

Parole Sparse - Episodio 002 - The future of interaction

Negli scorsi giorni sono stato ospitato dagli organizzatori del Web Marketing Festival 2020 per parlare del futuro della interazione all'interno della traccia User Experience e Web Design.

Non sono sicuro se gli organizzatori si aspettassero da me un contributo più tecnico da parte mia riguardo il futuro della interazione ma sta di fatto che a me, ultimamente, piace molto parlare di argomenti che riguardano un approccio sistemico ad un problema piuttosto che di puri e semplici tecnicismi, per quanto questi possano essere comunque essenziali.

Intendiamoci.

Il tema poteva essere approcciato da diversi punti di vista. Si sarebbe potuto pensare alla evoluzione della disciplina dell'Interaction design e quindi parlare del futuro dell'interazione da un puro punto di vista ergonomico. Sarebbe stato altrettanto interessante ma non ne sarei stato in grado e, in fondo, mi sarei divertito di meno.

Ho preferito quindi un intervento di livello più alto concentrandomi sugli aspetti strategici del futuro della interazione e sugli impatti che questa evoluzione può, e deve, avere all'interno di quelle aziende che sviluppano prodotti e servizi.

Un'altra premessa è necessaria prima di addentrarci nell'argomento di questo episodio.

Così come il termine Digital Transformation produce nel mio organismo una reazione allergica istantanea, anche tutti quegli interventi che iniziano con "Il futuro di" mi causano esattamente lo stesso effetto.

Però sono pigro ed ho usato una presentazione esistente per arrivare a parlare del mio punto di vista.

Parlare del futuro di qualcosa è sempre rischioso.

Sebbene sia un esercizio molto praticato dai più, io sono perfettamente convinto che a quello che viene detto non crede quasi nessuno, specialmente chi ne parla. E se ci crede si tratta per lo più di una esaltazione del proprio ego.

Non mi piace vestire i panni del profeta che ipotizza un futuro che nella maggior parte dei casi non diviene realtà. Così come ho detto nel corso del mio intervento a me piace lavorare nel campo del possibile. Lavorare su progetti che possono diventare realtà. Non mi interessano per nulla gli esercizi accademici, per quanto possano avere un senso. Dico solo che non mi generano alcun entusiasmo.

Per questo il titolo dell'intervento sarebbe dovuto essere qualcosa del tipo: "Progettare un'interazione efficace e possibile".

La mia presentazione inizia con la narrazione del punto di vista di Sketchin nei confronti della attività di design che svolgiamo ogni giorno.

A noi piace guardare qualsiasi problema con tre differenti lenti che hanno orizzonti temporali differenti e tra loro distanti.

La prima è la lente del presente. Quando analizziamo un problema con questa lente lo affrontiamo con gli strumenti che abbiamo a disposizione oggi e che ci permettono degli interventi rapidi su un prodotto od un servizio. Potremmo dire che si tratta di interventi molto tattici.

La seconda è la lente del futuro prossimo. In questo caso l'intervento diviene un intervento più strategico e cerca di rendere disponibili, ed accessibili, ai nostri clienti tutti quegli strumenti che vediamo essere disponibili nel breve periodo e che possono essere utili a risolvere i loro problemi di business da un lato e consegnare esperienze memorabili ai loro clienti.

La terza lente è quella del futuro remoto. Un orizzonte che è molto distante dalla realtà odierna e sul quale possiamo fare delle ipotesi che andranno comunque validate nel corso del tempo.

Su questi tre orizzonti si appoggiano tre curve differenti.

La prima curva è quella che rappresenta la capacità delle organizzazioni di trasformarsi in maniera organica. Usando un termine matematico potremmo dire che la derivata di questa curva cresce molto lentamente perché le organizzazioni hanno una modesta capacità di trasformazione organica. Se ricordate quanto ho detto nell'episodio precedente di questo podcast le organizzazioni hanno una naturale tendenza a mantenere lo status quo.

La seconda curva, con una derivata più veloce della prima, è quella relativa alle aspettative degli utenti. E' innegabile che le aspettative degli utenti, e dei clienti, sono sempre più alte non fosse altro perché hanno occasione di vivere esperienze molto buone con prodotti e servizi esistenti. Allo stesso tempo il cliente si aspetta sempre e comunque un miglioramento rispetto al prodotto o servizio che sta utilizzando.

Infine abbiamo la terza curva. La più veloce di tutte. Questa è la curva della evoluzione tecnologica. L'evoluzione tecnologica avviene a prescindere dalle esigenze di mercato, sebbene ne sia in un certo qual modo influenzata in termini di direzione. Una buona rappresentazione di questo concetto può essere descritta dall'Hype Cycle di Gartner.

Le opportunità per il design si articolano all'interno della distanza tra la prima curva, quella della capacità di trasformazioni dei clienti, e quella della evoluzione tecnologica. In mezzo c'è l'utente che dovrebbe essere sempre il centro del nostro interesse.

A questo punto, in qualità di designer, dovremmo fare una considerazione importante.

Il nostro utente non è solo il cliente del nostro cliente. Il nostro utente è, anche, il cliente stesso.

Per argomentare questa affermazione chiave vorrei fare ricorso al significato della parola interazione.

Se andiamo sul dizionario Treccani troviamo questa definizione di interazione:

la reciproca influenza fra individui (o gruppi) tramite processi di comunicazione.

Ecco, questo è il significato più importante da tenere in considerazione quando parliamo di interazione.

Dobbiamo considerare il fatto che gli artefatti che progettiamo come designer sono degli strumenti di comunicazione che permettono a due entità di comunicare in maniera efficace. E' importantissimo sottolineare che qualsiasi interazione, concepita in questo schema, deve portare alla soluzione di un problema attraverso il raggiungimento di un compromesso che sia vantaggioso per entrambe le parti.

Questo dovrebbe essere lo scopo finale della progettazione di qualsiasi artefatto od ecosistema.

Si devono tenere in considerazione gli interessi del cliente finale ma, allo stesso tempo, anche gli interessi di chi eroga il prodotto o servizio. Si deve tendere ad un equilibrio il più perfetto possibile in maniera che tutte le parti in gioco ne escano come vincitori.

Se questo equilibrio non viene raggiunto non si otterrà mai un successo e ci sarà un squilibrio. Inevitabilmente una delle due parti rimarrà insoddisfatta. Se sono insoddisfatto come cliente non userò più il prodotto o servizio. Se sono insoddisfatto dei risultati del mio prodotto o servizio lo cambierò sino a che non sarò soddisfatto.

Questo ragionamento è vero per il singolo prodotto o servizio ma si applica, ancora di più, all'interno di ecosistemi complessi di prodotti e servizi.

Io credo che come designer dovremo cercare di guardare oltre il singolo artefatto e concentrarci anche sulle relazioni che il singolo artefatto ha con gli altri elementi del sistema.

Questo elemento ci dovrebbe fare considerare anche un'altro punto fondamentale: le interfacce.

Tipicamente il lavoro del designer si esplicita nella produzione di interfacce che hanno interazioni con il cliente interno ed il cliente esterno. In questa ultima considerazione dobbiamo considerare come interfacce non solo i classici touchpoint fisici o digitali ma qualsiasi sistema che sia dedicato a gestire una interazione tra parti diverse. Un processo, un sistema, un customer journey, un service blueprint e via dicendo.

Approcciamo questo tema dal punto di vista della definizione del termine interfaccia ed anche in questo caso usiamo il dizionario Treccani come punto di riferimento:

Interfaccia: ente che agisce da elemento comune, in parte di separazione e in parte di collegamento, tra due o più altri enti

La cosa importante da considerare è il fatto che una interfaccia funge da elemento comune. Serve a permettere la comunicazione, ed ancora di più la comprensione, tra due soggetti.

E' importante riflettere attentamente su cosa sono questi due soggetti. Uno è sicuramente un essere umano. Il cliente finale, il cliente del nostro cliente in qualità di designer.

Dall'altra parte potremmo essere tentati di dire che l'altra entità è un sistema od una organizzazione.

Io trovo che questa ultima ipotesi rappresenti un limite enorme nella progettazione di un ecosistema.

Io sono fermamente convinto del fatto che l'interazione deve essere scomposta sino alla relazione tra le persone. Non dobbiamo dimenticare che le aziende sono, in ultima analisi, fatte di persone. Se ci si nasconde dietro l'organizzazione si stanno manifestando gli effetti descritti dalla legge di Conway.

Noi designer dobbiamo quindi fare in modo che le persone si parlino e si capiscano nel tentativo di arrivare a quell'equilibrio di cui abbiamo parlato in precedenza.

Concludo dicendo che dobbiamo affrontare questa sfida con estrema umiltà. Il design si è finalmente spostato dal confine dell'impero al centro più strategico delle aziende. Dobbiamo affrontare questo cambiamento con consapevolezza ed, ancora una volta, umiltà. Il design è sempre stato importante. Ora ve ne è piena consapevolezza all'interno delle organizzazioni. Approfittiamo di questa situazione per fare il nostro lavoro al meglio per avere un impatto sulla vita delle persone e delle aziende.

Ricordiamo comunque che con il nostro lavoro non salviamo la vita a nessuno (salvo alcuni casi). Insomma non prendiamoci troppo sul serio che non ve ne è alcuna necessità.

Ricordiamoci ogni tanto quello che diceva Achille Castiglioni:

... l'importante è sapersi prendere in giro come faceva Jacques Tati e anche non metterla giù troppo dura con questo design, prendere la società com'è.

E avendo sempre presente quello che scriveva Aldo Fontana:

L'azienda è quel luogo dove degli adulti subiscono traumi infantili.

Il resto del mio intervento era dedicato ad alcuni esempi pratici di interazione evoluta nel mercato delle istituzioni finanziarie. Ho usato questi esempi per rendere esplicite le considerazioni che ho riportato poco sopra. All'interno di questo podcast hanno poca rilevanza.

Bene, con questo è tutto.

Vi lascio in calce il link dove potrete scaricare la presentazione di cui ho parlato in questo episodio.

Grazie per avermi ascoltato ed alla prossima!

