

Från intervju till design

Om det magiska steget från intervjumaterial till färdig design

Ellinor Johansson

2011-09-13



med människan i centrum

Sök på Tradera

Max en tia Prylar som inte kostar mer än tio kronor!	Sista chansen 1000 auktioner som avslutas inom kort. Skynda fynda!
NYA Nya idag Nyligen upplagda annonser!	Populära objekt De hetaste auktionerna just nu på Tradera!

Strategi och kundinsikter vägvisare för Traderas iPhone-app

Vi berättar om arbetet bakom en av Sveriges populäraste appar



Handla smart och enkelt på Mathem.se!



IFS skapade ny webbnärvaro med hjälp av Antrop



"I think you should be more explicit here in step two."

Kontextuella intervjuer

Observationer

Etnografiska studier

Fokusgrupper

Enkäter



Strategiska beslut

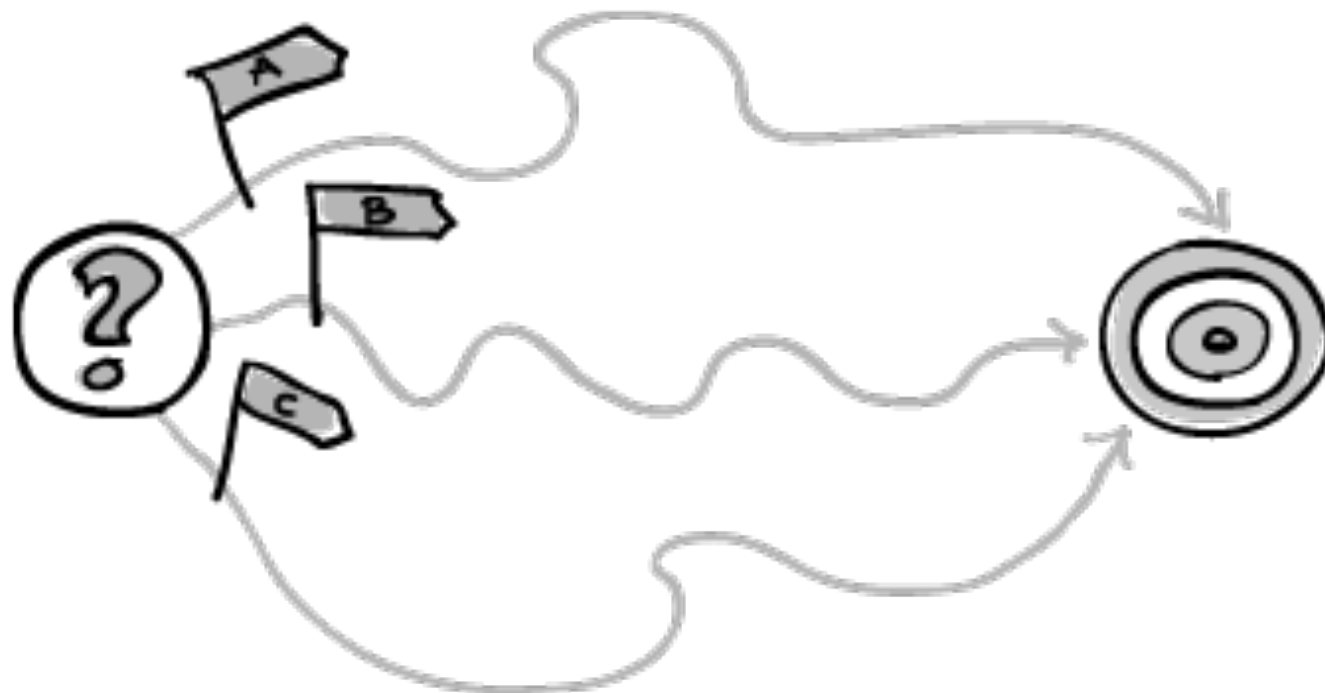
Koncept

Design

Utveckling

Några tips för analysfasen





Man måste veta vart man ska!



Börja analysen på uppstartsmötet

Debrief efter intervjun

2		Ensamstående, gravid, planerat i maj.	Sambo, ett barn sen innan, ett tvåmånaders.
	Om personen		
3		Drivande själv för att ta reda på information. Eller fråga tex system. Känner att hon har koll på vart hon ska vända. Verkar som att hon har plockat upp det från vänner och bekanta. Verkar inte ha några långa krångliga ärenden igång. Vill hellre ringa och diskutera, ringer hellre än läser. Läser på själv, men för att ta beslut behöver hon prata med någon. Vill veta vart informationen kom ifrån. Gillar inte personliga referenser i forum, men däremot vänner och familj.	Sambon verkade sköta en del av kontakterna eftersom hon var mammaledig nu Hade inte koll på vad som var en myndighet. Men hade plockat upp från olika håll vart man ska vända. Fick uppgift om sjukhus av MVC, tog det bara
	Generell inställning/kompetens till myndigheter/kommun & landsting. Fördrar vilken kontakt.		
4		Såg inga problem med att myndigheterna samlar information, det gör de redan. Men uppfattade att den här lösningen skulle kräva lagändringar.	Mån om sin integritet, men skulle inte ha problem med den här lösningen. Tror redan att myndigheterna vet mycket.
	Syn på integritet		
5		Sitt företag, använde verksamt, fanns saker man kunde göra som hon inte gjort Skulle komma: Föräldrapenning, dagisplats	Nä visst inte om några. Barn: personnummer, sjukhus att föda på
	Erfarenhet av myndighetsgemensamma ärenden		
6		Vill ha högre säkerhet än bara lösenord. Samma inlogg som banken med dosa vore bra. Oklar om hon hade e-leg, ev ett via bank-id så att man loggar in med dosa. Viktigt att komma åt från flera datorer. Självklart att få ärenden i mobilen.	Använde e-leg och skulle kunna använda det. Viktigt att det är säkert. Skulle gynnas av att "återanvända" sin inloggning
	Syn på inloggning. Åtkomst.		
7		Förstod inte orden "ombud", "kalkyl", "tjänster"	Informationsdelen var onödig tyckte han, jag har redan gått igenom de här faserna i livet
	Intressant i diskussionen om skisserna		
8			
	Information kontra aktivitet		
9			
	SLUTSATSER		
10		Se hur ärenden går främst. Skulle gå till respektive myndighet först, så behöver få kontakt med portalen via respektive myndighet för att se nyttan. Kommer ha myndighetsgemensamma ärenden, skulle ha ett behov då tror vi	Gillar tanken att ha det samlat.
	Nyttan med en portal för personen? Kopplingen mellan Mina sidor och varje myndighet (avsändaren).		
11		Ganska positiv. Men har koll ändå	
12			
	Övriga slutsatser för koncept & design		
13		1 Proaktivitet i systemet: Tex du har flyttat, det här är närmsta husläkarmottagning, vill du lista ig där eller ha kvar din gamla.	För mycket som inte är personifierad skulle snarare skrämja bort.
14		Att få folk att se nyttan och logga in kan bli en stor tröskel. Respektive myndighet måste vilja att portalen används och "slussa dit". Hur ska man komma i kontakt med portalen. 2	Gå från den enskilda myndigheten och locka de till portalen genom att visa beslut i andra ärenden på g. Kommer in till portalen och är automatiskt inloggad eftersom man kom genom ett myndighetsinlogg. Myndigheten måste vid första besöket plocka upp en e-post. Eller lyfta möjligheten att fylla i din e-post, inte behöva gå till ändra mina uppgifter. Inspireras av kontextuell inställning i gmail, "stämmer den här mailadressen".
15		3 Man kan inte säga att en person alltid vill ha kontakt på ett sätt. Det beror av typ ärende och kanske vart i kedjan, i ett visst skede vill man diskutera med någon.	Inte trycka för mycket på att kommunicera om integritet, om de flesta verkar tro att de redan har mycket koll
16		Självklart att se sina barn. Men inte en partner.	Inte visa för detaljerat om ärenden, tex när barnet föds så får skatteverket veta att det fötts ett barn. den kedjan behöver inte iaa som medborgare veta. Behöver bara



Start

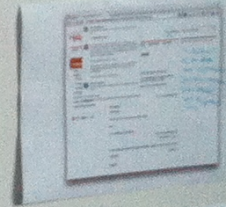
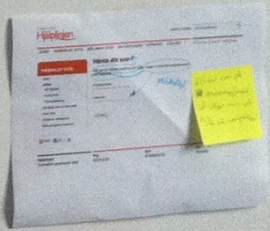
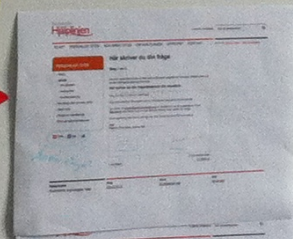
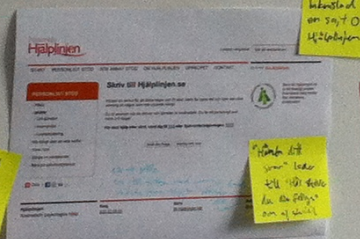
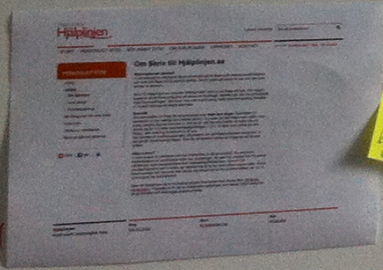
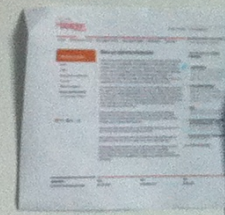
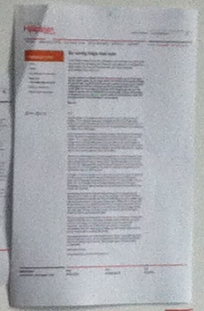
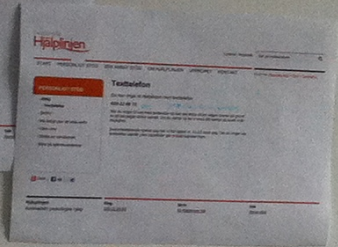
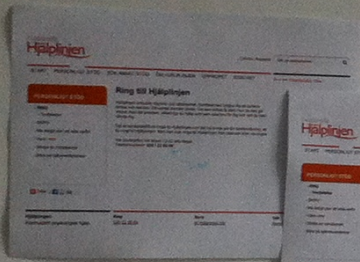
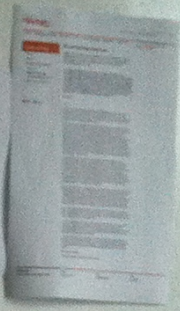
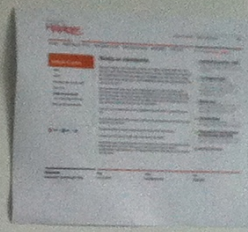
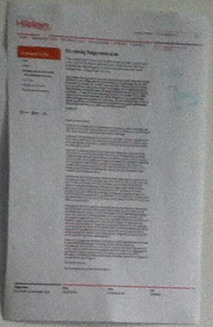
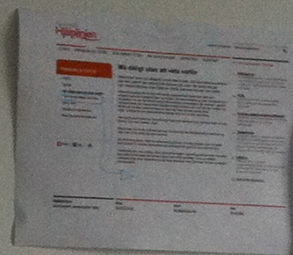
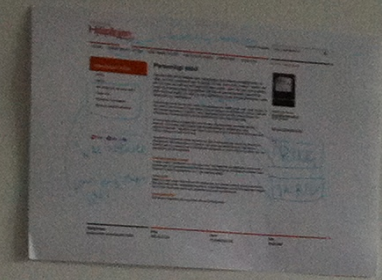
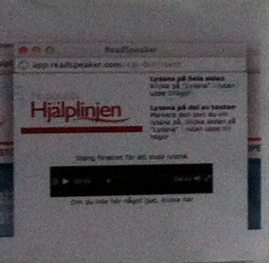
Personligt stöd

"Inglångarna"

Sida annan

Finns

Skriver



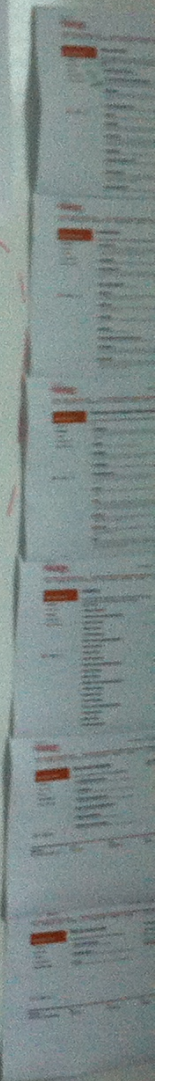
Harst del
På 100%
Kontroll
Lag med
Var 28 mån

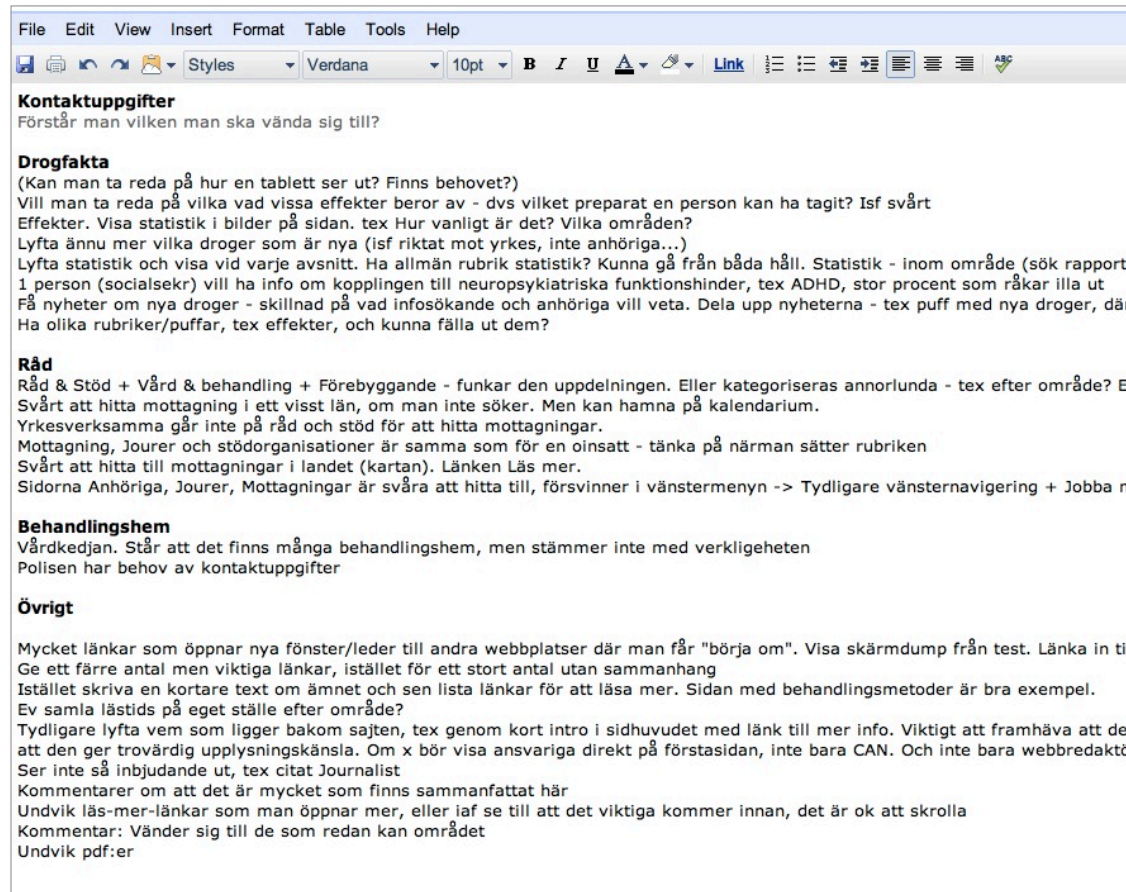
Tjänsten
Lag
Lagstod
om svt om
Hälplinen

Är ej
Lag
Lagstod
Lagstod

Handwritten notes on a yellow sticky note.

Handwritten notes on a yellow sticky note.





The image shows a screenshot of a Microsoft Word document. The title bar at the top reads "Kontaktuppgifter". The document content is as follows:

Kontaktuppgifter
Förstår man vilken man ska vända sig till?

Drogfakta
(Kan man ta reda på hur en tablett ser ut? Finns behovet?)
Vill man ta reda på vilka vad vissa effekter beror av - dvs vilket preparat en person kan ha tagit? Isf svårt
Effekter. Visa statistik i bilder på sidan. tex Hur vanligt är det? Vilka områden?
Lyfta ännu mer vilka droger som är nya (Isf riktat mot yrkes, inte anhöriga...)
Lyfta statistik och visa vid varje avsnitt. Ha allmän rubrik statistik? Kunna gå från båda håll. Statistik - inom område (sök rapport?
1 person (socialsekr) vill ha info om kopplingen till neuropsykiatriska funktionshinder, tex ADHD, stor procent som råkar illa ut
Få nyheter om nya droger - skillnad på vad infosökande och anhöriga vill veta. Dela upp nyheterna - tex puff med nya droger, där
Ha olika rubriker/puffar, tex effekter, och kunna fälla ut dem?

Råd
Råd & Stöd + Vård & behandling + Förebyggande - funkar den uppdelningen. Eller kategoriseras annorlunda - tex efter område? Ell
Svårt att hitta mottagning i ett visst län, om man inte söker. Men kan hamna på kalendarium.
Yrkesverksamma går inte på råd och stöd för att hitta mottagningar.
Mottagning, Jourer och stödorganisationer är samma som för en oinsatt - tänka på närman sätter rubriken
Svårt att hitta till mottagningar i landet (kartan). Länken Läs mer.
Sidorna Anhöriga, Jourer, Mottagningar är svåra att hitta till, försvinner i vänstermenyn -> Tydligare vänsternavigering + Jobba m

Behandlingshem
Vårdkedjan. Står att det finns många behandlingshem, men stämmer inte med verkligheten
Polisen har behov av kontaktuppgifter

Övrigt
Mycket länkar som öppnar nya fönster/leder till andra webbplatser där man får "börja om". Visa skärmdump från test. Länka in till
Ge ett färre antal men viktiga länkar, istället för ett stort antal utan sammanhang
Istället skriva en kortare text om ämnet och sen lista länkar för att läsa mer. Sidan med behandlingsmetoder är bra exempel.
Ev samla lästids på eget ställe efter område?
Tydligare lyfta vem som ligger bakom sajten, tex genom kort intro i sidhuvudet med länk till mer info. Viktigt att framhäva att det
att den ger trovärdig upplysningskänsla. Om x bör visa ansvariga direkt på förstasidan, inte bara CAN. Och inte bara webbredaktör
Ser inte så inbjudande ut, tex citat Journalist
Kommentarer om att det är mycket som finns sammanfattat här
Undvik läs-mer-länkar som man öppnar mer, eller iaf se till att det viktiga kommer innan, det är ok att skrolla
Kommentar: Vänder sig till de som redan kan området
Undvik pdf:er

Skapa en plats där analysen kan växa fram



(8 Lisa) (24.35)
Lägger grejer i kundkorgar för att komma ihåg, men om det är en ny sajt så mailar hon den till sig själv.

Om du har filmmaterial, notera tid för filmklipp





Mål

- Misstänker att en anhörig missbrukar och vill ta reda på om det är sant
- Hjälpa en anhörig att sluta missbruka
- Vill inte visa öppet att en anhörig missbrukar
- Ta hand om sig själv trots den anhöriges problem

Behov

- Information om en viss drog: Vilka är effekterna, hur skadlig är drogen, är drogen beroendeframkallande, är drogen olaglig, vilka andra namn finns för drogen, hur tas drogen?
- Kontakt till mottagningar, jourer och stödorganisationer
- Hjälpa att se signaler på missbruk. Hur konfronterar man den anhörige?
- Information om hur man jobbar med sig själv som anhörig
- Ta del av andras erfarenheter
- Få veta vilka droger som är vanliga i ens närområde just nu
- Förstå vårdkedjan: Vad gäller ekonomiskt, vad blir offentligt, vad blir konsekvenserna?

Vad har användarna för mål och behov?

Time reporter needs



Vad har användarna för mål och behov?

Uppgift 1

- Lista några **mål** och **behov** för en student på KTH

Personas



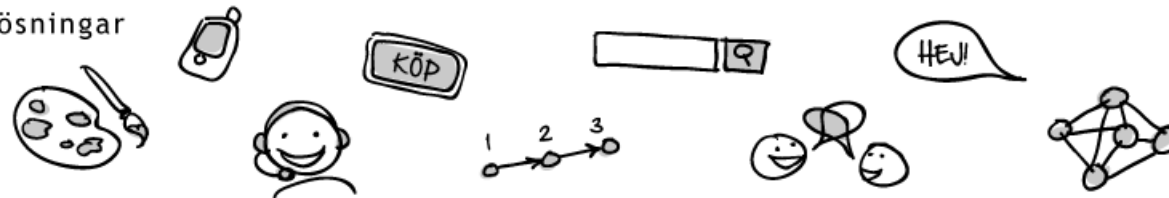
Glappet mellan affärsmål och lösning

Affärsmål



Glapp

Lösningar

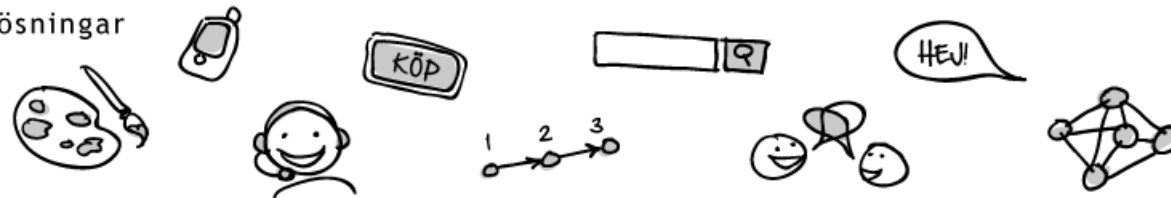


Personas som metod för att överbrygga glappet

Affärsmål



Lösningar







Kevin 18- potentiell student

Kevin läser sista terminen på gymnasium i södra Stockholm. Han bor med sina föräldrar i Huddinge. Kevin är lite skoltrött men eftersom han inte har ett jobb nu så kan han tänka sig att läsa. Han vet bara inte riktigt vad.



- **Vill bo kvar hemma**
Kevin vill helst läsa i Stockholm eftersom han då kan bo kvar hemma. Däremot funderar han på om inte Södertörn är *för* nära.
- **Kompisar viktigt**
Han bryr sig om vad kompisarna säger och de umgås hela tiden, mycket via chatt, sms och Facebook. Vill ha ett fortsatt kul liv runt studierna.
- **Vet inte vad han vill läsa**
Han vill läsa något som ger ett "tryggt" jobb, men det måste vara mer spännande än att bli t.ex. lärare.
- **Dagens webbplats är svårnavigerad**
När Kevin var inne på webbplatsen för att leta efter utbildning var det svårt att hitta. Han vet inte skillnaden mellan master, magister, program eller kurser. Han undrar också vad hp är för något.
- **Undrar om han kan komma in**
Hans betyg ligger på medel, och därför undrar han vilka utbildningar han har en chans att komma in på.

Drivkrafter och personliga mål

- Relevant utbildning
- Kul studentliv
- Bo kvar i Stockholm

Huvudsakliga behov

- Få veta vilka utbildningar man kan läsa och vad de olika nivåerna innebär
- Få veta vad utbildningen leder till för jobb
- Avgöra om hans betyg kommer räcka till
- Få en känsla av hur det är att läsa på Södertörn, hur en dag ser ut och om det finns kul studentliv

Diana 25 - student

Diana läser sitt tredje år på lärarutbildningen och är snart klar. Hon kommer från Bosnien, men är uppväxt i Skåne. Av fem syskon är det bara hennes bror som inte läst på högskola. Hon tycker att det är självklart att läsa där då det är gratis.



- **Viktigt med riktig utbildning**
Innan hon började läsa tog hon reda på allt. Det som avgjorde var att det var en modern miljö, att det gav en riktig yrkestitel och att hennes syster som läst varit nöjd.
- **Rotad i Stockholm**
Diana bor med sin pojkvän och katt. Hon har trivts på Södertörn och vill inte gärna flytta för att söka jobb efter studierna. Hon funderar därför på att läsa en påbyggnadskurs efter om hon inte får jobb.
- **Ouppdaterad info**
Det sämsta med sh.se är att informationen inte alltid uppdateras. Det är också frustrerande med sökfunktionen.
- **Har börjat samverka**
Nu har Diana börjat titta på samverkan för hitta en praktikplats, och även för att kolla framtida jobb.

Drivkrafter och personliga mål

- Få lärarjobb i Stockholmsområdet
- Utvecklas för att bli attraktiv på arbetsmarknaden

Huvudsakliga behov

- Att lätt kunna få tillgång till uppdaterade scheman, kurslitteratur och sina resultat
- Få information om relevanta kurser att komplettera utbildningen med
- Samverka för att hitta praktikplats och jobb

Purpose: make ready for
other customers to do
business with. Store
E1 Better control for
customers
E2 More time offered for
customers to make business
with Store
E3 Increase customer
personal product value
E4 Increase time spent for
revisiting customers



Karin Ekberg
Marketing coordinator
at Klarna

- Overview of her products
E1. E2. E4
 - Prepare all products in a list and compare
Repeat and correct
 - Plan marketing budget overview of total goals
 - Get general product information
 - Company
 - Product name
 - Changes of product flow
- Monitor content locally in her organization
E1. E2. E4
 - Send proofing links to others via a mail
 - Approve changes from others
 - Make changes in products
 - Get an overview of current proofing status
 - What needs to be done
 - What are the deadlines
 - Get notified when things require her attention
- Manage her products
E1. E2. E4
 - Get help choosing correct products
 - Edit products (text and content)
 - Choose products in final content
 - Get help making design decisions



Linnea Qvist
Marketing coordinator
at Klarna & Co

- Overview of her products
E1. E2. E3. E4
 - Execute product list
 - Plan marketing budget per region (total per office)
 - Estimate ROI per office
 - From estimates
 - Expert estimates
 - Execute product matrix
- Manage her products
E1. E2. E4
 - Purchase new products
 - Edit products (text and content)
 - Choose products in final content
 - Export product list
- Control input and send communication
E1. E2. E4
 - Edit templates
 - Edit global content (textboxes and images)
 - Create new templates
 - Manage global content
- Manage proofing
E1. E2. E4
 - Get an overview of current proofing status
 - What needs to be done
 - When are the deadlines
 - Make changes in products
 - Design proofing in others
 - Check and approve one users
 - Get user rights
 - Approve changes from others
 - Get notified when things require her attention
 - Analyze and follow up products
 - Consent offers
- Statistics and ROI
E1. E2. E3
 - Get links for optimization
 - Compare with competitors locally
 - Manage settings for report word tools
 - Export customer for company
 - Identify offers
- Understand and get an overview of customer data orders
E1. E2. E4
 - Overview of risk and pending payments
 - Change settings for reminders
- Give updates
E1. E2. E4
 - Extract extracts
 - Get hold of email content at Klarna
- Manage account
E1. E2. E4
 - Manage users
 - Edit addresses



Lennart Davidsson
Secretary for the school
at Klarna

- Optimize his investment
E1. E2. E4
 - Get links and tips for design and content
 - Get links and tips about how to increase visits
- Get in contact with Store
E1. E2



Tobias Burén
Development for third
parties
at Klarna

- Revisit customers
E1. E2. E4
 - Revisit customers
 - Exporting
 - Search for customer
- Add product for customer based on what
at Klarna Burén for customer
E1. E2. E4
 - Export link to customer via a mail
- Prepare sales meeting
E1. E2. E4
 - Get templates for details on customer's products
 - Estimate ROI
- Prepare updates
E1. E2. E4



Stefan Lindström
Marketing team lead
at Klarna.com

- Manage products
E1. E2. E4
 - Execute product list
 - Change products
 - View change history
 - Purchase new products
 - Work with budget
- Control input and brand communication
E1. E2. E4
 - Get general product information
 - Get general product flow
- Statistics and ROI
E1. E2. E3. E4
 - Monitor and follow up products
 - Work with different regional offers
 - Analyze ROI for products, product types
 - Get personal data from the market
 - Compare with competitors



Alvin Magnusson
Owner of the
at Klarna.com

- Learn about products and possibilities
E1. E2. E4
 - General product information
 - How and work with different products
 - Understand what products that work the best
 - Understand what products that don't work
 - Execute local competition
 - Estimate ROI for different offers
- Check, edit and proof products
E1. E2. E4
 - Edit and preview products
 - Get help making design decisions
 - Get help choosing suitable products
 - Get settings for reminders
- Statistics and ROI
E1. E2. E3. E4
 - Monitor and follow up products
 - Get links for optimization
 - Estimate ROI for changes in existing products
- Unpublished invoices
E1. E2. E4
 - Execute invoice documents
 - Change settings for reminders



Joseph Andersson
Operator in customer
service
at Klarna

- Select customer to work with
E1. E2. E4
 - Revisit customer's feedback
 - Search for customer
- Search for customer
E1. E2. E4
 - Revisit
 - Search
 - Filter
 - Find missed
 - Change product for customer

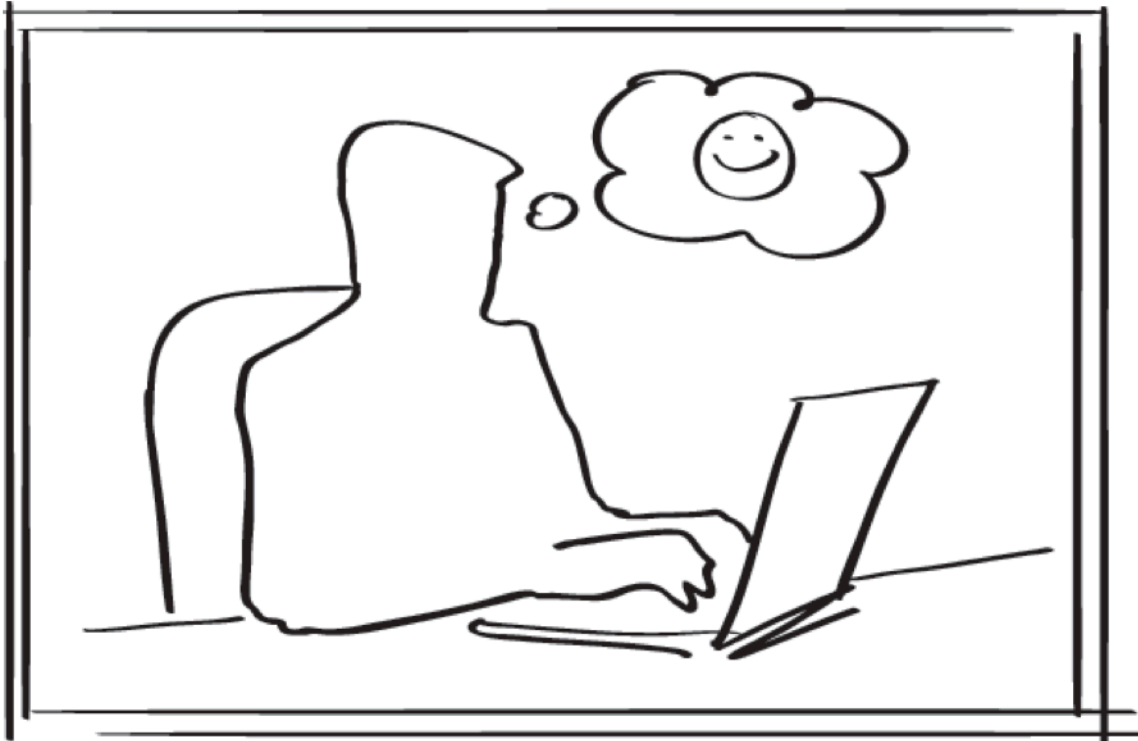
Uppgift 2

- Läs personan ni har fått
- Gör en brainstorming i gruppen och skriv ner 3 idéer på tjänster som matchar personans behov

Scenarios och storyboards



THE FIRST VISIT

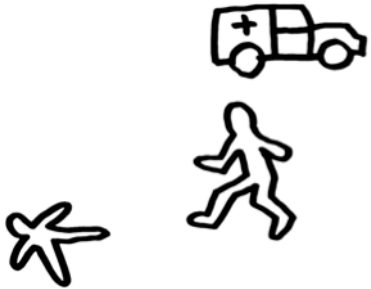


Important for the user experience:

- Feels welcoming
- Calm
- Clear
- Guide the user
- Get at quick feeling of how the organization works

Paul is newly employed. On the first day of his work he opens the web browser and the intranet appears. Paul recognizes the look and feel from the external web site and almost instantly starts to look at the information directed to him as newly employed.

It is the beginning of the first day and Paul thinks he has gotten a good first impression so far.



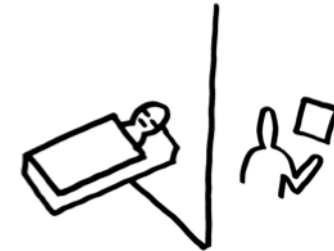
Vilka läkemedel kan jag ge personen?



Överför till läkaren på sjukhuset



Läkaren tittar på patientens läkemedelslista



Dokumenterar i journalen

”Inga är specialist på invärtesmedicin och har många års erfarenhet av röntgendiagnostik. Nu har hon några minuter på sig innan klinikmötet och bestämmer sig för att ta en titt på de nya röntgenbilderna av den misstänkta levertumören som hon träffade i tisdags. Hon kommer inte ihåg vad patienten hette och har ingen lust att besvara expeditionen med att ta fram namnet. I stället vänder hon sig mot datorn, identifierar sig och trycker fram de senaste röntgenundersökningarna hon själv begärt. Där är han ju halvvägs ner i listan: Edvin Andersson, 68.

I sammanställningen ser hon också att de nya bilderna är klara. Hon tar fram dem på skärmen och väljer ut ett par speciellt tydliga. Om den disiga skuggan mitt i levern har vuxit de senaste veckorna är det nästan säkert en tumör. Hon begär fram tidigare bilder på samma patient med samma kameravinkel och lägger dem bredvid den senaste. Tyvärr syns det alldeles för tydligt: det måste vara frågan om en malign tumör. Hon behöver inte ens låta datorn beräkna differensbilder för att känna sig säker.”

Ur Löwgren & Stolterman ”*Design av informationsteknik*”

Scenarios i text

Information om användaren:
Gedigen domänkunskap, systemet
får inte vara i vägen eller styra

”Inga är **specialist på invärtesmedicin och har många års erfarenhet** av röntgendiagnostik. Nu har hon några minuter på sig innan klinikmötet och bestämmer sig för att ta en titt på de nya röntgenbilderna av **den misstänkta levertumören som hon träffade i tisdags**. Hon kommer inte ihåg vad patienten hette och har ingen lust att besvara expeditionen med att ta fram namnet. I stället vänder hon sig mot datorn, identifierar sig och trycker fram de senaste röntgenundersökningarna hon själv begärt. Där är han ju halvvägs ner i listan: Edvin Andersson, 68.

I sammanställningen ser hon också att de nya bilderna är klara. Hon tar fram dem på skärmen och väljer ut ett par speciellt tydliga. Om den disiga skuggan mitt i levern har vuxit de senaste veckorna är det nästan säkert en tumör. Hon begär fram tidigare bilder på samma patient med samma kameravinkel och lägger dem bredvid den senaste. **Tyvärr syns det alldeles för tydligt: det måste vara frågan om en malign tumör. Hon behöver inte ens låta datorn beräkna differensbilder för att känna sig säker.**”

Ur Löwgren & Stolterman ”*Design av informationsteknik*”

Information om
situationen och kontexten

”Inga är specialist på invärtesmedicin och har många års erfarenhet av röntgendiagnostik. Nu har hon **några minuter på sig innan klinikmötet** och bestämmer sig för att ta en titt på de nya röntgenbilderna av den misstänkta levertumören som hon träffade i tisdags. Hon **kommer inte ihåg vad patienten hette** och har **ingen lust att besvara expeditionen med att ta fram namnet**. I stället vänder hon sig mot datorn, identifierar sig och trycker fram de senaste röntgenundersökningarna hon själv begärt. Där är han ju halvvägs ner i listan: Edvin Andersson, 68.

I sammanställningen ser hon också att de nya bilderna är klara. Hon tar fram dem på skärmen och väljer ut ett par speciellt tydliga. Om den disiga skuggan mitt i levern har vuxit de senaste veckorna är det nästan säkert en tumör. Hon begär fram tidigare bilder på samma patient med samma kameravinkel och lägger dem bredvid den senaste. Tyvärr syns det alldeles för tydligt: det måste vara frågan om en malign tumör. Hon behöver inte ens låta datorn beräkna differensbilder för att känna sig säker.”

Ur Löwgren & Stolterman ”*Design av informationsteknik*”

Beskriver behov och systemtjänster

”Inga är specialist på invärtesmedicin och har många års erfarenhet av röntgendiagnostik. Nu har hon några minuter på sig innan klinikmötet och bestämmer sig för att ta en titt på de nya röntgenbilderna av den misstänkta levertumören som hon träffade i tisdags. Hon kommer inte ihåg vad patienten hette och har ingen lust att besvara expeditionen med att ta fram namnet. I stället vänder hon sig mot datorn, **identifierar sig** och **trycker fram de senaste röntgenundersökningarna hon själv begärt**. Där är han ju halvvägs ner i listan: **Edvin Andersson, 68**.

I **sammanställningen** ser hon också att de nya bilderna är klara. Hon tar fram dem på skärmen och **väljer ut ett par speciellt tydliga**. Om den disiga skuggan mitt i levern har vuxit de senaste veckorna är det nästan säkert en tumör. Hon begär fram **tidigare bilder på samma patient med samma kameravinkel** och **lägger dem bredvid den senaste**. Tyvärr syns det alldeles för tydligt: det måste vara frågan om en malign tumör. Hon behöver inte ens låta datorn **beräkna differensbilder** för att känna sig säker.”

Ur Löwgren & Stolterman ”*Design av informationsteknik*”

Uppgift 3

- Välj ut en av idéerna från förra uppgiften
- Visa med scenarios hur er persona kommer använda den nya tjänsten

Koncept och skisser

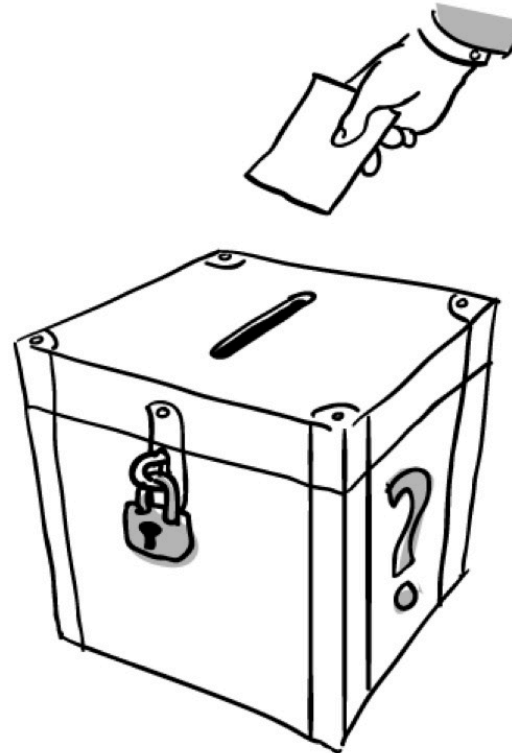


Use the strengths of your workforce



Visa idéerna på en konceptuell nivå

Avoiding the
“black box” feeling

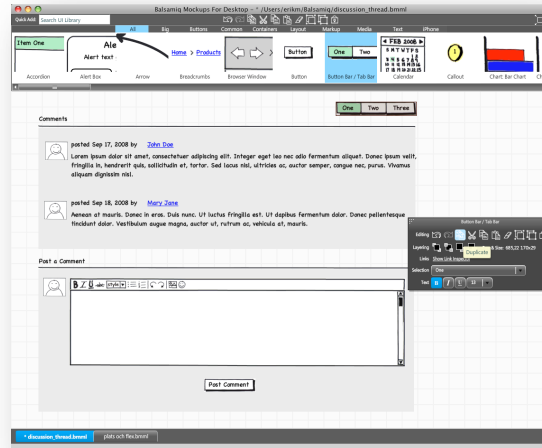


Visa idéerna på en konceptuell nivå

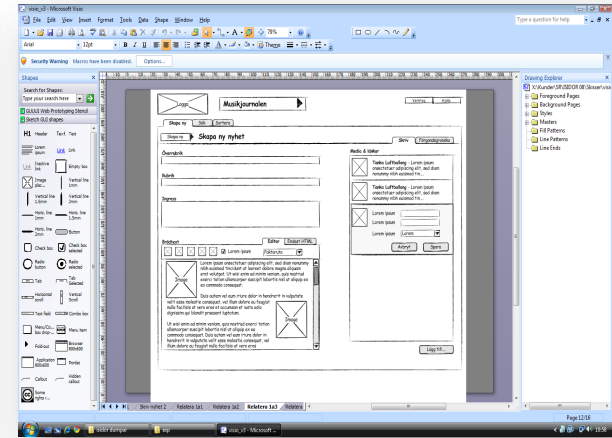




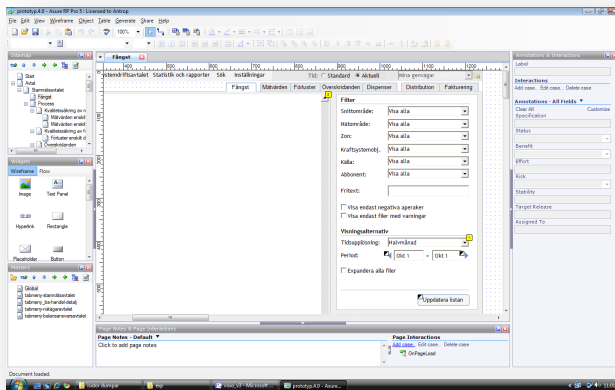
Papper & penna



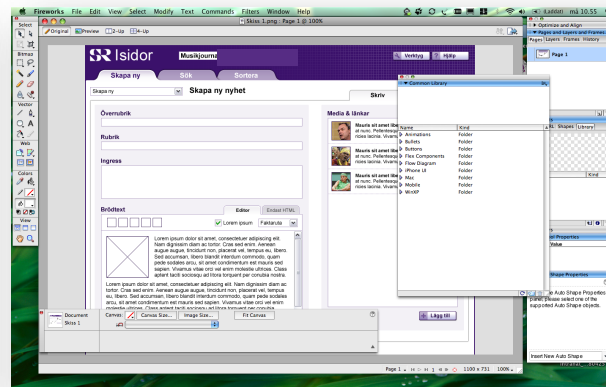
Balsamiq



Visio/Omnigraffle



Axure



Fireworks

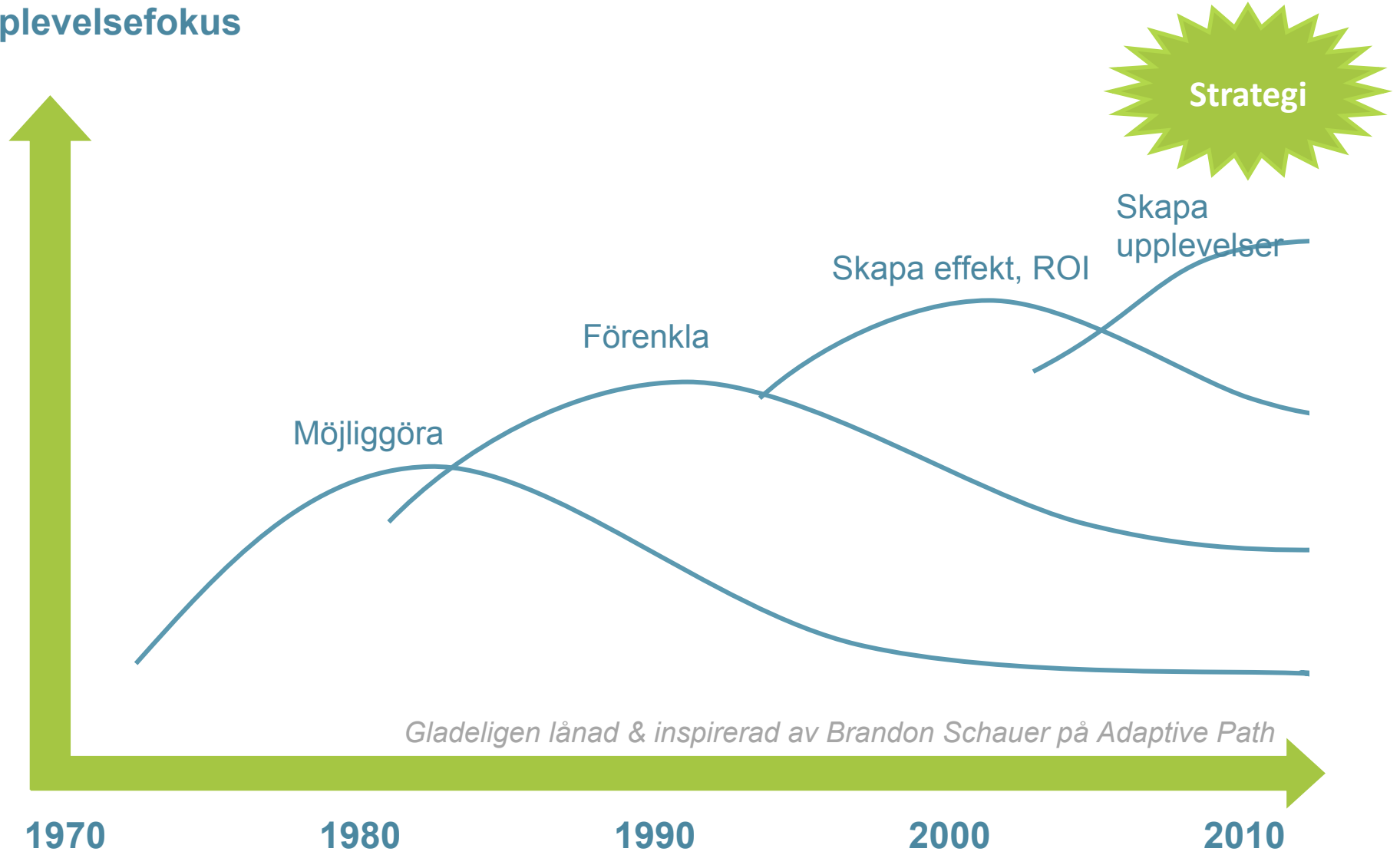
Uppgift 4

- Fundera på hur ni skulle kunna beskriva tjänsten på en konceptuell nivå
 - Att använda tjänsten ska kännas som att...
 - Tjänsten är som en...

Upplivelseskarta



Upplivelsesfokus



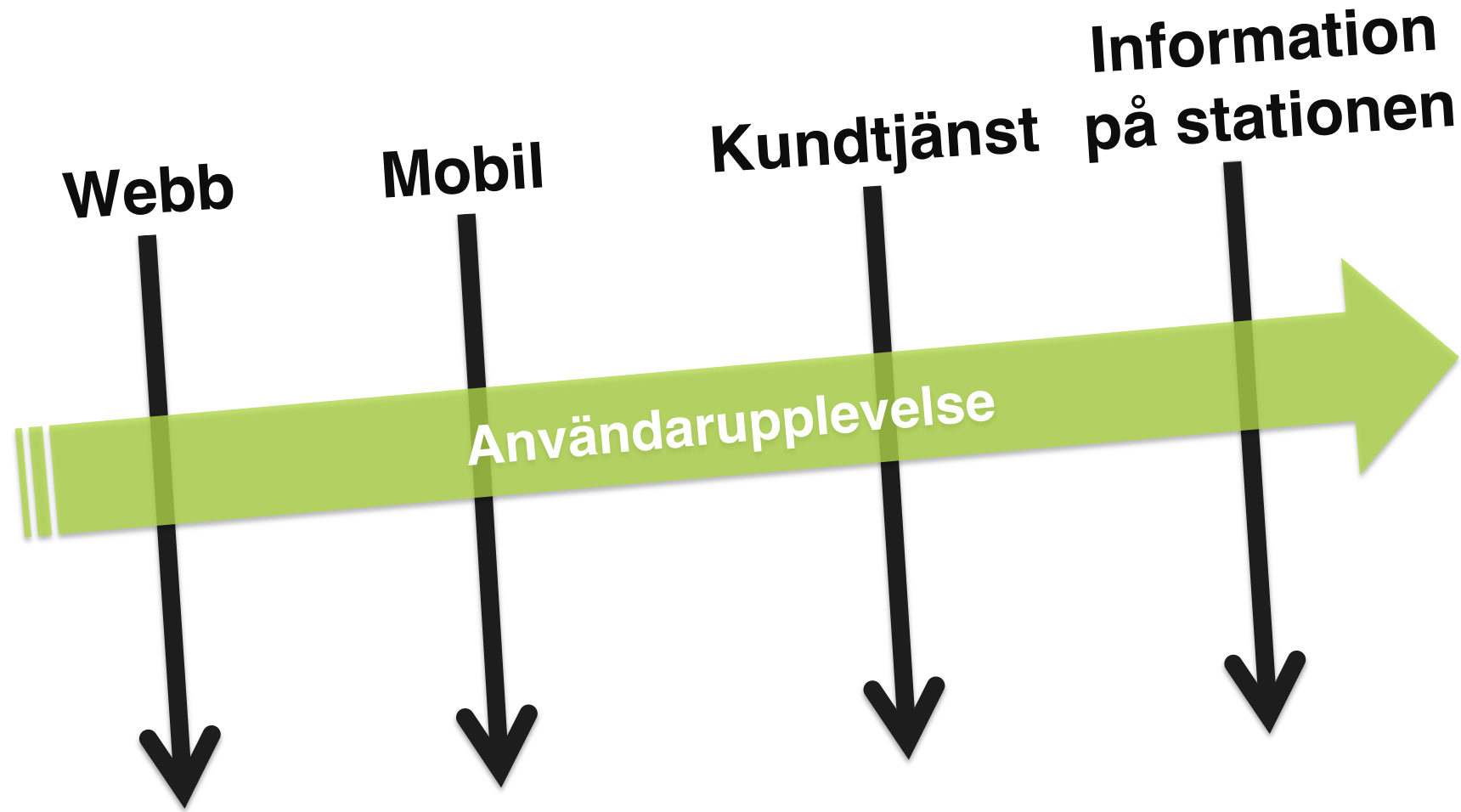
Gladeligen lånad & inspirerad av Brandon Schauer på Adaptive Path



6012 A2

6012 A2







Persona
Occasional traveller

Experience Map - Railroad Travel



Impulse to travel by train Research Buy ticket At the station Boarding On train Arrival Post travel

Impulse to travel by train	Research	Buy ticket	At the station	Boarding	On train	Arrival	Post travel
<ul style="list-style-type: none"> Comfortable Stations in many villages Close to the city Special offer Fast Don't have to travel alone Sleep / Read / Relax No queues Collect bonus points Environmental aspects 	<ul style="list-style-type: none"> Find cheap tickets Campaign price Easy to compare options 	<ul style="list-style-type: none"> Mobile ticket - don't have to collect ticket at train station Overview of chosen travel when paying 	<ul style="list-style-type: none"> Find train track in mobile app Easy to access customer service via desk and Twitter Find a place to sit 	<ul style="list-style-type: none"> Seat number available in mobile ticket Helpful staff around when boarding 	<ul style="list-style-type: none"> Seat next to me is empty I have a booked seat Conductor checks if I have to change trains if delayed Conductor confirm ticket is ok Conductor announces my track for change of trains Friendly conductor 	<ul style="list-style-type: none"> Lots of space in entrance / exit when leaving train Find friend who is there to meet me 	<ul style="list-style-type: none"> Easy access to form for compensation Know my rights if I'm delayed
<ul style="list-style-type: none"> Have to buy ticket Have to carry heavy luggage Other passengers disturbing Expensive tickets Too long distance No influence on travel conditions Potential chaos (popular trips / time period) Fear of being late 	<ul style="list-style-type: none"> Shows unreasonable travel options Timetable does not suite me 	<ul style="list-style-type: none"> Time-consuming to register favorite trips Hard to book seat next to friend unless booking at the same time Forgot my login details Have to fill in my phone number, e-mail etc. every time Realize too late I forgot to log in Itinerary is not shown in confirmation step Need to make changes in the last step - have to start over 	<ul style="list-style-type: none"> Don't remember departure time. In which direction is carriage nr 3? Will the train depart in time? Changed track Repeated delays Complicated to look up delays online Hard to hear messages from speakers No information when train is cancelled 	<ul style="list-style-type: none"> I hope the ticket is valid Bumping in to people on train Have to leave luggage unsupervised Other train arrives at my track 	<ul style="list-style-type: none"> Fear of missing my stop Realise there is no dining carriage Bad connection for phone calls Toilets <ul style="list-style-type: none"> - Leave luggage - Untidy, no soap - No car number inside train, hard to find my seat Follow passenger with loud voice No wifi - have to pay On the wrong train and the conductor didn't notice Don't know new arrival time 	<ul style="list-style-type: none"> Will I be able to pick up my bag in time? Late arrival 	<ul style="list-style-type: none"> Have to look up train number to fill in form for compensation

<http://blogg.antrop.se/?p=3605>

★ Bonus members



Handwritten note on a pink sticky note at the top left of the whiteboard.

Handwritten note on a pink sticky note at the top center of the whiteboard.

Handwritten note on a pink sticky note at the top right of the whiteboard.

Handwritten note on a pink sticky note on the right side of the whiteboard.

Handwritten note on a pink sticky note on the far right of the whiteboard.

Cluster of small printed documents and a yellow sticky note with handwritten text in the upper left section.

Yellow sticky note with handwritten text in the upper middle section.

Yellow sticky note with handwritten text in the upper right section.

Yellow sticky note with handwritten text in the middle right section.

Yellow sticky note with handwritten text in the middle right section.

Yellow sticky note with handwritten text in the lower left section.

Yellow sticky note with handwritten text in the lower middle section.

Yellow sticky note with handwritten text in the lower middle section.

Yellow sticky note with handwritten text in the middle right section.

Yellow sticky note with handwritten text in the middle right section.

Yellow sticky note with handwritten text in the middle right section.



Uppgift 5

- Fundera på hur upplevelsen ser ut för en student på en högskola
 - Från information från studievägledaren på gymnasiet till utexaminerad student
 - Vilka faser går man igenom?
 - Vilka är bra upplevelser, vilka är dåliga?



antrop

Tack!

ellinor.johansson@antrop.se

www.antrop.se

blogg.antrop.se

