



AppQuality

Si prega di compilare la scheda rispettando il limite massimo di 5000 caratteri, spazi inclusi

Descrizione della problematica o del bisogno nell'azienda o pubblica amministrazione utente.

Farsi trovare digitalmente pronti nel post lockdown sarà un fattore business critical e farà la differenza sul successo o meno degli e-commerce turistici. Per questo, nonostante il periodo decisamente non florido per questo settore, abbiamo pensato al progetto svolto con Costa Crociere. L'azienda, consapevole dell'importanza della Customer Experience sul suo e-commerce, si è rivolta ad AppQuality per Ottimizzare il booking funnel sul sito costacrociere.it e migliorare la UX sui suoi canali digitali rivolti agli utenti finali. Due obiettivi che convergono nello stesso bisogno: migliorare la conversion rate anno su anno.

Descrizione della soluzione tecnologica (tecnologie usate, architettura, ecc.).

Per migliorare la conversion rate, Costa si è affidata al Crowdfunding di AppQuality, la soluzione che permette di far testare un prodotto digitale (sito, app, e-commerce, chatbot, dispositivo IoT, ecc.) direttamente agli utenti finali.

Per farlo, AQ ha creato una [piattaforma](#) che connette decine di migliaia di tester (più di 15.000 Tester in Italia) gestiti dai Quality Leader, ovvero Project Manager responsabili della riuscita di ogni progetto di test.

Dalla piattaforma è possibile selezionare i tester che più somigliano all'utente finale del prodotto/ servizio testato o anche i bug finder esperti. Sempre tramite la piattaforma si distribuisce l'app, il prototipo, la versione beta oppure si comunica il sito, chatbot, app già live da testare.

Grazie all'ingaggio dei tester e agli algoritmi di monitoraggio evoluti, si ottengono risultati veloci (a partire da sole 24 ore), affidabili, non influenzati da logiche di gestione interne. I dati emersi (bug e frizioni di UX) vengono poi analizzati e controllati dai Quality Leader e restituiti "puliti" al cliente tramite report riepilogativi, liste di bug e suggerimenti di miglioramento formulati da esperti UX. I bug vengono poi restituiti sui sistemi di tracking utilizzati comunemente dai team di sviluppo.

I benefici ottenuti dal Crowdfunding sono, in generale, sono una migliorata qualità del software e un'esperienza utente (UX) ottimizzata, quindi indirettamente un conversion rate più alto, una maggiore fidelizzazione dei clienti e una riduzione di tempi e costi di sviluppo.



Descrizione del progetto di implementazione - complessità, tempi, aspetti organizzativi, costi, ecc.

Costa Crociere mirava ad una crescita aggressiva dei risultati del proprio e-commerce. Le attività di testing dovevano essere adattate efficacemente ai processi di design e sviluppo agile del team di Costa, velocemente e con il massimo livello di copertura per indirizzare l'obiettivo principe dell'aumento della Conversion Rate.

Sono stati svolti test sia di UX Optimization che Bug Hunting con 150 tester coinvolti che hanno coperto 5 nazioni con 195 combinazioni di device e browser. Il progetto è durato meno di due mesi (dicembre 2019 a gennaio 2020) con solo 5 giorni di durata per ciclo di test.

Descrizione dei principali benefici raggiunti dall'azienda o pubblica amministrazione utente.

Le campagne di test hanno permesso a Costa di avere in tempi rapidi una fotografia dello stato di qualità del prodotto sia in termini di esperienza percepita dai tester sia di problemi funzionali riscontrati. Oltre all'aumento di conversioni, ha permesso di velocizzare la raccolta di feedback da parte di utenti inserendoli seamless con il processo di design del nuovo prodotto con un approccio fluido e integrato.

Questi alcuni dati:

- 22h di video analizzate con la tecnica [Thinking Aloud](#) da uno UX researcher e psicologo cognitivo certificato XQB CPUX-F
- 35 miglioramenti della UX segnalati
- 230 issue totali (bug + frizioni UX) identificati
- 18 issue critiche identificate
- Centinaia di screenshot e screencast realizzati dai tester per dimostrare i bug e le frizioni

E ancora:

- Ottimizzazione First Click
- Nuovo approccio di testing "shift left" a supporto della metodologia Agile

Descrizione degli elementi distintivi e di reale innovatività/originalità della soluzione, anche con riferimento a soluzioni «concorrenti».

- Persone reali e non influenzate che testano nel loro ambiente naturale (approccio fresh eyes)
- Test eseguiti su un'enorme varietà di dispositivi (quelli dei tester in crowd)
- Forte ingaggio dei Tester (Reward economico che rende i tester veloci, affidabili, e committed)



- *Rapida identificazione di decine di difetti e Bug (i primi risultati si vedono già in 24 ore)*
- *Riduzione del costo di Test e del Time to Market*
- *Valida alternativa al team di test interno per gestire i picchi di carico delle risorse*
- *Certificazione esterna della qualità*
- *rispetto alla concorrenza: competenza in test di User Experience, modelli di pagamento più client-friendly*