

Road Map

Scaletta generica

1. conclusioni tratte dal Compito 1
2. focus group per approfondire il tema emerso come principale (sovraffollamento) con naturale conseguente ottenimento e identificazione dei principali bisogni
3. sessione di brainstorming online per selezionare 3-4 bisogni principali (ognuno di questi abbastanza consistente tanto da poter diventare l'obiettivo principale di un'applicazione interattiva)
4. lavoro di gruppo per l'individuazione e specificazione di personas, ciascuna associata ad uno scenario che riflette uno dei bisogni selezionati descritto in un contesto reale
5. sessione di brainstorming online per:
 - a. proporre soluzioni per ogni scenario;
 - b. votare la migliore (scegliere metodo di votazione e documentarlo! *Votazione con post-it¹ OPPURE Metodo delle quattro categorie²*).
 - c. Definizione di un *nome di progetto*³ in grado di comunicare l'idea e una *value proposition*⁴.

¹ Ogni membro del gruppo ha a disposizione tre post-it (voti) da associare a tre idee diverse.

² Ogni membro del gruppo sceglie una o due idee da assegnare alle categorie: "la scelta razionale", "quella che potrebbe piacere di più", "la preferita" e "la scommessa a lungo termine".

³ Il nome del progetto deve essere di 1-2 parole al massimo ed evocare la soluzione o il bisogno dell'utente.

⁴ La "value proposition" è una frase che deve comunicare i benefici che le persone possono ottenere dalla vostra soluzione. Deve essere applicabile *in modo specifico* alla vostra idea, non ad altre applicazioni. Per esempio, la "value proposition" di Satisfay è: "Semplifica i pagamenti per migliorare la tua vita di tutti i giorni", Deliveroo: "I piatti che ami, a domicilio", Slack "Una piattaforma per il tuo team e il tuo lavoro". Il sito:

<https://www.wordstream.com/blog/ws/2016/04/27/value-proposition-examples>

mostra ulteriori esempi di value proposition.

In dettaglio

[in **grassetto blu** ci sono gli step effettuati]

[STEP 1] Terminato il Compito 1 (“needfinding, analisi, sintesi”) siamo giunti ad una buona conclusione parziale.

Partendo senza idee chiare su quali fossero i reali bisogni degli utenti, grazie al sondaggio abbiamo decretato i sei problemi principali dei mezzi di trasporto (tra pubblici e privati): parcheggi, sicurezza, improduttività, posti disponibili, stress e noia.

Tramite le interviste e le preziose dichiarazioni degli utenti siamo riusciti a passare da così tanti temi ad uno solo che riteniamo il principale: il sovraffollamento. Infatti:

- lo stress è un problema diffuso tra gli utenti del trasporto pubblico, ma è spesso una conseguenza di altri fattori, quali possono essere sicurezza, comfort e produttività.
- il problema dei parcheggi, contrariamente a quanto indicato dai dati del sondaggio, non sembra essere percepito dagli utenti con l'importanza attesa; analoghe considerazioni sono state tratte riguardo al tema della noia.

A questo punto i problemi rimangono sicurezza, improduttività e posti disponibili.

Grazie ad una *citazione chiave*⁵ abbiamo capito che il problema dell'improduttività è conseguenza di mancanza di posti disponibili e/o di una bassa percezione di sicurezza personale e dei propri averi. Dunque i problemi principali rimangono sicurezza e posti disponibili, temi accomunati da una presenza sovrabbondante di utenti.

Più persone ci sono e più aumenta il rischio di essere in prossimità di utenti malintenzionati⁶.

Inoltre i posti disponibili sono strettamente correlati alla quantità di persone che utilizzano il mezzo con una proporzionalità lineare decrescente: più persone ci sono e meno sono i posti disponibili.

Pertanto il sovraffollamento è un problema che, se risolto, migliorerebbe notevolmente l'esperienza dei viaggi direttamente e indirettamente per le considerazioni precedenti.

Ma come è possibile migliorare le condizioni di sovraffollamento? Coinvolgere nuovamente gli utenti per restringere ulteriormente l'ambito delineato con il needfinding ed espandere le intuizioni più promettenti è sicuramente un buon punto di partenza.

[STEP 2] Abbiamo così deciso di **organizzare un focus group**, uno spazio di discussione mirato a chiarire e approfondire ulteriormente i bisogni relativi al problema del sovraffollamento, scelto come ambito centrale della nostra analisi. Per il focus group, ci siamo posti l'obiettivo di coinvolgere un piccolo gruppo rappresentativo del nostro target di utenti, includendo pendolari abituali, viaggiatori occasionali e studenti, per garantire che tutti

⁵ “Non mi sento sicuro perché ci sono molte persone intorno e ho sempre paura che qualcuno possa avvicinarsi con intenzioni negative. [...] Di solito finisco per evitare di studiare, ma non è una vera soluzione. Sarebbe molto meglio se ci fosse più sicurezza sui treni. In quel caso, il tempo di viaggio potrebbe essere molto più produttivo.”

⁶ Anche semplicemente per la legge dei grandi numeri.

i principali profili di utilizzatori fossero presenti e che emergessero una pluralità di opinioni e di vissuti concreti.

La preparazione del focus group è stata meticolosa. Abbiamo diviso i compiti tra i membri del team, in modo che ciascuno sapesse esattamente cosa fare durante la discussione. Un paio di moderatori avrebbero guidato il gruppo, ponendo domande specifiche e mantenendo la conversazione focalizzata sui bisogni emersi in fase di *needfinding*. Gli altri membri si sarebbero occupati della trascrizione e della registrazione degli appunti, raccogliendo ogni osservazione utile e garantendo che nessun dettaglio andasse perduto. Al termine della sessione, sarebbe spettato al team unito il compito di analizzare e sintetizzare i dati raccolti, integrandoli nelle intuizioni già acquisite.

La selezione dei partecipanti è stata attentamente ponderata, con il reclutamento di quattro persone rappresentative dei diversi profili di utilizzatori. Le abbiamo contattate fornendo loro tutte le informazioni logistiche; il giorno stabilito, i partecipanti hanno preso parte alla discussione, raggiungendoci in un'aula libera del Politecnico di Milano.

Una volta iniziato il focus group, il tema del sovraffollamento è emerso in modo naturale, con i partecipanti che condividevano le loro frustrazioni e i disagi derivanti dalla mancanza di spazio e dalle problematiche correlate. La discussione ha toccato aspetti fondamentali del sovraffollamento, come il sovraccarico di passeggeri nei vagoni centrali e la necessità di trovare metodi per ridistribuire la capienza, così da ridurre il disagio e migliorare la sicurezza percepita.

I partecipanti hanno confermato che l'affollamento influenza direttamente la loro esperienza in modo negativo, con osservazioni che richiama una percezione di insicurezza e di disagio costante. Alcuni hanno descritto la difficoltà di accedere ai posti a sedere e di mantenere un minimo di comfort durante i viaggi quotidiani. Altri hanno fatto notare che l'ansia cresce sia in caso di vagoni sovraffollati, dove si teme per la sicurezza personale, sia in vagoni eccessivamente vuoti, dove si percepisce una minaccia legata alla solitudine e alla vulnerabilità.

In ogni caso il sovraffollamento è risultato da subito e senza forzature il focus del dialogo, come amplificato da una citazione di un utente: "il sovraffollamento non porta ad alcun beneficio." Pertanto, le ipotesi scaturite dalla fase precedente (needfinding, analisi e sintesi) sono state confermate e ribadite. I bisogni degli utenti sono risultati svariati:

- Sapere che riuscirò a sedermi o che c'è un vagone libero
- Necessità di posto dove mettere le valigie (armadietti, vagoni appositi)
- Controllo sulla valigia quando è lontana da me e non posso tenerla vicina
- Sentirsi più sicuri quando le metro sono affollate per quanto riguarda il furto di effetti personali e sicurezza personale
- Avere un posto con tavolino o un modo per studiare in treno comodamente
- Ricevere informazioni affidabili in tempo reale. Le informazioni devono essere raccolte automaticamente, non da sporadici contributi
- Aumentare il numero di corse
- Sapere dove sono gli accumuli maggiori di persone
- Migliore efficienza dei controllori
- Bisogno di spazio per portare Modellini di Architettura
- Necessità di accedere a informazioni riguardanti la tratta in modo comodo

- Avere i vagoni tutti con capienza media: sia vagoni vuoti che pieni favoriscono situazioni di pericolo
- Affidabilità coincidenze
- Gamification del sistema app ferroviarie
- Ricevere informazioni sulla tratta anche quando non si è in loco
- Rendere gli utenti maggiormente informati su eventuali ritardi o problemi dei mezzi di trasporto
- Risolvere l'ingorgo nelle carrozze in prossimità degli ingressi nelle metro e nei treni
- Avere dei vagoni separati in base al tipo di persona che viaggia (un metodo per organizzare i vagoni in base a quanta gente dovrebbe scendere tipo tramite minischermi o indicazioni)
- Rendere accessibile un sistema come quello di AirTag a chi non lo ha → si può fare un AirTag senza l'AirTag?
- Bisogno di sicurezza durante i viaggi in treno la notte

[STEP 3] Per analizzare al meglio i bisogni e selezionare quelli principali, abbiamo dato il via a una **sessione di brainstorming online** utilizzando l'ambiente di lavoro collaborativo Figma. Avendo già raccolto durante il focus group osservazioni dettagliate, la nostra priorità era ora individuare i bisogni più ricorrenti e significativi emersi nella discussione. Per questo, abbiamo adottato il metodo della "votazione con post-it", un approccio che ci ha permesso di organizzare visivamente ogni bisogno, facilitando una discussione approfondita e una selezione condivisa.

Nel corso della sessione, ciascun membro del team ha aggiunto in Figma i bisogni che riteneva prioritari per gli utenti, rappresentandoli tramite post-it virtuali su una lavagna condivisa. Abbiamo dedicato del tempo a osservare, discutere e analizzare ciascuno dei bisogni proposti, confrontando le nostre idee e facendo emergere punti di vista diversi. Ogni partecipante ha potuto evidenziare ciò che riteneva più importante, portando argomentazioni supportate dalle osservazioni raccolte nelle interviste e nel focus group. In questo modo, la discussione si è arricchita di punti di vista diversificati, permettendoci di esplorare tutte le sfaccettature di ciascun bisogno.

Successivamente, abbiamo deciso di fare una breve pausa per riflettere su quanto emerso. Questo ci ha permesso di considerare meglio le proposte ascoltate, riflettendo con attenzione su quali bisogni, tra quelli emersi, rappresentassero una priorità concreta e risolvibile per il progetto. Terminata la riflessione, ognuno di noi ha votato tramite i post-it i bisogni che avrebbe scelto individualmente come principali, contribuendo in questo modo alla costruzione di un consenso comune. Dopo un conteggio accurato, abbiamo decretato i bisogni principali e condiviso la nostra decisione finale.

Questi bisogni risultanti dalla votazione sono:

1. **Necessità di accedere a informazioni riguardanti la tratta in modo comodo e sapere dove sono gli accumuli maggiori di persone**

Gli utenti hanno espresso l'esigenza di avere accesso facile a informazioni rilevanti sulla tratta, come i tempi d'attesa e i livelli di affollamento, per organizzarsi meglio durante il viaggio. Conoscere in anticipo dove si concentrano le persone

permetterebbe ai passeggeri di scegliere aree meno affollate, migliorando il comfort e riducendo il tempo speso in situazioni di disagio.

2. **Controllo sulla valigia quando è lontana e accessibilità a un sistema di tracciamento come AirTag anche per chi non lo possiede**

Diversi utenti hanno evidenziato il bisogno di tenere sotto controllo i propri effetti personali, specialmente i bagagli, quando non possono tenerli vicini. Un sistema di tracciamento accessibile anche a chi non possiede tecnologie avanzate come l'AirTag risponderebbe a questa esigenza, permettendo a tutti di sentirsi più tranquilli e sicuri nel viaggio.

3. **Risolvere l'ingorgo nelle carrozze in prossimità degli ingressi e ricevere informazioni affidabili in tempo reale**

L'ingorgo all'ingresso delle carrozze è una problematica ricorrente che causa disagi e rallentamenti durante l'imbarco. Gli utenti hanno espresso il desiderio di avere dati affidabili e aggiornati sulla distribuzione delle persone nei vagoni, attraverso un sistema automatico e costante, senza la necessità di contributi manuali, per ottimizzare la scelta del vagone e il comfort del viaggio.

4. **Sentirsi più sicuri nei momenti di affollamento per proteggere effetti personali e garantire la sicurezza personale**

La percezione di insicurezza è un aspetto critico per molti viaggiatori, che si sentono vulnerabili specialmente nei momenti di affollamento. Avere un sistema che garantisca una maggiore sicurezza, offrendo protezione contro i furti e migliorando la tranquillità in caso di vagoni molto pieni, risponderebbe a un bisogno fondamentale per una vasta gamma di utenti.

Questi bisogni selezionati si sono dimostrati consistenti e ricorrenti, e ciascuno di essi potrebbe rappresentare il fulcro di un'applicazione interattiva che risponda alle esigenze degli utenti.

[STEP 4] A questo punto, avendo individuato e classificato i bisogni principali, ci siamo trovati con una base solida per **creare scenari realistici e rappresentativi** delle situazioni vissute dagli utenti. Questi scenari sono stati sviluppati **in gruppo**, cercando di rendere ogni bisogno associabile a situazioni concrete che potrebbero effettivamente verificarsi durante l'utilizzo dei mezzi pubblici. In questo modo, gli scenari assumono una funzione centrale: non solo mostrano il contesto d'uso e le azioni dell'utente, ma permettono anche di visualizzare come una possibile soluzione possa migliorare la qualità dell'esperienza di viaggio.

Parallelamente, abbiamo ideato delle Personas per rappresentare gli archetipi degli utenti tipici che utilizzano i mezzi di trasporto pubblico. Basandoci sulle linee guida del documento di riferimento, le Personas servono a sintetizzare e rendere tangibili i bisogni, le frustrazioni e gli obiettivi dei nostri utenti target, per guidare in modo efficace le fasi successive della progettazione. Ogni Persona è stata creata per incarnare un profilo utente diverso, con caratteristiche uniche, che ci aiutano a mantenere il focus sulle diverse esigenze specifiche, senza mai perdere di vista la varietà di utenti a cui la nostra soluzione si rivolge.

Le Personas sono:

- **Luca** (lavoratore pendolare), associato al bisogno: **Necessità di accedere a informazioni riguardanti la tratta in modo comodo e sapere dove sono gli accumuli maggiori di persone.**
 - Motivazione: Luca rappresenta perfettamente il bisogno di accesso comodo e immediato a informazioni sulla tratta e sugli accumuli di persone. La sua situazione è tipica di chi, dovendo raggiungere la propria destinazione rapidamente, si ritrova a scegliere il vagone d'ingresso casualmente, senza disporre di dati sull'affollamento. Il ritrovarsi in un vagone stracolmo gli causa disagio e preoccupazione per la sicurezza dei suoi effetti personali, interrompendo il suo obiettivo di lavorare in tranquillità. Se avesse avuto accesso a indicazioni chiare e rapide sulla distribuzione delle persone lungo i vagoni, Luca avrebbe potuto scegliere direttamente un vagone meno affollato, ottimizzando la sua esperienza di viaggio e riuscendo a dedicarsi al lavoro con serenità. Questo scenario mette in evidenza l'importanza di avere informazioni accessibili sulla situazione all'interno del treno, per garantire un viaggio confortevole e sicuro.
- **Maria** (viaggiatrice occasionale), associata al bisogno: **Controllo sulla valigia quando è lontana e accessibilità a un sistema di tracciamento come AirTag anche per chi non lo possiede.**
 - Motivazione: Maria è un utente occasionale che affronta il viaggio con una grande valigia per un soggiorno prolungato, tipica di chi non viaggia abitualmente in treno e, quindi, si sente meno sicura nel gestire il bagaglio in un contesto affollato. L'incertezza su dove sistemare la valigia e la difficoltà nel tenerla sotto controllo sono elementi che la rendono ansiosa, un aspetto comune a molti viaggiatori occasionali. In questo caso, un sistema di monitoraggio del bagaglio, accessibile e semplice, le permetterebbe di sapere sempre dove si trova il suo effetto personale, migliorando notevolmente il suo comfort e riducendo il disagio. Questo scenario sottolinea il bisogno di un sistema di controllo dei bagagli che sia semplice da usare, rassicurante e accessibile anche a chi non possiede dispositivi di tracciamento come un AirTag.
- **Alessandro** (studente pendolare), associato al bisogno: **Risolvere l'ingorgo nelle carrozze in prossimità degli ingressi e ricevere informazioni affidabili in tempo reale.**
 - Motivazione: Alessandro vive quotidianamente il disagio dell'affollamento nella metro, con ingressi ingorgati che riducono il comfort del viaggio e lo costringono a cercare soluzioni alternative che, però, non risultano efficaci. La frustrazione di Alessandro è amplificata dall'assenza di informazioni affidabili e in tempo reale, che gli permetterebbero di sapere con anticipo in quale vagone potrebbe trovare più spazio. Se disponesse di dati aggiornati sull'affollamento, non solo potrebbe evitare l'ingorgo, ma otterrebbe un'esperienza di viaggio più rilassata e predittiva. Questo scenario illustra chiaramente la necessità di risolvere la congestione ai punti di ingresso dei vagoni e di fornire aggiornamenti continui per una migliore distribuzione dei passeggeri.
- **Sofia** (studentessa pendolare), associata al bisogno: **Sentirsi più sicuri nei momenti di affollamento per proteggere effetti personali e garantire la sicurezza personale.**
 - Motivazione: Lo scenario di Sofia mette in evidenza il bisogno di sicurezza nei vagoni affollati, dove il rischio di furti aumenta e il comfort psicologico diminuisce.

Sofia si sente vulnerabile, e la sua routine quotidiana implica misure preventive per proteggere il suo zaino e i suoi dispositivi preziosi. Tuttavia, l'esperienza di un tentato furto le conferma la necessità di una maggiore sicurezza in viaggio. Se il sistema ferroviario potesse garantire un supporto contro i furti, sia attraverso una migliore distribuzione dei passeggeri sia tramite un sistema di monitoraggio della sicurezza, viaggiare nei vagoni pieni sarebbe molto meno stressante. Questo scenario riflette chiaramente l'esigenza di assicurare i passeggeri nei momenti di sovraffollamento, migliorando la loro percezione di sicurezza e la protezione dei beni personali.

[STEP 5a] Fatto questo, ci siamo presi del tempo per analizzare ogni scenario e persona nel dettaglio, entrando nelle singole esigenze e valutando le dinamiche di ciascun bisogno. Abbiamo **organizzato una sessione di brainstorming** su Figma in cui ciascun membro del team ha proposto **una o più soluzioni per ogni bisogno**, utilizzando dei post-it per garantire una visione chiara e visiva delle idee. Questa fase ha permesso a tutti di contribuire con spunti diversi, arricchendo le prospettive con proposte innovative e creative.

Dopo aver raccolto tutte le idee, abbiamo esaminato le soluzioni proposte, discutendole in dettaglio per valutare la fattibilità e il potenziale impatto di ciascuna. **[STEP 5b]** Successivamente, **ciascun membro del team ha votato** la soluzione che riteneva più interessante e innovativa per ciascuna Persona, arrivando così a produrre una proposta concreta per ogni scenario:

1. Per **Luca**: Abbiamo ritenuto necessario supportare l'utente con descrizioni chiare e rapide sulla situazione del mezzo di trasporto, con informazioni dettagliate e aggiornate in tempo reale, come la presenza di prese di corrente, la quantità di spazio per i bagagli e il livello di affollamento. Questa soluzione prevede anche la visualizzazione della capacità disponibile nei vagoni tramite indicatori visivi, come cartelloni luminosi o segnalazioni di illuminazione, accessibili anche a chi non utilizza dispositivi mobili.
2. Per **Maria**: Abbiamo proposto una soluzione che consente di informare i passeggeri sull'affollamento delle carrozze, indicando specificamente quali vagoni rispondono meglio alle loro esigenze. L'idea è di suggerire a Maria e ad altri utenti con necessità particolari i vagoni meno affollati e adatti alle loro preferenze: un vagone con spazio per bagagli, un altro con postazioni per lavorare, o uno più silenzioso per riposare.
3. Per **Alessandro**: La proposta per Alessandro consisteva nell'introduzione di supporti audio-visivi che informano in tempo reale sul livello di capienza di ogni vagone. Questa soluzione comprende anche l'integrazione con un'app collegata ai totem in stazione, che offre le stesse informazioni anche a chi desidera monitorare l'affollamento tramite dispositivi mobili.
4. Per **Sofia**: Poiché la sicurezza dei propri effetti personali era centrale per Sofia, abbiamo ideato un sistema basato su uno zaino con una zip dotata di sensore, che si attiva e invia una notifica all'utente qualora venga aperto inaspettatamente. Questa soluzione permetterebbe a Sofia di monitorare e proteggere i suoi beni senza dover vigilare costantemente sulla propria borsa.

Dopo un'attenta discussione delle proposte, ci siamo resi conto che le soluzioni pensate per Luca e Alessandro avevano un certo grado di sovrapposizione e potevano essere integrate in un'unica soluzione. Entrambi gli utenti esprimono un bisogno simile: desiderano ricevere informazioni affidabili e in tempo reale sull'affollamento dei vagoni, preferendo inoltre poter accedere a questi dati in vari modi, sia tramite un'applicazione mobile che con indicatori fisici all'interno della stazione. Questa convergenza ci ha condotti verso un sistema che consenta di visualizzare il livello di capienza e affollamento dei vagoni su display visivi presenti nei totem in stazione, rendendo l'informazione facilmente accessibile e immediata per chiunque, e integrandosi con un'app parallela per chi preferisce un supporto mobile.

Per quanto riguarda invece le soluzioni proposte per Maria e Sofia, durante la fase di votazione è emerso che, pur trattandosi di idee valide e innovative, queste non rappresentano il fulcro principale del progetto. Le soluzioni offrono risposte specifiche a bisogni meno frequenti, ma comunque significativi, come il monitoraggio dei bagagli o la sicurezza degli effetti personali nei contesti affollati. Abbiamo quindi deciso di mantenere queste proposte come possibili funzionalità secondarie o idee di sviluppo futuro, poiché, se integrate in seguito, arricchirebbero l'esperienza utente, rendendo il sistema completo e adattabile a una varietà di esigenze.

La soluzione risultata vincente, quindi, è un sistema di monitoraggio e informazione in tempo reale che supporta i passeggeri dei mezzi pubblici nel viaggiare in modo più comodo, sicuro e informato. Grazie a un sistema integrato di display visivi, supporti audio e cartelloni luminosi in stazione, insieme a un'app complementare, ogni viaggiatore può accedere facilmente a dati aggiornati sull'affollamento relativo e assoluto di ciascun vagone, oltre che sulla disponibilità di spazi per i bagagli. Indipendentemente dal tipo di utente - che si tratti di un pendolare abituale o di un viaggiatore occasionale - questo sistema si prefigge di guidare il passeggero nella scelta dei vagoni meno affollati, ottimizzando l'intero viaggio e offrendo a tutti un'esperienza di trasporto più confortevole e sicura.

Questa soluzione risulta particolarmente efficace poiché risponde a più bisogni emersi nelle fasi precedenti: oltre a risolvere il problema principale dell'affollamento, supporta l'organizzazione dello spazio nei vagoni e la distribuzione delle persone, diminuendo così il disagio e il rischio di situazioni di pericolo. Inoltre, il sistema integrato offre informazioni rapide e accessibili anche a chi non utilizza dispositivi mobili, rendendolo inclusivo e adatto a un ampio spettro di viaggiatori.

[STEP 5c] Trovata questa soluzione, che può in realtà accontentare più dei bisogni tra quelli emersi, siamo passati alla **formulazione della value proposition e del nome**, probabilmente il passaggio più delicato di tutto il processo. Ciascuno di noi ha quindi proposto un nome che potesse supportare ed evocare l'idea della soluzione scelta. Seguendo nuovamente il metodo di votazione con post-it, che abbiamo trovato essere il più equo, intuitivo e immediato, abbiamo scremato le proposte valide fino a selezionare le quattro migliori: "VagoneLibero", "MetroSense", "EasyBoard" e "Via Libera".

EasyBoard è risultato il nome più adatto per questa soluzione perché evoca un'esperienza di viaggio semplice, intuitiva e senza stress. Il termine "Easy" richiama un senso di facilità e immediatezza, valori fondamentali del sistema che abbiamo immaginato, che vuole rendere l'accesso a informazioni cruciali come l'affollamento dei vagoni e la disponibilità di spazio

quanto più fluido e diretto possibile. La parola “Board” suggerisce l’idea di salire a bordo con sicurezza e tranquillità, guidando il passeggero verso un vagone più comodo e meno affollato.

Inoltre, EasyBoard trasmette un messaggio di accessibilità universale: che il passeggero sia un pendolare esperto o un viaggiatore occasionale, il sistema offre un’esperienza di utilizzo semplice, senza complicazioni, riducendo l’incertezza e migliorando la qualità del viaggio.

Sulla base del nome scelto, e dei benefici che la nostra soluzione intende offrire alle persone, abbiamo deciso di seguire lo stesso procedimento per formulare una value proposition efficace. L’obiettivo era sintetizzare i vantaggi del sistema in una frase breve, evocativa e accattivante, che potesse catturare immediatamente l’attenzione degli utenti, trasmettendo l’idea di semplicità, praticità e miglioramento della qualità del viaggio.

Abbiamo quindi avviato una sessione di brainstorming in cui ciascun membro del team ha proposto una o più frasi che riflettessero l’essenza della nostra soluzione. Volevamo un’espressione che non solo spiegasse il funzionamento di EasyBoard, ma che al tempo stesso suggerisse il senso di comodità, sicurezza e tranquillità che l’utente troverà viaggiando con questo sistema. Durante la discussione, abbiamo evidenziato gli elementi più significativi, come l’accesso a informazioni immediate e l’ottimizzazione dell’esperienza di viaggio, che risultano essere i fulcri principali di EasyBoard.

Dopo un’analisi approfondita delle proposte, abbiamo utilizzato nuovamente il metodo di votazione con post-it. Ogni membro ha scelto la frase che riteneva più rappresentativa del valore del sistema EasyBoard. Questo processo ci ha portato a selezionare la value proposition definitiva: “Know the crowd, find your cloud!”.

Questa frase esprime in modo accattivante e simbolico l’essenza di EasyBoard:

- **"Know the crowd"** - Questa prima parte sottolinea la capacità di EasyBoard di fornire informazioni in tempo reale sull’affollamento dei vagoni, una funzione cruciale per chi desidera viaggiare in modo più consapevole e senza sorprese. Con EasyBoard, gli utenti possono sapere esattamente come è distribuita la folla nei vagoni, facilitando così la scelta del vagone meno affollato. Questo aspetto risponde direttamente al bisogno di praticità e previsione, migliorando la qualità del viaggio e riducendo il disagio dovuto al sovraffollamento.
- **"Find your cloud"** - La seconda parte è altrettanto importante, poiché fa leva su un’immagine positiva e rilassante: la "cloud", che rappresenta uno spazio confortevole, quasi intimo, nel quale il viaggiatore può sentirsi a proprio agio. Il termine “cloud” evoca un senso di tranquillità, simile a trovare un angolo personale di serenità anche in mezzo alla frenesia dei trasporti pubblici. EasyBoard permette di trasformare il viaggio in un momento più piacevole, grazie alla possibilità di scegliere un vagone con più spazio e comfort.
- **Inclusività del Messaggio** - “Know the crowd, find your cloud” è una value proposition universale, che parla sia al pendolare quotidiano che cerca una pausa nel caos della giornata, sia al viaggiatore occasionale che vuole sentirsi a proprio agio e sicuro. La frase è applicabile a diversi tipi di utenti, comunicando che

EasyBoard è pensato per chiunque desideri un viaggio semplice e personalizzato, accessibile e pratico per tutti.

Con EasyBoard, abbiamo creato una soluzione completa e intuitiva che risponde a esigenze fondamentali dei viaggiatori, come la possibilità di monitorare in tempo reale l'affollamento e la disponibilità di spazio sui mezzi pubblici, garantendo a ogni passeggero un viaggio più confortevole, sicuro e informato. Questo sistema, accessibile tramite un'app e indicatori fisici nelle stazioni, si adatta perfettamente sia al pendolare abituale sia al viaggiatore occasionale, offrendo una guida affidabile e facilmente accessibile nella scelta del vagone migliore per le proprie esigenze.

L'adozione di una value proposition accattivante, "Know the crowd, find your cloud!", riflette chiaramente l'obiettivo di EasyBoard: non solo risolvere il problema del sovraffollamento e migliorare la sicurezza, ma anche trasformare l'esperienza di viaggio, rendendola un momento piacevole e gestibile. Il sistema si propone di superare le difficoltà quotidiane dell'affollamento sui mezzi pubblici e di soddisfare i diversi bisogni degli utenti, offrendo uno spazio "su misura" e facilitando decisioni informate.

Guardando al futuro, i prossimi passi consisteranno nel tradurre questa visione in azioni concrete, passando allo sviluppo dello storyboard e della prototipazione per dare forma all'esperienza d'uso di EasyBoard e portare questa soluzione innovativa sempre più vicina agli utenti finali.

A schema

per ogni fase

1. come sono arrivato allo step dal precedente (intro)
2. corpo dello step
3. risultato/conclusioni dello step e puntatore allo step successivo (tramite concetti)

Fase 1: Conclusioni Tratte dal Compito 1

1. **Intro:** Dopo aver completato il Compito 1 (needfinding), abbiamo condotto un'analisi approfondita dei dati raccolti da sondaggi e interviste, con l'obiettivo di comprendere i principali problemi percepiti dagli utenti nei mezzi di trasporto. Partendo da vari temi iniziali, ci siamo focalizzati su quello che appariva come il problema centrale: il sovraffollamento.
 2. **Corpo dello Step:** Abbiamo identificato una serie di disagi, tra cui stress, sicurezza e mancanza di comfort, tutti problemi strettamente legati al sovraffollamento sui mezzi di trasporto. Questa tematica si è rivelata particolarmente rilevante perché tocca aspetti cruciali della vita dei pendolari e dei viaggiatori occasionali, influenzando sulla percezione di sicurezza personale, sulla produttività durante il viaggio e sul benessere generale. Dopo aver considerato altri problemi come la mancanza di produttività, i tempi di attesa e la gestione dei bagagli, abbiamo compreso che il sovraffollamento fosse alla base di molte difficoltà, diventando quindi il tema prioritario da approfondire.
 3. **Risultato/Conclusione e Puntatore:** Conclusa questa fase di analisi, il sovraffollamento è stato confermato come il problema principale su cui focalizzare il nostro progetto. Abbiamo quindi organizzato un **focus group** per approfondire questa tematica e raccogliere ulteriori informazioni sui bisogni specifici degli utenti.
-

Fase 2: Focus Group per Approfondire il Sovraffollamento e Identificare i Bisogni

1. **Intro:** Con il sovraffollamento come tematica centrale, abbiamo strutturato un focus group per ottenere insight dettagliati su come il sovraffollamento influisca sulle esperienze di viaggio e su quali soluzioni i viaggiatori immaginano per migliorare la loro esperienza.
2. **Corpo dello Step:** Durante il focus group, abbiamo raccolto le opinioni di partecipanti con diversi profili (pendolari, studenti e viaggiatori occasionali) per ottenere un quadro eterogeneo. La discussione si è concentrata su problematiche specifiche come la difficoltà di trovare spazio per i bagagli, la mancanza di posti a sedere, il disagio causato dall'affollamento nei punti di accesso dei vagoni e la necessità di ricevere informazioni aggiornate e affidabili sul livello di affollamento. I partecipanti hanno suggerito soluzioni come sistemi di monitoraggio in tempo reale sull'occupazione dei vagoni, indicatori visivi per la capienza, e una maggiore accessibilità alle informazioni per poter evitare le aree più congestionate.
3. **Risultato/Conclusione e Puntatore:** Al termine del focus group, abbiamo ottenuto una lista di bisogni chiave, tutti derivanti dall'esperienza negativa del sovraffollamento. Con questi dati, abbiamo organizzato una **sessione di**

brainstorming online per selezionare i bisogni principali su cui focalizzare la progettazione.

Fase 3: Brainstorming Online per la Selezione dei Bisogni Principali

1. **Intro:** Dopo aver raccolto diversi bisogni dal focus group, è emersa la necessità di selezionare 3-4 bisogni principali su cui concentrare il progetto, per garantire che la soluzione finale risponda alle necessità più sentite dagli utenti.
 2. **Corpo dello Step:** Abbiamo organizzato una sessione di brainstorming su Figma, dove ciascun membro del team ha contribuito con idee e proposte per ciascun bisogno individuato. Utilizzando il metodo della “votazione con post-it”, abbiamo elencato e votato i bisogni che apparivano più significativi. Questo processo ci ha portato a selezionare quattro bisogni principali:
 - **Accesso a informazioni sulla tratta:** gli utenti desiderano conoscere dettagli della tratta, come l'affollamento per vagone e i tempi d'attesa.
 - **Controllo dei bagagli a distanza:** molti passeggeri vogliono un sistema per monitorare i propri bagagli senza doverli tenere fisicamente vicini.
 - **Riduzione dell'ingorgo ai punti di accesso:** la congestione agli ingressi causa disagi e rallentamenti, e gli utenti chiedono di poter visualizzare in tempo reale quali vagoni sono meno affollati.
 - **Sicurezza nei vagoni affollati:** in condizioni di sovraffollamento, gli utenti desiderano strumenti per garantire la sicurezza degli effetti personali e ridurre la percezione di insicurezza.
 3. **Risultato/Conclusione e Puntatore:** Abbiamo individuato quattro bisogni principali su cui focalizzare lo sviluppo. Il passo successivo è stato la creazione delle **Personas e degli scenari** che riflettano i bisogni selezionati in situazioni reali.
-

Fase 4: Creazione di Personas e Scenari

1. **Intro:** Avendo scelto i bisogni chiave, il passo successivo è stato creare delle Personas per rappresentare gli utenti e definire scenari realistici che mostrassero come ciascun bisogno influenzi l'esperienza di viaggio.
2. **Corpo dello Step:** Abbiamo sviluppato quattro Personas, ciascuna rappresentativa di un diverso tipo di utente, e creato uno scenario per ciascuno, evidenziando un bisogno specifico. Ogni scenario è stato progettato per simulare situazioni reali e problemi che i viaggiatori affrontano, in modo da visualizzare il valore delle soluzioni proposte. Le Personas create sono:
 - **Luca** (bisogno di informazioni sulla tratta e sugli accumuli di persone)
 - **Maria** (bisogno di controllo sui bagagli anche quando non sono vicini)
 - **Alessandro** (necessità di ricevere informazioni affidabili per ridurre l'ingorgo)
 - **Sofia** (bisogno di sicurezza in situazioni di affollamento) Ogni scenario aiuta a mantenere il focus sull'esperienza dell'utente finale, sottolineando come il progetto risponda ai bisogni pratici di ogni profilo.

3. **Risultato/Conclusione e Puntatore:** Con le Personas e gli scenari definiti, siamo pronti per una **nuova sessione di brainstorming** in cui discutere le soluzioni specifiche per ogni scenario e votare quella più adatta.
-

Fase 5: Brainstorming su Soluzioni e Scelta del Nome

1. **Intro:** Con gli scenari di ciascuna Persona a guidarci, abbiamo organizzato un brainstorming su Figma per proporre soluzioni specifiche e scegliere il nome del progetto.
 2. **Corpo dello Step:** Ogni membro ha proposto una o più soluzioni per ogni scenario e ciascuna idea è stata inserita su un post-it virtuale. Abbiamo votato le soluzioni usando nuovamente i post-it per selezionare quelle più rilevanti per ciascun utente. Durante la discussione, ci siamo resi conto che le soluzioni per Luca e Alessandro potevano essere integrate in un'unica proposta, poiché entrambi richiedevano informazioni affidabili e accessibili sull'affollamento dei vagoni. Le soluzioni per Maria e Sofia, invece, pur valide, sono state classificate come funzionalità secondarie o spunti per futuri sviluppi. Abbiamo poi scelto il nome del progetto, e **EasyBoard** è risultato il più adatto: evoca l'idea di un viaggio semplice e senza stress, con informazioni accessibili per ogni tipo di viaggiatore.
 3. **Risultato/Conclusione e Puntatore:** La soluzione finale è un sistema di monitoraggio in tempo reale dell'affollamento, accessibile tramite app e totem. Successivamente, siamo passati alla definizione di una **value proposition**.
-

Fase 6: Definizione della Value Proposition

1. **Intro:** Dopo aver scelto il nome EasyBoard, abbiamo voluto formulare una value proposition che esprimesse in modo sintetico e accattivante i benefici del sistema.
2. **Corpo dello Step:** In questa fase, abbiamo ideato diverse proposte per la value proposition, votando poi con i post-it quella più rappresentativa. L'obiettivo era trasmettere il valore di EasyBoard in una frase breve e memorabile che richiamasse sia la funzione informativa sia il comfort garantito agli utenti. Dopo un'ulteriore votazione, abbiamo scelto la frase **"Know the crowd, find your cloud!"**. Questa frase esprime in modo evocativo la possibilità di accedere a dati in tempo reale sull'affollamento e di trovare uno spazio confortevole, sicuro e rilassante anche in mezzo alla folla.
3. **Risultato/Conclusione:** Con la value proposition e il nome definiti, abbiamo concluso il processo di ideazione concettuale del progetto EasyBoard. Il prossimo passo sarà la realizzazione di **storyboard e prototipi** per dare forma all'esperienza utente.