

Сегментация персонажей на основе эмпирических данных

Алексей Копылов

технический директор



UIDesignGroup
дизайн интерфейсов, юзабилити-консалтинг

Подходы к сегментации

Типы подходов:

- количественный
- качественный с количественным обоснованием
- качественный (эмпирический)

Основа эмпирической сегментации

Сегментацию можно проводить:

- по целям
- по ролям
- по задачам
- **по комплексным шкалам (поведение, привычки, навыки, цели)**

Проект: разговорник/словарь



+



=



Шаг 0: Проведение исследования

Проведение интервью, изучение литературы, конкурентных продуктов, фокус-групп и пр.

- Для понимания предметной области;
- Для понимания пользователей;
- Для определения их типичных задач;
- Для понимания пользователей;

Метод генерации смысла

Основной применяемый метод генерации смысла – мозговой штурм

Шаг 1: Генерация прото-персонажей

- Бэкпэкер (дикий турист)
- Культурный турист
- Командировочный
- Пенсионер
- Студент на подработке
- Местный житель
- ?

Шаг 2: Генерация шкал

- Частота путешествий в данную страну
- Знание локального языка
- Стремление к социальным контактам
- Длительность пребывания
- Максимально допустимый вес
- Необходимость громкого звука
- Наличие компаньона
- ?

Шаг 3: Расстановка по шкалам

Демонстрация

Шаг 4: Слияние и отбор

Демонстрация

Риски качественного подхода

Созданы лишние персонажи

+

Отсутствуют важные персонажи

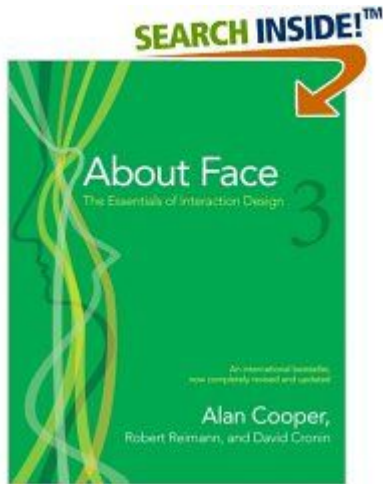
=

Ущербная концепция

Шаг 5 (опционально): Пост-интервью

Для снижения рисков рекомендуется провести интервью с новыми/ измененными экземплярами персонажей

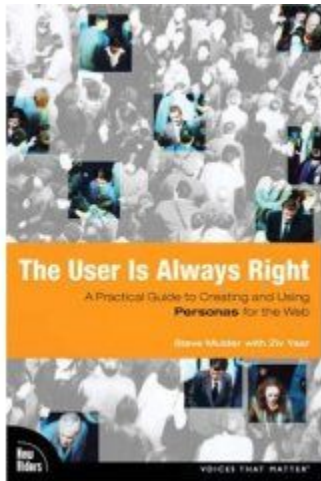
Литература



About Face 3

Alan Cooper

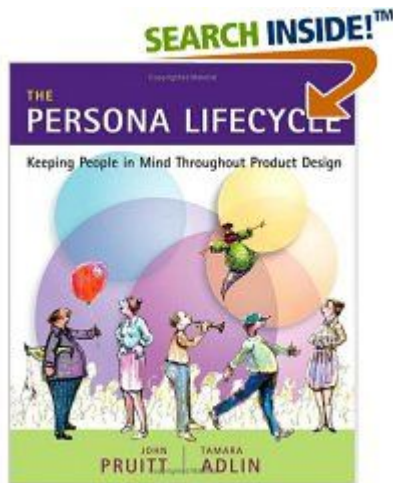
+ курс Алана Купера



The User Is Always Right

Steve Mulder and Ziv Yaar

Литература (продолжение)



Persona Lifecycle

John Pruitt, Tamara Adlin

Спасибо за внимание

UIDesign Group

<http://uidesign.ru>

mail@uidesign.ru



UIDesignGroup
дизайн интерфейсов, юзабилити-консалтинг