

Semestrální práce ke kurzu 4IT421 Zlepšování procesů budování IS	
Semestr:	ZS 2016/2017
Autoři:	Valeryia Kazheunikava (qkazv00) David Kubáč (xkubd24) Vu Quoc Dat (xvuqd00)
Téma:	Agile 2016: Persona Based Teams - The Ultimate Focus
Datum odevzdání:	15/12/2016

Abstrakt

V dnešní době každá organizace zabývající se agilním vývojem software pociťuje, že současně používané agilní metodiky vývoje nedostatečně odpovídají potřebám zákazníka. Z toho vyplývá, že každá organizace, která usiluje o získání nových zákazníků a zvýšení konkurenceschopnosti se má přiblížit zákazníkům t.j. musí zkoumat život a chování zákazníka a provést reorientaci svých procesů na problémy a potřeby zákazníka. Tyto reorientaci se říká Persona based orientation. Organizace, které provádí takovou reorientaci mají výhodu oproti ostatním. Tato výhoda spočívá v zvýšení podílu na trhu, získání důvěry díky tomu, že si dokažou co nejlíp vyhovět potřebám zákazníka.

Klíčová slova

Persóna, agilní vývoj, uživatelsky orientovaný návrh, uživatelský profil

Obsah

1. Úvod	4
2. Persóna	5
2.1. Persóna v marketingu	5
2.2. Persóna v HCI	5
2.3. Architektonicky důvtipná persóna	6
2.4. Persóna v agilních metodikách	7
3. Uživatelsky orientovaný návrh	9
3.1. Pojem a charakteristika UCD	9
3.2. Integrace UCD a agilní metodiky	10
3.3. Podobnosti a rozdíly mezi UCD a agilními metodikami	12
4. Metody poznání persóny	13
4.1. Ohniskové skupiny	13
4.2. Kulturní vzorek (Cultural probe)	13
4.3. Pozorování činností a chování	14
4.4. "Myslí nahlas" protokol	14
4.5. Rozhovory	14
5. Tvorba Persóny	16
5.1. Empatická mapa	16
5.2. Profil uživatele	16
5.3. Uživatelské scénáře	17
6. Závěr	18
Seznam zdrojů	19

1. Úvod

Scrum, XP, Lean development a tak dále, jsou to jen jedny z mála metodik, tak populární a v dnešní době velmi hojně využívaných tzv. Agile. Agilní metodiky mají za sebou dlouhá léta prosazování a sepisování základního manifestu, které dali agile tu tvář, kterou má dnes, kdy stojí za pomalým a tichým zánikem v historii často používanými rigorózními metodikami. Nyní, pokud se nová metodika nevytvoří, která by nahradila agile, je zřejmé, že se agile bude neustále zlepšovat pro potřeby jednotlivých projektů. Jedním z nich je Agile persona based, která vznikla, jako mnoho dalších metodik a to přepracováním klasické agilní metodiky. V této nové verzi agilní metodiky, je kladen velký důraz na budoucí uživatele, kdy zaměření na cílovou skupinu je ultimátní prioritou a je to jedna z hlavních překážek pro dokončení projektu.

2. Persóna

Persóna představuje efektivní nástroj zaměřený na zlepšení návrhu a použitelnosti softwaru na základě vymezení skupin zákazníků s obdobnými vlastnostmi a chováním, zaměřující se na jejich individuální potřeby, cíle a chování. Základem tohoto nástroje je centralizace neboli aktivní zapojení Persóny do všech fází životního cyklu vývoje produktu, persónu zde reprezentuje typický uživatel softwaru. Tato technika se aktivně prosadila v takových oborech jako např. marketing či HCI (human-computer interection). Vnímání tohoto pojmu těmito obory posloužilo, jako východisko pro vznik uživatelsky orientovaného návrhu (user-centered design) a jeho pevného zakotvení do agilního vývoje softwaru. V následujících podkapitolách prozkoumáme vnímání persóny v oblastech marketingu, HCI a přispění těchto oborů ke vzniku nástrojů používaných v agilním vývoji.

2.1. Persóna v marketingu

Podstatou marketingu spočívá v segmentaci zákazníků a zaměření se na jednotlivé segmenty, které se vyznačují homogenností uvnitř segmentu (osoby mají podobné vlastnosti, postoje a chování) a podobností reakce na vnější vlivy. V marketingu použití pojmu Persóna (Caballero et al. 2014) vychází z konceptu sdružení jednotlivců na základě společných rysů. Tento koncept byl poprvé představen Jenkinsem, který upozornil na rozdíly mezi pojmy “segmentace” a “seskupení”. Podle něj segmentace implikuje použití obecných faktorů jako věk, pohlaví, zájmy apod. Seskupení naopak představuje sdružení osob sdílejících společné rysy ve vztahu k individuálnímu řešení založenému na potřebách každodenního života jednotlivců (např. sdružení na základě použití určitého software). Posunutím od obecné segmentace k individuální došlo k přelomu vnímání marketingu a vzniku pojmu Persóna.

2.2. Persóna v HCI

Persóna v HCI (Caballero et al. 2014) je vnímána jako množina atributů popisujících obraz typického uživatele systému. Této množině atributů se jinak říká “uživatelský profil”. Tvorba uživatelského profilu určena k zpracování kvalitního návrhu softwaru, má podobnou funkci jako segmenty v marketingu. Jakýkoliv softwarový produkt může mít celou řadu různých uživatelských profilů (persón), reprezentující konkrétní uživatele systému. Uživatelé jsou seskupeny podle podobnosti, následně analyzovány a upřednostňovány. Cílem takové segmentace je vymežit skupiny uživatelů, kteří jsou předmětem zájmu a zároveň vyfiltrovat ty,

kteří jsou nedostatečně reprezentativní. Jinými slovy persóny představují obrazy lidí, kteří mají své vlastní příběhy, a tyto příběhy pomáhají vývojovému týmu pochopit uživatele.

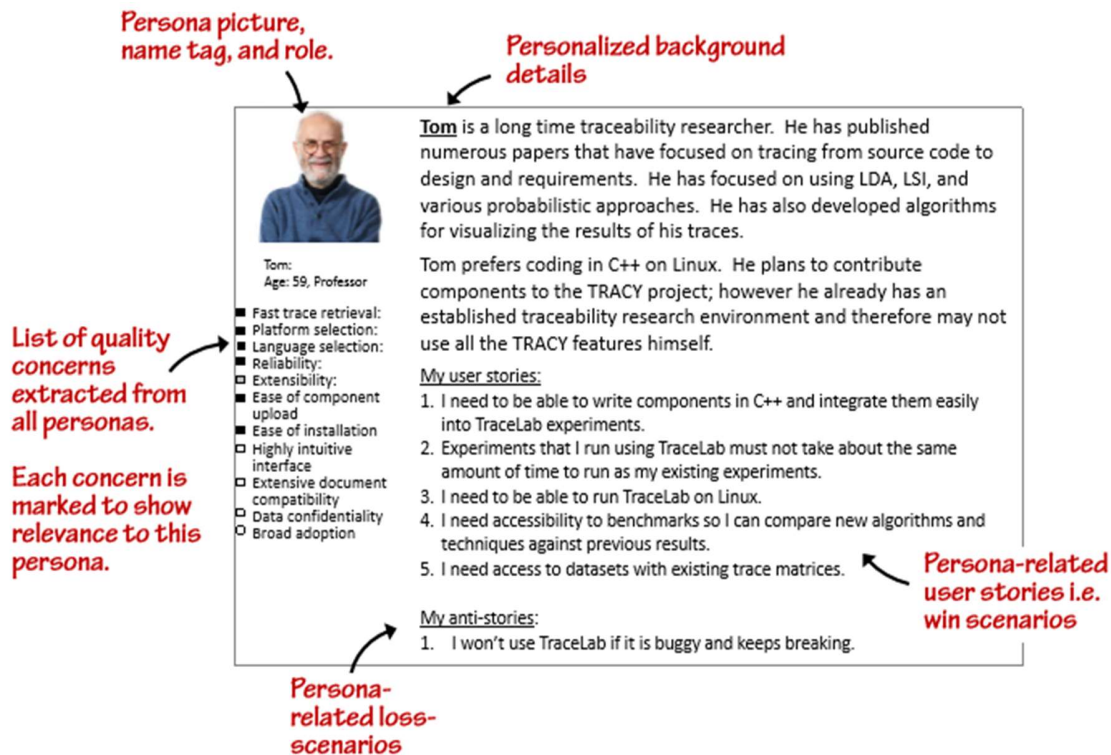


Obrázek 1- Příklady jednoduchých uživatelských profilů

2.3. Architektonicky důvtipná persóna

Celková kvalita systému je měřena splněním funkčních požadavků a dosažením požadované kvality stanovenou stakeholdery. Architektonicky významné požadavky představují podmnožinu kvalitativních požadavků na systém, určujících architekturu a chování systému. Pro práci s architektonicky významnými požadavky na systém se vybírají tzv. architektonicky důvtipné persóny (Cleland-Huang et al. 2013) - reprezentanti jednotlivých skupin uživatelů s odlišnými kvalitativními požadavky. Výběr těchto reprezentantů je zajištěn kooperací vývojářů a architektů. Dalším krokem je tvorba sérií architektonicky významných uživatelských příběhů (user stories) pro každého z persón. Výsledky zkoumání reprezentantů jednotlivých vzorkových skupin se používají k řízení vývoje a validaci architektonického návrhu systému.

Následující obrázek zohledňuje příklad uživatelského příběhu pro jednu persónu.



Obrázek 2 – příklad uživatelského příběhu pro jednu persónu

2.4. Persóna v agilních metodikách

Persóna v agile bere své kořeny z výše uvedených oborů marketing a HCI. Jednou z hlavních zásad agilních metodik je budování softwaru na základě potřeb zákazníka. Z tohoto důvodu zákazník je od začátku aktivně zapojen do všech fází vývoje produktu a spolupracuje s členy vývojového týmu. Persóna v agilních metodikách je silný a flexibilní nástroj, který (Caballero et al. 2014):

- stanoví, co produkty mají dělat a jakým způsobem se mají chovat
- umožňuje vývojovému týmu pochopit co uživatel chce, co potřebuje, co očekává, jak a proč se takovým způsobem chová
- zprostředkovává komunikaci mezi stakeholdery a vývojovým týmem nebo uvnitř týmu
- měří efektivitu návrhu
- přispívá k tvorbě marketingových a obchodních plánů

Na koncept persóny se podíváme na příkladu agilní metodiky Scrum (Winter et al. n.d.). Projekt se začíná sprintem 0, kde se stanoví předběžná vize, zaměřena na zjištění potřeb budoucího

uživatelé (persóny). Tento sprint končí naplněním třech fází: definice persóny, definice kontextu použití, definice případů užití. Během první fáze musí dojít k nashromáždění dat pomocí různých technik, které uvádíme v kapitole Metody poznání persóny. Dalším krokem této fáze je vytvoření persóny, jednoduše řečeno charakteristiky budoucího uživatele. Jelikož uživatelů jednoho systému může být více a tito uživatelé mohou mít různou úroveň zkušeností, můžeme je klasifikovat. Můžeme rozlišovat persóny dle úrovně na začátečníky, pokročilé či odborníky. Druhé členění může být rozděleno na primární, sekundární nebo negativní uživatele apod. Druhou fází je vymezení kontextu využití produktu. Jedná se o zkreslení příběhu, kdy a jak persóna používá produkt. Poslední fází je tvorba uživatelských scénářů nebo případů užití. Tyto scénáře definují požadavky na systém z pohledu uživatele. Vyhnout se abstraktnímu scénáři pomůže přiřazení persón. Takovým scénářům se říká uživatelsky řízené scénáře.

3. Uživatelsky orientovaný návrh

Na principu Persony je také postaven uživatelsky orientovaný návrh. I když mezi UCD (User centred design) a agilními metodikami existuje obdobný vztah, který na první pohled otevírá nové příležitosti k jejich integraci, nelze opomenout některé rozdíly, které tuto integraci mohou výrazně ztížit.

3.1. Pojem a charakteristika UCD

V dnešní době se velmi často vyvíjejí nové systémy, které jsou navrženy hlavně pro účely business cílů, nových úžasných funkcionalit či zaměření na nové možnosti v technologickém světě. Při vývoji těchto systémů se často zapomíná na velmi důležitou a podstatnou složku kteréhokoliv systému a to pro koho je určen, tedy pro cílového neboli koncového uživatele. Uživatelsky orientovaný návrh (User service design) či ve zkratce "UCD" (Foraker Labs n.d.) je tedy seznam procesů, který popisuje, jak se vcítit do role uživatele či pokusit se vhodně zapojit koncového uživatele do samotného vývoje. Při zapojení koncového uživatele do vývoje je nutné dávat si pozor na to, aby tato spolupráce měla nějaký účel např. pokud by koncový uživatel jen nečinně sledoval vývoj ze strany vývojáře, tak by tato spolupráce neměla smysl a žádný prvky UCD se v novém systému neobjeví. Pro sběr informací ze strany uživatele, které by mohli pomoci vývojářům jsou např. rozhovory s uživateli, dotazníky, různá fóra atd.

Proč je pohled koncového uživatele tak důležitý? Je to snadné, systém, který není uživatelsky přívětivý (user friendly) nemá budoucnost. Nyní je koncový uživatel hlavní poradce, který rozhoduje o tom, jestli je systém úspěšný či nikoliv. Z perspektivy uživatele je důležitost uživatelské přívětivosti a použitelnosti v tom, jestli je při vykonání činnosti v systému frustován či práce se systémem probíhá hladce bez problémů. Z pohledu vývojáře je důležitost uživatelské přívětivosti přesným měřítkem úspěšnosti systému. Dodatečný pohled, na který se může brát v ohled, je pohled od managementu společnosti. Pokud je systém špatně uzpůsoben pro práci uživatelů ve společnosti, je vysoce pravděpodobné, že se sníží produktivita uživatelů a takový systém nebude mít dlouhou životnost v dané společnosti. Výsledkem systému, který UCD složku využil při vývoji je naprosto zřejmý, nabízí totiž účinnější, uspokojující a samozřejmě uživatelsky přívětivý systém. Je potom tedy velmi pravděpodobné, že zákazníkovo zvýší business dopad na společnost a také zákazníkovo spokojenost a loajalitu.

První náznaky UCD vznikly již v polovině 80. let 20. století, kdy se za posledních 20 let neustále zlepšuje a snaží se více a více propojovat UCD s různými metodikami, které by ještě více zlepšily vývoj a kvalitu systému. Jsou to například integrace UCD s agilními metodikami (XP, Scrum...).

3.2. Integrace UCD a agilní metodiky

Integrace UCD s agilními metodikami (Chamberlain et al. 2006) má obrovský potenciál pomoci agilním vývojářům překonat těžkosti ve vývoji v podobě zapojení zákazníků a užším pojetí propojení HCI s softwarovým inženýrstvím. Důležitou či dokonce zcela zásadní otázkou je, pro koho je systém určen, kdo bude uživatelem systému pro pochopení jejich priorit a cílů. Pro lepší představu průběhu integrace UCD a agilní metodiky byla zpracována studie od Stefanie Chamberlain, Helen Sharp a Neil Maiden (Chamberlain et al. 2006). Cílem studie bylo sledovat vývoj integrace UCD a agilních metodik.

Byly vybrány tři projektové týmy, kteří měli týdně 2-4 hodin na projednání projektu po dobu půl roku. Tyto týmy měli za úkol vymyslet nový projekt, jakéhokoli tématu, jedinou podmínkou bylo, aby projekt využíval integraci UCD s libovolnou agilní metodikou. Organizace byla důkladná, každý znal svojí roli v týmu. Role v týmu byla buď vývojář, který měl na starosti kód a designéri, který zpracovávali uživatelské požadavky, uživatelskou přívětivost budoucího systému a zprostředkovali komunikaci mezi týmem a budoucími uživateli. Vše z pozadí pozoroval nezávislý pozorovatel, který nebyl součástí žádného týmu. Studie byla rozdělena do dvou částí, kdy přibližně jeden měsíc se týmy dohadovali na tématech, které by byly relevantní k projektu. V druhé části si vybrali týmy konkrétní téma a zpracovávali jej.

Table 1. A summary of the three projects observed through our study

Features	Project I	Project S	Project M
Project Application	Website to involve people in local civic life, including online community to promote and re-engage a political audience.	Interactive TV application: a two-video stream interactive quiz designed to complement a TV programme.	Web-based message board facility for the study organisation.
Methodology followed	UCD and Scrum	UCD and XP	UCD and Scrum
Main User Group	Members of the public	Members of the public	Members of the public
Other Users ¹	Content editors for the website	Administrators/Editors	Administrators/moderators ² The “product owner” ³
Distribution of the project team	All on the same floor	Spread over two floors	Seated together

Obrázek 3 – přehled projektů

Každý tým si vybral vlastní agilní metodiku a v každé se našla nějaká překážka, která brzdila vývoj projektu.

Vyhodnocení studie bylo rozděleno do tří částí: dle zapojení uživatele, dle spolupráce v týmu a dle prototypování a životního cyklu projektu.

Po vyhodnocení se autoři studie shodli na 5 důležitých principů pro úspěšnou integraci UCD s agilní metodikou:

- Zapojení uživatele - uživatel by měl být zapojen do vývojářského procesu, ale zároveň by měl zastupovat mnoho různých rolí v týmu, které by pomohli zlepšit a urychlit celý vývoj.
- Spolupráce a kulturní pojetí - vývojáři a designéři by měli spolu spolupracovat, co nejlépe to jde a na co nejintenzivnější bázi, to samé platí pro zákazníka samotného
- Prototypování - designéři by měli neustále informovat vývojáře o každé maličké změně či zpětné vazbě od zákazníka.
- Životní cyklus projektu - UCD designéři by měli dostat dostatek času pro sběr informací, předtím než se začne nějaký kód psát či publikovat.
- Projektový management - integrace mezi agile/UCD by měla fungovat na bázi soudržnosti projektového týmu bez velkého přičinění nějaké formy byrokracie.

Výsledkem studie tedy je, že ano toto spojení agile/UCD může fungovat skvěle, jen je potřeba se vyhnout některým vážným problémům, který by celý projekt mohl zhatit. Mezi největší překážky jsou např. nerovnoměrnost moci mezi vývojářema a designérema, komunikační problémy, časová různorodost členů v týmu atd.

Pro získání více informací, je možné nalézt ve studii autorů viz výše, s názvem "Towards a Framework for Integrating Agile Development and User-Centred Design".

3.3. Podobnosti a rozdíly mezi UCD a agilními metodikami

Vytvořit dobrý projekt obsahující UCD/agilní metodiku je pro některé týmy opravdovou výzvou. Jsou zde určité podobnosti, ale též i mnoho rozdílů, na které mnoho projektů zapomíná.

Mezi hlavní podobnosti patří (Chamberlain et al. 2006):

- Obě tyto metodiky se opírají o iterativní vývoj v návaznosti na empirické údaje z předchozího cyklu;
- Obě tyto metodiky kladou velký důraz na zapojení uživatele v celém procesu vývoje;
- Obě metodiky si zakládají na týmové soudržnosti, kdy jejich cílem je mít v týmu lidi, co nejvíce spolu vychází a vytváří velký týmový duch, kdy tzv. všichni tahají za stejný provaz.

Mezi hlavní rozdíly patří (Chamberlain et al. 2006):

- Jedním ze zásadních rolí mezi těmito metodikami je ten, kdy UCD je zastáncem toho, že je někdy potřeba u složitých procesů využít dokumentaci mezi vývojářem a designérem, zato u agilních metodik si na dokumentaci moc nepotrpí, snaží se jej co nejvíce minimalizovat;
- Dalším podstatným rozdílem je ten, že UCD začíná vývoj až po tom, co pochopí veškeré požadavky od uživatelů, zato u agilních metodik nechtějí na tomto ztrácet čas a pochopení požadavků uživatele by se dle nich mělo dělat až za pochodu, tedy při vývoji.

4. Metody poznání persóny

Mezi nejdůležitější a nejefektivnější metody poznání persóny (Sujan et al. 2013), které v této kapitole rozebereme jsou ohniskové skupiny, kulturní vzorky, pozorování, přemýšlení nahlas a rozhovory. Cílem těchto metod je pochopit problémy, které persóny řeší a odhalit motivaci, která je přivede k našemu produktu.

4.1. Ohniskové skupiny

Ohniskové skupiny (ang. Focus groups) je důležitá metoda získávání kvalitativních dat založena na interakci mezi moderátorem a účastníky. Jedná se o moderátorem řízený nestrukturovaný rozhovor s neznámými dopředu otázkami. Cílem této metody zjistit požadavky, potřeby a pocity účastníků. Z tohoto pohledu je velmi důležité zvolit správné respondenty. Výhodou této metody je především to, že umožňuje moderátorovi získat všechny potřebné informace s minimálním rizikem jejich zkreslení. Za další výhodou lze označit to, že využitím audio a video techniky, ostatní členové týmu mohou sledovat průběh rozhovoru, aniž by ho nějakým způsobem ovlivňovali. Nevýhodou ohniskových skupin je to, že může docházet k vzájemnému ovlivňování účastníků, což může mít vliv na výsledky zkoumání.

4.2. Kulturní vzorek (Cultural probe)

Zpravidla různé produkty se vyvíjejí nejenom pro různé skupiny uživatelů v rámci jedné kultury, ale také pro různé skupiny uživatelů v rámci různých kultur. Pokud vývojový tým nezná specifika kultury pro niž produkt vyvíjen, je velmi těžko pochopit potřeby zákazníků příslušných této kultuře. Právě k tomu slouží metoda kulturního vzorku (Sujan et al. 2013), která identifikuje potřeby uživatelů v závislosti na jejich kulturních rysech. Kromě toho, tato metoda účinně povzbuzuje kreativní navrhování produktu. Součástí metody je využití digitální techniky, deníků, techniky prototypování a jakékoliv dalších materiálů, které podporují dosažení cíle zkoumání. Vzorkem se rozumí malý balíček obsahující určitý typ artefaktu (mapy, pohlednice, fotografie apod.), které jsou výsledkem nějaké aktivity, provedené účastníkem zkoumání. Příkladem může být požádat účastníka zachytit svůj den v práci za využitím fotoaparátu. V tomto případě vzorkem jsou vzniklé fotografie. Specifika této metody spočívá v tom, že sama o sobě účinná není a vyžaduje současné využití dalších metod jako rozhovor a dotazník jejichž smyslem je sdělení životních zkušeností a událostí, souvisejících s danému vzorkem. Kromě faktů je důležitá komunikace pocitů, vyvolávaných vzorkem u účastníka.

4.3. Pozorování činností a chování

Metoda pozorování přichází na řadu ve chvíli, kdy již známe cílovou skupinu, ale zatím nerozumíme, jak skupina funguje, přemýšlí a koná. Pozorování probíhá tak, aby se později dala skupina nějakým způsobem popsat. Cílová skupina by měla být pozorována v přirozeném prostředí k danému problému, činnost této cílové skupiny by neměla být pozorováním nijak ovlivněna. Během samotného pozorování se zaznamenávají poznatky o činnostech, které pozorované osoby v dané problematice dělají, pohybech spojených s problematikou, řečí těla, náladě, postupy a tak dále. Cílem této metody je pochopit, jak cílová skupina funguje. Dalším postupem může pak být pokus o reprodukci těchto činností, čímž se získá ještě hlubší pochopení cílové skupiny. (IDEO.org, 2015)

4.4. "Myslí nahlas" protokol

Myslí nahlas protokol se nejčastěji používá při interakci s členem cílové skupiny. Jedná se o postup, kdy člen cílové skupiny verbálně popisuje, co právě dělá, na co myslím, proč dělá, to co dělá. Tento postup se často používá v případě, kdy potřebujeme pochopit myšlenkové pochody cílové skupiny a její činnosti. Metoda samotná je relativně složitá na použití a vyžaduje praxi. Metoda se výborně hodí pro odhalování problémů z uživatelského pohledu. Hodí se také pro testování prototypu softwaru. (Sujan et al. 2013)

4.5. Rozhovory

Joash Sujan ve svém článku uvádí, že se rozhovory dají rozdělit do 3 hlavních kategorií. Volné rozhovory, strukturované volné a strukturované. Liší se tedy tím, nakolik je rozhovor řízen a směřován předpřipraveným směrem.

Ve všech směrech je dobré mít více tazatelů. V praxi se nejčastěji používají 2-3, kdy každý má svou roli. Jeden tazatel vede rozhovor, druhý působí jako zapisovatel, který se snaží sepsat vše, co bylo na rozhovoru řečeno (ideálně doslovně), třetí pak působí jako pozorovatel, má za úkol sledovat řeč těla, vyjadřování a chování dotazovaného.

Volné rozhovory jsou takové, kde není žádný bod, kterým směrem se bude rozhovor ubírat. V takovém rozhovoru se pouze určí téma problematiky, a dále se vede volný dialog mezi tazatelem a dotazovaným. Takový rozhovor může odhalit zajímavé směry, nečekané aspekty problematiky. Nevýhodou je následné komplikované zpracování vzhledů do problematiky, plynoucích z rozhovoru, když se totiž každý z rozhovorů vydá jiným směrem, můžeme skončit

s širokým spektrem problémů, kde nejsme schopni určit, zda jsou tyto problémy individuální, nebo zda se dají zobecnit pro celou skupinu.

Strukturované rozhovory jsou přesným opakem volných rozhovorů. Předem je dána struktura, otázky a oblasti, které si tazatel přeje prozkoumat. Rozhovor je zpravidla veden způsobem otázka-odpověď. Není zde prostor pro odbočování od tématu. Výhodou je jednoduchá analýza takových rozhovorů, tazatel se dozví přesně to, na co se ptal. Rozhovor je ale těžší na přípravu a náchylný na ztrátu důležitých informací. Dotazovaný nemá prostor k vyjádření se k ostatním aspektům problematiky a informace mohou být vytrženy z kontextu.

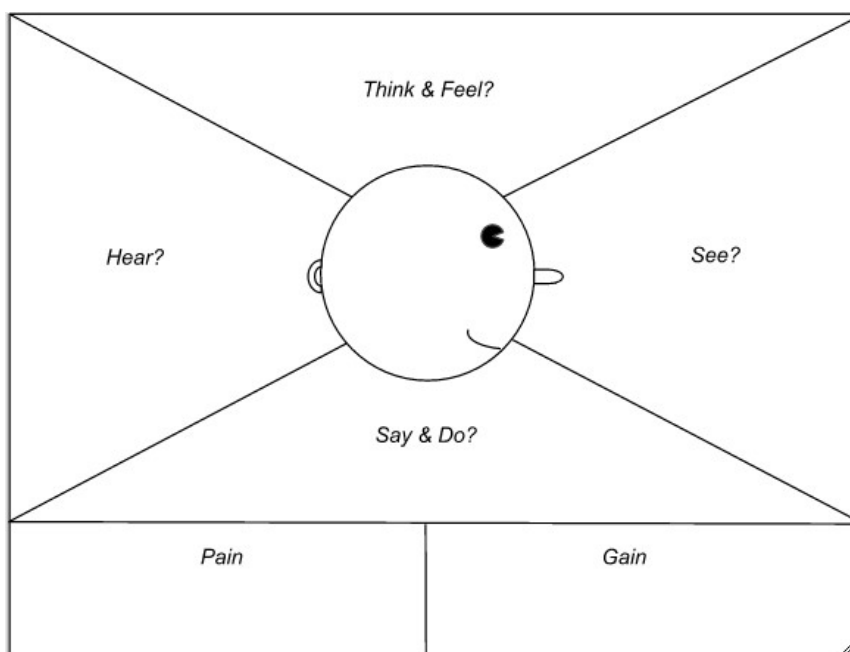
Strukturovaně volný rozhovor je kombinací dvou předchozích. V takovém rozhovoru je přibližně daná struktura, ale vývoj rozhovoru je čistě v rukou tazatele. Je na něm, aby dokázal určit, kdy je dobré nechat dotazovaného zabřednout hlouběji do problematiky a kdy nikoliv. Tento typ rozhovoru vyžaduje velké zkušenosti tazatele a dobrou empatii vůči dotazovanému. Výsledkem jsou relevantní zajímavé informace, které je díky lehké struktuře možné později shlukovat a porovnávat s informacemi z ostatních rozhovorů. (Sujan et al. 2013)

5. Tvorba Persóny

Tvorba persóny je posledním krokem. Předpokladem jsou získaná data a celkové chápání cílové skupiny. Jednotlivé metody nám pak pomohou tato data vizualizovat.

5.1. Empatická mapa

Empatická mapa je jedním z nástrojů tvorby persóny. Její kontext je výhradně spojen s projektem nebo řešenou problematikou. Objevují se zde 4 základní oblasti. Co persóna slyší, vidí, říká a dělá, co si myslí a cítí. Cílem je vcítění se do persóny a dívat se na problematiku jejíma očima. Popsáním těchto jednotlivých kategorií získáme vizualizovaný vhled do způsobu uvažování dané cílové skupiny. Je také možné popsat, jaké persóna řeší problémy (samozřejmě stále v kontextu s řešenou problematikou) a jaké výhody by vyřešení těchto problému persóně přineslo. (Tadpull, 2016)




Obrázek 3 - Návrh vzhledu empatické mapy

5.2. Profil uživatele

Metoda profil uživatele se používá k vizuálnímu shrnutí věcných informací konkrétní persóny. Používají se zde faktické informace jako je jméno, pohlaví, věk, pracovní nebo studijní pozice, platové ohodnocení, zařízení, na kterých osoba pracuje případně preferované kanály. Tento krátký přehled informací umožní rychlé vytvoření představy o tom, o kom se mluví. Profil dále

obsahuje text, ve kterém jsou shrnuty věcné informace k problematice. Může to být například životní situace, ve které se persóna nachází, jaké řeší problémy, co ráda dělá ve volném čase a jakým způsobem funguje. Díky této metodice i externí člověk, který se nepodílí na projektu, rychle pochopí, jaká je cílová skupina. (Shahri, 2016)

	Name: Clara	Age: 31	Gender: Female	Job: Data Analyst
	Overall statement: The quality of work is important for Clara, however, it is important for her to not fall behind her colleagues. Therefore, she may decrease the quality of her work if she can receive the same points. She is an explorer and wants to have surprises in her work. She is concerned about her detailed work details, however, she finds it helpful for others to be able to access her skills set.			
Setting: Method (Conditioning, Tailoring, Suggestion), Privacy (Detailed Info: Managers, self – General Info: Everyone – Progress Info: Managers, Self), Collaboration Nature (Collaborative), Performance (Weekly), Feedback (Human generated, Monthly), Incentive (Higher Value, Lower Chance)				

Obrázek 4 - Příklad uživatelského profilu

5.3. Uživatelské scénáře

Uživatelský scénář je metoda, která se nejčastěji používá pro zaznamenání uživateli cesty produktem nebo řešením. Předpokladem je dobře definovaná persóna, ke které se pak scénář vztahuje. Dochází zde k chronologickému sledu činností a událostí. Forma a rozsah, jakou je scénář zpracován je pak čistě na řešitelském týmu. Uživatelské scénáře se často ve své vizuální, kreslené formě používá pro nastínění toho, jak uživatel používá například námi navrženou službu. Je pak opět na řešitelském týmu, zda tento proces mapuje „krok za krokem“, nebo zda pouze nastiňuje, jak se v určitých oblastech služby uživatel chová. (Shahri, 2016)



Obrázek 5 - Příklad uživatelského scénáře

6. Závěr

V této práci byl čtenáři představen jeden z trendových přístupů pro agilní vývoj softwaru, přístup skrz persónu. V první kapitole byl čtenář uveden do tématu. V druhé kapitole byl čtenáři představen samotný pojem Persóna, a byl představen v různých odvětvích, kde se používá. Ve třetí kapitole byl pojem zakomponován do kontextu Uživatelsky zaměřeného vývoje. Čtvrtá kapitola pak pojednává o různých způsobech poznání a analýzy persóny. Pátá kapitola se zaměřuje na vizualizaci informací, které jsou získány skrze metody v předchozí kapitole a ukazuje možná použití těchto vizualizací.

Práce jako celek seznámila čtenáře s pojmem, představila mu různá odvětví použití, včetně způsobu použití, čímž mu dala základní vhled do tématu.

Seznam zdrojů

Wick, A., 2016. Agile 2016: Persona Based Teams - The Ultimate Focus. [Online] Available at: https://www.infoq.com/news/2016/08/agile2016-persona-based-teams?utm_campaign=rightbar_v2&utm_source=infoq&utm_medium=news_link&utm_content=link_text

Caballero, L., Moreno, A.M. & Seffah, A., 2014. LNCS 8742 - Persona as a Tool to Involving Human in Agile Methods: Contributions from HCI and Marketing. *Lncs*, 8742, pp.283–290.

Chamberlain, S., Sharp, H. & Maiden, N., 2006. Towards a framework for integrating agile development and user-centred design. *The 7th International Conference on eXtreme Programming and Agile Processes in Software Engineering*, pp.143–153. Available at: <http://www.springerlink.com/index/728680T2250VN864.pdf>
http://link.springer.com/chapter/10.1007/11774129_15.

Cleland-Huang, J., Czauderna, A. & Keenan, E., 2013. A persona-based approach for exploring architecturally significant requirements in agile projects. *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*, 7830 LNCS, pp.18–33.

Foraker Labs, Introduction to User-Centered Design. Available at: <http://www.usabilityfirst.com/about-usability/introduction-to-user-centered-design/> [Accessed November 17, 2016].

Sujan, J. et al., 2013. Human Interface and the Management of Information: Information and Interaction Design. *15th International Conference, HCI International*, 2(July), p.713.

Winter, D., Holt, E.-M. & Thomaschewski, J., Persona driven agile development.

IDEO.org. *The Field Guide to Human-centered Design*. S.l.: Design Kit, 2015.

Tadpull, *Empathy Maps for UX*, dostupné z: <http://www.tadpull.com/tools/how-to-use-empathy-map-for-user-experience-mapping.php> [2016]

Shahri, Alimohammad, Mahmood Hosseini, Malik Almaliki, Keith Phalp, Jacqui Tylor a Raian Ali. *Engineering software-based motivation: A persona-based approach*. In: 2016 IEEE Tenth International Conference on Research Challenges in Information Science (RCIS) [online]. IEEE, 2016, s. 1-12 [cit. 2016-11-23]. DOI: 10.1109/RCIS.2016.7549312. ISBN 978-1-4799-8710-8. Dostupné z: <http://ieeexplore.ieee.org/document/7549312/>