

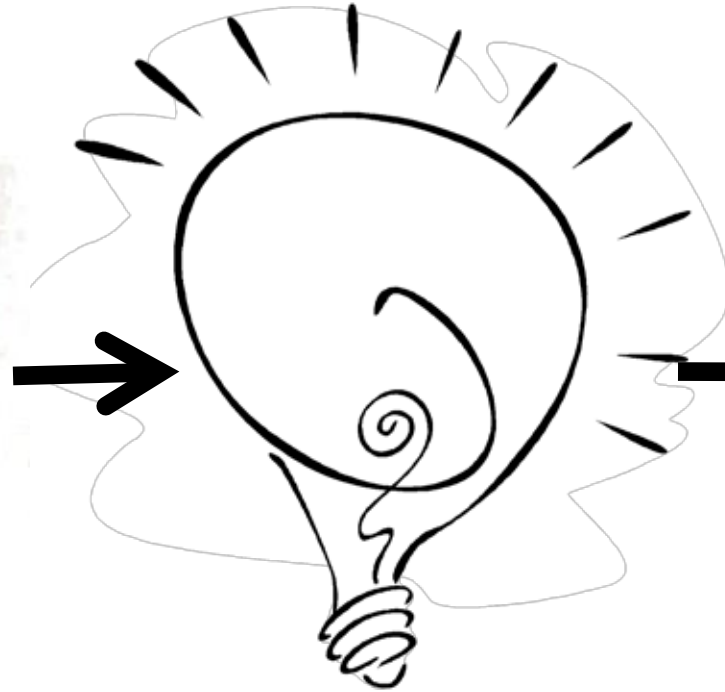
ANVÄNDBARA SYSTEM

Adrian Pop, Martin Sjölund, Aseel Berglund

Agenda

- Användbara system
- NABC
- Designrymden
 - Brainwritting
 - Funktionsanalys
 - Konceptdivergens
 - Konceptvärdering
- Skiss/prototyp och stories till PB

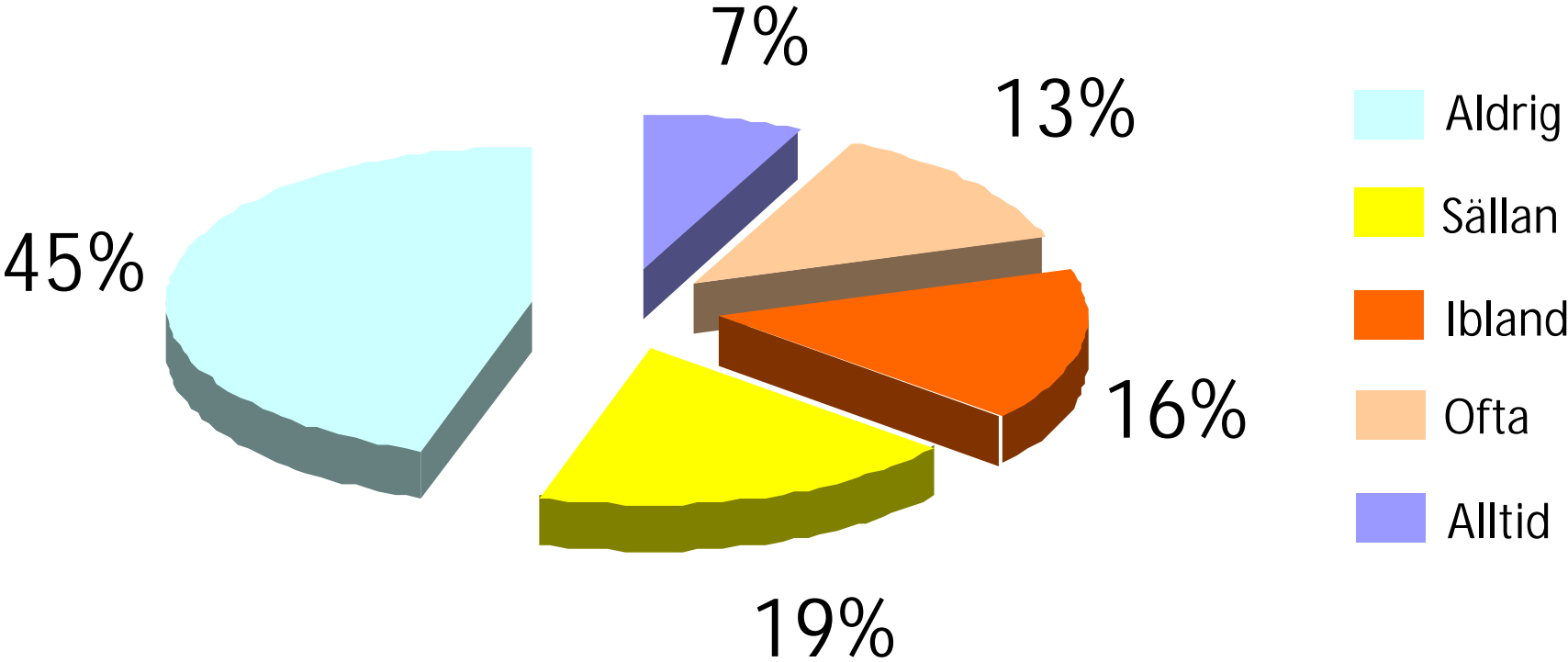
Hur gör man för att
utveckla en efterfrågad
produkt/tjänst/lösning?



VÄRDE

skapas när behoven uppfylls

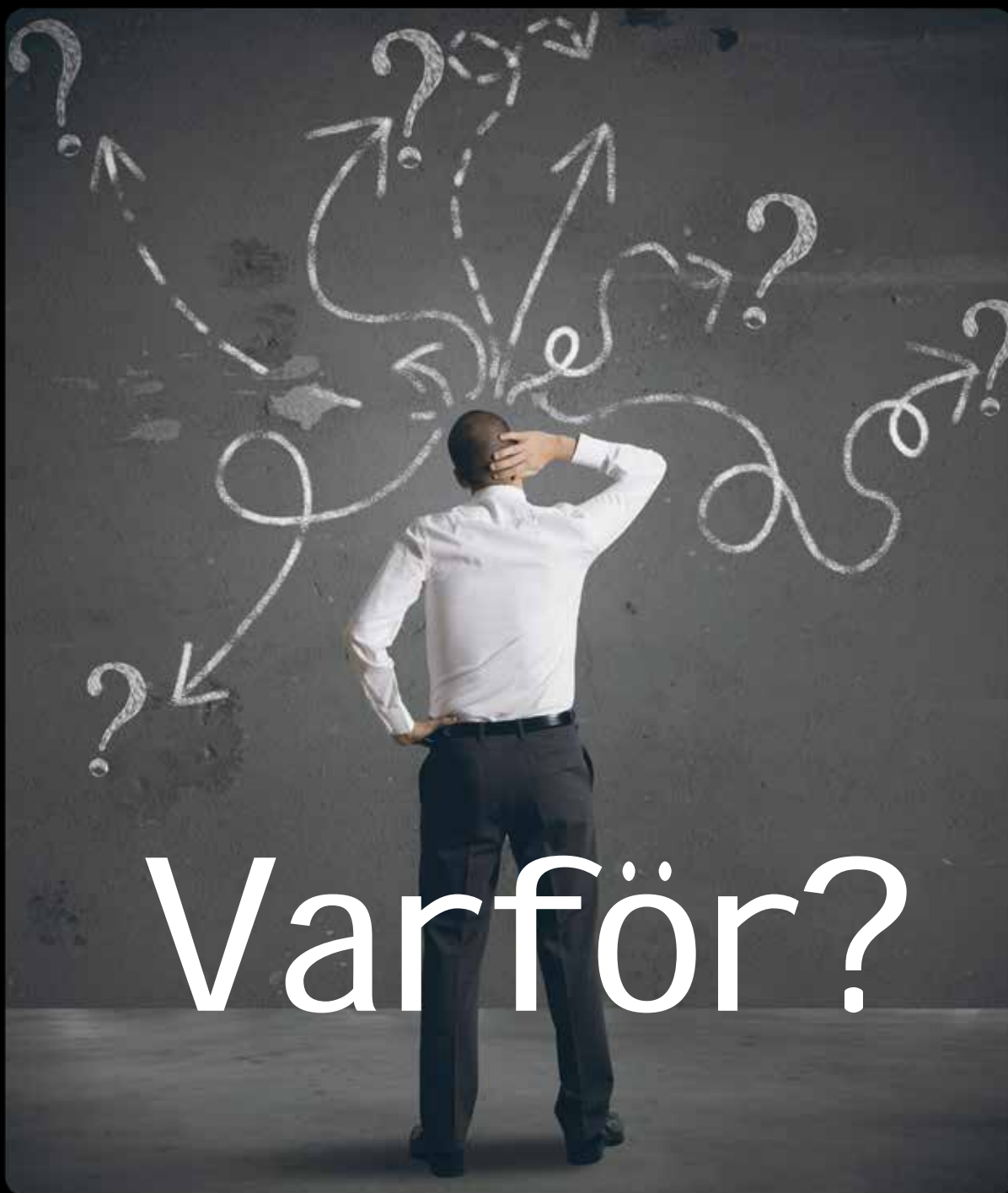
Funktionaliteten behövs & efterfrågas





“If I’d asked my customers what they wanted, they’d have said a faster horse.”

Henry Ford



Varför?

VEM?



MÖNSTERIGENKÄNNING

VAD?



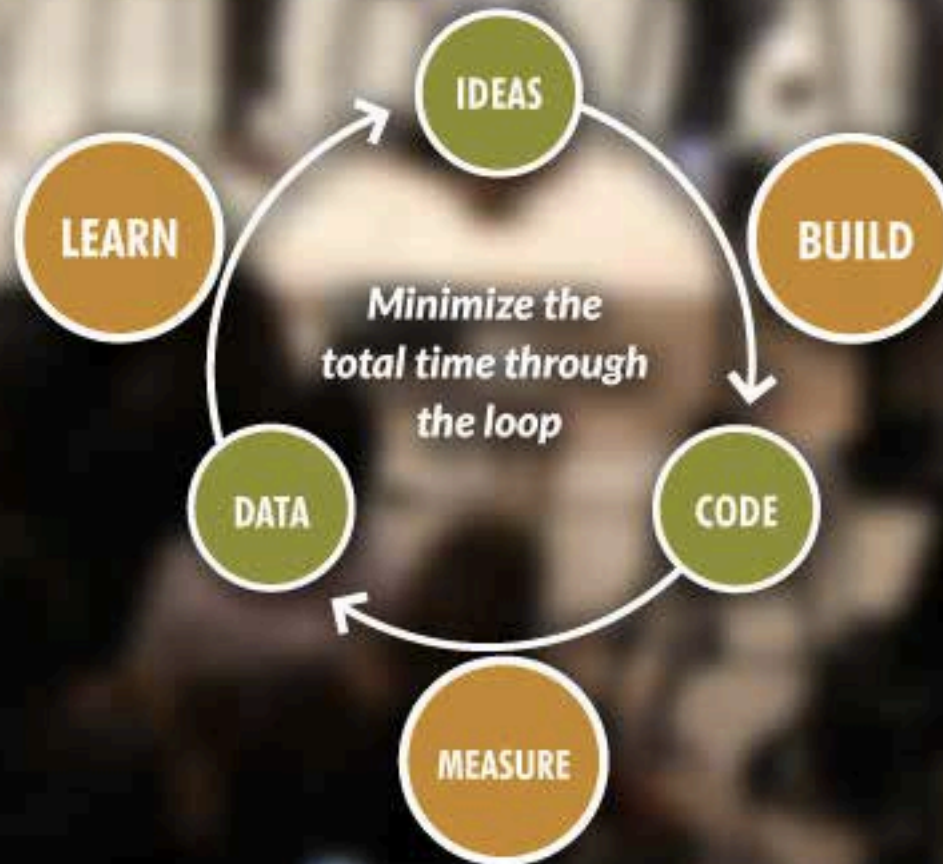
Image source: http://cache-content.credit.com/wp-content/uploads/2014/04/what_is_a_good_credit_score_hero.jpg

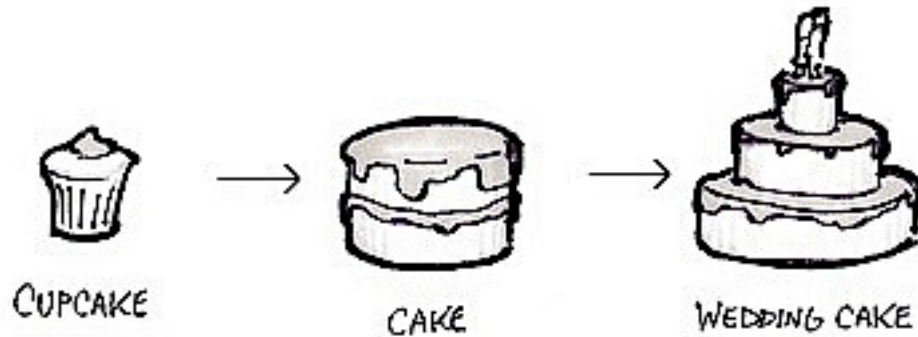
Utvecklingsmetodik



In a startup, both the problem and solution are unknown

Eric Ries





The cake model of product planning

https://c2.staticflickr.com/4/3169/2879231007_fc324d85ed_z.jpg?zz=1

HOW TO BUILD A MINIMUM VIABLE PRODUCT

NOT LIKE THIS



1

2

3

4

LIKE THIS



1

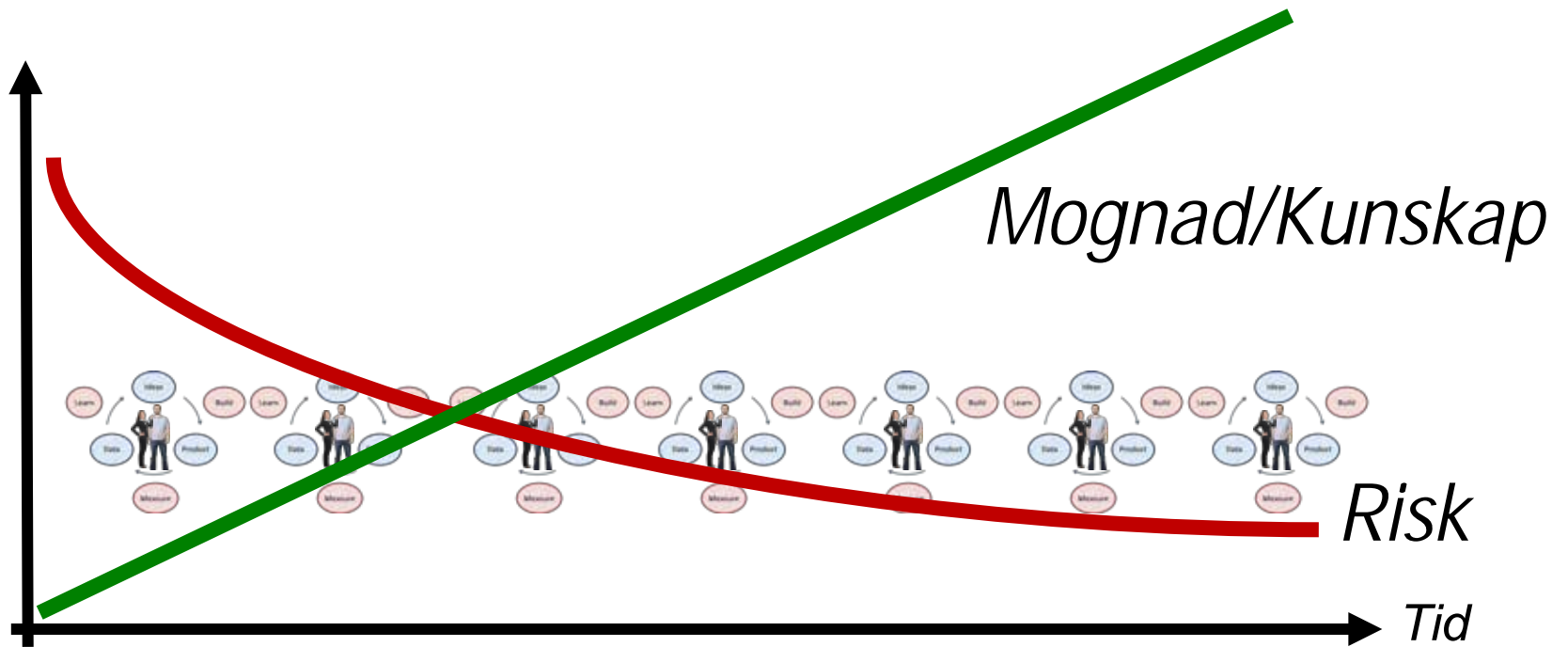
2

3

4

5

image by blog.fastmonkeys.com original idea: spotify product team



Minimum Viable Product

[MVP] - minsta möjliga funktioner som en fristående produkt och fortfarande lösa kundens behov och visar produktens värde.

NABC

NEED

*Vilket behov har dina kunder eller användare?
Vilket problem löser din idé?*

APPROACH

*Vad är själva idén?
Hur löser idén problemet?*

BENEFIT

*Vilka fördelar har din idé framför dina konkurrenter?
Vilket mervärde får dina kunder eller användare?*

COMPETITION

*Vilka lösningar kan kunden använda istället?
Vilka är dina konkurrenter?
Vilka är dina samarbetspartner?*

Need

*Spåkbarriärer i sjukvården. Tolk tar lång tid.
Tolk blir en osäkerhet för patienten.*

Approach

*Digitalt översättningsverktyg anpassat för
sjukvården och läkare-patient kontakt.*

Benefit

*Korrekta och certifierade översättningar.
Endast sjukvårdspersonal och patient i
rummet.*

Competition

Tolk. Släktingar. Handgester.



WORLDISH



Vem har behovet?

BEHOV: MÖNSTERIGENKÄNNING

Vem är kunden?

	Privatperson	Företag	Myndighet
Betalare	Mamma	Chef	Skattebetalare
Inköpare	System	IT-avdelning	Tjänstemän
Användare	Bror	Administratör	Medborgare

Marknadenssegmentering

Beteende

Köpbeteende

Användning

Lojalitet

Geografiska

Område

Region

Land

Stad

Psykografiska

Värderingar

Prioriteringar

Aktiviteter

Attityder

Livsstil

Demografiska

Familjtype

Inkomst

Utbildning

Kön

Yrke

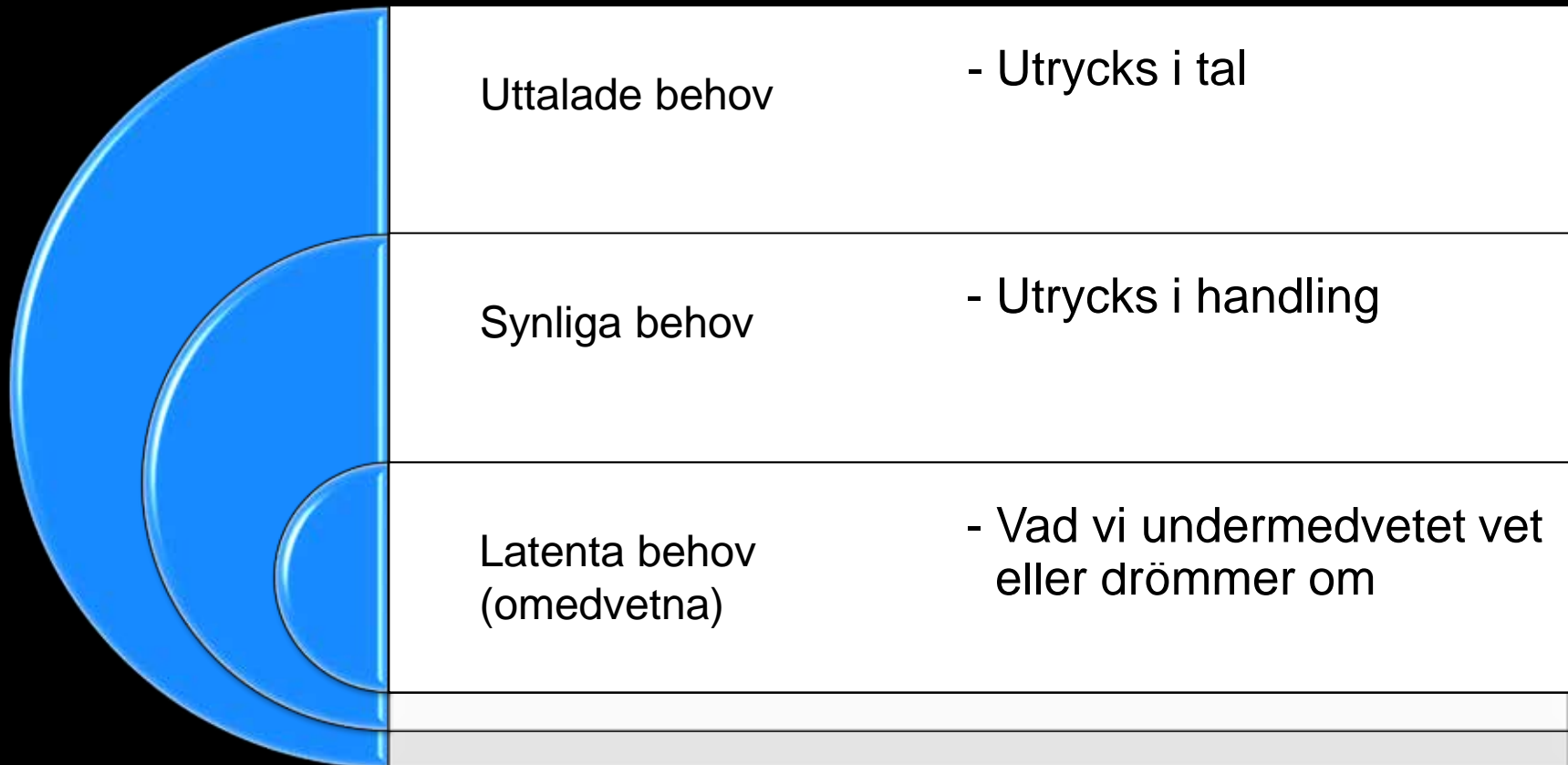
Ålder



“If I’d asked my customers what they wanted, they’d have said a faster horse.”

Henry Ford

Hur uttrycker vi våra behov?



Vad ger störst värde?

APPROACH: EN VÄRDEFULL LÖSNING

Lär känna fienden

**KONKURRENS/ALTERNATIV: SYNA
MOTSTÅNDARLAGET**

NEED - Behov

Beskriver kundens och marknadens viktiga behov som idén ska lösa.
Vad är problemet? Vem är kunden?

APPROACH – tillvägagångssätt

Förklarar idéns unika tillvägagångssätt för att tillfredsställa detta viktiga behov.

BENEFITS - Fördelar

Beskriver den kvantifierade nyttan i relation till kundens kostnad.
Värde = Nyttan/Kostnad.

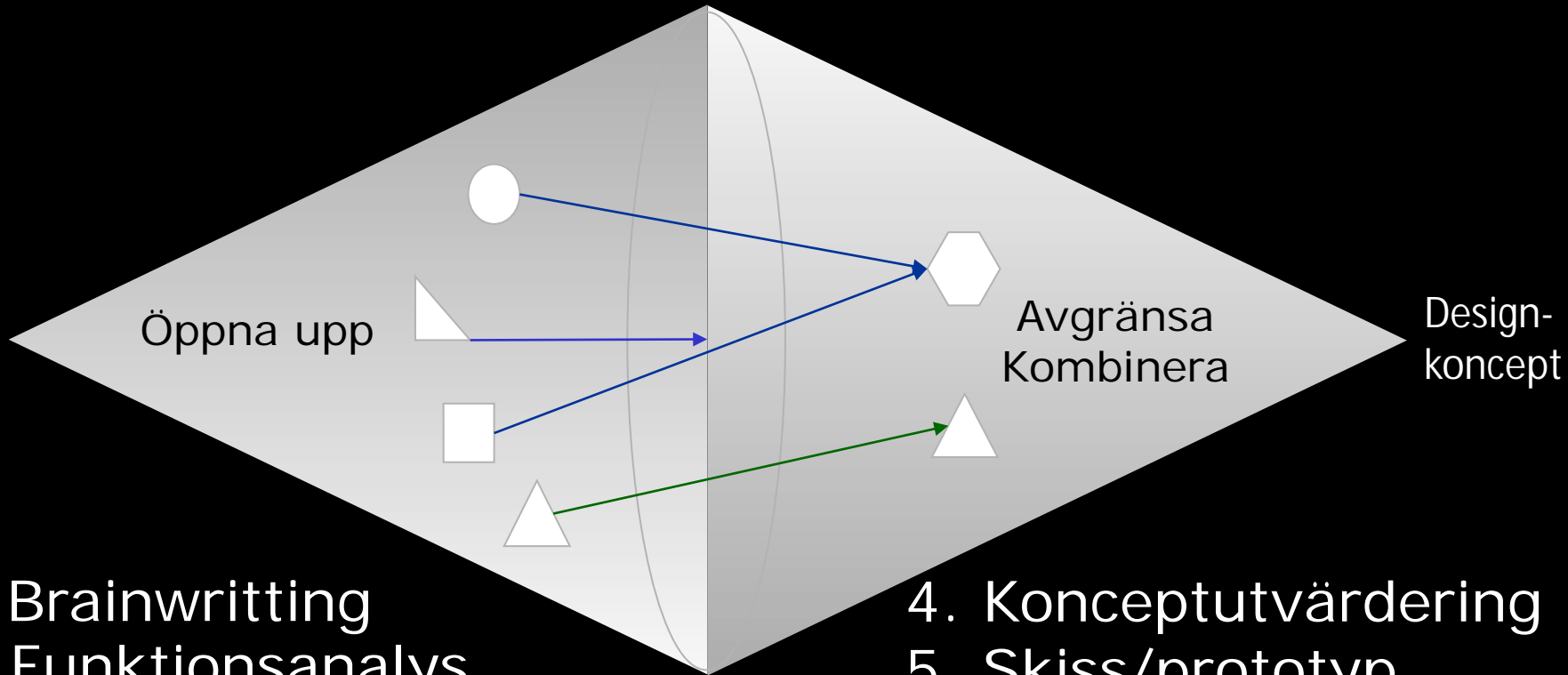
COMPETITION – konkurrens

Vilka är konkurrenterna eller andra alternativ som kan tillfredsställa behovet?

Working in groups

Agenda för att ta fram
designkoncept för applikationen
och stories för
produktbackloggen

Designrymden

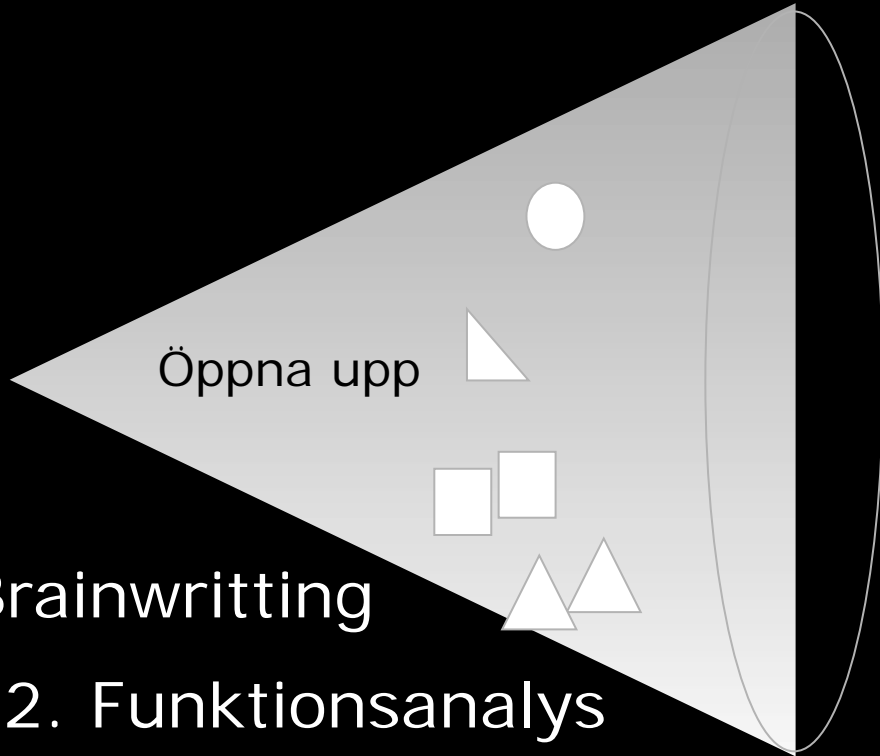


1. Brainwritting
2. Funktionsanalys
3. Konceptdivergens

4. Konceptutvärdering
5. Skiss/prototyp
6. Användarutvärdering
7. Stories till PB



Designrymden



1. Brainwritting

2. Funktionsanalys

3. Konceptdivergens

1. Brainwriting

- Syfte:
Identifiera möjliga funktioner som applikationen skulle kunna bestå av genom att göra en brainwriting aktivitet i gruppen



Brainwriting

Namn	Idé 1	Idé 2	Idé 3
Kalle	Skicka meddelande till vänner	Vidarebefodra meddelande till vänner	Gilla status
Stina	Ta bort meddelanden	Svara på inkomna meddelanden	Bjuda in vänner till aktivitet

Antal idéer:
 $6 \times 3 \times 6 = 108$
 $7 \times 3 \times 7 = 147$
 $9 \times 3 \times 9 = 192$

2. Funktionsanalys

2. a. Kategorisera nu er lista med möjliga funktioner som genererades under brainwriting aktiviteten utifrån om de är:

- Nödvändiga - N
- Önskvärda - Ö
- Onödiga - O

(markera med ett N, Ö eller O).

2. b. Gruppera ihop funktioner som hör ihop:
Funktioner som hör ihop sätts ihop till en
grupp som kan bilda en story eller en epic

Exempel



Meddelandehantering



Aktivitetshantering

3. Konceptdivergens

Syftet är att generera lika många designkoncept som antal medlemmar i gruppen.

För att på ett divergent sätt driva fram så olika koncept som möjligt, kan följande aktivitet göras:

1. Varje person tar en funktion (rimligen en av de nödvändiga) och se hur designen skulle bli om man lät den vara huvudfunktion och helt och hållet dominera designen och strukturera upp hela gränssnittet.
2. Alla de andra nödvändiga funktionerna finns fortfarande med i designen men de får en undanskymd roll och hela designen får helt olika karaktärer.
3. Det blir skillnad på designen om funktionen "köpa" är det viktigaste än om funktionen "jämföra produkter".

Som ett intressant kreativitetsexperiment kan man också leka med vad som skulle ske om man lyfte upp någon av de onödiga eller önskvärda funktionerna som huvudfunktion.

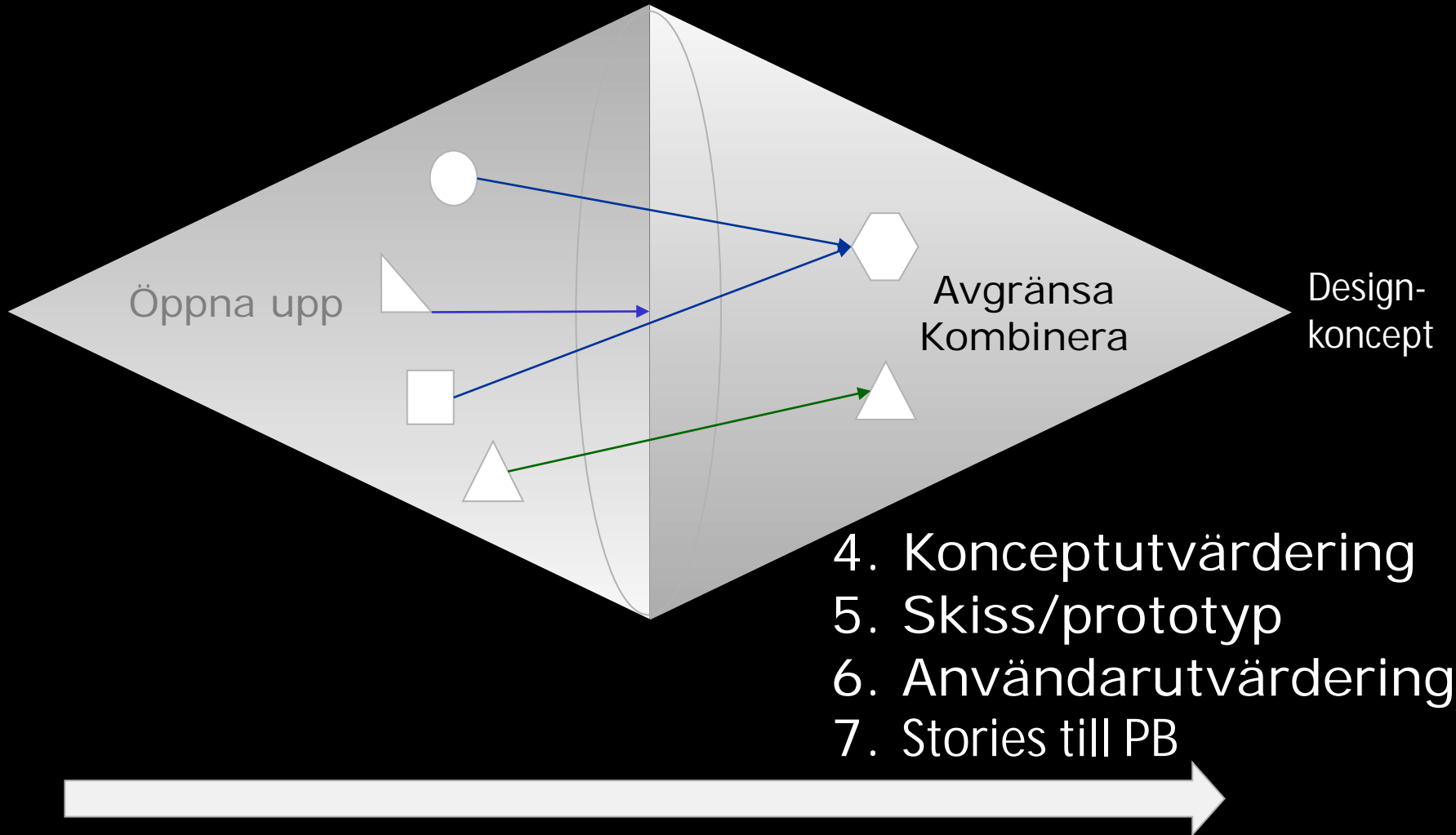
När man designer på utformningen av applikationen så kan man hämta inspiration från konkurrenter eller andra relevanta tjänster.

Hämta inspiration



Konkurent-
analys

Designrymden



4. Konceptvärdering

- Syftet är att utvärdera gruppmedlemmarnas designförslag, identifiera bra designlösningar i förslagen och välja ut ett designförslag att gå vidare med eller sammansätt ett förslag

5. Gör en skiss/prototyp på det designförslag som ni ska gå vidare med
6. Utvärdera gärna med potentiella användare – ca 5 personer
7. Identifiera stories till produktbackloggen

The End