggettività dell'esperienza d'uso dell'**utente** che comprende tutte le sue emozioni, convinzioni, preferenze, reazioni psicologiche e fisiche.

Per poter raggiungere l'obiettivo di avere una UX di qualità, completa ed efficiente nell'offerta dell'azienda per un prodotto, ci deve essere una fusione di molteplici servizi e discipline tra cui:

- Ingegneria dell'usabilità;
- Interazione Uomo-Macchina;
- Marketing e vendite;
- Grafica e design;
- Design industriale;
- Accessibilità.



Prima di continuare con l'argomento è buona norma rendere noti coloro che hanno introdotto il concetto della User Experience:

Il primo a introdurre tale concetto è stato **Donald Norman** quasi vent'anni fa. Egli è uno psicologo e ingegnere statunitense e viene definito un *User Experience Architect*.

Il suo campo di ricerca è lo studio dell'ergonomia, del design, e più in generale del processo cognitivo umano.

Ha maturato molta esperienza in grandi aziende come la Apple e l'HP.

Nel 1998 ha fondato il ***Nielsen Norman Group*** con **Jakob Nielsen**, un'azienda di consulenza alle imprese per la realizzazione di servizi e prodotti centrati sull'uomo.

N N / g

Ancora oggi troppo spesso si tende a confondere il concetto di **usabilità** con quello di **user experience**, discipline simili tra loro ma certamente lontane dall'essere sinonimi.

- **User experience:** riprendendo la definizione già citata, *“comprende tutti gli aspetti dell'interazione tra l'utente finale e l'azienda, i suoi servizi e i suoi prodotti”*;
- **Usabilità:** *“E' un indicatore di qualità che ci dice quanto una determinata cosa è semplice da usare. Più dettagliatamente il grado in cui un prodotto può essere usato da particolari utenti per raggiungere certi obiettivi con efficacia, efficienza e soddisfazione in uno specifico contesto d'uso”*.

Per meglio capire questa distinzione andiamo ad analizzare brevemente sotto il profilo dell'**user experience** l'invenzione di Bruno Mari, che nel 1945 crea una sedia la cui peculiarità è la seduta inclinata a 45°.



L'utente che vede l'oggetto per la prima volta ne intuisce immediatamente e senza alcun problema la sua funzione, ovvero che quella è una sedia e serve per sedersi!

Peccato però che una volta accomodati, l'esperienza non sarà di certo gradevole, l'inclinazione della base farà scivolare l'ospite rendendo la sua permanenza brevissima e negativa.

L'oggetto quindi da un lato è riconoscibile sia visivamente che funzionalmente, dall'altro però il suo impiego lascia l'utente insoddisfatto.

L'utilizzo di questa sedia è indubbiamente semplice e intuitivo: presenta uno schienale che serve per appoggiare la schiena, una seduta per accogliere il lato B e le gambe.

Una volta accomodati l'utente non riesce a completare l'operazione più semplice associata ad un oggetto di questo tipo: sedersi. Farlo significherebbe cercare di rimanere in equilibrio, sforzandosi e assumendo posizioni del tutto innaturali.

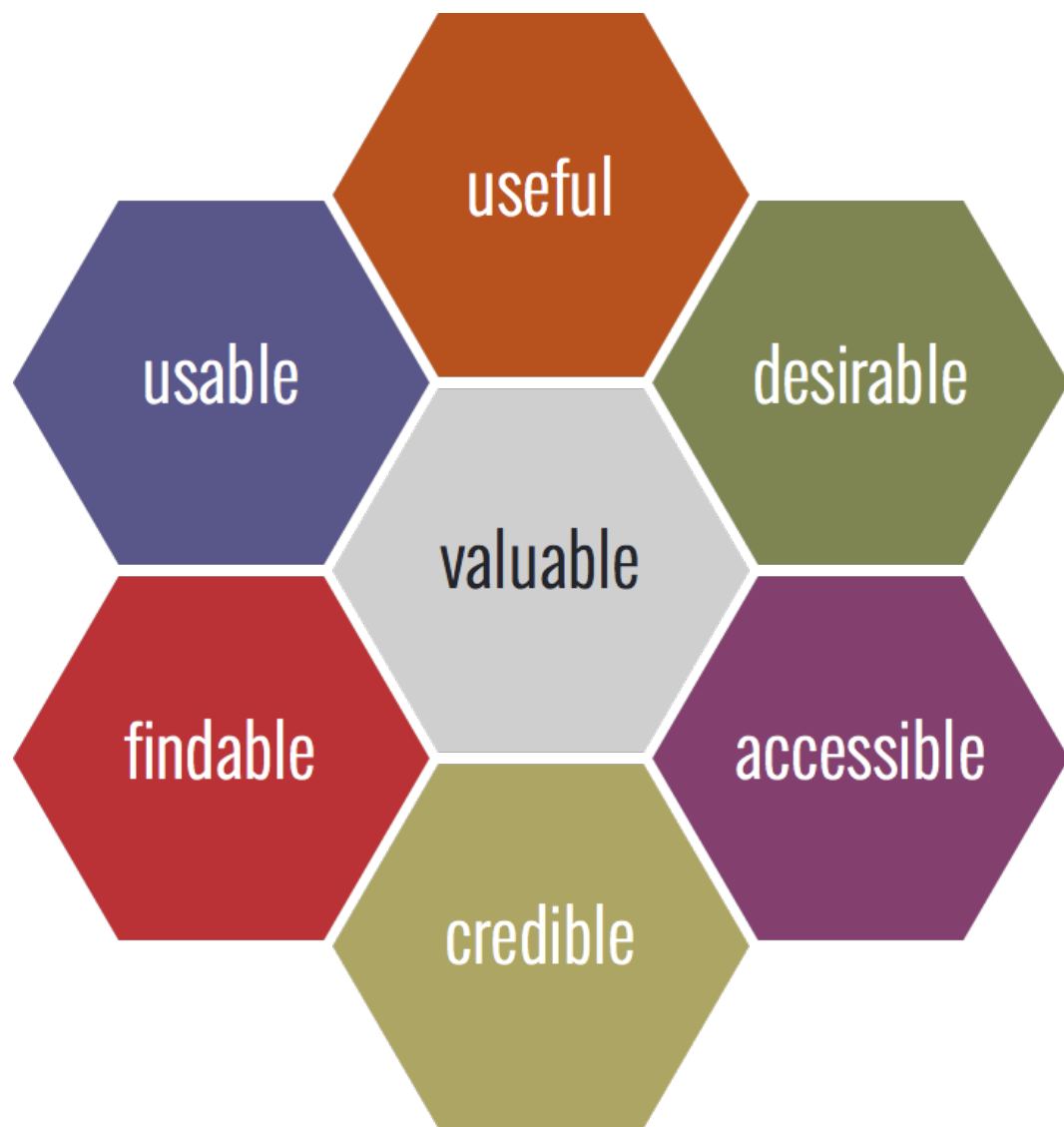
La sedia non è affatto usabile e l'esperienza d'uso, frutto dunque della sua interazione con l'oggetto, risulta insoddisfacente. In sostanza è scomoda!

In conclusione possiamo dire che l'**usabilità** è figlia dell'**user experience**. E se con l'UX mettiamo in primo piano i bisogni dell'utente e la sua esperienza finale di interazione con un sistema, un prodotto o un servizio, attraverso l'usabilità misuriamo il grado di semplicità, efficacia ed efficienza con il quale l'utente utilizza, impara e ricorda i meccanismi, la struttura o la posizione degli elementi in un determinato contesto.

...e la sedia d'autore che fine ha fatto



In realtà, nella sua descrizione è stato omissso il suo reale obiettivo anche se intuibile: rendere la permanenza dell'ospite il più breve possibile. In tal caso la sedia è funzionale ed efficiente al suo obiettivo!



Questa immagine rappresenta “**The user experience Honeycomb**” di *Peter Morville*. Ovvero uno schema a forma di nido d’ape che illustra le varie sfaccettature della User Experience secondo il suo pensiero.



useful

Bisogna avere il coraggio e la creatività di applicare la propria conoscenza per rendere un sistema ulteriormente utile.



desirable

La ricerca di efficienza deve essere supportata da un'attenzione per il potere e valore d'immagine, l'identità, la marca e altri elementi di design.



usable

La facilità d'uso è necessaria ma non sufficiente in quanto l'UX affronta tantissime discipline.



findable

Dobbiamo sforzarci di progettare siti web facilmente navigabili, così che gli utenti possano trovare ciò di cui hanno bisogno.



accessible

I siti web dovrebbero essere accessibili alle persone con disabilità.



credible

E' importante che gli utenti credano a ciò che viene pubblicato e altrettanto importanti sono gli elementi che influenzano tale processo.

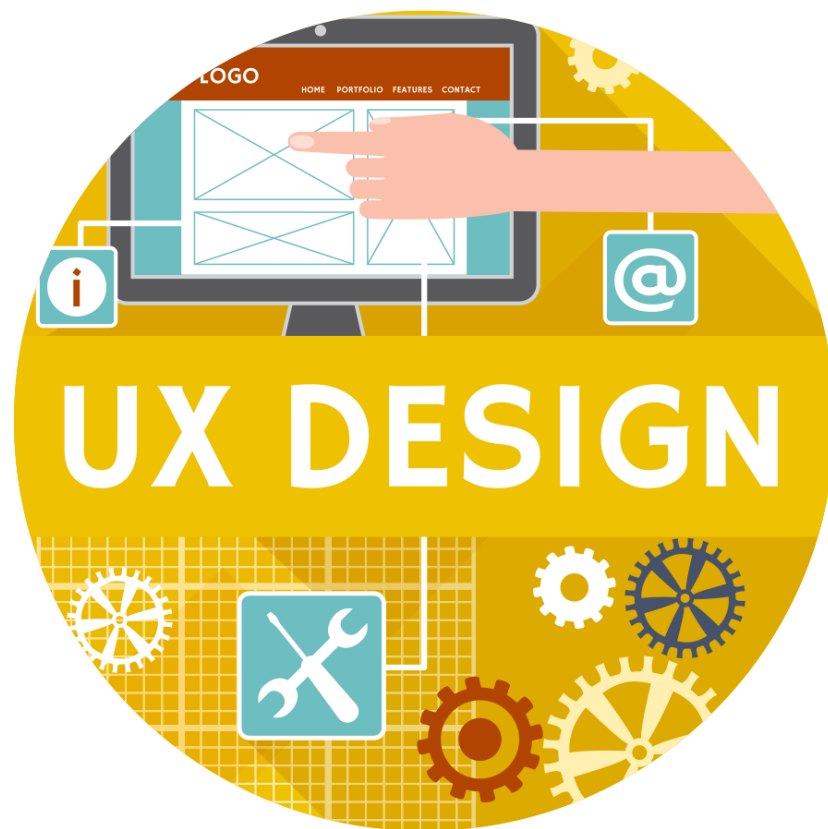


valuable

I siti devono fornire valore ai sponsor:

- Per quelli no-profit, la UX deve far progredire la missione etica portata avanti dal sito;
- Per quelli profit, la UX deve contribuire a migliorare la soddisfazione dei clienti.

Data la complessità degli strumenti e della metodologia di questa disciplina, sempre più aziende richiedono una figura specializzata in tale ambito: quella dello **UX Designer**.



L'UX Designer è il ponte fra i bisogni dell'azienda e la necessità degli utenti. La sua missione è quella di migliorare le relazioni tra consumatore e prodotti e il suo lavoro è scandito principalmente da tre fasi:

- 1) *L'osservazione;*
- 2) *La progettazione;*
- 3) *Il disegno.*

In questa prima fase si concentrano tutte le azioni preliminari in grado di raccogliere dati e informazioni per studiare i bisogni degli utenti finali. Alcune tra le tecniche principali sono le seguenti:

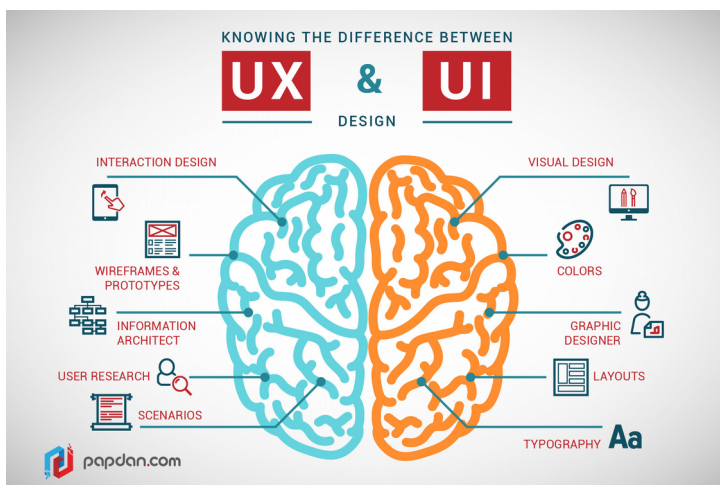
- Interviste dirette agli utenti;
- Interazione diretta con gli utenti;
- Test di usabilità;
- Analisi statistiche;
- Stesura dei casi d'uso.

In questa seconda fase si pianifica la struttura della UX più opportuna sulla base dei dati raccolti nella prima fase e con l'aiuto di specifiche routine incentrate sull'utente. Possiamo citarne alcune tra le più utilizzate:

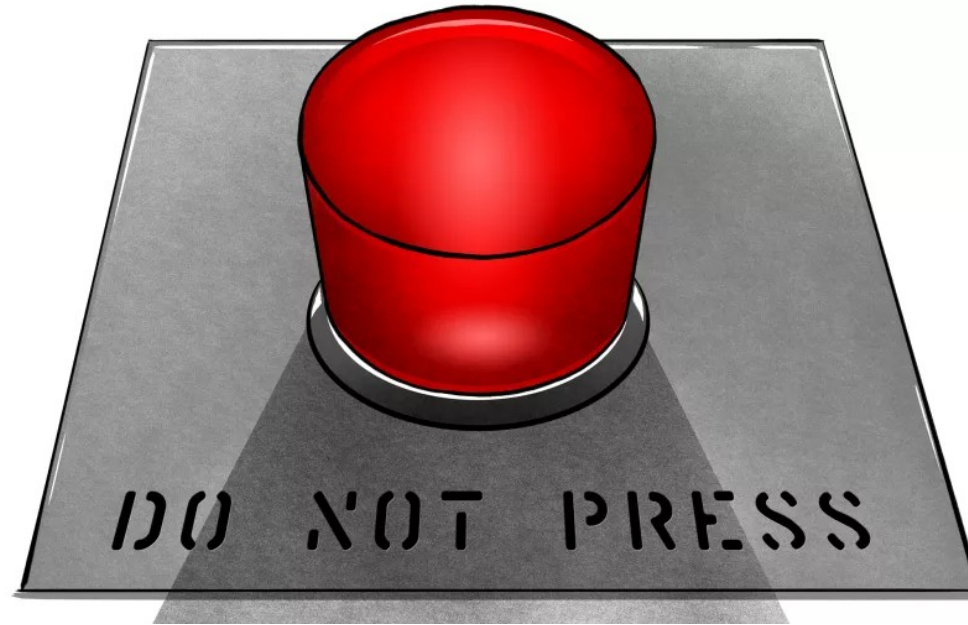
- L'utilizzo delle **personas**, le quali sono dei “personaggi” creati grazie a una combinazione di dati e ipotesi, e rappresentano i tuoi potenziali utenti. Sono dei clienti immaginari (perché non esistono) ma allo stesso tempo realistici (perché creati su dati veri);
- La creazione di differenti **wireframe**, per la stesura di layouts più o meno fedeli ai bisogni dei potenziali utenti, sulla base dei dati raccolti. Tali layouts potranno essere confrontati per valutarne i pro e contro ed effettuare un ulteriore passo in avanti per scegliere quello finale.
- **User flows**, ovvero rappresentare tramite un flusso di azioni come gli utenti dovrebbero muoversi all'interno del sistema o sito web;
- La scelta mirata di **pattern** per un determinato progetto. Individuare quindi degli elementi piuttosto che altri dell'UI per svolgere certi compiti rendendo l'user experience più familiare ed efficace (tabs piuttosto che pagine distinte, sidebar piuttosto che navbar, ecc).

In questa ultima fase avviene la creazione grafica dell'interfaccia, pensata secondo le necessità dell'utente.

A questo punto possiamo introdurre la figura dello **User Interface Designer** che rappresenta colui che traduce la progettazione dello **User Experience Designer** in componenti grafici, come layouts, colori, scelta della tipografia, ecc.



UX e UI sono due momenti diversi della produzione dell'interfaccia e rappresentano due figure professionali abbastanza diverse. Lo UX Designer è in grado di occuparsi della UI mentre non è scontato che UI Designer possa occuparsi dell'user experience nella sua accezione più complessa e completa.



Per concludere parliamo di un bottone, più precisamente un bottone molto proficuo!

Questa è la storia di **Jared Spool**, progettista esperto in ambito di usabilità e design, e un bottone.

La situazione era la seguente: per acquistare prodotti da uno dei maggiori siti di e-commerce, c'era un form molto semplice con i campi *e-mail* e *password*, i bottoni *login* e *registrati* e un link "*Ho dimenticato la password*". Era il form di login al sito.

The diagram shows a form layout with two columns separated by a vertical line. The left column contains an 'Email' input field, a 'Password' input field, a checkbox labeled 'Remember me', a 'Login' button, and a blue link 'forget password?'. The right column contains an 'Email' input field, a 'Password' input field, a checkbox labeled 'Show password', and a 'Register' button. The word 'Or' is centered between the two columns. A close button 'X' is in the top right corner of the form area.

Il problema non era tanto il layout, ma dove stava: gli utenti si imbattevano in questo form dopo aver premuto il pulsante *Acquista ma* prima di poter inserire le informazioni per pagare effettivamente il prodotto.

Il team vedeva questa soluzione un compromesso positivo per tutti:

- I clienti registrati potevano acquistare più velocemente avendo già un account al sito.
- I nuovi clienti non avrebbero dato peso alla registrazione, poiché sarebbero tornati in futuro ad acquistare nuovamente in modo ancora più veloce.

Contrariamente a quanto si pensava, il team aveva torto!

- I clienti registrati non riuscivano a ricordare i loro dati di accesso anche dopo numerosi tentativi. Alla fine qualcuno tentava di recuperare la password inviandola nella propria casella e-mail, che però rappresentava un problema se non ricordavano nemmeno quella.
- Ai nuovi clienti invece pesava registrarsi. Alcuni lamentavano propositi nefasti mirati a invadere la privacy dei clienti; Altri ancora non si ricordavano che fosse la loro prima volta, rimanendo frustrati ad ogni combinazione email/password errata.

I progettisti, più precisamente **Jared Spool** hanno risolto il problema in questo modo:

Hanno tolto il pulsante *“Registrati”* e al suo posto hanno messo il bottone *“Continua”* con un semplice messaggio *“non è necessario creare un account per effettuare acquisti sul nostro sito. Basta fare clic su ‘Continua’ per procedere al checkout”*.

Il risultato è stato sorprendente. Il numero di clienti che hanno effettuato acquisti è salito del 45%.

Gli acquisti extra hanno portato ad un guadagno supplementare di 15 milioni di dollari nel solo primo mese.

Nel primo anno il sito ha registrato 300 milioni di dollari in più.

Una soluzione niente male!



Grazie per l'attenzione.