

DESIGN PER IL SETTORE PUBBLICO

Fare ricerca per progettare servizi pubblici

Le tecniche da usare per progettare a misura di utente

01

Design research in ambito pubblico

Principi chiave da tenere in
considerazione

Metodi ibridi per comprendere il contesto

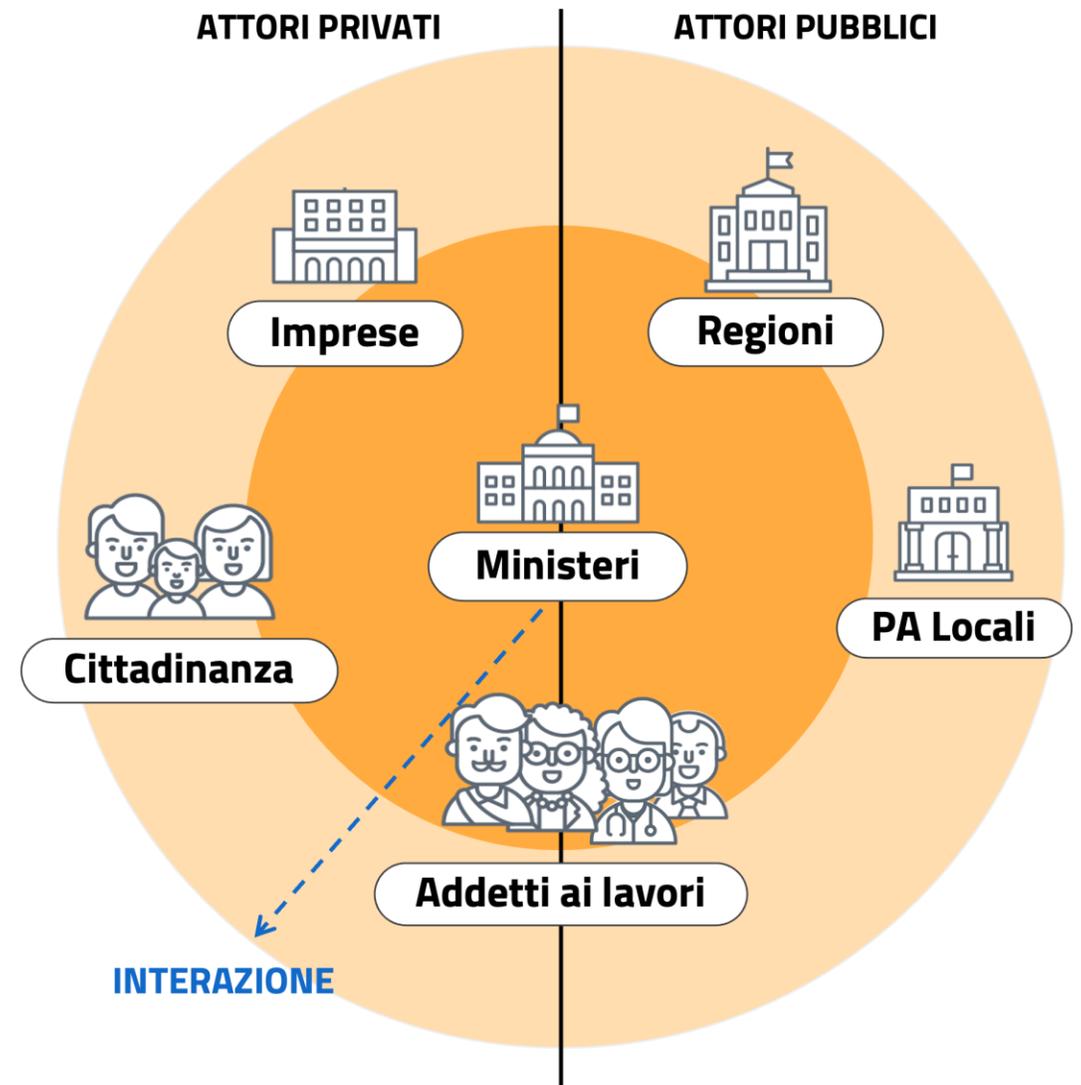
La *design research* adotta approcci, tecniche e strumenti, mutuati da diverse discipline. Il suo scopo è analizzare le dinamiche relative all'erogazione e fruizione di prodotti e servizi.

Discipline

- scienze sociali
- scienze cognitive
- psicologia
- marketing
- data science

Chi coinvolgere nella ricerca per l'ambito pubblico?

Nella progettazione di prodotti e servizi, bisogna coinvolgere una varietà di stakeholder per rispondere ad esigenze di comune interesse: migliorare l'esperienza di fruizione e ottimizzare l'erogazione.



Seguire un approccio utente-centrico e partecipato

Coinvolgere tutti gli stakeholder sin dal principio e nelle diverse fasi del processo progettuale, per consentire un'esperienza d'uso semplice, accessibile e inclusiva.

Linee guida di design per i siti internet e i servizi digitali della PA

4.3. Semplicità di consultazione ed esperienza d'uso

La finalità di questo requisito è far progettare, realizzare e mantenere siti internet e servizi digitali utili e facili da usare.

Un approccio iterativo e data-driven

Analizzare e migliorare l'esperienza d'uso dei siti/ servizi digitali ciclicamente mediante la rilevazione qualitativa e quantitativa dei dati di fruizione.

LG di design per la PA

4.4. Monitoraggio dei servizi

- SI DEVONO effettuare la raccolta e l'analisi statistica del traffico e del comportamento utente rispetto all'accesso e utilizzo di siti e servizi digitali.
- SI DEVONO condurre attività di raccolta, analisi e valutazione dei feedback degli utenti relativi alla qualità percepita.
- SI DOVREBBE condurre un'attività di manutenzione evolutiva dei siti internet e servizi digitali, facendo ricorso alle principali metodologie di testing e ricerca quantitativa e qualitativa.

Seguire un un approccio iterativo e data-driven

Analizzare e migliorare l'esperienza d'uso dei siti/ servizi digitali ciclicamente mediante la rilevazione qualitativa e quantitativa dei dati di fruizione.

Linee guida di design per i siti internet e i servizi digitali della PA

4.4. Monitoraggio dei servizi

La finalità di questo requisito è migliorare l'esperienza d'uso dei siti dei servizi digitali attraverso l'analisi dei dati di fruizione.

IL PROCESSO DI RICERCA

Pianificare a svolgere la
ricerca

Seguire le Linee guida 4.3 Azione 1

SI DEVE adottare un approccio progettuale orientato alle persone capace di coinvolgere, ascoltare e osservare gli utenti nelle fasi di analisi, ideazione, progettazione, sviluppo e manutenzione del sito/servizio in un'ottica di miglioramento continuo, secondo una logica iterativa, utilizzando ove possibile metodologie agile;

Come fare?

- Coinvolgere gli utenti finali nelle diverse fasi del processo progettuale per procedere in maniera iterativa.
- Impostare meccanismi di raccolta di data analytics da sfruttare per apportare migliorie future.
- Organizzare le modalità del lavoro del team e le attività progettuali in cicli di pianificazione, esecuzione e valutazione.

Seguire le Linee guida 4.3 Azione 3

SI DEVONO svolgere attività di ricerca con utenti, per definire e valutare in modo esplicito le caratteristiche e i bisogni delle persone rispetto allo specifico contesto d'uso per il quale si sta progettando il sito/servizio;

Come fare?

- Definire chi sono i principali destinatari e beneficiari del servizio.
- Coinvolgere anche tutti coloro che dovranno operare il sistema dietro le quinte.
- Considerare anche le esigenze di dirigenti, funzionari e dipendenti dell'ente.
- Chiarire chi sono gli utenti e i beneficiari, diretti e indiretti.

Seguire le Linee guida 4.3 Azione 6

SI DEVONO condurre test di usabilità per comprendere se i servizi digitali, esistenti o in fase di progettazione, corrispondano alle esigenze degli utenti;

Come fare?

- Identificare i momenti in cui è possibile trarre beneficio da questa metodologia nelle diverse fasi del processo progettuale.
- Organizzare sessioni di test con utenti reali.
- Prioritizzare gli interventi migliorativi in base alla gravità delle criticità.
- Elaborare le criticità emerse per definire i cambiamenti necessari al miglioramento del prodotto.

Seguire le Linee guida 4.4 Azione 5

SI DEVONO condurre attività di raccolta, analisi e valutazione dei feedback degli utenti relativi alla qualità percepita;

Come fare?

- Predisporre strumenti per la gestione dei feedback ricevuti e delle comunicazioni.
- Prevedere all'interno del processo di gestione del prodotto digitale fasi di revisione dei risultati.
- Utilizzare metodologie di ricerca con gli utenti per validare i feedback ricevuti, comprenderli e identificare la loro priorità.

Focus del progetto

- I touch point tra utenti e servizio o per operatori di back-office.
- I contenuti di un sito informativo per cittadinanza e imprese, o altri enti.
- L'esperienza d'uso e i flussi di interazione con un servizio digitale.
- I processi e le infrastrutture che consentono l'erogazione di un servizio digitale.

Perimetro di intervento

- Miglioramento di siti e servizi digitali esistenti.
- Riprogettazione di servizi esistenti in chiave digitale.
- Creazione di nuovi servizi che non esistono ancora.
- Progettare servizi erogati da un ente pubblico al cittadino (Government-to-Citizen), o da un ente ad un altro ente (Government-to-Government).

ESEMPIO: riprogettare l'home page di un sito Ministeriale

1. DEFINIRE OBIETTIVI

- Allinearsi alle buone pratiche di usabilità
- Aumentare la trovabilità dei contenuti
- Mettere in evidenza i contenuti più utili

2. SVOLGERE LE ATTIVITÀ

- Benchmark
- Valutazione euristica
- Test di usabilità
- Web analytics

3. ANALIZZARE I DATI

- Qualitativi
- Quantitativi

4. IDENTIFICARE

- Scenari d'uso

ESEMPIO: progettare i servizi digitali erogati dai Comuni

1. DEFINIRE OBIETTIVI

- Capire l'esperienza d'uso
- Mappare i processi di erogazione
- Individuare le buone pratiche di interazione

2. SVOLGERE LE ATTIVITÀ

- Benchmark
- Interviste
- Questionari

3. ANALIZZARE I DATI

- Qualitativi

4. IDENTIFICARE

- Personas
- Scenari d'uso
- User journey

02

Approcci e tecniche utili

Comprendere le esigenze di tutti gli stakeholder

Come svolgere la ricerca in maniera efficace?

A seconda dello scopo del progetto ci sono diversi approcci che possono essere adottati per generare le informazioni necessarie a prendere scelte progettuali consapevoli.



Ricerca primaria

Studia comportamenti e necessità raccogliendo informazioni direttamente dalle persone coinvolte nell'utilizzo di un sito o servizio, o che lavorano dietro le quinte.

Ricerca secondaria

Analizza fonti esistenti per raccogliere informazioni utili a comprendere l'ambito in cui la soluzione finale verrà utilizzata e lo stato dell'arte dell'ecosistema in cui si andrà a collocare.

Ricerca qualitativa

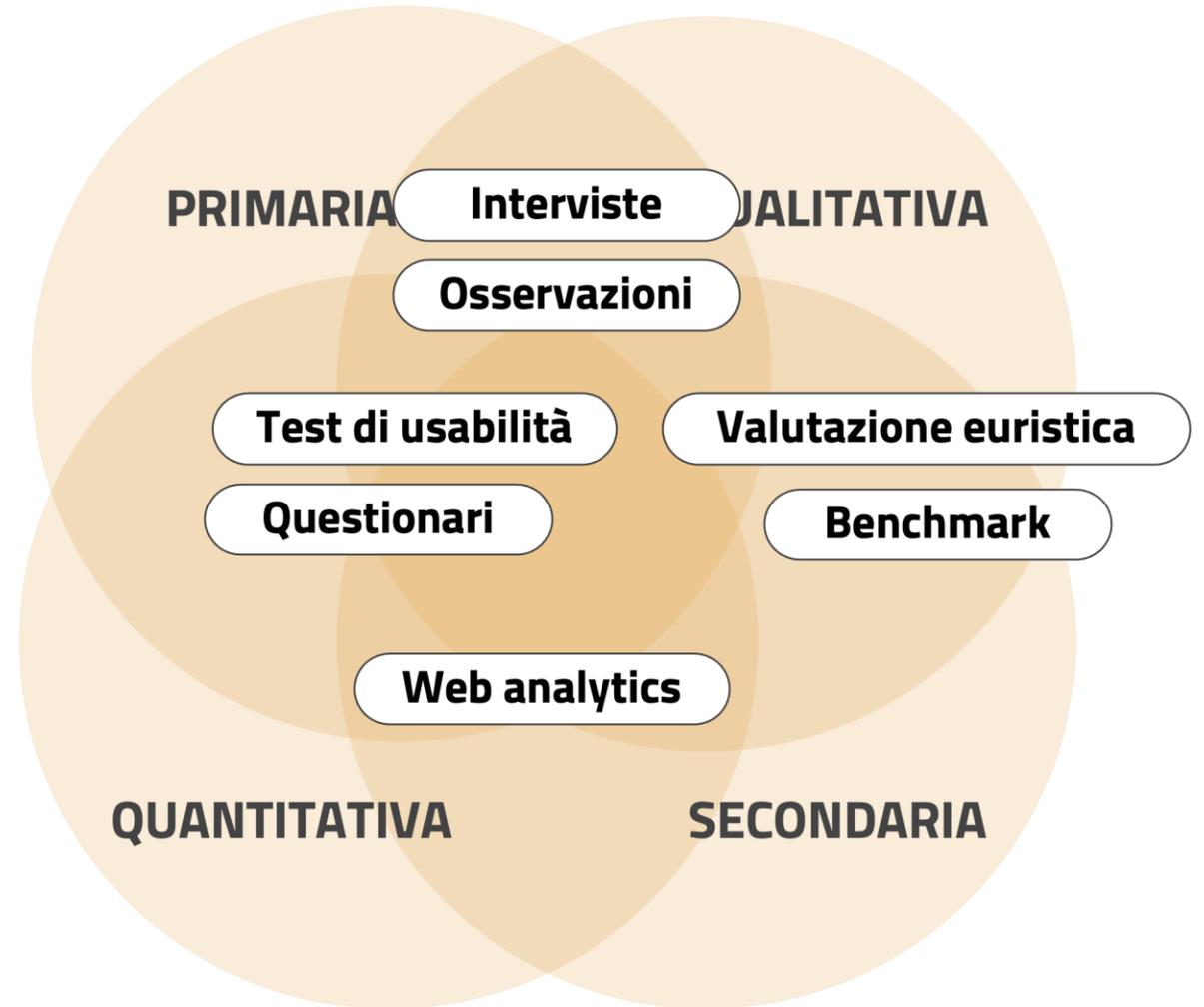
Analizza le informazioni in modo da dedurre il perché e il come si verifica un determinato fenomeno, acquisendo una comprensione delle interazioni che avvengono in un determinato contesto.

Ricerca quantitativa

Rielabora dati numerici e per individuare correlazioni al fine di identificare e misurare un particolare fenomeno, con il supporto di evidenze estratte da dati con una valenza statistica sufficiente.

Scegliere il metodo giusto

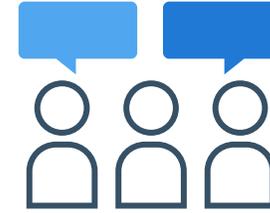
La scelta di un approccio alla raccolta e alla elaborazione dei dati piuttosto che un altro, e delle relative tecniche da mettere in campo, dipende fortemente dalla tipologia e dallo scopo del progetto.



La ricerca utente è anche nella norma

L'importanza di mettere le persone al centro è evidenziata trasversalmente nelle LG di design.

Alcune attività di ricerca sono chiave per coinvolgere gli utenti e raggiungere le finalità richieste.



INTERVISTE



QUESTIONARI



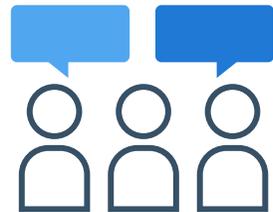
TEST DI
USABILITA



WEB
ANALYTICS

INTERVISTE

Raccogliere resoconti verbali



A cosa servono le interviste

Approfondire il contesto e l'esperienza d'uso di un servizio raccogliendo informazioni dirette tramite i resoconti di tutti gli attori coinvolti, utenti, e altri stakeholder.

Come si fanno?

- Pianificare gli obiettivi il target e le modalità di reclutamento.
- Definire la struttura, i temi chiave da trattare e la privacy policy.
- Preparare il protocollo dettagliando argomenti e domande.
- Rielaborare i dati raccolti per estrapolare gli insights.
- Sintetizzare i risultati della ricerca anche con strumenti di mappatura.

QUESTIONARI ONLINE

Raccogliere dati quanti-qualitativi



A cosa servono i questionari online

Raccogliere informazioni strutturate da una grande quantità di utenti e ottenere risultati quantitativi utili a supportare le scelte e ad orientare il processo progettuale.

Come si fanno?

- Definire lo scopo, il target, le modalità e i canali di distribuzione.
- Definire gli argomenti e strutturare le domande della survey.
- Creare il form da compilare online attraverso strumenti aperti e nel rispetto della privacy
- Analizzare i dati raccolti in maniera quanti-qualitativa
- Sintetizzare i risultati con grafici e diagrammi a supporto.

TEST DI USABILITÀ

Validare l'esperienza 'uso



A cosa servono i test di usabilità

I test di usabilità servono ad osservare come gli utenti interagiscono con il servizio digitale per individuare inefficienze e migliorare, in corso d'opera o durante l'uso, l'esperienza di fruizione.

Come si fanno?

- Definire dei task utili a rilevare difficoltà d'uso nell'interfaccia, nel flusso di navigazione o nelle funzionalità.
- Durante i test, gli utenti svolgono i task assegnati, mentre i progettisti osservano le loro azioni e reazioni.
- conduzione e l'analisi dei risultati di un test di usabilità.
- comportamento nel portarli a termine.

WEB ANALYTICS

Analizzare i dati d'utilizzo



A cosa serve l'analisi dei dati web

Analizzare i dati di traffico web per ottimizzare la ricerca online, aumentare la trovabilità dei contenuti e migliorare l'usabilità di siti e servizi digitali.

Come si fanno?

- Con [Web Analytics Italia](#) puoi esplorare le statistiche di traffico e i dati aggregati.
- Scoprire la provenienza geografica del traffico, le fonti di accesso e i device e browser utilizzati.
- Accedi ai dataset pubblici per studiare trend, performance e accessibilità dei siti.
- Visualizzare le dashboard, scaricare dati aperti e report.

03

Sintesi dei risultati

Strumenti per rappresentare la
prospettiva dell'utente

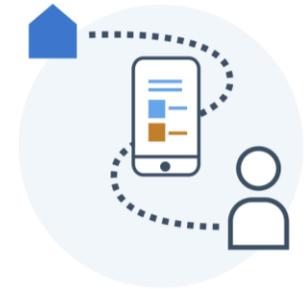
Comprendere l'esperienza d'uso di un servizio digitale

È importante capire la fruizione di un servizio attraverso gli occhi del suo utilizzatore, e riprogettare i processi d'erogazione di conseguenza.

Ci sono diverse tecniche utili a rappresentare la prospettiva dell'utente di un servizio pubblico.



PERSONAS



SCENARI
D'USO



USER
JOURNEY

PERSONAS

Definire caratteristiche ed esigenze di chi usa il servizio



A cosa serve identificare le personas

Rappresentare gruppi di utenti con caratteristiche simili attraverso personaggi, evidenziandone tratti distintivi, esigenze e difficoltà rispetto al servizio.

Come si fanno?

- Identificare quanti e quali sono gli utenti tipo rappresentative di ciascun gruppo.
- Definire personaggi utili a raccontare la prospettiva di ciascun gruppo, la dimestichezza con il digitale e la conoscenza del servizio.
- Identificare obiettivi e relative aspettative, esigenze e potenziali difficoltà nel raggiungimento degli obiettivi.

SCENARI D'USO

Identificare le situazioni in cui avviene l'interazione



A cosa serve definire gli scenari d'uso?

Descrivere la varietà di circostanze e modalità in cui le persone utilizzeranno il servizio, inquadrare gli obiettivi dell'interazione e gli elementi da considerare per renderla possibile.

Come si fanno?

- Elencare tutti i potenziali utenti del sito o servizio.
- Definisci perché devono usare il servizio e cosa devono fare.
- Ripeti la stessa attività per ciascuna tipologia di utente, considerando che potrebbero avere più di una necessità che li spinge ad utilizzare il servizio.
- Valutare quali tipologie di utente e/o scenari sono più rilevanti e/o prioritari da progettare.

USER JOURNEY

Mappare l'esperienza nelle diverse fasi d'uso del servizio



A cosa servono gli user journey?

Schematizzare ed esaminare l'esperienza dell'utente nelle diverse fasi di fruizione di un servizio, dettagliando le attività svolte, gli attori coinvolti e i touch point utilizzati.

Come si fanno?

- Scegliere l'utente tipo e lo scenario di cui si vuole mappare l'esperienza.
- Compilare le tre macro-fasi di interazione col servizio indicando le attività che deve svolgere l'utente.
- Specificare gli attori dietro le quinte e i touch point fisici e digitali con cui l'utente interagisce.
- Individuare le criticità dell'esperienza attuale e/o le caratteristiche di quella futura con il servizio.

04

Esempi applicati

Progetti di ricerca per il settore pubblico

Survey per la community di Designers e Developers Italia

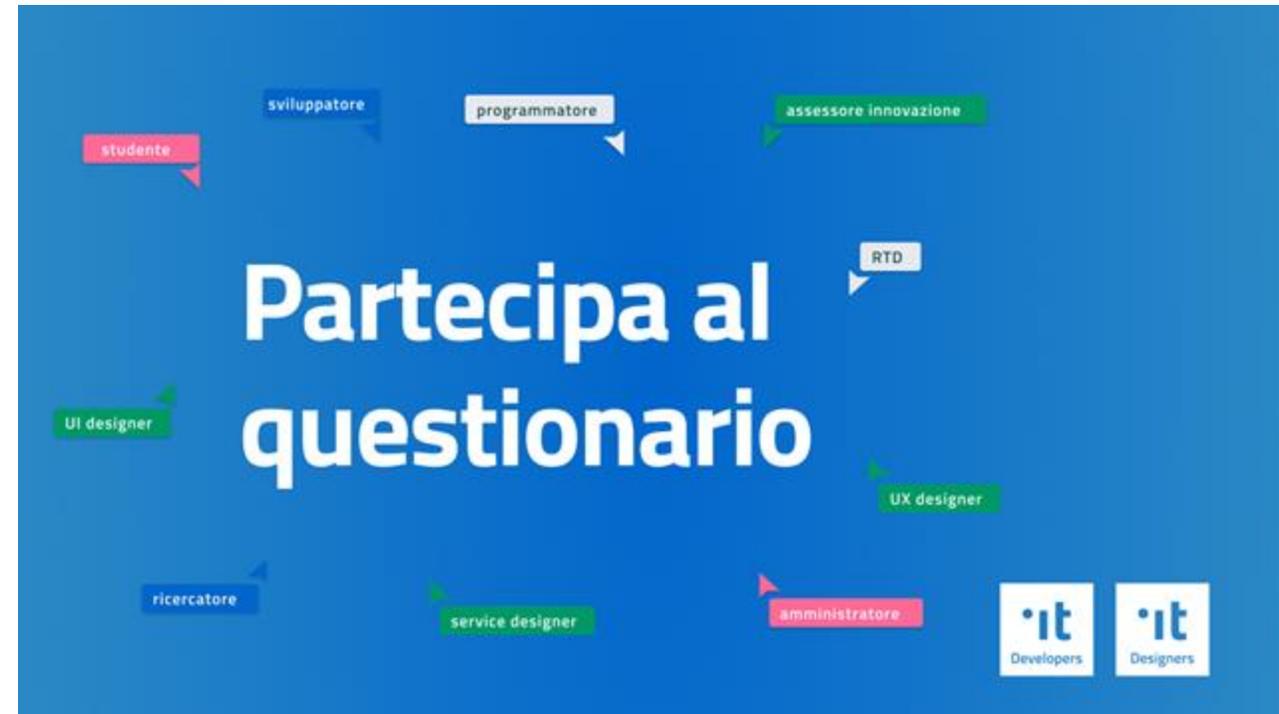
Comprendere il tipo di audience che hanno ad oggi i progetti in corso, quanto siano conosciuti e la percezione di coloro che li seguono o cercano informazioni a riguardo.

Temi chiave

- Conoscenza e percezione dei progetti;
- Utilità dei canali di comunicazione;
- Partecipazione ai progetti;
- Eventuale ricontatto.

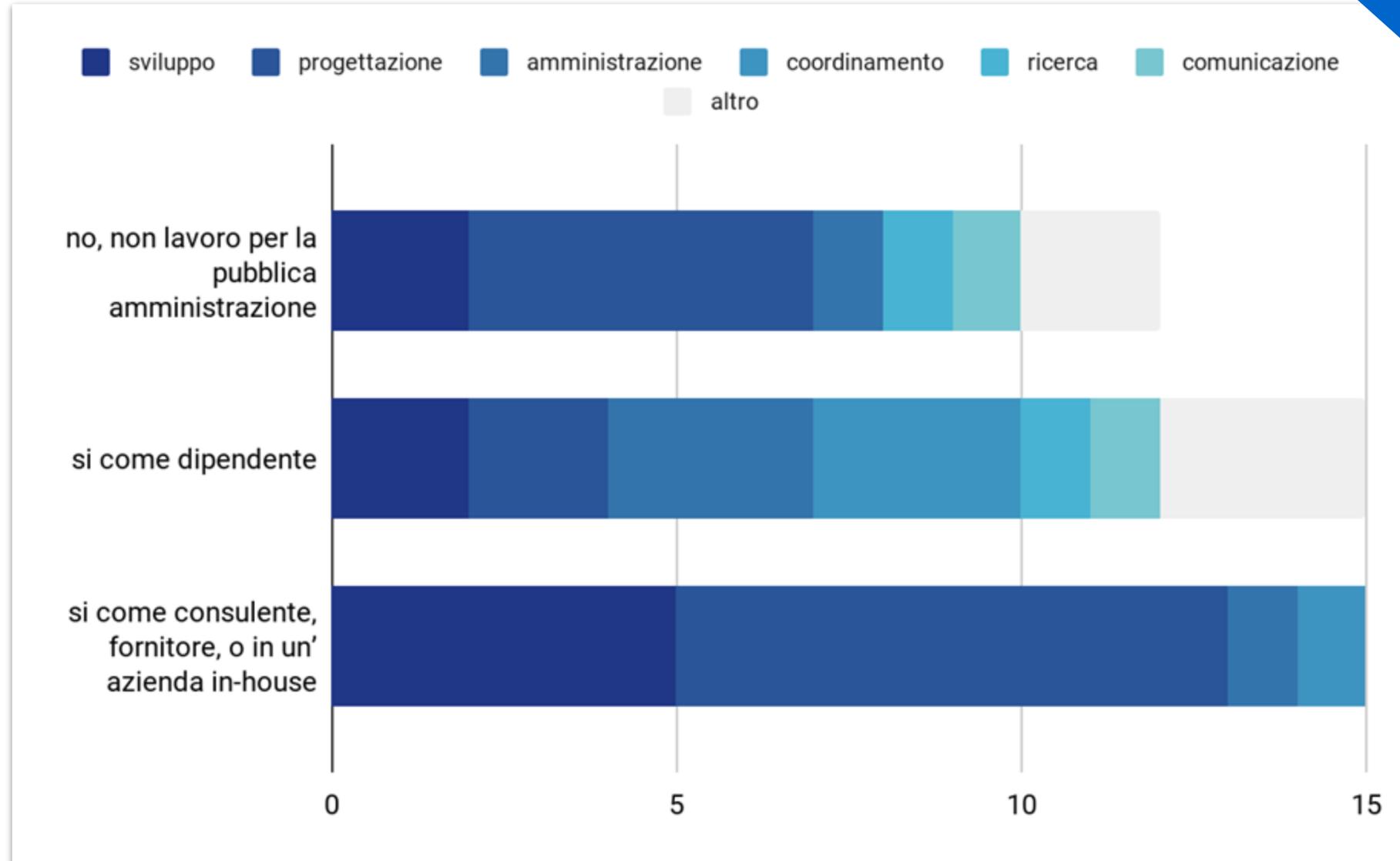
Cosa è stato fatto?

- Distribuzione del link al questionario attraverso i canali social.
- 30 domande principalmente a risposta chiusa.
- Rielaborazione di dati quantitativi e quanti- qualitativi.



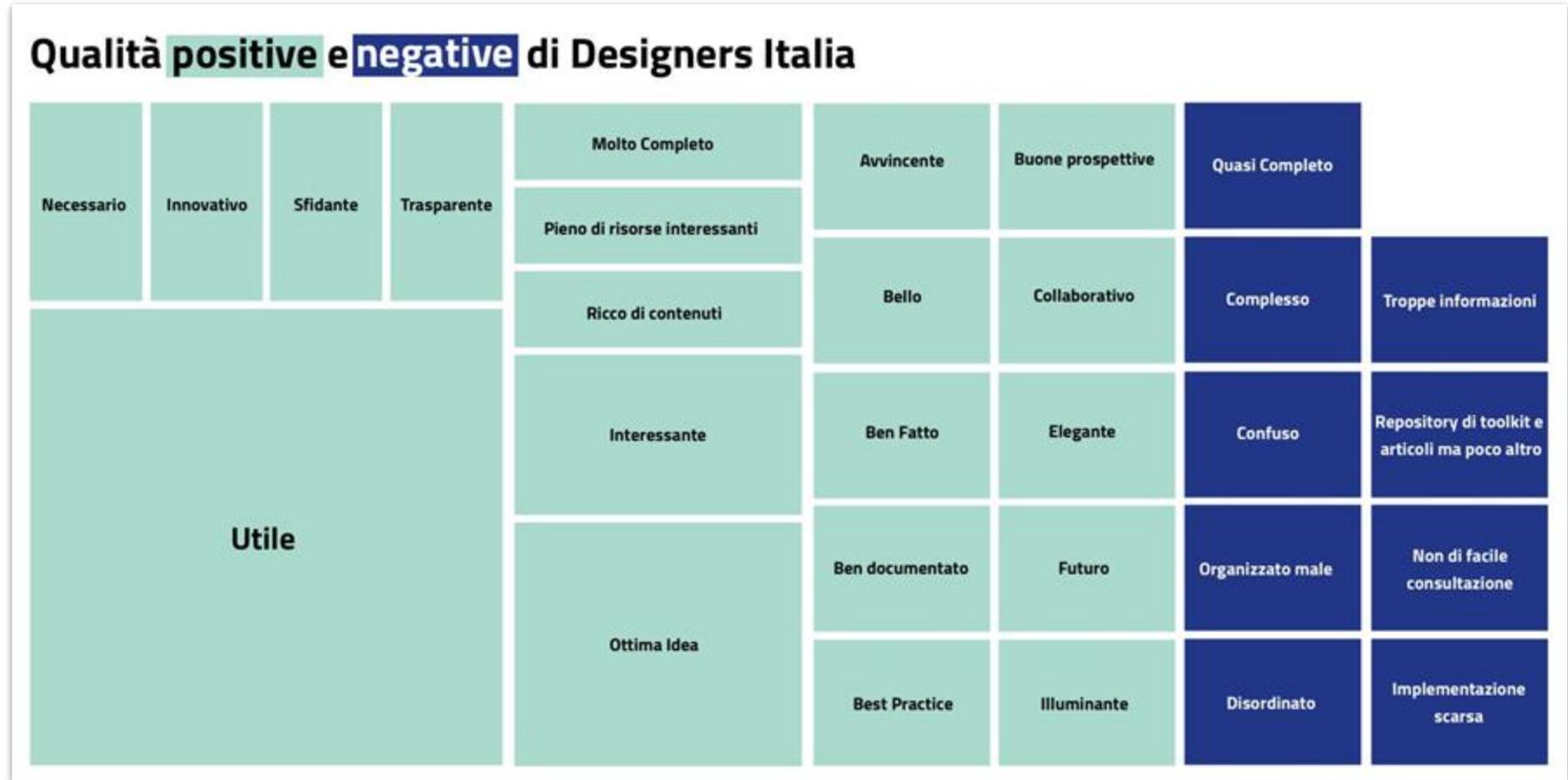
Dati quantitativi

distribuzione dei ruoli per tipologia di organizzazione



Dati quanti-qualitativi

Qualità associate a Designers Italia



Interviste utenti per il sistema di gestione deleghe

Comprendere le esigenze della cittadinanza rispetto all'utilizzo delle deleghe, rilevare necessità e situazioni e mappare l'esperienza d'uso del sistema deleghe con di identità digitale.

Temi chiave

- Motivazioni e circostanze d'utilizzo;
- Obiettivi e difficoltà di fruizione;
- Stato dell'arte sull'uso dell'identità digitale;
- Potenzialità nell'uso del digitale.

Come sono state fatte le interviste?

- Identificare le caratteristiche dei profili utente a cui fare le interviste;
- Selezione di 3/4 partecipanti per ciascuna categoria d'utente (es.: delegante, delegato, etc.)
- Svolgimento sessioni di un'ora con 20 partecipanti.
- Identificazione dei personas principali, relativi scenari e user journey.



Profilo del delegato

Daniela utilizza spesso la sua identità digitale per svolgere pratiche online e risparmiare tempo

PERSONA N. 1

Daniela

Figlia premurosa

35-45 anni



Vorrei non dover sempre compilare fogli di carta o chiedere a mio padre le sue credenziali di accesso ai servizi online della PA.

PROFILO

BACKGROUND

Lavoratrice e mamma single, si divide tra il lavoro, i figli e l'assistenza al padre anziano. La tecnologia è un alleato che la aiuta a gestire le pratiche burocratiche, le spese e le finanze per tutta la sua famiglia.

CULTURA DIGITALE

[Livello di dimestichezza con il digitale]



CONOSCENZA DELL'AMBITO

[Familiarità con la tipologia di servizio]



FREQUENZA D'USO

[Quanto spesso usa il servizio]



USO DEL SERVIZIO

COMPORAMENTI

Vorrebbe utilizzare la sua identità digitale in modo da usare tutti i servizi anche a nome del padre, andando allo sportello solo se strettamente necessario. Le è stato comunicato dal comune di residenza che è possibile creare una delega online e decide di informarsi sul sito ufficiale del servizio.

NECESSITÀ

- Svolgere le pratiche in breve tempo
- Richiedere documenti in formato digitale
- Ricevere avvisi per le iniziative di cui potrebbe beneficiare
- Evitare di recarsi di persona allo sportello

DIFFICOLTÀ

- Dover utilizzare l'identità digitale per conto di terzi
- Informazioni poco chiare sugli iter burocratici da seguire
- Impossibilità di svolgere tutto interamente da remoto e in digitale

Lo scenario in cui Daniela userà il servizio

Vuole attivare la delega digitale per pagare la TARI del padre



Delegato

La figlia premurosa



Delegante

Il genitore low-tech

SITUAZIONE E NECESSITÀ:

[perché decide di utilizzare il servizio]

Vuole supportare il genitore nella quotidianità, brigando per lui alcune faccende e operazioni legate ai servizi pubblici, come ad esempio pagare le tasse e fruire di servizi di welfare.

OBIETTIVO:

[cosa gli/ le serve]

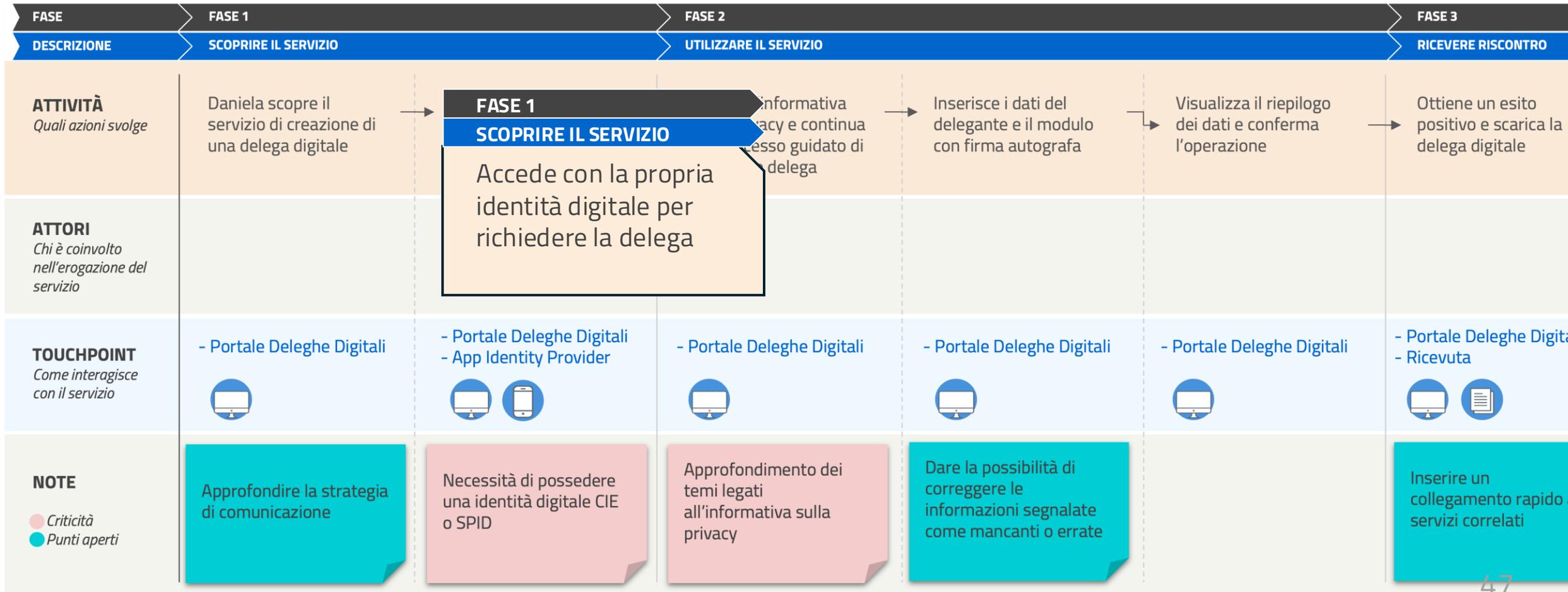
Creare una delega digitale per accedere a determinati servizi

PREFERENZE E TOUCHPOINT:

[dove avviene l'interazione]

Utilizza l'interfaccia utente del Portale Deleghe Digitali

Le fasi dell'esperienza d'uso attuale



A cura di
Designers Italia



Quest'opera, realizzata per il progetto Designers Italia, è distribuita con Licenza Creative Commons Attribuzione - Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale. Copyright (c) 2025 Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per la trasformazione digitale. **Per rispettare i termini della licenza lascia questo testo/questa slide nella tua versione.**