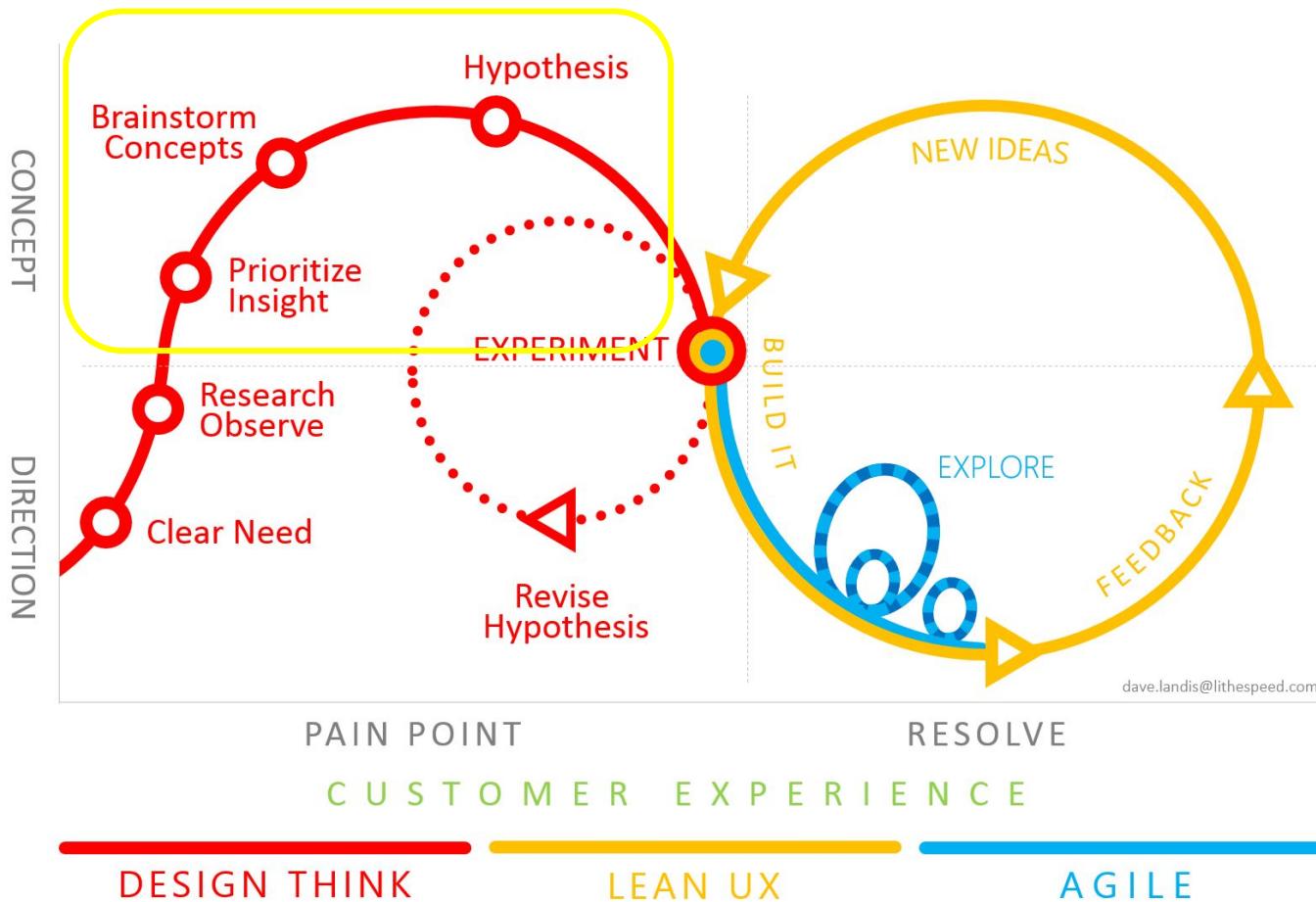


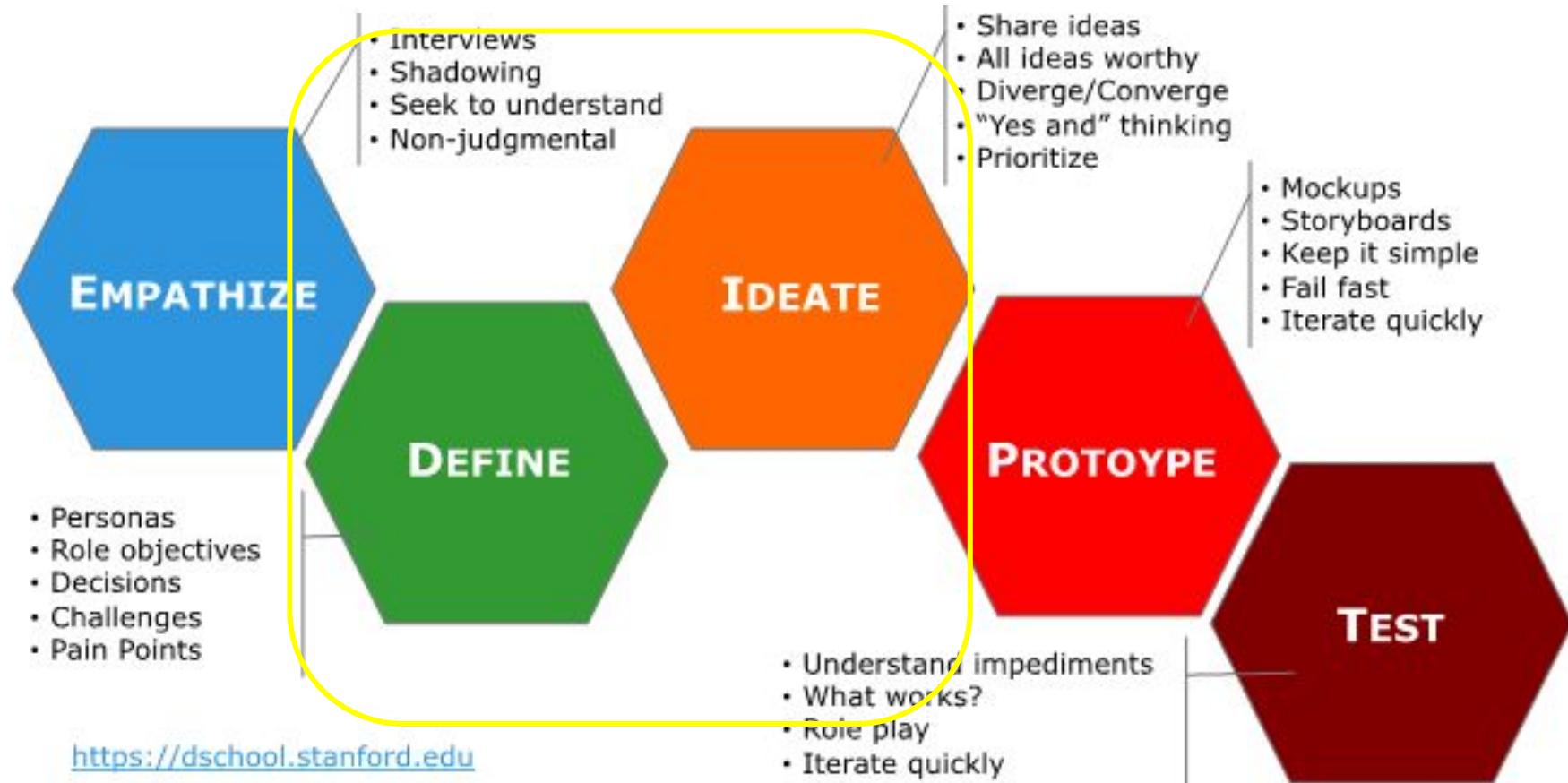


AsiaYo UX Research & Design Sprint Workshop

PM Yolanda

BETTER TOGETHER

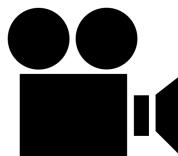
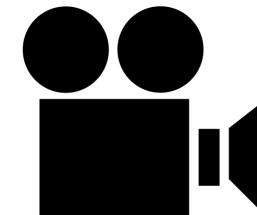
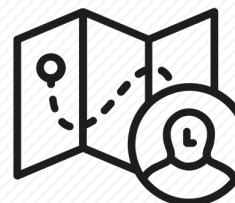
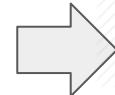
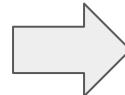




What we did the past 2 weeks...

10 users + 問卷 + 現有資料整理

1. 年齡介於 25-35 歲、女性佳。
2. 未來 1~6 個月內有即將計畫前往台灣、日本、韓國、泰國旅遊之消費者。
3. 近6~12個月有使用手機上各大訂房網站且非旅行社



交集點、矛盾點
明顯且反覆出現的觀察
-> 補足量化資料無法
得知的行為與痛點





大安站 小馬廄



Group

	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4
Consumer Product	(PM) (RD)	(RD)	(RD)	(QA) (RD) x2
Host Product	(RD)	(PM) (RD)	(PM) (RD)	(PM) (RD)
Infrastructure	(RD)	(PM)	(RD)	(QA)
Design	1	1		
Marketing			1	
Operation	1	1		
旁聽客座	MGT team x 3			

Lightning Demo

Research team

Where are we now?

Persona

- 增進對使用者的認識
- 增進團隊討論的共同語言
- 更瞭解不同洞見的情境
- 極端使用者可以告訴你目標使用者不會告訴你的事，可以得到靈感。

User Journey Map

- 增進對使用者的認識
- 完整情境的想像
- 延伸出可能的痛點

Define Problem

- HMW statement 是什麼？
- 如何幫助我們討論與定義問題？

什麼是 How might we statement?

「我們如何」問句是一套簡單的工具，可以將要解決的問題落地，轉換為可具體採取行動的問題敘述。

How 表示我們假設問題是可以解決的，只是我們尚不知道如何解決。

Might 暗示現在討論的想法不用太完美，指出大概有哪些方向即可，問題有無數的解法，我們可以有很寬廣的創造空間。

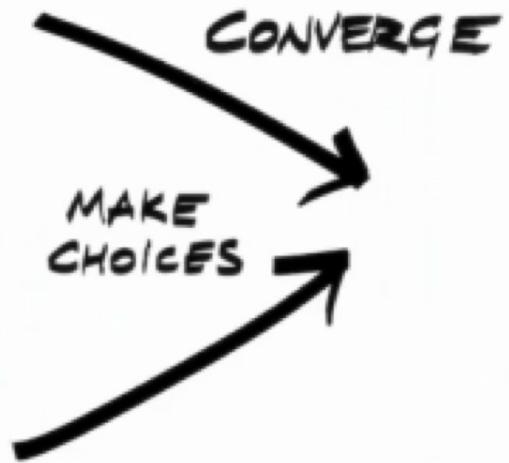
We 強調團隊的重要，不是單一成員的努力就可以解決問題，是需要整個團隊的力量才可以解決這個問題。

幫助我們思考 問題的更多方向

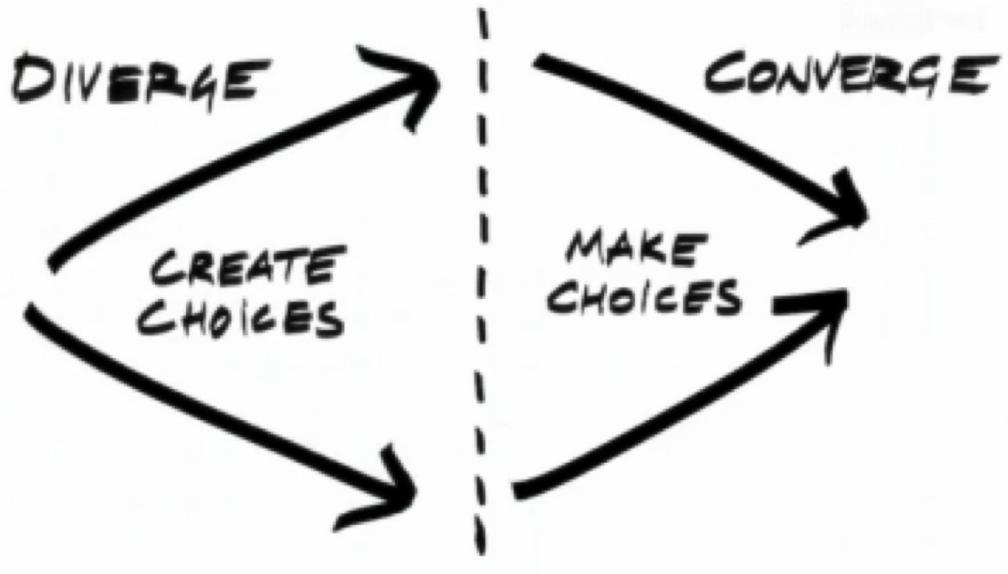
- 重新思考問題脈絡，跳出框架思考
不同可能
- Rephrase 問題，從不同角度切入，
讓要解決的方向更明確





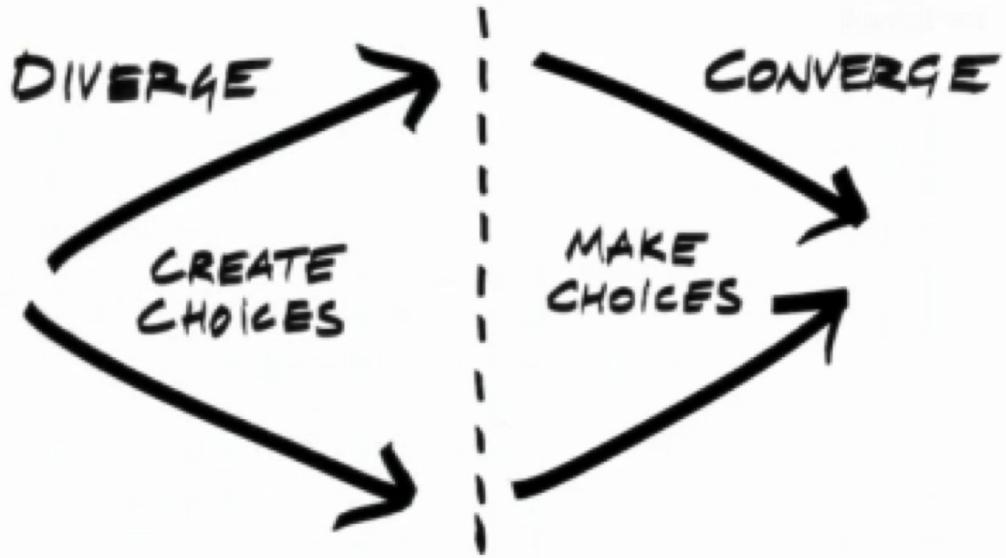


椅子
梯子



爬上去

椅子
梯子

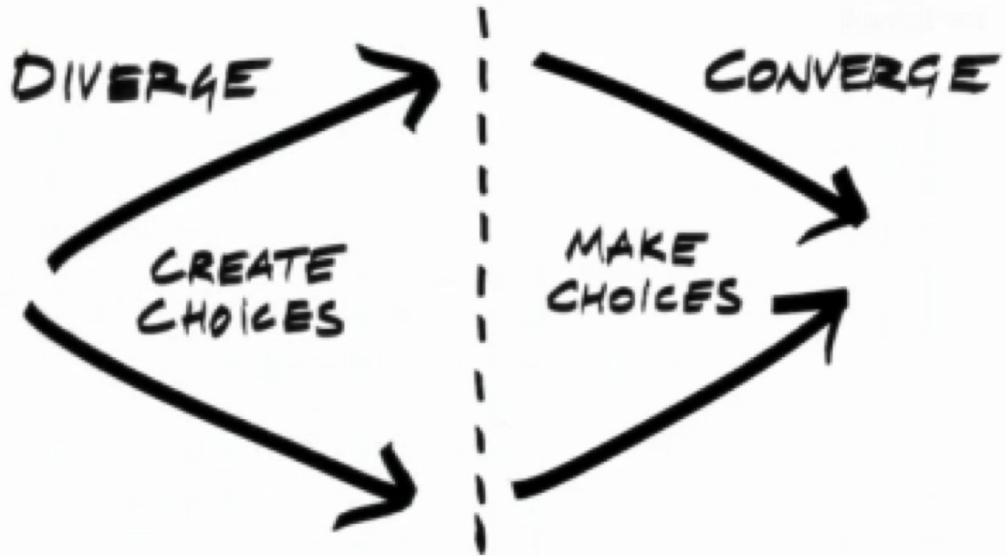


爬上去

看到對面

融入同儕

椅子
梯子



爬上去

看到對面

融入同儕

椅子
梯子

....
電鑽

....
酷炫的電動

TIPs: 如何產出 HMW?

1. 多問一個為什麼？

Why-How Laddering 階梯挖掘法

Why? (抽象)
越接近使用者

How? (具體)
越接近 solution



幫助我們思考 問題的更多方向

- 重新思考問題脈絡，跳出框架思考不同可能
- Rephrase 問題，從不同角度切入，讓要解決的方向更明確



重新設計桃園國際機場的使用者經驗

一位手忙腳亂的媽媽，帶著三個小孩到機場，在登機前的數個小時，她需要「處理一下」她調皮的孩子們，因為孩子們的吵鬧，可能讓在旁邊候機、本來就不太高興的旅客們更加火大。



- **增加好的部份**「HMW 將孩子們的吵鬧的精力轉換來娛樂其他旅客？」
- **減去不好的部分**「HMW 將孩子們與其他旅客隔開？」
- **探索對立面**「HMW 讓等待變成旅途中最令人興奮的部分？」
- **質疑設計的假設**「HMW 完全地去除等待的時間？」
- **從形容詞下手**「HMW 讓手忙腳亂變得從容不迫？」
- **找出預期外的資源**「HMW 利用乘客的空閒時間來減輕他們的負擔？」
- **試著用比喻尋找啟發**「HMW 讓機場變得像遊樂園？」
- **對抗既定事實**「HMW 讓機場變得連小朋友也喜歡去？」
- **將痛點變不痛**「HMW 讓調皮吵鬧的小朋友變得不擾人？」
- **拆解問題細節**「HMW 娛樂小朋友？」「HMW 改善這位媽媽手忙腳亂的情況？」
「HMW 安撫班機誤點的乘客？」

TIPs: 如何產出 HMW?

1. 多問一個為什麼？
2. 紿予限制反而可以幫助跳出框架
3. 任何線索都可以幫助我們從不同面向切入問題

Brainstorming

看不見的篩選條件

- ✓ 自身的利害
- ✓ 實行的限制

.....

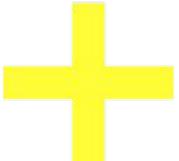


看不見的篩選條件

- ✓ 自身的利害
- ✓ 實行的限制

.....





精析圖解+實戰實例

企劃書 提案書

100%被採用

日本ACTO經營問題研究團隊
代表 山川美穂子

- 會被採用的企劃書・提案書・優點在哪裡？
- 遭受退案的企劃書・提案書・又是為什麼？





Process

流程與時間分配

8 min 自我頭腦風暴產出20個點子

25 min 小組內互相分享激盪

5 min 組內投票

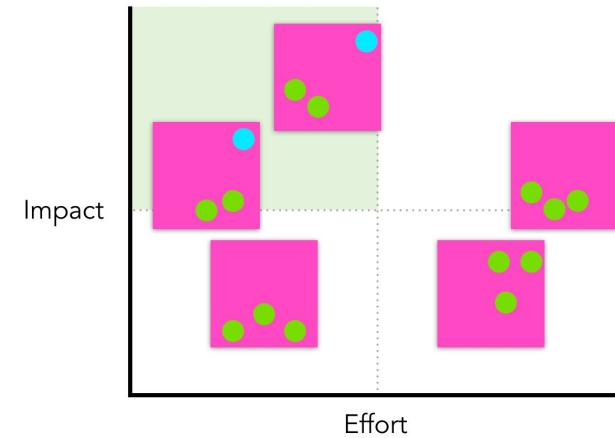
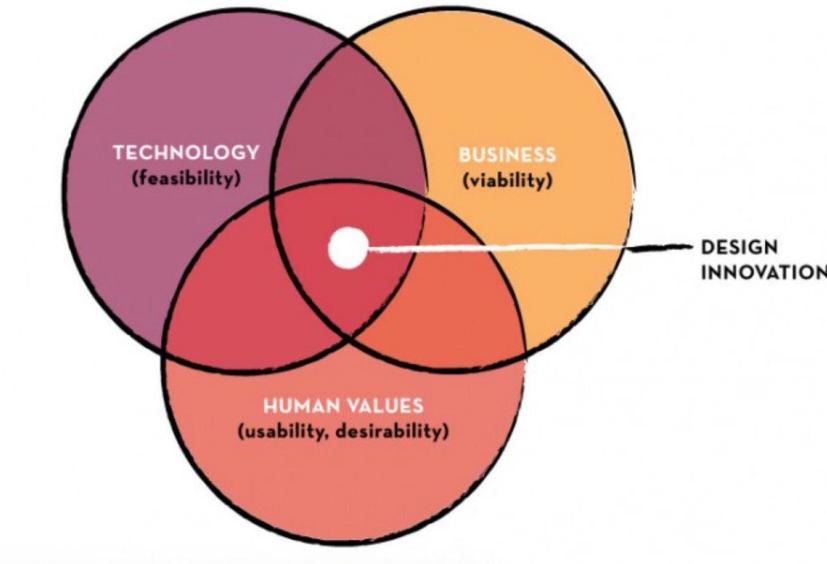
30 min 大圈分享(8 min/組)

Brainstorming Rules & Tips

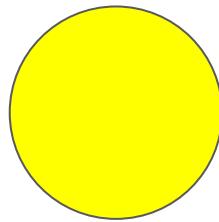
- 要下**標題**
- 要**畫圖**
- 數量要**多！**
- 不要**批評**
- 延續**他人想法**
- 不要**離題**

Voting Criteria

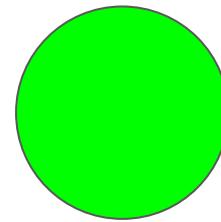
- 最貼近使用者需求的、商業上能scale 的、技術上effort 可以快速達到的



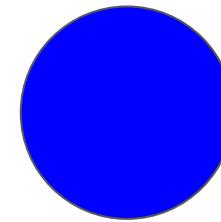
Voting Criteria 投票分類 (各兩票)



最貼近使用者
需求的



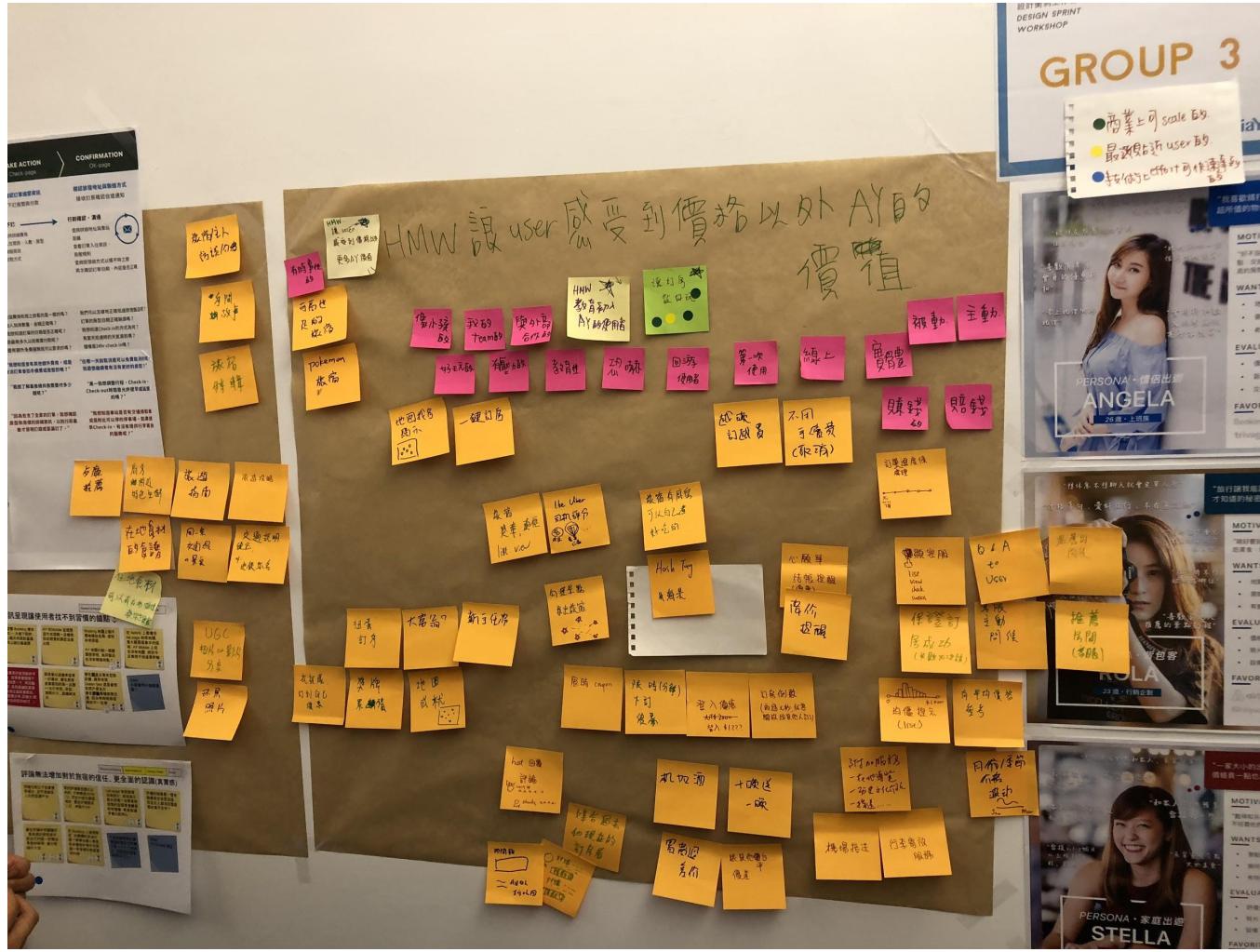
商業上能
scale 的



技術上 effort
可以快速達到
的







Takeaways

Why Workshop?

新的流程給予
新的視角

Think outside the
box

聚集產品團隊
多方觀點

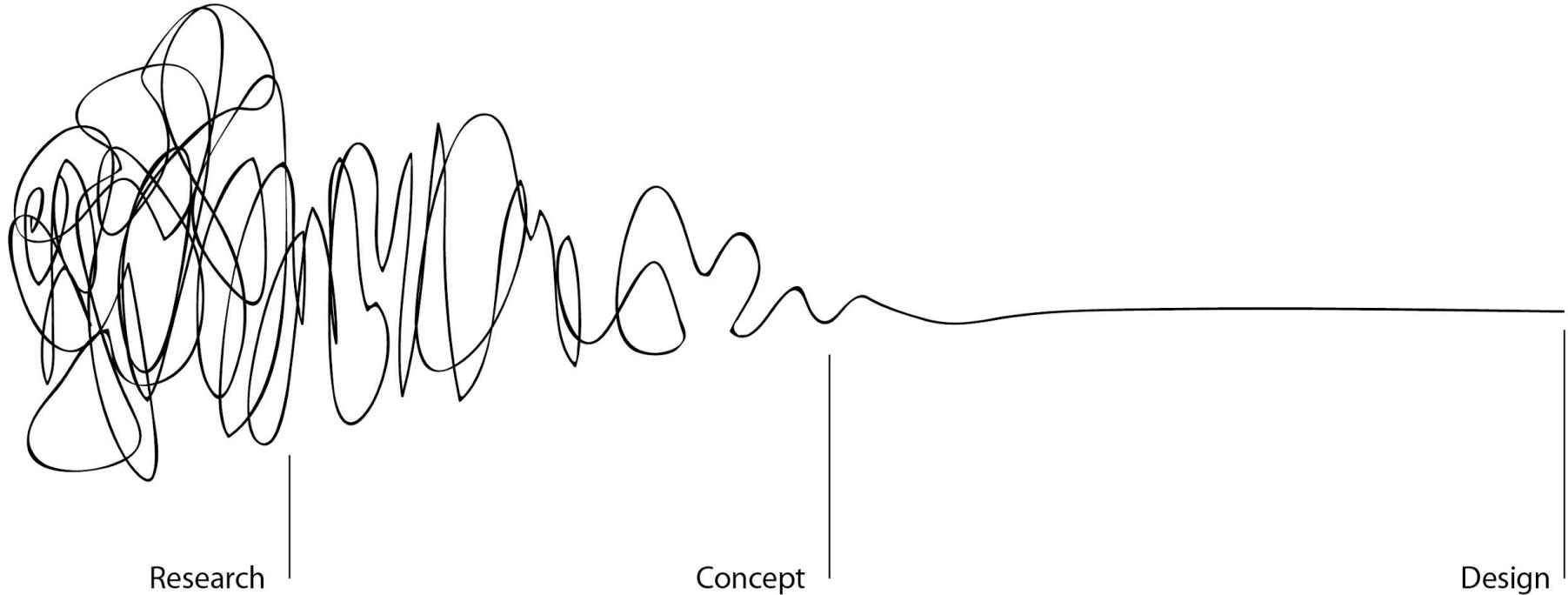
Work as a team

創造共同的
語言與思維

Communication
& Mindset

Uncertainty / patterns / insights

Clarity / Focus



Result

1. Hard to implement action without
reality constraint.
2. Teambuilding > Result/Action driven
3. New process & mindset need practice
4. *How to enhance pre-communication
for all members & MGT team?*

我們有在徵才！
歡迎私洽！

