

Red Hat  
**Summit**

**Connect**

# Innovazione: il punto di vista di un **designer**

Massimo Azzolini

Experience & Service Designer

Roma, 07/11/2024





# Massimo Azzolini

## Experience & Service Designer

Founder di Giallocobalto



Siamo uno studio  
di **progettazione** e **consulenza strategica**.

Progettiamo servizi, processi e strategie che abilitano  
le aziende ad innovare, creando valore per le persone,  
per l'organizzazione e per il business.



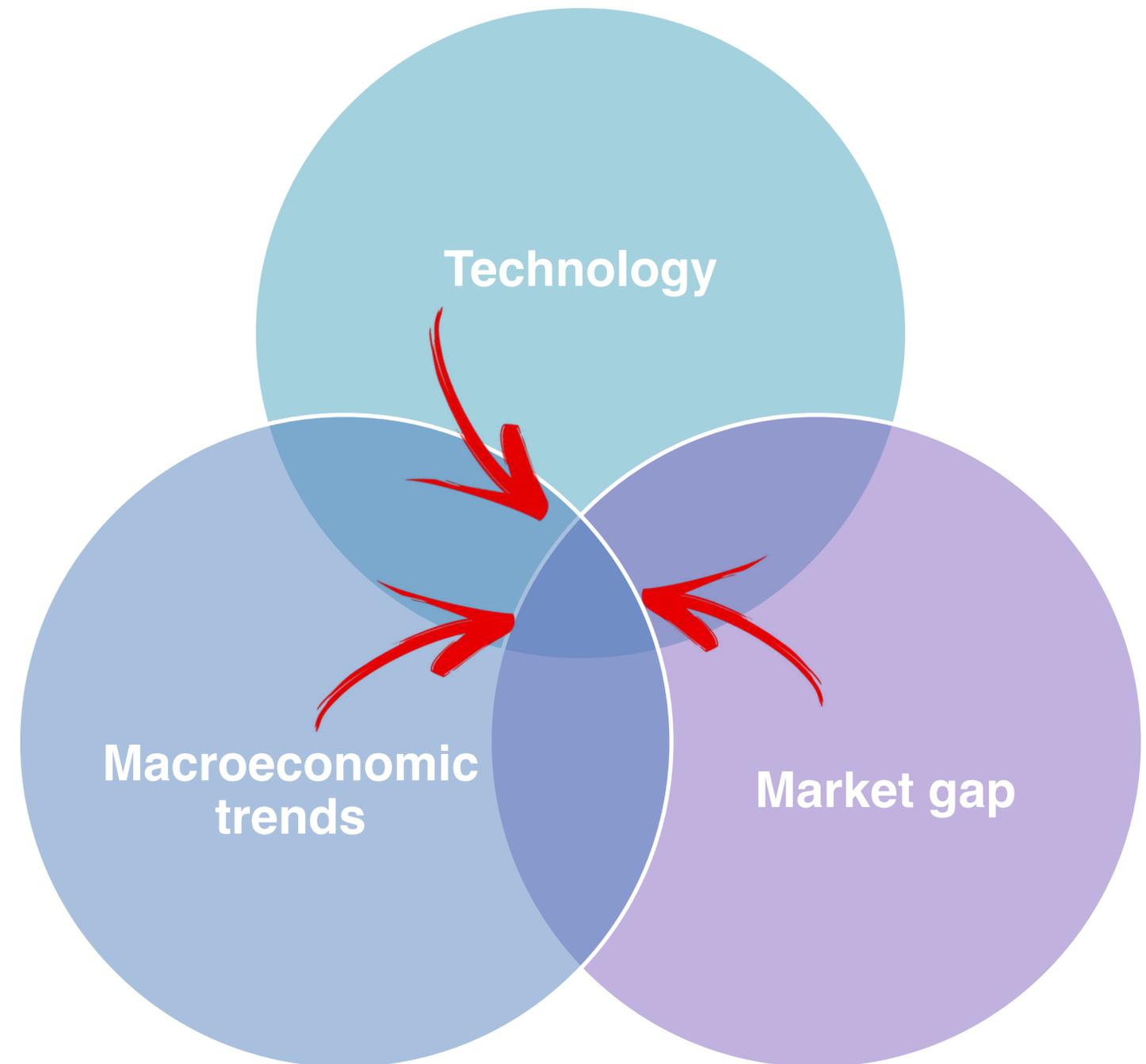


# Le idee non sono **un caso**

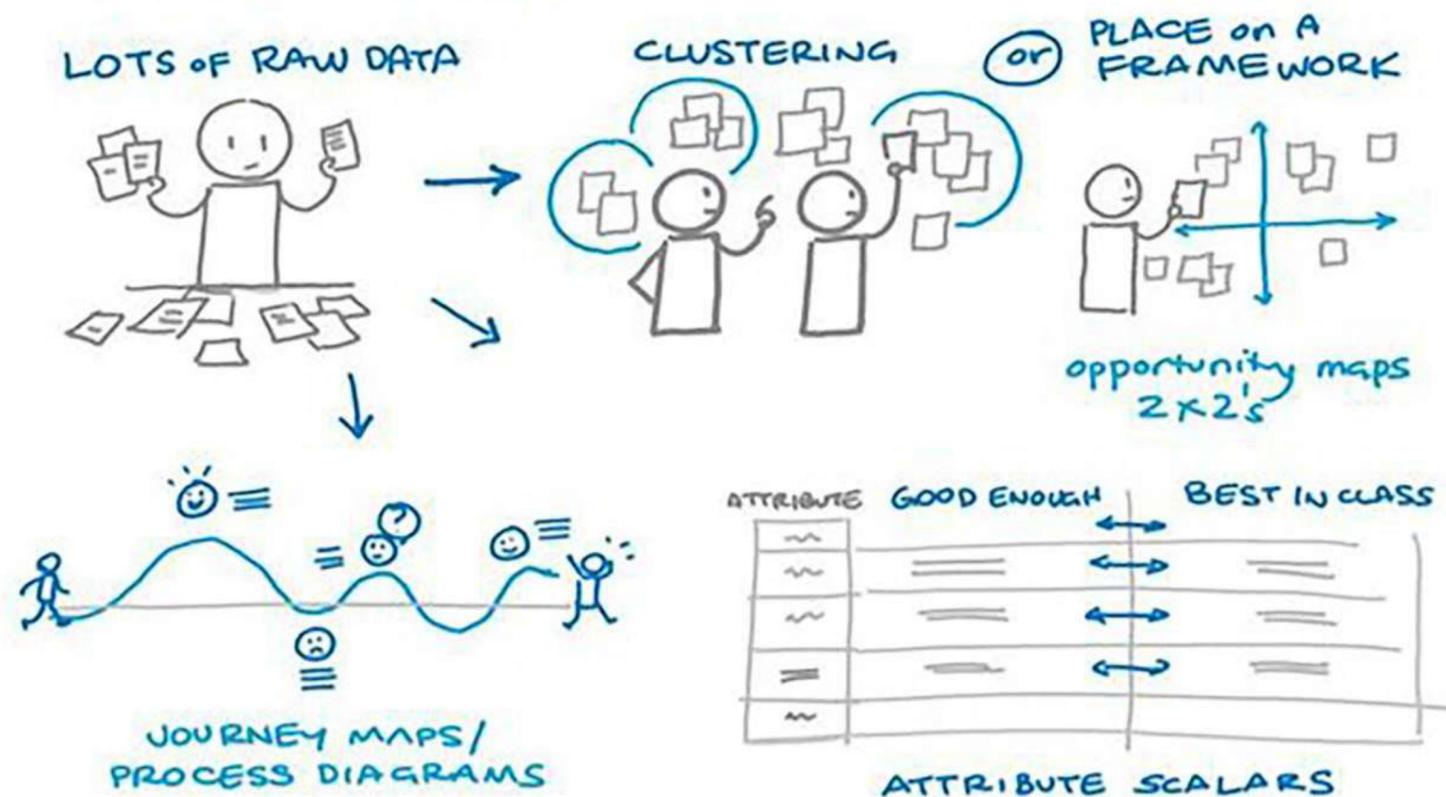
Certo, il successo può essere anche fortuna, ma **l'innovazione** è frutto di uno **sforzo di ricerca**

# Da dove arrivano le **nuove idee?**

(e **l'innovazione** con loro)



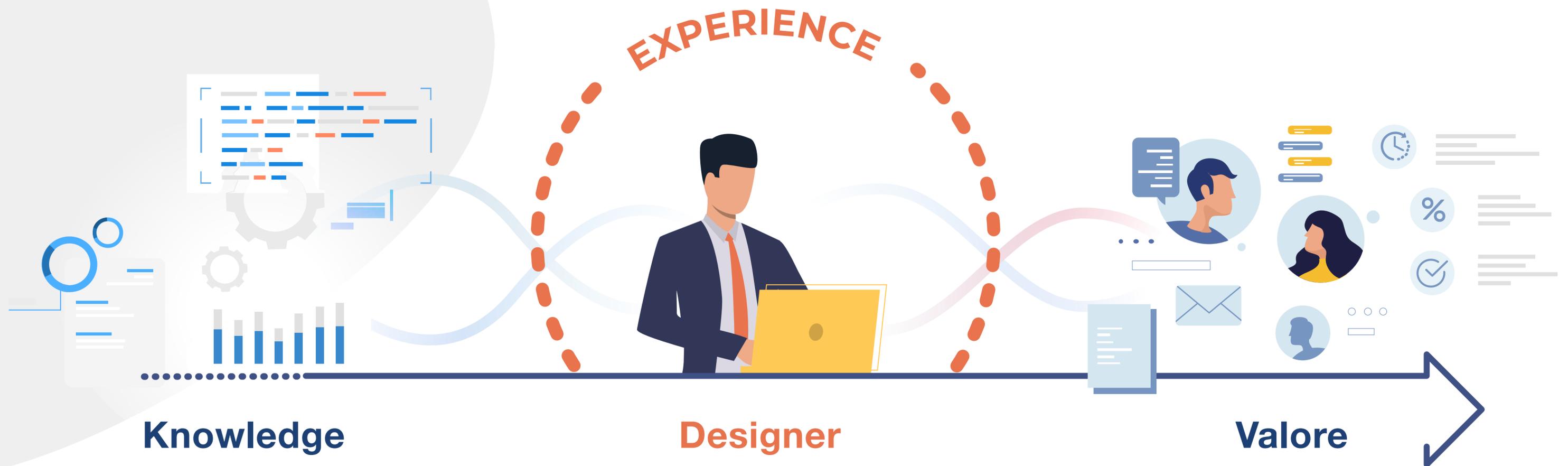
# ANALYSIS and SYNTHESIS



Come faccio a  
**trovarle?**

Il design utilizza una serie di **metodi e strumenti** per analizzare e sintetizzare la complessità

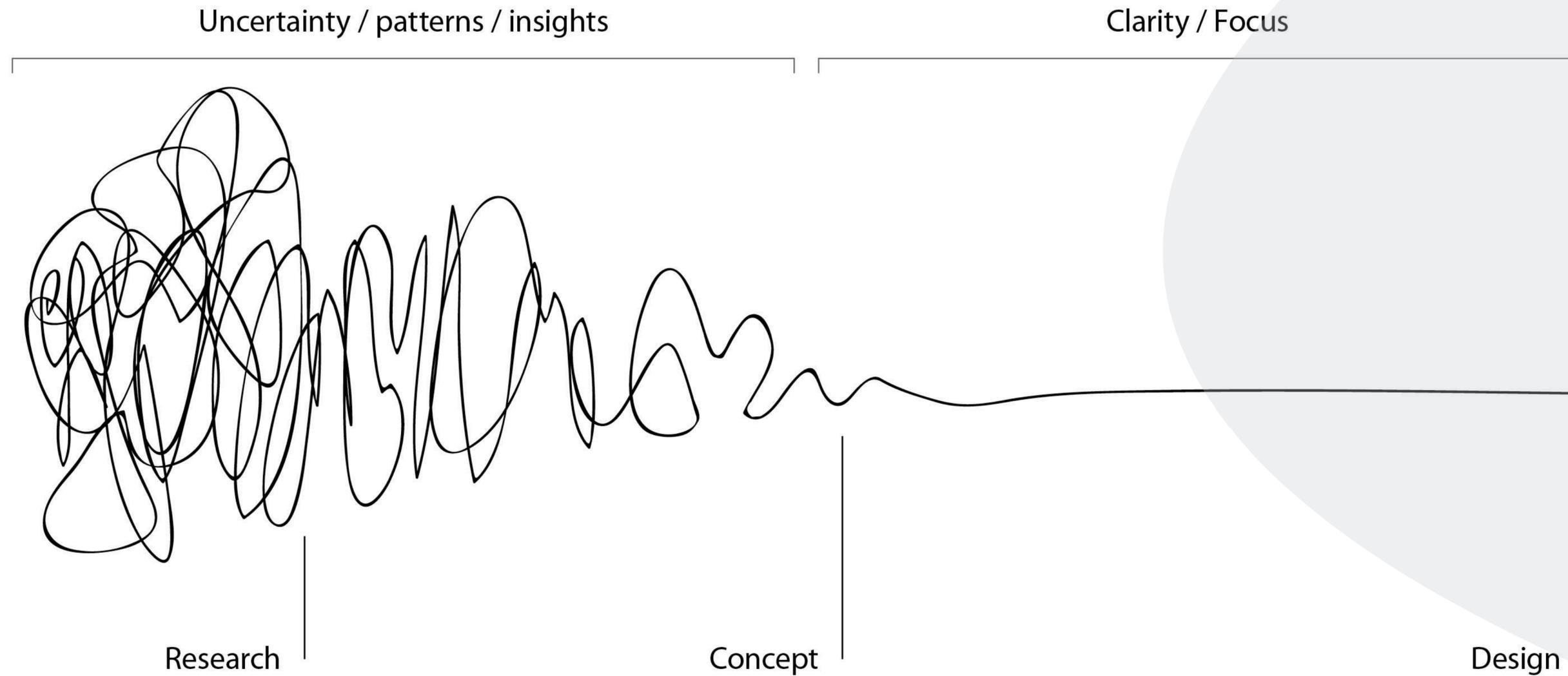
# Innovazione & **design**





**...BISTURI!**

# In principio era il **caos**...



“

# Design Thinking

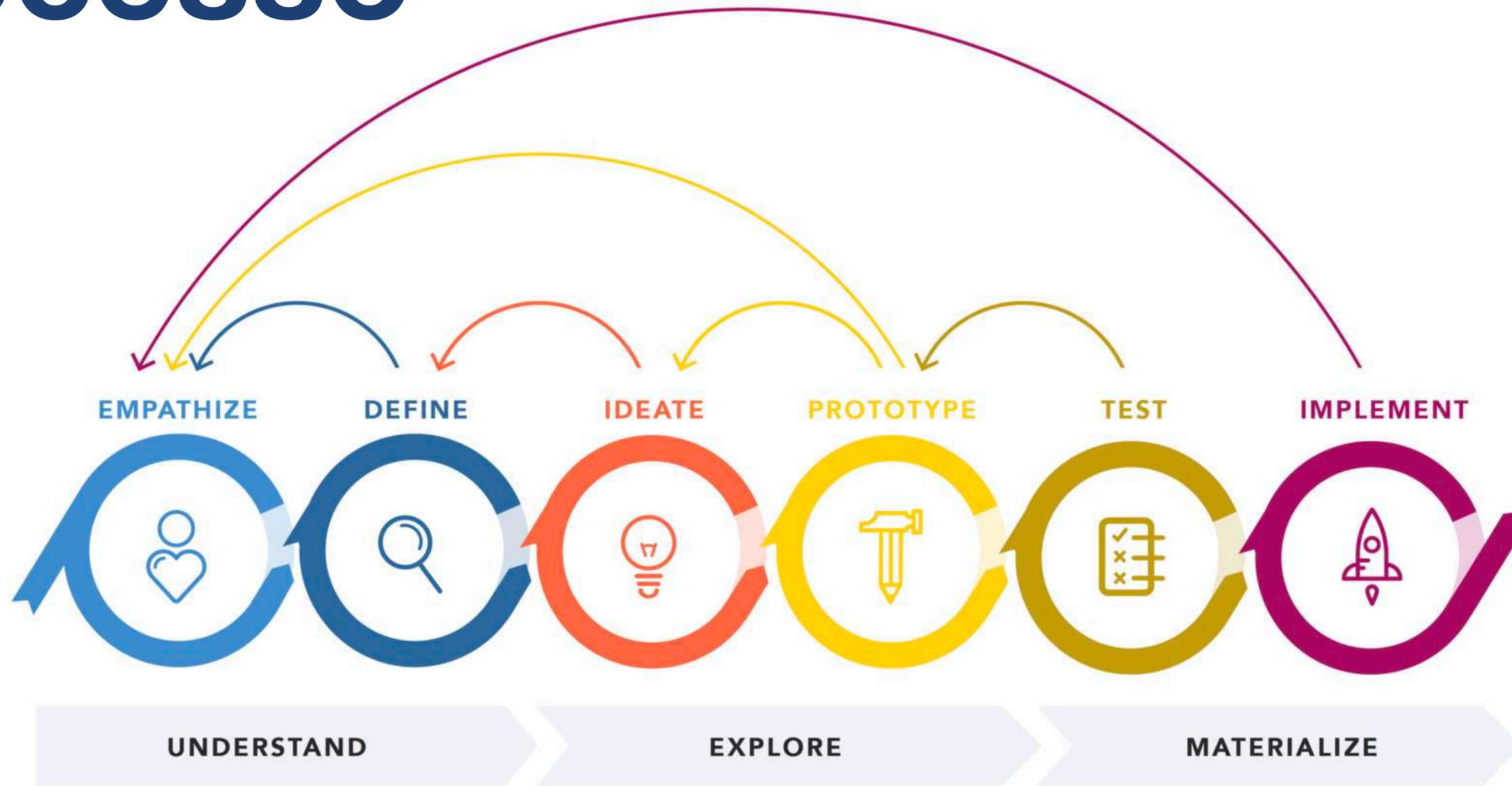
*It is a collaborative approach centered on human and **problem solving**, using a mindset useful for solving complex problems.*

– **Tim Brown**

President of IDEO

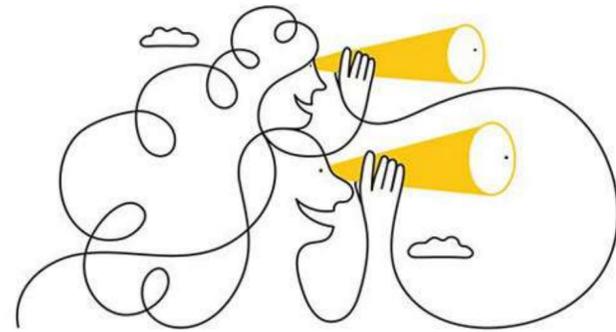


# Il processo

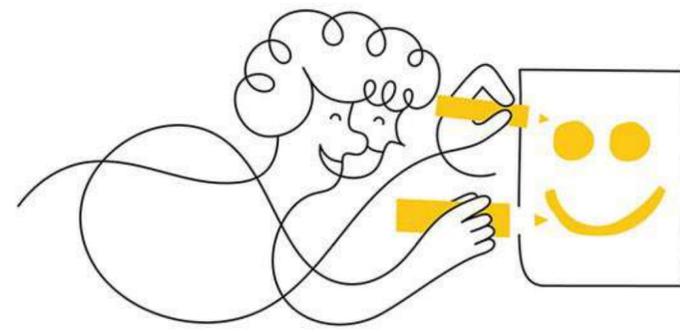


DESIGN THINKING 101 [NNGROUP.COM](http://NNGROUP.COM)

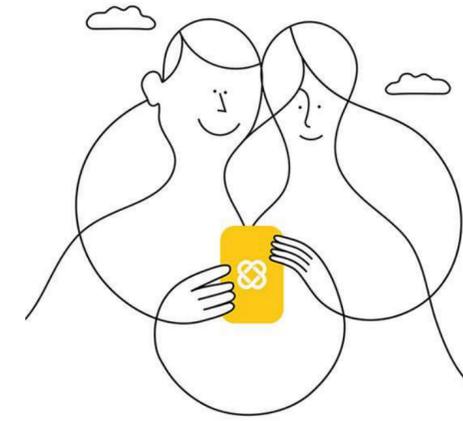
# Di cosa **parleremo**?



**1.**  
Designer &  
**Management**



**2.**  
Designer &  
**Utente**



**3.**  
Designer &  
**Developer**

# 1. Designer & **Management**



# Ciak... **azione!**

“

*Il designer è il  
controllore dell'identità  
e dell'innovazione, un  
regista culturale e della  
comunicazione dei  
prodotti dell'azienda".*

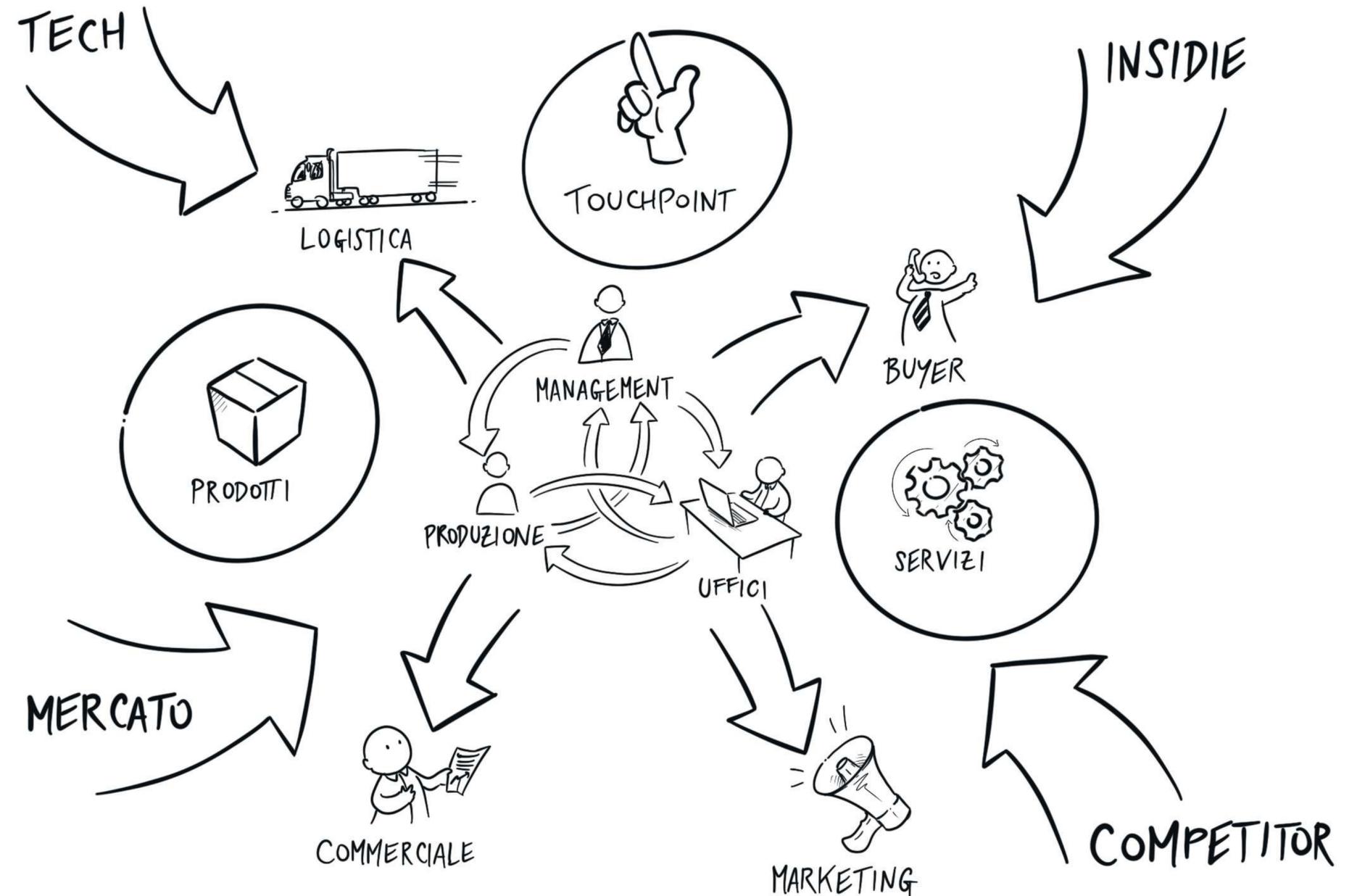
– **Corrado Terzi**

Architect, Rome University of Fine Arts



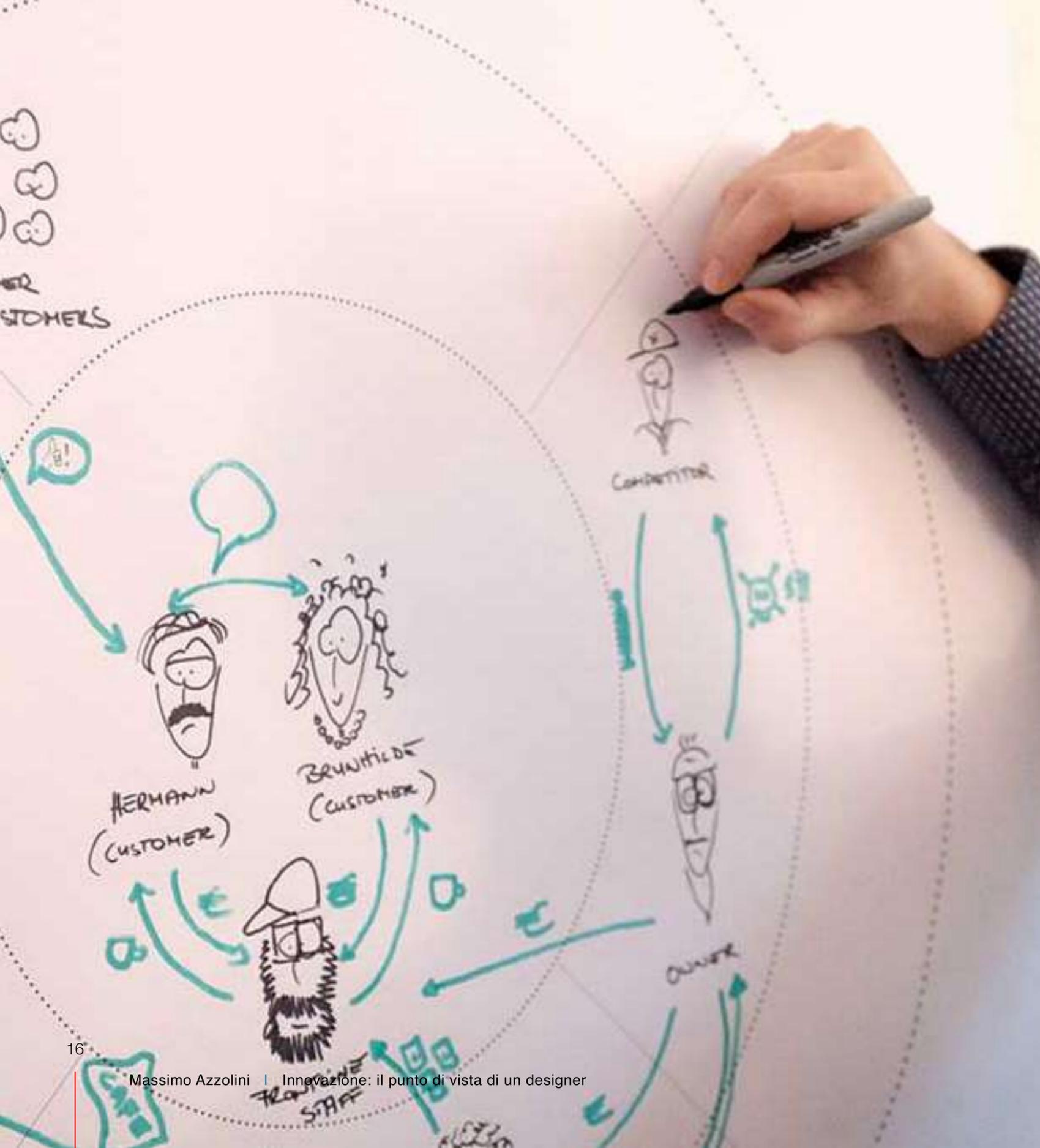
# Un **sistema** complesso

L'azienda è un organismo articolato e in **continua evoluzione**. Il designer si trova a giostrarsi tra tante figure diverse.



# Il designer e gli stakeholder

Esistono **moltissime figure diverse** che ruotano intorno ad un progetto di innovazione e il designer dovrà **relazionarsi** con loro, studiarle e mapparle



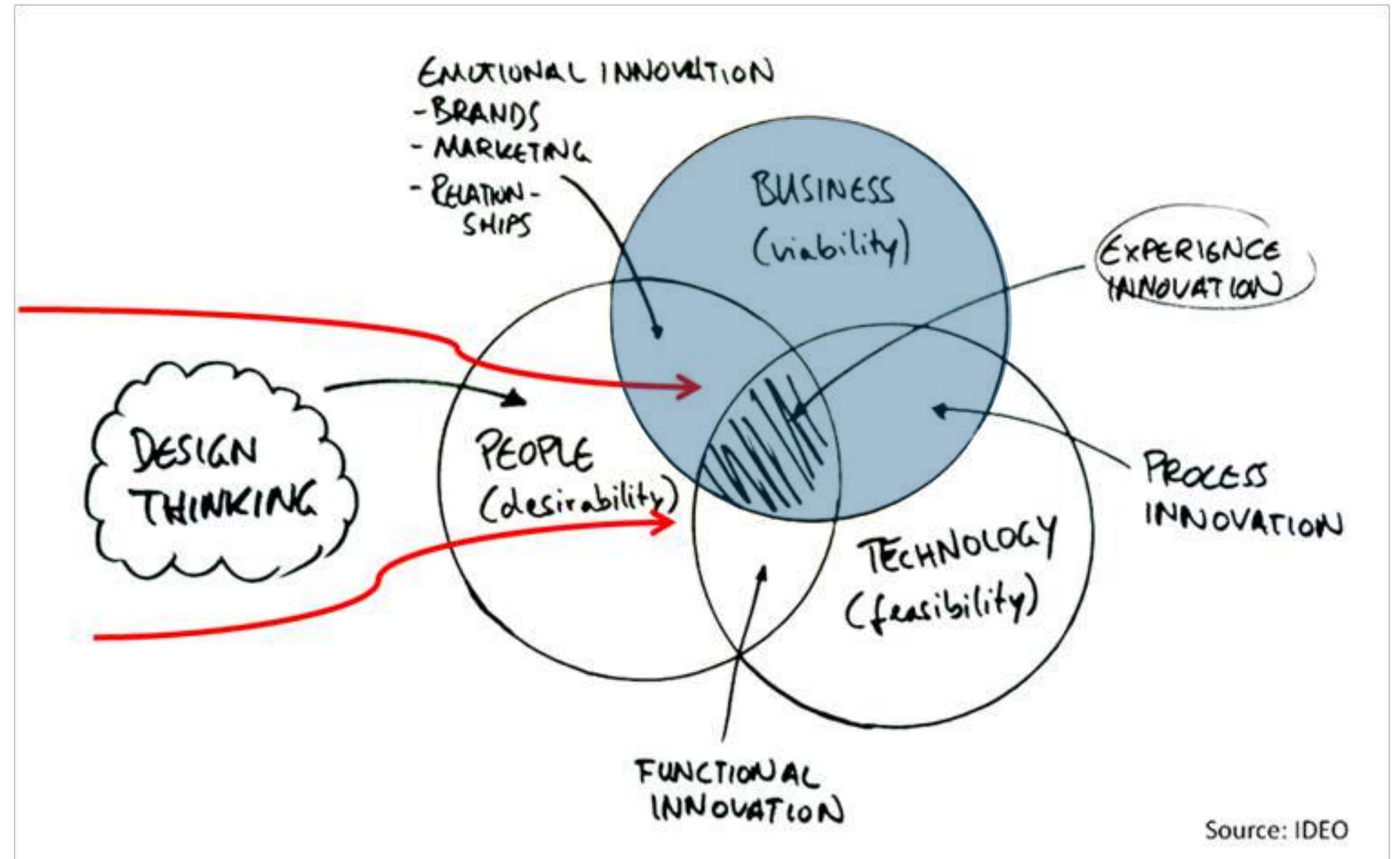
**STAKEHOLDERS...**

**STAKEHOLDERS EVERYWHERE**



# La **fattibilità** economica

- Abbiamo abbastanza **budget**?
- Abbiamo le **skills adatte**?
- È **redditizio**?
- Qual è il **ROI**?



Go to market

Innovation



Change management

Il valore per  
il **Business**

# Misura, valida, **migliora**

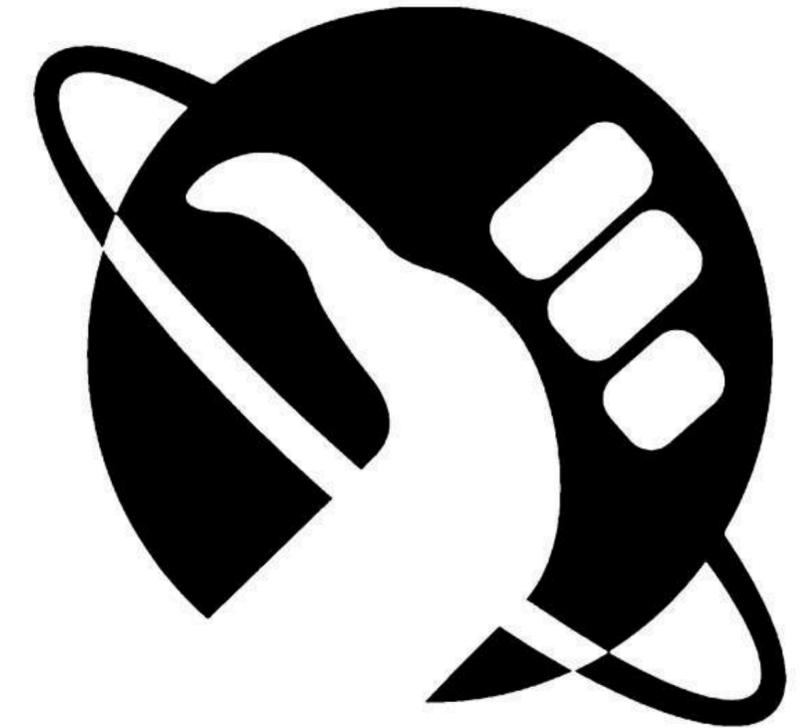
Test → **learn** → adapt

“

In God we trust,  
all others **bring data.**

– *W. Edwards Deming*

Founding Father of Total Quality Management



# DON'T PANIC



**IMPROVISE. ADAPT. OVERCOME.**

Il cambiamento è  
**fondamentale**



# Il modello del **fiume**

4 strati, **4 flussi**

**STRUMENTI E PROCESSI**

**COMPETENZE**

**CULTURA**

**PERSONE**

Design

STRUMENTI E PROCESSI

COMPETENZE

CULTURA

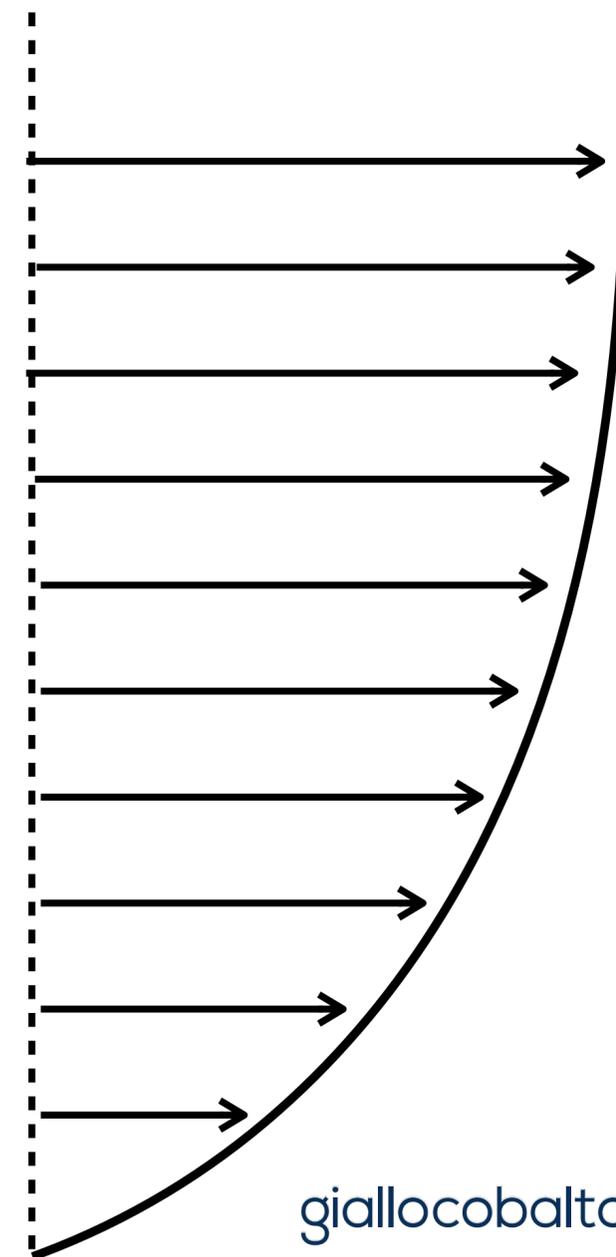
PERSONE



# Tutto **scorre**

Il cambiamento avviene con **velocità diverse**

Abitudini





# Gioca **d'anticipo**

“

*Disruption* è una parola molto di moda per descrivere **il cambiamento**, ma questo **è inevitabile**, che tu lo voglia o no. È meglio **che sia tu l'artefice** di questo cambiamento.

– *Claudio Domenicali*

CEO Ducati

(Assemblea Confindustria, settembre 2023)

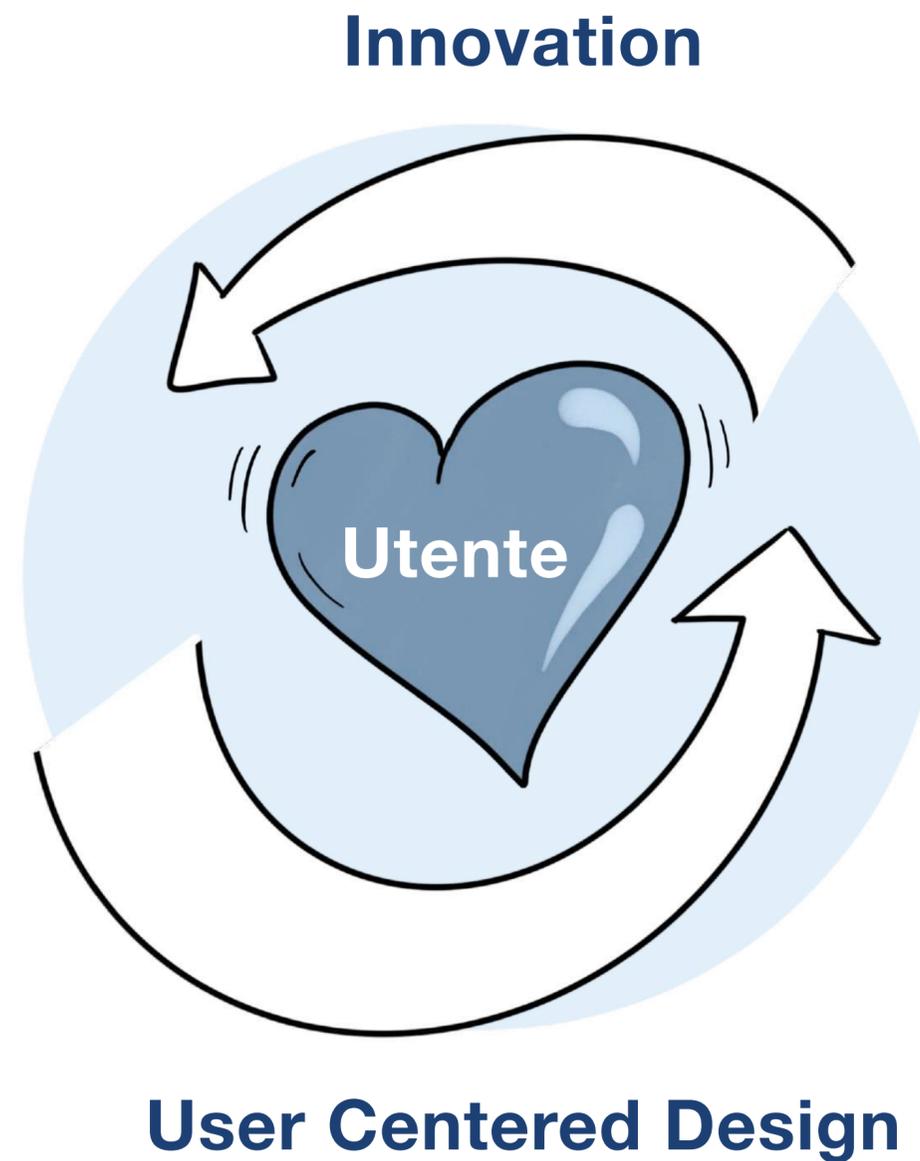
## 2. Designer & Utente



“ From making **people want things**,  
to make **things people want**. ”

– **Frank Chimero**  
Product e Visual Designer

# Il valore per gli **Utenti**





“

*Non chiediamo al  
bambino **cosa vuole***

***Disegniamo con lui il  
suo gioco***



and let thy feet  
millenniums hence  
be set in midst of knowledge

# Il Design Thinking è **Human Centered**



**DETECTIVE MODE: ON**

# Personas & Bisogni

Capiamo **a chi ci rivolgiamo** e chi invece sono gli utilizzatori finali: non sempre le due categorie coincidono.

“

*Quali attori intervengono nel processo decisionale di acquisto e di adozione?*



**GIOVANNI** Ragni

## GENERALITÀ

Direttore Tecnico Azienda

Utilizzatore finale

Vive a Roma

Ha 55 anni

## MOTTO

“Keep Calm and Carry On:  
Mantieni la calma e vai  
avanti.”

## Chi è



**Nome** Giovannino  
**Qualifica** Direttore tecnico  
**Età** 55 circa  
**Dove si trova** zona Roma

### Di cosa si occupa

DT della azienda medio grande

l'RSPP è più teorico, il DT lo fa scendere a terra, è più pratico

## Job to be done

Cosa fa (nel lavoro e nella vita)? Quali sono le attività che si trova a svolgere o deve portare a termine?

Ha molte attività da fare su tutte le manutenzioni	supervisionare e coordinare l'ufficio tecnico, "non si sporca le mani"	Si assicura che gli impianti che gestisce garantiscono al meglio la produzione dell'azienda	Riunioni di coordinamento con i fornitori per la Sicurezza
Deve assicurare un buono stato igienico della struttura (?)		Progetta i capitolati tecnici	Segue i lavori di ristrutturazione
deve programmare il futuro, non può reagire solo all'esigenza del momento			

## La ragione per cui acquista

Qual è la ragione chiave che spinge la persona ad acquistare ed utilizzare il prodotto/servizio?

l'acquisto può essere imposto dai superiori	Tiene tutto sotto controllo dal punto di vista Legionella
agevolazione del lavoro non indifferente	

## Motivazioni

Cosa motiva la persona e la spinge all'azione? Cosa la coinvolge? Incentivi, timori, traguardi, crescita personale, potere, prestigio sociale, ...

Fare bella figura con la Direzione e la proprietà aziendale	Fare bene le cose "manutentive"	Essere in regola con le Linee Guida Legionella e con la Legge	Essere in regola in caso di controlli della ASL o degli ispettori	Non avere rotture di scatole
Avere tutto sotto controllo dal punto di vista tecnico				

## Bisogni e aspettative (gain)

Quali sono le sue aspettative? Cosa lo rende felice? Quali sono i suoi obiettivi? Quali traguardi aspira a raggiungere?

riconoscimento finale del merito (una bella bottiglia fa piacere a tutti)	Dimostrare ai superiori che ha fatto un buon lavoro e ha scelto bene il fornitore			
Avere tutto bello ordinato	Documentazione Post Intervento di Qualità			

## Affare fatto!

Cosa contribuisce maggiormente a chiudere l'accordo con la persona?

Relazione con commerciale Firotek	La sensazione di risolvere il problema "Legionella" una volta per tutte
-----------------------------------	---

collo di bottiglia nel caso in cui dovessero esserci 100+ clienti

## Canali e touchpoint

Come possiamo raggiungere e interagire con la persona?

Pacconi Legionella Zero	Campagne Adwords	Blog Legionella.it	Newsletter Firotek	Visite fisiche fatte dal venditore Firotek
Laboratorio di analisi che ci segnala	Fiera tecnica o seminari proprietari	Pubblicità su siti di settore	DEM da acquistare su riviste online	

## Problemi e frustrazioni (pain)

Cosa lo turba? Quali problemi gli rovinano la giornata? Che paure ha?

Paura di avere alte contaminazioni di Legionella	Rotture di scatole tecniche (Si rompe qualcosa etc.)	Sindacati che protestano per qualcosa che non va a livello di Sicurezza	Ispezioni a sorpresa della ASL o degli enti preposti	Il fornitore anzichè risolvere i problemi crea disagi

## Niente da fare...

Cosa potrebbe far fallire la negoziazione con questa persona?

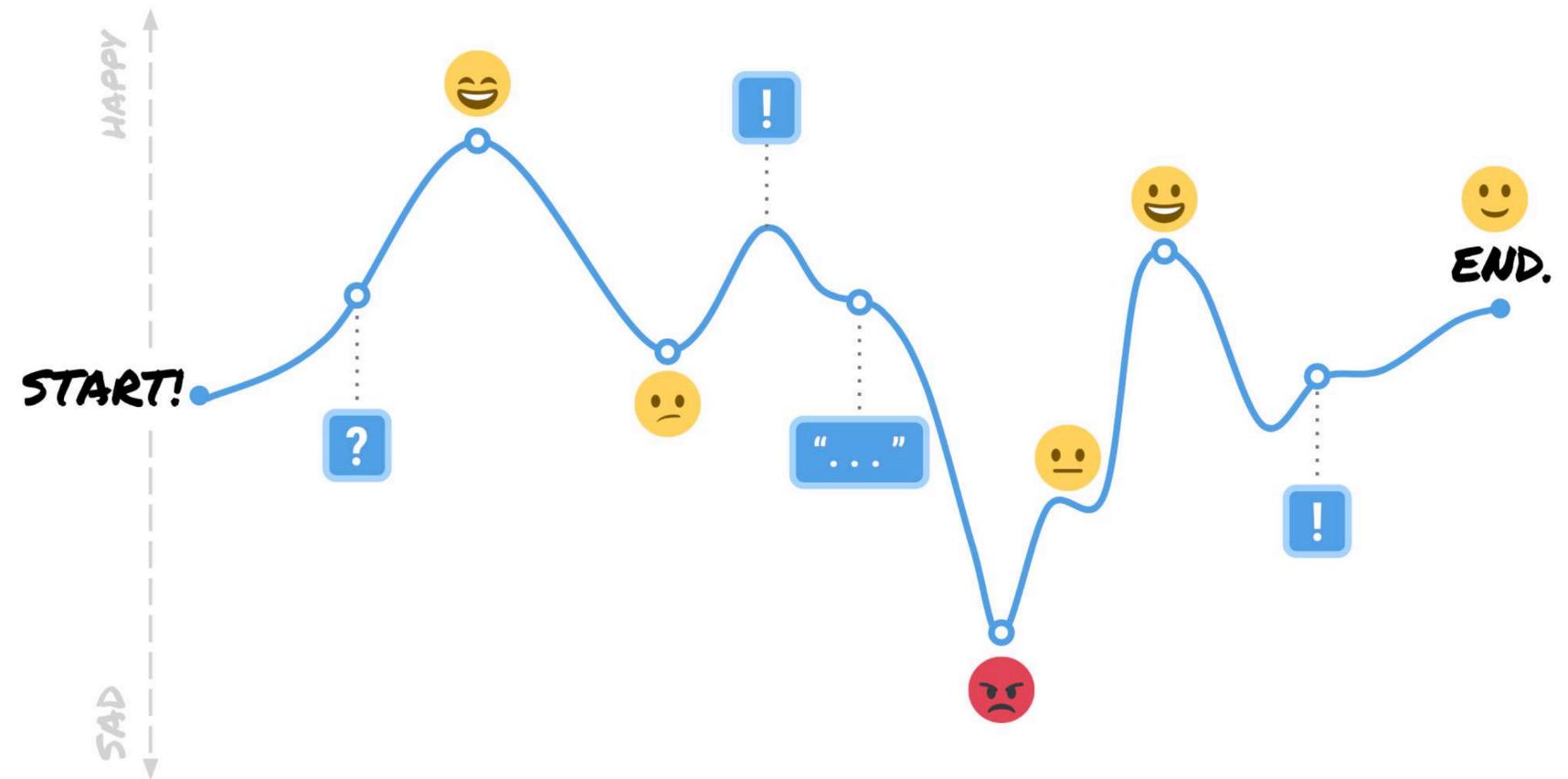
Paura del cambiamento di fornitori (Laboratori etc.)	Problema di acquisto ricorrente con pagamento anticipato	Paura di non saper usare il software
	Troppa complessità del software	

# Dalla **storia** all'**esperienza**



# User journey & scenari d'uso

È la narrazione visiva che descrive il **percorso degli utenti** e aiuta a comprendere le **interazioni** del prodotto/ servizio **dal punto di vista dell'utente**.



**EXPERIENCE MAP**

Alcune attività comprendono e toccano diverse fasi del servizio. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso. L'esperienza è mappata in relazione all'esperienza dell'utente in un determinato momento del suo percorso.

**SERVICE BLUEPRINT**

Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente. Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente. Il Service Blueprint è un diagramma che mostra il processo di servizio e il ruolo di ogni dipendente.

**LE FASI/STAGE DEL SERVIZIO**

Il servizio è diviso in fasi e stadi. Le fasi sono i momenti in cui l'utente interagisce con il servizio. Gli stadi sono i momenti in cui il dipendente interagisce con l'utente. Le fasi e gli stadi sono collegati tra loro e formano un unico processo di servizio.

**0. PRE-INDAGINE**

Definizione delle attività e dei processi che precedono il servizio. Questo include la raccolta di dati e l'analisi dei bisogni dell'utente.

**1. CONSAPEVOLEZZA**

Il momento in cui l'utente si rende conto di aver bisogno di un servizio. Questo include la scoperta del problema e la ricerca di una soluzione.

**2. CONSIDERAZIONE**

Il momento in cui l'utente valuta le diverse opzioni disponibili. Questo include la ricerca di informazioni e la valutazione delle alternative.

**3. SCELTA**

Il momento in cui l'utente decide quale servizio utilizzare. Questo include la scelta del fornitore e la definizione dei requisiti.

**4. INTERAZIONE**

Il momento in cui l'utente interagisce con il servizio. Questo include la richiesta del servizio e la ricezione del servizio.

**PERSONAS**

Le personas sono rappresentazioni fittizie di utenti reali. Sono utilizzate per comprendere i bisogni e le aspettative degli utenti e per progettare servizi che rispondano a questi bisogni.

**HR**

Le risorse umane sono fondamentali per la progettazione e l'implementazione di servizi. Questo include la selezione, la formazione e lo sviluppo del personale.

**R**

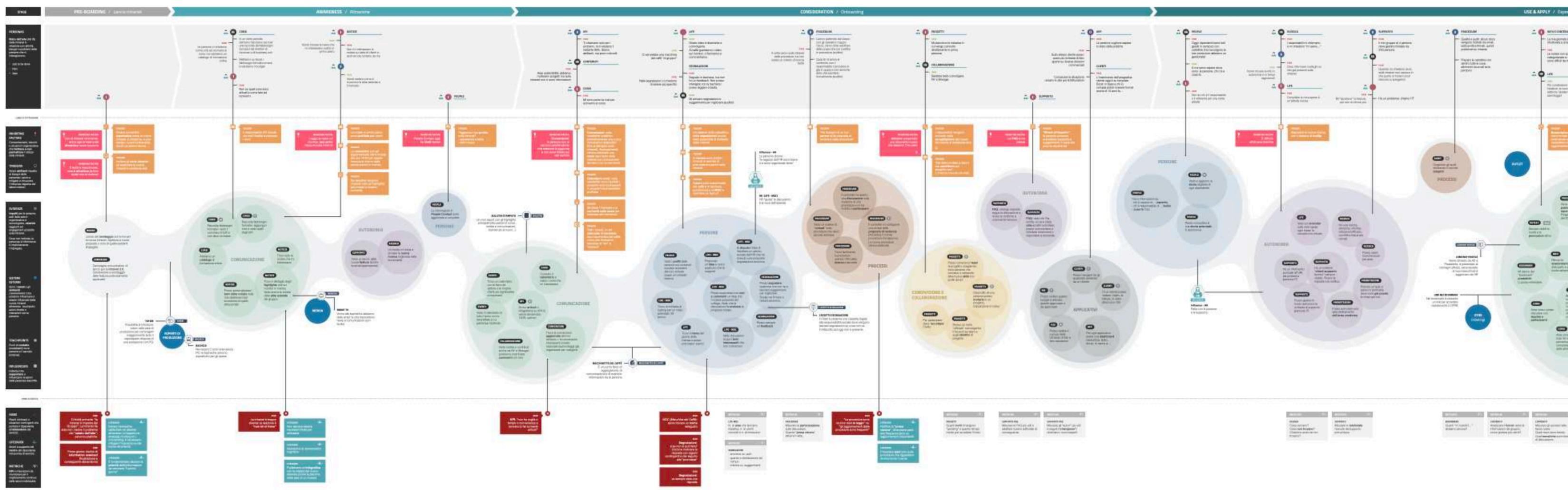
Le risorse sono i materiali e le attrezzature necessarie per fornire un servizio. Questo include il software, il hardware e i servizi esterni.

**I**

Il processo è la sequenza di attività che costituiscono un servizio. Questo include la definizione dei processi e l'implementazione di questi processi.

**O**

Le operazioni sono le attività che vengono svolte per fornire un servizio. Questo include la gestione delle risorse e l'implementazione dei processi.



**KEY STAGE**

1. **Awareness** è il momento in cui l'utente si rende conto di aver bisogno di un servizio. Questo include la scoperta del problema e la ricerca di una soluzione.

**POSITIVE WORK ENVIRONMENT**

È necessario creare un ambiente di lavoro positivo e produttivo. Questo include la promozione della collaborazione e la creazione di un clima di fiducia.

La **Employee Experience** è il processo di progettazione e implementazione di servizi che rispondano ai bisogni e alle aspettative degli utenti.

**SELF-DIRECTED AND DYNAMIC LEARN**

Il servizio deve essere progettato in modo da consentire all'utente di apprendere e migliorare le proprie competenze in modo autonomo e dinamico.

# Co-design

Per soddisfare davvero le esigenze degli **utenti**, è fondamentale coinvolgerli **nel processo di progettazione**.

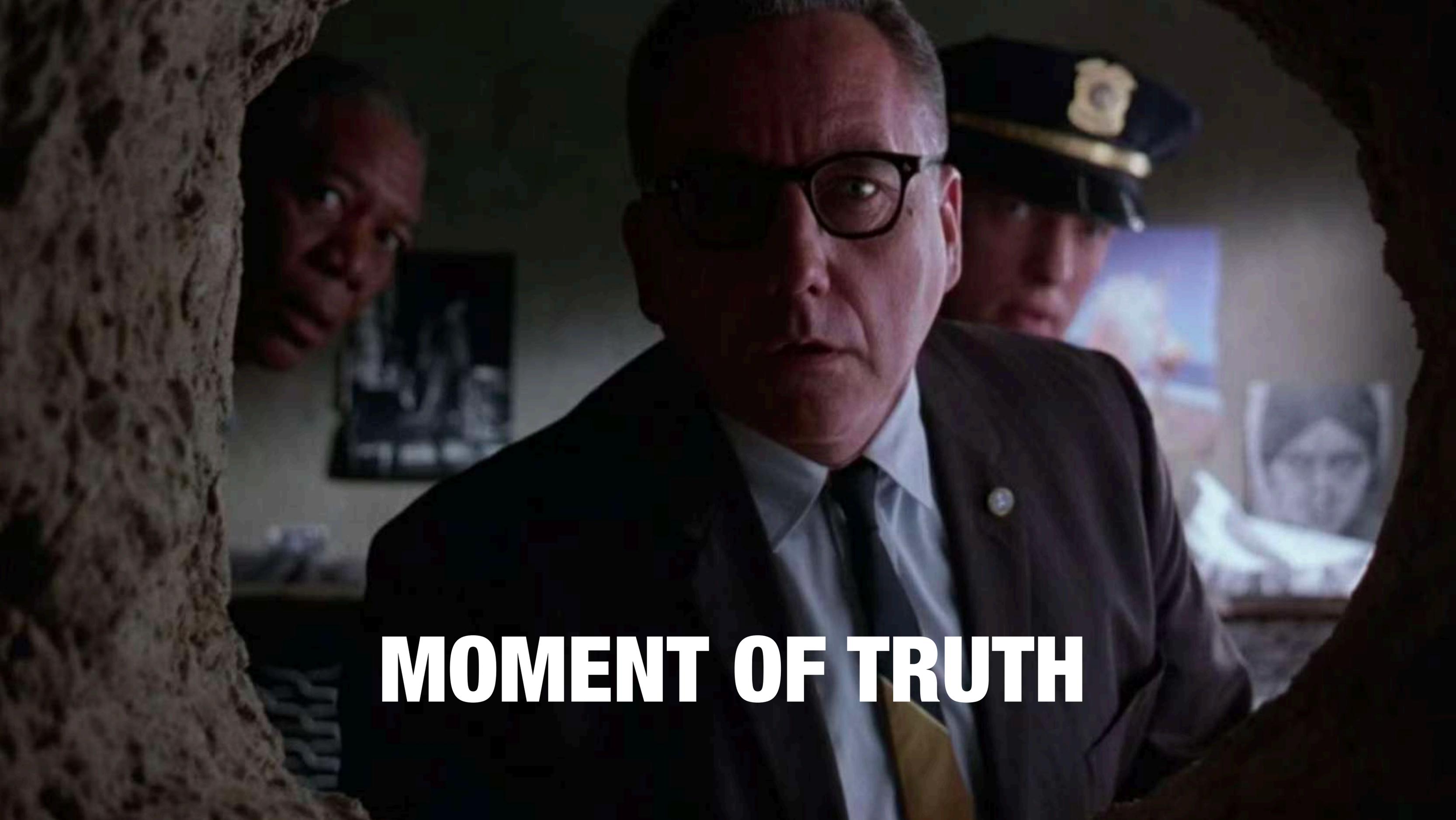




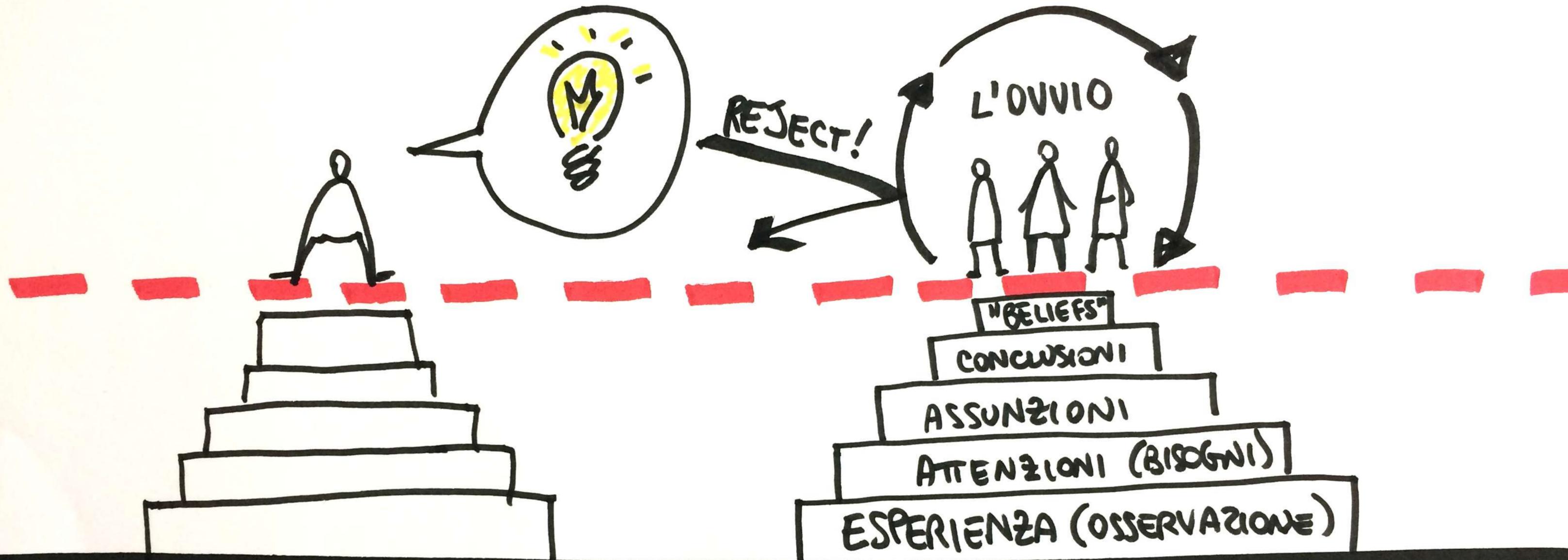
Caso studio

## Workshop di co-design



A man in a dark suit, white shirt, and dark tie with glasses is looking through a hole in a wall. He has a serious expression. Behind him, a police officer in a dark uniform and cap is also looking through the hole. To the left, another man is partially visible, looking towards the camera. The scene is dimly lit, with a window in the background showing a bright outdoor scene. The text "MOMENT OF TRUTH" is overlaid in large, white, bold letters at the bottom of the image.

**MOMENT OF TRUTH**



**Senza le persone**

questo è il risultato...

**LA REALTÀ  
(SCONOSCIUTA)**

“ Se un’immagine vale più di mille parole,  
un **prototipo** vale più di mille riunioni. ”

– **David & Tom Kelley**  
IDEO Founder & General Manager

# 3. Designer & Developer





DESIGNER



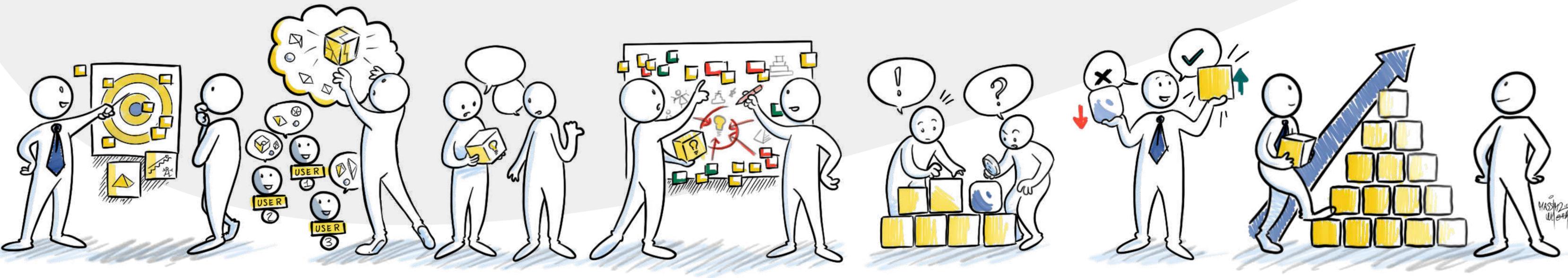
DEVELOPER



**SIAMO DIVERSI, MA...**

# Together

## We stand



# Strumenti condivisi

- Workshop
- Focus Group
- User test
- Design ops
- Mindset

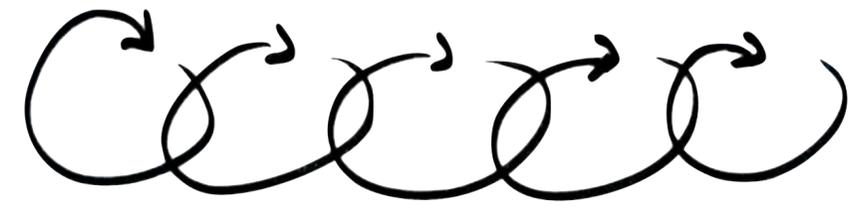
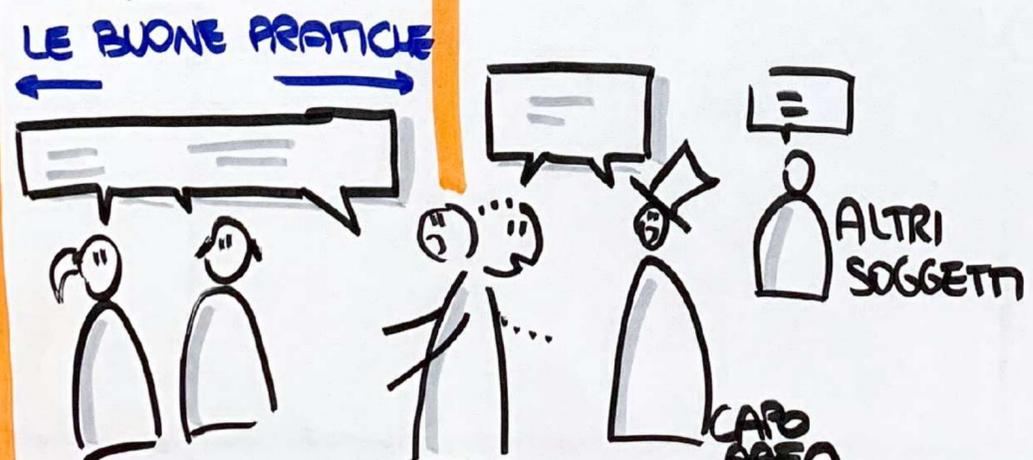




1. SI AUTO-ORGANIZZA
2. È RESPONSABILE
3. DECIDE
4. MIGLIORA



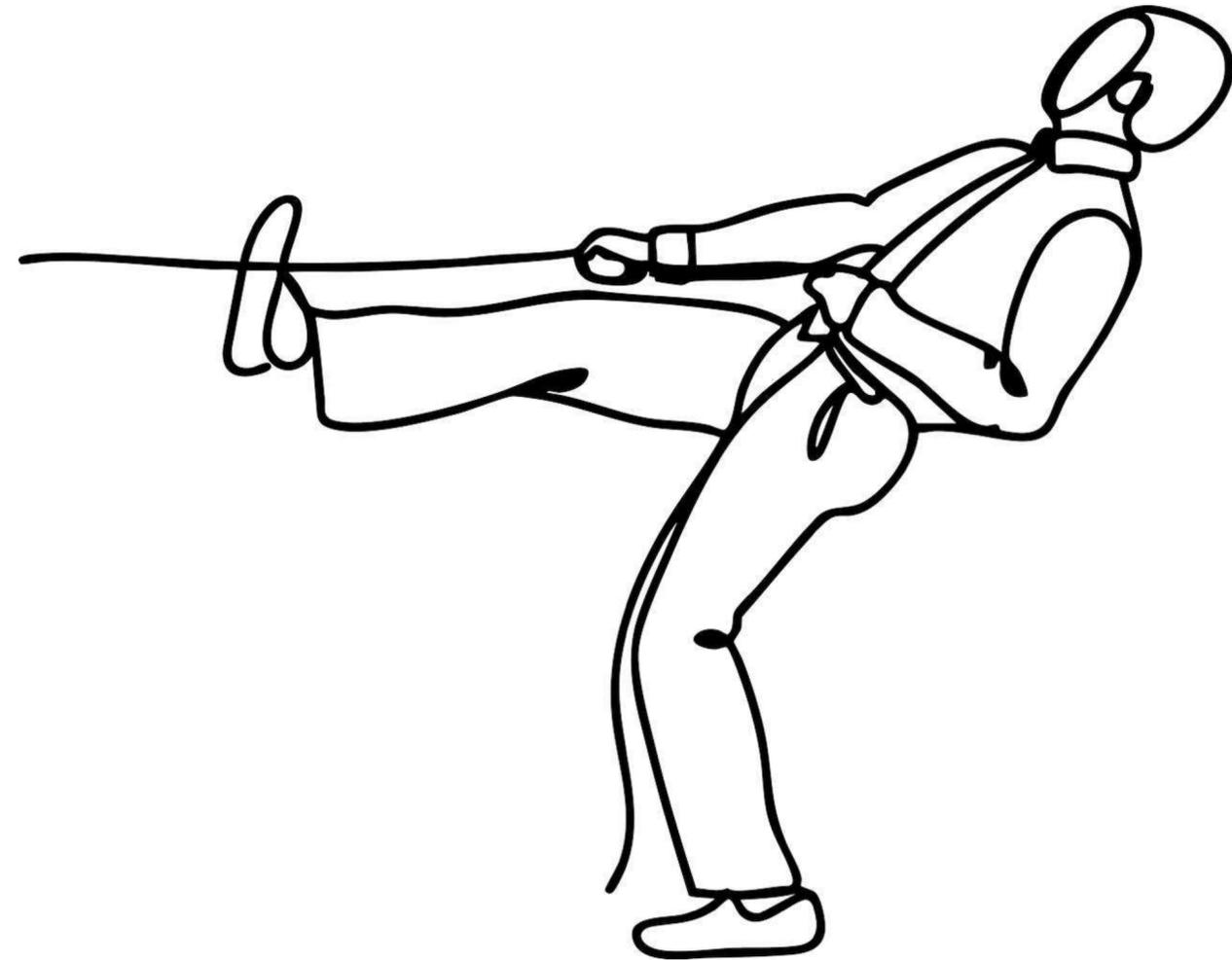
IL PROCESSO



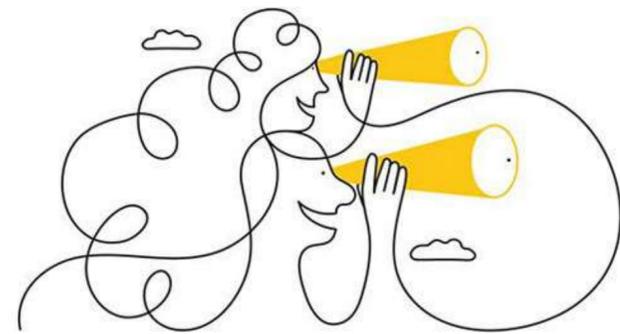
# Valori Agili

- **Outcome** (esiti) vs. output
- Organizzazione **adattiva**
- **Team** auto-organizzanti
- **Ownership** e deleghe

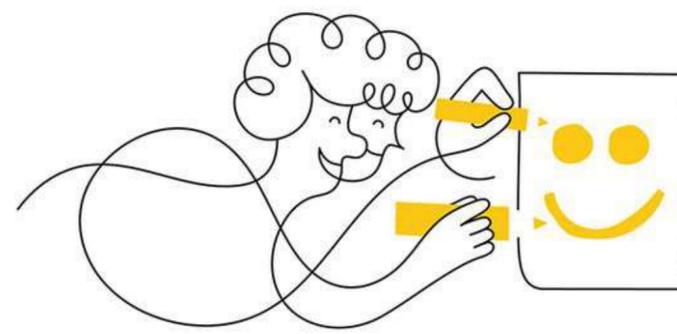
Tiriamo le  
**somme...**



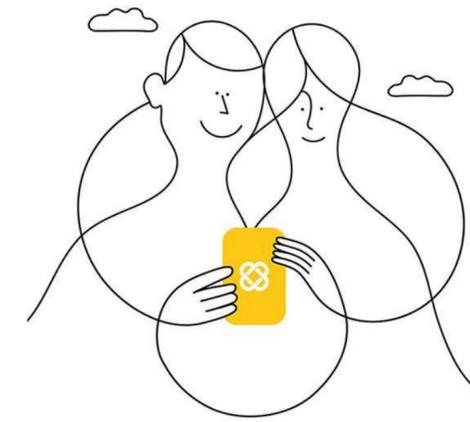
**Progettare** significa  
interpretare i **desideri** per  
realizzare una **soluzione**



Designer &  
**Visione**



Designer &  
**Bisogni**



Designer &  
**Concretezza**

**READY?**





# Massimo Azzolini

## Experience & Service Designer

Founder di Giallocobalto



Siamo uno studio  
di **progettazione** e **consulenza strategica**.

Progettiamo servizi, processi e strategie che abilitano  
le aziende ad innovare, creando valore per le persone,  
per l'organizzazione e per il business.

Red Hat  
**Summit**

**Connect**

**Thank you**

Massimo Azzolini

---

massimo@giallocobalto.it

