

# Wywiady kontekstowe



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

Przeprowadź wywiad z użytkownikiem na temat **danej sytuacji i otoczenia**. Wywiad odbywa się jak najbliżej kontekstu, gdzie produkt/usługa będzie używana.

Wywiad odbywa się w miejscu, **gdzie użytkownik korzysta** z produktu/usługi.

Przez wywiad możesz spróbować zrozumieć, dlaczego użytkownicy wykonują pewne rzeczy i jakie są ich oczekiwania.

Informacje gromadzi się w formie audio, video i w formie pisemnej.

Ważne jest, aby osoba przeprowadzająca wywiad знаła rodzaj sytuacji, w której produkt/usługa jest wykorzystywana.

Z tego powodu możesz uzyskać dobry pomysł, w jaki sposób ludzie wykorzystują różne rzeczy.

## Krok po kroku

**Określ grupę docelową.** Przykładowo, określony profil użytkownika (patrz osobna karta metody).

**Wybierz** 5-8 osób do wywiadu.

**Zaplanuj** czas wywiadu.

**Zrozum temat i** sytuację. Wypróbuj siebie, w miarę możliwości.

**Oczekiwania.** Zapisz, czego zwłaszcza będziesz szukał.

**Dokumentacja.** Wybierz metodę dokumentacji, np. notatki, zdjęcia, video, audio.

**Prowadzenie wywiadów.** Pytania zadawaj bez wpływu na zachowanie użytkowników.

**Analiza wyników.** Co robią użytkownicy? Jak? Dlaczego? itd.

# Błąd krytyczny



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

Spójrz na doświadczenia klienta krok po kroku, określ krytyczne sytuacje, w których coś może pójść nie tak. Określ krytyczne błędy. Przykładowo, krytycznym jest fakt, że sprawdzanie płatności działa płynnie w sklepie internetowym.

**Rozłóż sytuację użytkownika na poszczególne zdarzenia i działania.**

Zapisz każdy incydent i aktywności na **żółtej** karteczce samoprzylepnej i w miarę możliwości uporządkuj je.

**Analiza kwestii, które mogą pójść nie tak.**

Zapisz poszczególne kwestie, które mogą pójść nie tak na czerwonej karteczce samoprzylepnej i umieść je pod działaniami, gdzie problem może wystąpić.

Pozwól, aby wynik zainspirował cię do **wytworzenia danego produktu lub usługi lepszej, bardziej bezpiecznej, łatwiejszej, zabawniejszej itd.**

## Obserwacja użytkownika w codziennych sytuacjach

**Przejdź do miejsc, w którym dany produkt/usługa jest używana i przyjrzyj się użytkownikom.**

Obserwuj, jak użytkownik korzysta z produktu lub jak reaguje na usługi. Zwróć uwagę na odrębne etapy i poszukaj problemów, wątpliwości, frustracji, błędów, itd.

Zwróć uwagę na ewentualne ulepszenia - nawet w przypadku, gdy użytkownik nie doświadcza żadnych problemów.

## Dokumentowanie obserwacji

### Zdjęcia i wideo:

Obserwacje środowiska, działań i ważnych szczegółów odbywa się za pomocą kamery.

### Szkice:

Obserwacje użytkownika dokumentowane szybko wykonanymi rysunkami. Nie martw się zbyt dużo szczegółami, ale staraj się chwycić sytuację, dzięki czemu zapamiętasz całość.

### Notatki:

Odręczne lub słowne notatki, np. na telefonie komórkowym. Zwróć uwagę na sytuację i od razu rób notatki.

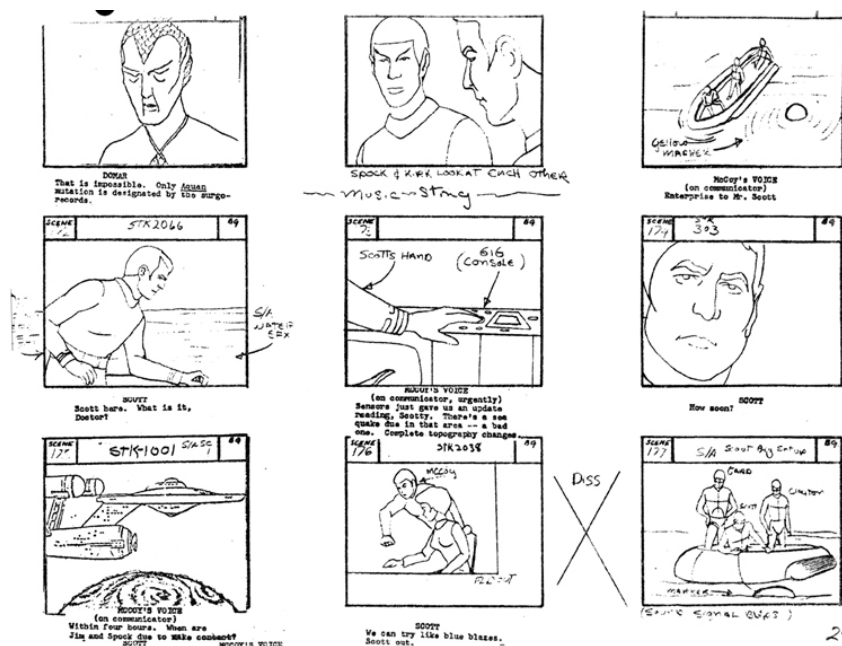
# Tablica do wizualizacji



Naśladować    Rynek    **Użytkownik**    Pomysł    Koncepcja    Ocena

Wykonaj **scenariusze**, w którym użytkownik korzysta z produktu lub usługi, lub w przypadku, gdy wykonuje coś, co chcesz mu ułatwić lub usprawnić. Skoncentruj się na najważniejszych działaniach i sytuacjach.

Możesz również wykorzystywać zdjęcia do zilustrowania scenariusza. Wykonaj je sam obserwując działania użytkownika lub szukaj w sieci internetowej.



# Odgrywanie roli



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

## Zachowuj się jak użytkownicy

Improwizuj, jak aktorzy w różnych sytuacjach z ludźmi w różnych rolach.

Przygotować z wyprzedzeniem, które role i sytuacje chcesz wykonać - jednak nie wykonuj opracowanie skryptów. Improwizuj.

*Przykład:*

*Duńskie przewozy kolejowe - DSB - zaprosiły aktorów do zagrania różnych typów pasażerów z różnymi problemami i o różnych osobowościach.*

*Personel pociągu zachował się jak zazwyczaj, próbując poradzić sobie z sytuacjami oraz klientami, jak w codziennej pracy.*

*Potem omówiono metody poprawy.*

Odgrywanie ról można nagrywać na video i następnie odtwarzać celem omówienia.



# Model



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

Utwórz duże lub małe 2- 3-wymiarowe modele sytuacji dotyczących produktów lub usług.

Zrób to sprawnie i szybko z materiałów, które posiadasz.

## O wiele łatwiej jest zrozumieć, gdy można czegoś dotknąć.

Zrób to kartonie, LEGO, glinie lub jakimkolwiek innym materiale, który masz pod ręką - lub możesz zdobyć niewielkim kosztem.

Pamiętaj...

## ...wykonaj to szybko i ubrudź się...

Pierwszy model nie musi wyglądać dokładnie tak, jak w produkcie końcowym. Łatwiej jest uzyskać krytyczne uwagi od ludzi, jeśli wiesz, że jest to tylko ogólny model.

Mamy tendencję do miłego zachowania, jeśli oglądamy coś, w co ludzie włożyli mnóstwo pracy.



# Tablice



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

**Analiza stylu życia** poprzez **kolaże zdjęć** - lub serii zdjęć lub klipów wideo - opisujących nastroje i preferencje użytkowników.

Jest to mieszanka zdjęć, które tworzą ogólne wrażenie użytkownika.

Tablica nastroju powinna zawierać **uczucia, wartości i nastroje** opisujące użytkownika, które jednak ciężko opisać słowami. Ponadto, oferują wizualny obraz użytkownika.

Możesz poszukać zdjęcia w ulubionych czasopismach lub magazynach użytkowników lub wyszukać w sieci internetowej za pomocą frazy wyszukiwania.

# Profil



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

Ustalić osobę, która reprezentuje grupę użytkowników. Profil użytkownika powinien zawierać szczegółowy opis konkretnego użytkownika. Przykład:

**Imię i nazwisko** Tak, podaj imię i nazwisko. Dowiesz się, że nie można podać tylko nazwiska.

**Portret** Znajdź zdjęcie do profilu. Pomoże to twojej wyobraźni.

**Demografia** Płeć, wiek, stan rodziny, adres, zawód, wykształcenie, dochody itd.

**Indywidualne cele i wartości.** Co osoba chciałaby osiągnąć i jakie są jej osobiste wartości - ogólne i dotyczące poszczególnych produktów. Co jest dobre, a co złe.

**Konsumpcja i nawyki kupowania** Jeżeli twój produkt/usługa jest do użytku prywatnego, ważne jest, aby zastanowić się, które konkretne produkty i marki profil kupuje - i gdzie są one kupowane.

**Potrzeby** Jakie są konkretne potrzeby i problemy w obszarze, w którym szukasz rozwiązania.

**Umiejętności** Jak doświadczona i wykształcona jest osoba w zakresie twojego produktu. Jakie są jej zwyczaje, gdzie są granice jej umiejętności.

**Perspektywa zadania i produktu** Do jakiego celu produkt lub usługa są używane, jak ważne są w codziennym życiu? Jaka jest rola osób w przypadku korzystania z produktu/usługi.





# Archetypy i ikony obiektu



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

Dokonaj wyboru typowych produktów (zdjęcia) - które są częścią codziennego życia użytkowników. Powinny być to produkty, które symbolizują wartości ważne w życiu użytkowników.

Można go z łatwością przeszukać strony internetowe celem znalezienia zdjęć produktów, które użytkownik może kupować.

Ponadto, można dołączyć zdjęcia, które ilustrują usługi preferowane przez użytkownika.

Przykładowo można wykonać tablicę lub pokaz slajdów zawierające zdjęcia. W przypadku pracy na kilku profilach, wykonaj jeden schemat dla każdego typu.

# Protokół głośnego



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

## "Niech użytkownik myśli głośno"

Użytkownik jest proszony o wykonanie określonych zadań dotyczących twojego produktu lub rozwiązania i myśli głośno podczas tego procesu. Co widzi, co robi, co chcemy, aby wykonał, co myśli i czuje itd.

Obserwator będzie nagrywał video i jednocześnie zadawał otwarte pytania, stanowiące pomoc dla użytkownika do formułowania refleksji.

Jest to doskonała forma dla użytkowników, którzy mają trudności w systematycznym objaśnianiu sytuacji oraz wychwyceniu obszarów, które mogą być filtrowane w zorganizowanym wywiadzie.

# Wykorzystaj to



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

Ocena

## "Spróbuj, jak pasuje but".

Starać się zrozumieć za pomocą **korzystania z produktu lub znalezienia się w sytuacji**. W ten sposób możesz zobaczyć sytuację z punktu widzenia użytkownika.

Wypróbuj to w różnych **sytuacjach** i dla różnych celów. Spróbuj różnych dostawców i produktów.



## "Spójrz w dziennik użytkownika"

Użytkownicy są proszeni o zarejestrowanie własnych obserwacji oraz regularne udzielanie odpowiedzi na pytania w dłuższym okresie czasu.

Doskonałe dla zrozumienia zdarzeń, które pojawiają się częściej, oraz w celu wyszukiwania informacji w warunkach, które wymagają doświadczenia użytkownika i korzystania przez dłuższy okres czasu.

### Próba kulturowa

Dostarcz użytkownikowi pakiet próbek celem zarejestrowania i udokumentowania istotnych obserwacji i czynności, np. kamera, pamiętnik, pocztówki itd.

# Koncentracja



Naśladować

Rynek

**Użytkownik**

Pomysł

Koncepcja

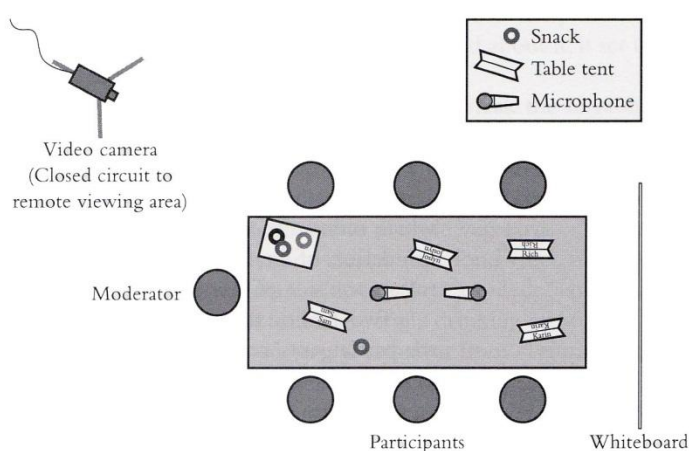
Ocena

Wybierz małą grupę ludzi do dyskusji na temat przewodni o konkretnym pomysle lub temacie.

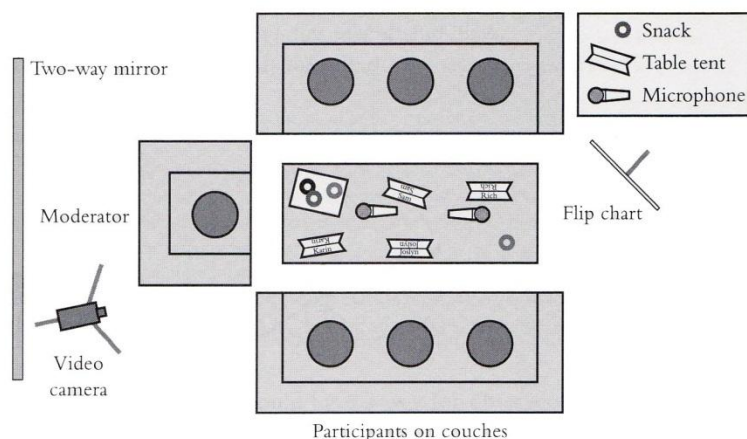
Za pomocą tej jakościowej metody możesz się nauczyć od użytkowników dzielenia myślami, postawami, emocjami, doświadczeniami i nieporozumieniami dotyczącymi omawianego tematu w bardziej intymnej atmosferze.

Koordynator lub moderator jest niezbędny do prowadzenia dyskusji, która jest prowadzona za pomocą listy pytań zapisanych wcześniej.

Koncentracja grupy to narzędzie używane do tworzenia i filtrowania pomysłów.



**Figure 9.2** Temporary conference room-style focus group layout.



**Figure 9.3** Permanent living room-style focus group layout.

