

IL PROBLEMA DELLA PAUSA PRANZO

Needfinding



INDICE



01

INTRODUZIONE

02

METODOLOGIA

03

RISULTATI

04

SINTESI

IL GRUPPO

Matteo
Colombi



Andrea
Colombo



Marianna
Martino



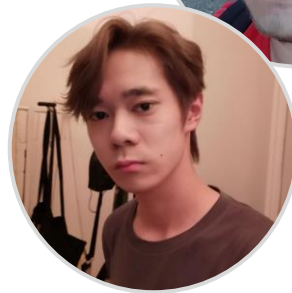
Leonardo
Conti



Sachin
Perera



Zhao
Huan Yong



FOCUS DEL PROGETTO

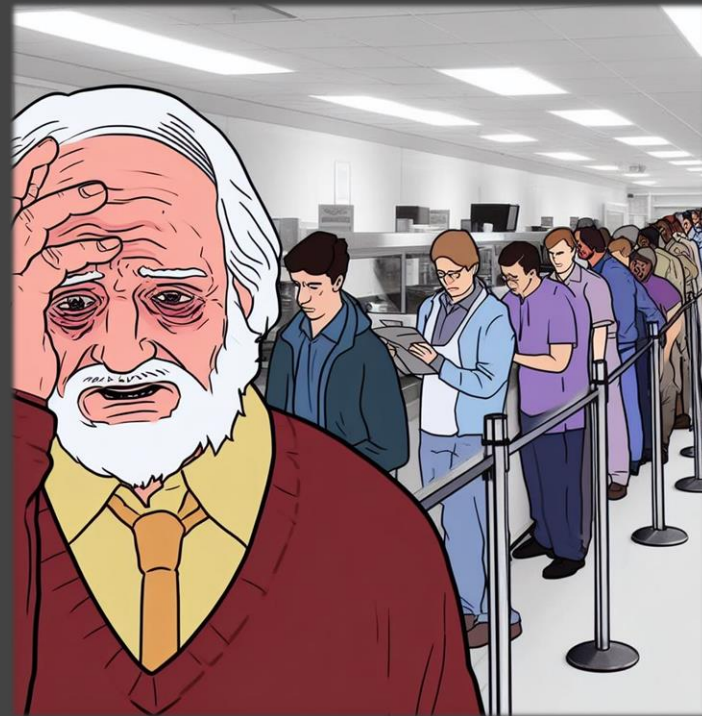


Per necessità, ci troviamo tutti i giorni a passare il momento della pausa pranzo in università.

Abbiamo notato, tuttavia, che le lunghe attese nei luoghi di ristoro causano talvolta frustrazione.



Per questa ragione, abbiamo pensato di provare ad affrontare questo complesso problema.



[Immagine di Bing AI]

INDICE



01

INTRODUZIONE

02

METODOLOGIA

03

RISULTATI

04

SINTESI

GLI INTERVISTATI

Abbiamo selezionato tra le conoscenze del gruppo due studenti che si trovano a dover trascorrere la pausa pranzo in università quasi tutti i giorni.

In aggiunta, abbiamo coinvolto un professore, contattato tramite la docente del corso.

Nel nostro ambito, l'utente estremo può essere rappresentato da chi frequenta i luoghi di ristoro tutti i giorni: l'intervistato 1 risponde a queste caratteristiche.

Avremmo voluto coinvolgere un esperto del settore, cioè un ristoratore. Tuttavia, questo non è stato possibile per questioni di tempo. Se fosse possibile, ci rivolgeremo a questa categoria di utenti nelle fasi successive della progettazione.

Intervistato 1

Studente di Ingegneria Fisica
21 anni
Uomo



Intervistato 2

Studente di Ingegneria Informatica
21 anni
Uomo



Intervistato 3

Docente di Ingegneria Informatica
Uomo



LE INTERVISTE

Le interviste sono state svolte all'interno dell'università.

Il gruppo è stato diviso in due sottogruppi di 3 persone. All'interno di ogni sottogruppo, un componente ha preso appunti sulle risposte alle domande, un componente ha effettivamente dialogato con l'intervistato, e uno si è occupato di riprendere l'intervista.

Le domande si sono incentrate sulle abitudini degli intervistati, con particolare attenzione al momento della pausa pranzo.



[Foto di Leonardo Conti]

INDICE



01

INTRODUZIONE

02

METODOLOGIA

03

RISULTATI

04

SINTESI

LE CODE SONO UN PROBLEMA!

« L'attesa è la nota dolente dell'andare a prendere il cibo fuori »

Tutti gli intervistati riscontrano tempi di attesa lunghi nei luoghi di ristoro, arrivando anche a rinunciare al pranzo.



« A volte arrivo al pelo a lezione »

I tempi di attesa lunghi uniti alla durata ridotta della pausa pranzo possono creare disagi.

LE CODE SONO UN PROBLEMA!

« Se ci fosse una soluzione la useresti? »
« Assolutamente sì »

Tutti gli intervistati userebbero un sistema per ridurre i tempi di attesa, se esistesse.



« Lo userei solo se l'overhead per usarlo non fosse di più del vantaggio »

Un sistema di questo genere deve avere come caratteristica principale la velocità d'uso: l'obiettivo è quello di risparmiare tempo.

I LUOGHI FREQUENTATI

« La mensa, il bar del Poli, la pizza, il cinese, i burrito... »

Un sistema per ridurre i tempi di attesa deve poter funzionare con la mensa interna all'università, ma anche con i luoghi attorno ad essa.



« Accendete i totem del bar del Poli! »

Possibilità di integrazione con sistemi già esistenti ma non in funzione.

INDICE



01

INTRODUZIONE



02

METODOLOGIA



03

RISULTATI



04

SINTESI



CARATTERISTICHE FONDAMENTALI



Velocità

Lo scopo è risparmiare tempo.



Semplicità d'uso

Il sistema deve essere di facile apprendimento.



Look moderno

Una grafica semplice e soddisfacente.



Responsività

Un sistema poco responsivo è sgradevole da usare.

FUNZIONALITÀ FONDAMENTALI



Monitoraggio

Possibilità di avere update in tempo reale sui tempi di attesa e sullo stato degli ordini.



Ordini di gruppo

Possibilità di creare un carrello per ordini di gruppo.



Takeaway

Possibilità di ritirare al volo il pranzo.



Menù completo

Possibilità di visualizzare i menù completi dei luoghi di ristoro, con tutti gli ingredienti.

COSA EVITARE



Troppe funzioni

Meglio concentrarsi su un ristretto set di funzioni fondamentali.



Tecnicismi

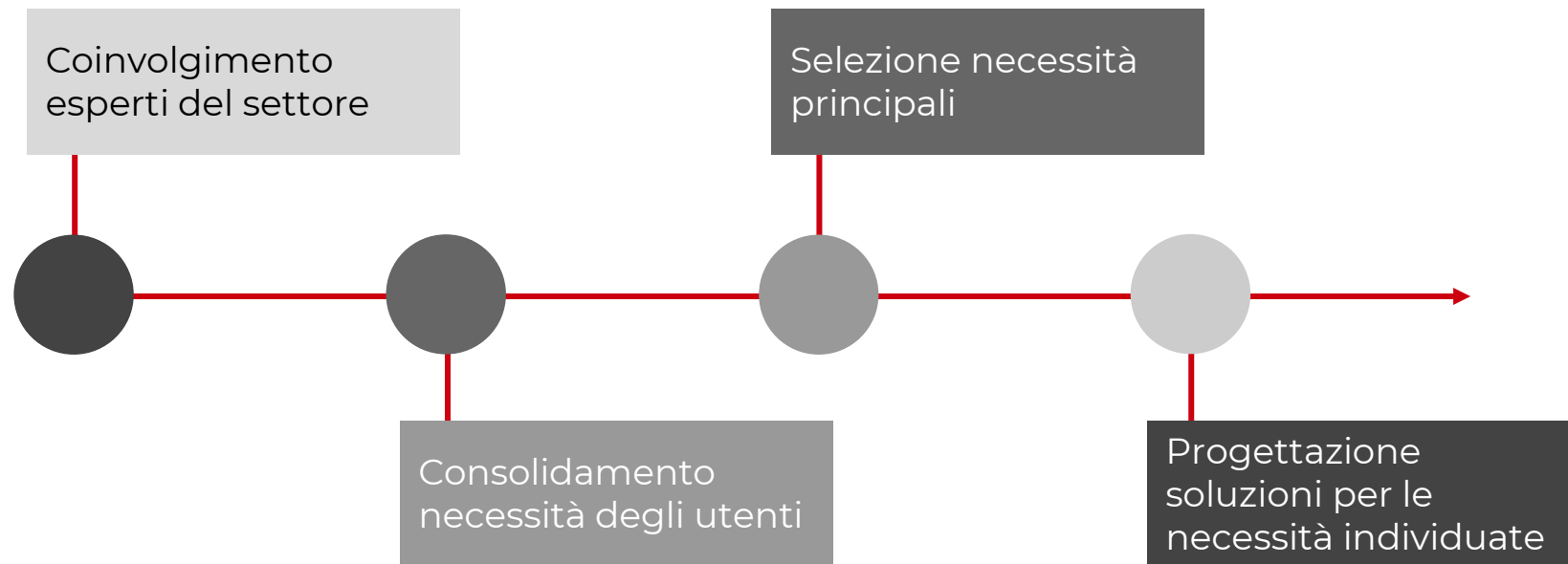
Evitare di mostrare agli utenti scritte poco *user-friendly*, come messaggi di errore.



Focus sulle offerte

Preferire una interfaccia pulita senza advertising sulle promozioni del momento.

PASSI FUTURI



Grazie!

