

如何做有影響力的使用者研究

蒐集了使用者的回饋, 然後呢?

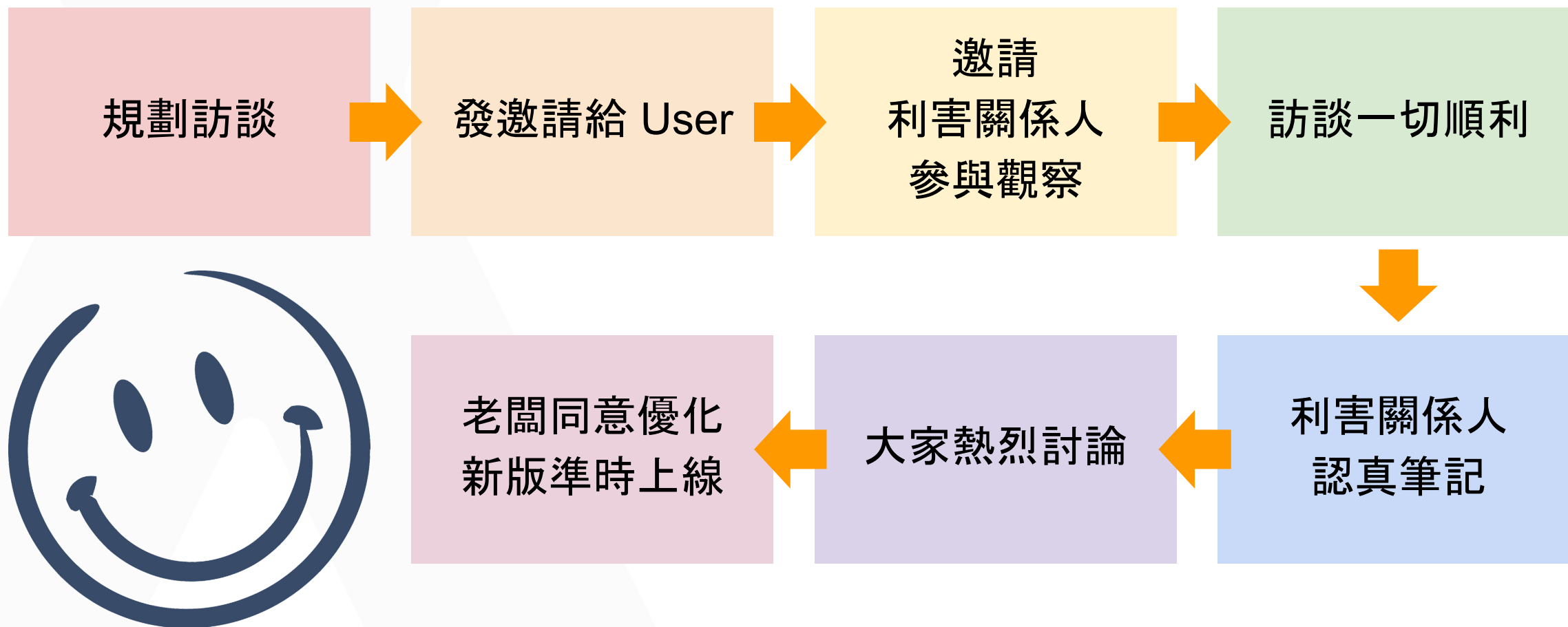
2019.05.28

Philip Li



| 大家以為的 UX 設計師
是這樣做使用者研究：

他歷經了以下的過程：

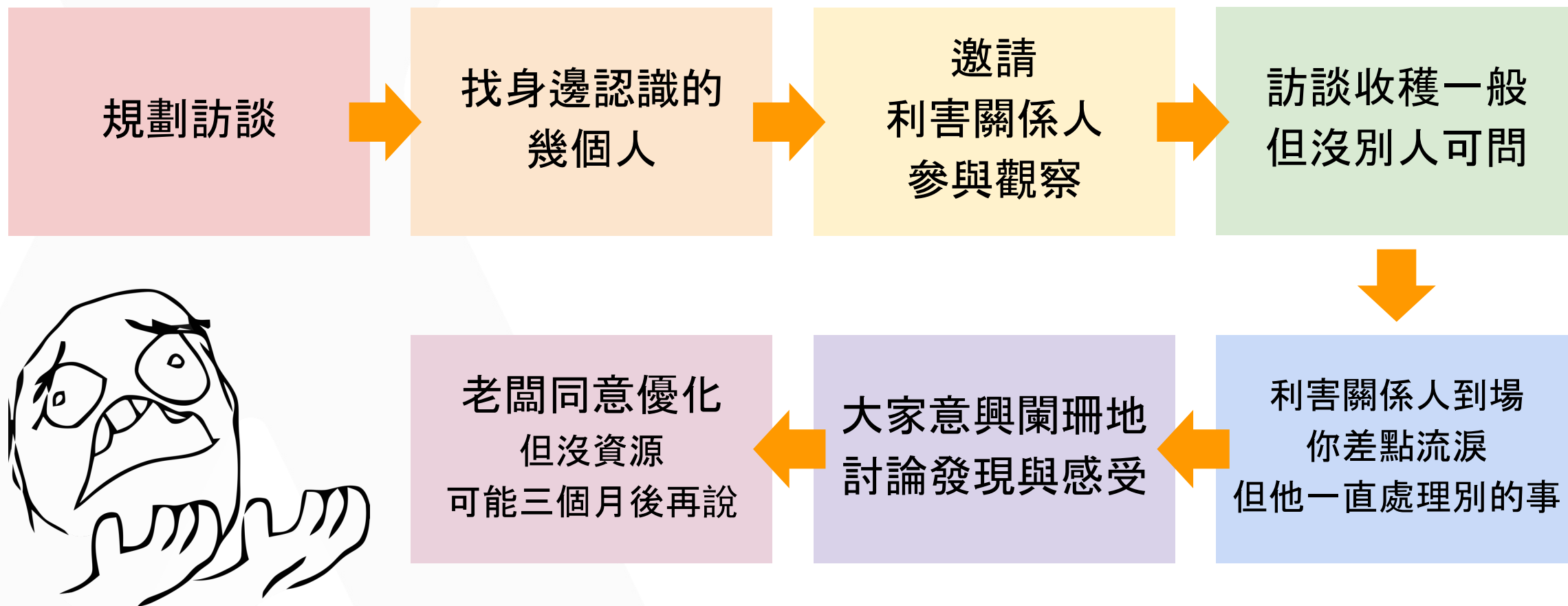


X 三秒過去了，你醒了嗎？



| 實際上的 UX 設計師

比較可能這樣做使用者研究：



X

關於使用者研究這件事……



| 理想的訪談包含觀察

LIVE 的感染力很強



前提：進觀察室必須專心「參與觀察」

- 確保每張便利貼，在事後閱讀都能被團隊成員所理解；
- 「署名」可以清楚辨識(避免只寫一個英文字母)；
- 在觀察過程中，如果需要進行討論請小聲討論，以免影響其他成員觀察；
- 觀察後，會進行約半小時的討論，將問題歸類以幫助改善產品。

置中
(插入圖片):
設定置中再插入圖
片，結果圖片跑到
左邊

Philip

置中功能不符合使
用者預期，她覺得莫
名其妙

Felipe

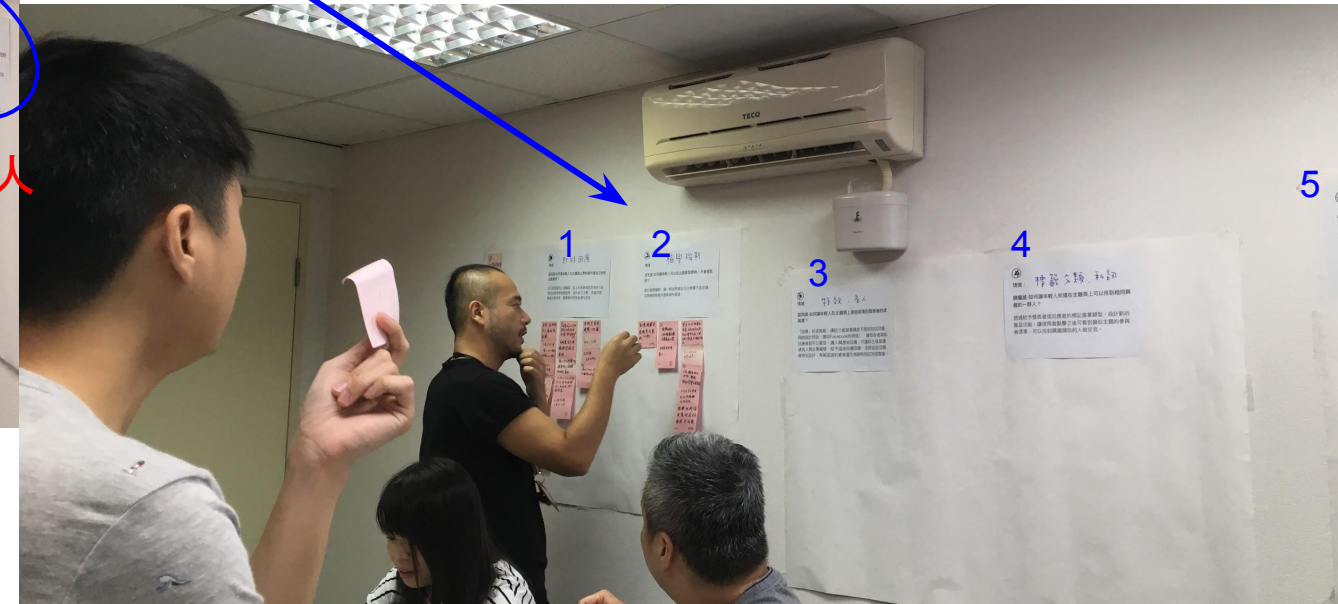


| 當場整理便利貼

考量時間成本的便利貼歸類法



訪談大綱
流程



- 目的

- 透過大家的便利貼，取得該場的共識。

- 好處

- 比大家各自找時間看錄影檔好；
 - 訪談後不必再做逐字稿；
 - 現場印象深刻。

- 風險

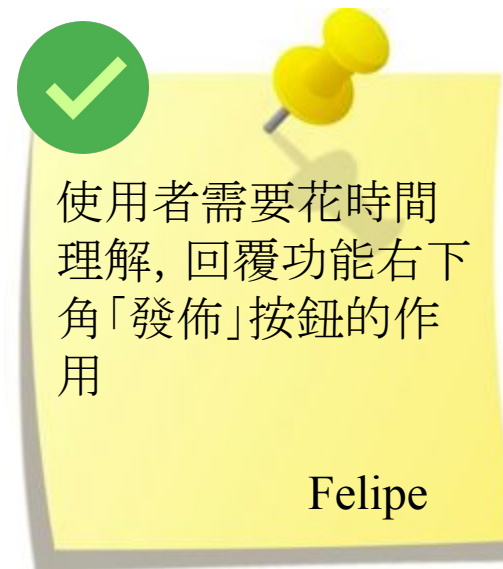
- 可能集體漏掉細節。



| 如何寫便利貼？

寫得好幫助整理；寫不好只能通靈

1. 使用者在頁面的什麼地方、發生什麼問題？



2. 使用者有什麼樣的反應？有什麼樣的負面情緒與行為？



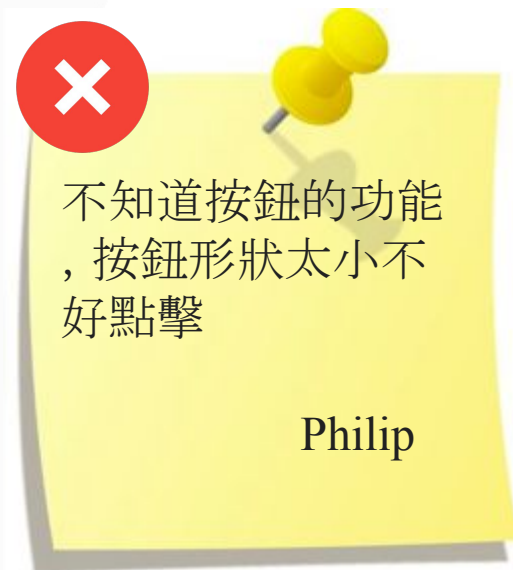
3. 只寫與「任務操作」與「訪談問題」有關的便利貼，而非記錄使用者個人喜好。



4. 有關使用者「提出的功能建議」與「產品正面回饋」，可用便利貼記錄下來，並在最後建議時提出。



5. 一張便利貼只寫一個問題





| 一次性訪談現場

訪完立即取得共識

1. 觸動參與者的 Quote

- 受訪者說了什麼，讓你被觸動、有共鳴？

2. 痛點與需求

- 有什麼痛點／需求？。
- 程度多強烈？
- 目前用什麼方法工具解決？
- 什麼是目前無法解決的？

3. 共識與行動

- 我們對於要優化什麼部分，有以下的共識.....
- 將採取後續的行動。

4. 帶走討論

- 記錄時同意還需要後續討論的部分。



如果你只有十分鐘／只能問三題
如何在最短時間得到重要資訊

十分鐘、三個問題

1. 可以請你談談____產品／服務最有用的地方是什麼？
 - 留意是「受訪者自己」的經驗；
 - 留意時間。
2. 你在使用的過程中，最讓你不開心的經驗是什麼？
 - 抓到受訪者痛點／需求；
 - 有機會的話，理解他的痛點／需求有多強烈。
3. 如果這個產品／服務無法解決上述這件事，你要怎麼辦？
 - 知道他們目前用什麼方法工具解決這個痛點／滿足這個需求；
 - 評估解決痛點／滿足需求的優先程度。

X 蒐集了使用者的回饋, 然後呢?



| 使用者回饋的價值

建立在影響力上

為什麼專案團隊／客戶／利害關係人要接受這些回饋？

- 因為使用者就是這樣說啊！
- 他就是不會用原先的方案咩！
- 你只想賣給你自己嗎？
-
- 但我們可以教育使用者學會原先的解決方案啊！
- 我就會用啊！他們哪有可能學不會？
-那不然你提出替代方案啊！
- 反正責任是我扛，**如果沒有建設性的意見還不如原案。**

影響力可以指下列幾個面向：

- 我們同理動機與需求
- 讓他們同理使用者的角度
- 有建設性的意見
- 建立自身意見的可信度

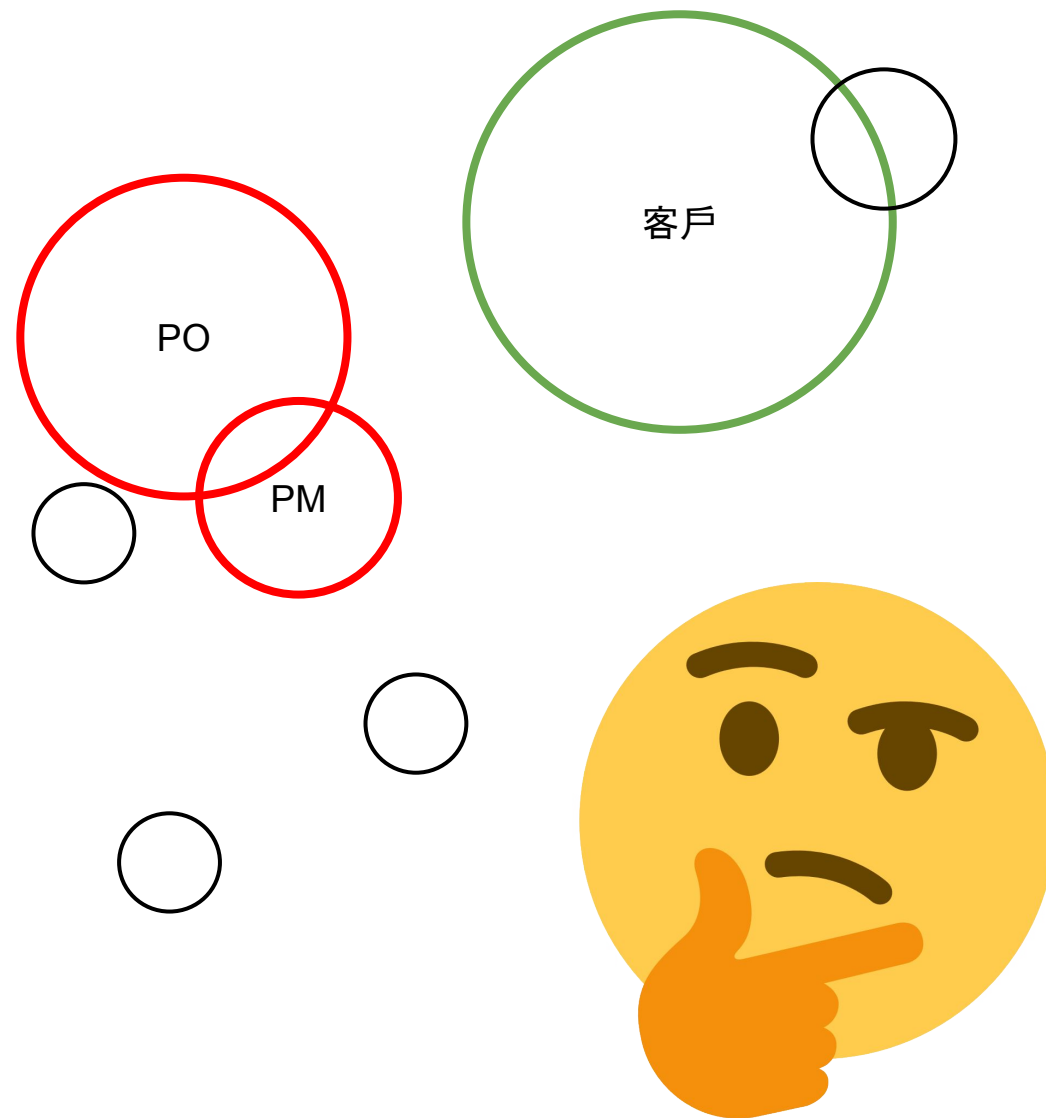


| 摸索出最合適的影響方式

依據組織文化的不同，有不同作法

我們同理動機與需求：

- 前提：有任何一方想發起改變。
- 利害關係人有誰；
- 確認他們的動機、需求；
- 做什麼事情可以幫助他們？



讓他們同理使用者的角度：

- 直接：請他們參與訪談觀察。
- 折衷：提出使用者回饋為根據的調整建議。
- 基本：提供整理過的使用者回饋。

使用者回饋

1. 插入圖片
 - 不能改顯示圖片的大小。
 - 不能決定個別圖片要放哪裡。
 - 想插入手機裡的圖片，步驟很複雜。

使用者痛點：無法自由地展示圖片。e.g. 從手機上傳；決定放哪；改圖片大小。

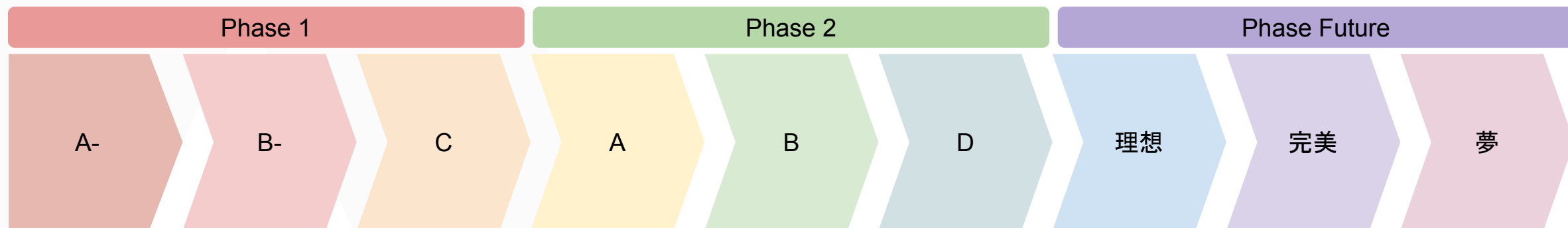
修改方向：

- A. 改善手機上傳圖片的流程。
- B. 圖片應至少有「置左、置中、置右」三種位子可選。
- C. 應給圖片「原尺寸、大、中、小」四種尺寸可選。

調整建議

有建設性的意見：

- 前提：可提出理想版建議作為長期願景。
- 考量可行性下，提出可行性版本。
- 進階一點：切等級、切階段。
- 堅守對使用者而言最重要的需求／痛點核心。



建立自身意見的可信度：

- 需要時間
- 需要運氣
- 需要不斷地努力



| 總結

Takeway

- 最理想的狀況
 - 利害關係人參與訪談觀察。
 - 讓他們理解使用者的痛點、需求。
 - 寫好便利貼、當場歸類便利貼尋求共識。
- 一次性的狀況
 - 立刻做共識紀錄。
- 最簡樸的狀況
 - 有用、不開心、怎麼辦。
- 使用者回饋的影響力
 - 我們同理動機與需求；
 - 讓他們同理使用者的角度；
 - 有建設性的意見；
 - 建立自身意見的可信度。



| 番外篇：訪談小技巧

- 引導式問題

- ❌ 那你會去點擊這個____嗎？

- ✅ 開放式問法：(指著你想問的部分)那你覺得這是……？

- 放任使用者談論別人的經驗

- ❌ 「我的朋友都覺得看不懂啊！」

- ✅ 強制拉回他個人經驗上：「那**你**看得懂嗎？」

- 假設性問題：

- ❌ 如果我們有 XXX 功能的話，你會用嗎？

- ✅ 以他有使用經驗的競品出發，詢問使用情境，理解他的動機、需求、痛點。

QA



THANK

YOU