



VentureLabs

Refinement

Meggie Bejko

Cristiano Crespi

Gianluca Di Paola

Francescogabriel Gianni

Juan Marco Patagoc

Davide 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

Alla luce dei raffinamenti apportati, l'obiettivo è diventato più preciso. Vogliamo *semplificare e rendere più piacevoli le esplorazioni cittadine*, mettendo al centro la loro **serendipità e la qualità dell'atmosfera** di un posto (agevolandola con le recensioni). Per incentivarle, ci rivolgiamo a **meccanismi di gamification** così da garantire un'esplorazione basata sugli **interessi personali** di ciascun utente.



FOCUS GROUP

- ★ Le nuove interviste sono state condotte secondo la metodologia del **focus group** , composto da **4 intervistati** . Sono stati approfonditi i temi inizialmente trovati, in un aperto confronto tra i partecipanti.
- ★ L'intervista è stata condotta in Piazza Leonardo Da Vinci, in modo tale da rendere il clima tranquillo e informale.
- ★ Il **gruppo di lavoro** è stato organizzato in modo che una persona moderava il dialogo tra i partecipanti, mentre gli altri si dedicavano all'annotazione di appunti e alla registrazione dell'intervista.



Iter tematico

L'intervista si è articolata in **quattro aree tematiche** principali, ognuna delle quali è stata esplorata attraverso **3 domande chiave e 3 domande di approfondimento** .

1. Esplorazione: atmosfera e serendipità;
2. Interessi e stile di esplorazione;
3. Gamification per stimolare l'esplorazione;
4. Condivisione di esperienze autentiche.



1. Esplorazione: atmosfera e serendipità

Questa sezione ha approfondito l'influenza dell'atmosfera di un luogo sull'esperienza, esplorando la ricerca di stimoli sensoriali ed emotivi. Si è discusso anche della preferenza tra itinerari guidati e un'esplorazione libera, favorendo un clima di serendipità

- ★ "Quando esplorate un luogo nuovo, quali atmosfere o sensazioni vi colpiscono di più?"
 - "In che modo pensate che l'atmosfera di un luogo influenzi il modo in cui vi connettete ad esso? Vi capita di scegliere luoghi basandovi su questo aspetto?"
- ★ "Esistono atmosfere o emozioni specifiche che cercate in un luogo prima di visitarlo?"
 - "Se un servizio potesse farvi percepire l'atmosfera di un luogo prima della visita, quali elementi sarebbero più utili per farvi sentire ispirati? Suoni, immagini o altro?"
- ★ "Preferite essere guidati verso luoghi specifici o esplorare liberamente?"
 - "Cosa pensate di un servizio che renda più interessante scoprire nuovi luoghi senza una guida precisa? Come vi immaginate un servizio del genere, che incoraggi questo tipo di scoperta?"

2. Interessi e stile di esplorazione

Questa area tematica ha esplorato gli interessi che influenzano la scelta delle destinazioni e le modalità di organizzazione del viaggio, discutendo tra pianificazione anticipata e spontaneità, nonché i criteri di selezione dei luoghi (recensioni, consigli, popolarità).

- ★ **"Quando visitate una città, quali sono gli interessi principali che vi spingono ad esplorare certi luoghi?"**
 - "Pensate che avere un servizio che personalizza le proposte in base ai vostri interessi migliorerebbe l'esperienza? Quali funzionalità vorreste?"
- ★ **"Come organizzate le vostre esplorazioni? Preferite pianificare tutto in anticipo o lasciarvi guidare dall'ispirazione del momento?"**
 - "Cosa vi aiuterebbe a organizzare le esplorazioni in modo più efficiente, considerando il tempo e i vostri interessi? Vi piacerebbe che un servizio facesse questo per voi? Come?"
- ★ **"Quali criteri usate per decidere quali luoghi visitare (recensioni, amici, popolarità)?"**
 - "Vi piacerebbe avere un servizio che vi suggerisca itinerari personalizzati basati sulle vostre scelte passate o sulle raccomandazioni di persone con gusti simili? Perché?"

Osservazioni emerse



*"Cerco la socialità : è molto importante per me. So che, se ho degli amici che mi aspettano in un determinato luogo, quel posto diventa il punto di partenza per poi andare insieme a visitare altri luoghi. Mi piace partecipare a **eventi** che **radunano persone** con **interessi simili**, dove il gruppo esplora insieme le mete di interesse comune."*
- **Christian**

*"Desidero una **panoramica completa** prima di partire, con **informazioni integrate** in un **unico luogo** : testo, foto, posizione su mappa e dettagli aggiuntivi. Trovo utile una **vista geografica** per collegare facilmente i luoghi da visitare, insieme a una **visualizzazione testuale** per leggere le esperienze altrui"*
- **Christian**

3. Gamification per stimolare l'esplorazione

Questa sezione ha indagato l'interesse per elementi di gioco nell'esplorazione, come sfide e cacce al tesoro, e il tipo di incentivi che potrebbero motivare i partecipanti. Si è discusso su come un'app possa usare la gamification per rendere l'esperienza più coinvolgente e sociale

- ★ **Vi piacerebbe partecipare a sfide o giochi durante le esplorazioni, come una caccia al tesoro?"**
 - "Che tipo di ricompense o incentivi (punti, classifiche, badge) vi motiverebbero a esplorare più attivamente? Quali preferireste?"
- ★ **"Pensate che un sistema di missioni o sfide renderebbe l'esplorazione della città più interessante e divertente?"**
 - "Quali elementi di sfida pensate che vi spingerebbero di più? Trovare luoghi nascosti, risolvere enigmi o completare altre attività?"
- ★ **"Se doveste usare un servizio che integra elementi di gioco per esplorare la città, come la immaginereste? "**
 - "Pensate che il gioco possa rendere l'esplorazione più collettiva e sociale? Come potrebbe un servizio favorire la collaborazione tra utenti?"

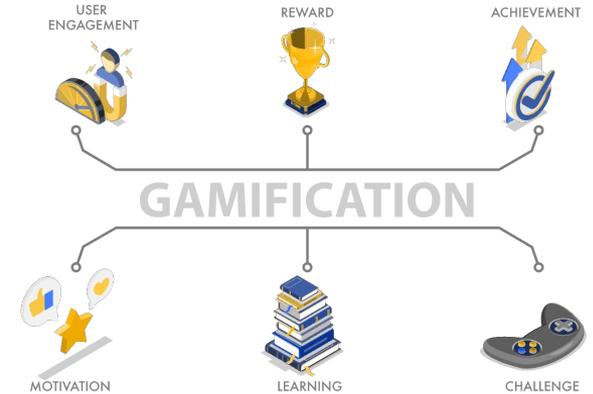
Osservazioni emerse

*"Mi è piaciuto molto usare Pokémon Go per scoprire le vie della mia città. La possibilità di catturare un Pokémon come **ricompensa era diventato un incentivo** ." - Matteo*

"Penso che si possano creare sfide mirate su luoghi specifici , come i bar, per gruppi di amici ." - Rodrigo

"Non apprezzo le app con elementi di gamification . Ad esempio, quelle app per ridurre l'uso del telefono dove più lo usi meno la piantina cresce, o addirittura deperisce. Le mie piantine sono tutte morte!" - Christian

"Se la gamification è un servizio extra che non limita le altre funzionalità dell'app, allora potrebbe essere interessante." - Mattia



4. **Condivisione di esperienze autentiche**

Questa area tematica ha esaminato l'influenza delle recensioni online sulla scelta dei luoghi, analizzando la fiducia nelle recensioni, le informazioni cercate e lo scetticismo sull'autenticità. Si è discusso anche del ruolo di una community di utenti verificati.

- ★ **"Quanto vi fidate delle recensioni online quando scegliete un luogo da visitare?"**
 - "Cosa renderebbe le recensioni online più credibili e utili per voi? Preferireste opinioni di esperti, amici o comunità?"
- ★ **"Quali informazioni cercate nelle recensioni che vi convincono a visitare un luogo?"**
 - "Se poteste contribuire a una community che condivide esperienze autentiche, cosa vorreste includere nelle vostre recensioni per aiutare altri esploratori?"
- ★ **"Cosa vi rende scettici quando leggete le recensioni online?"**
 - "Pensate che una community con utenti verificati possa aumentare la fiducia nelle recensioni? Quali meccanismi potrebbero funzionare per garantire l'autenticità?"

Osservazioni emerse

"Mi fido delle recensioni solo se sono tante ."- Rodrigo

"Un badge per gli utenti più affidabili sarebbe utile per capire di chi fidarsi. Anche le foto aiutano ad aumentare la fiducia . Utile vedere lo storico delle recensioni di qualcuno così da valutare quanto sia affidabile." - Christian

"Se non ci sono recensioni degli utenti, ma trovo un racconto del proprietario che descrive bene il locale , potrei comunque pensare di andarci." - Christian

"Se trovo una recensione con una stella valuto chi l'ha scritta ."- Rodrigo

"Vorrei poter distinguere tra le recensioni scritte dalle persone del posto e quelle dei turisti. Mi piacerebbe anche poter lasciare una recensione anonima ."- Matteo

"Per autenticare le recensioni sarebbe utile avere un sistema tipo un QR code da scannerizzare nel luogo per confermare che la recensione è autentica e non scritta da casa." - Tutti



BRAINSTORMING BISOGNI UTENTI

Raggruppare:

- interessi
- persone
- luoghi

meggie.bejko



Panoramica: trend filtrati per persona
es: lista generica, lista filtrata

cristiano crespi



Strada tracciata a priori, ovvero organizzata precedentemente, potrebbe generare ansia se non presente

Roccuzz



Incentivi per scoprire basata su percentuali o eventuale gamification tramite ricompense possibili

Juan Marco Patagoc



Foto dei posti, non solo descrizioni scritte

- esplorazione principalmente visiva
- Il testo deve essere a supporto e solo marginale

Francesco



Atmosfera trasmessa, in base al mood.

- suoni
- consigli inerenti

Francesco



E' emersa l'importanza di avere informazioni di **nicchia**, poco conosciute

meggie.bejko



Ricerca della **originalità** in esse. Es scontrino mc, per far vedere l'effettiva presenza in loco

Roccuzz



Vuole avere recensioni filtrate in base agli utenti del luogo e non. Interessato ai posti con più recensioni, non ritiene affidabili posti con poche recensioni

Roccuzz



Condivisione esperienza
es Post indirizzabile solo ad un limitato gruppo di utenti come amici

Juan Marco Patagoc



Dall'intervista condotta durante il focus group sono emerse delle **problematiche iniziali**, sintetizzate nei **punti chiave sottolineati** negli stickers utilizzati durante la fase di brainstorming.

BISOGNI DEGLI UTENTI

A seguito del Focus Group siamo riusciti ad identificare i principali bisogni divisi per macroaree:



**ORGANIZZAZIONE
DELLE ATTIVITÀ**



**COMUNICAZIONI
E RECENSIONI**



**UNICITÀ
DEI LUOGHI**



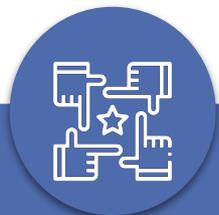
ATMOSFERA

BISOGNI UTENTI



ORGANIZZAZIONE

Avere una guida chiara e strutturata per potersi orientare e partire da un percorso già preparato tramite **mappe**



UNICITÀ

Scoprire luoghi particolari con caratteristiche uniche, il contributo delle persone locali che possono dare consigli unici e autentici è fondamentale



ATMOSFERA

Comprendere l'atmosfera degli ambienti e dei luoghi che visitiamo, anche in base alle persone.

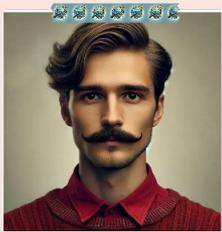


COMUNICAZIONI E RECENSIONI

Le recensioni aiutano a scoprire esperienze autentiche, con immagini che raccontano i luoghi; consigli personalizzati e notifiche non invasive mantengono l'utente informato.

LE NOSTRE PERSONAS E I LORO SCENARI





Dimitri

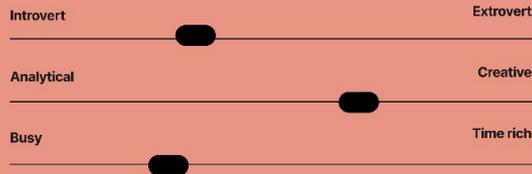
"Personalità rivoluzionaria"

- 27 anni
- Studente di Filosofia alla UniMi
- Nuovo residente a Milano

Bio

Dimitri si è trasferito a Milano da 1 anno ed è molto appassionato di letteratura russa. Nonostante viva a Milano già da tempo non è riuscito a trovare dei posti in cui poter leggere i suoi libri, scambiare animate opinioni con altri infervorati lettori o dove poter semplicemente passeggiare immergendosi nei suoi pensieri e nelle sue riflessioni sulla politica. Discuterà la Tesi ad Aprile.

Personality



Motivations

- Luogo di nicchia
- Rilevanza storica del luogo
- Approfondire la conoscenza della città e trovare i "suoi" posti
- Espandere il proprio bagaglio culturale

Needs and expectations

- Luoghi silenziosi e non troppo affollati
- Persone con interessi simili ai suoi (aggregazione)
- Conoscere le possibilità offerte da un luogo
- Ampi spazi all'aperto esteticamente stimolanti
- Avere la possibilità di scoprire da se i luoghi

Frustrations

- Finire in luoghi troppo "di massa"
- Non riuscire a trovare caffè letterari adeguati per lui
- Non avere nulla da scoprire, perché non sa da dove cominciare
- Non avere la possibilità di dialogare con qualcuno
- Sentire la mancanza di luoghi tranquilli in cui cogitare



Dimitri, dopo una lunga mattinata di studio intenso in biblioteca, sente il bisogno di staccare. Il suo amato libro, "I Fratelli Karamazov", lo aspetta, e desidera trovare un luogo tranquillo e stimolante dove leggere. **Cerca qualcosa di speciale, lontano dai soliti caffè affollati o dai parchi troppo caotici.**

Così, comincia la sua ricerca: prima, apre il suo laptop e inizia a scorrere vari blog che parlano di una Milano "alternativa". Uno dopo l'altro, legge post e recensioni, annotando i nomi dei caffè letterari meno conosciuti. **La ricerca però si rivela estenuante: le informazioni sono sparse e spesso datate;** alcuni posti citati nei blog, una volta raggiunti, si rivelano chiusi o completamente cambiati rispetto alla descrizione originaria. Dimitri inizia a sentirsi frustrato, perché per ogni informazione valida ne trova altre tre inutili o inaffidabili. Tuttavia non si arrende, ma anche usando varie applicazioni è insoddisfatto di ciò che riescono a offrirgli. **Ogni tentativo di affinare la ricerca lo porta a dover confrontare manualmente informazioni frammentarie,** confrontando recensioni, foto e orari di apertura su piattaforme diverse.

Dopo un bel po', **casualmente identifica un piccolo caffè nascosto** in una via laterale che sembra perfetto e decide di raggiungerlo. Quando arriva, è esattamente come lo immaginava. Il tipo di posto dove avrebbe potuto immergersi completamente nel mondo dei Karamazov senza essere disturbato. Ma l'euforia dura poco: **rendersi conto che ha perso gran parte del suo tempo libero solo per trovarlo lo fa riflettere** su quanto sarebbe stato utile avere un servizio dedicato, capace di **suggerirgli luoghi** come questo basandosi direttamente sui suoi interessi specifici e che filtri i luoghi in base all'atmosfera, alla tranquillità e magari anche alla frequenza di eventi culturali.



Chiara

"Personalità organizzata"

- 24 anni
- Ing. Matematico
- Residente a Milano

Bio

Vive a Milano in zona Paolo Sarpi, è molto precisa, nel tempo libero le piace esplorare la sua città ma anche fare gite occasionali in città limitrofe. Frequenta il corso di Laurea Magistrale in Ingegneria Matematica presso Politecnico di Milano.

Personality



Motivations

- Esplorazione Organizzata
- Crescita Personale
- Scoprire spazi tranquilli
- Opportunità di gite occasionali

Needs and expectations

- Tempo di qualità
- Accessibilità
- Esperienze Uniche
- Sorpresa e varietà

Frustrations

- Chiara potrebbe sentirsi frustrata per la mancanza di tempo da dedicare all'esplorazione della città a causa dei suoi impegni accademici.
- Inoltre, la scarsa organizzazione di eventi o attività che le interessano, se non pianificati in modo strutturato, la irriterebbe
- Partecipare a eventi di gruppo potrebbe metterla a disagio per la sua natura introversa, limitando così la sua partecipazione
- La superficialità delle informazioni disponibili sui luoghi potrebbe deluderla, dato il suo approccio analitico e desiderio di approfondimento
- Infine, la vasta offerta di attività a Milano potrebbe farla sentire dispersa, non sapendo da dove cominciare

Chiara ama avere il **controllo su ogni aspetto della giornata**, senza lasciare nulla al caso. La domenica sera si **organizza per la settimana successiva**, e per mercoledì decide di prendersi il pomeriggio per esplorare la zona dei Navigli a Milano. Cerca luoghi che la affascinano, come chiese e musei, per poi creare un percorso ben definito. Tuttavia, trovare queste informazioni le risulta lento: apre Google Maps, si segna i nomi, e poi li cerca manualmente su Google. **Preferirebbe avere uno strumento che le fornisce una visione d'insieme dei luoghi della zona**, con immagini e brevi descrizioni, per ottimizzare la ricerca.

Con una soluzione di questo tipo, Chiara si sentirebbe più tranquilla e sicura, potendo godere appieno della giornata **senza preoccuparsi troppo della logistica**, ma senza rinunciare alla sua precisione.

Il suo obiettivo è sfruttare al massimo la mattinata per lo studio, e poi immergersi nell'esplorazione di Milano nel pomeriggio, senza ansie legate all'organizzazione. Dopo pranzo, decide di prendere il tram che la porta ai Navigli. Vuole passeggiare lungo il canale, visitare le gallerie d'arte e le chiese che ha trovato in precedenza, e curiosare nei piccoli negozi della zona. Con tutto pianificato con attenzione, Chiara non si preoccupa di perdere dettagli importanti: **sa esattamente cosa vuole vedere, ma si lascia la flessibilità di esplorare vicoli meno noti**, senza deviare troppo dal programma.

Entro le 17:30, ha finito la sua esplorazione, soddisfatta di aver visto tutto ciò che aveva programmato e di essersi ritagliata del tempo per sé. Grazie alla sua pianificazione, ha trovato il giusto equilibrio tra dovere e piacere, vivendo una giornata piena ma mai stressante, sfruttando al meglio ogni momento.





Aisha

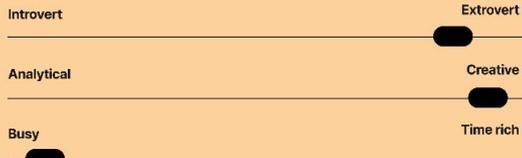
"Personalità estroversa, amante delle recensioni"

- 32 anni
- Pendolare a Milano
- Diplomata presso Accademia di Belle Arti

Bio

Vive a Cormano, una cittadina in provincia di Milano. È una ragazza molto creativa ed estremamente estroversa. Lavora in un noto atelier di moda a Milano e dedica gran parte del suo tempo alla sua carriera, tanto che fatica a trovare momenti da dedicare a sé stessa.

Personality



Motivations

- Pranzo veloce in un Bistrot
- Scelta di una trattoria autentica consigliata da utenti locali
- Scoperta di un negozio di artigianato o design ben recensito
- Cena in un ristorante etnico consigliato per l'autenticità

Needs and expectations

- Esperienze brevi e appaganti
- Connessioni tra lavoro e tempo libero
- Facilità di ricerca
- Ristoranti con ottime recensioni estetiche e culinarie
- Luoghi frequentati dalla comunità creativa

Frustrations

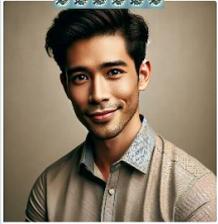
- A volte le recensioni online possono essere fuorvianti o non rappresentare appieno l'esperienza.
- Essendo spesso molto occupata, Aisha potrebbe trovare difficile scoprire luoghi nuovi e interessanti senza investire tempo a cercare recensioni.
- Aisha potrebbe sentire la mancanza di attività nuove o coinvolgenti a Milano, rendendo difficile trovare eventi o luoghi che la ispirino davvero.
- Dopo aver letto recensioni entusiaste su un ristorante o un'attività, Aisha potrebbe crearsi aspettative molto alte. Se l'esperienza reale non corrisponde a quelle aspettative, il senso di delusione potrebbe essere grande, lasciandola insoddisfatta e frustrata.



Aisha è completamente immersa nel suo lavoro presso l'atelier di moda a Milano, ma, nonostante la frenesia della giornata, desidera sfruttare la sua breve pausa pranzo per scoprire un nuovo luogo che la ispiri e rifletta il suo stile creativo. **Senza molto tempo da perdere**, inizia a cercare un ristorante nelle vicinanze, alla ricerca di un posto che non solo offra cibo di qualità, ma che possieda anche un'estetica accattivante e sia frequentato da persone creative come lei. Scorrendo le recensioni di un locale etnico, si sente un po' titubante, poiché **ha avuto in passato esperienze deludenti con recensioni fuorvianti**. Tuttavia, decide di fidarsi delle opinioni positive che ha letto e di provarlo comunque.

Arrivata al ristorante, Aisha scopre che **il locale è esattamente come descritto**: vivace e creativo. Il servizio è rapido e il cibo di alta qualità, permettendole di godere di un pranzo soddisfacente in un'atmosfera rilassante.

Dopo il pasto, Aisha torna al lavoro soddisfatta dal pranzo, felice di aver trovato un locale che ha saputo unire ispirazione creativa e un'esperienza culinaria piacevole, rispondendo perfettamente alle sue esigenze quotidiane di rapidità e qualità. **Decide quindi di lasciare una recensione dettagliata sulla sua esperienza**, con l'obiettivo di aiutare chi, come lei, ha poco tempo a disposizione e fatica a fidarsi delle recensioni online.



Andrew

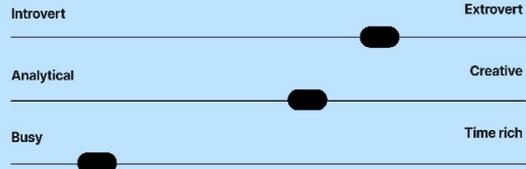
- 25 anni
- Working-student: part-time come cameriere, studia ingegneria.
- Fuorisede

Bio

È uno studente al terzo anno di triennale, lavora come cameriere per pagarsi l'affitto e sta cercando di laurearsi in Ingegneria Civile.

E' una persona che si lascia seguire dalle proprie emozioni. Visto che passa molto tempo fuori casa tra lavoro e università, tende ad essere spesso fuori.

Personality



Motivations

- Necessità di uscire di casa
- Vuole rilassarsi in maniera efficiente
- Connettersi emotivamente con l'ambiente e vivere esperienze coerenti con le proprie emozioni
- Scoprire nuovi posti che possano generare serenità emotiva
- Bisogno di contenuti visivi che diano un'idea dell'atmosfera del luogo

Needs and expectations

- Trovare posti che riflettano le sue attuali emozioni
- Avere informazioni convincenti su luoghi che vuole visitare
- Le sue esperienze devono essere coerenti con le informazioni raccolte
- Ha bisogno di un'esperienza completa e coinvolgente, che permetta di percepire l'atmosfera di un luogo tramite tutti i suoi sensi

Frustrations

- Informazioni su posti troppo testuali e poco convincenti
- Descrizioni troppo generiche che non riescono a comunicare l'idea dell'atmosfera di un luogo
- Non avere informazioni visive
- Trovarsi in un posto che non si confaccia col proprio umore
- Suono e rumori del luogo non adatti all'umore

Andrew ha appena finito di sostenere un esame impegnativo all'università. Prima di tornare a casa ha intenzione di trovare un luogo dove possa rilassarsi, recuperare energia e riconnettersi emotivamente dopo lo stress della giornata.

Passa un attimo in biblioteca e cerca online informazioni su posti tranquilli dove poter andare, trova un blog su un luogo ma si trova descrizioni troppo lunghe e testuali. In quel momento Andrew è stanco dall'esame e decide di leggerlo rapidamente, estraendo solo le informazioni chiave riguardo l'atmosfera del posto, facendosi un'idea.

Vorrebbe essere sicuro che il posto consigliato sia in armonia con il suo stato d'animo attuale: un ambiente accogliente e rilassante, caratterizzato dal suono naturale sereno e una luce diffusa, che possa distaccarsi dalla fatica dell'esame.

Quando arriva, purtroppo, si rende conto che c'è troppo rumore e la luce dell'ambiente è troppo fredda, rovinando il momento di relax che sperava di avere.

Si rende conto che **il solo testo non riesce a comunicare in modo efficace la vera essenza dell'ambiente** e deluso inizia a incamminarsi senza una meta precisa, osservando attentamente i posti che lo circondano.

Dopo una lunga camminata trova un posto che gli sembra accogliente e appena arrivato si sente subito ad agio.

Prima di rilassarsi però apre un servizio di mappe per avere maggiori informazioni sulla zona e nota che le foto pubblicate rispecchiano tutto ciò che ora vede: si accorge che **le evidenze visive lo aiutano molto di più a capire meglio cosa aspettarsi.**

Finalmente riesce a rilassarsi, distaccandosi dalla fatica dell'esame e godendo del momento prima di tornare a casa.



BRAINSTORMING E SOLUZIONI PIÙ GETTONATE



Problematiche:

- avere difficoltà a trovare luoghi di nicchia
- informazioni sparse, incomplete, datate e poco accessibili
- mancanza di opinioni sul posto

Avere consigli da persone con propri interessi

Avere uno spazio dove utenti con interessi simili possono manifestare le loro preferenze e luoghi preferiti

Ricevere suggerimenti su posti e/o eventi inerenti ai propri interessi

Offrire maggior visibilità ai luoghi che saltano meno all'occhio

Data la propria località compaiono dei popup di zone interessate (stile ShareIt)
In qualche modo si deve vedere il numero di "clicks" a quel posto → per avere un'idea se quel posto è meno conosciuto/ricercato

Accorpare informazioni sul posto dalle recensioni degli utenti

Realizzare una pagina unica che raccolga informazioni da posti diversi del web, così da unificare le informazioni

Filtrare i posti in base a interessi mainstream e interessi meno famosi ma condivisi da più persone

Poter seguire "profili" di utenti che si possono seguire in base agli interessi in modo tale da vedere quello che viene condiviso, per prendere ispirazione e poter scoprire posti poco conosciuti

Inviare delle notifiche all'utente che lo avvisano di un posto inerente ai suoi interessi

SOLUZIONE

Creare una **pagina unica** che aggrega informazioni da varie fonti del web, permettendo una **visione unificata delle informazioni**



SOLUZIONE

Consentire agli utenti di seguire **profili legati ai propri interessi** per visualizzare contenuti condivisi, ispirarsi e scoprire luoghi meno conosciuti.



Problematiche:

- Organizzazione ossessiva
- Perdita di tempo causata da strumenti poco completi per una ricerca veloce

Avere la possibilità di scrivere una lista di luoghi che piacciono o una macroarea di interesse e avere una creazione automatica di itinerario con tutti i luoghi

Avere la possibilità di pianificare e trovare luoghi in modo dettagliato su una sola applicazione

Possibili consigli di luoghi che potrebbero interessare prima di cominciare l'organizzazione, per avere più spunti e supportare la ricerca

Suggerire all'utente percorsi "già pronti" così da ridurre lo stress

Possibilità di integrare un planner digitale nell'itinerario di eventi che permette di inserire eventi, appuntamenti e pianificazioni dettagliate

Avere la possibilità di avere un "livello" in base alla percentuale di esplorazione della città

SOLUZIONE

Suggerire percorsi predefiniti per **semplificare la pianificazione** e ridurre lo stress dell'utente.



SOLUZIONE

Consentire agli utenti di creare una lista di luoghi preferiti o microaree d'interesse e **generare automaticamente** un itinerario completo.



SOLUZIONE

Fornire un'**applicazione unica** per pianificare e cercare luoghi con dettagli approfonditi



Problematiche:

- Andare in un posto che non si confaccia all'umore della persona
- Il testo non riesce a comunicare in modo efficace l'atmosfera del luogo

Ricordare all'utente di confrontare più riferimenti, così da non crearsi false aspettative

gabriela

Incoraggiare a includere nelle recensioni foto e video sull'esperienza personale

gabriela

Offrire riferimenti visivi sul luogo (foto, video, audio, ...)

gabriela

Possibilità di filtrare i luoghi per atmosfera

Juan Marcos Palacios

Possibilità di filtrare in base alle proprie emozioni

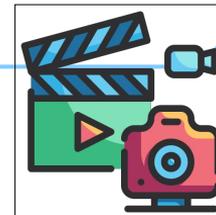
Roberto

Live crowd in tempo reale di un luogo (non solo edifici ma anche posti esterni)

Juan Marcos Palacios

SOLUZIONE

Offrire **riferimenti e informazioni visive e uditive** dei luoghi (foto, audio, video...)



SOLUZIONE

Possibilità di **filtrare in base alle proprie emozioni** (inwards) o **all'atmosfera** dei luoghi (outwards)



SOLUZIONE

Fornire un **live crowd** in tempo reale di spazi interni ed esterni per stimare l'affollamento



Problematiche:

- Mancanza di Tempo Organizzativo
- Mancanza di recensioni affidabili

“Marcare” le recensioni come affidabili, attraverso uno strumento simile ad un badge

gabriela

Avere la possibilità di vedere foto abbinate alle recensioni per farsi un'idea del posto

Rebecca

Specificare i tempi di servizio di un locale, cosicchè gli utenti possano farsi un'idea

gabriela

Avere la possibilità di sbloccare un badge per ogni profilo di “affidabilità” in base al delta likes e dislikes totali ricevuti sulle proprie recensioni

Colombo, Emma

Specificare i dettagli. Ad esempio, nel caso di un ristorante esplicitare i tipi di cucina che offre

gabriela

Filtro locali nelle vicinanze

Juan Maria Peltago

3D immersive map del locale per farsi un'idea prima di andare al posto

Juan Maria Peltago

SOLUZIONE

Offrire la possibilità di vedere foto associate alle recensioni per fornire un'idea più chiara del luogo



SOLUZIONE

Etichettare come affidabili le recensioni, secondo vari criteri e mediante un sistema di badge





SOLUZIONE PIÙ PROMETTENTE

Fornire un servizio unico per pianificare e esplorare nuovi luoghi della città, unendo le soluzioni più gettonate

Questa soluzione propone un servizio completo che combina pianificazione e ricerca di destinazioni con informazioni dettagliate, puntando a soddisfare tutte le necessità legate all'organizzazione di itinerari, alla scoperta di luoghi caratteristici, alla valorizzazione dell'atmosfera locale e alla gestione delle recensioni



VI PRESENTIAMO...

FLÂNEUR

Definizione

Flâneur è un termine francese, reso celebre dal poeta Charles Baudelaire, che indica l'uomo che vaga oziosamente per le vie cittadine, senza fretta, sperimentando e provando emozioni nell'osservare il paesaggio.



Flâneur richiama l'idea di un'esplorazione **curiosa e riflessiva** della città, perfetto per un servizio che vuole aiutare le persone a **scoprire luoghi nascosti e insoliti**. Ha un tocco intellettuale e artistico, collegato alla figura del "flâneur" parigino, il vagabondo urbano.

VALUE PROPOSITION



**Discover the unseen.
Style it. Feel it. Share it.**

