

IxD

Arquetipos

Método . Arquetipos de usuarios/personas

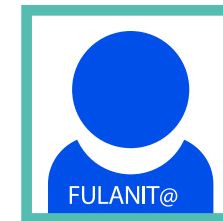
PERSONAS | PERFIL DE USUARIOS HIPOTÉTICOS

Metodología de creación de personajes (identidades) que representan a un grupo de usuarios.

Se debe reunir diferentes personas que representen a los usuarios potenciales. Focalizar en alguien específico para evitar lo auto-referencial.

INFO INVENTADA Foto, nombre etc.

INFO REAL: atributos, características, necesidades (si esto seria inventado la técnica pierde utilidad)



PERFIL
REPRESENTATIVO
DE USUARIOS CLAVES

DATOS PERSONALES

- Nombre y Apellido:
- Edad
- Profesión
- Hijos
- Residencia
- Nivel socioeconómico
- Tareas

FRASE QUE LA DEFINE

DEFINICIÓN

- Quien es?
- Que necesita?
- Qué piensa y siente?
- Que tipo de personalidad?

COMPORTAMIENTOS

- Qué tipos?
- Metas, ojetivos y aspiraciones.
- Miedos, frustraciones, obstaculos, aspiraciones

ENTORNO

- donde vive? Con quién?
- donde trabaja? ect

CONOCIMIENTOS

- tecnicos y previos
- habilidades

OTROS

- . Perfil
- . Definir Personalidad
- . Arquetipo y Frase que lo define
- . Actitudes
- . Biografía
- . Profesión
- . Referentes e influencias

- . Entorno
- . Escenario

- . Objetivos y metas
- . Motivaciones y Frustraciones
- . Marcas favoritas

Conocimientos

- . Experiencia tecnológica
- . Canales que utiliza
- . Dispositivos y plataformas usadas
- . Detalles de dominio de las plataformas

- . Relación con el producto y la marca
- . Objetivos de la experiencia de usuario
- . Que cosas debe hacer el producto - que no
- . Posibilidades de mejora



"Viajo para encontrar otros lugares, otras vidas y otras almas."

Edad: 36
Trabajo: Tatuador
Familia: Soltero, sin mascotas.
Ciudad: Barcelona
Personaje: Viajero culo inquieto

Personalidad

Introvertido Extrovertido
Pensar Sentir
Reflexión
Hablar

Objetivos

- Poner un pie en cada uno de los continentes.
- Pasar menos tiempo buscando viajes baratos
- Ser más flexible con los alojamientos

Frustraciones

- Tener que reservar cada cosa en una página diferente (vuelo, hotel, coche de alquiler...)
- Se tarda demasiado tiempo en reservar todos los elementos de un viaje.
- Las confirmaciones de vuelos, hoteles y demás se pierden en su email y es incapaz de organizarse.

Bio

Sebastián es un tatuador profesional que viaja una vez al mes para acudir a ferias pero aprovecha para alargar el viaje al menos 10 días y hacer turismo.

Suele viajar a sitios muy diferentes y cuando lo hace necesita

Motivación

Incentivo
Miedo
Growth
Social

Marcas favoritas

Booking, Airbnb, Lastminute

Canales preferidos

Anuncios tradicionales
Online & Social Media
Referidos

Carlos



Perfil "Calle"

Antigüedad del kiosco
10 años

Ocupación previa
Empleado de una fábrica

Por qué se puso un kiosco
Deseos de independizarse

Características de su kiosco



Tiene 1 kiosco



No tiene empleados
Le roban. Son un problema.
No puede delegar.



No registra,
tiene todo en la cabeza

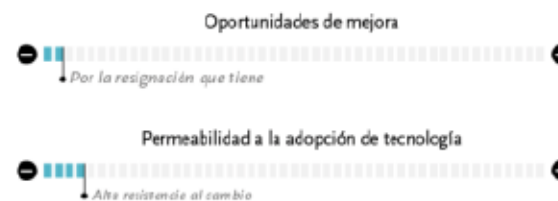


Fue creando un método
que él solo entiende



No necesariamente
está bien ubicado

Actitudes



Personalidad

"RESIGNADO"

- » Esclavo de su kiosco
- » Siente que tiene todo dominado pero no lo tiene (y no lo sabe)
- » Siente que ya hizo todo lo que podía



Persona 1 **ENRIQUE**

45%

DEMOGRAFÍA

Profesión: profesor jubilado.

Ingresos: nivel alto.

Edad: 63.

PERSONAL

Profesor de secundaria prejubilado. Vive con su mujer enfermera en Madrid. Sus dos hijas se han emancipado. Le preocupa su salud. Suele hacer la compra en tiendas ecológicas y no le importa pagar un poco más por ello.

MOTIVACIONES

Amante de la buena comida. Le encanta cocinar, buscar nuevas recetas e ingredientes. Ahora que está jubilado suele salir con la bici por la montaña y hacer senderismo. Le encanta el teatro y salir a cenar fuera con amigos. Suele viajar a menudo.

TECNOLOGÍA

Ofimática: Alto

Internet: Medio-alto

Redes sociales: No usa.

Móviles: Medio-alto

ESCENARIO

Quiere comprar productos locales y fomentar el consumo por cercanía.

QUÉ NECESITA

Conocer qué productores tiene cerca de su domicilio y qué productos ofrecen.

CÓMO LE AYUDA LA APP/WEB

- Mediante geolocalización nuestra App/web muestra qué productores están más cerca.
- Podrá ver los productos que tiene el vendedor.
- Elegir productor/vendedor y comprar.

Método . definición de escenarios

REDISEÑAR LA UI SEGÚN LOS ESCENARIOS DE PERSONA IMPLICA CONOCER QUÉ SE DEBE ARREGLAR PRIMERO.

Los escenarios son pequeñas historias, que contextualizan la interacción persona -dispositivo y describen el momento de uso.

UN USUARIO CONCRETO

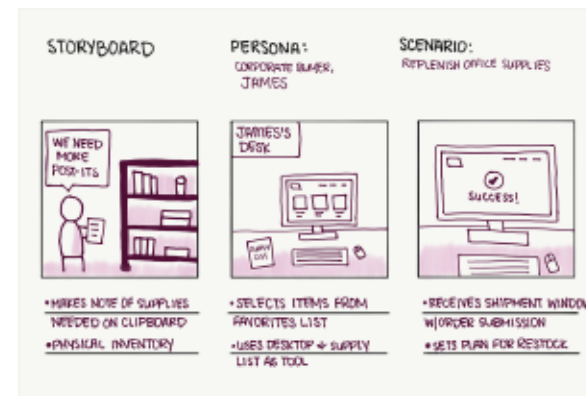
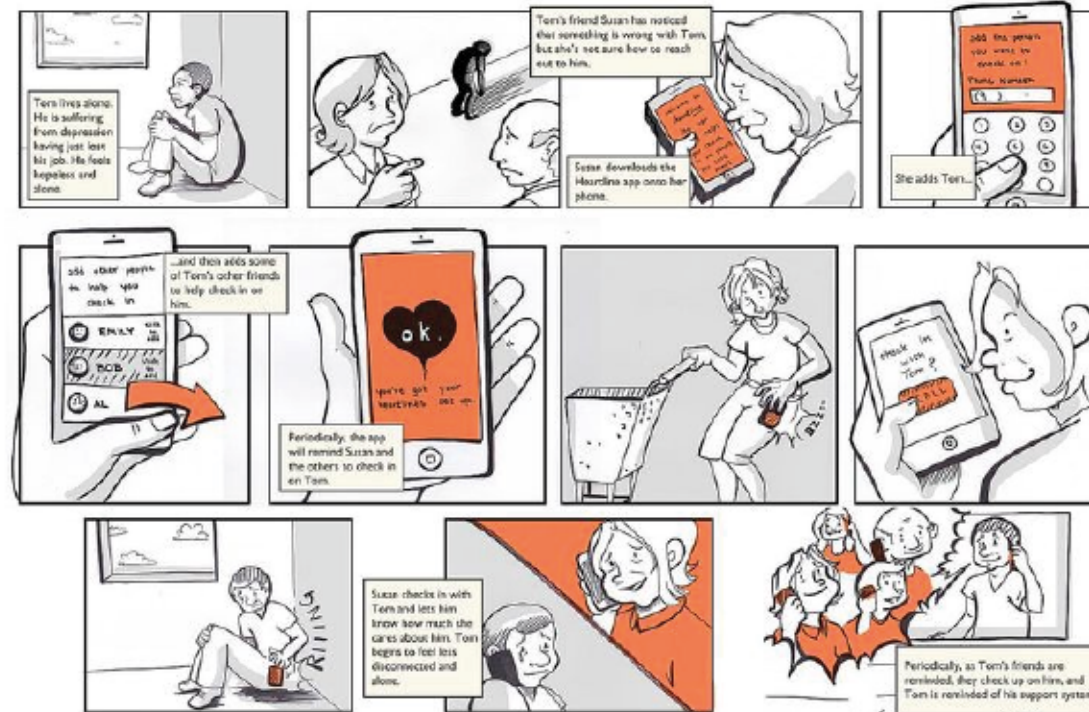
Ayudan a conocer la situación en que se usará el dispositivo y da a conocer en detalle al usuario (lo + importante). Se debe Focalizar en alguien específico para evitar lo auto-referencial.

EN UN CONTEXTO ESPECÍFICO

Se debe crear un escenario muy específico para que tenga un uso real y probar si la idea propuesta es una solución real a las necesidades de los usuarios.

CON UN OBJETIVO DETERMINADO.

Cada escenario comienza con 1 situación, luego se describe la interacción entre persona-sistema en una tarea.



Diseño gráfico

2020