

Personas

Doel

Producten meer gebruikersgericht maken door archetypes te creëren die de gebruikers van het product voorstellen.

Personas gebruiken

Personas zijn waardevol tijdens elke fase van de productontwikkeling:

1. Definieer het probleem

Personas richten zich op specifieke kenmerken van de gebruiker. Dit leidt naar een hiërarchie, en hiërarchie dwingt tot harde (maar essentiële) beslissingen.

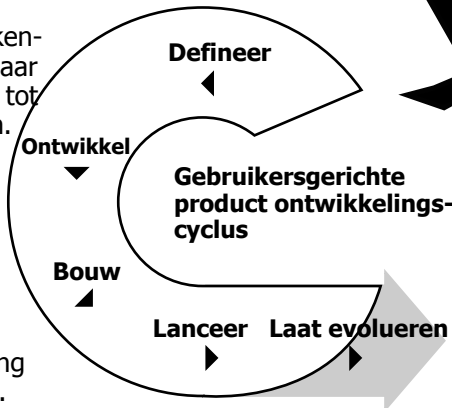
2. Ontwikkel de oplossing

De oplossing kan getest worden worden tegenover de personas

3. Bouw de oplossing en

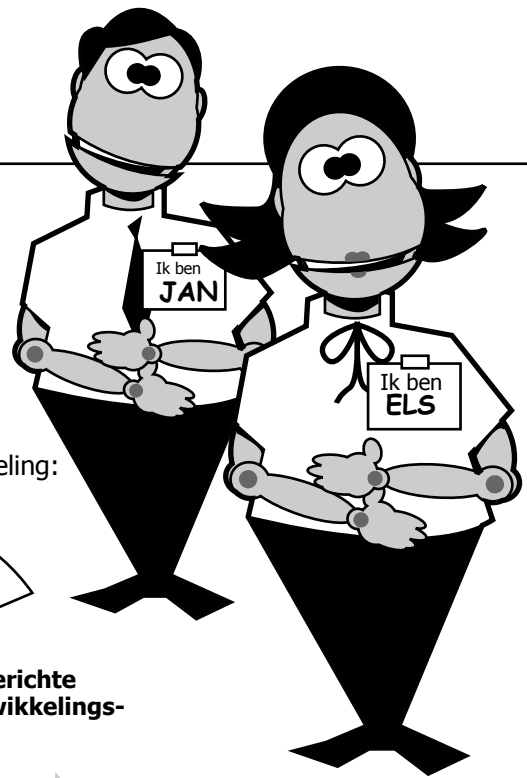
4. Lanceer het product

Personas behouden samenhang doorheen alle departementen.



5. Laat het product evolueren

Regelmatige testen van het product t.o.v. de personas kan een behoefte aan verandering of groei aantonen.



Personas ontwikkelen

Volgens Cooper¹

Medewerkers van de consulting firma Cooper ontwikkelen personas door huidige en/of potentiële gebruikers van het product te interviewen. Vervolgens leiden ze uit de interviews kenmerken van de gebruikers af, om zo tot een uitgelezen set van patronen en doelen te komen die het gedrag van de gebruiker omschrijven.

Volgens Razorfish²

Tot ongenoegen van Alan Cooper willen sommigen een meer kwantitative benadering gebruiken om personas te ontwikkelen. (Cooper argumenteert dat demografische gegevens het verkoopproces belichten, en niet het ontwikkelingsproces.) Bij het herontwerp van de Ford Motor Co. website, gebruikte de firma Razorfish statistische gegevens over klanten om te bepalen wie ze zouden interviewen, en hoe ze de afgeleide kenmerken zouden ordenen.

Beide benaderingen falen, Plan C

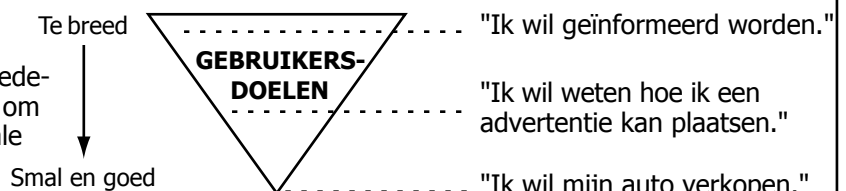
Toen ik de ontwikkeling van personas leidde als verantwoordelijke voor de website-ontwikkeling bij wp.com, beschikte ik nog niet over de nodige geloofsbrieven om met de gebruikers in contact te komen. Het gebruik van personas en IA stond gelijk met voodoo bij de middle en senior managers. Om het bedrijf gunstig gezind te zijn, en vooral de klantendienst geen stokken in de wielen te steken, gebruikte ik een alternatieve benadering.

Als het Web gaat over een enkelvoudige gebruiker, met het kiezen van info als zijn centrale ervaring, dan is een doelstelling van een gebruiker DE component van het Web. Om tot doelen te komen, gebruikten we personas:

Stap 1: Brainstormen over gebruikersdoelen

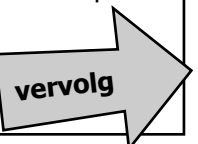
Beeld u een driehoek in die ondersteboven staat (een pijl die naar beneden wijst). Gebruikersdoelen die te breed zijn, komen voor het in brede gedeelte van de driehoek en zijn moeilijk aan te pakken in de realiteit van de productontwikkeling.

Ik heb een brainstormsessie geleid met medewerkers van verschillende departementen om tot gebruikersdoelen te komen die de ideale werking weerspiegelen van de klantendienst van washingtonpost.com.



¹ "The Inmates are Running the Asylum" door Alan Cooper, hoofdstukken 9 en 10.

² "Using Personas and Scenarios to Guide the Ford.Com Site Redesign," gepresenteerd door Dai Pham, Razorfish, Inc. op de IA Top "Making Connections," Maart 2003.



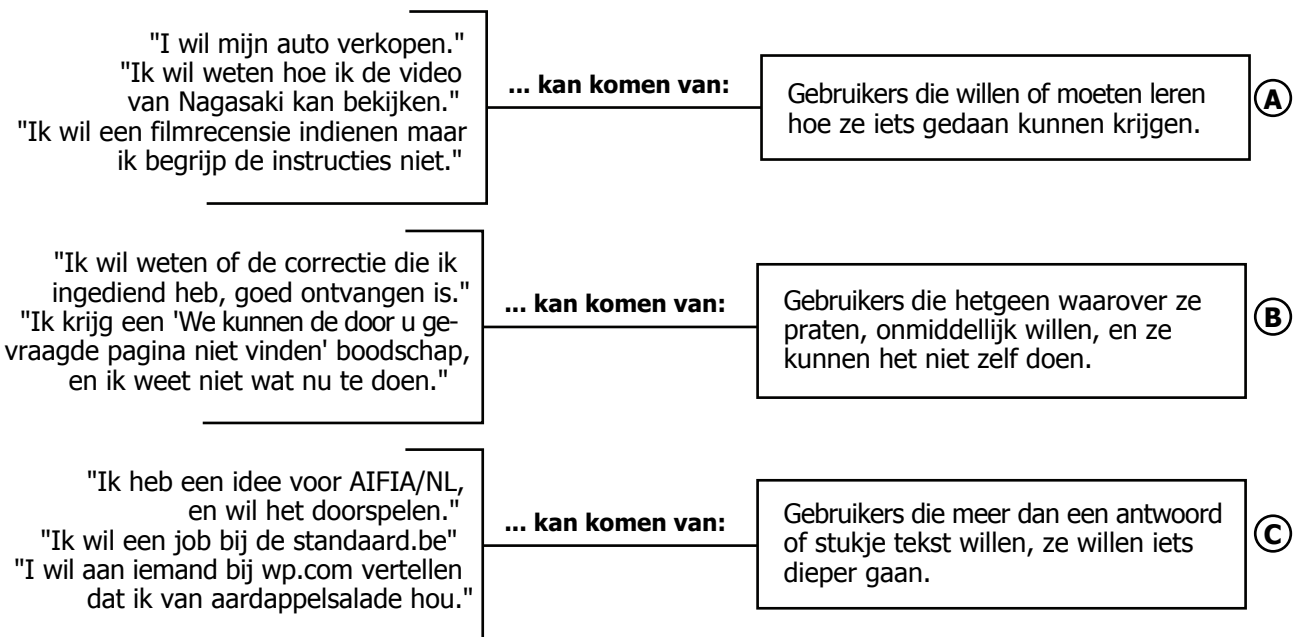
Personas (vervolg)

Doelen die te breed zijn worden herwerkt tot ze zo specifiek mogelijk zijn:



Stap 2: Groepeer de doelstellingen van de gebruiker

We experimenteerden met de verschillende doelstellingen van de gebruikers tot er archetypes ontstonden:



Stap 3: Creëer personas

- (A) Rashid Redouan**
 Universiteitsstudent, 19 jaar oud. Slim, maar lui. Doet enkel een inspanning wanneer zijn interesse gewekt wordt.
- (B) Bert Schiffeleers**
 43 jaar oud, vader van 1 kind. Hertrouwd. Ongeduldig en gewoon om in de watten gelegd te worden.
- (C) Betty Devos**
 57 jaar oude weduwe. Bibliothecaresse op pensioen.

Primaire personas

Er is geen welomlijnde definitie van primaire personas, er bestaan een aantal varianten:

Alan Cooper:¹ "Om primair te zijn, moet een persona iemand zijn aan wie de interface tegemoet komt, maar niet met een gebruikersinterface die voldoet aan iedereen. In zijn boek gebruikt Cooper een primaire persona die slechts een deel van het klantenbestand vertegenwoordigt, maar wel de perfecte sleutel is tot de productpuzzel.

Christina Wodtke:² "Een primaire persona moet een gemeenschappelijk gebruikerstype zijn, dat belangrijk is voor het zakelijk succes van het product and behoeftig vanuit het design-standpunt -- met andere woorden, een beginnende gebruiker, of een technologisch onderlegde gebruiker."

Mijn ervaring: Het idee van een enkele primaire persona deed managers van de washingtonpost.com waarmee ik samenwerkte, op hol slaan. "We willen goed zijn voor alle gebruikers!!!" was hun bezwaar. Ik kreeg hen nooit zover om personas te aanvaarden, of energie te stoppen in de behoeften van specifieke gebruikerstypes, als dit ten koste ging van anderen. Met als gevolg dat alle gebruikers tesamen minder tevreden waren.

¹ "The Inmates are Running the Asylum" van Alan Cooper, pag. 137.

² "Information Architecture: Blueprints for the Web," van Christina Wodtke, pag. 171.