Traccia interviste

Stefano Bussolon

Marzo 2015

## Identificare l'utente

Informazioni che permettano di identificare l'utente: se possibile, il nome e una fotografia

## Informazioni personali

* identificare fascia di età, genere, se opportuno stato civile (single, fidanzato, sposato ...)
* dove abiti?
* che titolo di studio hai?
* che lavoro fai?
* che hobby hai?
* prova a descriverti in poche frasi
* che rapporto hai con la tecnologia?
	+ Usi il pc? Con quale frequenza? In che contesto? (al lavoro, a casa)? Per quali finalità?
	+ Hai uno smartphone? Di che tipo? Che applicazioni usi più frequentemente?
	+ Sei iscritto ai social network più popolari? Facebook, twitter, linkedin, G+. Che uso ne fai? Con che frequenza?
	+ Hai mai fatto acquisti su internet? Usi servizi di internet banking?

## Informazioni specifiche del dominio che si sta progettando:

In primo luogo, stabilire se la persona intervistata è un potenziale o attuale utente del servizio. In caso affermativo, cercare di far emergere i comportamenti attuali, le attitudini, gli strumenti utilizzati, gli scopi, i bisogni.

* (se redesign di prodotto esistente) hai già usato il prodotto / servizio?
* conosci ed usi prodotti / servizi simili?
* (se cita più di un prodotto/servizio, usare il confronto triadrico o a coppie)
* (se cita più di un prodotto/servizio): quale fra questi preferisci? perché?
* (utilizzare il laddering per identificare bisogni, scopi, attitudini, valori, interessi)

## Scenario

* Esperienza tipica, normale: chiedere al partecipante di raccontare l'ultima esperienza con il servizio/prodotto/compito
* Critical incident: chiedere di raccontare un'esperienza particolare (che è andata particolarmente bene/male)
* Visionary scenario: chiedere di immaginare una situazione ideale (come vorrebbe che fosse l'esperienza)

## Task analysis

Chiedere al partecipante di suddividere l'esperienza, o il compito, in 4 - 7 passaggi.

Per ogni parte, chiedere:

* lo scopo di quel passaggio
* le informazioni di cui ha bisogno
* gli strumenti usati
* i risultati attesi
* il contesto
* i comportamenti (le azioni)
* i pensieri
* le (eventuali) emozioni

Per ogni parte, se opportuno, usare iterativamente la valutazione delle preferenze e il laddering

## Free listing

Chiedere al partecipante di elencare le **funzioni** più importanti dell'applicazione/prodotto/servizio
Chiedere al partecipante di elencare le **informazioni** più importanti necessarie per portare a termine il compito.

## Customer journey

Rappresentare gli scenari utilizzando la [matrice](http://www.bussolon.it/didattica/hci/laboratorio/journey.xlsx) della customer journey.
Possibilmente, sovrapporre la mappa dello scenario tipico con lo scenario ideale.



matrice customer journey