



Mefop

 **FIFTH·BEAT**

Stefano Stravato

Mefop

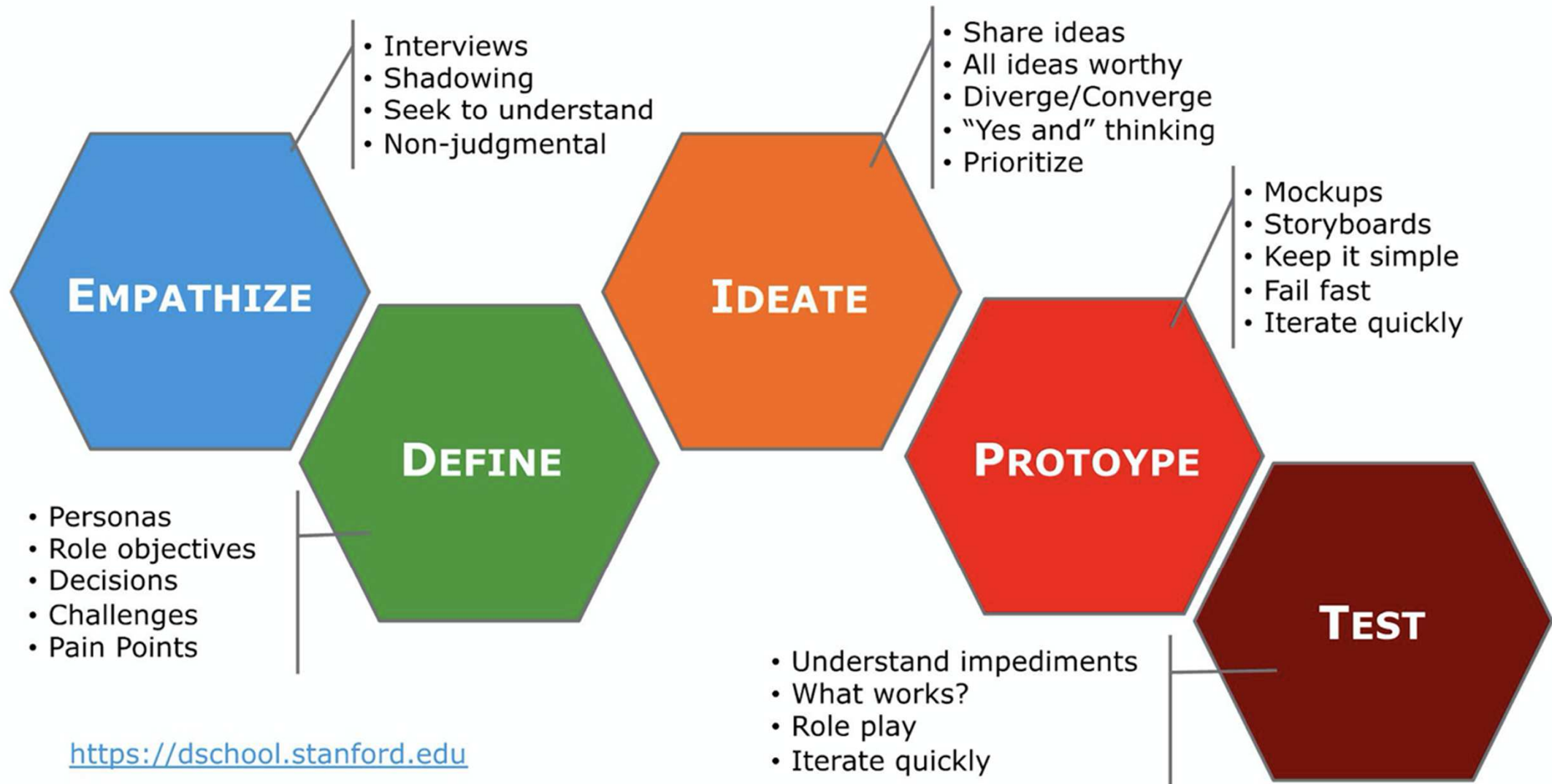
7 ottobre 2020

**La costruzione di  
ecosistemi digitali a  
favore dei cittadini**

# Ecosistema

ecosistèma s. m. [comp. di eco- e sistema] (pl. -i). – In ecologia, unità funzionale formata dall'insieme degli organismi viventi e delle sostanze non viventi (necessarie alla sopravvivenza dei primi), in un'area delimitata (per es., un lago, uno stagno, un prato, un bosco, ecc.). Sono usati anche i sinon. biogeocenosi e geobiocenosi. TAV.

# Stanford d.school Design Thinking Process



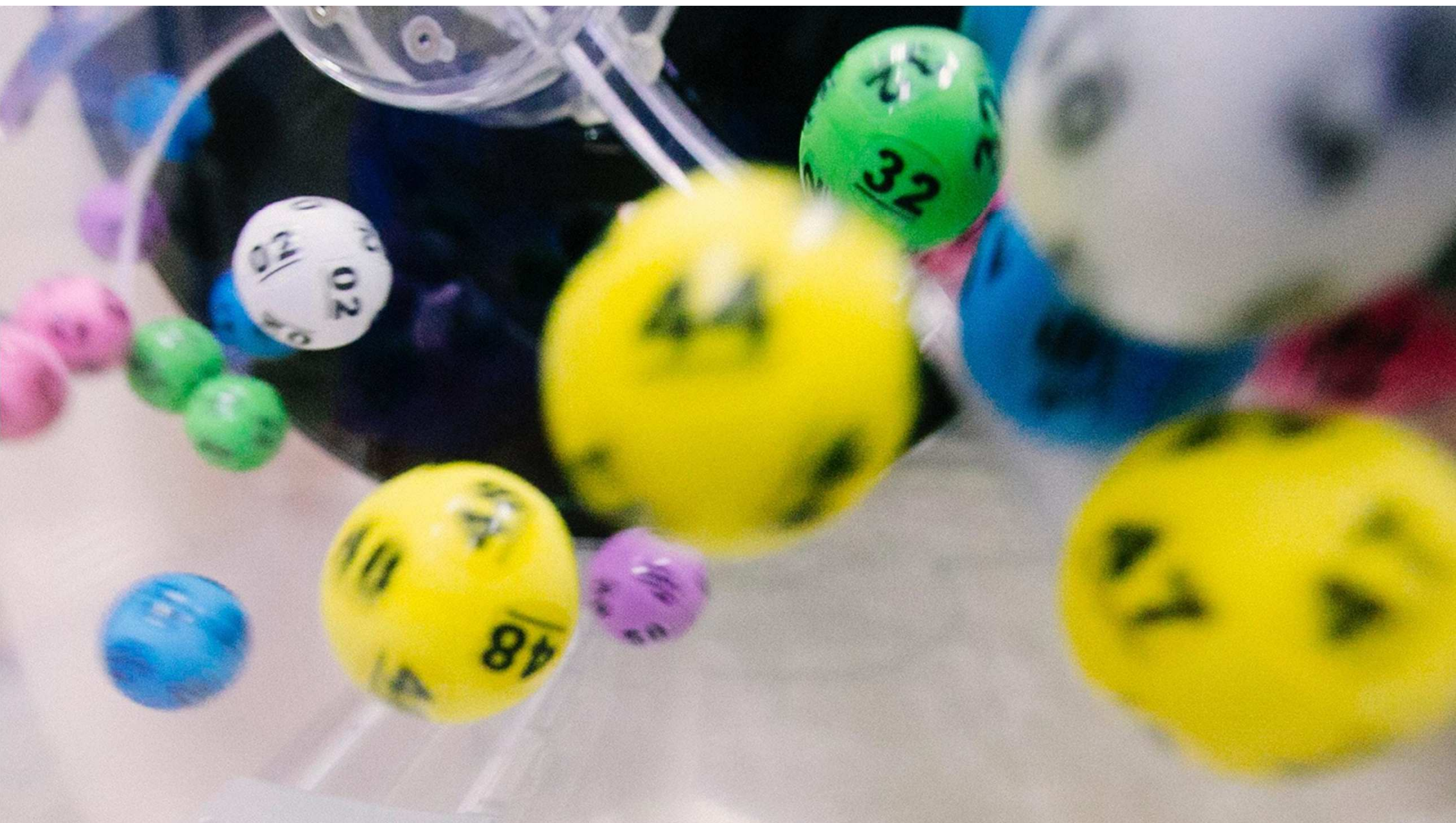
# Cittadini

cittadino2 s. m. (f. -a) [uso sostantivato dell'agg.]. – 1. a. Chiunque abita in città o risiede in una determinata città: i c. di Venezia, di Palermo; c. operosi, pacifici, tranquilli; spesso contrapposto agli abitanti della campagna, del contado: assumere un aspetto di c.; rivalità fra cittadini e valligiani. b. Concittadino: era rispettato da tutti i c.; Voi cittadini mi chiamaste Ciaccio (Dante). c. Anticam., con senso più ampio, abitante in genere: d'ogni altro ricchissimo c. che allora si sapesse in Italia (Boccaccio).

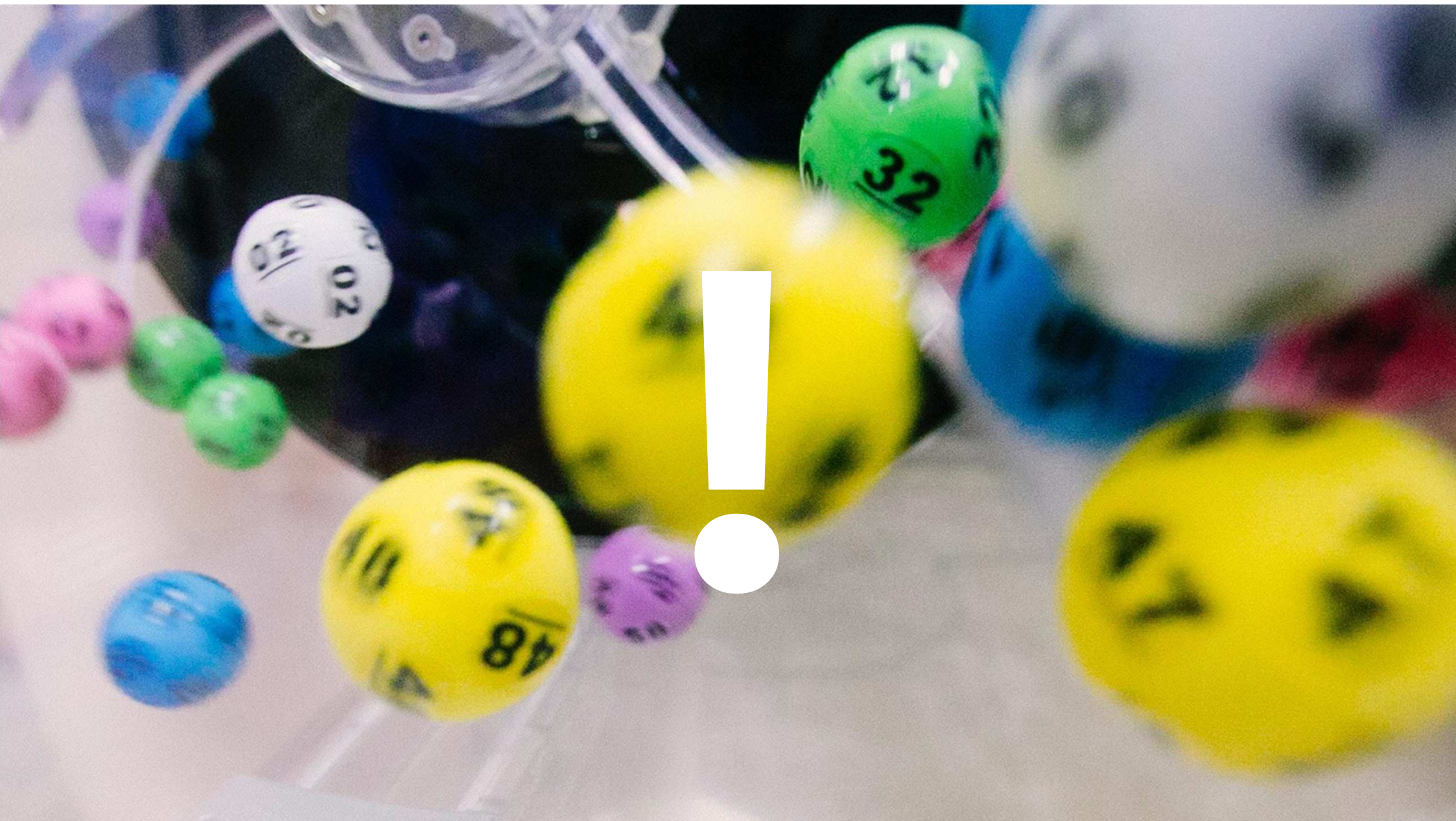
# Cittadini

cittadino2 s. m. (f. -a) [uso sostantivato dell'agg.]. – 1. a. Chiunque abita in città o risiede in una determinata città: i c. di Venezia, di Palermo; c. operosi, pacifici, tranquilli; spesso contrapposti agli abitanti della campagna, del contado: assumere un aspetto di c.; rivalità fra cittadini e valligiani. b. Concittadino: era rispettato da tutti i c.; Voi cittadini mi chiamaste Ciaccio (Dante). c. Anticam., con senso più ampio, abitante in genere: d'ogni altro ricchissimo c. che allora si sapesse in Italia (Boccaccio).









# STORYGRAPH

## PROCESSO

- PRINCIPALE: GESTIONE E ATTIVITA' DEI DIPENDENTI
- SECONDIARIO: IT, HR, LEGAL, CORPORATE IDENTITY

## STRATEGIA

PROGETTAZIONE E SVILUPPO DI UNA INTRANET AZIENDALE (FRONT & BACK OFFICE)

LINEA DELLA  
ATTIVITA' INTERNE

### OPERATIONS

USER RESEARCH, ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE, ANALISI DEI PROCESSI, DESIGN, COPYWRITING, POLICY MAKING, TEST D'USABILITA', SVILUPPO FRONT & BACK END (IT)

### AREA

IDENTITA' & AWARENESS

ATTIVITA' OPERATIVE

LEGAL & COMPLIANCE

RISORSE UMANE

LINEA DELLA  
VISIBILITA'

### ATTIVITA'

COMUNICAZIONE INTERNA

GESTIONE DI UN PROGETTO

PERMESSI E PROCEDURE

STRUMENTI DI LAVORO

FORMAZIONE

### TOUCHPOINTS

NEWS LETTER SETTIMANALE

PORTALE PROGETTI (DASHBOARD)

PORTALE AZIENDALE (LOGIN)

HELP DESK

PIATTAFORMA E-LEARNING (LOGIN)

LINEA DI  
INTERAZIONE

1 DISCUTERE E CONDIVIDERE

2 FARE NETWORKING

3 RICEVERE AGGIORNAMENTI

4 RICHIEDERE PERMESSI

5 RICHIEDERE UN CORSO DI FORMAZIONE

6 RICEVERE ASSISTENZA

7 CREARE UN PROCESSO DI LAVORO

● IL TOUCHPOINT SODDISFA PIENAMENTE IL BISOGNO

◐ IL TOUCHPOINT SODDISFA PARZIALMENTE IL BISOGNO

○ IL TOUCHPOINT NON SODDISFA PER NULLA IL BISOGNO



# STORYGRAPH

## PROCESSO

- PRINCIPALE: GESTIONE E ATTIVITA' DEI DIPENDENTI
- SECONDARIO: IT, HR, LEGAL, CORPORATE IDENTITY

## STRATEGIA

PROGETTAZIONE E SVILUPPO DI UNA INTRANET AZIENDALE (FRONT & BACK OFFICE)

### LINEA DELLE ATTIVITA' INTERNE

#### OPERATIONS

USER RESEARCH, ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE, ANALISI DEI PROCESSI, DESIGN, COPYWRITING, POLICY MAKING, TEST D'USABILITA', SVILUPPO FRONT & BACKEND (IT)

#### AREA

IDENTITA' & AWARENESS

ATTIVITA' OPERATIVE

LEGAL & COMPLIANCE

RISORSE UMANE

### LINEA DELLA VISIBILITA'

#### ATTIVITA'

COMUNICAZIONE INTERNA

GESTIONE DI UN PROGETTO

PERMESSI E PROCEDURE

STRUMENTI DI LAVORO

FORMAZIONE

#### TOUCHPOINTS

 NEWS-LETTER SETTIMANALE

 PORTALE PROGETTI (DASHBOARD)

 PORTALE AZIENDALE (LOGIN)

 HELP DESK

 PIATTAFORMA E-LEARNING (LOGIN)

# TOUCHPOINTS



## LINEA DI INTERAZIONE

① DISCUTERE E CONDIVIDERE

② FARE NETWORKING

③ RICEVERE AGGIORNAMENTI

④ RICHIEDERE PERMESSI

● IL TOUCHPOINT SODDISFA PIENAMENTE IL BISOGNO

◐ IL TOUCHPOINT SODDISFA PARZIALMENTE IL BISOGNO

○ IL TOUCHPOINT NON SODDISFA PER NULLA IL BISOGNO

# STORYGRAPH

Stories happen only to those who are able to tell them

The storygraph is a deliverable I made to visualize the user needs/touchpoint matrix. Then it became a powerful tool, but let's start from the beginning. Two years ago I was trying to represent how people interact with a whole system, over time and space. Call it by other names: cross-channel experience design, multi-channel service design, extended customer relationship management, touchpoint map, customer experience. We're talking moreless the same language.

Let's think about the customer's journey. As designers we can't have control over the path our customers walk. They can approach us from any possible touchpoint: our website, some else's website, phone, friend advice, our headquarter or any other physical location, remote help desk, social media etc. They use whatever they will to get informations or complete a task. From the customer's point of view, they're just interacting with our brand. And they don't care about what channel or system or device they're using. That's exactly why we have to.

## Process

### Primary

Manage members, income, outflow

### Secondary

IT, procurement, HR, nance, legal, internal auditing, pr

## Strategy

Design & deploy on line tools (front office & back office)

Marketing & communication

Line of internal action

## Operations

Application development, user research, design, process analysis, knowledge base management, copywriting, newsmaking

Event management, press of ce & media relations, customer relation management

## Area

owned digital media management

owned digital media management

press

owned press

staff training

Line of visibility

## Activity

Content & knowledge base management

Design & development (A7) user service

Write post & manage interactions

Send targeted messages

Product awareness video

Target & relate

Socialize contents & manage interactions

Update professional content & products

Press office activity & media relations

Write & produce editions

Manage customer relation

Face to face relations & solutions

## Touchpoints

public portal

restricted area

blog

newsletter

youtube

twitter

facebook

linkedin

press&media

house organ

cust. service

offices

Line of user interaction



● Ideal ○ suitable but not ideal ○ unsuitable

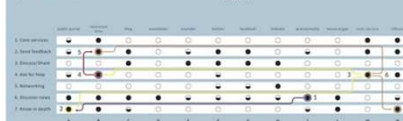
## User Journey mapping

UJ-0394



### Use the life to:

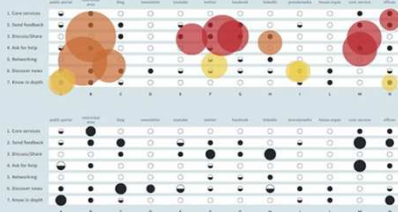
- improve about the legislation;
- enroll the company to the Foundation;
- recruiting a network of agents;
- give new mandates.



## Persona - Frank Newly

47 years old

Frank, after spending 20 years working in a computer company decided to open a startup in a market of biometrics devices. His company is newly established and Frank is correctly filling all the bureaucratic formalities. It was not aware of the existence of MyCompany and is informing about the registration procedures in order to comply with all regulations of the sector.



Credits and thanks: Gianluca Brugnoli, Richard Dalton, Jess McMullin, Andrea Resmini, Luca Rosati, Samantha Starmer, Brandon Schauer, Francesco Vetica



## Process

### Primary

Manage members, income, outflow

### Secondary

IT, procurement, HR, nance, legal, internal auditing, pr

## Strategy

Design & deploy on line tools (front office & back office)

Marketing & communication

Line of internal action

## Operations

Application development, user research, design, process analysis, knowledge base management, copywriting, newsmaking

Event management, press of ce & media relations, customer relation management

## Area

owned digital media management

owned digital media management

press

owned press

staff training

Line of visibility

## Activity

Content & knowledge base management

Design & development 24/7 self-service

Write post & manage interactions

Send targeted messages

Produce awareness video

Tweet & relate

Socialize contents & manage interactions

Update professional network & projects

Press office activity & media relations

Write & produce editions

Manage customer relation

Face to face relations & solutions

## Touchpoints

public portal

restricted area

blog

newsletter

youtube

twitter

facebook

linkedin

press&media

house organ

cust. service

offices

Line of user interaction

1. Core services												
2. Send feedback												
3. Discuss/Share												
4. Ask for help												
5. Networking												
6. Discover news												
7. Know in depth												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	L	M	N

ideal suitable but not ideal unsuitable

# Il cittadino Frank Newly



## User Journey mapping

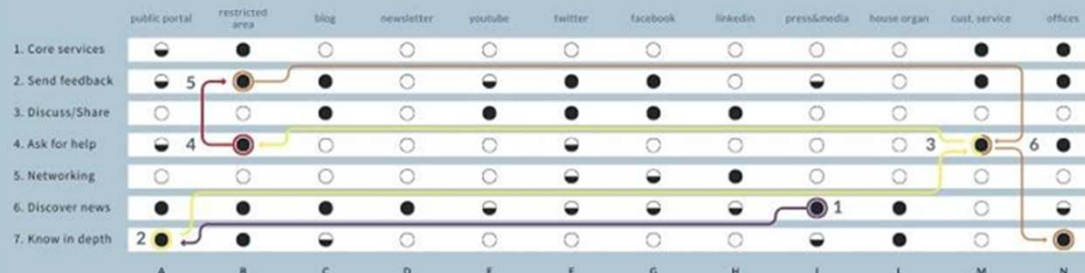
UJ-0394



Frank is an hard worker. He reads on a newspaper that the government wants to raise the taxation of savings. He looks for informations on the corporate website [A7] but he can't find any in-depth content. Afterwards he calls the contact center [M4] and he's reassured by the operator that nothing is going to change about his savings. After two days he's still in doubt and writes an email [B4] but he doesn't receive a rapid answer so after a while he sends a fake user feedback [B2] full of taxation questions. The feedback is added to the outboud cue and Frank is called by the contact center [M4] in order to arrange an appointment at the nearest territorial retail office [N7] (face by face trust building).

### Use the site to:

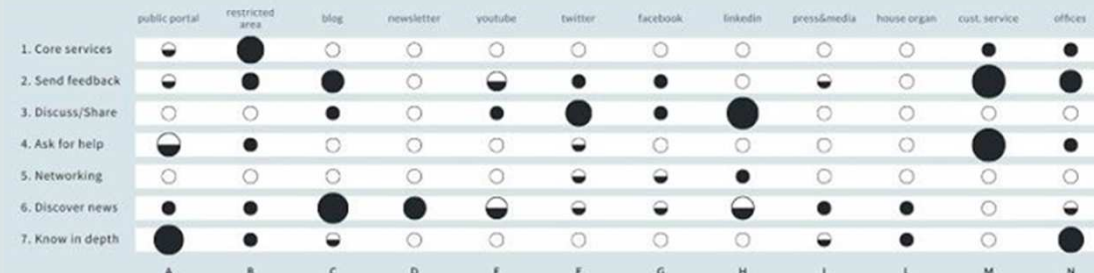
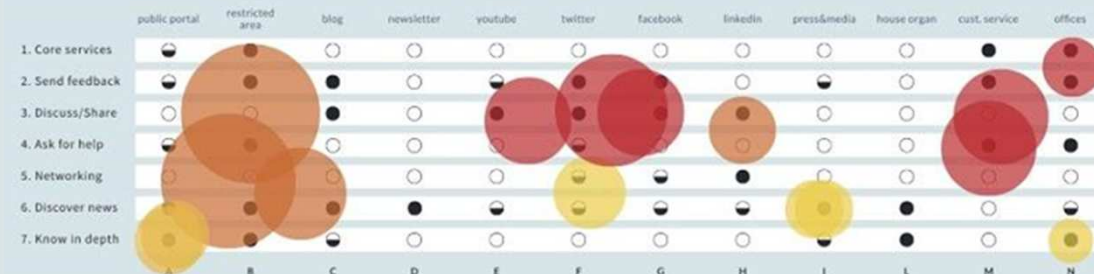
- inquire about the legislation;
- enroll the company to the Foundation;
- recruiting a network of agents;
- give new mandates.



## Persona - Frank Newly

47 years old

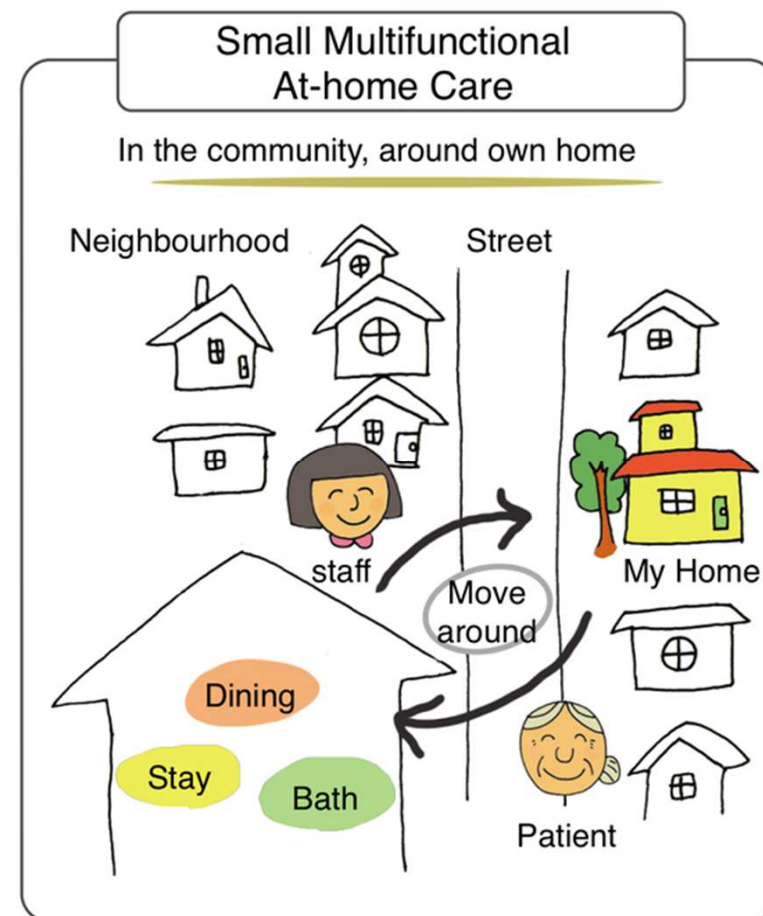
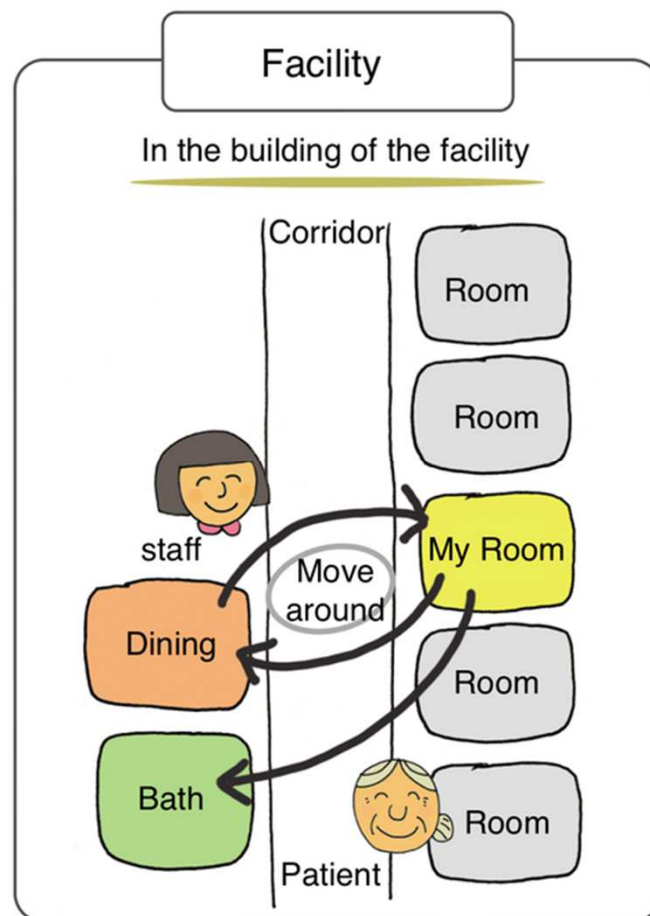
Frank afterspending 20 years working in a computer company decided to open a startup to a market of biometrics devices. His company is newly established and Frank is correctly filling all the bureaucratic formalities. It was not aware of the existence of MyCompany and is informing about the registration procedures in order to comply with all regulations of the sector.



Dalla cura in  
struttura alla  
piccola  
assistenza  
multifunzionale  
a domicilio

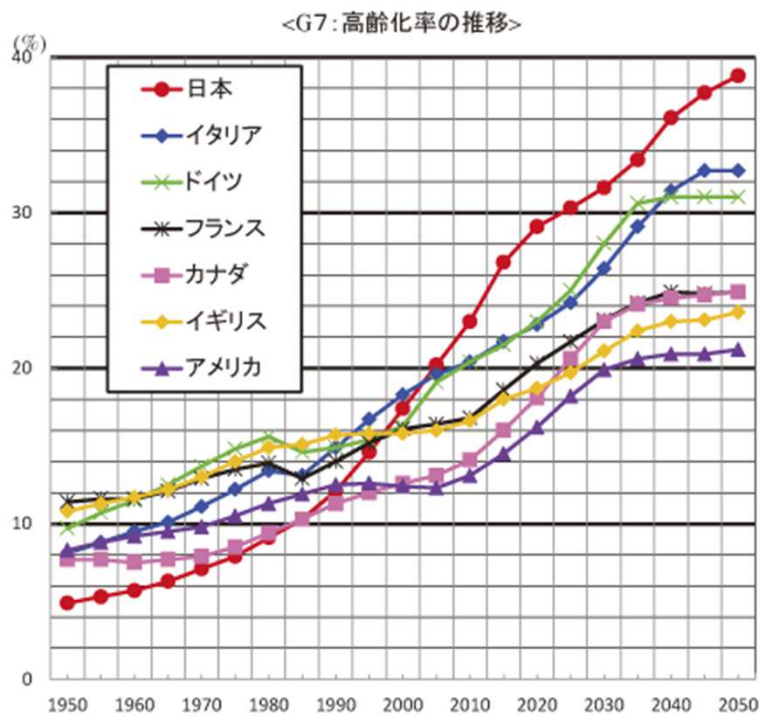
[fonte](#)

# In Giappone

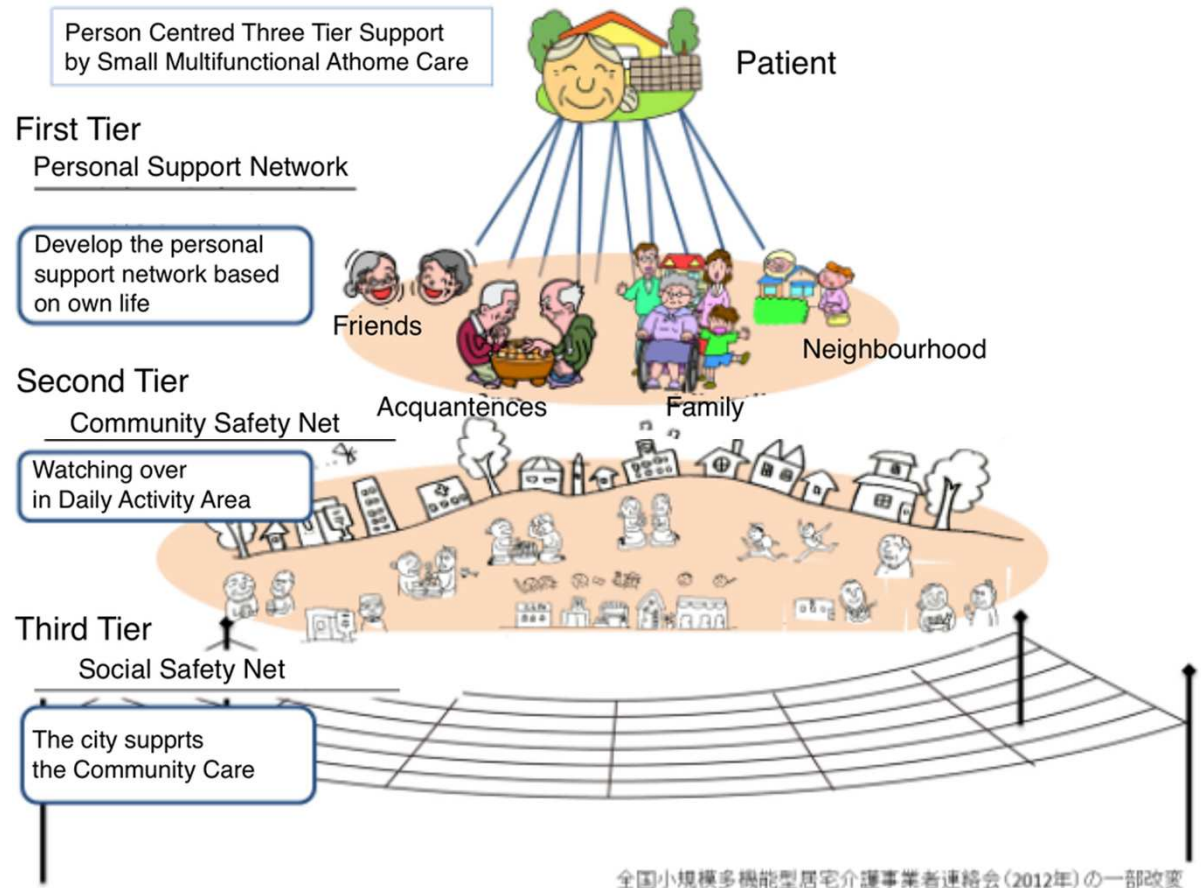




# In Giappone



Japan - Red, Blue - Italy, Green - Germany, Black - France, Pink - Canada, Yellow - UK, Purple - USA



# REGIONE PUGLIA



# La riorganizzazione dei servizi al cittadino

Con più di duecento siti censiti, Regione Puglia aveva il forte bisogno di razionalizzare la presenza online dei propri servizi al cittadino. Un problema non solo di contenuti ma anche di governance.

Strutturare l'architettura dell'informazione dell'hub di accesso ai servizi è stata la sfida complessa che abbiamo affrontato insieme ai diversi attori istituzionali.



# La sfida

---

«Come possiamo riorganizzare l'incredibile mole di contenuti ramificati in modo complesso che rappresentano la Regione Puglia in rete?

Come possiamo scegliere cosa conservare, semplificare o eliminare per offrire ai cittadini servizi chiari ed efficienti?»

# Gli strumenti del progetto

---

Analisi quantitativa

Analisi di dominio

Benchmark Report

Discovery Workshop

Interviste in profondità

Architettura dell'informazione

Report di Ricerca

# Facilitazione e co-progettazione

“È stato un progetto molto utile, per tutti. In particolare grazie alle **tecniche di facilitazione** usate dai designer sono state coinvolte le diverse strutture della Regione Puglia interessate alla nascita del nuovo portale. La dinamica di **co-progettazione delle soluzioni** è risultata particolarmente efficace”.

*Antonella Bisceglia, Dirigente Responsabile  
Comunicazione Istituzionale, Regione Puglia*





Stefano Stravato

[info@fifthbeat.com](mailto:info@fifthbeat.com)

[www.fifthbeat.com](http://www.fifthbeat.com)

---

GRAZIE!