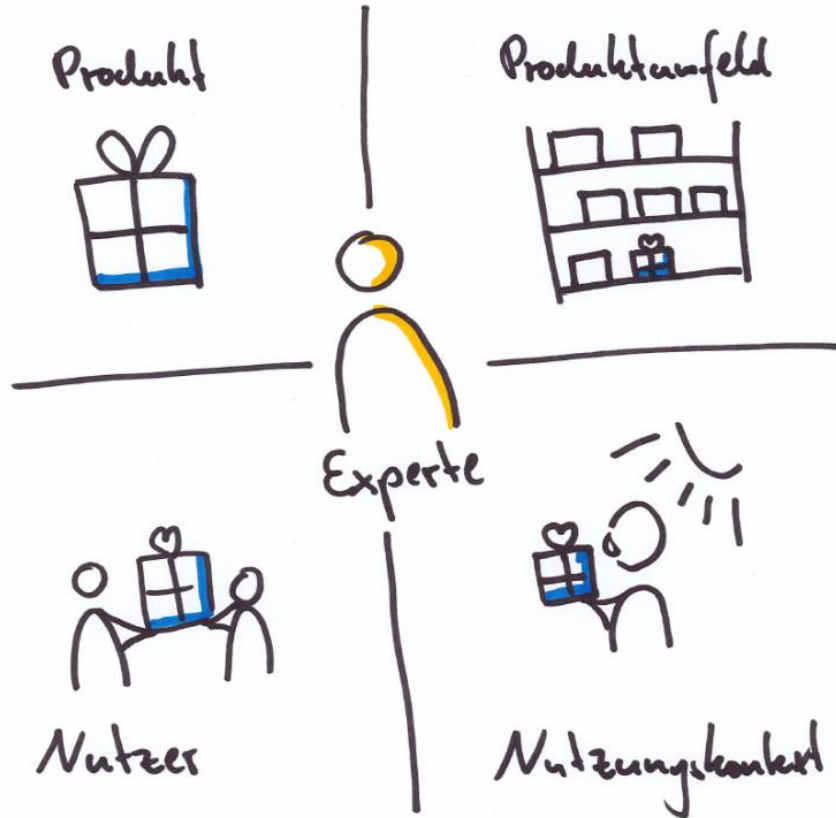




Persona-getriebene Produktentwicklung

Dominique Winter
Working Products 2020

Was kann unser
Produkt und was
nicht?



Wer nutzt unser
Produkt?

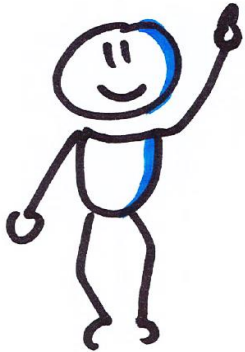
Welche Alternativen
gibt es zu unserem
Produkt?

Wo und für was wird
unser Produkt unter
welchen Bedingungen
genutzt?



Für wen wollen wir die
Welt ein kleines bisschen
besser machen?

Wer es allen recht machen will,
macht es niemanden recht.





Einleitung

WAS SIND PERSONAS?



Personas dienen als
realistische Stellvertreter
echter Nutzer, sind aber nicht real.



Emma - 26 Jahre

Persönliches

Emma Reiners
26 Jahre

Beziehungsstatus

- Single

Hobbys

- Zeichnen
- Fotografieren
- Freunde treffen

Sprachen

- fließend: Deutsch
- gut: Englisch
- basics: Holländisch

Benutzergruppe
Focal

Werdegang

Bildung erweiterter Realschulabschluss, abgeschlossene Berufsausbildung zur Bürokauffrau

Tätigkeit/Job Studentin der Wirtschaftsinformatik

Länge im Job 3. Semester

PC-Affinität

Technologisches Know-how gesamt



Internet



Usability und User Experience



Verhaltensweisen

- will Aufgaben schnell und effizient erledigen
- vergisst so gut wie nie einen Geburtstag
- besitzt das Talent sogar im völligen Chaos den Überblick zu behalten
- ist rücksichtsvoll und zuvorkommend
- arbeitet gern mit anderen Menschen zusammen
- wird schnell ungeduldig und kann nicht gut warten

Emma, 26 Jahre – studiert im 3. Semester Wirtschaftsinformatik. Sie möchte nach ihrem Studium als Projektmanagerin in einer führenden Werbeagentur tätig werden.

Sie schreibt im Rahmen ihres Studiums eine Hausarbeit zum Thema *“User Experience und Webseitenanalyse - aktuelle Methoden aus der Praxis“*.

Sie besitzt bisher keine Kenntnisse zu diesem Thema.

Zunächst möchte Emma sich einen Einblick in die Thematik verschaffen und stößt dabei auf eine Seite der Gesellschaft für Informatik.

Hier findet sie Ansprechpartner für weitere Informationen.

Sie wendet sich per Kontaktformular an die GI und bittet diese um weiterführende Informationen und Ansprechpartner, die ihr bei der Recherche zu ihrem Thema weiterhelfen.

(A) Keine Vorkenntnisse von Usability



Welche Formen kann eine Persona haben?

- Foto oder Zeichnung
- Text/Steckbrief
- Key Facts
- Beschreibung
- Geschichte



Zur Person

(Sketch/Foto, Name, Zitat, usw.)

Verhalten & Aufgaben

Jobs-to-be-done

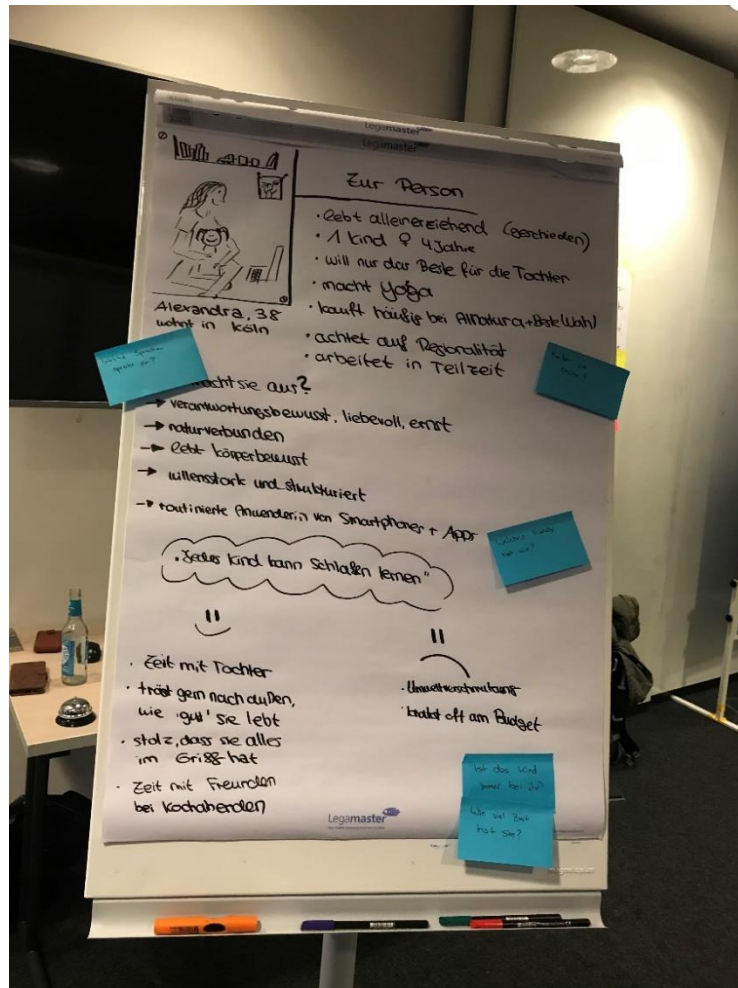
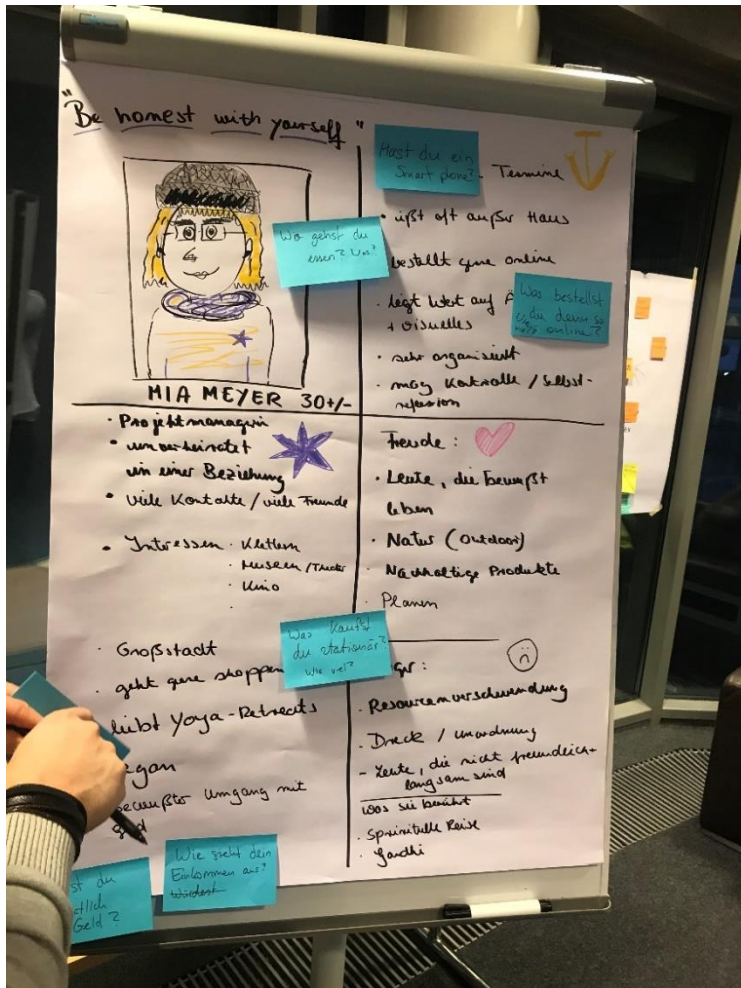
Demographie, Psychografie

Needs, Gains & Pain Points

Was mich freut

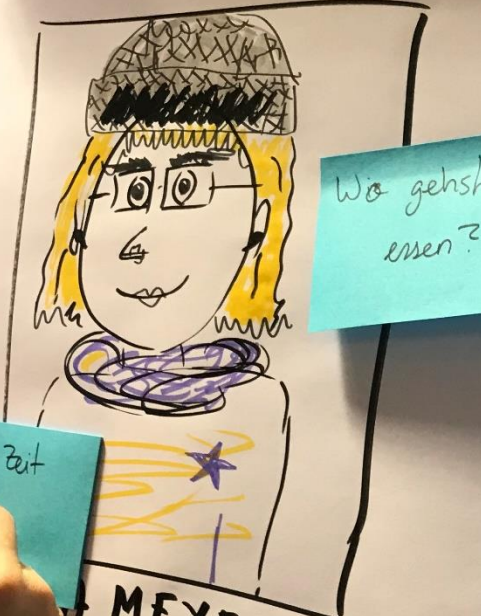
Was mich ärgert

Was mich berührt



Persona-getriebene Produktentwicklung - Dominique Winter - Working Products 2020

"Be honest with yourself"



MEYER 30+/-

Hast du ein Smart phone?

Termine

Wo gehst du essen? Was?

• isst oft außer Haus

• bestellt gerne online

• legt Wert auf Ä + visuelles

• sehr organisiert

• mag Kontrolle

Was bestells du denn so viel online?

Wie viel Zeit

Bianca Schneider, Erzieherin in Köln

Zur Person



Vorlieben:
arbeitet
gerne im
Garten

bildet sich
gerne weiter
(Fachliteratur)

macht
Sport (mit
ihren
Freunden)

geht
gerne
feiern

hat eine
Katze

Mittlere
Reife

Ist in
Wohngruppe
aufgewachsen.

Verhalten & Aufgaben

macht einen
Großteil der
Haushalts-
einkäufe

kauft
Material für
die Arbeit
in der KiTa

besorgt
Material, um
Dinge für die
Arbeit
auszuprobieren

bereitet die
Unterlagen für
die
Steuererklärung
vor

verwaltet die
Haushaltskasse

spart fleißig
für die
Urlaubskasse

Yoga

bewusste
Ernährung

kocht gern
(auch für
Freunde)

liebt
Heavy
Metal

nutzt
WhatsApp
zur Alltags-
organisation

kauft
online
ein

Hilft der Freund
gar nicht im
Haushalt?

WENIG

Würde sie eine weitere
App installieren?

Ja - muss einfach
bedienbar sein, wie bei
WhatsApp app.

nutzt Online-
Tutorials /
Videos für
Bastelarbeiten

Demographie, Psychographie

lebt mit ihrem
Partner in
einem
Haushalt

Alter:
32 Jahre

Beruf:
Erzieherin

Urlaub
ist sehr
wichtig

sehr
familienbezogen

organisiert gerne
Ausflüge /
Unternehmungen

möchte
Dinge
schnell
erledigen

hat einen straffen
Alltag,
durchorganisiert

sparsam

wünscht
sich
Kinder

Beruf des
Freundes:
Lagerlogistiker

Würde sie für
eine App
Geld
ausgeben?

wenn es nicht zu
teuer ist, ja. Effekt
der App
(Zeitersparnis)
gegenüber
Sparsamkeit

Needs, Gains & Pains

Dinge
schnell und
effektiv
erledigen

ärgert lange
Wartezeiten

sortiert
ungern
Belege

freut sich nicht
über die
Steuererklärung
/ fühlt sich
gestresst

wünscht sich
einen aktuellen
Überblick über
den Stand der
Urlaubskasse

möchte
Steuervorteile
nutzen (>
Rückzahlung)

hat gerne
den
Überblick

möchte
Termine beim
Steuerberater
gut
vorbereiten

möchte
möglichst wenig
Rückfragen aus
dem Steuerbüro

wie technik affin?
Kein IT Poweruser,
aber einfache
Hilfsdienste gerne

auf einem Konto
oder per
Sparschwein?
angelegt bei einem
Aktienfonds

online versus
Papier-belege?
Online! Erleichtert
Sortierung.

rechnet Sie "Dinner
für Freunde"
irgendwie ab?

NEIN- nicht relevant

Steuer mit Sparen
kombinieren?
FRAGE UNKLAR



Durch Personas reduzieren wir
Selbstreferenzen und beugen
dem **elastischen Nutzer** vor.



Personas können in der gesamten
Produktentwicklung als
Unterstützung genutzt werden.



Ein paar wichtige Tipps zur Nutzung von Personas:

1. Personas niemals an echten Menschen aus dem Umfeld ausrichten.
2. Keine perfekten Stockfotos nutzen.
3. Nutzt ruhig Alliterationen, damit sich die Namen leichter einprägen.
4. Überprüft regelmäßig, ob die repräsentierten Zielgruppen noch relevant sind.



Erstellt mehrere Personas aber
macht klar, wer die
Hauptzielgruppe ist.





Personas in der Produktentwicklung


PERSONAS IN DER PRODUKTVISION



Eine Produktvision thematisiert die
Bedürfnisse der Kunden und den
Mehrwert des Produkts.



Sie beschreibt das **WARUM** und ist kurz,
prägnant und inspirierend!



Für die <Zielgruppe>
welche <folgendes Problem> hat,
ist <unser Produktname>
ein <Produkttyp>,
welches <diese Hauptmerkmale> hat,
um <folgenden Kundennutzen> zu
erzeugen.

Bewusste Konsumenten wie Klaus mit wenig Zeit
können sich mit Cash Vision
zuverlässig und bequem einen Ausgabenüberblick
verschaffen, um ihr Einkaufserlebnis positiv zu
beeinflussen

Bewusste Konsumenten mit wenig Zeit und
Loch im Geldbeutel können mit Cash Vision

zuverlässig und bequem Kosten tracken und
auswerten, um ihr Einkaufsverhalten positiv zu
beeinflussen

bewusste aber
ungeduldige
Menschen wie
Klaus

Für die bewussten Konsumenten
welche sich wundern wo ihr Geld bleibt ,
ist Cash Vision
ein zuverlässiger und bequemer Begleiter,
welcher effizient Kosten trackt und auswertet,
um zur nützlichen Optimierung des eigenen
Einkaufsverhaltens bei zu tragen.

SMIND BEDEUTET TÜR MIA

PROBLEMLOS KÜE IHRE
EINKÄUFE IN EINER
APP ZU TRACKEN &
IHRE AUSGABEN
BEWUSST ZU
OPTIMIEREN



SMIND

SHOPPING
MINIFULL



"Be honest with yourself"



MIA MEYER 30+/-

- Projektmanagerin
- unverschämter in einer Beziehung
- viele Kontakte / viele Freunde
- kommt aus gutem Haushalt
- Interessen: Klettern, Museen / Theater, Kino

- Einkommen 40.000 Jahresgehalt
- Großstadt
- geht gerne shoppen
- liebt Yoga-Retreats
- vegan
- beschränkter Umgang mit Geld
- Spaziert auf Reisen

- hat viele Termine
- Apple - Laptops
- ist oft auf der Haus
- bestellt gerne online
- legt Wert auf Aussehen + Visuelles
- sehr organisiert
- mag Kontrolle / Selbst-reflexion

Freunde:

- Leute, die bewusst leben
- Natur (outdoor)
- Nachhaltige Produkte
- Planen

Anger:

- Ressourcenverschwendung
- Druck / Unordnung
- Leute, die nicht freundlich langsam sind
- spirituelle Reise
- Gandhi

THE PRODUCT VISION BOARD EXTENDED



VISION

What is your motivation for creating the product?
Which positive change should it bring about?



TARGET GROUP

Which market or market segment does the product address?
Who are the target customers and users?



NEEDS

Which problem does the product solve?
What benefit does it provide?



PRODUCT

What product is it?
What makes it stand out?
Is it feasible to develop the product?



BUSINESS GOALS

How is the product going to benefit the company?
What are the business goals?



COMPETITORS

Who are your main competitors?
What are their strengths and weaknesses?



REVENUE STREAMS

How can you monetise your product and generate revenues?



COST FACTORS

What are the main cost factors to develop, market, sell, and service the product?



CHANNELS

How will you market and sell your product?
Do the channels exist today?





Personas in der Produktentwicklung

PERSONAS IM SPRINTZIEL



Das **Sprintziel** leitet sich aus der **Produktvision** ab und ist auf **Nutzer Mehrwert** fokussiert.



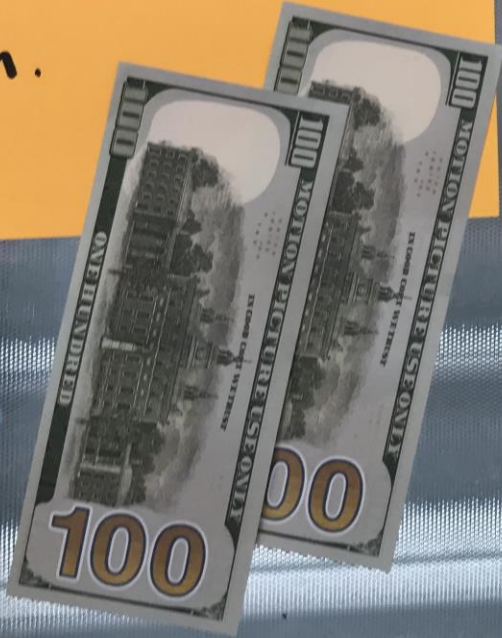
Beispiel

Frederik kann Zahlungen automatisieren, damit er die nicht mehr vergessen kann.

- Das Sprintziel kann als Story formuliert werden.
- Akzeptanzkriterien präzisieren das Sprintziel.
- Woran erkennen wir, dass wir für Frederik das Ziel erreicht haben?

#23

Hans kann Termine
mit seinen Freunden
teilen.



#24

Hans kann seine
Termine auch über
Ländergrenzen hinweg
koordinieren.



#25

Vereinbarte Termine
kann Hans um-
organisieren.

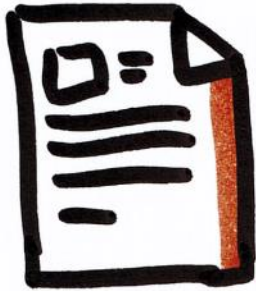


Wert für den Nutzer visualisieren



Personas in der Produktentwicklung

PERSONAS IN USER STORIES



Einfache User Storys werden zu
Persona-driven User Storys,
die das **Bedürfnis** teilen.

E-Mail ausdrucken



John möchte seine E-Mail ausdrucken, damit er sie offline weiter verwenden kann und sie nicht abschreiben muss.

Warum macht John das?

Akzeptanzkriterien:


- Ausdruck der E-Mail mit den Daten Empfänger, Sender, Betreff, Inhalt, etc.
- Bei mehreren Seiten sollen Seitenzahlen mittig am unteren Rand ausgedruckt werden.
- ...



Personas in der Produktentwicklung

PERSONAS IM PRODUCT BACKLOG

Hauptsächlich betroffene Persona



Aufgabe	10	John
Aufgabe	8	John
Aufgabe	3	Sarah
Aufgabe	3	John, Sarah
Aufgabe	2	Mike
Aufgabe	13	John
Aufgabe	20	Sarah, Mike

MUST

SHOULD

COULD

WON'T

MoSCoW ist ein Akronym und steht für die Einteilung von Anforderungen in die vier Kategorien:

- M – MUST
- S – SHOULD
- C – COULD
- W – WON'T

Anforderungen als Persona-driven User Storys können durch die MoSCoW-Priorisierung entsprechend formuliert werden.

E-Mail ausdrucken



John **sollte** seine E-Mail ausdrucken können, damit er sie offline weiter verwenden kann und sie nicht abschreiben muss.

Akzeptanzkriterien:

- Ausdruck der E-Mail mit den Daten Empfänger, Sender, Betreff, Inhalt, etc.
- Bei mehreren Seiten sollen Seitenzahlen mittig am unteren Rand ausgedruckt werden.
- ...



Was ist die von uns angestrebte
User Experience für die Personas?




Wie beschreibt unsere Persona das perfekte Erlebnis?

<https://www.designik.de/2020/08/ux-vision-entwickeln/>



Für Menschen wie Erik ist unsere Software zur Visualisierung der Stromerzeugung ein **schneller**, **einfacher** aber auch **spaßiger** Weg seinen Beitrag zur Nachhaltigkeit genau beziffern zu können.

Beeinflusste Faktoren

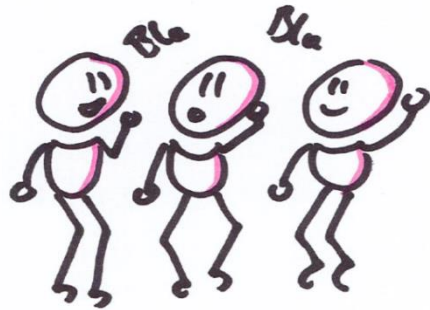


Aufgabe	10	Attraktivität	John
Aufgabe	8	Durchschaubarkeit	John
Aufgabe	3	Stimulation	Sarah
Aufgabe	3	-	John, Sarah
Aufgabe	2	Attraktivität	Mike
Aufgabe	13	Attraktivität	John
Aufgabe	20	Steuerbarkeit	Sarah, Mike

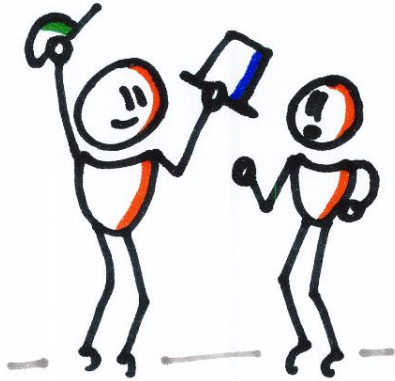


Personas in der Produktentwicklung

PERSONAS IM REVIEW



In diesem Sprint haben wir
für Frederik folgende
Geschichte ermöglicht...



Die Ergebnisse des Sprints auch
aus der Perspektive der
Persona vorgestellt werden.



Personas in der Produktentwicklung

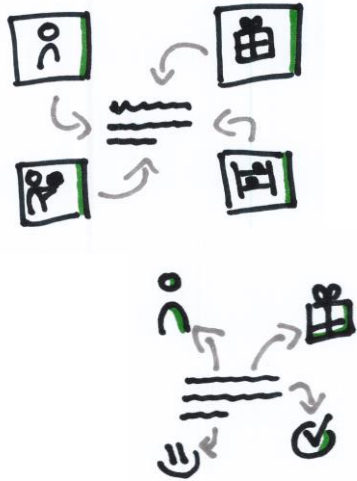
WAS SONST NOCH?



In Retrospektiven kann man sich auch fragen, wie man für die **Persona** noch mehr Wert erzeugen kann.



Aber liegt der Fokus nicht eher auf dem **Team selbst?**



Das gemeinsame
Verständnis muss immer
wieder herausgefordert
und geformt werden.



Verstehen wir noch das Gleiche unter
einem Begriff?



Es lohnt sich **regelmäßig** zu **überprüfen** wie viele Nutzer eine Persona repräsentiert.

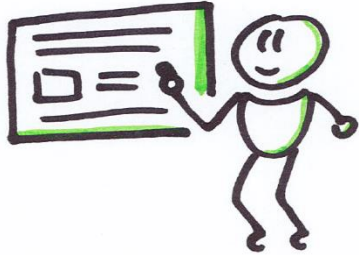


Sind unsere Personas noch relevant (genug)?

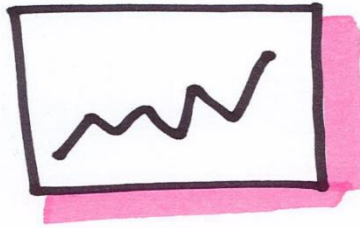


Abschluss

ZUSAMMENFASSUNG



1. Personas helfen euch beim Fokussieren auf die Nutzer.
2. Verwendet Personas in User Storys, Sprintzielen, der Produktvision und allen anderen Artefakten mit Nutzerbezug.
3. Baut Personas ins Product Backlog ein, damit es nach Nutzerbedürfnissen priorisiert werden kann.
4. Erzählt alle Geschichten aus der Perspektive der Personas.



Der Einsatz von Personas gehört zu den TOP 5 Maßnahmen zur **Steigerung** der UX-Kompetenz einer Organisation.

THX

DANKE FÜR EURE AUFMERKSAMKEIT

Mehr zu Personas?

Hier geht's zu einer Podcastfolge zum
Mehrwert von Personas:

<https://produktwerker.de/warum-personas-fuer-product-owner-wertvoll-sind/>

 Die
Produktwerker

Dominique Winter
dominique.winter@designik.de

