

COMPITO 1 – INDIVIDUAZIONE DEI BISOGNI

Scadenza: 9 OTTOBRE 2023

Il primo compito che vi viene assegnato si concentra sul *needfinding* (NF), un'attività che mira a osservare e capire come le persone eseguono le attività che si intendono supportare tramite il nuovo sistema interattivo. NF si concentra sull'analisi degli obiettivi degli utenti e delle loro pratiche, nel contesto in cui essi agiscono. L'obiettivo è generare intuizioni progettuali (significative).

Questo compito si baserà sulla **definizione e somministrazione di interviste** per esplorare le esigenze degli utenti, nell'ambito che avete scelto per il vostro progetto.

PREPARATION AND EXECUTION

1. **PIANIFICA LE INTERVISTE.** Decidi chi intervisterai, dove e quali domande formulerai. In particolare:
 - a. **INTERVISTATI.** Intervisterete almeno 3 persone (meglio se in numero maggiore) appartenenti a "tipi" diversi di utenti. Non considerate solo gli *utenti diretti*, cioè quelli a cui principalmente si rivolge il vostro sistema, ma anche altre figure che possono contribuire con diverse prospettive sull'argomento. Per esempio, a questo [team di progettazione](#) è stato chiesto di riprogettare un carrello per fare la spesa. Il team non ha intervistato clienti medi, ma ha cercato di coinvolgere anche *utenti guida* (per esempio acquirenti professionisti) e altre *figure estreme*, come i gestori di negozi alimentari. Gli utenti guida e/o estremi, così come quelli marginali, spesso aiutano a trovare soluzioni migliori e a creare un design più inclusivo.
L'insieme degli intervistati deve includere almeno uno studente del Politecnico e *almeno* 1 utente estremo. Se il tema lo consente, possono essere coinvolti anche esperti di dominio (facoltativi). Se gli intervistati sono solo 3, assicuratevi di includere due utenti diretti.
 - b. **MODALITÀ.** Le interviste devono essere fatte *di persona*, con le persone nel loro contesto. Se è impossibile condurre interviste di persona, per esempio nel caso in cui l'intervistato non sia facilmente raggiungibile, puoi farlo tramite call remota.
 - c. **DOMANDE.** Preparate da 10 a 20 *domande predefinite*. Le domande devono essere adatte al dominio in questione e devono riguardare aspetti, problemi, bisogni specifici degli utenti che è importante analizzare per la definizione dell'idea progettuale. Cercate di capire perché le persone eseguono le loro attività in una certa modalità, ponendo domande come "Esistono soluzioni esistenti che le persone usano/non usano? Perché/Perché no?". Le domande predefinite servono da guida per l'intervista, ma siate pronti a saltarne alcune, a modificarne l'ordine e a definirne nuove seguendo il flusso della conversazione con gli intervistati.
Cerca, se possibile, di osservare e intervistare alcune *persone in azione nel contesto del tuo dominio di interesse*.
 - d. **MATERIALI.** Dovrete registrare le risposte degli intervistati e ogni altro aspetto che serva a capire perché gli intervistati rispondono o agiscono in un certo modo: scattate foto degli intervistati e di eventuali artefatti rilevanti; registrate l'audio delle interviste oltre a prendere nota delle risposte; prendete nota di eventuali domande aggiuntive che saranno introdotte durante la conversazione.

2. **INTERVISTE.** Conducete un minimo di tre interviste (meglio se in numero maggiore), con le persone che avete pianificato di coinvolgere.
 - a. **DURATA.** Tra i 30 e i 60 minuti.
 - b. **CONSENSO.** La prima cosa da fare è ottenere il consenso dagli intervistati, facendo firmare su carta una dichiarazione (forniremo un modello durante il laboratorio).
 - c. **PROCEDIMENTO.** Due membri del team (e non più di 3) devono essere presenti ad ogni intervista, uno conduce l'intervista e l'altro/i prende appunti. Ciò consentirà ai team di condurre interviste in parallelo, se necessario. Seguirete i suggerimenti per le interviste discussi nelle lezioni e durante le esercitazioni in classe.

SUGGERIMENTI PER TROVARE I PARTECIPANTI

- **Sfrutta le tue reti personali**, senza esagerare con amici e familiari. Gli amici degli amici sono una ottima risorsa.
- **Usa i social media e le comunità online.** Per andare oltre i propri contatti, potreste pubblicare annunci su social media, siti di comunità online e incoraggiare le persone a condividere l'annuncio con le loro personali connessioni.
- **Trova le persone nel contesto di riferimento per il dominio scelto per il progetto.** Se è fattibile e sicuro, provate a reclutare persone nei luoghi strettamente legati al vostro dominio di interesse.

SINTESI DEI RISULTATI

Partendo da quanto raccolto durante le interviste, **individuare una lista iniziale di bisogni degli utenti** nel contesto del dominio che state analizzando. Mantenete il collegamento di ogni esigenza con le interviste e le risposte da cui sono emerse. Durante le lezioni e le esercitazioni vi sarà mostrato come creare una "mappa dei bisogni".

I bisogni sono necessità emotive o fisiche degli utenti, pertinenti per il dominio analizzato, a cui corrispondono sfide di progettazione. N.B.: i bisogni sono verbi (attività per le quali gli utenti potrebbe necessitare aiuto), non sostantivi (soluzioni). Possono essere individuati a partire da difficoltà esplicitamente emerse durante le interviste, oppure da contraddizioni che evidenziano disconnessioni tra ciò che gli utenti affermano di voler fare e ciò che realmente fanno. Per elencare le esigenze, può essere utile utilizzare le frasi "ha bisogno di un modo per" o "deve essere in grado di".

Come ultimo passo, **restringi la lista ai bisogni più significativi**.

RISULTATO FINALE

Create una nuova directory chiamata "C1" nel repository di gruppo su GitHub e caricate, entro la scadenza, una presentazione (PDF) e qualsiasi materiale che desiderate condividere. Considerate che i moduli di consenso, le note prese durante le interviste, le immagini, i dati grezzi, potrebbero essere utili durante la preparazione del documento da consegnare.

La presentazione dovrebbe contenere (organizzazione consigliata):

1. Introduzione

- a. Componenti del gruppo
 - b. Dominio di interesse e perchè lo avete scelto
2. Metodologia
 - a. Partecipanti –Perchè sono stati selezionati? Perchè sono appropriati? Come sono stati reclutati? Qual è la loro età, genere, ...? Chi è l'utente estremo e perché? Chi è l'esperto di dominio, se esiste?
 - b. Dove sono state condotte le interviste?
 - c. Come è stata organizzata l'intervista (su cosa si sono concentrate le domande)?
 - d. Ruolo dei membri del gruppo in ogni intervista
 - e. Il materiale usato (camera, registratore, etc.)
3. Risultati delle interviste
 - a. Fotografie e artefatti rilevanti
 - b. Citazioni chiave rilasciate dagli utenti
4. Sintesi
 - a. I bisogni degli utenti più significativi in base alla rilevanza per le fasi future di progettazione
 - b. Passi futuri

RISORSE AGGIUNTIVE

- [5 Steps to Create Good User Interview Questions](#)
- [Asking the right questions during user research, interviews and testing](#)
- [What to do in needfinding](#) (PDF)