FIRENZE - 23 APRILE 2013

USER EXPERIENCE & ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE

LE BASI DELLA PROGETTAZIONE PER IL WEB

FRANCESCO TERZINI - ART DIRECTOR @ FONDAZIONE SISTEMA TOSCANA

Donald Norman esempio dei telefoni, delle maniglie

USER EXPERIENCE

"L'esperienza d'uso concerne gli aspetti esperienziali, affettivi, l'attribuzione di **senso** e di **valore** collegati al possesso di un prodotto e all'interazione con esso [...]"

(Wikipedia)

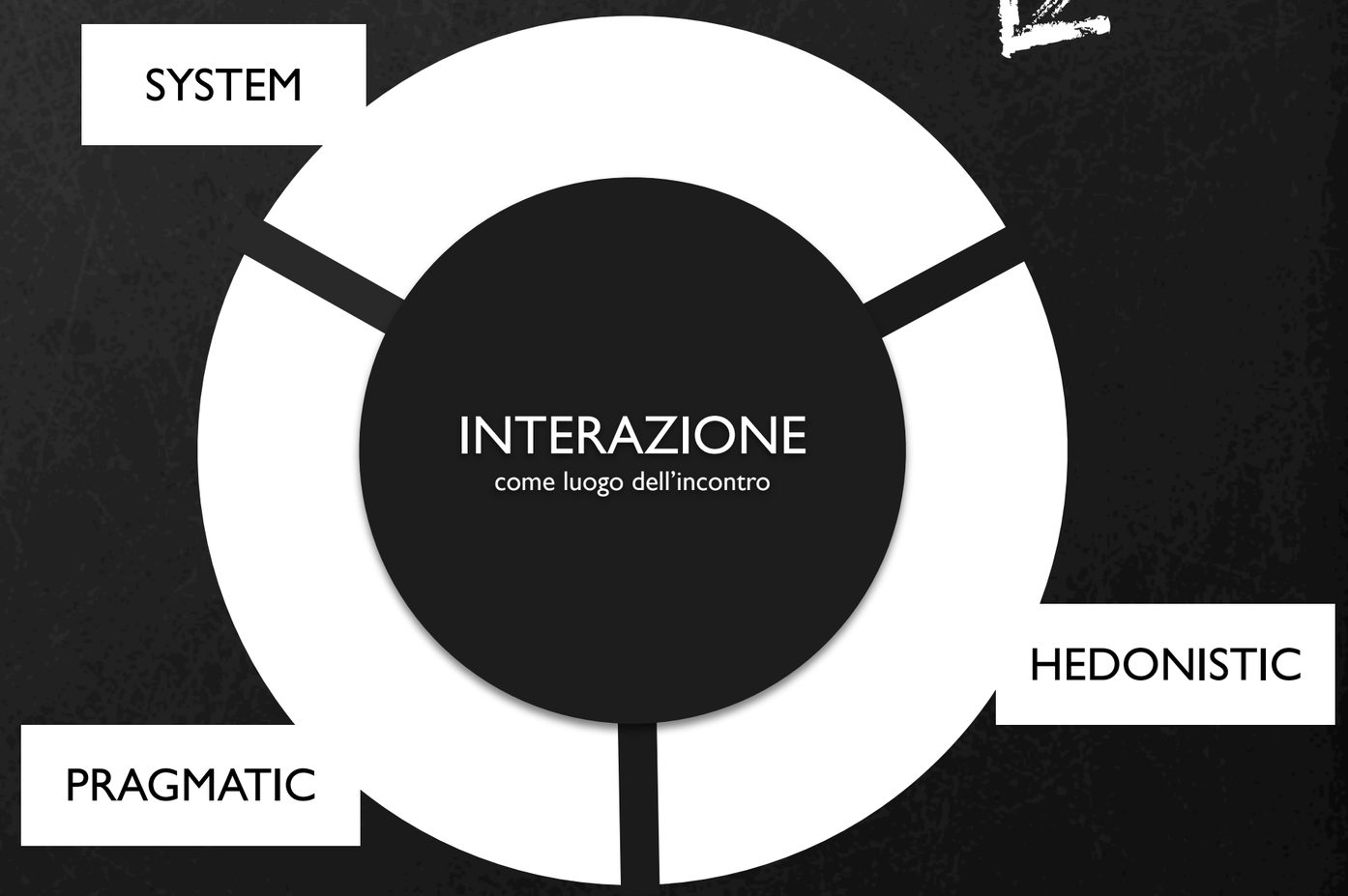
Cos'è la user experience? Alcune definizione per comprenderne appieno il senso

- **INTERAZIONE >** Interazione come momento di incontro dentro e fuori dalla rete, dentro e fuori dai canali ufficiali
- Considerare la nostra esperienza d'uso e quella degli utenti prima di approcciare un progetto
- **USABILE e PIACEVOLE >** due degli elementi che compongono l'aspetto concreto dell'esperienza, i linguaggi, i mezzi
- **SENSO e VALORE >** gli aspetti di contenuto della propria offerta

USER EXPERIENCE

"...user experience focusing on users' feelings stemming both from pragmatic and hedonistic aspects of the system."

(Wikipedia)



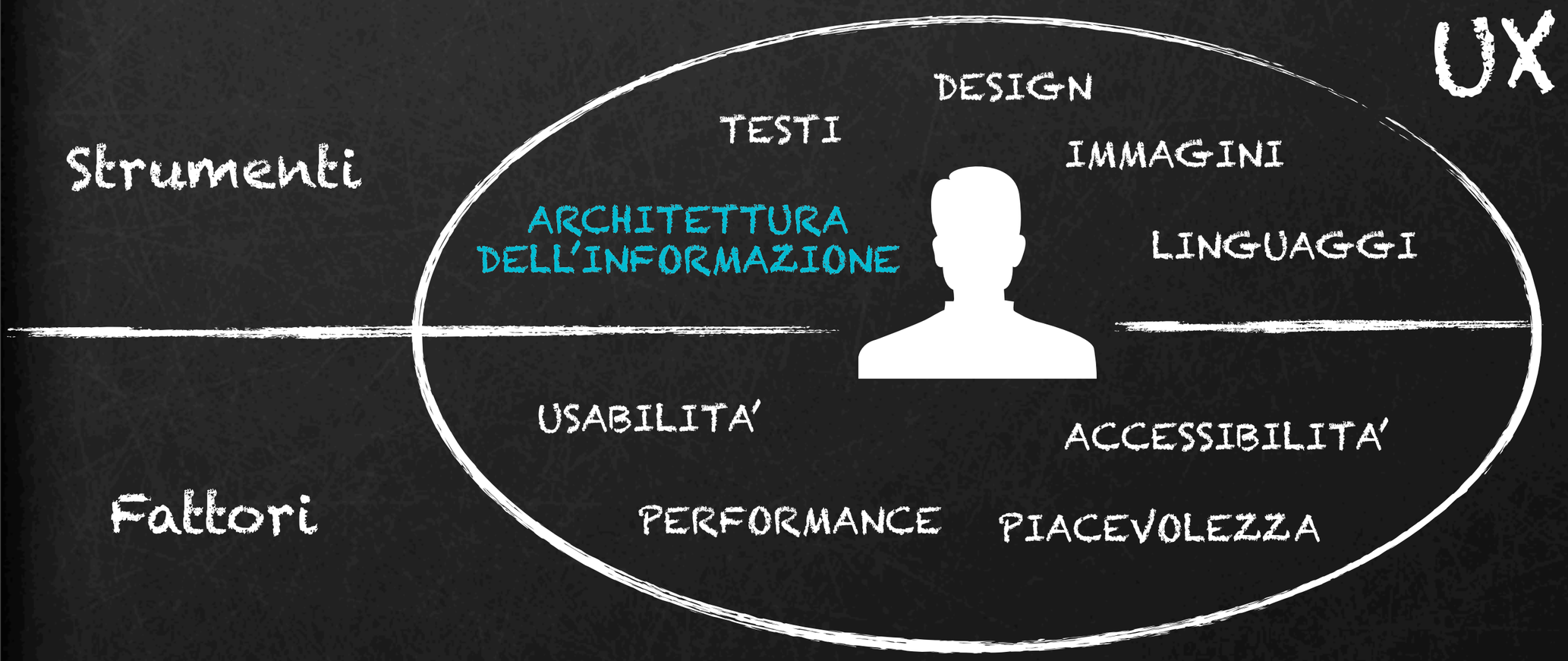
L'interazione è come il luogo in cui l'utente vi incontra.

Se il luogo di incontro è confuso sarà confusa la percezione dell'utente, se il luogo d'incontro è organizzato l'utente avrà un buon feeling.

Pensare alla reception di un ufficio. (es. poste, uffici pubblici, altro...)

UX DESIGN

Strumenti e fattori che definiscono un'esperienza d'uso completa ed efficace su web



L'utente è sempre al centro della User Experience, è lui il nostro interlocutore ed è lui a cui dobbiamo sempre riferirci.
Attraverso degli **strumenti** andiamo a definire i **fattori** che definiscono un'esperienza d'uso efficace e funzionale.

ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE

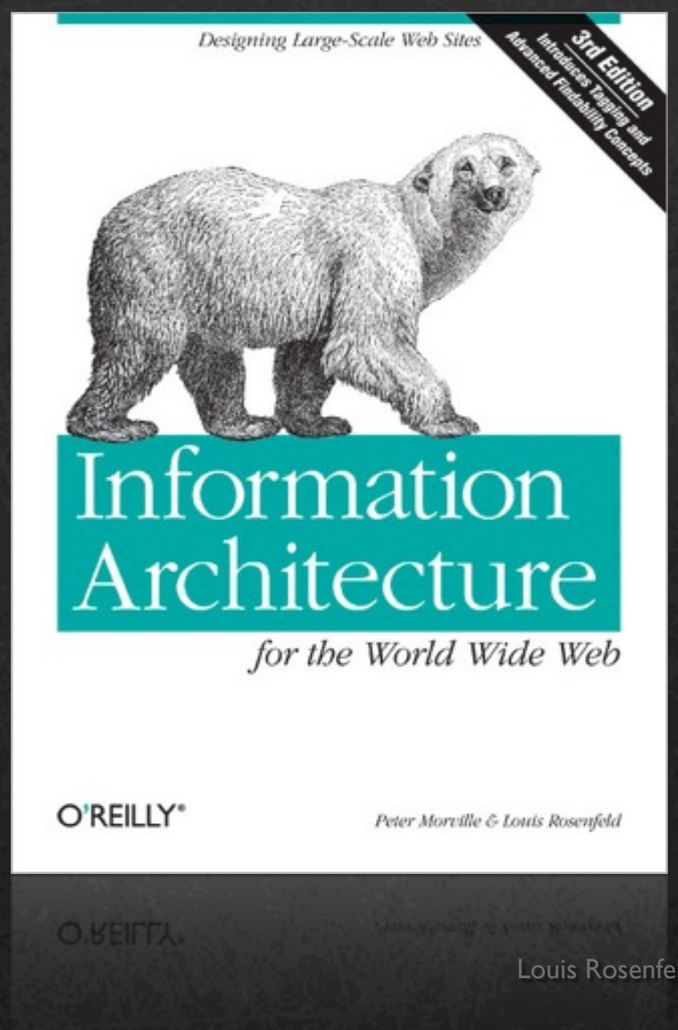
Architettura dell'informazione [...] è la **struttura** organizzativa **logica** e **semantica** delle **informazioni**, dei **contenuti**, dei **processi** e delle **funzionalità** di un sistema o un'applicazione informatica.

(Wikipedia)

mercoledì 24 aprile 13

L'architettura delle informazioni è **il cuore di un qualsiasi progetto di interaction design.**
Applicabile anche al di fuori dell'ambito informatico, questa struttura è **l'anima fondamentale di un qualsiasi insieme di contenuti e dati destinati alla fruizione** e, integrando informazioni e processi, **svolge un ruolo chiave nel definire il reale grado di fruibilità e di usabilità** di un sistema digitale per l'utente finale.

ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE



- La combinazione di organizzazione, categorizzazione e schemi di navigazione all'interno di un sistema di informazioni
- Il progetto strutturale di uno spazio informativo atto a facilitare l'esecuzione dei compiti e l'accesso intuitivo ai contenuti
- L'arte e la scienza della strutturazione e classificazione dei siti web e delle intranet per assistere gli utenti a trovare e gestire le informazioni
- Una disciplina emergente ed un gruppo di pratiche focalizzate a portare i principi del design e dell'architettura nel paesaggio digitale

Louis Rosenfeld - Peter Morville, Architettura dell'informazione per il World Wide Web, O'Really, 2002

mercoledì 24 aprile 13

Un attento sviluppo dell'Architettura dell'Informazione di un portale consente di ordinare le informazioni in maniera adeguata e facilmente consultabile per l'utente. La fase di categorizzazione e classificazione dei contenuti deve quindi essere strutturata in modo che gli schemi di categorizzazione scelti rispondano contemporaneamente ai bisogni degli utenti, agli obiettivi del sito e ai contenuti che vi saranno inseriti.

- **L'organizzazione** riguarda il raggruppamento di quei componenti in categorie significative e distinte.
- La **strutturazione** implica la determinazione degli appropriati livelli di granularità* degli "atomi" di informazione del vostro sito e il decidere come correlarli.
- **Classificazione** significa definire le categorie e la serie di collegamenti ipertestuali che condurranno ad esse.

DA DOVE SI COMINCIA?

Definizione degli OBIETTIVI

Realizzazione di un BENCHMARK

Analisi dei CONENUTI

Strutturazione dell'ARCHITETTURA dell'informazione

Progetto di REALIZZAZIONE

- La definizione degli **OBIETTIVI** è il primo punto da cui partire, è la premessa che definirà le linee guida per lo sviluppo del progetto di architettura
- Realizzare un **BENCHMARK** ben pilotato - per l'appunto dopo aver definito gli obiettivi - ci può aiutare a farci un'idea di come procedere analizzando gli errori che fanno gli altri ed evitando di farli a nostra volta. Viceversa prendendo spunto dalle cose buone per replicarle.
- Analizzare i propri **CONTENUTI** è la fase preliminare che ci aiuta a mettere in campo tutte le tessere del puzzle prima di comporlo
- Strutturare **l'ARCHITETTURA** dell'informazione è come costruire le fondamenta di un palazzo

OBIETTIVI

Quando si va verso un obiettivo è molto importante prestare attenzione al cammino. **È il cammino che ci insegna sempre la maniera di arrivare**, e ci arricchisce mentre lo percorriamo

(Paulo Coelho, Il Cammino di Santiago)

Definire degli obiettivi ti aiuterà nella scelta del contenuto, del design e di tutti gli aspetti necessari alla realizzazione di un progetto per il web.
Il modo migliore per definire i tuoi obiettivi avviene ponendoti alcune domande chiave:

- Che cosa voglio comunicare?
- A chi?
- Che cosa voglio ottenere?
- In che modo penso di raggiungere il mio pubblico?
- Come faccio a sapere se ho raggiunto i miei obiettivi?
- I miei obiettivi sono chiari?
- Sono misurabili?

- **Definisci il tuo obiettivo in modo dettagliato**
- **Misurabile**: l'obiettivo deve essere quantificabile in modo chiaro (ad esempio se parliamo di un sito web: avere, entro 2 mesi, 300 visite uniche ad una specifica pagina)
- **Realizzabile e realistico**: non cerchiamo di creare obiettivi molto allettanti ma difficilmente realizzabili, devi essere realistico. (
- **Fissato nel tempo:** è fondamentale per ogni obiettivo avere un tempo prefissato, un range temporale per la sua realizzazione. Dire semplicemente "voglio avere 300 visite" e non quantificando il tempo per averle, non concentri le tue energie e la tua motivazione per il suo raggiungimento in quel lasso di tempo. Per concludere è importante saper focalizzare l'attenzione su uno, massimo due, obiettivi principali.

OBIETTIVI

Perché realizzo questo sito?

mercoledì 24 aprile 13

Una domanda che sembra banale ma che ci aiuterà a tenere un punto fisso verso cui rivolgersi ogni volta che mi sento perduto

- Voglio vendere più prodotti rispetto a quanti ne vendevo prima?
- Voglio informare le persone sui risultati della partite di calcio?
- ...

OBIETTIVI

Per chi sto realizzando il sito?

Definire il proprio target di riferimento significa:

- Individuare i potenziali clienti/utenti costruendo un profilo demografico, legato agli interessi, appartenenza sociale
- Segmentare i potenziali utenti in base alle necessità di ogni gruppo
- Non ultimo immaginare la familiarità del proprio pubblico con gli strumenti della rete (se erogo servizi per il pubblico)

Definire il target di riferimento è necessario a capire come strutturare la navigazione, linguaggio da usare, ...

OBIETTIVI

Cosa vorrebbe trovare sul mio sito il mio pubblico di riferimento?

Calarsi nei panni dell'utente è sempre una buona pratica quando si parla di UX

- Analizzare gli errori pregressi, se ce ne sono
- Faq's sul pubblico
- Voi conoscete il vostro potenziale cliente meglio di chiunque altro

BENCHMARK

Con benchmark [...] si intende una metodologia basata sul **confronto sistematico** che permette alle aziende che lo applicano di **compararsi** con le migliori e soprattutto di **apprendere** da queste **per migliorare**

(Wikipedia)

Fare un **BENCKMARK** per un progetto web non significa solo definire dei competitor di mercato, ma anche:

- Pensare ai competitor in prima istanza in base alla **tipologia di sevizio erogato** (competitor anche sul mercato)
- Pensare ai competitor anche in base **all'esperienza d'uso offerta**
- Pensare ai competitor in base alla **complessità dell'architettura offerta**

BENCHMARK

Chi sono i "competitor"?

- Di prodotto/servizio
- Di esperienza d'uso
- Di struttura

Fare un benchmark per un progetto web non significa solo definire dei competitor di mercato, ma anche:

- Pensare ai competitor in prima istanza in base alla **tipologia di sevizio erogato** (competitor anche sul mercato)
- Pensare ai competitor anche in base **all'esperienza d'uso offerta**
- Pensare ai competitor in base alla **complessità dell'architettura offerta**

BENCHMARK

SWOT Analysis

- Punti di Forza
- Punti di Debolezza
- Opportunità
- Rischi

mercoledì 24 aprile 13

L'Analisi SWOT ci aiuta a **valutare un progetto** in fase di definizione degli obiettivi.
L'analisi può guardare ad un **ambiente interno** (forza+debolezza) e ad un **ambiente esterno** (opportunità+rischi)

- **Punti di forza**: le attribuzioni del progetto che sono utili a raggiungere l'obiettivo.
- **Punti di debolezza**: le attribuzioni del progetto che sono dannose per raggiungere l'obiettivo.
- **Opportunità**: condizioni esterne che sono utili a raggiungere l'obiettivo.
- **Rischi**: condizioni esterne che potrebbero recare danni alla performance

- **Forza+Opportunità:** Priorità naturali che sono ovvie
- **Forza+Rischi:** Problematiche facili da difendere e da contrastare
- **Debolezze+Opportunità**: Opzioni potenzialmente interessanti
- **Debolezze+Rischi**: Situazioni potenzialmente ad alto rischio

BENCHMARK

Descrizione narrativa

- L'architettura informativa
- La facilità d'uso
- L'esperienza dell'utente
- La navigazione
- I contenuti in Home Page
- Il linguaggio
- L'organizzazione del contenuti
- I titoli
- I servizi
- L'aggiornamento

Descrivere narrativamente il progetto dei competitor aiuta a **razionalizzare i loro punti di forza, i punti di debolezza, a capire quali spunti prendere.**

- L'architettura informativa
- La facilità d'uso
- L'esperienza dell'utente
- La navigazione
- I contenuti in Home Page
- Il linguattio
- L'organizzazione del contenuti
- I titoli
- I servizi
- L'aggiornamento
- Il processo di aggiornamento

ANALISI DEI CONTENUTI

L'abisso che c'è fra la certezza che io ho della mia esistenza e il contenuto che tento di dare a questa sicurezza, non sarà mai colmato.

(Albert Camus, Il mito di Sisifo)

mercoledì 24 aprile 13

Ultimo passo prima di lavorare sull'architettura dell'informazione è quella dell'analisi dei miei contenuti.
Dopo aver definito gli obiettivi (perché? chi? cosa?) e fatto un'analisi dei competitor non ci resta che mettere sul tavolo i nostri contenuti.

- Pensando agli obiettivi riusciremo facilmente a decidere cosa vogliamo dire, come e cosa non può assolutamente mancare
- Se pensiamo di esserci dimenticati qualcosa possiamo sempre prendere in mano il benchmark e vedere cosa fanno gli altri

Contestualmente all'analisi dei contenuti può meritare un ulteriore lavoro attraverso la realizzazione di una **MAPPA CONCETTUALE** di navigazione del sito in modo da capire se è necessario mettere ulteriori elementi nel calderone dei nostri contenuti

STRUTTURAZIONE DELL’

ARCHITETTURA DELL’INFORMAZIONE

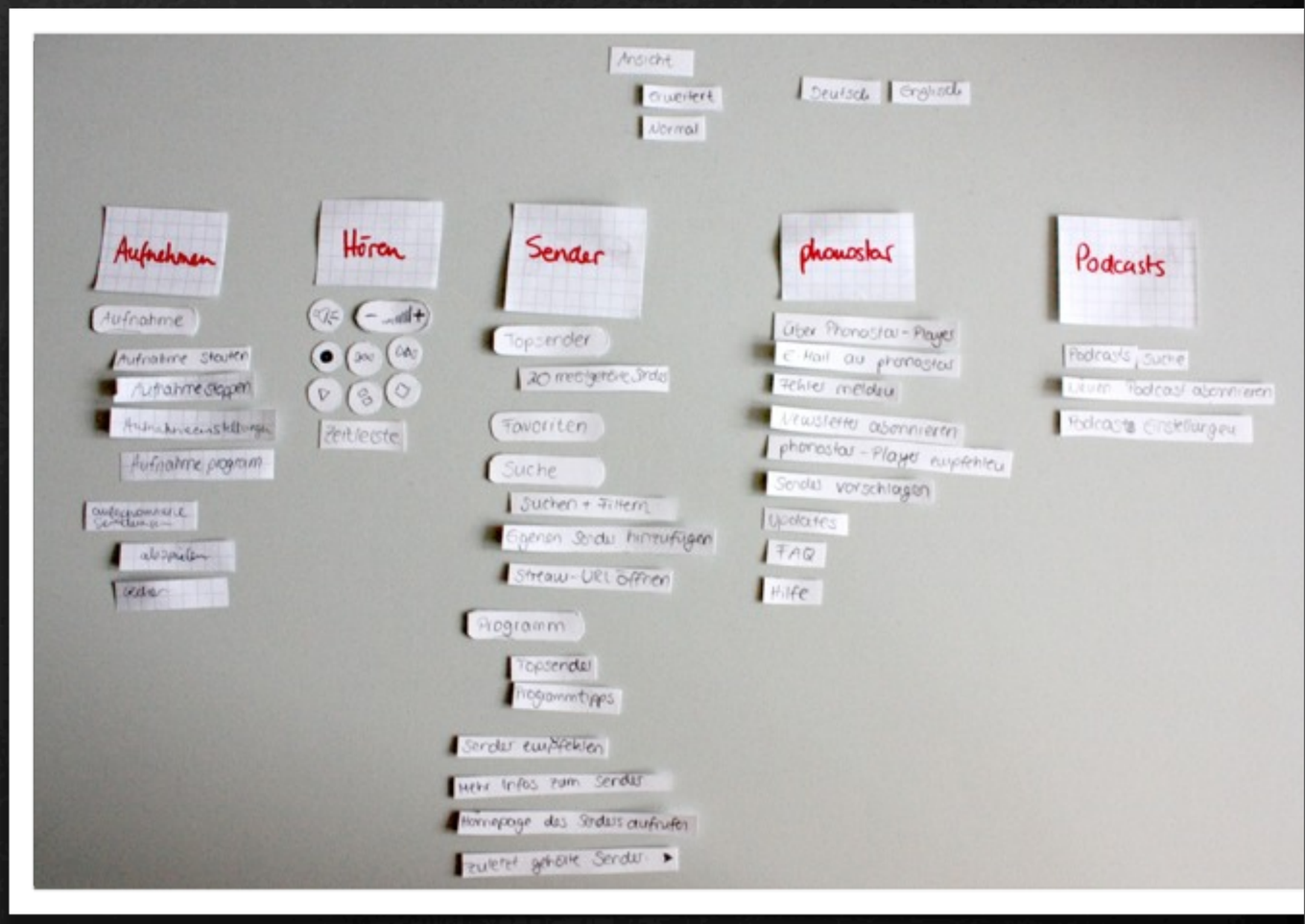
Concretizziamo il lavoro fatto fin qui!

CARD SORTING

Cos'è?

È un metodo di coinvolgimento degli utenti per definire raggruppamenti (classificazioni, categorizzazioni) di contenuti. Si scrive ogni contenuto su un cartoncino e si chiede a diversi utenti di classificarli per somiglianza.

Maurizio Boscarol http://www.usabile.it/332008.htm



mercoledì 24 aprile 13

Il CARD SORTING è un metodo per studiare l'organizzazione dei contenuti grazie alla partecipazione di utenti reali. Lo scopo è quello di comprendere le aspettative dell'utente e di conseguenza capire come strutturare il proprio sito, cosa inserire nella home page, come creare un menu di navigazione.

- Nel card sorting APERTO le categorie vengono definite dai partecipanti all'operazione
- Nel card sorting CHIUSO le categorie saranno preimpostate (es. se si parla di un sito esistente si potrebbe fare riferimento all'albero)

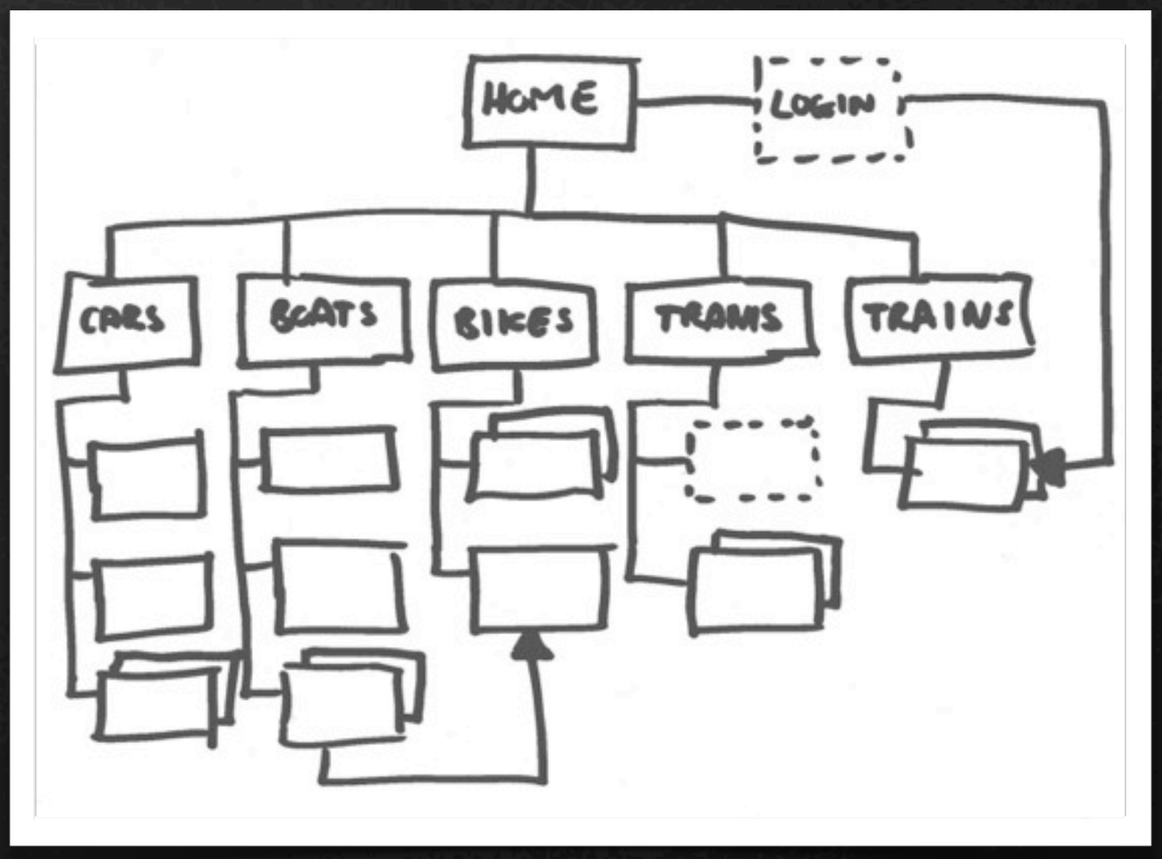
- Ordinamento per importanza
- Il linguaggio è importante! Attenzione a come si definiscono le categorie :)
- Il card sorting si usa tipicamente per progetti complessi, ma può aiutare anche farlo individualmente per chiarire le idee e procedere verso la progettazione dell'albero dei contenuti

ALBERO DEI CONTENUTI

Cos'é?

Con albero del sito si fa riferimento alla struttura delle sezioni ed ai livelli che dalla home scendono verso gli estremi terminali. Si tratta, normalmente, del primo disegno del sito. Individua le sezioni indispensabili, le parti interne di ogni sezione, le funzioni attive (ove presenti), le aree interattive, le zone informative.

Francesco De Francesco http://www.html.it/articoli/lalbero-dei-contenuti-1/

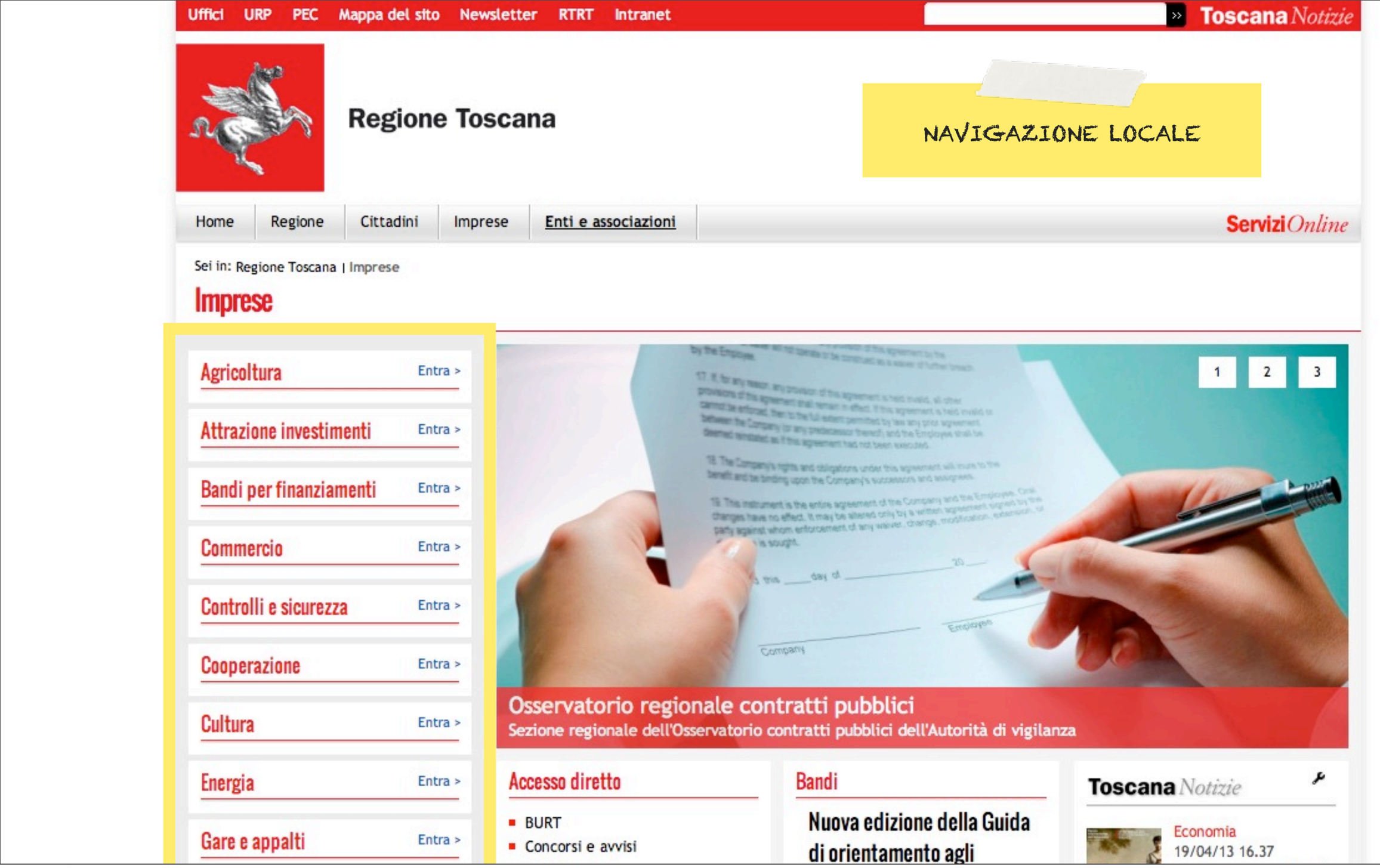


Per realizzare l'albero dei contenuti di un sito diventa fondamentale cominciare a immaginare il sito e i percorsi di navigazione che faranno gli utenti. Ci sono alcune cose da tenere ben in considerazione:

- Tipi di Navigazione
  - Fissa o principale (struttura globale delle informazioni)
  - Navigazione locale (informazioni di secondo livello)
  - Navigazione Contestuale (elementi collegati direttamente al contenuto in oggetto)
  - Navigazione di Servizio
- Elementi Persistenti
  - Collegamenti Social
  - Box di registrazione
  - Box per le news
  - Serach
- Altri aspetti
  - Inline Navigation es. WIKIPEDIA
  - Tag
  - Tabbed contents
  - Accordion

ALCUNI ELEMENTI

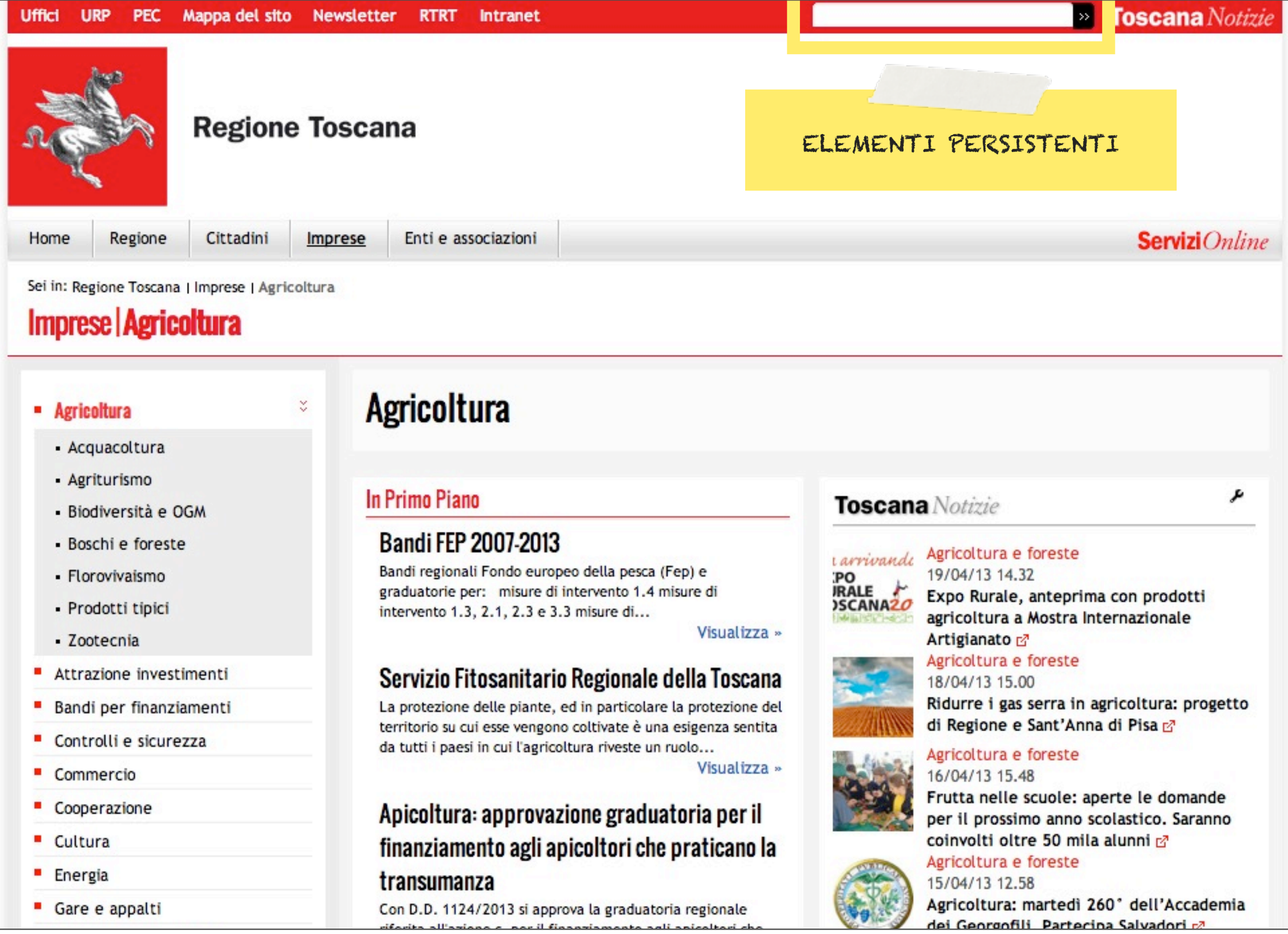
- Tipi di Navigazione
  - Fissa o principale (struttura globale delle informazioni)
  - Navigazione locale (informazioni di secondo livello)
  - Navigazione Contestuale (elementi collegati direttamente al contenuto in oggetto)
  - Navigazione di Servizio



- Tipi di Navigazione
  - Fissa o principale (struttura globale delle informazioni)
  - Navigazione locale (informazioni di secondo livello)
  - Navigazione Contestuale (elementi collegati direttamente al contenuto in oggetto)
  - Navigazione di Servizio

- Tipi di Navigazione
  - Fissa o principale (struttura globale delle informazioni)
  - Navigazione locale (informazioni di secondo livello)
  - Navigazione Contestuale (elementi collegati direttamente al contenuto in oggetto)
  - Navigazione di Servizio

- Tipi di Navigazione
  - Fissa o principale (struttura globale delle informazioni)
  - Navigazione locale (informazioni di secondo livello)
  - Navigazione Contestuale (elementi collegati direttamente al contenuto in oggetto)
  - Navigazione di Servizio



mercoledì 24 aprile 13

- Elementi Persistenti
  - Collegamenti Social
  - Box di registrazione
  - Box per le news
  - Serach

• Allegati dal n. 1 al n. 10

Bando per la misura 2.3

Asse 2: misura 2.3 - "Trasformazione e commercializ

INLINE NAVIGATION & ELEMENTS

Decreto dirigenziale n. 5975/2011
Allegati da 1 a 12 (.doc)

Bando per la misura 4.1

Asse 4: Misura 4.1 - Sviluppo sostenibile delle zone di pesca

Decreto n. 5064 del 26 Ottobre 2012 - Reg. (CE) n.1198/2006 - Fondo Europeo per la Pesca (FEP) 2007/2013 - Asse 4 - Misura 4.1 Sviluppo delle zone di pesca
Approvazione e pubblicazione PSL del GAC "Costa di Toscana"- Impegno risorse - Modifica graduatoria approvata con D.D. 2538/12.
Allegato A - PSL del GAC "Costa di Toscana"
Allegato B - Cartografia relativa al territorio interessato dal GAC
Allegato C - Graduatoria domande

-

Decreto dirigenziale n. 2538 del 14 Giugno 2012 - Decreto per la selezione del GAC "Costa di Toscana"
Allegato - Graduatoria domande SZ - FEP 2007/2013

Atto di costituzione del GAC
Cartografia relativa al territorio interessato dal GAC

-

Decreto dirigenziale n. 5413 del 30 novembre 2011
• Allegato I e allegati dal n. 1 al n. 4

Proroga del termine per la presentazione delle domande
Decreto dirigenziale n. 764 del 2 marzo 2012

- Altri aspetti
  - Inline Navigation es. WIKIPEDIA
  - Tag
  - Tabbed contents
  - Accordion

DESIGNER

EDITOR

SVILUPPATORE

PROGETTO DI

REALIZZAZIONE

PROJECT MANAGER

SOCIAL MEDIA MANAGER

Definizione degli OBIETTIVI

- Quale servizio sto offrendo/cosa voglio comunicare/vendere
- Chi è il mio terget, il mio pubblico

Grazie!

Francesco Terzini
Art Director @Fondazione Sistema Toscana

http://flavors.me/fterzini