

DEE*straction*_Wait for fun

Intrattenimento nelle stazioni Ferrovie Nord Milano

1#

RICERCA

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEEstraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

(_ESTRATTO DALLA PRIMA FASE DI RICERCA)

_DEFINIZIONE AREA TEMATICA

Tempo libero: “Tempo di vita complementare a quello destinato al lavoro di cui l’individuo può disporre con discrezionalità di scelta in maniera più o meno attiva per fini creativi o ricreativi”

Intrattenimento: L' intrattenimento è un'azione, un evento o un'attività che ha come scopo quello di divertire e interessare un pubblico (il "pubblico" può essere composto anche solo da una persona). Questo pubblico può avere un ruolo passivo, come nel caso di uno spettacolo teatrale, o attivo, come nel caso di un videogioco.

2 

Il tempo libero include l’intrattenimento che ne riveste il sottogruppo principale.

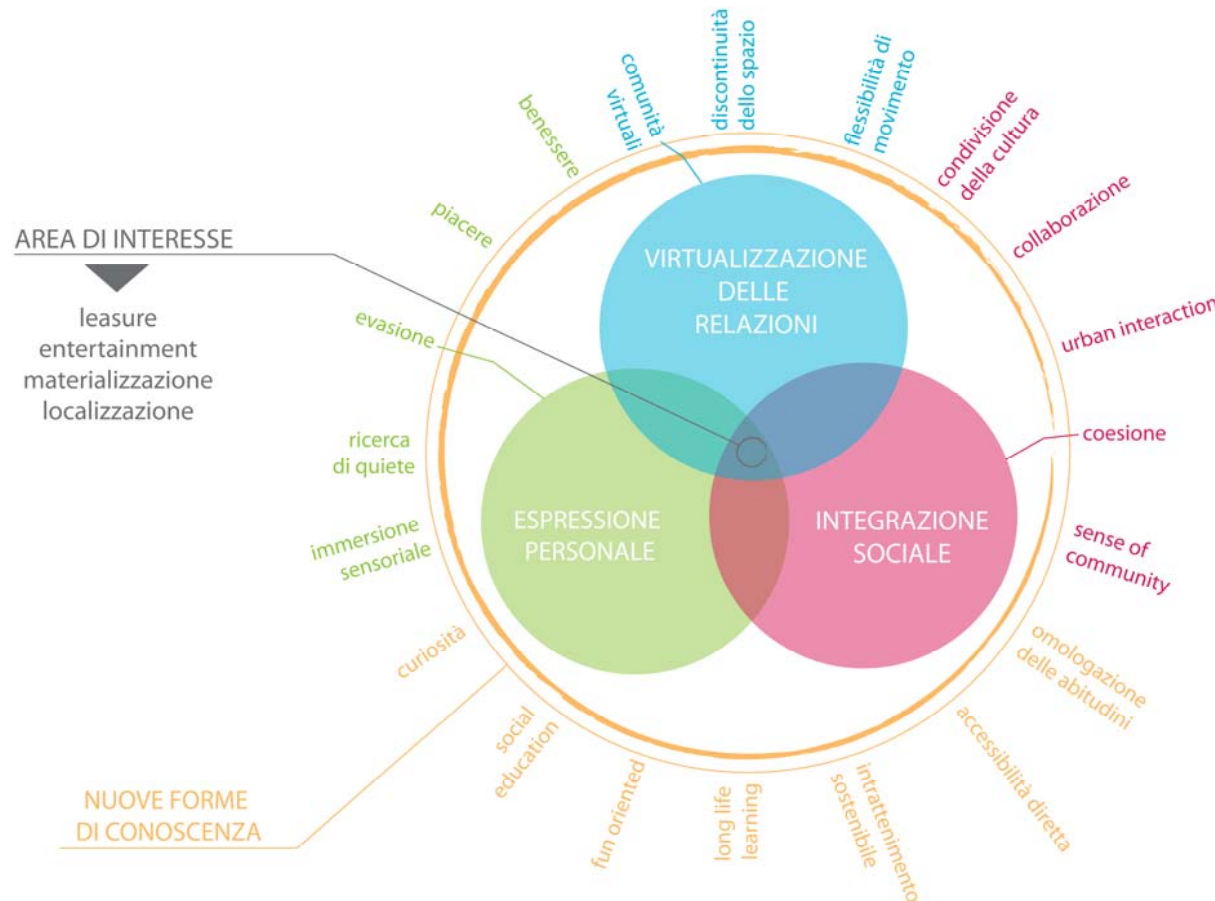
Per sintetizzare al meglio la direzione che abbiamo deciso di seguire, legata alla progettazione di nuovi scenari di leisure/entertainment, abbiamo elaborato una seconda mappa “semplificata” e sintetizzata rispetto alla precedente, in cui si evidenziano le aree in cui abbiamo riscontrato maggiori potenzialità progettuali.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

_TAG CLOUD



Esempio di Servizio Leisure/entertainment

Cosa: Public Design Party

Quando: chiusura del Fuorisalone 2010 (17 aprile)

Chi: Esterni

Dove: Hangar Bicocca

Perché è interessante: perché trasforma la classica immagine della festa collettiva in un momento di intrattenimento collettivo che coinvolge direttamente il pubblico in un ruolo attivo stimolando la sua creatività.



E' interessante segnalare come molte attività di leisure/entertainment siano molto individuali e personali, quasi a voler evitare di ricevere influssi dal mondo esterno, soprattutto nelle attività legate alle realtà cittadine.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zabot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Abbiamo definito le tre macroaree principali che rivestono, secondo il nostro punto di vista, le tematiche di maggiore interesse per lo sviluppo di nuovi servizi legati alla città: virtualizzazione delle relazioni, integrazione sociale ed espressione personale.

SECONDA FASE DI RICERCA

Al termine della prima fase del Laboratorio abbiamo definito quelle che erano le aree tematiche per noi di maggiore interesse:

- Integrazione sociale
- Espressione personale
- Nuove forme di conoscenza

5 #

Abbiamo inoltre ritenuto utile inserire la relazione tra le attività virtuale e le reali e la possibilità svolgere attività singolarmente per poi condividerle con la community.

Abbiamo iniziato a valutare alcuni casi studio che riportiamo di seguito:

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

CASI STUDIO (presenti nel Blog Citylab)

Silent rave: flash mob che riunisce persone per ballare ad ascoltare musica con le cuffie



Guerrilla eating: Locali e bar recensiti da blog o community



Cena con delitto: commensali coinvolti a risolvere il caso, collaborando e giocando assieme.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Bloguerrilla: Originali esempi di piccoli o grandi avvenimenti accaduti in varie parti del mondo (pubblicità, propaganda, protesta, volontariato ...)



Alfa Romeo eventi e storia: Raduno per il centenario del marchio Alfa Romeo. I partecipanti si organizzano attraverso una community sul web.



7#

Club per pendolari: club di alto livello, pensato per coloro che abitualmente si spostano per lavoro da Milano a NY

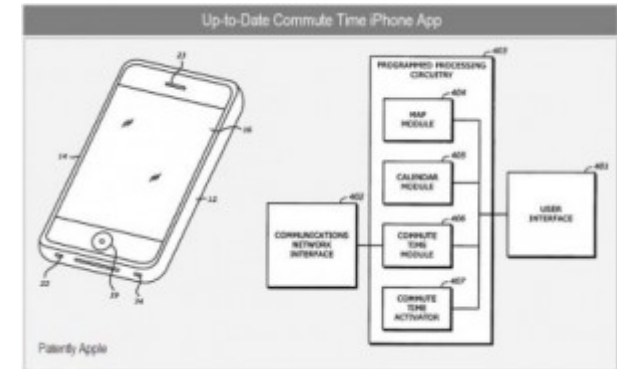


LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zabet_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Pendolare? c'è un App: Applicazione di iPhone che avvisa le persone in attesa del ritardo dei mezzi



8#

Tube entertainment: Esibizione di ballo fatta da ragazzi nella metro di Londra

Quiz di Milanestà: Visione di vecchie foto di zone milanesi e conseguenti risposte dei partecipanti



LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

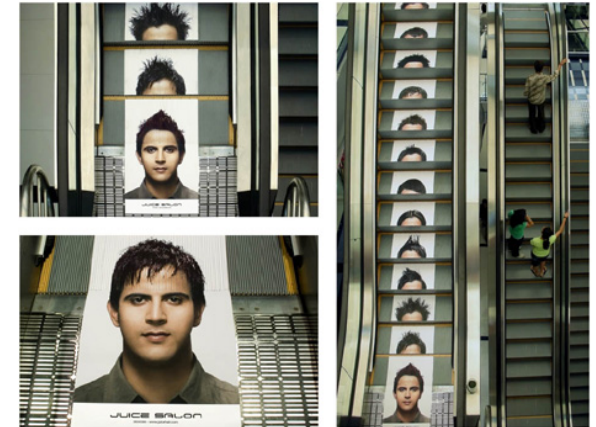
Educazione dei pendolari: cartelli nella metropolitana di New York: suggerimenti su temi generali



La lavagna magica: Usata come pubblicità del detersivo sbiancante Tide; le persone con un pennarello potevano scrivere o disegnare qualsiasi cosa, avendo poi la possibilità di cancellarlo con una semplice barra in metallo.



Varietà di tagli: Installazione sulle scale mobili di una serie di immagini; alla base c'è un'immagine fissa di un viso e ad ogni scalino corrisponde ad un taglio di capelli diverso.



10 卍

Tube Motocross Racing: Lasciare il proprio posto agli anziani e ai disabili non è mai stato così divertente. Restando in piedi è possibile interagire con i sostegni dell'autobus che, ruotando, permetteranno di giocare ad un videogame di motociclette visibile sullo schermo.



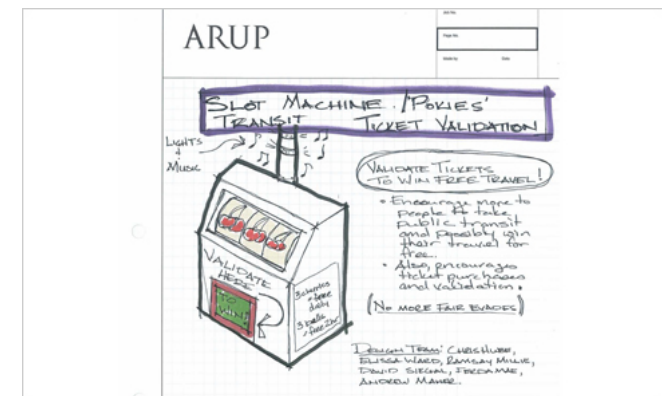
LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

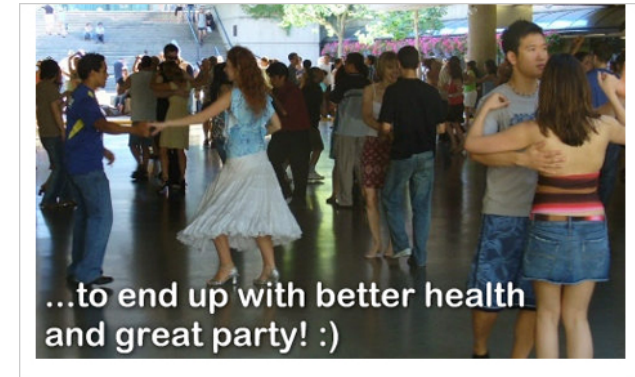
Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Snapshot crossing: Cosa può rendere meno fastidiosa l'attesa della luce verde al semaforo? 15 secondi di fama! Attraversando con la luce verde infatti una fotocamera scatterà una fotografia mentre i pedoni camminano e proietteranno una di esse su uno schermo posto su una casa vicina.

Transit Ticket Validation Slot Machine: incoraggiare i passeggeri ad utilizzare i mezzi pubblici pagando regolarmente il biglietto? Possibile con questa slot machine che convalidando il biglietto del passeggero azionerà il meccanismo che porterà un fortunato a vincere ricchi premi!



Dancing Lessons: le abitudini salutiste dei giovani vengono sempre a meno. Per stimolare le persone a fare movimento si arriva persino a sfruttare le pause tra una lezione e l'altra all'interno degli istituti scolastici, proponendo piccole lezioni di danza che verranno visualizzate su appositi schermi e diffuse in audio per tutto l'istituto tramite speciali cuffie a disposizione degli studenti

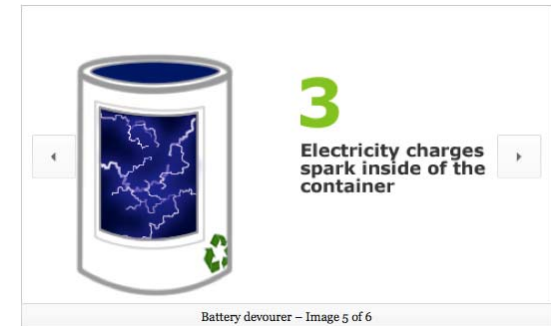


The recycling ticket machine: un problema che necessita soluzione in Argentina (ma un po' in tutto il mondo) è l'uso sconsiderato che i passeggeri fanno dei biglietti dei mezzi pubblici dopo aver completato il loro percorso. Molto spesso infatti si possono vedere accartocciati lungo i marciapiedi proprio nei pressi delle fermate degli autobus. Come stimolare le persone a fare attenzione a questi piccoli pezzi di carte apparentemente inutili? Un po' come per la slot machine vista in precedenza, questa macchina distribuisce premi ai più fortunati, ma questa volta il meccanismo di attivazione è proprio il biglietto stesso, che inserito al suo interno verrà poi riciclato in un secondo momento. Specchi distorsori alle fermate degli autobus possono sicuramente rendere più gradevole un'attesa che molto spesso si protrae per colpa del traffico. Una soluzione semplice ma molto efficace.

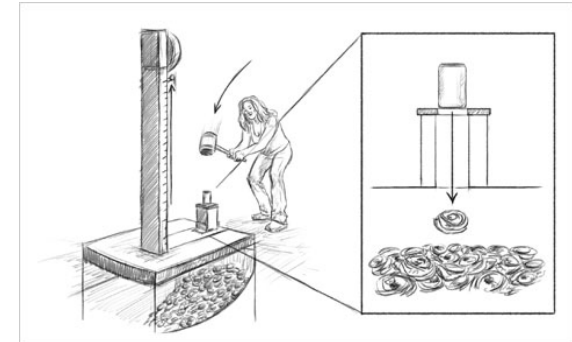
Clever Bin: questo cestino è così grato per il contributo ecologico che viene dato quando si butta un rifiuto che non resiste alla tentazione di dirtelo. Ogni volta che un rifiuto viene gettato al suo interno si potranno ascoltare piccole frasi di ecologia o piccoli consigli su come contribuire per rendere il mondo un luogo più pulito.



Battery devourer: L'idea nasce per incentivare il riciclo di materiali meno comuni come le batteria, che spesso finiscono nel contenitore sbagliato intaccando il processo di riciclo originario. L'idea è quindi quella di disegnare un contenitore speciale con una sezione trasparente verrà visualizzata l'immagine di una piccola esplosione ogni volta che verrà gettata al suo interno una batteria.



Crushing cans can help! Sei abbastanza forte? Il gioco non è nuovo ma l'intenzione sì. Il problema da risolvere in questo caso era quello relativo alle lattine di alluminio spesso abbandonate in ogni angolo quando in giro per la città avviene un evento particolare come una grande festa. La soluzione è stata quella di trasformare il rifiuto in attrazione, costruendo una struttura che permette di riciclare tutte le lattine e allo stesso tempo divertirsi. Basta guardare la foto per capire.

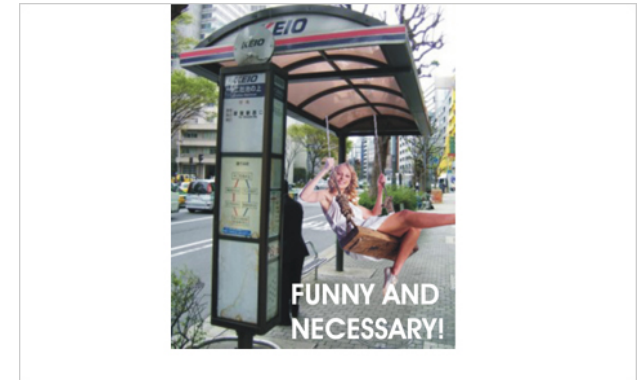


Paper-Brings-Paper: si può stimolare le persone a riciclare più carta? La soluzione è un cestino differenziato che “funziona” a peso. Più carta viene gettata, più alto sarà lo sconto su altri giornali e riviste prodotti con carta riciclata in precedenza.



Bus Non Stop: trascorrere piacevolmente gli interminabili minuti che passano nell'attesa dell'autobus? La soluzione è sostituire le scomode panchine con delle divertenti altalene.

Scorrendo tra i vari casi studi, presentati soprattutto nel sito thefuntheory.com, ci eravamo inizialmente soffermati sulla possibilità di integrare l'aspetto ecologico-ambientale a quello dell'intrattenimento come principio economico per attivare il servizio. Analizzando meglio questa possibilità non è stato possibile creare dei legami tra le due macro aree. Ci siamo pertanto orientati sulla scelta di trovare un altro promotore che potesse supportare l'iniziativa.



Al termine dell'analisi dei casi, abbiamo puntato su servizi di intrattenimento legati ad attività di gioco in spazi aperti partendo da comunità di giocatori; il nostro era un servizio sulla falsariga dei "giochi senza frontiere" in cui squadre si incontravano e la competizione era basata su una serie di giochi di abilità e resistenza. Tuttavia questo genere di attività viene già svolto, in maniera frammentata in diversi luoghi della città; probabilmente non si sente l'esigenza di riunire le persone per svolgere suddette attività e questo comporterebbe inoltre problemi di sicurezza.

Siamo tornati al punto di partenza, provando ad individuare altre comunità di riferimento a cui proporre attività che da svolgere individualmente per poi condividerle. Abbiamo pensato a tutti i cittadini della città, giovani, che desiderano esprimere al propria opinione scrivendo su social network, blog, e siti in cui è richiesta la partecipazione del pubblico; in questo caso il problema è stato trovare un'idea innovativa e brillante, che andasse al di là dello "speaker's corner". La possibilità di organizzare degli spazi, su tutta la città, in cui intervistare le persone per poi crearne un format televisivo è sembrato un progetto troppo banale e noioso.

Abbiamo così deciso di ritornare al punto di partenza, individuare comunità di riferimento, questa volta non già organizzate in blog e siti, ma accomunate da attività ed interessi comuni.

Ci siamo concentrati sui pendolari e sui viaggiatori delle ferrovie e metropolitane di Milano e provincia: queste persone svolgono in maniera più o meno abitudinaria tragitti per spostarsi. Soprattutto utilizzando le Ferrovie Nord – che compiono tragitti più lunghi – è emerso che i tempi di attesa sono spesso lunghi e variabili a causa di un servizio con notevoli carenze.

I viaggiatori abituali spesso si attrezzano con libri o quotidiani da leggere durante le lunghe attese, ma spesso la noia pervade i viaggiatori.

Abbiamo così deciso di concentrarci sulle attività di intrattenimento nel momento dell'attesa dei treni delle Ferrovie Nord, poiché risultano essere i mezzi con maggiori tempi di attesa e spazi a disposizione. Una volta definito il campo d'azione, abbiamo iniziato a cercare differenti attività che si potessero svolgere secondo determinati vincoli: spazi relativamente contenuti, tempi brevi e generale apatia delle persone.

_ PREREQUISITI

Il servizio deve essere divertente, veloce, deve generare un principio economico e deve essere diverso da ciò che attualmente si può fare in questi momenti: si leggono quotidiani e libri, si ascolta musica, si telefona, si dorme, ci si annoia, si conversa, si passeggia, si gioca con il telefono, si lavora al PC, si naviga in internet .

Il nostro servizio deve aprire la possibilità di svolgere attività abilitanti soltanto in questi spazi.

PROGETTO DEExtraction_ Wait for fun

Il nostro è un servizio pensato per creare un'alternativa di intrattenimento a coloro che aspettano il treno in alcune stazioni delle Ferrovie Nord di Milano: Cadorna, Garibaldi, Bovisa (ma replicabile anche nelle altre stazioni dell'area milanese).

All'interno delle stazioni, in luoghi caratterizzati dal brand Radio DeeJay (e dalla sua musica), i viaggiatori, potranno trascorrere qualche minuto svolgendo diverse attività, tra cui giochi, cruciverba, quiz, configuratore di look, concorsi fotografici e demo di nuovi prodotti.

All'interno dello spazio **DEExtraction**, oltre a Radio DeeJay, altre aziende potranno presentare le ultime novità e conferire vantaggi a coloro che accedono ai servizi.

Oltre alla possibilità di fare esperienze esclusive, grazie alla piattaforma personalizzabile, l'utente potrà partecipare a concorsi a premi: sarà sufficiente accedere a questi spazi, registrarsi con mail e password (login di MyDeeJay) e scegliere l'attività desiderata.

Accedendo alla propria pagina si potranno occupare i momenti di attesa in maniera semplice e differente: al termine, le attività verranno salvate ed i punti caricati nel profilo dell'utente che, al raggiungimento di determinate soglie, potrà ricevere premi fedeltà.

L'attività può durare al massimo 10 minuti, per garantire a tutti la possibilità di usufruirne; al contrario si potrà continuare ad ascoltare Radio DeeJay, semplicemente inserendo le cuffie negli appositi jack.

_IL NOME E LA PARTNERSHIP

Con questo nome, intendiamo trasmettere immediatamente alcuni punti sui quali ci siamo focalizzati: distrazione, divertimento, attesa, partner abilitante, appartenenza a comunità.

Approfondiamo gli ultimi due punti per spiegare la presenza di un marchio importante come Radio DeeJay: abbiamo ritenuto interessante coinvolgere un marchio molto fondato a Milano, come Radio DeeJay, per attirare un numero maggiore di partecipanti.

Radio DeeJay, emittente privata milanese è una delle radio più ascoltate in Italia e soprattutto nel territorio milanese: è una radio che mantiene quotidianamente un rapporto stretto con gli ascoltatori; vengono organizzati giochi, trattati temi di attualità e proposti sondaggi.

Inoltre il brand DeeJay, non è soltanto una radio, ma anche una televisione con un suo palinsesto. Questo, assieme ai motivi sopra citati, ci ha portati ad elaborare un concept di servizio che ponesse al centro radio DeeJay e la sua forte personalità.

_ COSA PROPONIAMO DI NUOVO?

Rispetto alle altre attività che attualmente vengono svolte, nei nostri spazi si può partecipare alle dirette Radio DeeJay e vincere premi; inoltre ci si può intrattenere con differenti giochi, quiz, concorsi.

Oltre a Radio DeeJay, verranno individuati altri partner strategici, interessati a sperimentare nuove forme di comunicazione che permettono di vedere e provare servizi in anteprima ed esclusiva per gli utenti di **DEE**traction.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEEtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

E' una piattaforma di attività per svagarsi in attesa del treno. La presenza di Radio DeeJay permette un continuo contatto con giochi, sondaggi e quiz dei programmi in onda. In questo contenitore i partner (es:H&M, MotoGP, Alfa Romeo) potranno presentare e promuovere le proprie novità, garantendo esperienze esclusive per coloro che partecipano.

_LUOGHI E AFFOLLAMENTI

Gli spazi verranno posizionati in alcune stazioni delle Ferrovie Nord di **Bovisa, Porta Garibaldi, Cadorna** ma possono essere riprodotti anche nelle altre stazioni.

Questi spazi verranno situati in prossimità degli accessi ai binari, individuando quegli spazi attualmente vuoti, inutilizzati e poco frequentati: si è deciso di evitare le banchine per evitare possibili affollamenti negli orari di punta.

L'attività sarà molto breve e flessibile: in caso di arrivo del treno durante l'attività, questa si interrompe, si salva e potrà essere ripresa in un momento successivo.

_SPAZIO

Lo spazio dedicato al servizio sarà ben visibile ed identificabile, sarà soltanto uno per stazione. Sarà molto importante individuare colori, materiali, illuminazioni e sedute caratterizzanti e differenti rispetto all'ambiente circostante; verranno ripresi i colori ed i materiali che caratterizzano gli ambienti di Radio DeeJay.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zabet_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Saranno presenti serie di schermi con touch-screen per accedere a tutti i servizi e le attività; inoltre sarà presente un ingresso audio per ascoltare la radio con le proprie cuffie (E' prevista anche una piccola zona relax in cui sedersi ed ascoltare soltanto la radio, senza svolgere altre attività).

_QUANDO E PER QUANTO TEMPO?

Il servizio si svolge durante l'attesa del treno: ogni partecipante potrà giocare per non più di 10 minuti; il gioco potrà riprendere dopo 30 minuti dal log out.

Il servizio sarà sempre attivo, durante l'orario di attività della stazione

C'è la possibilità di registrarsi e salvare le proprie partite o preferenze di attività: se si è già iscritti alla community di MyDeejay sarà sufficiente effettuare il login, altrimenti basta una veloce registrazione.

Chi utilizza le attività di DEExtraction per la prima volta, potrà scegliere, al termine della prima attività, se registrarsi o no.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

_PUNTI DI FORZA

Il nostro servizio nasce con l'obiettivo di rendere l'attesa un momento meno noioso e più piacevole che abilita gli utenti a svolgere attività specifiche ed esclusive di quel luogo: tramite queste attività si può entrare a far parte di una community molto vasta in cui ognuno partecipa portando le proprie esperienze preferenze.

Per quanto riguarda i partner, ci sarà la possibilità di comunicare e promuovere nuovi prodotti e servizi, offrono benefit e premi agli utenti.

Vi è sicuramente un vantaggio per l'azienda di trasporti che può riconfigurare gli spazi poco utilizzati nelle stazioni: questo processo di trasformazione contribuisce a dare una nuova immagine all'azienda di trasporti, ora più attenta verso i propri clienti.

22 

_CRITICITA'

Sviluppando il progetto ci siamo trovati di fronte ad alcuni punti critici che rischiano di compromettere il funzionamento di tutto il servizio.

Primo fra tutti, l'affollamento.

È chiaro che in una stazione di scambio come quelle da noi scelte per collocare il servizio esistono alcuni orari in cui il flusso delle persone che usufruiscono dei trasporti arriva a livelli molto alti. Questo problema ci ha portato ad escludere fin da subito le banchine come luogo ideale dove posizionare il nostro game corner.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Abbiamo pensato inoltre che la struttura del servizio non dovesse occupare tanto spazio, in modo tale da permettere il defluire della gente all'interno delle stazioni.

Il problema del vandalismo è un altro punto che abbiamo dovuto affrontare. Dovendo fornire le stazioni di schermi touchscreen è plausibile pensare che questi possano essere oggetto di furto o di atti vandalici.

Per questo abbiamo pensato che il luogo ideale dove posizionarli fosse all'interno dell'area delimitata dai tornelli, zona quindi sotto il controllo di telecamere e chiusa negli orari notturni.

Per catturare l'attenzione il servizio deve essere ben pubblicizzato sia all'interno delle stazioni che attraverso altri canali (ad esempio le trasmissioni radiofoniche).

Deve inoltre avere un principio economico che permetta al sistema di continuare a funzionare anche in periodi di poca affluenza. Il principio degli sponsor ci è sembrato l'unico ragionevole: non obbliga l'utente a pagare per un servizio che al lato pratico non dà nulla di concreto al momento dell'acquisto ma garantisce un continuo afflusso di denaro portato dagli sponsor che desiderano essere inseriti all'interno del circuito (es. google)

Un altro punto critico è la soglia dei premi. Dovendo stimolare l'utilizzo del servizio attraverso il richiamo della vincita è bene pensare anche al limite che queste vincite hanno in proporzione al numero di partecipanti.

Il metodo utilizzato da Radio DeeJay per la selezione dei vincitori (per punteggio e talvolta casuale) ci è sembrato idoneo per andare incontro a questo problema.

Anche un limite di tempo per la fruizione del servizio può essere una buona soluzione, accompagnata da una rigida selezione dei premi promessi per le varie competizioni che il servizio promuove.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

PROMOTORI DEL SERVIZIO E RUOLI

- **FerrovieNordMilano** è l'azienda che gestisce il trasporto su rotaia che collega Milano alle province circostanti; mette a disposizione gli spazi delle stazioni, attualmente poco sfruttati e, spesso in condizioni di degrado;
- **Agenzia pubblicitaria CBS Outdoor**: è l'agenzia che si occupa di gestire gli spazi pubblicitari; sarà l'ente organizzatore delle attività del nuovo servizio che avrà anche il compito di reperire partner;
- **Radio DeeJay**: si occuperà di promuovere il servizio a livello mediatico; gestirà la community allo stesso modo in cui fa già; estenderà i giochi e le attività della radio agli utenti del servizio DEExtraction;
- **Partner** (es:H&M-Microsoft-MotoGP): entreranno in contatto con le aziende promotrici (con le quali, magari già collaborano) per promuovere le proprie attività e nuovi prodotti.

UTENTI

L'utenza delle Ferrovie Nord è molto vasta e differenziata: questo servizio può essere utile per compiere un'analisi etnografica proprio sugli utenti: ci sono pendolari, sia lavoratori che studenti, ci sono turisti - italiani e più raramente stranieri -, viaggiatori occasionali ed, infine, il personale delle Ferrovie.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zobot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Tramite la registrazione, si può avere accesso alle informazioni dei viaggiatori che possono risultare preziose per i partner che entrano nel circuito DEExtraction.

_COMUNICAZIONE

Comunicazione B2B

Un'azienda che decida di farsi conoscere nel mercato può utilizzare il nuovo canale messo a disposizione da Radio DeeJay. Essa può lanciare prodotti/servizi nuovi o versioni demo per gli utenti iscritti o acquisire nuovi clienti.

La piattaforma con la quale le persone interagiscono comprende una sezione dedicata alla sperimentazione e promozione delle aziende che sponsorizzano e partecipano all'iniziativa.

Comunicazione B2C

La novità del servizio consiste nel contesto in cui si svolge. Spesso accade che gli utilizzatori dei servizi pubblici, nel nostro caso il passante ferroviario, si trovino in situazioni in cui debbano attendere anche 5, 10, 20 minuti l'arrivo del treno. In questi casi non esiste nel mercato un'offerta che dia la possibilità alle persone di trascorrere in maniera più piacevole l'attesa, se non la free press o i diffusissimi dispositivi di intrattenimento individuale come ad esempio gli ipod.

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zabet_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept

Diverse sono le attività che l'utente può scegliere di fare, può personalizzare la pagina, creare una rete con altri utenti del servizio, interagire direttamente con la radio e partecipare a numerose attività. L'accesso è gratuito.

_PROCESSO

La prima attività sarà accessibile a tutti per fare provare il servizio; verrà proposta la registrazione al termine per il salvataggio di punteggio e profilo, iscrivendosi alla comunità di MyDeejay; dal secondo accesso possibilità di proseguire le attività dal salvataggio precedente.

La pagina personale verrà organizzata con attività e informazioni preferite sia dall'utente che dal sistema che potrà inviare suggerimenti in base alle proprie preferenze.

Volutamente il servizio sarà attivo solo all'interno delle stazioni per garantire una certa "esclusività" a chi usufruisce del sistema: la pagina internet consultabile da casa solo per i punteggi.

Ci saranno due grandi aree di attività: le attività Deejay e le attività Partner. Alle prime si può accedere concorrendo, per esempio al premio fedeltà, oppure partecipando a sondaggi, quiz, concorsi fotografici: i premi saranno gadget della radio oppure biglietti cinema.

Le attività Partner invece saranno variabili e differenti a seconda del promotore: possono spaziare dai "quiz di Milanèsità", di 02Blog (premio biglietto Triennale), alla prova dei nuovi programmi Adobe "murales digitale" (premio uno spazio in città per realizzare il proprio murales), al "quiz di moto" studiato per Moto GP (premio biglietti per la il GP); infine sarà possibile svolgere attività non a punteggio, come il "look configurator" di H&M (premio sconto da H&M per abiti scelti) oppure il configurator delle nuove vetture (Premio a sorteggio: Test drive per un week end).

LEISURE&ENTERTAINMENT_ progetto: DEExtraction- wait for fun

Gruppo GET: Giulia Teso_749346, Enrico Rondinelli_752559, Teresa Zabot_750257

Politecnico di Milano_Facoltà del Design_1LM_Orientamento Servizi_Laboratorio di Design Concept