

11th Week

Design Research

**persona, stakeholder map,
customer journey map**

今週の目的

**これまで得られた様々なインスピレーションを
「気づき」として整理・可視化するための
いくつかの手法を実践し理解する**

演習 1 個人ワーク

小説：ポール・オースター 『幽霊たち』 の 登場人物の関係性を可視化してみましょう。

まずはじめにブルーがいる。次にホワイトがいて、それからブラックがいて、そもそものはじまりの前にはブラウンがいる。ブラウンがブルーに仕事を教え、こつを伝授し、ブラウンが年老いたとき、ブルーがあとを継いだのだ。物語はそのようにしてはじまる。

ホワイトがブラックの見張りをブルーに依頼する。ホワイトはブラックの住んでいるアパートの向かいのアパートに、すでに部屋を用意していて、ブルーはそこからブラックを見張り、週に一度調査報告書を送ればいいという、簡単な仕事を引き受ける。ブルーはぼんやりと恋人である未来のミセス・ブルーのことを考える。この仕事の依頼を受けなかったら、今頃は楽しくデートをしていたはずだから。

演習 2 個人ワーク

豚汁の作り方を文字でフローチャートにしましょう

材料

豚バラ肉 300g

玉ねぎ 1/2個

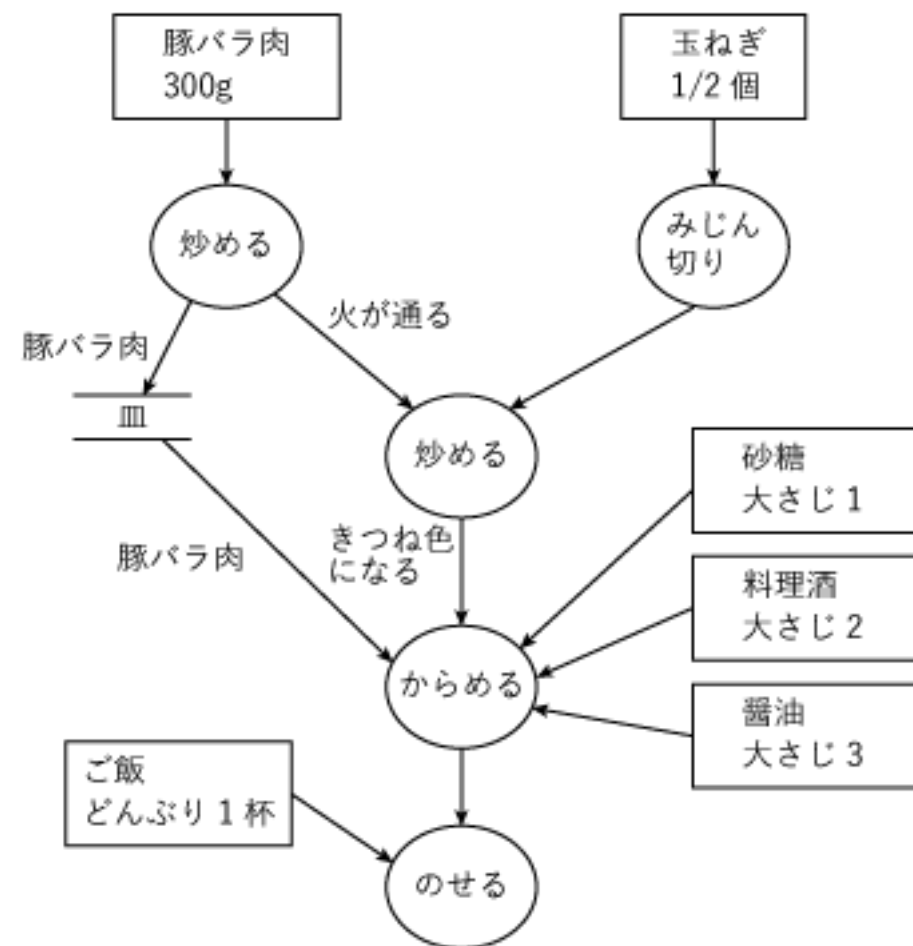
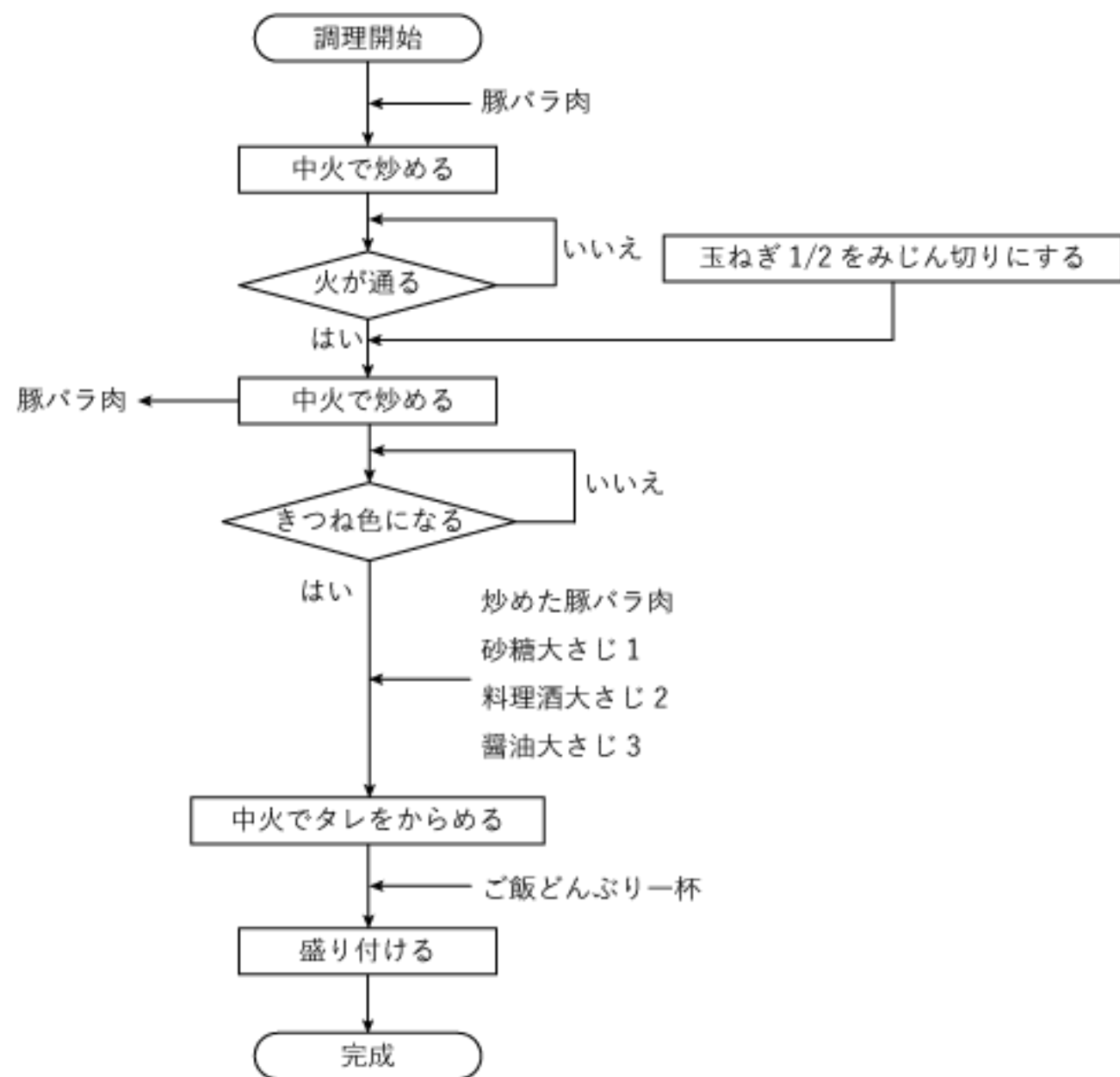
砂糖 大さじ1

料理酒 大さじ2

醤油 大さじ3

手順

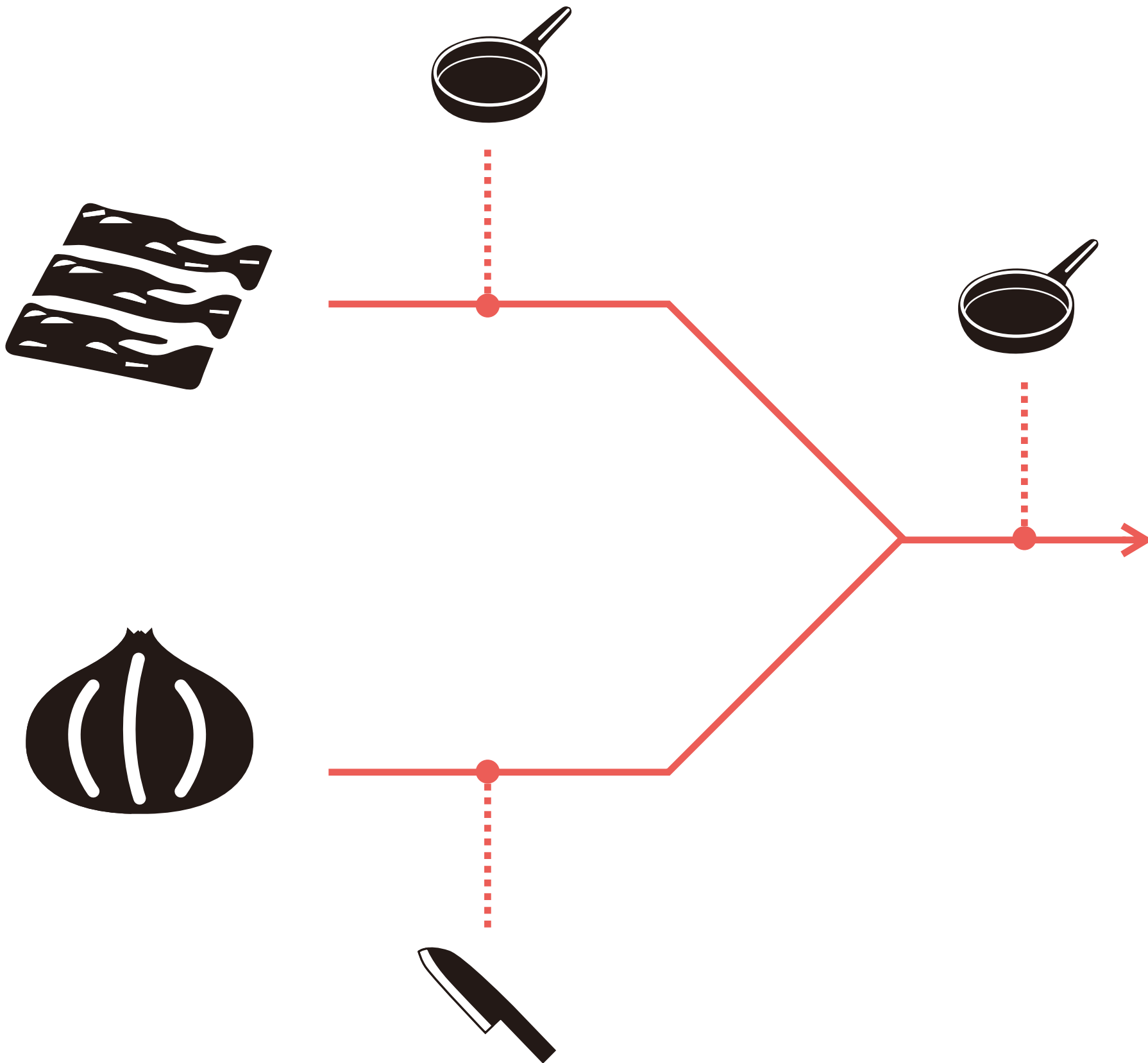
- 1 玉ねぎをみじん切りにする。
- 2 フライパンにサラダ油を入れ、豚肉を炒める。
- 3 豚肉に火が通ったら一度取り出し、そのまま玉ねぎを炒める。
- 4 玉ねぎがきつね色になったら、火を止め、砂糖・料理酒・醤油を入れる。
- 5 一度出した豚肉を入れ、中火でタレをからめる。
- 6 丼にご飯を入れ、その上に肉とタレをのせる。



演習 3 個人ワーク

豚汁の作り方を、絵と線だけでフローチャートをつくりましょう。





伝わる、わかるとは何か



わかりやすく換言すると

ペルソナ：「主人公」のキャラクター属性

ステークホルダーマップ：「登場人物」や「モノ」の関係性

カスタマージャーニー：「主人公」の旅





！ストーリー（提供するサービス）が複雑になればなるほど、
利害関係者間の関係性を（全体を）見渡す作業が重要になる。

本日の演習：

**ペルソナ／ステークホルダーマップ／カスタマー
ジャーニーを描きながら考える**

persona sheet

How To Use Personas

	The Watchdog	The Dynamo	The OCC Manager	The CC Coach
				
Name	Alexander Pylt	Donald M. Sims	Gordon Lumsden	Eric Neville
Age	30	30	32	24
Location	NY, NY	NY	Sweden	France
Current role	Customer Success Manager - Field in Hamburg	Product Success Manager - Field in Hamburg	Product Success Manager - Field in Hamburg	Product Success Manager - Field in Hamburg
Work life	He works for a software company and is responsible for customer success. He is a team player and enjoys working with people. He is also a father of two children.	He works for a software company and is responsible for customer success. He is a team player and enjoys working with people. He is also a father of two children.	He works for a software company and is responsible for customer success. He is a team player and enjoys working with people. He is also a father of two children.	He works for a software company and is responsible for customer success. He is a team player and enjoys working with people. He is also a father of two children.

In User Experience Design Research

Example HubSpot Personas



Owner Ollie
(1-100 employees)

- "Owner" of business
- Started biz with own capital
- Helps with sales, finance, marketing, HR
- Static company website
- No CRM system
- Wants to get more leads and earn more money
- Needs easy to use tools
- Wants his life to be easier



Marketing Mary
(100-2,000 employees)

- "Director/VP of Marketing"
- 10+ years marketing experience
- Worries about "brand presence" (colors, logo, fonts)
- Skilled at PR and branding
- Website built for \$25K with firm
- Uses Salesforce.com
- Wants to learn inbound marketing
- Needs reports to show CEO
- Doesn't like to tinker



Enterprise Erin
(2,000+ employees)

- CMO / VP of Global Marketing
- Manages high level strategic objectives from the C-Suite
- Biggest hurdles are organizational change rather than software
- Unhealthy relationship with sales
- Wants software that can conform to the organization's unique needs
- Services and relationship just as important as the software itself

SALES & MARKETING 2.0 • @Sales20Conf / #s20c • OCTOBER 2012

Confident learner



Samantha Bell

"I'd love to keep in contact with my friends"

Sam is about to go abroad for her gap year, so her parents decided to get her a new camera, to make sure she's able to record everything she gets up to.

She likes the camera as it looks so modern, and it's able to do so much more than a lot of her friends' cameras.

She loves being in contact with people all the time, and finds it's a great way to kill time like when waiting for the bus. She uses a lot of the more advanced features - panoramic shots, online upload and

When she encounters a problem she ignores it most of the time - she's not sure if she even got a manual with the camera. When she has trouble she can't ignore she speaks to her friends, or goes into a camera store - she wants to be talked through the problem.

Picture credits - [Smerdoregirl](http://www.flickr.com/photos/smerdoregirl/)

First time user

Female, 21 year old, single
Student

Sam prefers to learn how to things by trying things out by herself. She isn't worried about 'breaking' anything. If she does need help she would prefer to not to refer to a manual but "do it herself!"

Needs

In order of preference

1. To share pictures with her parents
2. To share her pictures with her friends
3. To share her pictures with people she meets whilst traveling

Ideal features

- Ability to take pictures
- Ability to upload images to personal site using 3G/4G
- Allowing others to access her pictures remotely
- Long battery life
- Ability to name and add comments to uploaded images
- Ability to create several albums, and upload pictures to each

Frustrations

- Lack of wireless/3G access
- Slow uploads
- Low battery life
- Need to be plugged in to upload images
- Slow shutter speed
- Want to be able to name/add comments to uploaded images
- Getting online is confusing
- Creating new albums

Key attributes






Website: www.flickr.com/photos/smerdoregirl/

March 2012

Donny & Marie

Personas overview

			
Name	Donny	Glenn	Susan
Role/Job title	Performer	Video Engineer	Stagehand
Age/Gender	53, male	48, male Wants to be able to set the system up and then not touch it again unless there is more content to add	30, female
Key Points	Is in the middle of performing and can't be distracted	Would prefer to hand this off to a more junior person	Susan changes jobs a lot and might not be around for too long
Goals	1) Wants multimedia in his show but wants it to be interactive 2) Needs an easy interface that can manage large amounts of content quickly and on the fly	1) Adds videos to the system and tags them with possible search terms 2) Would prefer to be able to hand this off to a more junior person	1) Type in what the audience says from backstage on a computer. Results with thumbnails are presented to an iPad that Donny is holding 2) This person can change frequently

persona sheet

大企業の人事担当者: 中村 ゆう子

INBOUND



エピソード

なんとなく大きな会社ということで、入社を決めて3年半、入社後の配属で人事に来てからは採用一筋。どの採用業務にも慣れて、上司に怒られることも少なくなりました。とはいえ、まだまだ先輩にお願いを交えて仕事を進めることも多く、今後、内定者や学生と直接話しているからこそ分かる価値観を大事にしていきながらもっと活躍していきたいと思っています。自分が人事に配属されたことは驚きでした。採用は華やかな仕事と思っていましたが、実際にやってみるとそんなことは無く、学生の態度に一喜一憂したり、今年の採用が終わったと思ったらもう翌年の採用の段で、立ち止まって考えている暇なんてないくらいです。内定者研修に力を入れたのは2年前、先輩さんが営業を受けて競合会社が導入していること、内定辞退防止に効果があるということで、丁度、選考の最初の段階で内定を出した優秀な子たちの内定辞退率が目立っていたので、上司に掛け合って意外とスムーズな導入を決めました。

個人情報

- ・年齢: 36歳
- ・職種: 転職メーカー
- ・上場有無: 東証マザーズ
- ・売上高: 4,000億円
- ・従業員数: 2,000名
- ・部署/役職: 人事総務課課長。課長は一番下っ端、課長が直接コミュニケーションを取らず2以上の先輩から色々学びながら確立してもって仕事を進める
- ・居住地: 東京都練馬区
- ・家族構成: 両親と高校生の弟が1人。現在は一人居る。

デジタルプロフィール

- ・よく見るサイト: Facebook, YouTube, リタナジ
- ・ソーシャルメディア利用状況: 友人とのコミュニケーションにFacebookを使っている。検索でもFacebookの検索結果が出てくるので、仕事でも触るようになった。Twitterは最近使っていない。

役割

- ・職務内容: 採用のフロント業務全般と内定者とのコミュニケーション窓口を担当。実務はほぼ一人でやっている
- ・仕事への想い: 考えられたことをただこなすことが多い。重要だと思っているがまだ実感がわいていない部分も多かったり、確立できていない部分も多い。
- ・会社から与えられたミッション: 決められた採用数を先定させること。ただ質の高い学生を引っ張ってくることも同じくらい大事なことです。
- ・製品、サービスを利用する上での役割: オンラインでの内定者研修は当たり前になっているから、製品を比較して導入を検討。業務効率化やトラブルを減らしてもらうこと/人事と内定者(または社員)の距離が近づくことも、同時に充足できれば

ゴール

- ・長期的な目標: 優秀な子を入社させて、その子が活躍していくために自分ができる事をやりたい。
- ・直近の目標: 職場や上司から感謝されたり、評価されたい。

もっともらしい
“偽” の名前

ケiske
——就活エンジョイ・モバイラー

タグライン

もっともらしい
“偽” の
顔写真



年齢: 22歳
出身地: 埼玉県
職業: 大学生
住まい: 実家 (両親、妹と同居)

もっともらしい
“偽” の
プロフィール

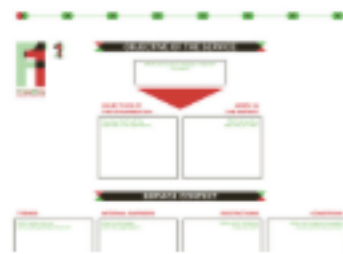
事実に基づいて
“創作” した
シナリオ

ケiskeは都内の大学の3年生で、今は就活の真っ最中。大学では化学を専攻しているので、実験やレポートが多い。そのうえバスケのサークルに入っているの・・・携帯電話は高校2年生の時から使っていて・・・

ユーザ調査の
ハイレベルな
要約

<ケiskeのゴール>
学生生活と就活を両立する。
就活であってもなるべく楽しむ・・・

Templates



Framing Context &

objective

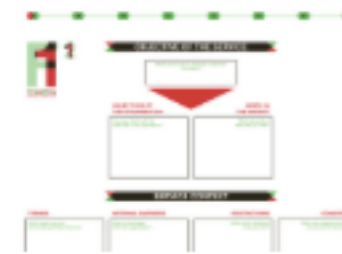
[Download EN \(PDF, 120 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 360 kB\)](#)



Framing Research

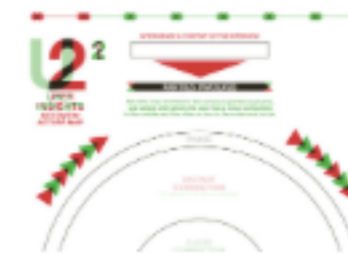
questions

[Download EN \(PDF, 151 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 148 kB\)](#)



User insights UX

[Download EN \(PDF, 129 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 134 kB\)](#)



User insights Actors map

[Download EN \(PDF, 130 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 135 kB\)](#)



Personas Persona

dimensions

[Download EN \(PDF, 190 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 190 kB\)](#)



Personas Persona

[Download EN \(PDF, 128 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 129 kB\)](#)



Design scope Design

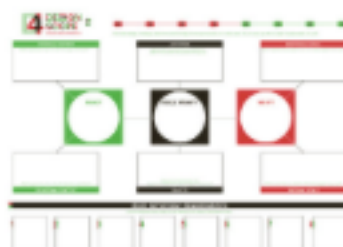
challenge

[Download EN \(PDF, 127 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 129 kB\)](#)



User insights Actors map

[Download EN \(PDF, 130 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 135 kB\)](#)



Design Scope Design

Requirements

[Download EN \(PDF, 136 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 132 kB\)](#)



Ideation Lotus blossom

[Download EN \(PDF, 107 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 107 kB\)](#)



Ideation Idea Selection

COCD Box

[Download EN \(PDF, 217 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 220 kB\)](#)



Service concept Serious

play scenarios

[Download EN \(PDF, 106 kB\)](#)
[Download NL \(PDF, 110 kB\)](#)

customer journey map



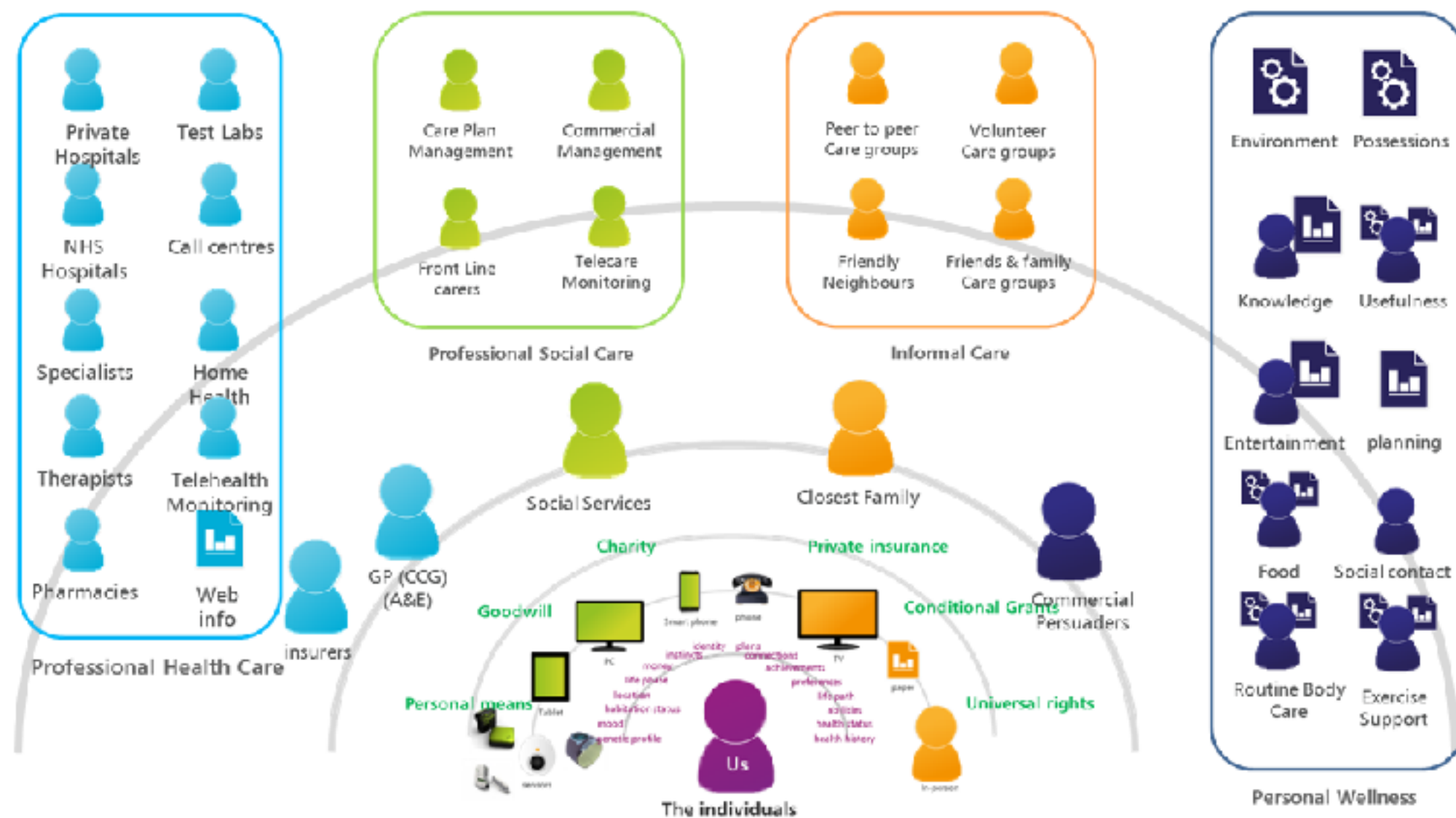
<http://thisisservicedesignthinking.com>

⑥ インサイト（気持ち）を考えましょう！

stage	認知・関心	検索	情報収集	比較・検討	相談	当日・SNS投稿
channel	スマホ	スマホ	スマホ・PC	スマホ・PC	スマホ	スマホ・PC
touch point	SNS・バナー				SNS・バナー	SNS
action	・当社の会報として話題に あがる	検索サイトで検索	・検索しながら、自分たち の希望や条件を段々と選 び出していく、検索を重ねる。	・気に入ったスポットの詳 細ページをスクリーンで見て 見比べができる。 ・ブックマークやメモ帳な どを活用して「いいね」など で比較したりする	・行き先の場内名などを詳 細に調べたり、再検討で詳 細をどんどん調べていく。	現場で写真等をとり、 SNSに投稿する。
experience feeling						
problem		・ユーザー自身がどんな場所を 探しているのかわからない、なかなか 見つからない。 ・検索サイトでスポット名など を入れて検索した場合、 ...が上位に こない。	・情報が多すぎて迷ってしまう。 ・探しているうちに、決めること が困難になってくる。	・比較するとまだ利便性はない。 	・スポット名などで検索に失敗し、 探していた人は気になった ら自分で検索している。 ・URLを送って見てもらいたい場 合、一つづつ自分でコードを 送らなければならない。	・既存のSNSには投稿するが、

stakeholder mapping

All of these choices can overlap and be part of our life, at any time. It's complicated, like us.



**[http://www.slideshare.net/
designthinkers/designthinkers-
aegon-marketing-conference-2011](http://www.slideshare.net/designthinkers/designthinkers-aegon-marketing-conference-2011)**

<http://designresearchtechniques.com/#/>


WEBにいっぱいサンプルがあります

SERVICE DESIGN TOOLS

COMMUNICATION METHODS SUPPORTING DESIGN PROCESSES

An open collection of communication tools used in design processes that deal with complex systems.

The tools are displayed according to the design activity they are used for, the kind of representation they produce, the recipients they are addressed to and the contents of the project they can convey.



DESIGN ACTIVITIES	REPRESENTATIONS	RECIPIENTS	CONTENTS
CO-DESIGNING	TEXTS	STAKEHOLDERS	CONTEXT
ENVISIONING	GRAPHS	PROFESSIONALS	SYSTEM
TESTING & PROTOTYPING	NARRATIVES	SERVICE STAFF	OFFERING
IMPLEMENTING	GAMES	USERS	INTERACTION
	MODELS		

servicedesign tools

SERVICE DESIGN

This toolkit is an introduction to the methodology of service design.

[Learn more](#)

With a simple step-by-step plan we offer you a practical do-it-yourself guide.

service design toolkit

来週までの課題（個人）

これまで得られた様々なインスピレーションを
「気づき」として整理・可視化するべく本日たたき台を
つくった3つをA3用紙に描いてもってきてください。

どうしてもできない人は手書きでも構いませんが
adobe illustratorなどを使って作ってみると吉。