

# Alla ricerca della qualità dell'esperienza

T-Informo e le esperienze sulla tv digitale interattiva

Alberto Marinelli – Emmanuel Mazzucchi

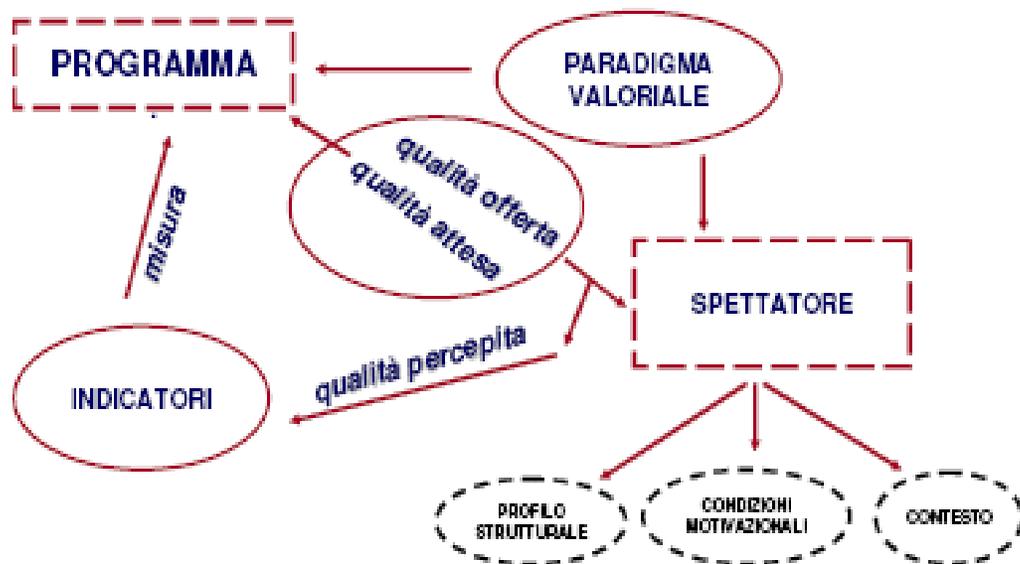
(Dipartimento di Sociologia e comunicazione)



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA

# Qualitel – il modello per il servizio pubblico radiotelevisivo

“qualità è un **valore di relazione** che nasce da uno scambio fra un’oggettività - quella del programma - e una soggettività, quella dello spettatore.



Quest'ultima è scomponibile, a sua volta, in componenti che nascono dai caratteri strutturali dello spettatore - il suo profilo socioculturale e socioeconomico, il sesso, l'età, l'area geografica, etc... - e da quelli contestuali: la fascia oraria, la specifica situazione psicologica in cui vede “quel” programma in “quel” momento, le modalità ambientali, etc.”

## La qualità/eccellenza televisiva – Il modello X – Tv (Medologo Albani- Celata)

La qualità-eccellenza è individuata come **mix opportunamente ponderato di tre elementi fondamentali**:

- la soddisfazione dei clienti (*customer satisfaction*),
- la capacità di conseguire risultati economico – finanziari positivi (*performance*)
- la capacità di innovazione, tecnologica e di prodotto (innovazione)

### Distribuzione dei pesi tra le componenti

Componenti	Customer satisfaction	Performance	Innovazione	Risultato X-TV
Fondamentali	35	21	14	70
Complementari	15	9	6	30
Totali	50	30	20	100

## Il Bando CNIPA sul T-government

- Bando Cnipa 2003: cofinanziamento per il progetto Digitale Terrestre
- Destinatari: Pubbliche amministrazioni locali
- Servizi ad alto grado di multimedialità, limitato livello di interattività
- Raggiungere fasce di popolazione che sono rimaste escluse dall'accesso alla comunicazione interattiva della PA

### Il progetto

- Le PA: Comune di Roma (capofila); Provincia di Roma, Regione Lazio (LaIT),
- Partner tecnologici: Rai nuovi media, Telespazio; DiSC – Università “la Sapienza”
- Primo progetto finanziato dal CNIPA (parimerito)
- Vincitore premio COMPA 2006: La PA che si vede

## Qualità del servizio e qualità in uso

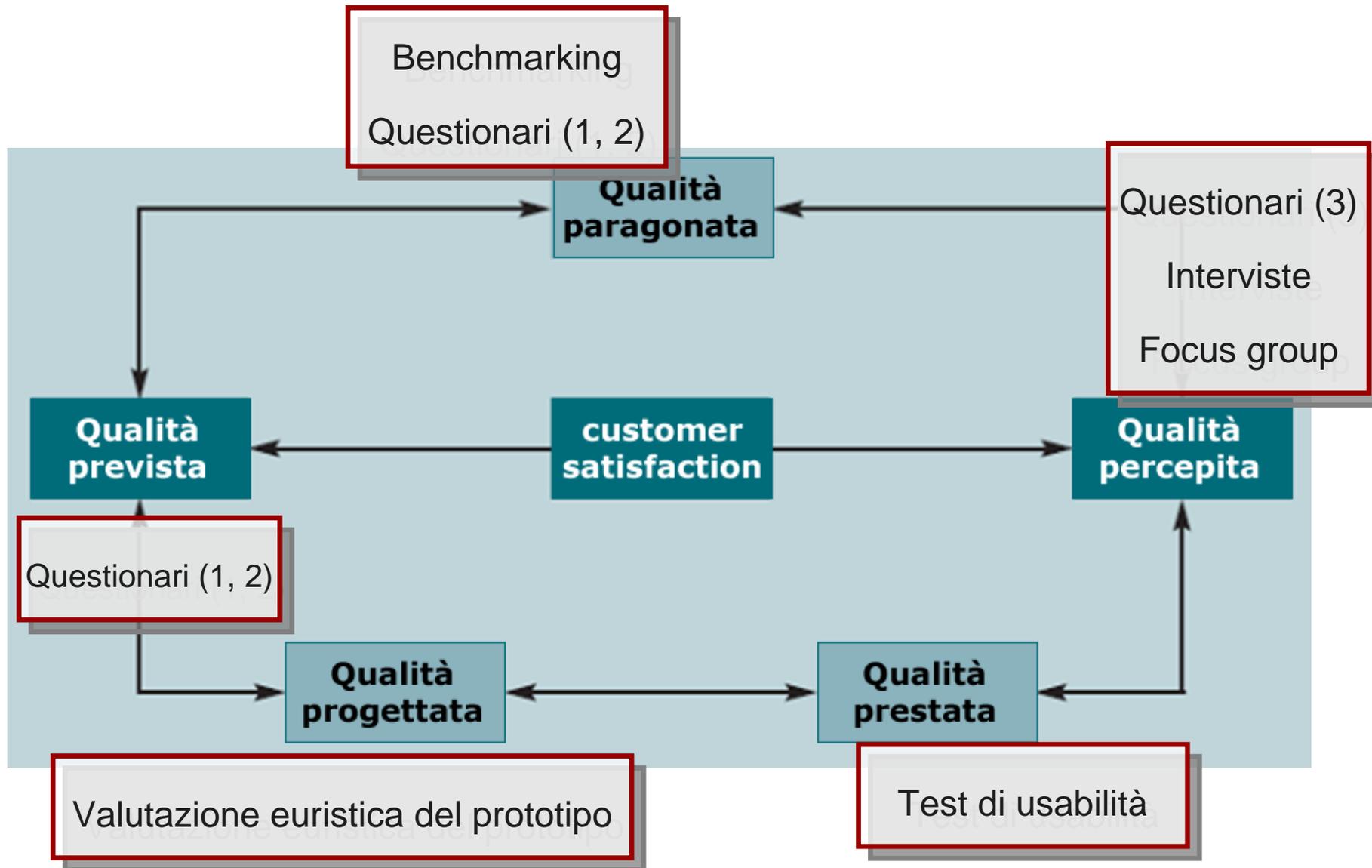
Per misurare la qualità in **T-Informo** abbiamo fatto riferimento a due diverse prospettive di valutazione

- 1. Qualità del servizio**, definita come la “globalità degli aspetti e delle caratteristiche di un servizio da cui dipendono le sue capacità di soddisfare completamente un dato bisogno.” (Direttiva Ministero Funzione pubblica sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini - marzo 2004)
- 2. Qualità in uso**, definita come “la capacità del software di consentire a specifici utenti di raggiungere specifici obiettivi con efficacia, produttività, sicurezza e soddisfazione in specifici contesti d’uso” (norma ISO 9126-1)

## Verso la qualità dell'interazione

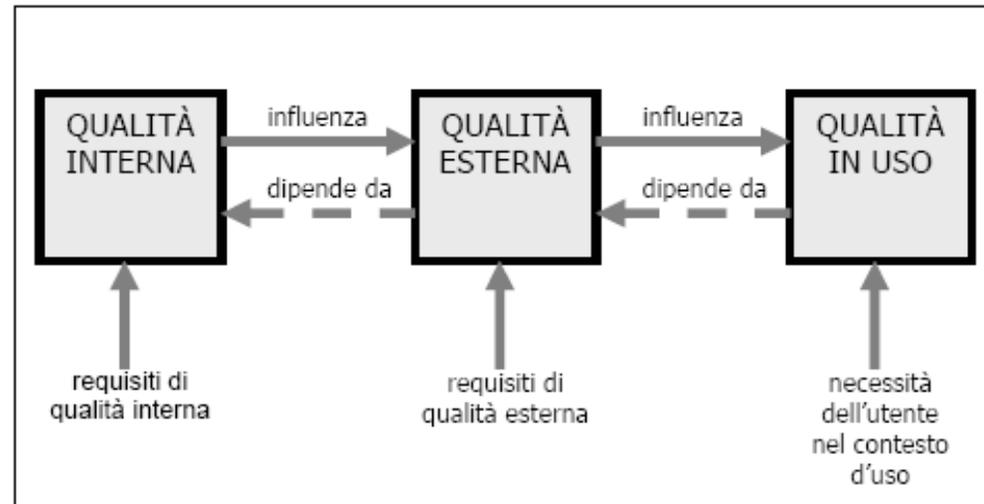
- Lo Standard Internazionale per Human Centred Design (che verrà chiamato ISO 9241-210), utilizzerà il termine “user experience”.
- La **Qualità dell'interazione** (user experience) viene definita come: “**all** aspects of the user’s experience when interacting with the product, service, environment or facility”.

# T-Info: 1. valutare la qualità del servizio



## T-Informo: 2. valutare la qualità in uso

- **qualità interna:** rappresenta le proprietà intrinseche del prodotto (quelle misurabili direttamente sul codice sorgente, sul suo flusso di controllo).
- **qualità esterna:** è quella rappresentata dalle prestazioni del prodotto e dalle funzionalità che offre (il prodotto è visto come una black box da testare).
- **qualità in uso:** riguarda il livello con cui il prodotto si dimostra utile all'utente nel suo effettivo contesto d'utilizzo, in particolare è la capacità del prodotto di dare efficacia ed efficienza al lavoro dell'utente, a fronte di una sicurezza di utilizzo e di una soddisfazione nel farne uso.



# T-informo: il sistema di valutazione

- Test in laboratorio con 8 utenti ultrasessantacinquenni
- Analisi quantitativa e qualitativa su **320 utenti** cui sono stati distribuiti i decoder
  1. Questionario iniziale di profilazione (scritto)
  2. Questionario di rilevazione aspettative (telefonico), appena ricevuto il decoder
  3. Questionario finale di valutazione del servizio (telefonico)
  4. 4 Focus group a Roma(2), Civitavecchia e Rieti (32 utenti coinvolti)

**Non solo usabilità:**

**task analysis**

**Quest. post-test**

**questionari**

**(2)**

**focus**

**Efficacia**

**Produttività**

**Sicurezza**

**Soddisfazione**

Task completati

Tempi

Affaticamento

Utilità percepita

Completezza dei task completati

% tempo produttivo

Produttività percepita

Numero di errori per unità di tempo

Efficacia percepita

Installazione (chi e come)

Numero di errori gravi per unità di tempo

Facilità di ricordo e di apprendimento percepita

Uso di T-Informo / DTT

tempo medio esperto / tempo medio utente standard

Congruenza con bisogni locali

gradevolezza

Servizi usati

Congruenza con bisogni familiari

Sicurezza percepita (costi, privacy)

Frequenza d'uso

Facilità di apprendimento

Congruenza con bisogni individuali

Comunicazione pubblica

Impatto sulla dieta mediale

Affidabilità

Relazione aspettative-giudizi

Qualità dei testi

Impatto sugli atteggiamenti

Help desk

Adeguatezza servizi - DTT

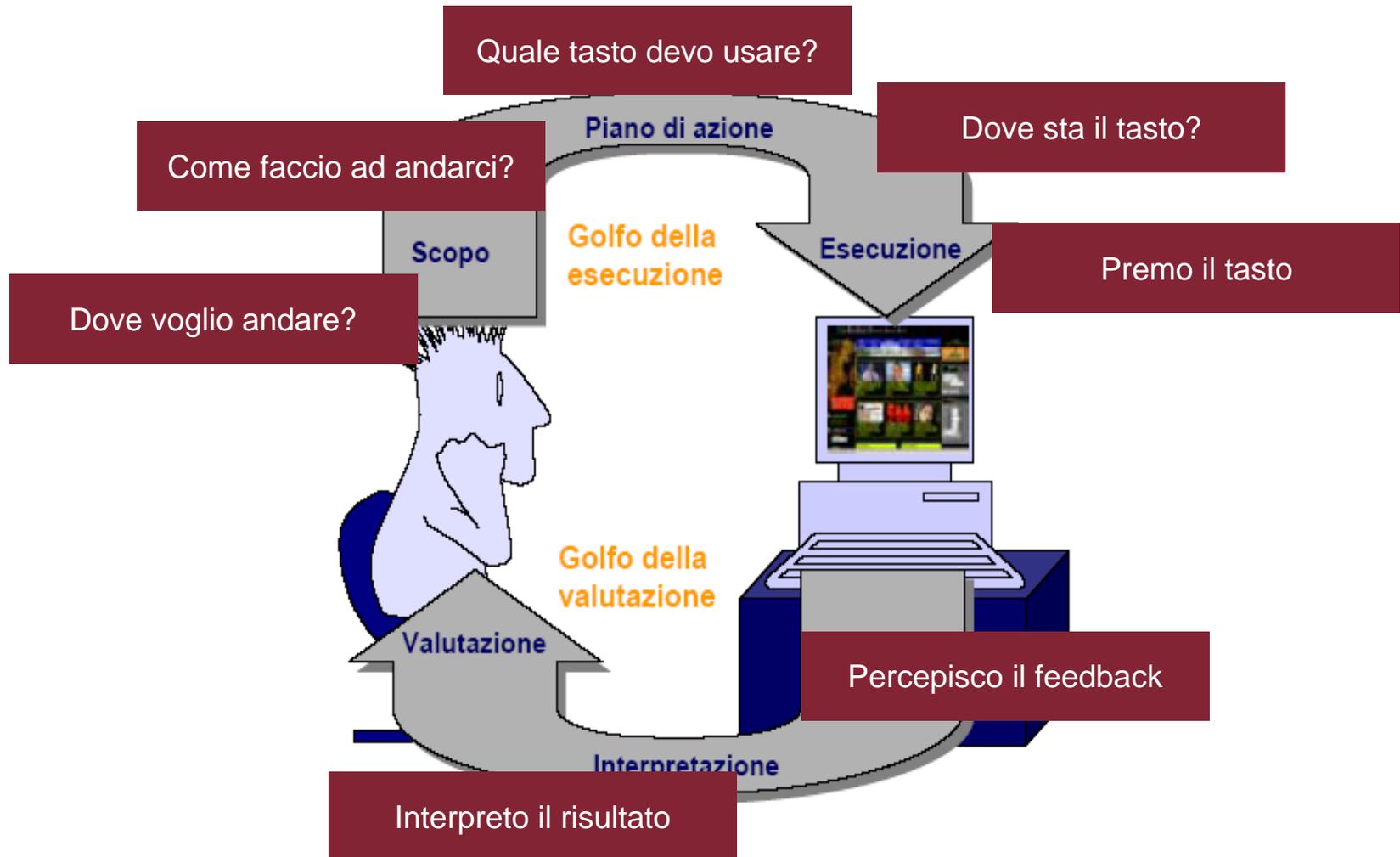
Autorevolezza

# Qualità in uso- La selezione degli indicatori rispetto alle dimensioni. Il questionario

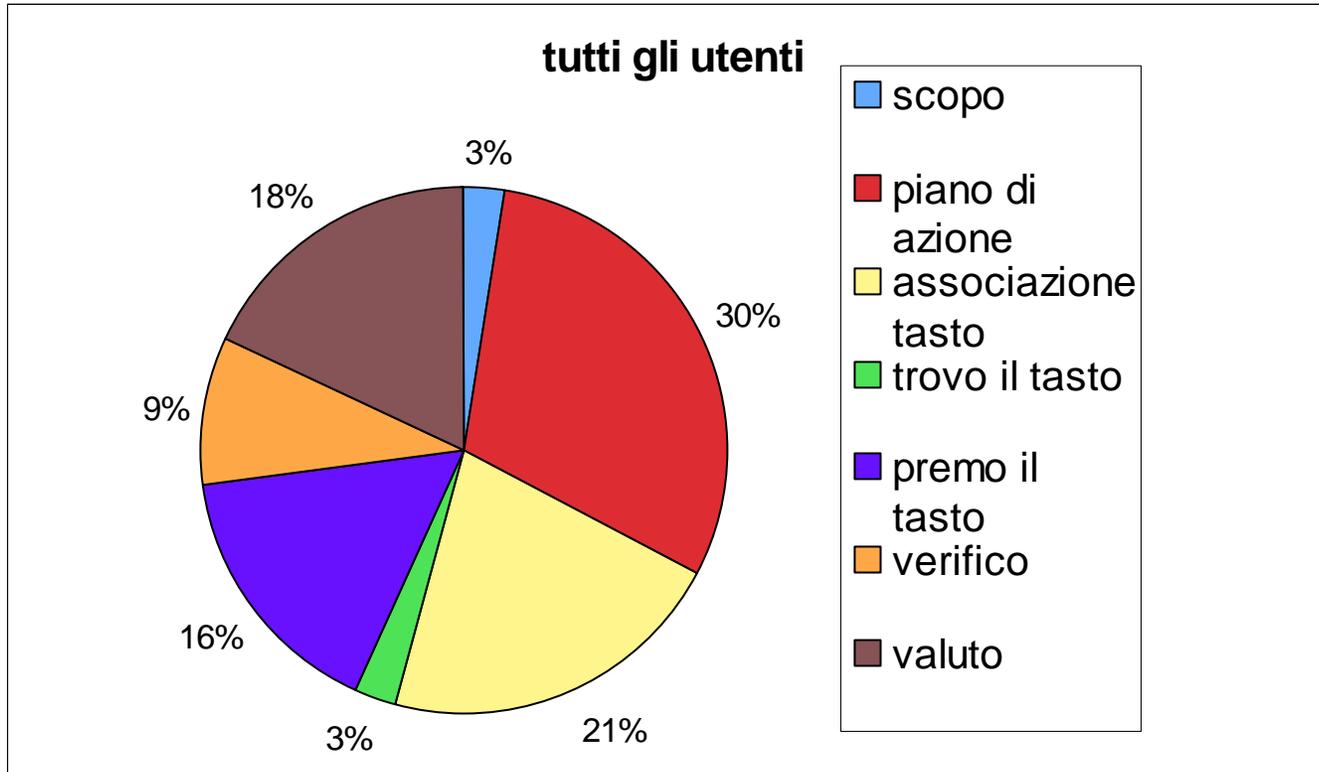
2° Questionario telefonico		
DOMANDA		DIMENSIONI QUALITÀ IN USO
1	Uso DTT	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
2	Motivazioni non uso decoder	<b>Efficacia , produttività, soddisfazione</b>
3	Indicazioni di miglioramento servizio	<b>Efficacia, produttività, sicurezza soddisfazione</b>
4	Uso DTT	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
5	Aspetti dtt apprezzati (in scala)	<b>soddisfazione</b>
6	Uso servizi interattivi. (da confrontare con Q2)	<b>Efficacia</b>
7	Motivazioni non uso	<b>Efficacia , produttività, soddisfazione</b>
8	Indicazioni di miglioramento/aspettative sui servizi interattivi	<b>Efficacia , produttività, sicurezza, soddisfazione</b>

9	Frequenza utilizzo servizi interattivi	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
10-12	Utilizzo diverse tipologie servizi	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
13-15	Frequenza uso servizi pubblica amministrazione/uso T-informo/frequenza uso T-informo	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
16	Sezioni più visitate: confronto con esigenze informative in Q2	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
17	Motivazioni all'uso: rilevano le attese (Verifica coincidenza con motivazioni uso tv in Q2)	<b>soddisfazione</b>
18	Produttività attesa	<b>soddisfazione</b>
20	Efficacia e produttività percepite	<b>soddisfazione</b>
21	Integrazione in dieta mediale	<b>Efficacia , soddisfazione</b>
22	integrazione in dieta mediale, autorevolezza (qualità attesa)	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
23-24	Qualità percepita	<b>soddisfazione</b>
25	Utilizzo cdr	<b>Efficacia, soddisfazione</b>
26	Facilità d'uso cdr	<b>Efficacia</b>
27	Motivi non uso cdr	<b>produttività , soddisfazione</b>
28	efficacia percepita, efficienza percepita, sicurezza percepita, comunicazione pubblica, gradevolezza	<b>soddisfazione</b>
29	Motivazioni non uso T-Informo	<b>Efficacia , produttività, soddisfazione</b>
30	Indicazioni di miglioramento/aspettative su T-informo (domanda aperta)	<b>Efficacia , produttività, sicurezza , soddisfazione</b>
31-32	Indicazioni in negativo su buon funzionamento decoder	<b>Efficacia , produttività, sicurezza</b>
33	Soddisfazione help desk	<b>soddisfazione</b>
34	Utilità percepita dei contenuti: qualità percepita.	<b>soddisfazione Efficacia</b>
35-40	Inserimento dtt nella dieta mediale	<b>efficacia</b>
41	Opinioni sull'esperienza	<b>soddisfazione</b>

# Dove sta il problema?



# Fase errore



# Test di usabilità: montaggio *picture in picture*

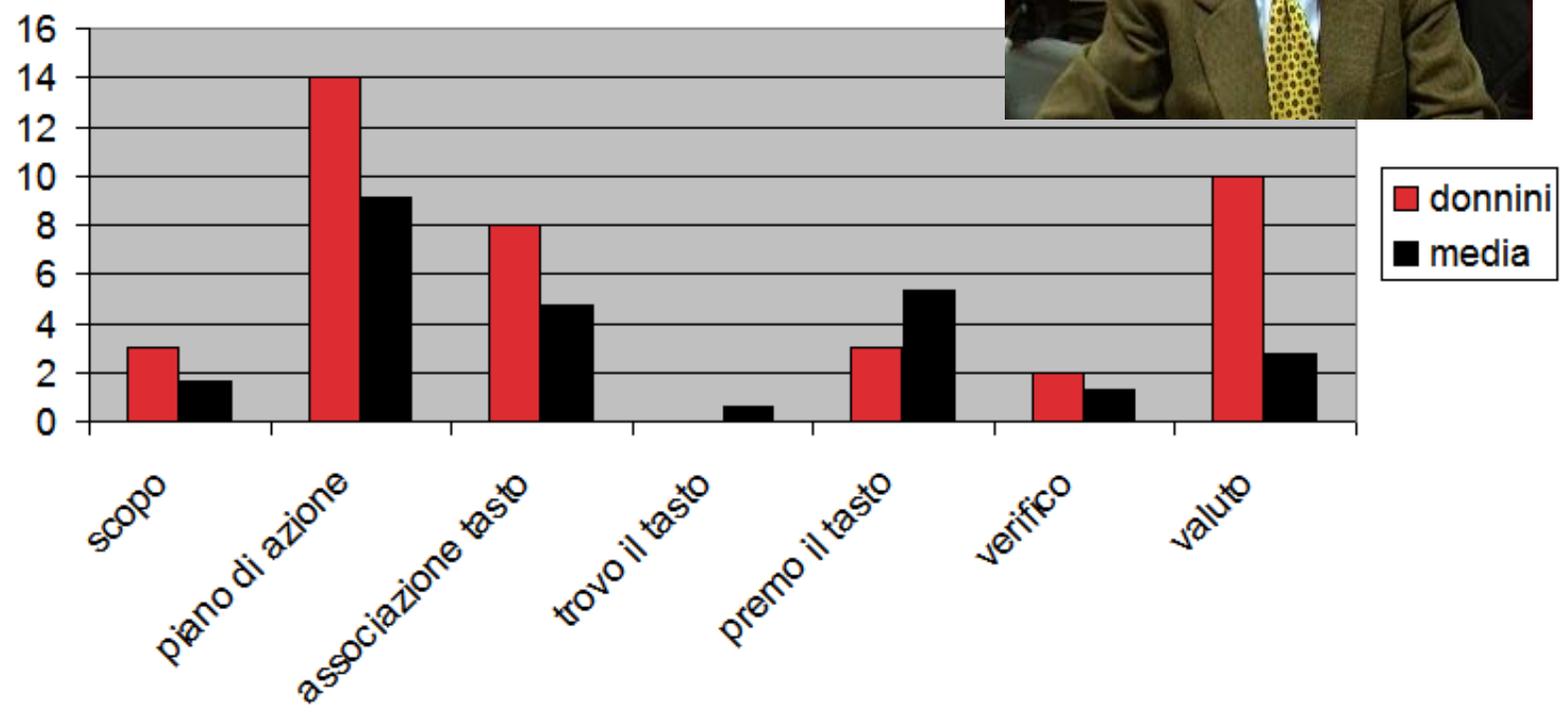


T-Informo: test di usabilità  
6-11-2006 - Cesare Fumiatti

Compito  
Cercare e utilizzare il servizio  
dell'ATAC chiamato 'Calcola  
percorso'



# Il profilo utente: dove si verificano errori



## Cosa abbiamo imparato

- Il digitale terrestre va gestito all'interno di un approccio multicanale
- Va limitato il ricorso al canale di ritorno: il disagio dell'utente può essere compensato solo da servizi a elevato valore aggiunto
- Le strettoie tecnologiche (limitata larghezza di banda, non standardizzazione dei device, arretratezza del STB, etc.) sono fortemente limitanti
- Il processo di “addomesticamento” del telecomando è complesso ma potenzialmente gratificante
- La sperimentazione deve lasciare rapidamente il posto alla diffusione di servizi molto semplici (del tipo super televideo) che possono favorire una socializzazione di massa alla comunicazione interattiva