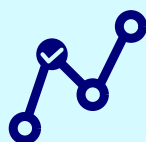


Design Toolkit

Mètodes

Experience map



Fets

-  **Durada**
Curta
-  **Dificultat**
Baixa
-  **Expertesa**
Bàsica
-  **Participants**
Pocs

Clasificació

Quantitatiu	✗
Qualitatiu	✓
Amb usuaris	✗
Expert	✓
Exploratori	✓
Síntesi	✗

Què és?

Un *experience map* representa visualment una experiència completa (des de l'inici fins al final). Descriu les etapes i els passos que un usuari porta a terme per assolir un objectiu, a més d'expressar què pensa i sent al llarg d'aquest recorregut. S'utilitza per entendre els pensaments, les emocions i el comportament d'un usuari genèric respecte d'una experiència global.

Es tracta d'un mètode aparentment similar al *user journey*. No obstant això, mentre que un *experience map* té com a focus l'experiència en conjunt, un *user journey* se centra en l'anàlisi o disseny de com es relaciona un perfil determinat d'usuari amb un servei o producte concret per resoldre un objectiu específic.

Material

Fulls de paper i material d'escriptura. També hi ha eines en línia per generar *user journeys* que, si s'adapten, es poden fer servir per crear *experience maps*, com ara <https://userjourneymapping.smaply.com> o <https://custellence.com/>.

També resulten útils les eines per dibuixar diagrames, com ara <https://uxpressia.com/> o <https://www.lucidchart.com>.

Quan?

És un mètode que es pot utilitzar per descriure el procés que segueix un usuari genèric per aconseguir un objectiu, tenint en compte tots els productes, sistemes i altres components implicats en l'experiència.

Se sol emprar durant la fase d'anàlisi. És una bona eina per establir les bases a partir de les quals després es construirà un *user journey*, ja que ofereix una anàlisi de l'escenari global en què es desenvoluparà una experiència.

Com?

L'*experience map* ha de reflectir les fases que normalment segueix un

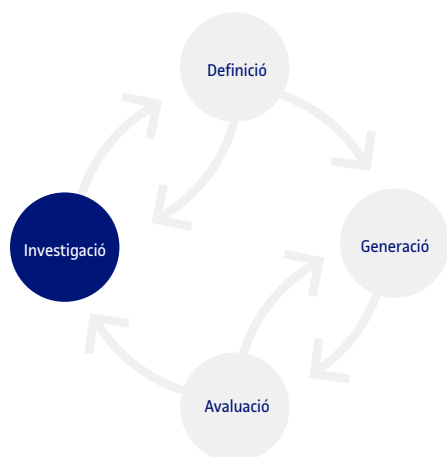
Generatiu



Avaluació



Etapa



usuari per assolir un objectiu, tenint en compte els components genèrics (productes, serveis, persones, etc.) que intervenen durant l'experiència. A més, cada fase inclou diferents accions.

Per exemple, si es fa un *experience map* del procés de compra setmanal d'una família, probablement les fases seran les següents:

1. Generació de la llista de compra
2. Desplaçament fins al mercat
3. Procés de compra al mercat
4. Desplaçament de tornada a casa
5. Emmagatzematge dels productes adquirits

Cada fase conté diverses accions. Per exemple, per a la fase «1. Generació de la llista de compra», les accions podrien ser:

1. Revisar la nevera.
2. Anotar els productes que hi falten.
3. Revisar el rebost.
4. Anotar els productes que hi falten.
5. Fer una llista final dels productes classificats per punts de venda.

Per a cada acció cal identificar què pensa l'usuari i quines emocions té.

La descripció detallada d'una experiència tenint en compte el que pensa i sent l'usuari en cada punt permet identificar oportunitats per a la innovació, la creació i la millora de productes o serveis.

Exemple

TRIMESTER	1ST	2ND	3RD
ANXIETY LEVELS + COMMON TESTS	Positive Pregnancy Tests Urine analysis Maternal Serum Chorionic Villus Sampling	Fetal Development and Gender Determination Fetal Heartbeat Monitoring Alpha-fetoprotein screening, hCG, estírol, inhibin Glucose Tolerance Tests	3D Ultrasound Fetal Non-Stress Tests
SHARING	Partner Close Friends/Family	Other Friends/Work	Obvious in Public
PLANNING	Name Generation	Maternity Leave Plans Nursery and Supplies Prep	Birthing Classes Baby Shower + Hospital Bag
PHYSICAL EXPERIENCE	Energy - - - - Weight - - - - Discomfort - - - -		

NNGROUP.COM NN/g

Experience map d'un embaràs (creat per NNGroup). Font: <https://media.nngroup.com/media/editor/2017/11/07/screenshot-2017-11-07-at-74057-am.png>

La figura anterior mostra un *experience map* de la vivència d'una dona durant un embaràs. Les columnes corresponen a les fases (cada fase és

un trimestre). A les files apareixen les accions que la usuària fa i el que sent en cada fase.

Avantatges

1. El desenvolupament de l'*experience map* implica una reflexió profunda que contribueix a crear un model mental consolidat.
2. Es pot utilitzar en un equip de treball, però també serveix per comunicar el que calgui a l'organització en conjunt per compartir la comprensió de l'usuari respecte d'una experiència.
3. L'*experience map* pot convertir-se en la base per a la presa de decisions a mesura que el projecte avança, en les etapes prèvies a la creació dels *user journeys*.

Inconvenients

1. Pot ser difícil mantenir una visió global, sense tenir en compte un perfil específic d'usuari ni uns productes o serveis identificables.
2. Requereix tenir en compte els objectius i el comportament d'un grup divers d'usuaris perquè l'escenari descrit sigui el més genèric possible.

Referències

Adaptive Path (2013). «Adaptive Path's Guide to Experience Mapping».

Gronier, G. (2016). «Experience Map. Créer le parcours utilisateur». <http://www.guillaume Gronier.com/2016-ihm-nancy/resources/ExperienceMap_v1.pdf>

Nielsen Norman Group (2017). «UX Mapping Methods Compared: A Cheat Sheet». <<https://www.nngroup.com/articles/ux-mapping-cheat-sheet/>>