

3 grandi lezioni di user experience estratte dai titoli dei giornali del 2012

Di **Jared M. Spool**

2 Gennaio 2013



Articolo originale:

3 Big UX Lessons Ripped from 2012 Tech Headlines

http://www.uie.com/articles/ux_lessons



 Alcuni diritti riservati a [dulnan](#)

L'esperienza utente è il tema dominante di tre storie di alta tecnologia dell'anno passato, che hanno mostrato al mondo come la user experience sia diventata uno degli elementi più importanti. Osservando gli antefatti di queste storie, possiamo derivare delle lezioni fondamentali sull'importanza del nostro lavoro e di come inquadralo in una prospettiva globale.

La causa Apple contro Samsung sul brevetto: la UX definisce la qualità

Apparentemente, questa è la storia di una azienda che utilizza le invenzioni di un'altra, senza averne il permesso. Apple ha affermato (e la giuria è stata d'accordo) che Samsung ha violato alcuni brevetti cruciali del design dell'iPhone. Samsung avrebbe dovuto pagare Apple per i diritti, o tirar fuori delle invenzioni proprie.

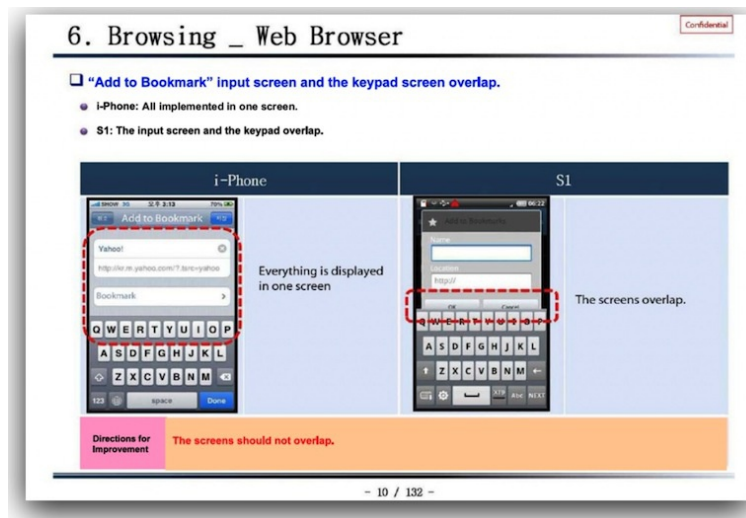
Eppure, appena sotto la superficie, la chiave di lettura di questa causa civile, era: quanto è desiderabile una grande esperienza utente e ciò che una società è disposta a fare per ottenerla. Samsung avrebbe potuto mettere in piedi una grande esperienza per conto proprio, ma appropriarsi dell'esperienza utente dell'iPhone di Apple, era un'occasione troppo buona per lasciarsela sfuggire.

Buona quanto? La giuria ha riconosciuto ad Apple 1 miliardo di dollari di rimborso. Ok, piuttosto buona.

Ci sono state due prove determinanti che Apple ha presentato alla giuria. La prima era la linea temporale dei prodotti di Samsung, sia prima che dopo l'introduzione dell'iPhone sul mercato. Prima, i cellulari Samsung sembravano tradizionali telefoni di serie, smartphone Blackberry o smartphone di tipo 'Palm' con una tastiera hardware.

Dopo l'uscita dell'iPhone, tutti i telefoni improvvisamente avevano preso l'aspetto di quei rettangoli di vetro nero, che adesso ci sono così familiari.

Samsung mostrava un po' di inventiva nei propri design, prima che l'iPhone facesse il suo debutto. Tuttavia, in seguito, sembra che si siano buttati a rincorrere ciò che aveva fatto Apple. Samsung cercò di convincere tutti che c'era davvero un solo modo per progettare un telefono di qualità, ma la giuria non se l'è bevuta.



Documentazione QA di Samsung che confronta l'iPhone a sinistra, con il prodotto Samsung a destra.

Tuttavia, è stata la seconda prova chiave, che ha mostrato davvero la determinazione dell'intento di Samsung. Apple ha presentato un documento di 132 pagine, redatto dal team addetto al controllo qualità del Samsung Galaxy S1, che enumerava ogni differenza tra l'S1 e l'iPhone. Erano i cambiamenti, che il team voleva che gli ingegneri di Samsung apportassero al Galaxy ed in ciascuno dei 130 casi, hanno voluto renderlo più simile all'iPhone.

E' qui che impariamo moltissimo su ciò che rende eccezionale un'esperienza utente. E' affascinante vedere come il team QA di Samsung si sia concentrato, come fanno i migliori team QA, sui piccoli dettagli che rendono un prodotto frustrante. Ogni diagramma mostra come è realizzata una certa funzione S1, indicando esattamente ciò che deve essere fatto per renderla migliore. Il team aveva il design di Apple come punto di riferimento ed il Galaxy S1 non vi si conformava. [Potete vedere l'intero documento qui](http://www.uie.com/brainsparks/2012/08/20/where-do-you-draw-the-line-of-quality/) [http://www.uie.com/brainsparks/2012/08/20/where-do-you-draw-the-line-of-quality/].

Questo documento è una vera miniera d'oro per i tutti i team del mondo dell'UX. Come esercizio accademico potete utilizzare il documento, per derivarne gli specifici principi della progettazione su cui si basa. In ogni schema, individuate i principi che Apple ha seguito e Samsung no. Per rendere l'esercizio più divertente, discutete su dove i vostri prodotti seguono tali principi e dove se ne allontanano.

Il documento del team QA di Samsung dimostra quanto siano importanti i piccoli dettagli, quando si tratta di creare una grande esperienza. Ogni piccolo dettaglio, di per sé, non è significativo. Tuttavia, quando si combinano insieme, uccidono l'esperienza utente; una morte per mille tagliettini.

L'acquisizione di Instagram: la scelta di un'esperienza fluida

Un'altra lezione di UX da miliardi di dollari, ci viene dall'improvvisa decisione di Facebook di acquisire la società che sta dietro ad Instagram, la popolare applicazione fotografica. Certo, un sacco di aziende vengono acquisite per un sacco di motivi, ma Instagram, per Facebook, è stato un ottimo acquisto, perché ha guadagnato rapidamente un sacco di nuovi utenti. Avendo appena rilasciato la sua versione di Android, Instagram ha acquisito 40 milioni di utenti nuovi in soli 10 giorni.

Pochi mesi prima, Facebook aveva rilasciato la sua app per le foto: Facebook Camera. Tuttavia, la diffusione di Camera andava a rilento e la sua interfaccia era poco pratica per fare il semplice posting delle foto. Instagram è stato un acquisto intelligente per Facebook.



L'interfaccia utente immediata di Instagram

Anche prima di Facebook Camera, c'erano già decine di applicazioni fotografiche disponibili per gli smartphone iOS, Android e tablet. Ma nessuna era mai stata così popolare come Instagram.

A prima vista, la novità dei filtri di Instagram, che fanno apparire le nuove foto come polaroid scattate negli anni '70, sembrava l'elemento determinante, però anche altre applicazioni per fotocamera, come Path e Hipstamatic, avevano i filtri, ma non si sono dimostrate così popolari.

La ragione del successo di Instagram era più sottile. Stava nell'accorciare il processo per riprendere le immagini e vedere le foto di Instagram di altri utenti.

Il processo di acquisire un'immagine rendeva semplice e veloce scattare una foto e condividerla sui social network più popolari come Twitter, Facebook, Flickr e Tumblr.

Foto veloci che apparivano eccezionali entravano a far parte delle bacheche sociali della gente. Il processo complessivo per condividere una foto istantanea, era il più veloce disponibile.

Dietro le quinte, il vero segreto è come Instagram ha bilanciato la riduzione di qualità dell'immagine per ottenere risultati veloci. Al crescere della risoluzione delle fotocamere, i tempi di caricamento delle altre applicazioni per fotocamera, si sono allungati. Instagram ha ridotto la risoluzione delle immagini e le ha ritagliate in un formato quadrato. Questo significa che può caricare e scaricare le immagini più rapidamente.

La loro applicazione ha approfittato della velocità e le capacità multitasking dei nuovi telefoni, per permettere alle persone di vedere le immagini quasi con la stessa rapidità con cui vengono pubblicate. Questo ha creato una piattaforma di condivisione per la scoperta di foto, che ha superato tutte le altre, tra cui Facebook.

Ecco perché Facebook lasciò un miliardo di dollari di azioni sul tavolo. Volevano per se quell'esperienza utente ottimizzata. Ora sappiamo quanto vale una UX super veloce.

iOS6 Maps: facciamo un zoom sulla qualità dei contenuti

La terza lezione non ci arriva da un successo della UX, ma da un fallimento della UX. Apple è voluta uscire dal meccanismo di controllo e dei canoni di Google. Nell'iOS6 appena uscito, hanno deciso di usare la loro capacità di mappatura, appena acquisita. Dopo tutto, quanto mai potrà essere difficile creare una grande applicazione di mapping?



Esempio di 'guasto' della qualità dei contenuti dell'iOS6

E' venuto fuori, che è difficile ed in modi che non pensereste. Apple ha fatto la cosa giusta ed ha investito pesantemente nelle funzionalità della loro nuova app di mapping. Infatti, confrontando le singole funzioni, è sicuramente la miglior cosa che si sia in giro.

Il nuovo sistema di navigazione turn-by-turn (visione 3-D del percorso) è davvero impressionante. Il fatto che sia il primo software di mapping completamente accessibile per i non vedenti, con un sistema basato su segnali di indicazione acustici davvero eccellente, è a dir poco miracoloso.

Eppure, nonostante questo, tutto cade a pezzi quando la qualità del contenuto sottostante non è all'altezza. Come tutti abbiamo avuto modo di sentire, le mappe dell'iOS6 di Apple hanno bug in molti posti (il gioco di parole è voluto), spesso dando un posizionamento errato per punti di riferimento importanti, collocandoli in mezzo

a laghi, o mandando persone nel quartiere sbagliato, quando sono alla ricerca di una farmacia nelle vicinanze.

A volte non ci si accorge quanto sia importante qualcosa, fino a quando non ce l'abbiamo più. Non ci siamo accorti quanto fosse eccezionale la qualità delle mappe di Google fino a quando improvvisamente quella qualità non c'è più stata.

In molti casi, è così che l'esperienza utente lavora. Tolleriamo una resa scarsa quando non si conosce di meglio, però, una volta che abbiamo avuto delle esperienze eccellenti con cui confrontarle, improvvisamente notiamo la moltitudine di esperienze negative che non avevamo mai notato prima.

La grande lezione dei problemi delle mappe dell'iOS6 di Apple, è che la qualità dei contenuti deve essere valutata proprio insieme alle funzionalità, nei nostri progetti. Una riduzione improvvisa della qualità dei contenuti annullerà tutti i benefici che creeremo con le nuove funzionalità.

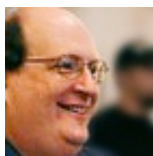
Grandi lezioni di UX dai titoli dei giornali

Siccome è il momento per le previsioni, mi esporrò parecchio, suggerendo che troveremo sempre più lezioni di UX nei titoli delle news tecnologiche. Di questi tempi, l'esperienza dell'utente è la forza trainante dietro molte decisioni aziendali importanti. Vedremo sempre più affari da miliardi di dollari che scaturire dalle ottime esperienze utente e vedremo le catastrofi più grandi derivare dalle esperienze deludenti.

Prendere nota di queste lezioni vuol dire imparare cosa sta diventando importante per i nostri [stakeholder](http://it.wikipedia.org/wiki/Stakeholder) e come evitare gli errori fatti dagli altri. Io credo che tutta questa attenzione per la user experience sia una cosa piuttosto positiva.

Incontrate Jared di persona

Questa primavera Jared è il relatore principale alla [UX Immersion Mobile Conference](http://www.uxim.co/) a Seattle, WA. Un Workshop di tre giorni pieni, che offrono una trattazione approfondita su ogni argomento importante per i progettisti della UX Mobile.



Jared M. Spool

Traduzione di **Marco Dini**

Questo articolo è stato ripubblicato con l'autorizzazione di User Interface Engineering. Per altri articoli e informazioni, visitate il sito <http://www.uie.com/>

Altri articoli di Jared M. Spool:
<http://www.ideawebitalia.it/author/jared-spool/>

Immagine in prima pagina:

Autore: [dulnan](#)

Immagine originale: <http://www.flickr.com/photos/dulnan/4370655795/>

Licenza d'uso: <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.it>



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/usabilita-web/4677/