

TD 04

PERSONA

Dr. Brahim Nawel



persona تصف شخصيات المستخدم عميلك المثالي تستند إلى بيانات حول جمهورك المستهدف الذي تم جمعه من خلال أبحاث UX. وهي تشمل مزيجًا من البيانات الديموغرافية والنفسية والسلوكية

- أنواع مختلفة من شخصيات التفكير التصميمي : يتم استخدام بعض الاختلافات في الشخصيات لأسباب وظروف مختلفة :
- يتم استخدام الشخصيات الأولية، أو الشخصية الافتراضية، كنقطة انطلاق عندما تحتاج إلى المزيد من بيانات البحث.
- الشخصية الأساسية هي التركيز الرئيسي لتصميمك.
- الشخصية الثانوية هي الشخص المتأثر ولكن ليس التركيز.
- Anti-persona هي شخصية تمثل مجموعة لا يقصدها تصميمك.
- شخصية التسويق مشابهة لتلك المستخدمة من قبل مصمم UX، ولكن لديها معلومات تساعد في توجيه استراتيجية التسويق.

محتوى البطاقة

Design Thinking Persona Template

Image	Description / Bio	Quote
Goals	Needs	
Pain Points	Personality Traits	

Make:Iterate

فيما يلي 5 خطوات لإنشاء شخصيات مستخدم لاستخدامها في التفكير التصميمي

قم بأبحاثك. يجب أن تمثل الشخصيات مجموعة من الأشخاص الحقيقيين. يجب أن تكون قائمة على الأدلة ويتم إنشاؤها بعد البحث.

قم بتنظيم نتائج البحث الخاصة بك في الموضوعات التي توفر نظرة ثاقبة حول كيفية تفكير مجموعات مختلفة من العملاء وتصرفهم

نظمهم في مجموعات شخصية. تنظم المواضيع في مجموعات تمثل شرائح مختلفة من العملاء.

صقل مجموعات شخصيتك. اعطي الأولوية لشخصياتك بناءً على مدى صلتها بمشروعك.

جعلهم حقيقيين. يمكنك مواصلة بحثك وملئها ببيانات أكثر صلة. اكتب أوصافاً للأشخاص، وما الذي يحفزهم، وما هي المشكلات التي يواجهونها، ولماذا يستخدمون منتجك، وكيف يتصرفون. حافظ على هذه الأوصاف قصيرة وذات مغزى حتى تتمكن من الرجوع إليها بسرعة..

Buyer Persona

Profile

Age: 18-25

Status: Single

Location: Spain

Occupation

Job: Publicist

Company: Freepik

Income Range: \$15,000

Personality

Adventure

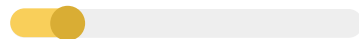


e

Extrovert



Sportive



Attentive



Interests

