

Con il fine di strutturare meglio le informazioni contenute all'interno dell'intervista, questa è stata divisa in capitoli. Ad ogni riga della tabella corrisponde un capitolo.

Nella colonna sinistra è riportata l'intervista, in quella di destra sono riportati il titolo del capitolo, che ne riassume il contenuto, e gli insights ricavati dal capitolo.

I colori mettono in relazione l'insight ricavato con il pezzo di intervista a cui fa riferimento. Per ogni capitolo, i colori fanno riferimento solo al capitolo specifico e sono indipendenti dagli altri.

<p>R</p> <p>Vorrei chiederti qual è il tuo ruolo del team di progetto e come hai contribuito al successo del progetto.</p>	<p>RUOLO</p>
<p>I</p> <p>Sono uno UX designer E lavoro in Coolshop da sei anni.</p>	
<p>I</p> <p>E come sono venuto a conoscenza del progetto? Partiamo letteralmente alle basi, noi di questo cliente Che vende principalmente sollevatori a livello industriale, quindi altri brand che ordinano e anche di sottobrand, quindi la multinazionale eccetera. Noi eravamo già fornitori di un applicativo da anni, che era un configuratore di cui avevo già trattato la UX. Poi il cliente Ha espresso l'esigenza di creare un portale poiché, avendo tanti brand che si univano, avevano i loro portali. Volevano un centro unificato per permettere a tutti i dealer dei propri brand di vendere i loro prodotti, però cercare di standardizzare il processo. Quindi il cliente ha indetto una gara. In questa fase sono stato coinvolto fin dall'inizio. E dove ha appunto esposto a più agenzie un brief. È stata fatta la gara. E abbiamo fatto la gara e che ha avuto varie fasi contro altre agenzie in cui abbiamo dato un'idea di quella che doveva essere una soluzione digitale. Con una bozza di SOW. dopo aver vinto quella fase Abbiamo organizzato un workshop iniziale per i setup, tutte le cose per far partire il progetto. Quindi, per concludere, io sono stato coinvolto per questo progetto, sia in una fase proprio di ideazione con gli analisti funzionali e con il developer Hero, cioè il capo tecnico. In quel caso era stata era stato creato un team. In una prima fase più ristretto, appunto, un Hero e un Jedi che è la forma che abbiamo chiamato in Coolshop come UX designer E ovviamente il CEO, che seguiva più al lato diciamo commerciale e Andava poi a siglare l'accordo finale.</p> <p>R</p> <p>Ok, molto bene. allora voi poi una volta che avete vinto la gara avete indetto un workshop con il quale correggimi se sbaglio tu in prima persona hai definito una definito una Buyer persona mi chiedevo. Prima di tutto, quali erano per te gli obiettivi di quel workshop E come capisci se Quel workshop ha avuto successo o meno</p> <p>I</p>	<p>FASE DI GARA</p> <p>Processo ideazione User Experience</p> <p>Strategia rapporti di lunga durata ha aiutato a progettare una migliore UX e vincere la gara</p> <p>Rapporto con Paladin e Hero</p> <p>Varie iterazioni per ottenere la soluzione ottimale</p>

Penso sia utile fare un passo indietro e vediamo come abbiamo affrontato prima la gara, che ha scopi diversi, obiettivi diversi e poi appunto, la fase iniziale, quella che dicevi tu il workshop per la progettazione e il plan di un progetto. Un'altra premessa che c'è da dire che questa gara era per un portale, per un prodotto che deve essere mantenuto negli anni ed è voluto quindi già magari come progetto fine a se stesso, va fatta un'impostazione più costruita, anche in ottica di continuare il rapporto con il cliente. Per questa fase di gara dove potevamo, diciamo, lo scopo era sapere che sapevamo costruire un portale, un'entità così grande questa fiducia l'abbiamo avuta anche perché ovviamente stessa ha presentato progetti di entità simile nel passato che abbiamo già affrontato ed eseguito, rilasciato come successo. non era una tipologia di lavoro nuova per noi. Quindi, in questa prima fase ci siamo Uniti, Queste quattro figure, hanno lasciato in questo caso la ideazione partita dal lato UX con il design thinking, quindi siamo partita dal design, sono Partito io da un'idea di cosa poteva essere il portale, ovviamente basandosi sulle best practice esistenti, quindi facendo un po di benchmark Che è una fase standard del lato della UX, ovviamente oltre a sfruttare gli utilizzatori finali, intervistarli fare varie attività con gli stakeholder, cioè i clienti che ci ordinano il prodotto C'è anche, ci sono anche delle fasi, ovviamente di ricerca di mercato, per portare al cliente le cose avanguardistiche che servono. Quindi abbiamo fatto, ho ideato un po di flussi E per la gara abbiamo deciso piuttosto che puntare su realizzare i visual, cioè l'immagine che va a rappresentare il sito che verrà costruito. Il visual serve a far vedere al cliente come verrà il prodotto finito, invece di ragionare come al solito, cioè dividendo magari il sito, la progettazione in varie sezioni Abbiamo approcciato partendo dalle persone, quindi dagli utilizzatori abbiamo definito le nostre macro persona già in fase di gara. Si chiamano Proto personas perché Le personas classiche vengono costruite tramite le interviste utente, cioè tu vai a parlare direttamente con l'utilizzatore finale e gli stakeholder. Serve il cliente chiede la fornitura di servizio e va a costruire e il bias è l'archetipo delle varie persone che utilizzeranno lo staff, così da cucire il software proprio attorno a una persona stessa. E poiché non avevamo interviste utente, abbiamo creato tre proto persona basate appunto sull'esperienza maturata con loro negli anni per il sito già fornito e loro indicazioni. Allora abbiamo ideato sei macro flussi che ci sembravano sia utili, ma sia magari innovatori, quindi abbiamo preparato prima quelli classici, cioè il processo di vendita di un oggetto, processo di fidelizzazione del cliente Quindi, che poi viene trattato nel portale tramite Sales Force come lead e quindi si può continuare tutto il processo di vendita. E questa erano quelli principali. Poi abbiamo pensato anche al lato di assistenza, ci siamo chiesti, cavolo a queste persone, cioè i lavoratori, i dealer che sono la nostra prima persona che sono i venditori che utilizzano questo

servizio, erano soliti a usare altri siti e quindi cavolo vengono buttati su un sito, non sempre, magari per logiche di tempo e di budget vengono fatti all'inizio del rilascio di un'APP, magari Le guide per gli utenti o una sezione di training, dato che non eravamo sicuro, sicuri che questa cosa avvenisse Abbiamo anche creato uno di questi flussi che ho progettato, era basato su Un'area generica dove poter sopperire a tutte le richieste dei dealer, quindi dove all'inizio abbiamo deciso di mettere innanzitutto tutte le risorse relative ai prodotti, cosicché i dealer non dovevano per forza configurare un oggetto da vendere, ma potevano andare in un'area solo di consultazione molto rapida tramite, ad esempio le tabelle dei filtri apposti per velocizzare la ricerca di questi materiali. E poi noi non volevamo solo puntare a dare un'assistenza tecnica agli utilizzatori, ma anche una panoramica riguardo tutto ciò che riguarda l'azienda quindi gli eventi legati all'azienda, i training, e quello che può riguardare un'azienda e far sì che la brand Identity venga condivisa e tramandata. Un'altra parte che abbiamo deciso di vagliare Altre agenzie che erano in competizione con noi non hanno curato, ma noi, forti dell'esperienza che hanno maturato col cliente, era stata quella di back Office, cioè basando delle stories, cioè delle user Journey, quindi sempre dei flussi utente, questa volta basati sulla sulla personas interna dell'azienda Cioè? Le persone che andavano poi che fanno il lavoro di manutenzione della casa madre e di assistenza agli altri dealer, quindi l'attività che potevano fare era ovviamente aggiornare il catalogo di prodotti, aiutare in certe configurazioni dealer E occuparsi di tutta la gestione back Office del sito, quindi abbiamo fatto delle stories anche un po più specifiche, un po pi. eye-catching passano il termine, non solo queste qua che sono standard di back Office, ma anche abbiamo ideato una dashboard di performance, quindi che andava a motivare e a monitorare il lavoro di un dealer, magari dalla casa madre, e poteva mostrare numero di opportunità aperte rispetto a numero di opportunità chiuse, quindi vendite. Quante configurazioni venivano fatte al giorno, Quanti contatti con un cliente Un dealer aveva fatto per far sì che mettere degli obiettivi per le dealership stesse e per dealership si intende un luogo fisico che ha più dealer, cioè venditori che vende Per la casa madre che magari dislocata in un'altro Stato. Ok, avendo ideato questi flussi avendoli ridiscussi internamente, Questa frase molto importante, dopo che ideati fossi design quindi esperienziale vanno contestualizzati sia a livello di budget e quindi di costi per sviluppare la soluzione della mia ideata e sia le riunioni a livello tecniche, cosa possiamo realizzare? E questa collaborazione è sempre stata fatta sia con una paladin, cioè il lato analista funzionale e di project management, e con i DEV per trovare una soluzione che si poteva far gola al cliente, Ma sì, potevamo realizzarla perché in queste gare Diciamo che si va sempre un po allo scoperto, nel senso magari non si sa se il fornitore, chi indice la gara ha priorità di budget oppure a parità

<p>di obiettivi, ma solitamente queste gare il Brief è molto vago e quindi in base all'Agenzia le soluzioni proposte magari differiscono molto. Quindi chi c'entra più gli obiettivi tra virgolette del cliente, Vince la commessa. E con questa prima fase, praticamente ovviamente non si fa tutto in una volta, magari per ogni flusso c'è stata una riunione, Prima tecnica col PALADIN e poi che abbiamo esposto al nostro CEO, che ovviamente avere l'ultima parola anche solo ad alto livello, si assicura che tutti i dipendenti al di sotto facciano un lavoro che vada bene, che Possa essere vendibile, che sia inattaccabile. Molti punti di vista. Eccetera eccetera.</p>	
<p>R Mi Sono perso un paio di punti: tu, esattamente come conoscevi che il dealer avrebbe utilizzato le dashboard, mentre le altre agenzie non lo sapevano?</p> <p>I non è che non lo sapeva, lo sapeva, ma magari non hanno mostrato particolarmente attenzione a quell'aspetto, si sono concentrati più su altri.</p> <p>R Quindi sono comunque informazioni che ha diffuso il cliente, quindi il portale dovrà seguire il dealer</p> <p>I Ovviamente, da una traccia che è molto vaga tu devi stare in quella traccia, perché ovviamente il rischio magari certe noi ovviamente siamo arrivati all'approccio di queste gare forti Dall'esperienza dei dei superiori che ne hanno fatte bizzeffe e quindi si quadra sempre, anche in base al cliente. Magari si via un po di più perché si sa più cosa. Ovviamente se il cliente Percepisce che che un fornitore lo possa comprendere meglio, sceglie Quello Un'altra cosa importante sono i costi Ovviamente, infatti, grazie della domanda, ora mi hai ricordato noi Non so, noi avevamo fatto un approccio proprio di offerta a tre livelli, un'offerta base che copriva, secondo noi il minimo per lanciare un prodotto in quelle richieste. Una soluzione con all'interno, più funzionalità stesse e poi una soluzione molto shiny, molto importante. Noi ci siamo anche concentrati Tanto anche questo non è apparso mai nei visual, ma c'è anche una parte di presentazione nel quale noi abbiamo puntato molto sul mantenimento e lo sviluppo del portale. Le evoluzioni future. Forse questo ha premiato, sicuramente premiato.</p> <p>R E altro punto è. Nel processo che mi hai descritto? L'idea quindi è che inizi il primo passo, lo fai tu.</p> <p>I</p>	<p>APPROCCIO SPERIMENTALE</p> <p>Offerta a più livelli con budget diversi</p> <p>Approccio sperimentale che lascia maggiore spazio alla UX</p> <p>Utilizzo di Wireframes per lavorare in modo più snello</p>

Sì in questo caso è stato fatto così appunto è stato sperimentato un approccio più lato UX, design, che sapevamo che al cliente piaceva. Io lavoravo da anni al progetto, quindi c'era abbastanza una trustness. Però solitamente viene approcciato in modo diverso. il processo più standard è che gli analisti funzionali, quindi lato tecnico developers Soprattutto quelli ad alto livello, quindi ruoli più alti dell'azienda che ovviamente lo fanno loro che hanno più responsabilità, più maturità, eccetera. Solitamente invece, c'è un giro primordiale fatto da loro, dove gli vengono un po' di idee e dicono al designer, OK, questo sarebbe più o meno le cose che vogliamo fare tu falle nel modo migliore possibile per l'utente eccetera, quindi solitamente ci sono più paletti. Questa volta è stata approcciata più così.

R

E quali dei due metodi tra i più efficaci?

I

Penso che Sinceramente dipenda da cliente a cliente, da progetto a progetto, sia più efficace una strategia rispetto all'altro, cioè sicuramente dei contenitori possono solo aiutare, per non sprecare il lavoro al designer. Ad esempio a volte abbiamo un un approccio a un cliente o una soluzione ancor prima di approcciarsi alla progettazione, quindi proprio scelte di alto livello che solitamente prende il lato commerciale. Il lato manageriale vero e proprio, che in questo caso è il nostro CEO.

R

Ah, perché poi quello che mi viene da pensare che in questi casi questa metodologia mi viene in mente che poi potrebbe portare a varie modifiche, poi anche alla UX, ai visual dovuti al fatto che dal comparto tecnico ti dicono però vedi che non tutto di questo lo possiamo fare, vedi questo va aggiustato. Ti ritrovi in questo?

I

Sì, ma per questa cosa che hai sollevato c'è Una soluzione standard metodologica che spesso, quando c'è tempo approcciamo, è che in questo caso è stata utilizzata Eh. al posto di far sì che il designer parta a disegnare i visual, cioè subito la roba finale della sua idea, senza nessun contraddittorio ovviamente così porta a dei problemi perchè magari lo Jedi lavora due settimane a 10 visual e sono tutti sbagliati, sono fuori dal perimetro, magari eccetera. No? La prima fase che si è definita insieme è stata progettata, può essere fatta coi wireframe, Con i blog Frame ti dirò le cose o con i flussi. Semplicemente quindi nella prima fase ci siamo messi carta e penna a disegnare i flussi, utenti basic. Disegni il lato funzionale e quindi sono semplicemente dei quadrati. L'utente atterra al login page si logga, atterra in homepage, va sul catalogo, va sulla pagina prodotto e va sul carrello e ultimo il

<p>afflusso. Questo lavoro, ovviamente è molto più veloce, si tratta di fare dei box però, riesce a tracciare ad alto livello il path dell'utente e quindi a dire, OK, questo flusso ha senso, puoi disegnarlo così, magari ne ho proposti di 10 flussi, anzi 15 e da quei 15 quelli che hanno reputato sensato sono stati sei.</p> <p>R</p> <p>Molto chiaro e se vuoi continuare ancora</p> <p>I</p> <p>Eh c'è anche la fase della consegna, cioè finiamo la fase di gara, fase di gara, poi appunto ho preparato i vari visual sui flussi già approvati, così non magari comprensioni non si arriva come dici tu dopo una settimana Con idee diverse in testa, quindi Innanzitutto per ridurre l'errore più ci sono Checkpoint intermedi più arrivi preparato, il lavoro è meglio e c'è più collaborazione, quindi ci sono meno errori quando c'è un confronto Più frequente. quindi dopo aver disegnato i visual, approvati da tutti i dipartimenti, ho avuto l'approvazione finale del CEO I paladini, in questo caso hanno insieme al CEO e lo strategies hanno creato la presentazione proprio di gara. Questa presentazione cosa c'è? Ed è abbastanza standard c'è una prima parte dove viene presentata l'azienda 5 6 slide su chi è Coolshop e cosa si è fatto Poi c'è un tot di slide sulla soluzione tecnica E quindi, quali linguaggi di programmazione, quali sistemi integrator, quale database si utilizzerà o ci si dovrà connettere e integrare? E poi la parte delle varie soluzioni, quindi le personas, poi i flussi che ho disegnato e infine ovviamente la parte di costi e le tre soluzioni in base al budget. Da lì poi ho aspettato circa un mese per avere la risposta finale. Probabilmente ci sono state Degli altri scambi tra cliente e fornitore, cioè noi, a cui però proprio a livello commerciale, che vedono solo i CEO di azienda. Ci è arrivata La risposta e siamo stati selezionati, ci hanno fatti i complimenti e La conferma era ovviamente del lavoro a un anno, ossia consegnare la prima versione di questo portale entro un anno. E rilasciarla entro una data perché il cliente aveva esigenza anche di esporla a un palco importante</p>	
<p>I</p> <p>La prima cosa che ci è stata chiesta di fare, ma solitamente che facciamo quando sigliamo un nuovo Contratto con un cliente, anzi, a volte anche prima, ovviamente nella fase di briefing, spiegazione eccetera, abbiamo ideato un workshop I workshop possono essere di più tipo Eh, quasi sempre in Coolshop Noi li facciamo a livello funzionale E di sviluppo. Cioè dopo aver vinto la gara con il SOW già scritto, si va a ridefinire meglio cosa sarà sviluppato, che prodotto verrà rilasciato, quindi si vanno a mettere i puntini sulle i E soprattutto in questo workshop è stata fatta la fase anche di planning, la suddivisione di come questo lavoro verrà fatto. Noi con questo cliente In particolare usiamo metodo che spesso usiamo, in Coolshop è un</p>	<p>WORKSHOP</p> <p>Collaborazione con le risorse messe a disposizione da CMCO per realizzare insieme la soluzione</p> <p>Valutazione positiva della collaborazione</p> <p>Molto importante tenere conto della UX in fase di Workshop perché è ciò di cui il cliente si lamenta maggiormente</p> <p>Progetto precedente ha avuto continue richieste di cambio</p>

Agile mischiato ad waterfall. Per cercare di prendere il meglio di entrambe le metodologie o comunque per il cliente che abbiamo si adatta meglio

R

Puoi continuare con il Workshop?

I

OK. Il workshop questa volta Allora è stato fatto metà e metà, cioè l'esigenza del cliente, anche nostra, perché qua gli attori è sono più il cliente, ma anche noi come fornitori, come ci tuteliamo e come chiariamo bene al cliente cosa avrà tra un mese, cosa avrà la 12 mesi, eccetera. E quindi è stato meta sul design, dove abbiamo siamo andati a rivedere i flussi che avevo proposto E altri siamo andati a cambiare delle cose più insieme. Prima una fase di presentazione, raccolta feedback, i primi giorni e gli ultimi giorni. E stata una fase di CO-design dove proprio ci mettevamo con anche i vari referenti, perché magari No, in gara abbiamo. proposito, quell'area Dove c'erano tutte le risorse, l'aiuto per l'utente. e lì c'era il referente proprio del customer care. che aveva voce in capitolo su questo. Poi c'erano i referenti del marketing e volevano anche loro il dettaglio di come quella parte fosse sviluppata. Quindi questi quattro giorni, appunto, c'è stata la valutazione di user story, validazione della sitemap validazione anche di certe label, banalmente una sezione del marketing lavorano chiamare perché il marketing attento al copy. c'erano davvero tanti team, tante esigenze, obiettivo ovviamente. L'obiettivo massimo era quello di raggiungere un punto di incontro, rispetto a tutti i dipartimenti eccetera. Non è mai facile.

R

Eh, secondo te, proprio come impostazione del workshop, quindi c'erano tutta questa gente Siete riusciti a catturare le informazioni che erano necessario oppure pensi che impostato in un modo diverso avrebbe funzionato meglio?

I

Secondo me è andata abbastanza bene, siamo riusciti a dare spazio a ogni dipartimento, quindi magari c'era un giorno intero solo per il marketing, Si affrontavano i vari touchpoint che loro toccavano, i sistemi di caricamento delle News i primi giorni magari è stata prestata particolare attenzione al loro personale tecnico che si interfacciava con nostro, cioè i vari accessi ai database, il sistem integrator, i nuovi configuratori eccetera. E siamo riusciti comunque a coprire tutto quello che era perché abbiamo avuto 5 giorni e tra l'altro Noi avevamo vinto la gara Ma il SOW non era firmato, praticamente è stata una prova. E alla fine del workshop è stato firmato. Inoltre avevamo paura di non aver tempo per riuscire a portarci a casa tutta, anche loro, e sono state fatte delle riunioni in parallelo. Magari io ho fatto

UX perché non è stata progettata insieme al cliente da subito

<p>una sessione da solo con il responsabile della UX lato cliente Ovviamente il referente che deve approvare a noi come provider, se ti dice no, è no E quindi anche con queste sessioni è stato secondo me molto utile e molto importante dare uno spazio alla UX anche in questa fase di workshop che impatta maggiormente sul cliente perchè è la cosa che vede di più la cosa che vede prima è la prima cosa, la cosa su cui si lamenta di più. E riuscire a smarcare o comunque rendere chiaro certi aspetti della UX In questa fase di workshop è fondamentale perché si è visto anche come a differenza del progetto che hanno affrontato prima con lo stesso cliente in cui all'inizio non è stato speso budget Lato cliente Anche se fortemente raccomandato Da noi Coolshop e quindi cosa è successo con L'altro progetto, è stato rilasciato in un modo E ha avuto continue richieste di modifiche poiché non è stato progettato bene all'inizio, ma quando un sistema in piedi, un sistema appunto di questa entità, allora muove anche i processi interni. Per questo è importante cercare di tracciare e avere ben chiari, almeno ad alto livello, i processi, così da risparmiare tempo e fornire l'esperienza migliore sia per l'utilizzatore finale che il cliente. E ti stavo dicendo invece altri tipi di workshop Vengono fatti più lato funzionale, mi spiegano come connetterci con questi sistemi, questa è l'area questo e sono le aree agisci in questo perimetro. Sono due approcci che hanno vantaggi e svantaggi.</p>	
<p>R Ma quindi la maggior parte del tuo lavoro poi si concentra pre o post workshop</p> <p>I Quindi questo siamo riusciti a planare n cose. Abbiamo poi fissato Delle ulteriori riunioni 2 3 di riunioni per chiudere le ultime cose che non siamo riusciti in workshop perchè l'owner del progetto ci teneva molto, ma le abbiamo sistemate. E io, praticamente in questo progetto, prima di iniziare l'esecuzione avevo disegnato quasi tutti i visual, nel senso era già stato saldato 70% dell'esperienza. Cioè i flussi base visual base, eccetera. E poi nella divisione dei rilasci, all'inizio di ogni release preparavo i visual che mi mancavano Quindi se Diciamo per questo progetto 40% del mio tempo è stato sfruttato. Fino alla fine del workshop, il resto è stato appunto produzione di visual wave per wave, con una calma diversa, quindi con un'attenzione diversa. E quindi per ogni release rispetto all'idea che si fatti un anno prima, si può andare a correggere Certe cose o adattare in base ai limiti tecnici o cose che non eravamo riusciti Che spuntano fuori perché l'analisi non è stata abbastanza approfondita, ma il cliente non paga mai troppo le analisi, quindi succede Più cose riesci a fissare. E rendere chiaro cliente più si lavora meglio Questo poi quello che ho visto io dalla mia campana, la mia rispettiva. Inoltre per</p>	<p>CHANGE REQUEST Processo di lavoro CR Lo Jedi viene chiamato se il lavoro è più lungo Il cliente va convinto della soluzione UX</p>

questo progetto abbiamo fatto abbiamo aggiunto con i Paladin Abbiamo fatto varie retrospettive, sia retrospettiva in fase di gara. Cosa si poteva fare meglio? Cosa si poteva fare peggio? Dando voce a tutti i dipartimenti di come si sono trovati in questo approccio, dato che era una cosa nuova. Stessa cosa è stata fatta per il workshop Dove poi abbiamo utilizzato Miro appunto per tracciarlo e migliorarsi in attività, in attività, soprattutto se si è fatta una stessa attività. La volta dopo si possono raccogliere e andare a ripescare questi insights. Inoltre, poi mensilmente con il paladin sono fatte le riunioni di lo staffing in primis che serviva per il mese dopo da dedicare ai visual della Release che sarà e magari una cosa che dimenticavo c'è anche parallelamente allo sviluppo delle release già plannate, c'è la gestione delle CR. Cioè il cliente aveva approvato il funzionamento di un componente di una pagina Sia lato visual sia lato functional design che quello che a noi fornitori serve nel contratto, poi il cliente poi si accorge O nota che il comportamento di una pagina di un componente non è come lo voleva o come Pensa che l'utilizzatore finale dei nostri usi e quindi chiede le modifiche che che sono prese in carica e poi rilasciate così da far partire due flussi paralleli, cioè il flusso di sviluppo e di rilascio più le CR che sono dei miglioramenti. OK l'abbiamo fatto così però potremmo migliorarlo ancora, così puoi proporci una soluzione.

R

In genere quando c'è un discorso di CR, vi spiegano anche il motivo per cui loro dicono Ok, bisogna cambiare questo.

I

Solitamente arriva il paladin con la CR. Noi designer spesso la CR magari è scritta come una User story, quindi già definita

Noi come design che mi chiediamo sempre ma ha detto solo questo questa soluzione, ma perché questa soluzione alla base del designer e farsi le domande su tutto. Cose per cui Magari il Paladin non chiede perché è concentrato su altri aspetti, quelli funzionali, quelli di budget eccetera E quindi magari riandiamo a fare la domanda o chiediamo di partecipare a una call ad hoc, Se la feature è veramente importante o si risolve con una breve chiamata. Eccetera. Per questo progetto, ovviamente le fasi iniziali la gara, non ha avuto in sé un confronto abbiamo avuto più step interni Con il cliente del tipo "abbiamo fatto questo" e loro ci davano opinioni molto larghe. Ah, mi piacerebbe, questo è così. Comunque la nostra offerta Siamo andati a cambiare nel tempo. Poi la presentazione in sé di gara è stata fatta come sempre, dal nostro CEO Poi altre presentazioni intermedie, solitamente si occupano in paladin E poi per il workshop ovviamente partecipare E ho presentato non solo In ottica di ospite che risponde oltre aver ideato certi giorni ho proprio presentato e tenuto certe attività ed ero responsabile io Se non ottenevo risposte che volevo Ho avuto molta

pressione, mi è stato molto soddisfacente perché è andato bene anche il cliente stesso ha fatto i complimenti per il lavoro a tutti. Successivamente certe fasi. Di Codesign per chiudere appunto e visual sono state fatte e poi nelle Wave successive il Paladin si è occupato appunto di ricevere queste CR evolutive. Se le CR non occupa solo pochi giorni ed è magari un lavoro più impostato, un nuovo feature, viene coinvolto attivamente, il jedi appunto. Nella fase di design

R

Sei sempre d'accordo sulle richieste che ti fa il cliente è una roba che si accetta facilmente una roba su cui si dibatte molto?

Il cliente vi dà carta bianca su quello che volete fare e quindi si fida molto di voi, oppure una roba che si tiene stretta? Su questo progetto hanno un referente lato design. In questo caso l'owner di questo progetto era anche lui un designer

I

E in questo caso il tipo di cliente era molto esigente lato micro-UX, colore, grandezza del bottone, cose così. A volte su processi che loro giustamente sono abituati a svolgere. Quindi io ti vorrei trattare Le cose in maniera separata. Per questo progetto in sé, non è stato troppo difficile gestire le richieste cliente non è stato molto... Il cliente non si fida mai al 100%. In questo settore il design è sempre un argomento opinabile. C'è da dire che in Coolshop noi lavoriamo spesso con un brand, grandi già esistenti. Quindi anche hanno una UI are già definita e quindi su quel lato c'è poco da disquisire, ma in generale sulla non si discute mai, sulla XX sui processi interni spesso si discute. Viene presa in base alla richiesta, se è una richiesta Sensata lato nostro, ci troviamo una motivazione tecnica o di processo interno, Ovviamente si va ad indagare, a fare di tutto per adattarla meglio. Ovviamente se è completamente sbagliata, noi cerchiamo sempre di proporre una soluzione più adeguata, anche se il cliente si impunta. Si propone, si trova un punto di incontro, quasi sempre si trova un punto d'incontro. A volte è capitato che non si trovi e si deve fare escalation. Quindi si chiede ai superiori un loro parere, esponendo tutti i fatti. Comunque abbastanza degli standard di processo per gestire anche il cliente capriccioso. sì abbiamo delle nostre tattiche interne. Come questa che ha annunciato, si prova a venire incontro con 1 2 prove, se è sensato, ovviamente E sennò si fa escalation e quindi viene gestito in un'altro modo.

R

Però non mi chiaro il perché se il cliente paga per avere proposte di UX, Perché non affidarsi?

I

Penso che sia una cosa abbastanza umana. Nonostante sì, ci si affidi a dei professionisti, dato che il prodotto e loro e pagano

<p>loro vogliono che sia simile alla loro visione sennò chiederebbero qualcos'altro, o magari hanno delle convinzioni, ma non è il loro lavoro e quindi spesso raccontandogli e spiegandole il cliente si convince, soprattutto se sulla UX.</p> <p>R</p> <p>E qual è invece il vantaggio Lato nostro secondo te di dire di trovare un accordo tra le parti invece di dire OK, allora facciamo come volete voi.</p> <p>I</p> <p>Praticamente il gestire una criticità e penso faccia parte del lavoro, anche dei singoli, di tutti i giorni. Micro criticità si deve trovare sempre una soluzione. Quindi una fase un po più di scouting maggiori nella reperibilità delle informazioni.</p>	
<p>R</p> <p>Quindi come jedi, voi avete probabilmente le figure che hanno le mani su più progetti diversi. Mi chiedo se capita spesso che magari in particolari periodi ci sono troppe richieste dei progetti E quindi se poi effettivamente ci sono mai occasioni in cui dovete scegliere, tra i quali progetti dovete dare priorità, come si decide?</p> <p>I</p> <p>Allora, C'è da dire che in questo in questa azienda siamo solo due designer Nei progetti. Allora Entrambe le figure seguono più progetti. Poi questo dipende anche dal cliente Eh, che ci sono certi lavori che richiedono Un designer full time per dare supporto al progetto, questo è capitato solo con i clienti di Dubai Però è capitato e se il progetto lo richiede ovviamente Viene fatto questo approccio. Comunque, come viene fatto, noi mensilmente facciamo un un planning, uno staffing dei jedi, quindi il responsabile del settore design, prende in carico le richieste dei paladin E quindi sappiamo più o meno nel mese successivo, cosa ci sarà da consegnare, da fare, quanti saranno i progetti, quali saranno le due dates, eccetera. Abbiamo i progetti divisi abbastanza per cliente, ma ovviamente ogni settimana entra una gara nuova, entra un progetto nuovo, entra una presentazione nuova, un piccolo aiuto era un progetto di cui non si è allocato. Allora noi Facciamo anche uno staff settimanale E ovviamente durante la settimana ci sono delle criticità Si vanno a gestire. Tu dici, ci può essere un'occasione che N progetti abbiano bisogno di un Di del materiale di design assieme. Come si fa? Solitamente non accade dal giorno alla notte se non cose piccole, quindi magari un aiuto di una giornata, un'emergenza eccetera. Quelle vengono gestite. C'è già lo staff del planning della settimana e cosa si fa, si chiede al paladin dell'altro progetto se si può spostare di un giorno la consegna dell'altro e quindi si riesce a far entrare un progetto? Questo è per i progetti lampo, magari piccoli. In generale, invece, progetti più grassi che hanno una locazione Di facciamo</p>	<p>ALLOCAZIONE SUI PROGETTI</p> <p>Planning basato su richieste mensili dei Paladin</p> <p>Jedi si mantengono flessibili per eventuali richieste lampo</p>

<p>N settimane Jedi viene fatto veramente una stima di quanto serve per il suddetto task. E in base al peso di ogni task, andiamo a disporre nella settimana in concomitanza delle varie due date. Non dico solo la fine del progetto, ma tutti i punti intermedi che ci sono.</p>	
<p>R Capita mai di avere differenza tra ciò che è presentato al cliente nei visuals e ciò che è presente nell'applicativo?</p> <p>I C'è un'attività, questa standard, che la quality Assurance fatta o da analisi funzionali o da dei Jedi in base alla Sensibilità sull'argomento, che praticamente è un controllo uno ad uno le codice rispetto al ai design proposto al cliente. E ci sono anche dei sistemi automatici che ora tra l'altro vogliamo includere con vari paladin Per proprio andare a fare un controllo dei CS, eccetera automatizzato montato sui server, che non trovi la differenziali della stessa dello stesso componente in un punto non può essere lo stesso in un'altro. Aggiungo delle cose su Di cose che sono andate Molto bene, o meglio rispetto Gli altri progetti. Mi Sono dimenticato di dirti che questo è stato non il primo ma un'altro progetto. Lato design approcciato comunque come un prodotto, quindi, come già detto, che doveva evolversi, ma quindi si fa un prodotto digitale Sono andato prima del workshop E durante poi a definire un design system, un design system è l'insieme dei vari componenti di UI, vanno a comporre le pagine e quindi a costruire il design di Tutte le tabelle, tutte le liste, tutti i pulsanti, tutte le grandezze dei font. Qual è il vantaggio di questa cosa? Per progetti così grandi è che andiamo a standardizzare certe cose, cosicché uno serve per l'utente, per dargli coesione, consistenza. Se ritrovo uno stesso comportamento anche in una pagina nuova, sa come utilizzare quel componente è abituato. Non è spaventato perché in ogni sezione ci deve essere un pattern diverso, un flusso diverso, si va a standardizzare, crea dei modelli molto semplici per quello che ha apprezzato. E anche poi per gli sviluppo successivi, Avendo un design system che può essere comunque aggiornato e quindi se si aggiorna un pulsante poi si aggiorna in tutto applicativo e anche lo sviluppo è stato fatto così, sono quelle cose che permettono di rende camaleontico il progetto, SVECCHIARSI. Sono molto soddisfatto di come l'ho seguito, è stato impostato da tutti i membri del team, anche il cliente ed è per me è una succes case history come tanti.</p>	<p>System Design permette di rendere più efficiente sia il lavoro della UX che tecnico</p>
<p>R Eh l'ultima domanda. Avevi parlato un po delle retrospective. Le hai trovate utili in questo progetto ma anche negli altri e non credo che se ne facciano, ma se pensi che possano essere anche utili dei One to One con Paladin e Hero.</p>	<p>RETROSPECTIVE In fase di gara Durante l'esecuzione del progetto Utili per coordinarsi sull'esecuzione del progetto</p>

I

Sì, infatti li facevamo mensilmente. questa qua era in primis era una retrospective, Sulla cosa si poteva migliorare lato jedi cliente e jedi paladin.

R

Effettivamente li trovi funzionali, questi retrospective

I

Funzionale, se poi sono rispettate o si impara qualcosa dalla retrospettiva stessa.

R

E pensi che ciò accada frequentemente?

I

Io in maniera personale ne ho fatto solo per questo progetto E poi un'altra per una gara che si è svolta utile quando ci sarà un'altra gara e con le persone che hanno partecipato lì è stato utile perché le gare sono sempre molto di fretta, cioè poco tempo. Molte figure devono essere coinvolte, magari sono 5 giorni per preparare una proposta, la presentazione, ma anche un FD blando, ma anche tutti i visual, ma anche tutta la strategia, eccetera. E quindi ho fatto una retrospettiva, appunto con tutte queste figure. E quindi è stata fatta una retrospettiva, penso sia stata utile perché anche nelle gare successive che abbiamo affrontato certe incomprensioni e certi errori, non li abbiamo ripetuti. Ovviamente non è scienza perfetta, magari da un'altra migliora di un tot, però l'importante è sempre migliorare. E che tutti lavorino. quelle del progetto le ho fatto e sono andate bene, però eravamo in 3. penso che siano più utili quando ci sono più figure, cioè quelle sono utili, magari vanno a migliorare il rapporto lavorativo ed efficiente One to One Sono state utili per quel progetto e per quel Paladin e Per quel cliente sì. Ma non le ho mai fatte in altri progetti, magari per mancanza di budget o altro No, però possono essere utili davvero per cogliere Più sfumature certe informazioni in più dal cliente, vedere un po anche l'andamento del team sul progetto, così anche magari jedi ha la sensibilità, è un momento per Premere di più oppure per rilasciare un po per tenere di più e spingere più su soluzioni funzionali e belle, oppure tenerci più a freno perchè magari ci sono delle scadenze