



POR Puglia FESR FSE 2014-2020 – Sub-Azione 1.4.b

INNOLABS

SOSTEGNO ALLA CREAZIONE DI SOLUZIONI INNOVATIVE FINALIZZATE A SPECIFICI PROBLEMI DI RILEVANZA SOCIALE

Progetto IM.P.A.C.T.

(Immersive technologies to Promote Apulian Cultural heritage and Territory)
Tecnologie immersive per la promozione del patrimonio culturale e dei territori pugliesi

DELIVERABLE D9

Modello di Monitoraggio

Associazione Temporanea di Scopo:

HGV Italia Srl – Capofila

Archeologica Srl - Partner

Cassandro Srl - Partner

Meeting Planner Srl - Partner

Never Before Italia Srl - Partner

Romano Exhibit Srl - Partner

Solutiongroups Srl - Partner

Solutions Plus Srl - Partner

Università degli Studi di Foggia – Organismo di Ricerca

Sommario

1. LA MODELLAZIONE	3
1.1. PREMESSA	3
1.2. METODOLOGIA	3
1.2.1. Le fasi dell'esperienza del fruitore finale	4
1.2.2. La Mappa della storia del fruitore finale	4
1.3. IL MODELLO DI MONITORAGGIO	4
1.3.1. Il contesto e il target	5
1.3.2. Rilevazione di base	5
1.3.3. Mappa di rilevazione (allegato Excel)	5
2. QUESTIONARIO FEEDBACK POST-ESPERIENZA UTENTE	7

1. La modellazione

1.1. Premessa

Il presente documento di lavoro mira ad intervenire con metodologia e strumenti a supporto dello sviluppo futuro del progetto IMPACT.

Le aziende, piccole e grandi, per essere competitive oggi devono innovare e devono farlo con un approccio creativo incentrato sulla persona, sui suoi sogni e sui suoi bisogni, con un nuovo **approccio design-driven che vive all'incrocio tra empatia, strategia e prototipazione**. Comprendere, in modo agile e profondo, cosa sia rilevante per l'utente finale e cosa sia rilevante per l'azienda, per poi sperimentare sul campo. Quindi, partendo dai bisogni delle persone si arriva a soluzioni innovative che sono desiderabili, finanziariamente sostenibili ed applicabili da un punto di vista tecnico. Il beneficio dato dal coinvolgimento delle persone (stakeholder) nella co-progettazione, è il senso di appartenenza che si innesca nel progetto, che accresce anche l'efficacia dei processi di sviluppo dell'idea.

La co-progettazione come sfida e come opportunità: proprio dove riesce a disegnare geometrie variabili e margini inclusivi, aperti ad altri soggetti, si presenta come possibile piattaforma per promuovere nuove alleanze tra competenze e sapere, tra impresa e territorio.

A causa della pandemia Covid-19, il modello è stato progettato in parte "on desk" e in parte con l'esperienza diretta dei partners di progetto e degli utenti finali; infatti, la situazione pandemica ha limitato notevolmente la fase di co-progettazione del modello e la sua applicazione su un pubblico reale di fruitori. Il modello unico di monitoraggio realizzato si riferisce comunque alla sperimentazione nelle comunità così come definito nel progetto iniziale e, quindi, antecedente alla pandemia Covid-19.

Queste attività si sono svolte nei mesi di Novembre 2020 e di Dicembre 2020 e ciascuna risorsa impiegata nel progetto ha identificato gli elementi più importanti da far esaminare dal modello unico di monitoraggio.

1.2. Metodologia

Il "**Modello di monitoraggio**" oggetto di questo documento, attiene nello specifico "sperimentazione nelle comunità" così come definita nel progetto iniziale (pre Covid). La situazione pandemica, ha purtroppo limitato il processo di co-progettazione del modello di monitoraggio, ma anche la sua concreta applicazione su un pubblico reale di fruitori.

Questa situazione ha comportato la necessità di progettare il modello in parte "on desk" e in parte con l'esperienza diretta dei partner di progetto e utenti finali. L'approccio generale fa riferimento alle metodologie del co-progettazione e della valutazione del prototipo attraverso la convalida della effettiva rispondenza ai bisogni dei fruitori finali.

Il modello si sostanzia in un costrutto basato sulla sequenza temporale dell'esperienza nel prima, durante e dopo. In ogni fase temporale vengono dettagliate azioni, touchpoint, stati d'animo/emozioni, criticità e positività, per ogni utilizzatore o almeno per tipologia.

Lo strumento nella sua utilizzazione necessita di un team di osservazione composto da almeno due persone, di cui una coordina monitoraggio e l'altra osserva e annota nel canvas di monitoraggio, gli aspetti rilevanti di quanto sta avvenendo.

Il prodotto di ogni monitoraggio è una **mappa della storia dell'utente** che rappresenta azioni con diversa granularità: dalle azioni più generali ai passaggi e dettagli più specifici.

1.2.1. Le fasi dell'esperienza del fruitore finale

Il personale della Meeting Planner, responsabile dell'attività, e degli altri partner e Utenti finali coinvolti nel progetto IM.P.A.C.T. hanno definito il modello unico di monitoraggio delle attività per la fruizione del prodotto e il questionario di indagine da somministrare all'utente, analizzando attentamente i seguenti aspetti:

- l'impatto complessivo dell'allestimento,
- la fase di accoglienza nella struttura,
- la fase di pre-esperienza dell'utente,
- la fase esperienziale nel prototipo,
- la fase post-esperienziale.

L'approccio generale del modello di monitoraggio fa riferimento alle metodologie della co-progettazione e della valutazione del prototipo attraverso la convalida dell'effettiva rispondenza ai bisogni dei fruitori finali.

Inizialmente sarà indispensabile definire il contesto e il luogo in cui si svolgerà l'esperienza nonché la tipologia di utenti potenziali e le motivazioni dell'utente (target utente). Il target di indagine potrà essere casuale oppure definito prima (target specifico) e la scelta del target potrà dipendere da diversi fattori quali ad esempio gli obiettivi dell'indagine e il contesto in cui quest'ultima avverrà.

1.2.2. La Mappa della storia del fruitore finale

Un primo livello di definizione della mappa avverrà in modalità back office sulla base degli elementi di contesto e del target che vivrà l'esperienza; successivamente occorrerà raccogliere informazioni sulla persona che vivrà l'esperienza (nome, età, occupazione, interessi...). Per ogni fruitore il modello di monitoraggio osserverà dettagliate azioni, touch point, stati d'animo/emozioni, criticità e positività su ciascun elemento con la seguente sequenza temporale: prima dell'esperienza (AVVICINAMENTO), durante l'esperienza (ESPERIENZA) e dopo l'esperienza (POST-ESPERIENZA). Per l'utilizzo del modello di monitoraggio si ricorrerà ad un team di osservazione composto da almeno due persone, di cui una si occuperà di coordinare il monitoraggio mentre l'altra osserverà e annoterà nel canvas di monitoraggio gli aspetti rilevanti di quanto sta avvenendo. La parte relativa all'osservazione è la parte più importante del modello e si compone dei seguenti aspetti che andranno attentamente analizzati dal team di osservazione: punto di contatto, emozioni, criticità, peso criticità, frequenza criticità, positività. Inoltre, in base a quanto vissuto dall'utente e a quanto rilevato dall'osservatore potrebbe rendersi necessario modificare/aggiornare la mappa di rilevazione.

Il risultato del monitoraggio sarà quindi una mappa della storia dell'utente in grado di rappresentare le azioni con diversa granularità: dalle azioni più generali ai passaggi e ai dettagli più specifici.

1.3. Il Modello di monitoraggio

MODELLO DI MONITORAGGIO															
L'UOGO		DATA													
MACRO FASE		ACCogliENZA						PRE-ESPERIENZA							
FASE		AVVICINAMENTO						PRE-ESPERIENZA							
OSSErVAZIONE	AZIONI DETTAGLIO	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE
	Passi	Cartello pubblicitario	Curiosità						Si sbuccia						
	Giusta	Voglio di provare							Chiede info						
	Si ferma								Decide di provare						
	Chiacchiere														
MACRO FASE		DURANTE						DURANTE							
FASE		Esperienza						Esperienza							
OSSErVAZIONE	AZIONI DETTAGLIO	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE
	Tenere i jostick di sicurezza	Postazione	L'ansia		Alta	Bassa									
MACRO FASE		DOPO						DOPO							
FASE		Post-esperienza						Post-esperienza							
OSSErVAZIONE	AZIONI DETTAGLIO	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE	Punto di contatto	Emozioni	Criticità	Peso criticità (Alta - Medio - Basso)	Frequenza criticità	Positività	ALTRE NOTE
	Togliere casco														
	Richiesta di critica di sicurezza														
	Scendere dalla postazione														
	Ritornare al posto														
	Preparare il casco														
	Lanciare feedback														

Il Modello di Monitoraggio (vedi allegato Excel)

1.3.1. Il contesto e il target

Come primo step, prima di iniziare è importante definire il contesto e il luogo in cui si svolge l’esperienza e il target utente: il luogo, la tipologia di utenti potenziali, le motivazioni dell’utente. Ad esempio, se l’esperienza si svolge in un aeroporto, avremo utenti di passaggio, che hanno tempo di fare l’esperienza, perché in attesa di un volo o perché arrivati a destinazione possono essere interessati a conoscere un luogo potenzialmente visitabile in Puglia.

Il target di indagine può essere deciso prima oppure casuale.

Nel primo caso, si decide di fare un monitoraggio indirizzato ad un target specifico (es. giovani, anziani, uomini, donne, turisti, ecc.). La scelta del target dipende da vari fattori di cui quelli fondamentali sono gli obiettivi dell’indagine e il contesto in cui questa avverrà (es. luogo turistico, fiera espositiva, luogo pubblico come aeroporti, stazioni, piazze, ecc.).

Il luogo e, dunque, la modalità espositiva influenzeranno anche la scelta del target d’indagine.

1.3.2. Rilevazione di base

TRACCIA PER DESCRIVERE LA PERSONA CHE STA PER VIVERE L’ESPERIENZA (da rilevare in fase di accoglienza)

- Nome
- Genere
- Età
- Occupazione:
- Situazione sentimentale:
- Interessi/hobby:
- Approccio alla tecnologia (grande utilizzatore – scarso utilizzatore)
- Dove vive:
- Perché è lì
- Prima volta in Puglia
- Conosce già i luoghi dell’esperienza che sta per vivere
- Ha già fatto un’esperienza simile. Se sì, quale/dove

1.3.3. Mappa di rilevazione (allegato Excel)

Un primo livello di definizione della mappa avviene in back office in base anche agli elementi di contesto e al target che vivrà l'esperienza. Durante la rilevazione potrebbe essere necessario modificare in base a quanto vissuto dall'utente e rilevato dall'osservatore.

MACRO FASE

Una prima suddivisione del processo viene fatta in termini temporali, con le tre MACRO FASI del PRIMA – DURANTE – DOPO.

AZIONI

Ogni macro-fase viene poi dettagliata con le singole FASI/AZIONI che il fruitore fa per vivere l'esperienza.

PRIMA (Avvicinamento - Accoglienza - Pre-esperienza)

DURANTE (Esperienza)

DOPO (Post-Esperienza)

AZIONI di DETTAGLIO

Le azioni vengono esplicitate per ogni singolo passaggio del fruitore.

OSSERVAZIONE

Questa è la parte più importante del modello di monitoraggio ed è composta dai seguenti aspetti:

- **Punto di contatto** - Sono i punti di contatto con il servizio e possono essere:
 - o Fisici (PR, TV, passaparola, call center, desk, monitor touch, persona in accoglienza, ecc.)
 - o Digitali (siti web, chat bot, email, SEO, Adv, blog ...)Identificare il PdC possibilmente per ogni azione che compie l'utente.
- **Emozioni** – Quali emozioni si percepiscono dall'utente per ogni azione che compie nell'esperienza complessiva? Segnalare almeno se positiva o negativa.
- **Criticità** - evidenze riguardo ad aspetti che hanno causato problemi agli utenti. Qual è l'ostacolo che hai osservato? Quali azioni stava effettuando l'utente? L'utente si è accorto dell'ostacolo? Ha esternato delle emozioni?
- **Peso criticità** (Alta - Media- Bassa) - L'elemento ha una gravità bassa perché di poco disturbo dell'attività che l'utente sta svolgendo? L'elemento ha una gravità media perché comporta l'interruzione e il rallentamento dell'attività che l'utente sta svolgendo? L'elemento ha una gravità alta perché comporta l'abbandono o l'impossibilità di svolgere l'attività da parte dell'utente?
- **Frequenza criticità** – Quante volte si è verificata la criticità per il singolo utente?
- **Positività** - Quali sono le opportunità di miglioramento del percorso? Dov'è vantaggioso cambiare canale? Dove ottimizzare per un nuovo dispositivo?
- **ALTRE NOTE**
Eventuali ipotesi di soluzione delle criticità o altre note di osservazione.

2. Questionario feedback post-esperienza utente

DATA	
GENERE	<input type="checkbox"/> Uomo <input type="checkbox"/> Donna
ETÀ	

	Min	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Max										
1. I contenuti hanno risposto alle sue aspettative ?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
2. Come valuta la tecnologia utilizzata?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
3. Come valuta l' efficacia promozionale dell'esperienza?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
4. Come valuta la durata dell'esperienza?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
5. Valutazione complessiva dell' accoglienza e supporto	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
6. Valutazione complessiva dell' esperienza ?	<table border="1"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td> </tr> </table>												1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10													
7. Rifarebbe l'esperienza?	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No																					
8. Qual è l' emozione prevalente che si porta a casa da questa esperienza?																						
9. Ha intenzione di recarsi in uno dei luoghi mostrati? Se sì, quale?																						
10. Consiglierebbe l'esperienza ad un amico/a?																						

Ci sarebbe molto utile ricevere i suoi eventuali COMMENTI, SUGGERIMENTI e CRITICHE di cui faremo sicuramente tesoro per migliorare il servizio. Grazie.
