

# La UX è inevitabile

Nel 1981 Palmolive realizzò una serie di spot pubblicitari per la televisione con protagonista Madge, una manicure vivace e chiacchierona. L'idea base di ogni spot era molto semplice: una casalinga entrava in un centro estetico, senza motivo infilava la mano in un piattino pieno di una viscida sostanza verde, e a questo punto Madge le annunciava che il liquido verde era detergente per piatti Palmolive. Sorpresa! Secondo gli standard odierni, queste pubblicità erano sicuramente maschiliste, se non addirittura tendenti al sociopatico, poiché Madge sembrava trarre grande piacere dal ripetere alle ignare casalinghe il suo slogan: "Ci sei dentro fino al collo!" (*Palmolive - "You're Soaking In It"*, <https://www.youtube.com/watch?v=dzmTtusvjR4>). Ideata dall'agenzia pubblicitaria Ted Bates & Co., questa campagna televisiva divenne leggendaria per essere stata trasmessa ininterrottamente per circa 30 anni. La campagna non solo ha reso evidente il potere di un tormentone, ma ha dimostrato una verità fondamentale: spesso non ci rendiamo conto della situazione in cui ci troviamo, finché qualcun altro non ce lo fa notare.

Anche se potreste non esservene ancora accorti, la poltiglia verde in cui ora ci troviamo immersi è la *user experience* (UX). La sperimentate quando utilizzate prodotti o servizi, ne sentite parlare nei dibattiti su caratteristiche e funzionalità, ne vedete le conseguenze quando un progetto ha successo oppure fallisce. Come la casalinga inconsapevole, potete anche non sapere cosa sia quella sostanza verde, ma la vostra mano ci è comunque immersa. Non potete evitare la UX: potete affrontarla in modo corretto o inadeguato, ma in ogni caso ci siete dentro fino al collo.

## In questo capitolo

- **Cos'è la user experience?**
- **Il ruolo della UX**
- **L'attenzione agli utenti**
- **Punti chiave**
- **Domande da porsi**

La UX deriva dall'uso di un qualunque prodotto o servizio. Se accettate questa premessa, ben presto vi renderete conto del vantaggio di agire deliberatamente sulla UX. La user experience intenzionale, o più precisamente *la ricerca e la progettazione della user experience*, mette in luce i bisogni dei vostri utenti e permette di creare prodotti e servizi efficaci. Al contrario, una user experience non intenzionale, o per meglio dire *accidentale*, può avere come esito la perdita di utenti e il fallimento di prodotti.

## Cos'è la user experience?

Il tema della user experience può confondere. Il termine stesso “user experience” è in qualche modo ambiguo. Suona allo stesso tempo hippy e aziendale, come un poster dei Grateful Dead appeso alla parete di una postazione di lavoro.

La parola “user” (utente) è la forma nominale del verbo “usare”, dal latino *uti*, che significa “utilizzare, praticare, eseguire”. La parola “experience” (esperienza) deriva dal latino *experientia*, che significa “conoscenza acquisita attraverso ripetuti tentativi”. Mettendo tutto insieme, arriviamo al significato approssimativo del termine user experience: “conoscenza acquisita facendo qualcosa”.

Don Norman, co-fondatore e direttore del Nielsen Norman Group, già decenni fa ideò il termine “user experience” (vedi Norman, Don, “Peter in Conversation with Don Norman About UX & Innovation”, intervista di Peter Merholz, Adaptive Path, 13 dicembre 2007, <http://adaptivepath.org/ideas/e000862/>). Il termine resiste nel tempo, nonostante alcune occasionali interpretazioni erranee.

Il termine generale “user experience” copre una gamma sempre più ampia di attività, essendo la UX un campo in continua evoluzione. In questo ambito sono già presenti aspetti di antropologia culturale, interazione uomo-computer, ingegneria, giornalismo, psicologia, *graphic design* (molti di questi termini di solito non sono nemmeno pienamente compresi dal pubblico). Tali attività appartengono generalmente a due diversi ambiti: il primo è lo User Experience Design (UXD), il secondo è la User Experience Research (UXR).

Lo User Experience Design comporta la progettazione di qualcosa: può trattarsi di un prodotto o di un servizio, oppure solo di una parte di essi. Per esempio, si può immaginare di progettare una web application per gestire un salone di bellezza, oppure un'app per iPhone destinata a ricevere reclami su manicure fuori controllo.

La User Experience Research include una ricerca primaria (cioè la raccolta di dati originali), realizzata per esempio intervistando i clienti del salone di manicure, e una ricerca secondaria su studi di terzi (cioè la revisione di dati precedentemente raccolti), come la lettura di rapporti sul comportamento dei clienti nel settore bellezza e benessere. L'attività lavorativa del professionista UX dipende molto dalla combinazione di UXD e UXR che viene richiesta. Alcune aziende hanno ruoli diversi per il design e per la ricerca, ma più spesso il profilo professionale prevede un abbinamento delle due figure.

## Il ruolo della UX

Se ripenso agli anni trascorsi lavorando nel settore della pubblicità e della progettazione di prodotti, ricordo che molto spesso quando arrivava un collega nuovo, entrava nel

mio ufficio, si sedeva, sorrideva e chiedeva: “Allora, cosa fate voi della UX di preciso?”. L’inevitabile domanda era quasi sempre seguita da una risata, uno sguardo fisso e la dichiarazione: “Veramente, non ne ho idea!”. E davvero molte persone non hanno idea delle possibilità che la UX può offrire loro.

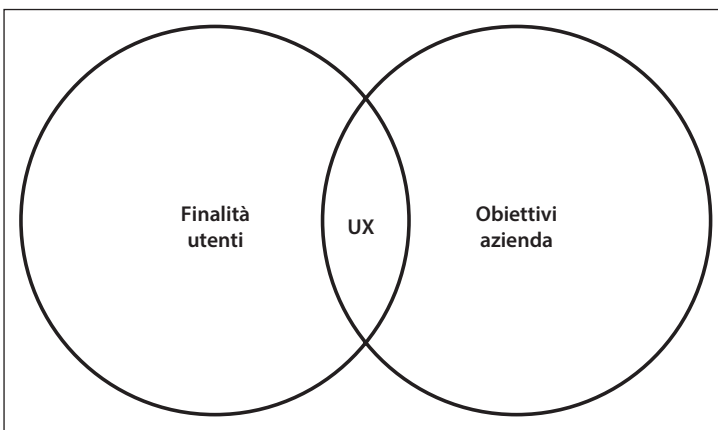
Il termine “user experience” non fa ancora parte del lessico quotidiano. Aumenta la confusione il fatto che si può arrivare a esercitarla attraverso molteplici percorsi. Il ruolo del professionista UX è ricoperto da persone che possono avere un diploma in scienze bibliotecarie, una laurea in ingegneria, una formazione psicologica o i background più diversi. Tale varietà rende complicato definire i ruoli UX non solo per i profani, ma anche per gli esperti del ramo.

## L’attenzione agli utenti

L’esperienza utente abbraccia un campo molto vasto, perciò è difficile trovare definizioni generali per i ruoli UX. L’elemento comune è sicuramente l’attenzione agli utenti, come dice il nome stesso. Si definiscono utenti, in mancanza di una definizione migliore, tutti coloro che utilizzano un prodotto o un servizio. Potreste allora chiedermi: “Nel mio lavoro, io tengo già conto di queste persone. Perché dovrebbero servire anche delle specifiche professionalità UX?”. Rispondo volentieri alla domanda.

Ogni membro di un project team definisce i propri obiettivi. Si può trattare di obiettivi legati al cliente per i responsabili commerciali, di budget per gli amministratori, strategici per chi segue la pianificazione, estetici per i visual designer, tecnologici per gli sviluppatori. Giustamente li consideriamo tutti obiettivi fondamentali, ognuno essenziale e non meno importante degli altri. Però, spesso dimentichiamo il vero motivo per cui svolgiamo queste attività. Lavoriamo per molte ragioni, ma fondamentalmente per le persone che utilizzeranno i nostri prodotti, e cioè per gli utenti.

Un professionista UX allinea, affina e concilia gli obiettivi aziendali con i bisogni dell’utente. Proprio la convergenza tra questi obiettivi e bisogni deve essere l’unico criterio determinante di funzionalità (Figura 1.1).



**Figura 1.1** La convergenza tra finalità degli utenti e obiettivi dell’azienda.

Dovete costruire nel loro punto d'incontro. Troppo spesso, i project team sviluppano caratteristiche che rispondono soltanto alle esigenze aziendali, trascurando così i bisogni degli utenti. D'altra parte, un'applicazione che porti vantaggi solamente agli utenti può minare la sostenibilità stessa dell'azienda che l'ha prodotta. Dopotutto, la motivazione per produrre un'applicazione raramente è altruistica. Persino un ente benefico vuole che i suoi utenti facciano *qualcosa*. Quindi la domanda cruciale sarà: "Come possiamo progettare esperienze che soddisfino contemporaneamente le esigenze degli utenti e del business?". Prendiamo in considerazione l'esempio seguente.

I nostri obiettivi di business sono:

- un'azienda che vende online prodotti di bellezza di lusso vuole che i clienti comprino di più a ogni visita sul sito;
- l'azienda, essendo di alta gamma, non vuole praticare sconti apertamente né offrire promozioni eccessive;
- l'azienda vuole mantenere la sua attuale piattaforma tecnologica; il processo di checkout è complicato, ma la piattaforma in uso non permette modifiche sostanziali.

I bisogni degli utenti sono:

- l'utente vuole un prezzo competitivo per acquistare un particolare prodotto;
- l'utente vuole inoltre un modo efficiente e semplice per poter effettuare ulteriori ordini dello stesso prodotto in futuro.

Possiamo subito notare due problemi, che necessitano una conciliazione. Aumentare il numero degli acquisti senza offrire sconti o promozioni può essere difficile. Al contempo, gli utenti vogliono sentire di aver fatto un buon affare. Oltretutto, il processo di pagamento è complicato, ma non è possibile effettuare modifiche sostanziali. Come possiamo allora rispondere a questi obiettivi e bisogni contrastanti?

Una soluzione potrebbe essere proporre un servizio di abbonamento, mantenendo inalterati i prezzi di vendita ma offrendo in cambio una conveniente consegna gratuita. L'azienda otterrebbe quindi un aumento del numero di prodotti acquistati mediante il piano di abbonamento senza essere costretta a offrire sconti evidenti, non in linea con il marchio, facendosi invece carico dei costi di spedizione. L'utente fa un affare, risparmiando sui costi di spedizione, e beneficia inoltre della comodità della consegna a domicilio. Sia l'azienda sia i suoi utenti ricavano un vantaggio dal servizio di abbonamento, con conseguente riduzione del numero di complicati checkout online. Ne guadagnano tutti e il risultato finale è un'esperienza proficua e significativa.

Esperienze significative trasformano un semplice prodotto digitale in un risultato positivo, sia per gli utenti che per le aziende. Gli utenti sono coinvolti, le aziende crescono. Si otterranno questi risultati con minor tempo e spesa, dato che un'efficace progettazione e ricerca UX ci indicano cosa realizzare e cosa evitare. Se si cerca di fare a meno della UX, ci si può trovare impossibilitati a raggiungere specifici obiettivi, lottando tra ostacoli imprevisti e annaspando tra innegabili fallimenti. Se invece adatterete la UX, è probabile che vi accorgete di avere a portata di mano grandissimi successi.

## Punti chiave

- La user experience è la conseguenza dell'utilizzo di qualsiasi prodotto o servizio.
- La user experience si divide principalmente in attività di design e attività di ricerca.
- L'elemento comune di tutti i ruoli UX è la centralità degli utenti.
- Un'efficace attività di design e ricerca consente di risparmiare tempo e denaro.

## Domande da porsi

- Quali sono le finalità degli utenti?
- Quali sono gli obiettivi dell'azienda?
- Dove le finalità degli utenti convergono con gli obiettivi dell'azienda?