5 Проектирование персонажей

fppt.com

После исследований

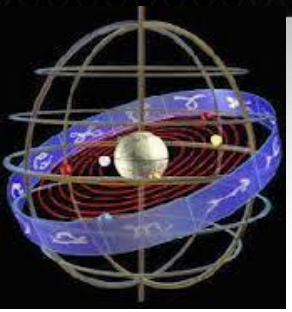
- расшифровки бесед, наблюдений
- часы видео- и аудиозаписей
- цели/задачи будущих пользователей

1. Анализ
2. Проектирование
3. Разработка
4. Тестирование
5. Сопровождение

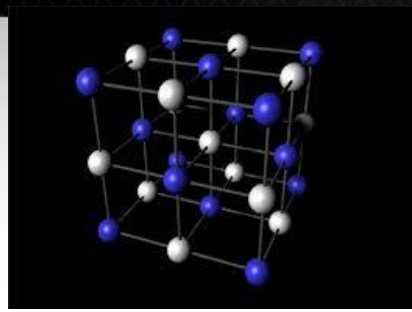
все несколько отличаются

fppt.com

Модели



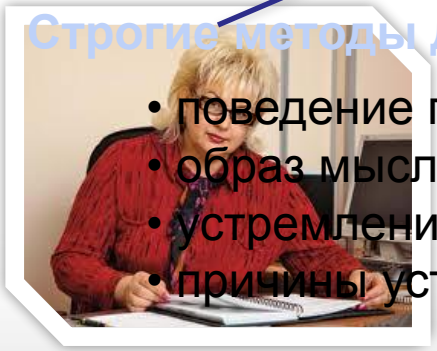
Представление сложных вещей
посредством абстрагирования

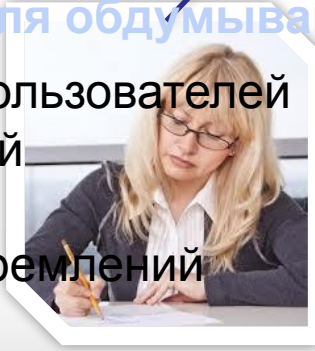


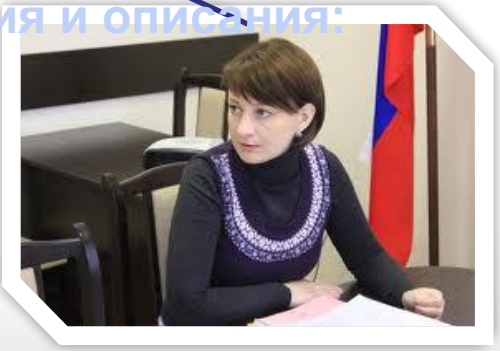
Модель
пользователя

Строгие методы для обдумывания и описания:

- поведение пользователей
- образ мыслей
- устремления
- причины устремлений



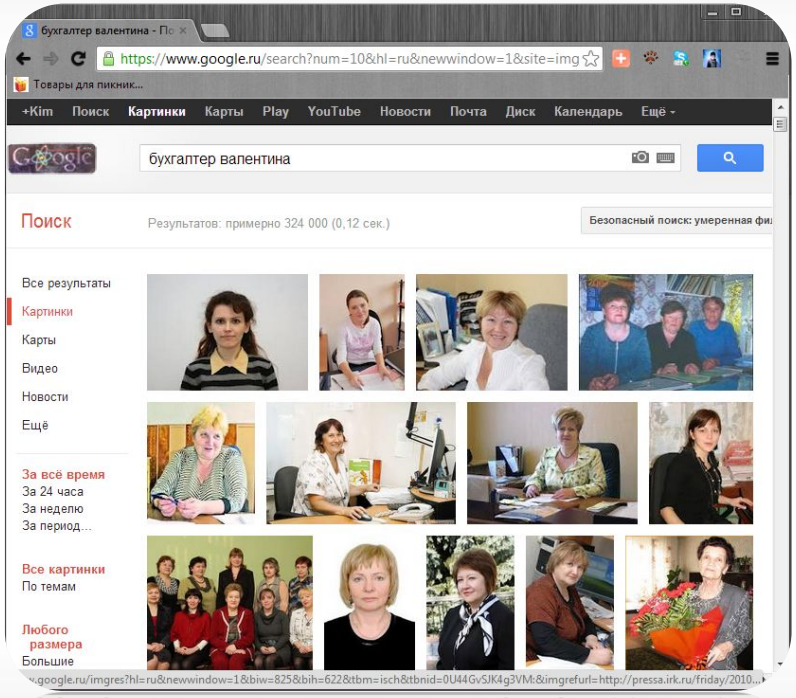




fppt.com

Основа персонажей

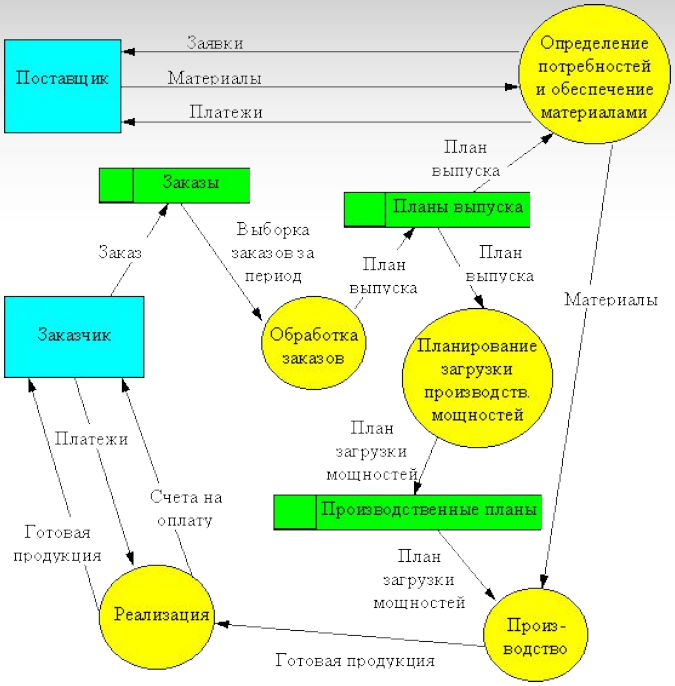
Поведенческие шаблоны, которые мы наблюдаем



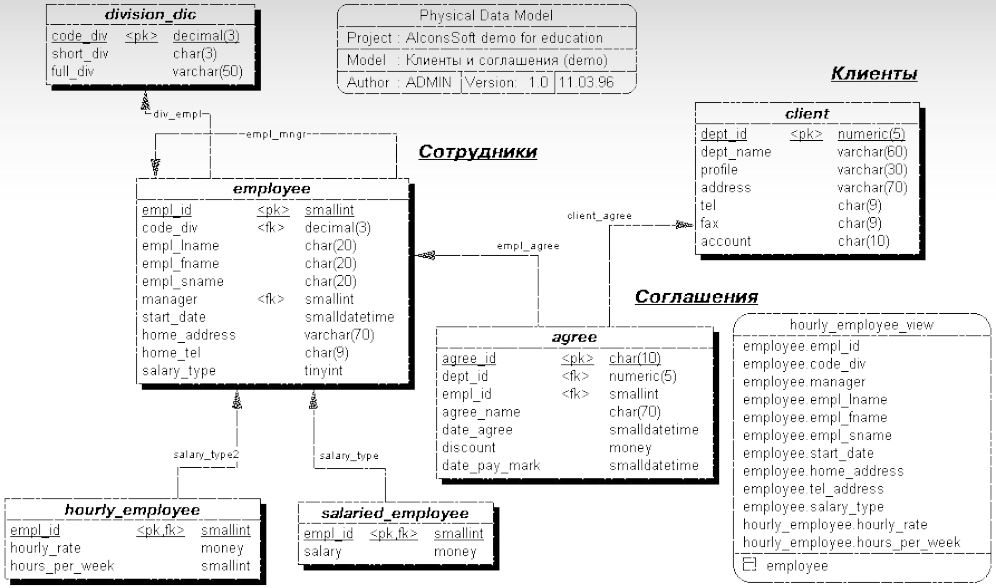
- стереотипы
- обобщения
- фотография из гугла + должность

fppt.com

Другие полезные модели



DFD
(диаграмма потоков данных)

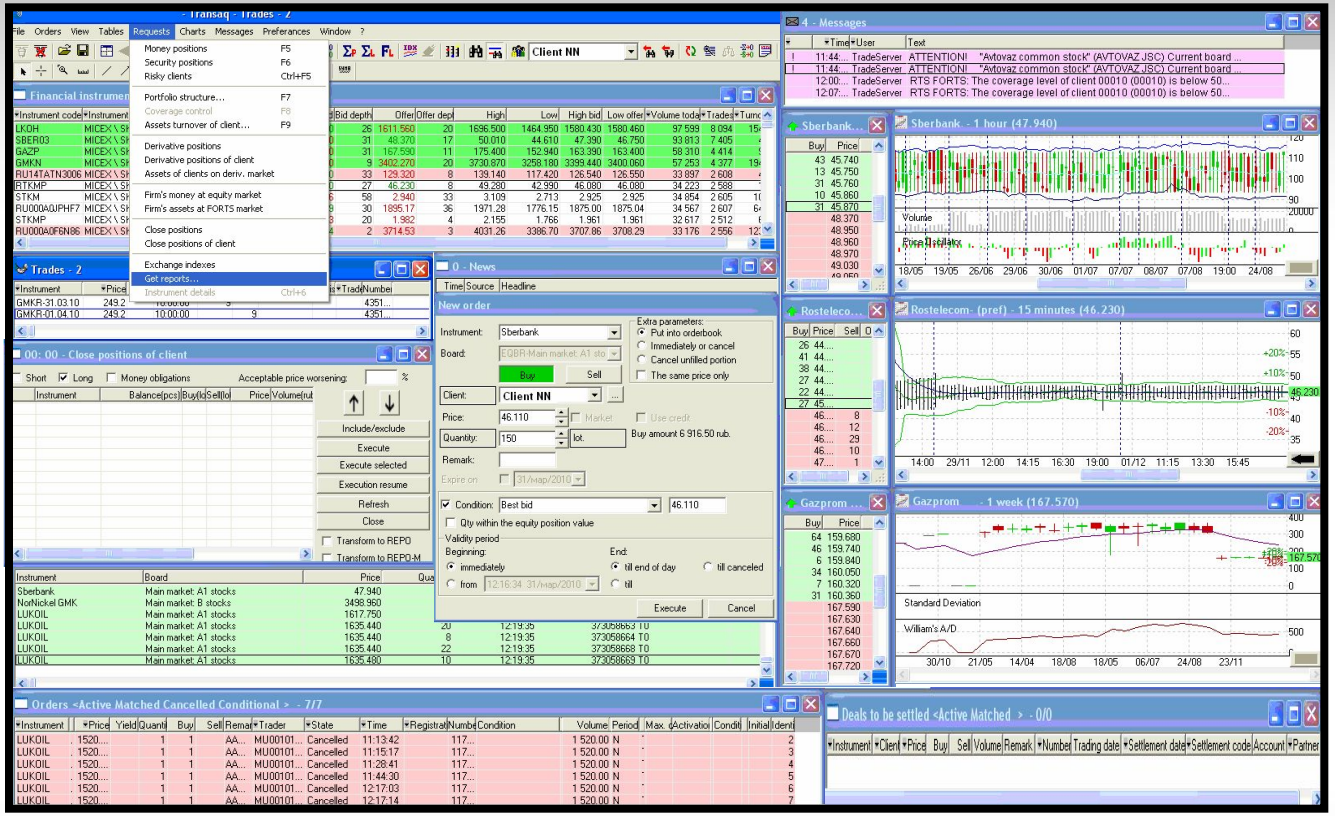


Модель БД

fppt.com

Для чего персонажи?

Удовлетворить самую широкую аудиторию пользователей



- увеличивается когнитивная нагрузка на всех пользователей
- осложняется ориентирование
- появляются противоречия в потребностях

fppt.com

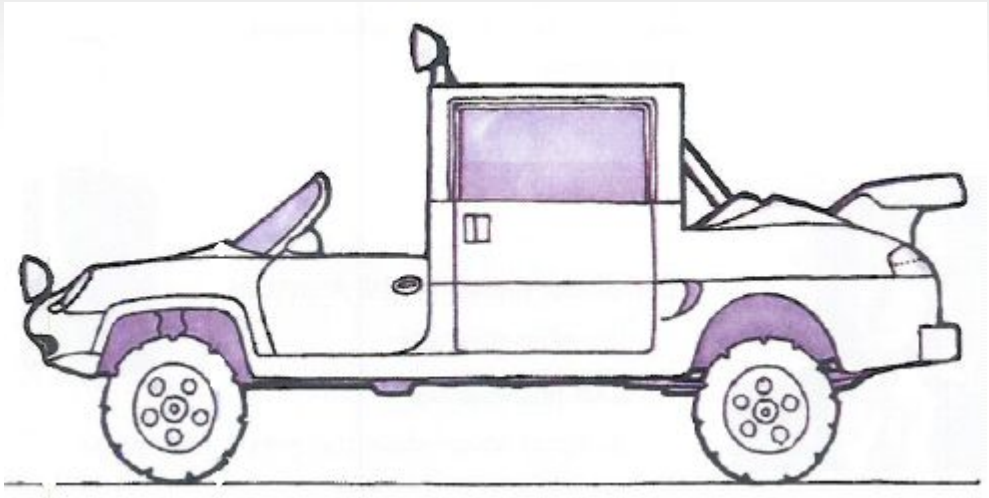
Что мы получим, если будем проектировать машину, удовлетворяющую всех возможных водителей?

fppt.com

Рассмотрим запросы пользователей

- **Мамочке** Сью нужна безопасная, надежная машина, просторная, с большими дверями, для перевозки детей, собак, пакетов с покупками и т. д.
- **Плотнику** Джо нужен крепкий полноприводный пикап, достаточно большой, чтобы в него поместились лестницы, материалы, мешки с цементом и ящики с инструментами.
- **Младший руководящий работник** Сет видит себя в машине спортивного типа с мощным двигателем, жесткой подвеской, откидным верхом и - места в машине должно хватать только на двоих.

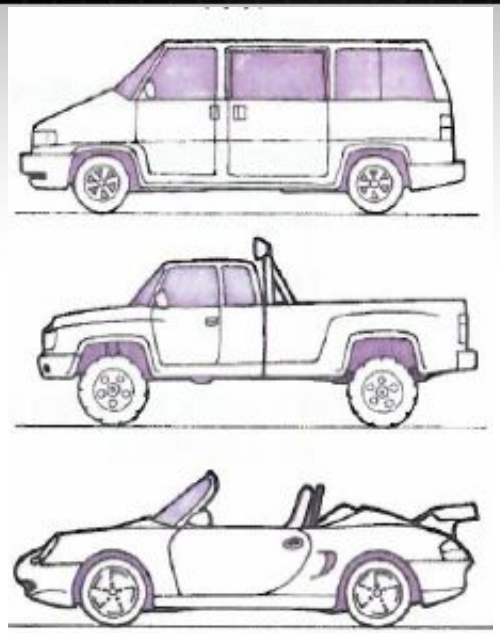
fppt.com

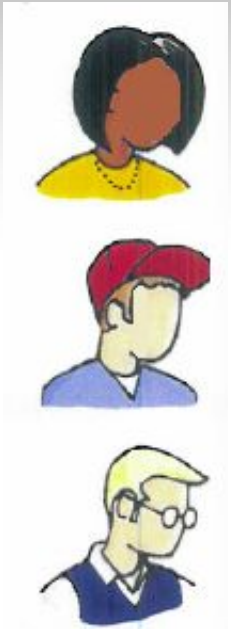


Плохое решение

- Машина, включающая в себя все запросы от всех пользователей.

fppt.com





Цели Сью:
- чувствовать себя в безопасности
- ехать с комфортом

Цели Джо:
- перевозить тяжелые грузы
- ощущать надежность

Цели Сет:
- ехать быстро
- получать удовольствие

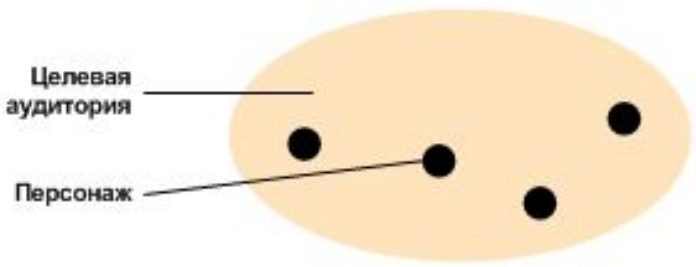
Отличное решение!

- Выполнить запросы каждой категории пользователей.
- Люди с аналогичными целями так же будут удовлетворены одной из моделей.

fppt.com

Персонажи – мощное и универсальное средство проектирования, способствующее преодолению ряда проблем, которые в настоящее время неотступно преследуют разработчиков цифровых продуктов.

Мы используем набор персонажей



- Каждый набор персонажей представляет собой определённые **образцы поведения** и **цели** группы пользователей из нашей целевой аудитории.
- Множество персонажей показывают всю область образцов поведения, которую мы должны охватить.

fppt.com

Преимущество модели «Персонаж»

1. Определять функции и поведение продукта

Цели и задачи персонажа

фундамент проектирования

2. Общаться

Заинтересованные лица

Проектировщики

Разработчики

- Общий язык для обсуждения
- Удерживать фокус на пользователе
- Проще, чем списки и диаграммы

fppt.com

Преимущество модели «Персонаж»

3. Оценивать эффективность решений

4. Вносить вклад в работу других подразделений

Планы по маркетингу и продажам

fppt.com

ПЕРСОНАЖИ РЕШАЮТ ПРОБЛЕМЫ

fppt.com

Пластилиновый пользователь

Реальные пользователи
не пластилиновые!

Наша цель состоит в том, чтобы удовлетворить пользователя, но термин **«пользователь»** является источником трудностей. Из-за своей нечеткости этот термин бесполезен, как циркулярная пила бесполезна для удаления аппендикса. Нам нужен более **точный инструмент** проектирования.

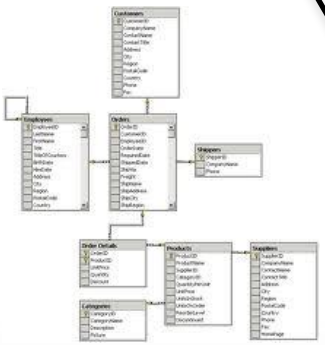
Те, кто говорит «пользователь», обычно подразумевают эдакое «**эластичное**» создание, которому приходится изгибаться, растягиваться и адаптироваться к потребностям момента. Наша же цель состоит в проектировании *программ*, которые будут изгибаться, растягиваться и **адаптироваться к потребностям пользователя**.

fppt.com

Проектирование под себя

проецируют собственные **цели**, **мотивацию**, **умения**, **умозрительные модели** на продукт

для узкого спектра продуктов



структура данных

ПРОДУКТЫ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ

fppt.com

Расчет на исключительные случаи

Случаи, которые *могут быть*, но **не происходят** для конкретных персонажей

Насколько часто Галина Ивановна захочет выполнять это действие? Захочет ли вообще?

fppt.com

Персонаж ≠ Стереотип

программист

полицейский

дизайнер

fppt.com

Персонаж без цели

КОММУНИКАЦИЯ

СРЕДСТВО ПРОЕКТИРОВАНИЯ

Цели персонажей побуждают их вести определенным образом

Как определить цель?

Сложно выявить напрямую

- не может четко выразить
- не до конца откровенен

- наблюдаемое поведение
- ответы на другие вопросы
- невербальные признаки
- подсказки, предоставляемые средой

fppt.com

Когнитивные процессы обработки

Физиологический [визуальные и сенсорные аспекты продукта]

- внешний облик
- динамика
- звук

Произвести впечатление
(вызвать уместную психическую или эмоциональную реакцию)

НЕ ВСЕГДА КРАСОТА!

- система ведения боевых действий
- система радиотерапии

Привлекательные интерфейсы считаются более удобными

fppt.com

Когнитивные процессы обработки

Уровень поведения

- неявные предположения
- ментальные модели

→ **ПРОДУКТ**

Самая серьезная возможность влиять на опыт взаимодействия

fppt.com

Когнитивные процессы обработки

Аналитический уровень

- сознательное изучение и анализ уже приобретенного опыта

АНАЛИЗ + РЕФЛЕКСИЯ + ПАМЯТЬ

Проектирование для аналитического уровня
=
выстраивание отношений пользователя с продуктом

Sony Walkman

Playstation

fppt.com

Эмоциональные цели

Как человек хочет себя чувствовать:

- Получать удовольствие
- Чувствовать уверенность, что ситуация под контролем
- Ощущать душевный подъем или расслабленность
- Быть собранным и сосредоточенным

Глупо и неудобно Самоуважение и производительность

fppt.com

Конечные цели

РЕЗУЛЬТАТ

- Узнавать о проблемах до того, как они послужат причиной катастрофы
- Поддерживать контакт с родными и друзьями
- Заканчивать запланированные дела к пяти часам вечера ежедневно
- Найти музыку, которая мне понравилась
- Получить наилучшее предложение

fppt.com

Жизненные цели

Личные стремления пользователя

[обычно выходят за пределы контекста работы]

- Прожить хорошую жизнь
- Преуспеть в реализации амбиций
- Стать знатоком в определенной области
- Быть привлекательным, популярным, завоевать уважение коллег

СОЗДАНИЕ СТРАТЕГИИ И БРЕНДИНГА

fppt.com

Цели покупателей

Точная природа этих целей несколько различается для продуктов потребительских и корпоративных.

Рядовые покупатели – это часто родители, родственники или друзья, обычно озабоченные личной безопасностью и настроением человека, для которого приобретается продукт.

Корпоративные покупатели – это обычно менеджеры по информационным технологиям, чаще всего обеспокоенные информационной безопасностью, простотой обслуживания и настройки.

Цели покупателей не должны преобладать над другими целями

fppt.com

Бизнес-цели и цели организации

ЦЕЛИ БИЗНЕСА

- Увеличить прибыль
- Расширить свое присутствие на рынке
- Удержать клиентов
- Обойти конкурентов
- Эффективно использовать ресурсы
- Расширить спектр предлагаемых продуктов или услуг

fppt.com

Технические цели

- Поддерживать различные браузеры
- Сохранять целостность данных
- Повысить эффективность работы программы
- Использовать конкретный язык разработки / библиотеку

fppt.com

ГЛАВНЫЕ ЦЕЛИ – ЦЕЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

fppt.com

Разработка персонажей
7 шагов

1. Выявить поведенческие переменные
2. Сопоставить респондентов с поведенческими переменными
3. Выявить значимые шаблоны поведения
4. Синтезировать характеристики и соответствующие им цели
5. Проверить полноту и выявить избыточность
6. Расширить описание атрибутов и поведения
7. Назначить персонажам типы

АЛАН КУПЕР

fppt.com

1. Выявить поведенческие переменные

Набор поведенческих переменных:

ТИПЫ ПЕРЕМЕННЫХ

0. Демографические переменные (возраст, место жительства)

1. **Деятельность**: чем занят пользователь, частота и объем

2. **Взгляды**: как пользователь думает о предметной области и технологии продукта

3. **Наклонности**: образование/подготовка/способность обучаться пользователя

4. **Мотивация**: как пользователь вовлечен в предметную область

5. **Навыки**: умения пользователя в предметной области

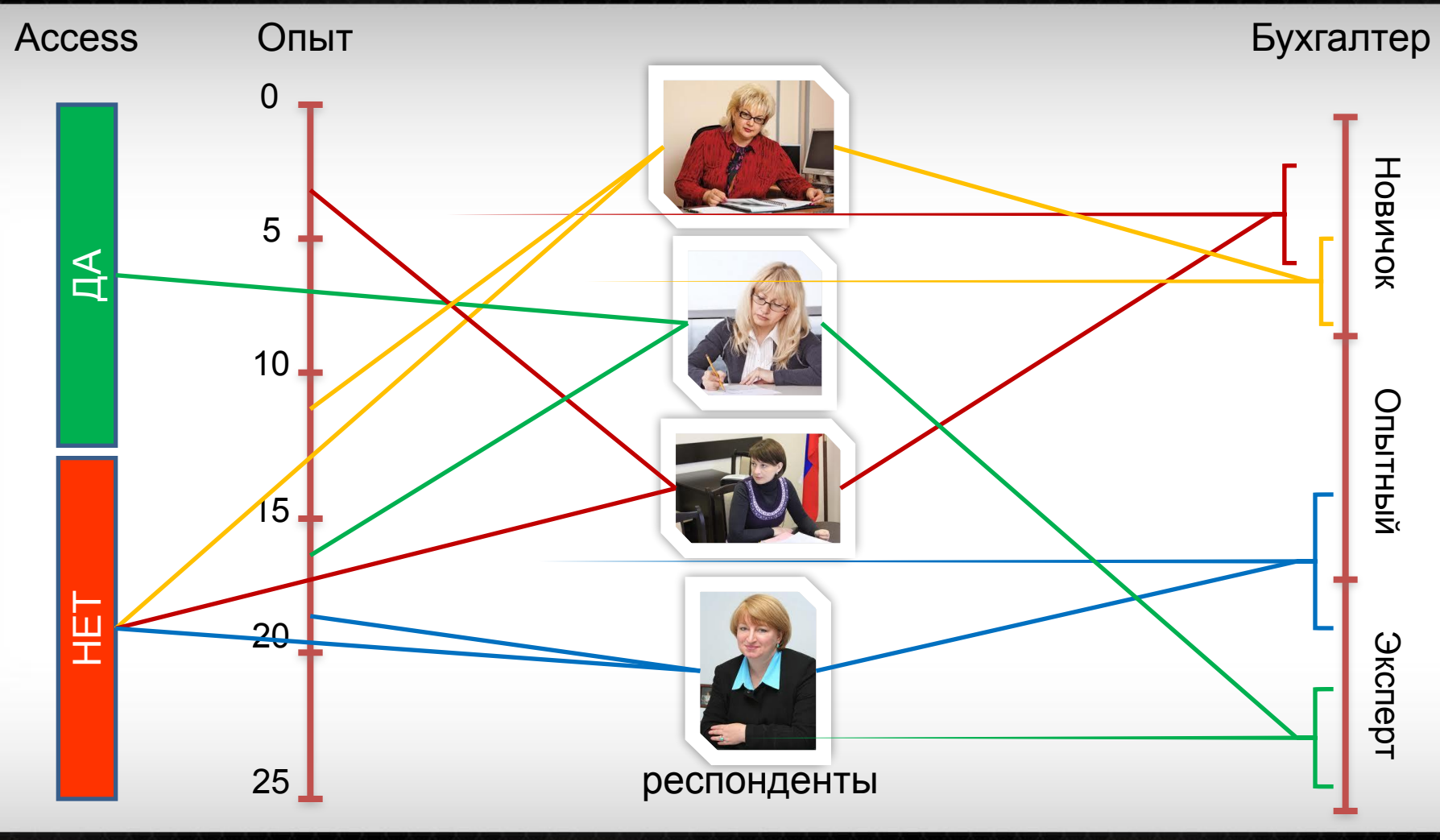
Для корпоративных приложений:

15 – 30 переменных

Поведенческие переменные ~ роли

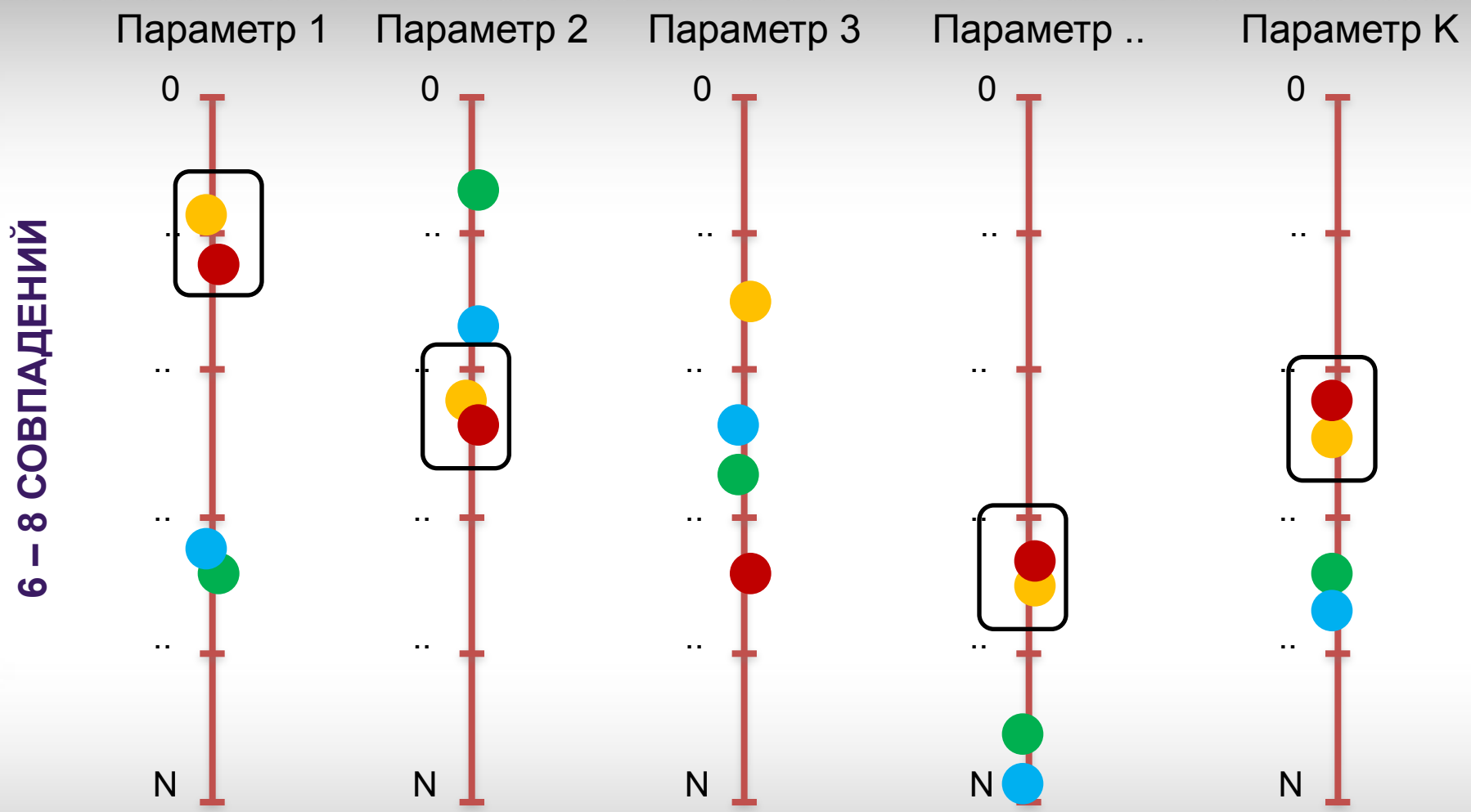
fppt.com

2. Сопоставить респондентов с поведенческими переменными



fppt.com

3. Выявить значимые шаблоны поведения



fppt.com

Значимые шаблоны

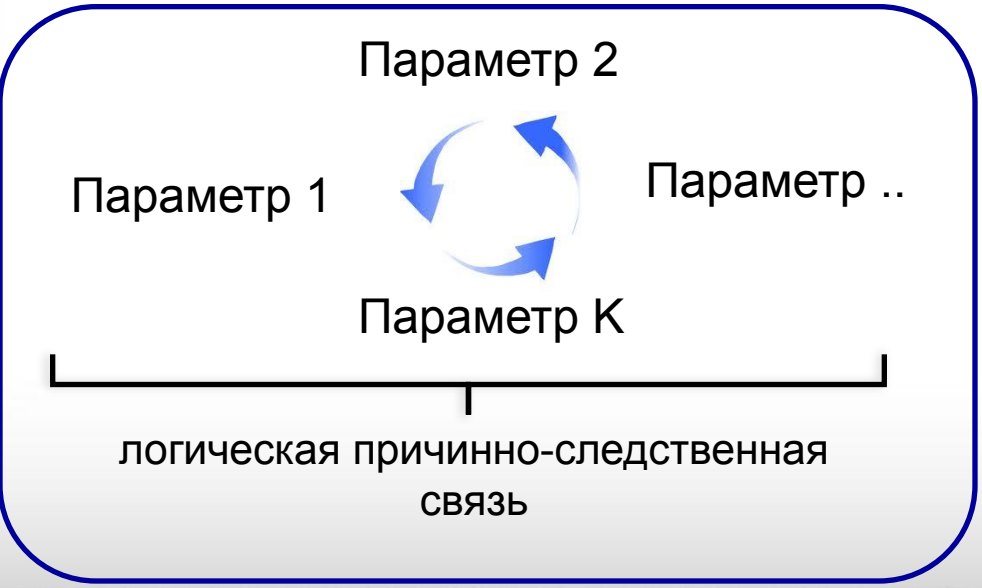
- 1-й значимый шаблон - вполне допустимо

- 2-й значимый шаблон

обычно

2 – 3 значимых шаблона

Хороший шаблон:



fppt.com

4. Синтезировать характеристики и соответствующие им цели

- 1-й значимый шаблон

Бухгалтер: новичок

Access: нет

Опыт: 5 – 10 лет

+ ДЕТАЛИ

- среда потенциального использования
- типичный рабочий день
- существующие решения задач
- причины недовольства данными решениями
- отношения с окружающими

Галина Ивановна

- возраст
- место жительства
- относительный доход
- должность

По мере необходимости

fppt.com

Синтез целей

Анализ шаблонов поведения

Логические связи внутри вариантов поведения

Наблюдение за действиями

Анализ ответов респондентов

КОНЕЧНЫЕ ЦЕЛИ □ ПРОЕКТИРУЕМЫЙ ПРОДУКТ

(3 - 5 цели)

ЖИЗНЕННЫЕ ЦЕЛИ □ МАССОВЫЕ ПРОДУКТЫ

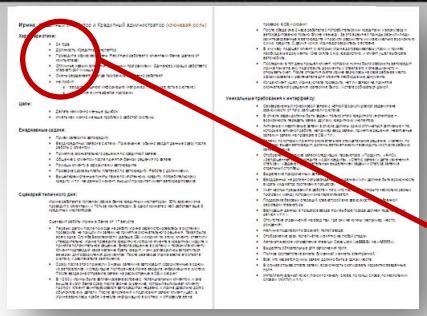
(~ 1 цель)

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ (0 - 2 цели)

fppt.com

5. Проверить полноту и выявить избыточность

Галина Ивановна

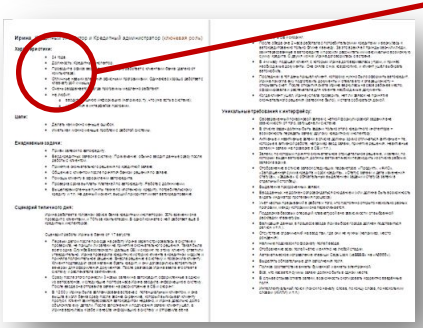


Пробелы?

Провести дополнительные исследования

Разница только в демографии?

Вера Петровна



\+

Из политических соображений:

- предположения заинт. лиц
- просьба заинт. лиц

fppt.com

6. Расширить описание атрибутов и поведения

Галина Ивановна

- демография
- окружение

Рассказ о персонаже

8.45 утра. До начала рабочего дня 15 минут. Главный бухгалтер «Центр медиа» Галина Ивановна уже на работе. Чашка, кофе, компьютер включен, главное оружие – программа «1С – Бухгалтерия» - запущена. До 11 часов нужно подготовить ряд бумаг для визита в налоговую Малиновского района, которая находится за Второй Заставой. От офиса «Центр медиа» на Говорова на «перекладных» добираться туда минут 40-45. А на улице температура +32 С, в маршрутке - все +45 С.

Рабочий день бухгалтера «Центр медиа» Веры Петровны начинается в отделе государственных регистраторов на Большой Арнаутской, 15. Сегодня мы должны получить здесь новые коды видов экономической деятельности – на многих предприятиях бухгалтерия занимается и этим. Несмотря на предварительную запись, людей здесь – море. И чтобы дождаться своей очереди, придется запастись терпением.

В это время главный бухгалтер «Центр медиа» уже в Малиновской налоговой. Через час здесь уже обед, так что нельзя терять время даром. А после налоговой нужно успеть еще побывать в банке и осуществить платежи.

Обеденное время уже далеко позади, но только сейчас появилась возможность немного перекусить на ходу. И — снова за работу. За оставшиеся три часа рабочего времени нужно провести ряд платежей, обработать гору первичных документов.

17.30. До окончания рабочего дня 30 минут. Они уйдут на подготовку нескольких бумаг, составление плана работы на завтра. Потом, наконец, - домой.

fppt.com

Доп. детали

fppt.com

7. Назначить персонажам типы

3 – 4 персонажа – уже сложно

Политический персонаж

Типы персонажей:

- ключевой
- второстепенный + доп. потребности
- дополнительный устраивают интерфейсы ключевого и второстепенного
- покупатель = второстепенный (или административный интерфейс)
- обслуживаемый затрагивает применение продукта
- отрицательный - специалист по ИТ (корпоративные приложения)
  - технически подкованные пользователи (потребительские продукты)

fppt.com

Разработка персонажей.

fppt.com

Выявление поведенческих переменных:

Демографические переменные : возраст

Деятельность: частота использования

Взгляды: как пользователь думает о предметной области и технологии продукта

Мотивация: как пользователь вовлечен в предметную область

Опыт: владение ПК

Навыки: умения пользователя в предметной области (ученик, мастер, сенсей)

Быстрота обучения

Удобность: ныне имеющегося ПО

Предпочтения: что хочется иметь в новом продукте

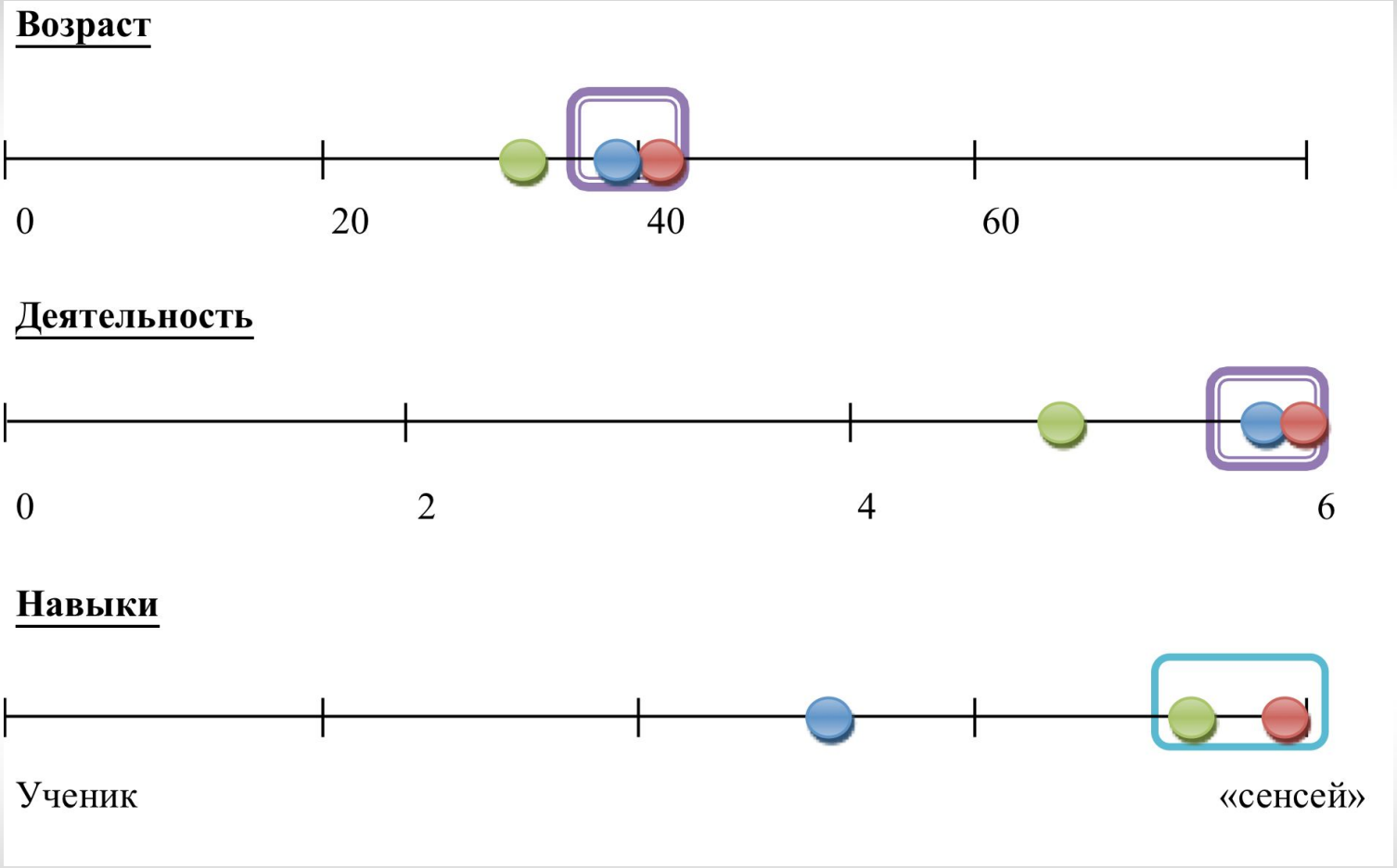
fppt.com

Сопоставить респондентов с поведенческими переменными

	Ирина	Виктория	Кристина
Демографические переменные	43 года	39 лет	34 года
Деятельность, дней в неделю	6	6	5
Взгляды (на нынешнее ПО)	не удобно осуществлять выборку квартир, просматривать, редактировать инф-ю	невозможен поиск по заданным критериям	устаревшее ПО, плохой поиск
Мотивация	простота использования, эффективный поиск	удобный интерфейс, быстрота поиска	быстрота поиска информации
Опыт, по 5ой шкале	3	3	4
Навыки	сенсей	ученик	мастер

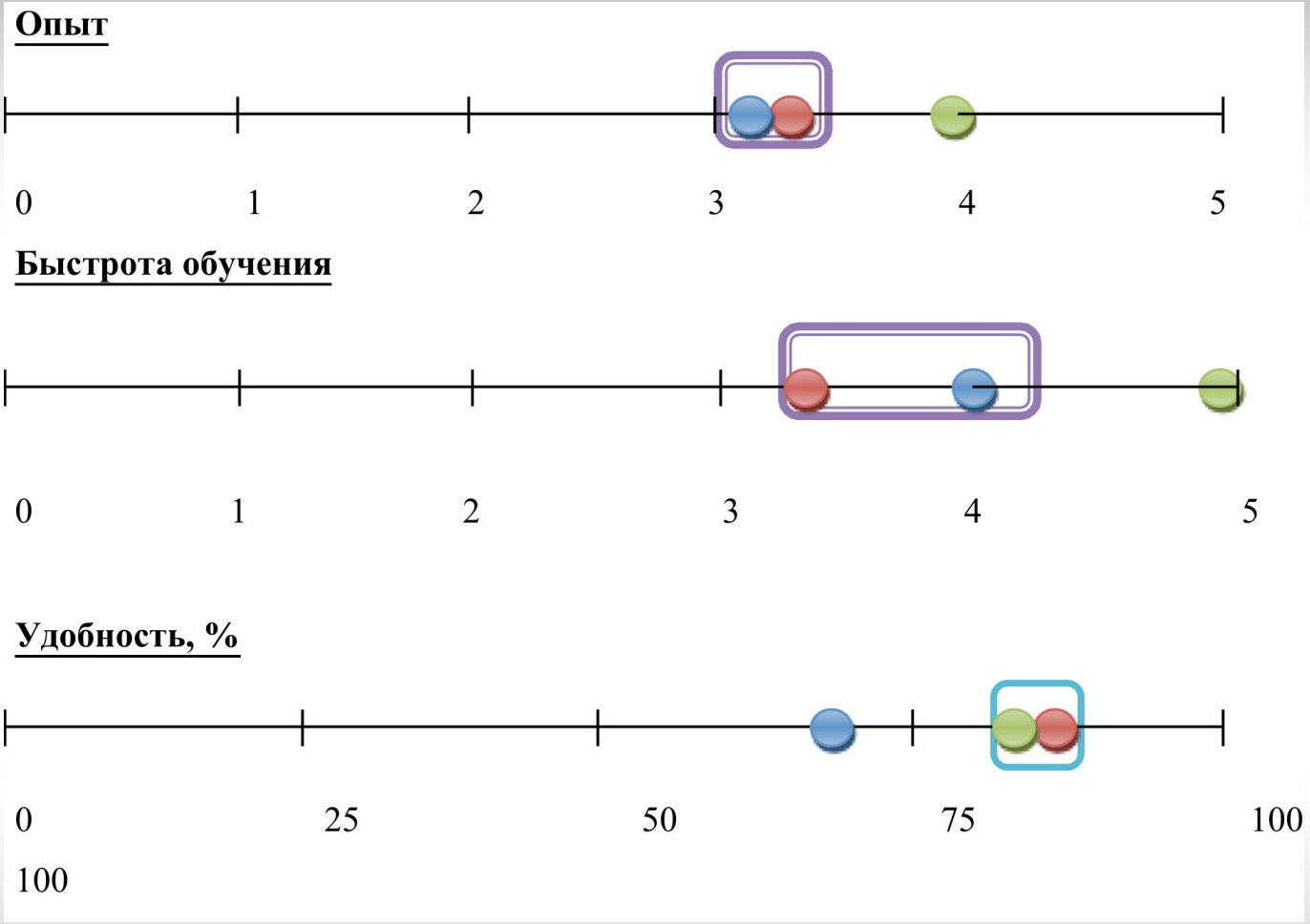
fppt.com

Выявление значимых шаблонов поведения



fppt.com

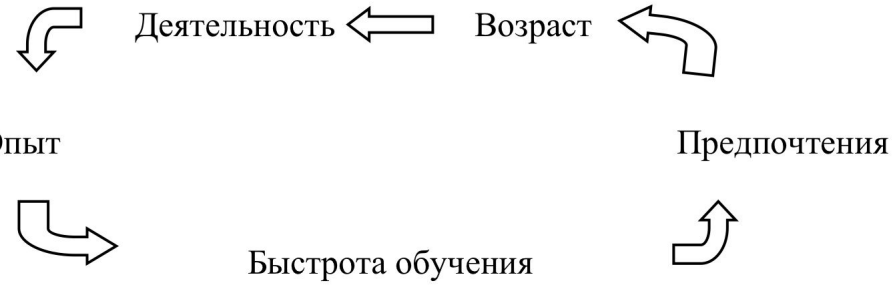
Выявление значимых шаблонов поведения



fppt.com

Выявление значимых шаблонов поведения

- первый значимый шаблон



- второй значимый шаблон

fppt.com

Синтез характеристики и соответствующей ей цели

- первый значимый шаблон

Арина Родионовна

Возраст – 41 год

Деятельность – работает 6 из 6 рабочих дней

Владение ПК - «на четыре с минусом»

Быстрота обучения – обучаема, но не быстро

Предпочтения - заинтересована в эффективном поиске

- второй значимый шаблон

Виктория Сергеевна

Навыки – «сенсей» в своем деле

В целом, довольна нынешним ПО, однако жаждет перемен и имеет ряд предпочтений

Предпочтения - заинтересована в удобном интерфейсе и эффективном поиске

fppt.com

Расширение описания атрибутов и поведения

1.Арина Родионовна. Рассказ о персонаже.
Утро Арины Родионовны начинает в 7 утра, не смотря на то, что на работу к 10. Она встает, готовит завтрак себе и своей семье, собирается на работу. Примерно с 8 утра начинает разрываться мобильный телефон – клиенты всю ночь не спали, готовили вопросы.
……..

2. Виктория Сергеевна.
Утро Виктории Сергеевны начинается в 7 утра со звонка Арине Родионовне, иногда еще в сонном состоянии. Она собирает себя на работу и остальных членов семьи кого куда.
Секунда в секунду она приходит на работу, открывает ноутбук и рабочий блокнот. Сообщает Арине Родионовне свои планы на день. Работая с базой квартир и звоня по номерам, сталкивается с хамством, возмущается, вспоминает смешную историю и доводит Арину Родионовну до истерики.
……

fppt.com

Назначение типов персонажам

Арина Родионовна – ключевой персонаж.

Виктория Сергеевна – второстепенный персонаж.

fppt.com