



## KARTA PRACY II – ODKRYWANIE część I

**CEL:** Poznanie i zrozumienie potrzeb, problemów, frustracji i oczekiwanych korzyści użytkowników.

### ZADANIE II.A

Odpowiedz sobie na pytanie kto doświadcza problemu, kim jest jego użytkownik lub grupa użytkowników? Kim są użytkownicy wewnętrzni, a kim użytkownicy zewnętrzni. Dla kogo problem jest ważny, kto odczuwa jego skutki? Czy Twój użytkownik może być źródłem problemu? Popatrz na grupy użytkowników szerzej. Pomyśl również gdzie ich spotkasz osobiście i gdzie przeprowadzisz jakościowe wywiady lub będziesz mógł ich obserwować? Pamiętaj aby nie mylić użytkownika z klientem (patrz. Karta „WSTĘP”).

Przykłady:

- Mieszkańcy kamienic w centrum miasta.  
*Znajdę ich: na ulicy w centrum*
- Pracownicy administracji dbający o czystość na osiedlach.  
*Znajdę ich: na osiedlach podczas pracy lub na umówionym wcześniej spotkaniu w biurze.*
- Kobiety z problemami dermatologicznymi w wieku 20 – 30 lat.  
*Znajdę ich: w grupach tematycznych w Internecie, w drogeriach lub na umówionym wcześniej spotkaniu on-line.*
- Właściciele drogerii z całej Polski.  
*Znajdę ich: na portalu xyz lub wchodząc do drogerii, na targach kosmetycznych*

### Twoi użytkownicy / klienci:

1. ....  
Znajdę ich: .....
2. ....  
Znajdę ich: .....
3. ....  
Znajdę ich: .....
4. ....  
Znajdę ich: .....
5. ....  
Znajdę ich: .....