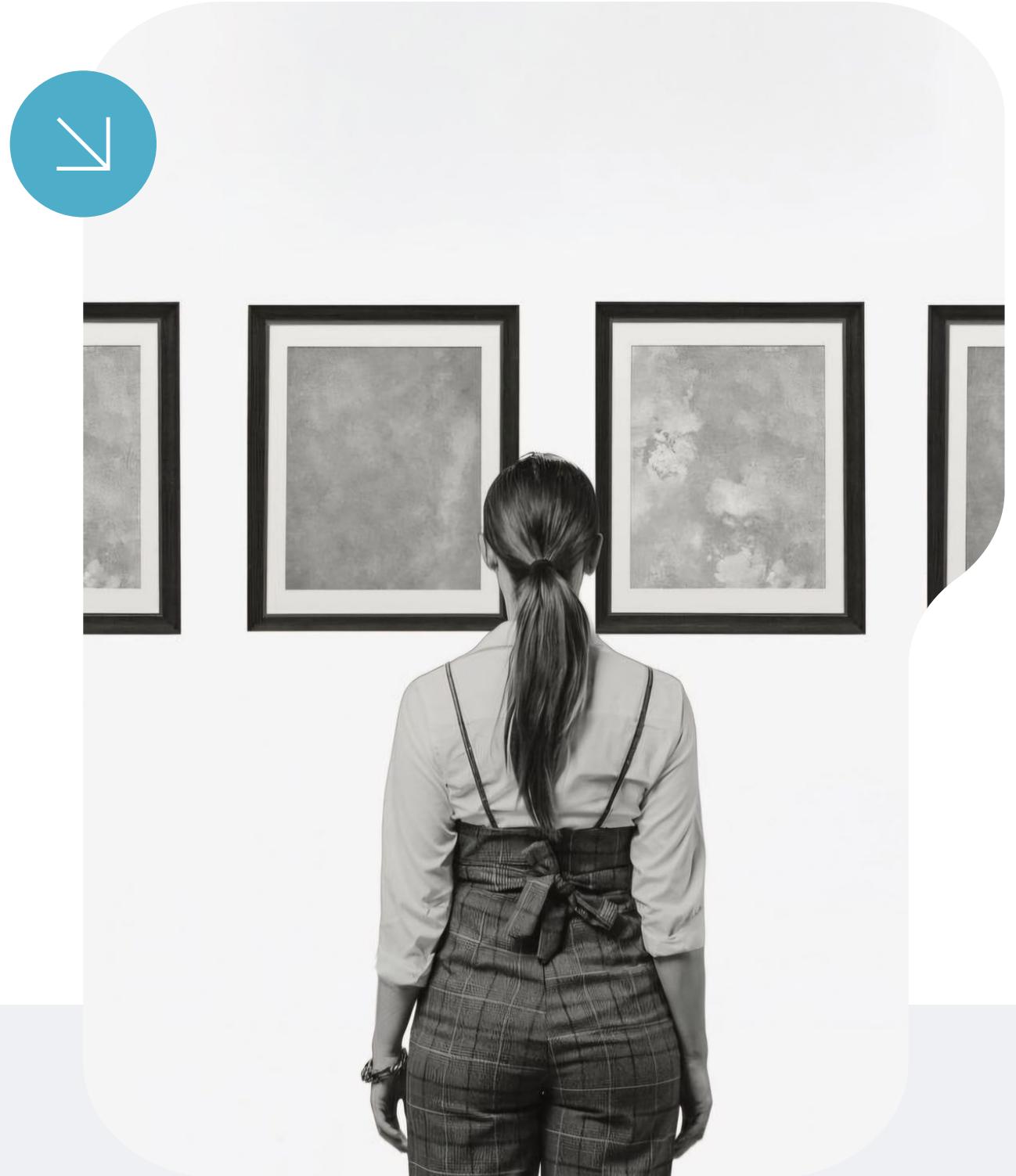


POLITECNICO
MILANO 1863

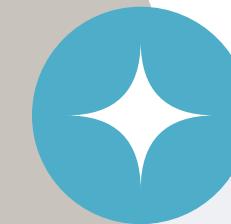


Human-centric
INteractive
Technologies

Designers For culture



RAFFINAMENTO
E FOCUS



Meet the team



Alessia Franchetti-Rosada



Mattia Colombo



Carmen Giaccotto



Manoueil Michael Halim

Riad Hanna



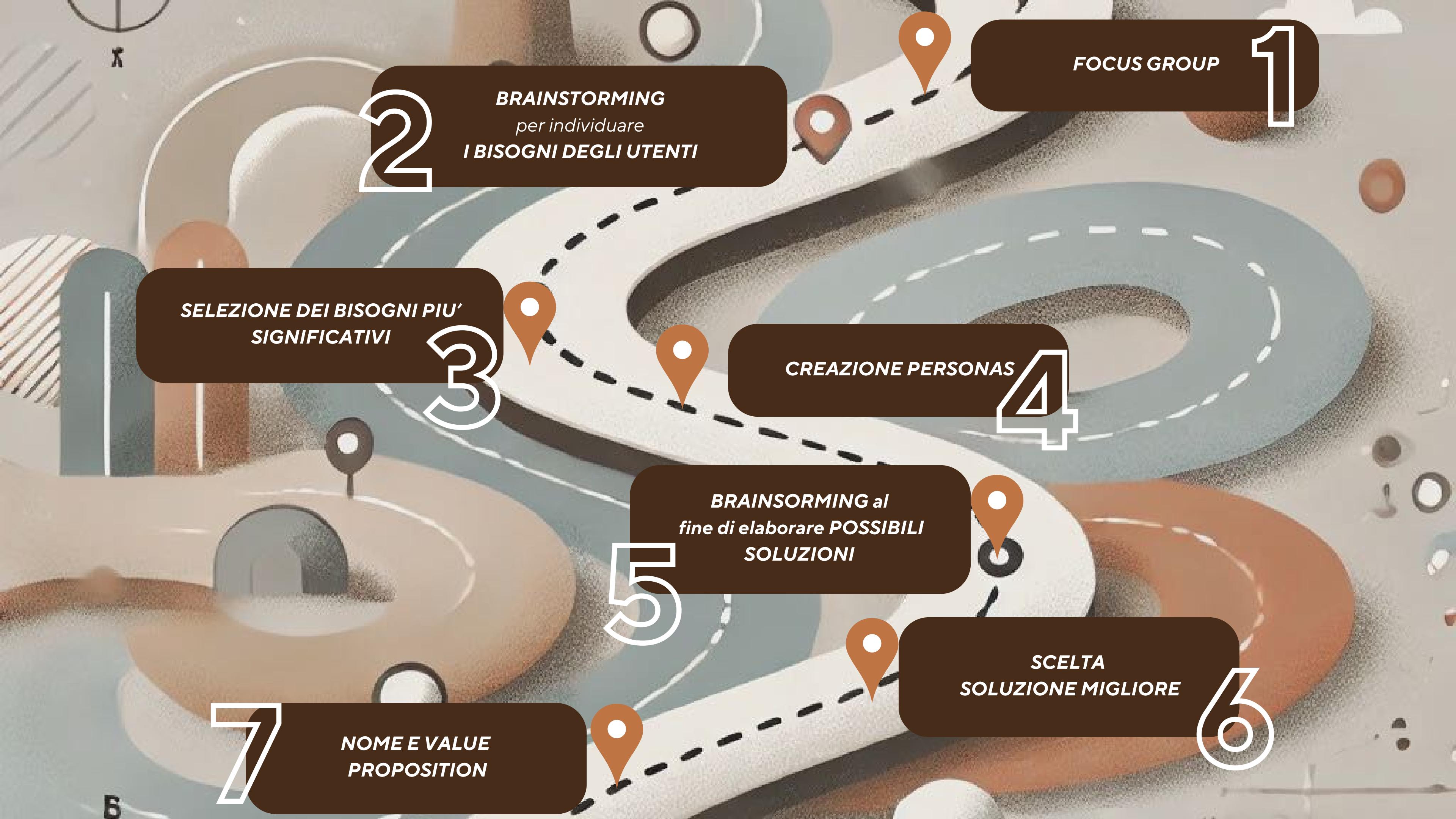
Federico Previtali



Valentina Petrignano



Michele Arrigoni



FOCUS GROUP

1

2

BRAINSTORMING
per individuare
I BISOGNI DEGLI UTENTI

SELEZIONE DEI BISOGNI PIU'
SIGNIFICATIVI

3

CREAZIONE PERSONAS

4

5

BRAINSORMING al
fine di elaborare POSSIBILI
SOLUZIONI

6

SCELTA
SOLUZIONE MIGLIORE

7

NOME E VALUE
PROPOSITION

8

Raffinamenti dominio di interesse

Obiettivo

Affrontare le sfide degli adolescenti (16-19 anni) nell'approccio tradizionale alla visita museale, con attenzione a accessibilità, interattività e coinvolgimento culturale.

Le attività di needfinding svolte hanno permesso di restringere il focus e ampliare le intuizioni, portando a soluzioni in quattro categorie chiave:

- **Semplificazione dell'accesso e dei servizi:** abbattimento delle barriere per l'ingresso e fruizione, migliorando l'accessibilità per i giovani.
- **Esperienze interattive e immersive:** utilizzo di strumenti digitali per rendere i contenuti coinvolgenti e vivaci.
- **Ricompensa e incentivi:** gamification per motivare i visitatori, rendendo l'esperienza più gratificante.
- **Personalizzazione:** percorsi adattabili agli interessi individuali, creando un legame personale con il patrimonio.



Attività di Focus Group



Scelta del Format



Persone coinvolte



Luogo

- Abbiamo scelto di utilizzare l'**intervista di gruppo** come metodo di indagine. Questa tecnica ci ha permesso di raccogliere una varietà di opinioni e prospettive in un ambiente interattivo: i partecipanti potevano confrontarsi e approfondire le varie idee a partire dagli spunti degli altri. Inoltre ci ha consentito di raccogliere in modo efficiente una grande quantità di informazioni in un tempo relativamente breve.
- Abbiamo coinvolto nell'intervista di gruppo **quattro nuovi utenti immediati**, ossia potenziali utilizzatori del nostro servizio, per ottenere una comprensione più precisa dei loro bisogni e per esplorare soluzioni che il servizio possa offrire loro. Questa scelta ci permette di osservare direttamente le esigenze e le aspettative dei futuri utenti, garantendo che le soluzioni proposte rispondano effettivamente alle loro necessità e migliorino la loro esperienza museale.
- L'intervista è stata svolta in **presenza**, con la partecipazione simultanea dei quattro utenti principali. È stata utilizzata una videocamera per registrare integralmente l'incontro e dei block notes per prendere appunti e annotare osservazioni in tempo reale, raccogliendo così in modo completo le loro opinioni, aspettative e bisogni.

Domande e trascrizioni interviste

Per leggere tutte le domande effettuate clicca su questo [**link**](#).

Per leggere le trascrizioni integrali delle interviste clicca su questo [**link**](#).



Aspetti rilevanti emersi

Al termine delle attività di needfinding abbiamo individuato 3 aspetti rilevanti, espandibili in diversi bisogni, che sono stati attentamente analizzati. Dopo l'attività di Brainstorming abbiamo selezionato e approfondito quattro bisogni che, a nostro avviso, esercitano un impatto maggiore sull'approccio dei giovani all'ambiente museale. Questi bisogni prioritari ci guideranno nello sviluppo di soluzioni mirate per rendere l'esperienza museale più coinvolgente e accessibile per i giovani.

1

Contenuti espositivi nei musei: Il primo aspetto si concentra sui contenuti espositivi dei musei, ossia la qualità, la rilevanza e la modalità di presentazione delle opere e delle informazioni.

2

Modalità di erogazione visite: Il secondo riguarda le modalità di erogazione delle visite museali, con particolare attenzione all'interattività e all'esperienza complessiva del visitatore.

3

Processi di ricerca e pronotazione: Il terzo aspetto concerne i processi di prenotazione e ricerca di musei e mostre, con l'obiettivo di rendere l'accesso alle informazioni e la pianificazione delle visite più semplice e intuitiva per i giovani utenti.

Brainstorming



Aspetto 1: Contenuti espositivi

EDUCATIVI E COINVOLGENTI

“Offrire attività di gruppo o sfide con amici per aumentare il coinvolgimento.”

Alessandro (Apprendimento Coinvolgente)

“Spesso le informazioni sono troppo accademiche e poco accessibili.”

Sofia (Apprendimento Coinvolgente)

“Spesso le informazioni nei musei sono statiche e poco coinvolgenti

-Giulia

“Includere aneddoti e curiosità sulle opere per rendere l'apprendimento più piacevole.”

Sofia (Apprendimento Coinvolgente)

Aspetto 1: Contenuti espositivi

CONTENUTI ACCESSIBILI E INCLUSIVI

“È fondamentale per un’istituzione che vuole essere inclusiva.”

Alessandro (Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

“Utilizzando strumenti che offrono traduzioni in diverse lingue, magari accessibili facilmente durante la visita.”

Giulia

“La realtà aumentata potrebbe aiutare, mostrando le traduzioni direttamente sullo schermo del dispositivo.”

Sofia (Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

“Pannelli informativi digitali dove il visitatore può selezionare la lingua desiderata sarebbero utili.”

Matteo (Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

Aspetto 2: Modalità di erogazione visite

RICOMPENSE E INCENTIVI

“Mi piacerebbe un sistema che accumula punti o offre premi digitali per incentivare le visite.”

Alessandro (Uso della Tecnologia nei Musei)

“Se ci fossero incentivi come premi virtuali o riconoscimenti per chi visita determinate aree meno battute.”

Matteo (Personalizzazione dell'Esperienza)

“Poter sbloccare contenuti speciali o ottenere vantaggi visitando queste aree sarebbe un buon incentivo.”

Alessandro

Aspetto 2: Modalità di erogazione visite

COINVOLGIMENTO ATTRaverso i SOCIAL MEDIA

"Se ci fossero esperienze più coinvolgenti, sarei più motivata a condividere."

Giulia (Promozione attraverso i Social Media)

"Sarebbe utile se i musei fossero più presenti sui social media, condividendo anteprime delle mostre o eventi speciali."

Alessandro (Promozione attraverso i Social Media)

"Collaborazioni con influencer o artisti noti potrebbero attirare l'attenzione dei giovani."

Sofia (Promozione attraverso i Social Media)

"Potrebbero creare sondaggi o quiz interattivi nelle storie per coinvolgere il pubblico."

Matteo (Promozione attraverso i Social Media)

Aspetto 2: Modalità di erogazione visite

PERSONALIZZAZIONE E CUSTOMIZZAZIONE

"A volte vorrei più dettagli, altre volte preferisco una spiegazione breve."

Sofia (Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

"Mi piacerebbe ricevere suggerimenti su opere meno conosciute ma interessanti."

Giulia (Personalizzazione dell'Esperienza)

"Vorrei poter scegliere su cosa approfondire, in base ai miei interessi."

Giulia (Apprendimento Coinvolgente)

"Sarebbe utile avere accesso alle informazioni anche dopo la visita per rivedere ciò che ho imparato."

Sofia (Apprendimento Coinvolgente)

Aspetto 2: Modalità di erogazione visite

ACCESSO VIRTUALE A SITI INACCESSIBILI

"Vorrei esplorare siti storici che non esistono più o che sono inaccessibili."

Giulia (Integrazione di Visite Virtuali)

"Potrebbe essere un modo per prepararsi alla visita reale, avendo già un'idea di cosa aspettarsi."

Alessandro (Integrazione di Visite Virtuali)

"La realtà aumentata sarebbe molto utile durante la visita, aggiungendo informazioni senza distrarre troppo."

Giulia

"Penso che possa arricchire l'esperienza museale, offrendo una prospettiva diversa e più immersiva."

Sofia (Integrazione di Visite Virtuali)

Aspetto 2 : Modalità di erogazione visite

"Mi piacerebbe che ci fossero giochi interattivi durante la visita, come quiz o cacce al tesoro legate alle opere esposte."

Giulia (Esperienze Interattive e Immersive)

"Vorrei esplorare siti storici che non esistono più o che sono inaccessibili. La realtà virtuale potrebbe riportarli in vita."

Giulia (Integrazione di Visite Virtuali)

ESPERIENZE INTERATTIVE E IMMERSIVE

"Gradirei interagire con le opere attraverso tecnologie innovative, come ologrammi o installazioni sensoriali."

Alessandro (Esperienze Interattive e Immersive)

"Offrire attività di gruppo o sfide con amici per aumentare il coinvolgimento."

Alessandro (Apprendimento Coinvolgente)

Aspetto 3: Processi di ricerca e prenotazione

"Sarebbe utile ricevere notifiche su eventi o mostre nelle vicinanze, in base ai miei gusti."

Sofia (Uso della Tecnologia nei Musei)

"La tecnologia potrebbe fornire informazioni aggiornate su orari, prezzi e affluenza, aiutandomi a pianificare meglio la visita."

Sofia (Semplificazione dell'Accesso)

USO AVANZATO DELLA TECNOLOGIA

"Se potessi acquistare e pianificare tutto in anticipo da un'unica piattaforma, eviterei questi problemi."

Alessandro (Semplificazione dell'Accesso)

"Installazioni interattive dove posso partecipare attivamente."

Giulia (Esperienze Interattive e Immersive)

Aspetto 3: Processi di ricerca e prenotazione

“Offrire promozioni o sconti per acquisti multipli potrebbe incentivare le visite.”

Alessandro (Semplificazione dell'Accesso)

SEMPLIFICAZIONE DEGLI ACCESSI E DEI SERVIZI

“La tecnologia potrebbe fornire informazioni aggiornate su orari, prezzi e affluenza.”

Sofia (Semplificazione dell'Accesso)

“Se potessi acquistare e pianificare tutto in anticipo da un'unica piattaforma, eviterei questi problemi.”

Alessandro (Semplificazione dell'Accesso)

“Un aggregatore che mi permetta di gestire tutto da un unico punto sarebbe molto comodo.”

Matteo (Semplificazione dell'Accesso)

Aspetto 2 : Modalità di erogazione visite

"Potrebbero essere un ottimo strumento educativo, ma non dovrebbero sostituire l'esperienza autentica."

Sofia (Integrazione di Visite Virtuali)

IMPORTANZA DELL'ESPERIENZA FISICA

"Per me potrebbero arricchire, ma non sostituire completamente la visita fisica."

Giulia (Integrazione di Visite Virtuali)

"Possono ampliare l'accessibilità dell'arte, ma l'interazione diretta con le opere rimane fondamentale."

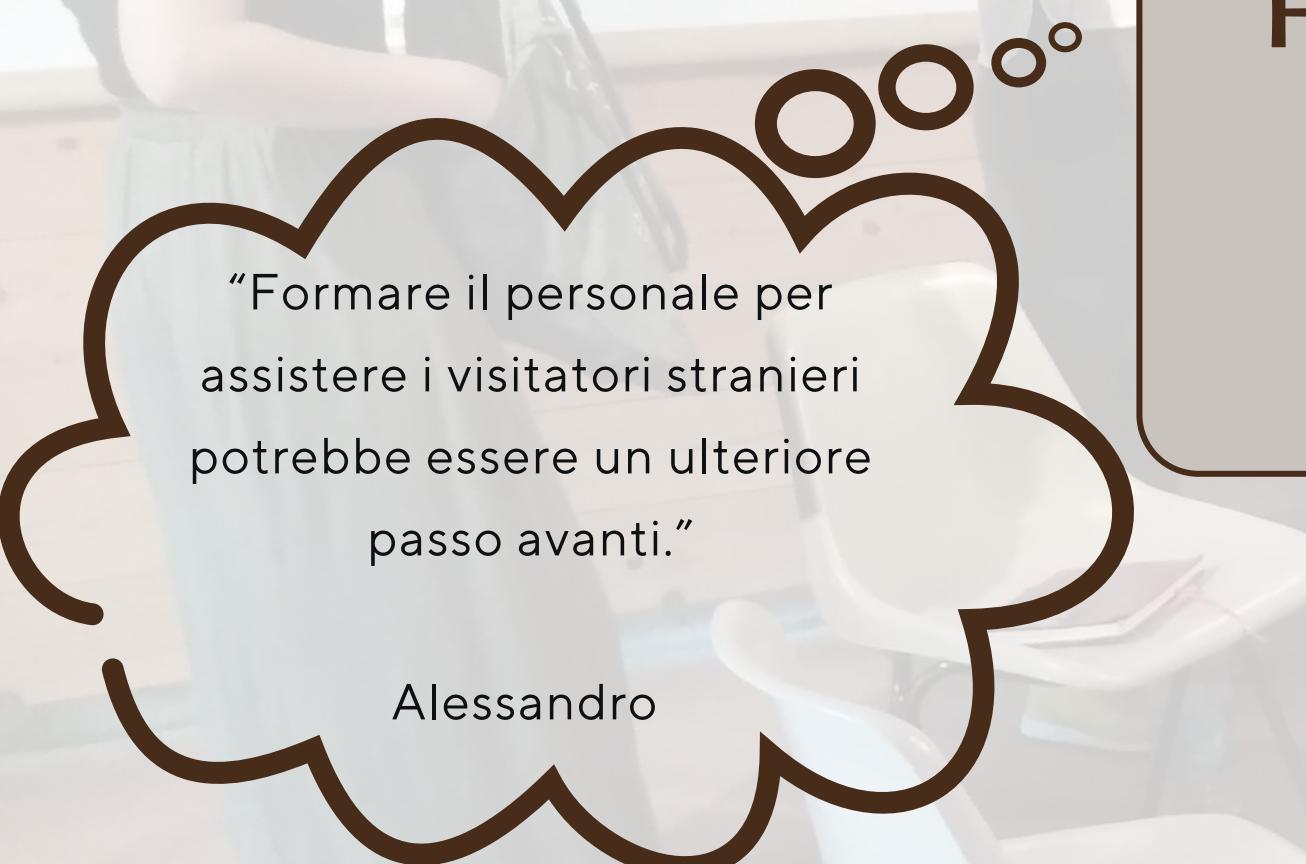
Alessandro (Integrazione di Visite Virtuali)

"Sono un complemento utile, ma l'emozione della visita reale è diversa."

Matteo (Integrazione di Visite Virtuali)

Aspetto 2 : Modalità di erogazione visite

ASSISTENZA E FORMAZIONE DEL PERSONALE



"Formare il personale per assistere i visitatori stranieri potrebbe essere un ulteriore passo avanti."

Alessandro



Brainstorming

Il processo di brainstorming ha inizialmente generato numerose idee, successivamente raffinate e selezionate dal gruppo come riportato in seguito.

Successivamente verranno presentati i post-it relativi ai diversi bisogni identificati, seguiti dalle possibili soluzioni proposte individualmente da ciascun membro del gruppo.

Bisogno 1: Semplificazione dell'Accesso e dei Servizi

Promozioni e Sconti

“Offrire promozioni o sconti per acquisti multipli potrebbe incentivare le visite.”

Alessandro
(Semplificazione dell'Accesso)

Aggiornamenti in Tempo Reale sulle Informazioni del Museo

“La tecnologia potrebbe fornire informazioni aggiornate su orari, prezzi e affluenza.”

Sofia
(Semplificazione dell'Accesso)

Pagamento Facile e Veloce

“Acquistare e pianificare tutto in anticipo da un'unica piattaforma eviterebbe problemi.”

Alessandro
(Semplificazione dell'Accesso)

“Mi piacerebbe poter acquistare i biglietti per più musei da un'unica piattaforma.”

Sofia
(Semplificazione dell'Accesso)

Personas 1: Caterina



19 anni

Studentessa Liceo artistico

Vive a Milano

Bio:

Frequenta il terzo anno del Liceo Artistico ed è appassionata di arte e musei. Ama visitare le mostre con le compagne di classe per approfondire dal vivo le opere studiate in aula. Vive a Milano e si sposta principalmente in metropolitana, anche se il suo abbonamento le consente di utilizzare anche autobus e tram. Non ha ancora un conto bancario ma usa PayPal per conservare parte della sua paghetta e fare acquisti online.

Motivations:

- Studio
- Socializzazione
- Passione
- Curiosità

Needs and Expectations:

- Possibilità di approfondire le opere e le conoscenze apprese in classe.
- Poder effettuare pagamenti in modo veloce e autonomo.
- Trovare musei vicini a dove abita e facilmente raggiungibili.
- Trovare interessi comuni con le compagne di classe.
- Aggiornamenti in tempo reale sulle informazioni del museo.
- Promozioni e sconti.

Frustations:

- Difficoltà a scoprire nuove mostre.
- Attese lunghe per visite impreviste.
- Limitazione nei metodi di pagamento, non ha una carta fisica.

Scenario Caterina



Personality:

Introvert

Extrovert

Analytical

Creative

Busy

Time Rich

Caterina e le sue amiche hanno deciso di visitare un museo subito dopo scuola ma non sanno quale scegliere, avendo già visitato di recente i musei più noti della città e desiderando scoprire qualcosa di nuovo.

Vorrebbero sapere quale museo ha minori probabilità di code e se esistono sconti speciali per studenti, visto che visitano spesso i musei.

Caterina non porta con sé contanti né una carta di credito o di debito, ma potrebbe acquistare il biglietto online utilizzando il conto PayPal.

Finita la visita devono tornare a casa in tempo per studiare perciò non si vorrebbero allontanare troppo dal centro della città.

Brainstorming: Semplificazione dell'accesso e dei servizi

Aiutare l'utente a trovare musei vicini.

valentina.petrignano

Dare indicazioni su come raggiungere il museo.

valentina.petrignano

Poter pagare il biglietto online.

valentina.petrignano

Avere la possibilità di consultare consigli condivisi da altri studenti su musei meno noti.

manoueilmichael.hanna

Ricevere informazioni su musei anche fuori dalla propria città con indicazioni di raggiungibilità, permettendo così di scoprire anche musei nuovi e non troppo distanti

manoueilmichael.hanna

per ridurre i costi e limitare l'affluenza dare la possibilità di personalizzare il tempo di visita con opportune variazioni del prezzo del biglietto,

manoueilmichael.hanna

Poter avere informazioni in tempo reale su quanto è affollato il museo.

valentina.petrignano

Suggerire mostre in base agli interessi.

valentina.petrignano

Accesso rapido alle informazioni e orari aggiornati: Supportare l'utente nel trovare in tempo reale i musei meno affollati e quelli più vicini al suo percorso.

Alessia Franchetti

Possibilità di accedere facilmente ad informazioni su scontistiche e promozioni.

carmen.giacotto

Offrire la possibilità di dialogare facilmente con precedenti visitatori per ottenere informazioni e recensioni in tempo reale, mirate ai propri dubbi e curiosità.

carmen.giacotto

Fornire in un'unica piattaforma la possibilità di avere consigli sulle mostre disponibili con la possibilità di acquistare i biglietti

Michele

Sconti e promozioni studentesche: Creare uno spazio dove Caterina possa facilmente accedere a promozioni e sconti per studenti, rendendoli visibili e facilmente comprensibili.

Alessia Franchetti

Facilitare i pagamenti alternativi: Consentire metodi di pagamento veloci e adatti ai giovani, come PayPal, per permettere un acquisto rapido e senza carte di credito.

Alessia Franchetti

Integrazione con i compagni di classe: Aiutare Caterina a scoprire eventi o mostre che potrebbero interessare anche ai suoi amici, creando una connessione tra i suoi interessi e quelli dei compagni.

Alessia Franchetti

Fornire all'utente una stima dei visitatori per fascia oraria al museo, per facilitare la pianificazione della visita anche nei giorni successivi.

Federico Previtali

Suggerire indicazioni per il trasporto al museo

Michele

Bisogno 2: Esperienza interattiva e immersiva

Giochi e attività interattiva

“Mi piacerebbe che ci fossero giochi interattivi durante la visita come cacce al tesoro legate alle opere esposte”

Sofia

(Esperienza interattiva e immersiva)

“Offrire attivit`a di gruppo o sfide con amici per aumentare il coinvolgimento.”

Alessandro

(Apprendimento Coinvolgente)

AR/VR EXPERIENCE

“Sarebbe interessante avere la possibilit`a di interagire direttamente con le opere attraverso la realta aumentata o virtuale.”

Matteo

(Esperienze Interattive e Immersive)

“Vorrei esplorare siti storici che non esistono pi`u o che sono inaccessibili. La realt`a virtuale potrebbe riportarli in vita.”

Giulia

(Integrazione di Visite Virtuali)

Installazioni interattive e esperienze sensoriali

“Mi piacerebbe anche poter interagire con le opere attraverso tecnologie innovative, come ologrammi o installazioni sensoriali.”

Alessandro

(Esperienze Interattive e Immersive)

“Mi piacerebbe che i musei offrissero installazioni interattive dove posso partecipare attivamente.”

Giulia

(Esperienze Interattive e Immersive)

Personas 2: Paola



19 anni

Studentessa universitaria

Vive a Milano

Bio:

Paola è una studentessa universitaria al primo anno. Recentemente ha conosciuto nuovi compagni del suo corso, con cui condivide l'interesse per l'arte e la cultura. Insieme hanno deciso di visitare un museo diverso una volta al mese, trasformando queste uscite in un'opportunità di apprendimento e socializzazione.

Motivations:

- Visita in gruppo
- Passione
- Curiosità

Needs and Expectations:

- Possibilità di ampliare le proprie conoscenze.
- Poter socializzare.
- Divertirsi.
- Giochi e attività interattive.
- Installazioni interattive e esperienze sensoriali.
- Esperienze di realtà aumentata e virtuale.

Frustations:

- Trova noiose le mostre classiche con solo i quadri esposti e la descrizione accanto.
- Le da fastidio dover stare in silenzio e non poter parlare con i suoi amici.
- Al termine della visita non sa come approfondire i temi di ciò che ha visto.

Scenario Paola



Paola e i suoi amici hanno deciso di visitare un museo almeno una volta al mese. Alcuni di loro preferiscono le mostre classiche, altri quelle interattive, perciò cercano una soluzione che possa mettere tutti d'accordo.

Paola, in particolare, desidererebbe partecipare a mostre con esperienze di realtà aumentata e virtuale, ma al momento è molto difficile trovarne. Di solito, dopo la visita, si fermano a prendere un caffè, scambiandosi brevemente le loro impressioni su ciò che hanno visto.

Paola vorrebbe però approfondire gli argomenti senza risultare noiosa per i nuovi amici.

Personality:

Introvert

Extrovert



Analytical

Creative



Busy

Time Rich



Brainstorming: Esperienze interattive e immersive

Usare l'intelligenza artificiale per rendere interessanti pure le mostre classiche

valentina.petrignano

Giochini post-visita

valentina.petrignano

Esperienze personalizzate per vari interessi: Creare percorsi che alternano mostre classiche a sezioni interattive, consentendo a tutti di scegliere l'esperienza preferita.

Alessia Franchetti

Dare l'opportunità di conoscere altre persone all'interno del museo per poter socializzare.

carmen.giacotto

Integrare la possibilità di usufruire della stessa visita in modalità classica o interattiva mediante dispositivi ausiliari, consentendo così solo a coloro che preferiscono questa modalità di dotarsi di tali strumenti.

manoueilmichael.hanna

possibilità di creare Gruppi di Discussione in modo da unirsi o formare un gruppo di discussione con persone che condividono stessi interessi per l'arte permettendo loro di incontrarsi dopo le visite per scambiare opinioni e approfondire temi trattati nelle gallerie.

manoueilmichael.hanna

Contenuti virtuali per arricchire la visita: Fornire accesso a esperienze di realtà aumentata o virtuale per chi cerca un'esperienza più immersiva, senza distaccarsi dal gruppo.

Alessia Franchetti

Spunti di conversazione post-visita: Offrire una guida digitale con domande e curiosità per facilitare discussioni leggere e stimolanti al caffè.

Alessia Franchetti

Fornire informazioni all'utente sulle tecnologie disponibili che può utilizzare durante la visita.

Federico Previtali

Permettere al visitatore di raccogliere e salvare le informazioni e le nozioni apprese, per poterle poi approfondire anche in un secondo momento.

carmen.giacotto

Offrire al visitatore l'opportunità di fare esperienze olfattive che gli permettano di "teletrasportarsi" nel periodo storico dell'esposizione.

carmen.giacotto

Piccoli quiz post visita per stimolare la competitività e aumentare il coinvolgimento dell'utente

Michele

Integrare esperienze di realtà aumentata che permettano a Paola di "vedere" l'evoluzione di un'opera o di un periodo storico in diverse fasi temporali.

Mattia Colombo

Link Board Figma

Bisogno 3: Ricompense e Incentivi

Sistemi di Punti e Premi Digitali

“Mi piacerebbe un sistema che accumula punti o offre premi digitali per incentivare le visite.”

Alessandro
(Uso della Tecnologia nei Musei)

Sblocco di Contenuti Speciali

“Poter sbloccare contenuti speciali o ottenere vantaggi visitando queste aree sarebbe un buon incentivo.”

Alessandro
(Personalizzazione dell’Esperienza)

“Se ci fossero incentivi come premi virtuali o riconoscimenti per chi visita determinate aree meno battute.”

Matteo
(Personalizzazione dell’Esperienza)

Personas 3: Edoardo



16 anni

Studente Liceo Scientifico

Vive a Milano

Bio:

Frequenta il secondo anno del Liceo Scientifico. La sua materia preferita è matematica, mentre le lezioni di Storia dell'Arte lo annoiano. È appassionato di videogiochi, attratto dai sistemi a punti e dalle ricompense che questi offrono.

Visita i musei solo durante le gite scolastiche o quando viaggia all'estero con la famiglia, ma non li considera solo come luoghi di apprendimento.

Motivations:

- Gite di classe
- Viaggi in famiglia

Needs and Expectations:

- Possibilità di ampliare le proprie conoscenze.
- Possibilità di approfondire le opere e le conoscenze apprese in classe.
- Scoprire nuove arti appartenenti a culture diverse.
- Sistemi di punti e premi digitali.
- Sblocco di contenuti speciali.
- Interazioni simili ai videogiochi.

Frustations:

- Si annoia a dover leggere lunghi testi sull'opera.
- Trova noiose le descrizioni date.
- Non sa su cosa concentrarsi guardando un'opera.
- Non ha motivo di andare nei musei durante il suo tempo libero.
- Si dimentica la maggior parte delle cose appena uscito dal museo.

Scenario Edoardo



Edoardo è stato costretto dalla famiglia ad andare a vedere una nuova mostra in città. E' di cattivo umore perchè pensa che i musei siano luoghi noiosi.

Tende a guardare un'opera per pochi secondi e poi va via perchè non sa cosa osservare. Prova a leggere le descrizioni accanto alle opere ma o sono corte e insignificanti, oppure troppo lunghe e smette di leggerle a metà.

Senza uno scopo chiaro o una sfida da affrontare, perde rapidamente interesse. Gli piacerebbe avere un obiettivo da raggiungere durante la visita ed invece si ritrova a dover aspettare che i suoi genitori finiscano di vedere le esposizioni prima di proseguire il giro.

Personality:

Introvert

Extrovert

Analytical

Creative

Busy

Time Rich

Brainstorming: Ricompensa e incentivi

Mostrare i dettagli più interessanti dell'opera o dare aneddoti particolari sull'autore

valentina.petrignano

fare domande per cui l'utente deve fermarsi a osservare bene l'opera prima di rispondere

valentina.petrignano

permettere di giocare insieme agli amici o ai compagni di classe

valentina.petrignano

attraverso l'intelligenza artificiale trovare punti di connessione tra i videogiochi e gli eventi storici che influenzarono alcune opere presenti nei musei. (Molti videogiochi popolari si sviluppano in determinati periodi storici)

manoueil/michael.hanna

rendere il percorso di visita al museo simile ad un videogioco, con un percorso guidato ricco di missioni da completare fornendo informazioni e facendo richieste stimolanti.

manoueil/michael.hanna

Offrire la possibilità di vedere opere simili a quella che si sta vedendo in un dato momento

Michele

Fornire un modo per visualizzare i propri progressi relativi alle visite e alle opere viste e poterle confrontare con quelle dei propri amici

Michele

Sistemi di ricompense digitali per coinvolgerlo: Offrire ricompense come punti o badge digitali che Edoardo possa sbloccare quando visita opere d'arte, rendendo l'esperienza più ludica.

Alessia Franchetti

Guida visiva per comprendere meglio le opere: Supportare Edoardo nel trovare uno scopo durante la visita, magari suggerendo domande stimolanti o brevi testi per aiutarlo a concentrarsi.

Alessia Franchetti

Contenuti aggiuntivi e interattivi: Offrire un'esperienza di apprendimento interattiva, che gli consenta di esplorare culture diverse e nuove opere, per mantenerlo coinvolto anche con brevi tempi di attenzione.

Alessia Franchetti

Rendere l'esperienza museale una sorta di videogioco reale. Avere delle sorprese da scoprire durante la visita che permettano di sbloccare nuovi percorsi e/o di ricevere interessanti ricompense.

carmen.giacotto

Riduzione dei tempi di attesa e introduzione ai musei in modo coinvolgente: Trovare modi per attirare Edoardo senza farlo sentire annoiato, supportandolo nell'esplorare in modo autonomo con ricompense per ogni sezione del museo completata.

Alessia Franchetti

Consentire all'utente di aggiungere l'opera a una propria galleria personale digitale, ricompensandolo con informazioni più coinvolgenti e stimolanti per un pubblico giovane rispetto a quelle tradizionali esposte nel museo.

Federico Previtali

Strumenti che lo aiutino a navigare nel museo in maniera semplice, come mappe interattive e segnaletiche chiare, specificando varie "track" di percorsi diversi

Mattia Colombo

Laboratori, esperienze interattive, dargli la percezione di stare facendo attività per niente comuni in museo, ma comunque attinenti

Mattia Colombo

Link Board Figma

Bisogno 4: Personalizzazione e Customizzazione

Percorsi Personalizzati e Contenuti Su Misura

“Mi piacerebbe avere percorsi personalizzati basati sui miei interessi.”

Alessandro
(Esperienze Interattive e Immersive)

“Poter scegliere un percorso tematico in base ai miei interessi sarebbe molto utile.”

Sofia
(Personalizzazione dell’Esperienza)

Scegliere il Livello di Dettaglio delle Informazioni

“Sarebbe utile poter selezionare quanto approfondire le spiegazioni, in base al mio interesse per l’opera.”

Giulia
(Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

“A volte vorrei pi‘u dettagli, altre volte preferisco una spiegazione breve.”

Sofia
(Creazione di Contenuti Accessibili ed Inclusivi)

Autonomia nell’Esplorazione delle Informazioni

“Vorrei poter scegliere su cosa approfondire, in base ai miei interessi.”

Giulia
(Apprendimento Coinvolgente)

“La possibilit‘a di esplorare liberamente renderebbe la visita pi‘u soddisfacente.”

Alessandro
(Apprendimento Coinvolgente)

Personas 4: Gianni



19 anni

Studente Universitario

Originario di Torino, si è appena trasferito a Milano per lo studio

Bio:

Gianni frequenta il primo anno di università, si è appena trasferito e non conosce ancora molte persone. Appena arrivato ha iniziato a visitare i musei vicini a casa sua. Sta cercando di fare amicizia in università, tuttavia preferisce visitare i musei da solo o con massimo un'altra persona.

Motivations:

- Passione
- Curiosità
- Voler apprendere nozioni sulla città in cui si è trasferito

Needs and Expectations:

- Possibilità di scegliere il livello di dettaglio delle informazioni.
- Autonomia nell'esplorazione delle informazioni.
- Avere percorsi personalizzati e contenuti su misura.
- Avere accesso alle informazioni dopo la visita.

Frustations:

- Fa fatica a concentrarsi bene su ciò che osserva.
- Non riesce a organizzare la visita in base al tempo che ha a disposizione.
- Trova le descrizioni o troppo noiose o troppo brevi.

Scenario Gianni



Personality:

Introvert

Extrovert

Analytical

Creative

Busy

Time Rich

Gianni si è appena trasferito a Milano, una città che pulsa di energia e frenesia. Ama visitare i musei perché li considera luoghi rilassanti dove può staccare dalla routine quotidiana. Tuttavia, nel caos milanese, fatica a dedicare il tempo che vorrebbe alle sue visite museali e a godersi pienamente l'esperienza.

Un sabato pomeriggio decide di visitare una galleria d'arte. Mentre si aggira tra le sale, desidera poter personalizzare il percorso in base alle sue preferenze, soffermandosi sulle opere che più lo affascinano. Si rende conto però di non sapere come fare e si sente sopraffatto dalla quantità di opere esposte.

Al termine della visita, Gianni si accorge che tende a dimenticare ciò che ha visto. Gli rimane solo un volantino con poche descrizioni generiche, che probabilmente finirà per gettare nel cestino. Vorrebbe trovare un modo per rendere le sue esperienze museali più significative e durature.

Brainstorming: Personalizzazione/customizzazione



Link Board Figma

Individuazione delle soluzioni



Per selezionare la soluzione migliore abbiamo deciso di utilizzare il metodo delle **quattro categorie**:

Ogni membro del gruppo ha scelto **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**”.

La preferita



Dare la possibilità di effettuare una visita su misura, in base al tempo a disposizione. Suggerire anche una playlist adeguata da poter ascoltare in sottofondo e fornire un'audioguida personalizzata, la quale racconterà aneddotti più seriosi o appartenti più alla parte di "gossip" storico in base alle inclinazioni del visitatore.

carmen.giaccotto



Fornire in un'unica piattaforma la possibilità di avere consigli sulle mostre disponibili con la possibilità di acquistare i biglietti

Michele

Rendere l'esperienza museale una sorta di videogioco reale. Avere delle sorprese da scoprire durante la visita che permettano di sbloccare nuovi percorsi e/o di ricevere interessanti ricompense.

carmen.giaccotto

Consentire all'utente di aggiungere l'opera a una propria galleria personale digitale, ricompensandolo con informazioni più coinvolgenti e stimolanti per un pubblico giovane rispetto a quelle tradizionali esposte nel museo.

Federico Previtali

Percorsi di visita personalizzabili:
Supportare Gianni nel creare un percorso di visita che rispetti il tempo a sua disposizione e le sue preferenze, come temi specifici o periodi storici.

Alessia Franchetti

Quella che potrebbe piacere di più



Rendere l'esperienza museale una sorta di videogioco reale. Avere delle sorprese da scoprire durante la visita che permettano di sbloccare nuovi percorsi e/o di ricevere interessanti ricompense.

carmen.giacotto

Fornire un modo per visualizzare i propri progressi relativi alle visite e alle opere viste e poterle confrontare con quelle dei propri amici

Michele

Dare la possibilità di salvare il percorso realizzato così da percorrerne uno nuovo la volta successiva.

carmen.giacotto

Sistemi di ricompense digitali per coinvolgerlo:
Offrire ricompense come punti o badge digitali che Edoardo possa sbloccare quando visita opere d'arte, rendendo l'esperienza più ludica.

Alessia Franchetti

La scommessa a lungo termine



Contenuti virtuali per arricchire la visita: Fornire accesso a esperienze di realtà aumentata o virtuale per chi cerca un'esperienza più immersiva, senza distaccarsi dal gruppo.

Alessia Franchetti

Poter salvare i propri interessi e le tematiche legate alle mostre già visitate per consigliarne di nuove ma coerenti con gli interessi

Michele

Creare una sezione del museo dedicata agli studenti universitari, con spazi per socializzare e discutere delle opere in piccoli gruppi, facilitando così le relazioni tra giovani.

Mattia Colombo

Laboratori, esperienze interattive, dare la percezione di stare facendo attività **per niente comuni in museo**, ma comunque attinenti

Mattia Colombo

Integrare esperienze di realtà aumentata che permettano di "vedere" l'evoluzione di un'opera o di un periodo storico in diverse fasi temporali.

Mattia Colombo

Usare l'intelligenza artificiale per rendere interessanti pure le mostre classiche

valentina.petrignano

La scelta razionale



Per ridurre i costi e limitare l'affluenza dare la possibilità di personalizzare il tempo di visita con opportune variazioni del prezzo del biglietto,

manoueilmichael.hanna



Poter avere informazioni in tempo reale su quanto è affollato il museo.

valentina.petrignano

Integrare esperienze di realtà aumentata che permettano di "vedere" l'evoluzione di un'opera o di un periodo storico in diverse fasi temporali.

Mattia Colombo

Accesso rapido alle informazioni e orari aggiornati: Supportare l'utente nel trovare in tempo reale i musei meno affollati e quelli più vicini al suo percorso.

Alessia Franchetti

Il processo di scelta



Abbiamo selezionato le idee riportate nella slide successiva perché affrontano aspetti fondamentali dell'esperienza museale, come la personalizzazione, l'accessibilità e l'uso della tecnologia per migliorare l'interazione, coerentemente coi dati raccolti dal needfinding e raffinamento.

L'obiettivo è stato rendere l'arte più interessante e coinvolgente per i giovani, risolvendo problemi legati alla fruibilità, all'apprendimento e alla socializzazione.

Abbiamo dunque creato un branding attinente, scegliendo accuratamente nome del progetto, logo e value proposition.

Le idee più rilevanti



Dare la possibilità di effettuare una visita su misura, in base al tempo a disposizione. Suggerire anche una playlist adeguata da poter ascoltare in sottofondo e fornire un'audioguida personalizzata, la quale racconterà aneddoti più seriosi o appartenti più alla parte di "gossip" storico in base alle inclinazioni del visitatore.

carmen.giacotto



Integrale esperienze di realtà aumentata che permettano di "vedere" l'evoluzione di un'opera o di un periodo storico in diverse fasi temporali.

Mattia Colombo



Fornire un modo per visualizzare i propri progressi relativi alle visite e alle opere viste e poterle confrontare con quelle dei propri amici

Michele



Fornire in un'unica piattaforma la possibilità di avere consigli sulle mostre disponibili con la possibilità di acquistare i biglietti

Michele



Accesso rapido alle informazioni e orari aggiornati: Supportare l'utente nel trovare in tempo reale i musei meno affollati e quelli più vicini al suo percorso.

Alessia Franchetti



Poter salvare i propri interessi e le tematiche legate alle mostre già visitate per consigliarne di nuove ma coerenti con gli interessi

Michele



Descrizione della soluzione



la nostra soluzione è una piattaforma che offre visite museali personalizzate basate su tempo e interessi, con audioguide e playlist su misura. Fornisce aggiornamenti sull'affluenza, suggerimenti su musei vicini, esperienze di realtà aumentata e un sistema per acquistare biglietti. Gli utenti possono monitorare i progressi, confrontarsi con gli amici e ricevere consigli su mostre adatte ai loro interessi.

Nome del progetto



IL **NOME** SCELTO DAL GRUPPO E':

ArtMyWay

The word "ArtMyWay" is written in a bold, stylized font with multiple overlapping layers of brown and tan colors. It is surrounded by white, chalk-like sparkles and a black pen sketching the letter "C" at the end. The entire graphic is set against a light gray rectangular background.

Il nome riflette il cuore del nostro obiettivo: offrire agli utenti un'esperienza artistica personalizzata e su misura. Comunica immediatamente la soluzione proposta rendendola intuitiva e memorabile, e sottolinea il supporto specifico fornito.

Perché questo nome?

ART

Rappresenta il cuore del nostro servizio: l'arte in tutte le sue forme.

Evoca creatività, espressione e cultura.

MY

Rappresenta il concetto di personalizzazione e customizzazione.

Sottolinea che l'esperienza è centrata sull'utente.

WAY

Simboleggia un percorso o una strada.

Suggerisce un viaggio o un'esplorazione guidata nell'arte.

Logo del progetto

Nel logo di ArtMyWay abbiamo inserito un **museo** con una **figura umana centrale** che simboleggia l'utente in **cammino** verso un'esperienza artistica **personalizzata**. L'**architettura classica** evoca il mondo dell'arte e della cultura, mentre il **sentiero** enfatizza il supporto guidato offerto per scoprire nuovi itinerari artistici. I colori neutri e caldi trasmettono **professionalità e accoglienza**.



Value Proposition

LA NOSTRA **VALUE PROPOSITION** CATTURA L'ESSENZA DEL VALORE CHE VOGLIAMO OFFRIRE CON ArtMyWay:

**Rendiamo l'Arte un gioco
da ragazzi**

Rendiamo l'esperienza artistica semplice, coinvolgente e accessibile a tutti.