



VentureLabs

Needfinding

Meggie Bejko

Cristiano Crespi

Gianluca Di Paola

Francescogabriel Gianni

Juan Marco Patagoc

Daide Rocuzzo

Marco Tomaino

DOMINIO DI INTERESSE

Il nostro dominio di interesse riguarda i **frequenti problemi** che si presentano quando **vorresti esplorare la tua città** ma non sai da dove partire o come organizzarti, sia che tu sia sopraffatto dalle innumerevoli possibilità, sia che non riesci a reperire abbastanza informazioni.

OBIETTIVO

Si tratta di una *problematica frequente* per chi si trasferisce in una nuova città ma anche per chi ci vive già da tempo e, per *paura* di non trovare alternative soddisfacenti alle sue abitudini, non ha mai esplorato la propria città.



UTENTI TARGET

Utenti che vogliono conoscere meglio una città

- **Fuorisede**
- **Cittadino Residente**

UTENTI LEAD

Utenti che hanno una conoscenza approfondita della città dovuta al loro studio di essa

- **Organizzatori di eventi**
- **Guide turistiche**

UTENTI ESTREMI

Utenti che abitualmente visitano una città per un medio/lungo periodo di tempo per ambientarsi



INDAGINE QUANTITATIVA

131 partecipanti



Uomo 49,5%



Donna 49,5%



**Altro
1%**



Studenti 68%



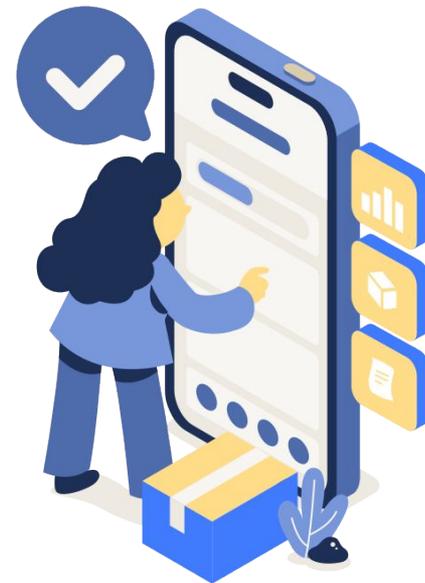
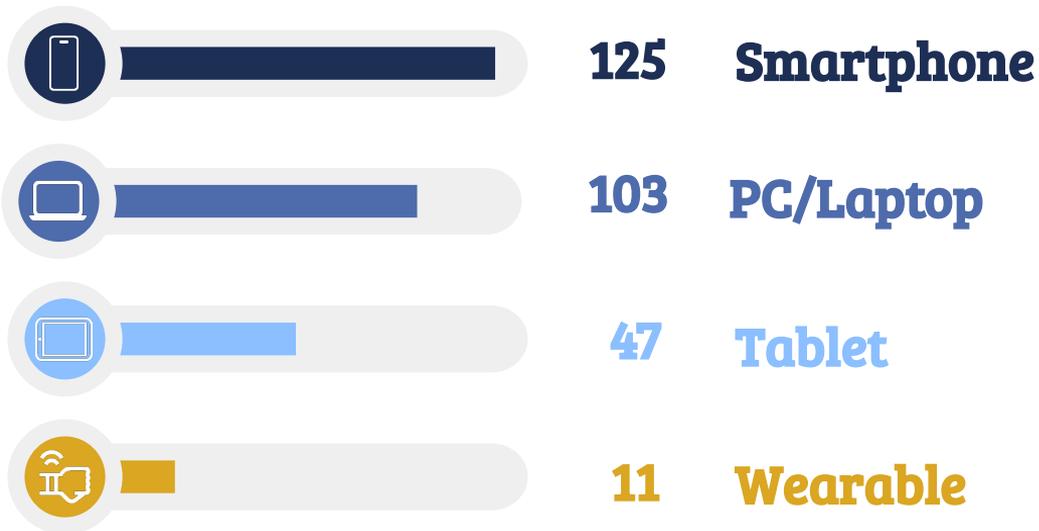
**Lavoratori
27,5%**



**Altro
4,5%**

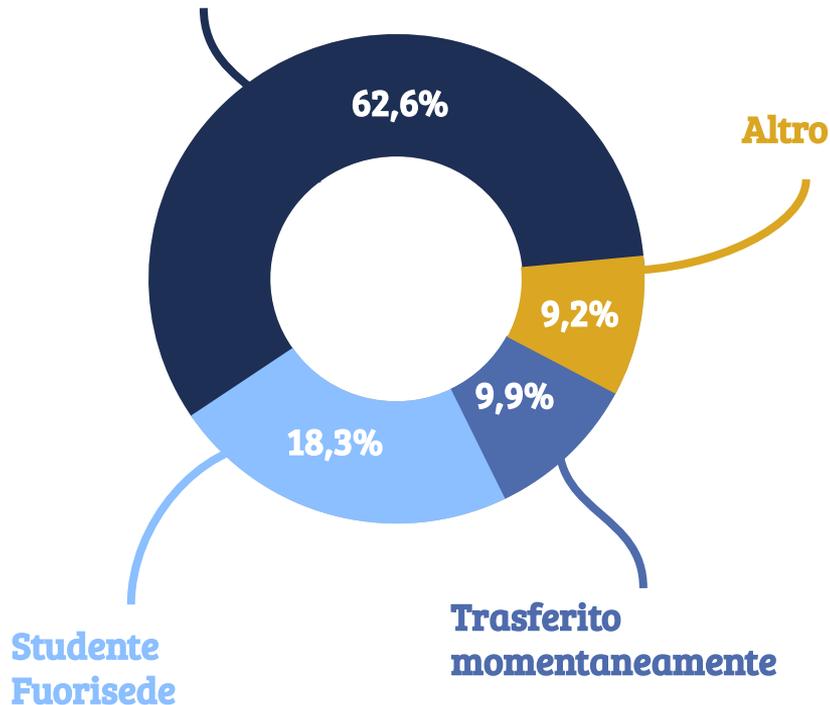
NB. Gli utenti sono stati selezionati sulla base di conoscenze personali dirette e indirette e tramite il contatto di utenti che hanno dato la propria disponibilità ad essere contattati tramite mail.

1. Dispositivi utilizzati dagli utenti

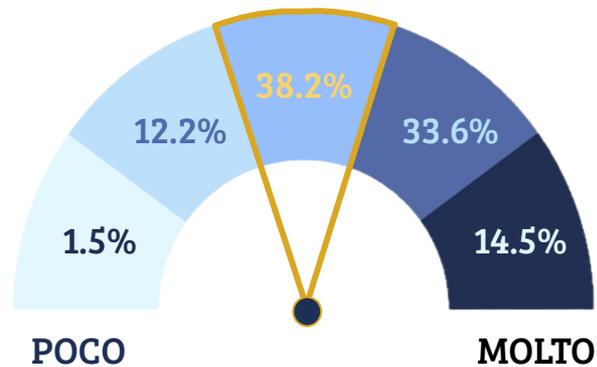


2. Qual è il rapporto degli utenti con la città?

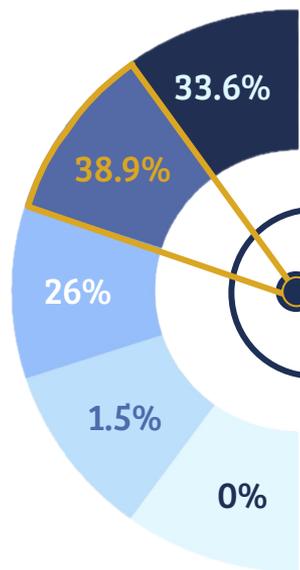
Nato e cresciuto qua



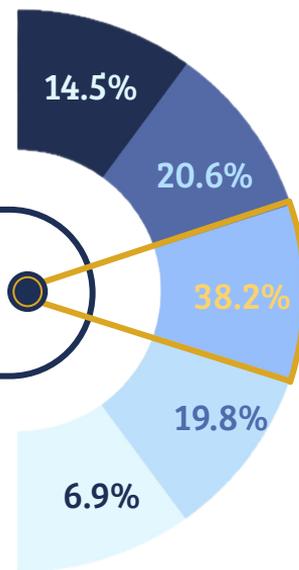
3. Quanto bene gli utenti conoscono la città?



4. Quanto è importante per gli utenti conoscere ciò che li circonda?



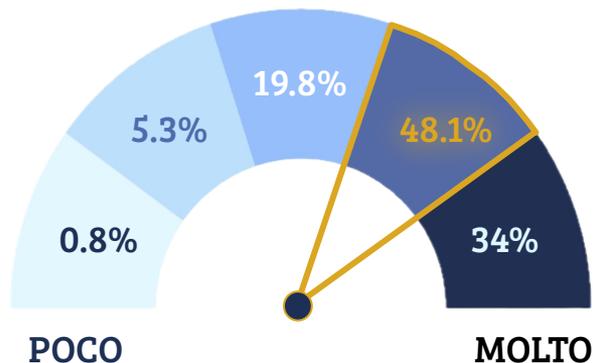
5. Quanto spesso capita agli utenti di non sapere cosa cercare in una nuova città?



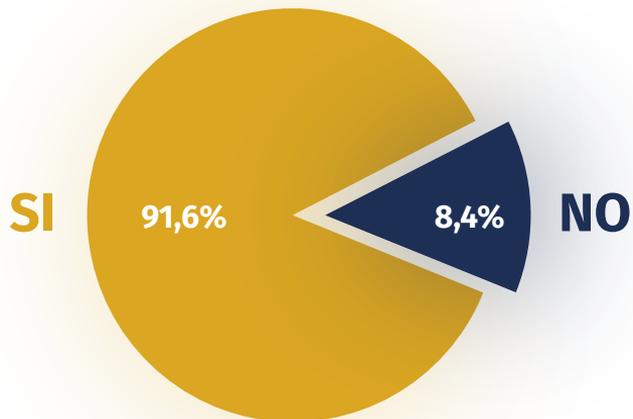
6. Strumenti/servizi utilizzati dagli utenti



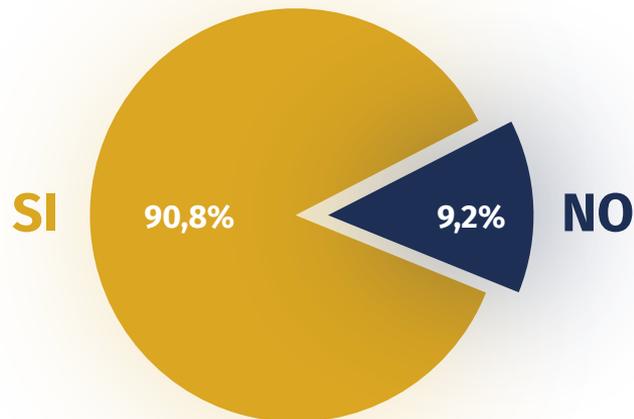
7. Quanto gli utenti ritengono comodi gli strumenti che utilizzano



8. Capita agli utenti di scoprire luoghi interessanti solo per caso, senza averli cercati?

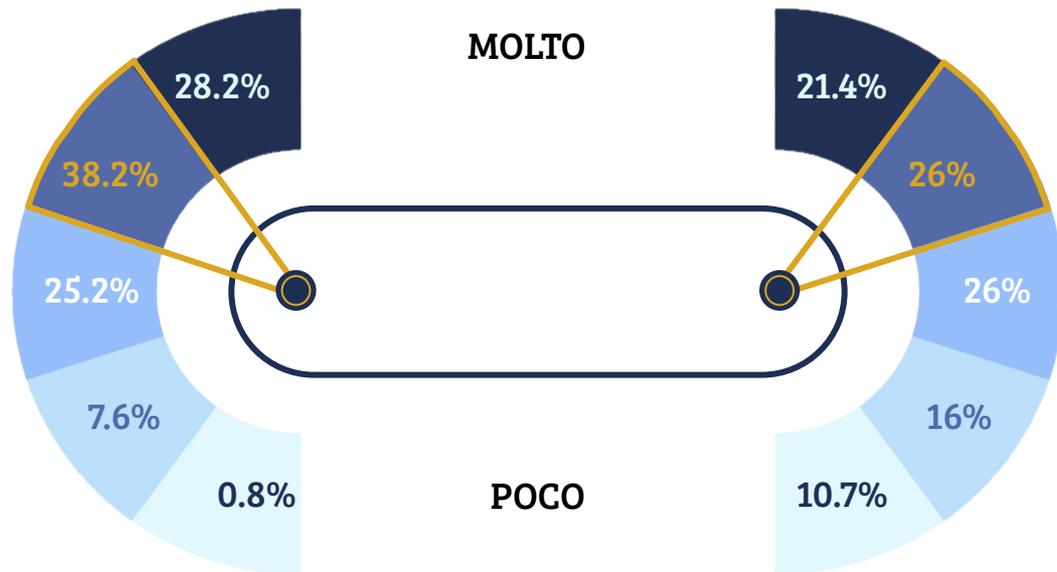


9. Gli utenti sarebbero propensi a condividere luoghi che già conoscono?



10. Quanto gli utenti si sentono motivati a visitare nuovi posti nella città

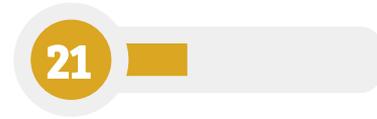
11. Quanto gli utenti si sentono a proprio agio nelle esplorazioni in solitaria



12. Motivi che scoraggiano gli utenti



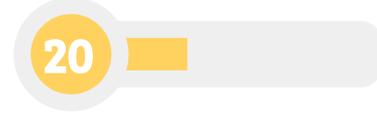
Mancanza di tempo



Mancanza di motivazione



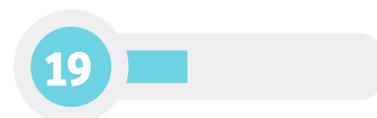
Mancanza di organizzazione



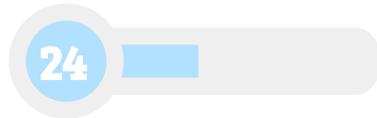
Non mi sento a mio agio da solo



Mancanza di informazioni



Mancanza di interesse



Nessun motivo

INDAGINE QUALITATIVA

7 intervistati



4 Uomini



3 Donne



Di cui 1 utente lead esperto



INTERVIEW ON THE SPOT

- ★ Le **interviste** sono state condotte presso il *Politecnico di Milano* e si sono focalizzate sulle **esperienze di esplorazione della città** da parte degli utenti.
- ★ Il **gruppo di lavoro** è stato organizzato in modo da prevedere un *intervistatore principale*, un *co-intervistatore* e una o più persone dedicate all'*annotazione di appunti*.
- ★ Come **materiali di supporto**, sono stati raccolti: *foto, video e registrazioni vocali* tramite smartphone, mentre gli *appunti* sono stati presi da computer.



ARGOMENTI DELLE DOMANDE

- ★ **BACKGROUND** : utili a inquadrare l'utente e la categoria di appartenenza
- ★ **CONOSCENZA DELLA CITTÀ** : grado di conoscenza di attrazioni e luoghi urbani
- ★ **INTERESSI E MOTIVAZIONI** che spingono a scoprire una città
⇒ *“Quando visiti una città per la prima volta, cosa cerchi di scoprire o esplorare?”*
- ★ **OSTACOLI** che si possono incontrare nell'esplorazione: sono i punti critici
⇒ *“Quali sono i principali ostacoli che incontri quando vuoi scoprire nuovi luoghi in città?”*
- ★ **LUOGHI INESPLORATI** , alla scoperta di luoghi poco conosciuti e inusuali
⇒ *“C'è un momento in cui hai desiderato trovare un posto speciale o meno conosciuto, ma non sapevi da dove cominciare?”*
⇒ *“Quando esplori una città, quanto ti piace scoprire luoghi inusuali, nascosti o poco turistici rispetto ai luoghi più noti?”*
- ★ **APP e STRUMENTI** : il loro ruolo, utilizzo e i limiti che si possono riscontrare
⇒ *“C'è un'app o un servizio che usi spesso per scoprire nuovi luoghi in città?
Cosa ti piace di questo? Cosa cambieresti?”*

ANALISI TEMATICA

La scoperta della città



- **Esplorazione**
- **Raccolta informazioni**
- **Personalizzazione**
- **Metodi per tenere traccia**
- **Strumenti**
- **Persone**
- **Mobilità**

ESPLORAZIONE



1. **MANCANZA DI TEMPO**
2. **ATMOSFERA CIRCOSTANTE**
3. **INTERESSI PERSONALI**

E' emerso che gli utenti tendono ad evitare di cimentarsi nella scoperta di nuovi luoghi a causa di **mancanza di tempo**.

Le persone vengono influenzate particolarmente dall'**atmosfera** circostante dei luoghi che frequentano.

La visita di luoghi è fortemente condizionata dai propri **interessi** personali.

1. MANCANZA DI TEMPO

★ **Il tempo è un fattore fondamentale nella scelta delle attività che svolgiamo e dei posti che visitiamo.**

- Spesso, per non perdere tempo negli spostamenti, tendiamo a stare in zone limitrofe.
- Invece, quando ci allontaniamo, tendiamo a raggiungere la meta non curandoci di ciò che ci circonda (perdendo perciò l'occasione di fare nuove scoperte).

“Ti senti mai sopraffatto dalle troppe opzioni o informazioni su cosa fare in città?”



“Sì, mi è capitato. Ero a Londra: la città offriva così tante opzioni che non sapevo bene cosa fare. Infatti, in 3 giorni non sono riuscita a vederla tutta; il tempo in una città grande non è a tuo favore.”

2. **ATMOSFERA CIRCOSTANTE**

★ **L'atmosfera della città è un elemento chiave che guida le persone alla scoperta e all'apprezzamento dei luoghi in cui vivono.**

→ L'atmosfera non si riduce agli aspetti estetici e ai servizi che la città offre, ma si riferisce alle persone e all'insieme di impressioni che influenzano il modo in cui ci si sente a vivere il proprio luogo.

“Cosa ti motiva a esplorare la città in modo più approfondito?”



“Vedere la cultura della città e lo stile di vita che hanno, perché in ogni Paese cambia. Scoprire nuovi bei posti e come vivono le altre persone”

3. INTERESSI PERSONALI

- ★ **Le persone, che siano vecchi residenti o nuovi arrivati in una città, tendono ad esplorare i luoghi in base ai propri interessi personali.**
 - **Ciò rende ogni esperienza di scoperta unica e personale.**
 - **È significativo, quindi, permettere alle persone di vivere la città in modo personalizzato, scegliendo attività e percorsi che rispecchiano i propri interessi.**

“Ti piacerebbe un servizio che ti consenta di creare un percorso personalizzato?”



“Sì, potrebbe essere utile. Mi piacerebbe ricevere anche newsletter o suggerimenti legati ai miei interessi che mi diano la possibilità di approfondimento.”

RACCOLTA INFORMAZIONI

- ★ **La raccolta delle informazioni è un processo cruciale nell'esplorazione di una città e nella visita dei suoi luoghi.**
- Alcuni utenti riescono a trovare nuovi luoghi grazie a Newsletter, Blog, Mappe, ...
- La maggior parte degli utenti sfruttano i Socials, che sono capaci di farli incuriosire.
- La possibilità degli itinerari è una risorsa fondamentale nell'aggregazione di informazioni.

"C'è un servizio che usi spesso per scoprire nuovi luoghi in città?"



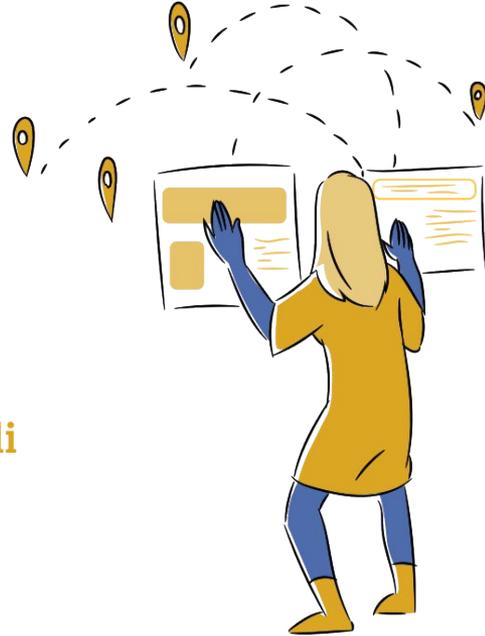
"Sì, Google Maps e Instagram per i luoghi e i tag, per vedere come sono e farmi già un'idea."

PERSONALIZZAZIONE

- ★ Durante le interviste è emerso che gli utenti preferiscono avere a disposizione una **“cartina bianca” (senza alcuna informazione)**, della città che vogliono esplorare in modo tale da poter creare un itinerario unico contenente luoghi di proprio interesse.

TENER TRACCIA

- ★ È altresì emerso che gli utenti vorrebbero avere la possibilità di **tener traccia dei luoghi visitati**, tramite diari e gadget al fine di mantenere e custodire ricordi.



STRUMENTI

- ★ **Una delle principali problematiche emerse riguarda la mancanza di un'interfaccia intuitiva e facile da utilizzare.**
- Questo limite compromette l'esperienza dell'utente, rendendo il sistema meno accessibile e penalizzando l'efficienza e la fluidità nell'interazione con il prodotto o il servizio.

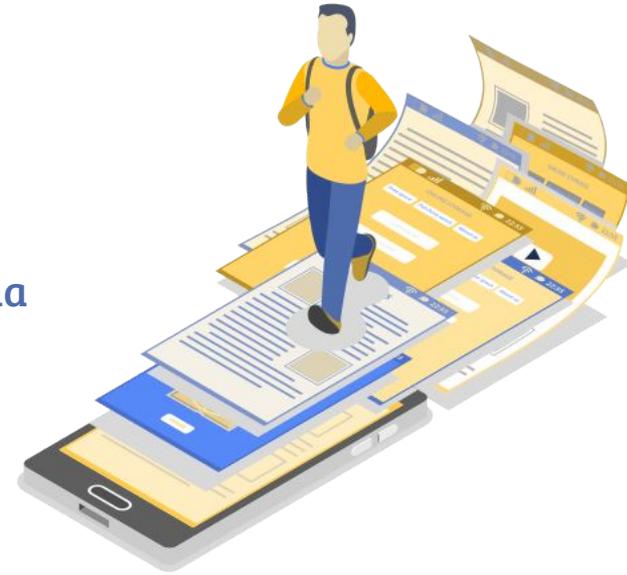
“Che ruolo hanno le piattaforme digitali / app nel tuo processo di scoperta di nuovi luoghi?”



“Molto importanti, le uso sempre più spesso, anche a Milano, fatico a trovare le informazioni che vorrei in base ai miei gusti. A volte c'è troppo e quindi faccio fatica a scegliere, le app sono poco user friendly.”

STRUMENTI

- ★ È emerso anche che le persone risultano essere molto propense alla **condivisione delle proprie esperienze** ma non siano abbastanza incentivate dal servizio per farlo
- ★ Gli utenti dimostrano un notevole interesse verso **l'integrazione di un sistema di gamification** . Questo approccio sembra suscitare un coinvolgimento significativo, migliorando l'interazione e favorendo una maggiore partecipazione attiva all'interno della piattaforma.



PERSONE

- ★ **Tra le principali informazioni emerse, risalta l'importanza del confronto con altre persone.**
- Dialogare con chi ha già vissuto certe esperienze consente di ottenere suggerimenti preziosi, spesso non reperibili nelle guide turistiche, arricchendo così la propria prospettiva e offrendo un approccio più autentico alla scoperta dei luoghi e delle tradizioni locali.

“Cosa rende un luogo o un’esperienza memorabile per te quando esplori la città?”



“Le esperienze fatte in città, anche se la città non trasmette emozioni, il viaggio può essere bello grazie alle esperienze fatte e/o dai legami con le persone, sia con quelle conosciute in loco, sia con quelle con cui viaggia”

PERSONE

- ★ **Spicca l'importanza di avere un gruppo con cui vivere le esperienze: la condivisione arricchisce ogni esplorazione.**
- Dagli utenti emerge una difficoltà nel programmare itinerari a causa difficoltà nella ricerca dei mezzi di trasporto (informazioni poco accessibili o incomplete).
- Risultano invece molto utili i servizi di mobilità condivisa (monopattini, biciclette, scooter, ...).

“Quali funzionalità renderebbero un servizio [...] indispensabile per te?”



“Sarebbe interessante organizzare eventi (ad esempio aperitivi) che uniscono persone presenti nella stessa città nello stesso periodo, compresi i residenti locali. Sarei contento di partecipare a un evento di questo tipo nella mia città.”

MOBILITÀ

★ **Una delle problematiche emerse dalle interviste riguarda i mezzi di trasporto.**

→ **Affrontare nuove situazioni insieme crea un senso di appartenenza e permette di vedere i luoghi e le esperienze da prospettive diverse, trasformando ogni incontro in un'occasione di crescita e di legame**

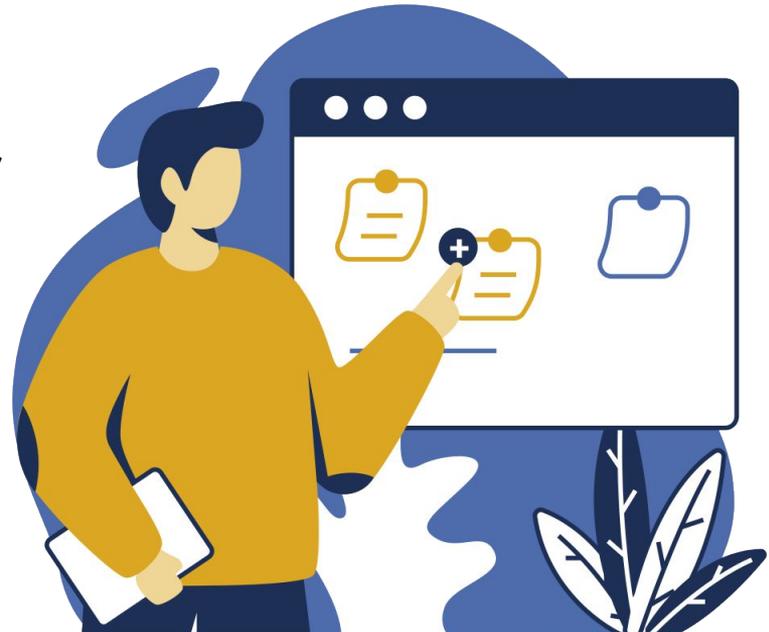
“Quali sono i principali ostacoli che incontri quando vuoi scoprire nuovi luoghi in città?”



“I mezzi di trasporto non sono sempre efficienti. A Cipro, ad esempio, non erano registrati su Google Maps e spesso non rispettavano gli orari. Alla fine, ho preferito noleggiare un'auto per spostarmi, anche se è stato più costoso.”

OSSERVAZIONI

- ★ Più utenti considerano le **foto** di un luogo fondamentali per immaginare la visita e decidere se andarci o meno. Preferisce scoprire **luoghi inusuali**, rispetto a quelli più noti, e si affida molto al **passaparola** di amici o conoscenti per ottenere informazioni, trovando meno affidabili le recensioni online.
- ★ L'**efficienza dei trasporti** è un aspetto cruciale, ed è apprezzato avere opzioni di mobilità, come mezzi pubblici e servizi di **sharing**.
- ★ Le **persone con cui si vive l'esperienza** sono importantissime per rendere memorabile l'esperienza.



CONCLUSIONI



Dai dati raccolti si evince che la maggior parte degli utenti si sente scoraggiata a fare nuove esperienze e a visitare nuovi luoghi, principalmente per una questione di tempo.

È importante notare però, che come ostacoli si presentano anche la mancanza di organizzazione e la mancanza di informazioni.

LINK E RIFERIMENTI

★ Repository GitHub



- UCD
- Interviste
- Analisi tematica

- Foto e video
- Form e raccolta dati quantitativi