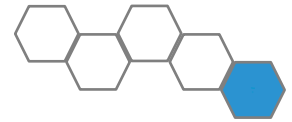


Kiểm tra (Test)





- **Mục đích:** Nhằm yêu cầu phản hồi về nguyên mẫu đã tạo. Để tìm hiểu thêm về người dùng, điều chỉnh lại POV và tinh chỉnh nguyên mẫu.
 - **Trình làng:** Hãy để mọi người sử dụng nguyên mẫu của bạn. Đưa nó vào tay người dùng và để họ sử dụng nó. Lắng nghe những gì họ nói.
 - **Tạo trải nghiệm:** Hãy để mọi người nói về cách họ trải nghiệm nó và cảm giác của họ
 - **So sánh:** Hãy để người dùng kiểm tra và so sánh nhiều nguyên mẫu để tiết lộ các nhu cầu tiềm ẩn



Hoạt động	Công cụ sử dụng	Yêu cầu cần nộp
<ul style="list-style-type: none">▪ Kiểm tra người dùng▪ Quan sát▪ Chụp hình▪ Đánh giá▪ Thảo luận	<ul style="list-style-type: none">▪ Danh sách kiểm tra tóm tắt (Briefing checklist)▪ Danh sách câu hỏi phỏng vấn▪ Danh sách các quan sát▪ Dùng Nguyên mẫu để kiểm tra (<i>Nguyên mẫu từ pha Tạo Nguyên mẫu</i>)	<ul style="list-style-type: none">▪ Danh sách phản hồi người dùng khi đánh giá nguyên mẫu▪ Quan sát▪ Bản đồ đánh giá, (Evaluation map)▪ Đề xuất tinh chỉnh

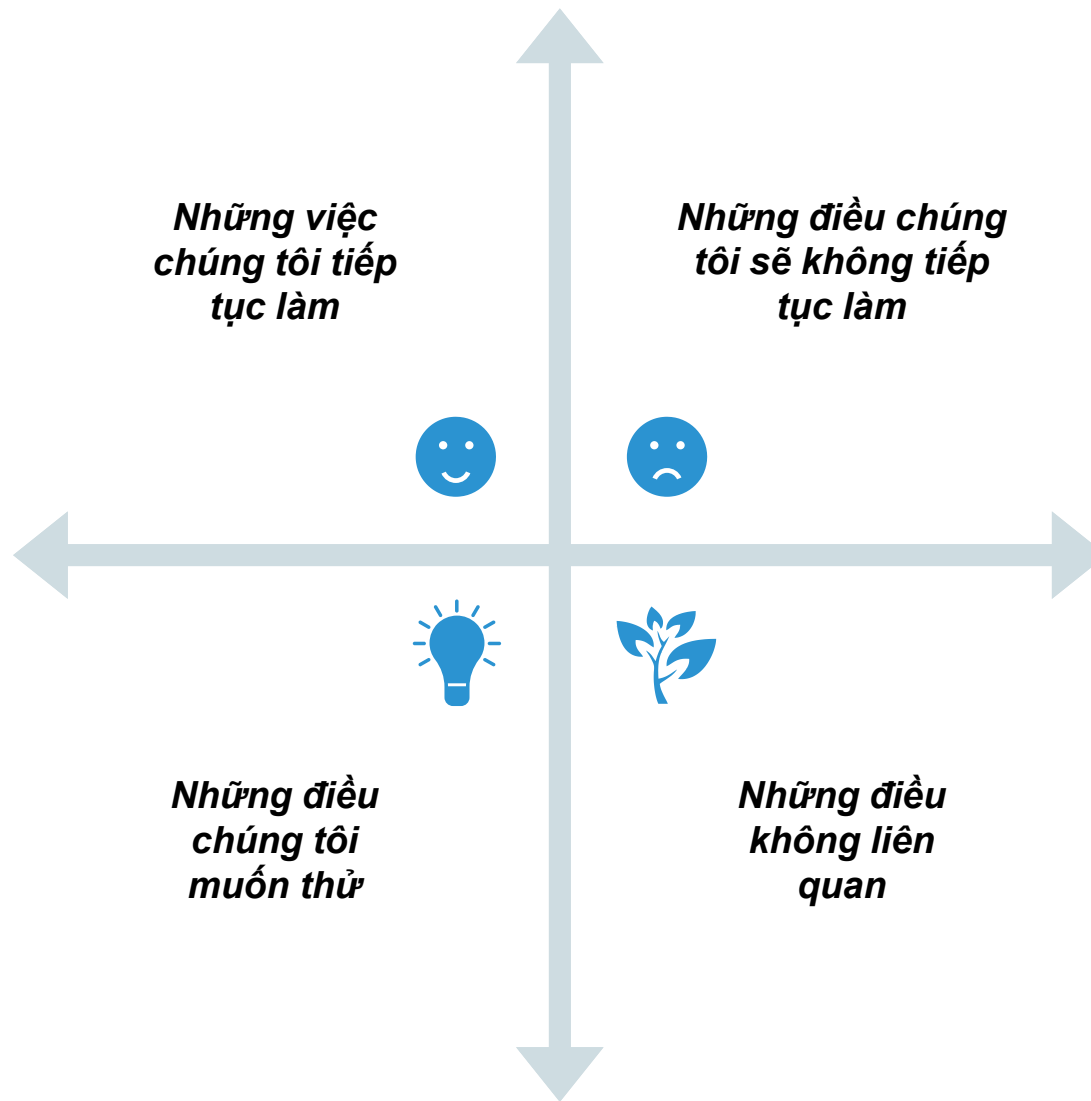
Tư duy 5:

Kiểm tra nguyên mẫu

Tại sao chúng ta cần kiểm tra?

1. Chúng ta có thể xác nhận và lặp lại nhanh chóng
2. Sản phẩm sẽ phù hợp với mong đợi của người dùng
3. Để đánh giá phản hồi
4. Để truyền đạt kết quả đến người dùng

Thiết lập lưới chụp phản hồi từ khách hàng



Ví dụ về PHẢN HỒI NGƯỜI DÙNG

Ghi chú của người quan sát về phản hồi của người dùng với điện thoại A

Hồ sơ / lý lịch khách hàng

- *Jonathan Leeson, 38*
- *Lawyer, single*

Ưu điểm của khái niệm / tạo mẫu

- *Có thể bật điện thoại A dễ dàng*
- *Bị thu hút bởi màu sắc*
- *Nhận xét về sự dễ dàng của các nút bấm*
- *Hài lòng với các tính năng có trong Điện thoại A*

Nhược điểm của khái niệm / tạo mẫu

- *Giao diện người dùng khi cài đặt khó hiểu*
- *Nhú nhủ với giá của Điện thoại A*
- *Nhận xét rằng kích thước của Điện thoại A quá lớn so với ví của anh ấy*

Có phản hồi gì nữa không

- *Khi được hỏi có vấn đề gì không nếu anh ấy muốn chuyển sang Điện thoại A từ điện thoại hiện tại của mình*

MẪU PHẢN HỒI NGƯỜI SỬ DỤNG

Kiểm tra nguyên mẫu của bạn bằng cách nhận phản hồi từ người dùng

Sản phẩm cần nộp tại
Pha Kiểm tra

PHẢN HỒI NGƯỜI DÙNG

Hồ sơ / lý lịch khách hàng

Ưu điểm của khái niệm / tạo mẫu

Nhược điểm của khái niệm / tạo mẫu

có phản hồi gì nữa không

Ví dụ về ĐÁNH GIÁ NGUYÊN MẪU

Tiêu chí đánh giá	Mẫu A	Mẫu B	Mẫu C	Mẫu D
Chức năng	← Đạt được mục tiêu sản phẩm →			
Chi phí			Quá đắt cho tất cả người dùng	
Tính thẩm mỹ		Jane bị thu hút bởi màu sắc		
Khả năng sử dụng	Tất cả người dùng nghĩ rằng nó đơn giản	Dễ hiểu		
Bảo trì				Peter cảm thấy điều này không bền
Khác				

MẪU ĐÁNH GIÁ TẠO MẪU

Đánh giá nguyên mẫu của bạn bằng cách so sánh chúng bằng cách sử dụng một bộ tiêu chí đánh giá

Sản phẩm cần nộp tại
Pha Kiểm tra

Tiêu chí đánh giá	Mẫu A	Mẫu B	Mẫu C	Mẫu D
Chức năng				
Chi phí				
Tính thẩm mỹ				
Khả năng sử dụng				
Bảo trì				
Khác				

Hoạt động: Thảo luận nhóm



1. Việc thử nghiệm nguyên mẫu với 1 người thật có thể thay đổi xu hướng thực hiện một nguyên mẫu như thế nào?
2. Sẽ ra sao khi trình làng một công trình còn dang dở với người khác?
3. Bạn cảm thấy nhịp độ công việc- vòng lặp thiết kế nhanh – như thế nào tương quan với nhịp độ làm việc bình thường của bạn?
4. Nếu bạn phải làm lại từ đầu, bạn muốn cải thiện bước nào?
5. Điều gì (ví dụ: bước hoặc công cụ) mà bạn muốn thử vào ngày mai là gì?

*Trước khi ta kết
thúc 5 bước của tư
duy thiết kế...*

Dành 5 phút để lưu ý lại...

....Rằng: Tóm tắt 5 bước tư duy

- Bí mật của một nhà tư duy thiết kế thành công thực sự là những suy nghĩ
- Tư duy tư suy nghĩ về thiết kế được tạo thành từ 5 bước:
 1. **Suy nghĩ người dùng đầu tiên**
 2. **Đặt câu hỏi đúng**
 3. **Tin rằng bạn có thể phác vẽ**
 4. **Cam kết khám phá**
 5. **Tạo nguyên mẫu để kiểm tra**

Các yếu tố thành công trọng yếu

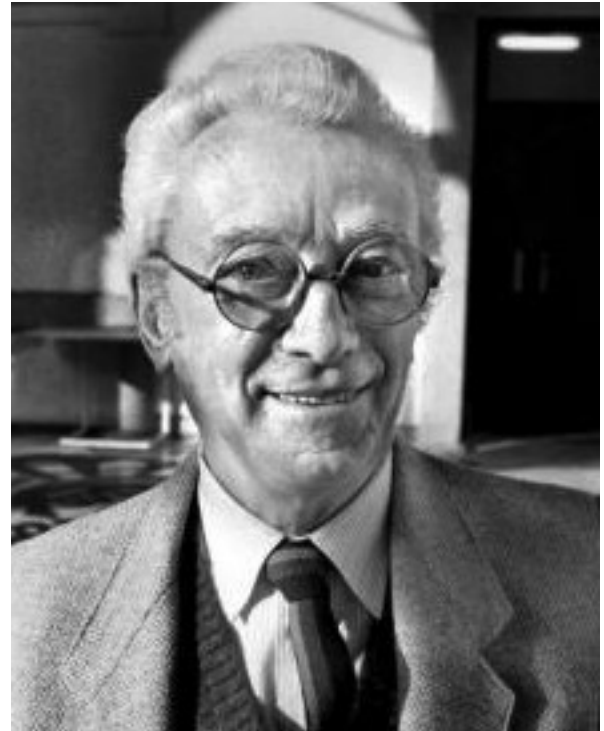
- Tiếp cận từ trên xuống
- Các cuộc họp hội đồng về trải nghiệm khách hàng, được chủ tọa bởi Giám đốc điều hành
- Tư duy quan trọng hơn Ảnh xạ
- Bắt đầu từ những khách hàng bạn muốn phục vụ, không bắt đầu từ sản phẩm và dịch vụ của bạn
- Dành thời gian để hiểu sâu về khách hàng

Các yếu tố thành công trọng yếu

- Hiểu được trải nghiệm của khách hàng quan trọng hơn là trải qua cả một quá trình chỉ nhìn từ góc độ sản phẩm
- Hãy cởi mở để làm việc hợp tác lặp đi lặp lại với các thành viên trong nhóm và các bên liên quan
- Có thể thực hiện các nguyên mẫu nhanh và lặp lại với các nguyên mẫu, thay vì để những người khác trong công việc sắp xếp nó
- Kết hợp tư duy thiết kế trong công ty/cơ quan của bạn

“Để làm phức tạp rất dễ, để đơn giản hóa rất khó. Để làm phức tạp, chỉ cần thêm, tất cả mọi người có thể làm phức tạp hóa. Chỉ một số người có khả năng đơn giản hóa.”

Bruno Munari



*Và bây giờ, hãy thực
hiện hoạt động.....*

Hoạt động: Kiểm tra



Kiểm tra các nguyên mẫu khác nhau của **VÍ TIỀN** với người dùng.

Thời gian: 14 mins

- 1 Đưa ra các nguyên mẫu của bạn và cho phép người dùng của bạn hiểu và nhận thức ý tưởng của bạn.
- 2 Hãy nghĩ về những câu hỏi để hỏi và nhận phản hồi từ họ - đừng sợ những lời chỉ trích!

Phản hồi / tinh chỉnh khái niệm đã chọn:

- 3 Đánh giá nguyên mẫu hoặc ý tưởng của bạn.

Các sản phẩm cần nộp tại pha Kiểm tra

1. Danh sách phản hồi của ~ 5-10 người dùng khi đánh giá nguyên mẫu
2. Lưới chụp phản hồi của người dung
3. Quan sát
4. Bản đồ đánh giá
5. Đề xuất tinh chỉnh
6. Nguyên mẫu đã được hiệu chỉnh sau khi nhận phản hồi và đánh giá



Thank you