

Design Sprint 2.0

QUICKGUIDE



Hva er Design Sprint?

Historien

Mannen bak Design Sprint, Jake Knapp, har jobbet i Microsoft og Google med utvikling av digitale produkter og programvare. I løpet av karrieren hadde han sett utallige prosjekter bruke uforholdsmessig lang tid fra oppstart til lansering - og deretter sett dem feile i markedet. Tilfeldig havnet han i et team som fikk i oppgave å utvikle en måte for Google å kommunisere bedre internt på tvers av kontinenter og landegrenser. De bestemte seg for å sette av en uke til å utforske problemet, og hele teamet ryddet kalenderne sine. De organiserte arbeidet i øvelser og fikk i løpet av én uke laget en prototype av løsningen. Dette ble starten på det vi i dag kjenner som Google Meet. Det var også starten på en liten revolusjon i måten å utvikle produkter på. To-tre år etter ble boken "SPRINT - how to solve big problems and test new ideas in just five days" lansert.

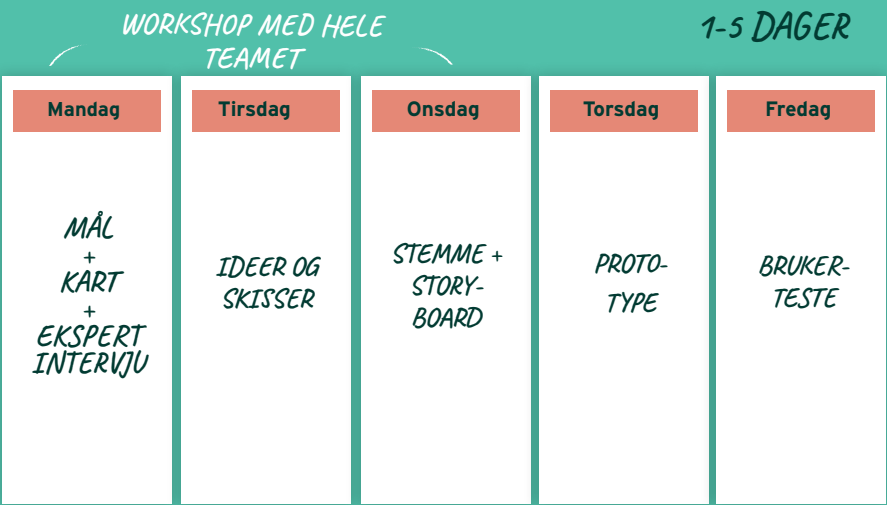
Siden vi i Increo leste boken i 2018 har vi gjennomført omlag 60 sprinter for våre kunder og kan med sikkerhet si at vi har fått en slags superkraft. Denne lille boken er en beskrivelse av en variant av Design Sprint som er raffinert, av Jake Knapp sammen med AJ&Smart i Berlin.

Hva er Design Sprint 2.0?

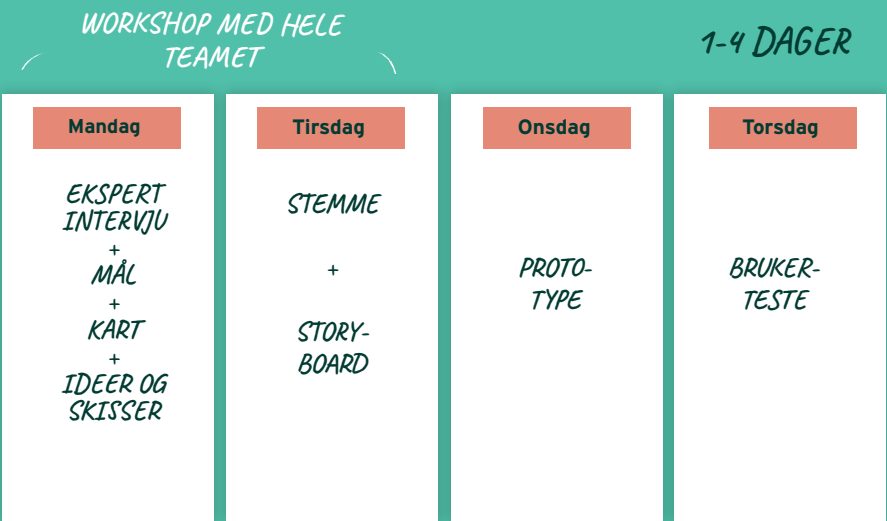
Design Sprint 2.0 er det Berlinbaserte designkontoret AJ&Smart sin oppdaterte versjon av den originale ukeslange sprinten. Det er den eneste versjonen av Design Sprint som er godkjent av Jake Knapp. Design Sprint 2.0 er en dag kortere, men man oppnår det samme: en ferdig testet prototype.

Design sprint 2.0 fungerer godt i store organisasjoner som har vanskeligheter med å sette av tre hele dager til felles workshop.

Original Design Sprint

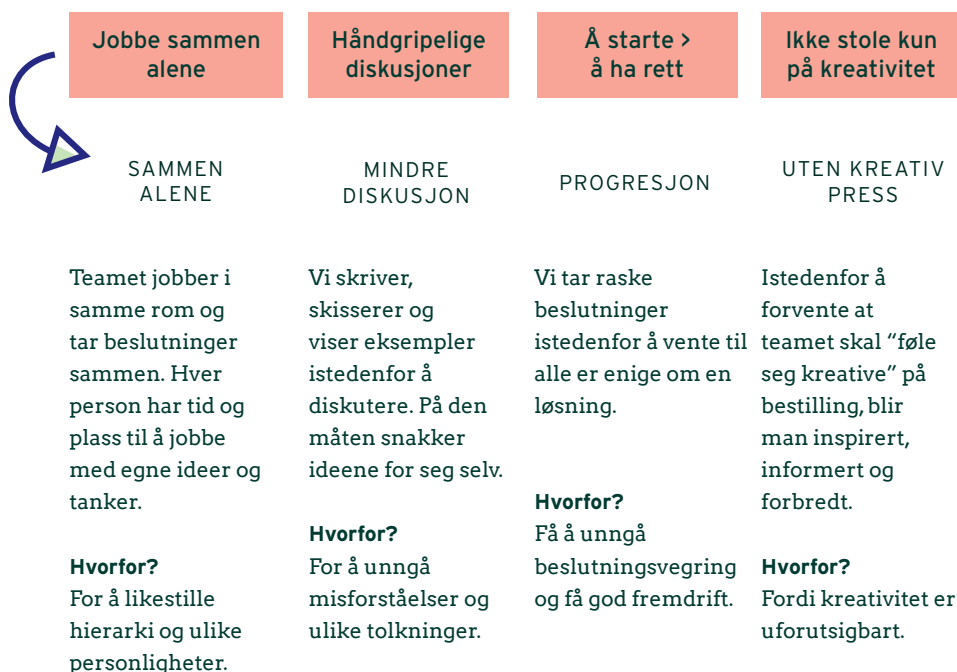


Design Sprint 2.0



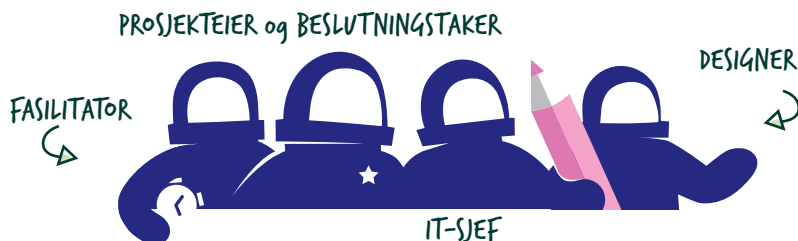
The process is flexible.. the principles aren't

Prinsippene



De ulike rollene

En Design Sprint fungerer best når teamet er variert og har ulike ekspertise. Hvis prosjektet risikerer å bli endret i sen fase er sprinten en utmerket anledning til å samle alle beslutningstakere for en felles start. Da blir alles meninger og utfordringer hørt og forankret.



Beslutningstaker

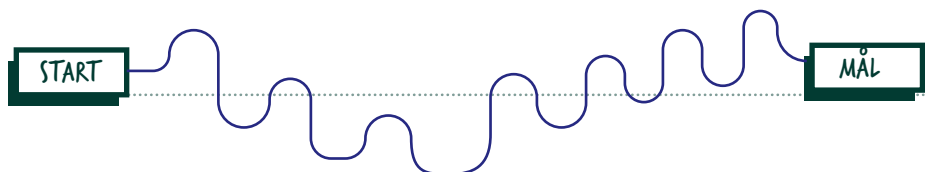
Denne personen tar endelige beslutninger i ulike deler av prosessen. Beslutningstaker må være personen som har beslutningsmyndighet i prosjektet også utenfor sprinten, enten som prosjektansvarlig eller leder. I tilfeller der prosjekteier eller leder ikke har anledning til å være med i hele workshopen er det viktig at det finnes en stedfortreder som kan fungere som beslutningstaker.

Ekspert

Person i bedriften, eller utenfra, som vet mye om temaet man jobber med. Denne personen snakker i ekspertintervjuet og deler kunnskap om utfordringen med teamet. Beslutningstaker kan være ekspert.

Opp- og nedturer

I en Design Sprint er det ofte stunder der man føler forvirring og usikkerhet og stunder der alt faller på plass. Du kommer til å møte disse bunnene og toppene i denne treningen. Jobben som fasilitator blir mye lettere når du vet hvor disse opp- og nedturene skjer. Stol på prosessen!



Når burde man bruke Design Sprint?

Ja, sprint takk!

- På utfordringer med høy risiko.
- Når du skal lansere noe nytt til markedet.
- Når du trenger samkjøring og forankring.
- På starten eller et kritisk punkt i prosjekter

Nei, ikke så lurt

- På prosjekter med lav risiko.
- Når prosjektet er godt forankret.
- Beviselig attraktivitet.
- For brede utfordringer.
- Om prosjektet kan løses enkelt

Hvorfor Design Sprint?

Ustrukturert brainstorming har en tendens til å belønne ekstroverte, hindre introverte og prioritere kvantitet over kvalitet. Brainstorming er et dårlig verktøy for å komme på gode løsninger. Her er grunner til hvorfor man bør bruke Design Sprint i stedet:

- Gruppearbeid og individuelt arbeid fungerer i harmoni i sprinten. Strukturerte, tidsbestemte oppgaver legger til rette for ulike perspektiver og god fremdrift (med minst mulig distraksjoner).
- Man får en håndgripelig, repeterbar prosess som vil sørge for at man får utviklet ideer.
- Man får validert ideen gjennom brukertesting. Med et godt datagrunnlag får man fremdrift, uten å basere seg på antagelser og gjetning.
- Man får forankret prosjektet i bedriften fra starten av, før man investerer mye tid og penger.
- Man får en ferdig testet prototype.

DAG 1

Mandag

EKSPERT
INTERVJU

+

MÅL

+

KART

+

IDEER OG
SKISSER



WORKSHOP!

Mål

Å finne kjernen av utfordringen.

Oppgave

1. Hver person starter med en blokk rektangulære post-it-lapper.
2. Skriv "HKV" (forkortelse for Hvordan kan vi?) i hjørnet.
3. Omformuler problemer som HKV-spørsmål mens eksperten snakker.

Eksempler

Om man har hatt en dårlig opplevelse er det vanskelig å få dem tilbake

... et annet problem er at systemet vårt er komplisert og man er usikker på hvor man skal starte

HKV

VINNE TILBAKE KUNDER SOM HAR HATT EN DÅRLIG OPPLEVELSE

HKV

HJELPE KUNDEN I START-EN

HKV

FA SYSTEMET VÅRT TIL Å VIRKE MINDRE KOMPLISERT

Vanlige fallgruver

- Skrive for smalt eller for bredt.
- Skrive spørsmål som egentlig er løsninger.

Hvordan lykkes

- Gi eksempler på gode HKV-spørsmål.
- Be personen om å skrive om spørsmålet.

Ekspertintervju

Kategorisering

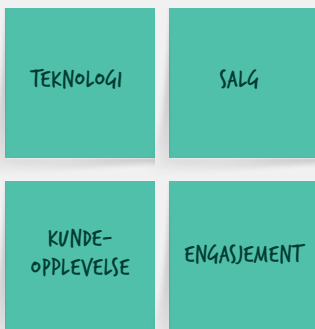
Mål

Å samkjøre og finne kjernen av utfordringen.

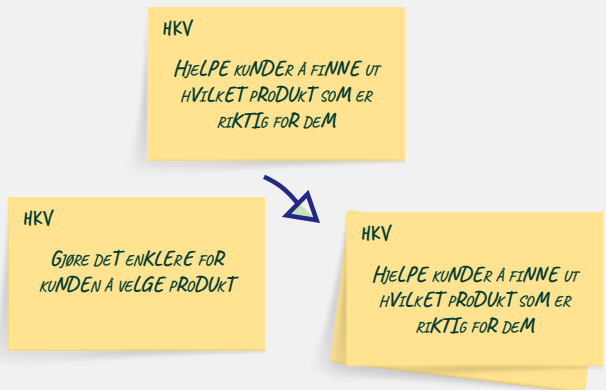
Oppgave

1. Klistre post-it-lappene på veggen.
2. Se etter mønster & kategorier og si fra om du ser noe som kan kategoriseres.
3. Fasilitator skriver kategorier på lapper og klistrer de øverst.

Eksempler:
Kategorier



Duplikat-



Vanlige fallgruver

- For like spørsmål gjør at man får for mange valg.
- For mange kategorier.

Hvordan lykkes

- Be om hjelp til å luke ut duplikater.
- Bruk brede kategorier.

Ekspertintervju

Stemme

Mål

Å gi teamet en felles forståelse for de viktigste delene av utfordringen. Vi kommer tilbake til HKV-lappene senere, i kartet.

Oppgave

1. Hver person får 2 røde klistrelapper (unntatt beslutningstaker, som får 4).
2. Les post-it-lappene.
3. Plasser 1 klistremerke (eller 2!) på de post-it-lappene du synes er viktigst.

(Husk! du kan bruke klistrelapper på dine egne post-it-lapper eller på samme om du føler sterkt for et bestemt problem).

Etter avstemming: Facilitatoren sorterer post-it-lappene etter antall stemmer.

SALG

BRUKER-
OPPLEVELSE

ENGASJEMENT

HKV

HJELPE KUNDER Å FINNE UT
HVILKET PRODUKT SOM ER
RIKTIG FOR DEM

Langtidsmål

Mål

Å gi teamet en et felles mål som hjelper oss å holde fokus resten av sprinten.

Oppgave

1. Hver person tar en blokk rektangulære post-it-lapper.
2. Begynne å skrive optimistiske mål for hvordan fremtiden vil se ut. Start med "Om en 2 års tid..."

Eksempler:

Bra!

Ikke så bra...

OM EN TO ÅRS TID..

HAR 10% AV BUKERBASEN VÅR
KJØPT PREMIUMTJENESTER

OM EN TO ÅRS TID..

HAR VI PREMIUMTJENESTER.

OM EN TO ÅRS TID..

ER VI EN ESSENSIELL
VASKERITJENESTE SOM ER
MER LETTVINT ENN Å EIE
EGEN VASKEMASKIN.

OM EN TO ÅRS TID..

VIL TJENESTEN VÆRE ENKEL
Å BRUKE

Vanlige fallgruver

- Målene er for vage.
- Målene er ikke optimistiske nok.

Hvordan lykkes

Minn teamet på at målet skal være veldig optimistisk, men oppnåelig. En sterk visjon holder sprinten fokusert.

Langtidsmål

Stemme

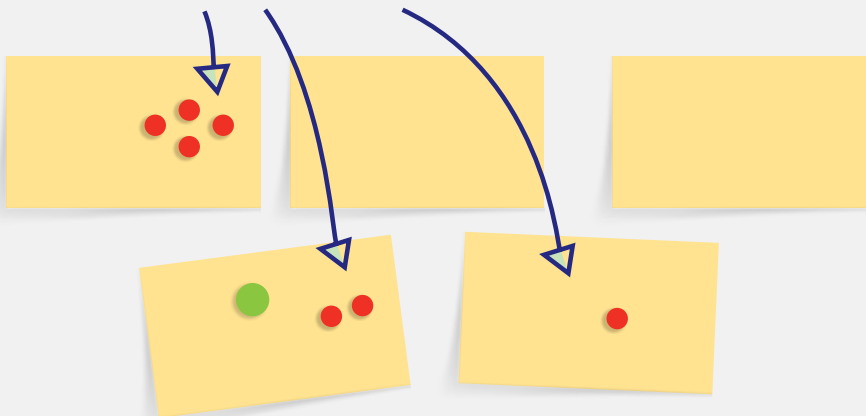
Mål

Å gi teamet en et felles mål som hjelper oss å holde fokus resten av sprinten.

Oppgave

1. En person om gangen.
2. Klistre post-it-lappen på veggen og les den høyt.
3. Hver person tar en rød klustrelapp (untatt beslutningstaker).
4. Hver person stemmer på det langtidsmålet de synes har den klareste og mest inspirerende visjonen.
5. Beslutningstaker gir sin stemme til den visjonen som man vil gå videre med.

Stemmer som hjelper beslutningstaker



Sprintspørsmål

Mål

Å stille sprintspørsmål som hjelper oss å nå langtidsmålet.

Oppgave

1. Hver person bruker rektangulære post-its.
2. Og tenker...
3. ...før man skriver ned 3 sprintspørsmål. Start med "Klarer vi å..."

Tips: Tenk på sluttbruker og produkter i stedet for ting som budsjett, prosjek-tressurser, etc...

Eksempler:

Bra!

Klarer vi å...

FA VALIDERT OM BRUKEREN
ER INTERESSET I PREMI-
UMTJENESTENE VÅRE

Klarer vi å...

SIKRE AT VI PRODUKTER VÅRT

Ikke så bra...

Klarer vi å...

FA STØTTE FRA LEDELSEN

Klarer vi å...

LAGE ET BRA PRODUKT

Vanlige fallgruver

- Spørsmål som ikke kan besvares i sprinten.
- Spørsmål som ikke er relatert til bruker og produkt.

Hvordan lykkes

- Minn teamet på at vi ønsker å få svar på disse spørsmålene i brukertesten.
- Be beslutningstaker å velge spørsmål som er produktrelaterte.

Sprintspørsmål

Stemme

Mål

Å velge 3 sprintspørsmål som hjelper oss å løse utfordringen og holde fokus.

Oppgave

1. En person om gangen.
2. Klistrer sprintspørsmålene sine på veggen.
3. Og leser de høyt for gruppen.

Klarer vi å...

FA VALIDERT OM BRUKEREN
ER INTERESSET I PREMI-
UMTJENESTENE VÅRE

Klarer vi å...

SIKRE AT VI PRODUKTET VÅRT

Så:

4. Tar hver person 2 røde klistrelapper (bortsett fra beslutningstaker).
5. Og stemmer på de sprintspørsmålene som er viktigst å få svar på.

Etter teamet har stemt:

6. Beslutningstaker tar den endelige stemmen med tre store klistrelapper (topp 3 sprintspørsmål).

Kart

Del 1

Mål

Å få oversikt over hvordan brukeren bruker dagens system, slik at vi kan velge et fokusområde å jobbe med.

Oppgave

1. Fasilitator skriver på tavlen og støtter seg på teamet.
2. Skriv Bruker til venstre.
3. Skriv Mål til høyre.
4. Skriv overskriftene Oppdage, Lære, Bruke.
5. Fyll inn hva som skjer på de ulike stegene.

Eksempler

Bruker	oppdage	Lære	Bruke	Mål
Kunde	Google	Landing/	Melder seg inn	Fly trygt
Medlem	Sosiale medier	info-side	Blar i katalog	Få betalt
Ansatt	Digitale annonser	Leser artikkel	Velger produkt	Rene klær
Sjåfør	Word of	Snakker med	Går til handlekurv	Komme hjem fra jobb
Forretning	mouth	venn	Booker artale	Lære ferdighet
Passasjer	Flyer	Går gjennom onboarding	Kjører til jobb	Motta varen
Selger	Nyhetsbrev	Video	Kobler seg på nett	Få kontakt
				Motta bekreftelse

Vanlige fallgruver

- Fokusere på små detaljer.
- Tenke på en fremtidig situasjon, ikke nå-situasjonen.

Hvordan lykkes

- Minne teamet på at dette er et røft anslag. Man vil "zoome ut".
- Minne teamet på at kartet skal beskrive nå-situasjonen.

Kart

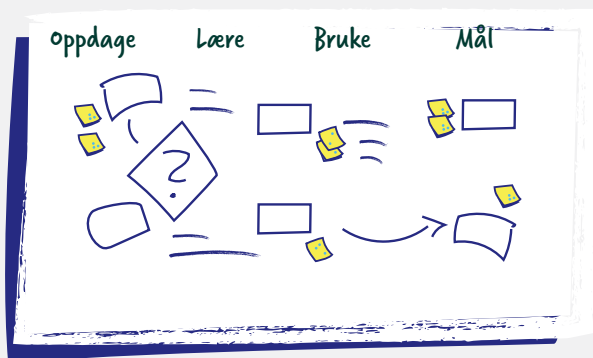
Del 2 - Legge til HKV-

Mål

Å få et inntrykk av hvor i brukerreisen utfordringene ligger.

Oppgave

1. Fasilitator flytter HKV-spørsmålene til kartet.
2. Sammen bestemmer teamet hvor HKV-spørsmålene med flest stemmer passer på kartet.
3. Ikke diskuter for lenge.
4. Plasser de øvrige HKV-spørsmålene.



Vanlige fallgruver

At teamet diskuterer for lenge hvor HKV-spørsmålene passer inn.

Hvordan lykkes

Minn teamet på at plassering av en enkelt post-it-lapp ikke er kritisk, det er helheten vi leter etter.

Kartlegging

Del 3 - velge fokusområde

Mål

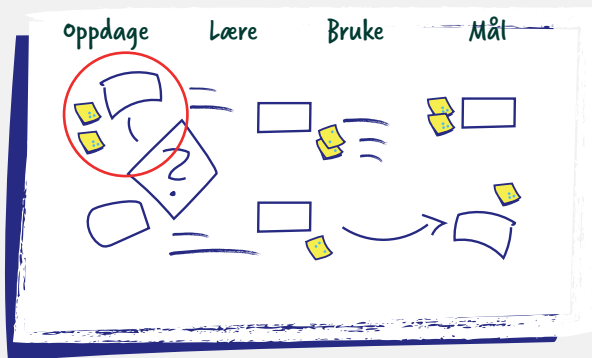
Å velge et fokusområde i kartet (nå-situasjon). Fokusområdet brukes videre i sprinten og danner grunnlaget for hoveddelen av prototypen.

Oppgave

1. Beslutningstaker tar en farget markør...
2. Og velger et fokusområde for sprinten. Man kan støtte seg på teamet eller ta beslutningen på egenhånd.

Tips:

- Fokuser på HKV-spørsmålene.
- Ikke diskuter for lenge.
- Er du i tvil om hvor fokuset skal settes, gå mot venstre på kartet.



Vanlige fallgruver

Fokusområdet blir for stort.

Hvordan lykkes

Et mindre fokusområde gjør det lettere å støtte seg til kartet videre.

Lightning Demos

Mål

Å finne inspirasjon fra andre produkter eller bransjer som allerede har løst lignende utfordringer.

Oppgave

1. Bruk internett.
2. Finn inspirerende caser som er verdt å vise til teamet.
3. Skriv ned på en post-it-lapp.

Eksempel

Slack

*IDEEN: FOKUSERER PÅ DELER AV NYE
DELER AV TJENESTEN SOM KANSKJE ER*

Amazon

*IDEEN: PERSONLIG TILPASSEDE
FORSLAG BASERT PÅ BRUKERENS
VALG.
- BRUKER DATA BASERT PÅ BRUKER-*

Google Maps

*IDEEN: PERSONLIG TILPASSEDE
FORSLAG TIL HVA MAN BØR FÅ MED SEG
I EN BY*

Vanlige fallgruver

Å ikke tenke på fokusområdet og sprintspørsmålene.

Hvordan lykkes

Minn teamet på at man leter etter inspirasjon relatert til det man prøver å løse.

Lightning Demos

Presentasjon

Mål

Å finne løsninger som alle syntes er verdifulle.

Oppgave

1. Et minutt per person.
2. Presenter og vis frem løsningen.
3. Klistrer opp post-it-lapp med navnet på løsningen og ideen.

Tips:

Bruk en projektor eller TV-skjerm slik at alle får se løsningen som blir presentert.



Slack

IDEEN: FOKUSERER PÅ DELER AV NYE
DELER AV TJENESTEN SOM KANSKE

Vanlige fallgruver

- Å ikke vise frem eksempelet.
- At man bruker for lang tid.

Hvordan lykkes

- Legg til rette for å kunne vise frem eksempelet.
- Begrens tiden til 2 minutter per person.

Skisse i 4 deler

Del 1 - Notater

Mål

Å gjenta det man har gjort så langt gjør at man reflekterer bedre rundt utfordringen.

Oppgave

1. Ta et tegneunderlag.
2. Skriv ned langtidsmålet.
3. Skriv ned sprintspørsmålene.
4. Skriv ned favoritteksemplene fra Lightning Demos.
5. Skriv ned egne tanker og ideer.

LANGTIDSMÅL: *data science*

SPRINTSPØRSMÅL 1: *data science*

SPRINTSPØRSMÅL 2: *data science*

SPRINTSPØRSMÅL 3: *data science*

LIGHTNING DEMO: *data science*

IDEER:

data science
data science
data science



Skisse i 4 deler

Del 2 - Ideer

Mål

Å visualisere tanker og ideer ut fra notatene.

Oppgave

1. Se på notatene
2. Velg en ting å utforske
3. Begynn å tegne enkle skisser
4. Gå videre til neste ting og fortsett å tegne

LANGTIDSMÅL: *data analytics*

SPRINTSPØRSMÅL 1: *data analytics*

SPRINTSPØRSMÅL 2: *data analytics*

SPRINTSPØRSMÅL 3: *data analytics*

LIGHTNING DEMO: *data analytics*

IDEER:

data analytics
data analytics
data analytics



Skisse i 4 deler

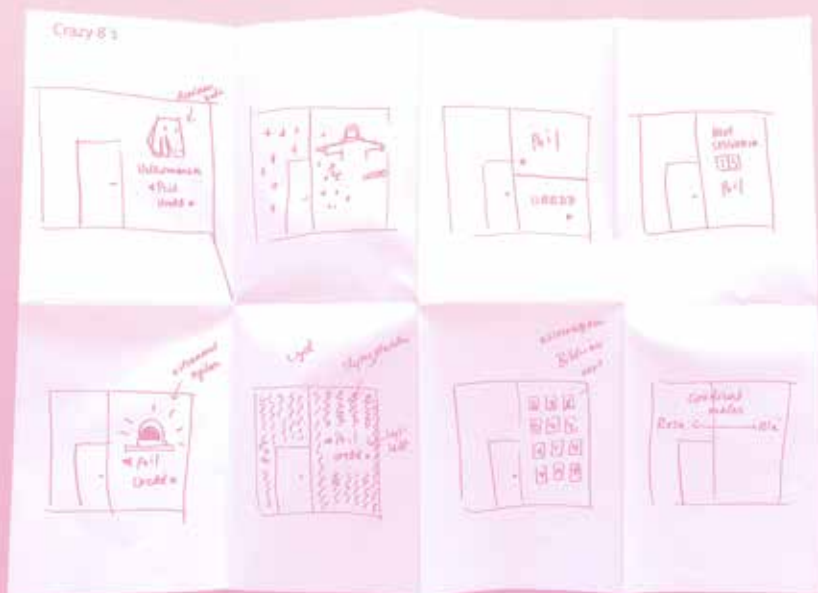
Del 3 - «Crazy 8s»

Mål

Å utbrodere de første ideene og komme på nye.

Oppgave

1. Brett et ark 3 ganger eller lag ferdige maler.
2. Se tilbake på notatene og ideene.
3. Velg en ide fra forrige oppgave man har lyst å utforske.
4. Tegn ut ideen på 8 forskjellige måter (1 tegning per minutt).



Skisse i 4 deler

Del 4 - Skisse ut konsept

Mål

Å gjøre om ideene til en tydelig historie i 3 deler slik at resten av teamet forstår ideen.

Oppgave

1. Skisser ideen i tre deler på rektangulære post-it-lapper.
2. Klistre lappene på to A3-ark som er limt sammen.
3. Bruk tekst til å forklare ytterligere.
4. Bruk post-it-lapper for å forklare detaljer.
5. Gi løsningen et catchy navn.



Vanlige fallgruver

- For lite forklarende tekst.
- Uleselig håndskrift.

Hvordan lykkes

- Minn teamet på at løsningen skal være selvforklarende.
- Tekst og post-it-lappene er stemmen din, det du ville sagt om du kunne presentert skissen.

Vel utført første dag!



DAG 2

Tirsdag

STORY-
BOARD

➤ WORKSHOP!

Heat Map-stemme

Mål

Å fremheve gode ideer og registrere interesse. Oppgaven hjelper oss å gi en endelig stemme senere.

Oppgave

1. Hver person leser sprintspørsmålene på nytt.
2. Se på løsningsskissene.
3. Plasser røde klistrelapper på detaljer og ideer som svarer på sprintspørsmålene.
4. Bruk så mange klistrelapper du ønsker (det handler om å markere gode ideer).

Tips:

- Man kan velge crazy ideer, sprinten er en utmerket mulighet til å få testet noe man ellers ville tenkt på som for risikabelt.
- Eller på ideer man tenker på som for enkle, for det kan vise seg at løsningen er enklere enn man har trodd.

Vanlige fallgruver

Ikke bruke nok klistrelapper for å lage et tydelig "heat map".

Hvordan lykkes

Minn teamet på at de ikke trenger å være beskjedne i bruken av klistrelapper.

Konseptstemme

Mål

Å hjelpe beslutningstaker til å ta sin avgjørende stemme, og presentere hvorfor man bør velge den løsningen.

Oppgave

1. Teamet ser på løsningsskissene en gang til (beslutningstaker venter).
2. Hver enkelt bestemmer seg for hvilken løsning de vil gi sin endelige konseptstemme til.
3. Noter ned navnet på konseptet og grunnen til hvorfor man har valgt den løsningen (slik at man kan presentere valget sitt senere).

Etter at man har valgt løsning:

4. Noter initialene på en stor klistreklapp.
5. Vent til alle er klar.
6. Teamet stemmer samtidig.



Vanlige fallgruver

Noen på teamet avslører hvilken løsning de vil stemme på.

Hvordan lykkes

Minn teamet på at valg av løsning skal være hemmelig helt frem til man stemmer.

Beslutningstakers stemme

Mål

Å velge hvilken løsning man skal jobbe videre med i storyboardet og til slutt prototype.

Oppgave

1. Hver person begrunner valget for sin stemme.
2. Når beslutningstaker er klar kan han gi to stemmer:
 - En stemme til hovedløsning.
 - En andre stemme til en tilleggsløsning.
3. Beslutningstaker forklarer valget sitt til teamet.



Vanlige fallgruver

Beslutningstaker ønsker å "jukse" ved å bruke flere stemmer.

Hvordan lykkes

Informert beslutningstaker og minn personen på at man må velge en hovedløsning og komme seg videre. Uansett vil man lære mye i brukertesten.

Brukertestflyt

Del 1 - en historie i 6 steg

Mål

Vi skal velge hva prototypen skal inneholde. Brukertestflyten beskriver hvordan den valgte løsningen skal vises til brukerne i brukertesten, slik at vi får de svarene vi ønsker.

Oppgave

1. Hver enkelt tar firkantede post-it lapper.
2. Se tilbake på den valgte løsningen.
3. Skriv 6 steg som du tror er en god måte å guide brukeren gjennom løsningen (tenk for eksempel 6 ulike skjermbilder eller handlinger).

Eksempel

KOMMER TIL
LANDINGS-
SIDEN FRA EN

LESER

KLIKKER PÅ

GJØR OPPGAVEN

FÅR EN

Vanlige fallgruver

- Glemme at det første steget bør være et steg der man får testet brukerens interesse.
- For få steg som omhandler den valgte løsningen.

Hvordan lykkes

- Minn teamet på å starte med en realistisk start.
- Minn teamet på at brukertestflyten handler om å få validert ideene man har valgt.

Brukertestflyt

Del 2 - Stemme

Mål

Å velge en klar og tydelig måte vi kan teste ideen vår på brukerne.

Oppgave

1. Hver person leser opp sitt forslag til 6-steps brukertestflyt. Beslutningstaker starter. Post-it-lappene klistres opp i en rad.
2. Fortsett til alle har presentert og klistret opp sin rad.

Etter alle har presentert:

3. Hver enkelt tar 1 rød klistrelapp (untatt beslutningstaker)
4. Stem på den raden man tenker er den tydeligste.

Deretter:

5. Beslutningstaker tar to klistrelapper.
6. Stemmer på en rad (blå A, B, C, ...).
7. Og har en ekstre stemme til til å stemme inn et steg fra en annen rad (et enkelt steg, ikke en rad)

	1	2	3	4	5	6
A						
B						
C						
D						

Storyboarding

Del 1

Mål

Målet med storyboardet er å ikke etterlate noen åpne spørsmål til de som skal lage prototypen. For å gjøre jobben lettere bruker vi mest mulig av det vi allerede har.

Oppgave

1. Fasilitator tenger 8 ruter på et whiteboard (2 ekstra steg).
2. Sett inn brukertestflyten i rutene.
3. Se på skissen og se om man kan gjenbruke den i storyboardet.
4. Lim relevante deler av løsningskissen inn i rutene.

Eksempel



Vanlige fallgruver

Legge inn ideer fra andre løsninger enn de som er stemt på.

Hvordan lykkes

Vær sikker på at man bare bruker ideer fra den valgte løsningskissen og ikke legger til nye ideer.

Storyboarding

Del 2

Mål

Målet med storyboardet er å ikke etterlate noen åpne spørsmål til de som skal lage prototypen. For å gjøre jobben lettere bruker vi mest mulig av det vi allerede har.

Oppgave

1. Tegn inn det som mangler i rutene.
2. Start med den første ruten.
3. Deretter den siste.
4. Til slutt de som gjenstår.

Eksempel



Storyboarding

Del 3

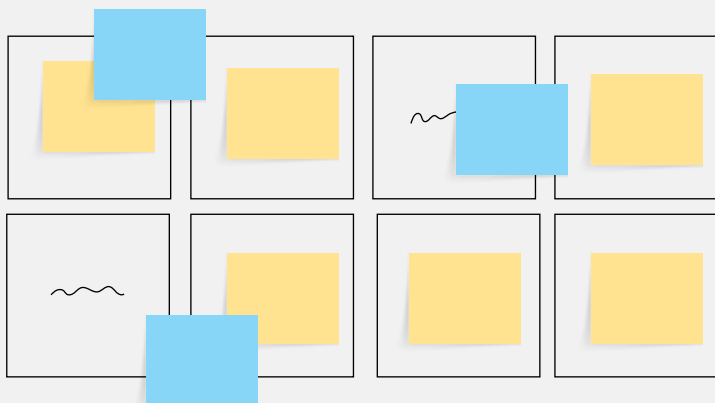
Mål

En siste gjennomgang for å være sikker på at vi ikke mangler detaljer og informasjon

Oppgave

1. En person går gjennom hele storyboardet for teamet. Her kan man gjerne at late som man er en bruker som går gjennom løsningen for første gang.
2. Hvis man oppdager at det mangler informasjon i storyboardet, skriv det ned på en post-it-lapp og legg det til storyboardet.
3. Bruk den gjenværende tiden på å få inn de detaljene som trengs.

Eksempel



Ressurser

Workshopmatriell

Må ha:

- Rektangulære post-it-lapper (gule)
- Kvadratiske post-it-lapper (gule)
- Kvadratiske post-it-lapper (rosa eller blå)
- Små røde klistrelapper (8mm)
- Store grønne klistrelapper (18mm)
- Tusjer
- Taper
- Sakser
- Limstifter
- Papir (A4 og A3)
- Notatark eller notatbøker (A5)
- Snacks og drikke

Kjekt å ha:

- Fysisk eller digital tidtaker
- Whiteboard
- Kamera
- Høytaler for bakgrunnsmusikk og lightning decision jam
- TV-skjerm eller projektor

Til Sprintrommet:

- Et dedikert rom
- Bord og stoler
- 2 store whiteboard (Magic Paper viss man ikke har whiteboard)
- Rikelig med lys
- Frisk luft



Prototype og testverktøy

Dette er verktøyene Increo bruker i 2022. Du kan bruke de verktøyene du ønsker eller er kjent med. Denne listen er forslag til verktøy du kan bruke.

Prototyping

Digitale prototyper

- Figma eller Sketch (design)
- InVision (klikkbare prototyper)
- Designbibliotek for ikoner og designelementer

Fysiske prototyper

Denne listen kan være endeløs. Her er noen eksempler.

- Papir
- Papp
- Eksisterende emballasje / produkt
- Printer
- 3D-printer
- Saks
- Lim

Brukerrekruttering

- Facebook og Instagram-annonser (for å nå en spesifikk brukergruppe)
- Typeform eller Google Forms
- Gavekort (som insentiv)

Brukertesting

- whereby.com (videomøte)
- Loom (skjermopptak)
- Gavekort (som insentiv)

Brukerrekruttering

Dag 2 ettermiddag & dag 3

- Avgrens målbrukerprofilen din på slutten av dag 2 (om nødvendig).
- Velg 10 aktuelle testpersoner.
- Bekreft tidspunkt.
- Sørg for at du har en miks av kjønn, alder, lokasjon, interesser, etc.
- Kontakt 10 personer først. Kontakt flere hvis du ikke hører fra testpersonene.
- Sørg for at du har tid til lunsj.
- Sørg for at dere har 1 eller 2 testpersoner i reserve.
- Send e-post til testpersonene med tydelig instruks om hvordan testen vil foregå.

Om testen skal foregå over nett, husk følgende:

- Testpersonen trenger en PC med god internett-tilkobling.
- Webkamera.
- Kan stille opp på tidspunktet som er ønskelig.
- Link til videomøte.
- Kalenderinvitasjon.

DAG 3

Onsdag

*PROTO-
TYPE*



DESIGNER

Prototyping

Å bestemme seg for skjermbilder / steg

Delegere arbeid

- Bestem hvem som skal jobbe med de ulike delene av prototypen.
- Ha et felles møte på starten av dagen for å avklare at alle har fått riktige oppgaver og tar ansvar.
- Det kan være lurt å ha en person til å hente informasjon, tekst og bilder fra kunden.
- Sørg for at teamet er tilgjengelig for kontakt og avklaring.

To avstemminger

- Avstem prototypen med teamet. Gjerne to ganger, om nødvendig.
- Første avstemming rundt lunsjtider.
- Andre avstemming en time før arbeidsdagen er over. Da bør prototypen være klar (innhold) og kun smådetaljer gjenstå (design).

DAG 4

Torsdag

BRUKER- TESTE

Eksempel på en testdag:

09.00 Gjøre klart testrom

10.00 Første brukertest

11.00 Andre brukertest

12.00 Lunsj og eventuelle
endringer i programmet (om
testpersoner ikke har møtt eller
ikke kan møte)

12.30 Tredje brukertest

14.00 Fjerde brukertest

15.00 Femte brukertest
(eventuell reserveperson)

Brukertestinterv-

På brukertestdagen trenger man to personer. En person bør gjennomføre alle intervjuene. Den andre personen sitter sammen med kunden i et annet rom og noterer.

De som observerer intervjuet noterer på to forskjellige post-it-lapper. En farge for positive kommentarer og en farge for negative kommentarer. Post-it-lappene klistres opp fortløpende for å få et visuelt inntrykk av brukertesten.

Fravær og reservepersoner

Man må kontakte reservepersoner raskt i tilfelle en testperson ikke kan stille. Å sende påminnelser en time før testen reduserer sjansen for at testpersonen glemmer å møte, og man har litt bedre tid på å booke en reserve.

Om alle testpersonene kan møte og har bekreftet, kontakt reservene og gi beskjed om at de ikke trenger å møte. Det kan være en god ide å gi reservepersonene gavekort, selv om de ikke trenger å møte, som et insentiv til å stille opp ved en senere anledning.

Gavekort

Send gavekort til testpersoner så fort som mulig. Gi gjerne informasjon til testpersonene når de kan forvente å motta gavekortet. Jo smidigere opplevelsen er, jo større sjanse er det for at de vil stille opp på en ny test.

Iterasjonsprint

WORKSHOP MED HELE
TEAMET

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag
IDEER OG SKISS-	STORY- BOARD	PROTO- TYPE	BRUKER- TESTE

WORKSHOP

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag
VUR- IDEER OG SKISS-	PROTO- TYPE	PROTO- TYPE	BRUKER- TESTE

Målet med Design Sprint er å validere (eller avkrefte) og finne ut om det er verdt å investere tid, penger og ressurser å få utviklet en løsning. I en Design Sprint er det også verdifullt å få avkreftet at man bør gå videre med løsningen man har testet. Det er faktisk ganske vanlig at noen deler av løsningen ikke tester positivt hos testpersonene. Det kan også skje at man får et delt resultat der man har omtrent like mange positive og negative tilbakemeldinger. Kanskje er den generelle løsningen godt motatt, mens implementeringen må forbedres.

En Iterasjonssprint er en kortere sprint man utfører uken etter den første. Men istedenfor å starte helt på nytt bruker man innsikten fra brukertesten som utgangspunkt.

En Iterasjonssprint er ganske lik en Design Sprint med noen unntak. Det er bare en felles workshop, istedenfor to. Kartet med fokusområdet, langtidsmålet og sprintspørsmålene er de samme. Disse stegene trenger ikke å gjentas. Man legger i stedet til tre nye sprintspørsmål basert på tilbakemeldingene fra testpersonene. Du trenger heller ikke å gjenta storyboardet, siden man bare oppdaterer prototypen direkte. Om negative tilbakemeldinger gjelder implementeringen og designet av prototypen kan være en god ide å bruke to dager på en oppdatert versjon.

Iterasjonssprint-oppgaver

- Gå gjennom tilbakemeldinger fra tester
- Avdekke hovedproblemer
- Skriv 3 ekstra Sprint-spørsmål
- Lyndemoer (om nødvendig)
- 3-delt skissering
- Konseptstemme
- Beslutningstakers stemme (3 prikker)

