

Coinvolgere le persone per progettare un percorso di adattamento all'emergenza Covid-19 per piccoli negozi di quartiere: il caso studio di Artigeco

In breve

Progettare nuove strategie per piccoli negozi di quartiere in tempi di coronavirus partendo dall'analisi dei comportamenti, delle aspettative, dei bisogni e delle emozioni delle persone.

Chi è Artigeco

Artigeco è una piccola boutique di abbigliamento e accessori nel centro di Roma. Offre alle sue clienti, oltre ad abiti e accessori di qualità, un'esperienza di relazione alle sue clienti fatta di amicizia, di cura e valorizzazione di sé.

Chi è UtLab

UtLab dal 2004 si occupa di usabilità dei prodotti digitali e non. Oggi accompagna le organizzazioni nei processi di trasformazione di processi e servizi utilizzando un approccio experience e human centered. UtLab ha sede a Roma e a Milano e segue progetti in Italia e nel mondo.

In questo case study illustriamo come **UtLab** abbia affiancato **Artigeco** – un piccolo negozio di abbigliamento di quartiere a Roma – nell'identificare soluzioni per adeguarsi alle nuove condizioni di vendita entrate in vigore in seguito all'emergenza del coronavirus.

Come continuare a offrire alle proprie clienti un'esperienza di acquisto umana, accogliente, amichevole nei toni e nello stile, artigianale nelle scelte commerciali, profondamente fisica nei canali di acquisizione della clientela ma anche nell'esperienza di acquisto nel negozio nonostante le limitazioni vigenti al momento?

Per rispondere a questa domanda la ricerca ha previsto la conduzione di interviste narrative a titolari e clienti per raccogliere l'essenza dell'esperienza Artigeco. Valorizzare gli elementi fondamentali della sua identità è stato il punto di partenza e l'esito finale la progettazione di un'esperienza Artigeco profondamente human-centered, ritagliata sul tono di voce, la personalità e la natura della relazione con le clienti del negozio. Un altro risultato è stato la definizione di una vera e propria strategia di adattamento commerciale alle condizioni straordinarie imposte dall'emergenza Covid-19 per un business particolare come la boutique di quartiere.

I punti chiave del progetto definiti da UtLab sono stati:

- **impostazione del disegno di ricerca**
- **identificazione dei partecipanti** alle interviste e loro pianificazione
- **definizione delle domande di ricerca e della struttura della traccia di discussione** per il moderatore
- **coinvolgimento dei partecipanti in attività di co-creazione** di soluzioni per progettare un'esperienza di acquisto fortemente identitaria e che rispondesse ai loro bisogni, desideri e abitudini, anche in questo periodo straordinario
- **analisi dei risultati, report e roadmap** di azioni da intraprendere.

I risultati di questa ricerca verranno utilizzati da Artigeco per intraprendere una strategia commerciale orientata a rispondere con spirito di adattamento ai cambiamenti, tenendo anche conto dei vincoli di risorse e possibilità.