

User Journeys

- læringspunkter i forhold til marginalbetragtninger

Forfatter

Kirsten Marie Risbjerg

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A., SEGES Erhvervsøkonomi

Hovedkonklusion

Brug af designværktøjerne personas og user journeys er givent i forhold til at få sporet sig ind på et første design af et værktøj.

For at opnå det maksimale udbytte af værktøjerne er det vigtigt at være tro mod personas og sætte sig i deres sted under deres user journey igennem et hændelsesforløb. Kun derved kan metoden illustrere, hvordan en given persona reagerer i forskellige situationer, hvornår personaen har brug for støtte og hvordan et værktøj skal møde personaen for at give den optimale støtte.

Det samme gælder i designfasen: Man skal sætte egne præferencer til side og se med personaens briller for at give et bud på, hvad der virker for den enkelte persona.

Sammendrag

Der er afholdt fire workshops i projektet, hvor vi har:

- Identificeret tre "personas" eller arketyper, som kunne være brugere af et værktøj til marginalbetragtninger
- Beskrevet deres "user journeys", som udpeger situationer, hvor personas har behov for et værktøj til marginalbetragtninger
- Tegnet skitser i hånden, som kan danne grundlag for første designudkast til et værktøj.

Baggrund

For at opnå succes med sine produkter, IT eller andet, er det vigtigt at produktet giver værdi for brugeren og at det er tilpasset brugeren og dennes hverdag og forståelse af livet. Selv og måske især hvis man ønsker at ændre brugerens adfærd er det vigtigt. Derfor vil vi forsøge at sætte os i brugerens sted, så det designede produkt passer til hvem brugeren faktisk er – (måske) i modsætning til hvem man ønsker de skal være eller hvem vi selv er. En af de anerkendte metoder til dette er personaer og vi vil derfor bruge en workshop til at beskrive personaer specielt til brug i dette projekt.

I user journeys udpeges situationer, hvor man støder på udfordringer i relation til sit emne; i nærværende projekt marginalbetragtninger. Man følger sine personas på en rejse igennem hændelsesforløb og noterer sig, hvor udfordringerne ligger. Hvor udfordringerne er størst, har personaerne mest brug for hjælp og støtte, i dette tilfælde fra det værktøj, projektet udvikler en prototype på. Værktøjet skal møde personaerne der, hvor deres behov er.

Designet af en prototype på et værktøj kan påbegyndes på baggrund af de indsigter, man opnår gennem arbejdet med personas og user journeys.

Materialer og metoder

Vi startede forløbet med to workshops, hvor der henholdsvis blev defineret tre "personas", som er tre arketyper af brugere af et marginalværktøj, og beskrevet "brugerrejser", som prøver at fastlægge, hvornår og hvordan vores personas vil anvende et marginalværktøj. Senere afholdt vi to designworkshops, hvor tænkte brugerflader eller skærmbilleder fra det kommende marginalværktøj blev tegnet i hånden.

Workshop personas

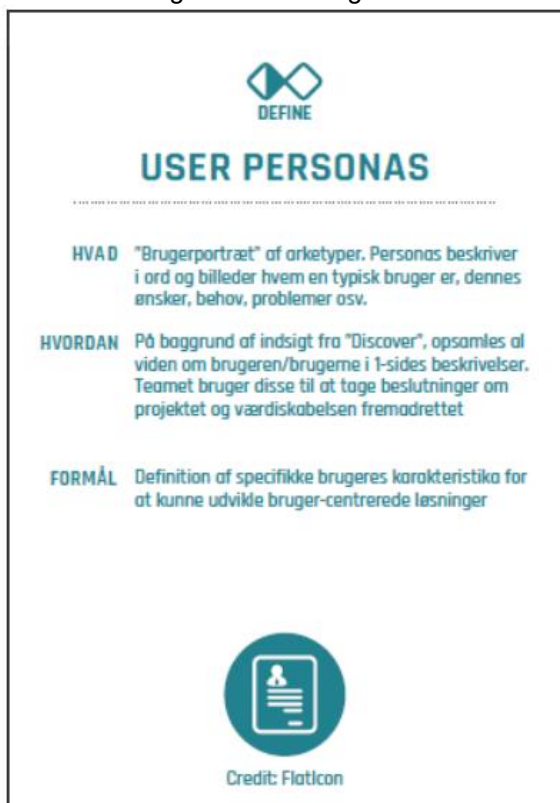
Mål: At få en fælles forståelse af hvem brugeren er gennem udvalgte personas.

Dagsorden:

1. Velkommen og intro
2. Hvem er brugeren – brainstorm
3. Beskrivelse af personas
4. Opsamling og evt.

Uddybning af hvordan

1. Udvælg 1-3 af de vigtigste interessenter
2. Beskriv så præcist som muligt hvem de er og hvad deres behov er
3. Brug personaen næste gang teamet skal tage beslutninger ved at stille spørgsmålet: "Hvad ville <PERSONA> gøre/svare/vælge her?"



Workshop user journeys

Mål: At få en fælles forståelse af, i hvilke situationer, marginalbetragtninger er relevante for udvalgte personas samt hvilke udfordringer, der møder dem i disse situationer.

Dagsorden:

1. Velkommen og intro
2. Tegning af personas' user journeys
3. Beskrivelse af personas' user journeys
4. Opsamling og evt.

Uddybning af hvordan

- Tegn tom brugerrejse på A0-ark/flipover
- Brug post it notes til de enkelte trin på rejsen
- Sæt "+" og "-" ved henholdsvis gode og dårlige oplevelser
- Sæt "!" ved de vigtigste trin



Designworkshops

Efter nogle indledende tegneøvelser som opvarmning lavede deltagerne en individuel brainstorm, hvor vi tegnede så mange skitser til mulige brugerflader, som vi kunne nå indenfor et fastsat tidsrum. Efterfølgende kvalificerede vi hinandens tegninger i en proces, hvor tegningerne blev sendt rundt imellem deltagerne til forbedring 1 minut af gangen. Til sidst sammenfattede vi idéerne i plenum.

Resultater og diskussion

Personas og user journeys



Navn: Rasmus

Alder: 40 år

Bopæl: På ejendommen

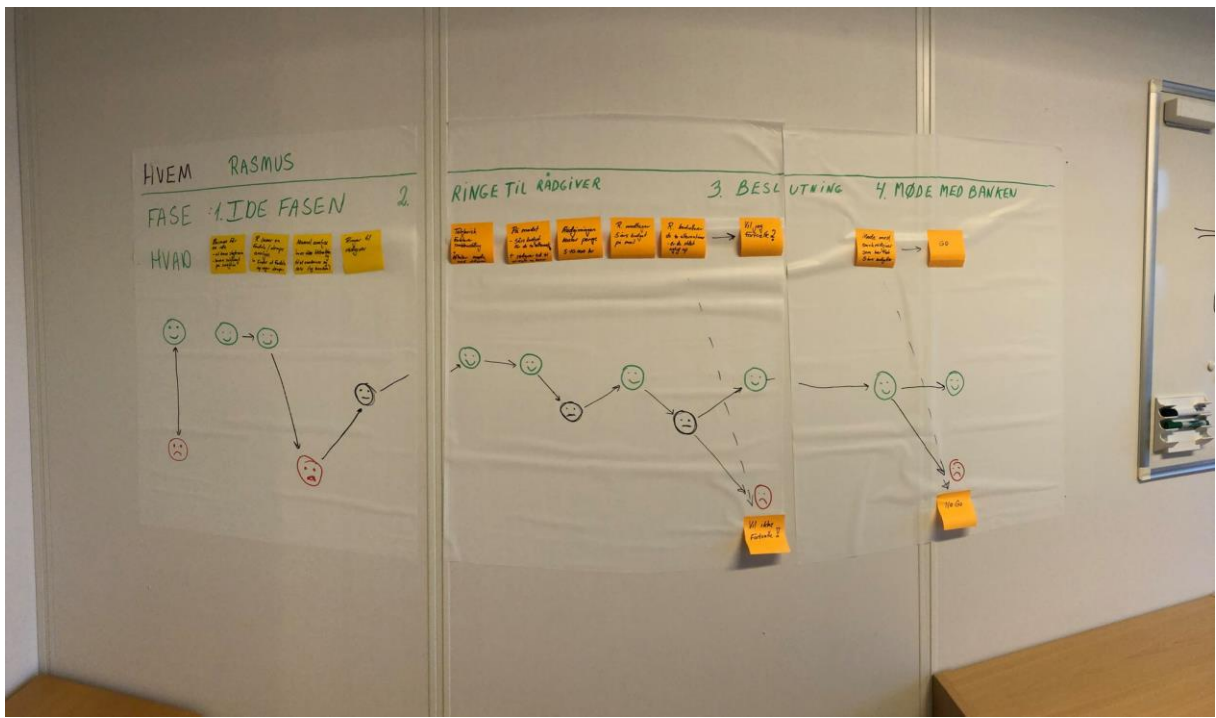
Job: ejer / leder

Hvem er Rasmus:
 Gift med Hanne som er sygeplejerske.
 Tre børn på 13, 15 og 17 år.
 Planteavl er udliciteret – bidrager ikke nok til bundlinjen
 Han har søer, da han mener, han tjener bedst her.
 Ekspansiv bedrift.
Han frygter stilstand - og/eller at tabe ansigt.

Vigtige faktorer:

IT minded:	X
	lav høj
Nysgerrig efter nye muligheder:	X
	lav høj
Handlingsorienteret:	X
	lav høj

Persona Rasmus



User journey Rasmus



Navn: Søren

Alder: 49 år

Bopæl: På ejendommen

Job: Ejer / leder

Hvem er Søren:

Gift med Lone, som arbejder 25 t/uge i børnehaven.

Børnene er store nu.

Han motiveres af selv at kunne bestemme.

Høj bankgæld.

Hans største frygt er at miste slægtsgården.

Vigtige faktorer:

IT minded:

X		
lav		høj

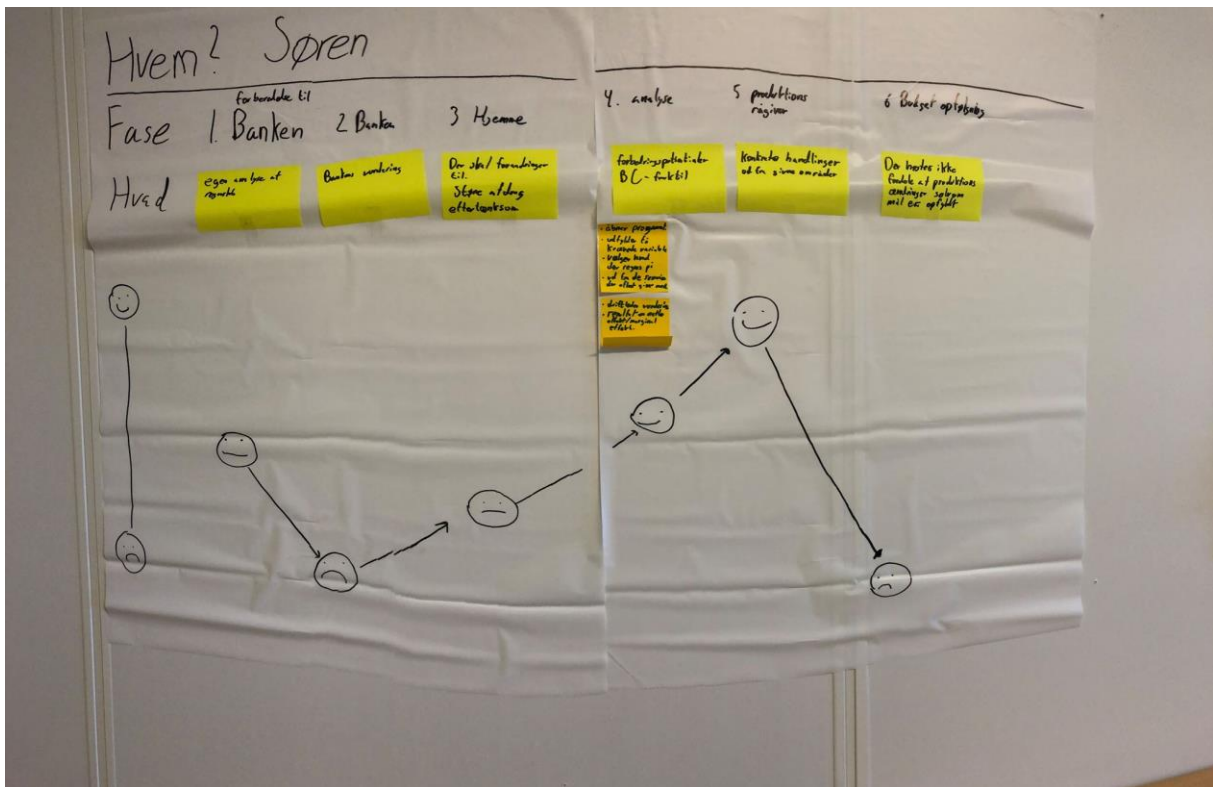
Nysgerrig efter nye muligheder:

X		
lav		høj

Handlingsorienteret:

X		
lav		høj

Persona Søren



User journey Søren



Navn: Mads

Alder: 30 år

Bopæl: Naboejendom

Job: Produktionsleder stald

Hvem er Mads:

Uddannet agrarøkonom.

Familiefar.

Glad for styringsprogrammer.

Behov for frihed.

Han frygter for ikke at være god nok.

Vigtige faktorer:

Interesse for økonomi:

X		
lav		høj

Nysgerrig efter nye muligheder:

X		
lav		høj

Handlingsorienteret:

X		
lav		høj

Persona Mads



User journey Mads

Resultater fra designworkshops

Oversigt

Input til hvad der skal være på oversigtssiden, når landmanden starter programmet:



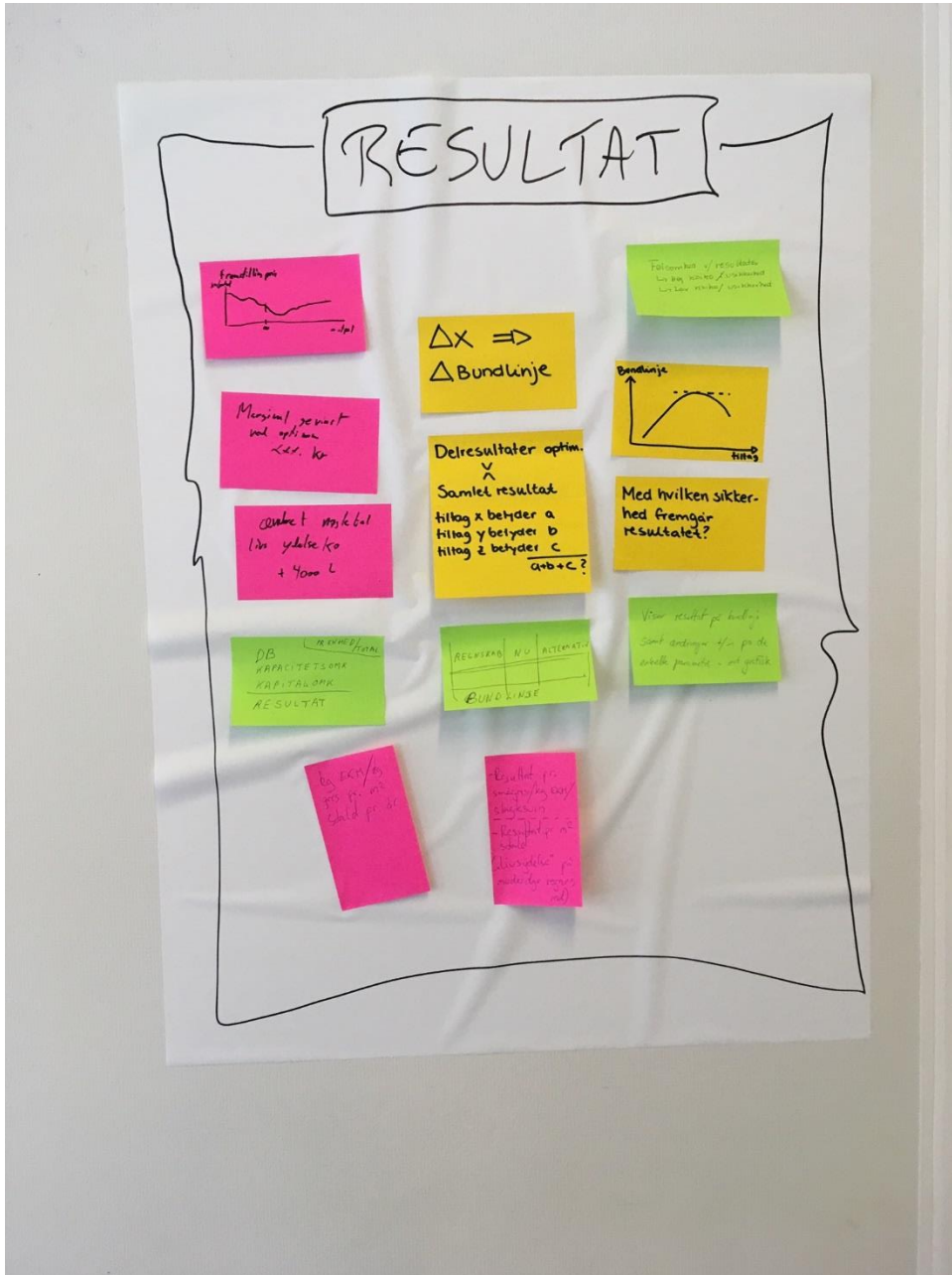
Beregning

Input til hvad der skal vises omkring beregning:



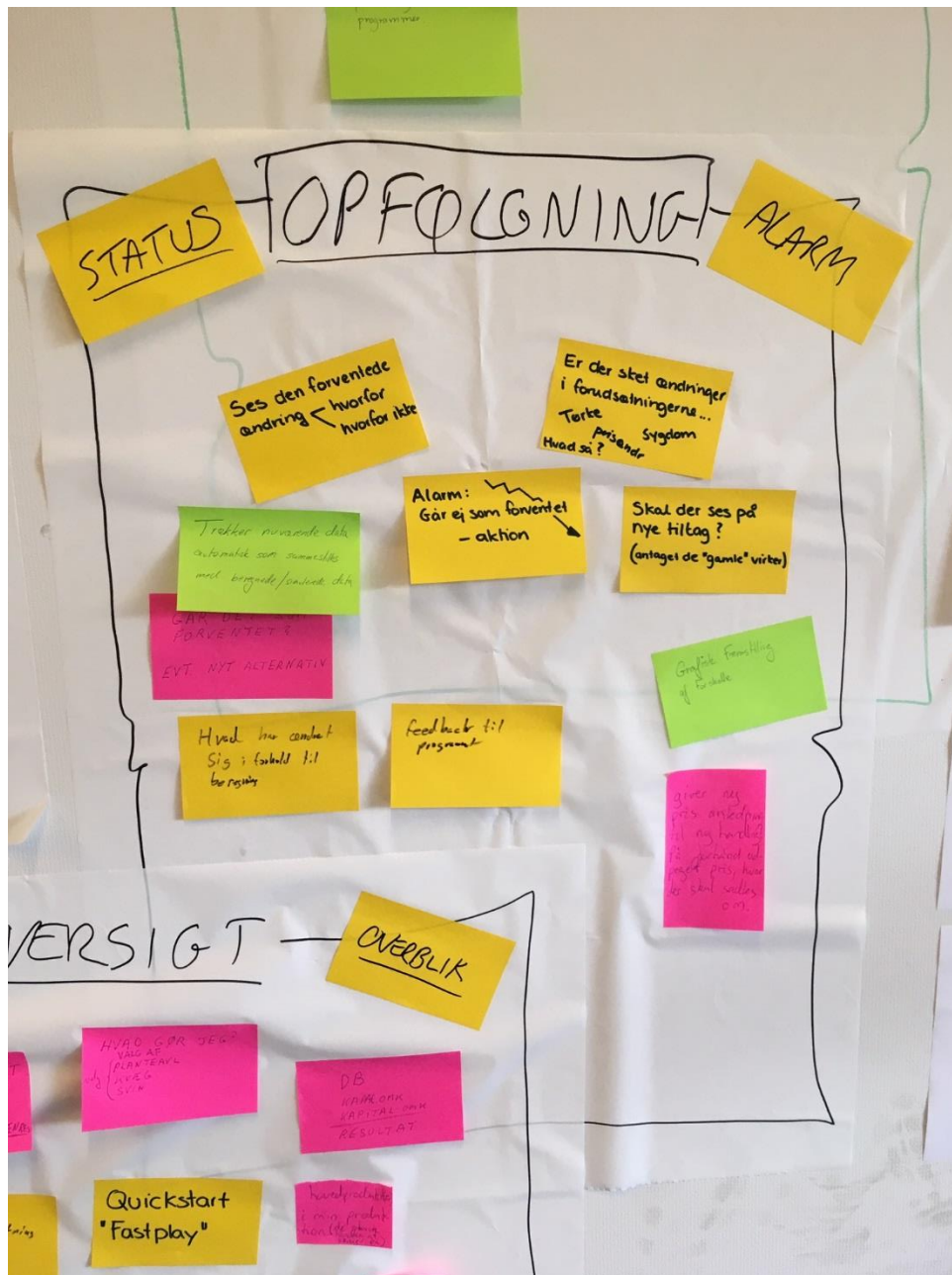
Resultat

Input til hvad der skal vises på resultatsiden:



Opfølgning

Input til hvad der skal vises, når landmanden foretager en opfølgning:



Konklusion

Brug af designværktøjerne personas og user journeys er givtigt i forhold til at få sporet sig ind på et første design af et værktøj.

For at opnå det maksimale udbytte af værktøjerne er det vigtigt at være tro mod personas og sætte sig i deres sted under deres user journey igennem et hændelsesforløb. Kun derved kan metoden illustrere, hvordan en given persona reagerer i forskellige situationer, hvornår personaen har brug for støtte og hvordan et værktøj skal møde personaen for at give den optimale støtte.

Det samme gælder i designfasen: Man skal sætte egne præferencer til side og se med personaens briller for at give et bud på, hvad der virker for den enkelte persona.

Deltagere

Deltagere i workshops:

Maria Vejle Madsen, Michael Groes Christiansen, Michael Højholdt, Morten Nyland Christensen, Lone Balle Carlquist, Karen Jørgensen, Nicolai Østergaard, Nikolaj Kleis Nielsen, Rasmus Andersen.

Ledere af workshops:

Liselotte Schou Hansen og Kitt Munk.

Arbejdspakke: AP3 Udvikling af værktøj og metodebeskrivelse

Leverance: Personas, user journeys, design

Projekt nr.: 5373



SEGES

Landbrug & Fødevarer F.m.b.A.

Agro Food Park 15

8200 Aarhus N

T: +45 8740 5000

F: +45 8740 5010

E: info@seges.dk

Ansvar: Informationerne på denne side er af generel karakter og søger ikke at løse individuelle eller konkrete rådgivningsbehov.

SEGES er således i intet tilfælde ansvarlig for tab, direkte såvel som indirekte, som brugere måtte lide ved at anvende notatets informationer.