



Designer chi sei: pavone, camaleonte o tartaruga?

Analizzare, conoscere e assegnare un profilo ad una commessa sulla base dell'approccio di comunicazione

Nel libro ***Thinking, Fast and Slow*** lo psicologo **Daniel Kahneman** identifica **due sistemi di giudizio** che operano nel nostro cervello: *“Un sistema è più veloce, intuitivo ed emotivo; l'altro è più lento, deliberativo e logico”*. Questa breve citazione suggerisce alcune necessarie riflessioni per introdurre uno dei processi che ho osservato con maggiore attenzione in anni di collaborazione o coordinamento di team di designer dedicati allo sviluppo di prodotti industriali. La professione del designer osservata sul campo nel suo momento cruciale: la presentazione di un progetto verso un cliente.

Partiamo da una constatazione, piuttosto ovvia ma comunque necessaria: **i designer non sono tutti uguali**, perché l'approccio al design è differente da persona a persona e perché ognuno comunica con gli strumenti narrativi, psicologici ed emotivi che appartengono alla sua personalità, alla sua educazione e al suo vissuto. **Non tutti i designer amano presentare i loro progetti, ma esistono schiere di professionisti che non farebbero presentare il proprio progetto se non a se stessi**. Prelevando dalla scienza etologica alcune rappresentazioni, abitudini e costumi animali, abbiamo provato a raccogliere una serie di

elementi utili a **classificare i designer in tre macro-gruppi** sulla base dei loro metodi (la maggior parte appresi sul campo e mai frutto di percorsi formativi dedicati) e tecniche di comunicazione.

Il pavone

Amanti dell'effetto "super-wow", sono progettisti **esplosivi**, coccolano le loro idee e se ne innamorano ancor di più strada facendo. Partono in quarta, giocano la loro partita sull'effetto sorpresa, hanno un **tono di voce deciso ed elevato**, non accettano pause, trascorrono molto tempo ad argomentare i concetti ispiratori e la loro evoluzione. Sguazzano in mix di output grafici, tridimensionali ed animati (l'effetto ruota, del pavone appunto) utili a potenziare ulteriormente la forza del concept. Prestano attenzione perfino al colore del numero di pagina, curano la forma a livello maniacale e sono **schiafi del loro perfezionismo**. Difettano in evoluzione, ovvero la **fattibilità tecnica di quanto mostrato è sempre rinviata alla prossima verifica. Obiettivo principale: portare dalla loro parte il cliente**, coinvolgerlo emotivamente, iniettargli una dimensione sognatrice finora assolutamente ignorata per la sua impresa o per il prodotto/servizio.

Il camaleonte

Progettisti **ibridi**, a **metà tra chi predilige l'approccio stilistico e chi difende quello ingegneristico**. Sono camaleontici perché partono lentamente, conservando il meglio del loro lavoro alla fine della presentazione. È come se sondassero l'evolversi del gradimento per indirizzare in corsa cosa dire e come presentare. I camaleonti, **se necessario, nascondono alcune slide**, hanno un tono di voce che stecca nelle prime fasi della riunione ma che si consolida in sicurezza da metà percorso in poi. Sono **aperti alle modifiche del progetto**, lasciano parlare i clienti senza sovrapporsi, sono consapevoli che il progetto andrà avanti a lungo né premono affinché le consulenze possano risolversi in poche battute. Il camaleonte **ama il mutare dell'atteggiamento del cliente** all'interno di quell'humus prodromico di una progressiva transizione dal terreno della diffidenza allo spazio della fiducia.

La tartaruga

Ovvero, coloro che **si corazzano perché sono convinti che ogni cliente sia portatore di rischi** per la propria attività, reputazione, azienda. Hanno un approccio fortemente orientato alla fattibilità tecnica ed economica, **non ammettono picchi emotivi** nel loro percorso di presentazione, seguono meticolosamente testi e immagini che hanno posizionato con criterio nei loro supporti di comunicazione, sviluppano una strategia difensiva basata sulle rassicurazioni e meno sulle emozioni. Lasciano commenti e considerazioni alla fine, non amano le interruzioni e desiderano non perdere il filo degli elementi determinanti per ottenere il benessere a procedere. Prestano **poca attenzione ai dettagli**, ma svettano nelle repliche alle domande della controparte poiché **non lasciano nulla al caso**. Le tartarughe non costruiscono rapporti duraturi con i clienti, ma non lasciano strascichi negativi sulle commesse (re-loop, scadenze non rispettate, contestazioni formali e incassi mancati, solo per citarne alcuni).

Chi è il migliore?

Alla domanda **“Quale profilo dei tre sceglieresti per la tua azienda?”**, si potrebbe rispondere con estrema facilità: **“un mix dei tre”**. **Mentiremmo** per varie ragioni, ma soprattutto perché **nessun progettista potrà mai nascere con attitudini modulabili o mixare i tre approcci a piacimento**. La persona comanda sempre sul progettista, e ogni uomo sa quali sono gli strumenti a sua disposizione per uscire da uno stato di tensione o per ottenere il massimo profitto nel momento della verifica.

Le **responsabilità**, invece, dovrebbero **ricadere sui loro superiori, sui project leader**, su coloro che assegnano quella risorsa a un determinato progetto, avendo analizzato preventivamente settore, carattere, obiettivi e ambizioni del potenziale cliente. **Bisogna preparare sempre il campo** e trasferire al collaboratore quei dettagli chiave che saranno determinanti durante l'esposizione. Un criterio di selezione potrebbe essere legato all'assegnazione delle risorse sulla base dello stato di sviluppo del business. Se una società di design è ancora in una fase di **startup** e punta ad aumentare il numero dei clienti e la propria visibilità, **sarebbe opportuno dispiegare più pavoni e meno tartarughe**. Se invece reputazione e portafoglio clienti sono abbastanza **consolidati, puntare su camaleonti e tartarughe** aiuta a gestire in sicurezza e a stabilizzare il livello qualitativo raggiunto.

Immagine di copertina: il designer pavone ama dominare la scena e attirare l'attenzione sulle sue

qualità creative, tecniche e comunicative (© Ubaldo Spina 2022)

PROFESSIONE DESIGNER				
CLASSIFICAZIONE DEL DESIGNER SULLA BASE DELL'APPROCCIO DI COMUNICAZIONE				
		PAVONE	CAMALEONTE	TARTARUGA
TECNICHE E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	Tempi di presentazione	Medio-Lunghi (>60')	Medio (45')	Brevi (30-45')
	Approccio al cliente	Fiducioso	Rispettoso	Diffidente
	Gestione del Palco	Domina la scena	Apprezza il dialogo e l'interruzione	Lascia i commenti alla fine
	Valutazione del Cliente	I clienti sono tutti diversi	I clienti possono essere classificati per "desiderata" e settori di intervento	I clienti sono tutti uguali
	Restituzione dei risultati del meeting	Poche annotazioni	Tende a tracciare solo le considerazioni chiave	Verbalizza tutti i commenti
	Gestione dei supporti	Produce e alterna slide, illustrazioni, modelli e animazioni	Oscura/Mostra alcune slide alla luce dell'evolversi della presentazione	Mostra tutte le slide
	Tono di Voce	Alto	Progressivo	Statico
	Carte da giocare	Esprime subito la potenza delle sue idee	Approccio graduale, dall'idea meno convincente alla più interessante	Tutte le idee sono valide
	Design Level	Approccio concettuale e creativo	Approccio ibrido	Approccio ingegneristico
	Frase "cult"	"E ti dirò di più..."	"Si può fare"	"Andiamo avanti"
	Grado di fattibilità dell'idea	Medio-Basso	Medio	Elevato
	Stato d'animo	Esaltato	Paziente	Teso
	Età	25-35	30-40	>35
	Comportamento alla distanza	Sa di dover integrare, ma consapevole di aver lavorato bene sull'impatto e sulle prime impressioni	Approccio basato su continue "design review"	Commesse destinate ad essere chiuse in pochi interventi

About Author



Ubaldo Spina

Ricercatore, Industrial Designer e BDM presso CETMA (www.cetma.it), si occupa di design

research e servizi di design e innovation management. Consulente di startup, PMI e Grandi Imprese, con focus sulla gestione dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e fornitura di servizi avanzati di progettazione concettuale e strategica, ingegneria, prototipazione e protezione IP. Esperto europeo nella ricerca di “Tecnologie emergenti per il design” e membro dello Steering Board del progetto WORTH, il più grande incubatore europeo finanziato all’interno del programma COSME per la creazione e il supporto di collaborazioni transnazionali tra designer, PMI e technology provider, è membro della Commissione “Ricerca per l’impresa” dell’ADI - Associazione per il Disegno Industriale. Per conto del Joint Research Center della Commissione Europea, ha co-curato il rapporto “Innovation Ecosystems in the Creative Sector: The Case of Additive Manufacturing and Advanced Materials for Design”. Il suo gruppo di lavoro ha ricevuto diverse segnalazioni ADI Design Index, due Menzioni d’Onore e il Compasso d’Oro ADI per il veicolo a guida autonoma OMNIAGV. Docente nell’ambito delle attività didattiche magistrali della “24ORE Business School, coordina la pagina Design de “Il Giornale dell’Architettura” e le rubriche giornalistiche “SOS Design” (Design for Emergencies), “Design&Startup” e “Professione Designer”.

[See author's posts](#)

[+ Condividi](#)