tegnap megbeszéltek szerint fontos tehát, hogy az interjúk célja, hogy közelebb kerüljetek annak megértéséhez, hogy konkrét emberek konkrét problémáját oldjátok-e meg a projektetekkel, és ha igen, mi az a probléma (customer pain), illetve mik azok a problémák: időt vagy pénzt spóroltok meg neki, negatív érzelmektől szabadítjátok meg, javítjátok a társadalmi megítélését, felszámoljátok valamilyen idegesítő mozzanatát az életének, stb., stb.

Mi a probléma pontosan? Hogyan spórol ez meg neki időt, energiát, negatív érzelmektől

Tökre adnám, ha mondjuk nincs h

Egy hangszóró bőven elég.

De ha van egy házibuli akkor jobb lenne, ha több jbl-ből szólna a zene.   
Szórakozó helyeknek biztos jobban megérné.

Közös lejátszási lista:

Foci meccsek előtt egy spotify listára küldte be mindenki a zenéjét, és úgy ment a dolog. Ez sokszor zavaró volt, mert ugye mindenki interneten keresztül pakolta fel a zenéket a közös listára és ráadásul csak egy helyről ment és egy ember volt a felelős.

Az valóban jobb lenne, ha dinamikusabb lenne a szám pakolás az ilyen kissebb öszejöveteleken. Az meg +ba király, ha több hangszóróból szól a muzsika.

* Mind a négy esetben készítsetek egy rövid jegyzőkönyvet az interjúalany demográfiai és egyéb releváns karakterisztikumairól és a beszélgetés főbb tanulságairól, illetve arról, hogy mi volt a legmeglepőbb, legváratlanabb információ számotokra, amit megtudtatok az interjú során. Ezeket írásban szeretném majd megkapni mindenkitől külön-külön, digitálisan, e-mailben küldve.
* Azt szeretném kérni, hogy az interjú célja most mind a négy esetben a **probléma hipotézis**etek validációja legyen, vagyis keressetek olyan beszélgetőpartnereket, akikről jó okkal gondoljátok azt, hogy a projektetekből születő termék felhasználóivá válhat(ná)nak, és próbáljátok kideríteni róluk, hogy az ő esetükben vajon helytálló-e -- és ha igen, pontosan miként és milyen mértékben -- az a hipotézisetek, hogy egy valódi "problémára" bukkantatok, amivel az interjúalanyotok valóban szembetalálta már -- vagy szembetalálhatná -- magát, és aminek a megoldását valóban szívesen látná. Vagyis olyan értéket ("gain"-t) tud(ná)tok adni az interjúalanynak a projektetek által, ami valóságos számára.
* Kerüljétek el, ha lehet, hogy a konkrét megoldásotokról is szó legyen ezeken a beszélgetéseken, fókuszáljatok a "customer problem" validációjára.
* Az interjúk jegyzőkönyve lehet rövid, állhat mindössze pár hevenyészetten megfogalmazott mondatból csupán, feltéve, hogy benne van, mit tanultatok az interjúból a saját projektetekre nézve: mi volt a legfontosabb, legváratlanabb, legmeglepőbb, stb. tanulság.

Kitti:

Ellég sűrűn hallgat zenét, minden nap. Leginkább egyedül.

Inkább a közös lejátszási lista az, ami nagyon érdekli. Az jobb lenne, ha több ember, akár mindenki is tudna irányítani. Mindenkinek más a zenei ízlése, jobb lenne az, ha mindenki „szóhoz jutna e téren is.” És persze az se rossz, ha több eszközről szolna egyszerre a zene.

Volt e olyan, hogy nem tudtad berakni saját zenéidet?  
(Ez meglepő volt) Nem nagyon. Én mindenféle zenét szeretek: mulatóst, dubstep-et, bármit...

Nem egy égető probléma, de most belegondolva, ha ez létrejönne, emelkedne a közös zenehallgatási élmény minősége.