

Coinvolgere le persone per individuare un nuovo design di prodotto: il caso studio Vimar

In breve

Progettare nuovi prodotti partendo dall'analisi dei comportamenti e delle aspettative delle persone.

Chi è Paolo Lorini

Paolo Lorini è consulente e advisor indipendente in design strategy, management, communication. La sua attività si concentra sullo strutturare, sviluppare e comunicare progetti di business design, service design, strategia d'identità e branding, design per l'esperienza, industrial design, envisioning e innovazione.

Chi è Vimar

Vimar è un'azienda italiana fondata nel 1945 a Marostica e diventata uno dei leader mondiali nel settore degli impianti elettrici e della domotica.

Chi è UtLab

UtLab dal 2004 si occupa di usabilità dei prodotti digitali e non. Oggi accompagna le organizzazioni nel processo di trasformazione experience centered coinvolgendo persone, processi e servizi. UtLab ha sede a Roma e a Milano e segue progetti in Italia e nel mondo.

In questo case study illustriamo come **Paolo Lorini** e **UtLab** hanno supportato **Vimar** nell'utilizzo dell'approccio human-centered per orientare lo sviluppo di un nuovo prodotto.

Il nostro coinvolgimento e gli obiettivi

Vimar si è affidata a Paolo Lorini e UtLab per svolgere una ricerca sulle preferenze di design di prodotto. Al fine di progettare prodotti che rispondessero al gusto estetico degli utenti finali, UtLab ha svolto una ricerca esplorativa volta a mappare il customer journey di persone in procinto di cambiare casa, nonché a valutare le loro preferenze di design rispetto a prodotti già sul mercato e ancora da lanciare.

I punti chiave del progetto nei quali UtLab ha collaborato sono:

- **impostazione del disegno di ricerca**, suddiviso in due momenti di ricerca indipendenti con l'utilizzo di due approcci distinti: ricerca qualitativa e ricerca quantitativa
- la **ricerca qualitativa** ha avuto come obiettivi la mappatura del customer journey, la comprensione del ruolo dei principali touchpoint con cui gli utenti finali si relazionano e la valutazione di prodotti e prototipi al fine di comprendere le preferenze di design e le motivazioni che sottendono alle loro scelte
- la **ricerca quantitativa** è stata svolta al fine di convalidare la mappatura del customer journey e la valutazione dei prodotti effettuate nella ricerca qualitativa
- **identificazione del campione da coinvolgere** attraverso un workshop con i referenti interni di Vimar
- **identificazione dei criteri di selezione** dei partecipanti e loro reperimento
- **individuazione delle domande di ricerca** al fine di strutturare la traccia di discussione per la ricerca qualitativa, il questionario per la ricerca quantitativa e le schede di valutazione dei prodotti dedicate ai due diversi momenti di ricerca
- **svolgimento delle sessioni** in diverse città, inclusive di presentazione di prodotti e prototipi ai partecipanti
- **somministrazione del questionario** a un campione rappresentativo della popolazione italiana
- **analisi dei risultati** per la ricerca qualitativa, **analisi dei dati** per la ricerca quantitativa, **report** e **poster di personas** e **customer journey** associati.

Gli insight derivati da queste ricerche qualitative e quantitative svolte da UtLab sono stati utilizzati da Paolo Lorini per attività di design strategy rivolte a Vimar.