Progettare virtuosamente, cioè partire da un problema per poi generare delle opportunità

Avere delle sfide o task per creare anche un template del sito che il cittadino o la PA vuole

Progettare per complessità, ad esempio la GtoGtoC (Goverment to Goverment to Cityzen) Perche dovremmo rivolgerci al cliente diretto del modello e anche Enti come: Museo, il comune o la scuola

Tutti questi siti alla fine vengono utilizzati dai cittadini (portando prima valore agli enti) agevolandoli con servizi di qualità (semplici, utilizzabili e accessibili)

Concentrarsi nella letteratura del settore, per includere musei civici Italiani, statali e internazionali

In modo da poter individuare le buone pratiche e per la generazione del modello

Avere un set di librerie per uso comune, per utilizzare uno dei tanti modelli per creare il sito web, da far scegliere anche al cliente

**Buone pratiche e standard**

Analizzare servizi simili da

prendere a riferimento e

individuare standard nazionali o

internazionali che possano

guidare la progettazione, o

riprogettazione, del proprio

servizio.

**Cosa si intende per design research?**

Il processo di raccolta, analisi e

interpretazione di dati e spunti

necessario per ispirare e guidare

la progettazione di servizi.

**Ricerca primaria e secondaria**

La ricerca primaria si basa sulla

raccolta di nuovi dati

direttamente da persone o fonti

originali.

Prevede il coinvolgimento

diretto degli utenti per

investigare le loro necessità, i

comportamenti e le percezioni.

La ricerca secondaria prevede

l'analisi di dati esistenti, come

studi, libri o datasabe online, già

disponibili e raccolti da altri.

Richiede in generale meno

tempo e risorse, rendendo il

processo di raccolta più efficace.

**Metodi di ricerca**

Le metodologie di ricerca sono

molteplici e possono essere

applicate, anche in

combinazione, in base al tipo di

informazioni che si vogliono

raccogliere e al servizio da

esaminare.

**Attori, touchpoint e scambi**

• Attori: persone, enti o

organizzazioni coinvolte

nell’erogazione del servizio

• Touchpoint: punto di contatto,

fisico o digitale, tra utente e

servizio

• Scambio: ogni passaggio di

risorse, materiali o immateriali

da o verso l’utente

**Metodologie di ricerca primaria**

Servono ad approfondire

l’esperienza d’uso del servizio

raccogliendo informazioni da

parte di tutti i soggetti coinvolti,

sia quelli che contribuiscono alla

sua erogazione, sia coloro che

ne usufruiscono.

**Le interviste utenti**

Servono a raccogliere informazioni

dirette a partire dal racconto

dell’esperienza di utenti e attori

coinvolti e dalle opinioni espresse.

**I questionari online**

Servono a raccogliere informazioni

dagli utenti in maniera strutturata,

così da poterle elaborare

quantitativamente.

I vantaggi principali sono legati alla

capacità di raggiungere una grande

quantità di utenti e facilitare

l’analisi dei dati ottenuti

Raccogliere dati online tramite i questionari online fornendo delle opinioni

**Come si realizzano i questionari**

**Online**

1. Utilizzando un software, esempio: google moduli

2. Definire l’obiettivo e i temi

dell’indagine, la tipologia di target utile

alla ricerca e la modalità di

distribuzione del questionario.

3. Strutturare il questionario.

4. Analizzare i dati raccolti e sintetizzare

i risultati in un documento.

**Comprendere l’esperienza**

**d’uso e la percezione di un**

**servizio digitale**

analizzandolo attraverso gli

occhi del suo utilizzatore,

permette di progettare o

riprogettare l’esperienza di

fruizione in modo che sia

adeguata alle sue necessità.

**Esperienza d’uso:**

1) Personas (uno strumento di raccolta di persone)

2) Scenari d’uso

3) User journey

**Modalità operative**

Board collaborativa

Fogli di valutazione

Progetto MaaS for Italy

Maas (Manager activity)