

Steve Jobs

•.....thinks.....•

ahead



Politecnico di Milano _ Facoltà del Design
Corso di Laurea Magistrale in Design
OPEN LECTURES
DESIGN OF THE OTHER THINGS
Prof. Stefano Maffei

Il 10 gennaio 2007 a San Francisco, nell'impero Mac, Steve Jobs ha portato il mondo in un cellulare chiamato iPhone, quando al tempo aveva già raggiunto un magnifico successo nel campo dei lettori musicali attraverso l'Ipod.

Anche alla conferenza ha annunciato che la Apple Computer Inc. avrebbe rimosso la parola Computer dal nome della compagnia, lasciando soltanto il nome Apple. L'azienda si è velocemente trasformata da una compagnia IT ad un fornitore elettronico per i consumatori.

Cosa è l'iPhone?

Jobs ha detto che è una combinazione che include *"un wide-screen iPod, un telefono rivoluzionario e la svolta di Internet,"* e ha proseguito in toni accesi *"Dobbiamo liberarci di tutti i tasti, utilizzando un grosso schermo. In che modo? Con che stile? Chi vorrà utilizzare questo brutto oggetto? ...I migliori dispositivi di puntamento nel mondo sono le nostre dita!"*

Quando l'iPhone apparve la prima volta sul mercato, la Nokia valutò che la quota di mercato non sarebbe stata abbastanza alta e non avrebbe causato un forte impatto su di essa; Samsung disse: *"E' funzionale, ma niente di speciale"*; i tradizionali produttori di cellulari hanno pensato che questo prodotto fosse solo pacchiano.

Jobs non ha sprecato altre parole e ha soltanto detto al mondo: *"L'iPhone gira con applicazione e network Mac OS X (che poi diventerà il sistema iOS) per gestire i files",* perchè - *"è il software che fa l'hardware."* Dal successo dell'iPod, Steve Jobs ha imparato che il fattore più importante è iTunes.

Tre anni e mezzo fa, iPhone vede realizzarsi il miracolo nelle vendite confermando le previsioni di Steve Jobs. Ogni generazione di iPhone viene criticata, ma è *"il software che fa l'hardware."* Jobs ha costruito una perfetta catena industriale: prodotti per cellulari Apple, piattaforme open software e iTunes, il volume delle vendite globale degli Apple store è di decine di migliaia di software, gli ingegneri progettano una grande varietà di applicazioni software per Apple, e sono divisi in Apple (30%) e sviluppatori (70%), cosicché gli utenti abbiano una migliore e più sofisticata esperienza. Attualmente i negozi di applicazioni ne possiedono più di 30 milioni.

E quelli che ridevano della compagnia Apple? La merce della Nokia ha quasi raggiunto l'obsolescenza, i guadagni portati dalla sua vendita online sono lontani da quelli Apple, così come quelli di Samsung e Motorola. Shaw Wu, analista che lavora per l'American Technology Research, ha detto: *"I produttori di cellulari non necessitano di trovare un accordo con coloro che sviluppano i software, non hanno questa abitudine, ma ora, i software stanno guidando il mondo."*

Perchè l'iPhone può raggiungere questo grande successo?

La risposta sta nella relazione tra **iPhone** e **design thinking**.

Infatti, prima dell'introduzione dell'iPhone, la Apple non si era mai affacciata sul mercato dei cellulari.

Ma l'iPhone ha portato una rivoluzione nel mercato degli smart phone, non ne ha cambiato la percezione da parte delle persone, ma lo ha realmente portato nelle loro vite.

Prima dell'iPhone, i maggiori produttori di cellulari e di apparecchiature network sembrano essere caduti in una spirale negativa: lanciavano costantemente gli stessi cellulari con lievi differenze di forme e di funzioni, ignorando che il trend del cellulare che va a sostituire il pc diventa il principale vettore personale di strumenti informativi e organizzativi.

Il maggiore produttore di cellulari sostiene la "wireless broadband", ma non ne ricava un prodotto che sfrutta realmente le applicazioni di Internet, fino a quando l'iPhone non entra nel mercato.

Cosa fa veramente Steve Jobs?

Steve Jobs è uno dei rari casi di produttore focalizzato sulla desiderabilità di un prodotto. Nelle battaglie a colpi di mercato e tecnologia la desiderabilità è una delle armi vincenti.

Quindi il suo ruolo non è quello di designer, bensì di fautore del design.

Ciò significa che:

rende evidente il fatto che i prodotti devono essere meravigliosi tanto da esserne follemente gelosi recluta un top design team, e lo protegge dagli obiettivi della concorrenza.

è disposto a spendere denaro e migliorare i processi tecnologici per ottenere prodotti altamente desiderabili.

Convince gli analisti finanziari, gli esperti dell'industria, etc. che il product design è molto importante

La parte più divertente è che: **Ogni compagnia lo può fare.**

Forse non bene quanto Jobs, ma possono decidere di farne una priorità, anche se poche aziende lo fanno.

Con la pressione di guadagni trimestrali, di ciò che i competitors stanno facendo, le aspirazioni dei dipendenti, il focus dell'esperienza dell'utente viene meno.

L'iPhone ha sorpassato il BlackBerry nel mercato globale, ha raggiunto un grandioso successo e adesso la Apple fa uscire l'ipad, un nuovo prodotto mai apparso da solo, nel primo mese ha guadagnato 300 milioni.

Intanto nel mercato degli smart phone, l'iPhone è stato anche il motore del cambiamento di Google; la strategia di Google, infatti, è basata sulla teoria che è il 'software a creare l'hardware', teoria proposta da Apple in primis.

Chi guiderà il futuro mercato degli smart phones?