



Designmetode #04

BRUGERREJSE



DESIGN TO INNOVATE



Designmetode: **BRUGERREJSE**

HVAD

En brugerrejse kortlægger din brugers rejse igennem en oplevelse med en service eller et produkt. Brugeren kan både være fiktiv eller eksisterende.

HVORFOR

Brug en brugerrejse til at få indblik i, hvordan en bruger oplever et produkt eller en service. Med brugerrejsen får du et meget effektivt redskab til at undersøge, hvor der evt. er brug for forbedringer. Samtidig er en brugerrejse et værdifuldt værktøj til at skabe fælles overblik i et teamarbejde.

HVORDAN

Visualisering af en brugerrejse kan tage udgangspunkt i observationer af virkelige brugere i bestemte situationer eller brugs-forløb, hvor en service modtages eller et produkt anvendes. Du kan også vælge at lave en fiktiv "rejse", hvor du selv beskriver rejsen fra A til B, hvis du fx befinder dig tidligt i en udviklingsproces og stadig har brug for at forfine dit produkt, inden du tester det ude i virkeligheden. Hele rejsen visualiserer du ganske enkelt på et stort stykke papir med en tidslinje og forskellige nedslagspunkter (touchpoints).

SÅDAN GØR DU

1. FIND ET STORT STYKKE PAPIR OG EN STAK POST-IT'S FREM

Hæng papiret op på en væg. Tegn en tidslinje, der strækker sig fra før brugerens møde med dit produkt til efter mødet.

2. MARKÉR TOUCHPOINTS

Touchpoints er berøringspunkter mellem bruger og system/service/produkt. Fx skriftligt materiale, møder med genstande såsom møbler og skilte eller møder med mennesker i processen.

3. NEDFÆLD BRUGERENS HANDLINGER

Brug Post-it's. Hvad gør brugeren i forbindelse med de forskellige touchpoints – modtager brev, finder vej, stiller sig i kø, trykker på en knap? Én handling per Post-it sættes på tidslinjen i kronologisk rækkefølge ud for de forskellige touchpoints.

4. REGISTRÉR BRUGERENS OPLEVELSER

Hvad fortæller din bruger dig undervejs. Ud for hvert touchpoint og handling sætter du en ny Post-it, der beskriver din brugers oplevelse lige netop dér. Gode som dårlige.

5. FOKUSÉR PÅ FØR OG EFTER

Det kan være mindst lige så vigtigt, hvad din bruger oplever uden om mødet med selve produktet eller servicen. Er det fx en indkøbssituation eller en rejse med tog, du er i gang med at beskrive, er det væsentligt også at kortlægge oplevelser på vej både til og fra selve oplevelsen. På samme måde tæller udpakningen af et produkt også med i din endelige kortlægning.

6. DE SIDSTE OBSERVATIONER

En brugerrejse består af brugerens oplevelser, men kan også rumme andre forhold, der har indflydelse på oplevelsen. Fx interne pro-

cesser i den organisation, der undersøges. Her kan du kortlægge personale, handlinger og systemer.

7. GODE TIPS

Brug et stort stykke papir med god plads. Ved at bruge Post-it's kan du nemt flytte rundt på observationerne, indtil du har det fulde overblik. Brug gerne farvede Post-it's, så du med farverne kan kategorisere. Fx gul=handling, grøn=positiv oplevelse og rød=negativ oplevelse. Det giver overblik. Hav altid fokus på, hvad der reelt er sket, og husk at være objektiv observant og kun notere det, du rent faktisk ser. Synes, tror og tænker skal lægges på is.

... OG HVAD SÅ?

Du befinder dig i en lukkeproces, hvor du arbejder med at forstå og systematisere dit indsamlede materiale, så du herefter igen kan åbne op for yderligere undersøgelser og forbedringer af din service eller dit produkt.

KORT OM DESIGNMETODER

Designmetoder bruges til at udforske og udvikle et ønskværdigt fremtidsscenario. Metoderne bidrager til en såkaldt åbne/lukke-proces, hvor man åbner op for muligheder og samler ind for efterfølgende at lukke igen ved at afgrænse, udvælge og analysere.

Vi inddeler designprocessen i fire stadier, hvor der i hvert stadie er flere forskellige metoder at vælge imellem.

1. Indsamling af information
2. Analyse og kategorisering
3. Idégenerering
4. Udvikling og afgrænsning

Disse fire stadier gentages efter behov, og efter et par omgange har du dit resultat. Det kan være din løsning på et problem, din nye strategi eller måske din nye produktkategori.

Brugerrejse hører til andet stadie, hvor man bearbejder, analyserer og skaber mening.