

Needfinding

PDDL Labs

OVERCROWDING

Il Team



Federico Bulfari



Giuseppe D'Ambrosi



Wanlong Liu



Giacomo Di Clerico



Daniel Di Stefano



Lorenzo D'Ortona



Alessio Pesavento

Teamwork is the ability to work together toward a common vision. The ability to direct individual accomplishments toward organizational objectives. It is the fuel that allows common people to attain uncommon results.

- Andrew Carnegie

Il tema: Overcrowding



GRANDI CITTÀ

La popolazione si concentra sempre di più nelle grandi città, sovraffollando i servizi pubblici e i luoghi di svago



STUDENTI

Nelle città universitarie gli studenti faticano a trovare luoghi per concentrarsi o per lavorare in gruppo



SPORTIVI

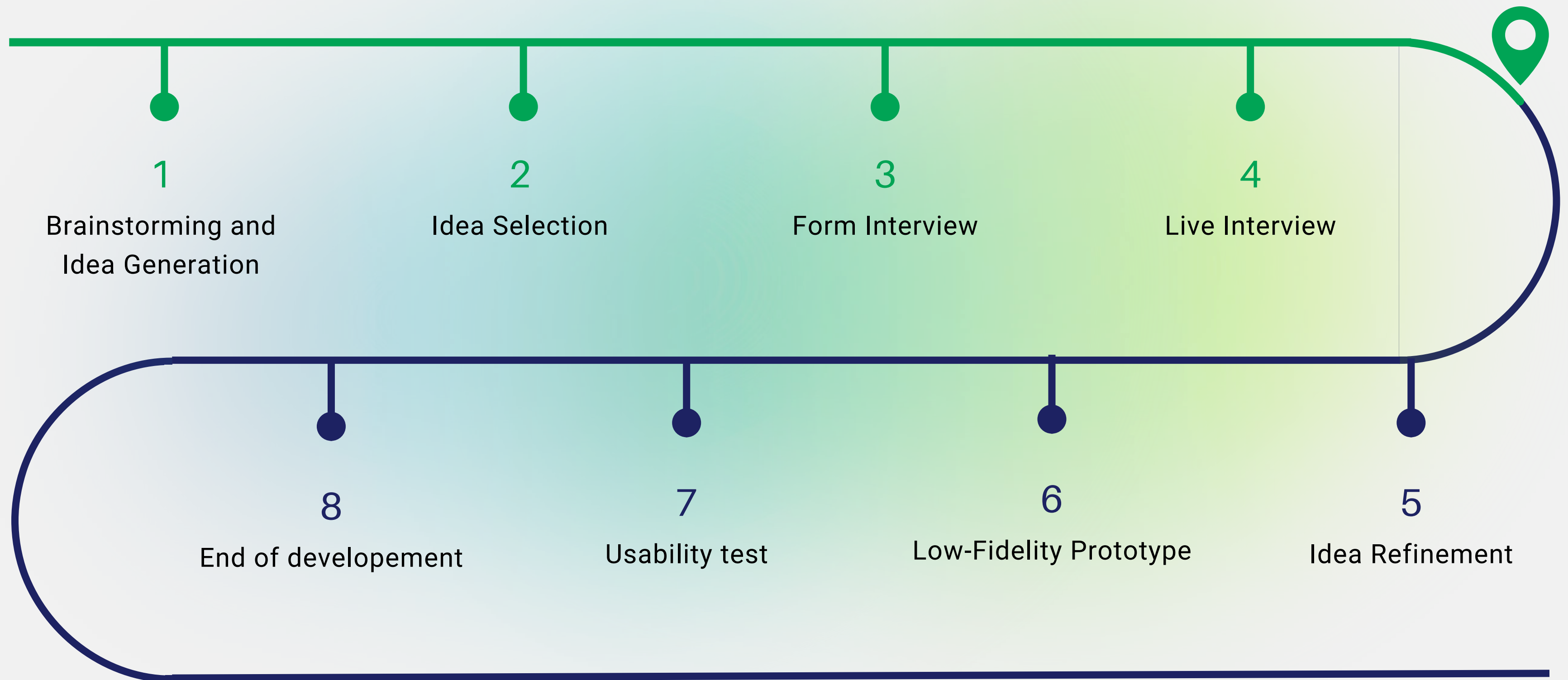
Sportivi e atleti spesso necessitano di spazi ampi e liberi dove praticare le proprie passioni



QUALITY OF LIFE

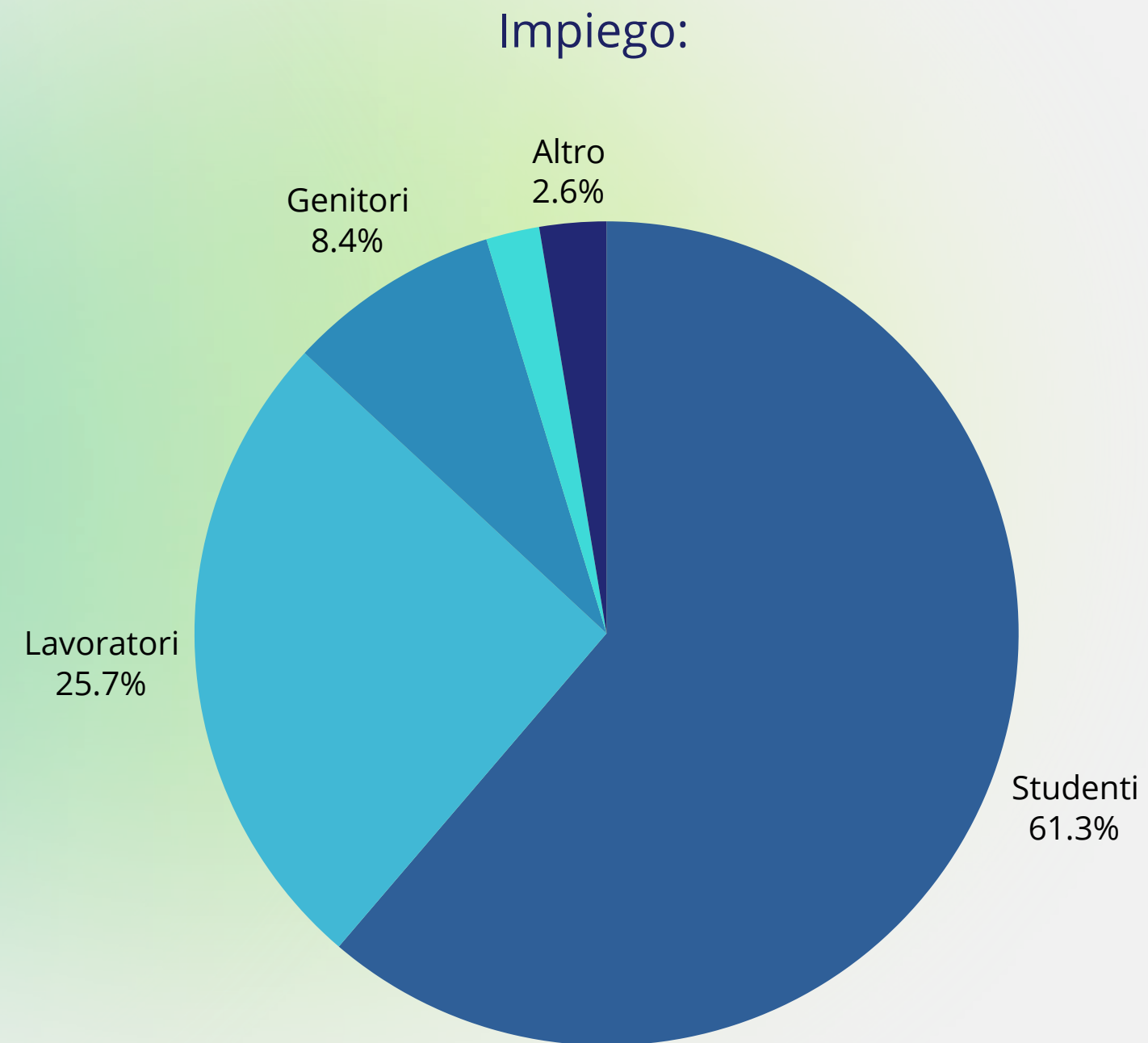
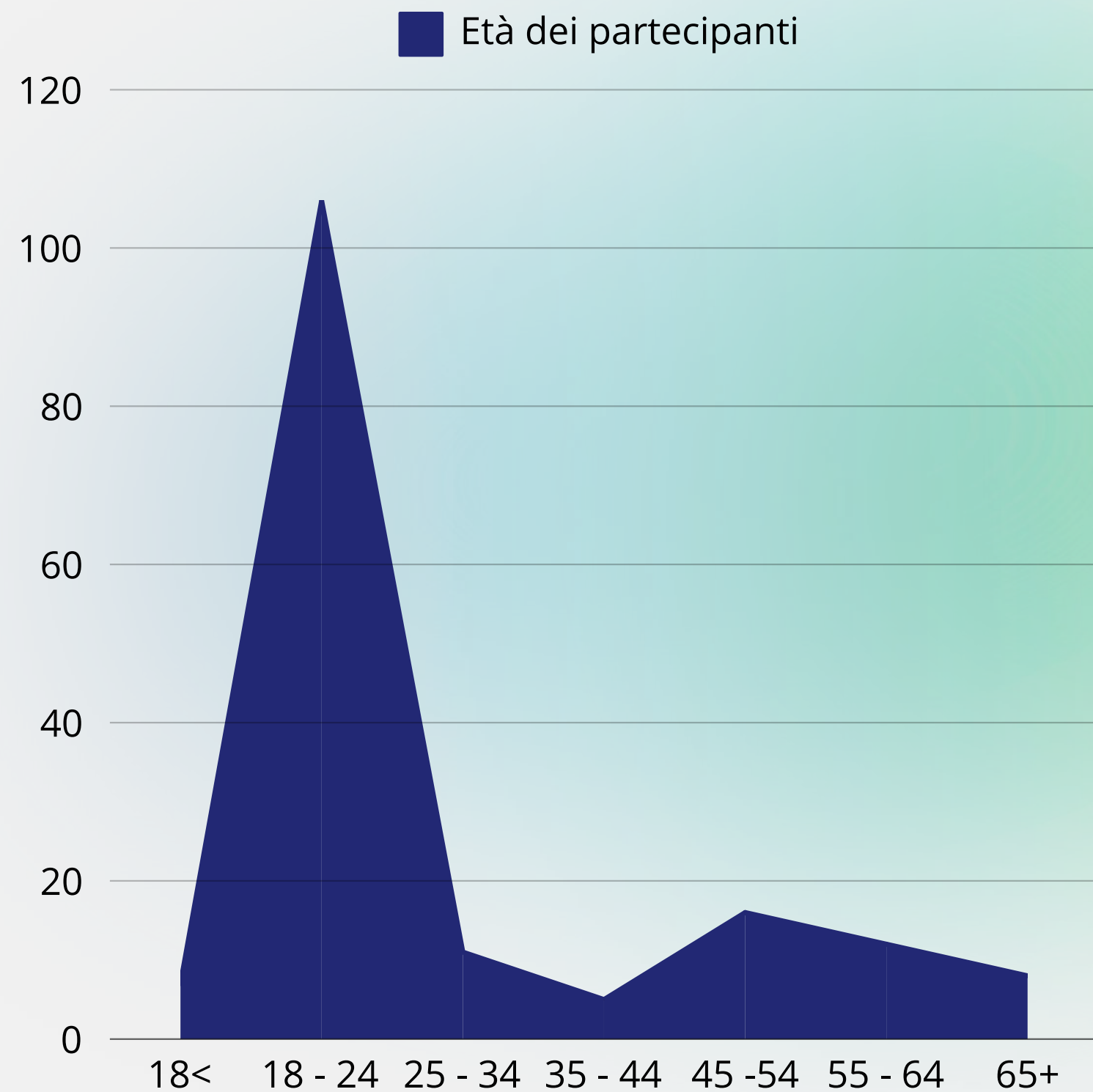
Il sovraffollamento rende difficile per i cittadini svolgere le attività quotidiane e godersi la vita all'aperto

Development Roadmap



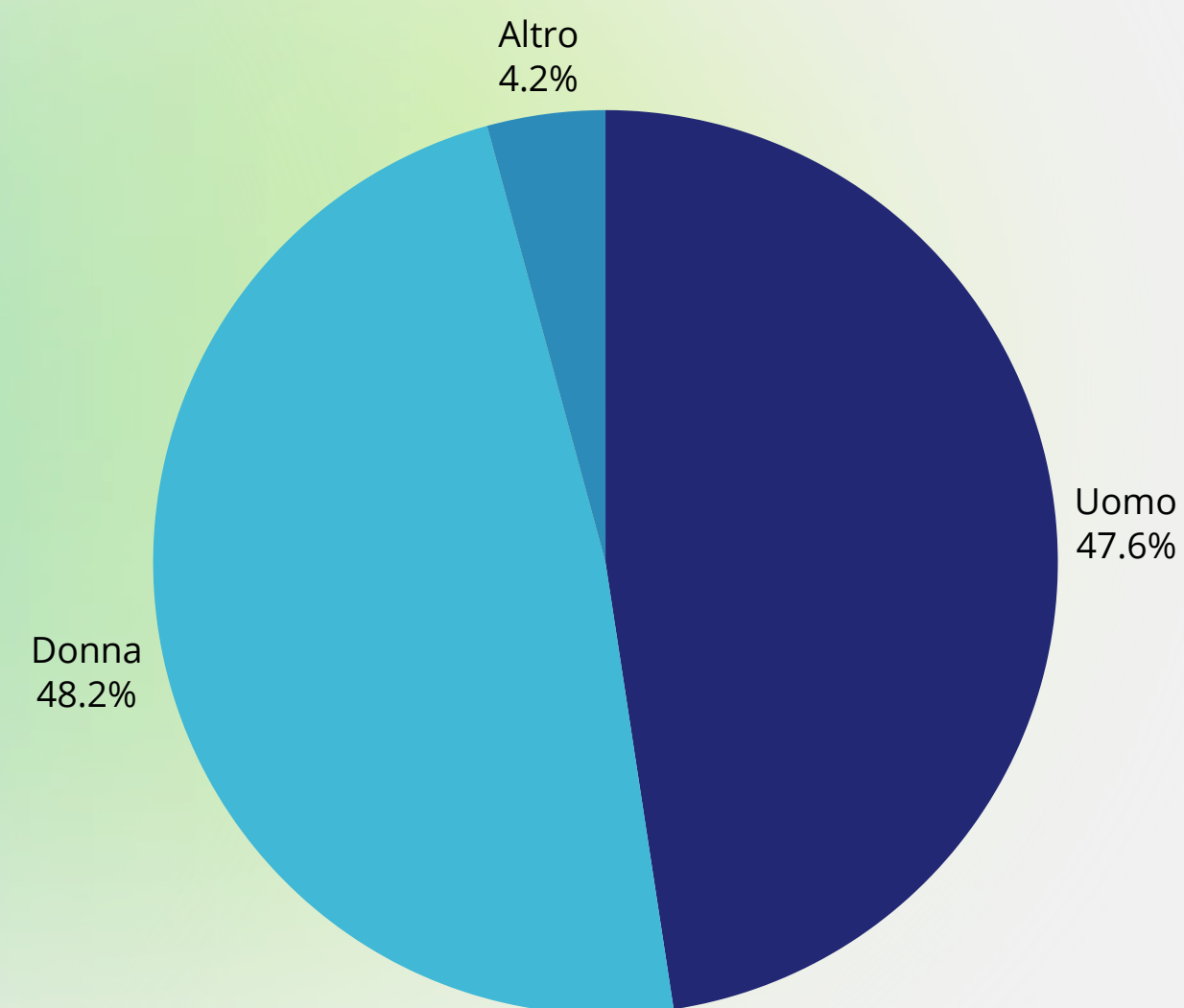
Sondaggio

Demografica dei partecipanti



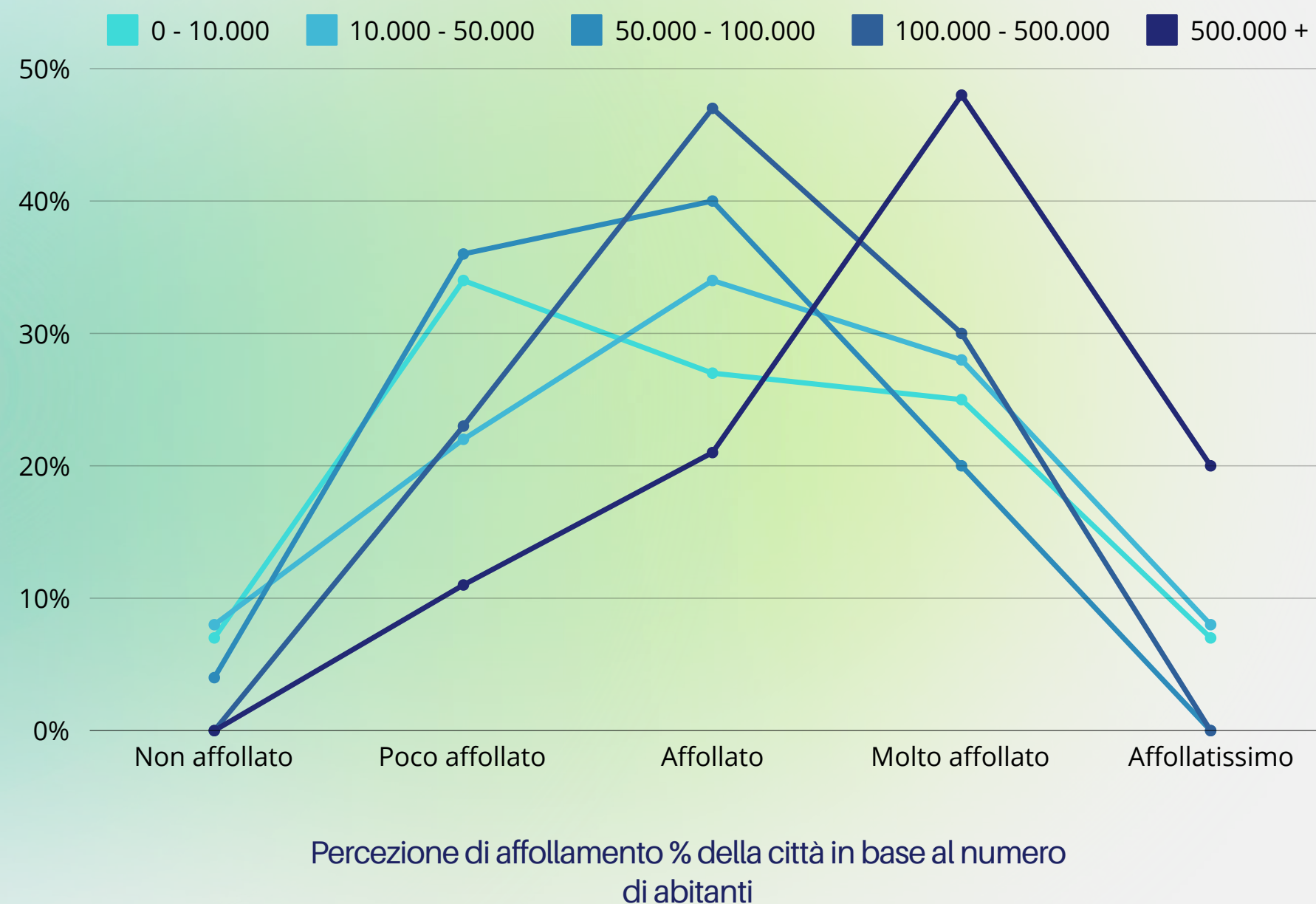
Demografica dei partecipanti

- Le persone giovani sono la fascia che più usufruisce degli spazi pubblici come biblioteche e parchi. Questo perchè, vivendo con i genitori o con i coinquilini, trovano più difficile concentrarsi in casa e preferiscono spazi pubblici dedicati
- Abbiamo comunque incluso persone di fasce di popolazione diverse per avere una panoramica più completa. In questo modo possiamo avere il punto di vista di una fascia demografica più ampia
- Il genere non influisce nel nostro dominio di interesse, quindi le persone coinvolte sono equamente divise tra maschi e femmine.



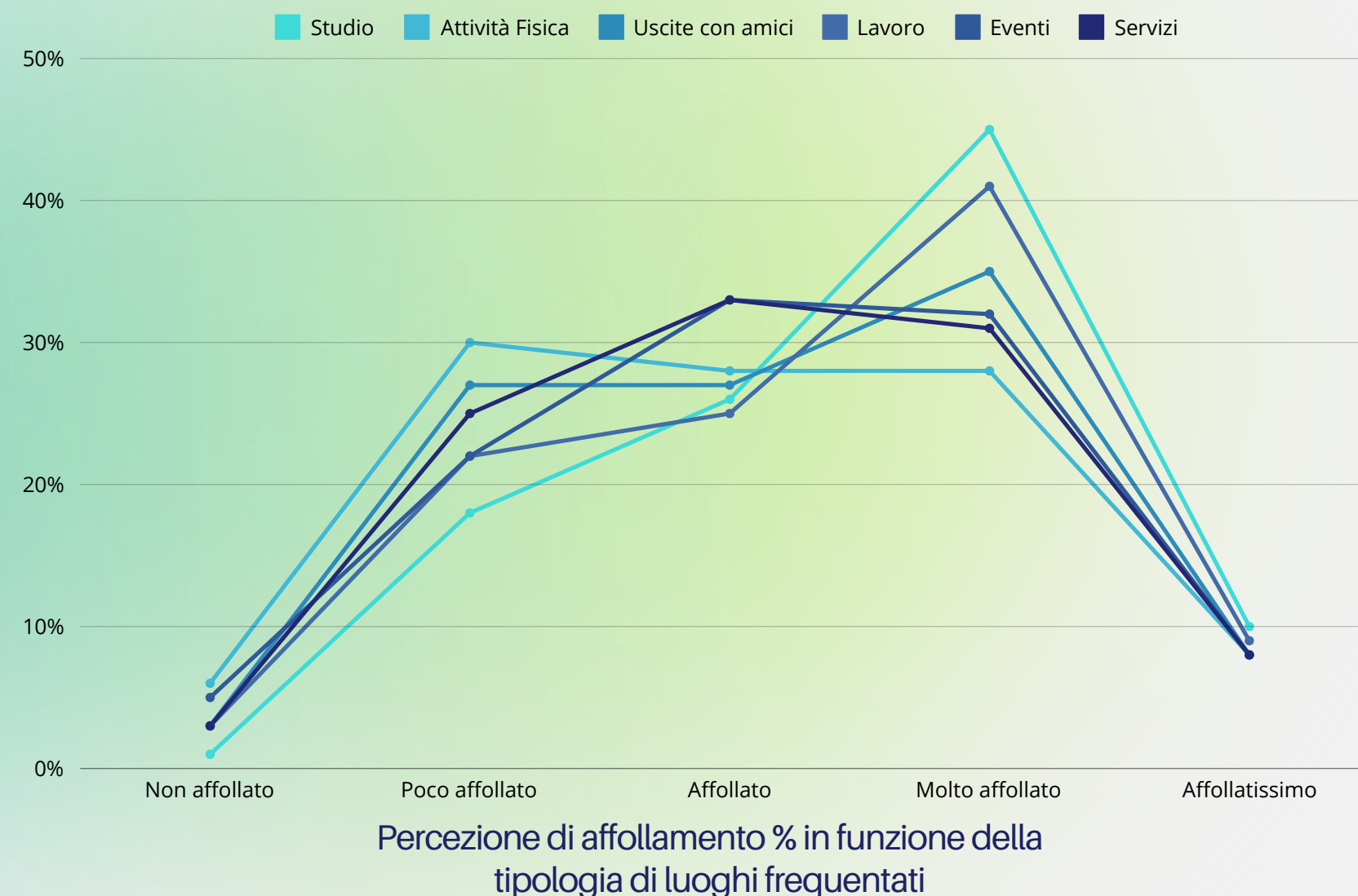
Risultati dei sondaggi

- Dai nostri dati è emerso che il sovraffollamento è pronunciato nelle città con una popolazione compresa tra le fasce di popolazione 50k - 500 k, e questo va solo ad aggravarsi in città con densità abitativa superiore ai 500k



Risultati dei sondaggi

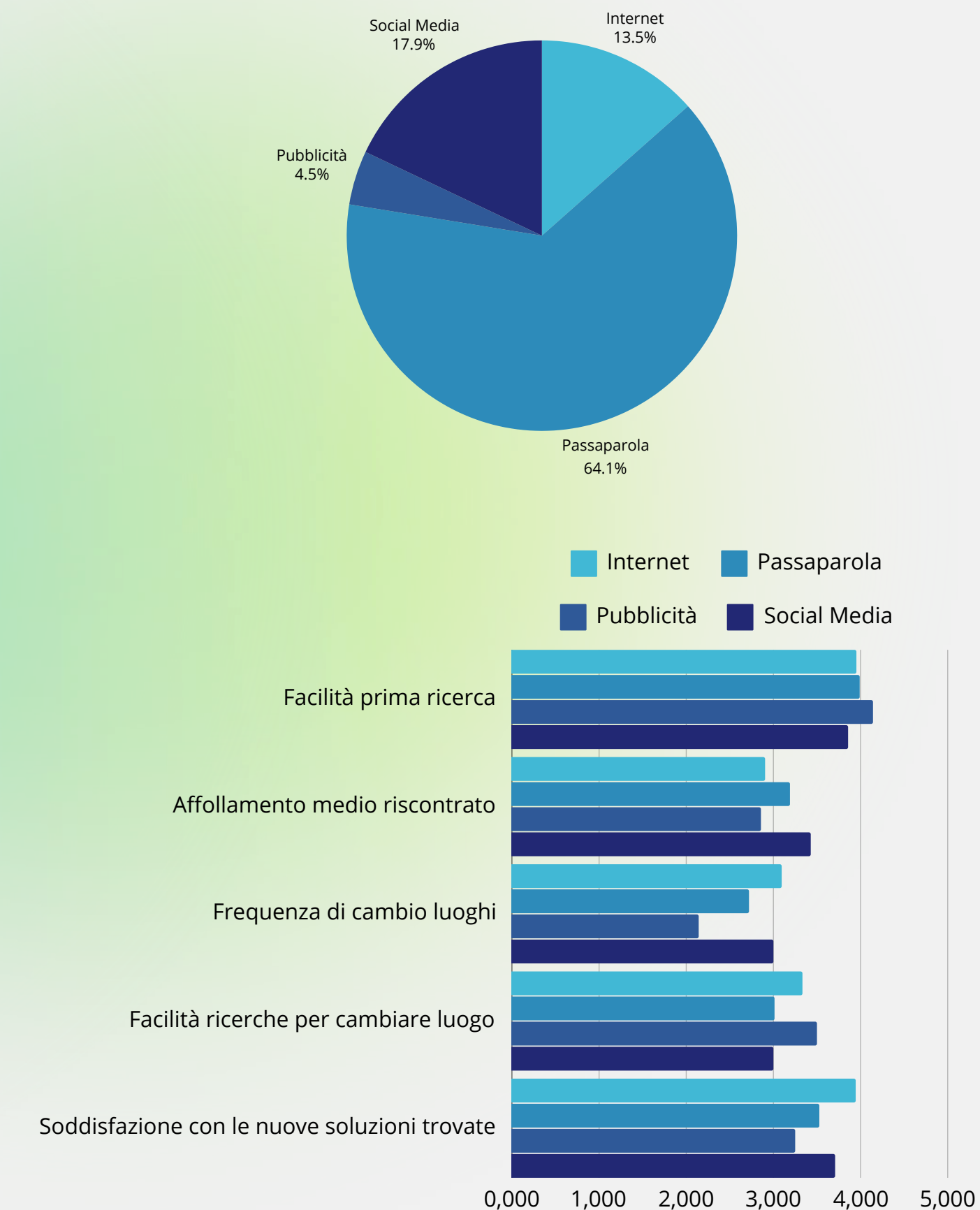
- Sempre dai dati si evince che gli spazi pubblici più affollati sono quelli dedicati a studio, lavoro e svago in generale.
- La nostra ricerca si concentrerà quindi sugli spazi urbani sopraccitati, cercando di aiutare le città più affollate a gestire al meglio l'affluenza di persone



Risultati dei sondaggi

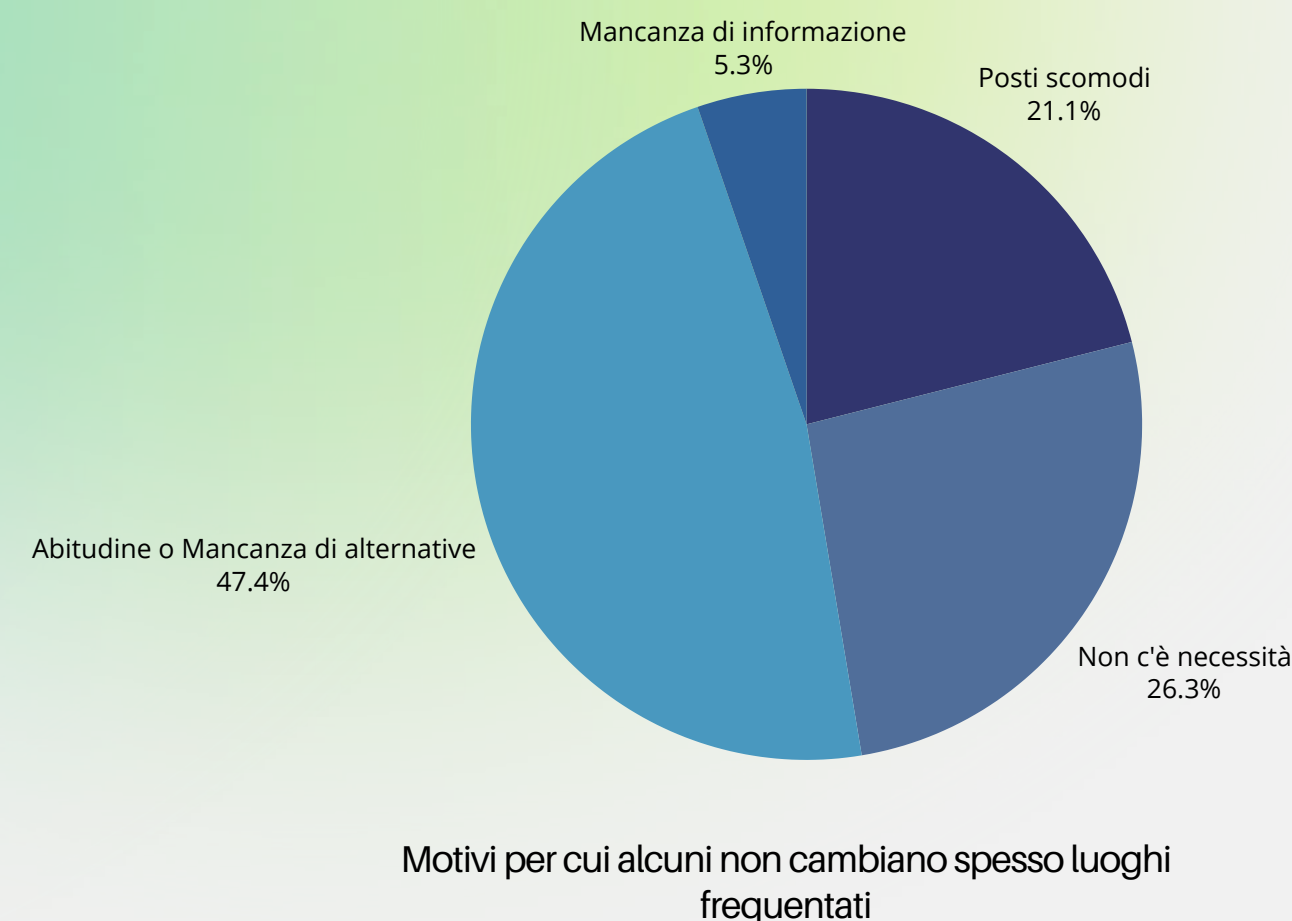
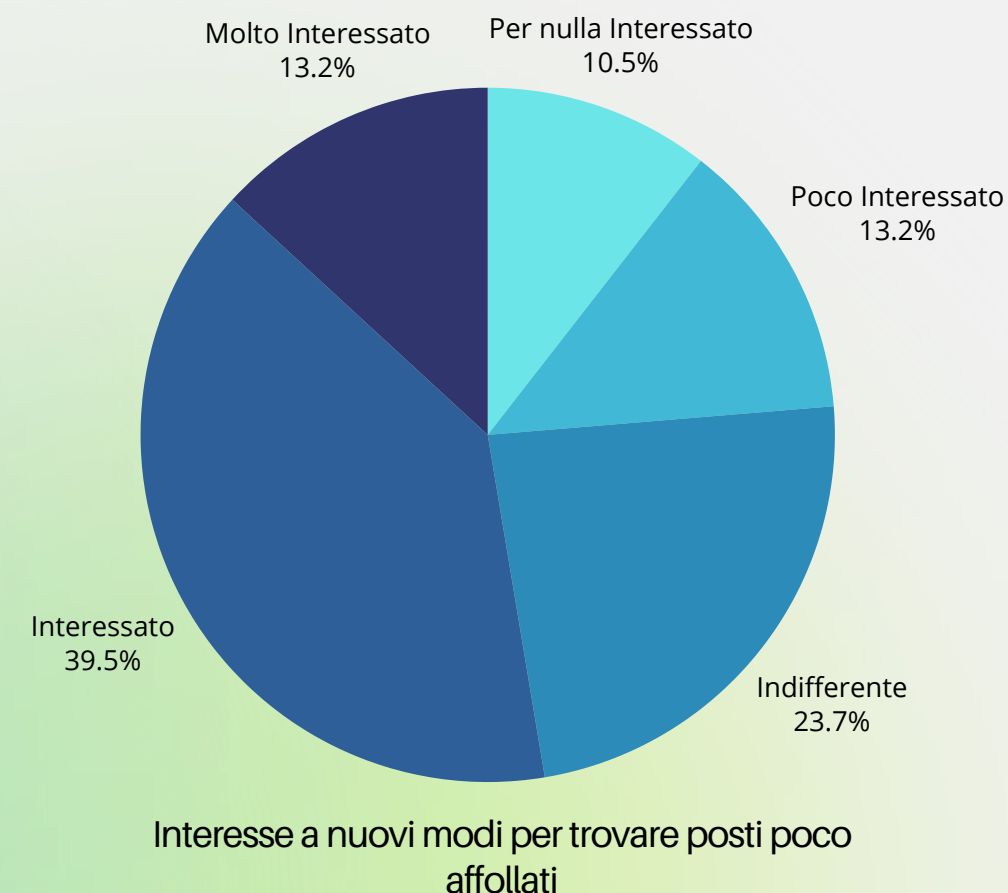
- Gli utenti si informano principalmente tramite il passaparola.
- Mediamente, chi cerca informazioni online (in modo più consapevole) riporta una maggiore soddisfazione riguardo alle proprie decisioni di trasferimento, scopre luoghi meno affollati e mostra maggiore apertura a nuove esperienze.
- La pubblicità tradizionale ha un impatto minore rispetto a quella sui social media.
- La ricerca di nuove destinazioni non è complicata, ma richiede tempo per l'utente.
- È chiaro che dovremo ottenere informazioni sull'affollamento dei vari luoghi direttamente dai siti web, piuttosto che dai suggerimenti degli utenti o dagli annunci pubblicitari/social.

Mezzi di informazione e Statistiche relative ai luoghi frequentati



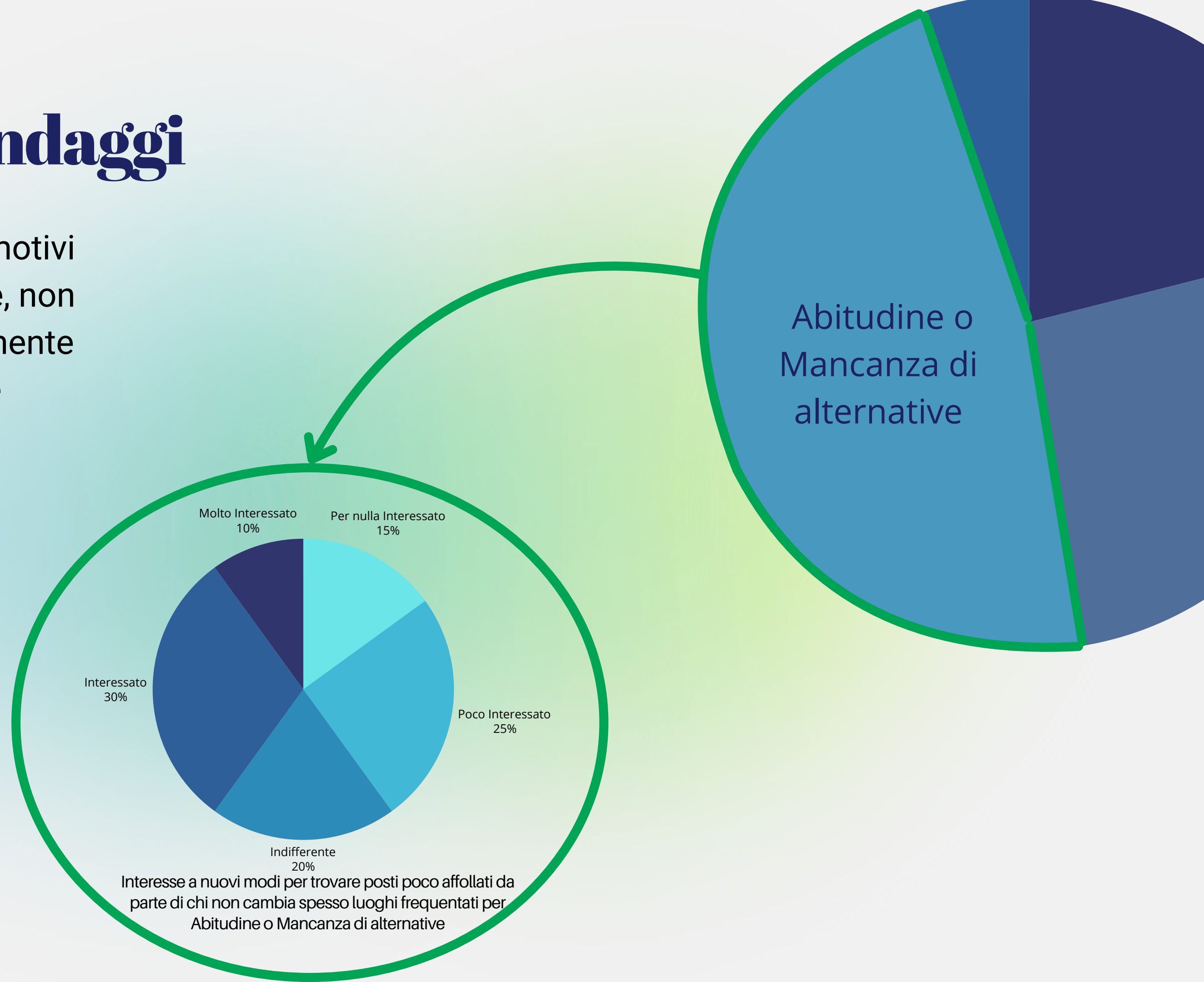
Risultati dei sondaggi

- In generale, la maggioranza degli utenti (52,7%) si dice interessato ad una soluzione efficiente per conoscere nuovi luoghi di lavoro e svago. Questa percentuale sale al 70,8% se si considerano solamente gli utenti che riportano di non avere già l'abitudine di cambiare spesso luogo di lavoro
- Gli utenti che non hanno già l'abitudine di cambiare luoghi riportano "abitudine" e "mancanza di alternative" come cause principali, evidenziando il bisogno di un servizio che li esponga alle alternative che nelle grandi città sono presenti ma non conosciute



Risultati dei sondaggi

- Anche tra quelli che, per motivi abitudinari o di alternative, non cambiano luoghi regolarmente il 40% riporta che sarebbe comunque interessato al servizio proposto



Risultati dei sondaggi: conclusioni

- I luoghi maggiormente percepiti come Affollati sono, in ordine, spazi dedicati a studio, lavoro e svago.
- Il 52,7% degli intervistati ha espresso interesse per un nuovo modo di scoprire posti nuovi.
- Tra coloro che di solito non cambiano i luoghi che frequentano, ben il 70,8% è aperto a nuovi strumenti per trovare posti diversi, nonostante la maggior parte di loro rimanga legata alle abitudini consolidate o alla mancanza di alternative.
- Possiamo quindi concludere che c'è un chiaro interesse per il tema da noi trattato e una reale necessità da soddisfare.

Interviewe

Intervistati - Demografica

Gli intervistati sono stati scelti su base volontaria a partire dalle mail raccolte dal sondaggio somministrato online e in maniera casuale in università.

L'overcrowding, secondo il nostro sondaggio, risulta essere ugualmente sentito da tutte le fasce d'età, generi, e popolosità della città di residenza.

Per questo motivo, **non abbiamo posto restrizioni al bacino di intervistati**

Domain Expert

- Come Domain Expert abbiamo avuto l'opportunità di intervistare persone che hanno avuto in passato o che hanno tuttora a che fare con l'organizzazione di serate ed eventi in cui sono coinvolti un gran numero di persone

Lead User

- I Lead User sono stati scelti per essere appartenenti a quelle fasce demografiche che più di tutte frequentano spazi pubblici
 - Sportivi: sono le persone che utilizzano di più i parchi e che vivono la città nelle sue zone all'aperto
 - Studenti: Loro invece sfruttano di più biblioteche e sale studio

Metodologia e strumenti

- Le interviste sono state condotte utilizzando due modalità principali: incontri online o conversazioni in presenza, scelte in base alle esigenze e alla disponibilità degli intervistati.
- Gli strumenti utilizzati sono stati:
 - **Registratore audio:** questo ci ha permesso di ricontrollare le risposte per comprendere meglio le esigenze dell'utente
 - **Modulo di autorizzazione:** necessario per garantire trasparenza e privacy agli utenti
 - **Questionario:** ci ha aiutato ad avere un modello per le domande da sottoporre a utenti e lead user

Preparazione delle domande

Le domande sono state formulate sulla base dei risultati del sondaggio condotto precedentemente. L'obiettivo era comprendere in modo imparziale le reali necessità degli utenti, evitando qualsiasi bias interpretativo.

Ogni intervista è stata introdotta con una breve spiegazione del contesto, comprendente la presentazione del team, gli obiettivi dello studio e l'uso delle informazioni raccolte.

Successivamente, sono state poste le domande agli intervistati, garantendo il tempo necessario per rispondere e offrire eventuali considerazioni aggiuntive non contemplate dal questionario.

Introduzione

Ciao!

Siamo studenti del Politecnico di Milano e stiamo conducendo un'intervista per un progetto universitario sui temi della frequentazione degli spazi urbani. Le tue risposte ci aiuteranno a raggiungere i nostri obiettivi di ricerca. L'obiettivo di questo studio è esplorare le problematiche legate al sovraffollamento cittadino.

L'obiettivo è stato quello di dare un contesto all'utente, senza però spiegare nel dettaglio l'idea che desideravamo validare in modo da non condizionarne le risposte

Domanda	Obiettivo
1- Potresti raccontarmi in breve il tuo background, educazione e situazione corrente	Avere un'idea generale delle conoscenze ed esperienze del soggetto intervistato
2 - Quali tipi di dispositivi elettronici utilizzi nella tua vita quotidiana? Quale preferisci e perché?	Comprendere se l'utente è più abituato ad utilizzare alcune tipologie di dispositivi, per delineare anche il device su cui concentrarsi nella fase di sviluppo.
3 - Quali e che tipo di luoghi frequenti abitualmente? a - Hai mai avuto problemi di affollamento in questi luoghi? Se sì quali?	Visione sui luoghi frequentati dall'utente, abitudini, preferenze. Capire se certe condizioni sono al di fuori di ciò che è possibile risolvere

Domanda	Obiettivo
<p>4 - Cosa provi quando i posti che frequenti sono molto affollati?</p> <p>a - (Se negativi). Quali necessità vengono a mancare?</p> <p>5 - Un posto notoriamente affollato, potrebbe portarti a riconsiderare la tua scelta di destinazione o l'orario di visita?</p> <p>a - Può cambiare in base all'attività che intendi svolgere?</p> <p>Come mai?</p> <p>6 - Ti capita mai di decidere di cambiare luogo, una volta arrivato a destinazione, perché troppo affollato?</p> <p>a - Quanto e per quali attività sei disposto a spostarti?</p>	<p>Psiche, opinioni, necessità e comportamento dell'utente quando sottoposto al problema di ambienti affollati</p>

Domanda	Obiettivo
<p>8 - Quando ti sposti verso un determinato luogo che non conosci e/o non frequenti spesso svolgi delle ricerche per avere un'idea su di esso?</p> <p>9 - Potresti raccontarmi come svolgi queste ricerche?</p> <p>a - Quali sono i fattori che influiscono sulla tua scelta?</p> <p>b - [in caso di mancata menzione di distanza e tempo] Distanza e tempo influiscono?</p> <p>10 - Come ti organizzi solitamente per uscire ed arrivare alla tua destinazione?</p> <p>11 - In caso di difficoltà riusciresti ad esprimerle?</p>	<p>Sequenza di azioni svolte dall'utente per raggiungere l'obiettivo, abitudini e preferenze personali, strumenti utilizzati, quindi se ha già avuto esperienze positive/negative su altri sistemi</p>
<p>12 - Avresti qualcosa da aggiungere o qualcosa che non ti abbiamo chiesto che ritieni importante?</p>	<p>Per capire se magari l'utente vuole comunicarci qualche aspetto che non abbiamo coperto con le nostre domande</p>

Ruolo dei partecipanti durante le interviste

- Il ruolo dei partecipanti variava a seconda della disponibilità e delle circostanze.
- In alcuni casi, le interviste sono state condotte in coppia, mentre in altri da un singolo intervistatore che si è occupato della registrazione audio.
- Quest'ultima è stata poi condivisa con il resto del gruppo per un'analisi più approfondita e per prendere appunti accurati.
- Ogni intervista è stata successivamente sintetizzata, evidenziando i punti chiave emersi.
- Le risposte sono state poi sottoposte a una revisione collettiva, i cui risultati saranno riportati nelle sezioni successive dello studio.

Interviste :

Risultati



Risultati

- Le prime domande hanno evidenziato come, nonostante gli utenti utilizzino vari dispositivi come cellulari, computer, smartwatch e tablet il dispositivo preferito per le attività quotidiane rimanga comunque lo smartphone, nonchè quello più utilizzato
- Nonostante il dispositivo più comune sia lo **smartphone**, gli intervistati riportano di avere più confidenza con applicazioni, come Maps e Calendar, e che utilizzano di frequente la prima quando devono spostarsi
- Solitamente gli utenti utilizzano queste app per svolgere ricerche più o meno approfondite prima di frequentare un luogo sconosciuto

Risultati

- Gli intervistati riportano sensazioni di disagio quando si trovano in luoghi affollati, che non permettono loro di studiare al meglio o di svolgere le proprie commissioni
- Nonostante questo, gli utenti riportano che spesso i mezzi pubblici assenti o non abbastanza capillari non permettono loro di raggiungere luoghi differenti e quindi devono comunque frequentare quelli che hanno più vicino
- Anche il tema della sicurezza è stato affrontato, dove tutti concordano che i luoghi affollati trasmettono una sensazione di caos e di poca tranquillità

Passi futuri

Riassunto dei dati raccolti

- Il bacino di utenza interessato comprende tutte le fasce d'età.
- Maggiori problemi di sovraffollamento vengono riscontrati per motivi di studio, lavoro e svago
- Disagio nella fase di spostamento, soprattutto nell'utilizzo di mezzi pubblici
- Preferenza degli utenti per smartphone e smartwatch

Questi saranno i punti su concentreremo la nostra ricerca

Abbiamo quindi ottenuto bacino di utenza, dispositivi su cui concentrarci e bisogni degli utenti, raggiungendo l'obiettivo del needfinding