

# Indice generale

<b>Prefazione</b>	<b>vii</b>
<b>Ringraziamenti</b>	<b>ix</b>
<b>Introduzione</b>	<b>xiii</b>
Che cosa significa creare contenuti emotion driven?.....	xiii
Tutto il libro, minuto per minuto .....	xv
Perché leggere questo libro .....	xvi
Struttura del libro .....	xvi
<b>Capitolo 1 Un nuovo umanesimo digitale</b>	<b>1</b>
Parole e modelli mentali.....	2
Scrivere per le persone, scrivere per tutti .....	3
Lingua onesta, lingua disonesta .....	5
A chi è rivolto questo libro .....	8
Di che cosa abbiamo parlato .....	9
Parole da ricordare.....	9
In breve .....	10
<b>Capitolo 2 L'ecosistema delle parole</b>	<b>11</b>
Gli scrittori della user experience.....	12
UX Content Strategist.....	13
Content Designer .....	15
UX Writer.....	17
Ruoli o competenze?.....	18
UX Writing o microtesti.....	19
Siate concreti, siate narrativi .....	20
Anticipare, guidare, assicurare .....	21
Di che cosa abbiamo parlato .....	24

	Parole da ricordare .....	25
	In breve .....	25
<b>Capitolo 3</b>	<b>Parole per le emozioni.....</b>	<b>27</b>
	Perché scrivere per le emozioni.....	29
	Rispettare le regole .....	30
	L'ansia, la nostra emozione guida .....	31
	Scrivere per le persone in ansia.....	33
	Perdere occasioni o vantaggi .....	34
	Perdere la privacy .....	36
	Perdere denaro.....	38
	Incontrare malfunzionamenti tecnologici .....	40
	Comunicazione senz'ansia.....	42
	Di che cosa abbiamo parlato .....	44
	Parole da ricordare .....	44
	In breve .....	44
<b>Capitolo 4</b>	<b>Gioia, rabbia e altri affanni .....</b>	<b>47</b>
	Non me l'aspettavo .....	47
	Un matrimonio d'interesse.....	49
	Tutto il resto è gioia .....	51
	Rabbia e frustrazione .....	53
	Omissioni ed errori .....	54
	Tristi tropici.....	58
	Di che cosa abbiamo parlato .....	60
	Parole da ricordare .....	60
	In breve .....	60
<b>Capitolo 5</b>	<b>La personalità dei contenuti .....</b>	<b>63</b>
	Da dove iniziare .....	65
	Noi e loro.....	66
	La matrice di personalità .....	70
	Il co-design nella guida di stile: UniMilano .....	72
	La personalità tra pubblico e privato .....	73
	Crisi di personalità .....	75
	Di che cosa abbiamo parlato .....	76
	Parole da ricordare .....	76
	In breve .....	77
<b>Capitolo 6</b>	<b>Pensieri e parole .....</b>	<b>79</b>
	I contenuti nell'armadio.....	80
	La mappa e il territorio.....	85
	La matrice Stimolo-Emozione-Pensiero-Azione.....	85
	Un caso di studio: l'app Capire.....	88
	Pensieri, parole e flusso della conversazione .....	89

	Di che cosa abbiamo parlato .....	94
	Parole da ricordare .....	94
	In breve .....	94
<b>Capitolo 7</b>	<b>UX Writing for Italians .....</b>	<b>97</b>
	Le dimensioni contano.....	98
	Questioni di genere .....	102
	Ancora tu .....	104
	Facile da dire, facile da fare.....	106
	No fun, my baby, no fun .....	108
	No, la traduzione automatica no.....	109
	Localizzare.....	111
	Di che cosa abbiamo parlato .....	111
	Parole da ricordare.....	111
	In breve .....	111
<b>Capitolo 8</b>	<b>Testare la scrittura .....</b>	<b>113</b>
	Perché testiamo la scrittura.....	114
	Che cosa testiamo .....	116
	Che cosa non testiamo .....	117
	Un test per ogni obiettivo .....	118
	Cloze test .....	119
	Test di leggibilità .....	121
	Test dell'evidenziatore .....	123
	Test di comprensione.....	123
	Kanban test.....	125
	Test di usabilità delle parole.....	125
	E l'A/B test?.....	127
	Quando testiamo .....	127
	All'inizio dello sviluppo .....	127
	Durante lo sviluppo .....	128
	Alla fine dello sviluppo .....	128
	Di che cosa abbiamo parlato .....	129
	Parole da ricordare.....	129
	In breve .....	130
<b>Appendice</b>	<b>Per lavorare meglio.....</b>	<b>131</b>
	Consigli per designer di contenuti.....	131
	I ferri del mestiere .....	132
<b>Bibliografia</b>	<b>.....</b>	<b>135</b>
<b>Indice analitico.....</b>	<b>.....</b>	<b>137</b>