

UX Mapping

Studi sulla UX nel settore dei trasporti.

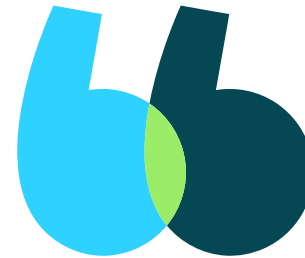
Dicembre 2018

Questi esercizi (generati all'interno del corso di User Experience al Politecnico di Milano) erano volti a mappare le svariate esperienze che diversi tipi di servizi (tutti sviluppati intorno al bisogno di muoversi delle persone) generavano per utenti finali. In questo estratto vi è il lavoro fatto in merito al band BlaBlaCar, il quale ponendosi come abilitatore di nuove interazioni tra gli utenti era particolarmente indicato come caso di studio e analisi.

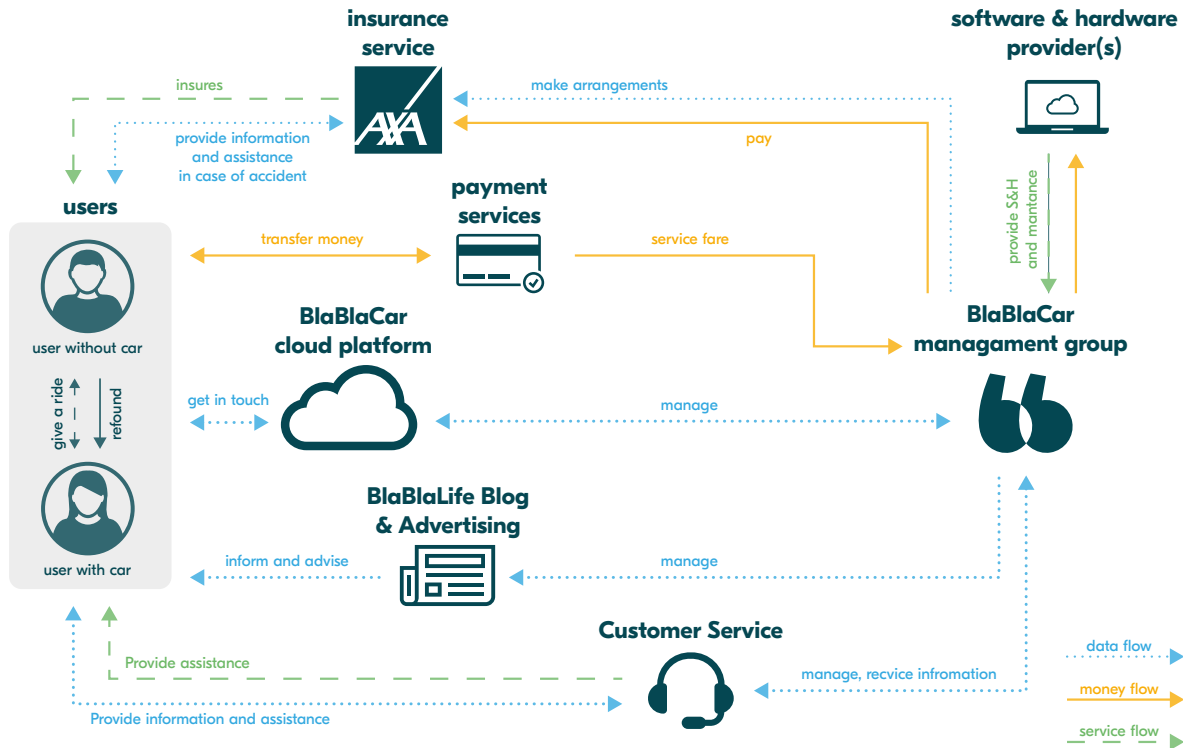
Team

Andrea Picardi
Oriana Arnone
Pei Lin

Link



BlaBlaCar



System map e touchpoint

Le prime fasi di questa analisi non si sono concentrate subito sull'utente in sé, ma sono ruotate intorno al come e dove l'azienda forniva il servizio agli utenti e quali attività di backstage erano a supporto di queste ultime, così come quali touchpoint e canali l'utente poteva usare per interagire con il brand nel corso del suo viaggio.

Così facendo sono stati mappati i "flow" di dati, risorse finanziarie e prestazioni, per andare a capire come il servizio potesse sostenersi e fornire la migliore esperienza possibile all'utente finale.

Digital ethnography, user flow, journey e experience map.

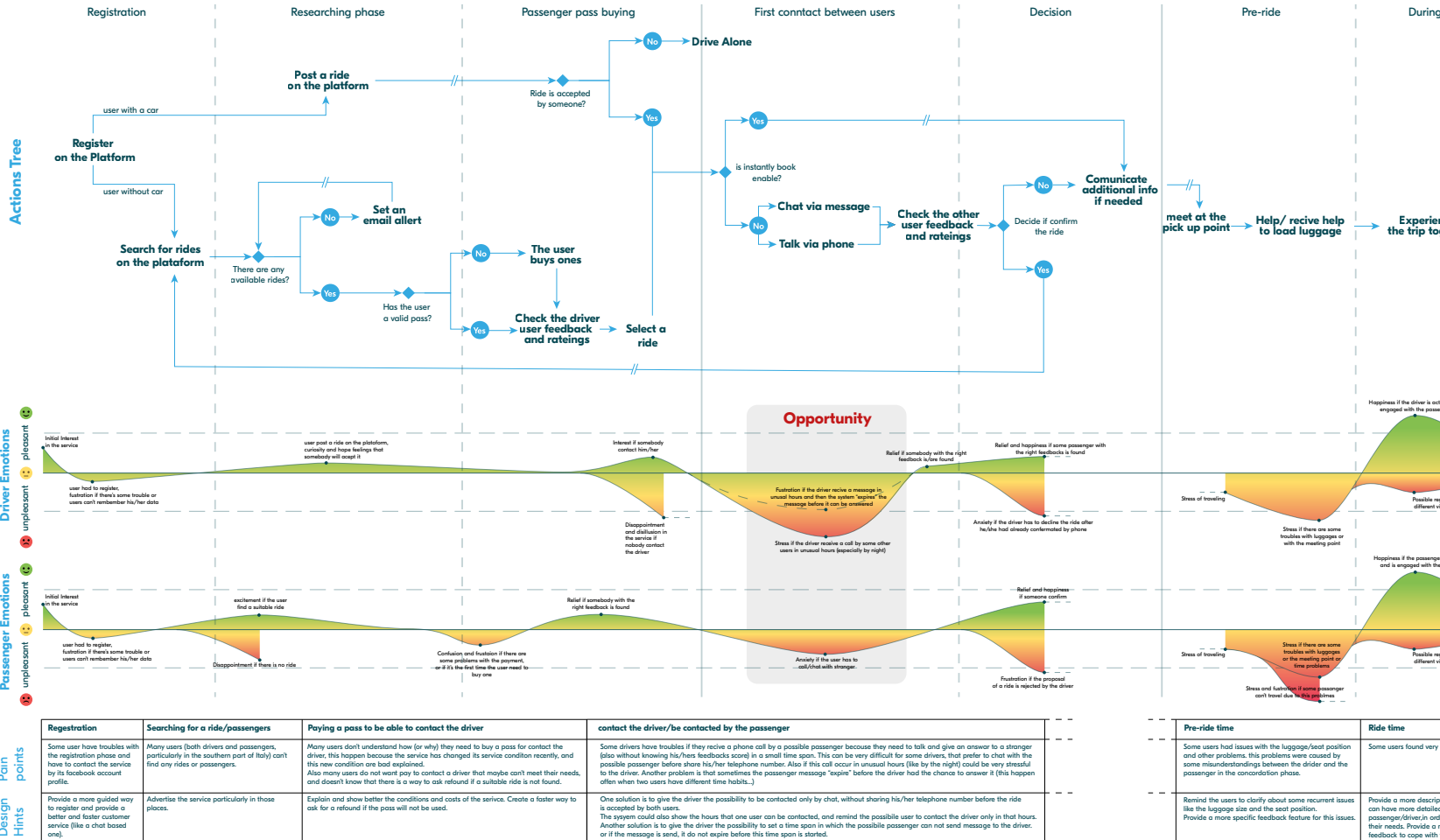
Fu condotta una Digital ethnography in merito hai commenti degli utenti del servizio sulla maggior parte dei social media in rete (Facebook, Twitter, Google Playstore...), sia "ufficiali" (ossia gestiti dal brand) che non, per capire quale erano le opinioni sul servizio, i frameworks mentali delle persone e i principali pain points percepiti e non del servizio. Dall'analisi di questa mole di dati si è così prodotta una "base" sulla quale si sono costruite poi tutte le seguenti mappe.

Un user flow "ideale" venne delineato come base per l'experience map, nella quale vennero integrati i principali commenti della digital ethnography, così da riuscire a individuare i principale problemi e pain points che l'utente poteva provare all'interno della singola "ride".



Ride search/post

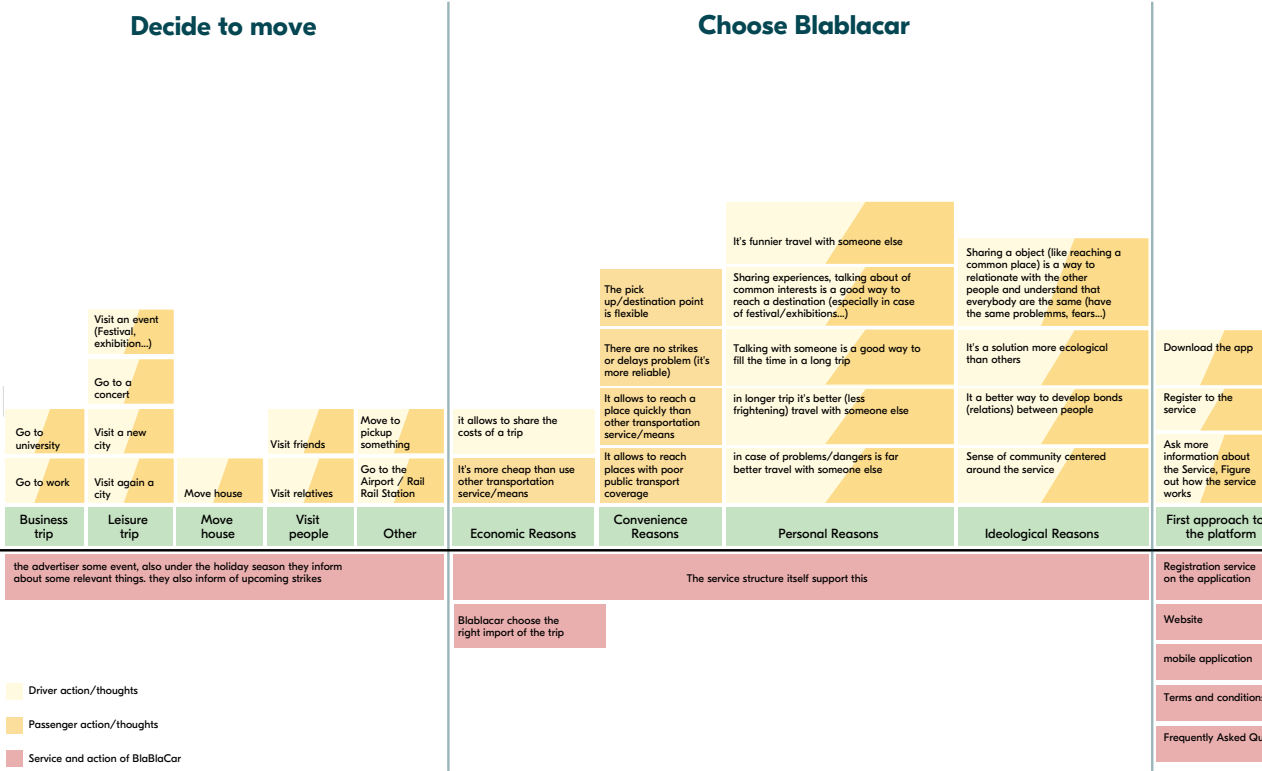
Organization



Mental model map

Infine, abbiamo costruito una mental model map, sempre sulla base del materiale raccolto, su cosa l'utente potrebbe provare e pensare in tutti i momenti del viaggio, sia in termini positivi che negativi. Da questa abbiamo poi condotto una gap analysis, al fine di capire se il sistema che vi era in quel momento forniva tutti gli "strumenti" per supportare gli utenti nel loro viaggio, identificando svariate opportunità, che in associazione con le mappe precedenti componeva un quadro abbastanza completo sulla UX degli utenti del servizio offerto da BlaBlaCar in quel momento.

Mental model map



| Before a ride | | | | | | During a ride | | | After a ride | | | |
|--|--|---|--|---|---|--|---------------------------------------|---|---------------------------|---|--|---|
| Download the app | Search by the price | Search for specific 'features' of the ride (like more space in the rear seats, boot room, fast approval...) | set an alarm on the platform | Contact customer service if there are some problems | post possible stops in the trip, the number of seats, possible features of the ride and the price | Try to fix any problems or misunderstandings if there are some | Get to know each other | Cope together to some travel problems (like environmental phenomena, car issues...) | say goodbye to each other | Give a score to the driver experience of the driver | Replay at some 'neutral' or negative feedbacks | Take part in community life (Social, Blog, ...) |
| | Search a ride on the platform | | | | | | | | | | | |
| | Compare specific 'features' of the users, like 'love animals', 'talk sometimes', 'smokes'... | | | | | | | | | | | |
| Register to the service | Search a ride on the platform | Compare the feedback on the different users on the platform | Pay for the month/weekly pass | Leave/forward a message asking for more information | Ask more information/agree on other possible issues | Load possible luggage on board | Arrive at the designated meeting spot | Share past experiences | Unload possible luggage | Give a score to the driver/passenger(s) | Read the own feedback from the other users | Write about it on the social media |
| Ask more information about the Service, Figure out how the service works | Post a Ride on the platform | Understand how the blabpass works | Contact/be contacted by phone and ask more information on the ride | Approve the ride | Control the car (has it enough fuel? is it all alright?) | Say hello | Talk to each others | pay driver./recive money from passenger(s) | Remember the ride | Remember the ride | Talk about BlablaCar to parents/relatives | Talk about BlablaCar to Friends/Colleagues |
| First approach to the platform | Searching stage | Comparing stage | Buying the pass | Get in touch stage | Aproval stage | Before leave | Meeting with the other users | Travel together | After arrival | Give feedback | Receive feedback | Sharing Experiences |
| Registration service on the application | "Find a ride" service on the application | view user feedback and characteristics of the trip | enable the transition, give information about the pass | chat between users inside the application | | Provide insurance if somethings go wrong | | | payment | Feedback session on the application | Feedback session on the application | Facebook page of blablaCar |
| Website | | OPPORTUNITY n.1 | | give driver's phone number to possible passengers | | | | | | OPPORTUNITY n.1 | | Feedback session on the platform. |
| mobile application | | | | | | | | | | | | |
| Terms and conditions | | | | | | | | | | | | |
| Frequently Asked Questions (F.A.Q.) | | | | | | | | | | | | |