

Analisi possibili scenari – studio del target

Il robot "E2" è stato progettato per essere utilizzato in ambito fieristico.

La struttura delle fiere è abbastanza universale, diversamente dagli argomenti trattati che spaziano tra molteplici campi di applicazione. I temi illustrati si destreggiano tra specifici settori lavorativi, come quelli edili, tessili, nautici ed elettronici. Anche le fiere dedicate agli hobbisti, all'infanzia e alle famiglie si prestano perfettamente per l'impiego del robot E2.

Come intuibile, il robot "E2" svolgerà determinate funzioni e assumerà determinati atteggiamenti in base al tipo di utenza con cui dovrà interagire.

Proveremo ora ad analizzare qualche specifico campo fieristico cercando di individuare le diverse caratteristiche a cui dovrebbe rispondere "E2":

CAMPI D'APPLICAZIONE

Se prendiamo in considerazione quelle che potremmo definire come "Fiere famiglia", in cui rientrano nuclei familiari compresi nel range che va da 0 a 90 anni, contenenti oggettistica per la casa e il giardino, passando per i prodotti per l'infanzia, è chiaro che "E2" avrà il compito di intrattenere gli utenti con i suoi comportamenti predeterminati.

ASPETTO

L'aspetto del robot non è un fattore da sottovalutare e si dovrebbe cercare, in fase di sviluppo, di riuscire a trovare un connubio tra fiaba e fantascienza, fattore indispensabile per accontentare sia la categoria dei più piccini che quella del pubblico adulto.

METODOLOGIE DI IMPIEGO PER GLI ADULTI

E2 dovrebbe funzionare come una guida turistica per famiglie, pratica e rapida, accompagnando i nuclei familiari attraverso il percorso fieristico più idoneo per poi lasciarli presso lo stand successivo e prendendo in consegna una nuova famiglia da guidare.

Durante il trasferimento da uno stand all'altro, E2 potrebbe occuparsi dei figli più piccoli intrattenendoli con dei passatempi, e una volta arrivato a destinazione, potrebbe tornare ad occuparsi degli adulti esponendo i contenuti dello stand che si accingono a visitare.

La difficoltà principale potrebbe essere proprio quella di riconoscere l'età dei soggetti con cui E2 desidera interagire, problematica che comporta l'impiego un diverso atteggiamento da parte del robot verso gli utenti interessati. Sarebbe notevole poter valutare il grado di interesse delle persone accompagnate, con la possibilità di concentrare il proprio lavoro sul particolare individuo disinteressato o momentaneamente insofferente, in modo da ghermire la sua attenzione e proseguire il tour tenendo vivo l'interesse dell'intero gruppo.

Quando E2 avrà terminato la sua funzione di cicerone, ritornerà alla base attraverso una funzione di riconoscimento ottico o di un sistema di "gps" e ricomincerà la sua avventura con un'altra famiglia.

La fiera potrebbe essere addirittura divisa in reparti dove svariati robot E2, con caratteristiche estetiche differenti, abbiano un'area di azione ben definita e dei caratteri di presentazione diversi in modo che i partecipanti possano seguire tutto il percorso fieristico in compagnia di queste presenze simpatiche e diverse nell'aspetto e nell'atteggiamento.

METODOLOGIE DI IMPIEGO PER I BAMBINI

Si potrebbe pensare di utilizzare "E2" anche per le "Fiere per Bambini" e qui non si parlerebbe solo di Fiere ma anche di ipermercati, centri commerciali, asili, aeroporti e aziende dove sia previsto uno spazio per i

figli dei dipendenti e qui l'aspetto di "E2" dovrebbe essere molto più accattivante della versione per adulti, proprio per il particolare ruolo che andrà a coprire; ruolo semplice da una parte e complesso da un'altra.

Più semplice in quanto i soggetti a cui dovrà rivolgersi rientrerebbero in una fascia di età più omogenea, più complessa in quanto si aggiungerebbe al suo compito quello di far divertire e visto che l'educazione deve sempre ed in ogni modo entrare nelle metodologie che vengono prese con i bambini, possiamo aggiungere anche una interazione a scopo educativo che potrebbe andare da quello lessicale e linguistico a quello dei giochi di immaginazione e di costruzione, avvicinando la sua figura a quella di un esperto baby-sitter.

"E2" potrebbe essere programmato per una piccola caccia al tesoro, per raccontare storie chiedendo ai piccoli di partecipare con della mimica o altro .

Qui potrebbe non essere necessario un sistema gps per il posizionamento del robot ma ci si potrebbe affidare esclusivamente ad un sistema di orizzonte visivo.

METODOLOGIE DI IMPIEGO PER PROFESSIONISTI/HOBBISTI

Il target associato alla maggior parte delle fiere è realizzata per la partecipazione di professionisti o hobbisti di un determinato settore. Controllando, ad esempio, gli eventi schedati dalla "Fiera Milano" si vede che la maggior parte sono riservati ad un settore di professionisti. Questi settori sono svariati, si va dalla meccanica all'informatica, dal design agli abiti da sposa. Spostandosi su fiere di dimensioni più piccole e un po' provinciali, "vanno di moda" fiere dell'artigianato, dell'agricoltura, dell'elettronica e del radioamatore. Un po' per la dislocazione non proprio comoda, un po' per la dimensione della fiera, questi eventi sono organizzati specialmente per un pubblico di hobbisti e appassionati.

Focalizzare il progetto su un target di questo tipo prevede di conoscere bene il settore di persone con cui andrà ad interagire il robot. Infatti l'approccio che bisogna avere con uno stilista è sicuramente diverso quello che bisogna avere se si interagisse con un ingegnere. Questo sia per la personalità differente delle due figure che per la differenza di prodotti da presentare. Per gli hobbisti la differenza non starebbe molto in come colpire la persona, ma più che altro nel come presentare il prodotto. Infatti come visto prima, le fiere hobbistiche spaziano in vari campi e l'approccio per convincere le persone a vedere un determinato prodotto o ad essere portate verso un determinato stand dipende molto dal settore della fiera. Un progetto di questo tipo dovrà essere riadattato notevolmente per ogni nuova fiera in cui il robot verrà utilizzato. Riadattare il robot per le nuove situazioni potrebbe prevedere un nuovo studio del settore e la modifica di gran parte del progetto iniziale.

Iniziamo ora ad analizzare la personalità dei professionisti che visitano una fiera. Questi, di solito, non vanno a farsi un giro e passare un po' di tempo ma vanno già con un'idea mirata in testa sapendo già che stand visitare e a che dibattiti partecipare. Convincere un tecnico del settore a cambiare il suo piano preimpostato e portarlo a visitare ciò che vogliamo noi può essere un lavoro arduo. Spesso il tempo che un professionista può dedicare a visitare i vari stand è abbastanza breve, magari perché poi ha qualche riunione o qualche incontro importante. Quindi vedere un robot che tenta di convincerlo potrebbe considerarlo una perdita di tempo e quindi saltarlo a piè pari senza nemmeno concedergli un po' di tempo.

Dall'altra parte gli hobbisti che vengono ad una fiera lo fanno molto spesso per farsi un giro e per vedere le novità nel campo. Questi magari prendono addirittura un giorno di ferie apposta per girarsi con calma la fiera, o molto spesso queste fiere vengono fatte nel week-end in modo da permettere, a chi coltiva il suo hobby fuori dall'ambito lavorativo, di visitare la fiera con tutta calma. In questo caso non esiste più un problema di tempo che la persona non può dedicare al robot. Spesso potrebbe accadere, maggiormente in fiere tecnologiche, che, incuriosito, sia l'hobbista stesso ad avvicinarsi al robot. A questo punto rimane lo stesso il compito di convincerlo di persuaderlo e convincerlo.

Il problema di riuscire nella persuasione è molto importante. Infatti, una volta riusciti a fermare una persona e a farci dedicare del tempo inizia il compito più difficile, ossia farle raggiungere lo scopo che abbiamo in mente. Ancora una volta con un professionista del settore la cosa rimane abbastanza complicata. Esso è molto afferrato nel campo per cui, magari, quello che vogliamo proporgli già ne conosce bene sia i pregi che i difetti. Sentendosi quindi raccontare cose che ha già letto o approfondito in altro modo potrebbe abbandonarci prima di aver compiuto il nostro scopo. Anche nell'hobbista questa cosa può accadere, però con minor probabilità. Un hobbista si interessa del campo solo nel tempo libero, quindi è più facile che gli sia presentato qualcosa di cui non ha ancora sentito parlare o che ha visto qualche volta

ma non ha avuto il tempo di approfondire. Da questa prima analisi sembrerebbe più facile riuscire a raggiungere il nostro scopo con una persona che ha l'hobby di un determinato campo che una che in quel campo ci lavora.