



Персона и потребителски случаи

Упражнение 3

Упражнение 3



1

Задание 1
Описание на проекта

2

Процес на ПЧМИ –
Проучване на потребителите

3

Описание на потребителските
случаи

Задание 1: Описание на проекта

Опишете идеите за проекта си на 3-4 страници:

Екип и проект

- Имена на участници в групата
- Име на група
- Име на проекта

Бизнес нужди и свойства на системата

Кратко описание на това за какво ще служи системата, и каква е вашата идея.



Задание 1: Описание на проекта

Поне **десет кратки** примерни описания на потребителските случаи (Use cases):

- о Име на потребителския случай
- о Кратко описание (Brief Descriptions)
- о Кратко описание на актьорите (Actor Brief Descriptions)



Процес на ПЧМИ



RESEARCH



- STAKEHOLDERS INTERVIEW
- COMPETITIVE ANALYSIS
- MARKETING RESEARCH
- USER INTERVIEWS
- USER OBSERVATION
- IDENTITY USER GOALS
- BRAND NEEDS

ANALYSIS



- DEVELOP PERSONAS
- CREATE USER JOURNEY
- TRANSLATE GOALS TO TASKS
- TRANSLATE TASKS TO FUNCTIONS

DESIGN



- SITEMAP
- SKETCHING
- WIREFRAMING
- PROTOTYPES
- VISUAL DESIGN

USER TESTING



- USABILITY EVALUATION
- USABILITY TESTING

START

01

RESEARCH



MEET THE USER

1. User demographics
2. Define user goals
3. Define user challenges
4. Define metrics & form hypothesis

BE THE USERS

1. User personas
2. User scenarios
3. User testing
4. User experience map

02

EMPATHIZE



03

CREATE



MAKE IT SIMPLE

1. Wireframes
2. Moodboard
3. Mock-ups
4. Style guide

DATA DON'T LIE

1. Usability tests
2. Review metrics
3. Track usage
4. Inform next iteration

04

TEST



05

DEVELOP



STICK TO THE DESIGN

1. Usability tests
2. Review metrics
3. Track usage
4. Inform next

USER EXPERIENCE DESIGN PROCESS

Фаза 1 - Проучване



- Кои са вашите потребители?
- Какви са техните предизвикателства?
- Как вашият дизайн може да реши техните нужди?
- В първата фаза на UX – проучване, следва да разберете:
 - Как да проучите нуждите на потребителите
 - Как да придобиете данни за потребителите
 - Как да направите карти за преживяването,
 - Как да анализирате данните
 - Как да трансформирате тези данни в приложими идеи за проекти.
 - Как да извлечете идеи за нови продукти и/или функции.

Фаза 1 - Проучване

Имаме ли реално нужда от това?



Това са хуманитарни глупости.
Няма истинска работа.
Бих направил първият ми дошъл
интерфейс, без да го обмислям.

Задача 1

Представете 10 потребителски сценария за една от тези ситуации:

- Име на потребителския случай
- Кратко описание (Brief Descriptions)
- Кратко описание на актьорите (Actor Brief Descriptions)



A



B



C



Инструменти за проучвания



Генериране на идеи



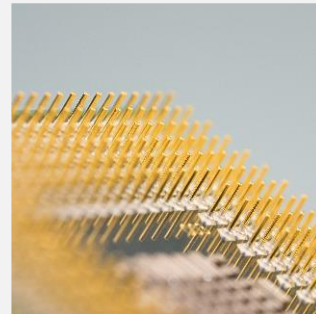
**Собствено
Проучване**



Персона



**Алтернативи и
конкуренти**



**Генериране и
събиране на
идеи**



**Анализ и избор
на идея**

- **Проучване - колкото повече информация и идеи, толкова повече избор!**

Инструменти и техники за проучвания



Всяка техника позволява да се съберат данни :

- Потребителските данни от наблюдения се използват за идентифициране на персони и конкретни затруднения и проблеми (pains).
- Персоните се използват във фазата за създаване на идеи за множество възможни решения.
- Сценариите и storyboards вземат тези множество възможни решения и ги стесняват до конкретни функционалности за създаването на прототип, който можете да тествате с потребителите.
- Във всеки един момент може да се върнете и да обогатите данните, които сте събрали от първоначалните си наблюдения.



Персона

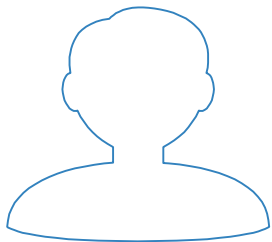
Създаването на Персона (Persona) е начин за изграждане на архетип на Вашия идеален потребител.

Персоната обикновено се основава на проучване на потребител (интервюта) и включва нуждите, целите, поведението и навиците на целевата група.

Целта е да се създаде емоционална връзка, да харесвате и съчувствате на този потребител, който ще бъде в основата на вашия проект.

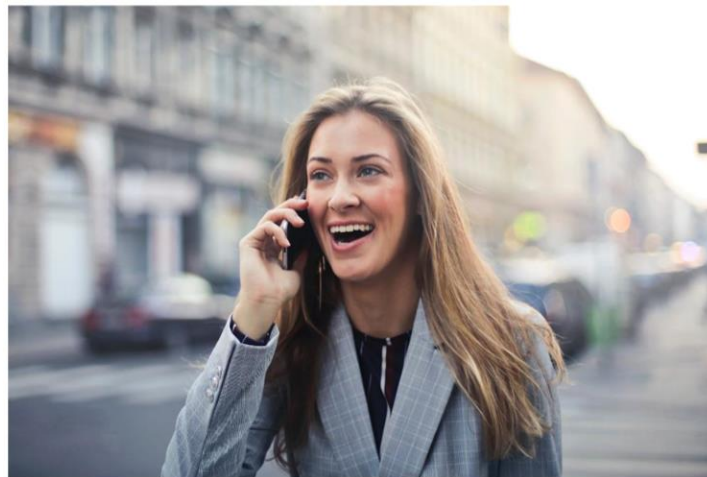
Този образ ще Ви помага и вдъхновява по време на фазата на генериране на идеи.





• ПЕРСОНА

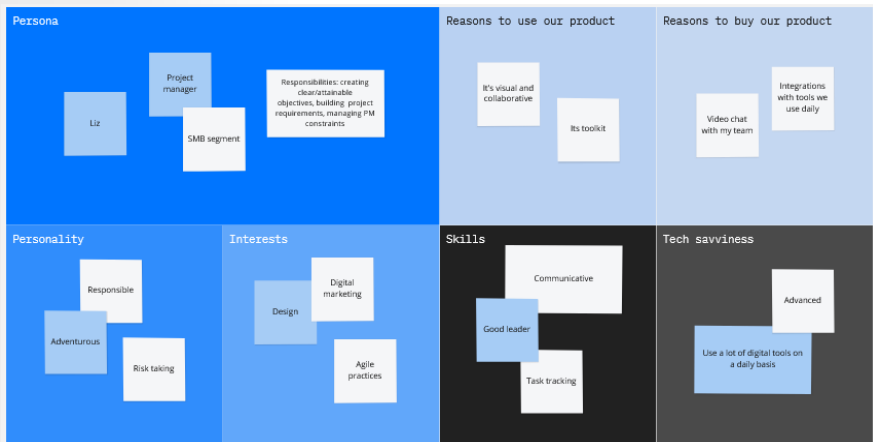
- Кои са потребителите?
- Какви сегменти потребители имаме?
- Какво знаем за тях – проблеми, ползи, режим и тн.?
- Какви групи потребители може да има нашата система?



Какъв проблем искаме да решим?

- POV - Проблемът, дефиниран от гледна точка на потребителя?
- Какво е част / не е част от проблема?

Персона



<https://miro.com/templates/personas/>



Персона (име): _____

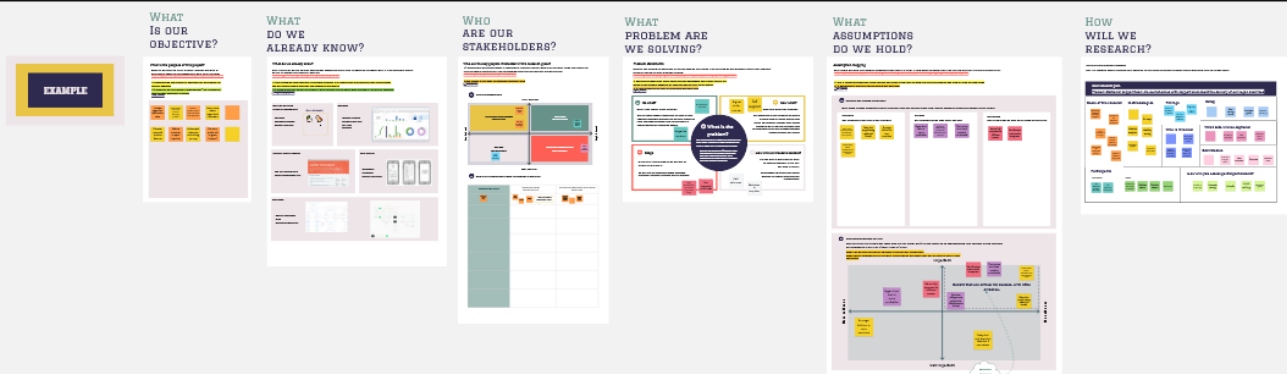
	Снимка	Възраст, пол, семеен статус:	Това ме вдъхновява:
		Местожилище:	Това е важно за мен:
		Професия:	Това отхвърлям:
		Хобита, интереси:	Места, които искам да посетя:
		Предпочитания:	З неща, без които не мога да живея:
	Житейско кредо:	В хладилника имам винаги:	
Ежедневен режим:			
Цели, нужди, желания:			
Проблеми, притеснения:			
Технологии (IT, Internet, Social Networks, Software)			

Подходящи шаблони

User Research Kick-off Canvas

Share

Use template



User Research Canvas - <https://miro.com/miroverse/user-research-kick-off-canvas/>

Подходящи шаблони

Name The name of the product. <div>Meditation 1.0</div>	Goal Your overarching goal. <div>Acquire Users</div>	Metrics The measures to determine if the goal has been met. <div>Downloads: Top 10 meditation app</div>
Target Group The users and the customers with their needs. <div><div>★ Tracy 35 yrs old</div><div>Loves yoga and home made smoothies</div><div>Wants to capture moments in between her busy schedule</div><div>David 45yrs old</div></div>	Big Picture The desired user experience (UX): the user journeys, the product functionality, the visual design, and the nonfunctional properties. Epics, scenarios, storyboards, workflows, design sketches, mock-ups, and constraint stories are helpful techniques. <div><div>Choose meditation instructors</div><div>Start a meditation session with an instructor</div><div>Buy new session packs</div><div>Customise your session</div><div>Choose background sounds</div><div>Customise background sounds</div><div>Buy new background sounds</div><div>Earn and redeem bonus points</div></div>	Product Details The goal of the next iteration and specific actionable items to reach the goal. The items are ordered from one to X, and may be captured as detailed user stories. <div><div>Find out which meditation instructors users like and which they don't</div><div>Create paper prototype</div><div>Conduct the test</div></div>

Product Canvas

Product Canvas - <https://miro.com/templates/product-canvas/>



Канава на стойността - VPC

- Value Proposition Canvas - Канавата на стойността помага да се идентифицират и систематично да се опишат нуждите на реалните потребители, като се анализират основните задачи, проблеми и ползи за тях.
- Това ще помогне на следващия етап да се разработи продукт, услуга или решение, които са реално ориентирани към потребителите.

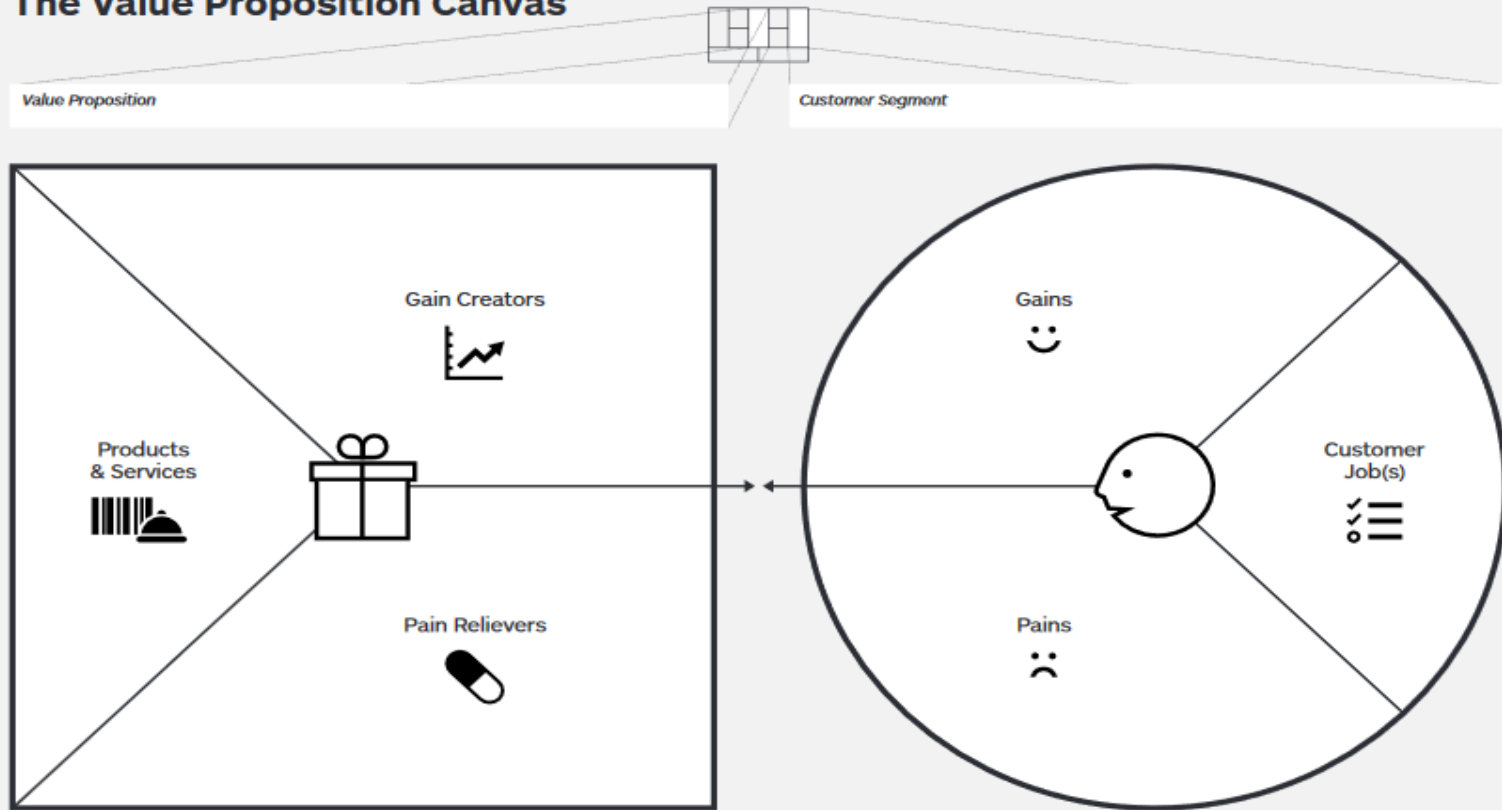


Етапи при проучването



1. Определете групата потребители (от заинтересованите страни);
2. Определете и обсъдете какви са основните ежедневни задачи на вашите потребители (customer jobs), с какви трудности и проблеми те се сблъскват, докато ги изпълняват (pains/проблеми) и с какво могат да бъдат обекчени или подпомогнати (gains/ползи);
3. Поставете приоритети на тези елементи;
4. Съберете идеите и ги отбележете върху канавата на стойността;

The Value Proposition Canvas





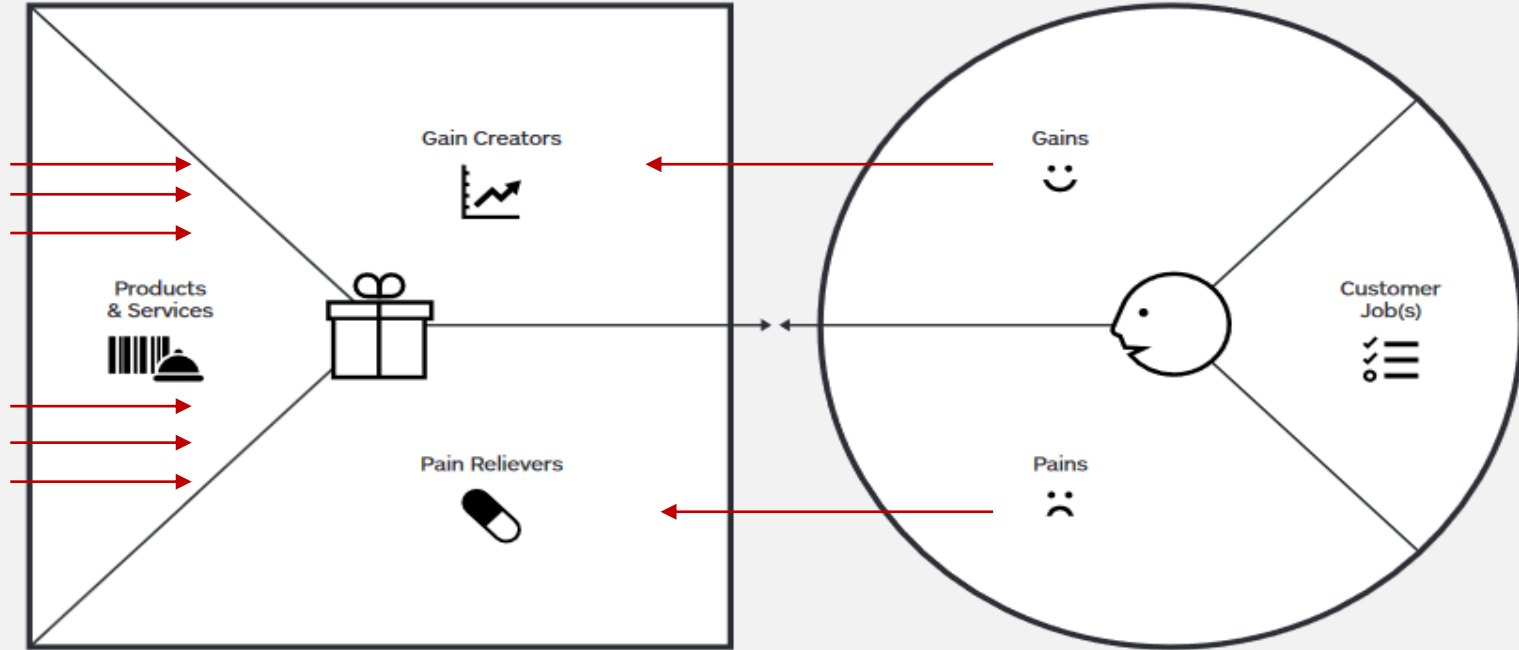
The Value Proposition Canvas



Value Proposition

2

Customer Segment



1

Какво и защо

Как

Въпроси, визия,
намерения

Яснота за
контекста

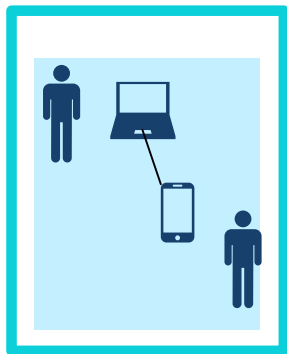
Функционална
концепция



Описание на потребителските случаи



Описание на потребителски случаи



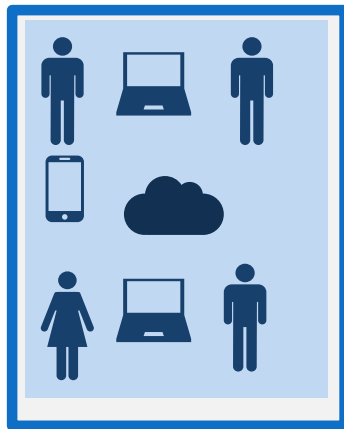
Use case 1
Действащи
лица

Описание на
ролите и
задачите



Use case 2
Действащи
лица

Описание на
ролите и
задачите



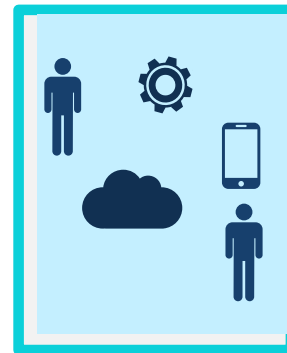
Use case 3
Действащи
лица

Описание на
ролите и
задачите



Use case 4
Действащи
лица

Описание на
ролите и
задачите



Use case 10
Действащи
лица

Описание на
ролите и
задачите

Функционално описание на проекта



- Въпроси?

