

Design Toolkit

Mètodes

Persona



Fets

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

Clasificació

Quantitatiu	✘
Qualitatiu	✔
Amb usuaris	✘
Expert	✔
Exploratori	✘
Síntesi	✔

Què és?

Una *persona* o *user persona* és la descripció d'un usuari arquetípic que pot servir com a guia al llarg del procés de disseny.

Aquesta tècnica es va desenvolupar originàriament com una tècnica d'ajuda al disseny, proposada per Alan Cooper en la seva aproximació al desenvolupament de sistemes que tenen en compte l'usuari i denominada *goal-directed design*. Una persona es construeix amb precisió i rigor a partir de la informació quantitativa i qualitativa de la investigació amb usuaris: segmentació, perfil d'usuaris, observació, enquestes, entrevistes o dinàmiques de grup. Per tant, primer fa falta investigar els usuaris, analitzar les dades obtingudes, i, finalment, modelar els usuaris en personatges. Es considera, d'aquesta manera, que un *user persona* és un model d'usuari.

El terme original en anglès és *persona* i s'inspira en el mètode que utilitzen els actors per a desenvolupar un personatge per a fer una actuació més realista, d'acord amb el paper que han de representar. De la mateixa manera, s'utilitzen els usuaris *persona* perquè els dissenyadors i els desenvolupadors tinguin en compte els usuaris en les diferents etapes del procés de disseny i desenvolupament i, per tant, recorden per a qui es dissenya i ajuden a tenir en compte els usuaris en tot el procés de disseny i desenvolupament.

En el disseny centrat en l'usuari és clau conèixer els usuaris. Per aquest motiu es fa recerca per a recopilar informació sobre els usuaris, els patrons de comportament i per a cercar característiques clau. Però, què fem un cop arreplegada tota aquesta informació? Podem utilitzar un mètode com el *user persona* per a sintetitzar la informació extreta i construir diverses fitxes que descriguin els perfils generals dels usuaris.

Aquests perfils ens serveixen per a modelar patrons d'actuació dels usuaris, comportaments, actituds, aptituds, objectius, entorns de treball, eines que fan servir, reptes que han de superar, entre d'altres.

Materials

Necessaris:

Enquestes/formularis/notes amb informació sobre els

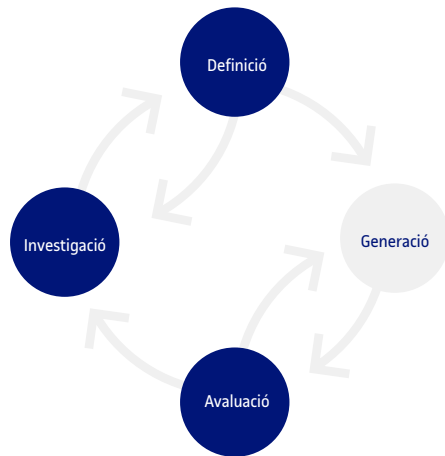
Generatiu



Avaluació



Etapa



usuaris/*stakeholders*.

Opcionals:

Si no tenim clars els camps del perfil genèric, va bé treballar amb fulls i notes adhesives per a definir-los. Si tenim clars els camps, aleshores plantilles buides per a definir els usuaris.

Fotos genèriques d'usuaris (dones i homes de diferents edats) per a caracteritzar les persones que creem.

Altres denominacions

Personatges, *persona*, *user persona* i *UX persona*. També hi ha una variació anomenada proto-persona o persona simple.

Quan?

En el disseny centrat en l'usuari és molt important conèixer l'usuari pel qual desenvolupem un producte o un servei. No obstant això, no podem definir el producte tenint en compte tots els usuaris als quals va dirigit, o acabarem dissenyant productes sense un objectiu concret o solucions incoherents. Podríem fer servir mètodes de recerca quantitativa però tendeixen a produir resultats deshumanitzats o massa abstractes. Per aquest motiu es recomana fer recerca sobre els mateixos usuaris i intentar definir i agrupar característiques per a crear perfils d'usuaris més reals.

És per això que aquest mètode requereix una recerca prèvia per tal de capturar els tipus d'usuaris, les seves motivacions i els entorns en què es treballa. Un cop tenim aquest primer pas podem preparar les fitxes de les persones durant la fase generativa i de síntesi de la informació.

Com?

Les fitxes de persones normalment no haurien de superar la pàgina o les dues pàgines de longitud. Ha de ser un recurs breu per a poder consultar-lo ràpidament durant les altres fases del procés de disseny.

A partir de la informació obtinguda per a analitzar els usuaris:

1. Identifiquem els atributs més destacables entre ells.
2. Determinem el nombre de fitxes de persones que volem incloure per tal de representar el rang d'atributs inclosos.
3. Fem un esborrany de les persones basant-nos en aquests primers atributs primaris. Recordeu sempre incloure aspectes bàsics com dades demogràfiques comportaments, motivacions, etc.
4. Finalitzem la persona. Creem una visualització de la persona que ocupi una pàgina.
5. Presentem les persones a altres membres de l'equip i les incloem

com a part del projecte.

6. Iterem si és necessari.

Sketch simple personas

user type or role

name and a quick sketch

some context

- who is Chuck?
- why would he use our solution?

about

- characteristics
- goals & pains
- activities

implications

- what's valuable to Chuck?
- how would what we believe about Chuck change the solution?

sketching the persona on flipchart paper

PATTON, J., ECONOMY, P. (2014). *User story mapping: discover the whole story, build the right product*. O'Reilly Media, Inc.

Avantatges

- Permet tenir sempre present les necessitats dels usuaris.
- Ens ajuden a guiar cada part del projecte, proveint una referència ràpida per a prendre decisions de disseny.
- Ens recorden constantment que gent real ha d'acabar fent servir el nostre producte o servei.

Inconvenients

- Les fitxes de les persones han de ser un document viu. Si després es fa recerca i es troben nous punts de vista o noves característiques s'ha d'actualitzar la informació perquè les persones ho reflecteixin. Aquest manteniment fa que les fitxes representin constantment el comportament de l'usuari i ens puguin descobrir noves oportunitats.

Referències

KALBACH, J. (2016). *Mapping experiences: A complete guide to creating value through journeys, blueprints, and diagrams*. O'Reilly Media, Inc.

PATTON, J.; ECONOMY, P. (2014). *User story mapping: discover the whole story, build the right product*. O'Reilly Media, Inc.

COOPER, A.; REIMANN, R.; CRONIN, D.; NOESSEL, C. (2014). *About face: the essentials of interaction design*. John Wiley & Sons.

BULEY, L. (2013). *The user experience team of one*. Rosenfeld Media.

HANINGTON, B.; MARTIN, B. (2012). *Universal methods of design: 100 ways to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions*. Rockport Publishers.

CADDICK, R.; CABLE, S. (2011). *Communicating the user experience: A practical guide for creating useful UX documentation*. John Wiley & Sons.

ADLIN, T.; PRUITT, J. (2010) *The Essential Persona Lifecycle: Your Guide to Building and Using Personas*. Burlington: Morgan Kaufmann.

COOPER, A. (2004). *The Inmates Are Running the Asylum: why High-Tech Products drive Us Crazy and How to Restore the Sanity*. Indianapolis / IN: Sams-Pearson Education.