

Red Hat
Summit

Connect

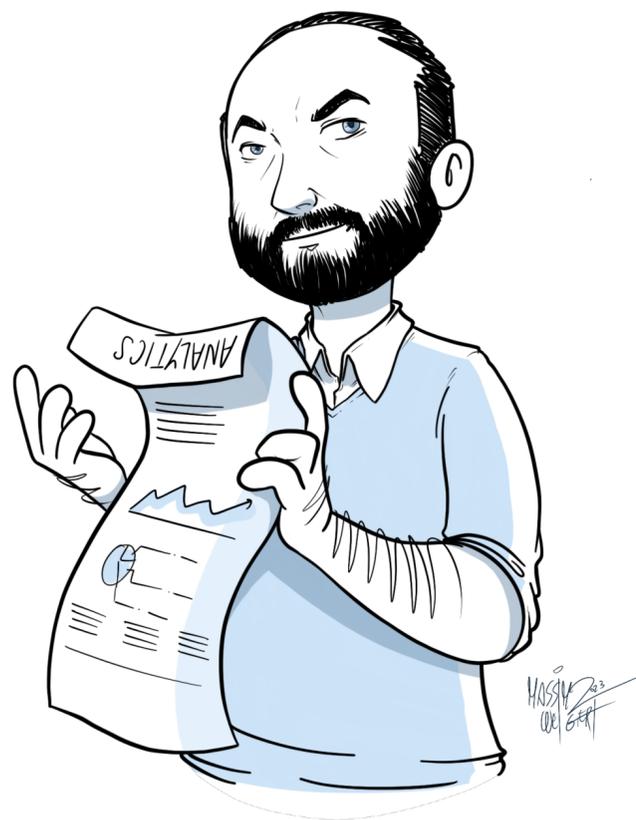
Innovazione: il punto di vista di un **designer**

Massimo Azzolini

Experience & Service Designer

Roma, 07/11/2024





Massimo Azzolini

Experience & Service Designer

Founder di Giallocobalto



Siamo uno studio
di **progettazione** e **consulenza strategica**.

Progettiamo servizi, processi e strategie che abilitano
le aziende ad innovare, creando valore per le persone,
per l'organizzazione e per il business.

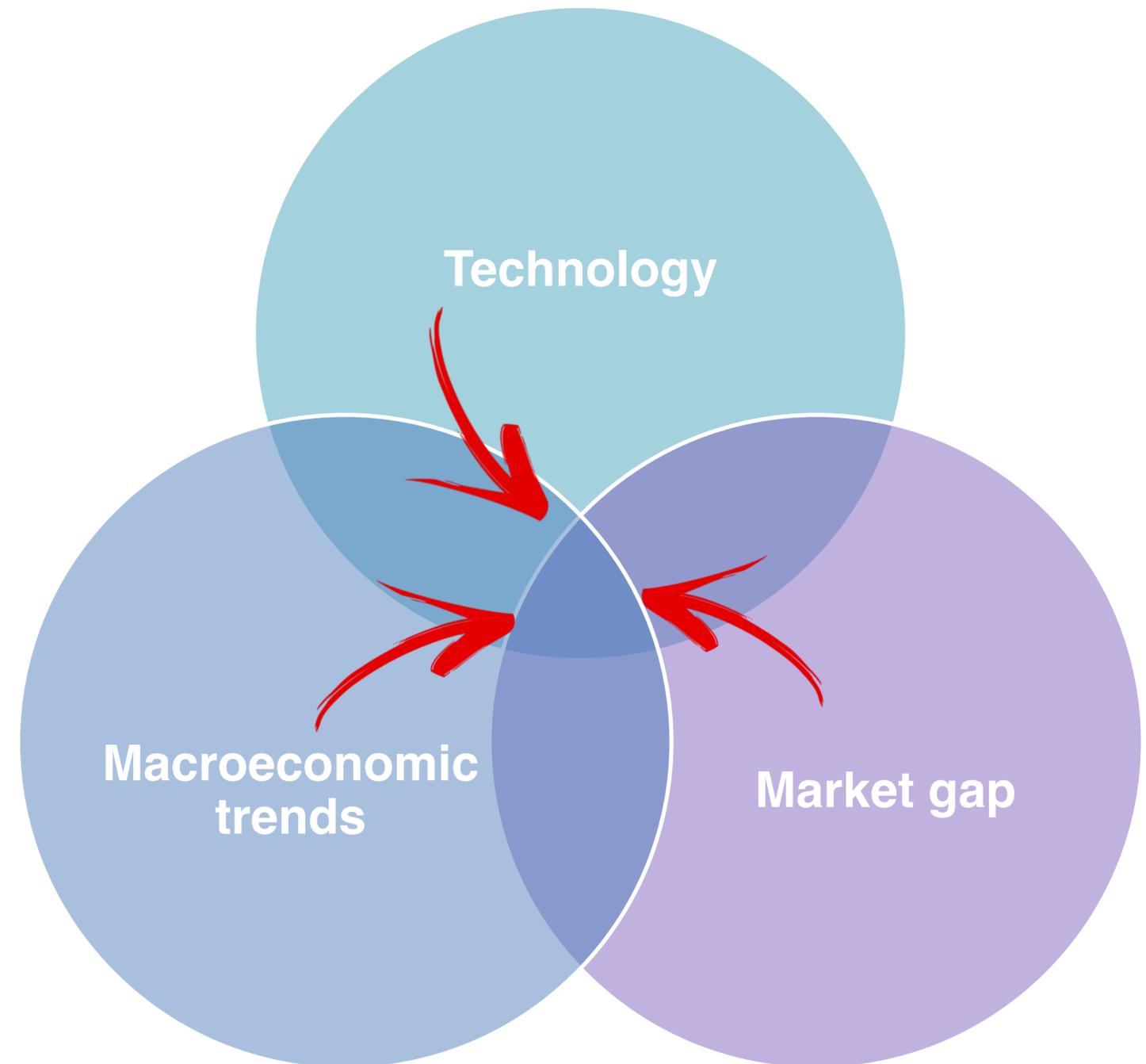


Le idee non sono **un caso**

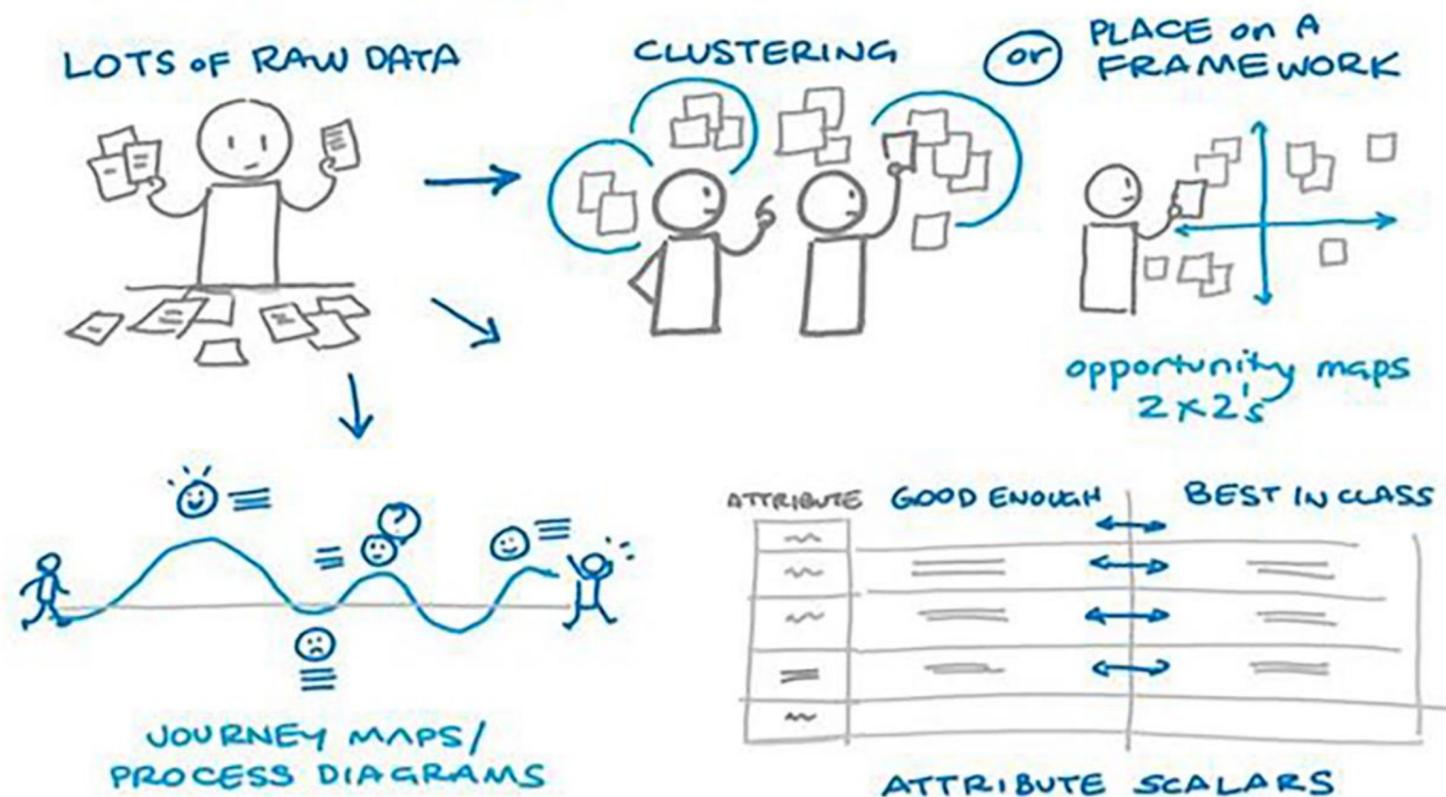
Certo, il successo può essere anche fortuna, ma **l'innovazione** è frutto di uno **sforzo di ricerca**

Da dove arrivano le **nuove idee?**

(e **l'innovazione** con loro)



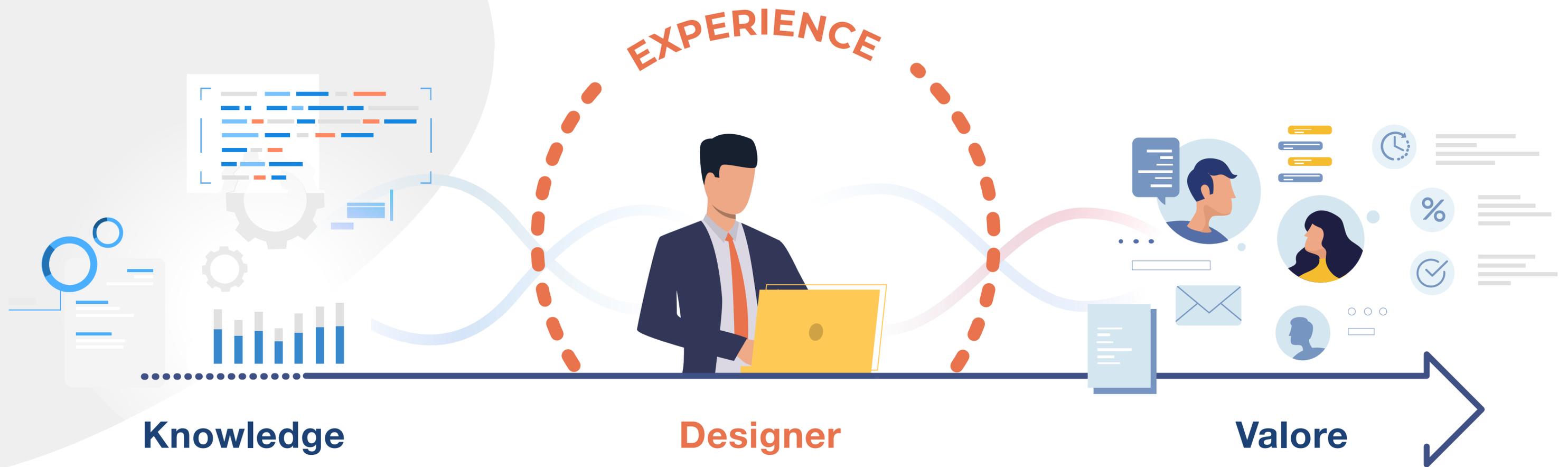
ANALYSIS and SYNTHESIS



Come faccio a
trovarle?

Il design utilizza una serie di **metodi e strumenti** per analizzare e sintetizzare la complessità

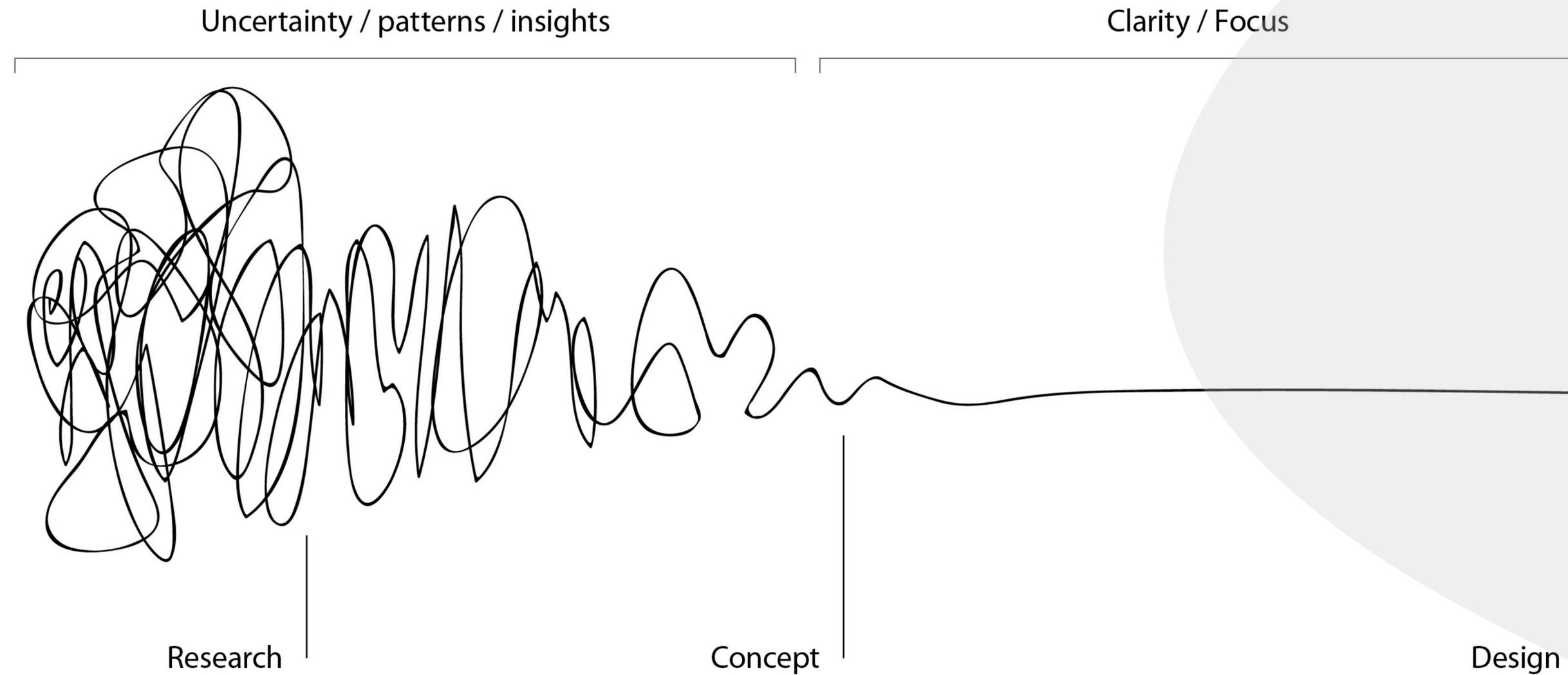
Innovazione & **design**





...BISTURI!

In principio era il **caos**...



“

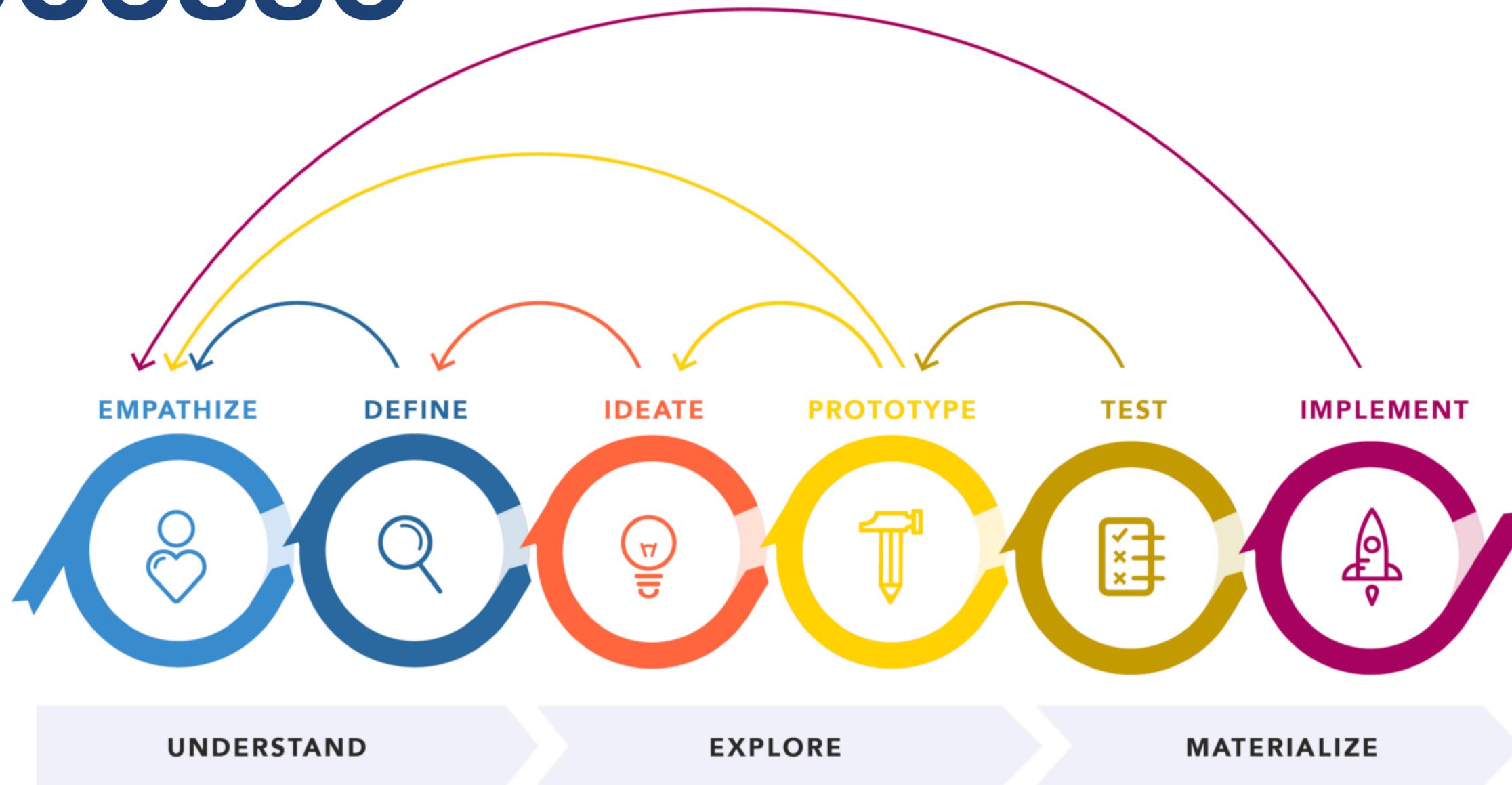
Design Thinking

*It is a collaborative approach centered on human and **problem solving**, using a mindset useful for solving complex problems.*

– **Tim Brown**
President of IDEO

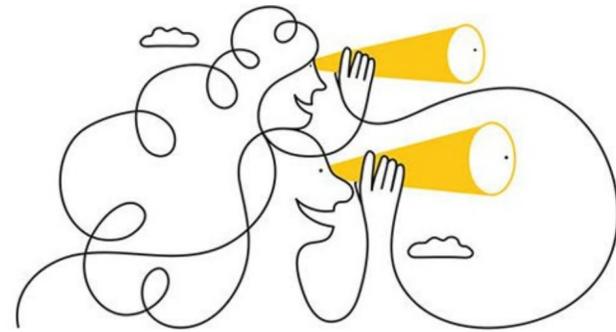


Il processo

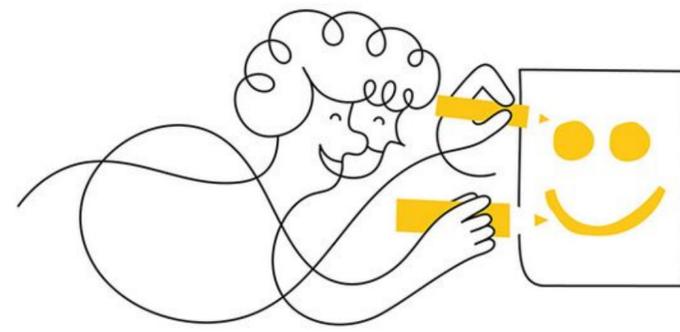


DESIGN THINKING 101 NNGROUP.COM

Di cosa **parleremo**?



1.
Designer &
Management



2.
Designer &
Utente



3.
Designer &
Developer

1. Designer & **Management**



Ciak... **azione!**

“

*Il designer è il
controllore dell'identità
e dell'innovazione, un
regista culturale e della
comunicazione dei
prodotti dell'azienda".*

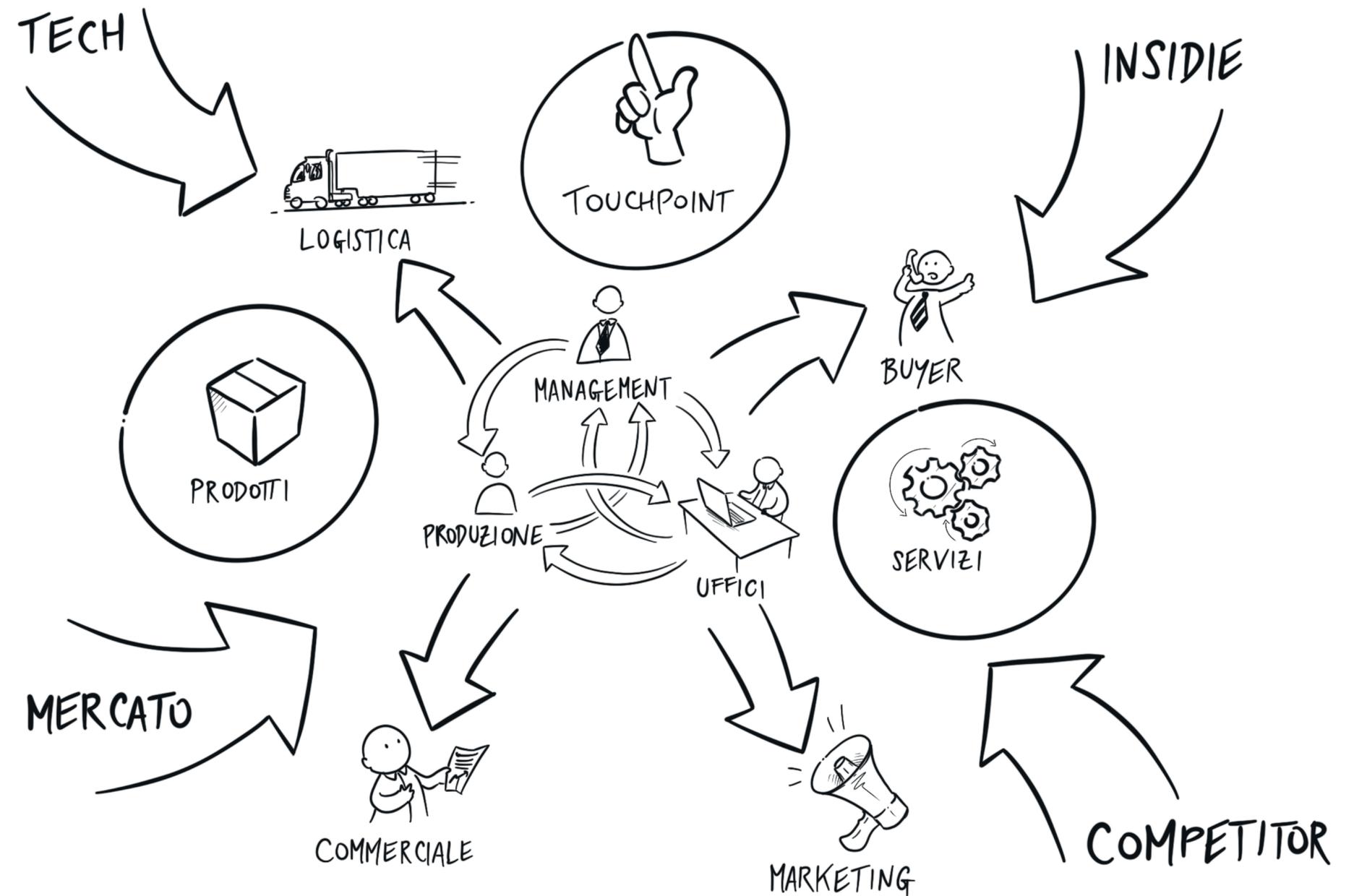
– **Corrado Terzi**

Architect, Rome University of Fine Arts



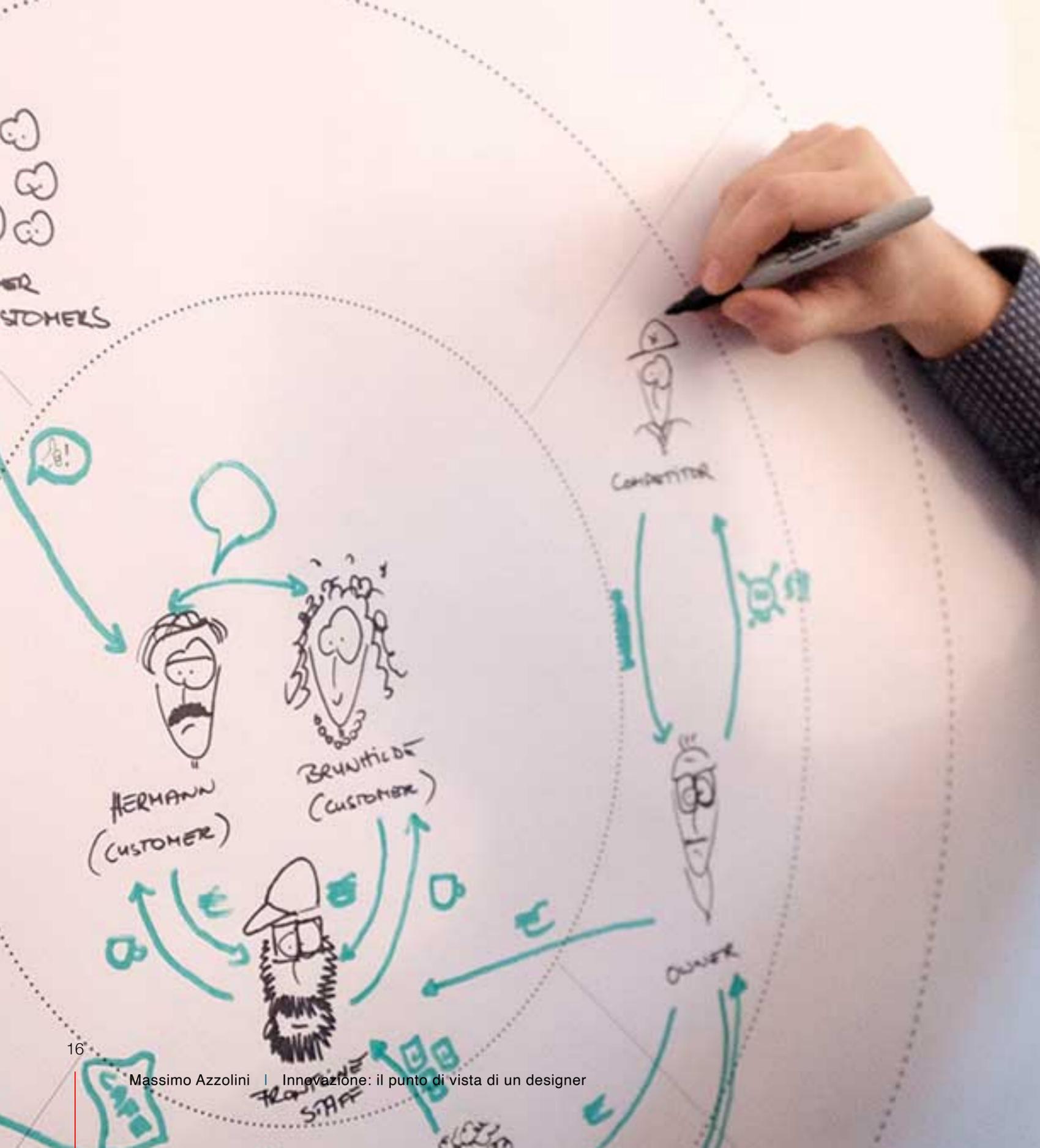
Un sistema complesso

L'azienda è un organismo articolato e in **continua evoluzione**. Il designer si trova a giostrarsi tra tante figure diverse.



Il designer e gli stakeholder

Esistono **moltissime figure diverse** che ruotano intorno ad un progetto di innovazione e il designer dovrà **relazionarsi** con loro, studiarle e mapparle



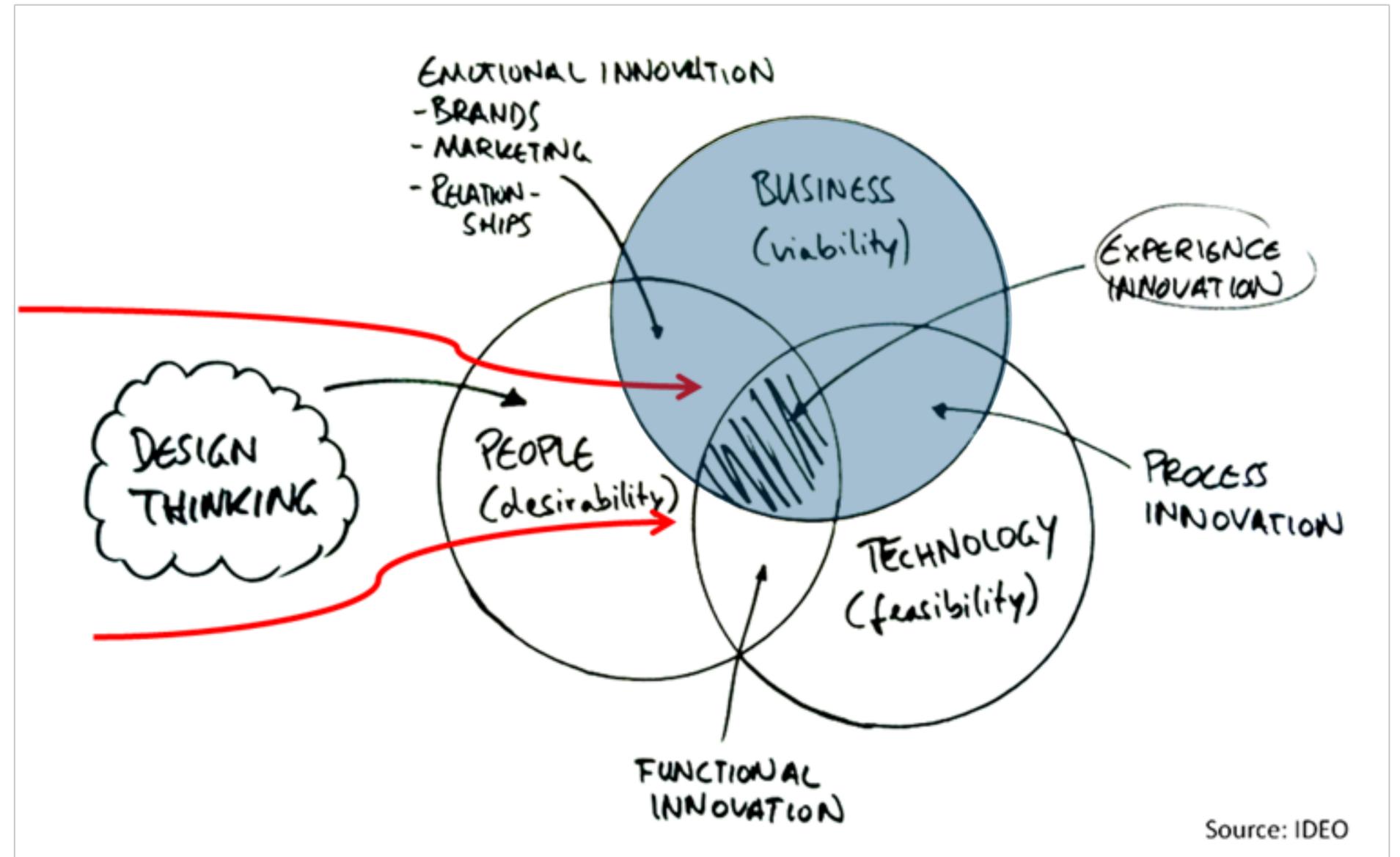
STAKEHOLDERS...

STAKEHOLDERS EVERYWHERE



La **fattibilità** economica

- Abbiamo abbastanza **budget**?
- Abbiamo le **skills adatte**?
- È **redditizio**?
- Qual è il **ROI**?



Go to market

Innovation



Change management

Il valore per
il **Business**

Misura, valida, **migliora**

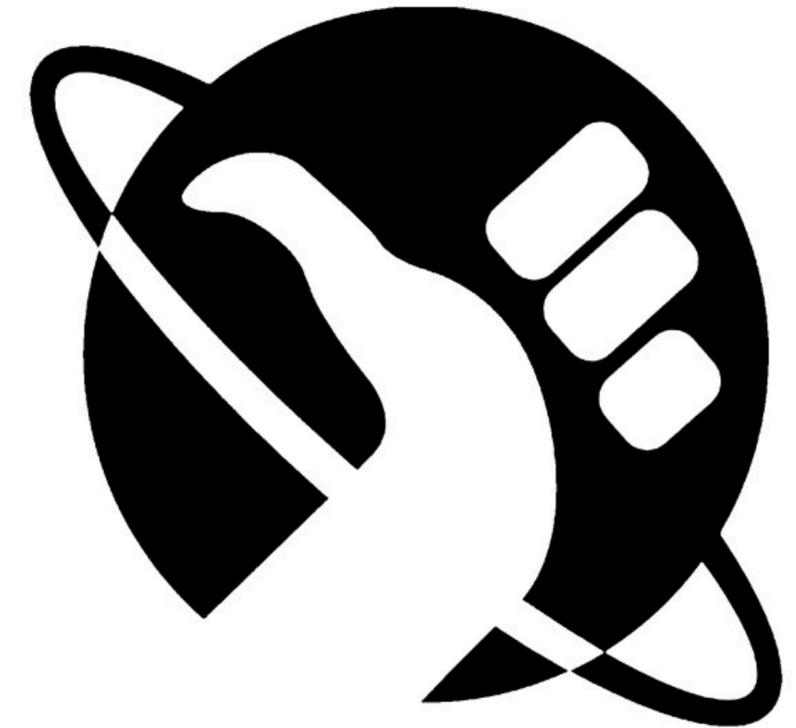
Test → **learn** → adapt

“

In God we trust,
all others **bring data.**

– *W. Edwards Deming*

Founding Father of Total Quality Management



DON'T PANIC



IMPROVISE. ADAPT. OVERCOME.

Il cambiamento è
fondamentale



Il modello del **fiume**

4 strati, **4 flussi**

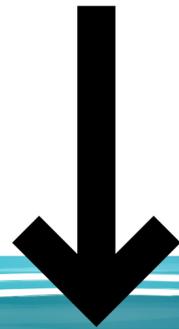
STRUMENTI E PROCESSI

COMPETENZE

CULTURA

PERSONE

Design



STRUMENTI E PROCESSI

COMPETENZE

CULTURA

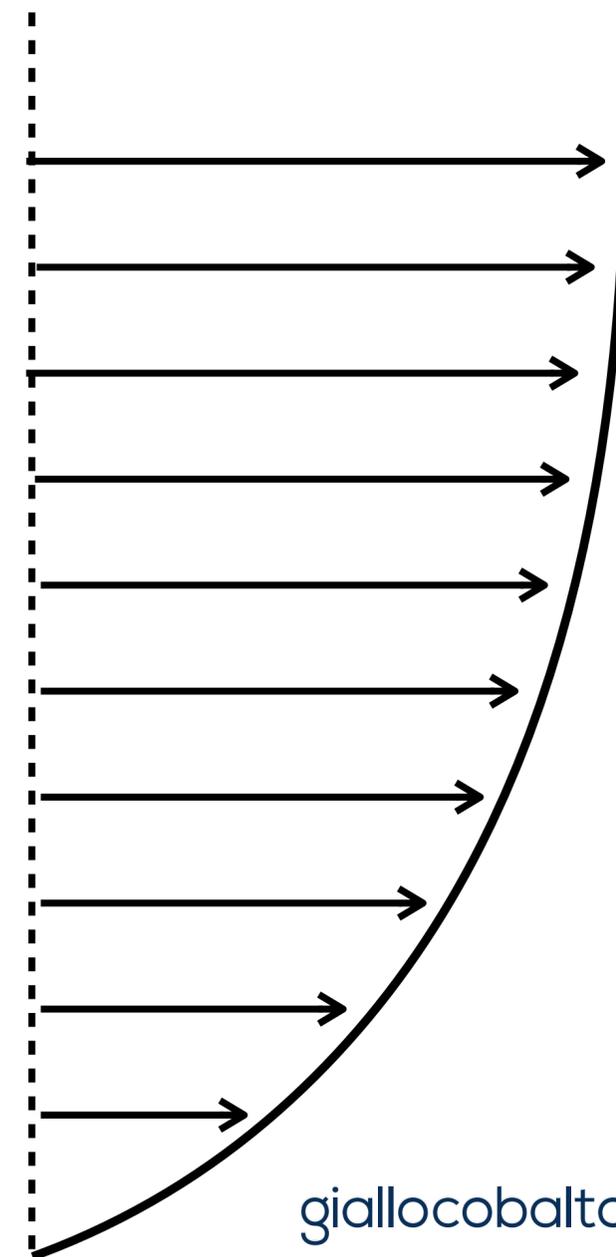
PERSONE



Tutto **scorre**

Il cambiamento avviene con **velocità diverse**

Abitudini



giallocobalto





Gioca **d'anticipo**

“

Disruption è una parola molto di moda per descrivere **il cambiamento**, ma questo **è inevitabile**, che tu lo voglia o no. È meglio **che sia tu l'artefice** di questo cambiamento.

– *Claudio Domenicali*

CEO Ducati

(Assemblea Confindustria, settembre 2023)

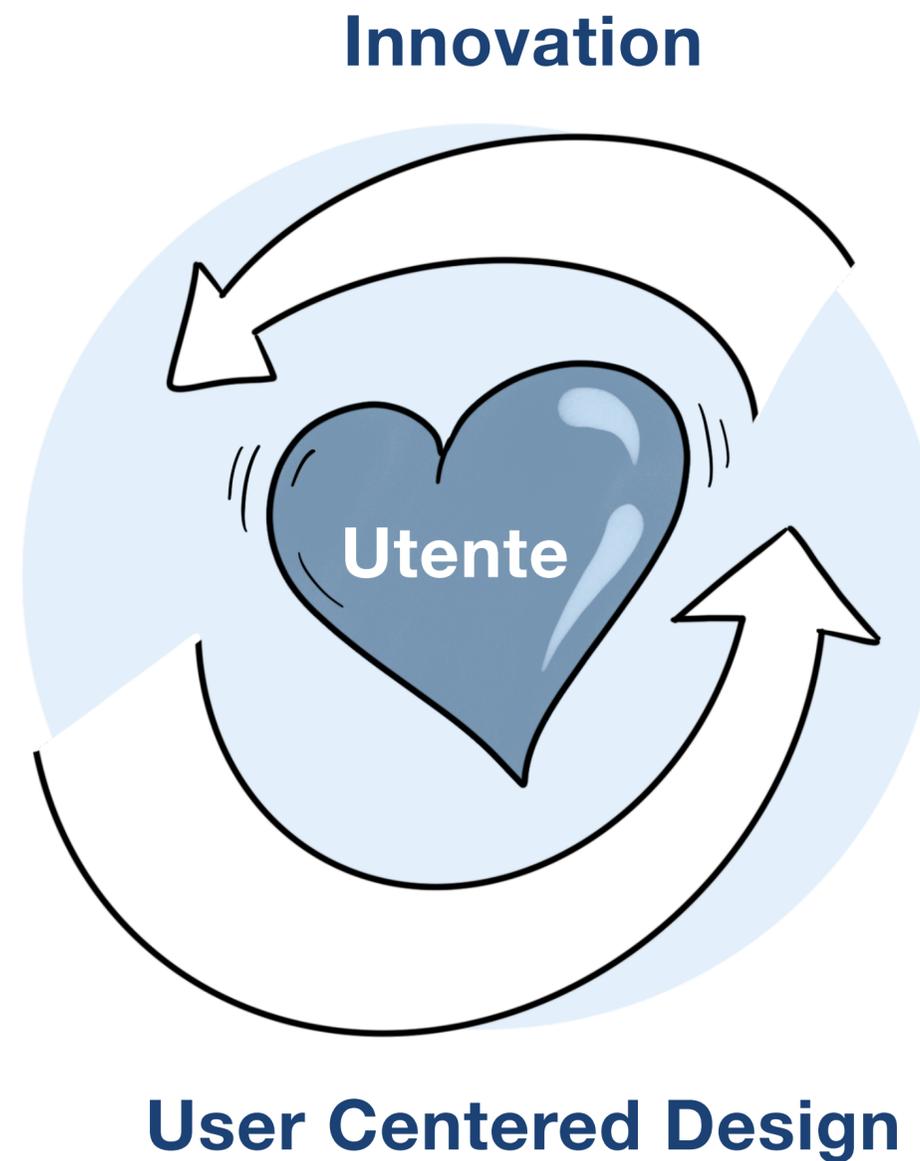
2. Designer & Utente



“ From making **people want things**,
to make **things people want**. ”

– **Frank Chimero**
Product e Visual Designer

Il valore per gli **Utenti**





“

Non chiediamo al bambino cosa vuole

Disegniamo con lui il suo gioco

and let thy feet
millenniums hence
be set in midst of knowledge

Il Design Thinking è **Human Centered**



DETECTIVE MODE: ON

Personas & Bisogni

Capiamo **a chi ci rivolgiamo** e chi invece sono gli utilizzatori finali: non sempre le due categorie coincidono.

“

Quali attori intervengono nel processo decisionale di acquisto e di adozione?



GIOVANNI Ragni

GENERALITÀ

Direttore Tecnico Azienda
Utilizzatore finale
Vive a Roma
Ha 55 anni

MOTTO

“Keep Calm and Carry On:
Mantieni la calma e vai
avanti.”

Chi è



Nome Giovannino
Qualifica Direttore tecnico
Età 55 circa
Dove si trova zona Roma

Di cosa si occupa

DT della azienda medio grande

l'RSPP è più teorico, il DT lo fa scendere a terra, è più pratico

Job to be done

Cosa fa (nel lavoro e nella vita)? Quali sono le attività che si trova a svolgere o deve portare a termine?

Ha molte attività da fare su tutte le manutenzioni	supervisionare e coordinare l'ufficio tecnico, "non si sporca le mani"	Si assicura che gli impianti che gestisce garantiscono al meglio la produzione dell'azienda	Riunioni di coordinamento con i fornitori per la Sicurezza
Deve assicurare un buono stato igienico della struttura (?)		Progetta i capitolati tecnici	Segue i lavori di ristrutturazione
deve programmare il futuro, non può reagire solo all'esigenza del momento			

La ragione per cui acquista

Qual è la ragione chiave che spinge la persona ad acquistare ed utilizzare il prodotto/servizio?

l'acquisto può essere imposto dai superiori	Tiene tutto sotto controllo dal punto di vista Legionella
agevolazione del lavoro non indifferente	

Motivazioni

Cosa motiva la persona e la spinge all'azione? Cosa la coinvolge? Incentivi, timori, traguardi, crescita personale, potere, prestigio sociale, ...

Fare bella figura con la Direzione e la proprietà aziendale	Fare bene le cose "manutentive"	Essere in regola con le Linee Guida Legionella e con la Legge	Essere in regola in caso di controlli della ASL o degli ispettori	Non avere rotture di scatole
Avere tutto sotto controllo dal punto di vista tecnico				

Bisogni e aspettative (gain)

Quali sono le sue aspettative? Cosa lo rende felice? Quali sono i suoi obiettivi? Quali traguardi aspira a raggiungere?

riconoscimento finale del merito (una bella bottiglia fa piacere a tutti)	Dimostrare ai superiori che ha fatto un buon lavoro e ha scelto bene il fornitore			
Avere tutto bello ordinato	Documentazione Post Intervento di Qualità			

Affare fatto!

Cosa contribuisce maggiormente a chiudere l'accordo con la persona?

Relazione con commerciale Firotek	La sensazione di risolvere il problema "Legionella" una volta per tutte
collo di bottiglia nel caso in cui dovessero esserci 100+ clienti	

Canali e touchpoint

Come possiamo raggiungere e interagire con la persona?

Pacconi Legionella Zero	Campagne Adwords	Blog Legionella.it	Newsletter Firotek	Visite fisiche fatte dal venditore Firotek
Laboratorio di analisi che ci segnala	Fiera tecnica o seminari proprietari	Pubblicità su siti di settore	DEM da acquistare su riviste online	

Problemi e frustrazioni (pain)

Cosa lo turba? Quali problemi gli rovinano la giornata? Che paure ha?

Paura di avere alte contaminazioni di Legionella	Rotture di scatole tecniche (Si rompe qualcosa etc.)	Sindacati che protestano per qualcosa che non va a livello di Sicurezza	Ispezioni a sorpresa della ASL o degli enti preposti	Il fornitore anzichè risolvere i problemi crea disagi

Niente da fare...

Cosa potrebbe far fallire la negoziazione con questa persona?

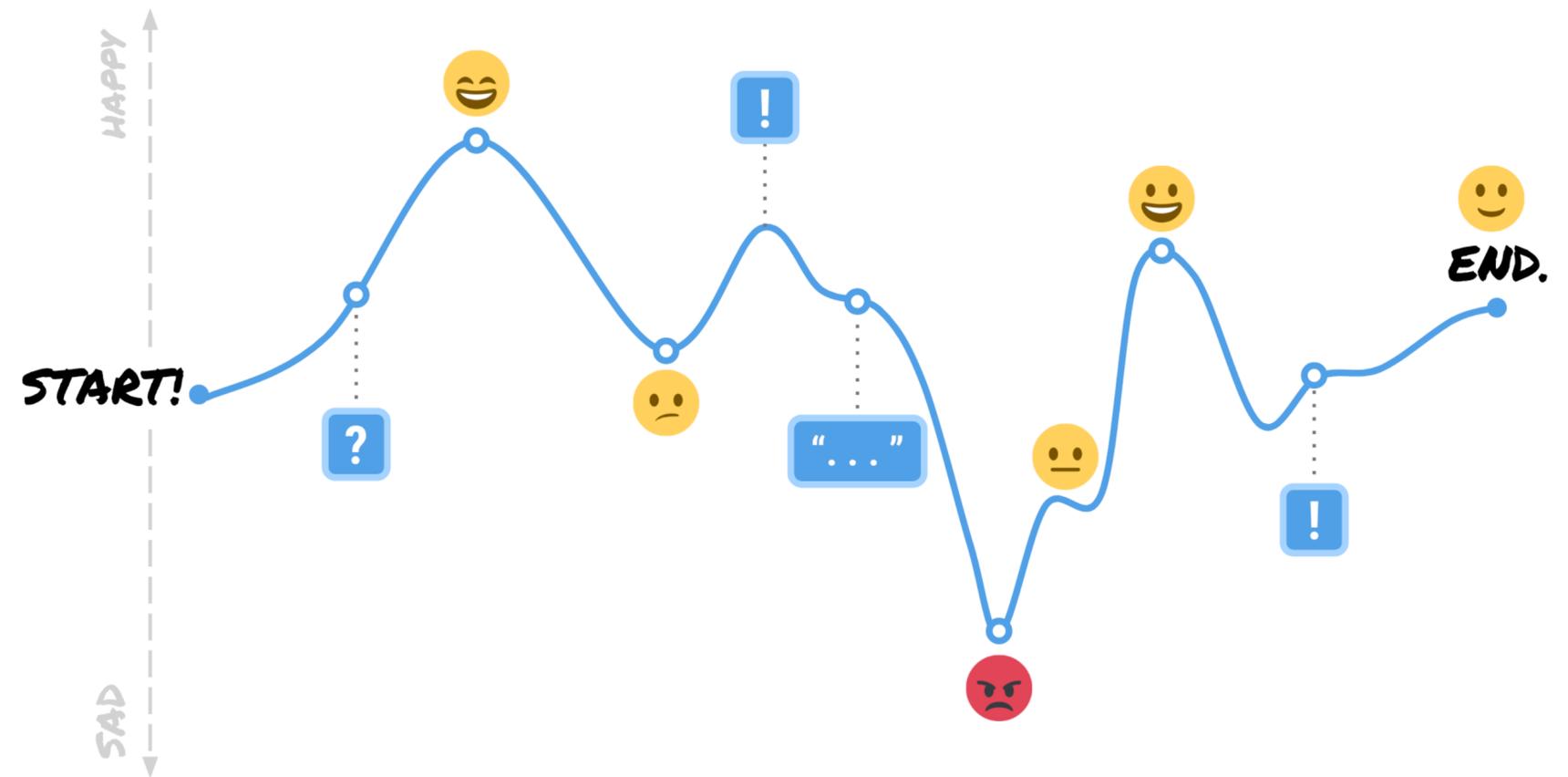
Paura del cambiamento di fornitori (Laboratori etc.)	Problema di acquisto ricorrente con pagamento anticipato	Paura di non saper usare il software
	Troppa complessità del software	

Dalla **storia** all'**esperienza**



User journey & scenari d'uso

È la narrazione visiva che descrive il **percorso degli utenti** e aiuta a comprendere le **interazioni** del prodotto/ servizio **dal punto di vista dell'utente**.



EXPERIENCE MAP
 Appare sigilla comprensione e intenzione chiave ricominciando l'esperienza map in un momento di transizione. L'esperienza map è la visualizzazione dell'intera esperienza dell'utente e di come una persona attraversa nel raggiungere un obiettivo interagendo con il sistema in quanto cosa la persona. Sono i viaggi computerizzati, il viaggio, l'esperienza e alcuni delle persone. Vengono analizzati gli step di interazione del cliente, in cui gli obiettivi che vogliono per la prima volta con un elemento del servizio, fino al suo abbandono alla visione attraverso del sistema. La storia è raccontata dal punto di vista del dipendente, che sottolinea anche le interazioni importanti tra le aspettative degli utenti e le esigenze di business.

SERVICE BLUEPRINT
 Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di erogazione del servizio, in modo da permettere di vedere come il servizio viene erogato e quali sono i punti di contatto tra il cliente e il servizio. Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di erogazione del servizio, in modo da permettere di vedere come il servizio viene erogato e quali sono i punti di contatto tra il cliente e il servizio.

LE FASI/STAGE DEL SERVIZIO
 1. **PRE-BOARDING**: Selezione delle azioni organizzative e il coinvolgimento dei dipendenti e dei processi di lavoro da realizzare.

2. **CONSIDERATION**: La persona sceglie il servizio e si prepara a utilizzarlo. Si tratta di un momento di transizione in cui il cliente si prepara a utilizzare il servizio.

3. **USE & APPLY**: Il cliente utilizza il servizio e lo integra nella sua routine lavorativa.

4. **INTERACTION**: Il cliente interagisce con il servizio e si prepara a utilizzarlo.

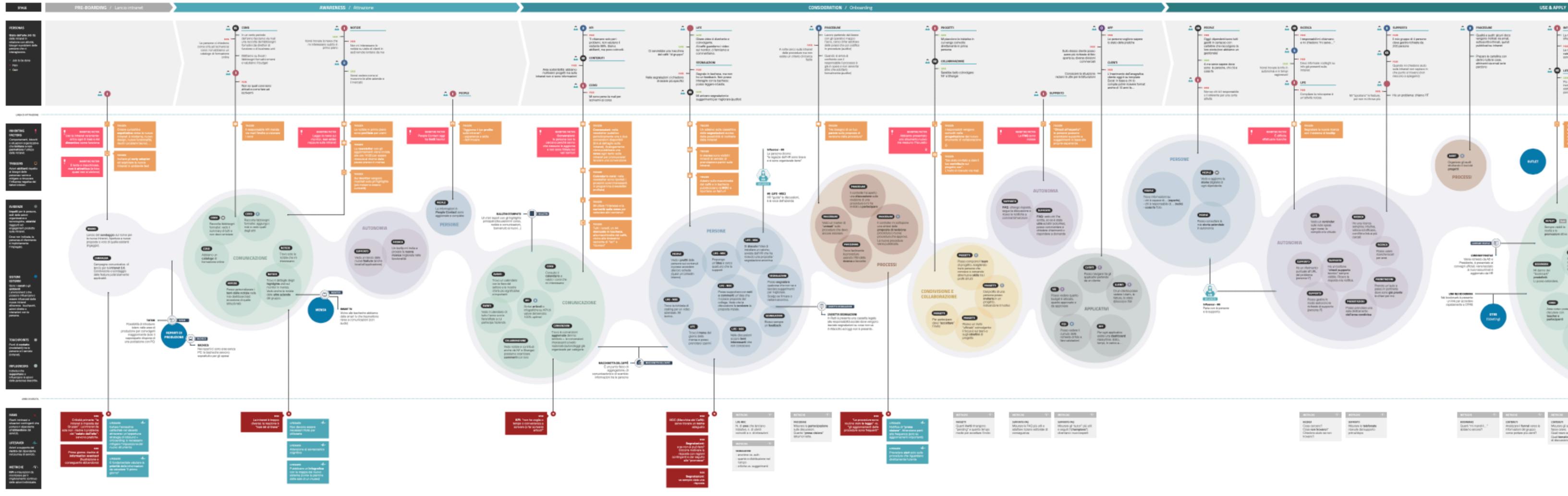
PERSONAS
 Progettare la nuova Intranet significa studiare e progettare l'esperienza di lavoro per i collaboratori di Intra. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano. Come progettare un sistema che supporti il lavoro quotidiano? Come progettare un sistema che supporti il lavoro quotidiano? Come progettare un sistema che supporti il lavoro quotidiano?

HR
 Il ruolo di Intra è quello di supportare il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano.

RESPONSABLE
 Il ruolo di Intra è quello di supportare il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano.

IMPEGATO
 Il ruolo di Intra è quello di supportare il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano.

OPERATIVO
 Il ruolo di Intra è quello di supportare il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano. Intra è un sistema che supporta il lavoro quotidiano.



A KEY STAGE
 L'esperienza è un fatto di essere per raggiungere l'obiettivo e il viaggio verso l'obiettivo. Il cliente è il protagonista del viaggio. Il cliente è il protagonista del viaggio. Il cliente è il protagonista del viaggio.

POSITIVE WORK ENVIRONMENT
 È necessario creare un ambiente di lavoro positivo e generare un senso di appartenenza al servizio. È necessario creare un ambiente di lavoro positivo e generare un senso di appartenenza al servizio. È necessario creare un ambiente di lavoro positivo e generare un senso di appartenenza al servizio.

SELF-DIRECTED AND DYNAMIC LEARNING
 Migliorare e guidare i progressi personali e del gruppo attraverso i report e il feedback e il senso di riconoscimento nell'attività.

Co-design

Per soddisfare davvero le esigenze degli **utenti**, è fondamentale coinvolgerli **nel processo di progettazione**.

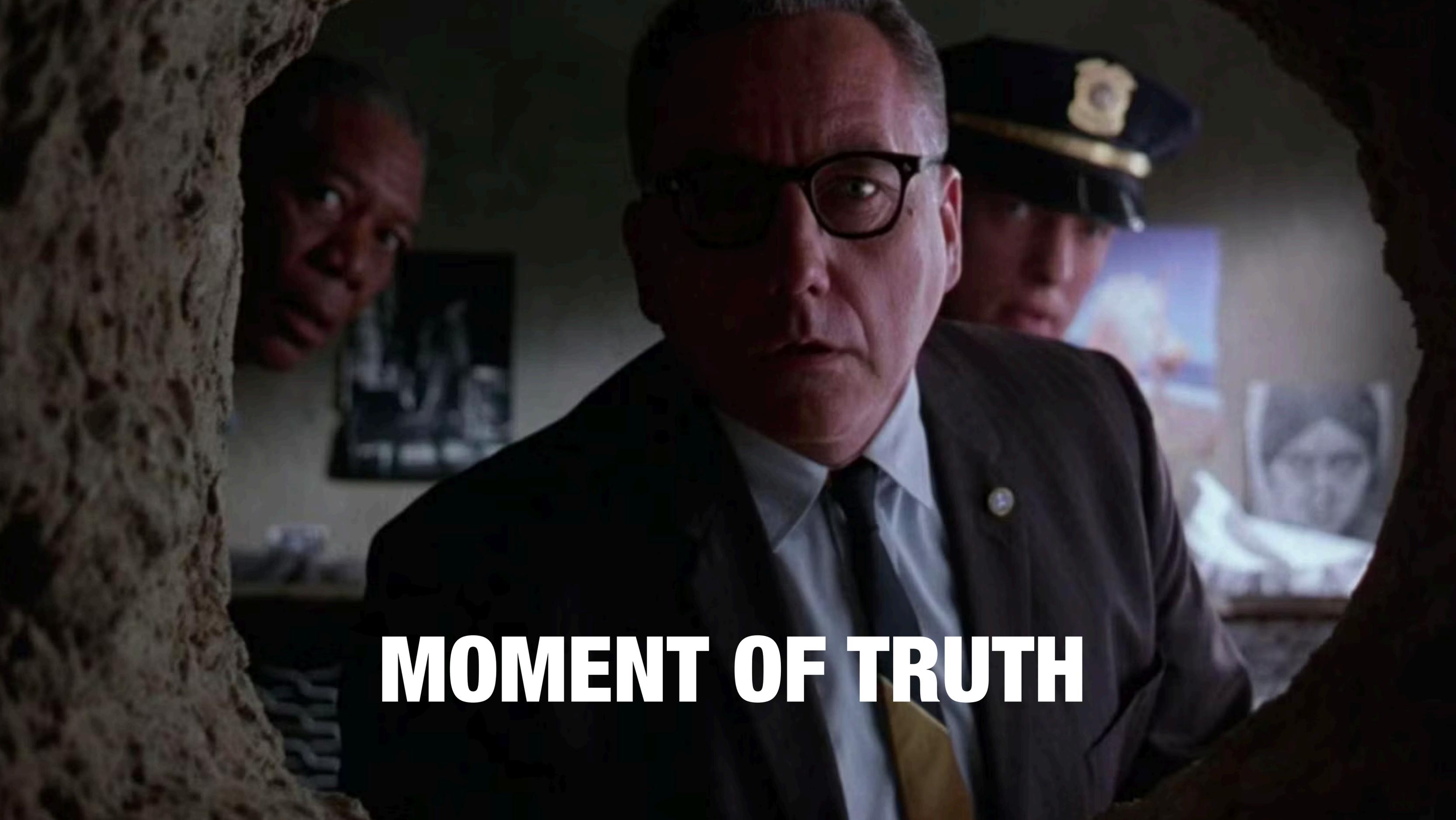




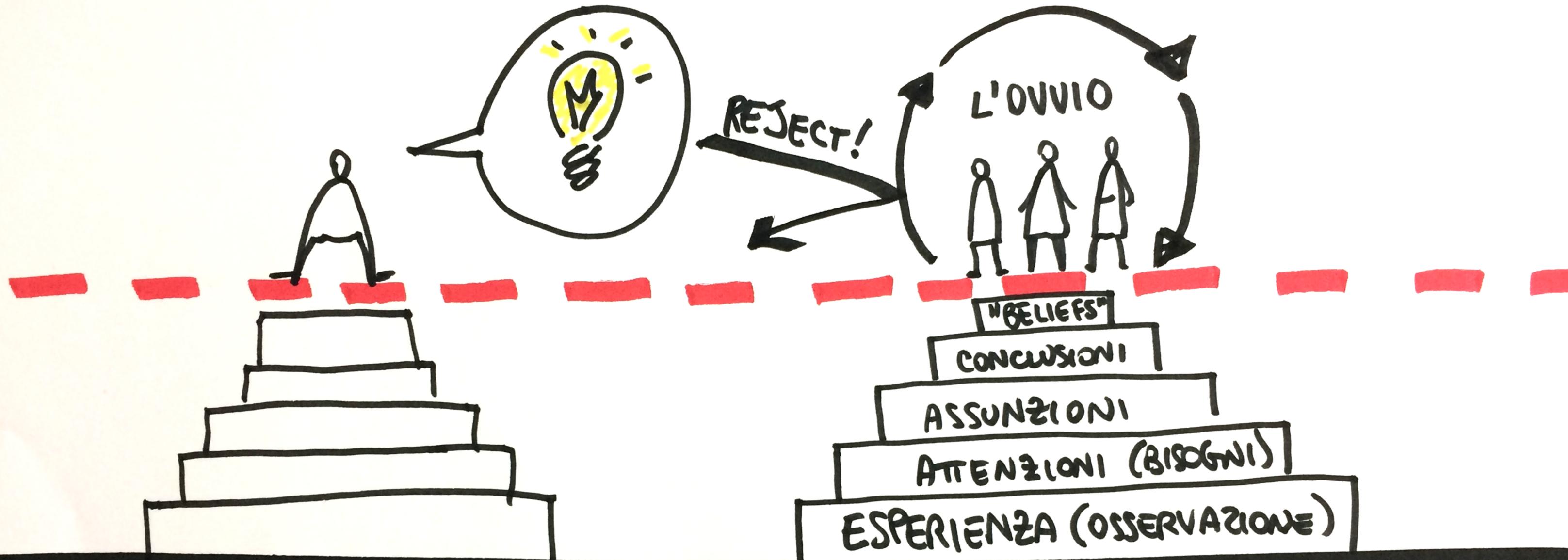
Caso studio

Workshop di co-design



A man in a dark suit, white shirt, and dark tie with glasses looks directly at the camera with a serious expression. He is holding a yellow folder. In the background, a police officer in a dark uniform and cap looks on, and another man is partially visible on the left. The scene is dimly lit, with a window in the background showing a person lying in a hospital bed.

MOMENT OF TRUTH



Senza le persone

questo è il risultato...

**LA REALTÀ
(SCONOSCIUTA)**

“ Se un’immagine vale più di mille parole,
un **prototipo** vale più di mille riunioni. ”

– **David & Tom Kelley**
IDEO Founder & General Manager

3. Designer & Developer





DESIGNER



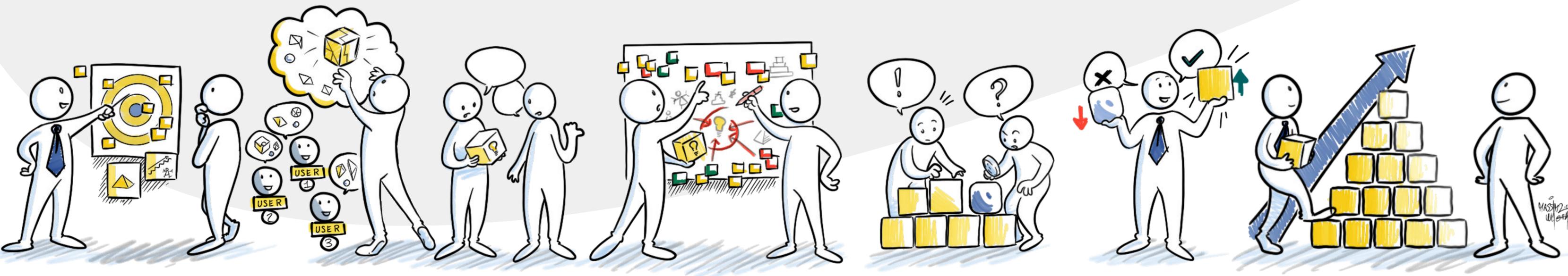
DEVELOPER



SIAMO DIVERSI, MA...

Together

We stand



Strumenti condivisi

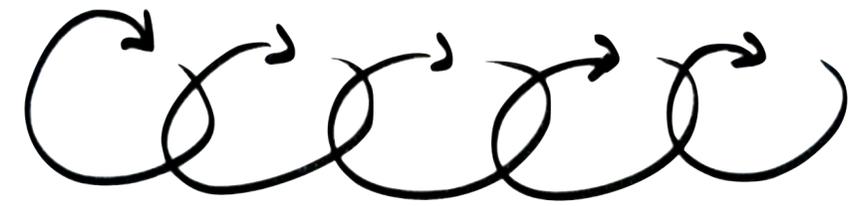
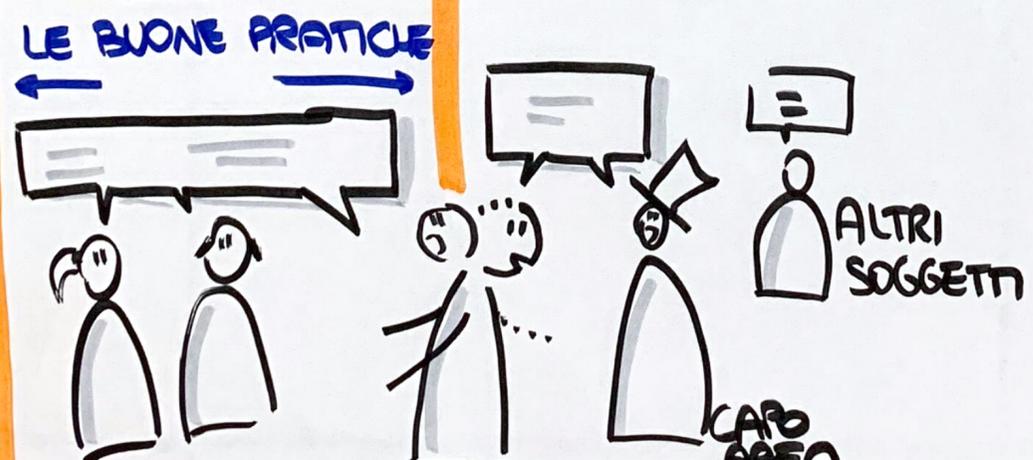
- Workshop
- Focus Group
- User test
- Design ops
- Mindset



1. SI AUTO-ORGANIZZA
2. È RESPONSABILE
3. DECIDE
4. MIGLIORA



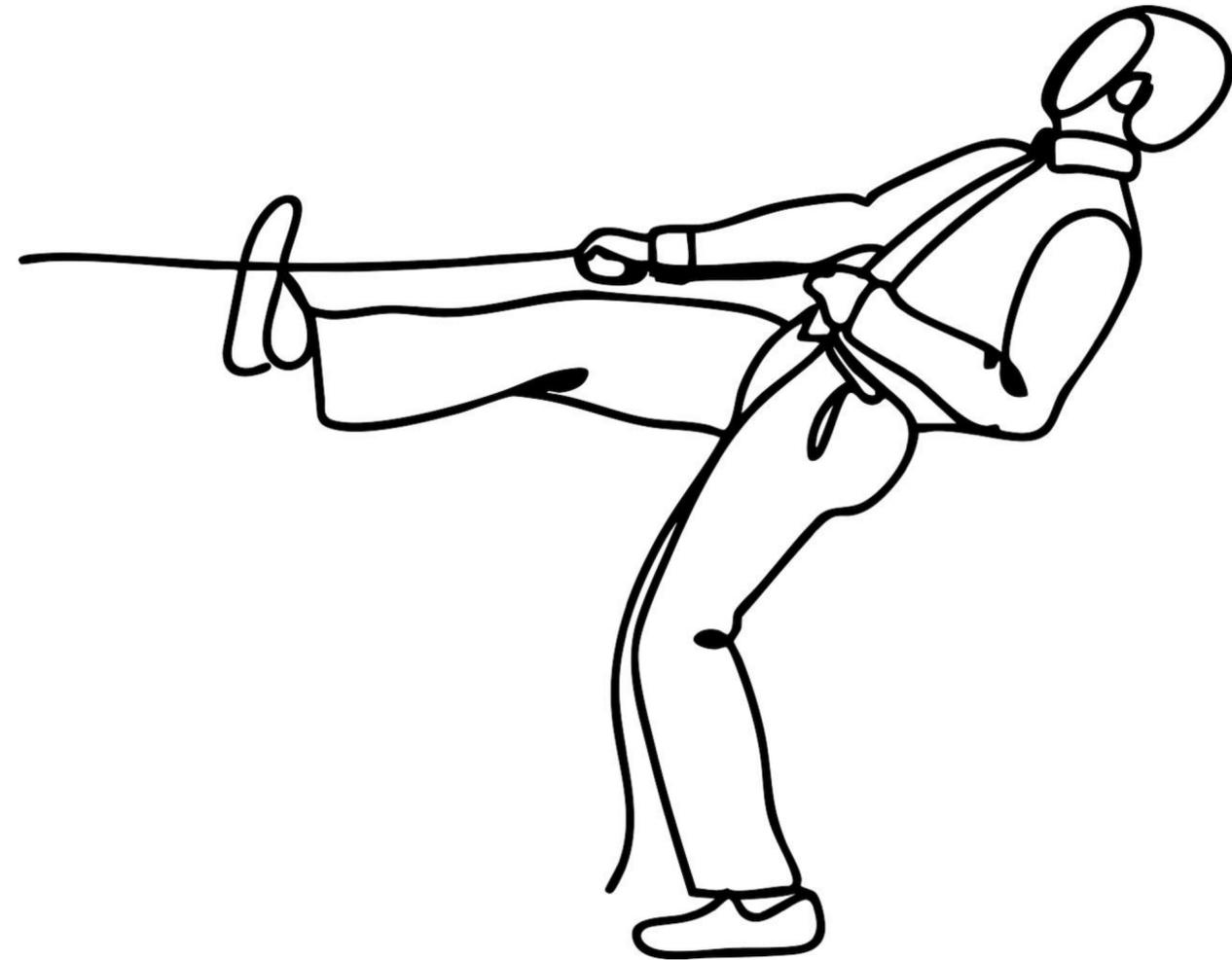
IL PROCESSO



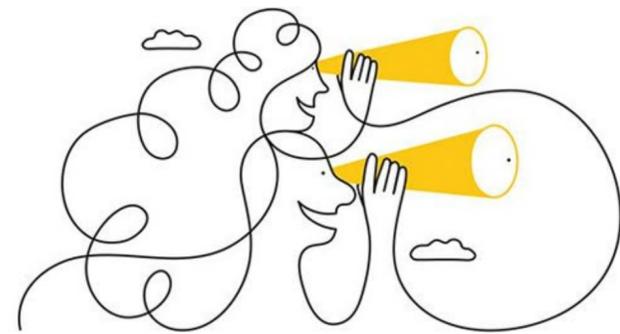
Valori Agili

- **Outcome** (esiti) vs. output
- Organizzazione **adattiva**
- **Team** auto-organizzanti
- **Ownership** e deleghe

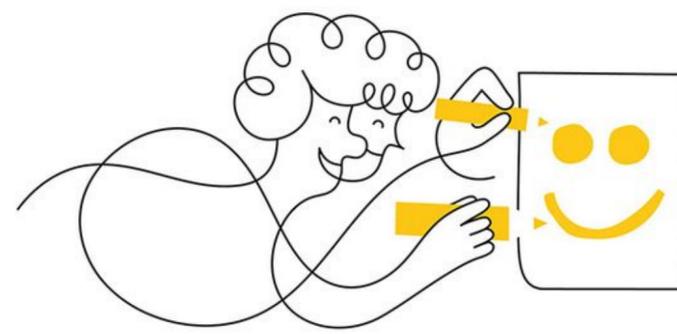
Tiriamo le
somme...



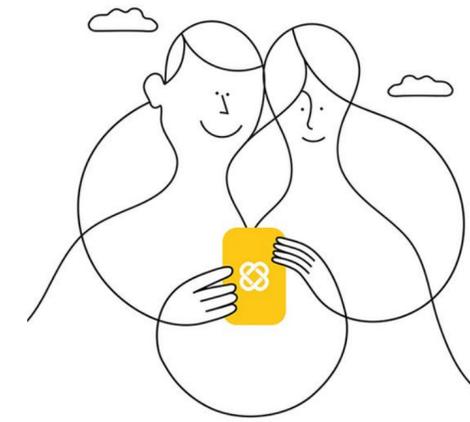
Progettare significa
interpretare i **desideri** per
realizzare una **soluzione**



Designer &
Visione



Designer &
Bisogni



Designer &
Concretezza

READY?





Massimo Azzolini

Experience & Service Designer

Founder di Giallocobalto



Siamo uno studio
di **progettazione** e **consulenza strategica**.

Progettiamo servizi, processi e strategie che abilitano
le aziende ad innovare, creando valore per le persone,
per l'organizzazione e per il business.

Red Hat
Summit

Connect

Thank you

Massimo Azzolini

massimo@giallocobalto.it

