

Le innovazioni tecnologiche sono costanti e sempre in aumento, come siti web o app e come lo è altrettanto la complessità degli stessi.

Immagina di navigare su una piattaforma online durante l'interazione con un prodotto o un servizio senza nessun tipo di guida per poter procedere fluidamente nel tuo percorso, ecco qui che entra in gioco l'**UX writing**.

Indice dei contenuti

- [UX writing cos'è](#)
- [Dove si utilizzano i microtesti nell'UX writing?](#)
- [UX writing e copywriting non sono la stessa cosa](#)
 - [UX writing vs Content writing](#)
 - [UX writing e Content strategy](#)
- [8 esempi su come applicare i microtesti all'UX writing](#)
- [Quali sono le abilità più richieste per diventare UX writer?](#)
- [Conclusione](#)

UX writing cos'è

L'**UX writing** è una tecnica di scrittura creata e sviluppata per poter semplificare e migliorare il percorso e l'interazione degli utenti con piattaforme, app, siti, servizi o prodotti digitali, al fine di rendergli un'esperienza positiva e memorabile.

Google ha affrontato per la prima volta il tema dell'**UX Writing** nella [Conferenza per sviluppatori \(Google I/O '17\)](#) del 2017, prendendo come case study il servizio *Google Hotel*. Si è dimostrato come il cambio della Call to Action, da 'Book a room' a 'Check Availability', abbia portato ad un aumento del 17% il tasso di engagement, avvicinandosi semplicemente ai bisogni reali dell'utente in quella fase del processo decisionale.

Si tratta di una disciplina nell'ambito dell'**UX** volta a migliorare il rapporto tra macchina e persona, semplificando la comprensione e l'interazione con prodotti digitali, tramite lo sviluppo dei così detti **micro copy** o **micro testi**, col fine di migliorare l'esperienza utente.

E come cita **Serena Giust** UX writer e autrice del [libro](#) "UX writing. Micro testi, macro impatto" (edito da Hoepli), lo UX writing è: *"L'arte di scrivere parole che guidano gli utenti nella navigazione di un sito"*.

Effettuando questo tramite la creazione di **microtesti** o **micro copy**.

Dove si utilizzano i microtesti nell'UX writing?

- Voci del menù di navigazione
- Form di iscrizioni alle newsletter
- Istruzioni e FAQ

- Titoli e sottotitoli
- Pulsanti per CTA
- Messaggi di errore
- Pagina 404
- Messaggi di conferma
- Pop up di aiuto
- Micro testi per privacy [GDPR](#)
- Meta description

UX writing e copywriting non sono la stessa cosa

Le tecniche di scrittura per il web sono molte e diverse fra loro, anche se spesso alcune vengono confuse più di altre, come può capitare tra l'**UX writing** e il **copywriting**.

Vediamone qui le differenze.



UX writing e Copywriting differenze

Sicuramente la differenza principale è che mentre il **copywriting** si occupa di pubblicizzare un prodotto e soprattutto attirarti per portarti al processo d'acquisto, l'**UX writing** è volto a semplificarti e migliorarti l'interazione con il prodotto stesso.

Perciò, a differenza del **copywriting**, il quale è legato essenzialmente agli obiettivi di business e di marketing, focalizzandosi quindi sulla vendita del prodotto o servizio, l'**UX writing** non entra nell'ambito del **marketing**, in quanto quest'ultimo non ha lo scopo di vendere ma di creare empatia nei confronti tuoi, e dei tuoi bisogni, aiutandoti e semplificandoti l'interazione con le varie piattaforme digitali.

UX WRITER

Semplifica la tua navigazione.
Si concentra assieme ai designers sul prodotto.
Si focalizza sulla tua esperienza.

COPYWRITER

Ti persuade ad acquistare.
Si concentra a farti acquistare il prodotto.
Si focalizza sul tuo acquisto.

UX writer vs Copywriter

Le principali **caratteristiche** dell'**UX Writer** sono:

- facilitare la navigazione, attraverso la scrittura di **microtesti**;
- avere un orientamento allo sviluppo di un prodotto o servizio digitale (come siti e app);
- preoccuparsi di **rendere l'esperienza di navigazione dell'utente più fluida**, partendo dall'analisi del comportamento degli utenti stessi;
- confrontarsi con designer e sviluppatori;
- partire dai bisogni e desideri dell'utente per poter costruire la giusta Content Strategy;
- avere come focus l'esperienza utente.

Vediamo ora, invece, quali sono gli **aspetti principali** che compongono il lavoro del **Copywriter**.

Il **Copywriter** si occupa di:

- scrivere testi spesso lunghi e articolati, usando parole persuasive per attrarre gli utenti e guidarli all'acquisto;
- raccontare storie in modo creativo, occupandosi essenzialmente di **Content Marketing**;
- lavorare in diverse realtà, come scrivere articoli per blog aziendali, SEO, newsletter e post sui social media.

UX writing vs Content writing

Il **Content writing** è solitamente integrato in un team di lavoro nel marketing e pubblicità concentrandosi sulla pianificazione della stesura e scrittura di contenuti per siti, web, post, articoli, podcast o video, volti ad accrescere il tuo interesse e mantenere la tua attenzione sugli argomenti trattati. L'**UX writing** si troverà a collaborare assieme ad esperti di design, entrambi con l'obiettivo di realizzare la migliore esperienza utente.

Il primo cercherà di mantenere la tua attenzione sui suoi prodotti e servizi tramite la persuasione, l'**UX writing** ti accoglierà e ti condurrà durante l'interazione con essi.

UX writing e Content strategy

Si può dire che la **Content Strategy** sia volta a lavorare per la creazione di contenuti più ampi dietro i quali ci stanno analisi e pianificazione mentre l'**UX writing** si occupa di affinare i dettagli, che, pur essendo "solo" dettagli, sono gli stessi a poter migliorare e completare una buona **Content Strategy**, creando così una perfetta esperienza utente.

Ed è per questo, che per poter ottenere continui buoni risultati né **UX writing** né la **Content strategy** possono lavorare indipendentemente dalla presenza di uno o dell'altro, ma invece andare a pari passo e collaborare da inizio pianificazione a compimento.

8 esempi su come applicare i microtesti all'UX writing

1. **Essere umani**, usare il "tu" creando una comunicazione diretta con i tuoi utenti e usare "io" ove opportuno e possibile per creare maggior interazione umana tra macchina e persona, o in alcuni casi, sempre in ambiti appropriati, come ad esempio durante i messaggi di conferma, mettere una foto di se stessi piuttosto che un personaggio animato.
2. **Essere chiari**, e quindi usa parole brevi e concise ma efficienti.
3. **Essere umoristici**, il giusto, due esempi qui sotto di un modo simpatico e originale di mostrare alcune pagine 404:

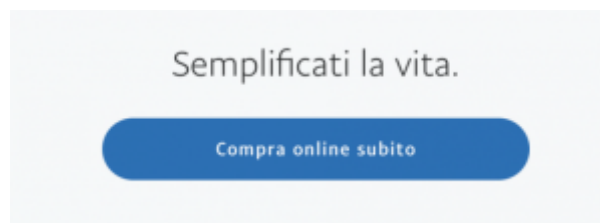


<https://www.focus.it/>



<https://www.pinterest.it/pin/98516310568877692/>

4. **Essere empatici**, e forse questo più di tutti essendo alla base della **UX** e anche il più completo tra gli altri punti, ricordarsi di immedesimarsi al 100% in ciò che può essere l'utente e i suoi bisogni. Spiegare il perché della presenza di alcuni possibili problemi riscontrati nelle interfacce e risolverli.
5. **Essere concisi**, sempre ritornando alla questione dell'empatia, nessuno ha voglia di leggere blocchi di testi compatti e infiniti mentre sta interagendo per soddisfare interessi e bisogni.
6. **Essere semplici**, un po' come il secondo punto, usa parole perspicue (comprensibili) e quindi evita termini tecnici o gerghi che potrebbero solo che appesantire, come "perspicue". Un esempio lampante di **semplicità e chiarezza** è la *Call to Action* usata nel sito di **Paypal**:



it.semrush.com

7. **Essere utili**, descrivi e metti davanti i vantaggi del servizio o prodotto con cui i tuoi utenti stanno interagendo piuttosto che definirne principalmente le caratteristiche.
8. **Essere coerenti**, mantieni stile, terminologie e tone of voice uguali da un **micro copy** all'altro e soprattutto appropriati e in linea con il tuo target. Se a interagire sulle interfacce saranno giovani o universitari, il tuo **tono di voce** e approccio saranno sicuramente diversi da quello che avresti con persone più anziane e le loro necessità di altro genere. Perciò adeguati e sii coerente con il tone of voice che ritieni appropriato.

Quali sono le abilità più richieste per diventare UX writer?

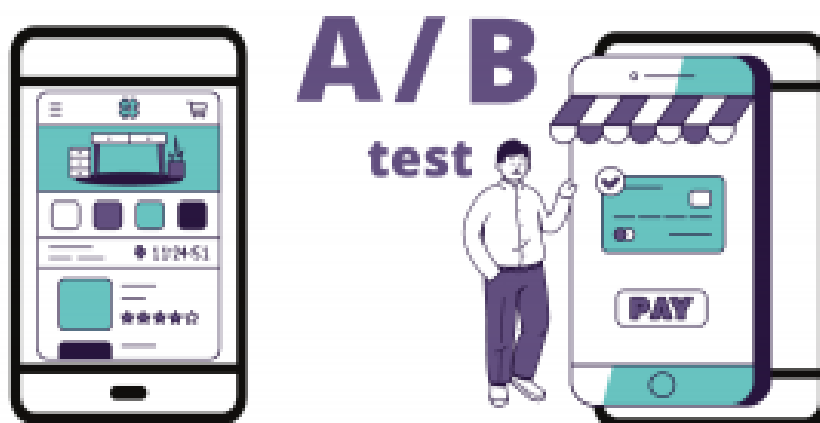
Saper scrivere grammaticalmente e scorrevolmente bene non basta, come non basta aver coltivato esperienza nel **copywriting** o **content writing**, i quali, dall'**UX writing**, si differenziano in molti modi.

Vediamo qui sotto ciò di cui hai bisogno per una perfetta **UX writing**.

- Capacità di saper comunicare all'interno del team di lavoro e concepire al meglio la **content strategy**, in quanto ogni **UX writer** si troverà da inizio a capo durante la progettazione completa del servizio e prodotto.

L'**UX writing** generalmente non si occupa nello specifico della strategia dei contenuti, ma è essenziale che sappia stare in linea con quella creata da altri specialisti nel team, facendo anche in modo da poter mantenere il giusto **tone of voice** durante la creazione dei propri progetti.

- Saper comprendere il processo di simulazione del risultato delle varie progettazioni di design **UX**, eseguendo inoltre dei test di controllo di ognuno dei prodotti prima che vengano lanciati sul mercato.



Utilizzo dell'A/B testing per l'Ux writing

- Capacità di utilizzo di tools e software per gli **A/B test**.

Solitamente nell'**UX writing** ci stanno una serie di opzioni da cui poi scegliere quelle più adatte, e questo grazie al processo di **A/B test** applicato assieme agli utenti per verificare cosa dovresti scartare e quale può essere il servizio più efficace.

- Conosci i vari strumenti di prototipazione, i quali servono per poter simulare l'idea o concetto di un prodotto e gli strumenti di progettazione, sapendo scrivere e modificare la lavorazione del prodotto o servizio integrandolo direttamente negli strumenti appositi, in modo da rendere l'idea del risultato finale e approssimare i comportamenti di ognuno dei progetti.

- Rimani sempre aggiornato/a sulle tendenze del settore, leggi articoli a riguardo, [libri](#), interviste e continua così, è un settore in costante crescita e sviluppo, il saper essere attuali, innovativi e originali, è ciò che servirà e piacerà sempre ai tuoi utenti.
- Molto importante e consigliabile per realizzare sempre un ottima **UX writing** è possedere delle soft skills tra cui, ad esempio, alcune tra le più importanti come un forte senso dell'empatia, il quale ti permetterà di immedesimarti nei tuoi utenti e prevedere i loro bisogni, essere chiari e semplici nella scrittura, in quanto dovrai agevolare la lettura e semplificare il tempo di chi legge.

Conclusione

l'**UX writing** è perfetto per i tuoi clienti e potenziali clienti, i quali avranno sempre più la necessità di farsi guidare lungo un percorso diventato ormai troppo ricco di informazioni e dettagli probabilmente indispensabili.

Ho scritto questo articolo cercando di essere per te il più esaustiva possibile ed essenziale allo stesso tempo, che tu abbia bisogno di metterlo in pratica con le tue mani o ricavarne solamente informazioni importanti per terze persone, mi auguro che per te sia stata una buona lettura, e che possa servirti ora e in futuro.