

Sommario

Intro

Perché il mobile design?	7
Perché navighiamo su mobile?	10
Desktop vs Mobile	17

Mobile UX: la strategia

Mobile first	26
Scrivere per il mobile	33
Una sola azione in una sola schermata	42
Sopra la piega, sotto la piega	50
Touch Hierarchy	60
Le dimensioni contano	64
Attenzione al sovraffollamento	69
Immagini grandi, schermi piccoli	73
Mai lasciare usare la tastiera	77
Responsive web vs app nativa	85
Le notifiche push	91

Mobile UI: i pattern

La barra di navigazione	98
L'hamburger menu	100
La bottom navigation (o tab bar)	105
Le tab	107

I tipi di navigazione all'interno dell'app.....	110
La Splash screen	117
Filtri	120
La fase di onboarding	124
L'Aiuto contestuale	127
Fine	130
Chi sono	131
Linkografia	132
Bibliografia	134

Intro

Perché il mobile design?

Cominciamo con un po' di numeri.

→ Al mondo ci sono tre miliardi e mezzo di smartphone.

→ Un adulto in Italia spende in media due ore al giorno sul proprio cellulare;

→ Nel 2020 la pubblicità su mobile su scala globale ha rappresentato i due terzi di tutta la spesa in pubblicità sul digitale;

→ La percentuale di accessi tramite mobile a livello globale nell'ultimo anno è stata del 62% e si pensa che raggiungeremo il 75% nei prossimi cinque anni.

Numeri. Numeri che sono una media e per la verità ci sono settori in cui queste statistiche sono più basse: dipende dal mercato, dalla nazione, dal target e dall'uso che l'utente fa di quel particolare sito.

Ma quello che è certo è che navighiamo da smartphone e lo facciamo ogni volta che dobbiamo prendere una decisione. E questo non lo dico io, ma Google: che ci ricorda che il 90% di chi fa un acquisto online usa in modo incrociato desktop, tablet e mobile.

E che vuol dire questo? Vuol dire che andiamo al centro commerciale e vediamo un paio di scarpe che ci piacciono, lo cerchiamo rapidamente sul cellulare per leggere le recensioni. Magari non siamo così convinti e torniamo a casa finché sul nostro tablet non vediamo la pubblicità di quella marca che ci ricorda che quelle scarpe aspettano proprio noi:

andiamo in salotto, accendiamo il computer, tiriamo fuori la nostra carta di credito e acquistiamo. Bum. Scarpe comprate.

Siamo utenti mobile? Siamo utenti desktop? Siamo utenti tablet? Perché viviamo? Dove andiamo? Cos'ho mangiato stamattina? Domande di cui nessuno sa la risposta, ma questo ci insegna che ogni volta che ideiamo o progettiamo o sviluppiamo un sito e ci troviamo davanti a un computer, stiamo già vedendo il monitor sbagliato. Quello che abbiamo di fronte non è lo schermo che molti degli utenti vedranno per farsi un'idea del nostro sito.

Queste considerazioni ci danno un'indicazione precisa, ci trasmettono un imperativo, un dovere morale, che è: dobbiamo curare l'esperienza mobile, trattarla come una disciplina a parte, come un progetto a parte, a cui dedicare attenzione, tempo e denaro – il denaro preferibilmente del nostro cliente – ed ecco perché esiste il mobile design, ovvero il design dell'esperienza dell'utente di un sito web responsive o un'app mobile nativa.

Un designer specializzato in mobile design è in grado di progettare interfacce conoscendo bene i problemi e le esigenze di un utente mobile. E anche se abbiamo detto che non esiste un utente mobile separato da uno desktop, è anche vero che quando prendiamo in mano questo aggeggio malefico le nostre esigenze magicamente cambiano. Diventiamo più disattenti, acquistiamo di meno rispetto a quando usiamo il computer ma siamo più fidelizzati, più esigenti, più pretenziosi. Abbiamo meno tempo, ci dimentichiamo cosa stavamo leggendo, in quale pagina eravamo, in quale punto eravamo, non riusciamo a premere

i link con precisione e per ogni errore di navigazione insultiamo pubblicamente chi ha progettato quel sito: insomma diventiamo quello che viene definito “un utente mobile”.

→ Ma chi è l'utente mobile?

→ Perché sceglie di navigare da cellulare?

→ Quali sono le differenze con quello desktop?

→ Cosa cerca in una pagina responsive o un'app mobile?

→ Come usa il cellulare, dove posa lo sguardo, in che posizione si trovano i tasti che statisticamente preme di più?

→ Qual è il suo rapporto con la tastiera del telefono?

→ Come dovremmo disporre gli elementi nella pagina per far sì che legga veramente?

→ Come dobbiamo disegnare la navigazione principale, il menu, le tab, la splash, i filtri?

Domande, domande e ancora domande; ma per chi mi hai preso, un indovino? Decisamente no.

Mi chiamo Luca Panzarella e negli ultimi 15 anni ho aiutato aziende di qualunque dimensione a creare delle esperienze positive per gli utenti dei loro prodotti o servizi digitali, attraverso i loro siti web o applicazioni mobile e in questo libro parliamo di mobile design.

Si comincia.

Perché navighiamo su mobile?

Dunque, cominciamo da qui.

Cosa ci dice il cervello quando diventiamo un utente mobile? Perché scegliamo di usare il cellulare anziché un computer o un tablet? Certo, possono essere migliaia di ragioni per le quali lo facciamo e non le possiamo certamente elencare una per una, ma possiamo riassumerle in tre grandi macro-categorie. Eccole.

Micro-task

Usiamo il cellulare quando il compito che dobbiamo fare è estremamente piccolo, sia come sforzo cognitivo che fisico, per esempio:

- Siamo in fila al supermercato e abbiamo bisogno di appuntarci qualcosa;
- Siamo in un centro commerciale e dobbiamo leggere la recensione di un prodotto;
- Ci siamo appena svegliati e vogliamo vedere che tempo fa;
- Dobbiamo aggiungere un evento in agenda.

Insomma: siamo nell'ambito del micro-tasking, abbiamo in mente un obiettivo che dobbiamo portare a termine e vogliamo raggiungerlo nel modo più efficiente possibile. È un obiettivo che ha un inizio e una fine ben determinata: del resto vogliamo appuntarci la lista della

spesa, non scrivere il nostro primo romanzo.

Un sito web responsive o un'app mobile che sfrutta questa motivazione deve ottimizzare la navigazione avendo bene in mente l'obiettivo dell'utente, quella singola azione che per lui vale l'apertura del nostro sito o app e togliere, togliere, togliere tutto il resto.



Nell'app Accuweather, il dato sulla temperatura attuale occupa circa il 50% dello schermo.

Per esempio un'app di meteo deve comunicare una cosa sola: com'è il tempo in questo momento.

Certamente l'app farà anche altre cose: magari ci informa della temperatura di domani, il vento, i mari, i fulmini, tutto quello che vuoi. Dobbiamo però essere consapevoli che chi arriva a quel genere di in-

formazioni è una percentuale incredibilmente più bassa di chi vuole solo l'informazione primaria.

Chi accede a un'app di prenotazioni di treni vuole una cosa sola: prenotare un treno che va da una stazione a un'altra, nel modo più semplice possibile.

Qualunque altra informazione aggiuntiva sarà percepita come un ostacolo e più questi ostacoli saranno frequenti, più ci avviciniamo pericolosamente alla goccia che fa traboccare il vaso e alla chiusura della pagina o dell'app.

Qui e ora

La seconda motivazione per la quale navighiamo da cellulare è la seguente: vogliamo sapere cosa sta succedendo, qui e ora. Per esempio:

- Apriamo Google Maps e cerchiamo un benzinaio vicino;
- Apriamo Tripadvisor e cerchiamo un ristorante nei dintorni;
- Apriamo Eventbrite alla ricerca di un evento nei prossimi giorni;
- Apriamo Justeat perché vogliamo che ci consegnino un pranzo giapponese decente, al miglior prezzo e all'orario che decidiamo noi;
- Apriamo Trenitalia perché dobbiamo prenotare il treno che parte tra 10 minuti al binario 5 perché abbiamo perso la coincidenza.

Mentre la navigazione tramite computer è dedicata a task lunghe che non hanno alcuna connotazione temporale, quella mobile sottintende un'urgenza, la necessità di trovare qualcosa il più vicino possibile, il più presto possibile, il più comodo possibile.

Il GPS integrato ci permette con un semplice tap di ordinare per vici-

nanza i dati, operazione che è più semplice e più precisa da cellulare che da desktop, e non dobbiamo mai sottovalutare come la facilità d'uso possa influenzare la scelta di un dispositivo invece che un altro, o peggio ancora di un sito che fornisce un'esperienza migliore.

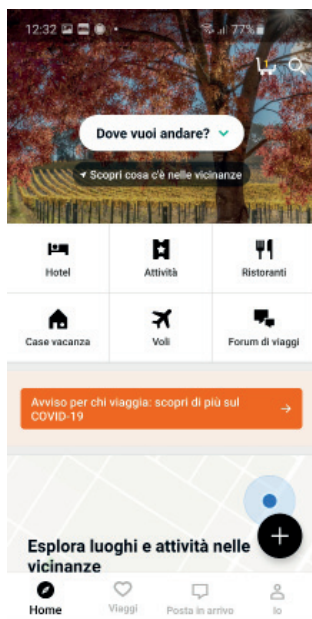


Il sito Deliveroo.it ci permette di inserire la nostra posizione con un semplice tap anziché digitare manualmente l'indirizzo.

La fotocamera ormai da qualche anno può leggere qualunque qr code e, sebbene questa tecnologia non si sia mai veramente imposta, durante la pandemia da coronavirus migliaia di ristoranti hanno dovuto trasformare il proprio menu cartaceo in uno digitale, disponibile proprio tramite qr code.

Insomma la tecnologia insita negli smartphone batte qualunque processore di un personal computer quando si tratta di ricerche nel tempo e nello spazio.

Un sito web responsive o un'app mobile che risolve questa esigenza ha il dovere di rendere la ricerca mobile quanto più semplice possibile, per esempio facendoci evitare di digitare un indirizzo o di selezionare le attività da fare nelle vicinanze.



La pagina principale dell'app Tripadvisor ci suggerisce di "scoprire cosa c'è nelle vicinanze", così da evitare una digitazione manuale.

Intrattenimento

La diffusione degli smartphone e la loro onnipresenza ha trasformato tanti momenti introspettivi in momenti ludici, come quando camminiamo, o quando stiamo aspettando l'autobus, e persino quando siamo a tavola con qualcuno.

In questo libro non parliamo dei problemi sociali del nostro tempo, ma è un dato di fatto che prendiamo in mano il cellulare ogni volta che ci sentiamo minimamente annoiati, proprio come la generazione precedente si metteva davanti alla tv facendo zapping, solo che noi lo facciamo ovunque, in situazioni in cui non per forza siamo da soli.

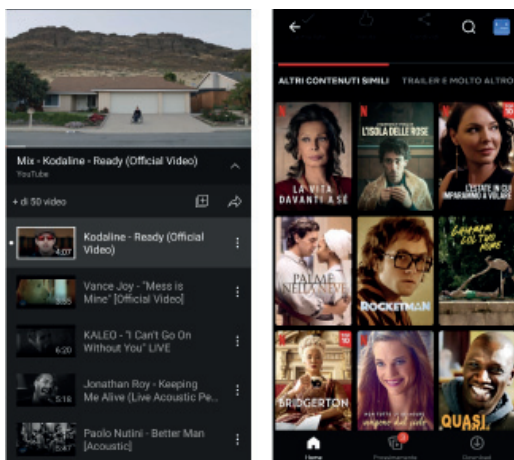
E se prima con la tv eravamo semplici spettatori passivi, oggi possiamo intervenire, chattare, influenzare nel bene e nel male chi ha postato quel contenuto.

Quando parlo di intrattenimento non mi riferisco semplicemente al mondo dei videogiochi, anche se comunque è un mercato che è cresciuto anche grazie agli smartphone, dato che il 60% di tutta l'industria dei videogiochi riguarda specificatamente il mobile gaming.

L'intrattenimento riguarda anche le testate giornalistiche, la musica, i social network: oggi il modo di usufruire di queste forme di intrattenimento si è frammentato e non leggiamo più un giornale ma un singolo articolo, così come non ascoltiamo più un album, ma scarichiamo una singola canzone.

Un sito responsive o un'app mobile che risponde a questa esigenza può sfruttare gamificazione, facilità d'uso ed emotional design per convincere l'utente a rimanere "giusto un altro minuto", guardare ancora una

puntata su Netflix, o un video correlato su Youtube, un ultimo video soft-porno su Tik tok, un'ultima imperdibile storia su Facebook che si autodistruggerà tra 24 ore.



A sinistra la playlist suggerita da Youtube, a destra i video correlati di Netflix.

In conclusione

Queste sono le tre macro-categorie alle quali il sito web o l'app mobile che stai progettando probabilmente appartiene. E certo sono regole che, almeno in parte, valgono anche per gli utenti desktop, e quindi la domanda è: ma qual è la differenza dell'esperienza di navigazione che posso fare su smartphone nei confronti di quella desktop? Ne parliamo nel prossimo capitolo.

Desktop vs Mobile

Entriamo più nel dettaglio e chiediamoci: ma cosa c'è di diverso tra un'esperienza desktop e una mobile? Possiamo racchiudere le differenze in cinque grandi categorie: le dimensioni, l'orientamento, la navigazione, l'ambiente e il focus.

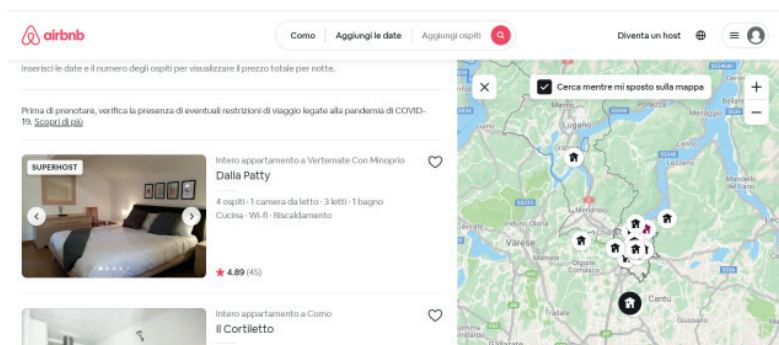
Vediamole insieme.

1. Dimensioni

Non so se te ne sei accorto: lo schermo dello smartphone è più piccolo rispetto a quello del computer.

In una versione desktop abbiamo spazio, molto spazio, e possiamo permetterci di:

- Usare due colonne una a fianco all'altra e fare in modo che l'elemento a sinistra sia collegato logicamente con quello a destra;
- Inventarci una sidebar dove mettere dei contenuti meno importanti oppure dove inserire la call to action principale;
- Mettere un testo descrittivo con accanto un form;
- Usare le mappe e creare un collegamento logico tra i contenuti sulla sinistra e la mappa sulla destra.



Su Airbnb.com l'elenco degli appartamenti sulla sinistra è legato concettualmente alla mappa sulla destra.

Su mobile dobbiamo dimenticarci di questa libertà.

Tutto viene incolonnato e non abbiamo granché spazio per mettere dei contenuti lateralmente. Ciò vuol dire che, se prima avevamo la possibilità di inserire un contenuto primario e uno secondario più o meno sullo stesso piano, su mobile dobbiamo fare una scelta: o uno o l'altro.

E che sia un sito responsive o un'app mobile poco importa: all'interno di questo dispositivo si scatena una guerra per accaparrarsi ogni singolo pixel disponibile.

E quali sono le possibili soluzioni? Possiamo progettare un layout partendo proprio dalla visualizzazione mobile. Oppure possiamo lavorare sul contenuto, inserendo solo ciò che è indispensabile e togliendo tutto il resto.

Parleremo di come fare questa scelta difficile nella prossima sezione legata alla UX mobile.

2. L'orientamento

Il secondo punto riguarda l'orientamento dello schermo: non solo quindi lo schermo è più piccolo, ma si sviluppa in verticale anziché in orizzontale. Questo cosa comporta?

→ Non possiamo più disporre il nostro messaggio su più colonne, ma ognuna di esse su mobile deve essere un blocco monolitico. Non possiamo contare sull'immagine accanto al testo per poter spiegare o enfatizzare ciò che abbiamo appena descritto a parole.

cominciate dell'aglio: potete peinarlo facilmente schiacciando con il palmo della mano prima di rimuovere la camicia **1**. Per il peperoncino fresco potete usarlo con i semi o in alternativa rimuoverli se preferite meno piccantezza **2**, prima di tritarlo finemente **3**.



Lavate i pomodori, asciugateli e divideteli in 4 parti **4**. A questo punto occupatevi della **pulizia del calamaro**: Vanno prima sciacquati sotto acqua corrente **5**, poi staccate la parte interne tirando il capo. Da quest'ultimo eliminate la parte bianca con la cartilagine; dalla testa invece togliete gli occhi e spremete il becco posto al centro **6**.



Preparate la salsa utilizzando una

*L'immagine centrale si riferisce al testo sopra o sotto?
Per saperlo dobbiamo per forza leggere il testo
per qualche secondo.*

→ Siamo costretti a fare una lunga attività di scrolling, andando in basso e in alto più volte per poter collegare logicamente ciò che abbia-

mo letto con l'immagine che stiamo vedendo o con il pulsante che ci chiede di acquistare.

La verticalità ci costringe a uno sforzo di memoria, sforzo che non esiste nel mondo desktop perché, avendo più spazio a disposizione, possiamo collegare logicamente testi, immagini i pulsanti.

Insomma l'orientamento verticale è una bella gatta da pelare, perché non solo il layout è più piccolo, non solo è diverso, ma dobbiamo prevederne uno che possa convivere con entrambi gli orientamenti: quello verticale mobile, quello orizzontale desktop.

E il fatto che un'app mobile nativa non abbia questo obbligo è già un ottimo motivo per cui riusciamo più facilmente a progettare un'app rispetto a un sito web responsive. La soluzione a questa problematica è quella di creare dei layout su mobile che non sono una semplice versione responsive, ma dei layout diversi da quelli desktop.

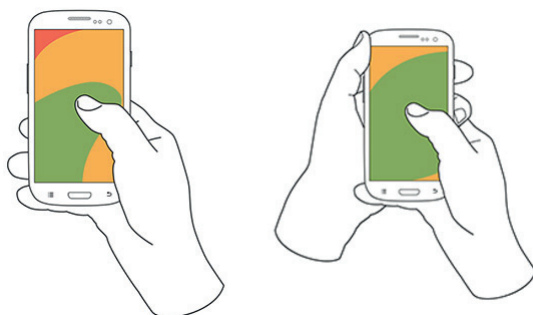
Anche di questo parleremo a lungo nei prossimi capitoli.

3. Navigazione e tastiera

Giusto per non farci mancare nulla, quando navighiamo un sito su desktop abbiamo a disposizione un mouse e una tastiera; su mobile invece l'unico strumento a cui possiamo fare affidamento è la nostra mano.

Il 49% degli utenti naviga usando solo una mano e solo il pollice.

Il 36% usa sì due mani, ma una regge il telefono e l'altra naviga, quasi sempre col pollice. Arriviamo così a un 85% di utenti che usa il cellulare così.



*L'85% degli utenti usa una sola mano
e solo il pollice per navigare.*

Su desktop siamo liberi di andare in giro per tutto lo schermo senza fare praticamente alcuno sforzo: possiamo andare in alto, in basso, posso lavorare di precisione e cliccare sulla “x” microscopica che è comparsa nell’angolo a destra. Inoltre grazie alla tastiera possiamo compilare facilmente dei form che chiedono tutto di noi: email, password, la nostra biografia, quello che ti pare.

Possiamo cliccare col tasto destro del mouse, creare delle multiselezioni, andare in hover e vedere un cambiamento dell’interfaccia che mi aiuta a capire che posso fare qualcosa con l’area in cui mi trovo.

Su mobile non possiamo fare nulla di tutto questo e la facilità con cui raggiungiamo certe aree dello schermo dipende solo da una cosa: la dimensione del nostro pollice.

E un dito per sua natura è uno strumento stupido, primitivo e impreciso, che si mette in mezzo tra la nostra vista e lo schermo. Questo è del resto uno dei principali motivi per cui finiamo per tappare sul

pulsante sbagliato, oppure tappiamo quando invece volevamo semplicemente fare un po' di scrolling.

Ricorda che queste non sono eccezioni: questa è la consuetudine.

La soluzione a tutto questo pasticcio è quella di cambiare il modo in cui diamo priorità alle cose: ne parliamo nel capitolo dedicato alla “Touch Hierarchy”.

4. Ambiente

Il quarto punto riguarda l'ambiente in cui l'utente si trova.

Quando siamo su desktop è probabile che ci troviamo in una stanza della nostra casa o comunque un luogo dove ci sentiamo al sicuro, magari stiamo ascoltando la nostra musica preferita, ci sentiamo più aperti ad affrontare possibili rischi e abbiamo tutto il tempo a disposizione per analizzare nel dettaglio la pagina che stiamo leggendo. Non a caso ad oggi la versione desktop rimane quella preferita degli utenti quando devono acquistare qualcosa.

Quando navighiamo su mobile ci troviamo in ambienti dinamici, confusionari, dove è difficile persino ascoltare la nostra stessa voce oppure la nostra lettura deve fermarsi dall'arrivo della metropolitana o da uno spintone ricevuto per caso.

Anche se ci troviamo a casa, quindi in ambienti conosciuti, non è detto che abbiamo a disposizione lo stesso tempo rispetto a quando navighiamo su desktop; pensa per esempio a delle situazioni in casa dove la nostra navigazione viene interrotta da un fattore esterno: il pranzo che è pronto, il citofono che suona. Il nemico a volte arriva all'interno

dello stesso cellulare: telefonate, sms, notifiche.

Insomma, la navigazione mobile è per sua natura più frammentata, più caotica, più superficiale. La soluzione a tutto questo è creare delle pagine che mettano in primo piano dei contenuti essenziali per l'utente. Non è che non ci sia spazio per i convenevoli, non c'è spazio nemmeno per tutte le voci di menu, per dire.

Dobbiamo tagliare con l'accetta e senza pietà ogni forma di vita che non sia essenziale affinché l'utente decida di compiere l'azione che lo porterà al passaggio successivo.

Un lavoro difficilissimo perché presuppone il sapere con assoluta certezza cosa voglia l'utente e noi a stento sappiamo cosa vogliamo noi dalla vita. Ma questo è un tema per un altro libro.

5. Multi-tasking

L'ultimo punto è il multi-tasking.

Su desktop siamo abituati a fare un po' come ci pare: abbiamo un tab aperto con Youtube e le nostre canzoni preferite. Il nostro software con cui scriviamo i testi. Il sito che stiamo navigando perché ci serviva la risposta a un dubbio tecnico che avevamo. La chat aperta con un nostro amico.

Su mobile no.

Non solo ogni applicazione compete con tutte le altre e l'utente deve quindi scegliere, in modo lineare ed esclusivo, quale applicazione aprire per prima.

L'utente mobile si trova costretto in uno spazio ridotto, senza mouse,

senza tastiera, di solito in ambienti dinamici e può concentrarsi solo a una cosa per volta.

Insomma, l'utente mobile è come la maggior parte di noi maschiotti: non sa fare più di una cosa alla volta.

In conclusione

Impaziente, distratto, goffo e senza strumenti di precisione: l'utente mobile è decisamente meno attrezzato di un utente desktop e ha meno probabilità di terminare il compito che si era prefisso.

Ed è qui che entra in gioco la nostra professionalità: che tu stia facendo un sito responsive o un'app nativa, hai il dovere di imparare a comunicare per le esigenze specifiche dell'utente mobile e dovrai fare in modo che ogni singolo elemento presente nel layout abbia un buon motivo per stare lì dove lo hai messo.

In poche parole, dovrai comunicare nel modo più semplice e immediato possibile, e siccome so già che non hai dato molta retta a queste parole, ho pensato per te un'intera sezione dedicata a questo: parliamo di Mobile UX design.