

Classificazione: Uso interno aziendale

---

## Scheda di Obiettivo

**Identificativo Scheda:** A.1.1

**Classificazione del documento:** Uso interno aziendale

**Stato del documento:** Emesso

**Data:** 11/01/2022

Compilato : 09/11/2021

Rivisto : 11/01/2022

Approvato :

Versione : 2.2

TABELLA DELLE VERSIONI			
Data	Versioni	Descrizione	Identificativo Scheda
09/11/2021	1.0	Prima redazione del documento	A.1.1
20/12/2021	2.0	Seconda redazione del documento	A.1.1
29/12/2021	2.1	Allineamento importi e data fine scheda ed aggiornamento milestone progettuali	A.1.1
11/01/2022	2.2	Aggiornamento stime con arrotondamento effort a multipli di 0,5; allineamento fasi in milestone progettuali (rimozione Realizzazione Sprint 3)	A.1.1

## Premessa

Le categorie di prodotti sono suddivise in:

- **Prodotti Utente:** Prodotti sviluppati e rilasciati all’utenza sia Business (B2B) che Consumer (B2C/Turisti) e Machine-to-machine (M2M – integrazione tra sistemi eterogenei).
- **Prodotti Tecnologici:** Soluzioni applicative di Marketing Technology prodotte da Software Vendor rese disponibili in modalità PaaS/SaaS e che garantiscono scalabilità in cloud. Soluzioni configurate ed integrate per le esigenze del TDH.
- **Gestione Applicativa & Maintenance:** Servizi di gestione e manutenzione indispensabili al corretto funzionamento di Prodotti Utente e Prodotti Tecnologici.

Le tre categorie sono rispettivamente codificate attraverso le schede A, B e C, a loro volta numerate (es. A.1, A.2, ...) per ciascun prodotto appartenente a una categoria. Per ogni prodotto è altresì indicata la sua versione di intervento di evoluzione attraverso la numerazione incrementale del codice del prodotto (es. A2.2 è volto a indicare la seconda versione del prodotto 2 della categoria A).

Di seguito la lista dei prodotti:

TABELLA DEI PRODOTTI			
Identificativo	Categoria	Nome	Descrizione
A.1	Prodotti Utente	Portale	Evoluzione del Portale Italia.it con contenuti e servizi sia informativi che transazionali, per Turisti (B2C) e Operatori (B2B)
A.2	Prodotti Utente	Mobile	App per dispositivi mobili che offre contenuti e servizi per il Turista (B2C) complementari al Portale, e contestuali al territorio
A.3	Prodotti Utente	Dashboard	Pannello di controllo con trend e KPI sul Turismo. Le fonti dati sono interne (Portale) ed esterne (es. Data Provider)
A.4	Prodotti Utente	Chat	Servizio di supporto ai Turisti (B2C) per l’erogazione di informazioni in modalità interattiva e conversazionale

Classificazione: Uso interno aziendale

<b>TABELLA DEI PRODOTTI</b>			
<b>Identificativo</b>	<b>Categoria</b>	<b>Nome</b>	<b>Descrizione</b>
A.5	Prodotti Utente	CRM	Sistema di gestione delle informazioni e relazioni con gli Operatori di Settore (B2B)
A.6	Prodotti Utente	Digital Commerce	Funzionalità dispositive di prenotazione e acquisto di prodotti e servizi Turistici, inclusi pagamenti
A.7	Prodotti Utente	Media House	Servizio di sviluppo contenuti e gestione attività di Digital Marketing (SEO, Campagne, Advertising)
A.8	Prodotti Utente	TDH022	Linee guida e piattaforma di interscambio dati con Operatori Pubblici (es. Regioni) e Privati
B.1	Prodotti Tecnologici	Marketing Technology	Prodotti volti alla Gestione dei Servizi, e all'Analisi, Visualizzazione, Elaborazione e Aggregazione dei Dati
B.2	Prodotti Tecnologici	Cloud Infrastructure & Security	Prodotti finalizzati alla realizzazione dell'infrastruttura Cloud, alla predisposizione degli strumenti di monitoraggio e backup, alla gestione di servizi e infrastruttura IT e garantire la sicurezza dell'infrastruttura del TDH
C.1	Gestione Applicat. & Maintenance	Gestione Applicativa	Servizi di gestione e manutenzione

<b>SCHEDE CORRELATE</b>		
<b>Id scheda</b>	<b>Versioni</b>	<b>Descrizione</b>
-	-	-

## Scheda Intervento

<b>Obiettivo Piano dei Fabbisogni</b>	Obiettivo 1		
<b>Descrizione dell’intervento</b>	Gli obiettivi dell’intervento sono il Set Up del Prodotto WEB che include: Progettazione (3 dimensioni), disegno dei Servizi, linee guida di Design, customer experience e user journey del primo ambito selezionato per la progettazione (es. strutture ricettive alberghiere), information architecture (website B2C, elementi «core»). L’intervento include anche la progettazione e realizzazione di un MVP (con Wireframe navigabile). L’Intervento comprende attività che includono la definizione di scope, reference architecture di marketing technology, visione di progetto e alcuni studi specifici del contesto.		
<b>Prodotto</b>	Portale WEB (B2C)		
<b>Responsabile intervento (fornitore)</b>	Laura Morone (Accenture)		
<b>Responsabile intervento (MiTur)</b>	Francesco Baldoni		
<b>Servizio Attivato</b>	SS - Supporto Specialistico	Seleziona	Seleziona
<b>Metodologia Utilizzata</b>	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> WATERFALL <input type="checkbox"/> AGILE
<b>Ciclo di vita</b>	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input checked="" type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input type="checkbox"/> AGILE	<input type="checkbox"/> COMPLETO <input type="checkbox"/> RIDOTTO <input type="checkbox"/> A FASE UNICA <input type="checkbox"/> REALIZZATIVO <input type="checkbox"/> AGILE
<b>Modalità di erogazione</b>	<input type="checkbox"/> A CORPO <input checked="" type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA	<input type="checkbox"/> A CORPO <input type="checkbox"/> A CONSUMO <input type="checkbox"/> CANONE <input type="checkbox"/> MISTA
<b>Data inizio</b>	05/10/2021	-	-
<b>Data fine</b>	10/01/2022	-	-
<b>Metrica</b>	<input checked="" type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> C (CANONI)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> C (CANONI)	<input type="checkbox"/> GIORNI PERSONA (GP) <input type="checkbox"/> FP (FUNCTION POINT) <input type="checkbox"/> C (CANONI)
<b>Giorni persona (GP)</b>	1453,5 GP (Team Ottimale)	-	-
<b>Function point (FP)</b>	-	-	-
<b>Canoni (C)</b>	-	-	-
<b>Valore economico dell’intervento</b>	<b>€ 420.206,85</b>	-	-

## Descrizione dell’intervento

L’intervento relativo alla presente scheda obiettivo ha come ambito:

Ambito	Linea di Servizio	Attività
1. Servizi, Disegno, Progettazione	SS	<p>Le attività sono così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analisi di Contesto:</b> Analisi del settore turistico attraverso lo studio dei dati settoriali, trend di mercato, analisi degli stakeholder e dei bisogni di domanda (turisti) ed offerta (operatori). Mappatura degli attori (Regioni, operatori privati, Enti turistici, ...) coinvolti all’interno dell’ecosistema turistico e delle relazioni che intercorrono tra loro. Attività di benchmark internazionale delle attuali soluzioni istituzionali esistenti;</li> <li>• <b>Vision dell’Ecosistema Digitale:</b> definizione del ruolo del Tourism Digital Hub all’interno dell’ecosistema Turistico e conseguente individuazione delle modalità di coinvolgimento dei Partner/attori, identificazione dei macro-obiettivi, dei pillar strategici, delle tecnologie Martech e relativa architettura di riferimento per abilitare una Customer experience;</li> <li>• <b>Modello di collaborazione Media House:</b> Identificazione del modello di collaborazione più efficiente attraverso un’analisi di dettaglio sulle esperienze maturate in altre realtà analoghe. Identificazione dei servizi Core necessari (es. creative services, content management, social media management, ...) su cui identificare i ruoli/profili professionali necessari ed i processi organizzativi e di coordinamento;</li> <li>• <b>Experience Model:</b> Declinazione della Vision in una strategia di esperienza definendo tutte le fasi che compongono la Customer Journey (funnel) e le rispettive UX/UI necessaria all’erogazione di contenuti, dei processi di content marketing e dei servizi di un prototipo ad essi correlato;</li> <li>• <b>Modello di business:</b> identificazione di diversi modelli di business (agency model, merchant model, adv, ...) applicabili fin dal primo go-live, e dei modelli a seguire, al fine di rendere sostenibile nel tempo il TDH. Definizione del posizionamento del TDH rispetto i diversi modelli di business analizzati;</li> <li>• <b>Panoramica sui Software Vendor:</b> analisi delle diverse soluzioni tecnologiche di mercato esistenti rispetto ai punti di forza e debolezza delle singole soluzioni;</li> <li>• <b>Modello Operativo:</b> definizione del modello operativo TDH attraverso l’identificazione dei processi di governance, delle regole di interazione, dei ruoli chiave e delle responsabilità. Identificazione di tutte le unità di servizio rilevanti e necessarie allo sviluppo e gestione nel tempo della piattaforma;</li> <li>• <b>Linee guida di Design (modelli di interazione, best practice, ...):</b> attività di studio e ricerca nell’ambito del Turismo delle best practice a livello di servizi e funzionalità distintive. Identificazione delle migliori esperienze seamless omnicanale in grado di veicolare al meglio i contenuti delle 4 dimensioni dello Strategic Framework;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Architettura dell’informazione:</b> definizione dell’alberatura di navigazione del portale TDH;</li> <li>• <b>Linee guida di Integrazione dei Partner:</b> definizione delle modalità di coinvolgimento (dalla selezione, alla contrattualizzazione ed integrazione). Definizione delle diverse tipologie di Partner e definizione dei processi di onboarding, qualifica, interazione e modalità di contrattualizzazione;</li> <li>• <b>Experience Map:</b> la mappatura dell’esperienza è la visualizzazione olistica dell’esperienza utente end to end contemplando tutti i canali; identifica e mappa i bisogni dell’utente, turista o turista potenziale, soddisfatti dalle funzionalità di ogni touchpoint dell’ecosistema;</li> <li>• <b>Mappa/piano engagement dei Partner settoriali:</b> censimento e prioritizzazione dei partner industriali e pubblici, definizione delle modalità di integrazione;</li> <li>• <b>User Journey - ambito hôtellerie:</b> progettazione di dettaglio della customer experience attraverso la declinazione di 8 Customer journey trasversalmente alle fasi del viaggio (prima, durante, dopo); identificazione e mappatura delle funzionalità trasversali (cross ambito) e specifiche (intra-ambito); benchmark delle funzionalità e delle modalità di interazione utente-piattaforma; redazione e prioritizzazione delle user story.</li> </ul>
<p>2. Prodotto</p>	<p>SS</p>	<p>Le attività sono così suddivise:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analisi del portale Italia.it</b> finalizzata all’identificazione di pain point ed identificazione delle principali best practice;</li> <li>• <b>Chatbot:</b> Ricerca e individuazione delle fonti ufficiali, definizione dell’architettura informativa del chatbot, identificazione dei bisogni del turista e clusterizzazione delle richieste in ambito Covid-19. Definizione di una mappa semantica per ordinamento dei contenuti (tema Covid in Italia);</li> <li>• <b>User Experience Design:</b> Realizzazione dei Wireframe su 1 breakpoint (desktop) ideati secondo i principi del Responsive web design. Il perimetro di azione è focalizzato sulle funzionalità trasversali del TDH (header, fat footer, search, template di contenuti, menu) e sulla progettazione di n. 8 User Journey in ambito hôtellerie;</li> <li>• <b>User Interface Design:</b> realizzazione delle interfacce grafiche digitale su 2 breakpoint (desktop &gt; tablet &gt; mobile), realizzate secondo le linee guida Brand Identity definita per il nuovo portale TDH incluse le funzionalità trasversali (header, fat footer, search, template di contenuti, menu) e sulla progettazione di n. 8 Customer Journey in ambito hôtellerie;</li> <li>• <b>Prototipo navigabile:</b> realizzazione di un prototipo navigabile sia su almeno 1 breakpoint (desktop &gt; mobile) che simuli la navigazione delle sezioni principali del TDH e di 8 Customer Journey in ambito hôtellerie; Il prototipo subirà affinamenti progressivi che potrebbero comportare modifiche anche a funzioni e componenti già progettate.</li> <li>• <b>Analisi Funzionale focalizzata sul WEBSITE B2C, includente funzionalità trasversali cross-media:</b> Scrittura delle specifiche funzionali ovvero descrizione delle funzioni base della pagina in modo che le annotazioni spieghino il contenuto, specifichino una sezione o descrivano una funzionalità. Il perimetro di azione è focalizzato sulle funzionalità</li> </ul>

		trasversali del TDH (header, fat footer, search, template di contenuti, menu) e su 8 Customer Journey in ambito hôtellerie;
--	--	---

## Milestone progettuali

Ambito	Fase	Attività	Criterio di Uscita	Data inizio	Data fine
(1)	Sprint 1	Disegno	Consegna	05/10/21	31/10/21
(2)		Realizzazione			
N/A	Sprint 1	Collaudo	Accettazione	31/10/21	31/10/21
(1)	Sprint 2	Disegno	Consegna	01/11/21	30/11/21
(2)		Realizzazione			
N/A		Collaudo	Accettazione	30/11/21	30/11/21
(1)	Sprint 3	Disegno	Consegna	01/12/21	31/12/21
N/A	Collaudo	Collaudo	Accettazione	31/12/21	10/01/22

Eventuali output di rendicontazione attività:

Fase	Attività	Deliverable	Data fine
Sprint 1	Disegno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento (PDF/PPT) che descrive l’ambito di progetto, inclusivo dell’identificazione del funnel (B2B &amp; B2C), un’individuazione delle linee di indirizzo e una roadmap implementativa</li> <li>• Documento (PDF) inclusivo di un’analisi della domanda turistica in Italia e trend di mercato</li> <li>• Documento (PDF/PPT) contenente il disegno della Reference Architecture</li> <li>• Documento (PDF/PPT) contenente la Vendor Scouting/Analysis, ovvero la comparazione delle soluzioni offerte dal mercato</li> <li>• Documento (PDF/PPT) di Benchmark dei diversi modelli di collaborazione della Media House</li> <li>• Documento (PDF/PPT) di descrizione del Data-driven strategy framework (4</li> </ul>	31/10/2021

		<p>dimensioni: persona, interesse, destinazioni e offerta)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento (PDF/PPT) che descrive un Modello Operativo di alto livello per la governance del programma</li> <li>• Documento (PDF/PPT) che descrive un Modello Organizzativo di alto livello con le relazioni tra i vari interlocutori</li> <li>• Documento (PDF/PPT) contenente il Disegno della Chatbot conversazionale (Covid-19)</li> <li>• Documento (PDF/PPT) contenente uno studio dei diversi Revenue Model applicabili</li> </ul>	
Sprint 1	Realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento (PDF/PPT) contenente l’Analisi Qualità del portale Italia.it</li> <li>• Documento (PDF/PPT) inclusivo di un Wireframe e un Prototipo navigabile del concept TDH</li> </ul>	31/10/2021
Sprint 2	Disegno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento (PDF/PPT) che descrive le linee guida di Design (modelli di interazione e best practice)</li> <li>• Documento (PDF) che riporta l’Architettura dell’informazione WEB B2C (versione 1)</li> <li>• Documento (XLS) che contiene la mappatura Journey su ambito hôtellerie (8 user journey su touchpoint Web/Mobile)</li> <li>• Documento (XLS) che rappresenta la matrice delle funzionalità su ambito hôtellerie su touchpoint Web/Mobile</li> <li>• Documento (PDF/PPT) di linee guida di coinvolgimento delle diverse tipologie di Partner (Parte 1)</li> <li>• Documento (XLS) che riporta la Mappa/piano di engagement dei Partner /brand-sponsor in ambito hôtellerie</li> </ul>	30/11/2021
Sprint 2	Realizzazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wireframe delle funzionalità cross dominio:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Home - Landing page (incluso header, fat footer, menu, lingua)</li> <li>○ Interessi - Landing page interesse</li> <li>○ Interessi - Articolo to go, to buy, to know, to do</li> <li>○ Ricerca - Ricerca</li> <li>○ Ricerca - Risultato ricerca (All)</li> </ul> </li> </ul>	30/11/2021

		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ricerca - Risultato ricerca (per categoria)</li> <li>○ Destinazione - pagina di dettaglio Città</li> <li>○ Destinazione - pagina di dettaglio Luoghi</li> <li>○ Destinazione - Tutti i Luoghi</li> <li>○ Destinazione - Tutte le destinazioni</li> <li>○ Destinazione - landing regione</li> <li>○ Informazioni sul sito - Terms &amp; conditions, Privacy, cookies ecc</li> <li>○ Informative - argomento</li> <li>○ Informative - pagina di dettaglio</li> <li>● Wireframe su ambito hôtellerie (8 Customer Journey): <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Hotel - Landing page</li> <li>○ Hotel - Risultato ricerca</li> <li>○ Hotel - Mappa</li> <li>○ Hotel - Filtri</li> <li>○ Hotel - pagina di dettaglio Hotel</li> </ul> </li> <li>● Documento (PDF) che riporta la mappatura funzionale del WEBSITE B2C (descrizione degli elementi, funzioni e servizi).</li> </ul>	
Sprint 3	Disegno	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Documento (PDF/XLS/PPT) che rappresenta l’Experience Map (prima, durante e dopo il viaggio)</li> <li>● Documento (PDF/PPT) di linee guida di coinvolgimento delle diverse tipologie di Partner (Parte 2)</li> <li>● Documento (PDF) che riporta l’Architettura dell’informazione WEB B2C (versione 2)</li> <li>● Documento (PDF) per rispettare la Milestone del Q42021 in riferimento al codice intervento M1C3-8</li> </ul>	31/12/2021

Figura professionale	Sprint	Tariffa figura professionale	GP	Data inizio	Data fine	Valore economico
Team Ottimale	Sprint 1	€ 289,10	582	05/10/2021	31/10/2021	€ 168.256,20
Team Ottimale	Sprint 2	€ 289,10	582	01/11/2021	30/11/2021	€ 168.256,20
Team Ottimale	Sprint 3	€ 289,10	289,5	01/12/2021	31/12/2021	€ 83.694,45

## Vincoli e assunzioni

#	Tipo	Descrizione
1	Coinvolgimento Partner e Brand Sponsor	<i>È necessario un supporto da parte di MiTur/ENIT per definizione mappa/piano di onboarding dei partner e dei brand sponsor del primo ambito di progettazione (hôtellerie)</i>

## Rischi

#	Descrizione