

Μεθοδολογία για τη Συλλογή Πληροφορίας στον Σχεδιασμό

Άσκηση:

Έστω ότι θέλετε να μάθετε τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην εργασία τους οι διανομείς φαγητού (delivery) στην Ελλάδα. Με ποιους τρόπους θα το μαθαίνατε?

Οι 2 παράγοντες που καθορίζουν τη μέθοδο συλλογής πληροφορίας που θα ακολουθήσουμε:

- **Αξιοπιστία**

Με ποιον τρόπο θα πάρω την πιο αξιόπιστη πληροφορία για αυτό που θέλω να μάθω

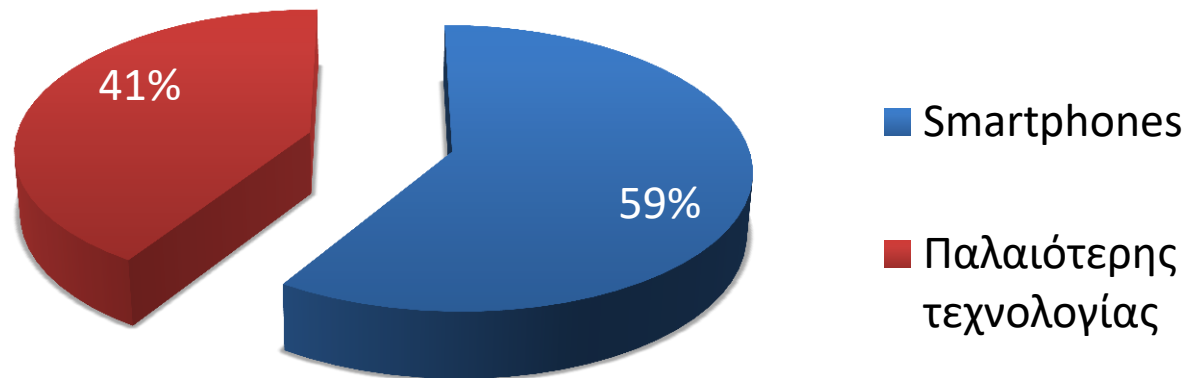
- **Κόστος (Συλλογής / Αποδελτίωσης)**

Τι κόστος (χρονικό, οικονομικό κλπ) θα έχει ο τρόπος που θα επιλέξω

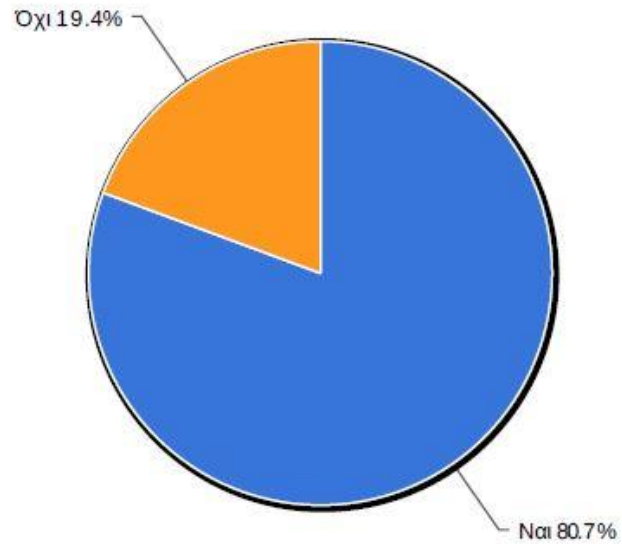
Smartphones...

Πληροφορίες που συλλέξαμε

- Χρησιμοποιείτε κινητό παλαιότερης ή νέας τεχνολογίας (smartphones);



9. Έχετε στην κατοχή σας smartphone;

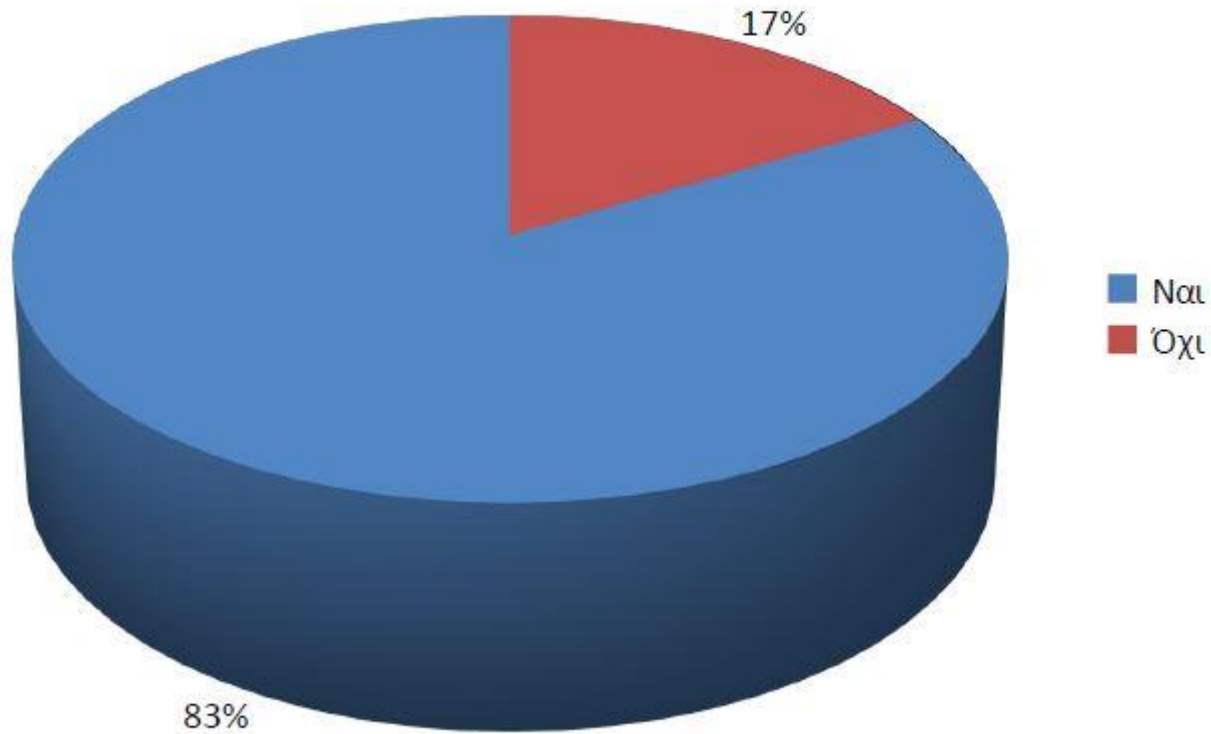


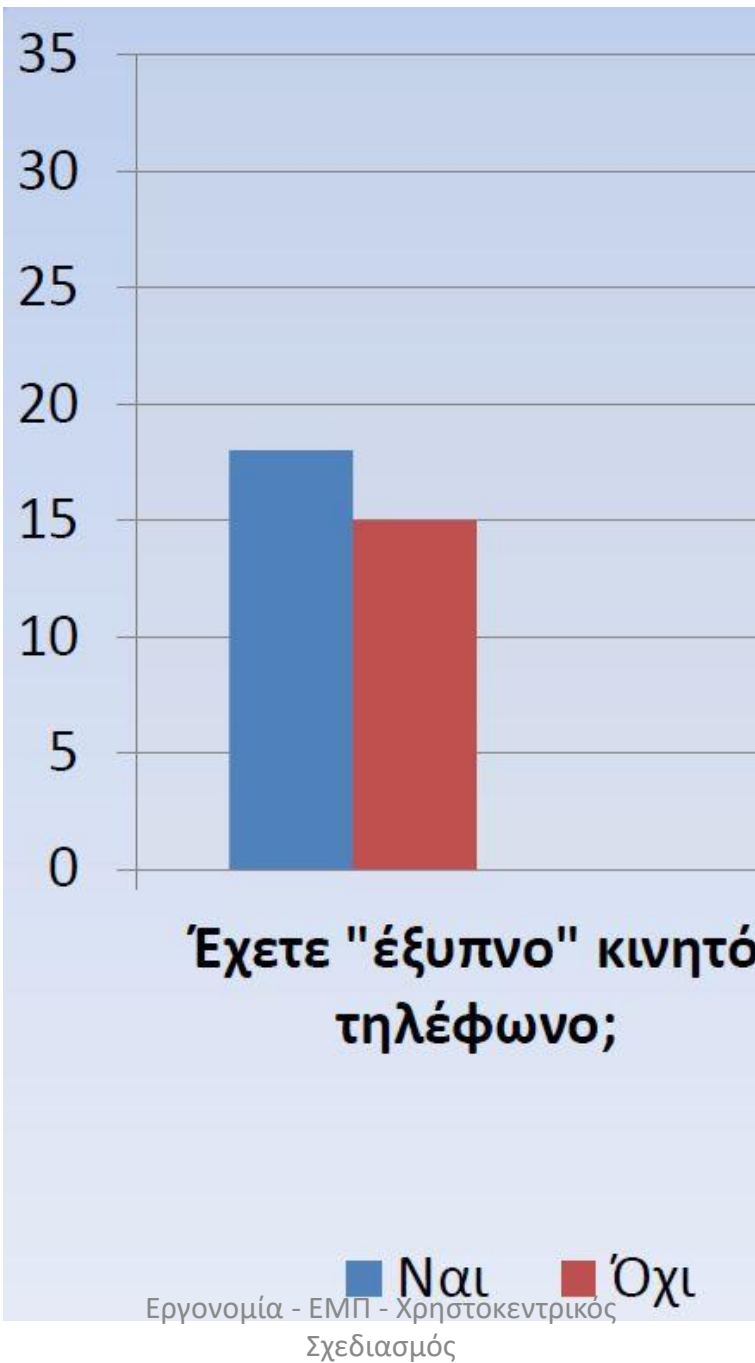
9. Έχετε στην κατοχή σας smartphone;

Value	Count	Percent %
Ναι	25	80.7%
Όχι	6	19.4%

Statistics	
Total Responses	31

3) Διαθέτετε κινητό, το οποίο υποστηρίζει εφαρμογές (applications);





Παρουσίαση Πληροφοριών

Ερωτηματολόγιο

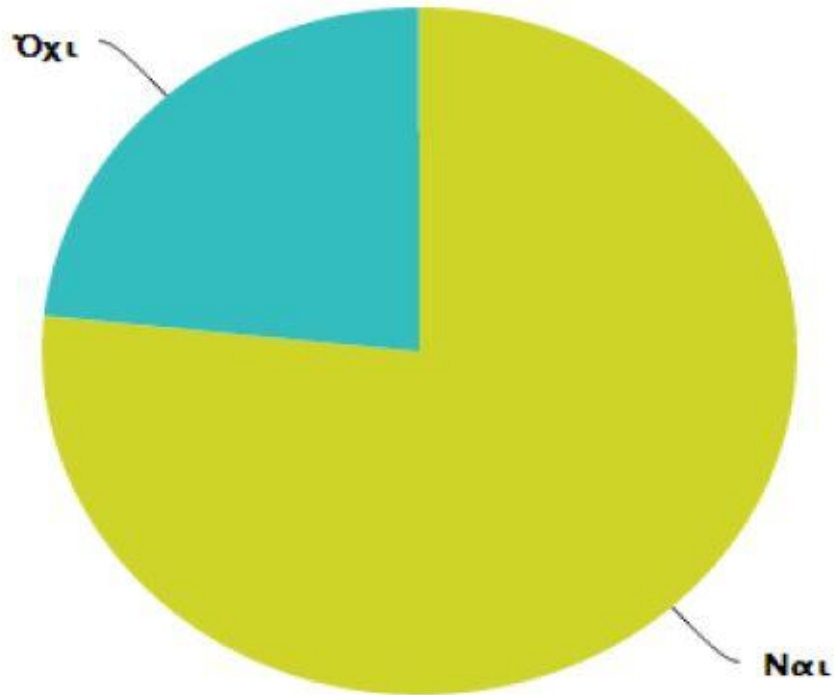
- Έχετε smartphone ή tablet;

Ναι 54,55%

Όχι 45,45%

Διαθέτετε smartphone με GPS;

Answered: 30 Skipped: 1



Answer Choices	Responses
Ναι	76.67% 23
Όχι	23.33% 7
Total	30



Price: €675

Add to Cart >

Buy Now >

Pay by Invoice >

About this Report

Table of Contents

Segmentation

Statistics Included

Methodology

EXECUTIVE SUMMARY**TRENDS**

- Despite the ongoing negative effects of the economic recession, increasing numbers of Greek consumers are choosing a smartphone when it comes time to purchase a new mobile phone. Thus, smartphones continued to post positive growth figures during 2012 and 2013, placing the category in stark contrast to the majority of other consumer electronics categories, which have witnessed significant losses in recent years. At the same time, sales of feature phones are constantly declining as the focus of consumers and manufacturers alike is very much on new developments in smartphones. 2013 was the first year during which volume sales of smartphones outnumbered volume sales of feature phones in Greece.

COMPETITIVE LANDSCAPE

- Nokia maintained its lead in mobile phones in Greece in 2012 with a 35% volume share. The company has a strong presence in both feature phones, a category it led in 2012 with a 50% volume share, and smartphones, where it placed second in 2012 with a 20% volume share. However, Nokia suffered a decline of three percentage points in its volume share in mobile phones in 2012 and it is expected that the company's volume share in mobile will continue declining during the forecast period. Although Nokia is expected to be able to maintain its leadership in the declining category of feature phones, it is set to face very high levels of competition from its rivals in the much more dynamic category of smartphones.

PROSPECTS

- Mobile phones in Greece is expected to increase in volume and constant value by 2% over the course of the entire forecast period as the anticipated increase in sales of smartphones will be offset by declining sales of feature phones. Moreover, the frequency with which Greek people replace their old mobile phones is expected to be lower during the forecast period. Trade sources have stated their belief that, compared with the pre-financial crisis era when Greeks replaced their phones every six months, the replacement cycle for mobile phones will soon increase to a minimum of eight months, with 12 months more likely. However, the majority of Greek consumers will replace their mobile phone.

<http://www.euromonitor.com/mobile-phones-in-greece/report>

31 Μαρτίου 2013
Τα στοιχεία της Canalys φανερώνουν αύξηση πωλήσεων smartphone κατά 12.6% σε σχέση με το 2011, ένας αριθμός που μεταφράζεται σε 1.6 εκ. τεμάχια. Αντίστοιχα η εταιρεία Gfk η οποία μετρά τις πωλήσεις συσκευών από καταστήματα (sell out), αναφέρει ότι το 2012 διετέθησαν 1,462 εκατ. smartphones έναντι 1,210 εκατ. το 2011, μια εντυπωσιακή αύξηση 20,8%.

<http://www.xanthipress.gr/ekploxis-sti-agora-smartphone-sti-ellada-gia-to-2012/>



RETAIL SALES TRACKING AND RETAIL ANALYTICS

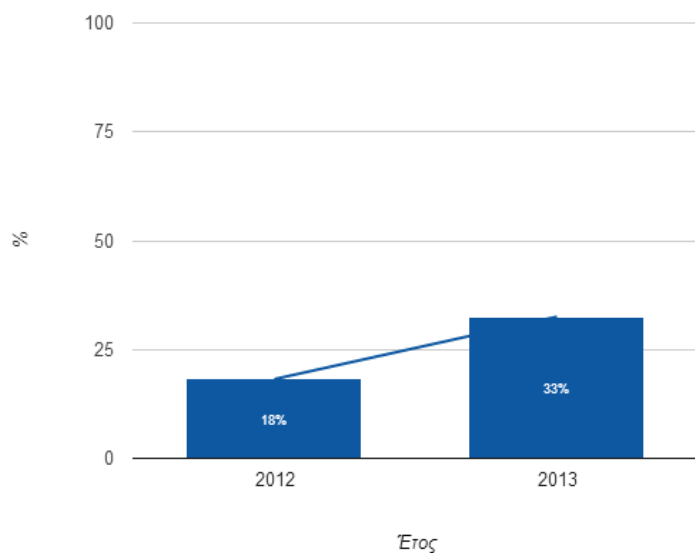
Weekly and monthly insights into what products are selling, in what distributions channels, at what rate and what price. Analyze your market share and positioning and benchmark yourself against your competitors. Our retail analytics solutions provide analysis beyond market shares to help optimize your 4P's.

MARKET TRENDS AND FORECASTING

We bring together the full picture of market trends and innovations, shoppers' personal values and buying behavior and retail sales data. With this comprehensive insight, we identify opportunities that show most potential for your brand and products, with accurate forecasts on global spend and demand.

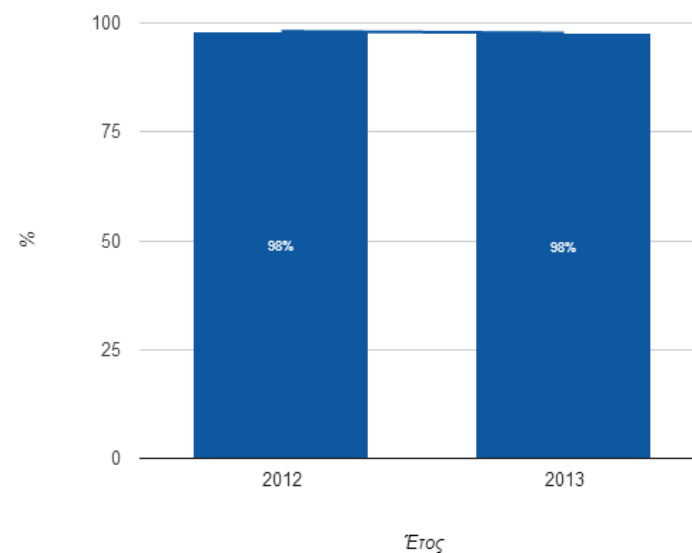
<http://www.gfk.com/gr/en/Industries/technology/telecommunication/Pages/more-about-telecommunication.aspx#markettrendsandforecasting>

Διείσδυση (smartphone)



Βάση: Συνολικός πληθυσμός

Χαρακτηριστικά και λειτουργίες έξυπνου κινητού (smartphone)



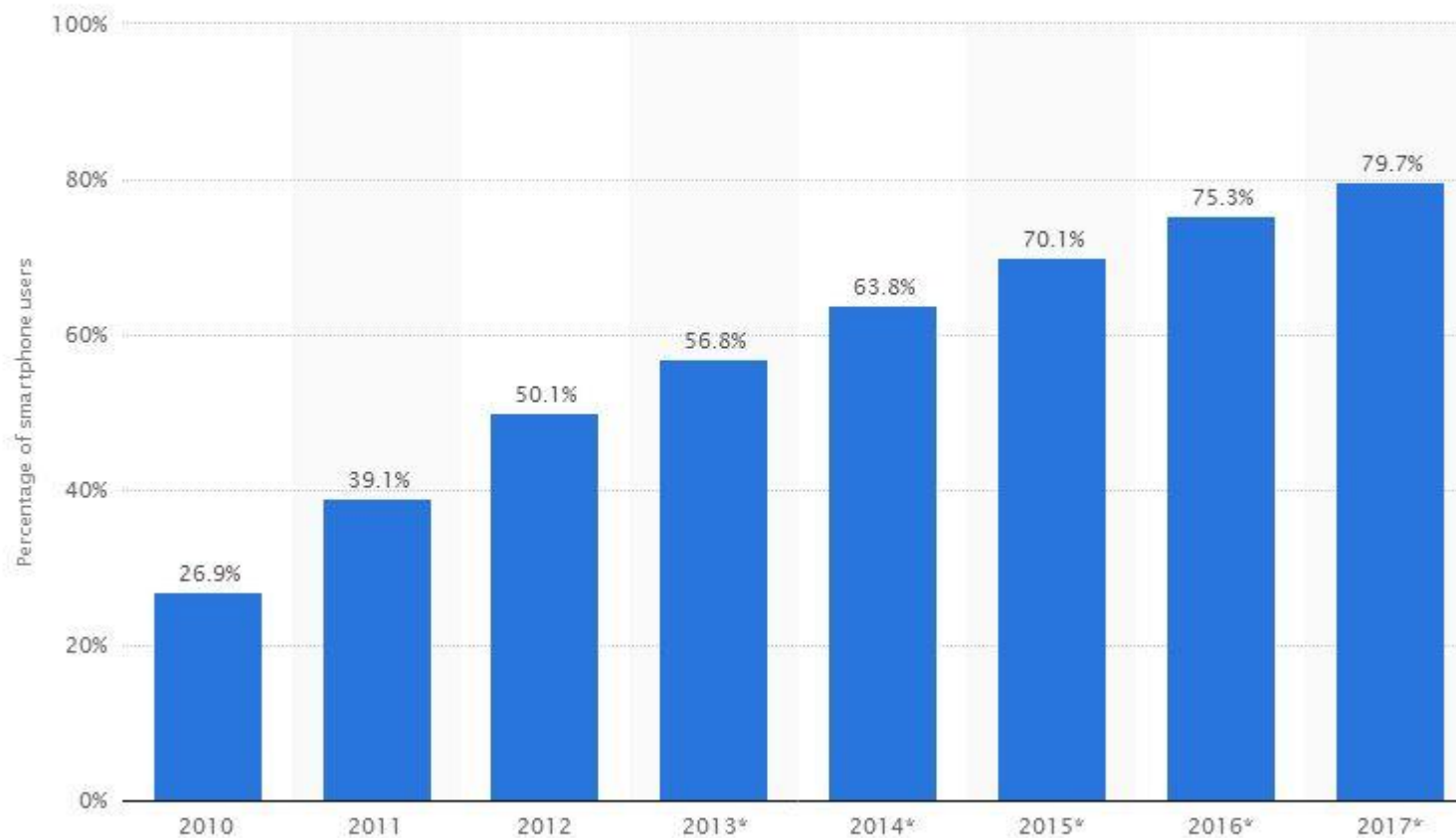
Βάση: Κάτοχοι smartphone

■ διείσδυση

■ Δυνατότητα λήψης και εγκατάστασης εφαρμογών

<http://www.thinkwithgoogle.com/mobileplanet/el/>

Smartphone users as percentage of all mobile users in the U.S. from 2010 to 2017



<http://www.statista.com/topics/840/smartphones/>

Αυτή η μελέτη, η οποία αποτελεί παγκόσμια προσπάθεια, ανατέθηκε από την Google και διεξήχθη από τις ανεξάρτητες εταιρείες ερευνών τρίτου μέρους Ipsos MediaCT και TNS Intratest, με στόχο την απόκτηση πληροφοριών σχετικά με την καθιέρωση και τη χρήση των smartphone από τους καταναλωτές. Αυτή η έρευνα παρουσιάζει αναλυτικά τη χρήση της αναζήτησης, του βίντεο, της κοινωνικής συμπεριφοράς και της συμπεριφοράς κατά τη χρήση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, καθώς και έρευνες σχετικές με τα κινητά και τις προθέσεις αγοράς. Η έρευνα, σε κάθε χώρα όπου πραγματοποιήθηκε, στόχευε στους χρήστες ιδιωτικών smartphone, οι οποίοι αποκτούσαν πρόσβαση στο διαδίκτυο για κινητά από τη συσκευή τους.

Μέχρι σήμερα έχουν διεξαχθεί 3 κύματα της συγκεκριμένης έρευνας. Για το 1ο κύμα οι έρευνες διεξήχθησαν από Μάρτιο έως Ιούλιο του 2011, για το 2ο κύμα από Ιανουάριο έως Μάρτιο του 2012 και για το 3ο κύμα από Ιανουάριο έως Φεβρουάριο του 2013. Για το 1ο κύμα το δείγμα ήταν 6000 στις Ηνωμένες Πολιτείες, από 2000 σε Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία και Ιαπωνία, από 500 σε Ινδονησία και Μαλαισία και από 1000 σε κάθε άλλη χώρα που συμμετείχε στην έρευνα. Για το 2ο κύμα το δείγμα ήταν 1000 για όλες τις χώρες εκτός από Ιρλανδία όπου ήταν 700 και από Αίγυπτο, Σαουδική Αραβία και Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα όπου ήταν 500 σε κάθε μία. Για το 3ο κύμα το δείγμα ήταν 1000 για όλες τις χώρες εκτός από Ιρλανδία όπου ήταν 900 και από Αίγυπτο, Σαουδική Αραβία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Ινδονησία και Μαλαισία όπου ήταν 500 σε κάθε μία. Τα δεδομένα σε όλες τις χώρες συλλέχθηκαν μέσω συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου on-line. Εφαρμόστηκαν διαδικασίες ζυγίσματος των δεδομένων βάσει μεταβλητών που βασίζονταν στον αριθμό κατόχων Smartphone σε κάθε χώρα. Οι απαραίτητες αυτές μεταβλητές για το ζύγισμα συλλέχτηκαν μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων σε όλες τις χώρες που συμμετείχαν στην έρευνα.

Παρατήρηση στο πεδίο



https://www.youtube.com/watch?v=goTyleFrGLQ&ab_channel=KailasSreeChandran

“Deep Hanging Out”



Συστηματικές παρατηρήσεις δραστηριοτήτων

Παρατηρώντας τους χρήστες να εκτελούν την εργασία που πρόκειται να υποστηρίξουμε (ή παρόμοιες με αυτή εργασίες), μπορούμε να συλλέξουμε πλούσια στοιχεία για τις ανάγκες και τις δυνατότητες τους
Κατά την ανάλυση των δραστηριοτήτων εντοπίζουμε:

1. Στόχους
2. Διαδικασίες (ή ροές δράσης) τις οποίες συνήθως ακολουθούν για την εκτέλεση της εργασίας τόσο σε κανονικές συνθήκες, όσο και σε έκτακτες,
3. Γνωστικές διεργασίες στις οποίους προβαίνουν, όπως *νοητική επεξεργασία πληροφοριών, αποφάσεις που λαμβάνουν, προβλέψεις για τα αποτελέσματα ενεργειών τους*
4. Σήματα που έχουν “εφεύρει” για τη διευκόλυνση της εκτέλεσης της εργασίας τους (π.χ. άτυπα και ανεπίσημα σήματα που χρησιμοποιούν).
5. Νοητικές επιτηδειότητες που έχουν αναπτύξει οι χρήστες είτε από την εργασία που πρόκειται να υποστηριχθεί, είτε από άλλες παρόμοιες εργασίες,
6. Δυσκολίες που συναντούν κατά την εκτέλεση της εργασίας τους,
7. Λάθη στα οποία υποπίπτουν .

Παρατήρηση στο πεδίο

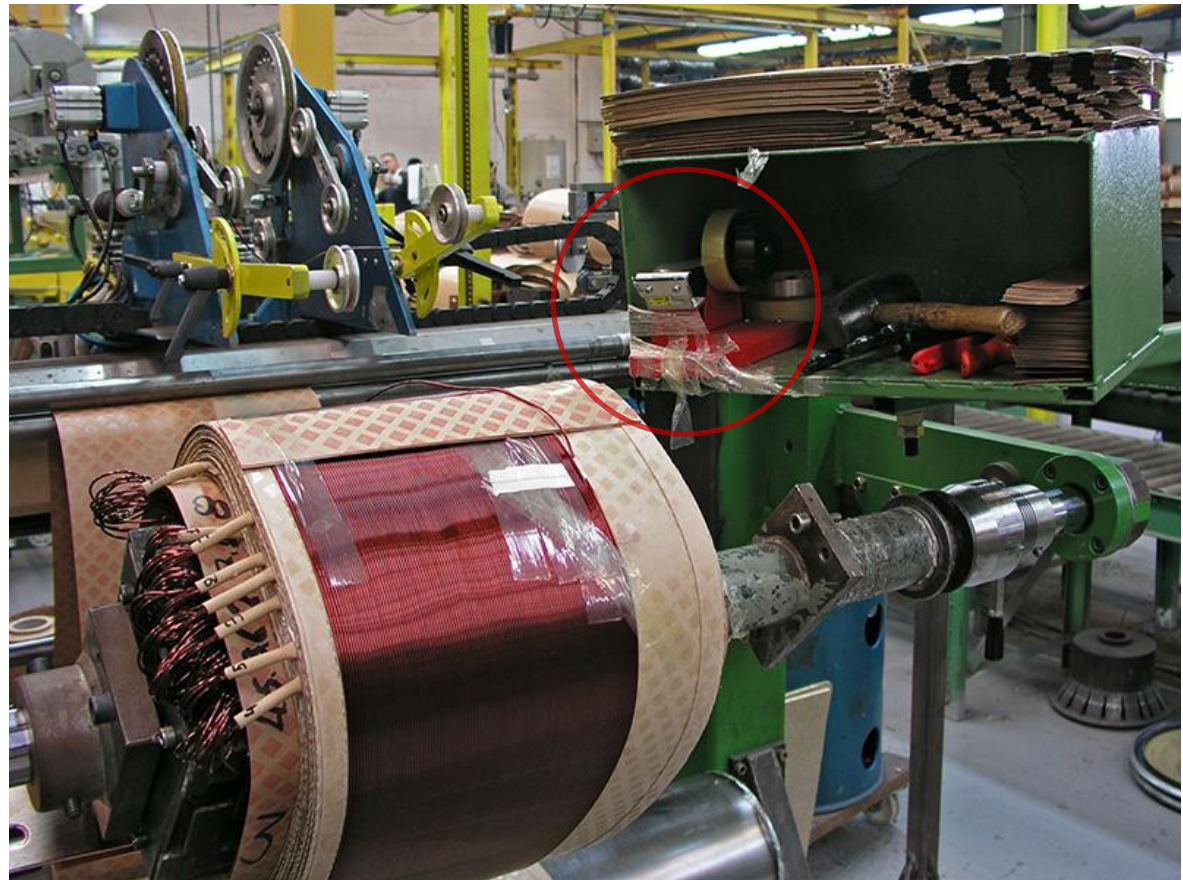


Το μοντέλο της μαθητείας

Jack Whalen & the Call Center

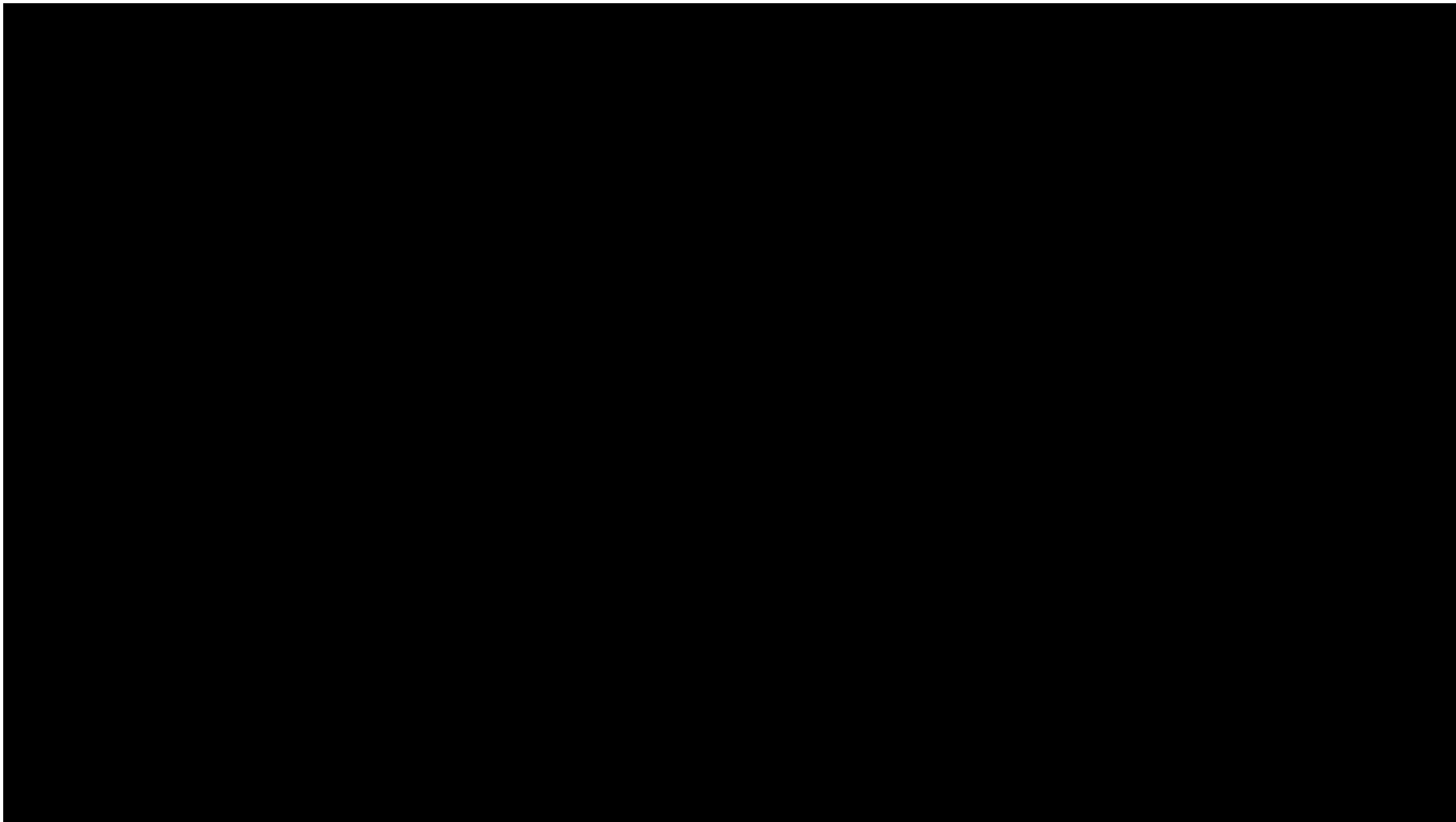
Σημεία προσοχής

1. Δημιουργία σχέσεων συνεργασίας με τους ανθρώπους υπό παρατήρηση
2. Εκμάθηση των βημάτων της διαδικασίας
3. Παρατήρηση όλων των πρακτικών
4. Επιβεβαίωση των πρακτικών που παρατηρήθηκαν με τους χρήστες
5. Προσοχή στα τεχνήματα και τις ιδιοκατασκευές (post it, εργαλεία, λύσεις)
6. Πρόσβαση στα «λάθη» (log files, αναφορές κλπ)



Τρόποι παρατήρησης στο πεδίο

Lucy Suchman & the Photocopier Usage



https://www.youtube.com/watch?v=DUwXN01ARYg&ab_channel=PARC%2CaXeroxCompany

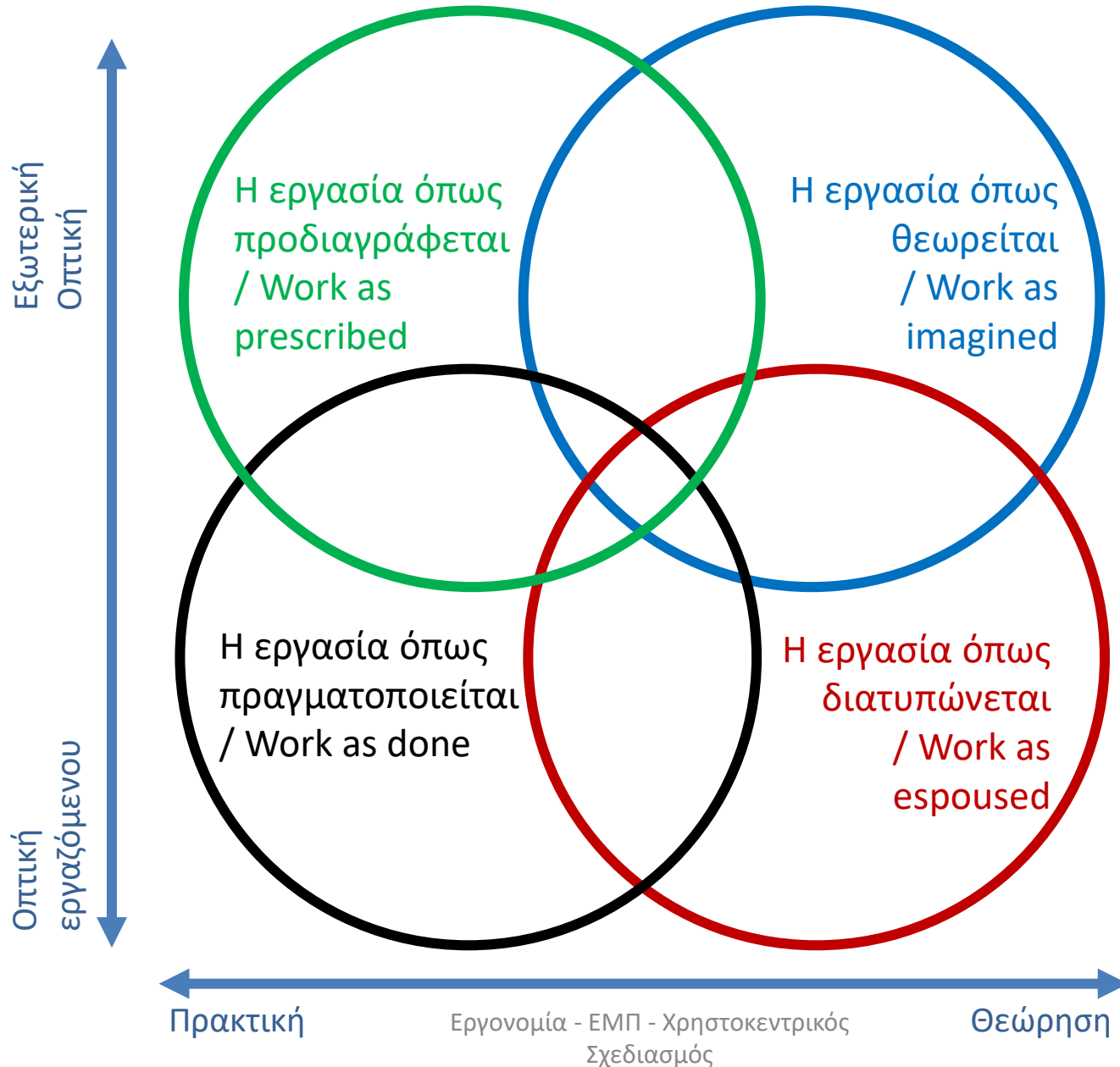
Εργονομία - ΕΜΠ - Χρηστοκεντρικός
Σχεδιασμός

Τρόποι Παρατήρησης

1. Συμμετοχική στο πεδίο
2. Απομακρυσμένη από το πεδίο (κάμερες, screen capture)
3. Ασύγχρονη (στοιχεία – αναφορές - φωτογραφίες)
4. Εργαστηριακή ανοιχτή (think aloud)
5. Εργαστηριακή κλειστή
6. Αυταντιπαράθεση



Διαφορετικές προσεγγίσεις ανάλυσης της εργασίας

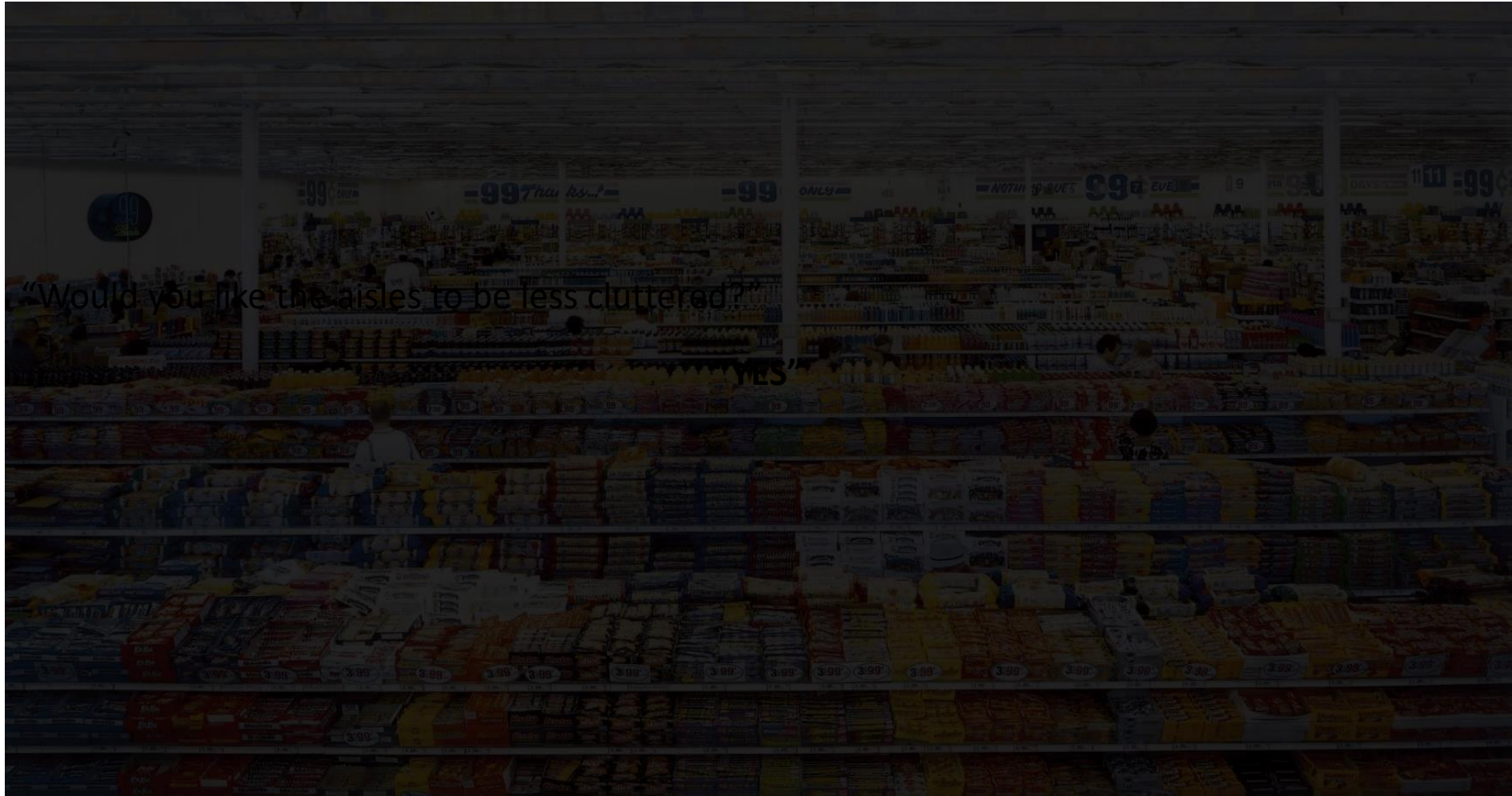


Συνεντεύξεις - Ερωτηματολόγια

Το παράδειγμα της Walmart



Το παράδειγμα της Walmart



Επιλογή δείγματος

1. Αντιπροσωπευτικό δείγμα των τελικών χρηστών
 2. Χρήστες παρόμοιων υπάρχόντων συστημάτων
 3. Μη-χρήστες
- Online λίστες
 - Κοινωνικά δίκτυα
 - Περιβάλλον εργασίας
 - Περιβάλλον χρήσης

«**Θα** προτιμούσατε την χρήση εφαρμογής για την παράκαμψη του τηλεφωνικού κέντρου»

“If I had asked people what they wanted, they would have said faster horses.”

Henry Ford

Προξενούμενος λόγος

Πριν αποφασίσουμε να χρησιμοποιήσουμε κάποια μέθοδο προξενούμενου λόγου, πρέπει να έχουμε καταλήξει σε ποιες πληροφορίες και δεδομένα χρειαζόμαστε.

Κατόπιν να θέσουμε στους εαυτούς μας τις εξής ερωτήσεις:

- Μήπως τα δεδομένα που χρειαζόμαστε είναι ήδη διαθέσιμα κάπου αλλού; (π.χ. διαδίκτυο)
- Μπορούν οι άνθρωποι στους οποίους θα απευθυνθούμε να απαντήσουν στις ερωτήσεις μας;
- Έχουν τη διάθεση να απαντήσουν ειλικρινώς;
- Έχουν διαθέσιμες τις πληροφορίες που θα τους ζητήσουμε;
- Μπορούν να εκφράσουν με λόγια αυτό που θα τους ζητηθεί;
- Σε περίπτωση που για κάποιες απαντήσεις στις ερωτήσεις αυτές αμφιβάλλουμε, καλό είναι να αναζητήσουμε άλλες μεθόδους προκειμένου να συλλέξουμε τις αναγκαίες πληροφορίες.

Προξενούμενος λόγος

Σχεδόν ποτέ δεν ρωτάμε απ' ευθείας αυτό που θέλουμε να μάθουμε.

Πχ Θέλω να μάθω πόσο επικίνδυνη είναι η εργασία ενός εργαζόμενου

Η ερώτηση «*Πόσο επικίνδυνη είναι αυτή η εργασία;*» σε κάποιον εργαζόμενο τι αποτελέσματα θα μου δώσει? Πόσο εύκολο είναι να εκφράσει κάποιος ένα τέτοιο μέγεθος και πως θα μπορέσω να το χρησιμοποιήσω συγκριτικά με τις υπόλοιπες απαντήσεις.

Με ποιο τρόπο θα παίρνατε αυτή την πληροφορία?

Πρώτα καταγράφουμε τι θέλουμε να μάθουμε και γιατί και μετά επιλέγουμε τον τρόπο που θα το μάθουμε.

Ερωτήσεις προς αποφυγή

- Τι θα κάνατε / θα θέλατε / θα σας άρεσε σε υποθετικά σενάρια
- Ποσό συχνά κάνετε το τάδε
- Πόσο σας αρέσει το τάδε σε μια απόλυτη κλίμακα
- Απευθείας ερωτήσεις για / πάνω σε πιθανές λύσεις
- Πολύ ανοιχτές ή πολύ κλειστές ερωτήσεις
- Άχρηστες πληροφορίες
- Καθοδηγητικές ερωτήσεις
- Χρήση φορτισμένων λέξεων
- Πολύ προσωπικές ερωτήσεις όπου δεν χρειάζονται
- Αμφισβήτηση κύρους (prestige bias)
- Σφάλμα κεντρικής τάσης (error of central tendency)

Καλές πρακτικές

- **Ελκυστικό ερωτηματολόγιο (γρήγορα στο προκείμενο)**
- **Εθνογραφικές ερωτήσεις στο τέλος**
- **Επίγνωση του απαιτούμενου χρόνου (<10')**
- **Συνδυασμός από ανοιχτές/κλειστές ερωτήσεις**
- **Πιλοτικό ερωτηματολόγιο**
- **Δίνουμε χρόνο για την απάντηση**
- **Ανάκληση πρόσφατης μνήμης μόνο**
- **Ερωτήσεις σχετικά με τη ζωή τους / τους στόχους τους**
- **Εύκολη αποδελτίωση απαντήσεων**
- **Αποφυγή πόλωσης στις κλίμακες / αντιστροφή των θετικών αρνητικών**
- **Μονές / Ζυγές κλίμακες ανάλογα με τις απαιτήσεις**

Παράδειγμα Ερωτηματολογίου προς Διανομείς

Ερωτηματολόγιο:

<https://goo.gl/ZIQiYN>

Λόγοι για τους οποίους δε φοράτε κράνος :

- Χρειάζεται να το βγάζω-βάζω σε κάθε παραγγελία
- Δε μου επιτρέπει να μιλάω στο τηλέφωνο
- Ζεσταίνομαι
- Μειώνει την οδηγική μου αντίληψη
- Other: _____

Τα κόστη με τα οποία επιβαρύνεστε εξ ολοκλήρου :

- Βενζίνη
- Service - Λάστιχα
- Αποκατάσταση υλικών ζημιών σε περίπτωση ατυχήματος
- Κλήσεις τροχαίας
- Κινητό τηλέφωνο

Ποιές ήταν οι σοβαρότερες επιπτώσεις που είχατε σε ατύχημα ;

- Ελάχιστες έως μηδαμινές
 - Μικρές σωματικές βλάβες (π.χ. εκδορές, μικροστραμπουλίσματα)
 - Ανάγκη για επίσκεψη σε ιατρικό κέντρο (π.χ. διάστρεμμα, κατάγμα)
 - Νοσηλεία για περισσότερο από 2 ημέρες (π.χ. συντριπτικά κατάγματα)
- Πόσο συχνά αναγκάζεστε να κάνετε τις παρακάτω ενέργειες κατά τη διάρκεια της εργασίας σας ;

	Σχεδόν ποτέ	Συχνά	Καθημερινά
Κινούμαι αντίθετα στην κατεύθυνση του δρόμου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Περνάω με κόκκινο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οδηγώ σε πεζοδρόμιο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Οδηγώ με το ένα χέρι και στο άλλο κρατάω παραγγελία ή/και κινητό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κάνω σλάλομ ανάμεσα σε κινούμενα αυτοκίνητα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Παράδειγμα Συνέντευξης προς Διανομείς

Απόσπασμα από Συνέντευξη:

Κατηγορία Ατυχήματα / Κίνδυνοι

1. Μπορείτε να θυμηθείτε κάποια περιστατικά όπου τραυματιστήκατε με αποτέλεσμα να μείνετε εκτός εργασίας;
2. Τι επιπτώσεις είχε αυτό το συμβάν στη σχέση σας με την επιχείρηση; δηλώθηκε ως εργατικό ατύχημα;
3. Άλλα περιστατικά που είτε προκάλεσαν μικρότερης κλίμακας ζημιές στην υγεία είτε θα μπορούσαν εν δυνάμει να έχουν προκαλέσει;
4. Τα πιο σοβαρά περιστατικά που έχουν συμβεί σε συναδέλφους σας;
5. Έχετε παρατηρήσει άλλα προβλήματα υγείας που σχετίζονται με την εργασία σας; (πόννοι στο σώμα, κρύωμα κλπ)
6. Άλλοι κίνδυνοι που έχετε αναγνωρίσει (κλοπές, επικίνδυνα φορτία, επικίνδυνες παραδόσεις)
7. Ποιοι είναι οι λόγοι που σας αναγκάζουν να πάρετε ρίσκα κατά την οδήγηση;

Παραδείγματα από παλιές εργασίες

7) Με ποιο τρόπο προτιμάτε να ειδοποιήσετε την οδική ασφάλεια;

- Τηλεφωνική κλήση
- Γραπτό μήνυμα μέσω τηλεφώνου
- Μέσω εφαρμογής σε SMART PHONE
- Με τη χρήση του μηχανήματος GPS

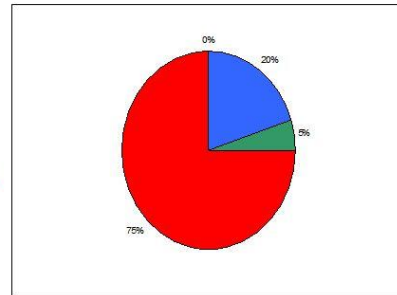
- **Ερώτημα 7:** Μέσω των απαντήσεων θέλαμε να ανακαλύψουμε με ποιον τρόπο θεωρούν οι ερωτηθέντες ευκολότερο για επικοινωνία με την οδική βοήθεια.
 - **Συμπέρασμα:** Το ποσοστό σε αυτή την περίπτωση ήταν 100% υπέρ της χρήσης τηλεφώνου. Από αυτή την ερώτηση θεωρούμε ότι δεν μπορούμε να εξάγουμε ασφαλή συμπεράσματα διότι δεν γνωρίζουμε αν οι ερωτηθέντες απαντούν με βάση την τεχνολογία που έχουν ήδη χρησιμοποιήσει

Παραδείγματα από παλιές εργασίες

Ερωτηματολόγιο

6. Τι προτιμάτε για την επεξήγηση του διαμεσολαβητή;

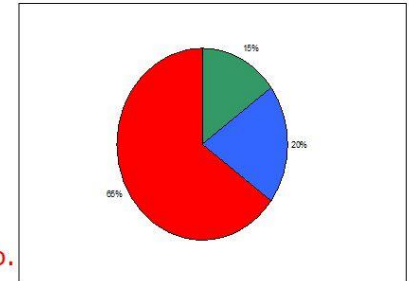
- a) Συμβολισμοί.
- b) Λατινικοί χαρακτήρες.
- c) Ελληνικοί χαρακτήρες.
- d) Συνδυασμός συμβολισμών και ένα εκ των b), c).



Ερωτηματολόγιο

7. Προτιμάτε για την χρήση του διαμεσολαβητή:

- a) Περιστρεφόμενο επιλογή διακριτών θέσεων.
- b) Κουμπιά.
- c) Συνδυασμός των δύο.

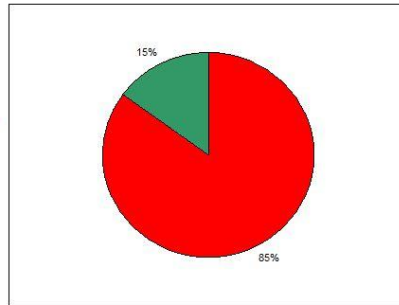


Παραδείγματα από παλιές εργασίες

Ερωτηματολόγιο

8. Που σας βολεύει να βρίσκεται ο κερματοδέκτης;

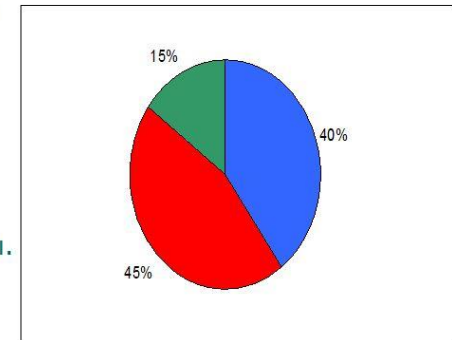
- a) Πάνω στο πλυντήριο-στεγνωτήριο.
- b) Σε ξεχωριστό σημείο στο χώρο.



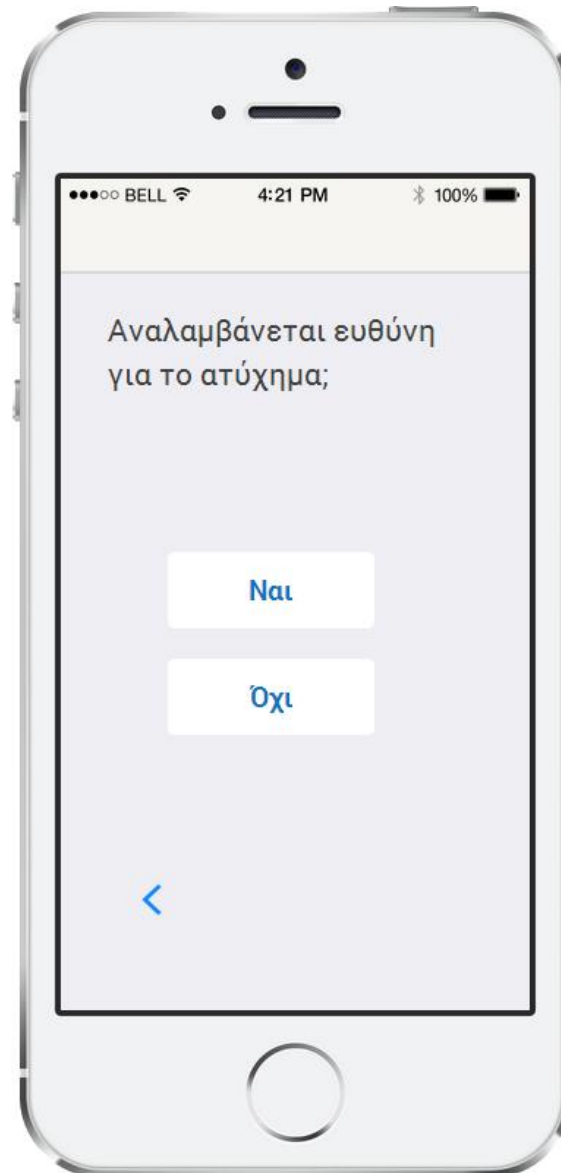
Ερωτηματολόγιο

5. Πόσες πλύσεις χρειαστήκατε για να μάθετε το διαμεσολαβητή του πλυντηρίου;

- a) Αμέσως.
- b) 3-4 πλύσεις.
- c) Ακόμα δυσκολεύομαι.



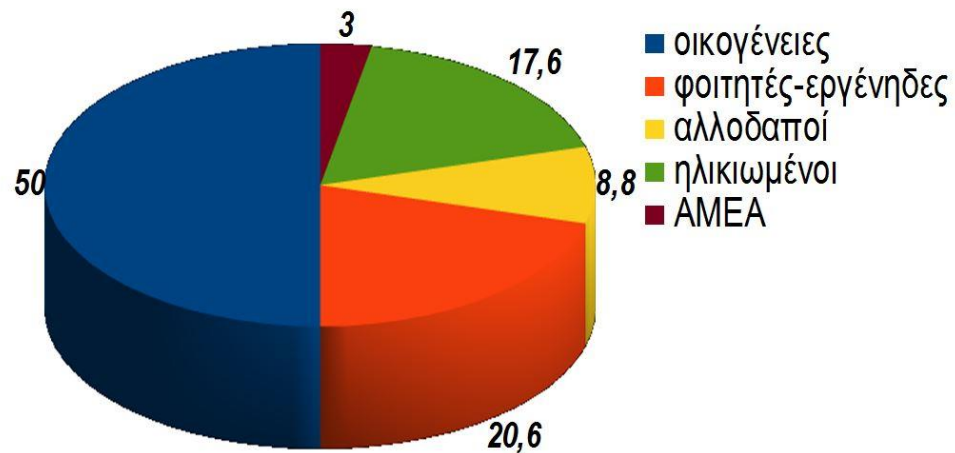
Παραδείγματα από παλιές εργασίες



Εργονομία - ΕΜΠ - χρηστοκεντρικός
Σχεδιασμός

Παραδείγματα από παλιές εργασίες

Συγκέντρωση και ερμηνεία των απαντήσεων κατηγορίες ερωτηθέντων

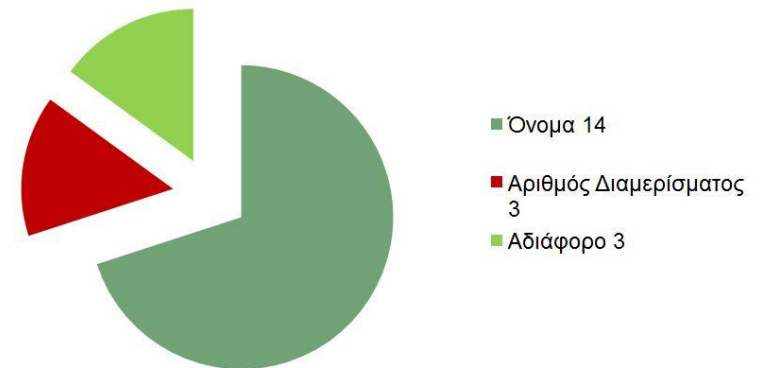


Παραδείγματα από παλιές εργασίες

Εξοικείωση με τεχνολογία



Προτίμηση αναγνωριστικού εισόδου στο σύστημα



Παραδείγματα από παλιές εργασίες

-
- Συγκεκριμένα το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από 34 κατοίκους των εξής περιοχών
 - Μεταξουργείο
 - Νέα Ιωνία
 - Ζωγράφου

Εξοικείωση των ερωτηθέντων με την ελληνική γλώσσα

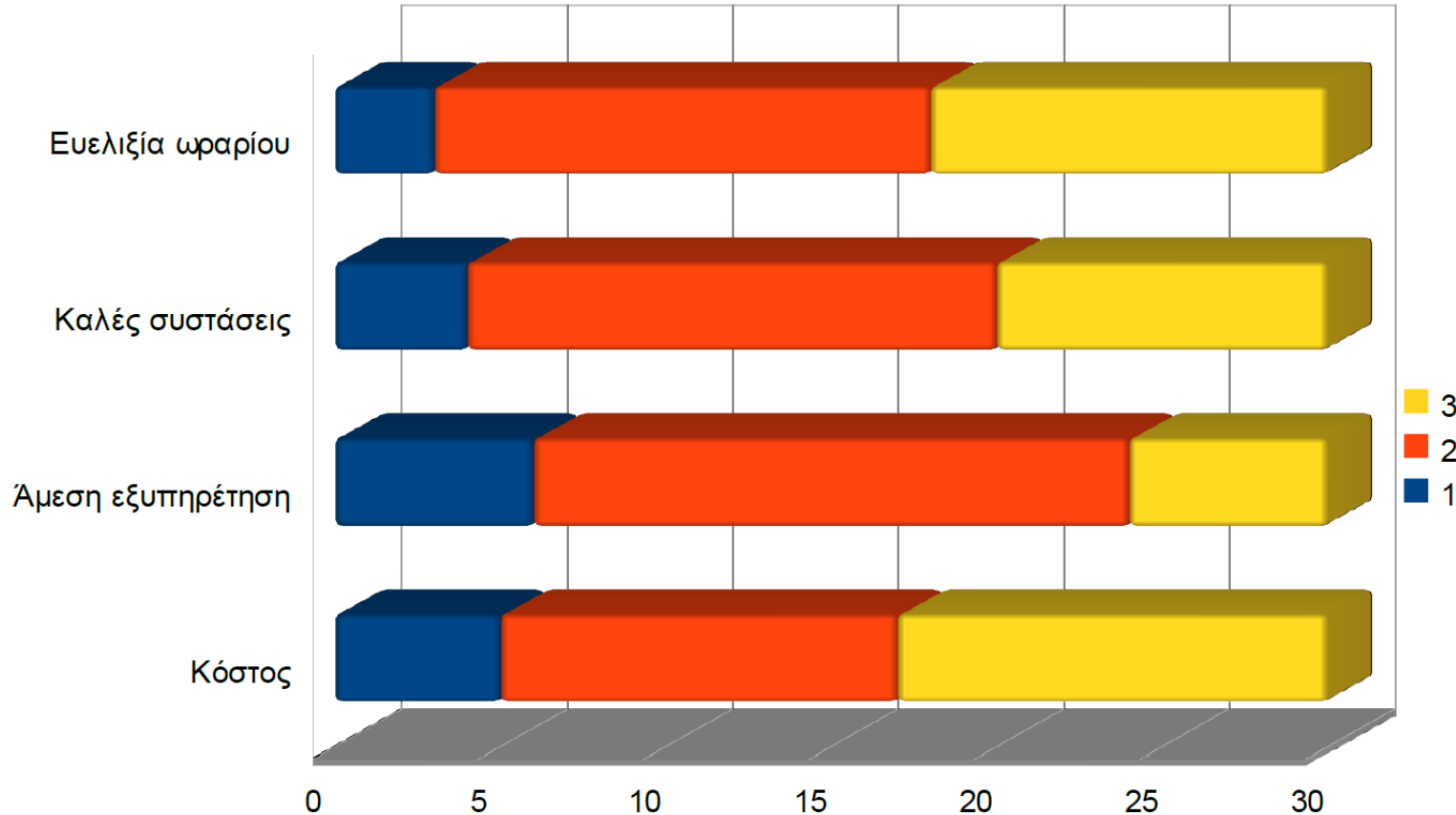
- Το 100% των ερωτηθέντων επιτυγχάνει βασική συνεννόηση στα ελληνικά, από αυτούς μόνο το 2% δεν μπορούσαν να γράψουν ή να διαβάσουν

Παραδείγματα από παλιές εργασίες

5. Σας ενδιαφέρει να γνωρίζετε το κόστος της υπηρεσίας που θα λάβετε πριν έρθετε σε επαφή με τον τεχνικό ;
- (α) Όχι
 - (β) Ναι

Παραδείγματα από παλιές εργασίες

Ερώτηση 4 : Σημειώστε τη σημαντικότητα που έχετε για εσάς το καθένα από τα παρακάτω ,στην επιλογή ενός τεχνικού . 1-αδιάφορο , 2-σημαντικό , 3-πολύ σημαντικό



Τεχνικές για απομακρυσμένη ή σποραδική συμπεριφορά

Μελέτες Ημερολογίων Καταγραφής (Diary Studies)

- **Μεγαλύτερη κλίμακα**
- **Φτιαγμένο ειδικά για την κάθε περίπτωση**
- **Όσο πιο απλό το εργαλείο τόσο καλύτερα τα αποτελέσματα**
- **Κόστος διανομής και συλλογής**

Δειγματοληψία Εμπειρίας (experience sampling / pager studies)

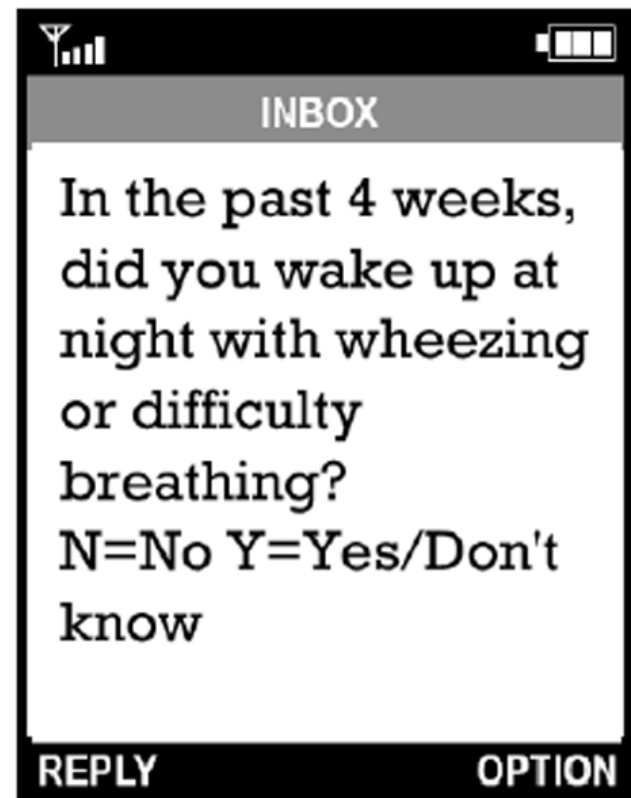
- Ενεργή υπενθύμιση
- Χειροκίνητη / Αυτόματη / μέσω αισθητήρων
- Μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα
- Μεγαλύτερη πιθανότητα ενόχλησης του χρήστη
- Μεγάλο κόστος σχεδιασμού / κατασκευής / συλλογής

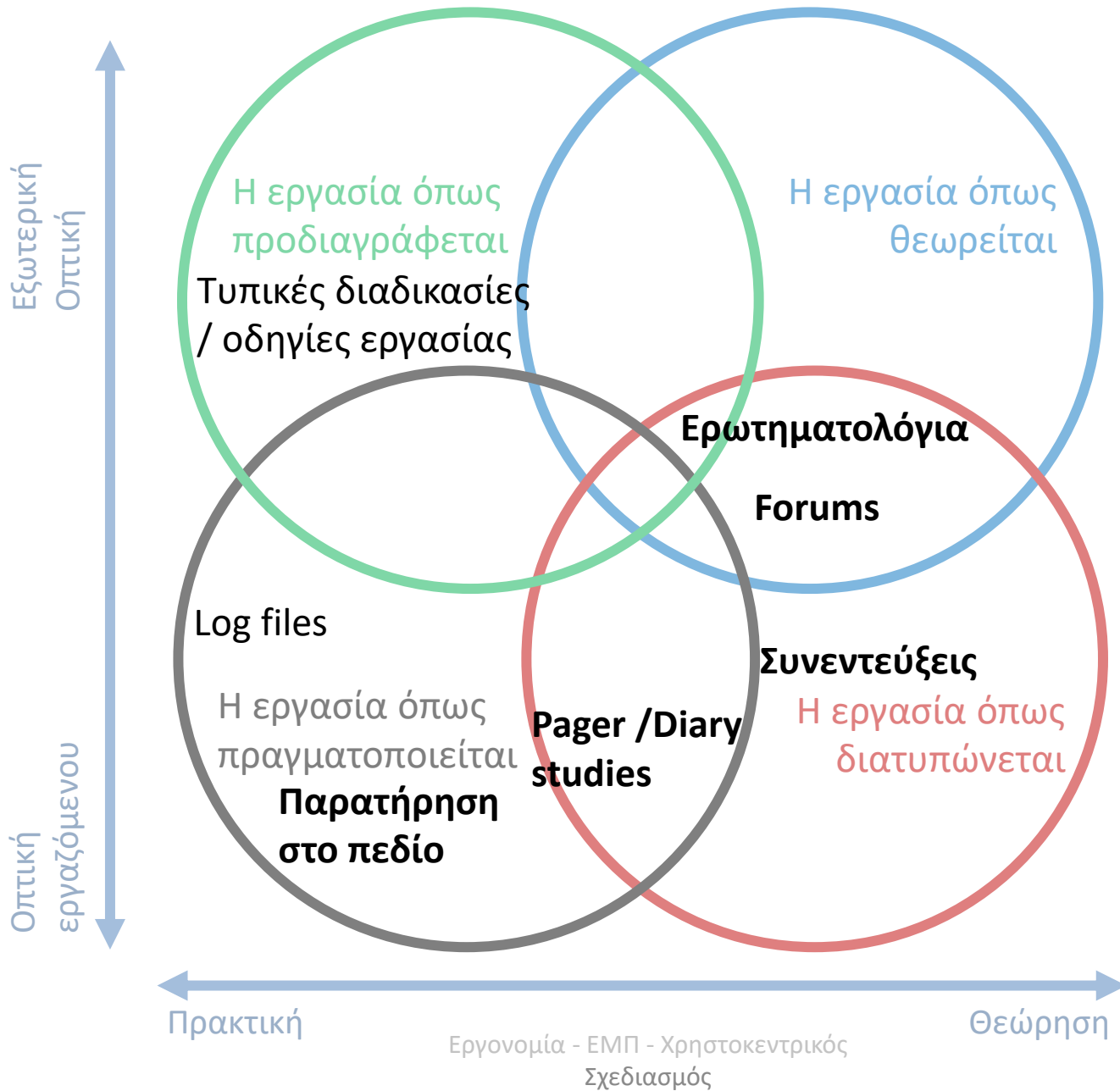
Δειγματοληψία Εμπειρίας (experience sampling / pager studies)

Symptom Texts

15 Yes/No questions

- Adapted from Asthma Therapy Assessment Questionnaire [Skinner 2004]





Σενάρια Χρήσης

Πότε χρειαζόμαστε τα σενάρια

- Περιγραφικά:

Όταν θέλουμε να περιγράψουμε τον χώρο του προβλήματος που θα προσπαθήσουμε να αντιμετωπίσουμε μεταξύ των μελών της ομάδας ανάπτυξης ενός συστήματος ή όταν θέλουμε να περιγράψουμε μελλοντικές χρήσεις ή καταστάσεις που θα φέρει το νέο σύστημα (χρήση storyboards etc)

- Διερευνητικά:

Όταν ξεκινάμε να μελετάμε ένα υπάρχον σύστημα και θέλουμε να το ελέγξουμε ως προς: τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι χρήστες, τις τακτικές που έχουν αναπτύξει για να κάνουν την εργασία τους πιο αποτελεσματική, νοητικές εικόνες που έχουν δημιουργήσει για αυτό

- Ελεγκτικά:

Όταν είμαστε στη φάση ανάπτυξης ενός συστήματος και θέλουμε να το ελέγξουμε ως προς δυνατότητες που δίνει είτε αργότερα ως προς συγκεκριμένες παραμέτρους του (χρόνοι εκπλήρωσης συγκεκριμένων καθηκόντων, αποτελεσματικότητα διάδρασης κ.ά.)



Καλές πρακτικές

- Σενάρια που περιγράφουν καταστάσεις όχι πολύ προφανείς αλλά παρ' όλα αυτά επαναλαμβανόμενες
 - i. Καταστάσεις που είναι σπάνιες αλλά απολύτως απαραίτητες
 - ii. Καταστάσεις που επηρεάζουν πολλούς χρήστες κάτω από ασυνήθιστες αλλά εύλογες συνθήκες
 - iii. Καταχρήσεις ή εναλλακτικές χρήσεις του συστήματος
 - Σενάρια με 2 ή περισσότερα αλληλο- εξαρτόμενα στοιχεία
- Παραδείγματα τέτοιων στοιχείων συμπεριλαμβάνουν έναν τύπο χρήστη, τα χαρακτηριστικά του, ένα τύπο καθήκοντος ή μια περιβαλλοντική διακύμανση ή επιρροή
- Σενάρια γραμμένα μέσα από τα μάτια ενός κοινού στο οποίο δεν ανήκουμε



Κακές πρακτικές

- Σενάρια που παραπέμπουν σε συγκεκριμένες λύσεις
- Η παράθεση 2 ή περισσότερων σεναρίων που στην ουσία περιγράφουν την ίδια περίπτωση
- Κοινές και προφανείς καταστάσεις που προέρχονται απ' ευθείας από το design brief
- Εξαιρετικά οριακές καταστάσεις

Personas

BRANDI TYLER



PROFILE Narrow Feet

GENDER Female

AGE 36

LOCATION Los Angeles, CA

OCCUPATION Receptionist; \$38k



MOTIVATIONS

Brandi gets very emotional about shopping for shoes in retail stores because she rarely can find a pair that fits her narrow feet. Recently, she's turned to online shopping to avoid the hassle of shopping in stores. Brandi found Munro after Googling "narrow width shoes" and reading other reviews online about the company.

GOALS

- Needs an SS (4A) width shoe
- Would like to purchase several pairs to fit occasion, style, and color
- Hoping to find that she doesn't have to sacrifice style or options when searching by fit

FRUSTRATIONS

- Not being able to filter available shoes by width
- Getting far fewer options when she applies width filter
- No other recommended shoes when she's looking at a pair she particularly likes

REAL MUNRO CUSTOMERS

"My whole life has been a choice between fit and style - when I was younger, I went for style & my feet killed me. As an adult, I tried for fit & the styles were for 95 year olds. This shoe is the 1st time I could get both."

"I wear a 4A and I have struggled my entire life finding shoes narrow enough for my feet and more so in recent years. I stumbled onto this Munro brand sandal and was shocked to find it comes in up to a 4A width and it actually fit and is like wearing a glove! I now have two pairs in different colors."

"Love these slides so much I went out and bought two more pairs. I have very narrow feet and they fit perfectly. They're very stylish and I get compliments whenever I wear them."

<http://zapospace.com/images/uploads/personas/example.jpg>



Judy Li

1st generation chinese immigrant, Female / age 40 / Housewife

- Context**
She was pregnant from January of birth with the baby she gave up to 40. Now she has 2 sons, a son age 17 and a daughter age 13. She wants the car, but it costs too much at her budget. She wanted to travel 7 years ago, waiting to have a passport for her children.
- Physical House**
Owns a townhouse in Vancouver
- Technology Experience**
She is not comfortable using computers
Use phone / text phone for communication
Using long-distance phone calls contact the family in China
- Activities**
Stay at day: Busy with family, goes to adult ESL classes and shopping
Leisure: Fishing, yoga and swimming
Media: She watches sitcoms, like Seinfeld, everybody loves Raymond Martin, broadcast in Chinese news. She also reads News and free daily very often.
Music: Enjoys classical relaxing environmental music, as well as 90's Chinese pop
Cooking: Prefers her grassy food, vegetables, salad; however, she cooks Chinese food for her family
Household: She spends a lot of time doing housework and spending time to study. She also invites friends over to socialize and relax.

"Helping with his homework, you know, educate him to be a good kid, and in the future he can be a good person"



Alice Chen

1st generation chinese immigrant, Female / age 32 / Accounter.

- Context**
Wants to travel to Canada again and she is willing to volunteer this job to contribute, self-motivated, organized, ambitious, and punctual. Organized to handle a press-up for further education and better future.
- Activities**
Transportation: Prefers the vehicle, Bus, Skytrain
Cooking: Prefers chinese food, soups and vinegar.
Household: She does housework; She also invites friends over to socialize and relax
Media: Watching Movie and News in both English and Chinese. Reading Newspaper in both English and Chinese
Leisure: Hiking, Biking and Swimming with friends (non-housework activities)
Music: Doesn't often listen to music; but when she does, she prefers 104.9 (soft hit back, western style)
- Technology Experience**
Very confident using computer
using long-distance phone calls contact family in China
Using phone / cellphone / email / MSN for general communication
- Physical House**
Just bought a condo in Burnaby; would like to buy a full house at some point.

<http://whitespace.com/content/interaction/vivimichmebigpersonaJudy.jpg>

<http://whitespace.com/content/interaction/vivimichmebigpersonaAlice.jpg>