

# Brugerprofiler og personas

Kend din målgruppe  
Brugerprofiler  
Personas



# Fra de 5 gyldne regler der fører til brugervenlighed (dialogdesign.dk)

## 1. Kend brugerne

- Mød brugerne ansigt til ansigt. Mange designere møder brugernes chef eller ledelse, men de er ikke nødvendigvis produktets primære brugere. Nogle produkter har mange forskellige brugere.

## 2. Inddrag brugerne

- Tag typiske brugere med på råd lige fra projektets start. Typiske brugere har stor erfaring med hvad produktet skal kunne. Du skal ikke blot få brugere til at godkende et færdigt produkt, du skal få dem til at øse af deres erfaring under udviklingen af produktet.

# Fra de 5 gyldne regler der fører til brugervenlighed (dialogdesign.dk)

## **3. Test og ret produktet**

Selv erfarne udviklere kan ikke forudsige hvor brugervenligt et produkt vil være. Test af brugervenlighed er derfor nødvendig. Resultaterne af testen styrer det videre design.

## **4. Lær af andre - Lad dig inspirere.**

Brugergrænseflader i andres produkter kan give en masse nyttig inspiration - om ikke andet så til at fastslå, at sådan vil du under ingen omstændigheder gøre!

## **5. Koordiner produktets dele**

Et produkt er en helhedsoplevelse. Et vigtigt element i en kvalitetsoplevelse er at den er ensartet. Koordiner dialog, annoncer, kundebreve, vejledninger, uddata osv. Hvis testen af produktet f.eks. medfører, at et ord i menuen må laves om, så sikrer en god koordinering, at ordet også ændres i alle andre dele af produktet, f.eks. hjælp, dokumentation og fejlmeddelelser.



# Kend brugerne

- I forbindelse med beskrivelse af kravene til et system beskrives de typiske brugere
- Nogle brugere er forholdsvis enkle at beskrive, hvis de opfører sig nogenlunde ens
- Det er ofte tilfældet hvis man udvikler et system til en virksomhed man kender, idet de ofte ansætter bestemte folk i stillingerne
- I denne sammenhæng er brugerbeskrivelserne ikke så omfattende
- Ofte kan man anvende brugerprofilbeskrivelser som vist på næste slide

# Eksempel på brugerprofilbeskrivelse

## Ekspedient

**Formål:** En person som er ansat til registrering af ordre fra kunderne. Ekspedientens basale behov er at kunne registrere en ordre fra en kunde samt udskrive ordreseddel

**Karakteristik:** Ekspedienterne er meget forskellige i alder og uddannelse. Sætter pris på at systemet er let at finde ud af og sikkert at bruge.

**Eksempel 1:** Jens er datamatikerstuderende og ansat som ekspedient i sin fritid. Han interesserer sig for computere, og er ikke bange at røre et tastatur. Det er vigtigt for ham, at han hurtigt kan finde det han søger

**Eksempel 2:** Hans har været ansat som ekspedient i firmaet en del år, og kan varekataloget udenad. Han er ikke vant til at anvende IT, og er bange for at gøre noget forkert. For ham er det vigtigt at systemet er let at finde ud af og sikret mod at han kan lave fejl.

# Kend brugerne forsat

- Hvis der er mange brugere og de er meget forskellige er beskrivelsen af dem en mere kompleks opgave
- Det kan fx være systemer til mange forskellige segmenter i befolkningen, fx Microsoft, Borger.dk, web-shops mv.
- I en sådan sammenhæng er det vigtigt at få sin målgrupper defineret og beskrevet dem lidt mere grundig:
  - Hvad er deres kendskab til IT?
  - Hvordan tænker de når de navigerer rundt på websites
  - Hvilken grafik tiltaler dem?
- Til det har Microsoft opfundet begrebet "personas", som i dag er meget anvendt til at få styr på sine målgrupper

# Personas

se fx: [https://www.aakb.dk/files/att/slipbrugerneloes\\_personas.pdf](https://www.aakb.dk/files/att/slipbrugerneloes_personas.pdf)

- En personas er et fiktivt, men repræsentativ billede af mange brugere
- Personas er en slags samtalepartner gennem hele udviklingsforløbet, så designeren kan sætte sig ind i brugerens sted. *"..Hans ville nok gøre det sådan!"*
- Bruges også til test
- Levendegøres ved navn og billede

# Opbygning af Personas beskrivelse

<http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html>

- Persona Group (i.e. web manager)
- Fictional name
- Job titles and major responsibilities
- Demographics such as age, education, ethnicity, and family status
- The goals and tasks they are trying to complete using the site
- Their physical, social, and technological environment
- A quote that sums up what matters most to the persona as it relates to your site
- Casual pictures representing that user group



# Gruppeopgave

- Et Hostel, der henvender sig til unge "rygsæk" rejsende, ønsker sig et website, som gør det muligt for de unge at booke sig ind på forhånd. Det er vigtigt at de unge får øje på sitet og får lyst til at bo på hostel'et.
- Formuler mindst en personas, der kan være typisk repræsentant for målgruppen.
  - Inspiration:
    - <http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html>
    - [https://www.aakb.dk/files/att/slipbrugerneloes\\_personas.pdf](https://www.aakb.dk/files/att/slipbrugerneloes_personas.pdf)