

Research Standardization

What & Why

Why is it needed

Tim seringkali merasa kesulitan memulai dari tahapan mana, ketika mendapatkan brief dari klien (terutama pandora), karena kebutuhannya berbeda-beda, penyelesaiannya juga berbeda.

Research Guideline Document diciptakan untuk mempermudah tim (AM, CC, UX, UX Researcher) dalam menentukan apa saja langkah-langkah yang harus dilakukan setelah menerima brief dari klien. Harus berangkat dari titik mana, data apa saja yang harus dikumpulkan & dianalisa, apa saja yang harus diproses & dipresent ke klien.

The Idea

How we manage it

Salah satu problem yang kita alami adalah approach yang berbeda untuk setiap klien, dokumen yang berbeda untuk setiap klien, hingga timbulnya standard solusi yang berbeda-beda.

Dalam dokumen ini, mencoba membagi jenis-jenis klien berdasarkan kategori maturitynya, setiap jenis maturity mempunyai tahapannya sendiri, sehingga setiap klien bisa dijawab menggunakan approach yang sesuai.

berikut pembagian kategorinya:

Pra Produksi

maturity lvl 1

maturity lvl 2

Produksi

maturity lvl 3

Paska produksi

maturity lvl 4



Maturity Categorization

How categorize it

Pra Produksi

Produksi

Paska produksi

maturity lvl 1

maturity lvl 2

maturity lvl 3

maturity lvl 4

Adalah klien yang belum mempunyai pemahaman yang baik dan benar mengenai problem dan solusi-nya.

Adalah klien yang sudah mempunyai problem yang solid untuk dipecahkan.

Tapi belum mempunyai solusi/konsep yang solid untuk solved the problem.

Adalah klien yang sudah mempunyai problem yang solid untuk dipecahkan.

Adalah klien yang sudah mempunyai solusi/konsep yang solid untuk solved the problem/get the goals.

Tapi belum mempunyai pemahaman yang baik dan benar untuk mewujudkan solusi/konsep tersebut.

Adalah klien yang sudah mempunyai problem yang solid untuk dipecahkan.

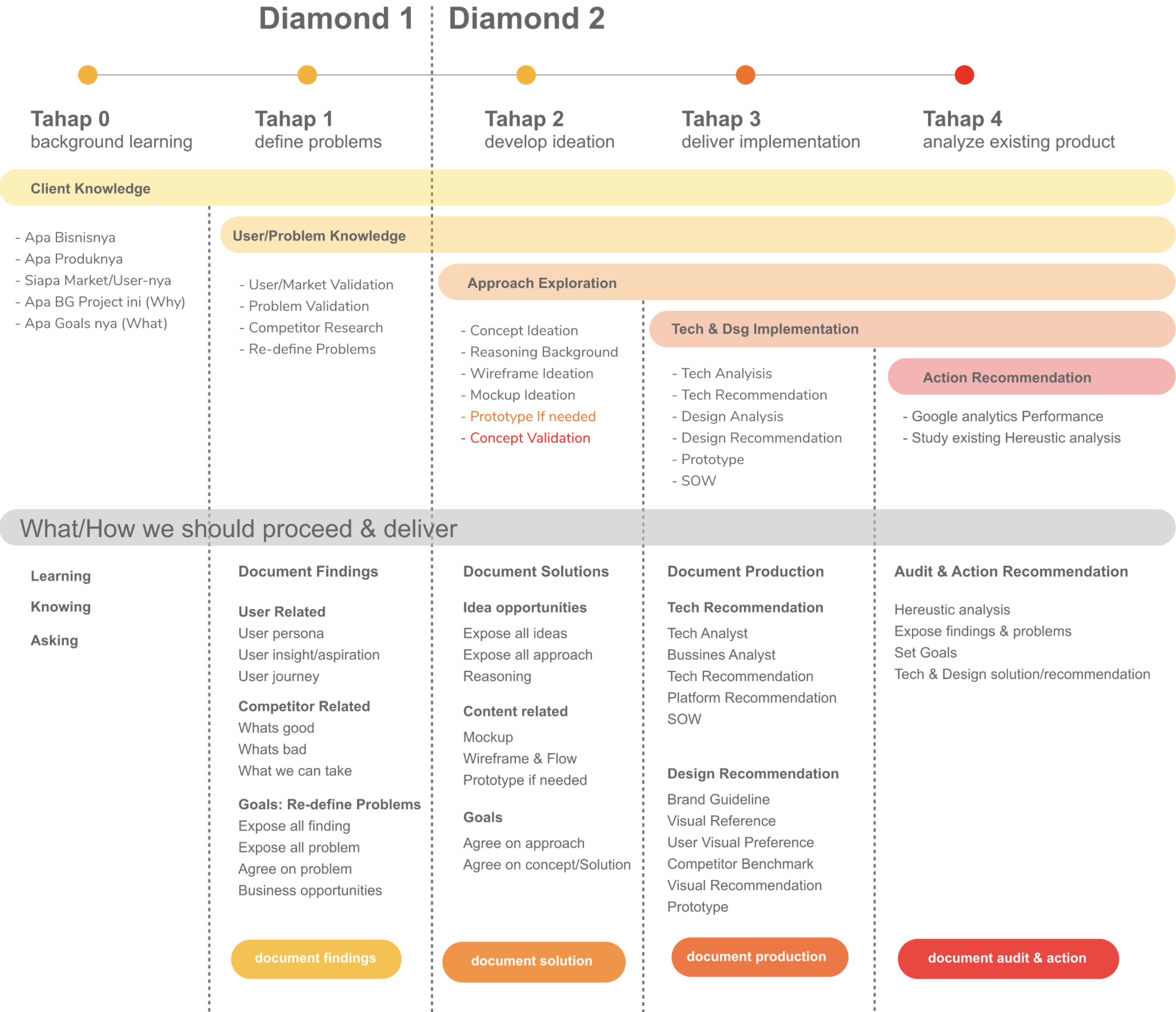
Adalah klien yang sudah mempunyai solusi/konsep yang solid untuk solved the problem/get the goals.

Adalah klien yang sudah mempunyai product digital atau platform untuk mencapai tujuannya. .

Tapi performanya belum sesuai dengan harapan & tujuan.

Implementation

How we should do it



How to know their maturity?

pure from our business intuition, product experience, & depth understanding.

Level 1 - Level 2

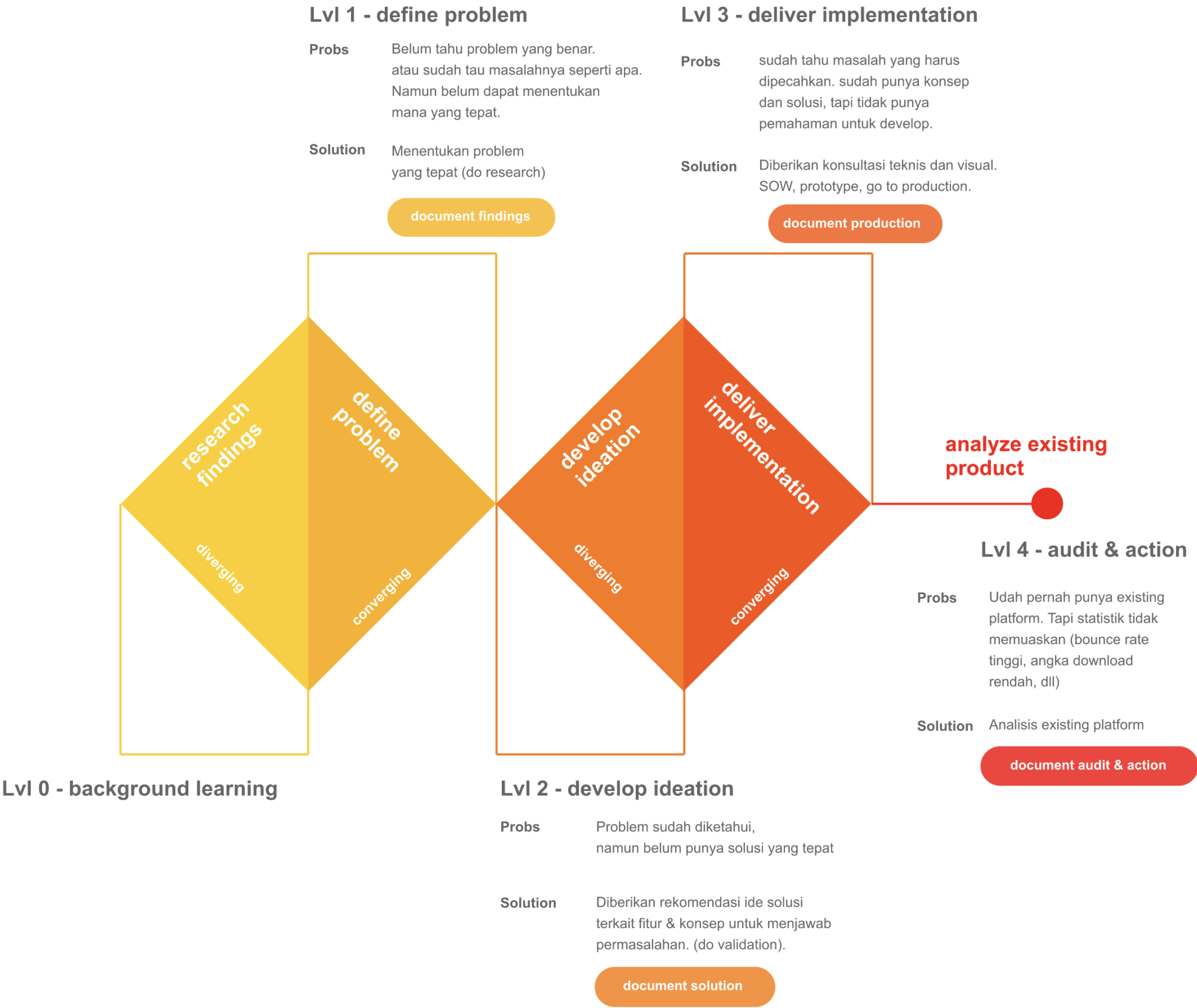
- ketika mereka tidak punya depth understanding tentang domain tersebut.
- ketika mereka tidak punya depth understanding tentang user nya.
- ketika mereka belum melakukan research dan validasi.

Level 3 - Level 4

- ketika mereka punya depth understanding / long experience di domain tersebut.
- ketika bisnis model-nya sudah terbukti jalan / menghasilkan revenue.
- ketika sudah ada background research dan validasi (bisa based on investor yang percaya).

Summary

How we will use it



Something to Remember

Ketika mendapatkan klien yang belum mature, kalau kita mengikuti brief dari klien saja bisa berakibat fatal. Klien yang belum melakukan Diamond ke-1 belum mempunyai wawasan yang tepat. Dengan langsung meloncat ke Diamond ke-2 “doing the things right” akan mengakibatkan produk akhir tidak terpakai secara maksimal.

“Pada banyak kasus, brief dari klien ternyata tidak terlalu tepat.

Maka dari itu, perlu membantu klien untuk mendalami lagi brief tersebut.”

Apabila memang kurang yakin, anjurkan dan lakukan Diamond ke-1 untuk “doing the right things” sebagai fase awal untuk ripping the brief. Hasil yang didapatkan adalah sebuah insight baru yang perlu didalami bersama klien, dengan adanya pemahaman baru yang lebih komprehensif akan membuat product yang dikembangkan lebih tepat sasaran & tepat guna.

Tapi, perlu diingat sekali lagi, ini adalah bentuk pelayanan kita terhadap klien. Membantu mereka mencapai Goals-nya. Apabila pada kenyataannya ada klien yang tidak mau dan tetap teguh pada ide-nya, tetap kita bantu kerjakan sesuai keinginannya, karna:

1. belum tentu juga rekomendasi kita itu lebih baik.
2. kita tetap butuh dapur mengepul.

Research Methods

To help us gather datas & informations

Tahap 1 research findings	Tahap 2 define problems	Tahap 3 develop ideation	Tahap 4 deliver implementation	Tahap 5 analyze existing product
<p>Pada tahapan ini, research dilakukan untuk mencari tau potensi-potensi permasalahan (belum tau masalahnya apa).</p> <p>Methods:</p> <p>Primary Research</p> <ul style="list-style-type: none">- Quantitative Research- Observations- Surveys- Interviews <p>Secondary Research</p> <ul style="list-style-type: none">- Literature- Online Sources- Case Studies	<p>Research dilakukan untuk mengenal lebih dalam siapakah customer klien dan apa yang mereka alami sehari-hari. Di sini, kita harus mencoba memahami customer sebagai seorang manusia, bukan sebagai seorang user, research dilakukan untuk mengetahui kehidupan customer lebih dalam, tidak hanya sekedar interaksi mereka dengan produk klien kita.</p> <p>Tujuan dilakukannya research ini adalah mendapatkan informasi yang beragam tentang goals, kebutuhan, motivasi dan alasan dari setiap perilaku mereka.</p> <p>Methods:</p> <ul style="list-style-type: none">- Qualitative Research- Field Study- In Depth Interview- User Diary	<p>Pada tahapan ini, research dilakukan untuk membantu menentukan kemungkinan solusi yang dapat didevelop & hirarki konten.</p> <p>Methods:</p> <ul style="list-style-type: none">- Qualitative Research- Field Study- In Depth Interview- User Diary <ul style="list-style-type: none">- Competitive Analysis- Card Sorting- First Click Testing	<p>Pada tahapan ini, research dilakukan untuk validating design yang telah dibuat.</p> <p>Methods:</p> <ul style="list-style-type: none">- Intercept- Usability Testing- A/B Testing	<p>Evaluative Research ini dilakukan untuk menemukan pain point users dari produk yang telah kita buat.</p> <p>Hasil research ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk iterasi selanjutnya.</p> <p>Methods:</p> <ul style="list-style-type: none">- Surveys- Analytics Review- Feedback Review- Heuristic Analysis