



INSIGHT

GOAL

- Understand the people you're designing for
- understand their needs, fears, problems, motivation, behavior
- feel their delight, feel their pain
- observe HOW they behave and understand WHY they do things

Research is formalized curiosity.



Sarah Parmenter, @sazzy

WARUM FÜHRT MAN DESIGN RESEARCH DURCH?

- Um die Bedürfnisse, Motivationen und Ängste der Zielgruppe genau zu verstehen
- Um das eigentliche Problem zu definieren
“Framing the problem right is 90% of the work” Einstein
- Um relevante, nachhaltige und erfolgreiche Lösungen zu gestalten

WIE MAN DESIGN RESEARCH DURCHFÜHRT

Was wollen wir mit dieser
Recherche herausfinden?

WIE MAN DESIGN RESEARCH DURCHFÜHRT – DIE SAY-DO-MAKE METHODE

What people SAY

What people DO



What people MAKE

WHAT PEOPLE SAY



WHAT PEOPLE SAY?

- Einzelinterviews oder Fokusgruppen:
Face-to-Face, Telefon, Skype, Chat, usw.
- Literatur Recherche:
Blogs, Foren, Google-Recherche, Nachrichten, Magazine,
wissenschaftliche Veröffentlichungen, usw.

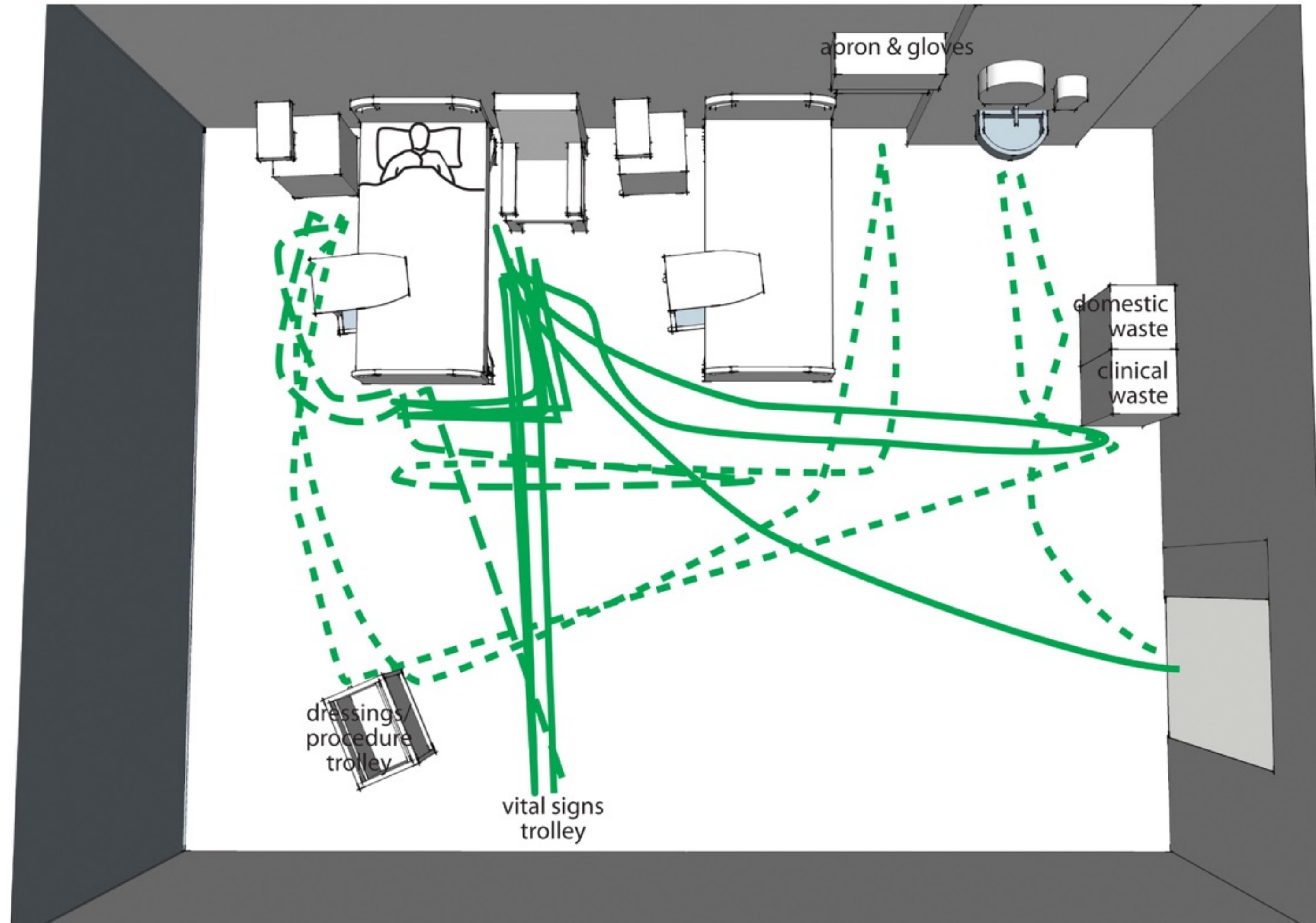
WHAT PEOPLE DO






WHAT PEOPLE DO

- Beobachtung in Immersion
 - › der Person ist bewusst, dass man sie beobachtet
- Blinde Beobachtung
 - › der Person ist nicht bewusst, dass man sie beobachtet
- Selbst-Beobachtung
 - › die Person beobachtet sich selbst (z.B. Tagebuch)

Illustration of nursing footfall - control



Key

-  vital signs / observations footfall
-  medication footfall
-  sharps procedure footfall



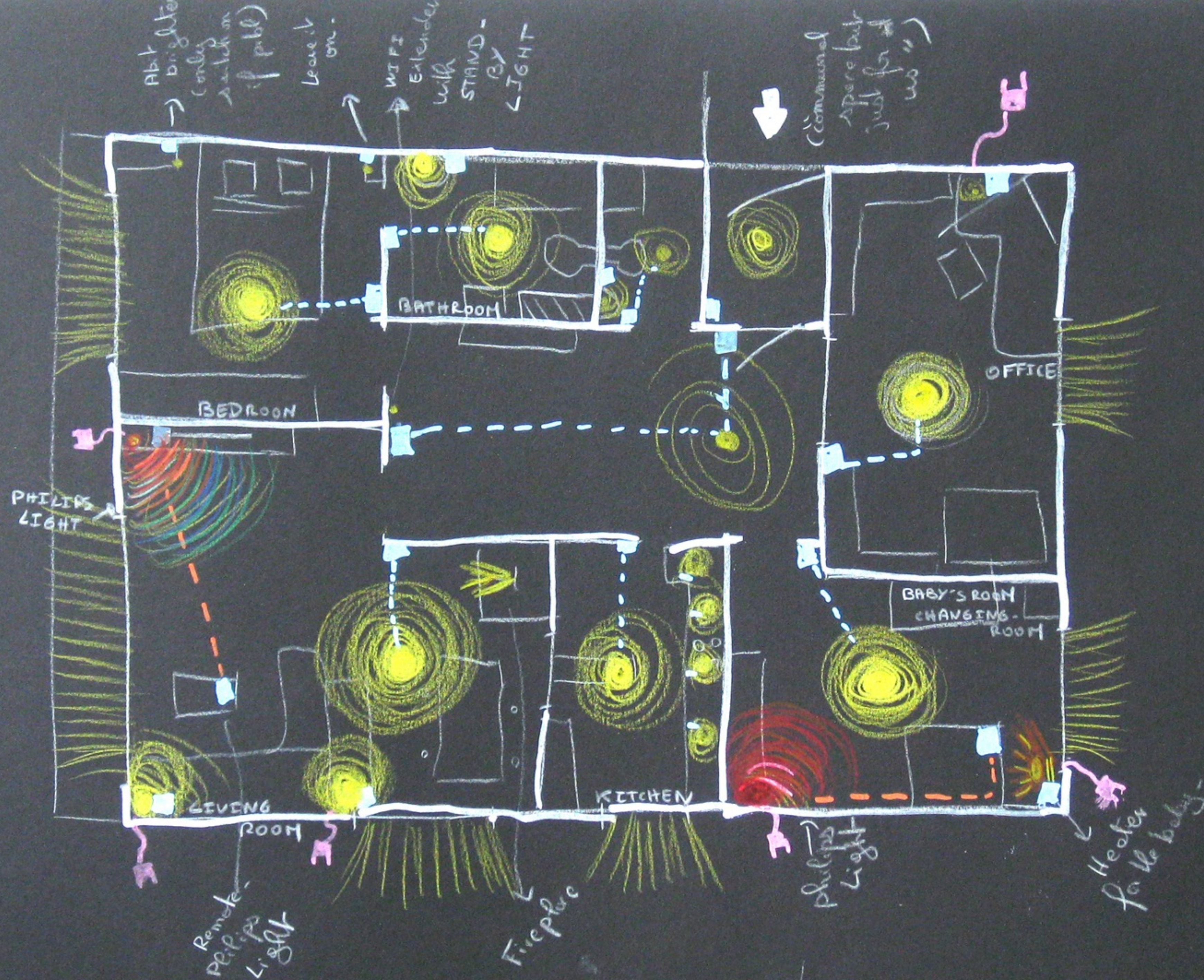
WHAT PEOPLE MAKE



WHAT PEOPLE MAKE

- Zeichnungen
- Collagen
- Modelle
- Lego
- etc.





120 sqm.

WIE WÄHLT MAN DIE RICHTIGE METHODE?

What people SAY

in einem offenen Gespräch

What people DO

Unreflektiertes Verhalten

Situationsbezogene Ergebnisse



What people MAKE

Freie Kreation

Fördert die Einbindung in das Interview

Visuell

Detailreich

WIE WÄHLT MAN DIE RICHTIGE METHODE?

What people SAY

Spontane Antworten
Rationale Antworten
Erwartungen erfüllen

What people DO

Experte interpretiert
Situative Einflüsse



What people MAKE

Bereit gestelltes Material kann einschränken
Blockade, kreativ zu werden

WEN SOLLEN WIR INTERVIEWEN?

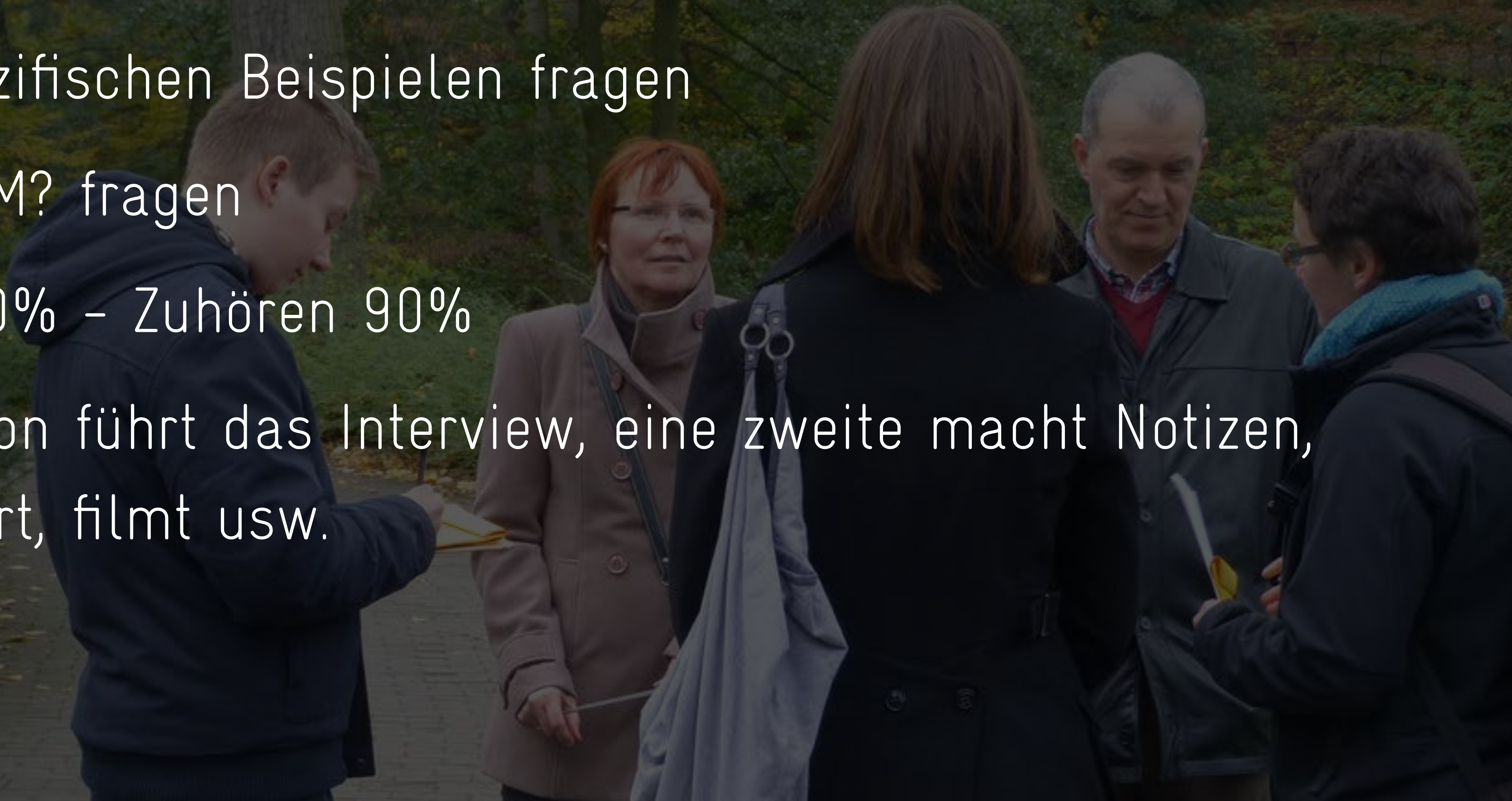
- Personen, die vor kurzem eine Geschäftsreise gemacht haben
- „Extreme Nutzer“ – z.B. Personen, die sehr oft verreisen
- Vielfältige Personen
- Freunde, Kollegen, Freunde von Freunden

TIPS FÜR INTERVIEWS



TIPS FÜR INTERVIEWS

- Kurze und offene Fragen stellen (keine Ja/Nein-Fragen)
- Nach spezifischen Beispielen fragen
- 5x WARUM? fragen
- Fragen 10% – Zuhören 90%
- Eine Person führt das Interview, eine zweite macht Notizen, fotografiert, filmt usw.



AUSWERTUNG DER DATEN



AUSWERTUNG DER DATEN

- Schreibt eure Erkenntnisse auf Notizzettel (Zitate/Sätze, Fakten oder Verhaltensweisen, die ihr beobachtet habt. Fasst die Erkenntnisse zusammen: welche gleichen oder ähneln sich?
- Bildet Gruppen
- Nehmt insights aus jeder Gruppe
- Nutzt diese, um Bereiche zu definieren, auf die ihr euch konzentrieren wollt; um eure Personas zu erstellen und um pain points festzulegen

WIE KANN MAN DIE ERKENNTNISSE NUTZEN?

- Empathy Map
- Persona
- User Journey
- Szenario
- Jobs to be done