

Seminario 2 – Personas y Escenarios





Fase: Proceso de **investigación de usuarios**



- ¿Cómo son los grupos de usuarios?
- ¿Cómo se comportan?
- ¿Qué piensan?
- ¿Qué quieren lograr?
- ¿Por qué quieren alcanzar eso?
- ¿Qué problemas tienen actualmente?



Técnicas:

(1) Diseño Basado en Escenarios

John Carroll (2002)

(2) Método “User Persona”

Alan Cooper (1998)



Diseño Basado en Escenarios.

Diseño basado en escenarios. Cambiamos el objetivo funcional de la especificación, por **describir como la gente usará un sistema** para lograr realizar un conjunto de tareas o actividades determinadas.

[Caroll-2002]

No se usan para describir las posibles iteraciones concretas de un usuario, sino que imaginamos/diseñamos/proponemos como podría ser la forma de interactuar con el futuro sistema y detectamos el **contexto de uso y los objetivos de los usuarios**.

M.B. Roson, J.M. Carroll, "Scenario Based Design", The Human-Computer Interaction Handbook, (2003). <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=772137>

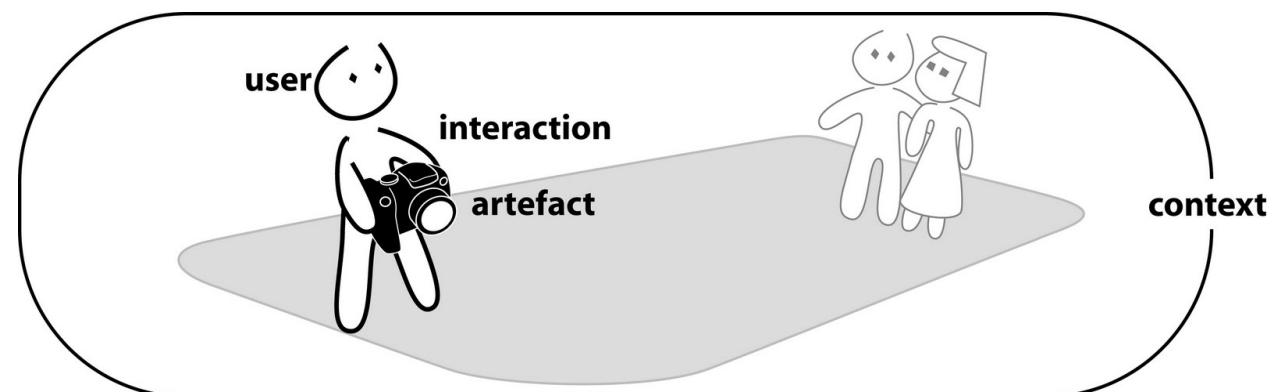


¿Qué es un Escenario?

Un Escenario es una descripción de una persona usando un producto para alcanzar un objetivo.

Describe una **instancia de uso** de un producto o sistema en un **contexto** determinado. (Una o más tareas realizadas en una situación determinada).

Se representa usando una **narrativa que cuenta una historia**.





Ejemplo de escenario

Peter Johnson ha conseguido una beca Erasmus en su país y acaba de llegar a la ciudad de Granada, para cursar algunas asignaturas de Traductores en la Universidad. Llega a la estación de tren y se descarga una aplicación de móvil con información sobre la Universidad. Necesita buscar hospedaje y le indicaron que lo mejor sería un colegio mayor, usando la aplicación localiza los colegios existentes en la UGR y ve la información sobre ellos, cuál está más cerca de la Escuela de Traductores, cómo llegar al colegio desde donde está y la información de contacto. Llama por teléfono y pide una cita con el director para ver si puede obtener una habitación para los días que estará en la Universidad.



Ejemplo de escenario (2)

Es viernes por la tarde y Pedro va a viajar en avión a Madrid. No tiene suficiente dinero para pagar un taxi para el aeropuerto, y ya llega tarde. Busca un cajero automático en su calle, lo encuentra y se identifica. Especifica que quiere 100 Euros de su cuenta de ahorros. A él le gustaría que el cajero le diera los billetes de 20 euros, para que pueda darle al taxista el cambio correcto. No quiere un recibo impreso, ya que no se molesta en hacer el seguimiento de las transacciones en esta cuenta. ...



Elementos de un Escenario



SRC: Extract from Stephen P. Anderson's Poster from IA Summit 2009

<http://www.poetpainter.com/thoughts/files/Fundamentals-of-Experience-Design-stephenpa.pdf>



¿Qué información necesitamos para describir el escenario?

- **Objetivos**: ¿Qué quiere conseguir el usuario?, ¿Cómo afecta la acción del usuario a los objetivos de la organización?
- **Procesos**: ¿Qué pasos tiene que realizar el usuario?, ¿Qué información usa y como fluye entre los procesos?, ¿Con qué roles actúa el usuario en el proceso?
- **Entradas & Salidas**: ¿Qué información o material necesita el usuario para hacer de interface con el sistema?, ¿Qué necesita el usuario del sistema para continuar con sus objetivos?
- **Experiencia**: ¿Qué cosas similares ha realizado el usuario en el pasado?, ¿Cómo se podía alcanzar este objetivo en el pasado dentro de la organización?



¿Qué información necesitamos para describir el escenario?

- **Restricciones**: ¿Qué restricciones fiscales , temporales o de negocio se tienen que imponer el usuario?
- **Entorno físico**: ¿Qué necesita el usuario para hacer las tareas asociadas al objetivo?, ¿Dónde va a realizar la actividad?
- **Herramientas a usar**: ¿Qué software y hardware usa actualmente el usuario?
- **Relaciones**: ¿Existe alguna relación entre el usuario que realiza las tareas y otras personas que se vean afectadas por las tareas?



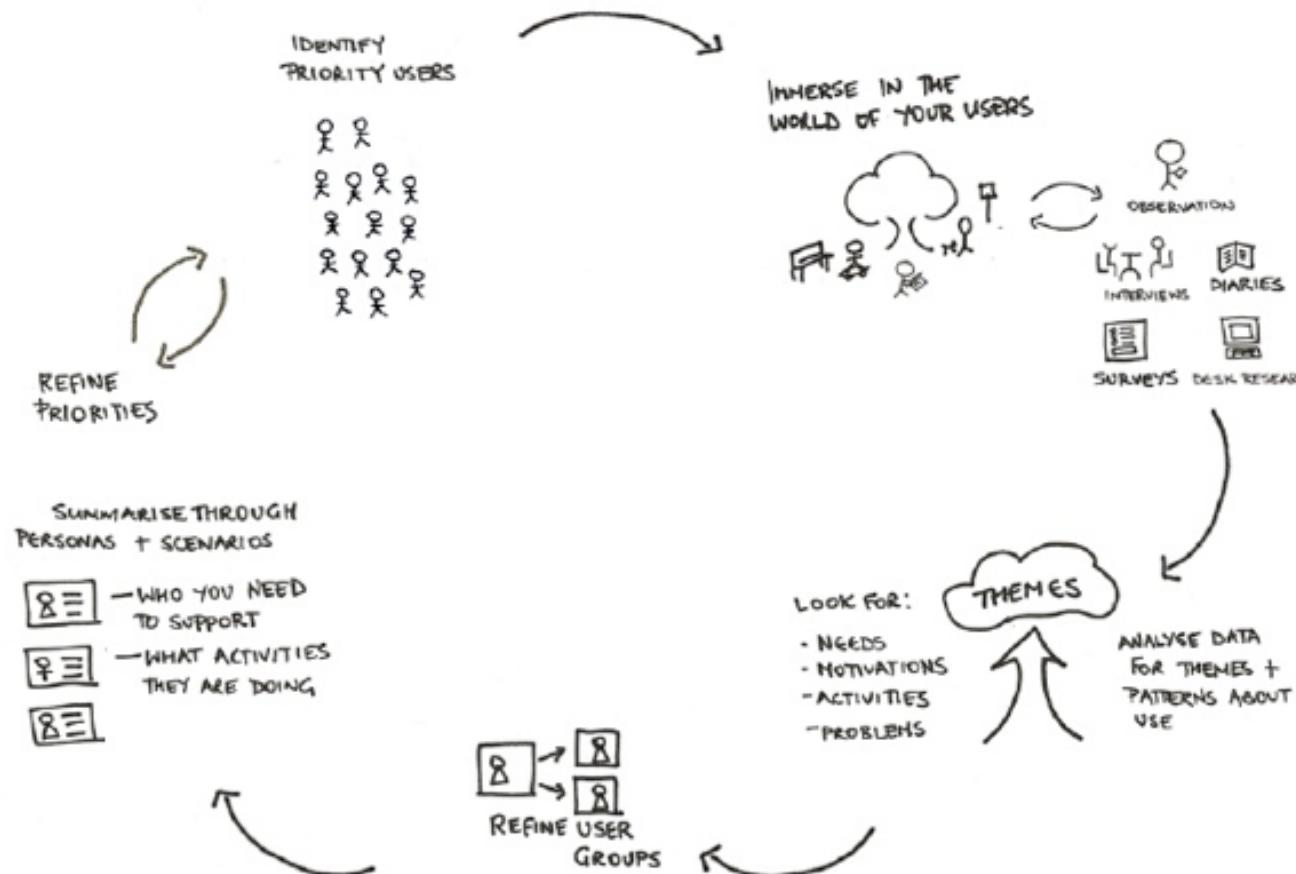
Descripción de la narrativa

- Usar un **lenguaje sencillo** para describir las interacciones que son necesarias en el escenario.
- Evitar las referencias a la **tecnología** que no sea necesaria para el escenario.
[Por ejemplo: Es mejor decir el usuario se identifica, que el usuario introduce el PIN de 4 dígitos. A no ser que no sea negociable lo del PIN]
- Incluir referencias a aspectos relevantes del escenario, aunque sean **externos**, como son los culturales, los sociales o de formas de actuar.
[Por ejemplo: Es importante reflejar que Marta es constantemente interrumpida por llamadas telefónicas]



Proceso de aplicación de la técnica de escenarios

Penny Hagen



<https://www.smallfire.co.nz/2009/04/30/introducing-personas-and-scenarios/>



¿Para quién diseñamos?

¿Qué estrategia debemos seguir para diseñar para un público diverso?



¿Para quién diseñamos?

¿Qué estrategia debemos seguir para diseñar para un público diverso?

- Buscar una funcionalidad lo más amplia posible para poder alcanzar las necesidades de la mayor cantidad de usuarios posible.



¿Para quién diseñamos?

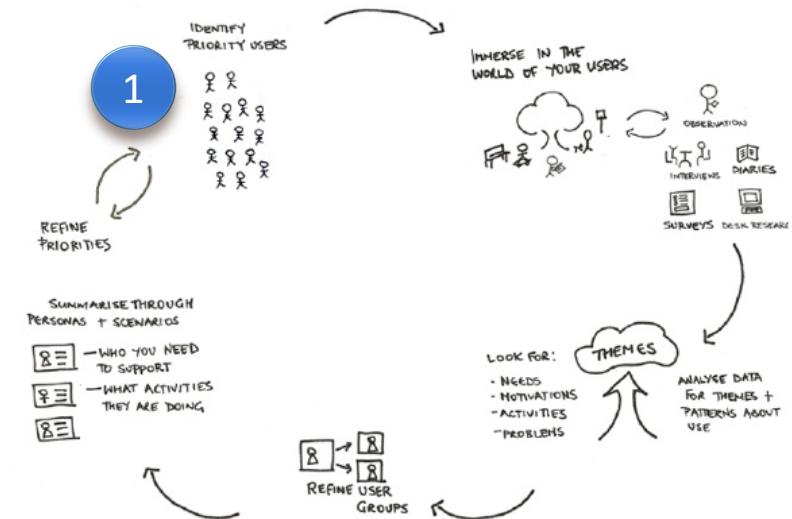
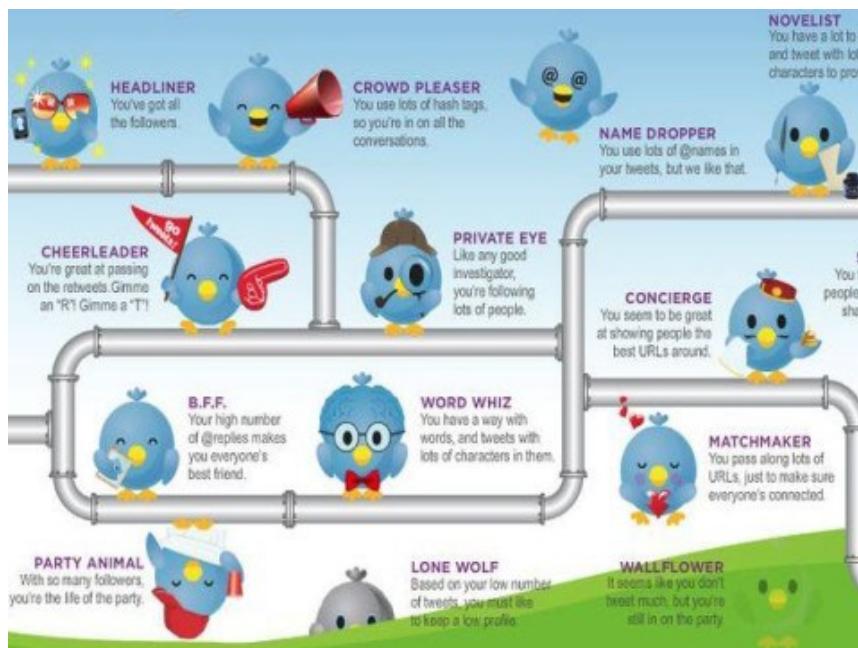
¿Qué estrategia debemos seguir para diseñar para un público diverso?

- Buscar una funcionalidad lo más amplia posible para poder alcanzar las necesidades de la mayor cantidad de usuarios posible. (NO)
- Diseñar para tipos de usuarios específicos con necesidades muy particulares. (SI)



Aplicación de escenarios

Analizar los usuarios e identificar los “prioritarios”.





Método “User Personas”

Persona = representación **ficticia** pero **concreta** del grupo de usuarios al que va dirigido un producto.

Objetivos: ¿para quién estoy diseñado?

- Realizar una **compresión clara** de los objetivos de los usuarios en contextos específicos de uso.
- Instrumento critico para la **ideación y validación temprana** de **soluciones o conceptos de diseño**.

Alan Cooper (1998)



Ejemplo Persona

Juan Jose Abad



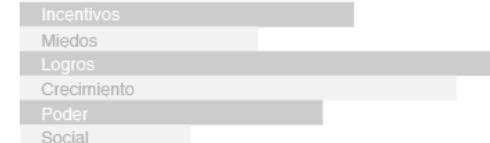
"Necesito los mejores ingredientes para realizar mis mejores productos de panadería y repostería"

EDAD 45
OCCUPACIÓN Panadero
ESTADO Casado
LOCALIZACIÓN Zaragoza

NIVEL DE USO Alto
ARQUETIPO Director de orquesta

Atento Dedicado Trabajador

MOTIVACIONES



OBJETIVOS

- Conseguir los productos de mejor calidad
- Realizar grandes pedidos a buen precio
- Conocer el catálogo de productos e información técnica

FUSTRACIONES

- Que la calidad no se corresponda con la indicada
- Productos anunciados no disponibles
- No conocer los tiempos de entrega

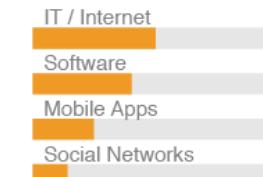
BIOGRAFÍA

Juan Jose lleva trabajando como panadero toda la vida, su padre fundó la panadería Abad en 1940. No le falta experiencia y sabe que con ella, la manera de realizar productos excelentes se basa en la calidad de los ingredientes. Madruga todo los días para tener el pan listo a la mañana en su panadería. Mientras que por las tardes, se encarga de la gestión de los productos que utilizan, e internet es una herramienta que le ahorra tiempo a la hora de consultar y encontrar productos.

PERSONALIDAD



TECNOLOGÍA



NOKIA

Microsoft
Windows xp

<https://xtensio.com/user-persona/>



Ejemplo Persona

Antonio, suele comprar por internet. No tiene tiempo para poder ir a concesionarios a ver coches y que lo informen de sus características y prestaciones.

ANTONIO		Demografía	Tecnología
	"Tomo decisiones rápidas y siempre suelo acertar."	Profesión: Abogado. Ingresos: Altos. Edad: 32 años.	Smartphone y portátil. Altos conocimientos de informática.
Personal	Motivaciones		
Casado. 1 niño. Decide rápido. Sabe lo que quiere.	Encontrar coche nuevo. Le importa el precio del vehículos y las condiciones de financiación.		
Objetivo	Escenario	Características	Acciones
Encontrar anuncios de coches nuevos.	Navegando desde el portátil mientras está en trabajo. Desde el móvil mientras ve la TV por la noche.	Usará el buscador de la página de resultados. Usará las opciones de ordenación de resultados de la página.	Bucará por marca + Modelo + provincia. Reducirá el número de resultados incluyendo rango de precio y filtrando por profesional + financiación. Ordenará de más barato a más caro. Contactará enviando formulario.
www.uxables.com			



Ejemplo Persona



Laura Linares

Mascotas: 1 perro de raza caniche llamado Toby.

- Edad: 27
- De: Caracas, Venezuela.
- Vive en: CABA, Argentina.
- Estado civil: Soltera
- Ocupación: Secretaria
- Ingresos: u\$s17.000 al año

Responsable Organizada
Amable Extrovertida

"Quiero sentir que dejo a Toby en un segundo hogar. Busco que se quede con una familia que lo cuide como lo hacían mis padres en Venezuela cuando yo tenía que viajar."

Bio

Laura es una persona muy ocupada durante el día, ella trabaja como secretaria del director de una importante empresa de Vinos. En su nuevo trabajo le toca viajar al menos 2 veces al mes acompañando a su jefe y a otros ejecutivos a los viñedos de la empresa en Mendoza.

Cada día al volver del trabajo lleva a pasear a Toby al parque. Laura suele sentarse a leer un libro o escuchar música mientras Toby juega en el parque con otros perros. Según ella ese es el momento ideal del día: ver a Toby jugando y relajarse de sus tensiones laborales.

Laura llegó a Buenos Aires desde Caracas hace muy poco tiempo. Al ser nueva en la ciudad no conoce mucha gente y no tiene confianza con sus nuevos compañeros de trabajo para dejar a su perro con ellos.

Metas y preocupaciones

- Saber que Toby y el cuidador pueden generar un ambiente de juegos y mimos como lo hace ella cuando llega cada día del trabajo.
- Poder tener notificaciones en su móvil informando cuando su perro come, o cuando sale y vuelve de pasear.
- Poder llevarlo de viaje con ella y dejarlo en la casa de un cuidador para poder verlo cuando termina su jornada de trabajo.

Skills

- | | |
|----------------------|---|
| mobile / apps skills | ↗ |
| social networks | ↗ |



Martín Lynch

Mascotas: 1 perra callejera llamada Wendy y 1 Golden Retriever llamado Dylan.

- Edad: 35
- De: Buenos Aires, Argentina.
- Vive en: Pilar, Argentina.
- Estado civil: Casado
- Hijos: 2
- Ocupación: Contador
- Ingresos: u\$s55.000 al año

Creativo Activo
Sociable Aventurero

"Saber que Wendy y Dylan se van a quedar con una familia con patio me deja muy tranquilo. En nuestra casa siempre estamos jugando, mis hijos se la pasan en el patio corriendo y jugando a la pelota con ellos."

Bio

Martín trabaja en muchos proyectos al mismo tiempo, eso lo lleva a tener que cambiar de rutina. A veces trabaja desde casa, otras desde las oficinas en Buenos Aires y otras veces le toca viajar a distintos lugares de Latinoamérica.

Martín es gerente de finanzas de la cruz roja internacional y aunque sus días de trabajo no son siempre iguales hay algo que respeta cada mañana cuando está su casa, salir a correr por el country y llevar a sus perros con él.

Martín siempre dice que tiene 4 hijos, por eso no solo pasa tiempo con ellos, ademas le encanta cumplir todos los caprichos de sus mascotas. Les compra la mejor comida, juguetes y 1 vez a la semana los lleva a bañar y a la peluquería canina.

Metas y preocupaciones

- Me gusta que los perros mantengan la rutina. Que paseen a la mañana es importante para que tengan la energía mas equilibrada durante el día.
- Saber dónde están, cuantos metros caminaron y cuanto tiempo descansaron son datos tienen mucha importancia para mi.
- Me gustaría que la persona que cuide a mis perros sea tan activa como mi familia.

Skills

- | | |
|----------------------|---|
| mobile / apps skills | ↗ |
| social networks | ↗ |

“Personas” creadas para el servicio de hospedaje de mascotas Royal Pets

https://medium.com/@uxcharlie_perfiles-de-usuario-personas-77e65a9689de



Ejemplo Persona

TOBIDAY

PERSONA TEMPLATE

Demographic: Age 35, Status: Account Manager, Location: New York, NY, Terri Archetype: The Mentor.

Motivations: Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: To grow as business development professional, To build an audience you prefer, To keep track of everything.

Frustrations: How overpriced things, Don't have time, Free time is limited.

BIG: I'm a hard worker who wants to succeed in my career, I'm always looking for opportunities to learn and grow, I'm a mentor to others.

BRANDS: Audi, Coca-Cola, Sony, ProSparcs.

QUOTE: "I feel like I have a busy day, but at the end of it, I feel like I've made a difference in someone's life. That's what motivates me to keep pushing forward and work harder. I want to make sure that I'm doing the right thing for the company and for the people I work with."

Susan Johnson

PERSONA: Susan Johnson, Age: 31, Occupation: Marketing consultant, Status: Married, Location: Brooklyn, NY, Terri Archetype: The Educator.

MOTIVATION: Growth, Success, Training, Learning, Doing.

GOALS: Increase the visibility of clients' business, Review and edit client's marketing materials, Upgrade her communication strategy.

FRUSTRATIONS: Clients don't take action, Don't have time, Free time is limited.

BIG: Susan is a marketing consultant who has a passion for how things are done. She wants to make sure that she is doing the best job possible for her clients, and that they are happy with the results. She also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Audi, Coca-Cola, Sony, ProSparcs.

QUOTE: "I'm a marketing consultant who has a passion for how things are done. She wants to make sure that she is doing the best job possible for her clients, and that they are happy with the results. She also enjoys learning new things and不断提升自己."

FULL NAME

Demographic: Age: 40, Status: Single, Married, Location: Where he lives, Name: John Doe, Terri Archetype: The Mentor.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Achieve high sales volume, Increase customer satisfaction, Avoiding negative feedback and dealing with the manager.

Frustrations: Personal goals, Direct supervisor's micromanagement.

BIG: John is a hardworking salesperson who has a passion for his work. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Audi, Coca-Cola, Sony, ProSparcs.

QUOTE: "I'm a hardworking salesperson who has a passion for his work. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己."

Jane

Demographic: Age: 35, Status: Single, Married, Location: Boston, MA, Terri Archetype: The Educator.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Improve the user experience, Make it easier for users to use, Improve user retention.

Frustrations: The user interface is confusing, The user experience is slow, The user interface is cluttered.

BIG: Jane is a user experience designer who has a passion for creating great user experiences. She wants to make sure that the user interface is intuitive and easy to use, and that the user experience is fast and efficient.

BRANDS: Xentisio, Apple.

QUOTE: "I want to be able to make the user experience better, so that users can have a better experience with our product."

Jessica Jones

Demographic: Age: 27, Status: Single, Married, Location: San Francisco, California, Terri Archetype: The Mentor.

Motivations: Success, Growth, Training, Learning, Doing.

Goals: Increase productivity, Reduce stress, Improve work-life balance.

Frustrations: Work-life balance, Stress, Burnout.

BIG: Jessica is a productivity coach who has a passion for helping others achieve their goals. She wants to make sure that she is doing the best job possible for her clients, and that they are happy with the results. She also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Google, Nikon, Sony.

QUOTE: "To be a better human being, you must be kinder to yourself. You must be kinder to the world around you."

TIM

Demographic: Age: 35, Status: Married, Married, Location: Atlanta, GA, Terri Archetype: The Family Man.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Improve work-life balance, Increase productivity, Improve work-life balance.

Frustrations: Work-life balance, Stress, Burnout.

BIG: Tim is a marketing professional who has a passion for helping others achieve their goals. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Google, Nikon, Sony.

QUOTE: "I'm a dad, a guy who's spent years studying them as a therapist. However, now I look after 4 kids. It's not much."

Social Sara

Demographic: Age: 30, Status: Married, Married, Location: Atlanta, GA, Terri Archetype: The Family Man.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Improve work-life balance, Increase productivity, Improve work-life balance.

Frustrations: Work-life balance, Stress, Burnout.

BIG: Sara is a marketing professional who has a passion for helping others achieve their goals. She wants to make sure that she is doing the best job possible for her clients, and that they are happy with the results. She also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: ZARA, XXI.

QUOTE: "I'm a mom, a woman who loves her family and enjoys spending time with them."

David Andrews

Demographic: Age: 35, Status: Single, Married, Location: Boston, MA, Terri Archetype: The Educator.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Increase user engagement, Improve user retention, Improve user satisfaction.

Frustrations: User interface is cluttered, User experience is slow, User interface is confusing.

BIG: David is a user experience designer who has a passion for creating great user experiences. He wants to make sure that the user interface is intuitive and easy to use, and that the user experience is fast and efficient.

BRANDS: Google, GitHub.

QUOTE: "The user interface is cluttered, User experience is slow, User interface is confusing."

Jack Rowland

Personas Profile, **Personas Initiative**, **Personas Factors**, **Personas Drivers**, **Personas Demos**, **Personas Needs**.

Demographic: Age: 32, Status: Married, Married, Location: Los Angeles, CA, Terri Archetype: The Educator.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Improve user engagement, Improve user retention, Improve user satisfaction.

Frustrations: User interface is cluttered, User experience is slow, User interface is confusing.

BIG: Jack is a digital marketing manager who has a passion for helping others achieve their goals. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Google, Zendesk, Honda.

QUOTE: "I'm a digital marketing manager who has a passion for helping others achieve their goals. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己."

PER SONA NA

Demographic: Age: 32, Status: Married, Married, Location: Los Angeles, CA, Terri Archetype: The Educator.

Motivations: Fun, Growth, Success, Training, Learning, Doing.

Goals: Improve user engagement, Improve user retention, Improve user satisfaction.

Frustrations: User interface is cluttered, User experience is slow, User interface is confusing.

BIG: Per Sona Na is a digital marketing manager who has a passion for helping others achieve their goals. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己.

BRANDS: Google, Zendesk, Honda.

QUOTE: "I'm a digital marketing manager who has a passion for helping others achieve their goals. He wants to make sure that he is doing the best job possible for his clients, and that they are happy with the results. He also enjoys learning new things and不断提升自己."



Contenido del documento

Nombre. Lo usaremos para referenciarlo durante el desarrollo.

Fotografía. Referencia visual.

Una **cita** o expresión que capture su actitud general hacia el producto.

Datos demográficos: Edad, localización, trabajo

Motivaciones de uso del producto

Objetivos respecto a tu producto

Frustraciones o Dificultades actuales

Pequeña **biografía** que describa su entorno

Breve descripción de su **personalidad**

Habilidad técnica o **destrezas** respecto a las nuevas tecnologías, Internet, software, dispositivos móviles, productos.

Otras **marcas**, websites o productos similares que usa o usaría.



Personas. Guía de uso

- las *personas* deben estar basadas en *observaciones del mundo real*.
- Es mejor centrarnos en las *metas* de los usuarios que en las tareas que realizan.
- No son *personas reales*, pero representan a usuarios reales durante el diseño y son descritos y usados con rigor.
- Evitan que el *diseñador* proyecte sobre el sistema sus propios objetivos e ideas.
- Usar un *número manejables de personas*. No describen el sistema completo.



Herramientas/Plantillas

Qué es un buyer persona
Apéndete todo sobre buyer personas: cómo investigar, hacer encuestas y diseñar entrevistas para crear el tuyo.

Generador de buyer personas
Diseña un buyer persona que toda tu empresa pueda usar para comercializar, vender y ofrecer los mejores servicios.

Edad
Menos de 18 años

Nivel de educación más alto
Titulo universitario parcial

Redes sociales

in

Industria
Finanzas

Tamaño de la organización
Entre 51 y 200 empleados

<https://www.hubspot.es/make-my-persona>

Antonio Rodriguez

Canal favorito de comunicación

- Teléfono
- Correo electrónico
- En persona

Herramientas que necesita para trabajar
Escribe aquí

Responsabilidades laborales
gestión de ventas

Su trabajo se mide en función de
por el numero de ventas que realiza al año

Su superior es
El Director de ventas

Metas u objetivos
poder gestionar las ventas que realiza cada mes, mejorar el numero de ventas, aumentar sus ingresos

Obtiene información a través de
Escribe aquí

Dificultades principales

- Resolución de problemas y toma de decisiones
- Comunicación

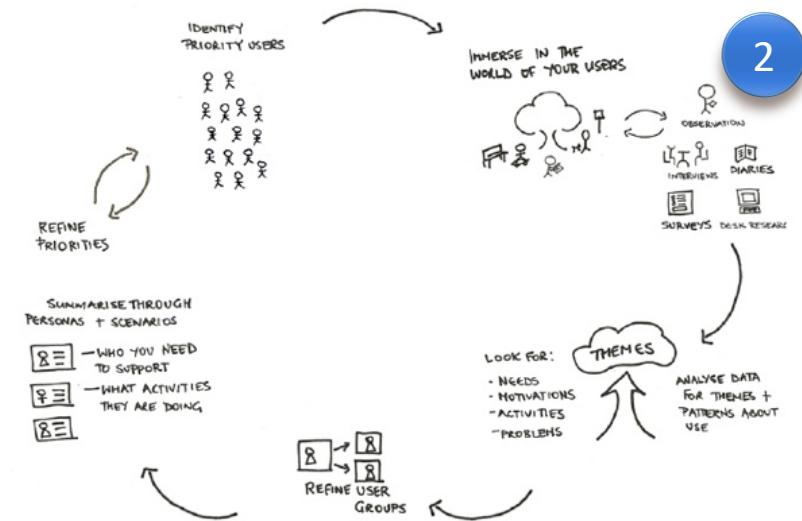
Esta sesión del perfil es nueva
con esto podemos ampliar la descripción con lo que nos interese para nuestro producto o servicio



Aplicación de escenarios

Introducirse en el mundo real de los Usuarios.

- Observación de usuarios.
- Entrevistas, Cuestionarios y Encuestas.
- Diarios de Uso.
- Análisis Etnográfico.
- Indagación en el contexto.



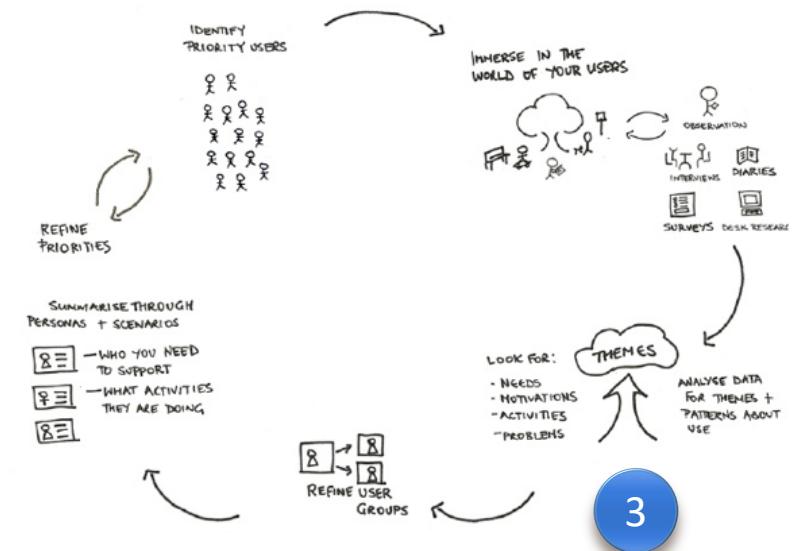


Aplicación de escenarios

Buscar “Patrones significativos de comportamiento”.

Buscamos:

- Necesidades.
- Actividades.
- Motivaciones.
- Problemas.





Buscando patrones....

Nos enfocamos en analizar:

- **Actividades.** Lo que el usuario hace; con qué frecuencia y en qué cantidad.
- **Actitudes.** Qué piensa el usuario acerca del uso producto y la tecnología.
- **Aptitudes.** Qué educación y entrenamiento tiene el usuario; cuál es su habilidad para aprender.
- **Motivaciones.** Por qué el usuario está involucrado en el uso del producto.
- **Habilidades.** Habilidades del usuario relacionadas con el uso del producto y la tecnología.



Patrones de comportamiento

Tipos de Escenarios:

- Escenarios actuales.
- Escenarios futuros.
- Escenarios de prueba.

Todos los escenarios tienen que tener un objetivo determinado.



Tipos de historias

Peter Johnson.
Alumno Erasmus en la UGR



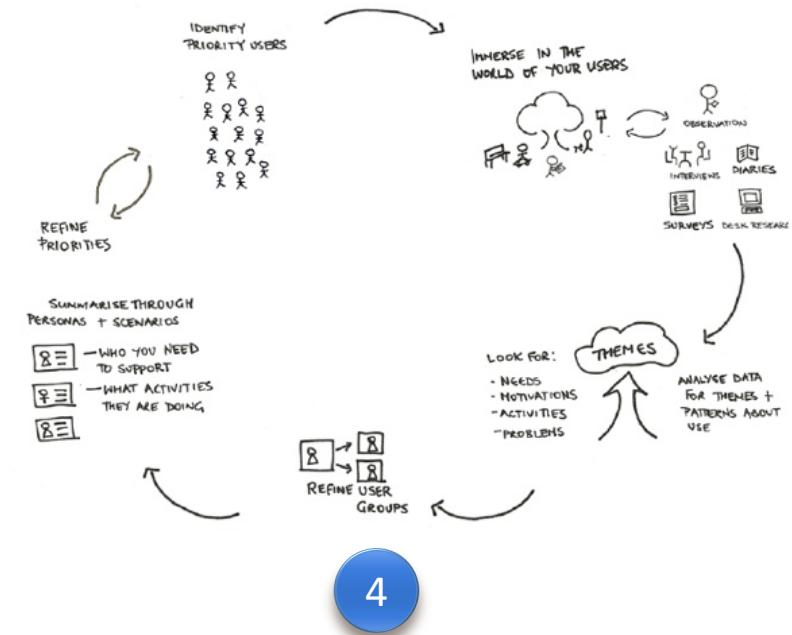
- Peter acaba de llegar a la ciudad y necesita información sobre la Facultad a la que tiene que ir al día siguiente. ([Escenario actual](#))
- Peter está utilizando un dispositivo móvil que le puede localizar y que le podría marcar, sobre un mapa, la mejor ruta a seguir para llegar a la facultad. ([Escenario futuro](#))
- Peter está en la Facultad y necesita hablar con un profesor, sabe que el sistema le permite ver dónde está el despacho del profesor y que tiene información en tiempo real sobre si está o no en su despacho. ([Escenario de prueba](#))



Aplicación de escenarios

Redefinir los grupos de usuarios.

Representante de un Rol.



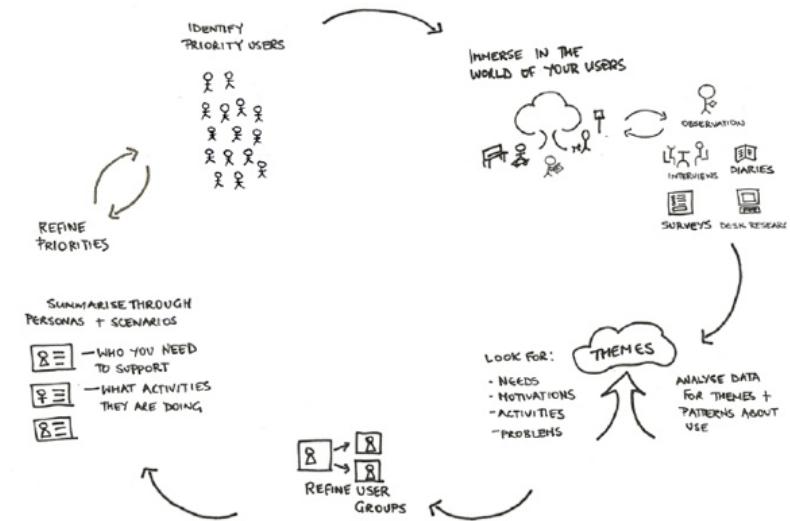


Aplicación de escenarios

Descripción de personas
y escenarios de uso.

Plantillas.

5



Penny Hagen



Formatos ...

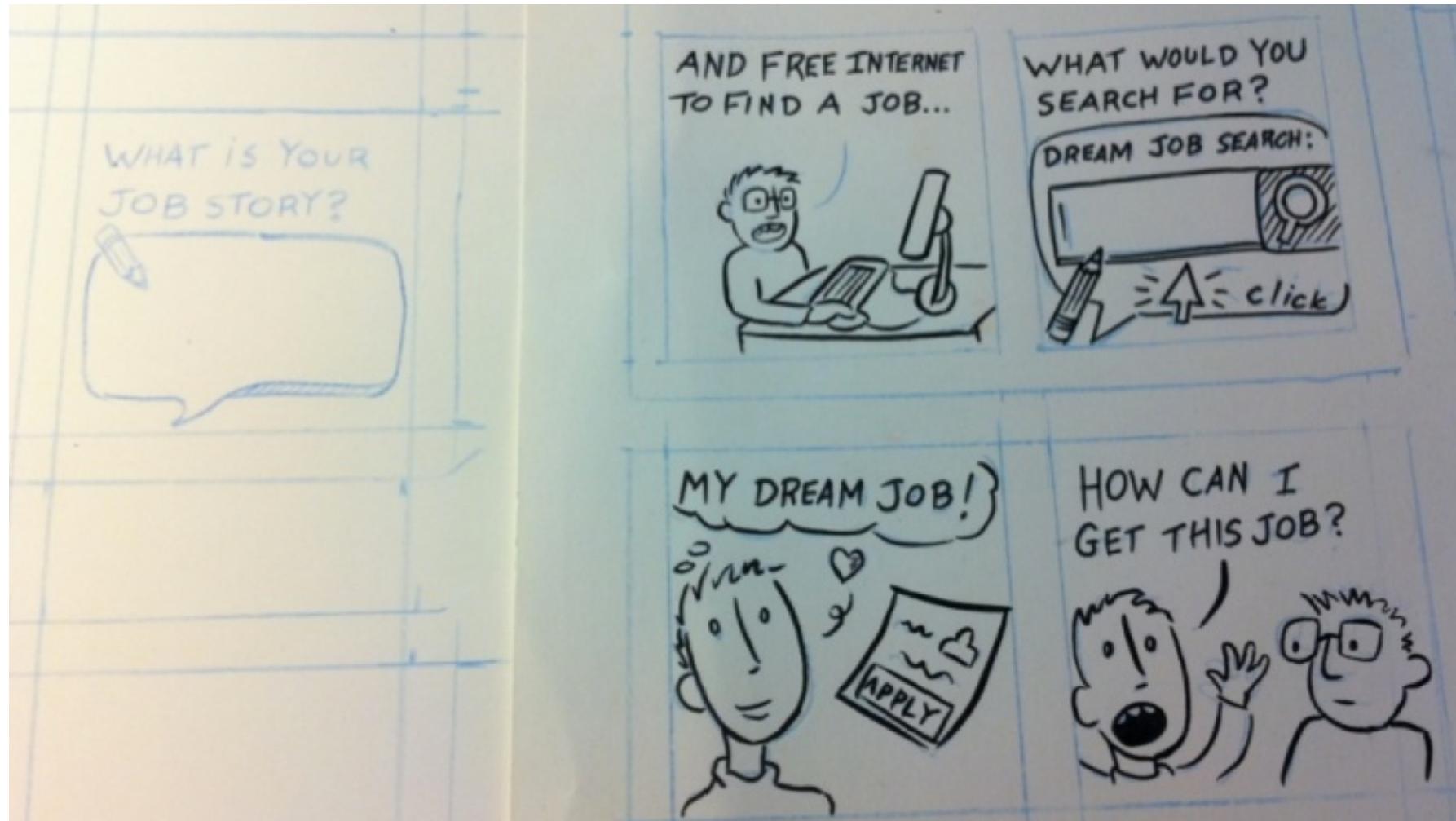
PLANTILLA DE PERSONAJE	
Nombre	
Edad	
Sexo	
Educación	
Contexto de uso	
Cuándo	¿Cuándo utiliza el ordenador?
Dónde	¿Dónde?
Tipo de ordenador	¿Qué tipo de ordenador utiliza?
Misión	
Objetivo	¿Para qué quiere utilizar nuestra aplicación?
Expectativas	¿Qué espera encontrar en ella?
Motivación	
Urgencia	¿Para cuando quiere utilizarla?
Deseo	¿Por qué quiere alcanzar ese objetivo?
Actitud hacia la tecnología	
Tímido, agresivo, preavido	
Foto	

PLANTILLA DE ESCENARIO	
Nombre persona	
Objetivo persona	
Escenario	

SWAD/PlantillaPersonajesEscenarios.doc



Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



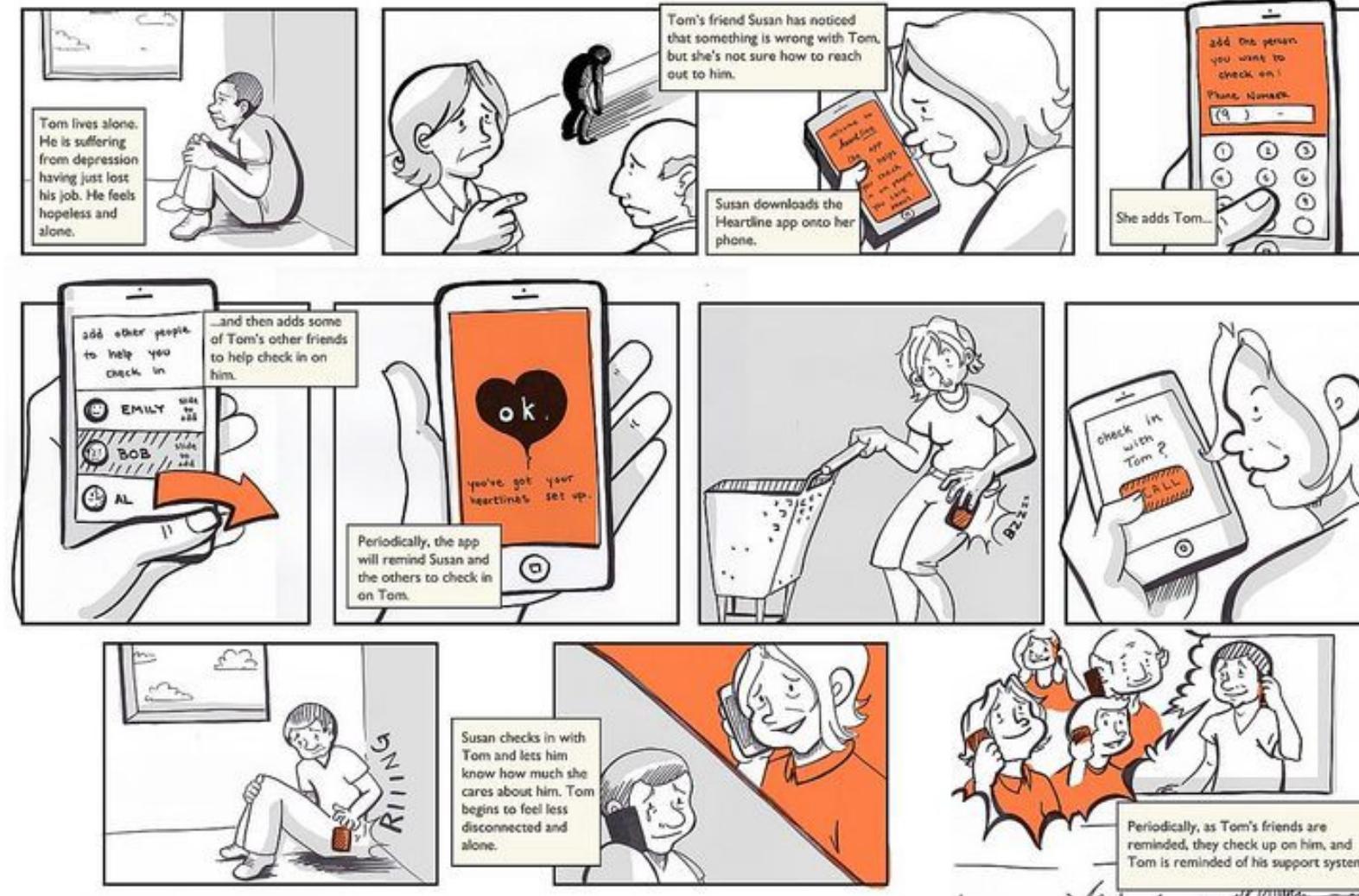


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



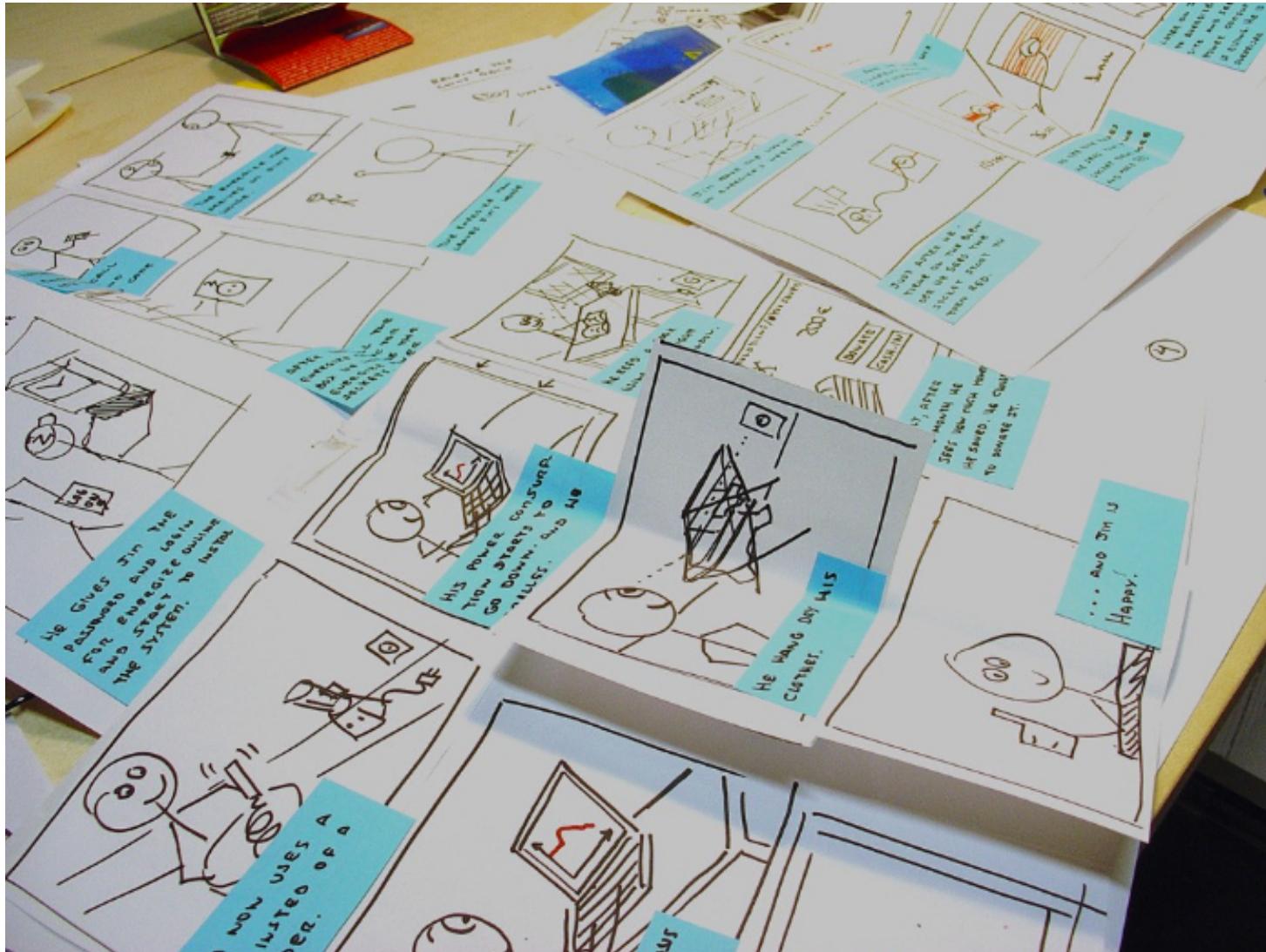


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



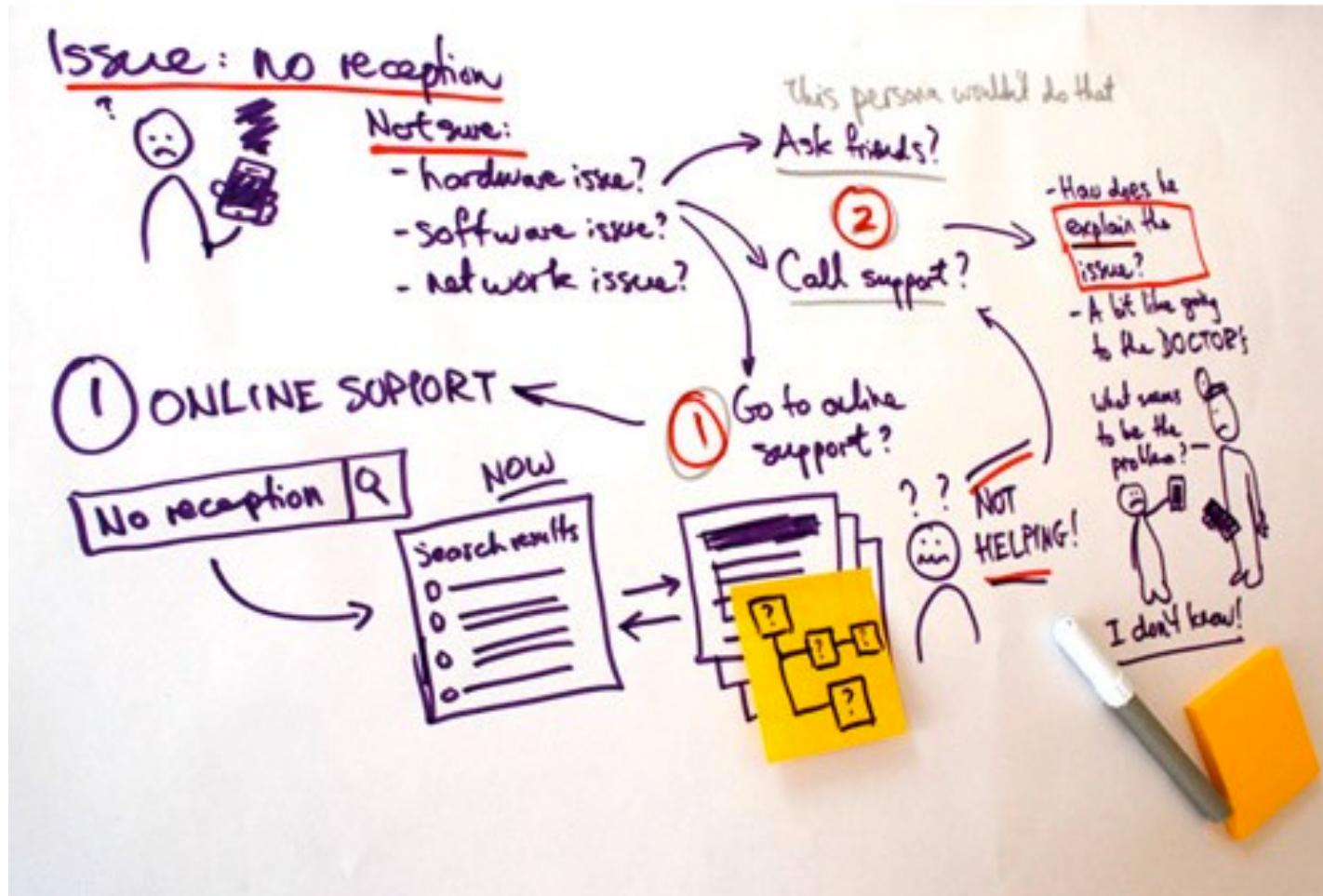


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



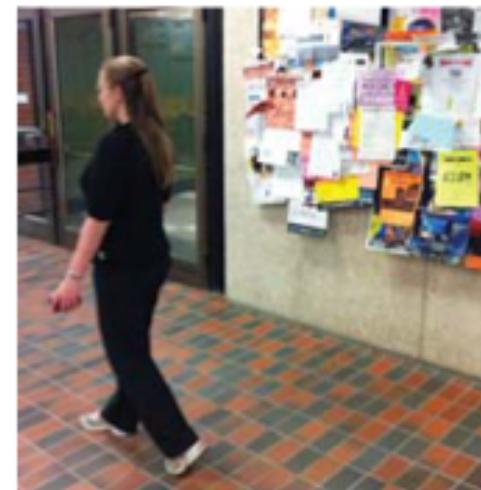
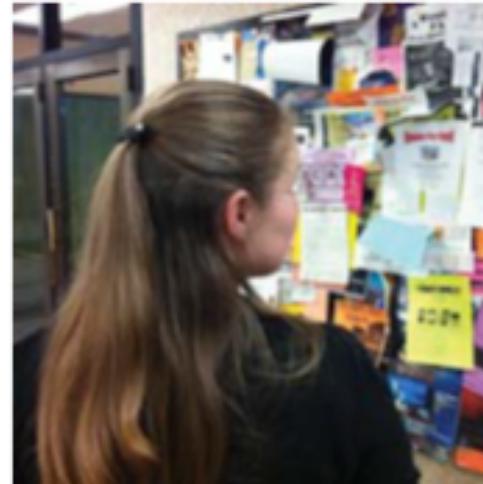
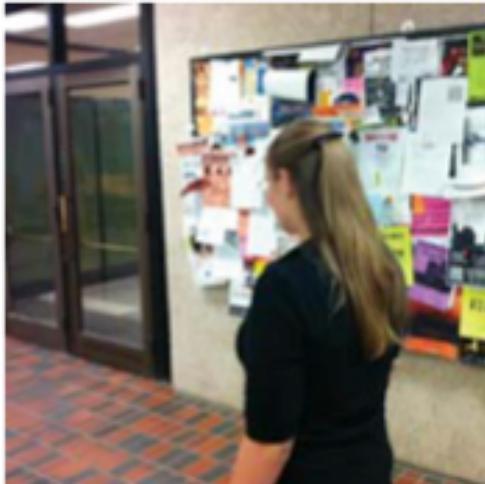


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



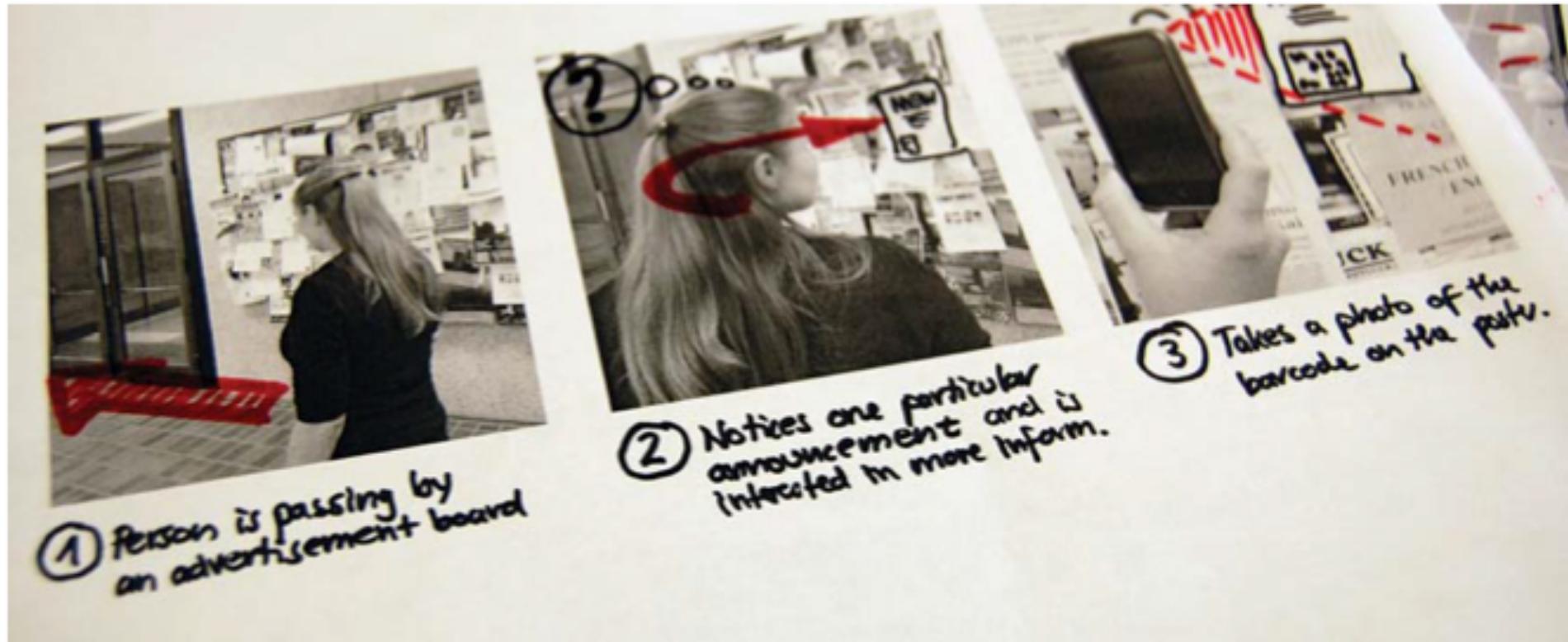


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



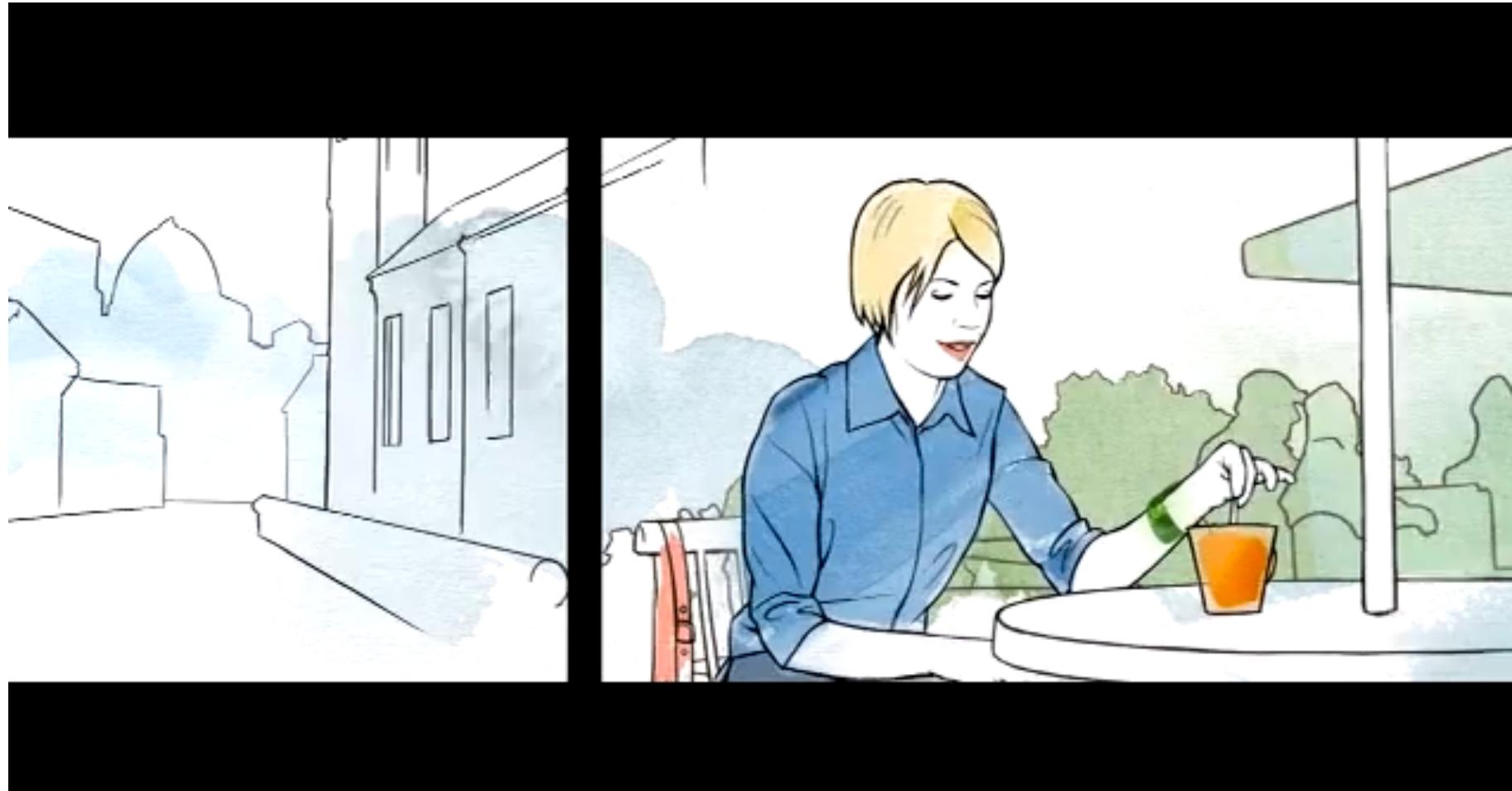


Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)





Dibujando Escenarios (sketching - Storyboard)



<http://www.youtube.com/watch?v=Zto6aTZM9t0&NR=1>





¿Por qué usar Personas-Escenario?

- Sirven para comunicar y explorar **soluciones de diseño**.
- Son concretos, pero suficientemente flexibles para **acomodar cambios y detalles** según evoluciona el proyecto.
- Sirven para comprender el **flujo de la experiencia** y analizar el **diseño propuesto**.
- Ayudan para presentar y situar **la solución propuesta**.
- Ayudan a identificar **problemas** potenciales.
- Fáciles de **entender** por todos (**stakeholders**) ya que son como una “historia”.
- Incluyen información sobre el “**contexto**” (descripción de uso en una situación concreta).
- Ayudan a analizar si la solución es la apropiada.
- Ayudan a detectar **factores sociales**.

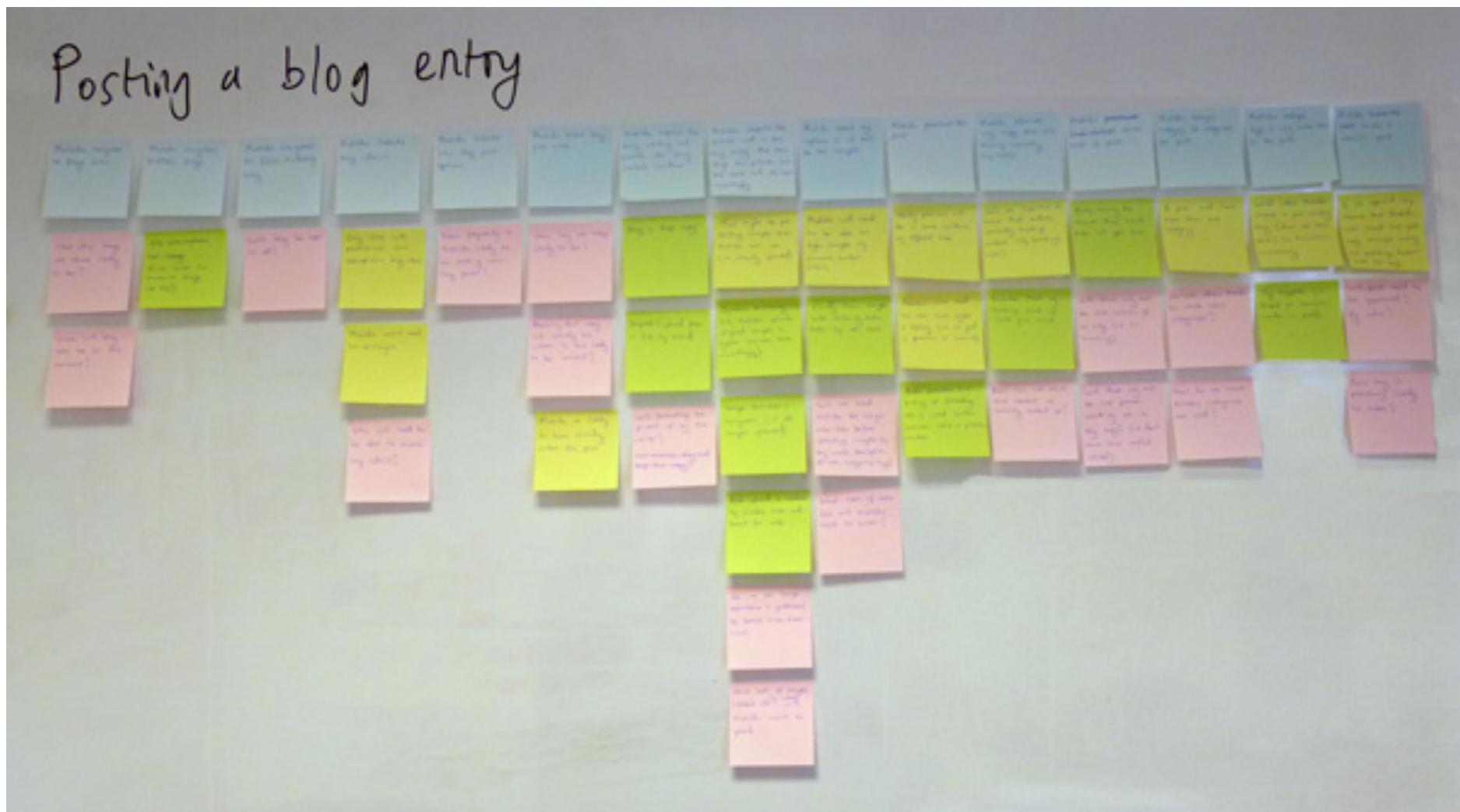


¿Cuándo podemos usarlos?

- Como herramienta para **explorar posibles soluciones**.
- Para **averiguar cuestiones** que han sido supuestas en el escenario.
- Durante el **análisis de requisitos** del software.
- Para **validar soluciones y diseños** y encontrar problemas junto con los usuarios.
- Como soporte a la **documentación** de especificaciones y diseños de los IU (wire-frames).
- Para generar las **pruebas** de los diseños finales (análisis de la usabilidad).
- Si hacemos un “análisis de competidores”, para **comparar situaciones** de uso entre diferentes sistemas.



Análisis de escenarios



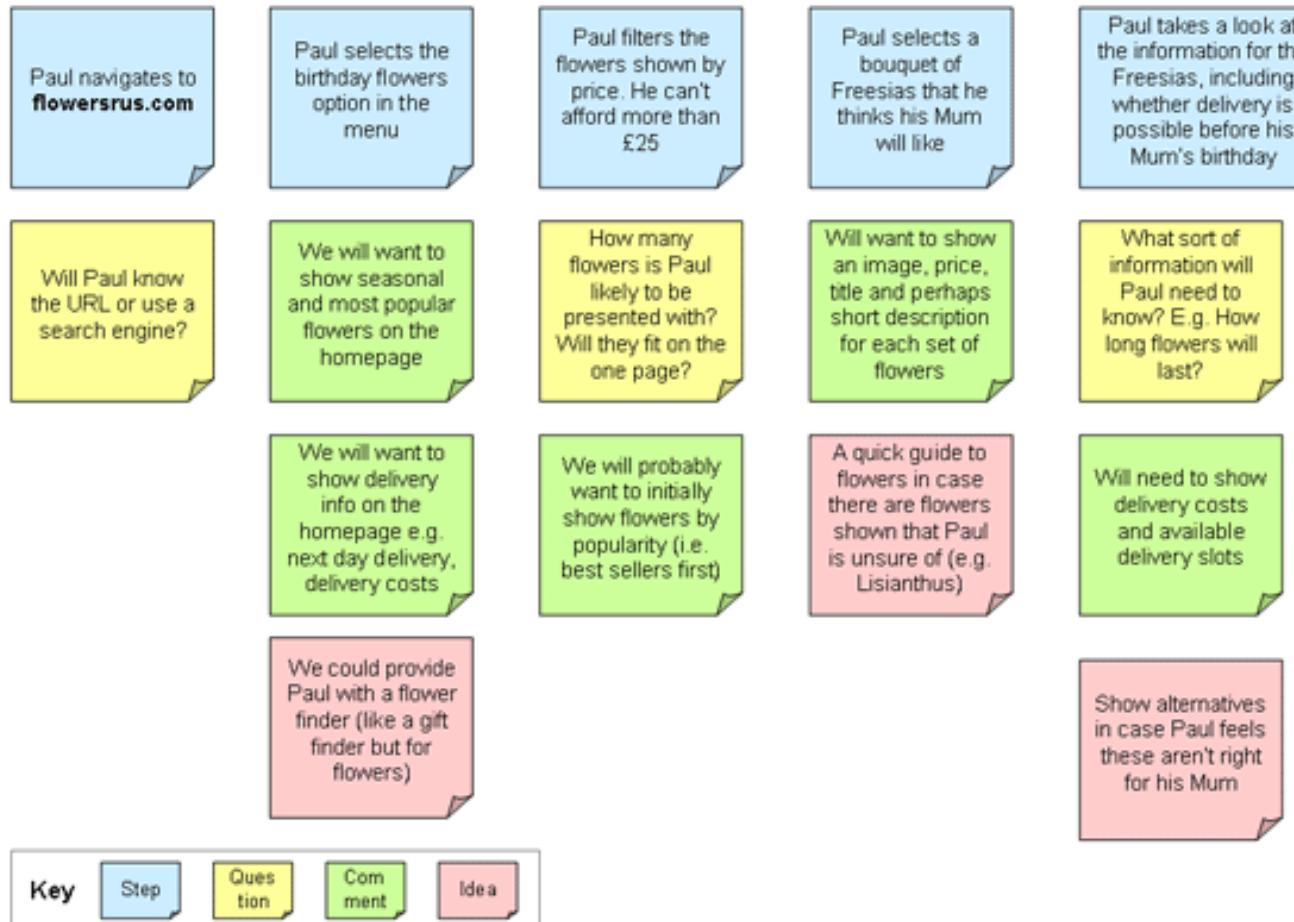


Análisis de escenarios



Paul - the online student

Ordering flowers for his Mum's birthday

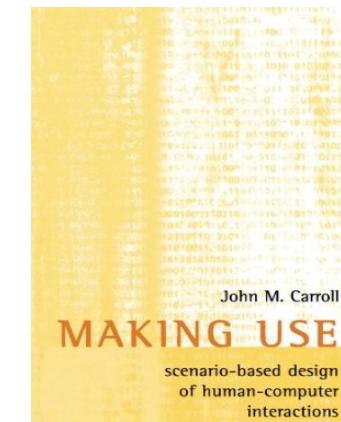
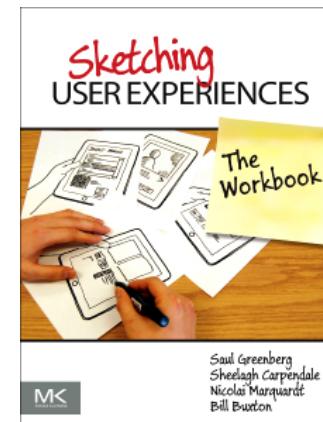
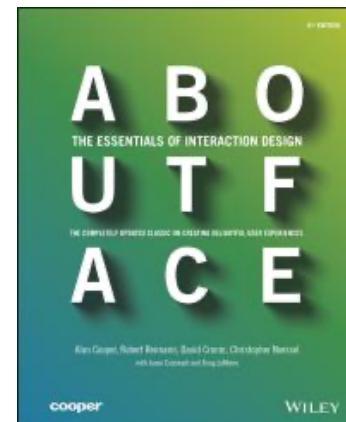


<http://www.uxforthemasses.com/scenario-mapping/>



Bibliografía

- John M. Carroll, "**Making Use: Scenario-Based Design of Human-Computer Interactions**", Mit Pr, 2003
<http://ieeexplore.ieee.org/xpl/bkabSTRACTplus.jsp?bkn=6267375>
- Mary Beth Rosson and John M. Carroll, "**Scenario-Based Design**" "The Human-Computer Interaction Handbook", 2002
https://www.e-education.psu.edu/drupal6/sites/www.e-education.psu.edu.geog583/files/Rosson_2002_sbd.pdf
- Saul Greenberg, Bill Buxton, "**Sketching User Experiences: The Workbook**", Morgan Kaufmann Press, 2011
<http://proquest.safaribooksonline.com/9780123819598>
- Cooper, A., Reimann, R. ,Cronnin, D. "**About Face: The Essentials of Interaction Design**". Wiley Publishing, Indianápolis (2014)
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/ugr/detail.action?docID=1762072&pq-origsite=primo>





Herramienta Storyboard



<http://indigo.infragistics.com/help/storyboards-overview-and-key-concepts.html>