

HelpMater: Task, Storyboard e Primi Prototipi

Progetto di Human–Computer Interaction

Birtig

Massari

Nedina

Popovschii

Vignocchi

17 novembre 2025

Indice

| | | |
|----------|---|----------|
| 1 | Introduzione | 2 |
| 1.1 | Value proposition | 2 |
| 1.2 | Panoramica del problema e soluzione | 2 |
| 2 | Task e Storyboard | 2 |
| 3 | Esplorazione delle modalità | 5 |
| 4 | Prototipo n°1 | 6 |
| 5 | Prototipo n°2 | 7 |
| 6 | Selezione prototipo | 7 |

1 Introduzione

1.1 Value proposition

Promuovere il benessere psicologico delle persone educandole, motivandole e connettendole tra loro.

1.2 Panoramica del problema e soluzione

Gli studenti universitari vivono diverse *difficoltà*: **stress accademico**, **difficoltà organizzative**, e un **difficile accesso ai servizi di supporto psicologico**.

La nostra soluzione è stata quella di sviluppare una piattaforma che **educa**, **motiva** e **connette** gli studenti con eventi, permette la configurazione personalizzata di un motivatore e fornisce articoli e materiali per informarsi sul topic del benessere psicologico.

2 Task e Storyboard

• Task semplice

Per la task semplice abbiamo individuato la formazione riguardo il benessere psicologico, inteso come utilizzo senza troppo impegno del sistema di notizie e articoli della piattaforma.

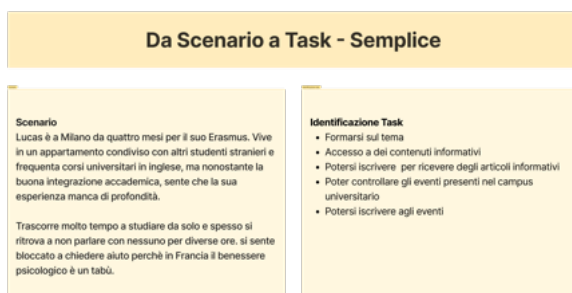


Figura 1: Task semplice

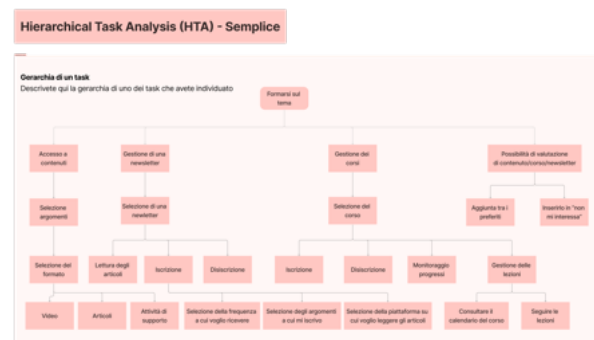
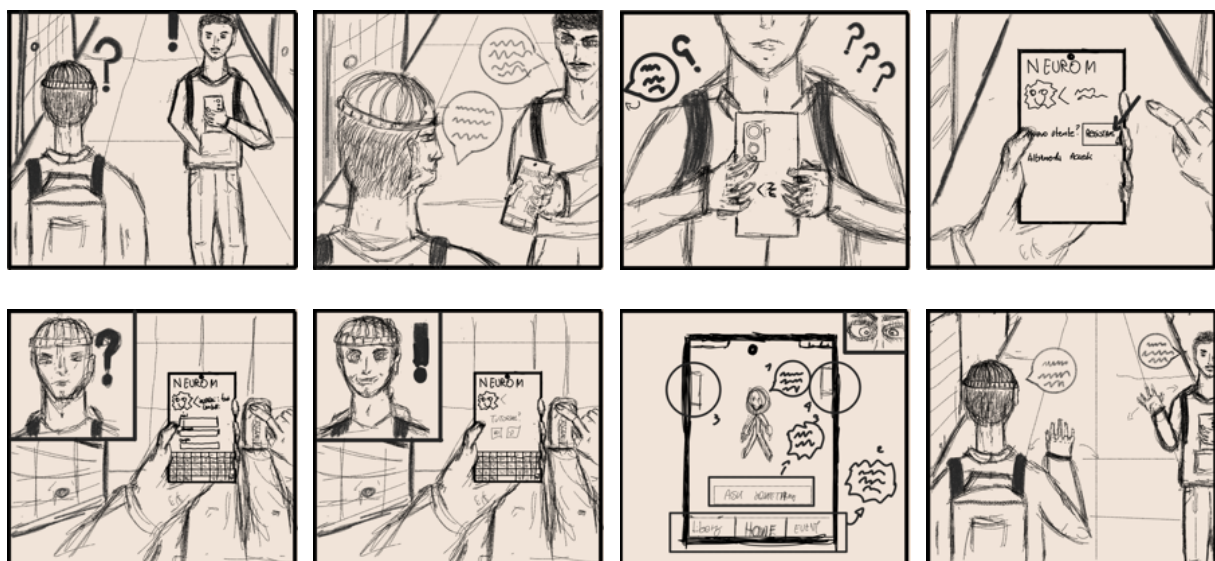


Figura 2: HTA Task semplice



La storyboard prova a descrivere una personas come quella descritta sopra, che grazie al passaparola viene a conoscenza della piattaforma e fa i primi passi utilizzando la funzionalità base.

I **punti di forza** di questa soluzione risiedono nel fatto che la piattaforma offra **numerosa modalità di informazione**, permettendo all'utente di scegliere il **formato più comodo**. Inoltre, questa varietà consente un **approccio graduale**, grazie al quale l'utente non si sente né **esposto** né **obbligato**.

I **punti deboli** riguardano invece la possibilità che l'utente possa sentirsi **spaesato**: la presenza di più modalità di fruizione dei contenuti potrebbe **confondere** e rischiare di **limitare la continuità d'uso** della piattaforma.

• Task moderato

Per la task moderata abbiamo invece individuato l'iscrizione a un'attività offerta, per fare un esempio a un evento sociale.

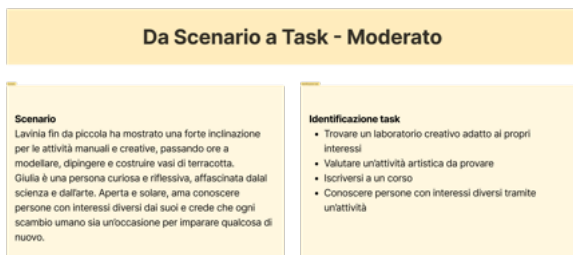


Figura 3: Task moderata

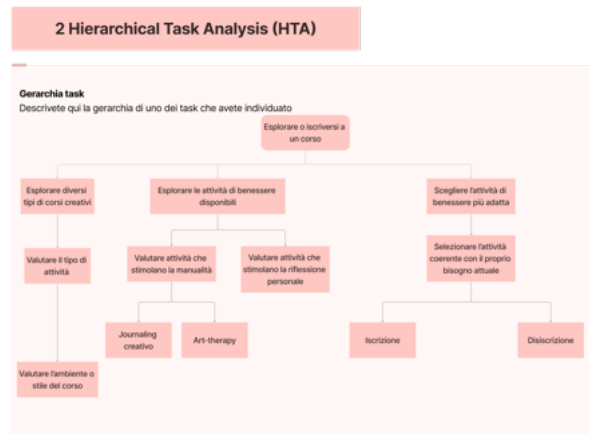
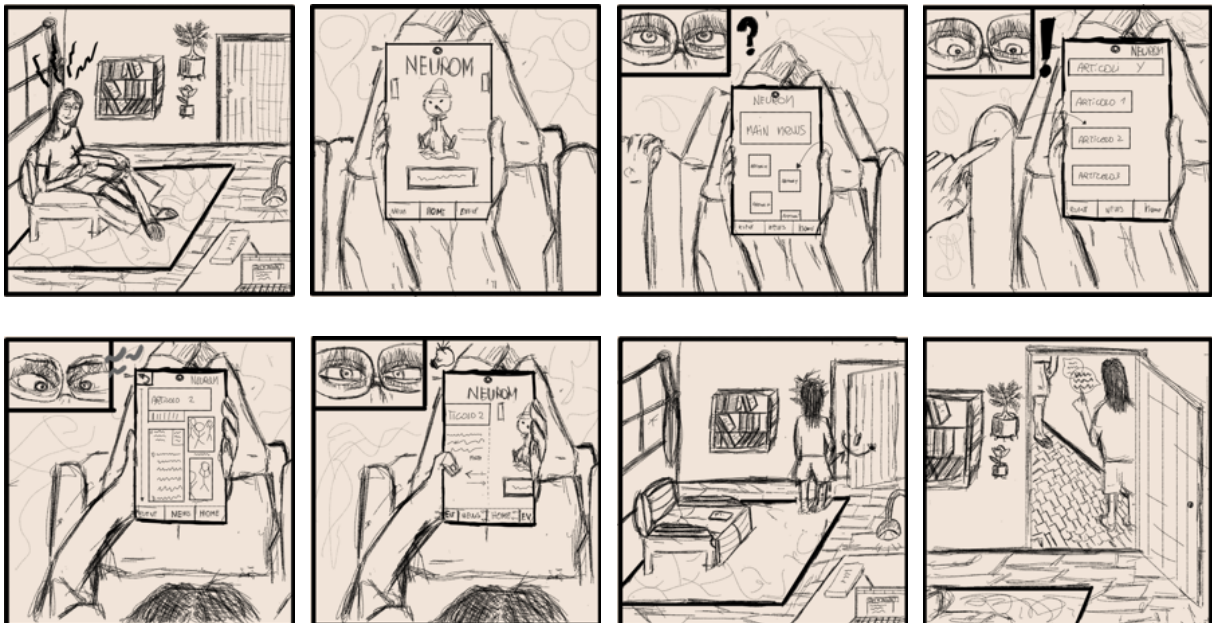


Figura 4: HTA Task moderata



I **punti di forza** di questa soluzione risiedono nel fatto che la ricerca dell'attività è organizzata in modo **strutturato** e **consapevole**, permettendo all'utente di filtrare le opzioni in base ai propri **interessi personali**. L'impostazione si ispira a piattaforme familiari come *Google News* e *Pinterest*, che utilizzano categorie tematiche e preferenze per guidare l'esplorazione dei contenuti. Grazie a questa similitudine, l'utente, già abituato a strumenti di questo tipo, non si sentirà **spaesato** e potrà navigare il processo di scelta con maggiore naturalezza e sicurezza.

Il **punto debole** potrebbero risiedere **nell'efficacia** di questa ricerca, che potrebbe non rispecchiare in modo completo gli **interessi** e **bisogni** dell'utente.

- **Task complesso**

Per la task semplice abbiamo individuato la personalizzazione dello strumento di motivazione quotidiana.

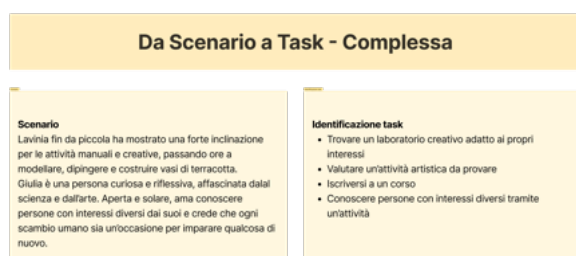


Figura 5: Task complessa

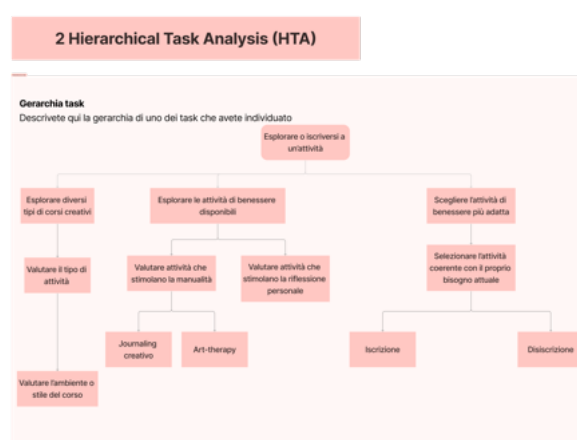
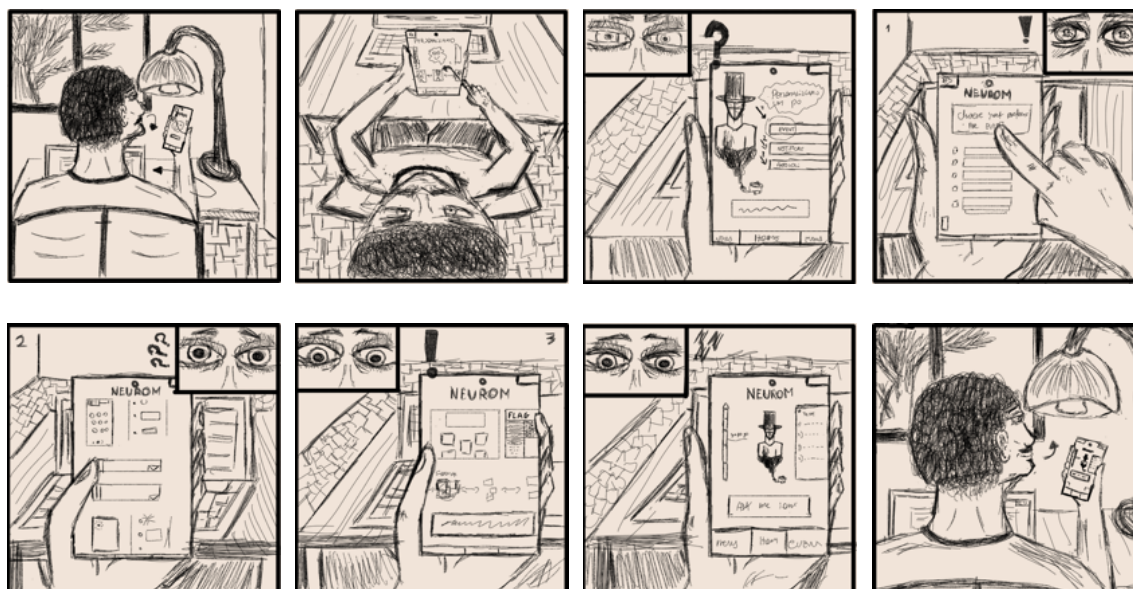


Figura 6: HTA Task complessa



I **punti di forza** di questa scelta risiedono nella possibilità di offrire all'utente un'esperienza **altamente personalizzata**, costruita sulle sue preferenze e sui suoi bisogni specifici. Questo permette di aumentare il senso di coinvolgimento e di rendere lo strumento di motivazione quotidiana più efficace e rilevante nella vita di ciascun individuo.

Di **contro**, esiste il rischio che utenti meno esperti o poco abituati a sistemi configurabili

possano **non orientarsi con facilità** durante la fase di personalizzazione. Un'eccessiva libertà di scelta o la presenza di troppe opzioni potrebbe generare confusione, riducendo l'efficacia dello strumento e ostacolando la sua adozione.

3 Esplorazione delle modalità

Durante le diverse attività di needfinding, una volta chiarito su cosa volessimo concentrarci per offrire agli utenti uno strumento realmente utile e utilizzabile, ci siamo interrogati fin da subito su quale potesse essere la forma più adatta per tale soluzione.

(Inizialmente l'obiettivo era “curare e prevenire”, ma nell'evoluzione del progetto è diventato “informare e fornire un supporto quotidiano”).

Ancora prima di confrontarci internamente, abbiamo iniziato, già durante le attività di gruppo, a chiedere ai potenziali utenti finali di immaginare un prodotto che sarebbero stati effettivamente disposti a utilizzare. Questo approccio, unito al contributo di utenti più specializzati (come studenti di psicologia e psicologi già avviati nella professione), ci ha permesso non solo di definire i **macro-temi principali** su cui concentrarci, ma anche di farci un'idea concreta delle possibili modalità da implementare.

Di seguito riportiamo la lista delle modalità e dei dispositivi emersi nel corso delle ricerche e dei confronti:

- sito web
- app mobile
- newsletter
- “robot”
- smartwatch
- forum
- LLM personalizzata

È opportuno specificare che le idee del robot e dello smartwatch sono state proposte da un singolo utente ciascuna; considerando inoltre la reazione generalmente titubante degli altri partecipanti, abbiamo deciso di escluderle fin da subito.

A questo punto sono entrate in gioco sia le nostre considerazioni interne sia i pareri degli utenti specializzati.

Gli utenti esperti ci hanno fatto notare come un **forum** possa diventare controproducente rispetto agli obiettivi della nostra applicazione: trattandosi di un tema delicato, le conversazioni dovrebbero essere costantemente moderate, con un notevole rischio in termini di gestione e responsabilità. Per questo motivo abbiamo deciso di scartare questa modalità.

L'uso di una **LLM personalizzata**, invece, potrebbe offrire benefici significativi in termini di personalizzazione e user experience; abbiamo quindi scelto di non eliminarla, ma di rimandarne la valutazione alla fase dei prototipi.

Confrontandoci internamente, ci siamo resi conto che, rispetto alla nostra value proposition, le modalità più coerenti e funzionali si riducono fondamentalmente a due:

- **web-app**
- **mobile app**

Questa scelta deriva anche da un'analisi comportamentale del nostro target, composto da utenti generalmente più inclini a scaricare un'app o ad accedere a un sito web in modo rapido e immediato.

Web app: garantisce accesso da qualsiasi dispositivo dotato di connessione Internet, senza necessità di installazione.

Mobile app: consentirebbe l'accesso ad alcune funzionalità anche offline, ma richiederebbe il download dell'applicazione.

I pro e i contro di ciascuna opzione verranno analizzati in modo più approfondito durante la fase di prototipazione.

4 Prototipo n°1



Figura 7: Prototipo n°1

L'applicazione si articola in tre schermate principali, collegate tra loro tramite uno **scorrimiento orizzontale** continuo. La schermata centrale costituisce la **Home**: al centro è presente il *buddy* personalizzabile, accompagnato da un campo di input dedicato all'interazione con il sistema. Sul lato sinistro della Home è collocata una **progress bar** che rappresenta l'avanzamento delle attività giornaliere. Tale avanzamento è direttamente collegato alla **to-do list**, accessibile tramite il pulsante posto sul lato destro: il completamento delle attività nella lista aggiorna in tempo reale lo stato della progress bar.

Scorrendo verso sinistra dalla Home si accede alla sezione dedicata al **feed di articoli**, strutturato come una lista verticale di contenuti consigliati. Scorrendo invece verso destra si raggiunge la sezione **Eventi**, in cui vengono presentate attività ed iniziative tramite un layout a card con immagini e descrizioni. L'interazione complessiva è progettata per essere fluida e intuitiva, consentendo all'utente di muoversi agevolmente tra le tre aree principali dell'app.

5 Prototipo n°2



Figura 8: Prototipo n°2

La web app è strutturata in tre sezioni principali **Home**, **Library** ed **Events** selezionabili tramite la barra di navigazione superiore. L'interazione avviene interamente tramite **click**.

Dalla Home l'utente può interagire con il *buddy*, utilizzare il campo di input e aprire, tramite click, la **progress bar** o la **to-do list**, entrambe visualizzabili in pannelli separati. Le sezioni **Library** e **Events** sono raggiungibili con un semplice click sulle rispettive voci di menu e presentano i contenuti tramite layout a card. Entrambe le pagine sono strutturate come un tipico sito web e prevedono uno **scorrimento verticale** per permettere all'utente di esplorare l'intero feed di articoli o eventi.

Nel complesso, la navigazione è lineare e basata su selezioni dirette, senza scorrimento orizzontale, permettendo all'utente di accedere rapidamente alle diverse sezioni dell'interfaccia.

6 Selezione prototipo

Durante il confronto tra i due prototipi sviluppati — la **mobile app** e la **web app** — è emersa una serie di considerazioni che ha guidato la nostra decisione finale. La versione mobile si è rivelata fin da subito la più adatta al nostro target: offre un'interazione più immediata, una navigazione estremamente fluida e un'esperienza complessivamente più naturale per utenti giovani, già abituati all'uso quotidiano di applicazioni su smartphone. Le gesture, come lo *scorrimento orizzontale*, contribuiscono a creare una continuità intuitiva tra le schermate, rendendo l'esperienza più coinvolgente e spontanea.

La web app, pur mantenendo una struttura chiara e una navigazione semplice tramite interazioni a click, risulta invece più statica e frammentata. L'assenza di gesture riduce la naturalezza dell'interazione su mobile e la rende più simile alla consultazione di un sito tradizionale. Questo tipo di fruizione, meno dinamica e meno immersiva, risulta adatta soprattutto a utilizzi occasionali e non si integra con la stessa efficacia nella routine quotidiana dell'utente. Inoltre, la suddivisione in pannelli separati e la presenza della barra di navigazione superiore rendono l'esperienza meno organica rispetto alla controparte mobile.

Alla luce di queste valutazioni e dopo un confronto interno al gruppo, la scelta è ricaduta sulla **versione mobile** come soluzione principale. Considerando che il nostro target è composto prevalentemente da studenti universitari, l'app mobile rappresenta l'opzione più coerente, accessibile e familiare, capace di offrire un'interazione immediata e un'efficace integrazione nelle abitudini digitali quotidiane.

Abbiamo inoltre deciso di mantenere il **menù a scorrimento orizzontale** presente nel primo prototipo mobile, in quanto garantisce un'esperienza continua e piacevole. Per ampliare ulteriormente l'accessibilità, è stato aggiunto anche un **menù cliccabile** nella parte inferiore dello schermo. Questa soluzione permette di supportare utenti che potrebbero avere difficoltà nell'utilizzo delle gesture o che ricorrono a strumenti di assistenza all'interazione, offrendo così un'alternativa semplice, diretta e inclusiva. Tale scelta rappresenta l'elemento principale ripreso dal secondo prototipo e integrato nella versione finale.