

Coinvolgere le persone per progettare la moto del futuro: il caso studio di Ricardo Motorcycle

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 Ricardo Motorcycle

Ricardo Motorcycle offre a clienti globali un servizio di progettazione e ingegnerizzazione di motociclette che include tutte le fasi del processo: dalla definizione delle specifiche alla costruzione di prototipi, dall'industrializzazione al supporto al lancio.

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 **Ricardo Motorcycle** nell'utilizzo dell'approccio human-centered per orientare lo sviluppo di nuovi modelli di motocicletta per un cliente internazionale.

Il nostro coinvolgimento e gli obiettivi

Ricardo Motorcycle si è rivolta a Paolo Lorini e UtLab per rispondere ad alcune domande chiave utili a definire le caratteristiche delle motociclette di elevata cilindrata da progettare per il mercato europeo nei prossimi 5 anni. UtLab ha svolto una ricerca di market understanding in 3 paesi europei volta a definire il customer journey connesso all'acquisto della motocicletta, individuare le aspettative delle persone sui prodotti futuri e valutare il percepito degli attuali top brand, incluso il brand cliente.

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

- **impostazione del disegno di ricerca in 3 differenti paesi**, tra i maggiori mercati europei
- **identificazione del campione da coinvolgere** attraverso un'attività di raccolta delle informazioni a distanza con i referenti interni di Ricardo Motorcycle e del cliente internazionale
- **identificazione dei criteri di selezione** dei partecipanti e loro reperimento
- **individuazione** delle domande di ricerca e **strutturazione** della traccia di discussione per il moderatore
- **svolgimento e coordinamento delle sessioni** nei 3 paesi europei
- **coinvolgimento dei partecipanti** in attività pratiche di costruzione del customer journey e creazione di un nuovo modello di motocicletta ideale
- **analisi dei risultati, report**, inclusi gli archetipi del motociclista e **journey map** trasversali ai 3 paesi europei e **infografiche** delle motociclette del futuro.

Gli insight derivati da questa ricerca di market understanding svolta da UtLab sono stati utilizzati da Ricardo Motorcycle e Paolo Lorini per attività di product strategy e design direction rivolte al cliente internazionale.