

# Internazionale: esplorare la trasformazione digitale con i lettori e i prospect

## In breve

Definire strategia e azioni concrete con il coinvolgimento dei lettori

## Chi è Internazionale

*Internazionale è un settimanale italiano d'informazione fondato nel 1993 da Giovanni De Mauro e ispirato dall'equivalente francese Courier International. Pubblica articoli della stampa straniera tradotti in lingua italiana ed è diretto da Giovanni De Mauro. Esce in edicola ogni venerdì.*

## Chi è UtLab

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

Il case study illustra come **UtLab** ha affiancato **Internazionale**, settimanale italiano d'informazione con reportage, notizie commenti, articoli, foto e video da tutto il mondo scelti dalla redazione, nelle attività di ricerca con gli abbonati e i prospect nella definizione di proposte strategiche a supporto del potenziamento dei canali digitali della rivista.

## Il nostro coinvolgimento e gli obiettivi del giornale

Oggi la proliferazione e la reperibilità delle informazioni in rete e gratuite hanno indebolito i mercati della stampa tradizionale, con una relativa e profonda crisi delle vendite. Tutta l'informazione cartacea è alla ricerca di una nuova offerta che possa competere con la disponibilità spesso gratuita del web e con i nuovi modelli informativi delle nuove generazioni.

L'obiettivo del progetto è stato quello di capire quanto i lettori di Internazionale fossero pronti per uno switch di lettura digitale rispetto alla rivista cartacea e quali fossero funzionalità, contenuti ed elementi attesi.

Dopo una prima analisi di scenario attraverso una desk research di competitor nazionali e internazionali la ricerca si è concentrata sui comportamenti, i bisogni e le scelte di lettori affezionati e di giovani prospect.

La ricerca è stata condotta attraverso **interviste narrative a distanza** con alcuni aspetti etnografici che hanno permesso una raccolta più vivida e profonda del dato. I risultati della ricerca hanno generato la **costruzione di profili verosimili (personas)** e di **experience e touchpoint map** dell'esperienza di lettura, approfondimento di Internazionale e le fonti di informazione più ampie con i relativi elementi in grado generare il cambiamento.

Sono emerse moltissime informazioni su modelli comportamentali simili e aspetti divergenti che hanno permesso di evidenziare una strategia e delle azioni concrete molto nette rispetto alle scelte dei canali digitali.

I suggerimenti per le azioni sono stati restituiti per i differenti profili: abbonati alla rivista cartacea e futuri lettori interessati ai temi di Internazionale e hanno permesso a Internazionale di selezionare quelle più opportune per andare incontro alle esigenze dei suoi lettori.