

Mapparte Stakeholder Interview

14 risposte

[Pubblica i dati di analisi](#)

Le informazioni saranno condivise con il committente del progetto e utilizzate per lo sviluppo di una versione aggiornata del prodotto Mapparte. Ti chiediamo cortesemente di non parlare con nessuno dei contenuti di questa intervista. Grazie mille per la tua disponibilità.

Nome e Cognome

14 risposte

Goran Stani

Francesca Morozzi,Sandra Miranda Pattin

Edvin Bevk

simona verrusio

Sahra Caluori

tommaso sorichetti

Mariella Fabbris

silvia moretti

Alberto Soraci

2. Qual è il tuo ruolo in questo progetto?

14 risposte

Responsabile marketing e comunicazione

Sono parte del team di Mapparte. Redazione e ideazione di contenuti.

Project Manager

Responsabili spazio artistico Chiasso Perduto

Supporto al progetto Mapparte come Incubatore

responsabile e ideatrice

Mando via email l'invito all'adesione al progetto

intervistato

Nel sociale come attrice

3. Descrivi il prodotto che stiamo per realizzare.

14 risposte

Mapparte è una piattaforma realizzata per facilitare l'utilizzo di spazi sparsi per l'Italia (inizialmente).

L'idea è quella di creare una mappa che localizzi tutti gli spazi usufruibili e di conseguenza dia la possibilità agli artisti/creativi di poter trovare un luogo adatto alle proprie attività nel momento e nel posto in cui li necessita.

Mapparte sarà una piattaforma web / applicazione dove è possibile ricercare velocemente uno spazio adatto per lo svolgimento di una attività, creativa, di movimento, culturale attraverso una mappa geolocalizzata e dei filtri che aiutano ad individuare il luogo con le caratteristiche che lo rendono più idoneo all'attività che l'utente intende svolgere. I gestori e possessori dei locali aggiungono il proprio spazio: sarà possibile per l'utente verificarne la disponibilità, prenotare e affittare lo spazio scelto per periodi più o meno lunghi.

Una piattaforma web e mobile che permette di trovare spazi per attività creative

Un sito e app che aiuta gli artisti di qualsiasi disciplina a trovare uno spazio o laboratorio che incontri le loro esigenze

4. Conosci il modello di business di questo progetto? (Mapparte Pro)

10 risposte

È in fase di creazione. I target ed i bisogni da soddisfare sono stati già definiti (ma è ancora in corso l'analisi di mercato). Lo strumento con cui soddisfare i bisogni è chiaro (mappa di spazi creativi)

Non è stato ancora definito con certezza il modello di guadagno.

Al momento nel sito attuale non è prevista la transazione di affitto. Si possono caricare, consultare e ottenere gli indirizzi ed i contatti dei luoghi gratuitamente.

Con l'implementazione si pensa ad un modello Commission based simile ad Airbnb, dove il guadagno consiste nella percentuale trattenuta dalla transazione sugli affitti, con l'aggiunta di profili premium o servizi a pagamento erogati da Mapparte per i possessori degli spazi.

In mancanza di dati effettivi non è ancora stabilito. Potrebbe virare ad una fruizione totalmente gratuita che guadagna sulla pubblicità.

Mapparte Pro crea una rete dove artisti e fornitori di spazi possono connettersi e contattarsi, il valore verrà generato da una "fee" su ogni prenotazione e/o con servizi

5. Questo prodotto a chi si rivolge? Descrivere degli utenti tipo.

14 risposte

Il progetto ha due target:

1. Artisti (principalmente dal mondo dell'arte, della musica, del teatro e dello yoga) che necessitano di luoghi dove poter praticare le arti
2. Coloro che possiedono degli spazi usufruibili e praticabili, principalmente adatti alle arti sopra citate. Essi possono essere associazioni, privati, pubblici.

Da una parte a:

proprietari di locali, associazioni culturali con propria locazione, enti pubblici o privati e a chiunque possieda uno spazio e intenda metterlo a disposizione/dargli visibilità per ricavarne un guadagno o creare movimento culturale.

Dall'altra parte: compagnie teatrali/di danza o teatranti e danzatori, insegnanti di discipline di movimento, artistiche, discipline orientali, chiunque crei un corso/workshop che richieda uno spazio per accogliere pubblico, per seminari, presentazione di libri o di proprie opere, quindi esposizioni, proiezioni, incontri, sale prove.

Utenti tipo 1: artisti, performer di attività di movimento, attività olistiche, scrittori, teatranti, danzatori, pittori, musicisti.

Utenti tipo 2 (fornitori): chiunque disponga di una sala privata che possa essere adibita

6. Quali sono gli utenti più importanti... quelli su cui puntare assolutamente?

14 risposte

Per il target 1 coloro che praticano teatro e yoga

Target 2 sono tutti importanti, considerando che il progetto si basa sugli spazi/ luoghi

-possessori e gestori di spazi privati (es. associazioni culturali)

-insegnanti di danza, teatro, musica e discipline orientali (yoga, Tai chi...)

Fornitori degli spazi.

Pittori, scrittori, teatranti, musicisti, lettori.

Chi ha necessità di uno spazio /ambiente in cui svolgere e realizzare il proprio lavoro

Associazioni culturali

Secondo me ci sono diversi settori a cui rivolgersi. I più importanti rispetto ad un ritorno economico? I più importanti perchè sono coloro che cercano sempre nuovi spazi? I più importanti perchè sono un numero maggiore, anche se a la loro disponibilità economica è inferiore? Il progetto coinvolge artisti e creativi perchè sono utenti di uno 'spazio' Lo spazio è polifunzionale e quindi può essere usato da più

7. Quali necessità degli utenti soddisfa questo prodotto?

14 risposte

quindi disporre in poco tempo del luogo. Affidabilità (sarà necessario indicare un referente dello spazio).

Aprire la mente a spazi nuovi ed inconsueti

utenti in che senso? Chi poi fruisce della lezione di yoga, o l'istruttore/istruttrice. Nel caso di chi fa una lezione, il servizio soddisfa la necessità di trovare uno spazio dove lavorare e proporre attività. Nel caso di chi possiede uno spazio, Mapparte aiuta a piazzarlo e riempirlo di attività, mettendo anche in rete con altri spazi convenzionati e fornendo altri servizi come i servizi fotografici

Curare la propria identità , sé con gli altri

Da una parte soddisfa il bisogno di cercare rapidamente e in tutto il territorio spazi rispondenti alle proprie necessità, in modo affidabile e trasparente, togliendosi dalla logica del passaparola. Dal lato dell'offerta, consente di ottimizzare possibilità di guadagno attraverso regole chiare.

spazi attrezzati/ attrezzabili per eventi privati

8. Cosa ti preoccupa di questo progetto? Qual è la cosa peggiore che potrebbe accadere?

13 risposte

Non avere domanda rispetto ad un'offerta numerosa.

Che i gestori degli spazi non intendano iscriversi.

Che l'intento del progetto non raggiunga le persone interessate.

Che non sia evidente ciò di cui Mapparte si occupa.

Non mappare abbastanza spazi e quindi avere poche sale a disposizione

Non avere abbastanza condivisione

Dopo aver preso visione degli spazi disponibili, non prenotargli tramite la piattaforma Mapparte

Per essere utile questo progetto ha bisogno di una mappatura forte, capillare. Se non aderiscono i luoghi, chi cerca si trova davanti ad una mappa semi-vuota. La domanda è: c'è una massa 'critica' di luoghi e di utenti per creare un ritorno economico per rendere sostenibile il progetto? la cosa peggiore, comunque da contemplare come possibile, è che il progetto non decolli e rimanga una attività 'volontaria' e sporadica e

9. Cosa definisce, secondo te, il successo del prodotto?

14 risposte

La soddisfazione degli utenti

La semplicità e la chiarezza dei contenuti, una tecnologia applicata aggiornata, una grafica originale e immediata.

Usabilità efficace e veloce. Transazione trasparente. Affidabilità.

Coerenza tra forma e contenuto, nome e progetto.

Il fatto che a livello nazionale non ci siano competitors validi

La divulgazione e la condivisione anche attraverso il passaparola

Avere una lista degli spazi disponibili, con tutti i dettagli, e successivamente avere i giudizi/feedback

L'utilizzo della piattaforma. L'incontro e le sinergie che si creano rispetto alla mobilità degli utenti (creativi, artisti, professionisti e amatori del movimento) perchè più facile

10. Quale sfida stiamo affrontando?

14 risposte

Riuscire a soddisfare entrambi i target. Il mondo artistico-culturale, per quanto mi riguarda, è molto sconosciuto e quindi riuscire a soddisfare dei bisogni di un target esigente ma poco noto.

Focalizzare la forma migliore per il concetto.

Creare un prodotto originale e utile, necessario. Raggiungere il target giusto ed un numero considerevole di utenti.

Scegliere cosa mostrare.

Data la situazione di emergenza attuale che richiede maggiore distanziamento e quindi maggiore disponibilità di spazi ci sono dei vantaggi ma anche degli svantaggi perché le attività di gruppo sono fortemente rallentate.

Venire incontro a un bisogno emerso tra il mondo degli artisti e performer.

Fare la differenza in un mondo virtuale sommerso da social piattaforme o app

11. Chi sono i maggiori competitor online (piattaforme o siti web) ed i loro punti di forza?

14 risposte

1. Subito è un grosso competitor. Dà la possibilità di prenotare una sala ed avere un contatto immediato con i proprietari. Non vi è però nessuna garanzia.
2. Miaffitti è una piattaforma per ricercare case in affitto solo a Milano. Punto di forza: il profilo utente dettagliato, completo e viene comunicato se è un profilo verificato o no. Interessante anche i filtri della mappa (in particolare se studente si ha la possibilità di visualizzare le università in zona)
3. Event inc (tedesco) dà la possibilità di organizzare il proprio evento. Punto di forza: la divisione delle location in base alla tipologia di evento (facilita molto l'utente).

- Airbnb
- what a space
- kijiji
- rehearsal space finder
- peerspace
- splacer

what a space - veneziagiovane - saleprove - villagiomusicale - kijiji - myspot .. (ma non sono veri competitor in quanto viene meno la definizione di target specifici, l'estensione nazionale e una copertura trasversale di attività artistiche)

12. Perché un utente dovrebbe scegliere il nostro prodotto rispetto a quello di un competitor?

13 risposte

Nel mercato (fino ad ora analizzato) non ci sono competitor di prodotto identico al nostro; in ogni caso noi non solo garantiamo sicurezza ed affidabilità ma nel nostro intento vi è anche la volontà di creare una comunità che possa confrontarsi e sentirsi a casa quando utilizza Mapparte.

Perché il prodotto è specifico, ha una maggiore possibilità di scelta, perché l'utente è valorizzato, perché la transazione è trasparente e veloce.

Perché abbiamo copertura nazionale, comprendiamo diverse arti e abbiamo target specifici, forniamo una sistema di feedback che tutela gli utenti.

Per l'affidabilità, per la semplicità di utilizzo, per i costi

Ricerca più mirata al settore artistico-creativo, che risponde alle esigenze utente con maggiore precisione. Perché ha dei vantaggi legati all'Ideazione di una strategia di fidelizzazione efficace.

Perché offre possibilità più versatili

13. Puoi descrivere il processo di prenotazione online di una location sulla piattaforma del competitor sopra citato?

13 risposte

La prenotazione avviene tramite email o messaggistica; subito.it, in alcuni casi, consente anche di visualizzare il numero di cellulare del proprietario dello spazio.

Alcuni hanno il numero di telefono visibile.

In un caso si effettua una richiesta di informazioni. In un altro caso si invia la richiesta di disponibilità per l'orario selezionato con il prezzo già calcolato.

In un altro caso è possibile prenotare e pagare immediatamente ma l'affitto non riguarda sale prove o spazi creativi.

Non ho trovato competitor italiani che consentano la prenotazione online di spazi creativi.

Si cerca la zona, poi il tipo di attività, si sceglie tra gli spazi filtrati e si filtra per prezzo della sala. Dopo di che si può leggere la descrizione e le caratteristiche dello spazio, si scelgono le date e in seguito si possono richiedere info compilando un modulo che verrà inviato al fornitore dello spazio.

-

sceglie la zona e trovato il luogo adatto, per richiedere la disponibilità si clicca sul

14. Che tipo di problematiche incontri utilizzando il prodotto del competitor che ci hai segnalato?

13 risposte

Su Subito.it spesso non è visualizzabile la localizzazione dell'immobile e quindi è necessario aprire un apposito strumento di geolocalizzazione (Google Maps)

Non ci sono abbastanza luoghi, scarsità nella scelta.

I risultati della ricerca sono casuali, limitati. D'altra parte però posso ottenere immediatamente ciò che cerco (le foto ed i contatti).

Non si può contattare il fornitore dello spazio direttamente sulla piattaforma e non si può prenotare la sala. Non ci sono luoghi destinati direttamente ad attività artistiche specifiche.

-

non mi sono spinta fino a questo punto....

Nessuna

15. Che evidenze possiedi per affermare che effettivamente queste problematiche esistono?

9 risposte

Non compare la mappa nell'annuncio

E' sufficiente guardare il sito e seguire il flow di prenotazione sala.

-

perché le ho sperimentate su me stesso

L'assoluta novità dell'evento , sconcerta la semplicità con cui viene proposta e poi vissuta

Ho provato

non conosco i competitor diretti

16. Che tipo di workflow o pratiche credi che vedremo da parte degli utenti? Se puoi fai una distinzione tra l'uso del sito web e quello dell'app mobile.

12 risposte

L'app verrà maggiormente utilizzata, in quanto di facile utilizzo e poiché lo smartphone è sempre con noi; ciò permette di visualizzare messaggi e notifiche istantanee e rispondere celermente.

Il sito web verrà utilizzato principalmente per fare ricerca, in quanto utilizzato da desktop permette una visuale più grande delle foto e della mappa.

Ingrandire la mappa nelle zone interessate o nella zona in cui ci si trova per individuare velocemente gli spazi disponibili.

Scorrere la galleria di fotografie.

Ricerca sala per zona o tipologia attività, settaggio filtri, prenotazione diretta, valutazione fornitore/artista. Il fornitore una volta inserito il proprio spazio non avrà particolari attività da svolgere.

Non vedo particolari distinzioni da fare tra app e sito al momento.

Un utente potrebbe per propria comodità voler stampare la prenotazione o la mappa, con un pc lo può fare con l'app sul smartphone non lo può fare

Un utente indica come prima cosa il luogo di interesse, la zona, nel filtro ricerca, poi

17. Dove secondo te verrà utilizzato il prodotto, inteso come “contesto d’uso”? (a casa, a lavoro, alla fermata dell'autobus...). Se puoi fai una distinzione tra l’uso del sito web e dell’app mobile.

13 risposte

Il sito web verrà utilizzato principalmente a casa, in quanto più comodo da utilizzare su desktop.

L'app ovunque ci si trova, principalmente fuori (fermata del bus, aeroporto, in bar, in viaggio...)

Sito web: a casa, al lavoro, da una postazione internet pubblica o privata (biblioteca, internet point).

Dalla sede della propria associazione culturale/ studio/ufficio.

App mobile: da casa, dalla strada, dagli spazi pubblici e privati del proprio quartiere. Da un mezzo privato o pubblico.

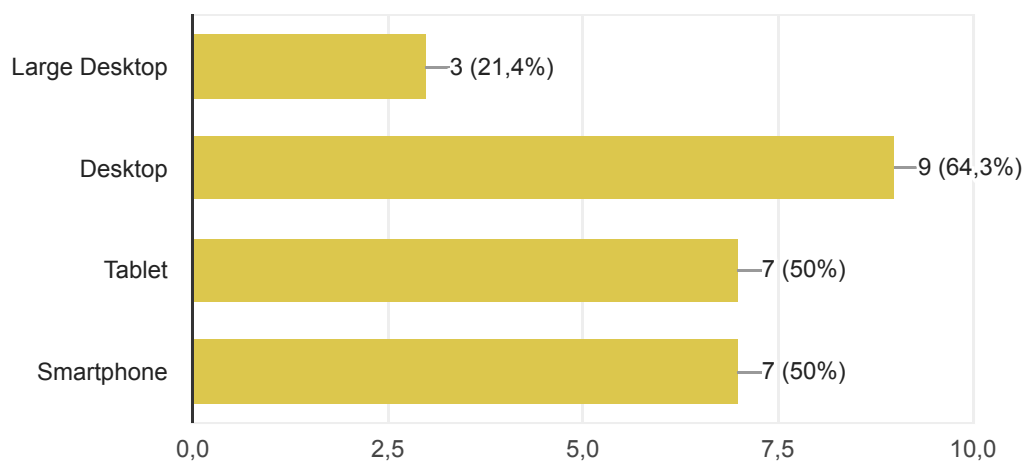
L'app può essere usata ovunque, il sito da casa o al lavoro.

In qualsiasi momento si abbia necessità

Organizzazione di incontri che hanno necessità di avere dei spazi con determinate attrezzature, ad esempio ora che è necessario il distanziamento sono richiesti spazi ampi.

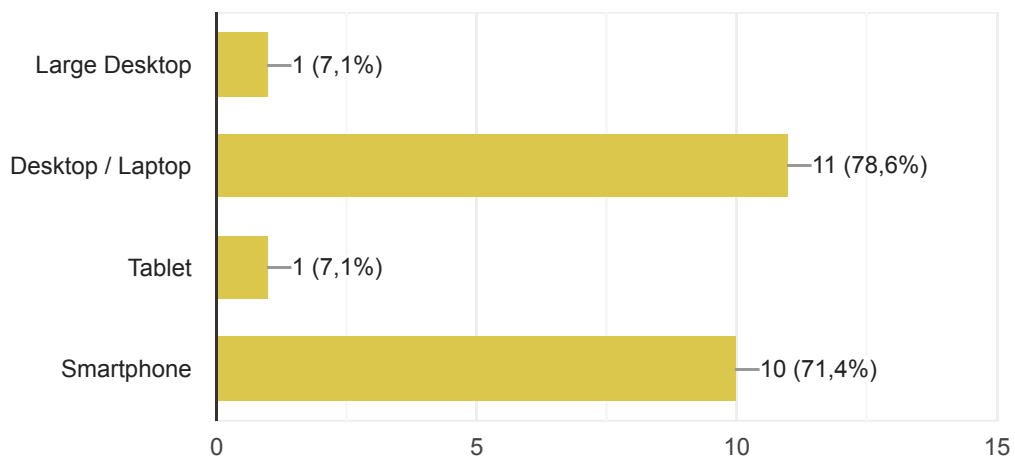
18. Su che tipo di dispositivo credi che venga navigato maggiormente il sito web per cercare / creare una location?

14 risposte



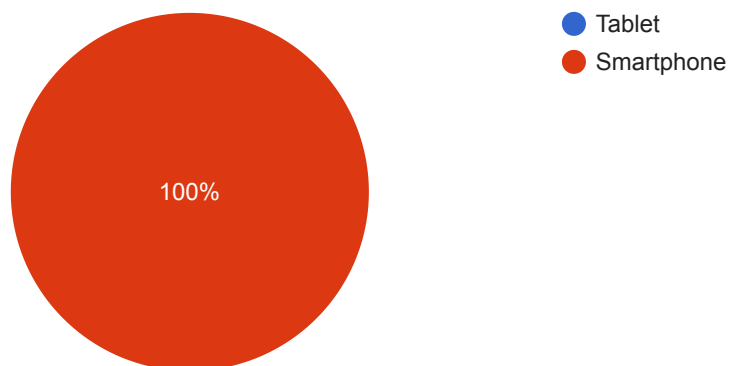
19. Su che tipo di dispositivo credi debba essere più efficace il sito web?

14 risposte



20. Su che tipo di dispositivo credi debba essere più efficace l'app mobile?

14 risposte



21. Ritieni ci sia qualcosa di importante da comunicarci che non ti è stato chiesto all'interno del questionario?

7 risposte

No

No questionario esauriente

Qual'è il business model?

no.

La caratteristica di mapparte è quella di offrire una vasta gamma di luoghi differenti al fine di rivolgersi ad un pubblico utente vasto e disparato; in tale prospettiva lo spazio si trasforma e di modella a seconda delle esigenze, artistiche e non, di chi è semplicemente alla ricerca di uno spazio da affittare.

Ho raccontato della mia esperienza con le mie storie in tasca e la valigia carica di patate o di acciughe o di fagioli (cibi del buon umore) e del potenziale e amplificazione delle informazioni con i mezzi web

la disponibilità al pagamento del servizio