

**GRUPPO HARDVARK**

Roberto Calzari / Claudia Maria Cutrupi / Luca Desogus /  
Giulia Lissoni / Camilla Manna / Giorgio Ventura

younit

Laboratorio di Sistemi per l'Interazione

Docenti: Fabio Sergio, Daniel Florian, Mirko Gelsomini

Cultore: Marco La Mantia

A.A. 2019-2020 - Politecnico di Milano

/ Parte 1 /

# Ricerca



# Design for quarantine

L'emergenza Covid-19 è stata sinonimo di **quarantena forzata** per le popolazioni di tutto il mondo.

L'Italia, in particolare, rappresenta uno dei paesi più colpiti dalla pandemia e dal conseguente isolamento.

Ma cosa succede quando la **quarantena** è **vissuta da un italiano in un paese estero?**

A fini progettuali, è stata presa in esame la **situazione dei cittadini italiani all'estero**, dove **sanità** e **burocrazia** diventano entità complesse in periodo di quarantena.

# Obiettivi progettuali



Ricerca



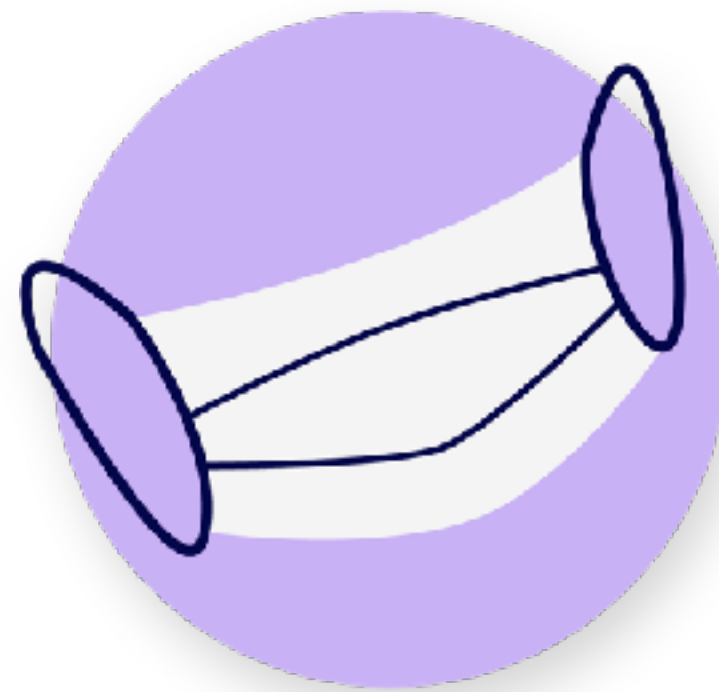
Concept



Branding



Interaction



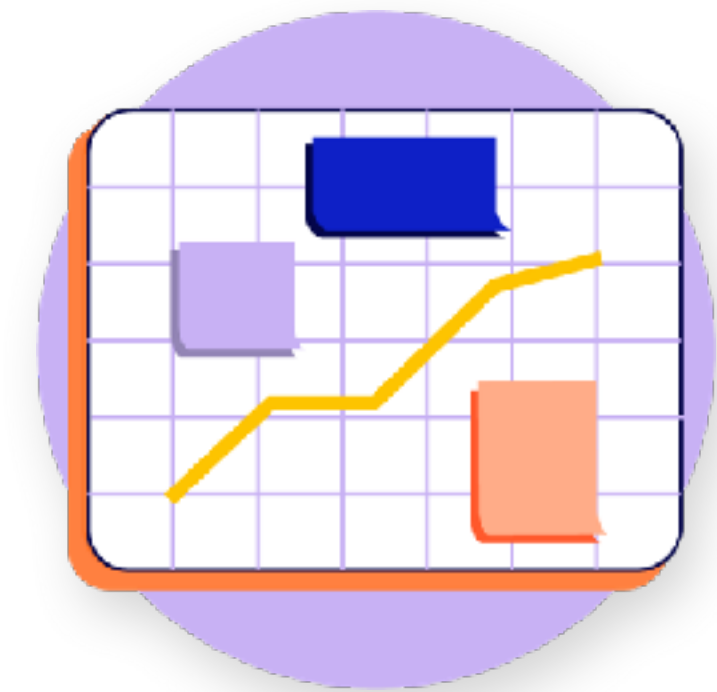
**Indagare** il grado di **preoccupazione dell'italiano all'estero** in merito alla vita durante l'emergenza.



**Studiare le abitudini di comunicazione** con connazionali e persone in Italia.



**Comprendere il livello di informazione** generale sia per quanto riguarda la situazione d'emergenza che la quotidianità.



**Svolgere attività di benchmarking** per tracciare i competitors già presenti sul mercato e fare ipotesi di posizionamento.

# Strumenti di ricerca



Ricerca



Concept



Branding



Interaction



## Ricerche tramite conoscenti e online

---

### **Mappatura delle problematiche**

rilevate frequentemente e dei servizi già disponibili per la risoluzione di esse.



## Questionario online

---

Raccolta di 42 domande per la **categorizzazione del target** italiani all'estero secondo esigenze e problematiche differenti.



## Interviste singole

---

45 minuti di **intervista da remoto** per **approfondire le abitudini** di ognuno dei 22 intervistati dalle varie parti del mondo e confermare le tesi finora individuate.



## Diary study

---

1 settimana di **raccolta informazioni in merito alle abitudini** di contatto degli intervistati per indagare il livello di connessione dell'utente.



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

# Insight

## – Target

- La percentuale di campione con **più problematiche** riscontrate è quella con una **permanenza all'estero corta**;
- **Sanità, burocrazia e rimpatrio** sono i principali motivi di preoccupazione, causano spesso confusione sulle pratiche da adottare nel paese estero;
- **Rimanere in contatto** con amici e parenti e **avere punti di riferimento** a seguito dell'impreparazione dello stato ospitante sono i bisogni principali del target.



**Rendermi conto  
che le cose non  
miglioreranno  
a breve mi rattrista.  
L'Italia mi manca  
ma devo amarla  
stando distante.**



– Francesca, Regno Unito





Ricerca



Concept



Branding



Interaction

# Insight

## – Social e contatti

Gli intervistati hanno manifestato un **diverso utilizzo di applicazioni** social e messaggistica durante l'emergenza:

- **più videochiamate** rispetto al numero di messaggi;
- **più contatti** con famiglia e amici **in Italia;**
- **più rapporti** con persone **all'estero;**
- social: totale distacco o utilizzo compulsivo.



**Faccio molte più videochiamate e cerco di trovare ogni giorno mezz'ora di tempo per sentire amici e parenti in Italia.**



– Chiara, Francia



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

# Insight

## – Informazioni

Dalla fase di ricerca emerge una differenza sostanziale nelle modalità di reperimento delle informazioni (notizie, documentazioni burocratiche):

- **aumento della frequenza** di ricerca;
- percezione di una **maggiore difficoltà nel reperire informazioni chiare** nonostante l'attendibilità delle fonti;
- **informazioni frammentate** su varie piattaforme.



*Faccio molta fatica a reperire informazioni aggiornate riguardo a provvedimenti nella città in cui vivo.*



– Marco, Spagna





Ricerca



Concept



Branding



Interaction

# Insight

## – Stato

Altre problematiche riscontrate riguardano i rapporti con gli organi organizzativi e sanitari dello Stato ospitante:

- **criticità nella comunicazione** con ambasciata o consolato a fini burocratici;
- **ansia e disinformazione** relative alla possibile necessità di interagire col sistema sanitario estero.



*Il Paese in cui mi trovavo non era particolarmente consapevole della gravità della situazione, il che mi ha spaventata.*



– Benedetta, Paesi Bassi

# Target

Durante la fase di ricerca, il target si è ristretto sempre più fino alla decisione di **focalizzare l'attenzione sugli italiani la cui permanenza all'estero è inscrivibile in un periodo di soggiorno inferiore all'anno**. Questo perchè dalla fase di ricerca, risultava il target con maggiori problematiche.



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

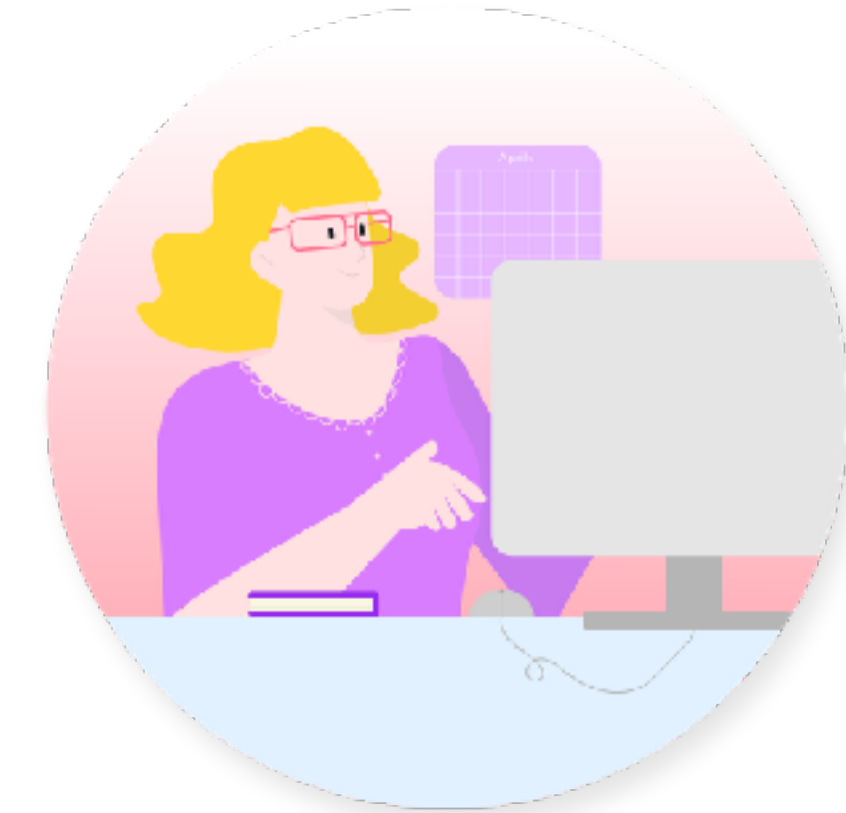
# Personas



**L'indifferente**



**Il risoluto**



**La sistemata**



**Il neutrale**



**Il rassegnato**



**La paranoica**



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

## L'indifferente



30 anni • Pizzaiolo • Caraibi  
#rilassato #nomade #spirito\_libero

### BISOGNI

**ESPLICITI** – intrattenimento con gli amici.

**IMPLICITI** – riaffermazione della propria vita.



### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Isolamento con coinquilini stranieri.
- Incertezza per il futuro.

## Il risoluto

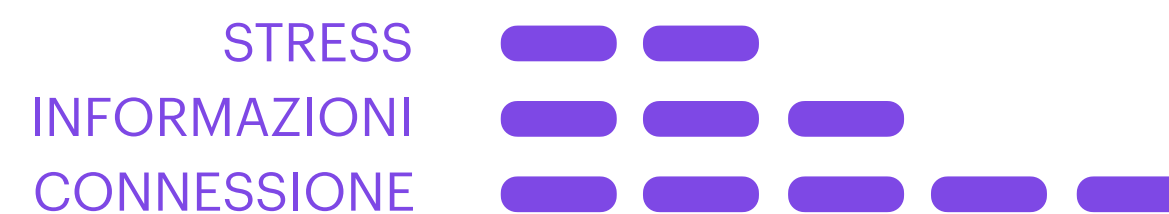


20 anni • Erasmus • Spagna  
#intraprendente #socievole #curioso

### BISOGNI

**ESPLICITI** – Contatti sociali, portare a termine l'esperienza.

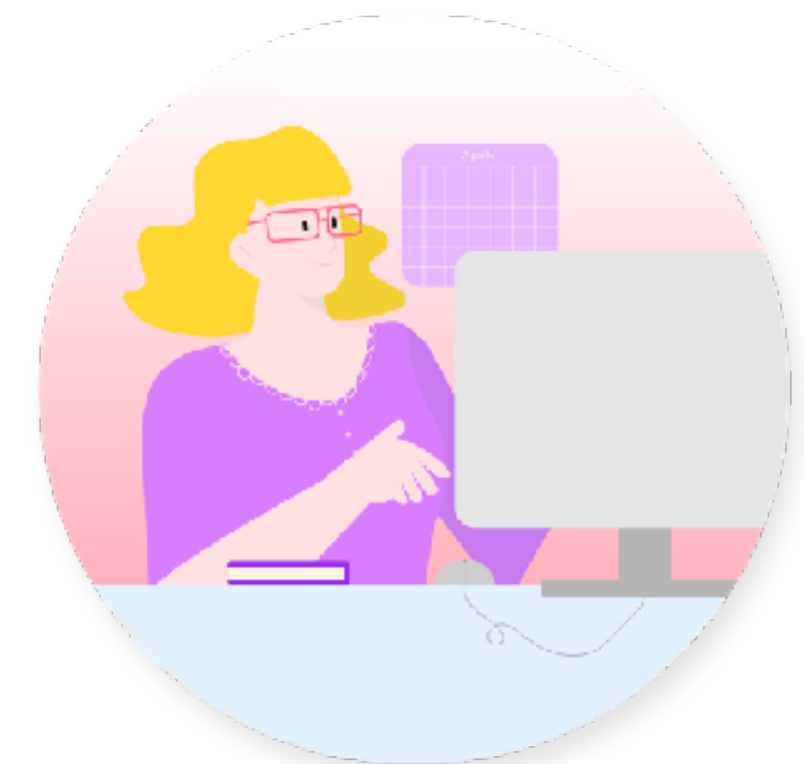
**IMPLICITI** – Senso di comunità, risolutezza.



### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Interrompere la propria esperienza
- Non poter vivere a pieno la cultura del paese

## La sistemata

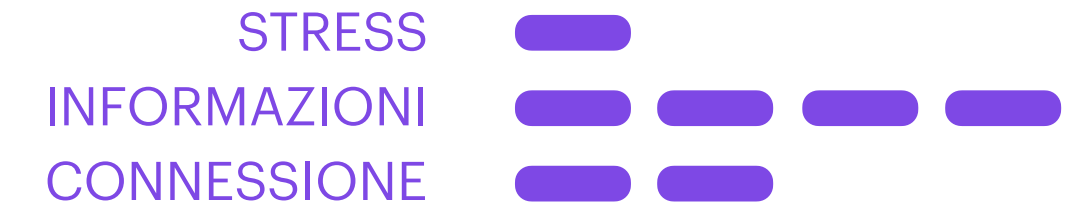


35 anni • Grafica • Svezia  
#indipendente #determinata #ambiziosa

### BISOGNI

**ESPLICITI** – Rete di contatti all'estero, portare a termine obiettivi lavorativi.

**IMPLICITI** – Autoaffermazione, stabilità futura.



### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Isolamento con coinquilini stranieri
- Incertezza per il futuro



## Il neutrale



26 anni • Neo-ingegnere • Francia  
#riflessivo #calmo #stakanovista

### BISOGNI

**ESPLICITI** – Informazioni organizzate, abituarsi alla nuova routine.

**IMPLICITI** – Sicurezza, stabilità futura.



### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Perdita della routine quotidiana.
- Incertezza per il futuro.

## Il rassegnato

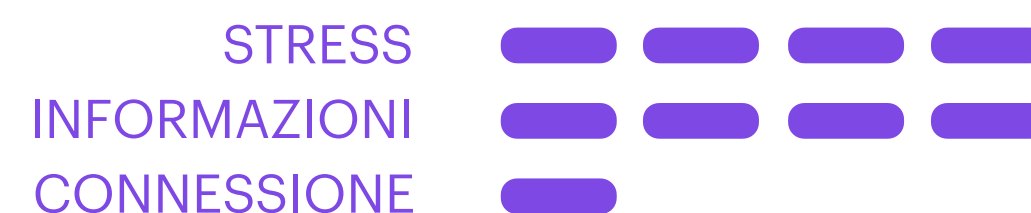


40 anni • CEO • Indonesia  
#indipendente #avventuroso #nature\_freak

### BISOGNI

**ESPLICITI** – Tornare in Italia, reperire informazioni burocratiche facilmente.

**IMPLICITI** – Sicurezza, stabilità.



### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Sanità nello Stato in cui si trova.
- Situazione burocratica complessa.

## La paranoica

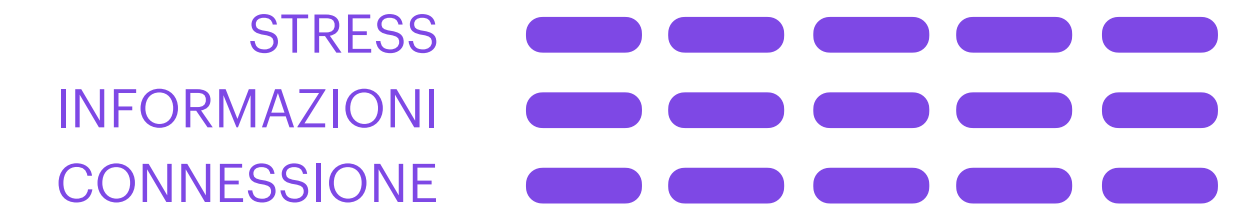


32 anni • Impiegata • Danimarca  
#romantica #vulnerabile #responsabile

### BISOGNI

**ESPLICITI** – Contatto costante con amici e parenti, colmare nostalgia e solitudine.

**IMPLICITI** – Certezze, tranquillità.

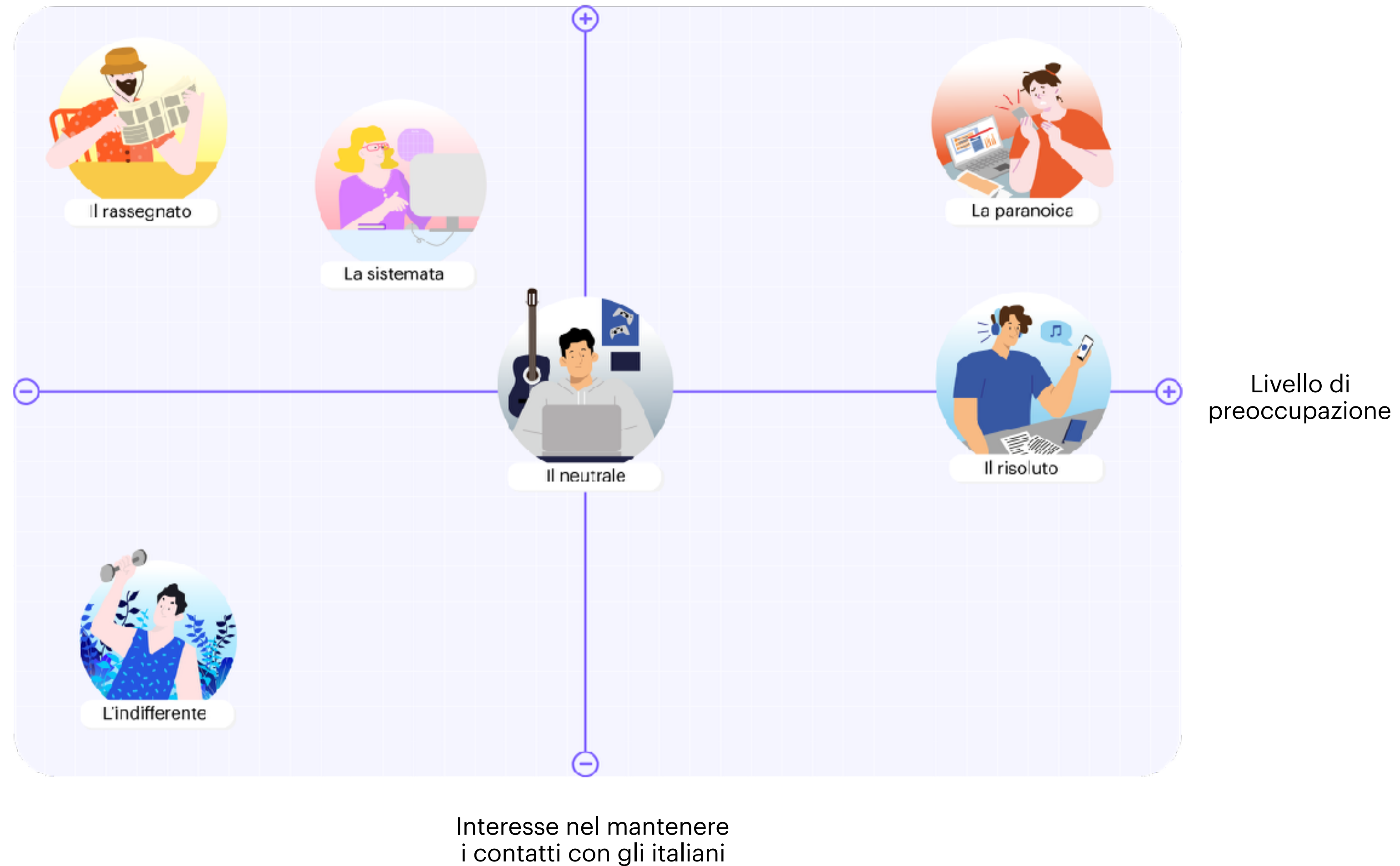


### PREOCCUPAZIONI PRINCIPALI

- Lontananza dai parenti.
- Salute personale.

# Posizionamento

In questo grafico cartesiano si analizza il comportamento delle personas secondo due parametri. Sull'asse orizzontale si analizza il **livello di preoccupazione** nei confronti della situazione di emergenza. Sull'asse verticale si mostra l'**interesse** delle personas **nel mantenere contatti** con altri italiani nel paese estero.



Ricerca



Concept



Branding



Interaction



# Bisogni



Ricerca



Concept



Branding



Interaction



La sistemata



L'indifferente



Il neutrale



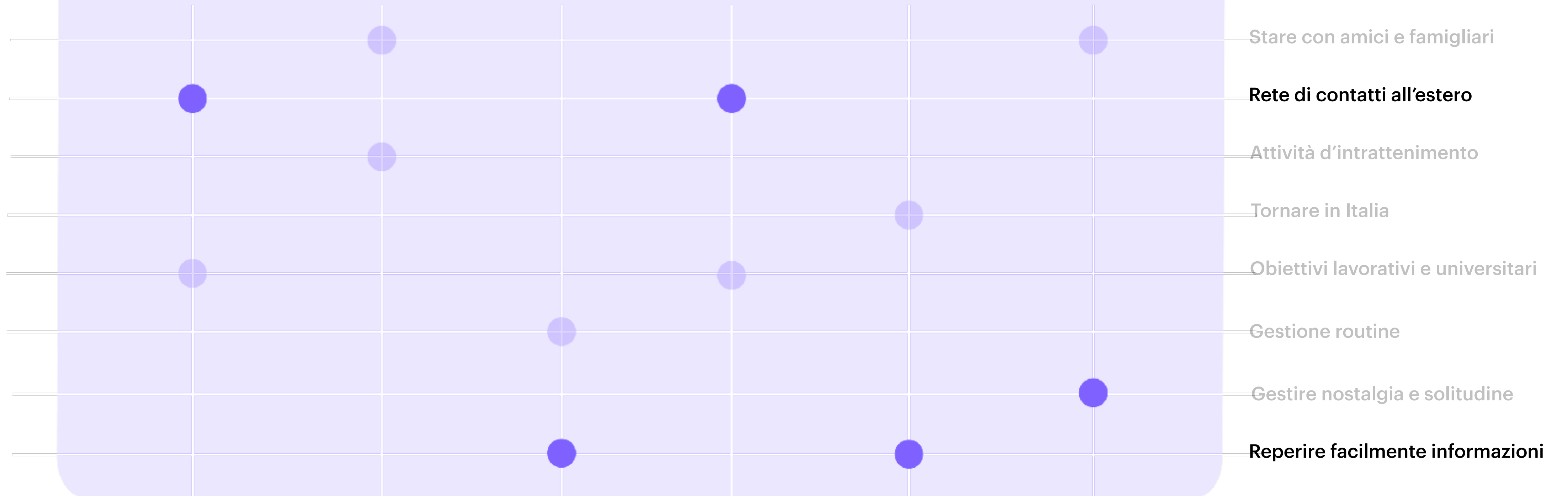
Il risoluto



Il rassegnato



La paranoica





Ricerca



Concept



Branding



Interaction



## Contesto

Italiani all'estero  
in quarantena

Meno di un anno  
di permanenza



## Criticità

Difficoltà a reperire  
informazioni complete

Pochi contatti con  
italiani all'estero



## Opportunità

Rete organizzata  
di informazioni

Sistema di connessione  
con altri italiani all'estero

/ Parte 2 /

# Concept

# Obiettivi del servizio



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

Favorire la creazione di **legami tra connazionali** nella stessa città estera.

Offrire all'utente un **punto di riferimento** nella sua quotidianità all'estero.

Agevolare lo **scambio controllato di informazioni** tra utenti nella stessa località estera.

Fornire **informazioni organizzate e attendibili** riguardo alle problematiche burocratiche legate all'emergenza nel paese estero.

Dare la possibilità agli utenti di **creare e condividere eventi** con gli altri utenti.

# Onliness statement



Ricerca



Concept

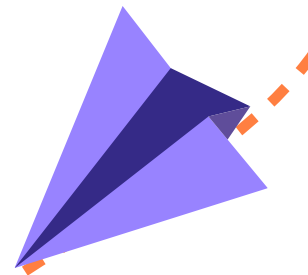


Branding



Interaction

Younit è **l'unico** punto di riferimento virtuale **per** Italiani all'estero **che** permetta loro di creare legami con altri connazionali nella stessa area geografica **tramite** lo scambio regolato di informazioni e la partecipazione a eventi generati attorno a interessi comuni.



# Naming



Ricerca



Concept



Branding

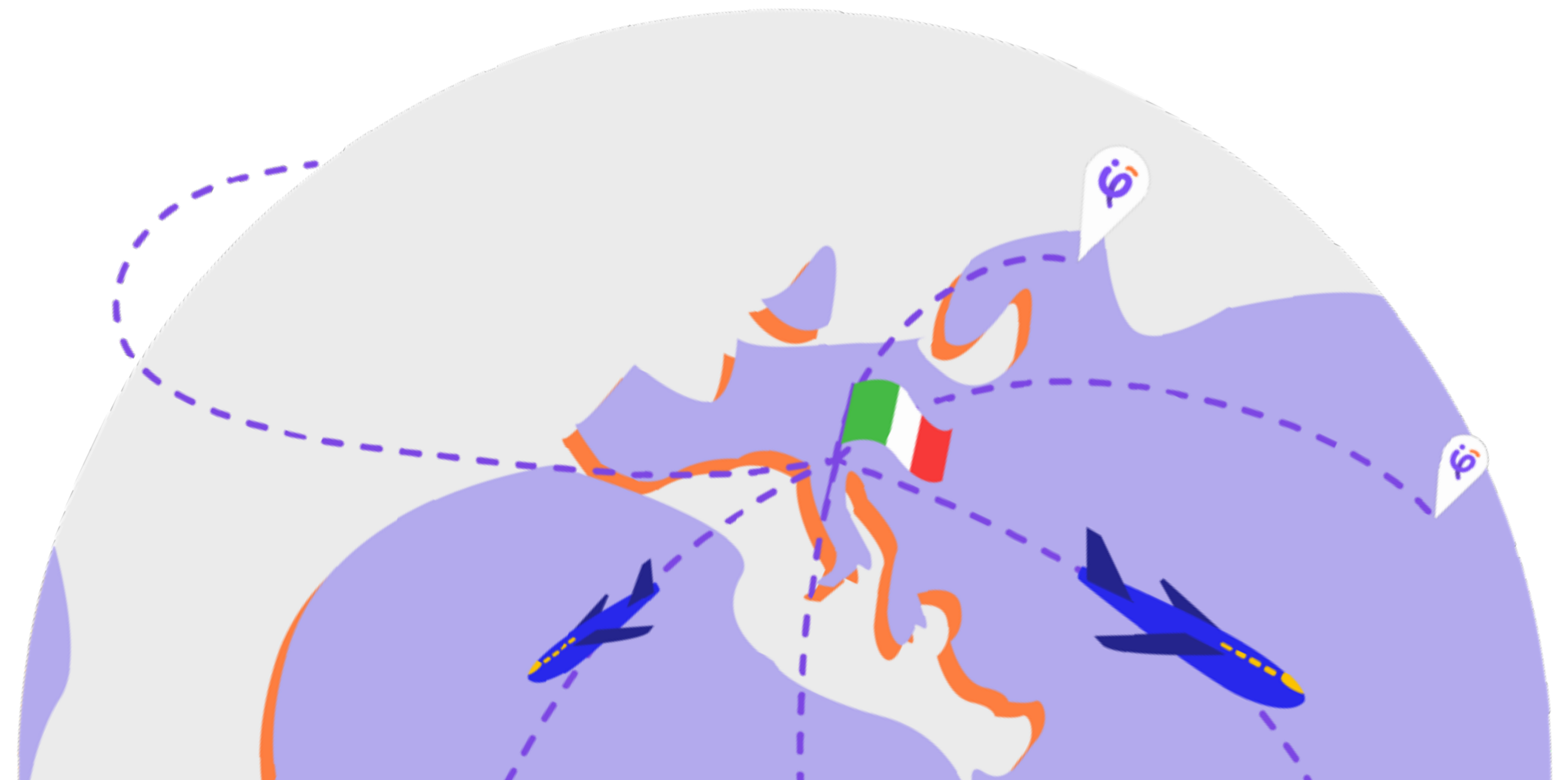


Interaction

Il nome Yunit focalizza il suo significato sul **concetto di unità e vicinanza**, inclusione e legame tra Italiani.

Esso gioca infatti con le parole **“You and it”** richiamando un servizio volto a riunire l'utente con la sua patria.

Il nome è costruito con parole inglesi per **contestualizzare il servizio in un ambiente estero** connotando il servizio a livello internazionale.





# Touchpoint



Ricerca



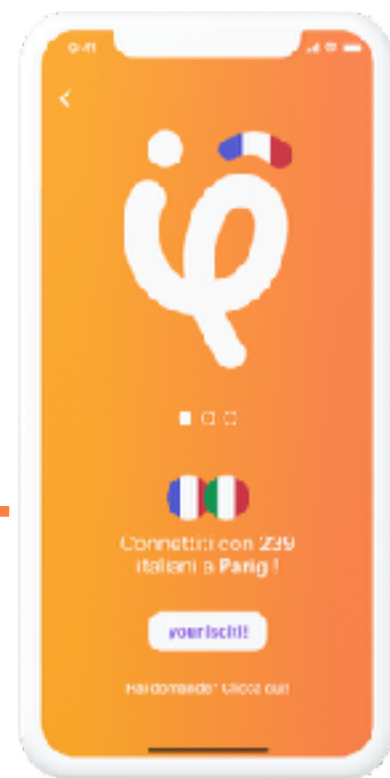
Concept



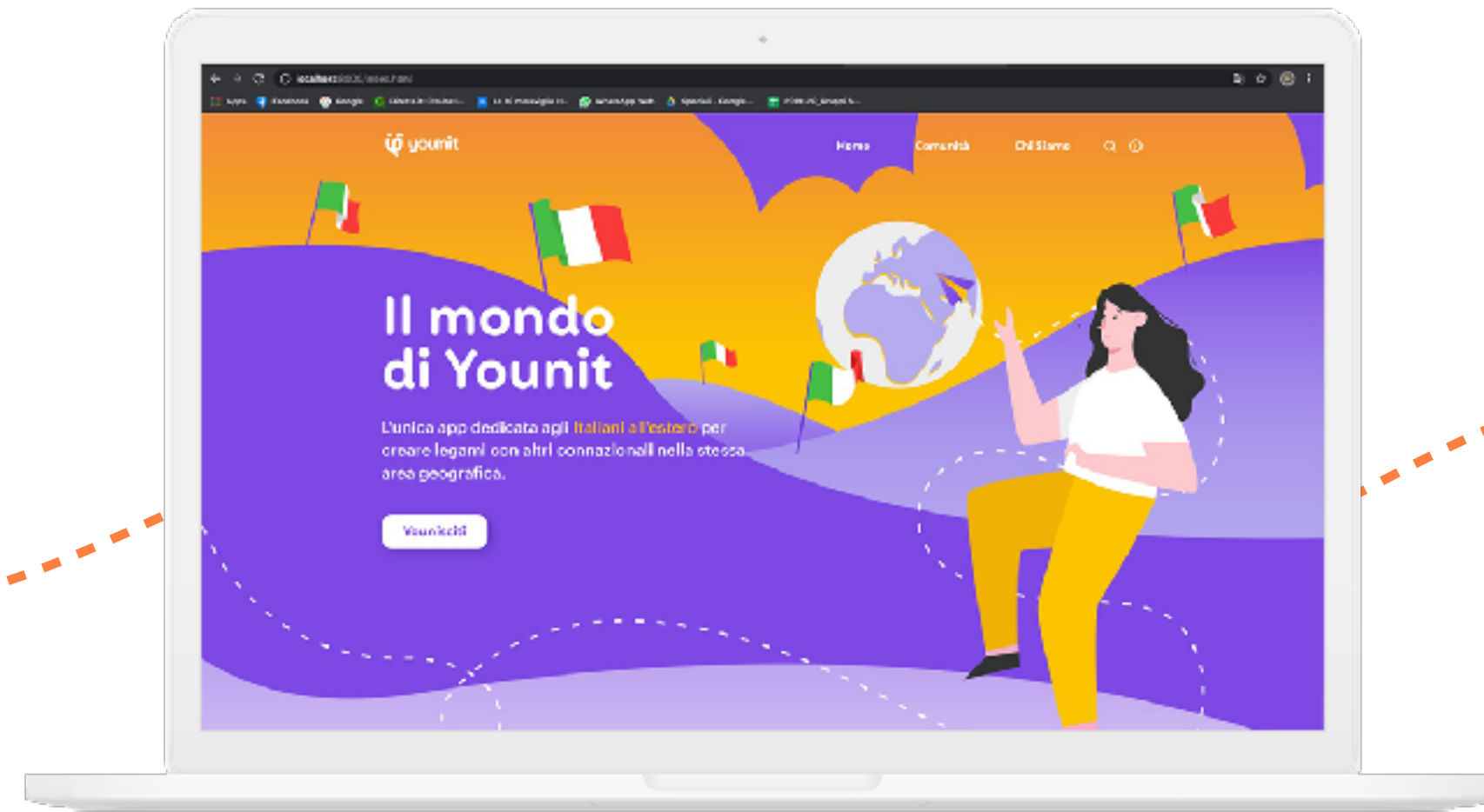
Branding



Interaction



App mobile



Sito vetrina



Video promozionale



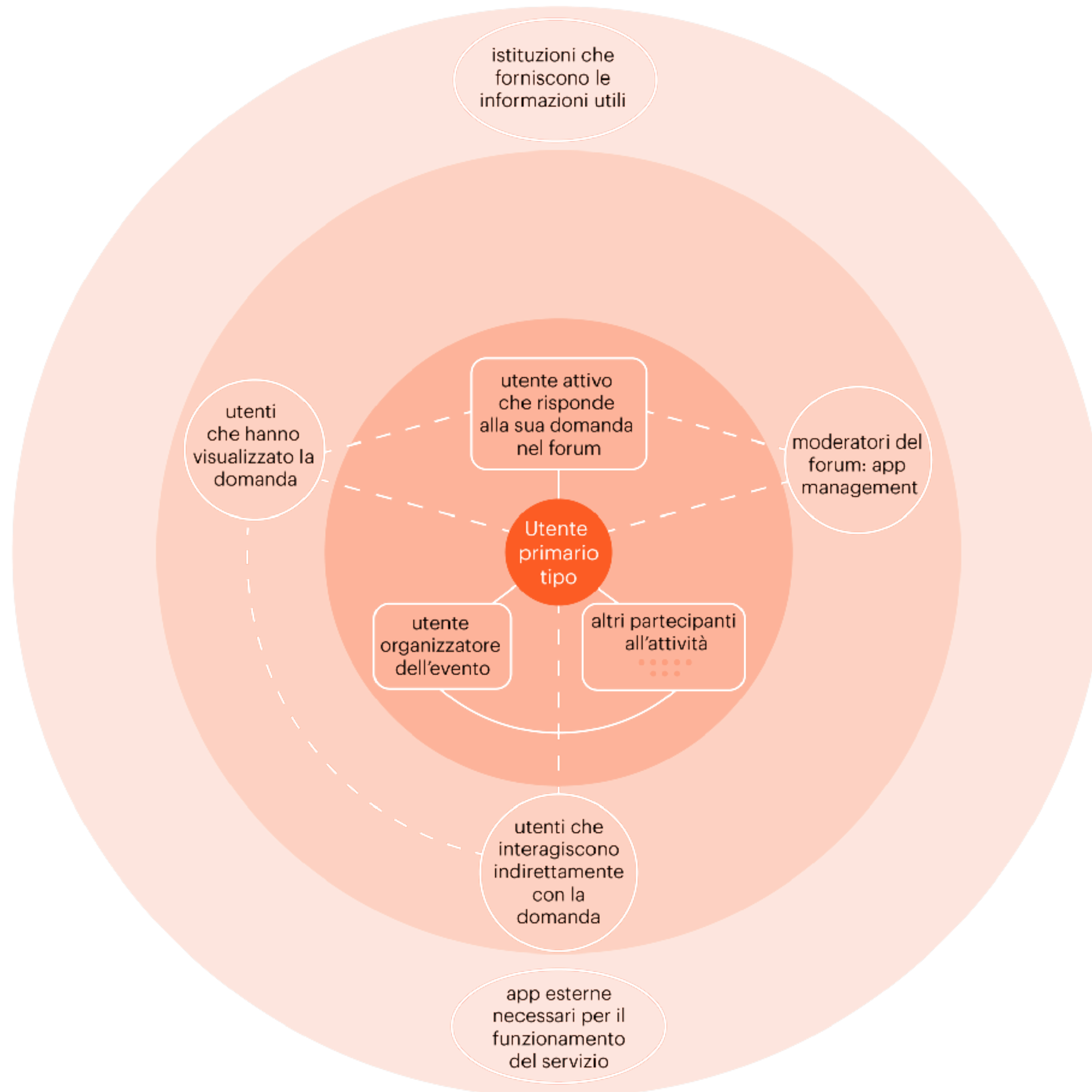
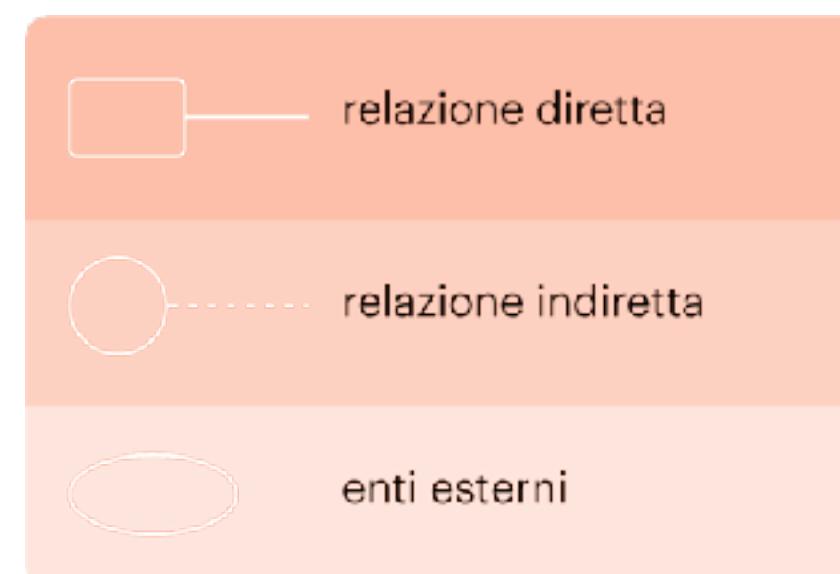
Pagina Instagram

# Stakeholder

Lo schema riassume gli **attori primari e secondari che entrano in relazione con l'utente** tipo che utilizza l'app.

In un primo livello ci sono gli utenti coinvolti in una **relazione diretta**, nel secondo sono presenti le **relazioni indirette** nel terzo livello si trovano gli enti esterni che non entrano in contatto diretto con l'utente ma sono necessari per il funzionamento dell'app.

## LEGENDA:



Ricerca



Concept



Branding



Interaction

# User Journey

Ricerca

Concept

Branding

Interaction

	Prima dell'uso		Primo accesso		In uso		
	Percezione problema	Download	Profilo e interessi	Prima esplorazione	Ricerca informazioni	Domande	Risoluzione del problema
	Federico, trasferitosi a Londra da poco, si trova in quarantena causa covid-19, riscontrando difficoltà nel reperire le giuste informazioni e fare nuove amicizie.	Da un blog di italiani all'estero viene a conoscenza di Younit. Incuriosito, decide di scaricarla.	Federico segue il processo di iscrizione, inserendo i dati personali, i dati sulla permanenza all'estero e seleziona i propri interessi tra quelli suggeriti dalla app.	Accede alla sezione informativa relativa al paese in cui si trova, iniziando ad esplorare i forum per avere un'idea di come funziona il servizio.	Federico non capisce se la sua assicurazione lo copre da spese mediche in caso di contrazione del virus. Consulta la sezione informativa per risolvere i suoi dubbi.	Federico vorrebbe approfondire l'argomento e capire se qualcuno ha già avuto esperienza in merito alla situazione. Pone una domanda nella sezione forum.	Sara ha risposto alla domanda di Federico confermandogli che la sua assicurazione lo copre. Federico valuta positivamente la risposta di Sara.
Touchpoint							
Canale							
Soddisfazione							
Sezioni servizio		Appstore	Selezione interessi > categorie > sub-categorie	Selezione interessi > Home	Info > categorie > sub-categorie	Forum > discussione Forum Moderator (app management)	Forum > discussione Notifica push



# User Journey

Ricerca

Concept

Branding

Interaction

