

Indice generale

Prefazione all'edizione italiana	vii
Introduzione	xi
Capitolo 1 Soddisfare gli obiettivi delle persone e dell'organizzazione.....	1
Allineare gli obiettivi delle persone e dell'organizzazione.....	2
Scegliere il contenuto più idoneo al raggiungimento degli obiettivi ..	4
Identificare finalità, opportunità e vincoli	9
Immaginare e testare le soluzioni.....	10
Riepilogo: le esperienze funzionano grazie alle parole	11
Capitolo 2 Voce: per farsi riconoscere	13
Tre esempi di esperienze	14
Creazione di una tabella della voce.....	16
Principi del prodotto	17
Concetti	18
Vocabolario	19
Verbosità.....	21
Grammatica	22
Punteggiatura e uso delle maiuscole	23
Completamento della tabella della voce.....	25
Uso della tabella della voce come strumento decisionale e iterativo.....	27
Formazione di nuovi creatori di contenuti	28
Immaginare	28
Processo decisionale e decisione definitiva.....	29
Riepilogo: dare fiato a ogni voce.....	30
Capitolo 3 Conversazione per un design incentrato sui contenuti.....	31
Design faccia a faccia dalla testa ai piedi.....	32

Trasformare la conversazione in un'esperienza	35
Riepilogo: ora la conversazione è corretta	37

Capitolo 4 Applicare i modelli di testo UX39

Titoli	40
Titolo con nome del brand	40
Titolo con nome del contenuto	41
Titolo per attività ambigue	42
Titolo per singole attività	43
Pulsanti, collegamenti e altri comandi	44
Descrizioni	46
Evitare gli asterischi (*)	47
Stati vuoti	50
Etichette	53
Controlli	56
Campi di immissione testo	58
Testo di transizione	61
Messaggi di conferma	64
Notifiche	66
Errori	68
Riepilogo: utilizzare i modelli come punto di partenza	72

Capitolo 5 L'importanza dell'editing: gli utenti non sono lì per leggere.....73

Editing in quattro fasi	74
Mirato	74
Conciso	76
Colloquiale	78
Chiaro	79
Riepilogo: utilizzare il testo per aiutare gli utenti a proseguire	81

Capitolo 6 Misurare l'efficacia dei contenuti UX.....83

Misurazione diretta dei contenuti UX	84
Introduzione	86
Coinvolgimento	86
Completamento	86
Fidelizzazione	87
Segnalazioni	87
Riduzione dei costi	88
Ricerca dei contenuti UX	88
Recensioni, domande e commenti	89
Interviste	89
Progettazione partecipativa	90
Sondaggi	91
Euristica dei contenuti UX	91

	Accessibile	94
	Mirato	97
	Conciso.....	98
	Colloquiale.....	99
	Chiaro	101
	Voce.....	104
	Riepilogo: assegnare un valore a ciò che piace	109
Capitolo 7	UX writing: gli strumenti del mestiere	111
	Scrivere per il contesto.....	111
	Redazione in bozza su screenshot	112
	Redazione in bozza nei design.....	115
	Gestione della revisione dei contenuti	115
	Pubblicazione del testo.....	117
	Monitoraggio del lavoro da svolgere.....	118
	Riepilogo: gli strumenti come punto di partenza, non di arrivo ...	119
Capitolo 8	Un piano da 30/60/90 giorni	121
	I primi 30 giorni, ovvero la fase 1: che cosa e chi.....	121
	30/60 giorni, ovvero la fase 2: urgenze e fondamentali.....	126
	Monitoraggio parziale e totale.....	127
	Processo minimo praticabile.....	128
	Documentare la strategia dei contenuti	129
	60/90 giorni, ovvero la fase 3: crescita rapida	130
	Riepilogo: per sistemare le parole occorre costruire solide fondamenta	131
Capitolo 9	Le prime cose da fare	133
	Decidere che cosa è urgente e che cosa è importante	133
	Basare il contenuto sull'empatia.....	135
	Presentare i contenuti UX al team.....	136
	Riepilogo: utilizzare i contenuti UX per raggiungere i propri obiettivi	136
	Indice analitico.....	137