

Matteo Forni
Interaction Designer

Oltre il “documento tecnico”: il valore degli stakeholder nella progettazione collaborativa

28 Ottobre 2020



develer

In queste slide

- 1.** Un pò di contesto
- 2.** Individuare gli stakeholder chiave
- 3.** Convincere le organizzazioni

Perchè può interessarti?

Se hai a che fare con...

Project management

Preventivi

Design e sviluppo front end

Stime anche di tipo tecnico

Relazioni commerciali

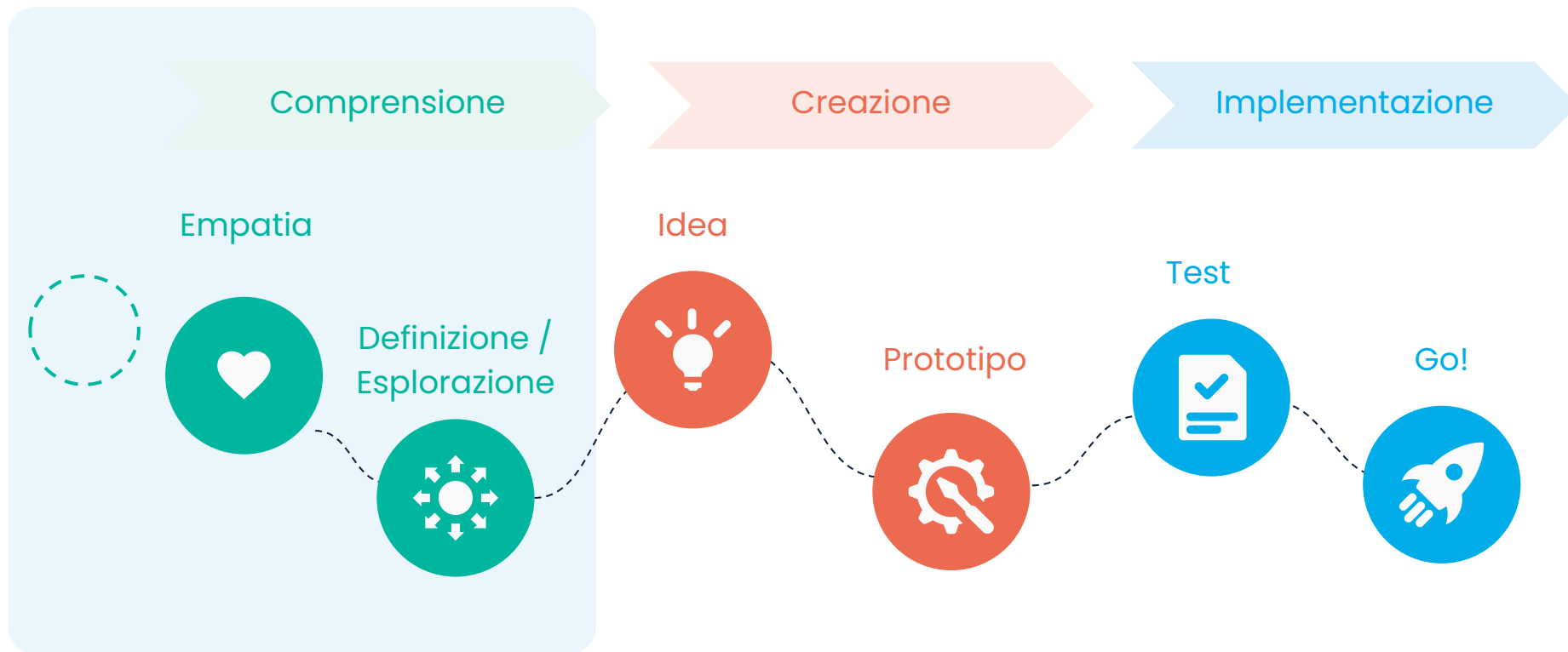
Motivazioni profonde e non solo bisogni

Cosa significa successo?

Cosa è stato venduto?

Dove si colloca la ricerca con gli stakeholder

Un pò di contesto



Definizione “accademica”

Ogni soggetto (individuo, gruppo, organizzazione) coinvolto a vario titolo nel progetto oppure che può influenzare, essere influenzato da, o percepire di essere influenzato da, una decisione, un'attività o un risultato di un progetto.



Definizione applicata

Persone che possono cambiare i nostri piani in qualunque momento.

Come gestire questi eventi?

Perchè progettare considerando gli stakeholder?

Un pò di contesto

**Avere una visione
completa**

**Velocizzare
i processi**

**Individuare e
neutralizzare i bias**

Quando un'organizzazione **desidera** ...

1

un nuovo prodotto

2

un nuovo obiettivo di
business/marketing

3

cambiare il proprio
modo di lavorare

Quando un'organizzazione **necessita** ...

1

riparare o ripristinare
un prodotto

2

quando non ci sono
relazioni tra prodotto
e persone

3

nelle perizie e nelle
valutazione
euristiche*

Chi può pensare di coinvolgere gli stakeholder e quando?

Un pò di contesto

Chi?

Tutti coloro che sono in grado di porre domande!

Quando?

Il prima possibile!

Che forma hanno questi stakeholder?

Un pò di contesto

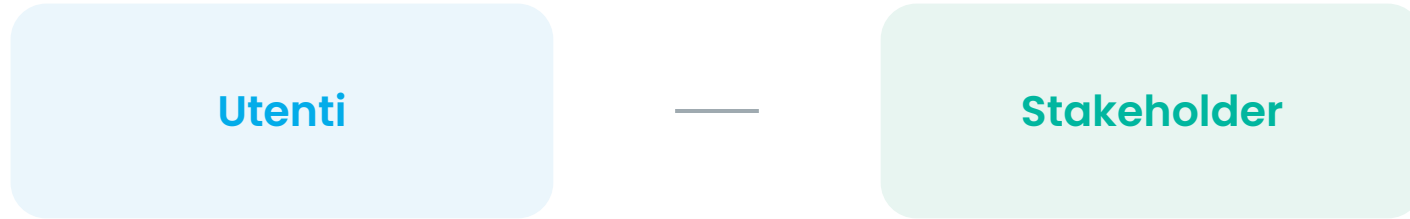
**Stakeholder
interni e diretti**



**Stakeholder
indiretti**

Alcune differenze

Un pò di contesto



Stakeholder di nuova generazione:



2

Individuare gli stakeholder chiave

All'inizio

Individuare gli stakeholder chiave

Individuare un
portavoce

1

DEFINIRE IL TEAM

2

CHIARIRE L'IMPEGNO

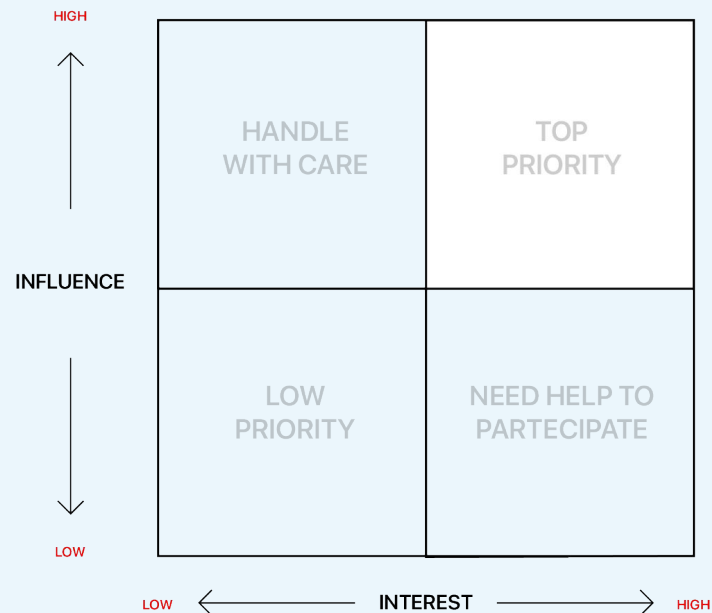
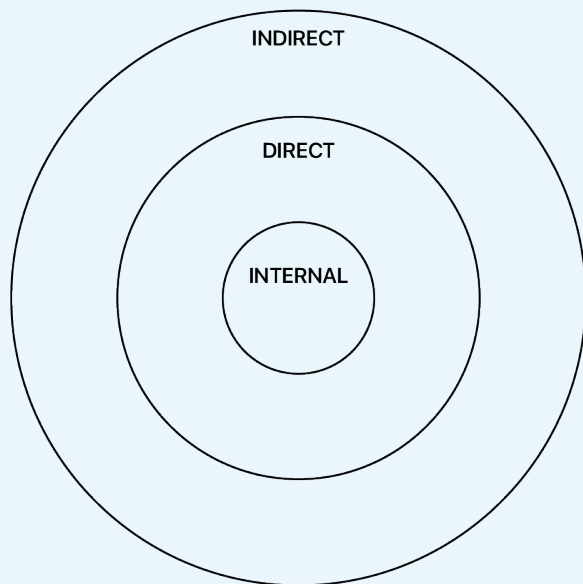
3

CHIARIRE LE FASI

Iniziare la
ricerca

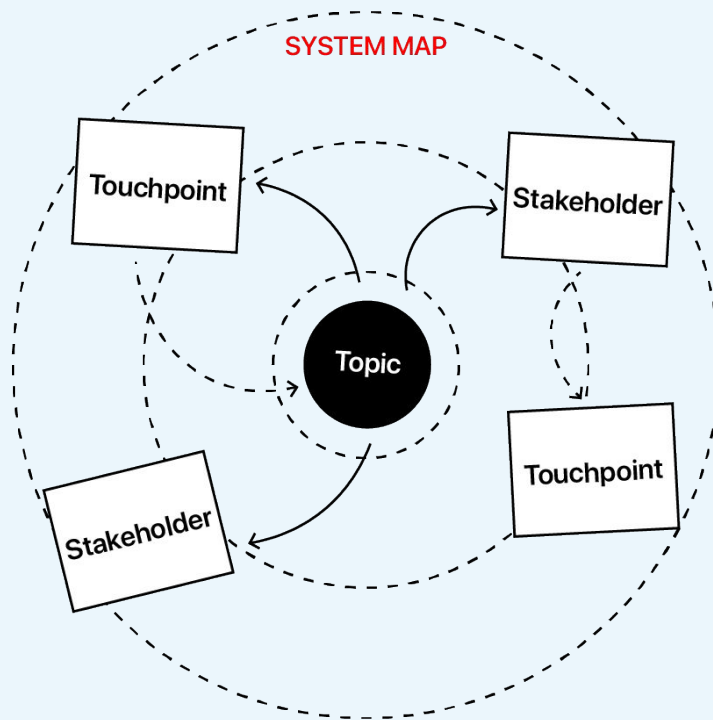
Workshop con due matrici

Individuare gli stakeholder chiave



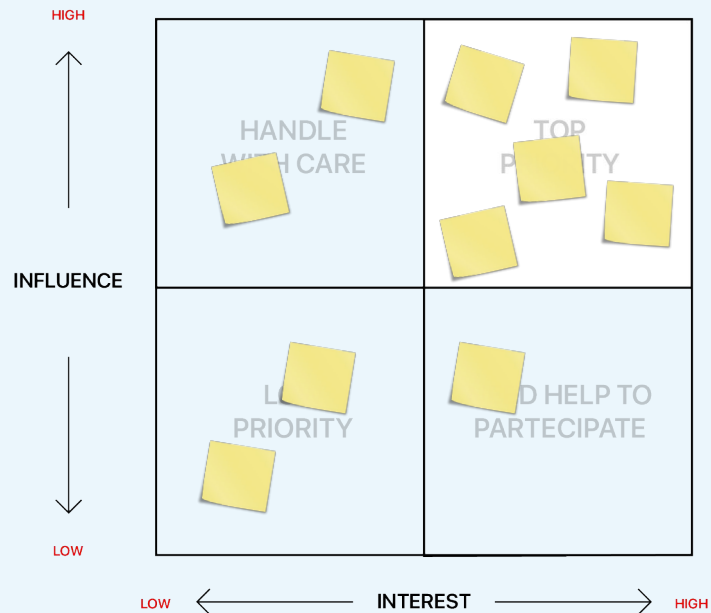
Il caso dei servizi

Individuare gli stakeholder chiave



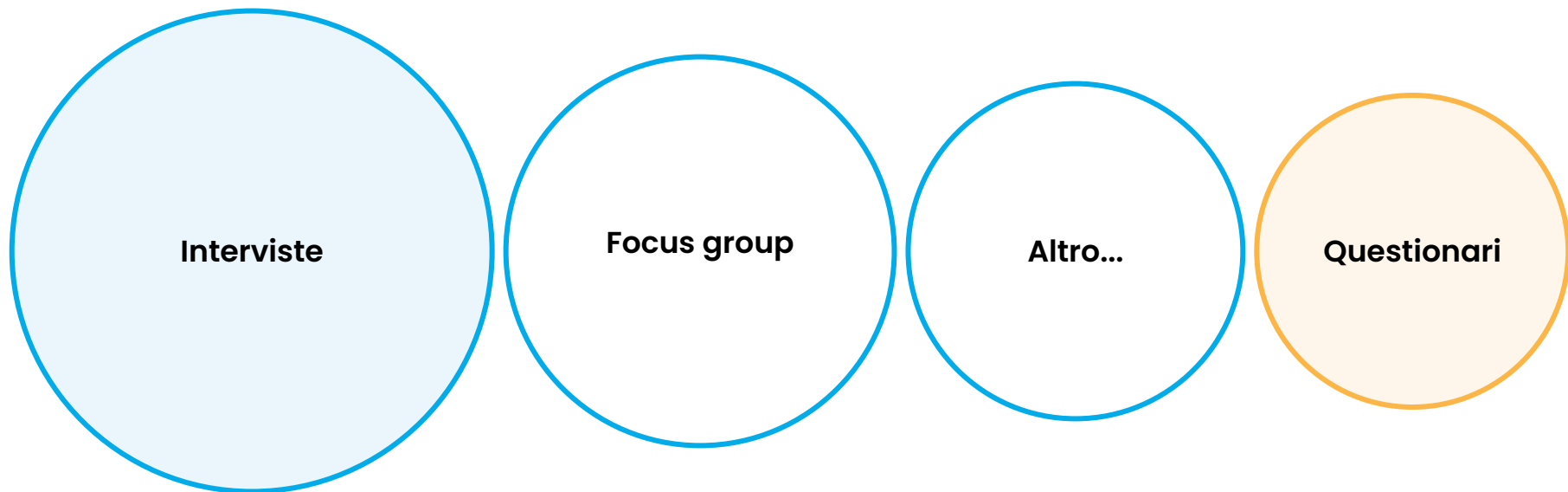
Il risultato

Individuare gli stakeholder chiave



Iniziano le interviste!

Individuare gli stakeholder chiave



Setup

Individuare gli stakeholder chiave



Chiarire quanto tempo
prende l'intervista

45~50 minuti + 10 di libertà



Meglio una mail con
più destinatari

Sembra una banalità ma...



Solo domande
aperte

*Gli intervistati devono ascoltarsi
mentre rispondono.*

Le domande

Individuare gli stakeholder chiave

1

Domande generali sull'azienda

Ognuno ha un punto di vista diverso che nessuno è tenuto a sapere.

2

I clienti

Ognuno vive con il cliente un rapporto a sé (vendita e assistenza ad esempio)

3

Marketing

Se gli stakeholder sono ben selezionati dimostreranno un certo attaccamento alla maglia!

4

Tecnologie



Serve un meeting tecnico!!!
Non un documento...

Le interviste: alcune regole

Individuare gli stakeholder chiave

Le interviste devono essere limitate a **3 o 4 argomenti principali**

Argomenti come la cultura, le sfide e gli obiettivi: **non le caratteristiche**

Le interviste vanno **preparate**

Le interviste **possono essere contaminate**

Non esiste un **numero preciso** di interviste

Registrare e annotare

Cosa si può ottenere?

Individuare gli stakeholder chiave



Perché non basarsi sul solo documento tecnico...

Individuare gli stakeholder chiave

~~Figura
rappresentativa~~

~~Figura
del desiderio~~

~~Figura
dei costi~~

Quando qualcosa va storto...

Individuare gli stakeholder chiave

Conta la qualità delle domande.

Un'occasione mancata
ha impatto su tutta la progettazione!



Conosciamo già i nostri bisogni
e quelli dei nostri utenti





Facciamo già
questo genere di interviste...



È un attività che costa comunque meno di un fallimento

Convincere le organizzazioni



È troppo costosa e richiede
troppo tempo ...



Offre una visione più ampia e trasversale

Permette la scoperta delle motivazioni profonde alla base di un'idea

Definisce un perimetro per le attività di ideazione

Rivela i principali pain point

Consente di individuare benchmark ed altri riferimenti

Permette di raccogliere pensieri "fuori dagli schemi"



Grazie!



Q/A

Matteo Forni

matteo@develer.com

Vuoi rimanere aggiornato sugli eventi Develer?
Seguici nei nostri canali social:



develer

www.develer.com