

Entrevistas Contextuales

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Entrevista a los usuarios sobre las **situaciones relevantes**. Las entrevistas deberán desarrollarse lo más cerca posible al contexto en el cual el producto/servicio van a ser utilizados

Las entrevistas deberán producirse **mientras el usuario está utilizando el producto/servicio**

Por medio de la entrevistas se podrá comprender por qué los usuarios han hecho determinadas cosas y cuáles son sus expectativas

La información puede ser recogida en formato audio, video o por escrito.

Es importante que el entrevistador esté familiarizado con el tipo de situación en la cuál el producto/servicio se usa.

De este modo se podrá tener una buena idea del modo en que las personas utilizan efectivamente los productos/servicios propuestos.

Paso a Paso.

Define el grupo target. Por ejemplo definiéndolo través de los perfiles de los usuarios.

Selecciona 5-8 personas para la entrevista

Planifica la duración de las entrevistas

Entiende al individuo y su situación. Ponte en su lugar

Escribe lo que estás buscando

Documentación. Escoge un método de documentar tu experiencia. Por ejemplo: notas, foto, video, audio

Selecciona 5-8 personas para las entrevistas

Realiza las entrevistas. Haz preguntas sin influir en el comportamiento de los usuarios

Analiza los resultados. ¿Qué hacen los usuarios? ¿Cómo? ¿Por qué?



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Error Crítico

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Observa a los usuarios en situaciones de la vida real

Ve a los sitios en los que se utiliza el producto /servicio y observa a los usuarios utilizarlo

Observa la forma en que los usuarios están utilizando el producto/servicio y cómo reaccionan a él.

Observa las diversas fases y presta atención a los problemas, a las dudas, a las frustraciones, a los errores...

Presta atención a las posibles mejoras que podrías aportar -- incluso allí donde el usuario no esté presentando problemas.

Documenta tus observaciones

Foto y video

La observación del ambiente, de las acciones y de los detalles importantes debería ser registrada con una videocámara. 'osservazione dell'ambiente, delle azioni e dei dettagli importanti dovrebbe essere registrata con una videocamera.

Bocetos

Expresa tus observaciones con rápidos dibujos a mano. No te preocupes mucho de los detalles, pero intenta capturar la esencia de las situaciones, de forma que puedas recordarla.

Notas

Apunta cosas a mano -- o a través de grabaciones de voz en tu móvil. Presta atención a las situaciones y toma notas inmediatas sobre ellas



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Observaciones

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Observa la experiencia de los clientes paso a paso, identifica las situaciones críticas, o bien aquellas en las que las cosas pueden ir mal. identifica los errores críticos. Por ejemplo es particularmente crítico que el sistema de pago de una página web de e-commerce funciones perfectamente.

Descompón la situación del usuario en sus situaciones y actividades singulares

Describe cada situación y actividad en un post-it amarillo y organízalas, si es posible, en orden.

Analiza las cosas que podrían salir mal

Deja que el resultado te inspire **una mejor forma de dar el servicio/producto, o más seguro, más simple, más divertido, etc.**



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Storeyboard

Arranque

Mercado

Usuario

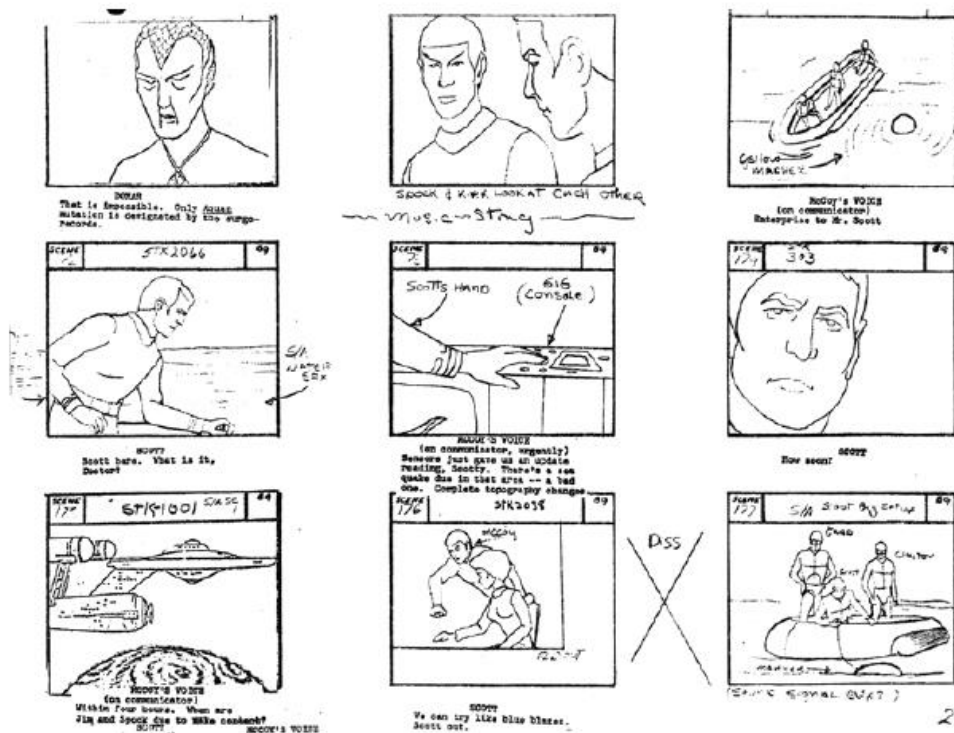
Idea

Concepto

Evaluación

Haz viñetas de **cómic** o **pequeñas escenas** que representen al usuario target que están utilizando el producto o servicio. Concéntrate en las acciones o situaciones críticas.

Podrías incluso utilizar fotografías para ilustrar la escena. Hazlas tú mismo mientras observas a los usuarios en acción o búscalas en internet.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Juego de rol

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Compórtate como un usuario

Improvisa situaciones con actores en papeles diversos

Prepara con antelación, atribuyendo los roles y las situaciones que quieres que se interpreten -- pero no escribas un "guión". Deja sitio a la improvisación

Ejemplo:

El servicio nacional ferroviario -- Renfe -- invita a los actores a interpretar diferentes tipos de pasajeros con diferentes problemas y personalidades.

EL personal del tren hace el rol de sí mismos e intenta gestionar las situaciones y los clientes como habrían hecho normalmente.

El juego de rol podría ser grabado en video y proyectado.

.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Modelos

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Crea un modelo tridimensional grande o pequeño del producto/servicio o de las situaciones.

Es suficiente que se esboce y puede incluso hacerse rápidamente, con cualquier tipo de material.

Es más fácil comprender cuando puedes ver y tocar.

Crea tu modelo en cartón, o con el Lego, con barro o cualquier otro material que desees o que puedas conseguir a bajo precio.

Y recuerda...

... hazlo rápidamente tal como viene...

El primer modelo no debe ser igual al producto final. Es más fácil obtener comentarios interesantes de las personas cuando éstas pueden observar algo físico, aunque sea un boceto modelado.

Cuando se está de frente a algo en la que se ve que otros han trabajado se tiende a ser más educados.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Mood board ('Panel de sensaciones')

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

El análisis de estilos de vida obtenido haciendo collages de imágenes --o una serie de videoclips-- que describe las sensaciones y las preferencias de los usuarios es una herramienta muy interesante

Se trata de una combinación de imágenes que crea una visión general sobre el usuario.

Un Mood Board debería por tanto capturar las sensaciones, los valores, el estado de ánimo que representan al usuario pero que son difíciles de traducir en palabras y que dan asimismo una imagen inmediata del usuario.

Podrías buscar estas imágenes en las revistas preferidas por los usuarios target o en internet, utilizando palabras clave.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Perfiles de usuarios

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Busca un individuo representativo de un grupo de usuarios. El perfil de un usuario debería conseguir definirlo en detalle. Ejemplo:

Nombre. Da un nombre a este usuario. Te darás cuenta de que no serás capaz de darle un nombre cualquiera.

Retrato. Busca una foto para representar el perfil. Estimulará tu imaginación.

Demografía. Determina su sexo, edad, estado civil, dirección, ocupación, formación, renta, etc.

Objetivos personales y valores. Imagina los objetivos que esta persona querría poder alcanzar y sus valores, tanto a nivel general como específico, o bien referidos a nuestra área de interés. Identifica qué va bien y qué no.

Consumo y hábitos de compra. Si tu producto/servicio es de uso privado es especialmente relevante considerar qué tipo de producto específico y de marca compra dicho perfil -- y dónde hay que dirigirse para adquirirlos.

Las necesidades. Identifica cuáles son las necesidades específicas y los problemas eventuales en base al área de interés.

Capacidad. Imagina cuánta experiencia y conocimiento pueda tener la persona con respecto al área del producto/servicio; cuáles son sus hábitos y dónde se encuentran los límites de su capacidad.

Perspectiva sobre las tareas y sobre el producto. ¿Por qué razón la persona podría utilizar el producto o el servicio y de qué manera podrían ayudarle en su vida cotidiana? Identifica cuál es el rol de la persona en el momento en el que se utiliza el producto/servicio.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Arquetipos e iconos

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Selecciona productos tradicionales (mediante imágenes) que forman parte de la vida cotidiana de los usuarios. Debes identificar objetos que simbolicen los valores que los usuarios consideran importantes en sus vidas.

Es fácil encontrar en internet imágenes de productos que los usuarios podrían querer comprar.

Podrías también incluir imágenes que ilustren otros servicios que podrían interesar a tu usuarios.

Haz una presentación de diapositivas con las imágenes. Haz una para cada tipo de producto/servicio, en el caso en que estés trabajando con más perfiles.

Pensar en voz alta

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

“Haz que tu usuario piense en voz alta”

Solicita a un usuario que haga determinadas cosas con tu producto o servicio y que piense en voz alta durante el desarrollo del proceso. Lo que ve, lo que quiere hacer, que piensa y qué siente.

El observador hará un video de ello grabando y haciendo preguntas al sujeto, de manera que lo puedas ayudar a formular reflexiones.

Este método es excelente para los usuarios que tengan dificultad para explicarse sistemáticamente y permite resaltar aspectos que no habrían emergido través de una entrevista estructurada.

Buscando un producto o servicio que ya haya sido desarrollado con otra perspectiva podrías conseguir ventaja de la experiencia de otras empresas.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Utilízalo

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

“Pruébate el zapato”

Utiliza el producto/servicio, **eso te permitirá comprenderlo mucho mejor.**

De esta forma verás las cosas desde una perspectiva diferente.

Pruébalo **situaciones diferentes** y para **propósitos diferentes**

Prueba diversos proveedores y productos.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Log& Cultural Probes (Cuaderno de bitácora y Sondeo cultural)

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

“Echa un vistazo a los diarios de los usuarios”

Es posible solicitar a los usuarios que registren sus observaciones y que respondan regularmente a algunas preguntas durante un tiempo.

Este sistema es excelente para entender los problemas que acaecen más frecuentemente y para identificar las situaciones que requieren de experiencia y uso del producto/servicio durante un periodo de tiempo más largo.

“Cultural Probes”

Da a los usuarios la posibilidad de documentar sus observaciones más relevantes y sus actividades utilizando por ejemplo una cámara de video, un diario, cartulinas, etc.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Grupo Foco

Arranque

Mercado

Usuario

Idea

Concepto

Evaluación

Selecciona un grupo reducido de personas para una discusión conducida acerca de una idea específica o argumento.

Con esta herramienta cualitativa se puede conseguir indagar cómo los usuarios comparten sus pensamientos, sus actitudes, emociones, experiencias e incomprensiones acerca de un tema, en un ambiente restringido.

Un facilitador o moderador guiará la discusión. El Foco será gestionado utilizando una lista de preguntas preparadas con antelación.

El Grupo Foco puede utilizarse tanto para generar como para filtrar las ideas.

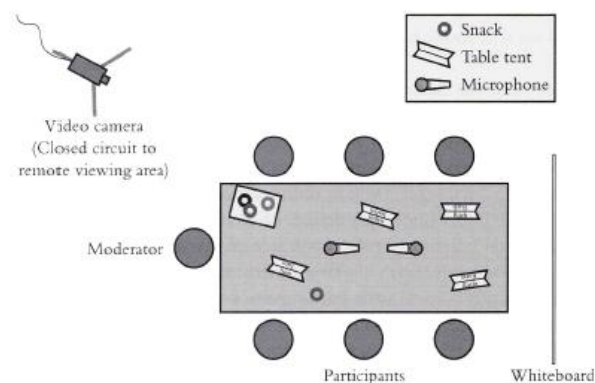


Figure 9.2 Temporary conference room-style focus group layout.

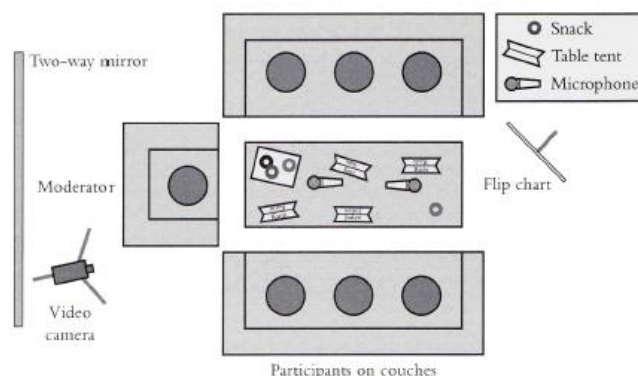


Figure 9.3 Permanent living room-style focus group layout.