

Method Portfolio

fabio nucatolo



Design Phases

1 Discover



I have a challenge.
How do I approach it?

- 1.1 Understand the challenge
- 1.2 Research and interview
- 1.3 Synthesise results

2 Define



I learned something
How do I interpret it?

- 2.1 Tell the story
- 2.2 Research the meaning
- 2.3 Define the opportunities

3 Design



I see an opportunity
What do I create?

- 3.1 Generate ideas
- 3.2 Prototyping and testing
- 3.3 Finishing and documenting

4 Deliver



I have an idea
How do I build it?

- 4.1 Design detail
- 4.2 Support the development
- 4.3 Set up feedback gathering

5 Evolve



I find something new
How do I evolve it?

- 5.1 Collecting feedbacks
- 5.2 Analysing feedbacks
- 5.3 Plan improvements

What aspects have I investigated for the companies I have worked for

Oval Money (Product) 2022/2023

Domino (consulting) 2019/2022

Hinto, ex Ibuildings (consulting) 2018/2019

Mosaicoon (product) 2013/2018



Discover

01

I have a challenge.
How do I approach it?



01

Personas hypothesis

Whether in a consulting or business context, I was responsible for helping the team **define user behavioral patterns** so that strategic and design decisions are effective.

The first step has always been to at least define hypotheses starting with a few simple questions:

- Are the users all the same?
- What are their goals?
- What are their difficulties in achieving their goals?
- How can our product or service help them?

From here, it was possible to decide on research objectives and move on to contextual interviews.

WHO?
ALICE
35 ANNI
BRAND MANAGER
CHE BANCA
ROMA

Δ DEMOGRAPHICS
35 ANNI
BRAND MANAGER
CHE BANCA
ROMA

Δ BEHAVIOR
• UTILIZZA IL VCM 3-4 VOLTE L'ANNO
• ACQUISTA A GT
• ACQUISTA DAI 5 MILIONI DI VIEWS IN SU
• LAVORA IN UN CENTRO MEDIA MEDIO/GRANDE
• LAVORA CON GRANDI BRAND

Δ NEEDS & GOALS
• VUOL TESTARE E VALIDARE LO STRUMENTO
• VUOL RICEVERE SPUNTI SULLA STRATEGIA
• VUOL MIGLIORARE LA STRATEGIA DEL CLIENTE
• SODDISFARE IL CLIENTE

WHO?
MARCO
IL VALIDARE
45 ANNI
STRATEGIC MANAGER
BIG MEDIA - CENTRO MEDIA
MILANO

Δ DEMOGRAPHICS
45 ANNI
STRATEGIC MANAGER
BIG MEDIA - CENTRO MEDIA
MILANO

Δ BEHAVIOR
• UTILIZZA IL VCM 3-4 VOLTE L'ANNO
• ACQUISTA A GT
• ACQUISTA DAI 5 MILIONI DI VIEWS IN SU
• LAVORA IN UN CENTRO MEDIA MEDIO/GRANDE
• LAVORA CON GRANDI BRAND

Δ NEEDS & GOALS
• VUOL TESTARE E VALIDARE LO STRUMENTO
• VUOL RICEVERE SPUNTI SULLA STRATEGIA
• VUOL MIGLIORARE LA STRATEGIA DEL CLIENTE
• SODDISFARE IL CLIENTE

WHO?
40 ANNI
DIR. MARKETING
CHE BANCA
ROMA

Δ DEMOGRAPHICS
40 ANNI
DIR. MARKETING
CHE BANCA
ROMA

Δ BEHAVIOR
• UTILIZZA IL VCM 3-4 VOLTE L'ANNO
• ACQUISTA A GT
• ACQUISTA DAI 5 MILIONI DI VIEWS IN SU
• LAVORA IN UN CENTRO MEDIA MEDIO/GRANDE
• LAVORA CON GRANDI BRAND

Δ NEEDS & GOALS
• VUOL CONTENUTI LEGATI AI VALORI DI PRODOTTO - NON AL PRODOTTO IN SE
• VUOL ACQUA CRUBIA CHE VEDE
• VUOL IL CONTROLLO DEI RISULTATI
• DEVE ALLOCARE IL \$ AD OGNI SOTTOPOSTO PER L'ACQUISTO DEI VIDEO/VIEWS

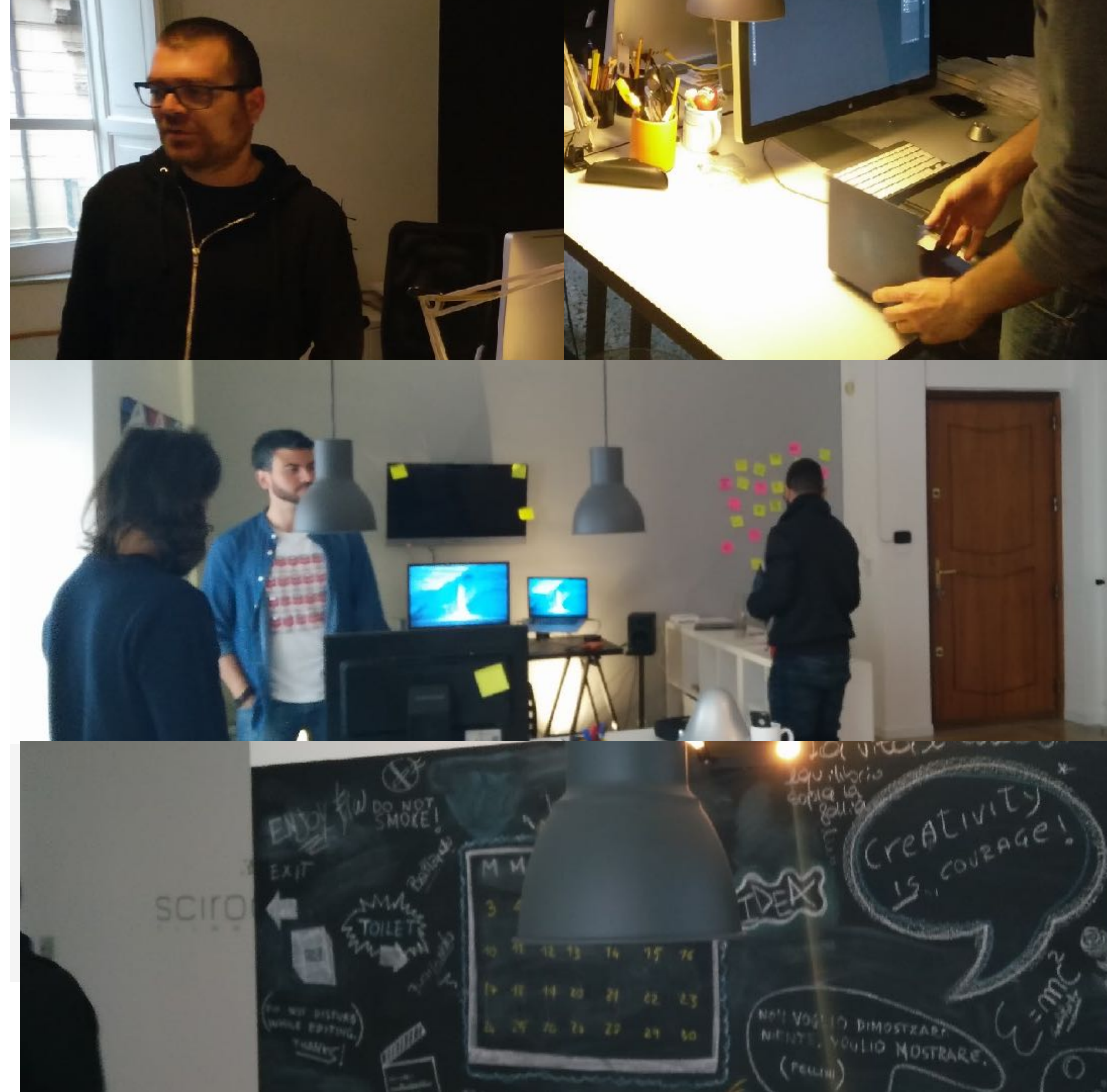


01

Contextual interviews

After the setup and recruiting phase, I **conducted the interviews** by using the following criteria:

- Interview people in their own context.
- Avoid discussions about technology.
- Encourage storytelling.
- Let them constantly show and explain the stories and the scenarios they told us.
- Avoid guided questions.
- Focus on users' goals first and then investigate the tasks they perform in the the survey context.
- Don't consider the people being interviewed as if they were designers.





01

Results analysis

After conducting the interviews, I **analyze the results** using the following criteria:

- Group the interviews subjects by role
- Identify the behavior variables.
- Map the behavior variables.
- Identify the most significant behavior patterns





01

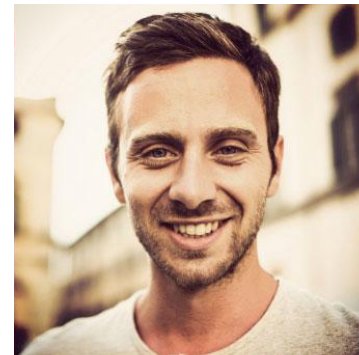
Developing personas

To define Personas, I follow these criteria:

- Synthesize the main features and goals
- Expand the attributes and behaviors descriptions in a narrative way
- Define the primary and secondary Personas, and so on...

This will give the work team a reference to design, conduct marketing campaigns, and think of new strategies to improve the product or service.

Persona / 1



Simone Costa

Descrizione

Simone è un freelance nel settore della creatività video da molti anni. Ha base a Roma, ma si sposta in base alle necessità del progetto e del periodo lavorativo. Dispone di qualche camera e il minimo di attrezzatura indispensabile per lavorare quando può come tecnico in progetti altrui o per portare a termine piccoli progetti sui quali può coprire gran parte delle figure necessarie per la realizzazione. Ha costituito un'associazione per trovare facilmente i fondi per i suoi progetti.

NAME: **Simone Costa**

JOB TITLE: **Film maker - freelance**

COMPANY: -

LOCATION: **Roma, IT**

AGE: **31**

ISTRUCTION: -

Comportamento

- Si dedica alla produzione di singole idee più che alla realizzazione di serie.
- I video sono spesso su commissione o se non lo sono i progetti partono solo quando è avvenuto un effettivo coinvolgimento dell'acquirente.
- È totalmente dedicato alla produzione di video e non ha lavori paralleli.
- Non ama il crowdfunding perché non è un modo veloce per raccogliere fondi.
- Cerca i fondi per avviare i progetti e lo fa in prima persona, anche tra aspetti burocratici legati a bandi normative e Tax credit.
- Non seleziona i Brand ed è molto disponibile alle modifiche del progetto.
- Produce video indipendenti per il piacere di raccontare delle storie e tende a trovare i fondi necessari per produrli, non necessariamente per monetizzare.
- Ha alta propensione alla gestione di risorse e del progetto.
- Le produzioni sono di qualità Media.
- Il team è formato on demand e a seconda del progetto.

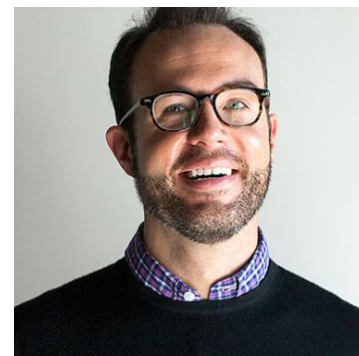
Obiettivi Finali

- Vuole trovare i fondi per produrre i suoi video e raccontare così le sue storie.
- Vuole dedicarsi ai suoi progetti e aumentare così la qualità.
- Vuole avere la certezza del finanziamento
- Vorrebbe un giorno fare molti video indipendenti.

Obiettivi di vita:

- Raccontare le proprie storie.
- Non dimenticare il piacere del proprio lavoro.

Persona / 2



Davide Roma

Descrizione

Davide vive a Venezia. Si sposta anche per lunghi periodi per le attività lavorative. Nella sua carriera ha ricevuto parecchi premi e riconoscimenti e nel corso degli anni ha visto crescere una forte rete professionisti attorno a lui. Ha lavorato su commissione e continua a farlo, ma ha un forte distacco da questi progetti e punta tutto sui progetti propri.

NAME: **Davide Roma**

JOB TITLE: **Film maker - freelance**

COMPANY: -

LOCATION: **Venezia, IT**

AGE: **37**

ISTRUCTION: -

Comportamento

- Realizza i propri video, le pilota o i trailer anche senza alcun finanziamento diretto, investendo spesso somme personali.
- È totalmente dedicato al video, non ha altri lavori se non nei momenti in cui è libero e deve raccogliere fondi per il prossimo progetto.
- Non vede di buon occhio il crowdfunding: "La folla porta avanti qualcosa che piace a tutti, la qualità che ne viene fuori è una qualità media, che accontenta un po' tutti".
- Seleziona i Brand e gli investitori con i quali lavorare.
- È aperto al dialogo ma poco propenso alle modifiche di progetto, per questo ha una buona propensione a difendere il progetto originale.
- Ha una buona propensione alla gestione e all'ottimizzazione di risorse e budget.
- Non fa fatica ad accerchiarsi di collaboratori disposti a seguirlo low budget, grazie alla credibilità acquisita negli anni e della qualità dei progetti.
- Produce solo alta qualità.
- Produce sia serie che singoli video.

Obiettivi Finali

- Vuole monetizzare per investire nei progetti futuri.
- Spendere tempo e risorse su progetti che interessano lui e il team.
- Raccontare storie che derivano da un proprio slancio creativo o da proprie osservazioni.
- Non perdere la propria credibilità ed etica lavorativa.

Obiettivi di esperienza:

- Superare i limiti, raccogliere le sfide anche in campo lavorativo.

Persona / 3



Dario Vento - Summercloud Studio



01

User Journeys

Once the team is aligned on the target personas **it's time to discover their purchase, adoption and usage paths**, and based on the research I help define user journeys.





01

SME personas and journey

Having personas based on shared corporate knowledge is always better than not having personas.

Over the years of working in the agency I have facilitated many design sprints where Personas and Journeys were defined by **Subject matter experts** such as customer care, marketing and product who have direct contact with real customers and prospects.

In this way, a clear and shared vision of these aspects can be defined in just 2 days.





Define

02

I learned something
How do I interpret it?



02

Scenarios based on Personas

The personas are the basis for defining possible usage scenarios.

By creating the scenarios, it is possible to **understand** what product features should be developed and with what benefits for users and business.

Scenario 1										
CARICAMENTO VIDEO DARIO, VIDEO MAKER E FONDATORE DEL SUMMERCLOUD STUDIO.										



02

Function and content

In this phase, together with the team, the functionalities needed by our users are listed and analyzed.

The purpose here is to understand whether they are sustainable for the business and feasible for our technology and infrastructure.

This work usually allows us to create at least one MVP for the entire product or product section.





02

Sketching

Sketching sketching sketching, when you can **share a sketch with your team**, you can design better, stimulate everyone's ideas and gain a lot of time to find the best strategies.





Design

03

I see an opportunity
What do I create?



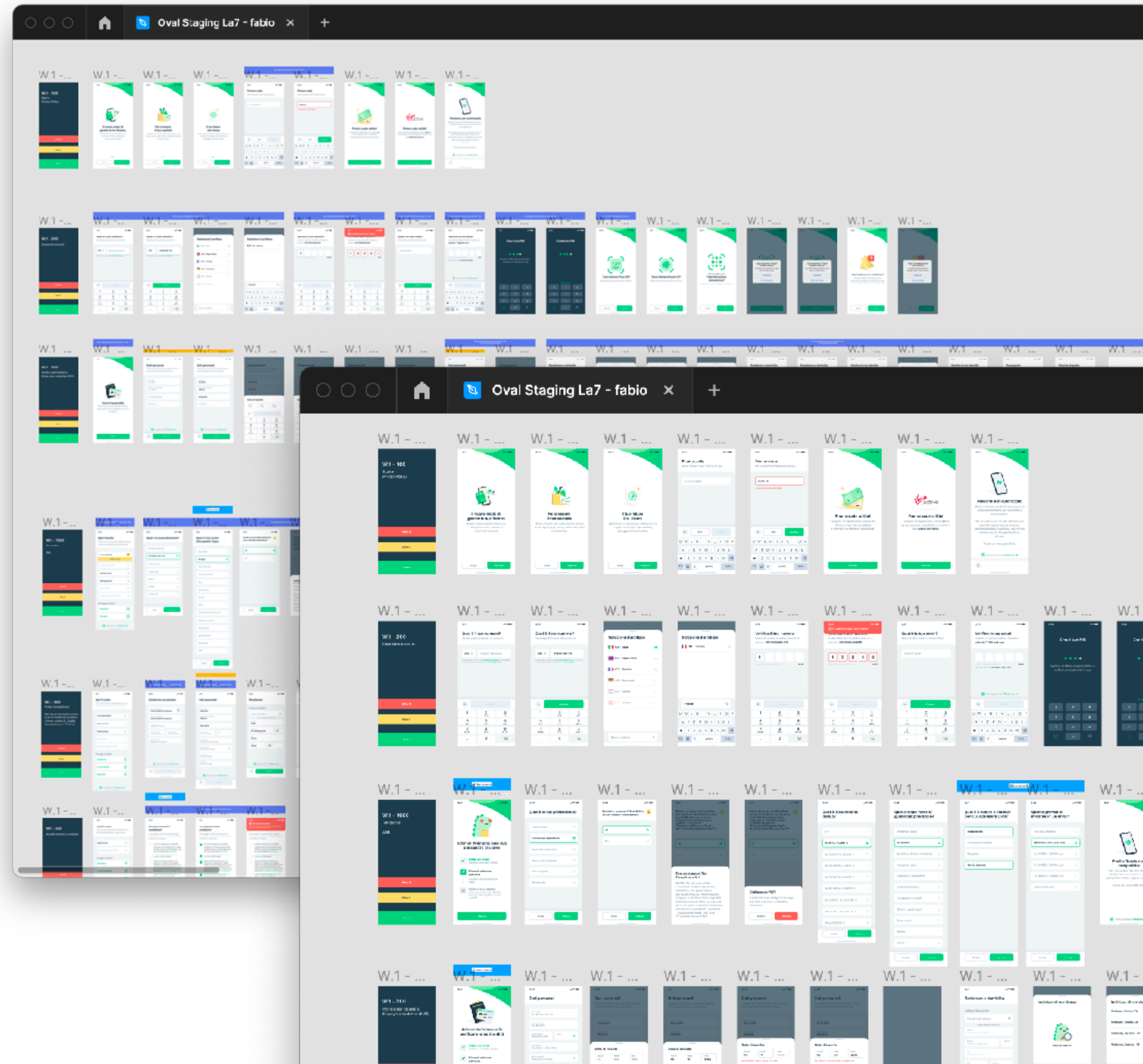
03

Design strategies

Sketches are not enough, once the strategy is defined it comes time to put a few pixels on the screen and get into the details.

Here you should never be shy and design only the bare minimum; in fact, in my experience I have always designed several strategies at this stage.

So as to help the whole team make a decision by visualizing as much as possible what this entails in terms of effort.



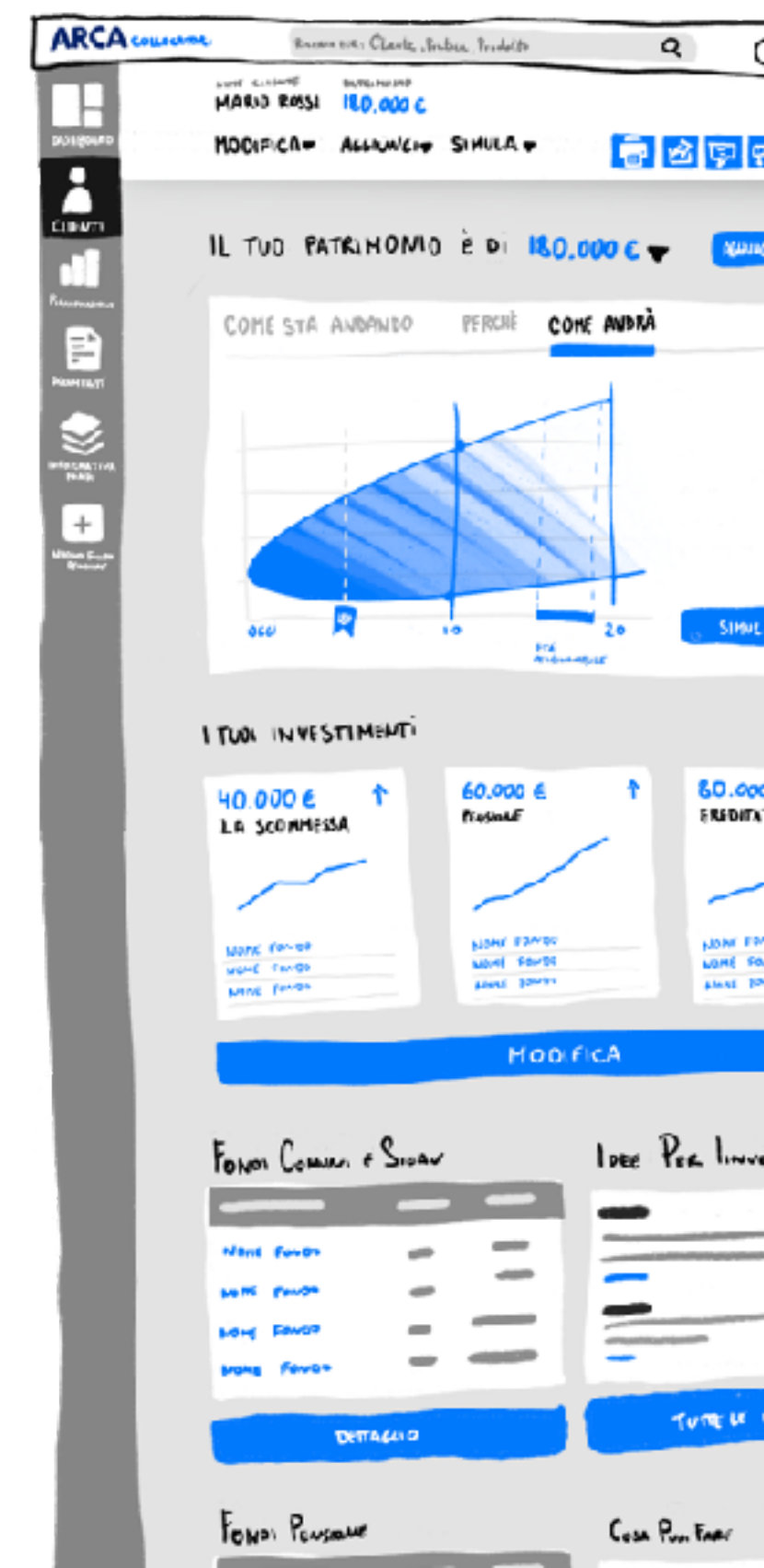
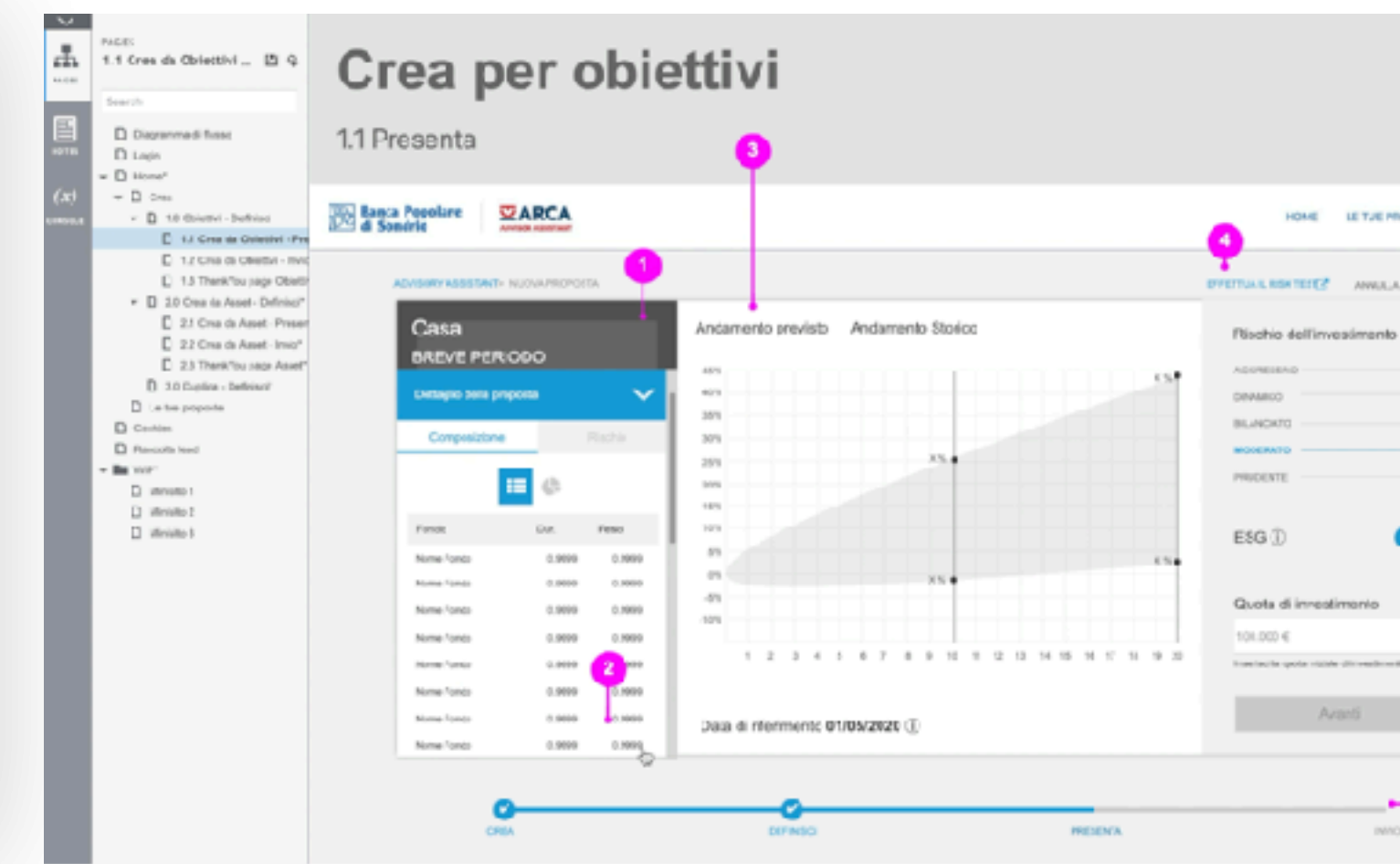
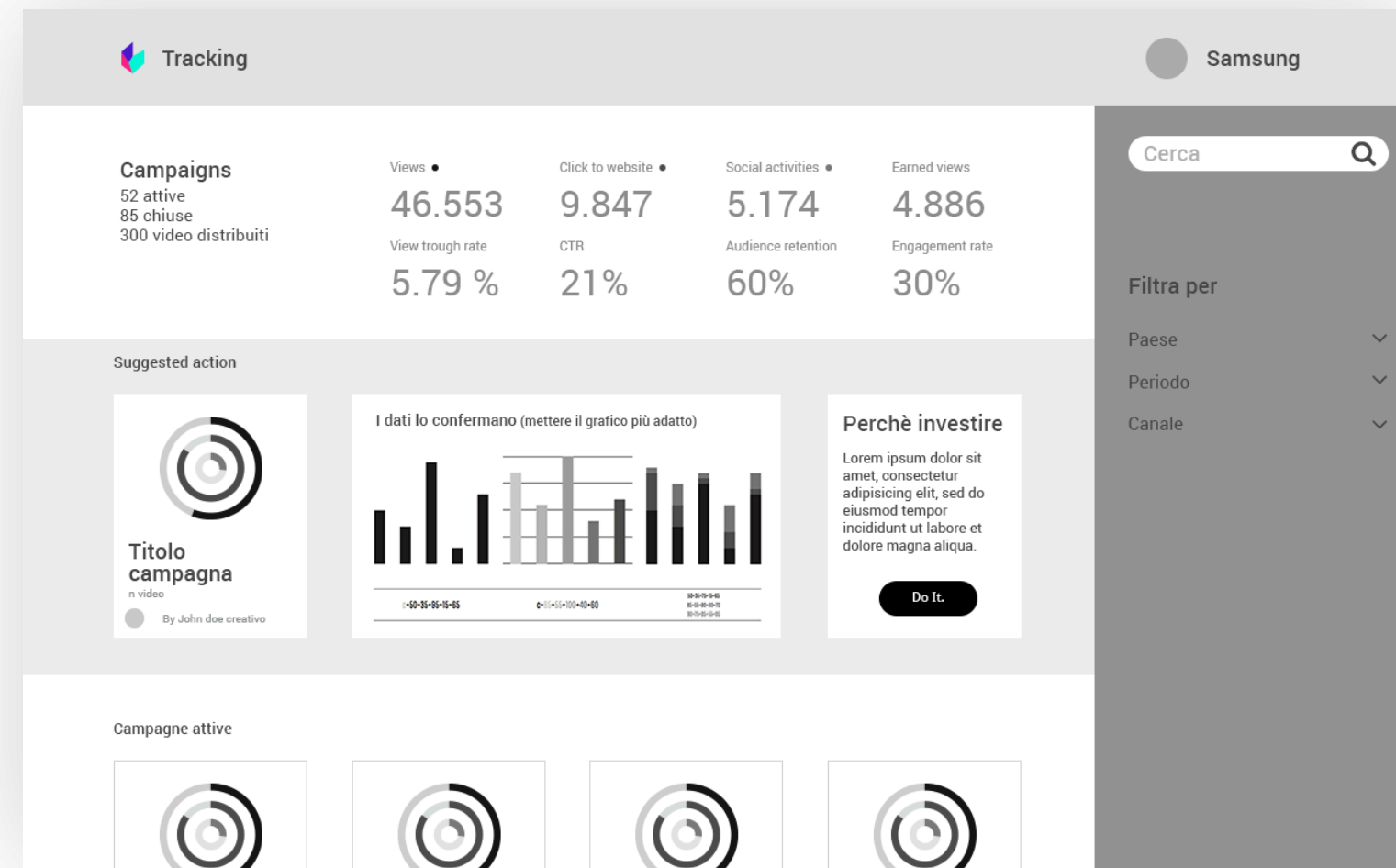


03

Wireframe & prototype

With respect to time and need, now is the time to make wireframes at various levels of fidelity, more detailed sketches, or interactive prototypes.

The tools used over the years have been many, among them are: Sketch, Figma, Invision, Axure, Procreate.





Deliver

04

I have an idea
How do I build it?



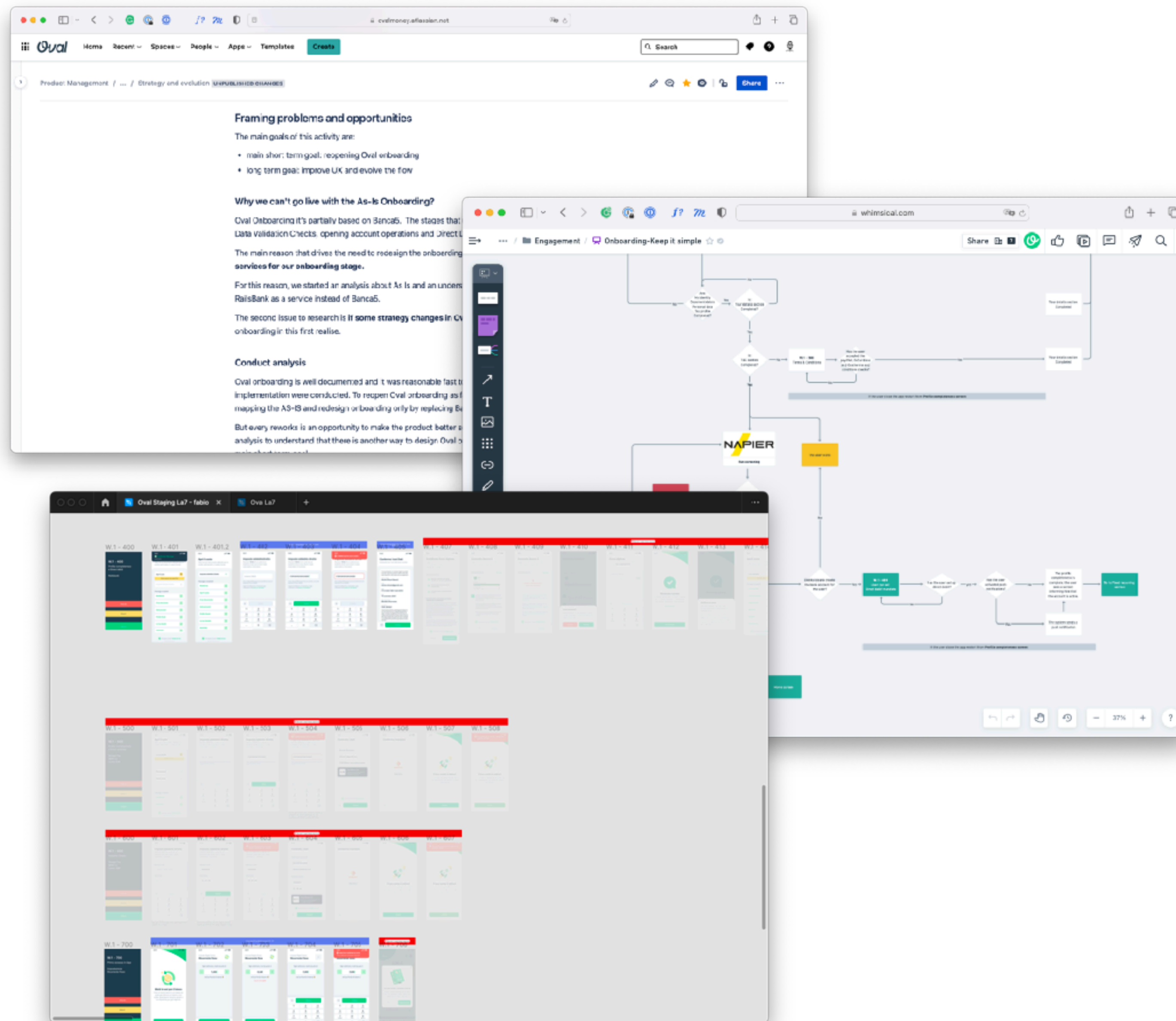
04

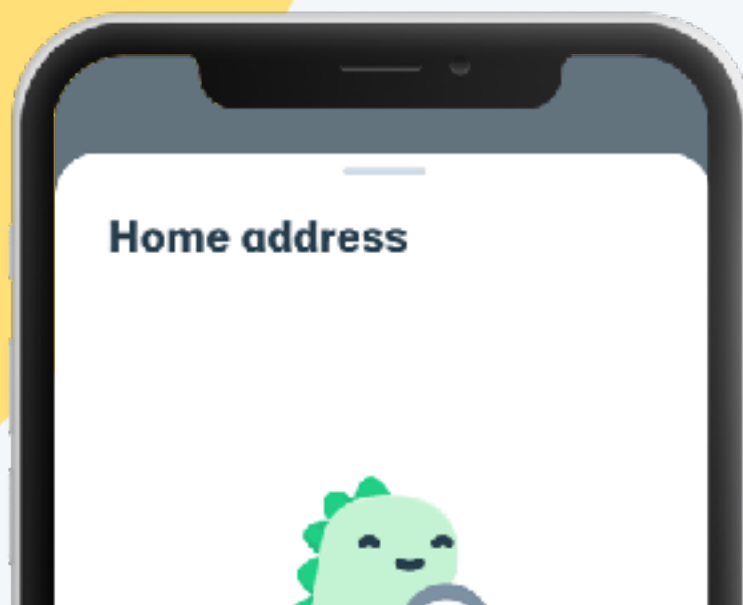
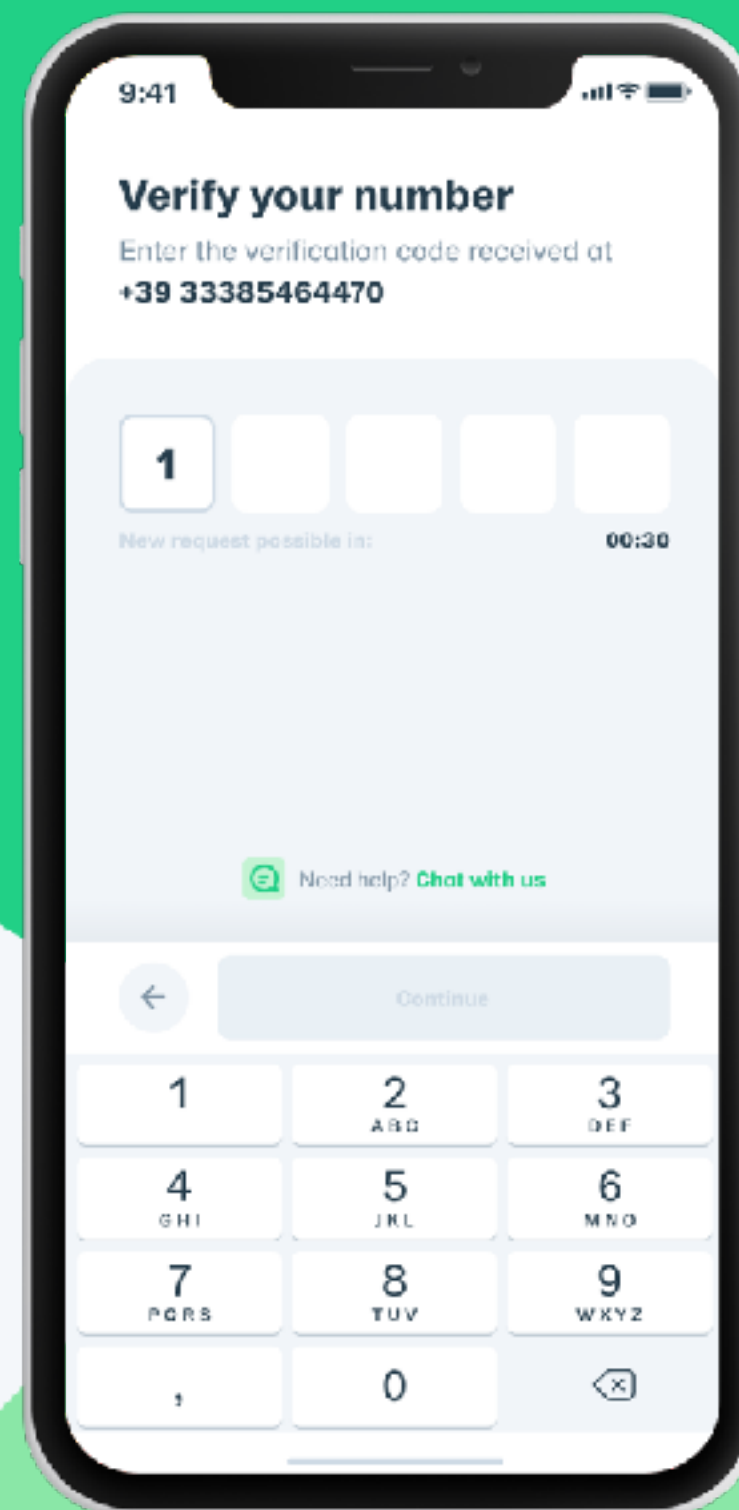
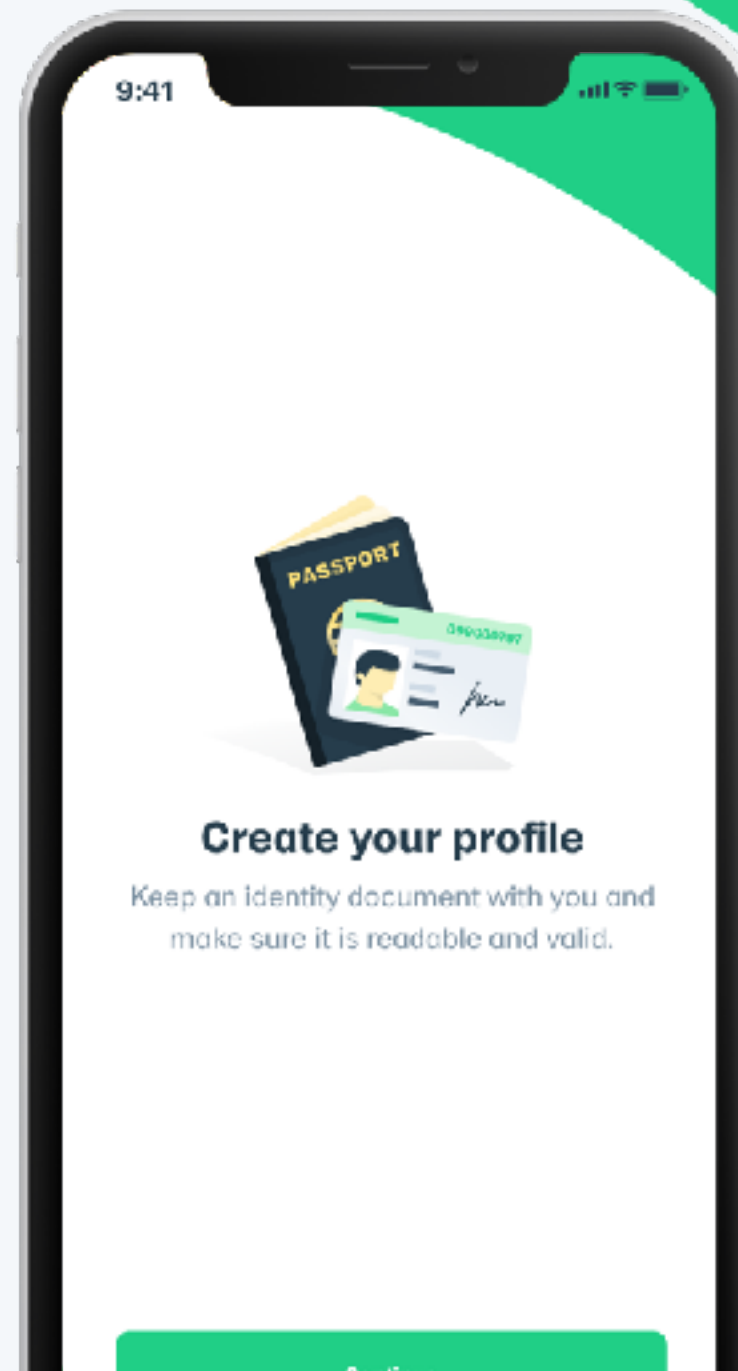
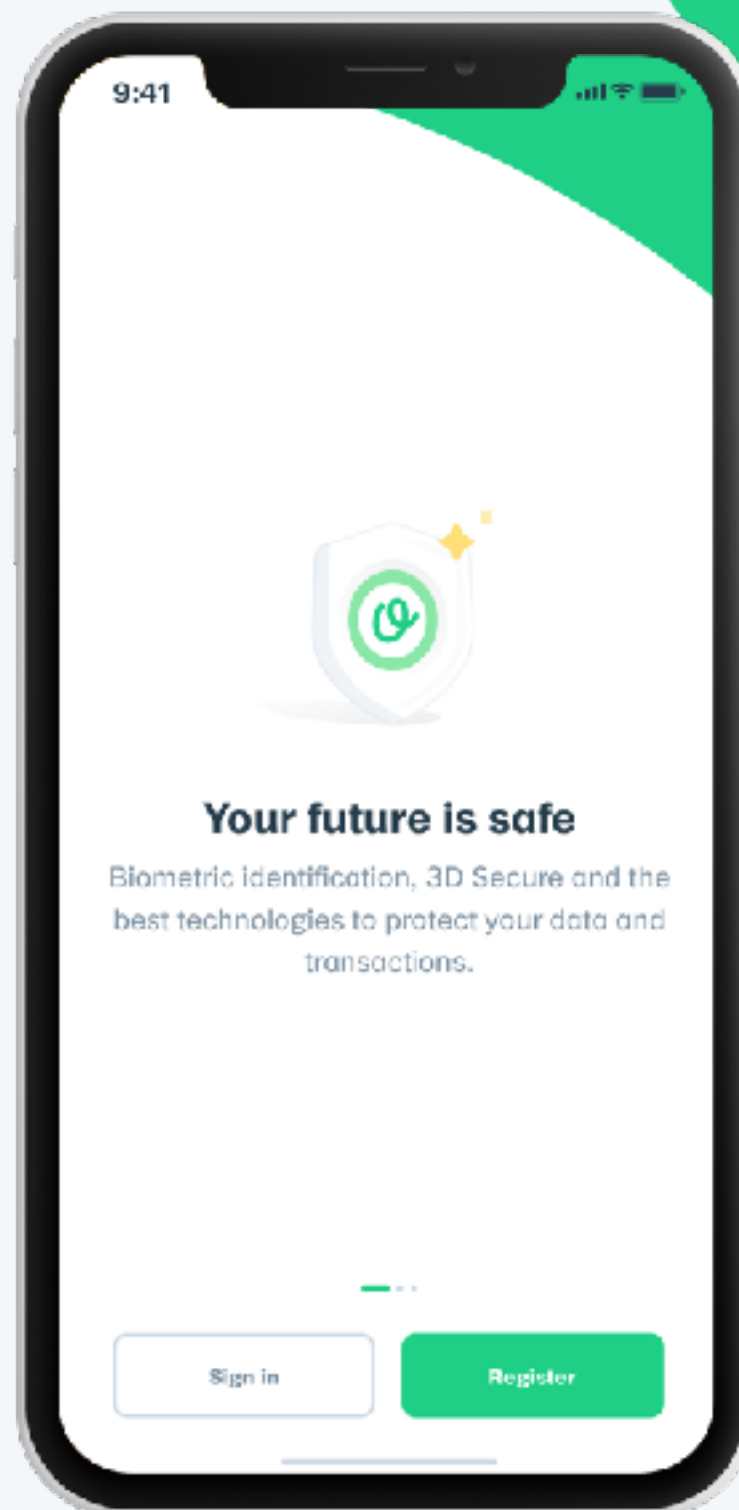
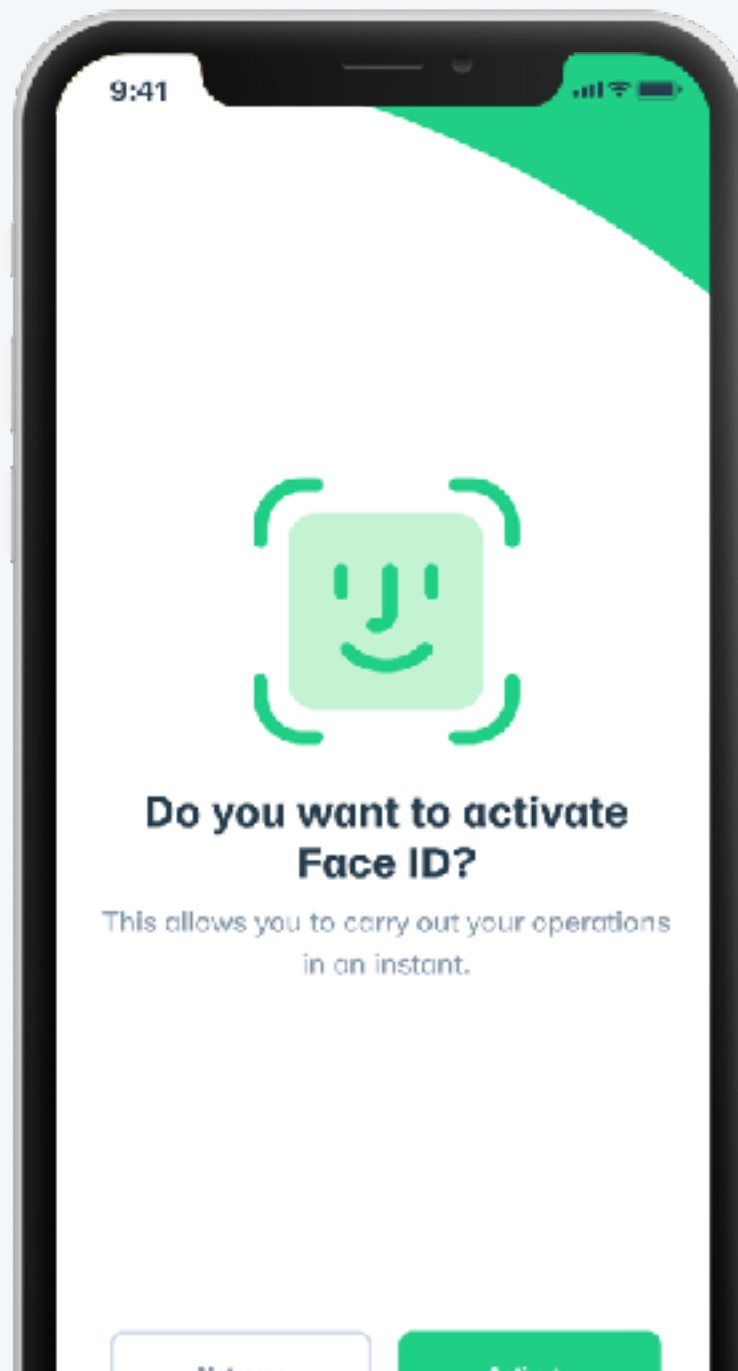
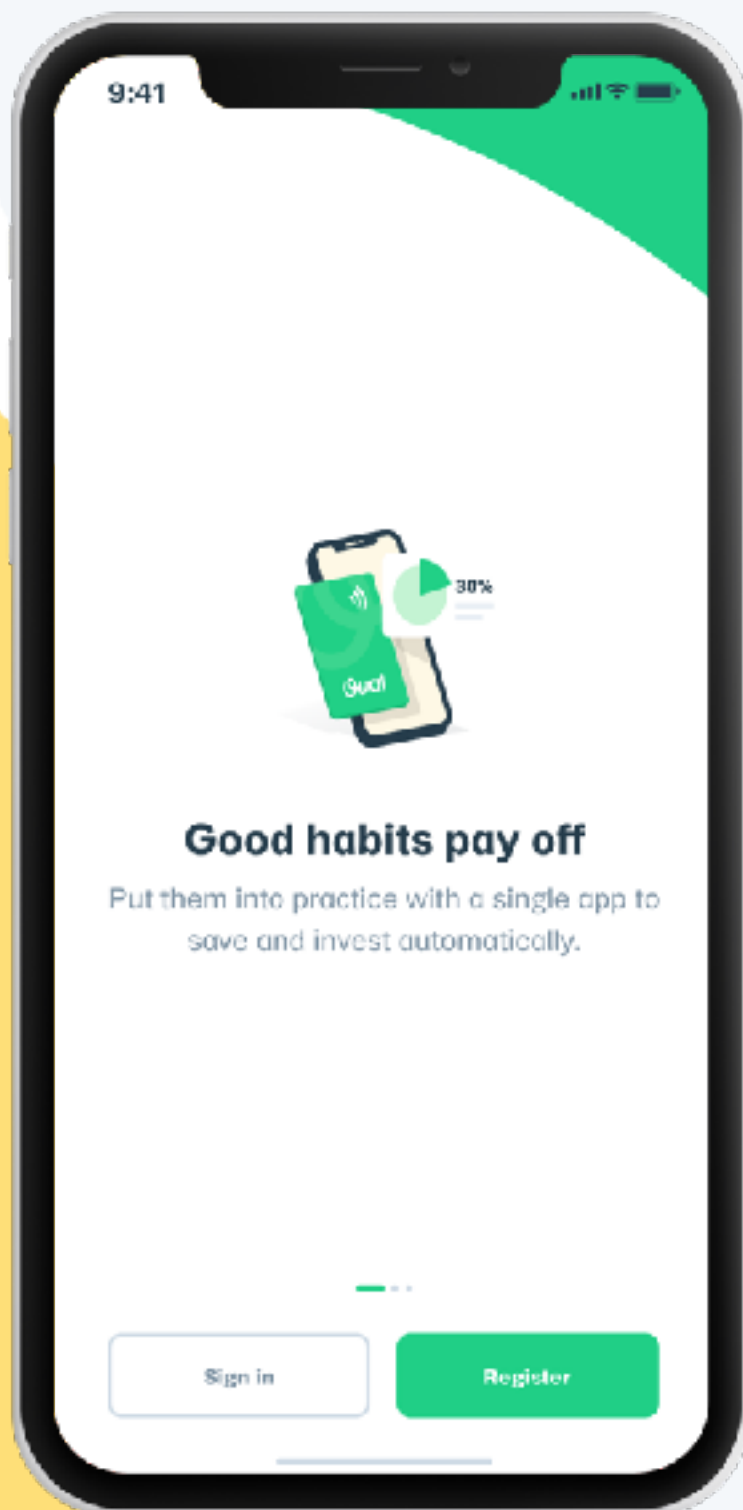
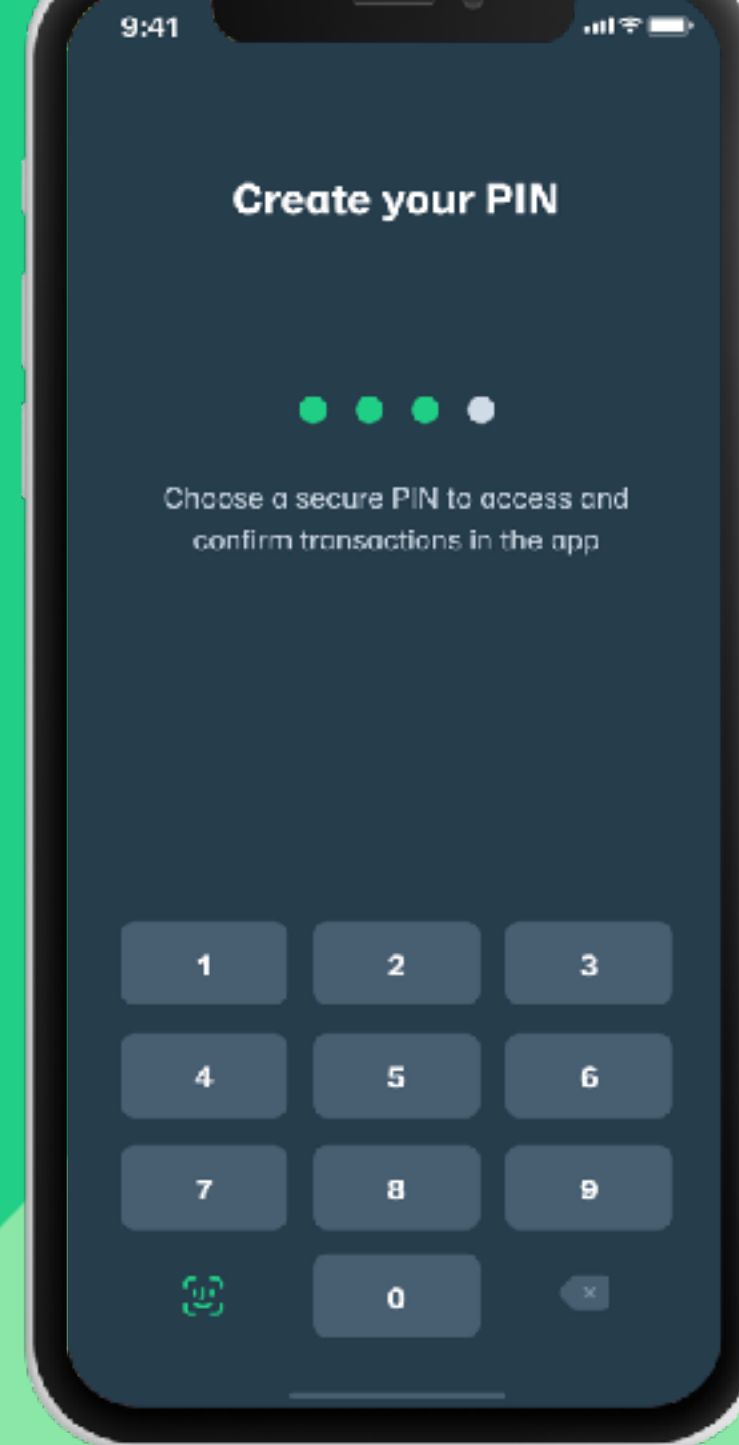
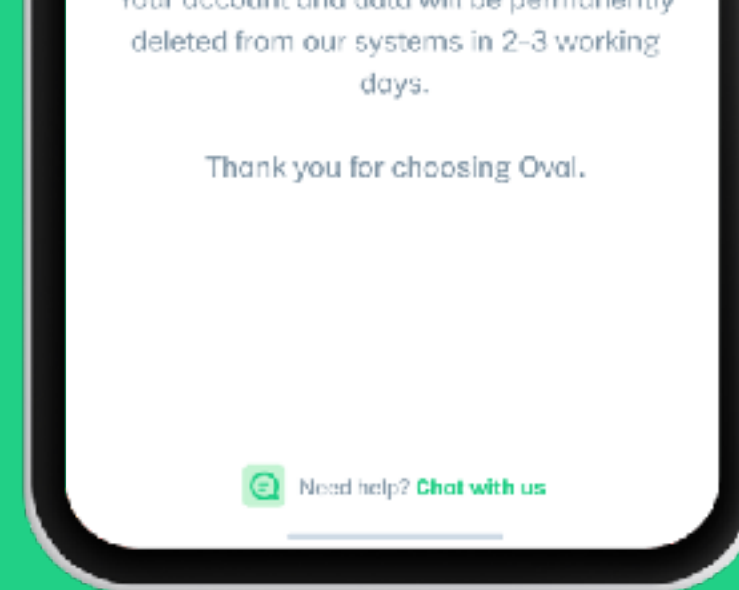
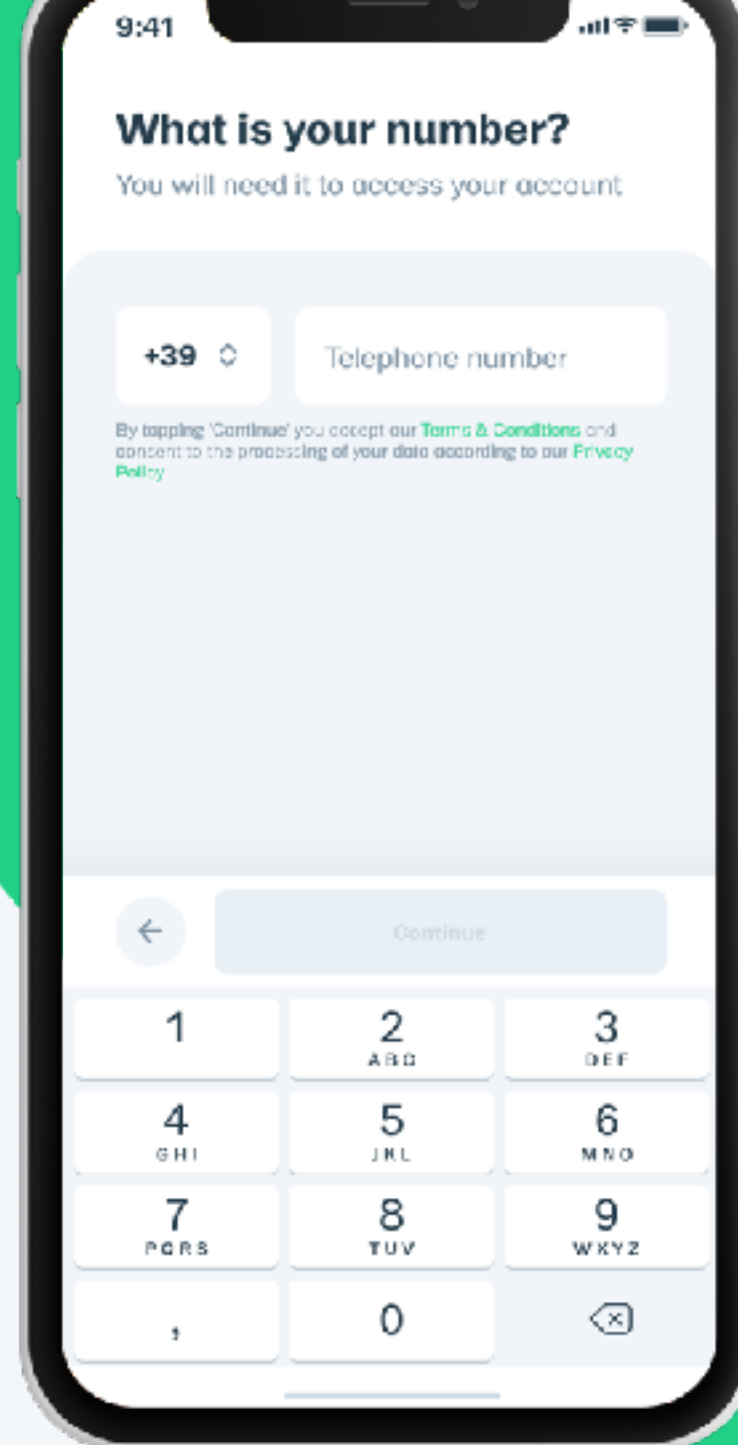
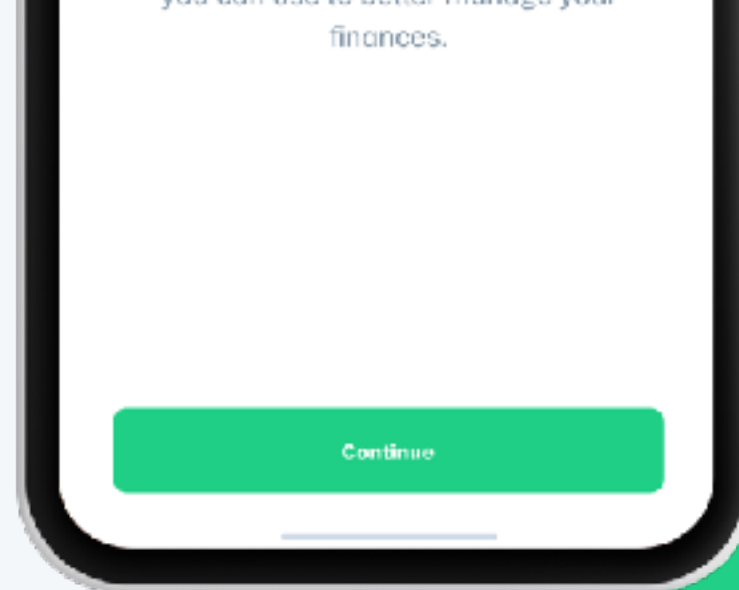
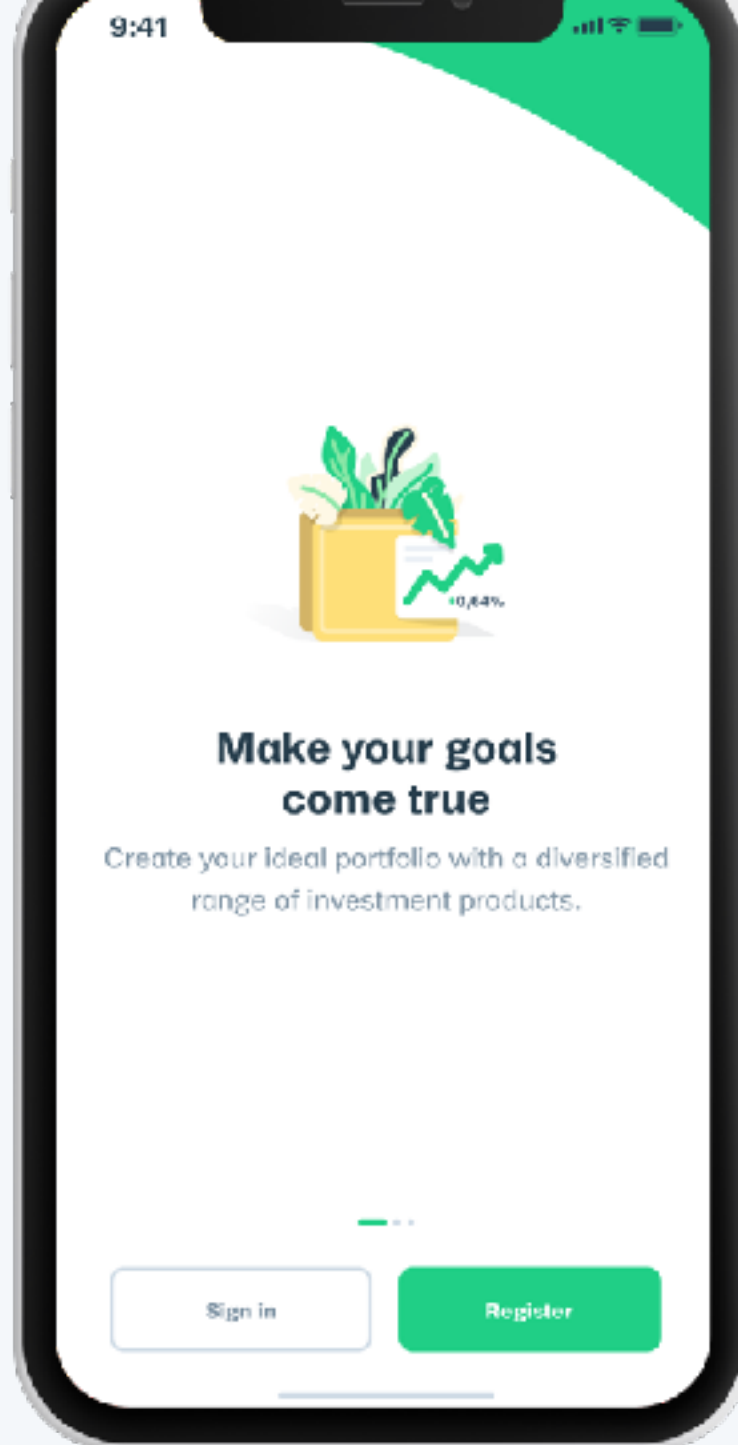
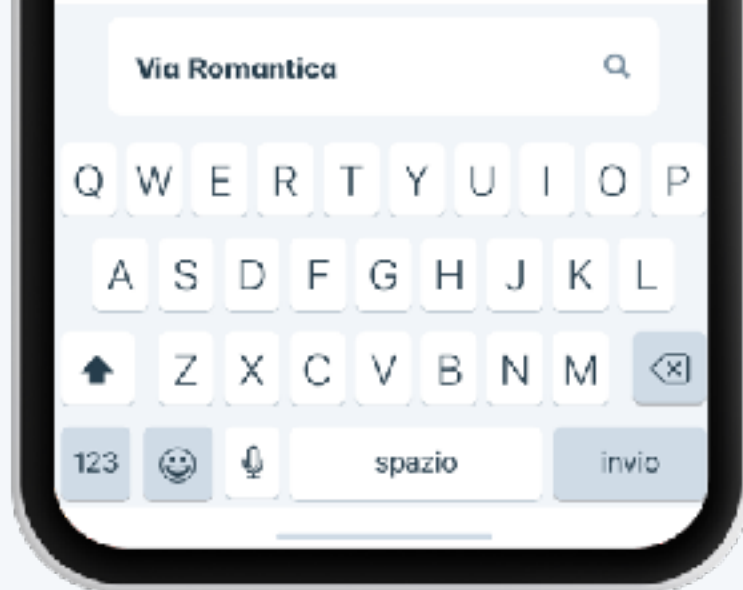
Design Specs

In companies where there is a design system in place at this stage, I am responsible for implementing design integrations using patterns and components that have already been developed so that no additional interface specifications are required.

However, it is often necessary to verify all flows, from happy paths to borderline or abandonment cases.

Here and on the following pages are some examples of handoff work to help development better understand what needs to be accomplished.

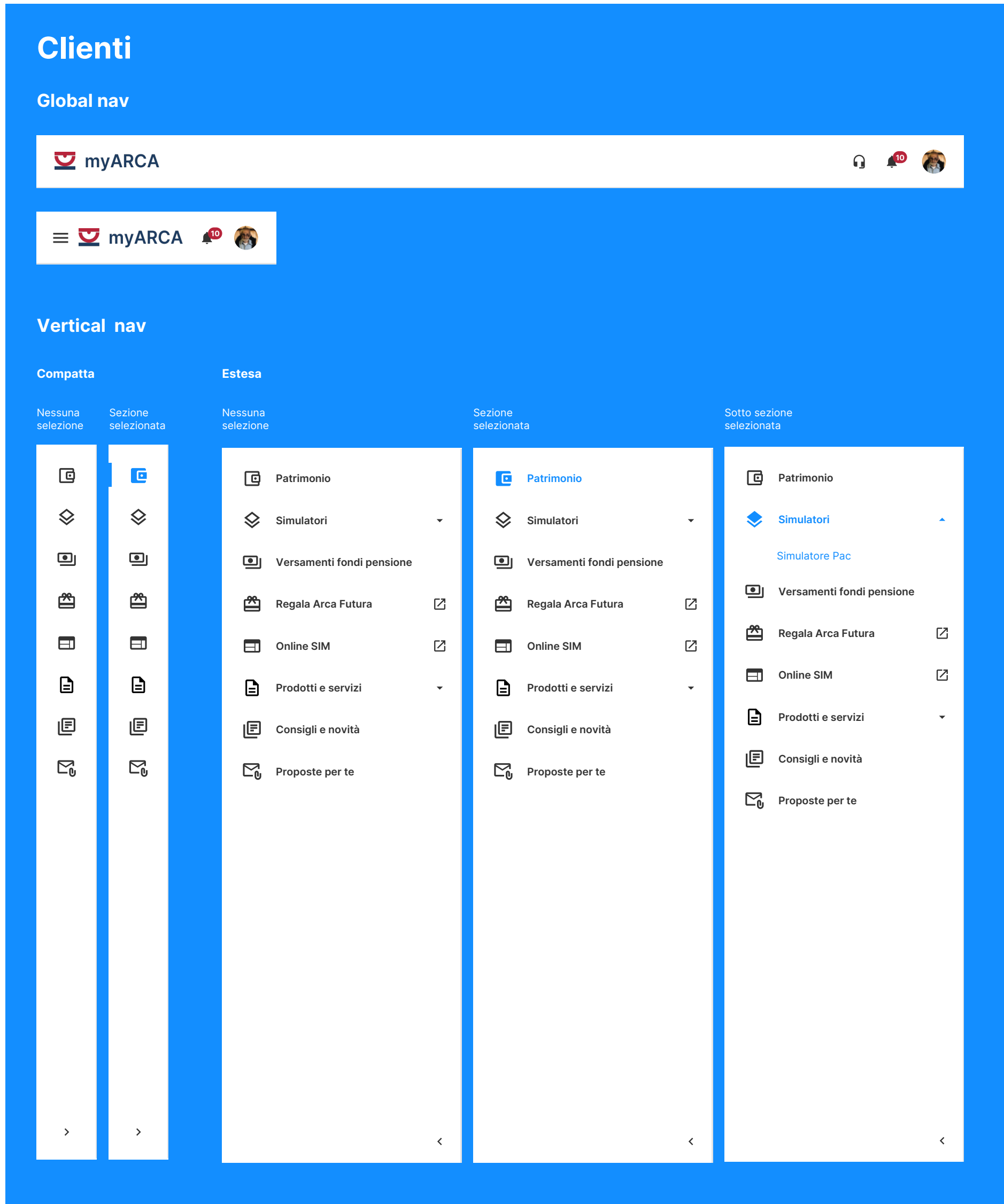
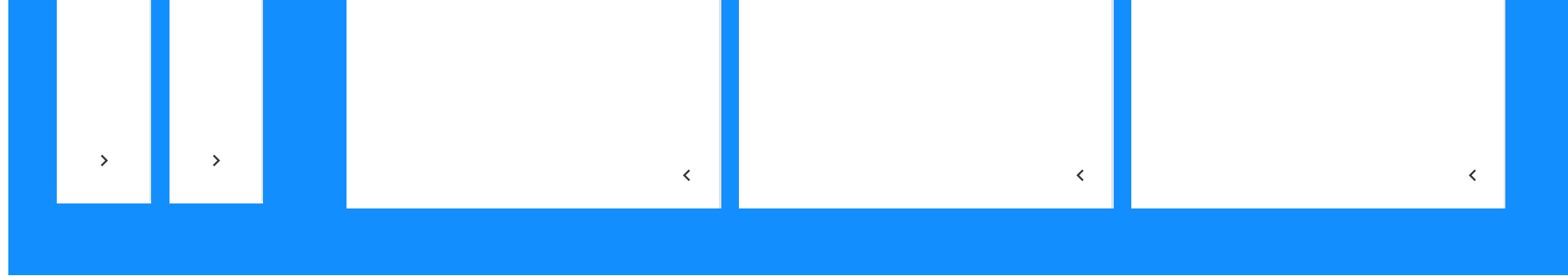
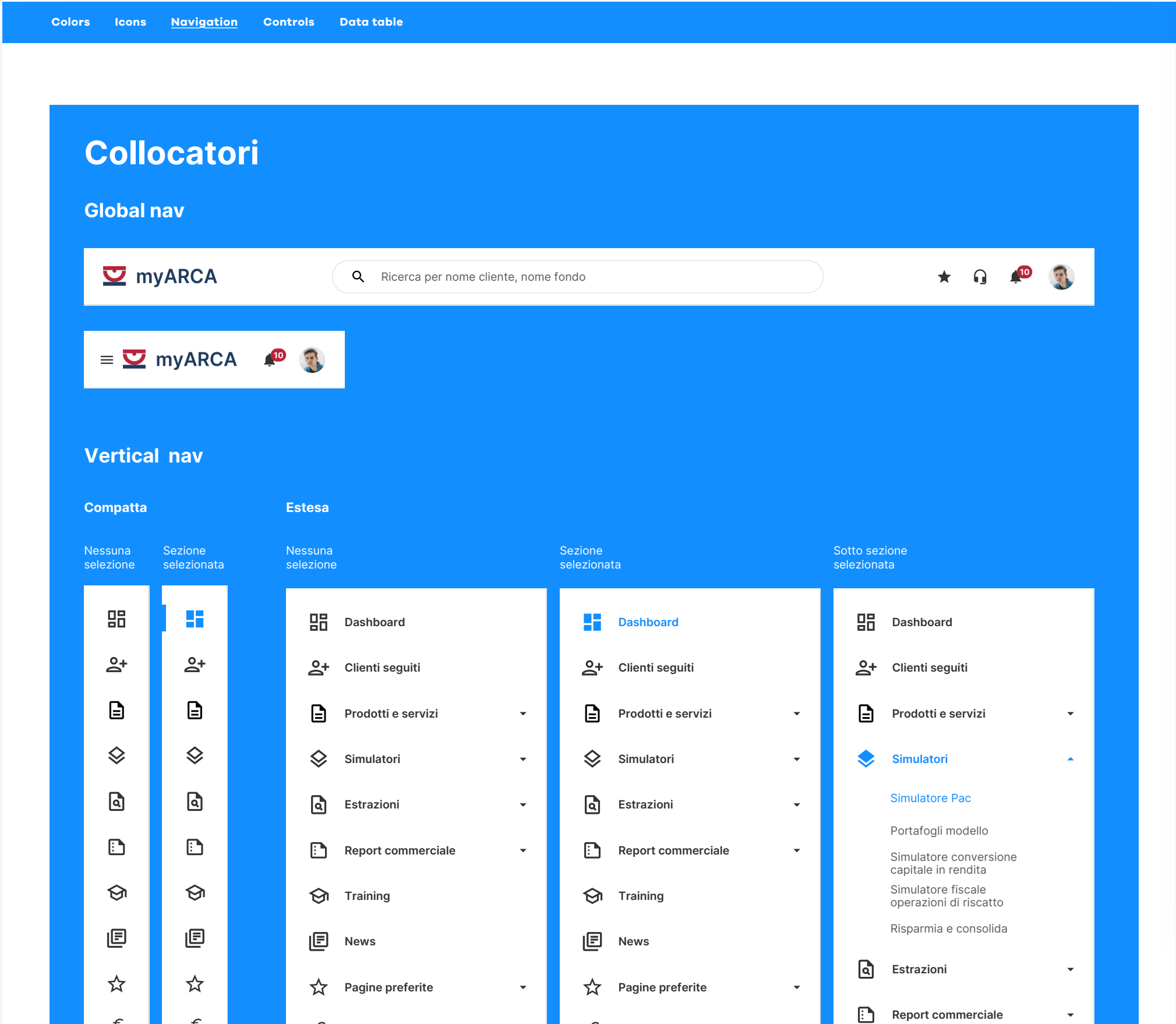






04

Navigation framework





04

Controls

ColorsIconsNavigationControlsData table

Buttons&links

Primary button

Text

Icon + Text

Active

Label

Hover

Label

Pressed

Label

Disabled

Label

Secondary button

Text

Active

Label

Tertiary button

Text

Icon + Text

Text+icon

Icon

Active

Label

Links

Text + icon

Active

Label >

Selection

Checkboxes

icon

icon + Text

Active

☐

☒ Text

Selected

☒

☒ Text

Disabled

☐

☐ Text

Indeterminated

☐

☐ Text

Radio buttons

icon

icon + Text

Active

☐

☐ Text

Selected

☒

☒ Text

Disabled

☐

☐ Text

ColorsIconsNavigationControlsData table

Data table

Esempio di blocco contenuto tabella complessa.

Titolo di tabella

Table title

Campi input, opzionali. Utilizzabili per interrogare i DB e compilare la tabella con gli item relativi

Label

item

Label

item

Label

item

Applica

Tabella

Sono state stilizzate 3 tipologie di tabella e un caso di errore.

1) Simple
2) Accordion
3) Tree
4) Error

Value type	Value type	Value type	Value type	Value type	Status typ
☒ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
Total	Value	Value	Value	Value	

Paginazione:

< 1 2 3 ... 10 >

Tasto Download:

Scarica dati selezionati

Opzionale

Non presente quando presente al riga dei totali in tabella

Tipologie tabella

Simple

Value type	Value type	Value type	Value type	Value type	Status typ
☒ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
☐ Item	Value	Value	Value	Value	• S
Total	Value	Value	Value	Value	



04

From as is to to be

AS IS / TO BE

AS IS

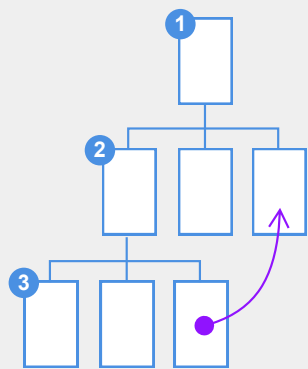
Attualmente l'applicazione YouApp permette di navigare da una qualsiasi schermata ad una qualsiasi delle sezioni presenti nel menu di navigazione o nel menu utente.

Inolte è anche presente in pagina il nome di pagina o di sezione.

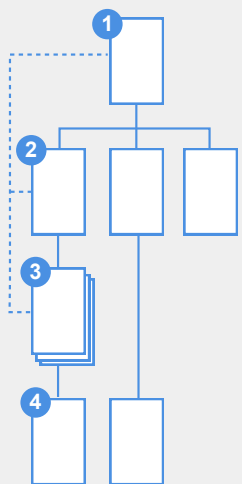
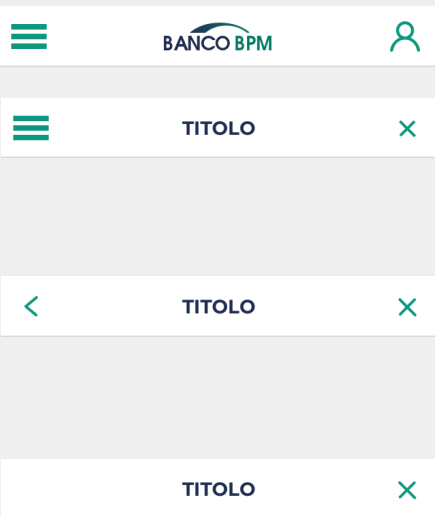
TO BE

Vorremmo includere l'indicazione del titolo di sezione o pagina all'interno della nav, in modo da recuperare pixel e indirizzare gli utenti verso flussi di navigazione più chiari.

AS IS



TO BE



NAVIGAZIONE LIVELLI

Navigazione livello 1

Il pattern di navigazione prevede che al primo livello di navigazione, Home, siano presenti logo, burger icon e login tools e che gli utenti abbiano accesso al menù di navigazione.

Navigazione livello 2

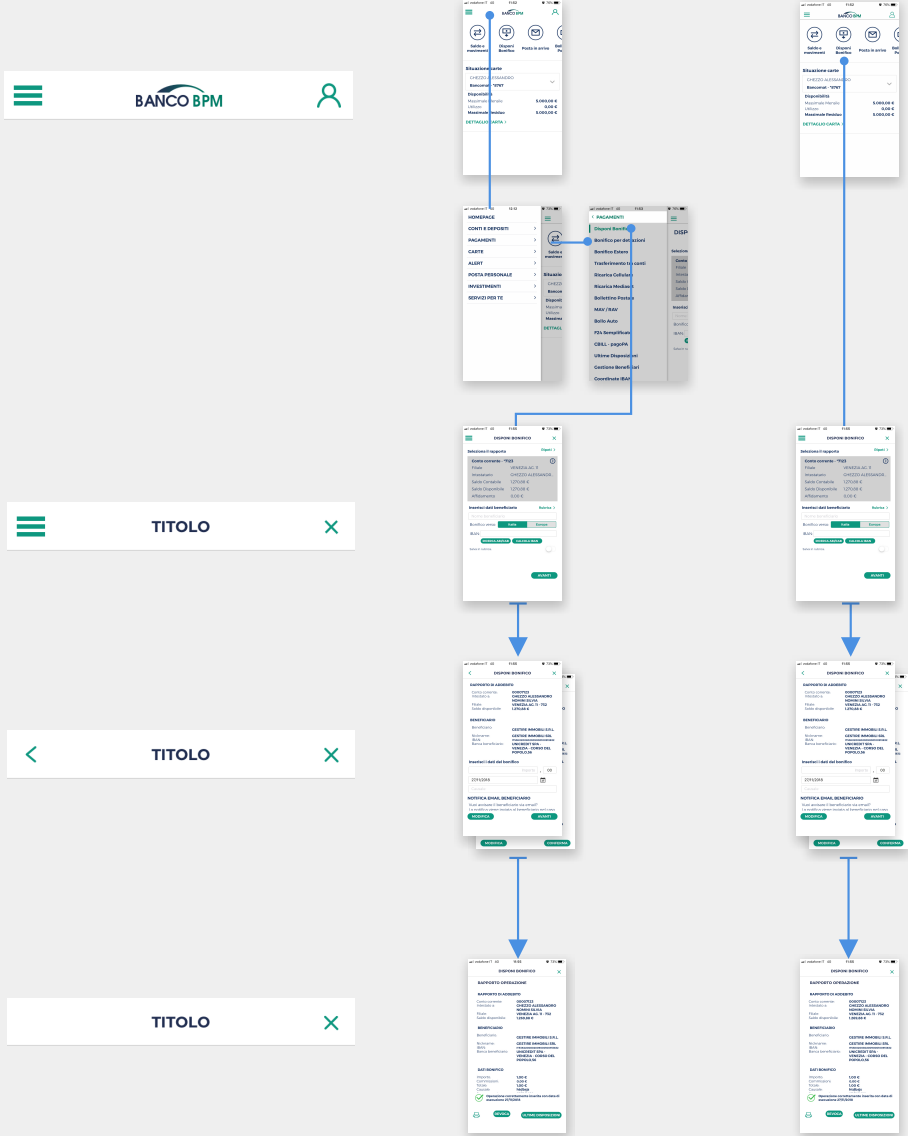
Al secondo livello gli utenti hanno sempre la possibilità di aprire il menu di navigazione. Avere l'informazione della pagina o sezione in cui ci si trova e la possibilità di chiudere per tornare alla home.

Navigazione livello 3

Al terzo livello gli utenti hanno sempre la possibilità di tornare indietro, l'informazione della pagina o sezione in cui ci si trova e la possibilità di chiudere per tornare alla home.

Navigazione livello 4

Per le pagine di feedback, come le ultime pagine di wizard, l'utente avrà soltanto la possibilità di chiudere e tornare in home.



LAYOUT E UNIFORMITÀ ICONE

Layout comune

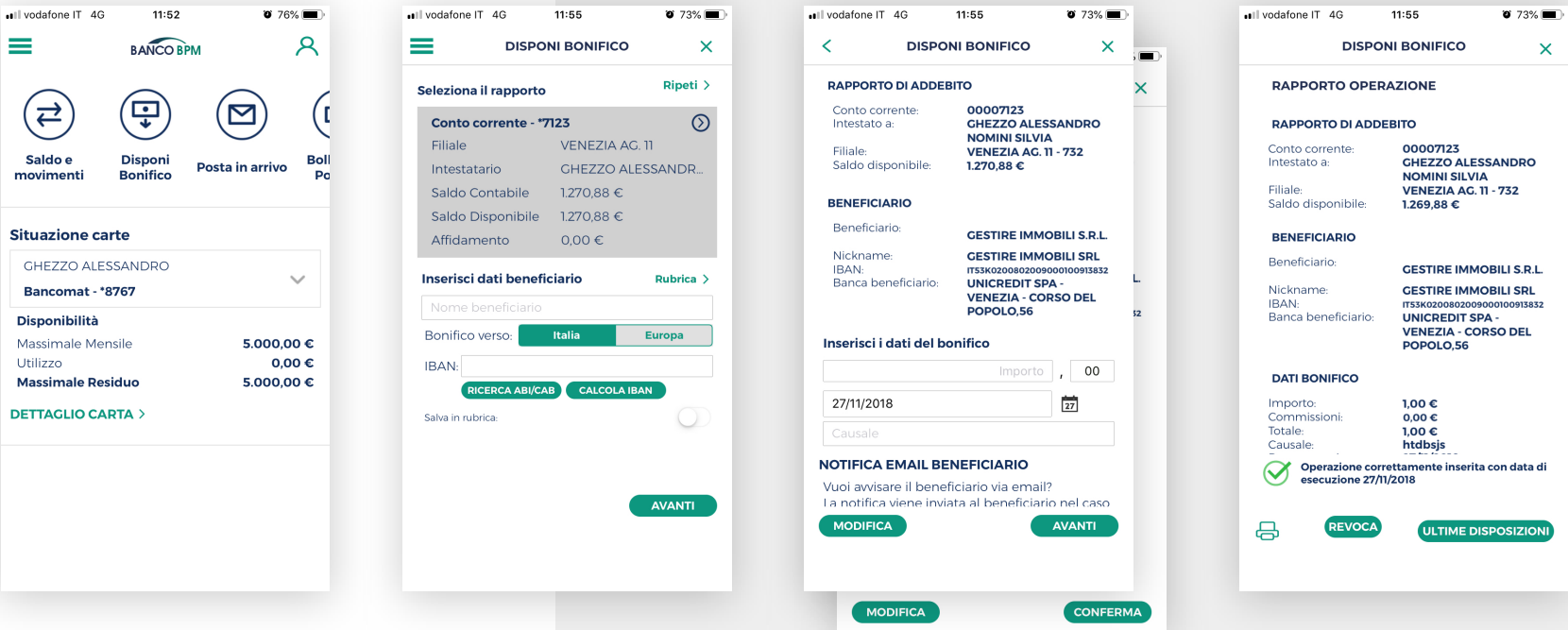
Ingombri uniformi di: logo/titolo pagina e delle icone a destra e a sinistra della nav.

Colore icone

Unico colore per le icone in modo aumentare l'uniformità dell'interfaccia.



DISPONI BONIFICO





Evolve

05

I find something new
How do I evolve it?



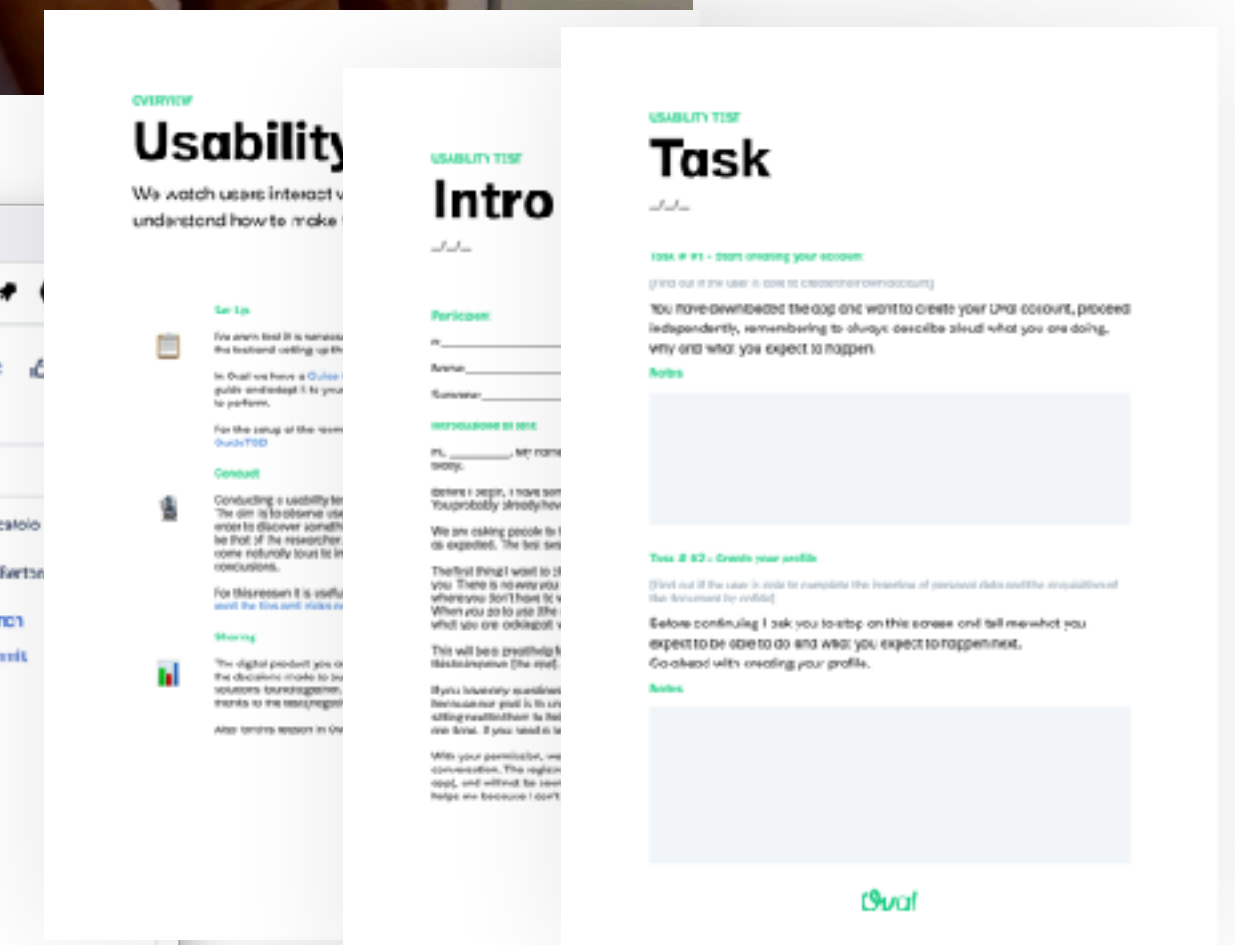
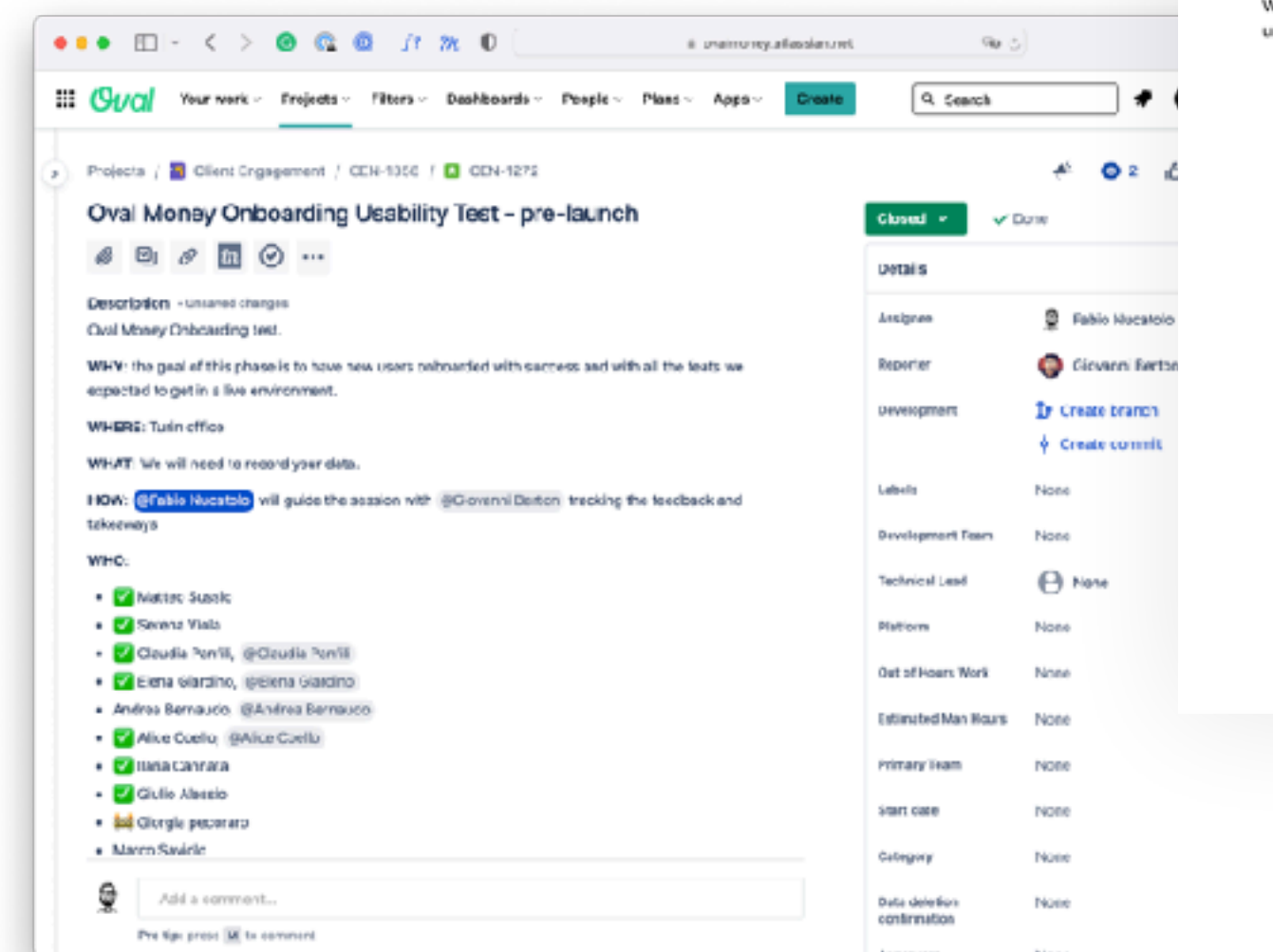
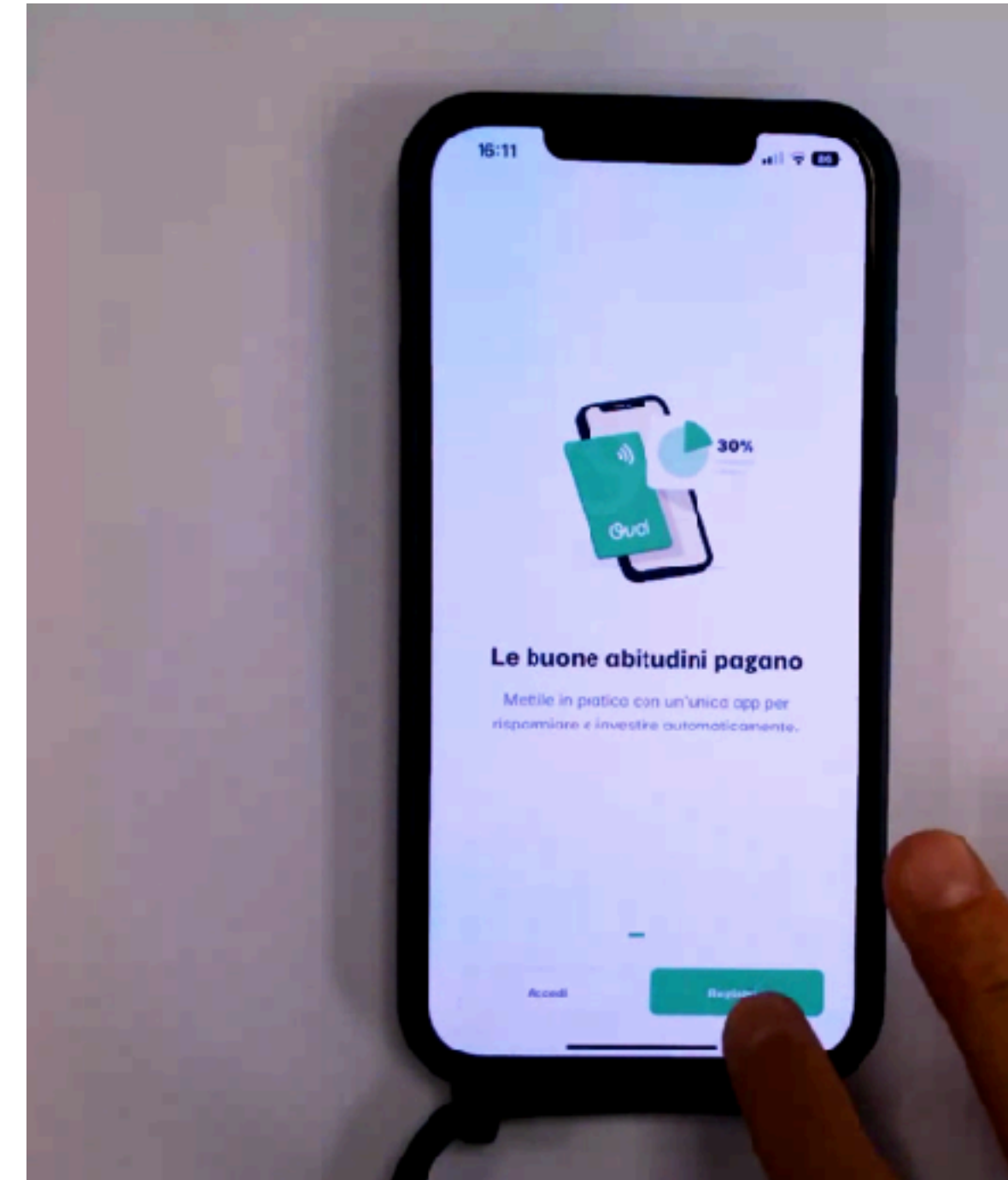
05

Usability test

Whenever possible, I conducted tests with users reflecting the profile of the identified personas.

Usability tests were conducted using the think aloud method.

I always involved other colleagues to help them understand how and how much their work impacted the good user experience and help them as much as possible in putting themselves in the user's shoes.





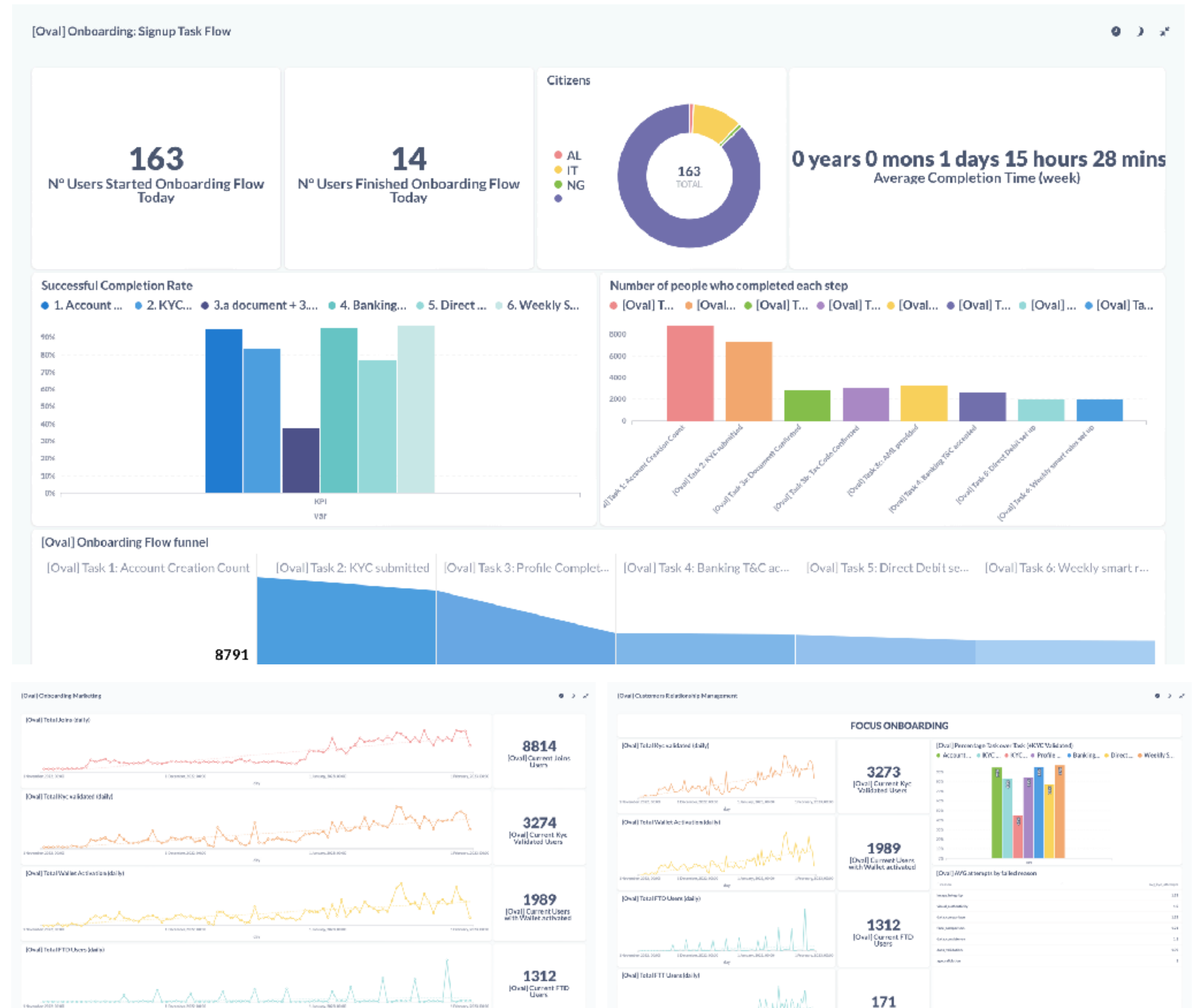
05

Usability metrics

I have always found a great ally in **data analysis and business intelligence departments**. With them I was able to understand the quantitative impact of every business and design choice.

Specifically I try to measure **three parameters to understand the level of usability** of the product for which I design, these parameters are:

1. **Effectiveness:** The accuracy and completeness with which users achieve specified goals
2. **Efficiency:** The resources expended in relation to the accuracy and completeness with which users achieve goals.
3. **Satisfaction:** The comfort and acceptability of use.



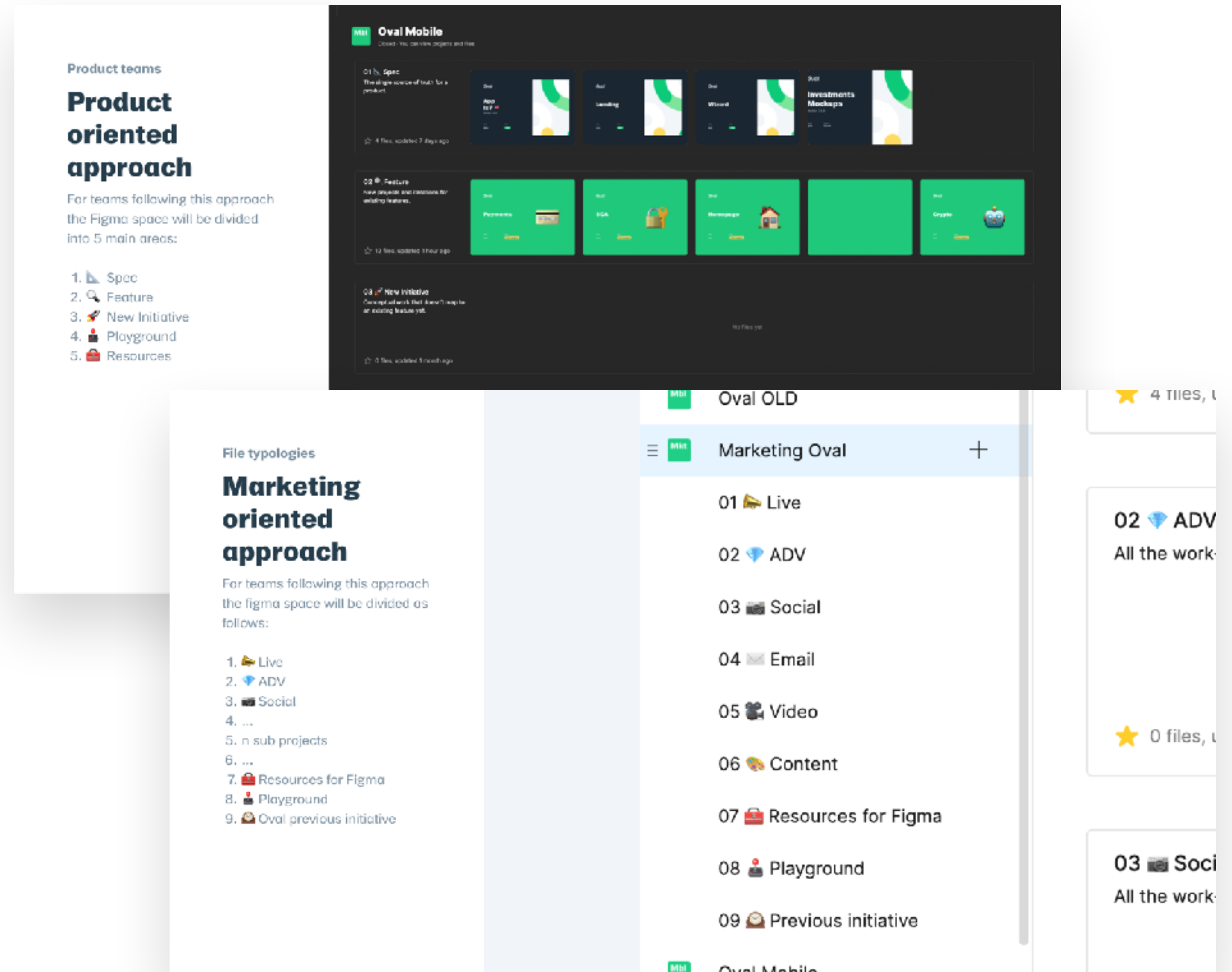
Design Ops

Helps colleagues to work better

Tide up Figma space

Users are not only the end users of the product, colleagues and stakeholders are the users and makers of many documents and design files. As a designer I feel a responsibility to improve the findability and management of information even for internal business documents

The importance of this aspect to me along with a inclination toward order and method has always led me in being involved in improving workflow, space management, and work files for the entire design team.



Design Ops

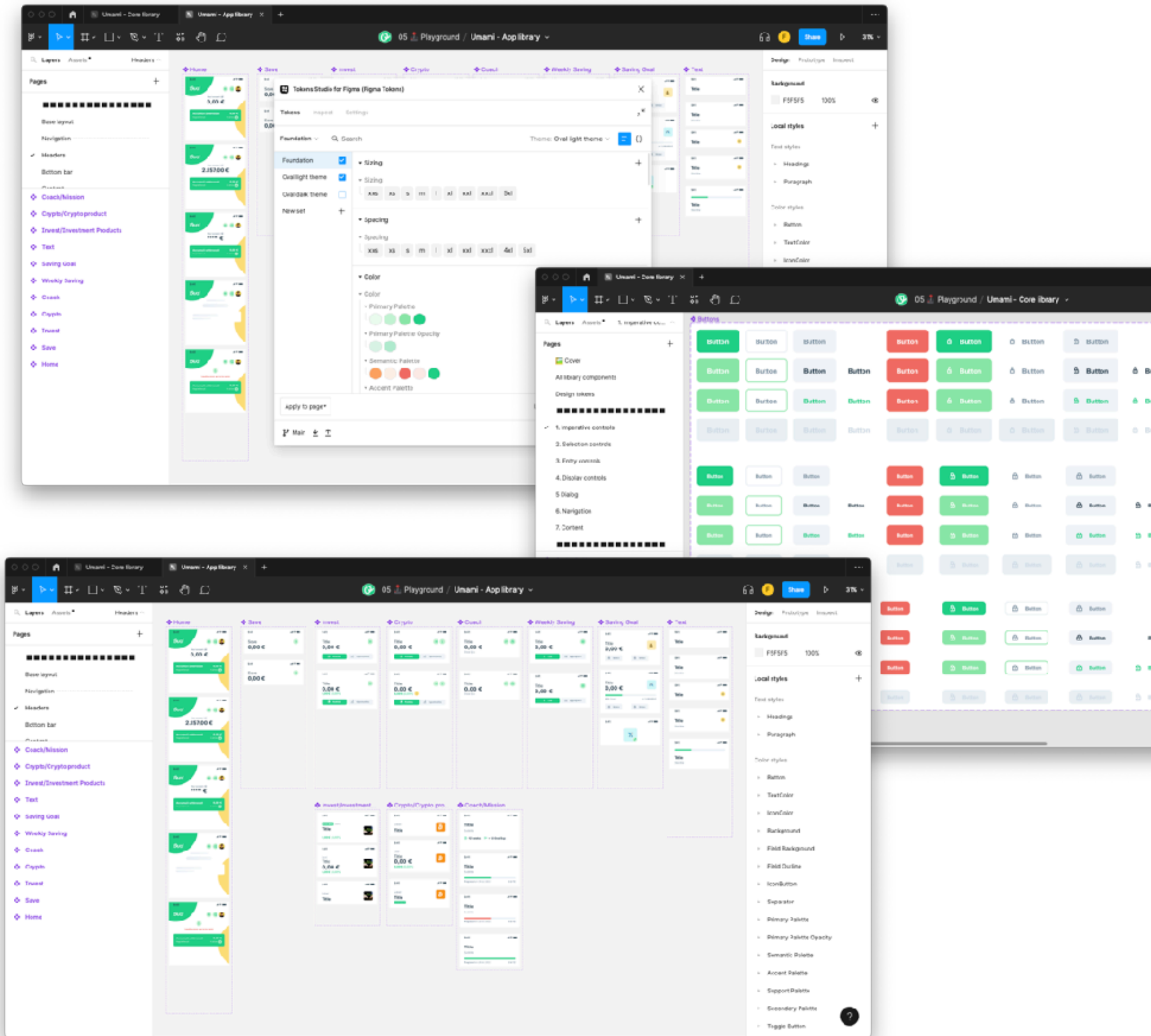
Design system

On several occasions I have been responsible for creating a design system from scratch or contributing to existing design systems.

In my last work experience, I was specifically responsible for creating a new design system with respect to the new possibilities of Figma and Token studio.

So that the design team could:

- Improve consistency in touchpoint design
- Reduce production time (Des/Dev)
- Reclaim time to spend on design of important things



Design Ops - personal project

Design Pattern gallery



IL PROGETTO

Punti essenziali

La progettazione di Nap&Tap è fatta di discussioni, scelte, indecisioni che portano ad altre discussioni. Abbiamo raccolto le risposte alle domande fondamentali e le fonti consultate per prenderle.

[LEGGI COS'È NAP&TAP](#)

LA LIBRERIA

Design pattern

Il cuore del progetto, la sezione in cui i design pattern vengono catalogati e descritti. L'argomento è ampio e la sezione in continuo aggiornamento man mano che ogni componente viene concluso.

[CERCA UN PATTERN](#)

LE RISORSE

In pratica

Studiare la teoria non rimane un'attività fine a se stessa ma influisce sulle nostre scelte. Stiamo preparando dei file che uniscono il risultato del tempo passato a leggere e quello passato a progettare.

[VISUALIZZA LA CLASSIFICAZIONE](#)

La progettazione di Nap&Tap è fatta di discussioni, scelte, indecisioni che portano ad altre discussioni. Abbiamo raccolto le risposte alle domande fondamentali e le fonti consultate per prenderle.

[LEGGI COS'È NAP&TAP](#)

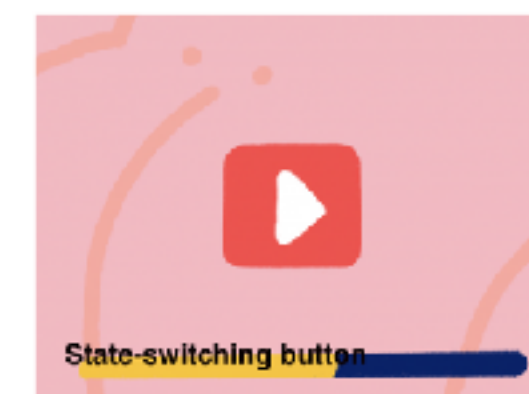
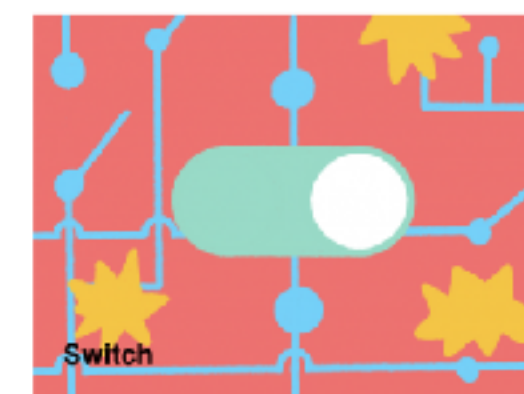
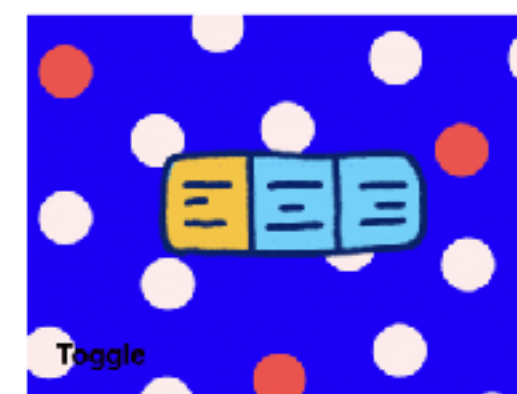
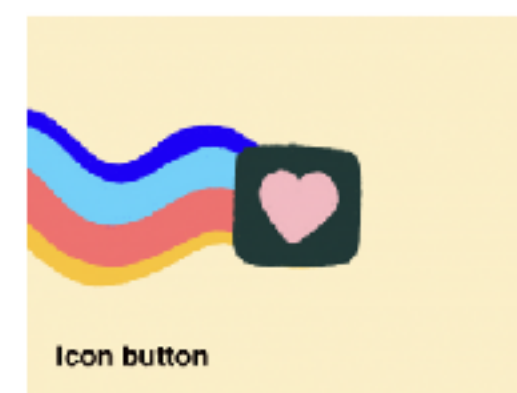
Il cuore del progetto, la sezione in cui i design pattern vengono catalogati e descritti. L'argomento è ampio e la sezione in continuo aggiornamento man mano che ogni componente viene concluso.

[CERCA UN PATTERN](#)

Studiare la teoria non rimane un'attività fine a se stessa ma influisce sulle nostre scelte. Stiamo preparando dei file che uniscono il risultato del tempo passato a leggere e quello passato a progettare.

[VISUALIZZA LA CLASSIFICAZIONE](#)

Design pattern



[TUTTI I DESIGN PATTERN](#)

Nap&Tap

CURATO DA

Fabio e Alessia

www.fabionucatolo.com

www.alassialongo.com

CONTATTI

naptap.library@gmail.com

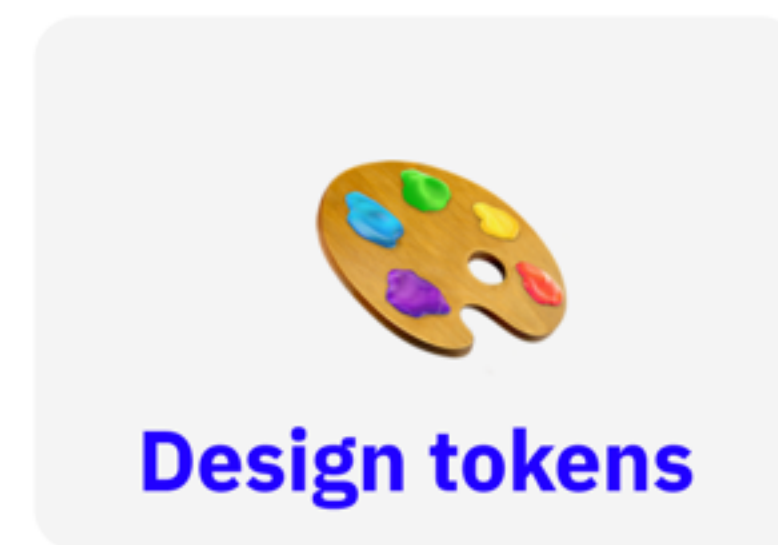
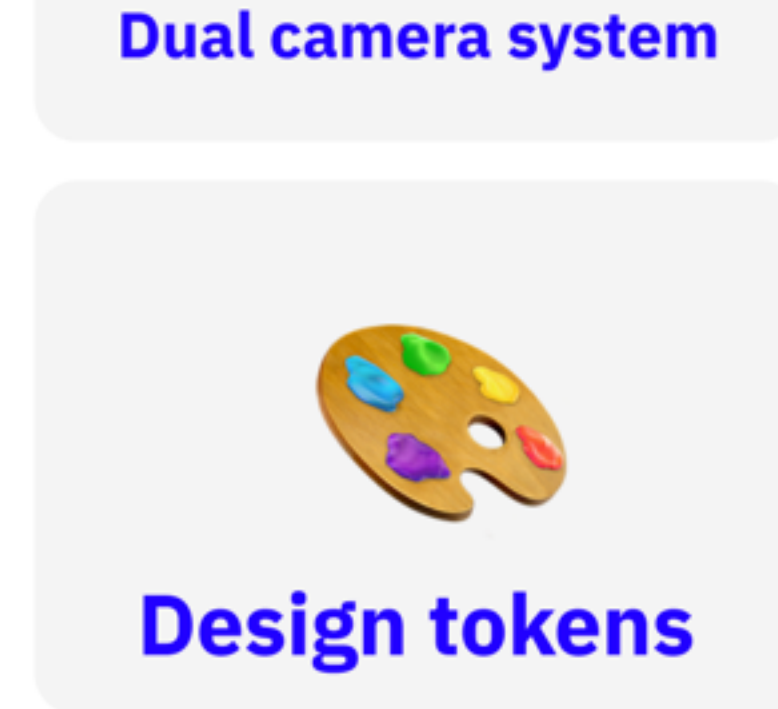
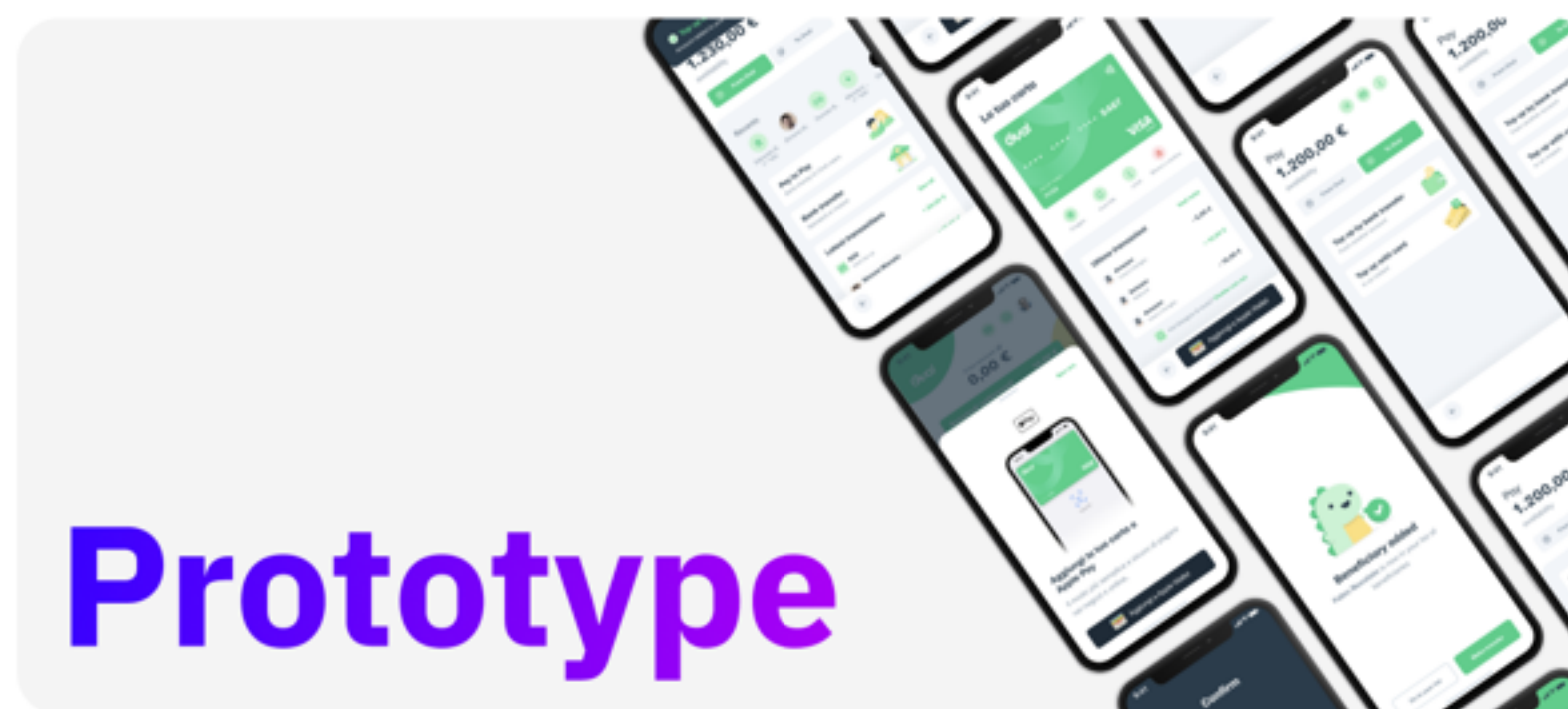
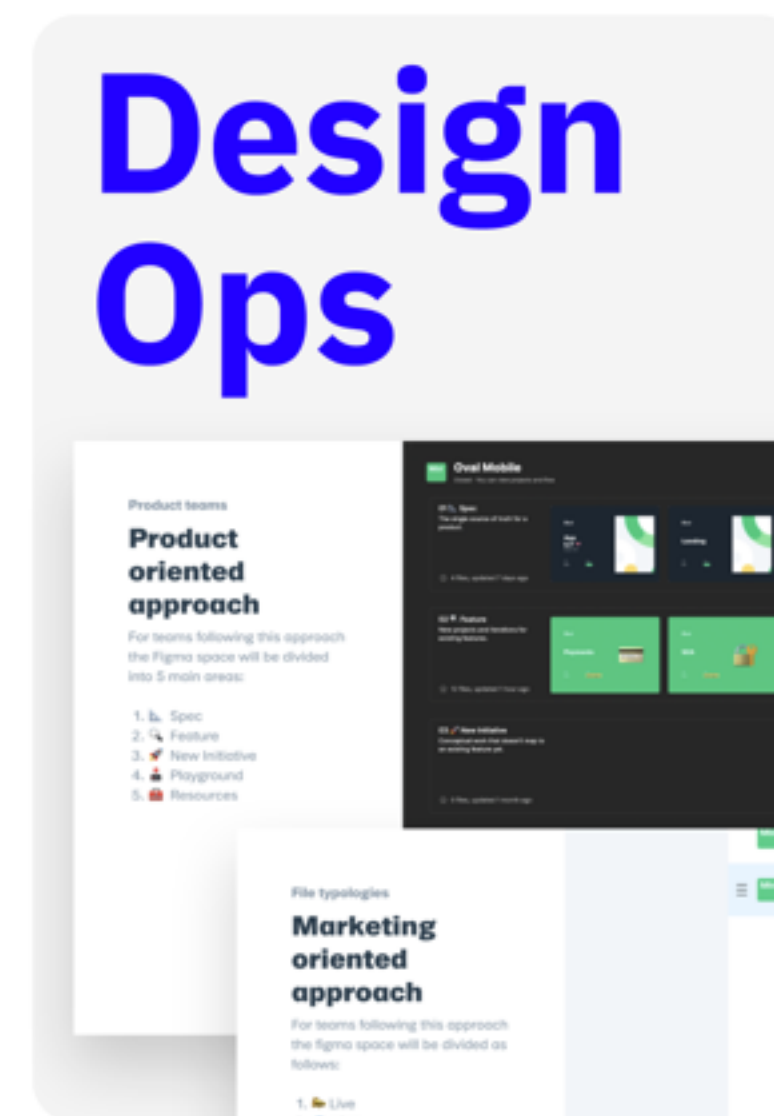
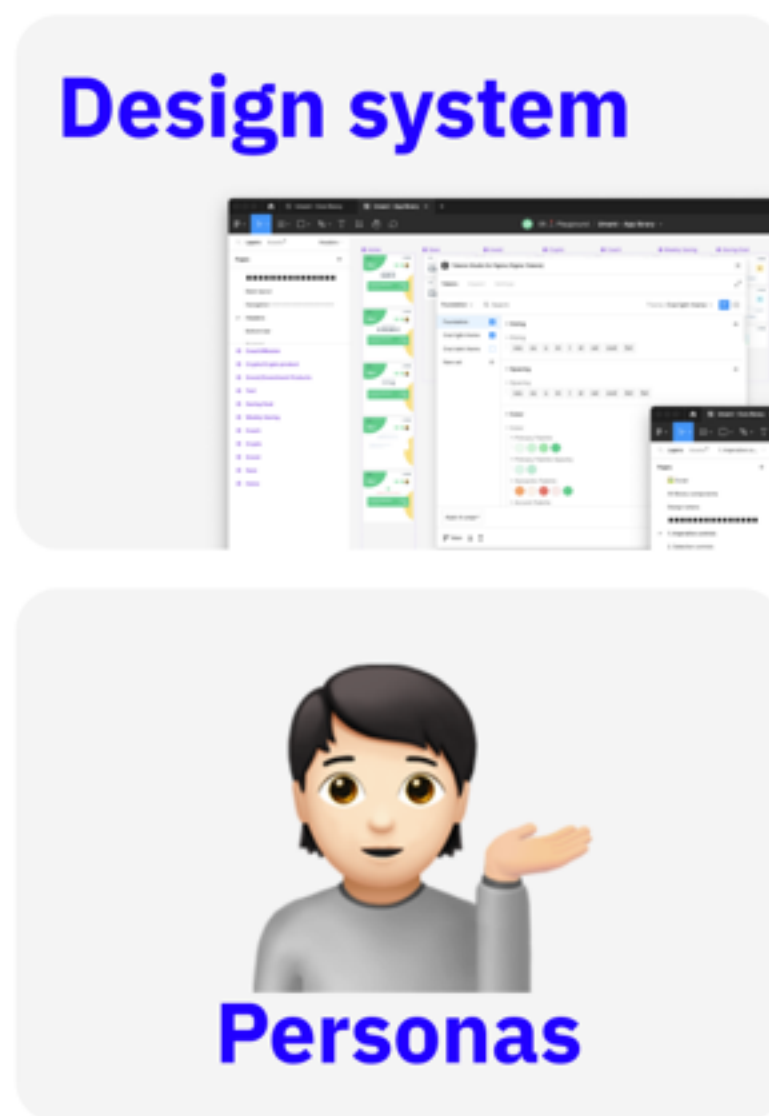
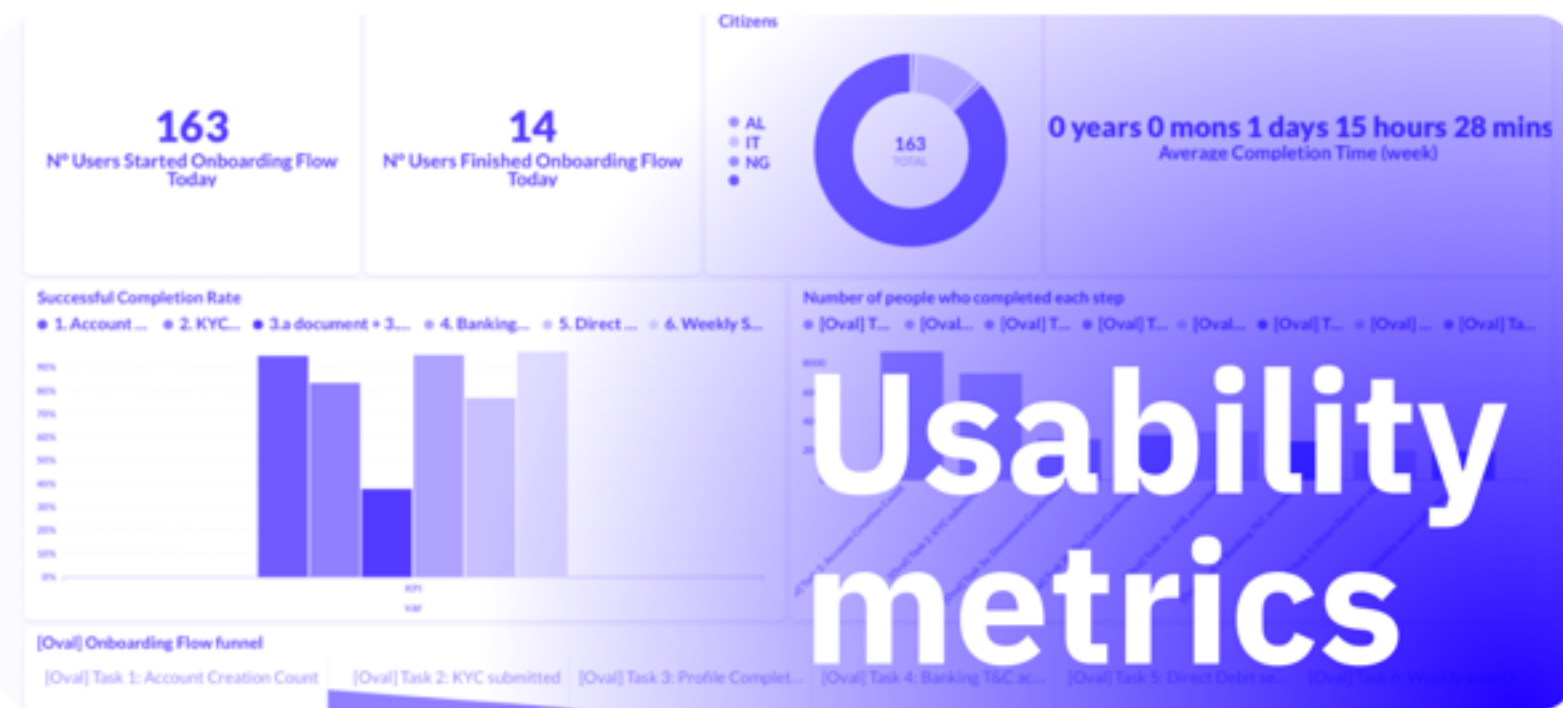
[Instagram](#)

LEGAL

[Privacy Policy](#)

© 2022 Nap&Tap. Tutti i diritti riservati

Design pattern



Thank you



This portfolio is designed to describe my work experience over the years on the different projects I have tackled.

If you are curious to go into detail and talk about a specific project I will be happy to show you other works.

✉ fabionucato@gmail.com

💻 www.fabionucato.com