

Ideo Cards

(Realización y publicación libre de Ideo.org)

Aprender

Analizar la información que ha recopilado para identificar patrones y puntos de vista.

Análisis de la actividad

Cómo: Hacer una lista o representar en detalle todas las tareas, acciones, objetos, actores e

interacciones que intervienen en un proceso.

Por qué: es una forma útil de identificar y priorizar a las partes interesadas para entrevistar, así

como también qué temas abordar.

Diagramas de afinidad

Cómo: cruzar elementos de diseño de acuerdo a relaciones intuitivas como la similitud, la

dependencia, la proximidad, etc.

Por qué: forma útil de identificar las conexiones entre los temas y revelan las oportunidades de

Innovación.

Análisis antropométrico

Cómo: utilizar datos de medición de la población para verificar la cobertura y adecuación de la

solución de diseño.

Por qué: identifica un grupo representativo de personas para probar los conceptos de diseño y

evaluar la usabilidad

Perfiles de personas

Cómo: observar a las personas reales para desarrollar perfiles de ellos para representar arquetipos ,

comportamiento, detalles de estilo de vida.

Por qué: trae a clientes típicos a la vida real y comunica el valor de los diferentes conceptos a

distintos grupos de usuarios.

Análisis cognitivo

Cómo: hacer una lista y resumir todos los datos sensibles de los usuarios, sus claves de decisión y

acciones.

Por qué: permite la comprensión de la percepción, la atención de los usuarios, las necesidades de

información y posibles cuellos de botella.

Encuesta de productos competidores

Cómo: Recoger, comparar y realizar evaluaciones de la competencia del producto
Por qué: forma útil de establecer requisitos funcionales, estándares de desempeño y otros puntos de referencia.

Comparaciones culturales cruzadas

Cómo: usar datos personales y públicos que revelen las diferencias en el comportamiento y de los artefactos entre los distintos grupos.

Por qué: ayuda al equipo a comprender los factores culturales y sus implicancias en el proyecto.

Análisis de errores

Cómo: enumerar todas las cosas que pueden salir mal cuando se utiliza un producto y determinar

varias causas posibles

Por qué: ayuda a entender cómo las características de diseño mitigan o contribuyen a los inevitables

errores humanos o de otro tipo.

Análisis de flujo

Cómo: representar el flujo de la información o la actividad a través de todas las fases de un sistema

o proceso.

Por qué: útil para identificar los cuellos de botella y las oportunidades y/o alternativas funcionales

Análisis histórico

Cómo: comparar las características de una industria, organización, grupo, segmento de mercado o

la práctica y en distintas etapas.

Por qué: ayuda a identificar tendencias , ciclos de uso del producto y el comportamiento del cliente

para proyectarse en el futuro.

Predicciones a largo plazo

Cómo: desarrollar un escenario que describa cómo las tendencias sociales o tecnológicas podrían

influir en las personas.

Por qué: la predicción de cambios en el comportamiento, la industria y la tecnología puede ayudar

a los clientes a comprender las decisiones de diseño.

Investigación secundaria

Cómo: revisar publicaciones, artículos y otros documentos pertinentes para informarse sobre el

punto de vista del diseño .

Por qué: ayuda a observar en terreno y permite elaborar un punto de vista del estado del arte.

Ideo Cards

(Realización y publicación libre de Ideo.org)

Mirar

Observar a las personas y descubrir lo que hacen en lugar de lo que dicen que hacen durante un día en la vida

Un día en la vida

Cómo: Documente las actividades y contextos que experimentan los usuarios a lo largo de todo

un día.

Por qué: revela cuestiones imprevistas inherentes a las rutinas y circunstancias que las personas

experimentan diariamente.

Arqueología del comportamiento

Cómo: evidenciar las actividades de las personas inherentes al lugar, patrones de desgaste, y

organización de los espacios y cosas

Por qué: revela la importancia de los artefactos y ambientes en la vida, destacando aspectos de su

estilo de vida, hábitos y valores.

Mapeo del comportamiento

Cómo: realizar un seguimiento de las posiciones y movimientos de las personas dentro de un

espacio a través del tiempo

Por qué: ayuda a definir zonas con diferentes comportamientos espaciales

Volar sobre la pared

Cómo: observar y registrar el comportamiento dentro de su contexto, sin interferir en las

actividades de las personas

Por qué : útil para ver lo que la gente realmente hace en contextos reales y en espacios de tiempo.

Tour guiado

Cómo: acompañar a los participantes en una visita guiada por los espacios relevantes del proyecto

y en actividades que experimentan.

Por qué: una exploración de objetos y acciones in situ ayuda a las personas a recordar sus

intenciones y valores

Inventario personal

Cómo: documentar las cosas que la gente identifica como importantes para ellos

Por qué: método útil para revelar las actividades de las personas, las percepciones , los valores y los

patrones entre ellos.

Etnografía rápida

Cómo: pasar todo el tiempo que pueda con las personas pertinentes, establecer la confianza

primero.

Por qué: comprender de primera mano hábitos, rituales, lenguaje natural y significados en torno a

sus actividades y artefactos.

Ser una sombra

Cómo: acompañar bien a la gente para observar y conocer sus rutinas del día a día, las

interacciones y los contextos.

Por qué: revela oportunidades de diseño y muestran cómo un producto puede afectar o complementar el comportamiento del usuario.

Mapeo de redes sociales

Cómo: mapear las interacciones sociales dentro de un grupo de usuarios y mapear la red de sus

interacciones.

Por qué: ayuda a comprender las estructuras de relaciones interpersonales y profesionales dentro

de los grupos de trabajo.

Encuesta fotográfica

Cómo: capturar el guión y las imágenes de objetos específicos, actividades, etc.

Por qué: el equipo puede utilizar la evidencia visual para descubrir patrones de comportamiento y las percepciones relacionadas con el producto / contexto

Video

Cómo: registrar los movimientos en un espacio por un período prolongado de tiempo.
Por qué: proporciona visión objetiva y longitud de la actividad dentro de un contexto.

Ideo Cards

(Realización y publicación libre de Ideo.org)

Preguntar

Enrole a las personas que participarán en su proyecto para obtener información relevante.

Diario - cámara

Cómo: pedir a los usuarios potenciales que mantengan un diario escrito y visual de sus impresiones

y el contexto relacionado con el producto.

Por qué: técnica útil para propiciar que los usuarios revelen sus puntos de vista y patrones de

conducta.

Orden con fichas

Cómo: en tarjetas separadas, nombrar posibles características, funciones y atributos de diseño.

Preguntar al usuario cómo ordenar tarjetas espacialmente.

Por qué: expone el modelo mental de las personas de un dispositivo o sistema. La organización

revela las expectativas y prioridades

Mapas cognitivos

Cómo: pedir a los participantes que mapeen un espacio existente o virtual, esto revela como

navegarían en el.

Por qué: descubre elementos significativos, caminos, y otras conductas espaciales asociadas a un

entorno real o virtual.

Collage

Cómo: los participantes construyen un collage a partir de la colección de imágenes proporcionada y

explican su disposición y selección.

Por qué: ilustra la comprensión y la percepción de los problemas de los participantes y ayuda a

verbalizar temas complejos e inimaginables.

Paisaje conceptual

Cómo: diagramar, bosquejar o hacer mapas de los fenómenos sociales o conductuales abstractos.

Por qué: ayuda a entender los modelos mentales de las personas en relación al problema de diseño.

Sondas culturales

Cómo: proporcionar a los participantes un kit diario- cámara dentro de una o en muchas culturas

Por qué: recopilar y evaluar las percepciones y comportamientos dentro o a través de las culturas.

Dibuje la experiencia

Cómo: visualizar una experiencia a través de dibujos y diagramas

Por qué: echa por tierra las hipótesis y revela cómo las personas conciben y ordenan sus experiencias y actividades

Extreme entrevistas usuario

Cómo: Se les pide a usuarios de productos muy expertos o completamente inexpertos que evalúen

un producto.

Por qué: destaca cuestiones clave del problema de diseño y proporciona ideas de mejoramiento.

Cinco ¿Por Qué?

Cómo: preguntar "por qué" en respuesta a cinco respuestas consecutivas

Por qué: obliga a la gente a examinar y expresar las razones subyacentes de su conducta y

actitudes.

Corresponsales extranjeros

Cómo: el aporte de otros países para derivar principios básicos de diseño internacionales.

Por qué: ilustra diversos contextos culturales y ambientales en las que se utilizan productos.

Narración

Cómo: en la medida que realizan un proceso o ejecutan una tarea específica, pida al usuario

describir en voz alta lo que piensa.

Por qué: conecta con motivaciones, preocupaciones, percepciones y el razonamiento de los

Usuarios.

Encuestas y cuestionarios

Cómo: preguntas dirigidas a determinar las características particulares y las percepciones de los

usuarios.

Por qué: forma rápida de obtener respuestas de un gran número de usuarios.

Anti-focus group

Cómo: armar grupos diversos para usar una gran variedad de materiales motivadores y crear

soluciones para el proyecto.

Por qué: propicia aportes diversos y enriquecedores de potenciales usuarios y libera inhibiciones y

nuevas ideas.

Asociación palabra-concepto

Cómo: asociación de palabras descriptivas con diferentes conceptos de diseño , características para

mostrar, cómo se percibe y cómo es valorado

Por qué: ayuda a evaluar y priorizar las características y conceptos de diseño.

Ideo Cards

(Realización y publicación libre de Ideo.org)

Probar

Crear simulaciones para ayudar a empatizar con la gente y evaluar los diseños propuestos.

Muestreo de conductas

Cómo: dar a la gente un busca personas o teléfono y pedirles registrar y evaluar su situación al sonar.

Por qué: forma útil para descubrir cómo los productos y/o servicios se integran en las rutinas de las personas de maneras imprevistas.

Sea su cliente

Cómo: pedirle al cliente que describa y actúe su experiencia típica como tal.

Por qué: revela las percepciones del cliente de su cliente y proporciona un contraste de información con respecto a las experiencias reales.

Body-storming

Cómo: configurar un escenario, representar roles, con entradas y salidas , centrándose en las respuestas intuitivas impulsadas por la actuación.

Por qué: genera y testea rápidamente muchos conceptos basados en el contexto y las conductas.

Herramientas de empatía

Cómo: utilizar herramientas como las gafas nubladas o guantes pesados para simular la experiencia y capacidades de otro usuario.

Por qué: forma fácil empatizar con usuarios con discapacidades o condiciones especiales.

Experienciar prototipos

Cómo: crear prototipos rápidos de un concepto y utilizarlo para aprender de una simulación de la experiencia en el uso del producto.

Por qué: revela problemas o necesidades no previstas e ideas de evaluación.

Informance

Cómo: juego de roles con conductas y puntos de vista que ya ha presenciado o investigado.

Por qué: ayuda a comunicar una visión y construye una comprensión compartida de un concepto y sus implicaciones.

Prototipos de papel

Cómo: bosquejar, diagramar y evaluar rápidamente conceptos de interacción y usabilidad básica.

Por qué: organiza, articula y visualiza rápidamente los conceptos de diseño de interacción.

Predecir titulares del próximo año

Cómo: pedir a los clientes que proyecten su empresa en el futuro, identificando cómo se

desarrollarán y mantendrán sus relaciones con los clientes.

Por qué: ayuda a los clientes a definir qué temas de diseño fomentar en el desarrollo de

Productos.

Prototipado rápido y sucio

Cómo: utilizando cualquier material disponible, ensamblar rápidamente posibles formas o

interacciones para su evaluación

Por qué: comunica un concepto para el equipo y permite evaluar cómo redefinir el diseño.

Juegos de rol

Cómo: identificar a las partes interesadas involucradas en el problema y asignar esas funciones a los

miembros del equipo

Por qué: propicia la empatía del equipo hacia los usuarios reales y plantea otros temas pertinentes

Modelo a escala

Cómo: generar modelos de arquitectura genéricos a escala con el cliente, el equipo y los usuarios.

Por qué: los modelos espaciales ayudan a levantar nuevos temas y responder a las necesidades

subyacentes de los diferentes actores.

Escenarios

Cómo: ilustrar una historia que describa el contexto del uso de un producto y/o servicio.

Por qué: se comunica y prueba la esencia de una idea dentro de su probable contexto de uso.

Pruebas de escenarios

Cómo: Mostrar a los usuarios una serie de tarjetas que representan los posibles escenarios futuros

y compartir las reacciones.

Por qué: ayuda a compilar un conjunto de características en un posible contexto de uso y comunica

el valor de un concepto a los clientes

Pruébelo usted mismo

Cómo: utilizar el producto o prototipo que está diseñando

Por qué: ayuda al equipo a apreciar la experiencia que los usuarios reales podrían tener