

Opiszcie Waszego Użytkownika uwzględniając jak najwięcej szczegółów. Obserwujcie, rozmawiajcie, pytajcie by stworzyć profil Użytkownika jak najbliższy rzeczywistości. Możecie dodać informacje wykraczające poza poniższe zagadnienia. Nie musicie odpowiadać na wszystkie pytania, tylko na te istotne, powiązane z Waszym wyzwaniem projektowym, problemem. Wypiszcie HASŁOWO (chmura tagów, hasztagi), podawajcie konkretne przykłady, nazywajcie rzeczy, marki, zjawiska po imieniu (konkretne nazwy). Pytania służą tylko jako podpora. Nie na wszystkie musicie odpowiadać i możecie dodawać więcej informacji niż sugerują pytania.



STYL ŻYCIA

- + RODZINA? KTO, JAK LICZNA, IMIONA, WIEK?
- + GDZIE MIESZKA, UCZY SIĘ, PRACUJE?
- + CO OGLĄDA W TV? JAKIE KANAŁY? PROGRAMY?
- + CZYM SIĘ INTERESUJESZ?
- + JAKIE JEDZENIE LUBISZ?
- + JAK SIĘ UBIERASZ?
- + JAKIEJ MUZYKI SŁUCHASZ?
- + JAKIE MARKI LUBISZ A JAKIE NAJLEPIEJ JĄ CHARAKTERYZUJĄ?
- + CZY JEST WRAŻLIWA NA MARKI?



KIM JEST TA OSOBA?

- + CO JĄ CIESZY, A CO IRYTUJE?
- + CZY KTOŚ WYWIERA NA NIĄ PRESJĘ? JEDNA OSOBA? GRUPA?
- + W CZYM JEST DOBRA?
- + JAK ZACHOWUJE SIĘ GDY JEST ZDENERWOWANA?
- + JEST AUTENTYCZNA CZY PRZYBIERA JAKĄS POZĘ- GRA KOGOŚ?
- + CO MOŻE MÓWIĆ INNYM, NP. EKSPEDIENTCE W SKLEPIE?
- + JAKIE OSOBY LUBISZ, A JAKIE NIE?
- + CO/KTO JĄ INSPIRUJE?
- + CO LUBISZ CZEGO UNIKA? CZEGO SIĘ BOISZ?
- + JAKI MA STOSUNEK DO LUDZI, DO ŻYCIA?
- + CZY ULEGA TRENDOM/MODOM? (JEŻELI TAK, TO JAKIM OSTATNIO ULEGA?)
- + OD CZEGO ROZPÓCZYNA DZIEŃ?
- + JAK KOŃCZY DZIEŃ?
- + ULUBIONA KSIĄŻKA, FILM



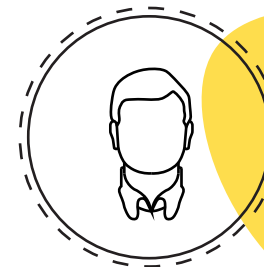
CZAS WOLNY

- + JAK SPĘDZA WEEKENDY?
- + Z KIM SPĘDZA CZAS WOLNY? W JAKI SPOSÓB?, GDZIE?
- + CO POWIĘCIE O JEJ AKTYWNOŚCI FIZYCZNEJ?
- + DOKĄD JEŹDZI, A DOKĄD CHCIAŁBY JECHAĆ NA WAKACJE?
- + GDZIE I JAK SIĘ BAWI?
- + JEJ ULUBIONA PIOSENKA TO...
- + Z JAKICH MEDIÓW KORZYSTA?
- + SERIALE, FILMY, KSIĄŻKI, KTÓRE LUBISZ...
- + JAKIE MA ULUBIONE STRONY WWW?
- + ILE CZASU SPĘDZA W INTERNECIE?
- + JAKA ROLA W JEJ ŻYCIU ODGRYWAJĄ MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE?



CO MYŚLI I CZUJE?

- + JAKI MA STOSUNEK DO LUDZI? DO ŻYCIA?
- + O CZYM MARZY?
- + JAK MIERZY SUKCES? KASA? LANS? OSIĄGNIĘCIA?
- + CO JĄ CIESZY, A CO IRYTUJE?
- + JAKIE OSOBY LUBISZ, A JAKIE NIE?
- + CO MÓWIA O NIEJ BLISCY, PRZYJACIELE?



PRZEWIDYWANY
CZAS PRACY:
30-45 minut

PERSONA

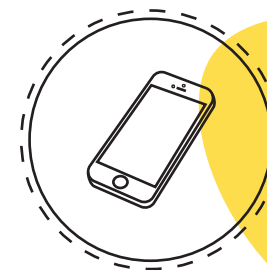
“ POWIĘCZENIE/CYTAT, KTÓRY NAJLEPIEJ ILUSTRUJE WASZĄ PERSONĘ TO: ”

- + IMIĘ I NAZWISKO
(NIE PODAWAJCIE IMION I NAZWISK WASZYCH ZNAJOMYCH)
- + WKLEJCIE ZDJĘCIE Z GAZETY LUB NARYSUJCIE CAŁĄ POSTAĆ ORAZ UMIEŚCIE PRZEDMIOTY JEJ BLISKIE I JĄ CHARAKTERYZUJĄCE



Wywiad np. telefoniczny

Zadzwoń do osoby, która przypomina waszego Użytkownika.
Zapytaj ją o doświadczenia, emocje związane z daną usługą, ofertą.
Notuj spostrzeżenia by wykorzystać je w trakcie dalszej pracy.



PRZEWIDYWANY
CZAS PRACY:
10 minut

WYWIAD

A large, empty rounded rectangular box intended for taking notes during the interview.



PRZYKŁADY:

Nakłady: drogo – tanio

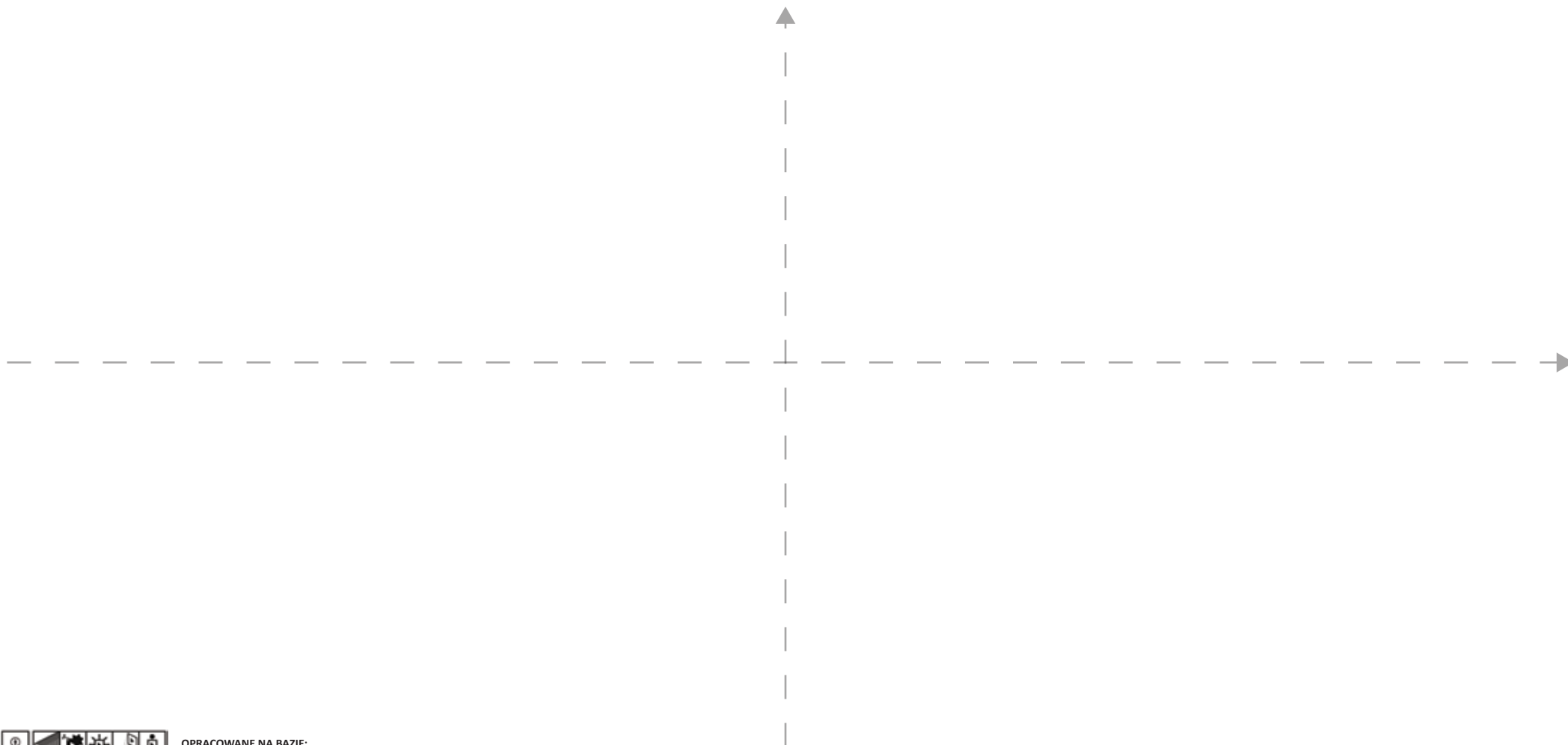
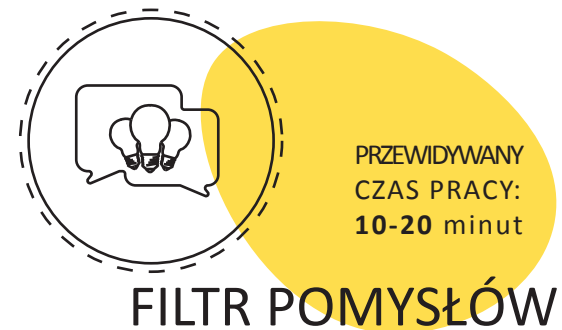
Czas: długo – szybko

Realizacja pomysłu: trudno – łatwo

Stopień oryginalności pomysłu: zwyczajne- nowatorskie

Stopień realizacji celu użytkownika: niski – wysoki

Stopień realizacji naszego celu: niski- wysoki





PRZEWIDYWANY
CZAS PRACY:
30-45 minut

PROPOZYCJA WARTOŚCI

CO UŻYTKOWNIKOWI PRZESZKADZA W OBECNEJ USŁUDZE, OFERCIE ?

Przeszkody i bariery utrudniające,
uniemożliwiające korzystanie z usługi, oferty,
wykonanie jakiegoś zadania.

Towarzyszące emocje, np.: niepokój, złość,
strach.

NAJBARDZIEJ ISTOTNE

NAJMNIEJ ISTOTNE

CO UŻYTKOWNIK MA DO ZROBIENIA KIEDY KORZYSTA Z OBECNEJ USŁUGI, OFERTY?

Ma wykonać zadanie, np.: wypełnić formularz,
uczestniczyć w lekcji, podjąć decyzję,
podzielić rolę w zespole, zrobić prezentację.

Osiągnąć pożądany stan, np.: „chcę się
pochwalić przed kimś”, „mieć poczucie
załatwienia dużej sprawy”, zdobyć uznanie
lub status.

Osiągnąć wymierne cele, np. zaprezentować
szkołę w dobrym świetle – rodzicom,
potencjalnym uczniom, władzom szkolnym;
przeprowadzić angażującą ucznia lekcję.

NAJBARDZIEJ ISTOTNE

NAJMNIEJ ISTOTNE

JAKIE KORZYŚCI MOŻE PRZYNIĘĆ TA USŁUGA, OFERTA UŻYTKOWNIKOWI ?

Korzyści wymagane, bez których nie może
się obejść.

Korzyści podstawowe, których oczekuje.

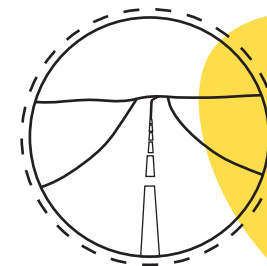
Korzyści, na które specjalnie nie liczy, ale gdyby
się pojawiły to super.

Korzyści- niespodzianki, których pojawienie
się będzie wielkim pozytywnym zaskoczeniem.

NAJBARDZIEJ ISTOTNE

NAJMNIEJ ISTOTNE





PRZEWIDYWANY
CZAS PRACY:
30-45 minut

ŚCIEŻKA DOŚWIADCZEŃ

FAZA I

PRZED SKORZYSTANIEM Z OFERTY, OBSZARU, USŁUGI SZKOLNEJ

Pomyślcie o Waszym Użytkowniku - Personie.

Wypiszcie, skąd czerpie informacje o ofercie, obszarze, usłudze szkolnej, lekcji, projekcie, konkursie.

Jakie emocje budzą te informacje?

Które punkty kontaktu wywrą na Użytkowniku największe wrażenie?

Które punkty z ofertą mogą wywrzeć wrażenie nadzwyczajnie dobre lub złe?

FAZA II

KORZYSTANIE Z OFERTY, OBSZARU, USŁUGI SZKOLNEJ

Opiszcie 'krok po kroku' jak Użytkownik korzysta z danej oferty np. wchodzi do szkoły, do szatni, co widzi?

Jakie wrażenia ma Użytkownik podczas kontaktu z ofertą. Co mówi?

FAZA III

PO SKORZYSTANIU Z OBSZARU, OFERTY SZKOLNEJ

Wypiszcie, co Użytkownik mówi znajomym o Ofercie, Obszarze, Usłudze Szkolnej, z której skorzystał.

Jakie ma emocje i wrażenia po skorzystaniu z oferty?

