

Il Mobile come Media: un'intervista con Luke Wroblewski

Jared M. Spool e Luke Wroblewski

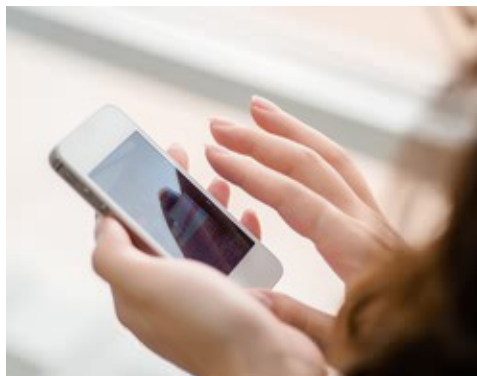
3 settembre 2014



Articolo originale:

Mobile as a Medium: an Interview with Luke Wroblewski

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



Sorgente: Fotolia

Questo articolo è la sintesi di un podcast con **Jared Spool** e **Luke Wroblewski**. Potete ascoltare il podcast ¹o leggere la trascrizione integrale².

Jared: Di questi tempi vedo un sacco di team, che in nome dell'efficienza, fanno questo discorso: "bene, andiamo sul Mobile. Prendiamo il nostro desktop e in qualche modo lo "Mobilfichiamo" (*lo adattiamo all'uso su dispositivi Mobile – n.d.t.*)". L'esperienza che ne viene fuori spesso è qualcosa di appena sufficiente. Ti è capitato di vederlo succedere?

Luke: L'ho visto. Non saprei che nome dare a questo fenomeno, forse "approccio desktop-first", o qualcosa del genere, sarebbe appropriato.

Jared: Sì, può andare. O magari, "retaggio desktop-first", o roba così ...

Luke: Questa è ottima. Credo che qui il quadro del problema sia più ampio del solo fatto di prendere il sito desktop e renderlo Mobile. E' che **la comprensione della gente del prodotto o del servizio che offrono, è inquadrata dentro quella esperienza su desktop e laptop**. Il loro modo di pensare al prodotto o al servizio, il loro modo di progettare, il modo in cui ci interagiscono, tutto viene visto attraverso quell'ottica. Penso che addirittura si rifletta, in altre forme, anche nel processo decisionale, su altre dimensioni dello schermo, o su altri tipi Media, se vuoi. Perché io in realtà penso che tutto mondo Mobile sia un unico Media.

La differenza che c'è fra la radio e la TV, è in definitiva la stessa differenza che c'è tra il Mobile ed il PC. Non basta prendere un programma radiofonico e portarlo in televisione, giusto? Devi lavorarci in un altro modo. Quello a cui stiamo assistendo, è un sacco di gente che prende l'esperienza realizzata per il PC e la riporta pari pari sul Mobile. E' lo stesso tipo di effetto che si ottiene se si prende un programma radiofonico e si porta in televisione; non ottimizzato, come hai detto tu e peggio ancora, direi, francamente, brutto. Non è nemmeno una questione di ottimizzazione.

1 <http://www.uie.com/brainsparks/2014/06/02/luke-wroblewski-mobile-as-a-medium/>

2 <http://www.uie.com/brainsparks/2014/06/02/luke-wroblewski-mobile-as-a-medium/#transcript>

E' questione che si crea un'esperienza peggiore sul Mobile, che è il posto dove oggi giorno, sempre più pubblico, denaro e imprese, si stanno spostando.

Jared: Giusto. Quali sono gli errori che fanno le persone quando si muovono dal desktop verso il Mobile?

Luke: Credo che un modo per rispondere a questa domanda, sia chiedersi: quali sono i segni rivelatori che qualcuno ha iniziato dalla esperienza sul PC e poi l'ha trasportata sul Mobile? Ci sono piccole cose a cui prestare attenzione; ad esempio, se siete sul vostro smartphone e trovate un form (tutti i siti hanno un form) in cui il campo "numero di telefono" viene suddiviso in tre campi di input ed è attivo lo spostamento automatico del focus sul campo successivo, quando si completa il precedente, quello è un segno rivelatore che qualcuno ha appena preso l'esperienza desktop e l'ha riportata sul Mobile. Così hanno creato una pessima esperienza utente sul Mobile.

Provate a immaginarvi la scena: ci sono tre campi di testo con il salto automatico al campo, successivo. Toccate il primo per inserire il codice della nazione; si apre una tastiera virtuale. Quindi, dovete toccare il tasto per impostare la modalità numerica, e poi toccate i primi tre numeri. Ma non appena avete inserito il terzo, il salto di campo automatico entra in gioco e fa sparire la tastiera. Ora, per immettere la prima parte del numero di telefono dovete toccare il campo per aprire la tastiera virtuale, poi di nuovo passare alla modalità numerica, immettere i tre numeri e ancora una volta, l'automatismo vi nasconderà la tastiera.

Tutti questi piccoli ostacoli hanno appena cominciato ad accumularsi, ma già hanno trasformato il processo di inserimento di un numero telefonico su uno smartphone, che dovrebbe essere una cosa naturale, intuitiva e facilissima, in una esperienza faticosa e sgradevole. Questo è solo un piccolo esempio, ma si capisce che questi disagi iniziano ad accumularsi, giusto? Cercate questi segni rivelatori e fatelo per tutto il form, sito, o app. E' proprio l'accumularsi di una cosa sopra l'altra, che alla fine deteriora l'esperienza sul Mobile.

Jared: Quando ciò accade, è venuto fuori un modo per aggirare l'ostacolo e che sembra funzionare particolarmente bene?

Luke: Si deve iniziare con l'esperienza Mobile. Fate in modo che tutto sia al meglio per questo [fattore di forma](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_computer_size_categories) [http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_computer_size_categories]: l'inserimento di un numero di telefono e cose simili. Scoprirete che se si fanno funzionare bene le cose nell'ambiente Mobile dove ci sono più vincoli, allora ne risulterà un vantaggio anche sullo schermo più grande. L'esempio del numero di telefono è un caso d'uso perfetto.

Il modo per rendere perfetto l'inserimento di un numero di telefono su uno smartphone, è quello di utilizzare un campo singolo di input ed eliminare l'automatismo di spostamento del focus. Potete impostare il tipo di input "tel" su quel campo, che porterà in primo piano una bella tastiera con dei bei tasti grandi. Potete inserire un po' di semantica attorno al tipo di informazioni che state raccogliendo, rendendole veloci e facili da digitare. Poi, se uno ci arriva da un tablet, funziona benissimo, anche se lo schermo è più grande. Se uno lo fa su un ibrido tablet-laptop, funzionerà alla grande, no? Se uno lo fa da una tastiera, non si troverà nessun automatismo o stranezze e dovrà digitare solo un numero.

Questi tipi di **miglioramenti dell'usabilità che si mettono in atto, a causa dei vincoli presenti sul Mobile, in ultima analisi, credo che ripaghino su tutto l'ecosistema degli schermi**. Ma se si fa l'inverso, poi si paga il prezzo sul Mobile, che adesso, dato l'uso massiccio dei cellulari, è un prezzo da pagare esponenzialmente maggiore.

Jared: Questo mi richiama alla mente l'esperienza di vivere in un appartamento piccolo e poi trasferirsi in una casa più grande. Hai delle camere con troppo spazio, forse un paio di stanze vuote, perché non hai mobili da metterci. Ma non è un problema difficile e si può risolvere col tempo. Mentre, se invece vivi in una casa grande e improvvisamente devi spostarti in un piccolo appartamento, hai un sacco di roba in più. Sei costretto a selezionare. Devi capire davvero ciò che è di fondamentale importanza e questo è un problema molto più difficile.

Luke: Questo è proprio il punto cruciale. Prendiamo l'esempio appartamento per un secondo. Mettiamo che ho un sito web, con una navigazione profonda e complessa. Ci sono 10 livelli di menu, ciascuno con 10 sotto-livelli, poi ci sono 5 sotto-sotto-livelli. Conoscete bene il sito di cui sto parlando. Tutti quanti hanno questo tipo di sito.

Questa è la grande casa. Ora, tu dici: "ho intenzione di trasferirmi in un piccolo appartamento. Cosa devo fare con tutti questi menù? Mi limiterò a metterli dietro questa piccola icona che indica il menu (quella piccola icona che sembra un hamburger) e ficco tutto lì. Bene, ho finito. Ecco il design per il Mobile". Giusto? Mentre, ciò che si dovrebbe davvero fare è capire, fra tutta quella roba, di cosa avete bisogno, in quale stanza dovrebbe stare, come fare a renderla accessibile in ogni stanza, invece di infilarla tutta tutta in un armadio.

Il modo per costruire davvero un'esperienza mobile adeguata, è di rivedere la navigazione per capire ciò che è importante, dove è importante, dove è rilevante e dove crea valore.

Jared: Il processo del decidere quali cose tagliare, a me sembra che per alcuni, dal punto di vista politico, potrebbe essere un campo minato.

Luke: Questo è di sicuro un campo minato politicamente parlando. La parola "tagliare" è dura, no? **Quando si pronunciano le parole "tagliare", o "rimuovere", le persone diventano molto ansiose**, perché significa che le cose che stanno aggiungendo alla home page non hanno alcun valore. Nessuno vuole sentirsi così. Nessuno vuole sentirsi come se le cose che fa fossero inutili, anche se magari non è così. Ma mettiamo da parte questo aspetto per un secondo.

Non direi necessariamente: "rimuovete semplicemente il 60 per cento del materiale". Non c'è nessuna ragione per adottare una metrica forzata. Non dovete eliminare del materiale solo per rimuovere cose. La semplificazione non è un processo di banalizzazione dei contenuti. La semplificazione è il processo in cui si cerca di comprendere il posto e il tempo giusto per ogni cosa. Quando devono emergere queste informazioni, come, dove? Questo è ciò che rende le cose facili da fare, o almeno fattibili.

Se togliete troppo, potreste rimuovere parte della forza o del valore del vostro servizio. Non penso che si tratti di togliere arbitrariamente il 60 per cento dei contenuti. Invece, dobbiamo fare il duro lavoro di capire ciò che conta, dove, quando e come (e per essere esplicito, questa è la parte dura del lavoro, giusto? Non solo avete dovuto

assegnare una priorità alle parti interessate, come hai accennato tu, ma avete dovuto riflettere sull'interaction design e quindi hai avuto modo di pensare a fondo al visual design ed definire una gerarchia.

Workshop di Luke Wroblewski

Siamo entusiasti di avere Luke Wroblewski per una intera giornata per un workshop sul Mobile Design Essentials alla Conferenza [UI19](http://ui19.uie.com/) [http://ui19.uie.com/], quest'anno il 27 ottobre. Scoprirete come questo [workshop](http://ui19.uie.com/workshops/mobile-design-essentials) [http://ui19.uie.com/workshops/mobile-design-essentials] cambierà il vostro modo di pensare.

Diteci quello che ne pensate

Quali considerazioni fate quando progettate per il mobile? Fatecelo sapere sul nostro [blog](http://www.uie.com/brainsparks/2014/09/03/uietips-mobile-as-medium/) [http://www.uie.com/brainsparks/2014/09/03/uietips-mobile-as-medium/].



Jared M. Spool



Luke Wroblewski

Traduzione di **Marco Dini**

*Jared M. Spool è il fondatore di **User Interface Engineering**. Trascorre il suo tempo lavorando con i gruppi di ricerca presso la sua azienda e aiuta i clienti a capire come risolvere i loro problemi di design. Potete seguire Jared su Twitter [@jmspool](https://twitter.com/jmspool)*

Luke Wroblewski è un digital product leader riconosciuto a livello internazionale che ha progettato o contribuito alla realizzazione del software utilizzato da oltre 750 milioni di persone in tutto il mondo. E' anche autore di numerosi libri di design. Puoi seguire Luke su Twitter [@lukew](https://twitter.com/lukew) [https://twitter.com/lukew].

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/>



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/usabilita-web/6461/