

Personas

Oktober 2009

Lene Nielsen

ln@snitker.com

Snitker & Co. - brugervenlighed



Snitker & Co.
Bredgade 23A, 2
1260 Kbh K

Personas

Snitker & Co. har faciliteret personas for:

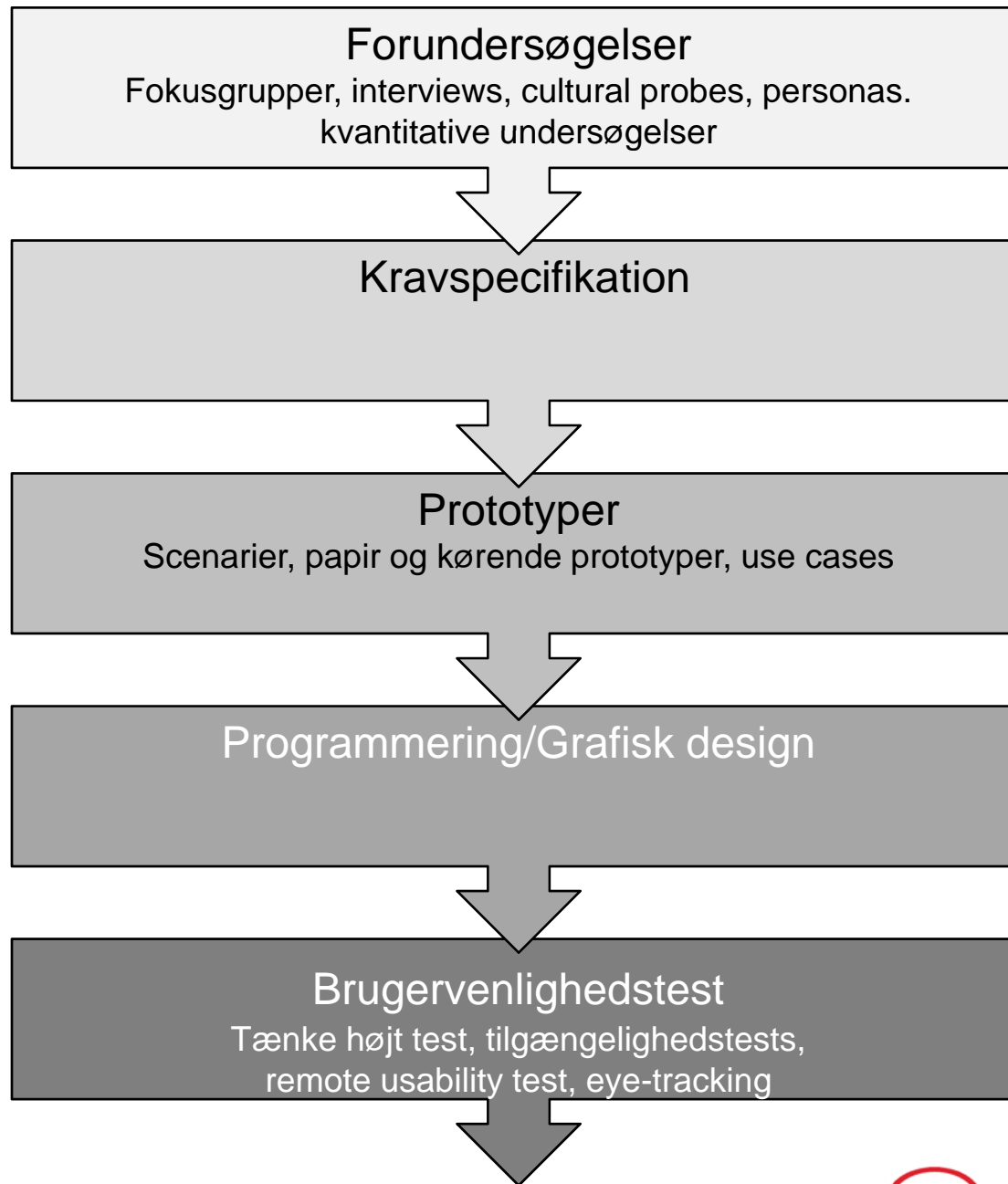
- Erhvervs og Selskabsstyrelsen-Virk.dk
- Navigon
- Vejdirektoratet
- Region Hovedstaden
- Telmore
- Arla Foods – forbrugere
- Arla Foods – kantiner
- Traceworks
- DSB - Intranet
- Abbott
- Danmarks statistik
- Personalestyrelsen
- Novo Nordisk
- DSB – HR portal
- Europeana
- Brdr Andersens møbelfabrik
- JBS

3 tilgange

The goal oriented persona (Alan Cooper)	The role based persona (Grudin, Pruitt, Adlin)	The engaging persona (Nielsen)
Målene er det, der adskiller personas	Personas er defineret ved deres roller	Fokusområdet bestemmer hvad der gør mennesker forskellige.
End goals (Most persona goals) Experience goals describe how the persona wants to feel when using a product Life goals are only occasionally useful in design.	The persona lifecycle: Phase 1: Planning your persona family Phase 2: Conception and gestation, Phase 3: Birth and maturation Phase 4: Adulthood Phase 5: Retirement and lifetime achievement	Personas metoden omfatter overordnet tre stadier: Personas Situationer Scenarier
Forholdet til data er præcist	Forholdet til data er akkurat	Forholdet til data er præcist

Personas - fra IT til produktinnovation

- IT system udvikling
- Markedsføring
- Produktudvikling



Personas giver:

- Kendskab til designområdet
- Indlevelse:

”Vi har altid udviklet nye produkter udefra og ind, fra hvad vi kan gøre med mælk. Det her er første gang at vi udvikler indefra og ud, fra hvad brugerne ønsker.”

Hvorfor personas?

- Vi konstruerer brugeren - undersøgelser viser at vi snakker om brugere selvom vi ikke har mødt nogle
- Den bruger vi snakker om er ofte en stereotyp



Hvilken musik lytter de til?
Hvilken hund har de?





Snitker & Co.
User Focused Innovation



Hvorfor personas?

- Fordi vi designer til mennesker der er anderledes end vi selv er.
- Når vi kan identificere os med brugerne, kan vi også træffe designbeslutninger for dem.



*Han skal
designe
til hende*



The screenshot shows a web browser window with a dark theme. At the top, there are three tabs: 'INTERNET BESØG HJEMMESIDER', 'E-MAIL SEND OG FÅ E-MAILS', and '7-KABALE LØS MED KORT'. Below the tabs is a search bar containing the text 'Klik og tast her...'. To the right of the search bar are four icons: a circular arrow for 'Opdater', a magnifying glass for 'Zoom 100%', a printer for 'Udskriv', and a star for 'Favoritter'. The main content area features a white box with the following text:

Klik med musen på det store **indtastningsfelt** her ovenover og indtast et søgeord eller en Internetadresse for at søge eller besøge en hjemmeside på Internettet.

Eller skift mellem internet, e-mail og 7-kabale ved at klikke med musen på **fanebladene** øverst oppe.

Husk at du altid kan få **hjælp** ved at klikke med musen på hjælpeknappen nede til højre.

Below the text is the 'LETNET' logo, which consists of three curved lines above the word 'LETNET'.

At the bottom of the browser window, there is a blue banner for 'dba.dk' with the text 'Brugt, køb og salg på dba.dk - Den Blå Avis på nettet'. To the right of the banner is a 'HJÆLP' button with a question mark icon. The time '10:48' is displayed in the bottom right corner.

Persona - en beskrivelse af en fiktiv bruger

Dorte, 53 år, arbejder som sekretær i sin mands VVS-firma i Hvidovre. Der er 5-6 svende og lærlinge i firmaet.

Baggrund

Dorte blev kontoruddannet som helt ung i bogholderiet i Magasin du Nord i København. Hun blev som 21-årig gift med Jan, der netop havde fået

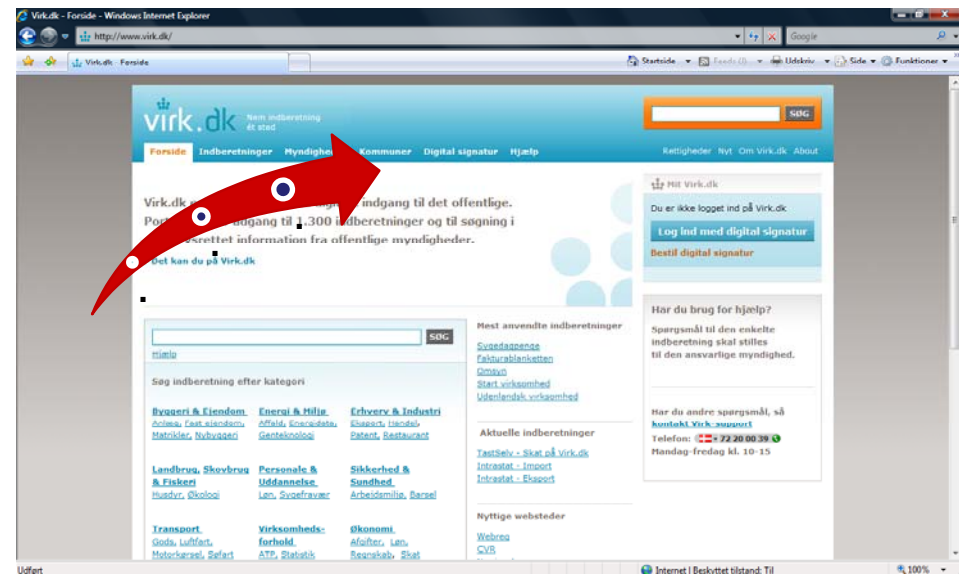
sit svendebrev. De har to voksne sønner, som ikke længere bor hjemme i den kombinerede villa og værksted/kontor i Hvidovre. De holder stadig af mors mad og kommer tit på besøg.

Dorte kan godt lide at følge med i moden. Hun går tit til frisøren, elsker pangfarver og smarte sko. Når hun læser Femina kigger hun efter små fif, som hun ændrer og gør til sin egen stil.



Hvad skal man bruge personas til?

En persona skal bruges til at designteamet kan forestille sig, hvordan et nyt system kan bruges og hvilken kontekst som det skal bruges i.



Personas understøtter

Kommunikation: Fælles forståelse af brugerne.



Læge



Projektleder



Marketing



Webmaster

Personas understøtter

- **Argumentation:** Designbeslutninger tager ikke udgangspunkt i "det vil jeg have" men i "det vil brugeren have".
- **Hukommelse:** Vi husker persona vha. billeder og beskrivelser.



Kategorisering

At arbejde med personas er: at se på brugerne på en ny måde, hvor "fokusområdet" er i centrum.

Det er ikke

- at segmentere
- at arbejde med målgrupper
- at dele op i arbejdsroller



At bruge personas

- Gennem indlevelse kan udviklere forestille sig brugerens behov og adfærd.
- Beskrivelserne af personas skal være så levende at designere/udviklerne kan engagere sig i de forskellige personas.
- For at kunne engagere os, har vi brug for informationer der kan skabe engagement.

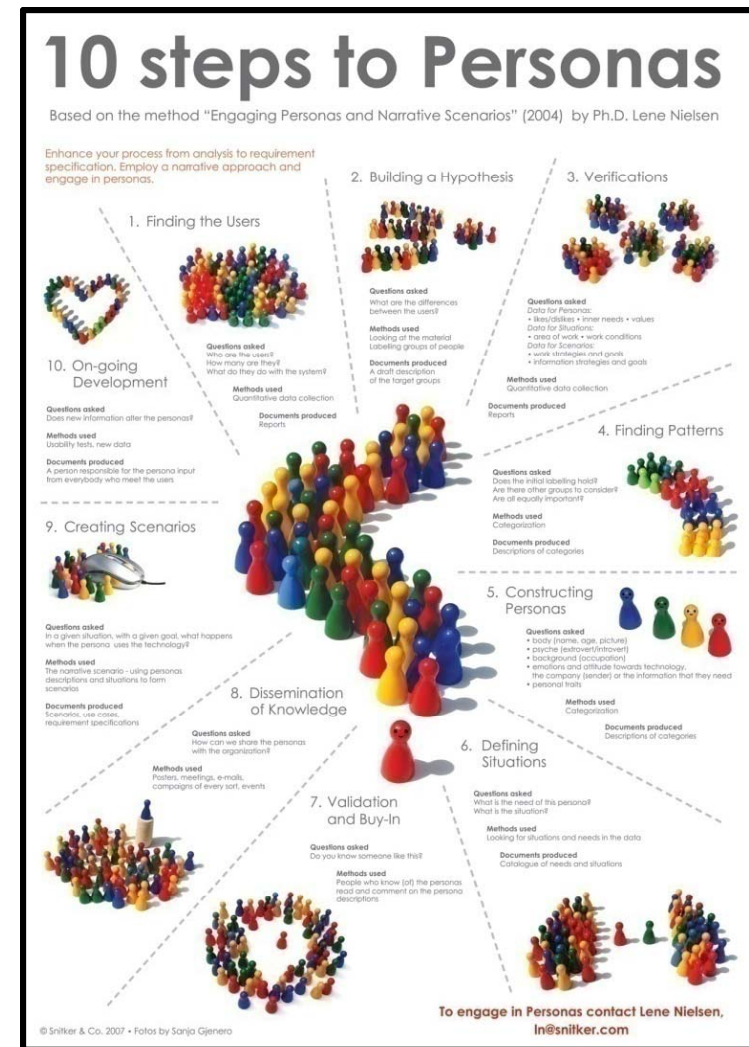
Scenariet

En persona er intet i sig selv.

- I scenariet beskrives forestillinger om brug
- I scenariet undersøges, hvordan konteksten påvirker brug

10 skridt mod personas

1. Find brugerne.
2. Dannelse af en hypotese.
3. Verifikation.
4. Mønster udformning.
5. Definition og konstruktion af personas.
6. Dannelse af eksempler på situationer.
7. Validering og buy-in fra organisationen.
8. Spredning af viden.
9. Scenarier.
10. Fortsat udvikling og brug.



4 processer

- Dataindsamling
- Personasbeskrivelse
- Scenarier
- Accept i organisationen

Arla kantineprojekt 60 dage



Andres erfaringer

- Ringede til eksperter
- Fandt rapporter på nettet



Dataindsamling

- Interviews i kantiner
- Innovation – optaget på video



Analyse – data opdelt i temaer

- Hvordan er brugerne forskellige
- Temaer Spillekort med temaer
- Dokumentarfilm opdelt i temaer



Personas

- To personasbeskrivelser

Arla
kantineprojekt
60 dage

2-dages innovationworkshops, fokus på nuværende og fremtidige trends

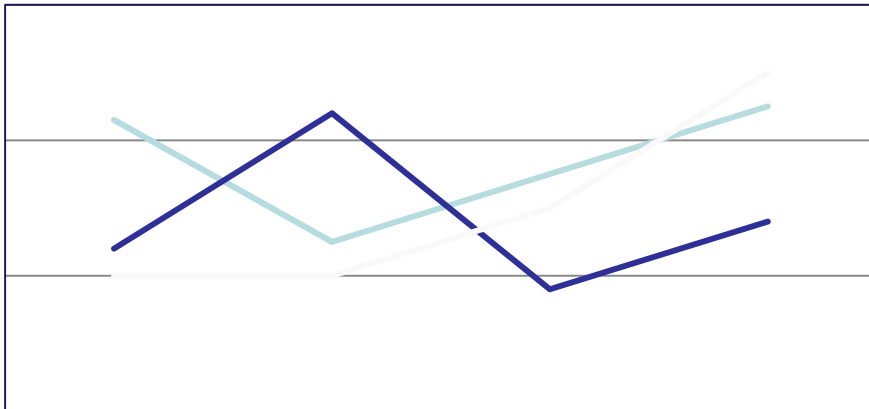
- Video, personas, scenarier –
- Udgangspunkt for idegenerering
- Mange ideer

Produkt evaluering

- På stedet med kantinelederne

Trin 1: Data

- At skabe personas kræver kendskab til målgruppen.
- Dette kan man få både gennem kvantitative og kvalitative data.



Observationer af brugere

Vi så på:

- Arbejdsområde.
- Arbejds måde.
- Holdning til IT og det pågældende system.
- Personlighed.
- Repræsentation af en type.

Trin 3 + 4: Mønster udformning og verifikation

Virk.dk

Målgruppe: Ansatte der indberetter til det offentlige.

4 grupperinger:

- De der har fokus på indberetning.
- De der ikke har fokus på indberetning.
- De der indberetter for sig selv.
- De der indberetter for andre.



Trin 5: Definition & konstruktion af personas

En personas beskrivelse bør indeholde:

- Et kropsligt udtryk
- En psyke
- En baggrund
- Nuværende følelser
- To eller flere karaktertræk i opposition



Karen Gross

Occupation: Web Master

Age: 28

Technology: Early Majority

Quote: *Stanley I need this today please?*

Karen owns the content on the site. And when she says *owns*, she means it. She's a perfectionist, always immaculately dressed, and she takes pride in making sure no typos, no incorrect information, and no bugs or other glitches ever find their way into her pages. When they do, she rallies the troops to get them fixed immediately. Karen has managed web content for about 3 years, but joined Joe's Photo about four months ago. She is a workaholic and a micro-manager that likes to keep a close eye on the status of all portions of the site and in production.

Karen has previously worked in Corporate Communications and pays close attention to the image that the Web site presents. She doesn't do any programming, but knows HTML and has dabbled a little in graphic design for the fun of it. She is very specific in what she wants, and she works closely with the template designer. Karen enjoys knowing the site looks and works perfectly. She is always looking for ways to improve it and wants immediate notification when things need changing.

She always takes time to workout every evening, her favorite are the spinning classes on Thursday nights. She lives in an apartment in Soho with her cat and her boyfriend, whom she's been seeing for a year now.

Kvindeligt kontrollerende astmatiker med barn



Helle er 35 år. Gift med Peter og har et barn på 1½
Helle bor i et rækkehus med væg-til-væg tæpper i stuen
og lamineret køkken.

Helle arbejder for skattemyndighederne (...) Hendes
arbejde reflekterer hendes holdning til livet der er
unuanceret, dette kan også ses i hendes privatliv. Hun
kan godt være irriterende, holder sig for sig selv og har få
veninder. (...)

Helle har mørkt hår, hun er lettere overvægtig og klæder
sig ikke efter den sidste mode. Helle er romantisk anlagt,
men har temperament især når det gælder familien.



Dorte, 53 år, arbejder som sekretær i sin mands vvs-firma i Hvidovre. Der er 5-6 svende og lærlinge i firmaet.

Baggrund

Dorte blev kontoruddannet som helt ung i bogholderiet i Magasin du Nord i København. Hun blev som 21-årig gift med Jan, der netop havde fået sit svendebrev. De har to voksne sønner, som ikke længere bor hjemme i den kombinerede villa og værksted/kontor i Hvidovre. De holder stadig af mors mad og kommer tit på besøg.

Dorte kan godt lide at følge med i moden. Hun går tit til frisøren, elsker pangfarver og smarte sko. Når hun læser Femina kigger hun efter små fif, som hun ændrer og gør til sin egen stil.



Hun er altid smart og holder sig godt. Dorte er bidt af rejser til fjerne lande, senest rejsen til Vietnam i sommer. Før de tog af sted brugte hun tid på at læse om landet og så også filmen Indochine med Catherine Deneuve. Dorte har evige diskussioner om ferier med Jan, som hellere vil til Rhodos med de faste vennepar, men det er Dorthe, der i sidste ende bestemmer ferien.

På en almindelig dag, ryger der nok lidt for mange kopper kaffe ned og når der er pres på telefonen, og hun ikke kan få fat i svendene, så ryger hun også lidt for meget.

Dorte indbetaler til efterløn, og hun ser frem til den dag hun ikke skal være "mor" for andre længere, men kan bruge mere tid på at rejse.



Computerbrug

Indberetning

Fremtidsmål

Arbejdsdagen

- Fagligt er hun ikke involveret i VVS, men kender alle fagudtryk.
- Hun "ordner ting" – Hun vil ikke have de andre (manden og svendene) roder i kælderens. Det er jo hende, der skal sidde hele dagen og glo på det. "Ryd op! – Jeres mor arbejder her ikke!".
- Hun tager fat og kan have mange bolde i luften.
- Hun holder skansen – men får ikke den store faglige anerkendelse i virksomheden fra chefen/manden.
- Svarer telefonen, posten, varelevering (herunder faktura og følgebrev) og e-mail
- Fører regnskab/ lettere bogholderi og udskriver fakturaer
- Laver kaffe
- Lejlighedsvis kontakt med revisor
- Fakturering af kunder
- Afsender/leverer post dagligt
- Udsender rykkere
- Har kunde kontakt (herunder damage control)
- Går også lige tur med hunden

Trin 6: Situationer

Hvad er starten på scenariet?

- En situation starter scenariet?
- Et behov udløser en situation der starter scenariet?

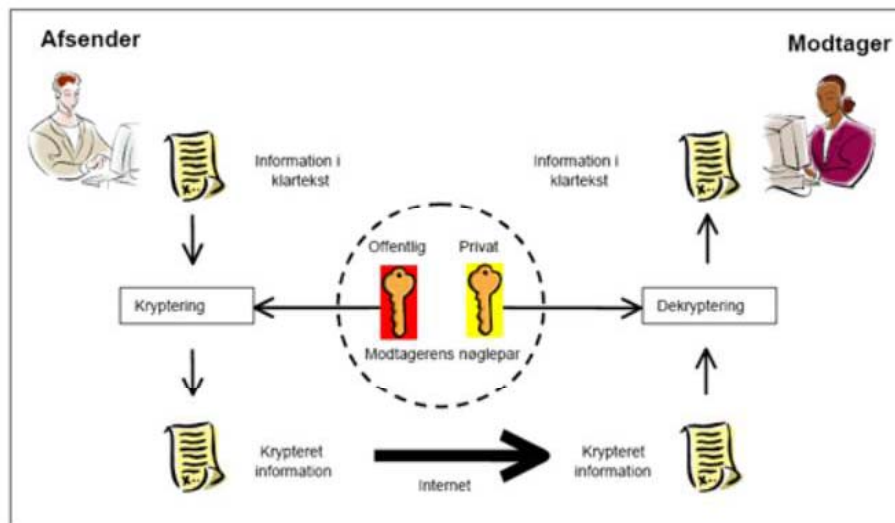
Situationer for Helle

- Helles besøg hos lægen.
- Helle taster ind første gang.
- Hendes datter er syg.
- Helle har brugt systemet i lang tid.



En situation for Dorte

Dorte har endelig fået Digital Signatur, hun har lidt tid inden frokost og nu vil hun gerne indberette elevrefusion for lærlingen. Hun åbner browseren og taster Virk.dk....



Trin 7 + 8

Inddrag organisationen

Trin 7: Validering og buy-in fra organisationen.

Trin 8: Spredning af viden i organisationen.

- Hvis organisationen ikke accepterer metoden, så bliver personas ikke brugt!
- Hvis organisationen ikke er med, så bliver personas ikke brugt!

Trin 9: Scenarier

- Er et kreativt værktøj til at udforske design ideer.
- Er et redskab til at understøtte kommunikation mellem team-medlemmer.
- Har struktur som en fortælling, der udvikler sig omkring en hovedperson.

http://www.cooper.com/journal/2009/02/commuter_buddy.html



Scenariet

- Udforsker design ideer
- Beskriver et forløb samlet omkring en begivenhed eller situation
- Struktur som en simpel fortælling: hovedperson, mål, bipersoner, plot, forhindringer.

Forskellige slags scenarier

- Problem scenarier – beskriver de nuværende problemer
- Ide generering scenarier – undersøger hvordan brugernes behov kan dækkes
- Interaktions scenarier – beskriver specifik interaktion og handlingsgange
- Test scenarier – tester design ideer, use cases mm.

Scenariet indeholder

- Begyndelse:** En præsentation af brugeren og stedet hvor brugen foregår samt det mål som brugeren har med at bruge systemet.
- Midte:** Målet driver fortællingen frem og igennem plottet beskrives brugen. Hvert valg brugeren foretager og den motivation der er bag valget beskrives.
- Slutning:** Beskriver slutresultatet – Når brugeren sit mål eller lykkes det aldrig.
- Forhindringer:** Forhindringer skal udforskes. Mange skriver lykkelige scenarier. Udfordringer udforskes ikke og scenarierne virker utroværdige.



Scenariet for Helle

Det er mandag eftermiddag og Helle er på vej hjem fra arbejde. Hun henter sin datter fra vuggestuen på vejen hjem. Hun er sur over at datteren ikke sov til middag. Hjemme lægger hun datteren til at sove i barnevognen, starter vaskemaskinen og vasker op fra aftenen før, hvor hendes forældre var til kaffe.

Klokken bliver 8 inden hun og Peter sidder foran tv'et. Hun skulle lægge vasketøj på plads, men hun har brug for lige at trække vejret. Hendes mobil ringer med en SMS tone, det er en meddelelse fra lægen: "Husk at indtaste dine astma værdier, hilsen Gitte" (....)



Scenariet for Dorthe

(...) Dorthe og søn har spist og sidder nu ved maskinen og skal indberette. De går på Virk.dk og ser forsiden. Dorthe prøver at overskue den. Det er nyt og dermed lidt uoverskueligt, men hun synes i hvert tilfælde den ser flot ud i de farver.

Hun kigger på sønnen – hvad gør vi nu? Han siger; ”hvad tror du selv – vi har jo installeret din signatur”. ”Jo”, siger Dorthe, ”vi må jo finde indberetningen, men hvor”? ”Jo, se, her midt på siden er der et søgefelt – måske vi kan søge efter den?”. Lad os prøve siger sønnen. Dorthe skriver ”Elevrefusion” i søgefeltet og sætter funktionen i gang.

Der kommer et nyt skærmbillede frem, med en kort liste over ”hits”. Øverst er et link til blanketten – Dorthe kan genkende at linket er til blanketten, fordi titlen på linket er den samme som på den papirblanket hun tidligere brugte.

Dorthe smiler til sin søn – det gik jo nemt. Dorthe klikker på linket, men i stedet for at komme til blanketten, kommer hun til en side der siger ”for at bruge blanketten til at indberette, skal du være logget ind på Virk – klik her for at logge ind”. Dorthe ser på sønnen – skal vi det? Han nikker og Dorthe klikker på linket. (...)

Trin 10: Fortsat udvikling

Tests og log-fil analyser kan give ny viden om brugerne

Fordele og ulemper ved personas

- Metoderne udvikler designet ud fra brugernes synspunkt.
- Metoderne giver mulighed for at leve sig ind i brugerne, uden at disse er tilstede.

- Hvis der ikke laves brugerundersøgelser kan fordomme afgøre designet.
- Det er svært at håndtere mange personas.

Fordele ved scenarier

- Understøtter ide generering og kan medvirke til at forkaste design ideer.
- Understøtter specifik viden og refleksion.
- De er lette at lave om og kan skrives med mange formål og på mange niveauer.
- Understøtter kommunikation og gør det muligt at dele viden mellem alle parter i et design-team samt mellem brugere og designere.
- Fra scenariet kan eksempler på problemer kategoriseres og gøres abstrakte og på den måde opsamles design viden.

Ulemper ved scenarier

- Scenarier kan skabe en falsk tryghed om at alle aspekter er dækket gennem et lille udvalg af scenarier. På den måde kan de også komme til at understøtte holdninger, der ikke er dækning for.
- Da scenarier er detaljerede kan diskussionerne komme til at dreje sig om detaljer og overse de overordnede mål.
- Metoden mangler en klar definition af hvem brugeren er og hvordan brugeren udtrykkes i scenariet.
- Sammenhæng mellem data og scenarie kan være svært at bevare.

Personas litteratur

www.Personas.dk

Cooper, A. (1999). *The Inmates Are Running the Asylum*. SAMS.

Cooper, A. (2007). *About Face 3.0: The Essentials of Interaction Design*. Wiley.

Cooper, A. (2003). *The Origin of Personas*.

http://www.cooper.com/content/insight/newsletters/2003_08/origin_of_personas.asp

Nielsen, L. (2004). *Engaging Personas and Narrative Scenarios* (Vol. 17, PhD Series). Samfundslitteratur.

Nielsen, L. (2004). *Engaging Personas and Narrative Scenarios*,

<http://ep.lib.cbs.dk/paper/ISBN/x656444362>

Pruitt, J., & Adlin, T. (2006). *The Persona Lifecycle : Keeping People in Mind Throughout Product Design*. Morgan Kaufmann.

Pruitt, J., & Grudin, J. (2003). *Personas: Practice and Theory*.

<http://www.research.microsoft.com/research/coet/Grudin/Personas/Pruitt-Grudin.doc>

Mulder & Yaar (2007). *The User Is Always Right*. Voices That Matters

Scenarie litteratur

- Blythe, M. (2004). Pastiche Scenarios. *Interactions* (Sept.+Oct.), 51-53.
- Bødker, S. (2000). Scenarios in User-Centered Design - setting the stage for reflection and action. *Interacting with Computers*, 13, 61-75.
- Carroll, J. M. (2000). *Making Use - scenario-based design of human-computer interactions*. The MIT Press.
- Clausen, H. (1993). Narratives as tools for the system designer. *Design Studies*, 14(3), 283-298.
- Clausen, H. (2000). *Informationsteknologiens menneskelige grundlag*. Teknisk Forlag.
- Heijden, K. (1996). *Scenarios - The Art of Strategic Conversation*. John Wiley and Sons.
- Nielsen, L. (2002). *From User to Character - an investigation into user-descriptions in scenarios*. Paper presented at the DIS2002 - Design of Interactive Systems.