

# Ricerca

Tipi di ricerca e metodi potenziali per raccogliere dati e iniziare a plasmare le tue idee



[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

LES APPRIMEURS



CEPS Projectes Socials  
<http://www.asceps.org>



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Ricerca

La ricerca è uno strumento essenziale per sviluppare un'idea. Ci aiuta a individuare le esigenze e i campi di opportunità degli utenti, a individuare le lacune nei servizi esistenti e a trarre ispirazione da altri campi.

In questo modulo, impareremo come organizzare le possibilità di ricerca per ottenere risultati positivi. Questo non è necessariamente un manuale di istruzioni passo-passo, ma piuttosto una **raccolta di metodi utili** che possono essere applicati sulla base di "Service Design", metodo di un designer per la creazione e il raggiungimento di soluzioni positive.

Iniziamo definendo i diversi tipi di ricerca che possono essere applicati nel contesto dei tour digitali:

- Ricerca esplorativa:** Per saperne di più su un ambiente e trarre ispirazione da luoghi, culture, regioni e gruppi target.
- Ricerca di conferma:** Per convalidare (o confutare) ipotesi generate prima di effettuare la ricerca.
- Cercare nei servizi esistenti:** Per vedere cosa può essere migliorato.
- Trovare nuove idee o concetti:** Usando **prototipi\*** o esperimenti e ottenendo risultati.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



\*Dai un'occhiata agli strumenti relativi a questo modulo

# Ricerca preparatoria



Questo primo passo è **la tua preparazione, o il lavoro che fai prima di iniziare**. Si tratta di iniziare a scavare più a fondo nel campo.

Si tratta più di trovare le domande e le esigenze giuste di un gruppo target che di cercare risposte specifiche subito.



Questa ricerca può includere la **ricerca a tavolino**. Ciò significa, ad esempio, cercare informazioni sui social media, ascoltare podcast, guardare video, ecc.



Il risultato di questo tipo di ricerca può essere una **mindmap\***, foto, video, etc.

# Auto documentazione

Significa **esplorare una particolare esperienza da soli**.

Questo significa, nel nostro caso, esplorare un luogo e vivere l'esperienza. Questo è un modo per fare la ricerca di conferma di cui abbiamo parlato prima.

A seconda del campo che vuoi esplorare, è anche possibile indagare le comunità online e le differenze di percezione e comportamento online e nella vita reale.

Questo può essere fatto utilizzando i **social media analytics\***.



Usa Fieldnotes, registrazioni audio, video, immagini.



In una fase successiva di questo modulo, vedremo come interpretare i dati raccolti.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Approcci partecipativi



Metodi per immergersi nella vita dei partecipanti ' / utenti':

- ❑ **Osservazione:** Facendo "shadowing" o seguendo qualcuno attraverso un processo o un periodo di tempo. Questo può essere utile per identificare comportamenti, motivazioni e bisogni. Durante questa osservazione, è importante osservare non solo ciò che le persone stanno facendo, ma anche ciò che non stanno facendo.
- ❑ **Interviste:** Sono utili per comprendere meglio un gruppo di persone e i loro bisogni, emozioni, aspettative ed esperienze particolari. È possibile ottenere dati qualitativi da interviste, soprattutto in situazioni faccia a faccia.
- ❑ **Focus group:** Questi sono anche un tipo di intervista qualitativa con un gruppo di persone che può aiutare a capire le loro opinioni e idee e le interazioni tra di loro.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



# Approcci Non-Participativi

Osservare i comportamenti degli utenti senza interagire attivamente con loro per raccogliere dati.

- ❑ **Analytics e statistiche:** Usa i social network e altri approcci online (siti web, blog, chat room, ecc.) per analizzare i dati quantitativi di un gruppo più ampio di persone, come età, sesso, posizione, preferenze e così via. Date un'occhiata allo strumento [social network analytics](#) di questo modulo.
- ❑ **Crea archetipi di utenti: [personas\\*](#).**  
La qualità dei risultati dipende dai dati di ricerca e conoscenza che avete circa il gruppo di gente che desiderate esemplificare.





# DiOther CITY

[www.diothercity.eu](http://www.diothercity.eu) | [#DiOtherCity](https://twitter.com/DiOtherCity)

The #DiOtherCity project is co-financed by the ERASMUS+ programme of the EU (June 2021 to May 2023).

Its content reflects the views of the authors, and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information therein. (Project code: 2020-1-ES01-KA227-ADU-095512).

---

Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

