

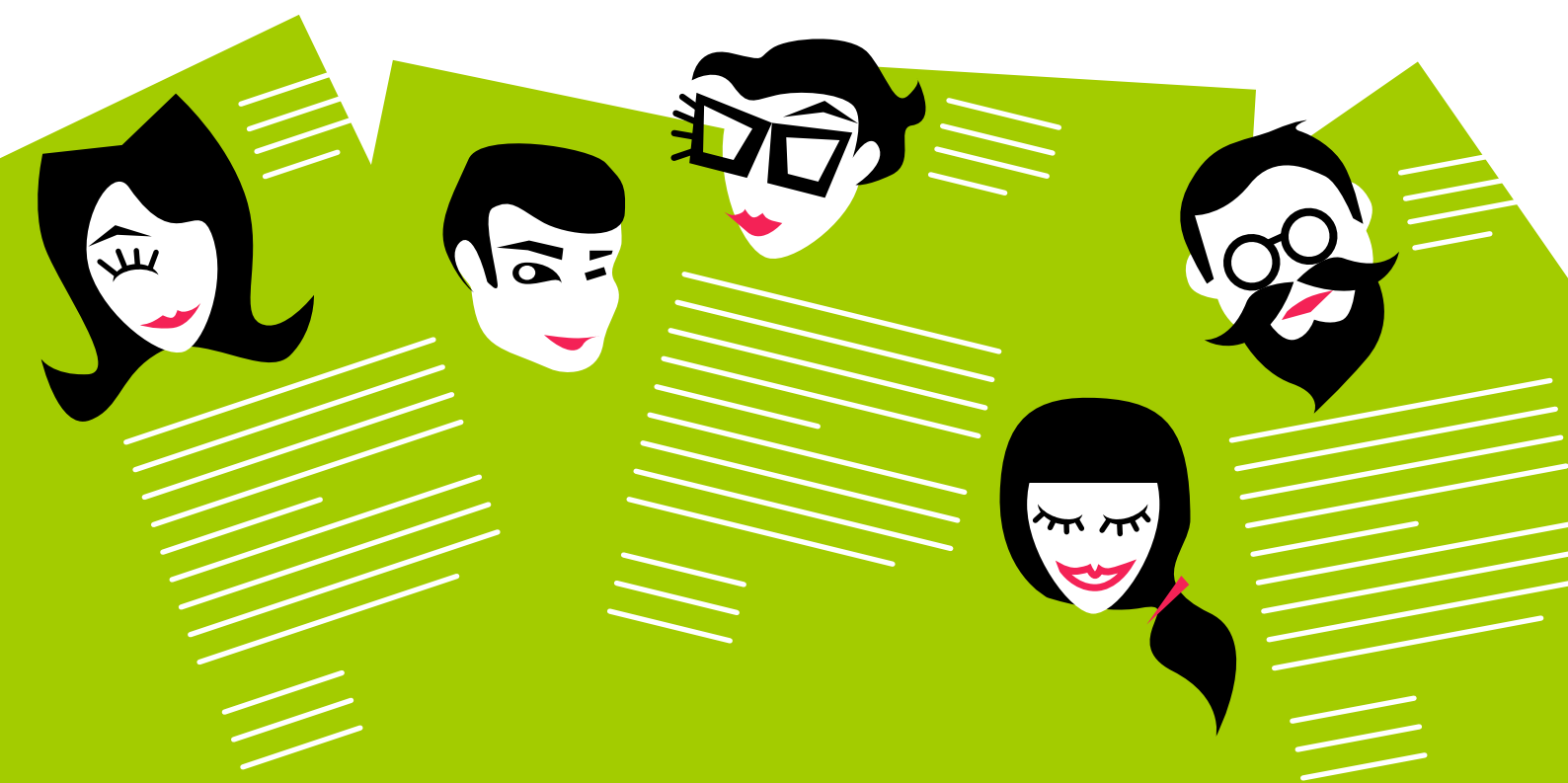
## SITRAN PERSOONAKUVAUSTEN KÄYTTÖOHJE



Tämän ohjeen tavoitteena on selkiyttää sitä, mitä persoonakuvaukset ovat ja mikä käytännön merkitys niillä on Sitra.fi sivuston suunnittelulle.

Kerromme, kuinka persoonakuvaukset on luotu ja kuinka niitä käytetään Sitra.fi sivuston suunnittelun tukena.

Ohjeen loppupuolelta löydät myös selkeän ohjeistuksen sille miten voit suunnitella ja toteuttaa ideointityöpajan persoonakuvauksia hyväksikäyttäen.



# 1

## MITÄ TARKOITETAAN PERSOONAKUVAUKSILLA?

Persoonakuvaus on realistinen ja todentuntuinen kuvaus verkkosivun (tai muun tuotteen/palvelun) kohdekäyttäjistä. Tyypillisesti yksi persoonakuvaus vastaa aina yhtä kohdekäyttäjätyyppiä (l. käyttäjäsegmenttiä). Kaikki persoonakuvaukset ovat kuvitteellisia, mutta niihin sisältyvät tiedot on johdettu suoraan käyttäjätutkimuksen tuloksista. Persoonat edustavat todellisia loppukäyttäjiä, jotka käyttäytyvät ja ajattelevat samankaltaisesti kuin heitä vastaava persoonakuvaus. Persoonakuvaus kertoo loppukäyttäjän käyttäytymisestä, asenteista, arvoista ja tuo esille verkkosivun kannalta mielenkiintoisia taustatietoja kuten esimerkiksi ikä, koulutus, siviilisääty ja ammatti. Persoonakuvaus kertoo myös loppukäyttäjän käyttömotivaatiosta ja tavoitteista kohdesivuston suhteen.

Sitran persoonakuvauksissa käytetty tieto on validoitu verkkokyselyssä, johon otti osaa 115 Sitra.fi sivuston käyttäjää.



### Mihin ja miksi persoonakuvauksia käytetään?

Persoonakuvaukset auttavat verkkosivun (tai muun tuotteen/palvelun) suunnittelijoita kohdistamaan käyttöliittymän todellisille loppukäyttäjille. Ilman persoonakuvauksia suunnittelu/toteutustiimi saattaa herkästi suunnitella verkkosivun vastaamaan omia mieltymyksiään ja käyttötapojaan. Persoonat tuovat todellisen loppukäyttäjän tarpeet ja arvot hyvin konkreettisella tavalla lähelle suunnittelu/toteutustiimiä. Persoonakuvaukset toimivat erityisen hyvin päätöksenteon välineinä. Miettimällä miten tietty persoona suhtautuisi suunniteltuun ratkaisuun voidaan löytää uudenlaisia näkökulmia palvelun suunnitteluun.

Persoonakuvauksia voi vastaavasti käyttää myös markkinoinnin tai liikesuunnitelmien hiomisessa.



### Sitra.fi sivuston persoonakuvaukset

Tutkimuksen avulla validoidut Sitra.fi sivuston persoonakuvaukset tullaan kommunikoimaan asialle omistetun blogin avulla. Persoonakuvauksille luotu blogi esittelee Sitra.fi sivuston käyttäjätyypit hyvin henkilökohtaisella tasolla ja tuo esille heidän suhteensa Sitra.fi sivustoon. Blogi tulee olemaan julkinen, joten todelliset loppukäyttäjät pääsevät kommentoimaan persoonia ja kehittämään niitä vielä tarkemmiksi. Tavoitteena on että blogi herättää persoonakuvaukset henkiin ja pitää niiden sisältämän tiedon elossa. Uusia blogimerkintöjä voi kirjoittaa jälkepäinkin, ja blogi voi kehittyä ja kasvaa verkkoyhteisön avulla.

# 2

## MITEN PERSOONAKUVAUKSIA KÄYTETÄÄN?

Sähköpostit auttavat kommunikoidaan tarpeita.

Sitran asiantuntijat voivat käyttää persoonia kommunikoinnin välineinä tuodessaan esiin Sitra.fi sivuston uuteen ilmeeseen liittyviä tuoreita ideoita tai potentiaalisia ongelmia.

Persoonakuvauksen nimissä voi lähettää palautesähköpostia Sitra.fi sivuston suunnitteluimille.

Sähköpostissa voi tuoda esiin hyviä kilpailevia sivustoja tai esittää sivuston suunnitteluun liittyviä huolenaiheita, jotka liittyvät tiettyyn persoonaan.

Persoonat päätöksenteon välineinä

Persoonalle ominaiset tavoitteet voidaan kirjoittaa auki skenaarioksi (l. tarinoiksi), joissa kerrotaan siitä mitä käyttäjä haluaa Sitra.fi sivustolla tehdä ja miten käyttäjä olettaa sivuston häntä palvelevan.

Eri persoonien tavoitteet Sitra.fi sivustoa kohtaan ovat myös hyvä lähtökohta ideointityöpajoille, joissa mietitään sivun kokonaistarjontaa.

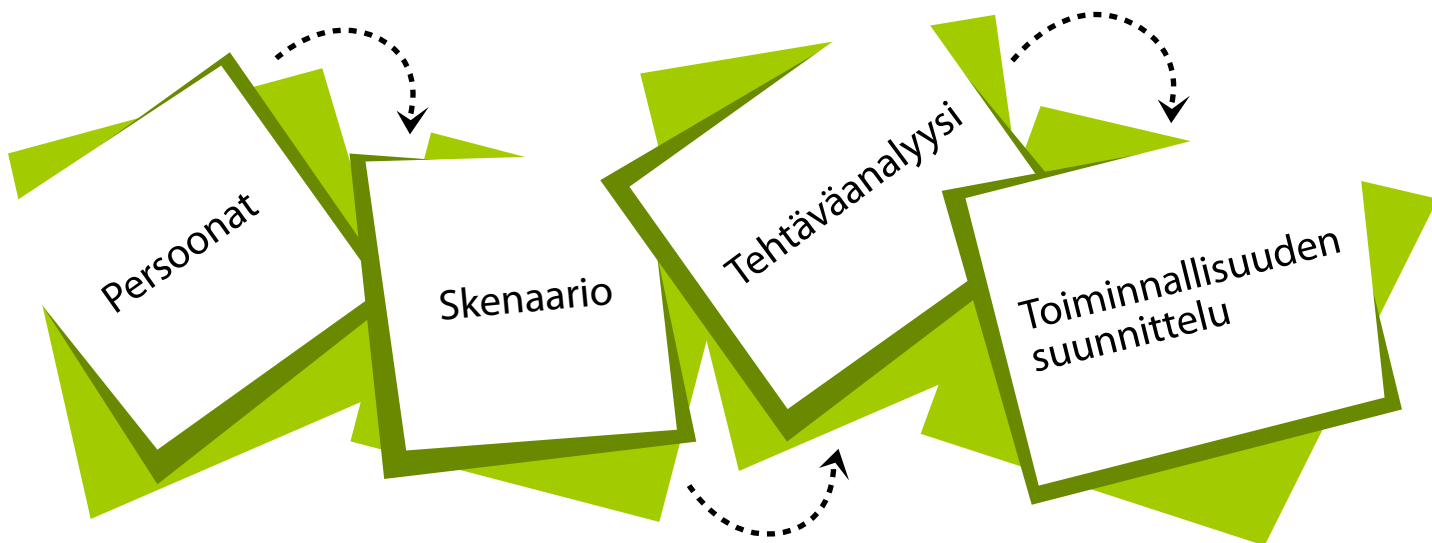
Persoonakuvauksia voidaan käyttää myös apuna toiminnallisuuden ja sisällön priorisoinnissa.

Sivuston toiminnallisuuslista kannattaa käydä läpi yksi toiminnallisuus kerrallaan ja merkitä muistiin kuinka monen persoonatyyppin tavoitteita toiminnallisuus tukee.



# 3

## PERSOONAKUVAAKSIIN PERUSTUVA TOIMINNALLISUUDEN SUUNNITTELU



### Skenario

Ensimmäinen askel persoonakuvauksen jatkokehityksessä on yleensä persoonaan liittyvän tarinan (l. skenaarion) kirjoittaminen. Skenario on kuvitteellinen kertomus siitä kuinka tietty persoona käyttää kohdetuotetta tai -palvelua. Tarina sisältää tietoa käyttöympäristöstä, kontekstista, persoonan tavoitteista ja siitä mitä persoona tyypillisesti tekisi sivustolla saavuttaakseen tavoitteensa.



### Tehtäväanalyysi

Tehtäväanalyysi luodaan purkamalla persoonatyyppin suorittama skenario konkreettisiksi "osatehtäviksi". Osatehtävä tarkoittaa skenaarion pienintä mahdollisinta vaihetta, joka voidaan käsittää niin itsenäisenä että siitä voisi luoda oman toiminnallisuuden tai jopa oman verkkosivun.

# 3

## PERSOONAKUVAUKSIIN PERUSTUVA TOIMINNALLISUUDEN SUUNNITTELU

### Esimerkki:



#### Skenaario: Petra etsii artikkelia

Petra on töissä valmistelemassa palaveria, jossa on tarkoitus saada käynnistettyä uuden Palveluseteli-ideaan perustuvan palvelun suunnittelu. Hän surffaa Sitran verkkosivulle etsimään juuri ilmestynyttä artikkelia, jossa käsitellään Palveluseteliä.

Petralla on kiire löytää oikea artikkeli, joten hän kirjoittaa Sitran sivulla olevaan hakukenttään "Palveluseteli". Hakutulostulostassa näyttää olevan kuvaus Palvelusetelistä ja linkki Sitran Palveluseteli projektin pääsivulle.

Petra näkee myös projektiin liittyvää sisältöä: julkaisuja, blogimerkintöjä, uutisia ja videoclippejä. Jokainen erilainen sisältötyyppi on selkeästi merkitty erilaisella värikoodilla.

Visuaalisena ihmisenä Petran on helppo löytää etsimänsä. Hän klikkaa julkaisuihin vievää linkkiä, vierittää sivua alaspäin ja lopulta löytää artikkelin jota tuli hakemaan. Artikkelin on helppo tunnistaa otsikon ja lyhyen sisältökuvauksen perusteella. Petra klikkaa artikkelin otsikkoa ja artikkeli aukeaa uuteen tabiin.



#### Tehtäväanalyysi

1

Haun tekeminen pääsivulla

- a. Hakusanan antaminen
- b. Haun käynnistäminen

2

Tulosten katselu

- a. Eri sisältötyyppien huomioiminen
- b. Oikean sisältötyypin valinta
- c. Uuden tulosjoukon tarkastelu

3

Tulosten selailu

- a. Julkaisujen selaaminen päivämäärän perusteella
- b. Tietyn julkaisun avaaminen

# 4

## NÄIN PÄÄSET ALKUUN

Seuraavat ohjeet auttavat sinua pääsemään alkuun persoonakuvauksien käytössä. Näitä ohjeita seuraamalla saat valjastettua persoonakuvaukset merkitykselliseksi osaksi verkkosivuston suunnittelua.

1

Järjestä palaveri, jossa kokoat saman pöydän ääreen suunnittelijat, projektipäälliköt, liikesuunnitelmasta vastaavat tuotepäälliköt ja muut suunnitteluprosessille olennaiset henkilöt.

2

Tulosta persoonakuvaukset jokaiselle osallistujalle (ja jos mahdollista tee niistä isot julisteet neuvotteluhuoneen seinälle). Varmista että jokainen näkee persoonakuvaukset selvästi, kun heijastat ne videotykillä valkokankaalle.

3

Aloita palaveri pitämällä pieni esittelypuhe persoonakuvauksista ja niiden merkityksestä suunnitteluprosessille painottaen käytännön hyötyjä.

4

Anna kaikille osallistujille hetki aikaa lukea persoonat huolellisesti läpi.

5

Pidä pieni keskustelutuokio siitä mitä ajatuksia persoonakuvaukset herättivät. Vastasivatko persoonatyypit tiimin eri jäsenten odotuksia loppukäyttäjistä?

6

Jaa tiimi pienempiin ryhmiin ja anna jokaiselle pienryhmälle 1-2 persoonaa, joita pienryhmä voi pureksia.

7

Pyydä jokaista pienryhmää tutkimaan yhtä persoonaa tarkemmin ja luomaan persoonan ympärille skenaarion joka kertoo tarinan persoonasta ja Sitra.fi sivustosta. Tarinan pitäisi kertoa miksi persoona on tullut Sitra.fi sivustolle, mitä hän sieltä etsii, ja kuinka hän siellä toimii löytääkseen etsimänsä. Pyydä ryhmää miettimään miksi persoona tulisi myöhemmin takaisin Sitra.fi sivustolle? Skenaarion saa kuvata hyvin yksinkertaisesti, esimerkiksi ranskalaisilla viivoilla.

8

Kun tarinat ovat valmiita, jokainen ryhmä esittelee oman skenaarionsa tiimille.

9

Laadi lista toiminnallisuuksista, joita persoonat käyttävät skenaarioissa ja kirjoita ne seinälle niin, että kaikki tiimiläiset näkevät listan. Merkitse myös mitkä persoonat liittyvät mihinkin toiminnallisuuteen.

10

Jatka ryhmätyötä antamalla jokaiselle pienryhmälle toiminnallisuus, jota ryhmä voi suunnitella tarkemmin. Varmista että heillä on persoonakuvaukset niistä persoonatyypeistä joille toiminnallisuus on tärkeä. Kerro ryhmille, että persoonakuvauksia käyttämällä ryhmä voi varmistaa että toiminnallisuus on suunniteltu niin, että se vastaa kohdekäyttäjärühmän tarpeita ja odotuksia.

11

Pyydä jokaista pienryhmää piirtämään raakaversio siitä miten toiminnallisuus toteutuisi käyttöliittymässä ja listaamaan toiminnallisuuteen liittyvät vaatimukset.

12

Kun käyttöliittymän raakaversiot ovat valmiina, pienryhmät esittelevät ne koko tiimille.

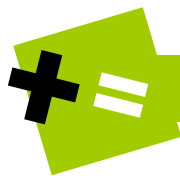


Työpajan tuloksena sinulla on nyt persoonakuvauksien pohjalta tehty lista tarvittavista toiminnallisuuksista. Seuraavaksi toiminnallisuudet pitää vielä käydä läpi toteutettavuuden näkökulmasta ja varmistaa että ne ovat linjassa liikesuunnitelman kanssa.

# 5

## VERKKOSIVU ON VALMIS. MITÄ SEURAAVAKSI?

Persoonat on hyvä pitää mielessä myös sivun aktiivisen suunnitteluvaiheen jälkeen. Alla kerromme kahdesta tyypillisestä ylläpitovaiheen tilanteesta, joissa persoonat ovat hyödyksi.



### Uuden toiminnallisuuden lisääminen

1

Käy persoonakuvaukset läpi ja mieti mitkä persoonat käyttäisivät suunniteltua uutta toiminnallisuutta

2

Valitse persoonien joukosta ne, jotka olisivat todennäköisimpiä toiminnallisuuden käyttäjiä ja aloita skenaarion kirjoittaminen yhdessä muun suunnittelutiimin kanssa.



### Toiminnallisuuden muuttaminen

1

Oletko saanut todellisilta loppukäyttäjiltä palautetta, jossa huomautetaan toiminnallisuuden puutteellisesta tai viallisesta toteutuksesta? Ota persoonakuvaukset käyttöön ja mieti mitkä persoonat olisivat voineet kokea palautteen mukaisia ongelmia.

2

Kirjoita kaksi skenaariota niiden persoonien näkökulmasta, jotka sopivat parhaiten palautteenantajan kuvaamaan tilanteeseen. Ensimmäisen skenaarion tarkoitus on kuvata persoonan tämänhetkinen kokemus hankalan toiminnallisuuden kanssa (tämä skenaario toimii todistusaineistona kun haluat perustella muutostarvetta). Toinen skenaario kuvaa uudelleen suunnitellun käyttäjäkokemuksen, joka korjaa raportoidut ongelmat. Huomaa että uudelleensuunnittelu tulee suunnata nimenomaan niille persoonille, jotka olet nostanut esille palautteen perusteella.

3

Käytä skenaarioita kommunikoimaan sekä ongelma että ratkaisu suunnittelutimille. Kun yhdistät todellisen loppukäyttäjäkokemuksen ja persoonakuvaukset voit kommunikoida asian yhä tarkemmin ja todentuntuisemmin.