

# Proto-Persona

Ders Notu 8 devam

# Persona Temel Özellikleri

- ❑ Hedef kitesinin yoğun olarak araştırılmış halidir.
  - ❖ Detaylıdır ve sorunsuz olarak tamamlanır.
  - ❖ Tasarımı üzerinde iyi düşünülmüştür.
- ❑ Genellikle UX süreci boyunca sunumlarda kullanılır.
- ❑ Mevcut veya potansiyel hedef kullanıcı tabanı hakkında veri toplanır.
  - ❖ Bu veri anketlerden, görüşmelerden, odak gruplarından veya diğer çeşitli yöntemlerden sağlanır.
- ❑ Verilerden müşteriler hakkında bir hipotez oluşturulabilir.
  - ❖ Bu hipotez, kişiliği oluşturmak için kullanılacaktır.
- ❑ Daha sonra kurgusal karakter (persona) oluşturulur.
  - ❖ Karaktere bir isim, resim, iş, ilgi alanları/hobiler vererek kişiselleştirilir.
  - ❖ Kişi tanımlanır (tutumları, hedefleri ve davranışları ile)

# Persona Karakterinin Kazanımları

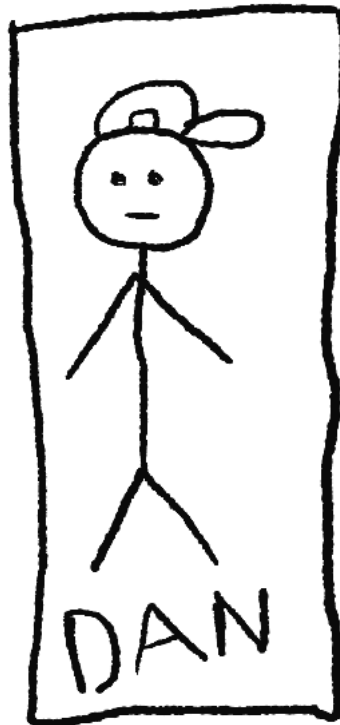
- ❑ Kullanıcı kitlesini anlamaya yardımcı olur.
- ❑ Kullanıcı ile ilgili araştırmalar görselleştirilerek insanlaştırılır.
- ❑ Ürünün müşteriler tarafından nasıl kullanılacağını anlamak için tümünün aynı sayfada tutulması tasarım süreci boyunca bir referans noktasıdır.

# Proto-Persona Özellikleri

- ❑ Araştırma odaklı persona tiplemesi değildir.
- ❑ Ad-hoc belirlenir.
- ❑ Low fidelity özelliklidir.
- ❑ Öncelikle ürüne aşina olan çeşitli paydaşlar ortak bir mekanda (en fazla 12 kişi) bir araya gelerek proto-persona tiplemesi yaratılır.
  - ❖ Bireylerden veya küçük gruplardan belirli bir süre içinde (örneğin 15 dakika) ürün için kişilikler oluşturmaları istenir.
  - ❖ Daha sonra kişi(ler)in geri dönüşleri gruba sunulur.
  - ❖ Fikirler alınır ve tipleme ile daha az alakalı kişilerin öncelikleri kaldırılır.
  - ❖ Temel bir proto-persona tiplemesi oluşturmak için ortak noktalar bulmaya çalışılır.

# Proto-Persona Kazanımları

- ❑ Paydaşların müşterinin görüşlerini düzenlemesine yardımcı olur.
- ❑ Kullanıcı merkezli tasarımda satın alma gücü kazandırır.
- ❑ Paydaşların ve ekip üyelerinin son kullanıcıların ihtiyaçlarına karşı daha duyarlı olmalarını sağlar.
  
- ❑ Persona ve Proto-Persona farklı mı görünür?
  - ❖ Hem Evet, hem de hayır.
- ❑ Proto-persona daha çok bir eskiz (taslak) gibidir.
  - ❖ Beyin fırtınası yapılan oturumlardan doğar ve esas olarak paydaşların görüşlerini düzenlemede kullanılır.
  - ❖ Müşterinin imajının basit olarak «doodle» şeklinde temsil edilmesi olarak ta ifade edilebilir.
    - ✓ Bu da karakter tiplmesi için yeterlidir.



Age: 19

Gender: Male

Occupation: University Student - Physics

Marital Status: Single

Interests: Snowboarding, Gigs

Personality: Chilled, Introverted, Adventurous

Goals:

Trying/Inventing something new - preferably with an energy kick.

Getting space to chill & work between class

Pain Points:

Finds online complex forms frustrating. Likes simple systems.

## Shelby Reynolds



**Age:** 28  
**Gender:** Female  
**Occupation:** Interior Designer  
**Location:** Santa Fe  
**Marital Status:** In A Relationship  
**Archetype:** Quick Coffee Fix

Bubbly Impatient Engaged  
Friendly Busy

### Bio

Shelby is an interior designer - up early running to client meetings her first coffee of the day is her top priority. Working long hours Shelby works hard but she also plays hard. In her spare time she likes going out for drinks with friends, seeing exhibitions at art galleries and doing yoga on Saturday mornings.

### Goals

Quick service, quality coffee. She is fed up with chain coffee but local does not provide the same quick service.

Maintain relationships with barista in store

### Pain Points

Rude service when mistakes happen in the app service.

Personalized location based deals and services not provided in app.

### Brands



## Basic Persona For Coffee Ordering App