FORTUNE



ILLIMITHER

Il design che dà valore alle aziende

Da New York a Milano per una professione nuova, ma che tutte le aziende ormai inseguono. Julie Blitzer racconta come è diventata digital user experience designer nel colosso Bain & Company

DI CARLOTTA BALENA

DA SEMPRE IL DESIGN ha più a che vedere con la vita delle persone che con la semplice estetica. Con il digitale questo è ancora più tangibile. La professione dello user experience designer è relativamente nuova, richiede particolari competenze tecniche ma anche quelle che vengono chiamate 'soft skill', cioè la capacità di entrare in empatia con gli utenti. Lo ha raccontato Julie Blitzer, manager e digital



user experience designer presso la società di consulenza Bain & Company, durante l'ultimo appuntamento di #illimitHer, il programma di incontri con role model femminili under 35 ideato da banca illimity insieme a un ecosistema di organizzazioni che promuovono l'inclusione e l'empowerment delle giovani donne, di cui fa parte anche la community Most Powerful Women di Fortune Italia. Blitzer si è trasferita da New York a Milano, in una contaminazione di culture e idee che continua a giovarle nel lavoro. "Vedere New York nei film è molto diverso che viverci. C'è una energia molto internazionale ma le persone creative si trovano anche a Milano. Gli italiani sono molto accoglienti, e per questo mi sono trasferita". Blitzer ha studiato Scienze politiche ma i suoi interessi si sono sempre diretti verso il mondo della grafica e della comunicazione. "Ho scritto una tesi sul rapporto tra tecnologia e politica, come vediamo le campagne elettorali. Attraverso questa tesi ho scoperto un po' di aziende e così sono nati i primi contatti e ho iniziato a lavorare per un'azienda di strategia di comunicazione digitale e campagne elettorali che mi ha subito messo all'opera". Molto sullo user experience design bisogna impararlo sul campo ma "la cosa positiva è si può lavorare in tantissimi campi, tenendo sempre presente che la natura del tuo

lavoro cambia in base a quanto l'azienda è matura rispetto al design. In pochi ricoprono questo ruolo e questo permette di fare molto". Quello del design applicato al mondo digitale, che cerca di migliorare l'esperienza dell'utente rispetto a un determinato servizio o prodotto, è un settore che sta esplodendo negli ultimi anni. Oltre alle competenze tecniche occorre un'attitudine precisa: "Lavoro di squadra e resilienza, intesa come consapevolezza che lavori, lavori ma poi arrivi all'obiettivo, sono le qualità necessarie".

Consigli per fare questo lavoro? "Ai giovani direi di provare sempre tutti i concorsi che ci sono perché sono tutte esperienze utili. Poi capire che cosa ti viene richiesto nel progetto e che cosa può fare il design per le persone che dovrebbero usare quei prodotti. Come possiamo migliorare la loro vita? Per me, infine, l'ispirazione proviene dal parlare con chi userà quello che progetto. L'empatia è fondamentale, perché non potrò mai fare nulla per le persone a cui mi rivolgo se non mi metto nei loro panni".

Un ultimo fondamentale consiglio, Blitzer lo dà soprattutto alle candidate: "Inviate il cv anche se non avete il 100% delle skill richieste dal ruolo, perché bisogna anche crescere. Fate come gli uomini, che inviano la candidatura anche se hanno la metà delle competenze elencate nell'annuncio".