



Microsoft Reaction Card Method

FASE DI CREAZIONE



Microsoft Reaction Card Method

Il Microsoft Reaction Card Method è un test che esplora la risposta emotiva e la desiderabilità di un prodotto.

È stato sviluppato da Microsoft e consiste in un set di 118 aggettivi, di cui il 60% positivi e il 40% negativi o neutrali, che vengono inseriti ciascuno in una card e da cui gli utenti scelgono in numero illimitato o limitato quelli che meglio descrivono le loro emozioni a seguito della visualizzazione o interazione con l'interfaccia utente.

Esiste una variante semplificata del metodo formulata dal Nielsen/Norman Group la quale consiste in 18 aggettivi.

A cosa serve

Il test consente di individuare una classifica di aggettivi associati a una determinata interfaccia utente o versione di layout grafico rappresentativa dello stato emotivo dei partecipanti.

Questi risultati consentono di valutare le scelte progettuali verificando che ci sia corrispondenza tra quanto si intende trasmettere a livello emotivo e quello che effettivamente viene percepito dalle persone.

Quando si utilizza

È un metodo molto utile per verificare l'allineamento dei layout con i valori del brand o con quelli che si intendono comunicare con il progetto. Si utilizza nella fase di creazione sin dai primi concept grafici.

Come si utilizza

Si può organizzare un questionario online con domande a risposta multipla in numero fisso o illimitato costituite dai 18 aggettivi. Si può organizzare un test in presenza creando delle card fisiche per ciascun aggettivo.

Le card seguenti sono frutto di una traduzione personale di quelle selezionate dal N/N Group.

noioso	elaborato	rilassante	economico
creativo	all'avanguardia	emozionante	costoso
familiare	nuovo	impressionante	innovativo
stimolante	intimidatorio	vecchio	professionale
	affidabile	amatoriale	